



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

**Ahoi! Ein Ruf über Funkwellen bis ins Netz.
Gegenöffentlichkeit in Zeiten der freien
Meinungsverbreitung.**

Ein Vergleich der aktuellen österreichischen Radiolandschaft
mit den PiratInnenradios der 1970er bis 1990er Jahre.

verfasst von

Ada Joachimsthaler, Bakk.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreut von: Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch

Eidesstattliche Erklärung

Ich bestätige mit meiner Unterschrift, dass ich die vorliegende Arbeit eigenständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 20. August 2015



Ada Joachimsthaler

Danksagung

Ich danke

- allen InterviewpartnerInnen für ihre Offenheit, Hilfsbereitschaft und bereichernden Worte
- Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch für die ausgezeichnete und umfangreiche Masterarbeitsbetreuung
- allen, die mich in der Schaffenszeit unterstützt haben
- allen, die mir Inspiration zu diesem Thema waren

Inhaltsverzeichnis

◇ Einleitung	1
◇ Erkenntnisinteresse	1
◇ Themeneingrenzung	2
◇ Forschungsleitende Fragen	3
◇ Publizistik und Kommunikationswissenschaft - Fachbezug	5
◇ Problemperspektiven zu dieser Thematik	5
◇ Aktueller Forschungsstand	6
◇ Theoretische Auseinandersetzung mit Medienentwicklung und alternativer Mediennutzung im sozialen Kontext	7
◇ Öffentlichkeit & Gegenöffentlichkeit	12
◇ Alternative Medien	23
◇ Neue Medien	34
◇ Gegenöffentlichkeit im Internet	42
◇ Gegenöffentlichkeit im Radio	45
◇ PiratInnenradio	48
◇ PiratInnenradio als Gegenöffentlichkeit	55
◇ Radio - Gesetzesentwicklung in Österreich & EU-Recht	57
◇ Methoden	59
◇ Samplegrößen	62
◇ Dokumentenanalyse	63
◇ Programmanalyse	68
◇ Sendungsanalyse	79
◇ Interviews	83
◇ Radio Orange	83
◇ Radio FM4	83
◇ RadiopiratInnen	84
◇ Interviewfragen	84
◇ Interviewablauf	85
◇ Zusammenfassung der Interviews und Vergleich innerhalb der einzelnen Interviewfragen	86

◇ Vergleich der Dokumentenanalyse mit dem Interview der ehemaligen RadiopiratInnen	98
◇ Vergleich von Inhaltsanalysen und Interviews	101
◇ Vergleich der Positionen der Radiosender mit den Erkenntnissen aus der Dokumentenanalyse	108
◇ Thesen	113
◇ Resümee	118
◇ Modell	122
◇ Anhang	126
◇ Quellenverzeichnis	126
◇ Abbildungsverzeichnis	135
◇ Interviewtranskription - Radio Orange	136
◇ Interviewtranskription - Radio FM4	168
◇ Interviewtranskription - PiratInnenradio	192
◇ Lebenslauf	220
◇ Abstract	221

Erkenntnisinteresse

Im Zuge meiner HIST-Seminararbeit habe ich mich das erste Mal mit dem österreichischen PiratInnenradio auseinandergesetzt. Dabei habe ich eine Literaturarbeit verfasst, um in erster Linie die verstreuten Informationen zusammenzutragen und die Verbindungen mit Politik und dem historischen Kontext zu erläutern. Als empirische Grundlage dazu dienten mir Interviews mit AkteurInnen von österreichischen PiratInnensendern, die einen Erfahrungsbericht zu diesem Geschehen liefern konnten, wie er sonst nicht in bestehender Literatur zu finden war. Gerade im österreichischen Forschungsfeld gab es zu diesem Thema keine persönlichen Stellungnahmen, sondern lediglich Forderungen auf Basis eines wirtschaftlichen oder wissenschaftlichen Interesses. So gibt es beispielsweise einige theoretische Auseinandersetzungen mit der rechtlichen Entwicklung von illegalen Radiosendern zu legalen freien Radios, wobei jedoch oft der individuelle Beweggrund und der ideelle Ansporn von AkteurInnen jener Sender außen vor gelassen wurden. Insbesondere der damalige Versuch, eine Änderung innerhalb der Medienlandschaft und somit auch deren Wirkung auf die Gesellschaft herbeizuführen, hat mein Interesse geweckt, da es einer besonders kritischen Betrachtung einer staatlichen, legalen Institution bedarf, um den Mangel einer solchen Medienentwicklung festzustellen und dieser entgegenzuhandeln. Um diesen Gedanken weiterzuführen bietet sich an, den Begriff „Gegenöffentlichkeit“ näher zu betrachten und den Wirkungsbereich von Gegenöffentlichkeit damals sowie heute zu untersuchen. In diesem Themengebiet soll sich die Untersuchung insbesondere den Medien und der Bedeutung von Gegenöffentlichkeit für die Ausformung neuer Mediennutzungsformen widmen. Was heute vielleicht als Zivilcourage oder eine Form des Weitblicks betreffend die Entwicklung von Medienprogrammen gesehen werden kann, bedurfte damals der Bereitschaft zu illegalen Aktionen, die mit unentgeltlicher Arbeit und persönlichem Einsatz und Risiko verbunden waren. Mit der Ausgestaltung der heutigen Medienvielfalt gibt es in diesem Sinne bestimmt mehr Möglichkeiten der freien Meinungsäußerung, wobei die Fragmentierung der Gesellschaft auch eine Aufspaltung der Medienrezeption bedeutet und somit der breitflächige Effekt einer oppositionellen

Meinungsäußerung wiederum erschwert wird. Für mich stellt sich daher die spannende Frage, wie eine solche Gegenöffentlichkeit in der Fülle von heutigen Medien und Mediennutzungsformen definiert werden kann. Denn macht der Begriff „Gegenöffentlichkeit“ heute noch Sinn? Schließlich wird niemand von Gesetzes wegen von der freien Meinungsäußerung ausgeschlossen, und es gibt mehrere verschiedene Meinungsvertretungen innerhalb der Medien. Jedoch stellt sich die Frage, ob trotzdem alle gehört werden. Es besteht eine alternative Öffentlichkeit in unterschiedlichen Medien mit unterschiedlichen Nutzungsformen. Dies bedeutet, dass mehrere verschiedene Meinungen, die nicht dem herkömmlichen Denken entsprechen, vertreten sind, und nicht nur eine Gegenöffentlichkeit, sondern mehrere Alternativen zu einer Öffentlichkeit repräsentiert werden und darüber hinaus auch noch mehrere Formen geboten werden, diese alternativen Meinungen zu transportieren. Dabei können unterschiedliche Medien wie Radio, Internet, TV, Print etc. gewählt werden und auch noch alternative, innovative Mediennutzungsformen angewandt werden. Wir befinden uns also in einer Gesellschaft, in der Medien weit vielfältiger verwendet werden können und somit erst recht Bedarf besteht zu hinterfragen, wie sich Gegenöffentlichkeit heute manifestieren könnte.

Um einen Einblick in die gegenwärtigen Erfordernisse und Möglichkeiten hinsichtlich Gegenöffentlichkeit und alternativer Mediennutzung innerhalb aktueller Radiosender zu erlangen, sollen in der Arbeit die Struktur von Radio Orange und Radio FM4 analysiert und die Umsetzung der damaligen Forderungen für ein freies, nicht-kommerzielles Radio hinterfragt werden.

Themeneingrenzung

In dieser Arbeit soll der Fokus auf Gegenöffentlichkeit im Medium Radio gelegt werden und dabei die aktuelle Radiolandschaft mit den PiratInnenradios der 1970er bis 1990er Jahre verglichen werden. Die Untersuchung wird dabei auf österreichische Radiosender beschränkt und umfasst jeweils einen freien/nicht-kommerziellen/illegalen, einen freien/nicht-kommerziellen/legalen und einen staatlichen/kommerziellen Radiosender. Private/kommerzielle Radiosender

werden von der Analyse ausgenommen, nicht nur aufgrund des Umfangs, sondern auch deshalb, da hier kein Anspruch auf Erfüllung eines öffentlich-rechtlichen Programmauftrags vorliegt und diese auch keinen Anspruch darauf erheben, eine idealistische, alternative Meinung zu vertreten, sondern rein nach wirtschaftlichen Interessen handeln und damit keine Vergleichsbasis mit dem Grundgedanken der PiratInnenradios bieten. Während der Aktivität der PiratInnenradios gab es ausschließlich staatliche/kommerzielle Sender. Das Interesse, freie/nicht-kommerzielle/legale Radioprogramme in die Analyse miteinzubeziehen, ergibt sich aus der geschichtlichen Entwicklung, wonach diese erst aus den Forderungen der RadiopiratInnen und der Auflösung des ORF-Monopols aufgrund dessen Verstoßes gegen die Meinungsäußerungsfreiheit hervorgegangen sind.

Ein mit großer Sorgfalt zu beachtendes Problem wird vermutlich der Begriff „Gegenöffentlichkeit“ im Zuge der Literaturrecherche darstellen, denn viele Ausprägungen von Gegenöffentlichkeit werden sich selbst nicht als solche definieren, und wie schon eingangs erwähnt, bedarf es einer erweiterten, modernisierten Definition jenes Begriffs, um die verschiedensten Gesellschafts- und Medienformen, deren Betrachtung für diese Arbeit wertvoll ist, zu umfassen. Leider muss im Sinne einer fokussierten Herangehensweise an dieses Thema eine selektive Eingrenzung auf das Medium Radio erfolgen, wobei auch potentiell sehr interessante Entwicklungen von Gegenöffentlichkeit in Onlinemedien etc. außer Acht gelassen werden müssen. Jene zu untersuchen sollte aber jedenfalls ein Ansporn für zukünftige Arbeiten sein.

Forschungsleitende Fragen

1. Inwiefern bedarf es einer Anpassung des Begriffes „Gegenöffentlichkeit“ an die heutige Gesellschaft und deren Mediennutzung und Medienlandschaft in Österreich?
2. Inwiefern lässt sich eine Umsetzung der Forderungen der RadiopiratInnen durch das Radio Orange erkennen?

Diese Forschungsfrage bezieht sich auf einen rechtlichen Aspekt, ist daher weitgehend objektivierbar und soll anhand eines Vergleichs der aufgestellten Forderungen für ein freies, nicht-kommerzielles Radio, die an den Europäischen Gerichtshof geschickt wurden und aufgrund derer das ORF-Monopol als EU-rechtswidrig erkannt wurde, mit dem Radio Orange analysiert werden.

Eine weitere Vergleichsbasis sollen die Forderungen der RadiopiratInnen und deren Umsetzung aus subjektiver Sicht der damaligen AkteurInnen anhand von Interviews bieten. Dabei soll auf deren subjektive Wahrnehmung eingegangen werden und der individuelle Zugang der AkteurInnen, der innerhalb alternativer Medien einen wesentlichen Faktor darstellt, Berücksichtigung finden.

3. Inwiefern spielen „Gegenöffentlichkeit“ und alternative Mediennutzung bei Radio Orange eine Rolle?

4. Inwiefern spielen „Gegenöffentlichkeit“ und alternative Mediennutzung bei FM4 eine Rolle?

Das Radio FM4 dient als Beispiel für ein staatliches, kommerzielles Radio, das sich sehr alternativ gibt.

5. Inwiefern lässt sich eine Umsetzung der Forderungen der RadiopiratInnen durch FM4 erkennen?

Dazu soll ein Vergleich mit Radio Orange und dem PiratInnenradio herangezogen werden.

6. Welche Vergleiche können anhand dieser drei Radiosender gezogen werden?

PiratInnenradio (frei, nicht-kommerziell, illegal)

Radio Orange (frei, nicht-kommerziell, legal)

Radio FM4 (staatlich, kommerziell)

7. Was sagen die gewonnenen Erkenntnisse über den gesellschaftlichen Wandel in Bezug auf „Gegenöffentlichkeit“ und Mediennutzung aus?

Publizistik und Kommunikationswissenschaft - Fachbezug

Die Bedeutung dieses Forschungsthemas für Publizistik und Kommunikationswissenschaft ergibt sich aus dem medienrechtlichen Interesse, wonach die österreichische Justiz und das europäische Medienrecht den Werdegang der freien, staatlichen, kommerziellen, nicht-kommerziellen, legalen oder illegalen Radiosender geprägt haben und woraus auch die heutige Gestaltung der Radiomedien hervorgeht. Gerade durch die kritische Betrachtung und die Ausprägungen von Gegenöffentlichkeit konnte eine Weiterentwicklung des Medienrechts und der Medienlandschaft erfolgen. Eine ebenso kritische Betrachtungsweise soll auch für diese Arbeit zum Vorbild genommen werden.

Auch mediengeschichtlich soll diese Arbeit Einblicke bieten, denn hiermit soll eine Verbindung zwischen Medienentwicklung und Gesellschaftsentwicklung vor Augen geführt werden. Die Zeitspanne der Untersuchung liegt immerhin zwischen den Jahren 1970 bis dato. Gerade die Notwendigkeit einer neuen Begriffsdefinition für Gegenöffentlichkeit lässt den Wandel dieser Zeit erkennen.

Natürlich ist auch der gesellschaftspolitische Aspekt dieser Untersuchung nicht außer Acht zu lassen, denn dabei werden Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit ins Visier genommen und wird die wechselseitige Beeinflussung durch Medien als Sprachrohr und Lehrmeister unserer Gesellschaft analysiert. Gerade durch die Fragmentierung der Gesellschaft ergibt sich der Bedarf einer neuen Definition von Gegenöffentlichkeit, da es nicht mehr nur eine Medienöffentlichkeit gibt, die einer kritischen Betrachtung oder Gegenposition bedarf.

Problemperspektiven zu dieser Thematik

In der Betrachtung dieses Themas spielen mehrere Perspektiven eine bedeutende Rolle. Zum einen, wie zuvor genannt, der rechtliche Aspekt, insbesondere das EU-Recht und die Weiterentwicklung der österreichischen Medienlandschaft, zum anderen die kommerziellen Interessen der

Wirtschaftsindustrie und der Medienunternehmen im Gegensatz zu den Forderungen nach Umsetzung der freien Meinungsäußerung.

Einen weiteren Schwerpunkt bildet die Relevanz der Gegenöffentlichkeit für die Gesellschaft aus Sicht der Gesellschaft damals und heute und deren Umsetzungsmöglichkeiten innerhalb der jeweils gegebenen Medienlandschaft. Daraus lässt sich auch schließen, dass der Status der Illegalität von freien Radiosendern bis in die 1990er Jahre eine Hürde darstellte, Beteiligte der PiratInnenradios für einen offenen Dialog zu gewinnen, und somit eine Untersuchung dieser Thematik bis jetzt erheblich erschwerte.

Aktueller Forschungsstand

Bis dato haben sich nur einige wenige mit dem Thema PiratInnenradio befasst, was die Vermutungen nahelegt, dass diese Bewegung einerseits geschichtlich noch nicht lange zurückliegt und es erst nach Abschluss der Ära der PiratInnenradios möglich ist, ihre Entwicklung zu erfassen und zu erforschen. Andererseits befanden sich die damaligen RadiopiratInnen im Konflikt mit dem Gesetz, wobei das illegale Senden lediglich als eine Verwaltungsübertretung galt, und somit ist es doch auch heute noch schwierig, gesprächsbereite ZeitzeugInnen für Untersuchungen zu finden.

Es gibt einige Werke aus der Zeit der Übergangsphase vom PiratInnenradio zum freien Radio, in denen die Relevanz von nicht-kommerziellen Radios dargelegt wird und Forderungen einer Gesetzesänderung sowie auch Vorschläge für eventuelle Entwicklungen der österreichischen Radiolandschaft enthalten sind. In diese Kategorie fallen beispielsweise die Texte „Radioinitiativen abseits des Mainstreams“ sowie „Ökonomische Bedingungen des dualen Rundfunksystems. Konsequenzen für den nichtkommerziellen Sektor.“ von Johanna Dorer und jener von Andrea Danmayr/ Birgit Schrentewein/ Fiona Steinert „Vom ORF-Monopol zur Aufhebung des Regionalradiogesetzes. Forderungen zu einer Neugestaltung österreichischer Radiopolitik.“.

Zu dem behandelten Thema ist es weiters unerlässlich, sich mit den Definitionen von Gegenöffentlichkeit und freiem nicht-kommerziellem Radio zu beschäftigen.

Außerdem scheint es mir interessant, mich mit der Idee alternativer Radiogestaltung auseinanderzusetzen.

Um auch einen Einblick in wesentliche universitäre Arbeiten in Zusammenhang mit dem PiratInnenradio zu bekommen, werden die Dissertation von Eva Brunner-Szabo und die Diplomarbeit von Alexandra Schernthaner herangezogen. Als stützende theoretische Grundlagen der einführenden Literatuarbeit dienen unter anderem Annahmen von Brecht und Benjamin. In einem weiteren Schritt werden aktuellere Werke von WissenschaftlerInnen zitiert, um die wesentlichen Punkte für eine wissenschaftliche Basis zur empirischen Analyse zu diskutieren. Um nur einige davon zu nennen: Atton, Bailey, Duchkowitsch, Hickethier, Lievrouw, Oy, Sandoval, Stamm, Waltz, Wimmer.

Theoretische Auseinandersetzung mit Medienentwicklung und alternativer Mediennutzung im sozialen Kontext

Walter Benjamin widmet sich in seinem Text „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ dem Thema des Wandels der Kunst unter dem Einfluss der technischen Mittel zur Reproduktion. Schon im Vorwort wird proklamiert, dass durch die Technik und die dadurch gewonnenen Möglichkeiten die Kunst verändert werde. (Vgl. Benjamin 1977: S. 136 f.)

In dem Text behandelt Benjamin die Veränderungen der Moderne mit Skepsis, die allerdings auch angebracht ist, um einer Vermischung von Kunst, Technik und Politik vorzubeugen. In diesem Sinne ist die Durchleuchtung der Kunst und ihrer diversen gesellschaftlichen Funktionen äußerst relevant und lädt zum Nachdenken über die Kommunikationsmittel und die Reproduktion der Kunst heutzutage ein.

Was Benjamin schon damals als soziale Veränderung erfuhr, die sich bis heute durch das Internet mit Sicherheit noch ausgeweitet hat, ist die schwindende Unterscheidung zwischen AutorIn und Publikum. Die technischen Voraussetzungen bieten uns also die Möglichkeit, die Medien nicht nur als einseitiges Kommunikationsinstrument zu nutzen. Dies spielt auch insofern eine große Rolle, als auch der Öffentlichkeitsbegriff mit Hilfe von neuen Mitteln der

sozialen Interaktion einen Wandel durchlebt, und es bedarf möglicherweise so etwas wie einer Gegenöffentlichkeit, um die Medien auf neue Varianten der Kommunikation zu prüfen.

In seinem Werk „Der Autor als Produzent“ bezieht sich Benjamin auf Brecht, der in seiner Radiotheorie die Weiterentwicklung und Umfunktionierung des Radios fordert. Benjamin setzt sich dabei ebenfalls für eine Veränderung von Produktionsformen und Produktionsinstrumenten im Sinne des Fortschritts und des Sozialismus ein. Es genüge nicht, den Produktionsapparat lediglich „zu beliefern, ohne ihn zugleich, nach Maßgabe des Möglichen, im Sinne des Sozialismus zu verändern.“ (Benjamin 1969: S. 269)

„Nicht geistige Erneuerung, wie die Faschisten sie proklamieren, ist wünschenswert, sondern technische Neuerungen werden vorgeschlagen.“ (Benjamin 1969: S.269) Dabei weist er darauf hin, dass auch die Belieferung von Apparaten mit revolutionärem Gedankengut nicht ausreiche, wenn keine Veränderung des Produktionsapparates angestrebt würde. Die Verbesserung soll somit nicht bei dem von den AutorInnen gelieferten Produkt halt machen, sondern auch die Produktionsmittel weiterentwickeln. Mit jenen AutorInnen meint Benjamin allerdings nicht lediglich Angestellte der Presse, sondern BürgerInnen, die selbständig, autonom und selbstbestimmt handeln und sich somit an der Kommunikation beteiligen. Das Volk soll mit eigenen Mitteln aktiv an der Medienproduktion mitarbeiten, und SchriftstellerInnen sowie Intellektuelle sollten in Sinne der Solidarität auf einer Ebene mit ihnen kommunizieren.

„Indem nämlich das Schrifttum an Breite gewinnt, was es an Tiefe verliert, beginnt die Unterscheidung zwischen Autor und Publikum, die die bürgerliche Presse auf konventionelle Art aufrecht erhält, in der Sowjetpresse zu verschwinden. Der Lesende ist doch jederzeit bereit, ein Schreibender, nämlich ein Beschreibender oder auch ein Vorschreibender zu werden. Als Sachverständiger – und sei es auch nicht für ein Fach, vielmehr nur für den Posten, den er versteht – gewinnt er einen Zugang zur Autorschaft.“

(Benjamin 1969: S. 266 f.)

Hier bezieht sich Benjamin auf das Beispiel der Sowjetpresse, die versuchte, die Schranken zwischen RezipientInnen und VerfasserInnen aufzuheben. Dieser Ansatz ist bis heute anhand der Medienentwicklung und der alternativen

Mediennutzung beobachtbar. So ist es wesentlich, dass die Medien für ein soziales Konstrukt wie Gegenöffentlichkeit zugänglich sind, um alternative Sichtweisen publik zu machen. Außerdem lässt sich anhand des Beispiels „PiratInnenradio“ gut erkennen, dass auch die Einschränkung der Meinungsvielfalt und des Zugangs zu Medien eine Revolution zur Beteiligung des ausgeschlossenen Publikums auslöst. Die Einschränkung des Rundfunks durch das ORF-Monopol provozierte daher in gewisser Weise die Entstehung der PiratInnensender mit deren Forderung, eine vielseitige Kommunikation zu ermöglichen und alternative Standpunkte zuzulassen.

„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 in Beziehung zu setzen.“ (Brecht 1967: S. 7)

Anhand dieses Zitats wird deutlich, dass Brecht und Benjamin eine gemeinsame Vision bezüglich der Mediennutzung haben. Ziel ist, die Hürden der einseitigen Kommunikation zu überwinden und ein diskursives Mediensystem zu entwickeln.

Die Suche nach Alternativen innerhalb der Handlungsmöglichkeiten der Gesellschaft und die Entwicklung von Ideen über diese hinaus bilden einen wichtigen Faktor von Weiterentwicklung. Somit ist es wesentlich, auf der einen Seite im Sinne von Verbesserung der Kommunikationsmöglichkeiten nach alternativen Medien zu suchen und auf der anderen Seite Alternativen für die Nutzung bestehender Medien zu entwickeln. Derlei Überlegungen stellt Brecht auch in seiner „Radiotheorie 1927 -1932“ an.

Für Brecht enthält das damals neue Medium Radio unbegrenzte Möglichkeiten, die er nicht ausreichend genutzt sieht. So schreibt er beispielsweise in seinen Vorschlägen für den Intendanten des Rundfunks, dass es sinnvoll wäre, näher an Ereignisse heranzukommen anstatt sich auf Reproduktion oder Referat zu beschränken. Er hat in diesem Fall die Vision, dass bestimmte Ereignisse in Echtzeit aufgenommen und im Radio wiedergegeben werden, damit nicht nur

eine subjektive Zusammenfassung übertragen werde. So sollen auch anstelle „toter Referate“ Interviews veranstaltet werden, wobei die Befragten spontan weniger Möglichkeit hätten zu lügen als bei Zeitungsinterviews. Diese Veranstaltungen müssten aber auch entsprechend vorangekündigt werden. (Vgl. Brecht 1967: S. 2 f.)

Gerade das PiratInnenradio arbeitete mit ähnlichen Mitteln, denn Ziel war, möglichst nahe an das Geschehen heranzukommen und persönlich Interviews mit den Betroffenen zu führen sowie auch Diskussionsrunden live zu übertragen und einen Austausch mit den HörerInnen durch Telefonzuschaltungen zu ermöglichen. Um auf diese Events aufmerksam zu machen, wurden auch im Sinne der Vorankündigung Flyer ausgeteilt. Auch die Schulungen in Sachen Radioarbeit, an denen jeder und jede teilnehmen kann, knüpft an Brecht's Idee an, dass das Radio für pädagogische Absichten zur Verfügung zu stellen sei, und nicht nur für wenige zugänglich sein sollte.

Brecht bezeichnet den Rundfunk als eine Erfindung, die von der technischen Entwicklung her möglich war, für welche jedoch die Gesellschaft noch nicht bereit war. „Man hatte plötzlich die Möglichkeit, allen alles zu sagen, aber man hatte, wenn man es sich überlegte, nichts zu sagen.“ (Brecht 1967: S. 6)

„Der Rundfunk muß den Austausch ermöglichen.“ (Brecht 1967: S. 7) So kritisiert er die einseitige Funktion des Rundfunks als reinen Distributionsapparat und fordert das Mitwirken des Publikums. So müsse sich auch die Technik daran orientieren, dass das Publikum nicht nur belehrt werden kann, sondern auch belehren muss. Es soll unabhängig vom sozialen Status auf die Gesellschaftsentwicklung eingewirkt werden können und an einer gemeinsamen Zukunft gebaut werden.

„Durch immer fortgesetzte, nie aufhörende Vorschläge zur besseren Verwendung der Apparate im Interesse der Allgemeinheit haben wir die gesellschaftliche Basis dieser Apparate zu erschüttern, ihre Verwendung im Interesse der wenigen zu diskutieren. Undurchführbar in dieser Gesellschaftsordnung, durchführbar in einer anderen, dienen die Vorschläge, welche doch nur eine natürliche Konsequenz der technischen Entwicklung bilden, der Propagierung und Formung dieser anderen Ordnung.“ (Brecht 1967: S. 9)

Auch Enzensberger knüpft an Brechts Forderungen nach Verwendung des Rundfunks als Kommunikations- statt eines Distributionsapparates an, und proklamiert darüber hinaus, dass diese nicht durch Parteien, sondern für die Mobilisierung der Massen genutzt werden soll. Dabei beruft er sich auf die Selbstorganisation der Beteiligten, wobei es sich nicht um individuelle Handlungen, sondern um eine kollektive Struktur handelt. Er beschreibt einen emanzipatorischen Mediengebrauch, der seiner Meinung nach nur in einer freien, sozialistischen Gesellschaft entfaltbar ist. Gefordert wird eine gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation. (Vgl. Weichler 1987: S. 28) In einem idealen Modell würde das vorherrschende hierarchische System von einem emanzipatorischen abgelöst. Nicht die EigentümerInnen und BürokratInnen sollten die Kontrolle über die Mediennutzung besitzen, sondern die Gesellschaft müsse sich selbst organisieren und in ihrer Gesamtheit Einfluss auf die Medienentwicklung ausüben. Er proklamiert die aktive Arbeit an einem sich weiterentwickelnden, selbstreflexiven System.

Das größte Potential einer Reform der Medienöffentlichkeit würde in einem horizontalen Austausch zwischen AutorIn und RezipientIn gelingen. In dieser demokratischen Form können RezipientInnen zu AutorInnen werden und umgekehrt. Inhalte wären die Bedürfnisse der Durchschnittsbevölkerung und nicht durch Werbung oder elitäre Kreise gesteuert. (Vgl. Waltz 2005: S. 21 f.)

Nach Negt und Kluge enthält die Gegenöffentlichkeit der Studentenbewegung der sechziger Jahre und der alternativen Medien der siebziger und achtziger Jahre bereits Merkmale „proletarischer Öffentlichkeit“. In dieser wird etwa die Arbeitsteilung insbesondere zwischen körperlicher und geistiger Arbeit aufgehoben. (Vgl. Weichler 1987: S. 31) Hier zählt die Kollektivität und selbstbestimmte Produktion, wie sie auch am Beispiel des PiratInnenradios zu erkennen ist. In diesen basisdemokratisch organisierten Gruppen wurde jegliches Hierarchiesystem abgelehnt und sowohl Konzeption als auch Umsetzung von den einzelnen Mitgliedern übernommen.

Negt proklamiert 1976, dass provokante Aktionen nicht nur gegen verhärtete Gesellschaftsstrukturen wirken, sondern auch die Emanzipation und Autonomie des Individuums in einem freieren Gesellschaftsentwurf fördern. Auf dieser Basis sollten sich egalitäre Kommunikation und solidarisches Verhalten innerhalb dieser Aktionen etablieren, informelle Kader, Vollversammlungen und Klubs

einen Rahmen für Selbstorganisation bieten und die Aufmerksamkeit auf die Interessen und Bedürfnisse des Einzelnen lenken, während das verinnerlichte und praktizierte System aufzubrechen ist. (Vgl. Stamm 1988: S. 26)

In den sechziger Jahren kamen aus Amerika erstmals Techniken des gewaltlosen Widerstandes nach Deutschland, welche die Schwachstellen eines frontal unangreifbaren Systems getroffen haben. Habermas schreibt jenen überproportionale Wirkungen bei relativ geringem Aufwand zu, da sich die Aktionen gegen Angriffspunkte komplexer und daher anfälliger Kommunikationssysteme richten. Stamm leitet daraus ab, dass Provokation und Protest die geeignetsten Mittel darstellen Publizitätsbarrieren aufzuheben und Aufklärungsprozesse zu ermöglichen. (Vgl. Stamm 1988: S. 25)

Obwohl die Massenmedien den Anschein erwecken öffentliche Debatten zu führen, ist bei diesen durchstrukturierten geplanten Dialogen bereits von vornherein die Richtung der Argumente gelenkt. Bei diesem hierarchischen System kommt die Einbringung des Einzelnen zu kurz, weshalb sich Habermas für eine horizontale Strategie nach einem demokratischen Ideal ausspricht. Dazu soll die Kultur der Arbeiterklasse in die alternative Öffentlichkeit integriert werden. Dadurch sollen wiederum neue Perspektiven geschaffen werden. (Vgl. Waltz 2005: S. 17 f.)

Diese Ansichten von Benjamin, Brecht, Enzensberger, Negt und Kluge, sowie Habermas dienen als Grundlage für weitere Diskurse zum Thema (Gegen-) Öffentlichkeit und aktiver Beteiligung an deren Kommunikation. Sie bilden ein Konzept für alternative Mediennutzung, welches auch in späteren Entwicklungsstufen von Distributionsapparaten, wie beispielsweise dem Internet, eine große Rolle spielt.

Öffentlichkeit & Gegenöffentlichkeit

Hickethier bietet mit dem Text „Öffentlichkeit und Öffentlichkeiten“ einen Überblick zu verschiedensten theoretischen Ansätzen und Definitionen, die sich mit dem Öffentlichkeitsbegriff auseinandersetzen.

Öffentlichkeit wird als theoretisches Konstrukt hinterfragt und die historische Entwicklung des Begriffes dargelegt. So fungiert Öffentlichkeit als Ort des Konsens zwischen divergierenden Partialinteressen sowie als „Umschlagplatz“ für Normen und Werte. Eine wesentliche Veränderung durch die Massenmedien stellt der Wandel von realen Räumen der Öffentlichkeit über Veranstaltungsöffentlichkeiten im Zusammenhang mit Medienangeboten bis zu virtuellen Öffentlichkeitsräumen dar. Infolgedessen entsteht ein komplexer Zusammenhang medialer Öffentlichkeiten, innerhalb derer für jede Form von Öffentlichkeit differenzierte Bedingungen herrschen. Gegenöffentlichkeit konzipierte sich aus der Vorstellung von zwei oppositionellen Öffentlichkeiten im Gegensatz zu dem früheren Ideal einer universellen Öffentlichkeit. Mit dieser Opposition zweier Öffentlichkeiten sollte der Prozess der demokratischen Willensbildung gewährleistet sein. (Vgl. Hickethier 2003: S. 203 ff.) „In den von den Massenmedien durchgesetzten Öffentlichkeiten tritt damit an die Stelle des kommunizierten ‚Räsonnements‘ der sich miteinander verständigenden Bürger der individuelle ‚Konsum‘ von Produkten der ‚Massenkultur‘.“ (Hickethier 2003: S. 205) Im Zusammenhang mit Medien wird Öffentlichkeit mit Markt gleichgesetzt, so nehmen Einschaltquoten und die damit verbundenen Werbepreise, wenn auch verdeckt, erheblichen Einfluss auf den Medienmarkt und nicht zuletzt auf die RezipientInnen. Wie auch bei Habermas’ Öffentlichkeitsmodell des konsensuellen Konfliktausgleichs ist es entscheidend, dass die medialen Öffentlichkeiten genutzt werden, um Übereinstimmung mit anderen zu suchen und jene von der eigenen Position zu überzeugen. Diesem Gebiet widmen sich die Public Relations. Zu unterscheiden ist zwischen einer allgemeinen, singulären Öffentlichkeit und pluralen, medial definierten Öffentlichkeiten. Im Gegensatz zur singulären Kategorie des Ideals sind mit pluralen Öffentlichkeiten partielle Kommunikationsräume gemeint, die von den BürgerInnen interessensgeleitet genutzt werden und sich dadurch mitunter ausschließen und zueinander in Opposition treten können. (Vgl. Hickethier 2003: S. 205 ff.)

Für die Politik bedeutet die zunehmende Medialisierung nicht zwingend das Öffentlichmachen von Entscheidungen, sondern es werden Kommunikationsstrategien entwickelt, die für die RezipientInnen undurchschaubar sind. (Vgl. Hickethier 2003: S. 212)

Durch zunehmend mehr technische Übertragungsmittel für den Haushalt, wie etwa das Radio, verschwimmt die Abgrenzung der Öffentlichkeit vom privaten Lebensbereich, dies ist aber im Sinne des Fortschrittes erwünscht. Es stellt sich hingegen die Frage, inwiefern die Selbstdarstellung in den Medien als Überlappung von Öffentlichkeit und Privatheit zu definieren ist. Nicht außer Acht zu lassen ist auch, dass Formen der Fiktion und Unterhaltung zu medialer Öffentlichkeit zählen. (Vgl. Hickethier 2003: S. 213 f.)

Durch die immer differenzierteren Medienangebote entwickelt sich auch ein aktiver handelndes Publikum, wobei sich Öffentlichkeit in Form eines Gemeinschaftserlebnisses innerhalb eines der öffentlichen Räume konstatiert.

Öffentlichkeiten gelten nicht als statische Phänomene und können intendierten und nichtintendierten Veränderungen unterzogen werden, wobei es zu Differenzierung, Verflechtung und Verschmelzung kommen kann. (Vgl. Hickethier 2003: S. 215 f.)

Einen direkten Konnex zu dem Medium Radio gibt es in diesem Text auch einige Male, denn Hickethier weist unter anderem darauf hin, dass auch beim Radio früh eine eigene Öffentlichkeit entstand, wobei diese mit zunehmender Mediennutzung durch die Verallgemeinerung der entstehenden Öffentlichkeiten instabil ist. Als Beispiel für eine solche eigene Öffentlichkeit nennt er die Arbeiter-Radiogemeinschaften.

Der Begriff „Öffentlichkeit“ entstand im Zuge der Aufklärung, und die Semantik bezieht sich auf die Offenlegung von Angelegenheiten des Staates für die Allgemeinheit, um diese Themen an die Willensbildungsprozesse und an die Meinungen der BürgerInnen zu knüpfen. Diese Theorie von Öffentlichkeit ist stark an die Demokratie gebunden. (Vgl. Jarren; Krotz 1998: S. 25) Somit gilt für eine demokratische Gesellschaft weiterhin trotz des historischen Wandels des Mediensystems, dass alle Staatsgewalt vom Volk ausgeht. Vor allem als Wahlstimmen sind die BürgerInnen Dreh- und Angelpunkt für die Öffentlichkeit und Politik. Wieviel Gehör sich die Stimme des Volkes zwischen den Wahlperioden verschaffen kann, hängt wiederum von den Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb der Gesellschaft ab. (Vgl. Jarren; Krotz 1998: S. 153) Die Medien generieren Öffentlichkeit über die Verbreitung der Angelegenheiten des Staates, nur spielt bereits bei den publizistischen

Selektionskriterien die Interdependenz zwischen Medien, Politik und Ökonomie eine wesentliche Rolle. Bereits die Nachrichtenagenturen verfahren schließlich hoch selektiv, und im Mediensektor gibt es eine hohe Konzentrationstendenz. Eine massenmediale Öffentlichkeit, in der einzelne Individuen ihre Interessen einbringen können, ist nur über soziale Bewegungen möglich. (Vgl. Jarren; Krotz 1998: S. 154 ff.) „Wessen Anliegen allerdings durch das Selektionsraster der Massenmedien fällt, hat keine Chance auf Veröffentlichung und umgekehrt.“ (Jarren; Krotz 1998: S. 156) Das Internet wird im Gegensatz dazu als Medium mit idealtypischen Kriterien der „Präsenzöffentlichkeit“ gesehen. Es beinhaltet die Faktoren „Reziprozität, Präsenz (zwar nicht zwingend lokale, dafür aber soziale Präsenz), Zugänglichkeit für alle (im Prinzip) und all das in einem globalen Maßstab.“ (Jarren; Krotz 1998: S. 156) Als fraglich wird hier einerseits beschrieben, ob von allen BürgerInnen genug Medienkompetenz erworben werden kann, um diese neue Freiheit zu nutzen, und andererseits wird die Qualität des Online-Diskurses in Frage gestellt, da oft auch nur Belangloses gechattet werde. Eine revolutionäre Funktion wird dem Internet aber nicht zugestanden.

„Trotz aller – zugeschriebenen? – Individualisierungstendenzen sind den Nutzern im multimedialen Zeitalter kognitive, zeitliche und ökonomische Grenzen hinsichtlich der Realisierung ihrer kommunikationsbezogenen Bedürfnisse gesetzt, so daß ein überdurchschnittliches (Inter-)Aktivitätspotenzial der Gesamtbevölkerung allenfalls punktuell zu erwarten ist.“

(Jarren; Krotz 1998: S. 157)

Plake, Jansen und Schuhmacher betrachten den Begriff „Öffentlichkeit“ von drei verschiedenen Seiten. Sie verstehen Öffentlichkeit als Summe von Vorgängen, die für die Allgemeinheit von Bedeutung sind, als Kommunikation über Themen von allgemeinem Interesse oder als allgemein zugänglicher Raum. All das wird von rasanten Entwicklungen im Bereich der Medien und der Kommunikationstechnik beeinflusst. Dabei bedeutet Öffentlichkeit zumeist Medienöffentlichkeit, und durch den elektronischen Fortschritt ist eine Veränderung dieser zu erwarten. Auch der Gegenpol „Privatheit“ bedarf einer Neudefinition, denn beispielsweise stellen sogenannte „soft-news“ das Private und Menschliche in den Mittelpunkt ihres Interesses. So lässt sich innerhalb der

Medien die Öffentlichkeit nicht mehr so einfach von Privatheit abgrenzen. Eine weitere Veränderung der Öffentlichkeit kann durch soziale Bewegungen entstehen, die traditionelle Medienpolitik in Frage stellen und Partizipation fordern. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 14 ff.)

In den 70er Jahren entstanden beispielsweise alternative Bewegungen, die dem Willen der BürgerInnen Ausdruck verleihen wollten, wobei sich ein neues Verständnis der Funktion von Massenmedien entwickelte. Dadurch wurde das Bewusstsein geschaffen, dass Massenmedien die Öffentlichkeit nicht abbilden, sondern neben den Funktionen für die Allgemeinheit auch partikulare Interessen bedienen. Außerdem konnte festgestellt werden, dass die der Politik nahestehenden Kommunikationsmittel veranlasst werden können, sich konkreten Missständen zuzuwenden. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 17)

„Heute stellt sich die Frage, ob solche sozialen Netzwerke durch eine zeitgemäße Art der kommunikativen Verknüpfung, nämlich durch den dezentralisierten und interaktiven Informationsfluss, der durch das Internet möglich gemacht wird, nicht zusätzlich an Entfaltungs- und Einflussmöglichkeiten gewinnen.“

(Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 17)

Öffentlichkeit bezieht sich auf Vorgänge von allgemeinem Interesse, Kommunikation, die sich an alle richtet und auf Räume im Sinne von zugangsoffenen institutionalisierten Bereichen. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 18 ff.)

Die Demonstration von Öffentlichkeit soll als Beweis für die Zugänglichkeit von Institutionen und für die Kontrolle durch die Allgemeinheit dienen. Diese Zugänglichkeit bezieht sich aber in Realität nur auf manche VertreterInnen des Mediensystems, die anhand von Selektionskriterien und nicht frei von Subjektivität Berichtenswertes auswählen. Das Misstrauen gegenüber dieser partiell abgebildeten Wirklichkeit führt zur Konstitution von Gegenöffentlichkeit. Dies führte zu der Erkenntnis, dass jenes Mediensystem durch nicht profitorientierte Kommunikationsmittel ergänzt werden müsse, und mündete in einer Alternativbewegung, die von Zeitungen über Radios und Verlage ein breites Spektrum alternativer Medien hervorbrachte. Eine andere Methode war, sich die Selektionskriterien der JournalistInnen zunutze zu machen, durch gezielte

Aktionen Aufmerksamkeit zu erregen und so die Berichterstattung zu erzwingen. Das Anliegen der Gegenöffentlichkeit ist, das Spektrum der medialen Berichterstattung für Themen zu öffnen, die nicht den Profit- oder Machtinteressen der Massenmedien entsprechen. Die Gegenöffentlichkeit macht es sich also zum Ziel, die Bevölkerung über unbeachtete, aber für die Allgemeinheit wichtige Themen zu informieren. Es gibt dabei zwei Formen von Gegenöffentlichkeit. Jene, die alternative Kommunikationsmittel einsetzt, um die Bevölkerung zu erreichen, und jene, die traditionelle Medien durch Inszenierungen auf unübliche Themen aufmerksam macht. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 23 ff.)

Ein Beispiel für Gegenöffentlichkeit bilden die StudentInnendemonstrationen im Jahre 1968. Mittelpunkt der Kritik war die „Refeudalisierung der Öffentlichkeit, durch die immer größer werdende Macht der Industriekonzerne, der großen Parteien und der Medienkonzerne. Diese Gegenöffentlichkeit basierte auf zwei Idealen, dem rationalen Diskurs als Ideal bürgerlicher Öffentlichkeit und der Kreativität als Ideal direkter Öffentlichkeit. Im Ideal der bürgerlichen Öffentlichkeit herrscht ein Modell der Kommunikation aller mit allen. Diese abstrakte Forderung bedeutet, dass alle, die eine Meinung entgegennehmen, auch ihre Meinung dazu abgeben dürfen. Dazu müssten die Medien so organisiert sein, dass es möglich wäre, unmittelbar einer geäußerten Meinung zu widersprechen. Zudem müsste eine nahtlose Umsetzung des Willens der Mehrheit ohne Behinderung durchführbar sein, selbst wenn sich dieser gegen die eingesetzte Autorität richtet. Die Öffentlichkeit würde also autonom innerhalb des Staates agieren. Das Ideal der direkten Öffentlichkeit entspricht dem Selbstverständnis der direkten Demokratie mit den Forderungen nach Dezentralisierung der Staatsmacht und Selbstverwaltung in den Betrieben bei demokratischer Planung des Wirtschaftsprozesses. Die wichtigsten Ziele waren die Abschaffung von Monopolen, Selbstbestimmung der Bevölkerung durch jederzeit abwählbare, kontrollierte Instanzen und die Schaffung von selbstbestimmten Produktionsgruppen abseits des kapitalistischen Profitprinzips. (Vgl. Prokop 2001: S. 378 f.)

„Analog zu Habermas, der die literarische Öffentlichkeit der französischen Aufklärung als Vorform bürgerlicher Öffentlichkeit bezeichnet, kann die Phase des studentischen Protestes als eine Konstitutionsphase von Gegenöffentlichkeit begriffen werden, deren Gehalt nicht so sehr in der Ausprägung materialisierter Gegenöffentlichkeit gelegen hat, als in der Formulierung einer utopischen Idee von authentischer Gegenöffentlichkeit.“ (Stamm 1988: S. 53)

In der StudentInnen- und SchülerInnenbewegung galt Gegenöffentlichkeit laut Stamm als „Gegenbegriff zu einer von Massenmedien und politischen Autoritäten manipulierten Öffentlichkeit“. In diesem Sinne ist Gegenöffentlichkeit auch eine Kampfansage gegen die hierarchische Struktur und die Arbeitsweise der herrschenden Mediensysteme. (Vgl. Stamm 1988: S. 40)

*„Gegenöffentlichkeit ist aber nicht nur ein Gegen- oder Kampfbegriff, er zielt gleichermaßen über das Bestehende hinaus, ist Chiffre für das utopisch Andere, Neue. D.h. konkret: Diese Phase von Gegenöffentlichkeit ist dadurch gekennzeichnet, daß hier der Versuch unternommen wird, andere Organisationsformen der Produktion von Öffentlichkeit ansatzweise zu realisieren und dem Status quo repräsentativer Öffentlichkeit entgegenzusetzen.“
(Stamm 1988: S. 40)*

Eine Öffentlichkeit kann also nur funktionieren, wenn die Individuen bewusst handeln. Diese müssen sich innerhalb der kapitalistischen Gesellschaft einen Bereich in Form von Gegeninstitutionen schaffen, in denen es möglich ist, Freiheit durch Selbstorganisation zu realisieren, ihre Ziele im Diskurs zu erörtern und durch Gegen-Sender und Gegen-Zeitungen zu verbreiten. (Vgl. Stamm 1988: S. 40 f.)

Die StudentInnenrevolte schafft als dynamische Konstellation mit zunehmenden homogenisierenden Tendenzen eine Verbreiterung der Kommunikationsbasis, und die KommunikatorInnen verlassen auf diesem Weg die Anonymität, die durch den einseitigen Medieninformationsfluss entsteht. Durch diese antiautoritäre Dynamik entsteht ein derartiger „Politisierungs- und Selbstaufklärungsprozess“ (nach Blanke) der Beteiligten. (Vgl. Stamm 1988: S. 32)

In jenen StudentInnenbewegungen war Herbert Marcuse ein Leitbild für das Misstrauen gegenüber den Massenmedien als Herrschaftsinstrument und das

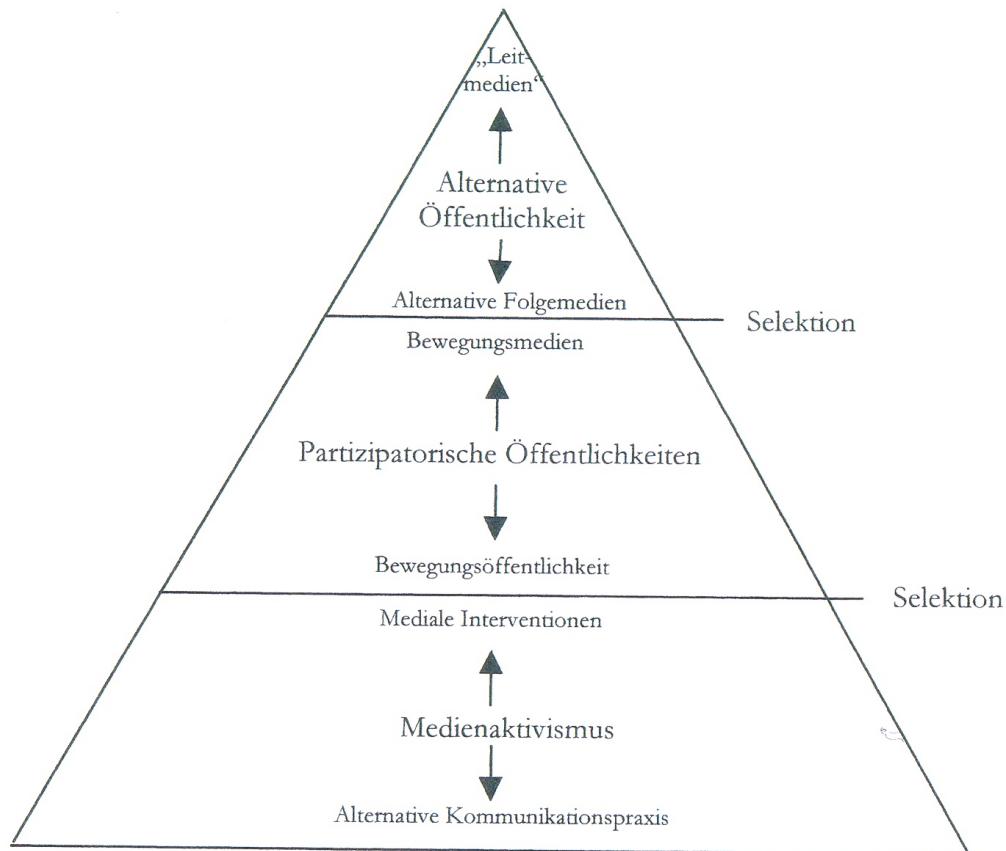
Anstreben einer neuen Form von sozialer Kontrolle. Zudem erlebten die StudentInnen die Massenmedien als wirkungspsychologisch relevante Industrie, die ein bestimmtes Bewusstsein zu politischen Auseinandersetzungen steuert. (Vgl. Weichler 1987: S. 118) Bevor sich die Bevölkerung die Möglichkeit geschaffen hat, Medien zu ihren Zielen zu nutzen und eigene alternative Medienkanäle zu Hilfe zu nehmen, war sie durchaus darauf angewiesen, die vorhandenen Medien zu beeinflussen und somit zu ihren Gunsten zu nutzen. Dieser Einfluss war jedoch durch das restriktive hierarchische Mediensystem schwer zu erreichen. Auf diesem Mangel fußte die Entwicklung von Gegenöffentlichkeit über alternative Medien.

In einer theoretisch-analytischen Betrachtungsweise liegt nahe, dass aus Sicht der VerfechterInnen von Gegenöffentlichkeit eine Doppelstrategie verfolgt wird, denn die Gesellschaft wird vorerst mit Hilfe der Massenmedien und der alternativen Medien über Positionen der Gegenöffentlichkeit informiert, und darüber hinaus können interessierte RezipientInnen über bewegungseigene Medien in die Gegenöffentlichkeit integriert werden. Sowohl alternative Medien als auch Massenmedien sind für Gegenöffentlichkeit förderlich, da beide öffentliche Kommunikationsprozesse initiieren und aufrechterhalten. Die Grenzziehung zwischen etablierten und alternativen Medien verschwimmt zunehmend, da auch Massenmedien auf neue Medientechniken und verändertes Selektionsverhalten zurückgreifen. (Vgl. Wimmer 2007: S. 232 f.)

Wimmer erstellt eine Ordnung von Gegenöffentlichkeit in drei Dimensionen, der Makro-, Meso- und Mikroebene. Die Makroebene betitelt kritische Teilöffentlichkeiten, die ihre Positionen mit Hilfe von alternativen Medien und Aktionen innerhalb der massenmedialen Öffentlichkeit deutlich machen. Die Individuen der Teilöffentlichkeiten verstehen sich als marginalisierte Gruppe und bilden eine alternative Öffentlichkeit. Die Mesoebene beschreibt eine Vielzahl partizipatorischer Öffentlichkeiten aus dem Bereich der Zivilgesellschaft, nämlich kollektive und politische Lern- und Erfahrungsprozesse innerhalb alternativer Organisationszusammenhänge, welche auch partizipatorische Öffentlichkeiten genannt werden können. Die Mikroebene beschäftigt sich mit Formen von großteils individuellem Medienaktivismus durch alternative Kommunikationspraxis. Dabei ist Einflussnahme Einzelner auf meist

massenmediale Öffentlichkeit gemeint. Die Grenzen zwischen diesen Ebenen sind allerdings fließend. (Vgl. Wimmer 2007: S. 236 f.)

Abbildung 8: Komplexitätsebenen von Gegenöffentlichkeit



Komplexitätsebenen von Gegenöffentlichkeit (Wimmer 2007: S. 238)

Makroebene: Alternative Öffentlichkeit

Der subjektive Beweggrund der Akteure für die Konstitution von Gegenöffentlichkeit ist die Befürchtung, dass ihre Informationen und Ansichten nicht von Massenmedien aufgegriffen würden. Dies veranlasst sie zu alternativen Medienprojekten mit dem Ziel, ergänzend zu den Massenmedien die für sie wesentlichen Nachrichten zu verbreiten. Es soll der massenmedial beherrschten Öffentlichkeit eine Alternative geboten werden, indem sich die Akteure entweder Zugang zu den Massenmedien verschaffen, oder eine andere Form sowie andere Inhalte über eigene alternative Medien transportieren. (Vgl. Wimmer 2007: S. 238 f.)

Mesebene: Partizipatorische Öffentlichkeiten

Diese partizipatorischen Öffentlichkeiten sind organisationale Handlungs- und Kommunikationssysteme bewegungseigener Medien. Einerseits wollen alternative Medien eine eigene Öffentlichkeit kreieren, andererseits streben sie nach möglichst breiter, öffentlicher Repräsentation. Die in der Mesebene angesiedelten bewegungseigenen Medien zielen allerdings nicht auf die direkte Beeinflussung der öffentlichen Meinung ab, sondern übernehmen eine interne Dienstleistungsfunktion innerhalb der Bewegungen. Sie bedienen sich des emanzipatorischen Mediengebrauchs nach Enzensberger und stützen sich auf Beteiligung bewegungsinterner AkteurInnen für eine kollektive Selbstvergewisserung, die von Wimmer auch partizipative Öffentlichkeit genannt wird. Heutzutage kommt den bewegungseigenen Medien vermutlich durch die Möglichkeiten Neuer Medien eher eine organisierende Funktion zu, wobei ihre politische Funktion immer mehr in den Hintergrund tritt. (Vgl. Wimmer 2007: S. 239 f.)

Mikroebene: Medienaktivismus

Die Mikroebene befasst sich mit dem Medienaktivismus, worunter Formen alternativen Gebrauchs traditioneller Massen- und Neuer Medien verstanden werden können. Die AkteurInnen machen sich die Möglichkeiten der Massenmedien zu eigen, um das passive Publikum zu informieren und zu mobilisieren, obwohl sie die Macht der Massenmedien kritisieren. Bei diesen Einflussnahmen auf die massenmediale Öffentlichkeit agieren sie oft individuell und nicht organisationsgesteuert über zumeist neue, unabhängige Medien. Gerade bei Neuen Medien allerdings ist die Grenze zwischen alternativ und mainstream schwer zu ziehen. Medienaktivismus ist also keine Bewegung, sondern ein individuelles Projekt. (Vgl. Wimmer 2007: S. 241 f.)

Gegenöffentlichkeit ist allerdings kein einfaches Manipulationstheorem, sondern bildet eine Lebenswelt für AkteurInnen, die medienkompetent vermitteln, sich selbst zu MedienproduzentInnen machen und damit ihr eigenes Rezeptionsverhalten verändern wollen. Massenmedien wurde zwar nicht getraut, allerdings formen diese durch ihre vorgegebenen Argumentationen und Informationen, womit sie eine Grundlage an Einstellungen bilden, die Alternativbewegungen mit. (Vgl. Oy 2011: S. 15 f.)

Oy gliedert die kritischen Theoreme von Öffentlichkeit, Medien und Demokratie sowie die mit ihnen korrespondierenden Praxisformen in drei idealtypische Formen:

- Gegenöffentlichkeit als Sorge um die Demokratie, wobei die Öffentlichkeit nicht als Widerspiegelung des grundlegenden gesellschaftlichen Konflikts, sondern als funktionale Beherrschung der Massen gesehen wird.
- Gegenöffentlichkeit als Kritik an der Massendemokratie, welche durch Betroffenenberichterstattung Kritik an den Informations- und Kommunikationsangeboten der Massenmedien übt.
- Gegenöffentlichkeit als emanzipative Strategie, deren Rückkanal- oder Interaktivitätsmodell auf die Theorien von Brecht und Benjamin zurückzuführen ist.

Dabei wird ein grundlegender Wandel der Medienproduktionsverhältnisse für die ProduzentInnen und RezipientInnen, eine Umwälzung der Medienstrukturen und damit auch der Gesellschaft angestrebt. Die Meinungsfreiheit bildet dabei eine zentrale Forderung, und die ehemals freie Meinungsäußerung wird zu einer Verpflichtung zur medialen Selbstrepräsentation. Dies konnte zunächst mit dem Medium Radio und später durch das Internet realisiert werden. (Vgl. Oy 2011: S. 18 ff.)

Oy sieht als Grundlagen von Gegenöffentlichkeit folgende Kriterien: Politik in erster Person, Betroffenheit und Authentizität, Verbreitung zurückgehaltener Nachrichten, Verwirklichung des Rückkanal-Theorems, nichthierarchische Arbeitsteilung und schließlich parteipolitische und ökonomische Unabhängigkeit. Auch unabhängig von politischen Inhalten werden Betroffenheit und authentische Meinungsäußerung selbst zum Inhalt, wodurch sich auch das kritische Image der alternativen Medien konstituiert. Obwohl der Schluss nahe liegt, dass bei steigender Anzahl von Medienangeboten auch die Anzahl der verschiedenen Informationen erhöht wird, lässt sich beobachten, dass sich die mediale Debatte oft auf ein Thema konzentriert, was die Verbreitung zurückgehaltener Nachrichten umso wichtiger macht. Während die Technik für ein Rückkanal-System bereits ausgereift wäre, lässt die Realisierung noch auf sich warten. Nichtsdestotrotz kann eine Implementierung beziehungsweise Aneignung ehemaliger alternativer Konzepte durch die Massenmedien beobachtet werden.

Oy versteht alternative Öffentlichkeit also nicht als isolierte Medientheorie, sondern als umfassende Gesellschaftstheorie und deren Praxis. (Vgl. Oy 2011: S. 20 ff.)

Alternative Medien

Atton liefert nicht nur ein Konzept für politische Medien und solche unter dem Vorzeichen des Widerstands, sondern möchte ein umfassendes Modell entwickeln, das ebenso künstlerische, literarische Medien wie auch „special interest“ Magazine und Hybridformen der elektronischen Kommunikation beinhaltet. Auch innerhalb einer dieser Kategorien gibt es jede Menge verschiedener Perspektiven, Stile und Beiträge. Er unterscheidet dabei zwischen alternativen und radikalen Medien, wobei alternativ eher als allgemeiner Überbegriff zu verstehen ist und sich radikal auf oft revolutionäre, soziale Bestrebungen bezieht. Es bedarf also mehr als einer Unterscheidung zwischen alternativ und mainstream. Alternative Medien sind genauso mit ihren Organisationsstrukturen innerhalb soziokultureller Kontexte beschäftigt wie mit ihren inhaltlichen Bestrebungen. Sie wollen andere Sichtweisen als die Berichterstattung der Mainstreammedien bieten und sich Themen widmen, die der Selektion nach Nachrichtenfaktoren nicht standhalten würden. (Vgl. Atton 2002: S. 8 ff.) Da die Medienkultur immer weniger tiefgründige Reportagen bringt, ermöglicht die alternative Berichterstattung Sichtweisen, die uns sonst vorenthalten wären, und unterstützt die kreative Ideenentfaltung, während sie sich vom Profit distanziert. Alternative Medien greifen durch ihre Offenheit auch Perspektiven auf, die erst in Folge von Mainstreammedien aufgegriffen werden und eine soziale Entwicklung in die Wege leiten. Sie befinden sich somit in einer Vorreiterrolle. (Vgl. Atton 2002: S. 11 f.)

Während Atton drei bereits gängige Kriterien für alternative Medien wiedergibt, kritisiert er auch schon deren breite Auslegbarkeit. Die Kriterien Nicht-Kommerzialität mit dem Anspruch, sich neuen Ideen zu widmen, der Fokus auf soziale Verantwortung und Kreativität sowie allein die Tatsache, dass sich ein Medium als alternativ beschreibt, sind in diesem Fall zu vage. Dabei wird etwa

der Anspruch, sich neuen Ideen zu widmen, nicht näher definiert oder dargelegt, wie sich dieser Anspruch äußern sollte. Außerdem könnten nicht-kommerzielle Medien auch zu Wohltätigkeitszwecken beziehungsweise gratis Themen behandeln, die im Widerspruch zum Fokus auf soziale Verantwortung und Kreativität stehen. Zwei weitere Kriterien, derer er sich bedient, um die Motivation von alternativen Medien für einen radikalen sozialen Wandel zu beschreiben, sind ein demokratischer Produktionsprozess und Innovation bezüglich Form und Inhalt. Dabei wird nicht nur die inhaltliche Ebene, sondern auch die Organisationsebene und Präsentationsebene miteinbezogen. (Vgl. Atton 2002: S. 13 ff.)

Der Liverpool Free Press schreibt Atton drei Kriterien alternativer Medien zu: kommerzielle Unabhängigkeit und journalistische Freiheit, Unabhängigkeit von politischen Parteien oder Organisationen und Unterstützung bestimmter Interessensgemeinschaften. Zu beachten ist auf jeden Fall, dass jede Definition von politischen und sozialen Gegebenheiten sowie historischen Entwicklungen in den jeweiligen Ländern abhängig ist. Ebenso streicht er heraus, dass alternativ nicht rein oppositionell verstanden werden kann, denn während es das Ansinnen einer Opposition ist, das Gegenwärtige zu ersetzen, strebt eine Alternative nach Koexistenz. (Vgl. Atton 2002: S. 17 ff.)

Das Verhältnis von RezipientIn und ProduzentIn kann bei Publikationen, welche die LeserInnen zu Widerstand ermutigen sollen, unterschiedliche Gestalt annehmen. Entweder die RezipientInnen werden in einem hierarchischen System von den ProduzentInnen für ein Ziel instrumentalisiert, wobei Atton kommunistische Medien als Beispiel nennt, oder es wird eine Revolution und Befreiung durch Suche nach einer sich austauschenden Gemeinschaft und einem alternativen Wertesystem angestrebt. (Vgl. Atton 2002: S. 103 f.)

Während manche alternative Medien sich einer Sprache bedienen, die jener der Mainstreammedien gleicht, um dieselben RezipientInnen anzusprechen und für alternative Inhalte zu interessieren, setzen andere alternative Medien explizit auf eine ausgefallene Sprache, um sich von den Massenmedien abzuheben und im Falle von Jugendsprache andere Generationen auszuschließen. (Vgl. Atton 2002: S. 118)

Es ist daher nicht immer das Ziel, ein Massenpublikum anzusprechen, denn oft dienen alternative Medien allein bestimmten Gesellschaftsgruppen, die hier eine

interne Kommunikationsebene schaffen und ihre Interessen ansprechen und somit sogar innerhalb der Alternativmedien nur einen geschlossenen Leserkreis bedienen. Dabei handelt es sich um sogenannte selbstgewählte Bewegungen innerhalb einer Bewegung. Dadurch entsteht eine weitere Entfremdung der AkteurInnen. (Vgl. Atton 2002: S. 132)

Alternative Medien ermöglichen den RezipientInnen den Zugang zu Erfahrungen anderer publizierender RezipientInnen und bieten in manchen Fällen ein soziokulturelles und soziopolitisches Netzwerk für weitere Projekte mit dem Ziel einer sozialen Veränderung. Weiters bedarf es bei dieser oppositionellen Kultur keiner bestimmten Ausbildung, sondern autodidaktischen Wissens- und Fähigkeitenerwerbs bezüglich der Inhalts- und Mediengestaltung sowie Mediennutzung. Obwohl das Erlernen der schriftlichen Ausdrucksformen oft eine Belastung darstellt, entsteht durch die Involvierung in Produktion und Organisation der alternativen Medien oft ein wertvoller Faktor der Selbstreflexivität. Durch das Generieren von Information für weitere Handlungen ergibt sich für die AkteurInnen ein Arbeitsfeld, in dem sie im Optimalfall selbstreflektiert handeln und ihr Können innerhalb dieser Medien trainieren und erweitern. Was die Möglichkeiten der Selbstverwirklichung in alternativen Medien von jener in Massenmedien unterscheidet, ist der demokratische partizipative Zugang, wobei LeserInnen nicht nur an der bestimmten Gesellschaftsgruppe, sondern auch an deren interner Diskussion teilnehmen und sogar selbst zu AutorInnen werden können. Dies entspricht dem Grundsatz der freien Meinungsäußerung. (Vgl. Atton 2002: S. 153 ff.)

Durch die politische Unabhängigkeit der alternativen Medien fungieren diese als Experimentierfeld für alternative soziale Entwicklungen und können daher wegweisend für gesellschaftlichen Fortschritt sein. Abschließend nennt Atton Autonomie, Solidarität und Reflexivität in kreativen Prozessen demokratischer Medienproduktion als wesentliche Faktoren. (Vgl. Atton 2002: S. 156)

Waltz betrachtet Medien als alternativ sobald sie in Opposition zu weit verbreiteten und in hoher Auflage konsumierten Massenmedien stehen. Im einfachen Sinn zählen viele Themen zum Aufgabenbereich der Alternativmedien, jedoch sind bei strengerer Auslegung nur wenige wirklich radikal von jenen der Mainstreammedien unterscheidbar. Während früher davon die Rede war, dass

kleine Minderheiten durch alternative Medien repräsentiert werden, schlussfolgert Waltz, dass in manchen, vorwiegend städtischen Bereichen Publikationen für ethnische Minderheiten einen Großteil von RezipientInnen ansprechen können. Abhängig von den jeweiligen politischen und gesellschaftlichen Strukturen kann die Definition ein und desselben Mediums differieren. Beispielsweise gilt CNN in Nord Korea, einem Land mit Diktatur und Zensur, als alternatives Medium.

Medienaktivismus ermuntert RezipientInnen zur aktiven Mitarbeit an sozialer Veränderung. Manche MedienaktivistInnen streben auch mit ihren Publikationen ein Massenpublikum an, um breitere Rezeption ihrer Aussagen zu erzielen, und beabsichtigen somit, selbst an einem Massenmedium zu arbeiten. (Vgl. Waltz 2005: S. 2 ff.)

Minderheiten und Randgruppen suchen vermehrt nach alternativen Medien, nachdem ihre Interessen von den Mainstreammedien nicht vertreten werden. (Vgl. Waltz 2005: S. 7 f.) Auf der anderen Seite bieten Alternativmedien der eigenen Community auch im Kleinen die Möglichkeit sich untereinander auszutauschen, einander Tipps zu geben und im Bedarfsfall Information und Hilfe zur Verfügung zu stellen. Wenn diese Medienprojekte durch aktivistische Maßnahmen ein breiteres Publikum ansprechen, können alternative Medien Anstoß für Veränderung sein. (Vgl. Waltz 2005: S. 33)

Bailey, Cammaerts und Carpentier entwickelten ein Modell von "four approaches to alternative media", wobei sie gleich zu Beginn das Beispiel des alternativen Radios heranziehen, um vor Augen zu führen, wie unterschiedlich die Bezeichnungen weltweit für jegliche Alternativen zum Mainstreamradio sind und wie weit gefasst daher eine alles umfassende Definition sein muss.

	Media-centred	Society-centred
Autonomous identity of community media (essentialist)	<u>Approach I:</u> Serving the community	<u>Approach III:</u> Part of civil society <u>Approach VI:</u> Rhizome
Identity of community Media in relation to other Identities (relationalist)	<u>Approach II:</u> An alternative to mainstream	

Figure 1.1 Positioning the four theoretical approaches.

(Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 7)

Um die erste Einteilung *Serving the community* zu beschreiben, wird die Unterscheidung zwischen community und society erklärt. Eine "community" ist hier mit einer großen Familie gleichgesetzt, während "society" eine Menge von einander isolierter Individuen ohne Zusammenhalt und Zusammenarbeit ist. (Vgl. Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 6 ff.)

Die Verbindung zwischen Medium und "community" übersteigt eine einseitige Kommunikation vom Sender zum Empfänger, da eine aktive Teilnahme der RezipientInnen am Kommunikationsprozess und Mitarbeit an dem Medium relevant sind. (Vgl. Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 10 f.) Eine solche Mitarbeit besteht bei alternativen Medien sowohl am produzierten Inhalt als auch an der Organisationsform, durch die Inhalte produziert werden.

Die Rubrik *an alternative to mainstream* differenziert zwischen alternativen und Mainstreammedien, wobei alternative Medien als Ergänzung zu Mainstreammedien oder als Kritik gegen die hegemoniale Struktur des Mainstream gelten. Außerdem ist den alternativen Medien eine gewisse Ideologie inhärent. (Vgl. Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 13 ff.) Alternative Medien der "community" positionieren sich als Teil der Gesellschaft (*part of civil society*),

jedoch unabhängig von Markt und Staat. (Vgl. Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 20)

Rhizome, als Symbol für stammbaumartige Verzweigungen, dient bei der vierten Rubrik als Metapher für alternative Medien. Dieses Geflecht ist anarchisch, nicht linear und wechselt seinen Standort. Dies zeigt alternative Medien in ihrer Rolle innerhalb der Verzweigungen der Gesellschaft, in ihrer Undefinierbarkeit und in ihren Wechselwirkungen mit Markt und Staat. (Vgl. Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 26 f.)

"These different strategies, if implemented with the greatest respect for diversity and specificity, would allow alternative media to remain in a position where they can (continue to) serve their communities, act as an alternative to mainstream media (discourses), promote/advocate democratization in the media and (through the media) in society, and function as a crossroads in civil society."

(Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 156)

Alternative Medien werden von MigrantInnen genutzt, um Kontakt mit der alten oder der neuen Heimat herzustellen, oder schlichtweg zur Unterhaltung. (Vgl. Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 64) Dabei wird ein Dialog zwischen dem alten und dem neuen Heimatland ermöglicht, während sie sich mit anderen Kulturen und Medieninhalten befassen. Statt einer Ausgrenzung der MigrantInnen begünstigen die alternativen Medien die Auseinandersetzung mit der neuen Kultur und die Integration in die Gesellschaft. (Vgl. Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 71) Das Wachstum von Medien für Minderheiten, die ihnen eine Plattform zur Identitätsfindung bieten, ist auf deren Marginalisierung und geringen Repräsentation innerhalb der Mainstreammedien zurückzuführen. (Vgl. Bailey; Cammaerts; Carpentier 2008: S. 86)

Howley postuliert, dass es keine ideale Definition für Medienaktivismus gibt. Dennoch verwendet er fünf Typen, die einander auch oft überlappen:

„contesting representations in mainstream media; creating alternative media; using mainstream media to advance political messages; organizing against labour inequities in the media production process; and remaking the fundamental structures of our media system, especially through policy interventions.“

(Howley 2013: S. 249 f.)

Auch Sandoval sieht gewisse Mängel bei den bisherigen Überlegungen und betitelt ihren Text „Warum es an der Zeit ist, den Begriff der Alternativmedien neu zu definieren.“

Ein Kriterium, das bei Definitionen für alternative Medien am häufigsten aufgegriffen wird, sind partizipative Produktionsprozesse, womit ihr emanzipatorisches Potential als Sprachrohr gesellschaftlich benachteiligter Gruppen gemeint ist. Dabei werden eine Demokratisierung der Medienproduktion und eine Verbesserung der Lebenssituation der Produktionsbeteiligten angestrebt. Nicht-kommerzielle Organisationsstrukturen spielen also ebenso eine Rolle. Auch der Diskurs über BürgerInnenmedien widmet sich dem Prinzip der Partizipation und Einbindung von Betroffenen in die Produktion, die Organisation und das Management von Medien, wobei für Brecht, Benjamin und Enzensberger partizipative Medien das Ziel gesellschaftlicher Demokratisierung verfolgten. (Vgl. Sandoval 2011: S. 24 ff.)

Während in diesen frühen Diskursen also das Hauptaugenmerk auf die gesellschaftliche und politische Wirkung der Partizipation gelegt wurde, ging es schließlich in späteren Diskursen darum, die PartizipatorInnen an der Gestaltung der Organisationsprinzipien teilhaben zu lassen.

Die Gefahr liegt schließlich darin, partizipative Produktionsprozesse unabhängig vom produzierten Inhalt als Kriterium für Alternativmedien zu verstehen, und auch der nicht-kommerzielle Faktor ist in dieser Kombination noch nicht ausreichend. Zum einen können auch repressive politische Inhalte über partizipative Produktionsweisen verbreitet werden, zum anderen befinden sich alternative Medien innerhalb eines kapitalistischen Systems, das eine Befreiung von ökonomischen Zwängen nicht zulässt und nicht-kommerzielle Medien dazu drängt, deren MitarbeiterInnen zur Selbstausbeutung zu bewegen. Auch die Produktions- und Vertriebsmöglichkeiten sind für nicht-kommerzielle Medien wesentlich geringer und somit mit dem Risiko der Marginalisierung verbunden. Selbst im Internet, welches eine ideale Plattform für Partizipation und geringe Mittel zur Produktion darstellt, werden finanzielle Mittel wiederum notwendig, um einzelne Inhalte aus der Informationsflut von Webseiten zu bewerben und sichtbar zu machen. (Vgl. Sandoval 2011: S. 26 ff.)

Eine weitere Gefahr einer solchen Definition besteht darin, dass nicht-kommerzielle und partizipativ organisierte alternative Medien sehr selten sind und

damit Medien ausgeschlossen werden, die den emanzipatorischen Ansprüchen und Inhalten zwar gerecht werden, allerdings professionell organisiert sind. Diese würden zwar auf inhaltlicher Ebene alle Kriterien erfüllen, werden jedoch aufgrund ihrer Organisationsstruktur von der Definition ausgeschlossen.

Die Alternativmedientheorie beschäftigt sich also vornehmlich mit kleinen alternativen Projekten mit geringer Reichweite, ungeachtet alternativer Medien, die alternative Sichtweisen einem Massenpublikum vermitteln wollen, ohne sich dem Partizipationsgedanken zu widmen.

Alle Dimensionen miteinbezogen sollten alternative Medien kritisch rezipiert und partizipativ produziert werden, dabei aber ökonomisch unabhängig und inhaltlich kritisch sein. Die AkteurInnenebene umfasst nach diesem Modell partizipative Produktion kritischer Medieninhalte und deren kritische Rezeption. Die Strukturebene widmet sich der Gestaltung herrschaftskritischer Inhalte und nicht-kommerzieller Medienproduktion. Dieses Idealmodell umzusetzen bedeutet zumeist Verzicht auf regelmäßiges Erscheinen, Qualität der Berichterstattung und öffentliche Sichtbarkeit. Ein dialektisches Modell alternativer Medien würde im Gegenzug mehr gesellschaftliche Wirkungsbreite entfalten. Demnach könnten sogar bestimmte Mechanismen kommerzieller Mainstreammedien genutzt werden, um Ideale der Alternativmedien umzusetzen. Dazu ist es wiederum naheliegend, Mindestanforderungen alternativer Medien zu definieren. Dafür dient als Kriterium der herrschaftskritische Inhalt, welcher eine klare Unterscheidung zwischen emanzipatorischen und repressiven Medien zulässt. Werbefinanzierung und professionelle Organisationsstrukturen werden dabei allerdings nicht ausgeschlossen. Zukunftsvision der kritischen Sichtweisen ist nicht nur die Demokratisierung des Mediensystems, sondern mehr noch die Emanzipation der Gesellschaft. Dies gelingt natürlich wesentlich besser, wenn auch durch alternative Medien ein möglichst breites Publikum erreicht wird. (Vgl. Sandoval 2011: S. 29 ff.)

		Kommerzielle Mainstream-Medien	Idealtypische Alternativmedien	
Strukturen	Ökonomische Produktform	Warenform	Nicht-kommerzielles Medienprodukt	
	Inhalt	(Tendenziell) ideologischer Inhalt	Herrschaftskritischer Inhalt	
AkteurInnen	RezipientInnen	Viele RezipientInnen	Kritische RezipientInnen	Kritische ProsumentInnen
	ProduzentInnen	Wenige ProduzentInnen	Kritische ProduzentInnen	
Diese Dimension ist notwendiger Bestandteil alternativer Medien				
Diese Dimension ist möglicher Bestandteil alternativer Medien				
Diese Dimension ist niemals Bestandteil alternativer Medien				

Tabelle: Charakteristika alternativer Medien (C) Sandoval

(Sandoval 2011: S. 31)

Die Herausforderung liegt darin, kommerziell organisiert und trotzdem inhaltlich unabhängig von ökonomischen Interessen der Geldgeber zu sein, indem etwa Anzeigenkunden selektiv ausgewählt werden, sich das Medium selbst verwaltet und Einnahmen ausschließlich zur Kostendeckung gebraucht werden. Die hier geforderte, inhaltlich kritische Auseinandersetzung mit den Medieninhalten muss sich eindimensionaler Logik entgegensetzen, gesellschaftliche Zusammenhänge hinter verschiedensten Ereignissen betrachten, Herrschaftsverhältnisse hinterfragen und deren Veränderbarkeit sichtbar machen. Dadurch zeichnet sich dialektisches Denken aus. (Vgl. Sandoval 2011: S. 32)

Wimmer nennt die zwei Eigenschaften alternative Medienkommunikation und alternative Medienproduktion konstitutiv für alternative Medien. *Alternative Medienkommunikation* entspricht den Leitbildern der gegenöffentlichen, authentischen und emanzipativen Kommunikation. Im Sinne der gegenöffentlichen Kommunikation sollen den vorherrschenden Medieninhalten alternative Themen gegenübergestellt werden, authentische Kommunikation beschreibt die Positionen und Betroffenheit der BürgerInnen, die durch alternative Medien ein Sprachrohr finden, und emanzipative Kommunikation

meint die gesellschaftspolitische Wirkung dieses Handelns. *Alternative Medienproduktion* unterscheidet zwischen Form und Medienpraxis, worunter Produktionsbedingungen und -formen, Arbeitsabläufe, journalistisches Selbstverständnis, Periodizität, Finanzierung und Gestaltung der Inhalte verstanden werden. (Vgl. Wimmer 2011: S. 38 f.)

Das Aufkommen digitaler Medientechnologien und deren Konnektivität, Interaktivität und freie Zugangs- und Nutzungsrechte schufen weiteren Bedarf einer Definition neuer Formen alternativer Medien. Darunter fallen alternative Informationsquellen, wie die freie Online-Enzyklopädie Wikipedia, welche unabhängige Informationen mit Partizipation der NutzerInnen erstellen, dauerhaft speichern und zur freien Nutzung verfügbar machen. Alternative Nachrichtendienste, wie die Nachrichten- und Presseagentur Wikinews oder Wikileaks, erstellen unabhängige Informationen mit Partizipation der NutzerInnen zur freien Nutzung, setzen diese Informationen aber in unmittelbaren Zeitbezug. Publikations- und Diskursplattformen, wie Indymedia beziehungsweise Nettime, bieten Netzwerkaktivismus und Diskurs von kontroversen Informationen.

Bei der Ausdifferenzierung von vier Idealtypen alternativer Medien im Umgang mit ihren ökonomischen Grundlagen orientiert sich Wimmer am klassischen Vorgehen des Soziologen Max Weber. Diese vier Idealtypen überschneiden sich in einigen Merkmalen und sind laut Wimmer auch nicht eins zu eins auf die Realität übertragbar. (Vgl. Wimmer 2011: S. 41 f.)

		Inhaltsbezogen	
		Pragmatisch	Idealistisch
Medienmanagement	Strategisch	Advokat	Alternativ-Leitmedium
	Emergent	Aktionist	Adept

Tabelle: Idealtypen des medienökonomischen Umgangs alternativer Medien (© Wimmer)

(Wimmer 2011: S. 42)

Advokat umfasst Obdachlosenzeitungen, deren medienökonomische Ausrichtung sich nach Markt- und Straßenverkauf gestaltet und publikumswirksame Allgemeinthemen oft mehr Platz gegeben wird als den eigentlich vordergründig angestrebten, politisch motivierten Inhalten. Auch der Typus *Alternativ-Leitmedium*, worunter zum Beispiel die französische „Libération“ fällt, richtet sich auf den Markt aus. Jene Medien machen sich zwar den Ausgleich publizistischer und wirtschaftlicher Inhalte zum Ziel, verwenden aber hierarchische Arbeitsstrukturen, bieten schlechtere Arbeitsbedingungen als etablierte beziehungsweise kommerzielle Medien und haben eine geringe publizistische Reichweite. Wimmer zählt dazu auch freie Radios, die über ein Online-Portal ihre Beiträge austauschen. *Aktionist* sind beispielsweise Stadtzeitungen oder freie Radios, deren fehlende finanzielle Quellen diese auch inhaltlich zu Kompromissen zwingen. Eine Alternative dazu bietet der Status des Untergrundmediums, wie etwa das PiratInnenradio, welches ohne Lizenz sendete, somit Kosten sparte und unabhängig arbeiten konnte. Im Digitalisierungsprozess fällt dieser Kostenfaktor ebenso weg, wodurch Online-Angebote und partizipative Newssites wie das südkoreanische OhmyNews und deren organisationale wie ökonomische Innovation des open publishing-Prinzips sogar etablierten Medien als Vorbild dienen. (Vgl. Wimmer 2011: S. 42 ff.)

Zu *Adept* zählen etwa offene Kanäle nicht-kommerzieller Radios, denn es werden statt wirtschaftlicher rein publizistische Ziele verfolgt. Dieser Idealismus stützt sich auf Selbstausbeutung und Fördermittel, wobei eine partielle Marktanpassung an Minderheitenmärkte mit Augenmerk darauf, die inhaltliche Alternativität soweit wie möglich beizubehalten, als Überlebensstrategie dient. Auch wenn alternative Medien aufgrund ihrer ökonomischen Faktoren benachteiligt sind, werden manche ihrer Innovationen zu Vorbildern für die als hegemonial empfundene Öffentlichkeit etablierter Medien. Diese übernehmen mitunter inhaltliche wie auch formale Elemente aus dem Bereich der Gegenöffentlichkeit. Die Ökonomie und Zielsetzung alternativer Medien stehen bis heute im Widerspruch zueinander. Aufgrund ihrer geringen medienökonomischen Möglichkeiten ist die Existenz alternativer Medien oft auf kurze Zeit begrenzt. (Vgl. Wimmer 2011: S. 45 f.)

Schölzel widmet sich einer weiteren Untergruppe alternativer Kommunikation. Der Begriff "Guerillakommunikation" ist vor allem in Bezug auf Neue Medien und ausgefallene Mediennutzungsformen geläufiger.

Guerillakommunikation besteht in den zwei Ausprägungen Guerillamarketing im wirtschaftlichen Bereich und politische Kommunikationsguerilla. Der Ursprung der Guerillakommunikation liegt sowohl in der Militärtheorie zum Guerillakrieg als auch in den Avantgarde-Richtungen der Kunstszene des 20. Jahrhunderts. (Vgl. Schölzel 2013: S. 16) Der Konnex zwischen Guerilla und Kommunikation fand in den 1980er und 1990er Jahren seine weitere Verbreitung. Bereits zwei Jahrzehnte davor hatte Umberto Eco am New Yorker International Center for Communication, Art and Sciences einen Vortrag gehalten, in welchem er die Verbindung zwischen Kommunikation und Guerilla aufzeigte. Seine Idee fußte auf dem Verlangen nach Kontrolle über die Massenmedien, und damit über die Beeinflussung der Meinungen der RezipientInnen, wozu er nach einer kritischen Umgangsform suchte. (Vgl. Schölzel 2013: S. 20 ff.) Schölzel verbindet wiederum Guerillamarketing mit ähnlichen Formen oder Unterformen wie „Ambient-Marketing“, „Ambush-Marketing“, „Viral-Marketing“, „Anti-Marketing“, „Buzz-Marketing“, „Chat-Attack“, „Blogging“, „Dark-Marketing“ und als interessanteste Konzepte das „Cultural Hacking“ und „Culture Jamming“. Kommunikationsguerilla hingegen ist weniger in verschiedenste Begrifflichkeiten im Bereich des Werbemarktes verstrickt, denn damit ist das Ziel verbunden, über persönlichen Einsatz von AkteurInnen innerhalb der Mainstreammedien ihre alternativen Sichtweisen und Ideale zu verbreiten. (Vgl. Schölzel 2013: S. 24 f.)

Neue Medien

Gerade in Bezug auf das Internet ist die Definition alternativer Medien schwierig, denn es verschwimmen die Grenzen zwischen alternativen und Mainstreammedien sowie zwischen herrschaftlichen und Widerstandsmedien, einflussreichen und Nischenmedien. (Vgl. Atton 2001: S. 7)

In solchen kombinierbaren Formen gibt es etwa Hybridfelder von anarchistischen Webseiten und journalistischen Internetdiskussionsforen. Die Bandbreite an

Medienprodukten und Aktivitäten innerhalb dieses Feldes verbindet kulturelle, künstlerische und literarische mit journalistischen Praktiken. (Vgl. Atton 2001: S. 30)

Cultural jamming wird im Bereich der Ökonomie als Gegenposition zur Markenkultur verstanden. Political jamming hingegen positioniert sich gegen Regierung, politische AkteurInnen und Parteien sowie gegen unerwünschtes Verhalten innerhalb der Gesellschaft. Dieser Protest richtete sich zu manchen Zeiten auch gegen Minderheiten, sodass dieser nicht zwangsläufig als progressiv zu werten ist. (Vgl. Bailey 2008: S. 140)

Hüttner und Nitz verorten als Ursache für gescheiterte Medienprojekte heutzutage nicht nur zu wenig finanzielle Mittel, sondern auch sinkendes soziales Engagement, denn viele AkteurInnen sozialer Bewegungen betrachten Medien und Medienarbeit als vergleichsweise unwichtig. Auch das Internet sehen sie sehr kritisch und warnen vor Schnellebigkeit und Intransparenz trotz zunehmender Beschäftigung der Gesellschaft mit jener Technik. Sie stellen vor allem in Frage, ob die einfache Partizipationsmöglichkeit zu mehr Reflexion oder eher „einer Form der relativ bedeutungslosen Vielleser- und -wisserei“ führt. (Vgl. Hüttner; Nitz 2011: S. 72 f.)

„Siegt wirklich die vielzitierte ‚Weisheit der Vielen‘ über den Wahnsinn des (digitalen) Mobs?“ (Hüttner; Nitz 2011: S. 73)

„Der ganze Medienschrott, der einen umgibt, läßt ein Bedürfnis nach Ruhe entstehen. Medienruhe. Der Wunsch, zwischen Schrott und Nicht-Schrott zu unterscheiden. Medienfreier Raum, wo Stille ist, und wo man/frau sich auf sich selber konzentrieren kann: ein intimer Raum, eher eine Klostersituation.“

(Diederich; Schindowski 1989: S. 11)

Trotz dieses Postulats sehen Diederich und Schindowski die Vereinzelung innerhalb der Entwicklung und des Gebrauchs neuer Medientechnologien nicht selbstgewählt. Denn hierbei wird nicht das Kollektiv, sondern das Individuum gefördert. Es werden nicht nur im Rahmen der Zeitungsproduktion DruckerInnen und SetzerInnen durch die entsprechende Technologie ersetzt, sondern auch soziale Prozesse und kollektive Lernerfahrungen innerhalb einer

Alternativbewegung durch Informationsaustausch über Computer ausgeschlossen. An einem plakativen Beispiel schildern sie den durchschlagenderen Effekt einer kollektiven Aktivität im Verhältnis zu einer statistischen Erfassung, wie den Unterschied zwischen einer Online-Meinungsumfrage, anhand derer sich die Mehrheit gegen Atomkraftwerke ausspricht, und einer entsprechend großen demonstrierenden Menschenmenge, die lautstark ihre Ideale einfordert. Die Betroffenenberichterstattung der Alternativzeitungen sollte ihrer Meinung nach wieder aufgegriffen werden, wobei der oft flache Inhalt und die subjektive Sicht der AkteurInnen hinterfragt gehöre. (Vgl. Diederich; Schindowski 1989: S. 12)

Während bestehende Definitionen Medien nach technischen Eigenschaften, Inhalten und Organisationen klassifizierten, haben sich Lievrouw und seine Kollegin Sonja Livingstone zum Ziel gesetzt, Neue Medien zu definieren. Diese kombinieren nicht nur verschiedene Typen von Medien und Informationstechnologien sowie Inhalte, sie lassen auch keine klaren Trennungen zwischen MedienproduzentInnen und MedienkonsumentInnen sowie EntwicklerInnen und NutzerInnen von Kommunikationssystemen zu. Die folgenden Definitionen wurden speziell für die Analyse von alternativen Medien und Medienaktivismus kreiert. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 6 f.)

„To begin with, we define new media as information and communication technologies and their social contexts, which include three main components:

- (1) the material artifacts or devices that enable and extend people's abilities to communicate and share meaning;*
- (2) the communication activities or practices that people engage in as they develop and use those devices; and*
- (3) the larger social arrangements and organizational forms that people create and build around the artifacts and practices.“ (Lievrouw 2011: S. 7)*

Anhand dieser Definition wäre etwa die Mobiltelefonie in Hardware und Software Komponenten (Satellit; Headsets; Computersoftware, die Anrufe zählt, um Rechnungen zu generieren; etc.), Gebrauch (Anrufe; SMS; Mailbox; etc.) und System- und Nutzerorganisation (Firmen und KonsumentInnen auf dem Privatsektor; Regierungsvorgaben in Bezug auf Steuersätze und Wettbewerb;

etc.) einzuteilen. Weiters soll die Einteilung in *artifacts*, *practices* und *arrangements* auf Neue Medien bezogen werden. So liegt die Besonderheit in gemischten oder neu kombinierten Technologien, die sich ständig weiterentwickeln durch Kombination von bestehenden alten Systemen, wie zum Beispiel Video, und Innovationen, wie etwa Software, um diese Videos auf YouTube zu verbreiten. Dabei hebt Lievrouw hervor, dass Neue Medien auf Ideen beruhen, die alte und neue Technologien, Aktivitäten und Verwendungszwecke kombinieren. Während manche Errungenschaften wie E-Mail zu einer Konstanten werden, gibt es dennoch einen großen Wandel und kontinuierliche Weiterentwicklung im Bereich Neuer Medien, da sie leicht veränderbar konzipiert sind. Dies ist schließlich auch der Grund, warum man seit den letzten Jahrzehnten immer noch von Neuen Medien spricht, da sich diese in einer ständigen Erneuerung befinden. Ein weiterer Schritt, um Neue Medien von Massenmedien zu unterscheiden, ist, diese als sich ständig neu gestaltende Netzwerke von Technologien, Organisationen und NutzerInnen zu beschreiben. Das ist also das sogenannte *network of networks*. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 7 ff.)

Der bestimmende Unterschied zu traditionellen Medien ist die Offenheit für Innovation. Massenmedien und deren Industrie sind hierarchisch strukturiert und zählen bei der Massenproduktion und -distribution auf Massenpublikum und einen steten Rückfluss an Ertrag. Außerdem bestimmen sich Neue Medien durch eine gewisse Allgegenwärtigkeit und eine fundamentale Interaktivität. Diese Allgegenwärtigkeit verursacht, dass sogar die Abwesenheit von Neuen Medien als Manko empfunden wird. Manche Theorien gehen sogar soweit, neue Medientechnologien mit Grundbedürfnissen wie Elektrizität und Wasser gleichzusetzen. Die Interaktivität fußt auf dem Grundsatz der Partizipation als essentielles Element von alternativen Medien und Medienaktivismus. Im Falle Neuer Medien müssen die NutzerInnen sogar aktiv nach Information suchen, diese teilen, verlinken oder ähnliches, was wiederum zu sozialer und kultureller Partizipation auch offline führen könnte. In diesem Idealfall würde also die ständige Schulung in aktiver Teilhabe auch zu mehr Engagement außerhalb des virtuellen Lebens führen. Der Schritt zur Medienpartizipation ist auf jeden Fall durch interaktive Mediennutzung mehr angeregt als durch bloße Medienrezeption. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 12 ff.)

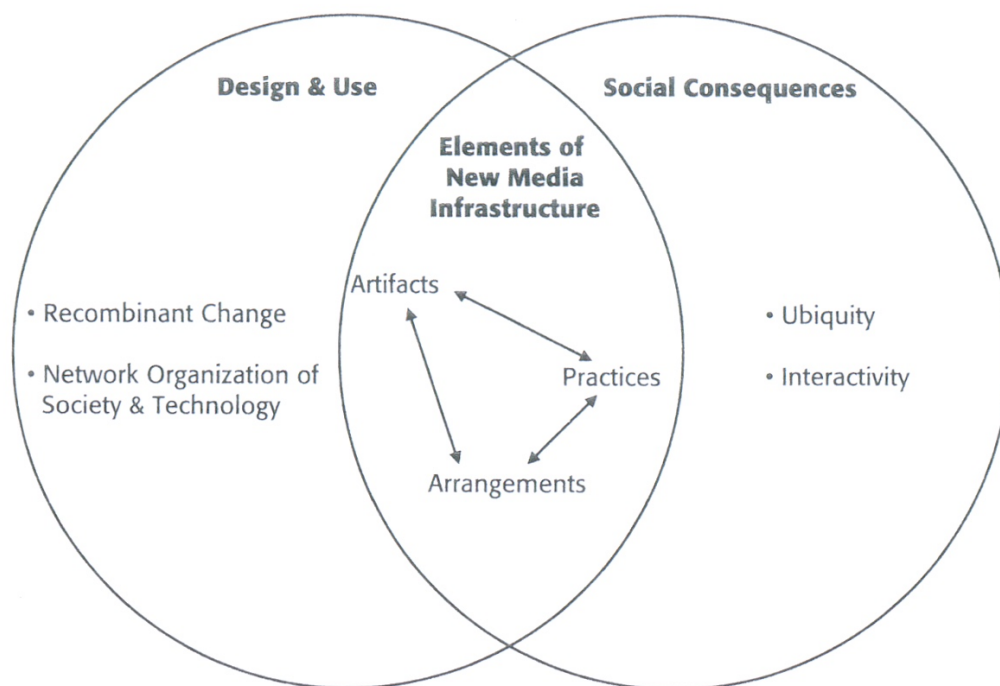


Figure 1.3. New media defined.

(Lievrouw 2011: S. 16)

Diese Kriterien alternativer Neuer Medien und des neuen Medienaktivismus fordern die herrschenden Massenmedien und alteingesessenen Gesellschafts-, Kultur- und Politikstrukturen heraus und streben nach Veränderung. Die Neuen Medien kritisieren somit nicht nur die sogenannten Mainstreammedien, sondern sie greifen erweiternd ein. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 19 ff.)

Lievrouw teilt alternative Neue Medien und neuen Medienaktivismus in Genres ein, welche sich in Form und Zweck unterscheiden. Genres sind hier nicht mit Medien gleichgesetzt. Das Genre *culture jamming* kritisiert Mainstreamkultur, Kapitalismus, Kommerz und Konsum. Dabei wird Mainstreamkultur unterminiert, um mit Ironie subversive Gedanken sichtbar zu machen. In Reaktion darauf übernehmen oft Mainstreamorganisationen bestimmte kreative Aspekte der culture jammers, um ein modernes Image zu erlangen. *Alternative computing* subsumiert illegales „hacking“ von Computern mit dem Ziel, Fehler von Institutionen aufzudecken. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 22 ff.)

Participatory journalism umfasst Online-Nachrichtenplattformen sowie Web logs („blogs“), welche Kriterien des partizipativen Journalismus beinhalten und eine Alternative zu Mainstreammeinungen bieten wollen. Speziell marginalisierte

Gruppen und Minderheiten sollen hier eine Plattform bekommen, die von ehrenamtlichem Personal geführt wird.

Mediated mobilization beschreibt Mobilisierung von sozialen Bewegungen über webbasierte Medien, wie social network sites, blogs oder E-Mail-Listen, etc., und in weiterer Folge kollektive Aktionen außerhalb der Medien.

Commons knowledge steht für den kulturellen Inhalt und die Art der Wissensorganisation, Evaluation und die entsprechenden Entscheidungsträger. Während bei traditionellen Medien ein hierarchisches System von ExpertInnenwissen angewandt wird, wenden sich Neue Medien an Suchmaschinen und Verlinkungen, die sich wiederum auf die Sprache und Begrifflichkeiten des Suchenden beziehen, wodurch relevante Informationen gefunden werden sollen. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 25 f.)

Table 1.1. Genres of alternative and activist new media			
<i>Genre</i>	<i>Social domain</i>	<i>Forms</i>	<i>Purposes</i>
Culture jamming	Popular culture, mainstream media, corporate advertising	Appropriated images, sound, text from popular culture	Cultural critique, political and economic commentary
Alternative computing	Computing, telecoms, media infrastructure (hardware and software)	Hacking, open source system design, file sharing	Open access to and use of information and IT
Participatory journalism	Reporting, news, commentary, public opinion	Online news services, blogs, Indymedia	Covering under-reported groups and issues, investigative reporting
Mediated mobilization	Social movements, identity, cultural politics, lifestyles	Social media, mobs, virtual worlds, blogs	Activist mobilization, lifestyle examples ("prophecy")
Commons knowledge	Expertise, academic/technical disciplines and institutions, Socially sanctioned knowledge	Tagging, bookmarking, wikis, "crowdsourcing"	Mobilizing "outsider," amateur knowledge, comprehensive collection and organization of diverse, arcane knowledge

(Lievrouw 2011: S. 23)

In einem weiteren Schritt versucht Lievrouw Medienaktivismus und neue soziale Bewegungen mit bestimmten Themenkreisen in Verbindung zu setzen, die sich als Eigenschaften (*features*) auf die verschiedenen Genres des Online-Aktivismus aufteilen lassen. Hier soll bloß eine Skizze geboten werden. Nicht jedes Genre weist jede Eigenschaft auf, aber alle Genres teilen gewisse Eigenschaften.

Auf einer übergeordneten Ebene betrachtet verbinden künstlerische, aktivistische Bewegungen, neue soziale Bewegungen und Online-Aktivismus drei Themenkreise: Der Umfang oder die Größe eines aktivistischen Projekts (*scope*), die Grundhaltung im Vergleich zur Mainstreammeinung (*stance*) und die Ausführung des Projektes als Handlung, sowie die Aktivisten als Handlungsinstanz für Veränderung (*action & agents*).

Scope, also der Umfang oder auch Rahmen, innerhalb dessen die Projekte handeln, ist in die Eigenschaften *small-scale* und *collaborative* gliederbar. Damit sind kleine aktivistische Projekte mit geringen Kosten gemeint, die eher taktisch vorgehen und statt geplanten Kampagnen kleine Interventionen starten. Die kollaborative Eigenschaft zeigt sich etwa am Beispiel von Wikipedia, einem relativ großen Projekt, das auf freiwilliger Mitarbeit beruht und als Non-Profit-Organisation auf Spenden angewiesen ist. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 59 ff.) Bei den kleinen Projekten haben die persönlichen Rollen der Beteiligten einen bedeutenden Effekt, denn es entsteht eine Form von Intimität und Insiderwissen.

Stance ist der Überbegriff für die Grundhaltung und Standpunkte, welche die künstlerischen, aktivistischen Bewegungen, die neuen sozialen Bewegungen und den Online-Aktivismus vom Mainstream unterscheiden. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 62 f.) Dabei sind die Eigenschaften *heterotopic*, *subcultural literacy* und *ironic* relevant, denn es werden alternative Themenbereiche behandelt, die oft im Zusammenhang mit Subkulturen stehen und oft mit Ironie und Humor spielen. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 65 f.)

Action & agency wird als Ausmaß verstanden, womit Handlungen durch die beteiligten AkteurInnen erfolgen. Diese Aktionen haben immer das Ziel, bei den bestehenden Mainstreammeinungen zu intervenieren, und haben oft einen vergänglichen Charakter, da sie kurzzeitige Reaktionen auf einen sich verändernden Kontext sind. Ein entscheidender Faktor ist dabei die „Vergänglichkeit des Web“, womit die Unmenge an defekten oder nicht

verwalteten Internetseiten innerhalb des World Wide Web gemeint ist. Diese zwei Eigenschaften nennt Lievrouw *interventionist* und *perishable*. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 68 ff.)

Table 2.1. A genre framework for alternative and activist new media

	Genres				
	<i>Culture jamming</i>	<i>Alternative computing</i>	<i>Participatory journalism</i>	<i>Mediated mobilization</i>	<i>Commons knowledge</i>
Features					
• Scope					
<i>Small-Scale</i> : low-cost, limited size, small group, "micromedia"	++	++	++		+
<i>Collaborative</i> : DIY, shared effort, credit; volunteer			++	++	+++
• Stance					
<i>Heterotopic</i> : "outsider" re: mainstream, marginality, counter-sites		+++	+	++	++
<i>Subcultural Literacy</i> : insider knowledge, solidarity, recuperated meanings	++			+	
<i>Ironical</i> : humor, satire, play, parody, appropriation	+++	+		+	
• Action & Agency					
<i>Interventionist</i> : alters existing conditions, direct action	++	+++	++	+++	++
<i>Perishable</i> : short-lived, nomadic, rapid response, ephemeral, temporary	++	+	+++		++

(Lievrouw 2011: S. 60)

Zum Abschluss dieses Kapitels soll hier noch ein aktuelles Beispiel für Entwicklungen auf dem Sektor Neuer Medien skizziert werden.

Am 26.3.2015 wurde die erste Version 1.0 der App Periscope zur Verfügung gestellt. Dies ist dem Aktualisierungsverlauf der App zu entnehmen. Zwölf Tage später greift auch das „Ur-Medium“ Zeitung dieses Phänomen auf, denn es gilt, diesen „Demokratisierungsschub“, der ohne großen technischen Aufwand aus einem Smartphone einen Livestream-Sender und UserInnen zu ReporterInnen macht, medial festzuhalten. An Nähe, Aktualität und Authentizität befindet sich dieses neue Vehikel gegenüber konventioneller Reportage klar auf der Überholspur. Neben Tierbabyvideos und belanglosen Testvideos probierfreudiger NeubenutzerInnen bietet dieses Medium die Möglichkeit mit einer Geschwindigkeit Ereignisse mit Nachrichtenwert zu verbreiten, mit der Fernsehstationen nicht mithalten können. Bei einer Gasexplosion in New York konnten TV-Stationen vorläufig nur auf Archivmaterial zurückgreifen, während bereits zehn Livestreams die Situation der Unfallstelle auf Periscope abbildeten.

In einem weiteren Schritt wäre eine Zusammenarbeit von BürgerInnenjournalismus und Fernsehstationen, Online-Zeitungen oder Ähnlichem eine naheliegende Zukunftsperspektive. Brechts Visionen haben hier in einem weiteren Schritt Realisierung erfahren und warten nur noch darauf, auch in dessen Sinne qualitativ genutzt zu werden. Eine Einschränkung entsteht durch „Twitter“. Ein solcher Account ist nämlich die Eintrittskarte in die Welt von Periscope sowie der App Meerkat, welche nach eben diesem Prinzip funktioniert. (Vgl. Wallnöfer 2015: S. 20)

Gegenöffentlichkeit im Internet

Mittlerweile hat das Internet die Medienkommunikation verändert und erweitert. Die Möglichkeiten der alternativen Mediennutzung über das Medium Internet konnte weder in den Diskurs von Brecht und Benjamin Einzug halten, noch wurde es von den RadiopiratInnen als eine praktikable Form angesehen, um die breite Öffentlichkeit zu erreichen. Mit der elektronischen Entwicklung und der nötigen technischen Ausrüstung auf Seiten der RezipientInnen wird dieses Medium allerdings immer interessanter für die Veröffentlichung individueller Meinungen.

Als kommunikative Potentiale des Internet gelten Zielgruppenorientierung, Interaktivität, geringe Produktionskosten und weltweite Reichweite. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 49 ff.) Während die Rückmeldung innerhalb der Kommunikation bei Briefen und Telefon noch möglich war, wurde durch das Radio und Fernsehen mit ihrer massenmedialen Vermittlung die Interaktivität verhindert.

„Der Vorteil der CMC (computer mediated communication) in ihren verschiedenen Varianten (vom Chat über die E-Mail bis zu den Websites) liegt im Vergleich zum Postsystem also nicht in der Vernetzung, sondern in der Verdichtung von Kommunikation, indem durch Gewinne hinsichtlich Übertragung und Vervielfältigung die Geschwindigkeit gesteigert und Eintrittsbarrieren gesenkt werden.“ (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 52)

Das Internet bietet sich als Kommunikationsmittel für die Vermittlung von Gegenöffentlichkeit deswegen an, weil es eine kostengünstige und gestreute Distribution von Nachrichten und Meinungen ermöglicht. Wogegen es früher wesentlich war, mit alternativen Meinungen lokal vertreten zu sein, ist heute durch das Internet kein Hindernis mehr zur Überwindung von regionalen Grenzen gegeben. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 72) Allerdings besteht auch die Gefahr, dass sich Gegenöffentlichkeit innerhalb des Internet verliert, denn durch die zunehmende Distanz zu lokalen Ereignissen und die Verallgemeinerung des Online-Diskurses schwindet die Betroffenheit der RezipientInnen. Die InternetnutzerInnen werden dazu angehalten, sich an Entscheidungen zu beteiligen und Beschwerden einzubringen, was durch die einfache Bedienung des Mediums auch verhältnismäßig leichtfertig genützt wird, wodurch sich wiederum die Partizipation verstetigt. Es ist allerdings wichtig, auch Themen aus der Peripherie Beachtung zu schenken, und somit wird der Schluss nahegelegt, dass sich Gegenöffentlichkeit in Zukunft dann bewähren wird, wenn die Kommunikation im Internet auch mit anderen Diskursformen verknüpft werden kann. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 86 f.)

In ihrem Ausblick gehen Plake, Jansen und Schuhmacher in ihrem 2001 verfassten Werk auf die mögliche Entwicklung der Internetkommunikation ein, wobei anzumerken ist, dass sich im Laufe der letzten zehn Jahre auf diesem Gebiet wohl noch einiges weiterentwickelt hat. Sie beschreiben die Notwendigkeit der Bevölkerung, sich mit dem Gebrauch des Mediums vertraut zu machen, und reden von einer noch vorhandenen Wissenskluft. Einen relevanten Ansatz bildet die Vermutung, dass das Engagement der Bürger im Internet trotz der wesentlich verbesserten Interaktivität nur von demselben Personenkreis ausgeht, der auch außerhalb des Mediums Initiative zeigt, wobei sicherlich die Hürde der technischen Möglichkeit zur Teilnahme an der Internetkommunikation geringer ist. Auch durch die Möglichkeit zur persönlichen Recherche im Internet werden sich die BürgerInnen vermutlich nicht individuell informieren, sondern weiterhin die aufbereiteten Nachrichten der Rundfunk- und Pressemedien nutzen. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 183 ff.)

Ein Problem, dessen sich die Gegenöffentlichkeit ausgesetzt sehen muss, ist die ökonomische Rationalisierung von Kommunikationsangeboten, denn sie konkurriert mit Medien, die mit Sensationalismen marktgerecht produzieren, und

muss in dem System der publikumswirksamen Aufmerksamkeitserregung bestehen.

Es besteht eine Affinität zwischen neuen sozialen Bewegungen und dem Internet, denn diejenigen, die am öffentlichen Diskurs teilnehmen möchten, erwarten sich erhöhte Einflussmöglichkeiten durch das Internet und gewinnen durch dieses Interesse eher an Medienkompetenz. Die Medienkompetenz bezüglich des Internet steigt bei politisch Interessierten vermutlich auch aus diesem Grund eher als bei Uninteressierten. Das Aufbegehren mittels des Mediums Internet wird vermutlich in autoritären und autokratischen Systemen mehr Bedeutung gewinnen, da bisherige Informationskontrollen auf dieses Medium schwieriger anwendbar sind. So können alle BürgerInnen zu JournalistInnen werden und ihre Erfahrungen und Meinungen publik machen sowie gleichzeitig als Zeuginnen fungieren, welche die internationale Durchsetzung ethischer Codes und demokratiethoretischer Elementarforderungen fördern. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 186 f.)

„Das Internet ist somit dialektisch: Es erleichtert Gegenöffentlichkeit und kommt durch eine Flexibilisierung von Staat und Verwaltung der Bildung von Gegenöffentlichkeit zuvor.“ (Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 187) Das Internet sollte als Plattform genützt werden, um Informationen und Meinungen auszutauschen und diese weiterzuentwickeln, allerdings muss darauf geachtet werden, dass diese Diskurse nicht vorzeitig abgebrochen werden und die Pluralität der Meinungsbildung nicht darunter leidet.

Zwischenfazit

Dem Ideal einer Demokratie entspricht ein öffentlicher Diskurs, im Zuge dessen ein breites Spektrum an Meinungen einbezogen wird. Die durch verschiedenste Medien gebotenen Möglichkeiten des Sendens und Empfangens lassen allerdings nicht ohne weiteres einen wechselseitigen Diskurs zu. Es gilt daher, die alternativen Mediennutzungsvarianten zu analysieren, um eine Weiterentwicklung in Richtung einer Öffentlichkeit mit individueller Partizipation der BürgerInnen und konsensueller Meinungsfindung zu gewährleisten. Die

Missachtung dieses Prinzips und die ORF-Monopolbildung evozierten das Aufbegehren von Gegenöffentlichkeit im Falle der PiratInnenradios in Österreich. Anhand dieses Beispiels kann deutlich das Ausmaß und das Handlungsvermögen von Gegenöffentlichkeit gezeigt werden. Das Medium Internet bietet im Vergleich zum Radio weit mehr Interaktivität und Unabhängigkeit von Zeit und Raum. Durch die leichte Verfügbarkeit und die Schnelligkeit der Distribution kann es außerdem noch besser zum individuellen Gebrauch dienen. Hier scheint also in Zukunft das vergleichsweise höchste Potential für einen öffentlichen Diskurs der Individuen zu liegen. Wesentlich ist dabei aber stets, neben dem Internet auch andere Medien und die face to face Kommunikation mit einzubeziehen, um die erforderlichen Informationen zu liefern und die Diskussionsbasis nach außen zu tragen. Was dabei auch nicht vergessen werden sollte, ist die notwendige Sensibilisierung zur Partizipation und das Engagement der BürgerInnen, sich an einem öffentlichen Diskurs mittels alternativer Mediennutzung zu beteiligen.

Während zum Medium Radio bereits in dieser Arbeit das Beispiel „PiratInnenradio“ in Österreich gebracht wird, gehe ich hier in Bezug auf die Gegenöffentlichkeit im Internet mehr auf die Potentiale des Mediums und die alternative Nutzbarkeit ein. Es wäre auch in diesem Fall interessant, in einer weiteren Forschung ein Beispiel für die alternative Mediennutzung des Internet in Österreich zu analysieren.

Gegenöffentlichkeit im Radio

Ein geraffter Überblick zur historischen Entwicklung des Mediengebrauchs in Österreich soll hier eine Orientierung geben. Zum einen schränkte das Bildungsniveau der ArbeiterInnen im Vergleich zur bürgerlichen Gesellschaft den Gebrauch von Zeitungen ein, vielmehr aber noch streifte das inhaltliche Angebot höchstens am Rande ihren Lebensalltag. So waren weder Kaufreiz noch Kaufkraft gegeben und die Selbstgefälligkeit der herrschenden Klasse, welche die ArbeiterInnen verbal erniedrigte und ihnen die mediale Partizipation untersagte, diente dabei nicht als Motivationssteigerung.

Nachdem bereits im Vormärz Lied- und GedichtschreiberInnen Vorformen von Gegenöffentlichkeit produzierten, fasste diese 1848 erstmals in Österreich Fuß, und ArbeiterInnen artikulierten ihre Unterdrückung und Lebensumstände. Dieses Aufbegehren war allerdings nur von kurzer Dauer, und erst 1867 nach dem Erlass des Staatsgrundgesetzes führte der Arbeiterbildungsverein zu einem Emporkommen mit weiteren Repressionen. Parteizeitungen wie die „Arbeiter-Zeitung“ wichen einer immer mächtiger werdenden freien Marktwirtschaft der 1990er Jahre. Während der österreichische Medienmarkt auf eine Fülle von Boulevardblättern zurückgreifen kann, liegt die Vermutung nahe, dass der Kapitalismus die ArbeiterInnen mit bescheidenen Konsumrechten ruhig gestellt hat und ein Bewusstsein von Kritik und Medienpartizipation erst wieder geschaffen werden muss. (Vgl. Duchkowitsch 1992: S. 97 ff.)

Schon bei der Arbeiter-Radiobewegung wurden Forderungen nach Entmonopolisierung der Kommunikationsherrschaft, Demokratisierung durch Dezentralisierung, Aktivierung der RezipientInnen, Qualifizierung der RezipientInnen zu KommunikatorInnen und nach neuen Medien gestellt.

Auch die Öffnung des UKW-Frequenzbereichs für private kommerzielle Sender barg die Gefahr eines Doppelmonopols von ORF und Privatradios, welche eng mit den großen Zeitungsverlagen verbunden waren. Ziel der Europäischen Föderation Freier Radios (FERL) ist schließlich, den Kommerz einzudämmen und die BürgerInnen statt als EmpfängerInnen von Werbebotschaften zu aktiver Nutzung alternativer Medien und zur Beteiligung am Kommunikationsprozess zu animieren. Freie nicht-kommerzielle Radios sollten fern von politischer und wirtschaftlicher Einflussnahme und für die BürgerInnen leicht zugänglich sein. (Vgl. Duchkowitsch 1992: S. 102 f.)

Um ArbeiterInnen die aktive Gestaltung eines neuen Mediums näherzubringen, bedarf es einer qualifizierten Einstiegshilfe im Bereich der technischen und gestalterischen Möglichkeiten, wobei das Ziel darin liegt, die Medienkompetenz jener soweit zu steigern, dass sie die neuen Medien als Mittel gesellschaftlicher Kommunikation einsetzen. Dazu müssen jedoch die großen gesellschaftlichen Kräfte des Landes, Parteien, Kirchen und Interessensvertretungen eine Kommunikationsbasis gewährleisten, innerhalb derer Demokratie auch in diesem Sinne gelebt werden kann. (Vgl. Duchkowitsch 1992: S. 105 f.)

„Alle Kommunikationssysteme hängen mehr oder weniger direkt von der politischen Ausrichtung und Ordnung eines Staates ab.“ (Duchkowitsch 1992: S. 95)

Hooffacker und Lökk schildern in ihrem Text, dass alternative Medien oft Vorreiter in Weiterentwicklungen der Sendetechnik und Mediennutzung waren, wie etwa Radio Z in Bayern, welches sich mit Digitaltechnik im Alltagssendebetrieb sogar früher als der Bayerische Rundfunk befasste. Eine Gefahr für offen zugängliche Kanäle wie Alternativmedien stellen unerwünschte TrittbrettfahrerInnen dar, wenn beispielsweise Rechtsextreme ihre Überzeugungen unter dem Schirm der freien Meinungsäußerung vermitteln wollen. Hierbei entsteht die heikle Frage nach geeigneten Zensurmaßnahmen und Kriterien, wonach Inhalte der freien Sender bewertet werden. (Vgl. Hooffacker; Lökk 2011: S. 57 ff.)

Das Freie Radio Dreieckland aus der deutschen Region Freiburg beruhte weder auf medientheoretischen noch auf medienpädagogischen Visionen, sondern wurde schlichtweg aus dem Bedarf der Umweltschutzbewegung gegründet. Deren Grundsätze vereinten das Verlangen nach Gegenöffentlichkeit, Teilhabe an regionalen Sozialbewegungen, freiem Radiozugang, einem großen HörerInnenverein als Organisationsform und nicht-kommerzieller Finanzierung. Nach dem Ausbau des Sendebetriebs auf ein 24 Stunden-Programm wurden folgende Problematiken sichtbar. Zum einen wurde finanziell ausschließlich auf Mitgliedsbeiträge des HörerInnenvereins und Spenden zurückgegriffen, zum anderen erfolgte die gesamte redaktionelle Arbeit ehrenamtlich, wobei 120 Personen wöchentlich das Programm gestalteten. Den einzelnen Redaktionen wurden bestimmte Sendeplätze innerhalb des Radioprogramms zugeteilt. Die Sendungsgestaltung erfolgte autonom, war aber im Zweifelsfall vor dem Redaktionsplenum rechenschaftspflichtig. Ein Zwiespalt bestand auch im offenen Zugang, der einer Erweiterung durch Praxisausbildung bedurfte, denn die Qualitätsansprüche litten unter mangelnder Kapazität und hoher Fluktuation, verursacht durch ehrenamtliche Arbeit, zu wenige Fachkräfte für Koordination und Verwaltung sowie geringe finanzielle Mittel. (Vgl. Günzel 1989: S. 55 ff.)

Auch wenn das gemeinsame Ziel der alternativen Medienarbeit die AkteurInnen zusammenschweißt, erfüllen sie auch aus der Sicht ihrer KollegInnen nicht immer

die entsprechenden Kriterien. So kritisieren auf der einen Seite die RadiopiratInnen aus Senderperspektive, wenn die Grundanforderungen nicht eingehalten werden und die Qualität der Beiträge nach ihrem subjektiven Empfinden nicht ausreicht. Auf der anderen Seite reagieren mitarbeitende RezipientInnen mit Unverständnis und mitunter Feindseligkeit, wenn beim eigenen Beitrag die mangelnde Objektivität und überproportionale Bewertung bemängelt und in Folge um Korrektur gebeten wird. (Vgl. Weichler 1987: S. 101 f.)

Analphabetismus hindert den Gebrauch von Internet und Printmedien, während dieser RezipientInnen von Radiosendungen nicht ausschließt. Gleichzeitig ist Radio ein kostengünstiges Medium, sowohl was die Produktion als auch die Mittel zum Sendungsempfang betrifft. Vor allem in Entwicklungsländern macht sich dieser Unterschied bemerkbar. (Vgl. Waltz 2005: S. 25)

Mit relativ einfachen technischen Mitteln kann ein Radioprogramm aufgenommen und gesendet werden.

Radio-Basisausrüstung:

- Audioquelle (Mikrofon, Plattenspieler oder CD Player etc.)
- Audiomixer
- Radio-Transmitter
- Antenne (Vgl. Waltz 2005: S. 46)

PiratInnenradio

PiratInnenradio ist ein besonderes Mittel der Kommunikation. Die AkteurInnen lebten in einem bestimmten sozialen Kontext und befanden sich in einer für sie unbefriedigenden Gesetzeslage, was die Medien und deren Funktionen zu der damaligen Zeit betrifft. Aufgrund dieser Ausgangssituation fühlten sie sich gezwungen, der Kommunikationspolitik Österreichs entgegenzuhandeln, und entwickelten eine alternative Kommunikationsform, um sich dadurch an die Öffentlichkeit zu wenden. In diesem Sinne entstand zu dieser Zeit also eine

Gegenöffentlichkeit, wobei es wichtig ist, diesen Begriff näher zu definieren und sich einen Überblick über die Begriffsentwicklung zu verschaffen.

Im Medienverzeichnis 1992/93 schreibt Johanna Dorer, wie sie es betitelt, über die Geschichte der Notwehr gegen den Kommerz. Schon vor dem Beginn der offiziellen Rundfunkgeschichte 1924 mit der Gründung der Radio-Verkehrs AG gab es Widerstand des Arbeiter-Radio Bundes gegen das Sendemonopol der RAVAG. Dies zeigt, dass auch die Forderungen nach dem gleichen Recht aller StaatsbürgerInnen, Radiosendungen auszustrahlen entsprechend dem Recht der Presse- und Meinungsfreiheit, und nach Lizenzen sowie materieller Unterstützung für Experimente zur Aufklärungs- und Bildungsfunktion gegenüber der Übermacht der bürgerlichen Medien auf eine lange Tradition zurückblicken. (Vgl. Dorer 1992/93: S. 113)

Es schien jedoch, als wollte Österreich den Rundfunk nicht aus der parteipolitischen Abhängigkeit entlassen und so gab es einen Entwurf für ein Regionalradiogesetz, wobei die Lizenzen für fünf Jahre von einer Rundfunkbehörde des Bundeskanzleramtes vergeben wurden. Die Machtkonzentration des Zeitungsmarktes schien die PolitikerInnen jedoch nicht zu stören, denn eine Anbietergemeinschaft konnte sich ausschließlich aus Zeitungsunternehmen zusammensetzen. Auf diesem Wege konnten die beiden auflagenstärksten Tageszeitungen des Mediaprint-Konzerns zu dieser Zeit 57 Prozent der Bevölkerung erreichen und zusätzlich noch den Rundfunkbereich dominieren. Nicht-kommerzielle Rundfunkbetreiber wurden allerdings durch das Rechtssystem ausgeschlossen, wonach nur Kapitalgesellschaften, aber keine Vereine zugelassen waren. Dadurch galten Radioinitiativen weiterhin als illegal und waren mit dem Argument der Frequenzknappheit ausgeschlossen. Das Konzept des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als meritorisches Gut war in einigen Ländern durch Einflussnahme der Mächtigen und der Politik unzureichend und hat Widerstand hervorgerufen, wobei die Umstrukturierung des Rundfunks unterschiedliche Ergebnisse brachte. Als positives Beispiel kann Frankreich genannt werden, wo kommerzielle Radiogesellschaften einen bestimmten Anteil ihrer Werbeeinnahmen in einen Unterstützungsfonds einzahlen müssen, woraus werbefreie, nicht-kommerzielle Sender Subventionen erhalten. (Vgl. Dorer 1992/93: S. 114 ff.)

Als Ursache für die Sendetätigkeit des PiratInnenradios sieht Dorer die Unzufriedenheit mit der Berichterstattung des ORF, worauf der Grazer Stadtsender Ö-Frei 1979 gegründet wurde. Das Senden endete 1980 mit der Beschlagnahmung der Sendeanlage durch die Post. Erst 1987 gab es eine längere Phase der illegalen Radios wie „Radio Sozialfriedhof“, „Radio ÖGB“ (Österreich geht's blendend) sowie „Radio Sprint“. Dies war zu der Zeit österreichweiter StudentInnenstreiks, worauf der ORF mit Informationsboykott reagierte. (Vgl. Dorer 1992/93: S. 116 f.)

„Die freien Radiosender dieser Zeit sind eine Antwort der Betroffenen auf die Ausgrenzungsstrategien der Medien, insbesondere des ORF. Sie sind aber auch Antwort auf jene demokratiepolitisch bedenklichen Veränderungen im Medienbereich, die sich zu dieser Zeit vollzogen haben.“ (Dorer 1992/93: S. 117)

Auch 1988 meldete sich „Radio Rücktritt“ an Bundespräsident Kurt Waldheim mit der eindeutigen Forderung „Go Kurti, go“. Der Verein PLURAL FM zeichnete Radiobeiträge auf und bietet diese laut Dorer in einem Archiv an. Nach der Beschlagnahme der Sendeanlage durch Postbeamte in Begleitung der Staatspolizei meldete sich erst 1991 „Radio Freiheit – Radio Neutralität“ durch Überlagerung der Frequenz von Ö3 mit Aufrufen zum Widerstand im Zuge des ÖBB-Panzertransports für den Golfkrieg zurück. Ab diesem Jahr etablierte das PiratInnenradio eine kontinuierliche Sendetätigkeit, und über dessen Ziele informierte vorwiegend die Zeitschrift „Falter“. Im Zuge der bevorstehenden gesetzlichen Liberalisierung des Rundfunkbereichs wurden zahlreiche Radioinitiativen gegründet, und so gestaltete sich das PiratInnenradio von 15 Minuten Sendezeit zu ein- bis zweistündigen Sendungen mit zeitweiligen Live-Übertragungen und HörerInnenzuschaltungen. Außerdem wurde durch die „Grünen“ eine parlamentarische Anfrage nach den Kosten der Funküberwachung durch die Wiener Postdirektion gestellt, deren Aufwand sogar in Hubschraubereinsätzen gipfelte. (Vgl. Dorer 1992/93: S. 118 f.)

Ein festes Sendeschema etablierte sich schließlich 1992 im Raum Wien:

Sendungen auf 103,3 MHz (Raum Wien)

Montag: 7.00 Uhr: Frühstücksradio

18.00 Uhr: Radio COD

19.00 Uhr: Radio Bassena

20.00 Uhr: Bazerk

Dienstag: 18.00 Uhr: Radio Bleifrei

19.00 Uhr: Radio Ottakring und Radio Zorn

20.00 Uhr: Radio Audimax

Mittwoch: 18.00 Uhr: Radio Boiler

19.00 Uhr: Radio Filzlaus

20.00 Uhr: Radio RAMS

Donnerstag: 18.00 Uhr: Radio Hotzenplotz

19.00 Uhr: Radio Insane

20.00 Uhr: Radio Urban-al(l)/Wunderland

Freitag: 18.00 Uhr: Radio TU

19.00 Uhr: Radio Sukkubus

20.00 Uhr: Radio Subdance

Samstag: 18.00 Uhr: Radio Sisters in Voice

19.00 Uhr: Radio Rubber

20.00 Uhr: Radio Bluenight

Sonntag: 14.00 Uhr: Piratennachmittag (Livesendung) (Dorer 1992/93: S. 119 f.)

Diese Liste wurde jedoch ständig erweitert und eine finanzielle Unterstützung lukrierten die RadiopiratInnen „aus jener Piratensteuer von S 10.--, die von autonomen Kulturveranstaltern wie BACH, FLEX, WUK und der Arena bei Musik- und Kulturveranstaltungen eingehoben wird.“ (Dorer 1992/93: S. 120)

Es bildeten sich zahlreiche rundfunkpolitische Gegeninitiativen für ein legales, nicht-kommerzielles, freies Radio wie zum Beispiel die „Arbeitsgemeinschaft Offenes Radio“ (AGORA), die österreichische Dachorganisation der freien Radioinitiativen „Pressuregroup Freies Radio“, die „Europäische Föderation Freier Radios“ (FERL) und die weltweite Dachorganisation „World Association of Community Broadcasters“ (AMARC). Bei der Europäischen Menschenrechtskommission wurde Beschwerde gegen die Republik Österreich eingereicht, freie Meinungsäußerung nach Artikel 10 EMRK gefordert und 1991

der Gesetzesentwurf für eine Dreiteilung der Frequenznutzung im österreichischen Parlament eingebracht. Dabei sollte es öffentlich-rechtliche, private und nicht-kommerzielle Anbieter geben, wobei öffentlich-rechtliche und kommerzielle Sender ein Prozent ihrer gesamten Werbeeinnahmen an nicht-kommerzielle, werbefreie Rundfunkanbieter zahlen sollten. Außerdem beinhaltete dieser Entwurf eine Quotenregelung für Eigenproduktionen sowie das Entfallen der Objektivitätsklausel und der Klausel für Kapitalgesellschaften. (Vgl. Dorer 1992/93: S. 121 ff.) Dabei handelt es sich um den Wissensstand von 1993, wobei danach noch einige Änderungen bis zum heutigen Status der freien Radios vollzogen wurden.

Eine von vielen Definitionen für freie Radios schreibt auch Schernthaner in ihrer Diplomarbeit über „Das freie nicht-kommerzielle Radio in Wien“ und zitiert damit das Europäische Parlament und dessen „Bericht über den Rundfunk“:

„...Ihr wichtigster Zweck ist die Direktinformation, d.h. die jeweilige Nachricht soll unmittelbar von denen vermittelt werden, die sie betrifft, und die ‚Gegeninformation‘, bei der man diejenigen zu Wort kommen lässt, denen dies normalerweise verwehrt ist, diejenigen, die ein bestimmtes Erlebnis miterlebt haben und sonst nie Gelegenheit bekämen, eine Version die von der offiziellen abweicht, zu erzählen.“

(Europäisches Parlament nach Schernthaner 1995: S. 43)¹

Eine weitere Definition bietet Brunner-Szabo in ihrer Dissertation „Medien im Widerstand“ und verwendet ein Zitat der FERL.

„Zu den ‚freien Radios‘ (werden Anm. der Autorin) alle nichtkommerziellen Sender gezählt, die neue Kommunikationsformen anwenden und damit der herrschenden ‚Weltinformationsordnung‘ – so wie sie von der UNESCO und dem MacBride-Bericht kritisiert wird – eine Alternative entgegensetzen.“ (FERL nach Brunner-Szabo 1989: S. 294)²

Hiermit soll ein Auszug aus den divergierenden Definitionen des freien Radios gegeben werden, wobei nicht nur durch diese zwei Definitionen ein möglichst

¹ Europäisches Parlament: Bericht über den Rundfunk. A2-105/89.

² FERL: 18/19.10.1986

umfassendes Verständnis geschaffen, sondern auch durch die Arbeit selbst in all ihrem Umfang ein klares Bild vermittelt werden soll.

Der Sammelband von Danmayr, Schrentewein und Steinert, wobei letztere eine der Interviewpartnerinnen für diese Arbeit ist, liefert einen Überblick über die politischen Entwicklungen im Bereich der Radiogesetzgebung bis 1995 und richtet folgende Kritik an die österreichische Medienpolitik: „Es kann nicht von ‚Liberalisierung‘ gesprochen werden, wenn sich Privatisierung auf Kommerzialisierung beschränkt, schon gar nicht von ‚Demokratisierung‘, wenn privat-kommerzielle RadiobetreiberInnen zugleich auch marktbeherrschende ZeitungsmacherInnen sind.“ (Danmayr/Schrentewein/Steinert 1995: S. 12)

In eben diesem Sammelband ist auch ein Text von Dorer zu ökonomischen Bedingungen für nicht-kommerzielles Radio zu finden. Sie unterscheidet zwischen öffentlich-rechtlichem Rundfunk, der gemeinwohlorientiert sein soll und laut Gesetz die Objektivität und Ausgewogenheit in den Programminhalten zu gewährleisten hat. Weiters gibt es den kommerziellen Rundfunk, der gewinnorientiert ist und sich hauptsächlich über Ökonomie und nur sekundär über die Inhalte definiert. Nicht-kommerzieller Rundfunk unterliegt einem non-mainstream-orientierten Selbstverständnis und stellt die inhaltlichen Aspekte in den Vordergrund, unter denen nicht unbedingt die Vielfalt der Meinungen zählt, sondern politische, soziale und künstlerische Tendenzen, die nicht dem Mainstream der Öffentlichkeit entsprechen. Somit ist der nicht-kommerzielle Rundfunk minderheitenorientiert und offen für gesellschaftliche Experimente und Innovation und greift zudem auch Unspektakuläres auf. Gerade an diesen Eigenschaften lässt sich leicht erkennen, dass es sich dabei um Gegenöffentlichkeit handelt. (Vgl. Dorer 1995: S. 49)

Nicht-kommerzielles Radio versucht in diesem Sinne abseits der kommerziellen Marktstrukturen Programm zu gestalten.

„Ohne Rücksicht auf die für kommerziellen Rundfunk wichtigen Marktdaten wie Einschaltquote, Reichweite, Werbemarktvolumen und Werbemarktanteile, Kosten für Übertragungsrechte, etc. erfolgt hier die Programmproduktion unter dem Titel freiwilliger Mitarbeit oder, etwas unverblümter ausgedrückt: ‚Selbstaussbeutung‘.“
(Dorer 1995: S. 50)

Die Finanzierung von nicht-kommerziellem Radio ist durch betriebswirtschaftliche Überlegungen gekennzeichnet, die nicht auf Gewinn ausgerichtet sind, sondern rein auf das Ermöglichen des Sendebetriebs. (Vgl. Dorer 1995: S. 50)

Leider ist es dem nicht-kommerziellen Radio nicht möglich, sich von den ökonomischen Prozessen in seinem Umfeld abzukoppeln. Kommerzielle Radios werden deshalb in ihrer inhaltlichen Autonomie durch Werbeeinnahmen gefährdet, da Werbende sowohl ein ihnen wohl gesonnenes Medium erwarten als auch nach der Einschaltquote ihres Zielpublikums selektieren und damit auch zumindest indirekt auf die Programmgestaltung Einfluss nehmen. Dorer unterscheidet zwei Formen der Finanzierung, die private Finanzierung und die staatliche Unterstützung. Nachdem nämlich nicht-kommerzielles Radio auf Werbeeinnahmen verzichtet und private Finanzierungsformen für einen regelmäßigen Sendebetrieb nicht ausreichen, müssten staatliche Maßnahmen eine ökonomische Absicherung gewährleisten. Weil werbefinanziertes Privatrado kommerziellen Interessen folgt und öffentlich-rechtliches Radio durch diesen Konkurrenzdruck Selbstkommerzialisierung betreibt, sind freie Radios laut Dorer eine notwendige Ergänzung der Rundfunklandschaft. Daher muss der Staat Verantwortung übernehmen und Maßnahmen zur Unterstützung treffen. Dies wäre im Sinne einer staatlichen Finanzierung. Private Finanzierungsmodelle wären hörerInnenfinanziertes Radio, wobei eine gesellschaftliche Gruppe mit meist geringem Einkommen angesprochen wird, Finanzierung durch private Unternehmen mit der Gefahr einer schleichenden Kommerzialisierung oder Eigenfinanzierung, was allerdings nur geringfügig möglich ist und dazu führen kann, sich von den Interessen des Zielpublikums zu entfernen. Um einer einseitigen Beeinflussung der Programminhalte vorzubeugen, ist daher eine Mischform aus verschiedenen Finanzierungstypen anzuraten. (Vgl. Dorer 1995: S. 57 ff.)

Weiters formuliert Dorer folgende Definition:

„Nichtkommerzieller Hörfunk ist in den meisten Fällen Lokalradio und füllt gerade jene Nischen, die von öffentlich-rechtlichen wie auch privaten kommerziellen RundfunkanbieterInnen vernachlässigt werden. Beispiele dafür sind Programme für den ländlichen Raum, für Minderheiten und Randgruppen, für Universitäten sowie Programme in Regional- und Minderheitensprachen.“ (Dorer 1995: S. 60)

Wie aus einer Tabelle ersichtlich ist, finanzierte sich das nicht-kommerzielle PiratInnenradio in Österreich aus PiratInnensteuer, Spenden und Veranstaltungen. (Vgl. Dorer 1995: S. 65)

Zwischenfazit

Im Zuge der Entwicklungen von PiratInnensendern zu freien Radios ist bereits eine deutliche Verbesserung der medienpolitischen Lage in diesem Bereich zu erkennen, wobei die Bestrebungen nach weiteren Errungenschaften sich in diesem Punkt nicht zufrieden geben sollten. Verbesserungswürdig und ausbaufähig sind sicherlich die finanzielle Unterstützung und die damit verbundenen Möglichkeiten der Radiogestaltung, obwohl stets auf eine politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit zu achten ist. Wie zuvor zusammengefasst, basierte dies im Idealfall auf einer Mischform der Finanzierung aus staatlichen und privaten Quellen sowie aus Abgaben der kommerziellen Rundfunkanbieter. Weiters wäre das freie Radio ausbaufähig durch eine flächendeckende Verbreitung der Sender und durch mehrere verschiedene freie Radiosender pro Bundesland, um einerseits zu gewährleisten, dass diese Form von Radio für alle ÖsterreicherInnen zugänglich ist und andererseits durch möglichst viel Pluralität innerhalb mehrerer freier Radioanbieter ein noch vielfältigeres Programm zu entwickeln und jegliche Möglichkeit von Einschränkung der Berichterstattung zu unterbinden. Wünschenswert ist, dass in jedem Fall die kontinuierliche Mitarbeit der Mitglieder der Gesellschaft an der öffentlichen Meinung auch im Sinne eines politischen und sozialen Regulativs die Entwicklung einer demokratisch gefestigten Gesellschaft auch in Zukunft garantiert.

PiratInnenradio als Gegenöffentlichkeit

Um konkreter auf alternative Mediennutzung bei einem bestimmten Medium einzugehen, soll in Folge die Gegenöffentlichkeit rund um das Radio erläutert werden. PiratInnenradio zeichnet sich dadurch aus, dass ohne Lizenz gesendet wird. Schon vor der Monopolbildung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in

Österreich durch die staatliche RAVAG (Radio Verkehrs AG) veranstaltete der Arbeiter-Radiobund ein Radioprogramm. Mitte der 20er Jahre zog sich die Sozialdemokratische Partei aus dem Arbeiter-Radiobund zurück und stieg finanziell bei der RAVAG ein, was unter anderem den Arbeiter-Radiobund in die Illegalität drängte. PiratInnenradio kann erst ab 1979 wieder belegt werden, als das Radio Ö-Frei ein wöchentliches 15-minütiges Programm ausstrahlte. In der Zeit zwischen 1987 und 1989 entwickelte sich eine Vielzahl von PiratInnensendern mit den Namen Radio ÖGB – Österreich geht's blendend, Radio Sozialfriedhof, Radio Rücktritt, Radio Widerstand etc.. Die Anliegen der RadiogestalterInnen waren schon anhand dieser Namen erkennbar. Sie richteten sich etwa gegen Sozialleistungskürzungen, die Krise der verstaatlichten Industrie, die Waldheim-Affäre und die Medienkonzentration. 1991 begann schließlich die längste Sendeperiode der PiratInnenradios mit „Radio Boiler“. Die verschiedensten PiratInnenprogramme bildeten die „Pressure Group für Freie Radios“ und forderten eine Umgestaltung der österreichischen Medienpolitik für die Partizipation Freier Radios. (Vgl. Dorer; Baratsits 1995: S. 284 f.)

„Die Verankerung von Freiem Radio im Regionalradiogesetz, die Einrichtung eines Finanzierungstopfs, welcher sich aus einem Prozentsatz der Werbeeinnahmen von kommerziellen Radiobetrieben speist (Vorbild Frankreich), eine besondere Berücksichtigung von Freien Radios bei der Erstellung von Frequenznutzungsplänen und in weiterer Folge bei der Vergabe von Frequenzen und der Betrieb eines legalen Freien Radios in Wien stellen die Ziele damals wie heute dar.“ (Dorer; Baratsits 1995: S. 285)

Alle PiratInnenradios richteten sich nach dem Grundsatz einer antisexistischen, antifaschistischen und antirassistischen Programmgestaltung, abgesehen davon gab es keine Restriktionen. In dieser Phase wurden fixe Sendungsschienen entwickelt, die sich durch das Gesamtprogramm zogen. So gab es 1992/1993 ein wöchentliches Fixprogramm mit 55 Stunden Sendezeit. Um der staatlichen Funküberwachung zu entkommen, wurde von Montag bis Freitag von 17 Uhr bis 24 Uhr und am Wochenende von 14 Uhr bis 24 Uhr gesendet, da dies außerhalb deren Dienstzeiten war. Finanzieren konnten sich die PiratInnenradios durch die sogenannte „PiratInnensteuer“. Bei Veranstaltungen wie Konzerten oder Festen wurde das Radio tatkräftig durch Spenden von HörerInnen unterstützt.

Die Zahl der HörerInnen war nie messbar, jedoch herrschte bei den zuvor genannten Veranstaltungen und bei Call-in-Sendungen rege Beteiligung. Mit der Möglichkeit für die RezipientInnen, in das Gespräch per Telefonzuschaltung einzusteigen, wurde schon ein Schritt in Richtung Brecht's und Benjamin's Medienkommunikationsvorstellungen gemacht. Die Beteiligung der Bevölkerung wurde auch hier durch die Mitarbeit an den Radioprogrammen unterstützt. (Vgl. Dorer; Baratsits 1995: S. 285 ff.)

Die Aktionen der Pressure Group wurden innerhalb der ersten zwei Jahre von den Medien Der Standard und Falter an die Öffentlichkeit getragen. Auch sie waren der Meinung, dass eine Weiterentwicklung der österreichischen Medienlandschaft fällig und das Rundfunkmonopol nicht mehr zeitgemäß wäre. Zudem wurde die Forderung nach einer inhaltlichen Verbesserung durch ein freies, nicht-kommerzielles Radio parallel zu öffentlich-rechtlichem und privat-kommerziellem Rundfunk immer deutlicher. Sobald die Unterstützung leistenden Printmedien jedoch selbst Gesellschaften gründeten und zu Konkurrenten bezüglich der Frequenzvergabe wurden, endete die Zusammenarbeit. Ausschlaggebend für die frühere Kooperation waren nicht allein Sympathie und Solidarität, sondern die Überzeugung für ein freies, nicht-kommerzielles Radio. (Vgl. Dorer; Baratsits 1995: S. 287 f.)

Radio - Gesetzesentwicklung in Österreich & EU-Recht

Der Artikel 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention (Art 10 EMRK) und der Artikel 13 des Staatsgrundgesetzes (Art 13 StGG) garantieren das Grundrecht auf Meinungsfreiheit sowohl in Bezug auf Äußerung als auch auf Empfang von Meinungen und Informationen. Im Art 10, Absatz 1, 3. Satz, des EMRK wird jedoch festgelegt, dass Rundfunk-, Lichtspiel- und Fernsehunternehmen von den jeweiligen Mitgliedsstaaten einem Genehmigungsverfahren unterworfen werden dürfen.

Durch das österreichische Verfassungsrecht, aber auch durch Art 13 StGG und Ziffer 1 der Provisorischen Nationalversammlung, ist jegliche Form von

präventiver staatlicher Meinungskontrolle verboten. Damit wird Vorzensur ausgeschlossen, wonach Medienprodukte vor Veröffentlichung einer staatlichen Bewilligung unterzogen werden, jedoch Nachzensur grundsätzlich zugelassen. Das Verbotsgesetz hat durch seinen Verfassungsrang gegenüber dem Art 10 EMRK und Art 13 StGG Vorrang und verbietet die Verbreitung von nationalsozialistischem Gedankengut. (Vgl. Holoubek; Kassai; Traimer 2010: S. 41 ff.)

Das Bundesverfassungsgesetz über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks (BVG-Rundfunk) gehört zum österreichischen Verfassungsrecht und adressiert eine staatliche Gewährleistungspflicht des Rundfunks als öffentliche Aufgabe mit den Forderungen nach Objektivität, Ausgewogenheit, staatlicher Unabhängigkeit und Meinungsvielfalt. Dem entgegen fordert der Art 10 EMRK eine subjektive Rundfunkveranstaltungsfreiheit mit zulässigen staatlichen Eingriffen bezüglich Gewährleistung von rundfunk- und demokratiepolitisch notwendigen Zielen. Laut Art I Abs 2 Satz 2 BVG-Rundfunk werden folgende inhaltliche Kriterien gefordert:

- Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung
- Berücksichtigung der Meinungsvielfalt
- Ausgewogenheit der Programme
- Unabhängigkeit der Personen und Organe, die mit der Besorgung des Rundfunks betraut sind

Diese Kriterien sind jedoch nicht von einem einzelnen Rundfunkveranstalter, sondern vom gesamten österreichischen Rundfunk zu erfüllen, denn sie fallen unter den Grundsatz eines außenpluralen Modells. Formal muss laut Art I Abs 2 Satz 1 BVG-Rundfunk ein österreichisches Bundesgesetz die Bestimmungen und Organisation für den Rundfunk festlegen. (Vgl. Holoubek; Kassai; Traimer 2010: S. 53 ff.)

Art 10 Abs 1 Satz 3 EMRK räumt dem Rundfunk eine Sonderstellung ein, wonach ein Bewilligungsverfahren über die Regulierung der technischen Infrastruktur, wie Frequenzen und Sendestandorte, sowie über rundfunkpolitische Zielsetzungen entscheidet. Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte stellte jedoch in seinem Urteil vom 24.11.1993 einen Verstoß gegen das Recht auf freie Meinungsäußerung laut Art 10 EMRK durch das Rundfunkmonopol des

ORF fest und betitelte den Ausschluss jeglicher privater Rundfunkveranstaltung als unverhältnismäßig. Zuvor rechtfertigte sich das durch Binnenpluralismus geprägte öffentlich-rechtliche Rundfunkprogramm, wodurch dem ORF eine Monopolstellung zuteil wurde, aufgrund der besonderen Suggestivkraft des Rundfunks. Gerade durch die Propaganda während des Zweiten Weltkriegs wurden hierfür die Sinne geschärft. Eine staatsferne Rundfunkgestaltung wurde jedoch in Österreich realpolitisch nicht verwirklicht. Heute wird von einem dualen Rundfunksystem aus öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern gesprochen, welches durch Internet- und Streamingdienste erweitert wird. Für jene lässt sich ein staatliches Genehmigungsverfahren nach Art 10 Abs 1 Satz 3 EMRK nicht mehr durch technischen und finanziellen Aufwand oder Frequenzknappheit rechtfertigen. (Vgl. Holoubek; Kassai; Traimer 2010: S. 56 ff.)

Methoden

Im Zuge dieser qualitativen Forschung soll ein Methodenmix herangezogen werden, um mit einem möglichst individuellen Zugang auf die unterschiedlichen Forschungsfragen und Analysemedien sowie deren RepräsentantInnen einzugehen. Um dabei eine offene Sichtweise zu bewahren und sich thematisch weniger einzuschränken, ist in diesem Fall eine thesengenerierende Forschung von Vorteil.

Für diesen Methodenmix sollen folgende Parameter herangezogen werden:

Literaturarbeit

Anhand der bestehenden wissenschaftlichen Arbeiten soll eine Basis geschaffen werden, die einen Überblick über die relevanten Aspekte zum Thema (Gegen-) Öffentlichkeit und alternative Mediennutzung im Radio gibt. In Folge soll in Bezug auf die vorhandenen Theorien und mit Hilfe deren Vergleich mit den Erkenntnissen der Inhaltsanalysen und der Interviews ein aktuelles Modell zu Öffentlichkeit und alternativer Mediennutzung im Radio erstellt werden.

Dokumentenanalyse

Die Analyse dient der Kategorienbildung für die Inhaltsanalyse der Radioprogramme und -sendungen und für die ExpertInneninterviews. Aus diversen Gesetzestexten und Entwürfen für das Idealbild eines nicht-kommerziellen freien Radios werden einige Merkmale bezüglich Struktur und Inhalt herausgegriffen, die zusammen ein möglichst klares Bild eines solchen idealen Senders ergeben.

Inhaltsanalyse der Radioprogramme und -sendungen

Die qualitative Inhaltsanalyse bildet hierbei die Grundlage, erst überblicksmäßig die wöchentlichen Radioprogramme von FM4 und Radio Orange zu beschreiben und in einem weiteren Schritt einzelne Sendungen zu analysieren. Anschließend erfolgt ein Vergleich mit den im Zuge der Dokumentenanalyse gebildeten Kategorien.

Interviews mit AkteurInnen

Die Interviews beziehen sich ebenfalls auf die Struktur und den Inhalt des jeweiligen Radios, sollen aber zudem den subjektiven Eindruck der Beteiligten abbilden. In der Entwicklung alternativer Medien spielt dieser subjektive Aspekt eine entscheidende Rolle, da hier eine gewünschte Veränderung gegenüber Mainstreammedien charakteristisch ist. In Folge werden auch diese gewonnenen Erkenntnisse mit den im Zuge der Dokumentenanalyse gebildeten Kategorien verglichen.

Vergleich und Modellerstellung

Die Ergebnisse dieser Vergleiche der Inhaltsanalysen und der Interviews bilden den Maßstab für ein neues Modell von Öffentlichkeit und alternativer Mediennutzung im Radio, welches sich an bereits vorhandenen wissenschaftlichen Theorien orientiert.

Die hier angewandten Inhaltsanalysen richten sich nach der Methode von Mayring.

Die Dokumentenanalyse basiert auf der Methode von Oevermann.

Oevermann folgt den Prinzipien einer induktiven Realitätsfindung, indem sich dieses hermeneutische Verfahren auf Theoriebildung anstatt auf unmittelbar generalisierbare Aussagen konzentriert. (Vgl. Arbeitskreis Qualitative Sozialforschung (Hrsg). Redaktion: Chorcherr, Otmar et al. 1994: S. 114)

„Ziel des inhaltsanalytischen Verfahrens der objektiven Hermeneutik ist die Herausarbeitung der hinter den Einzelhandlungen liegenden latenten Sinnstrukturen, die auch als objektive Bedeutungsmöglichkeiten bezeichnet werden.“ (Lamnek, Siegfried 1995: S. 219)

Objektivität bedeutet in diesem Zusammenhang vom Bewusstsein eines Individuums unabhängig. Dagegen wäre Subjektivität auf das Bewusstsein des Individuums bezogen und davon abhängig. So kann die Reflexion des Individuums über sein Alltagshandeln das subjektive Bewusstsein von nach dieser Theorie objektiven Sinnstrukturen darstellen. Hierbei bedient sich diese Methode adäquater Paraphrasierungen, um Texte interpretierbar zu machen, indem Aussagen in die Sprache der Theorie übersetzt werden.

Das Verfahren nach Oevermann zeichnet sich durch vielfältige Anwendungsmöglichkeiten aus, da inhaltliche und strukturelle Aspekte an die jeweiligen Texte angepasst werden sollen. (Vgl. Arbeitskreis Qualitative Sozialforschung (Hrsg). Redaktion: Chorcherr, Otmar et al. 1994: S. 104 ff.)

Wie hier weiters zusammengefasst, eignet sich jenes Vorgehen insbesondere für die vorliegende hypothesengenerierende Untersuchung, welche sich anhand einer umfangreichen Textsammlung mit dem öffentlichen sowie auch internen Diskurs über Freies Radio befasst und daraus Kategorien für ein Idealbild der damaligen AkteurInnen ableiten soll.

„Zentraler Gegenstand der objektiven Hermeneutik sind latente Sinnstrukturen, Deutungs- und Handlungsmuster im Kontext alltäglicher Interaktionsprozesse. Dieses hermeneutische Verfahren bietet ein für die Soziologie allgemein forschungslogisches Programm zur inhaltlichen Analyse von Texten und Interaktionsprotokollen. Die objektive Hermeneutik ist zur Theorieentwicklung (Hypothesengenerierung) geeignet.“ (Arbeitskreis Qualitative Sozialforschung (Hrsg). Redaktion: Chorcherr, Otmar et al. 1994: S. 103)

Samplegrößen

Dokumentenanalyse, Inhaltsanalysen der Radioprogramme und -sendungen und Interviews:

Die im Zuge der Dokumentenanalyse gewonnenen Kriterien für ein Idealbild eines nicht-kommerziellen freien Radios im Vergleich mit den aus den Interviews mit zwei Akteurinnen des PiratInnenradios erkennbaren Vorstellungen ist Basis des Vergleichs. Darauf folgt ein Vergleich der Inhaltsanalysen der Radioprogramme und -sendungen mit den Interviews. Diese Radioprogramme sollen im Umfang einer künstlichen Woche für die qualitative Inhaltsanalyse herangezogen und sowohl mit den Inhaltsanalysen der Radiosendungen als auch mit den Interviews mit AkteurInnen der jeweiligen Radiosender verglichen werden. Eine tiefgehendere Analyse ausgewählter, vergleichbarer Sendungen soll einen Einblick in die möglichen Veränderungen bieten. Dabei werden jeweils zwei Sendungen exemplarisch herausgegriffen.

Als InterviewpartnerInnen haben sich zwei ehemalige RedakteurInnen der PiratInnenradios im Umkreis Wien, zwei RedakteurInnen des Radio Orange und zwei RedakteurInnen des Radio FM4 bereit erklärt.

In einem weiteren Schritt sollen nun die Ergebnisse der vorigen Vergleiche innerhalb der beiden Radiosender mit den einzelnen Punkten der Dokumentenanalyse in Beziehung gesetzt werden. Dabei werden auch die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Radiosender aufgezeigt.

Insgesamt werden somit eine Radioprogrammwoche von Radio FM4 mit jener von Radio Orange, zwei an jeweils demselben Sendetag herausgegriffene Radiosendungen dieser zwei Radiosender, drei Gruppeninterviews mit jeweils zwei InterviewpartnerInnen und die anhand der Dokumentenanalyse ausgearbeiteten Kriterien verglichen.

Die hierbei zur Analyse herangezogenen Radiosender können in drei Kategorien gegliedert werden. Das PiratInnenradio galt in diesem Sinne als frei/nicht-kommerziell/illegal, Radio Orange gilt dagegen heute als frei/nicht-kommerziell/legal und Radio FM4 als staatlich/kommerziell.

Sender, welche unter die Kategorie privat/kommerziell fallen sowie die Hybridform Online-Radio werden nicht untersucht.

Dokumentenanalyse

Um einen Einblick in die Überlegungen zu einem Kategoriensystem freier nicht-kommerzieller Radios zu bekommen, werden die sorgfältig gesammelten Unterlagen von Fiona Steinert herangezogen. In einem Umfang von zwei Ordnern sind diverse Gesetzestexte zusammengetragen, welche den Verlauf der österreichischen Gesetzesentwicklung auf dem Sektor Rundfunk abbilden. Zudem finden sich Aussendungen des Freien Radio Wien, einem "Verein zur Förderung und Unterstützung Freier Lokaler Nichtkommerzieller Radioprojekte", Publikationen zu "Stadtradio"- und "Lokalradio"-Seminaren, Entwürfe für ein Universitäts-Radio, Statuten des "Verband Freier Radios - Österreich" und eine sehr weitläufige Sammlung von Beschreibungen, Kritik und Visionen zur österreichischen Radiolandschaft.

Die Forderungen an den Europäischen Gerichtshof bezüglich Struktur und Inhalt der Radiosender resultierten aus selbst auferlegten Kriterien der ehemaligen AkteurInnen des PiratInnenradio für das Ideal eines freien nicht-kommerziellen Radios. Dieses mächtige Konstrukt an Überlegungen soll nun auf die für diese Untersuchung wesentlichsten Punkte zusammengefasst werden.

Kriterien aus einem Dokument des Freien Radio Wien, "Verein zur Förderung und Unterstützung Freier Lokaler Nichtkommerzieller Radioprojekte" (Kopien einsehbar im Privatarchiv von Ada Joachimsthaler):

- „Freies Radio ist BürgerInnenradio.

Das Freie Radio Wien ist ein Projekt von AmateurInnen. Weshalb soll Radio nur wenigen zur Artikulation offenstehen, weshalb sollen nur JournalistInnen im Stande sein, Radio zu machen, weshalb soll Radio nur ‚Opinionleadern‘ zur Verfügung stehen?

Aus diesen drei Fragen bildet sich ein Radioverständnis, das in einem BürgerInnenkanal mündet. Hier machen AmateurlInnen Radio, vielleicht weniger professionell, doch auf jeden Fall beherzt, denn sie benützen das Medium um auf ihre Probleme aufmerksam zu machen – ganz ohne Marktzwänge. Die Kommunikation der BürgerInnen im Medium Radio gibt ein Stück soziale Nähe zurück – Radio als ‚elektronischer Dorfbrunnen‘.

Das Freie Radio hat den Auftrag, jenen Themen und Menschen eine Stimme zu geben, die im allgemeinen Wettlauf um Einschaltquoten nicht zu hören sind: Radio wird von den Menschen dieser Stadt gemacht. Ihre Themen sind die Themen dieser Stadt. Ein für die Bürger und Bürgerinnen offenes Medium ist Lokalradio im besten Sinn.“

- „Freies Radio ist nichtkommerziell.

Lokales (und auch regionales) Radio kann mit seinen Reichweiten nicht ausschließlich durch Werbeeinnahmen finanziert werden. Um die Reichweiten zu erhöhen, schließen sich kommerzielle Lokalsender zu Ketten zusammen. Mit überregionalen Ringsendungen und Mantelprogrammen für Nachrichten, Musik und vor allem Werbung versuchen kommerzielle Radios ein finanziell erfolgreiches Programm zu machen. Die Programmgestaltung liegt aber dann bei den MantelprogrammanbieterInnen – lokale Akzente oder für die Werbewirtschaft uninteressante Themen sehen sich an den Rand gedrängt. Die lokalen RadiobetreiberInnen beschränken sich auf die Koordination der Sendeabwicklung und auf die Administration der Werbung. Die Nichtkommerzialisierung des Freien Radio Wien entkoppelt das Radiogeschehen vom Werbemarkt. Die Entscheidung für oder gegen werbestrategisch ‚wertvolle‘ und ‚weniger wertvolle‘ Programmlinien stellt sich nicht. Erst der Verzicht auf Werbeeinschaltungen macht eine tatsächlich unabhängige Programmgestaltung möglich.

Außerdem darf nicht vergessen werden, daß die Administration und Akquisition von Werbung eines sehr großen Personalaufwands bedarf, welcher die Kosten eines Radiobetriebs in die Höhe schnellen läßt.“

- „Freies Radio ist billig.

Radio ist das vergleichsweise billigste Medium, welches zur Zeit existiert. Mit relativ wenig Aufwand kann ein großer Kreis von HörerInnen erreicht werden. Dazu bedarf es nicht des Funkhauses und auch nicht der Kosten, welche jenes verursacht. Der Finanzaufwand für das Freie Radio Wien bewegt sich in der Höhe von ca. drei Millionen Schilling jährlich. An seit Jahren gut funktionierenden ausländischen Beispielen läßt sich die Durchführbarkeit und realistische Einschätzung eines derartigen Budgetaufwands einfach kontrollieren.“

Das Radio ist heutzutage durch das Internet als billigstes Medium abgelöst. Auch was die Zugänglichkeit für alle BürgerInnen angeht, ist das Internet dem Radio zumindest ebenbürtig.

- „Freies Radio ist Kulturradio.

Die Stadt Wien hat eine sehr lebendige und vielschichtige Kulturszene. Das Freie Radio Wien sieht einen seiner Schwerpunkte in der Zusammenarbeit mit diesen Kulturinitiativen und hat sich in seinen Programmgrundsätzen zur Kunst- und Kulturförderung verpflichtet, d. h. die Unterstützung des lokalen Kulturgeschehens ist Teil seines Selbstverständnisses.“

- „Freies Radio hat einen Programmauftrag.

Medien müssen auf fundierten Programm- und Gestaltungsgrundsätzen basieren, um ihren gesellschaftlichen und demokratiepolitischen Aufgaben gerecht zu werden. Die Installation eines Programmauftrags bietet den MitarbeiterInnen jenen freien Spielraum, der vor Zugriffen von außen schützt. Angelehnt an den gesetzlichen Programmauftrag im Rundfunkgesetz verpflichtet sich das Freie Radio Wien zu einem umfassenden Programm, das Information, Unterhaltung, Kunst und Kultur sowie BürgerInnenbeteiligung und Lokalität beinhaltet.“

(Das Freie Radio Wien. Ein nichtkommerzielles Lokalradioprojekt für Wien.)

Kriterien aus handschriftlichen Aufzeichnungen von Fiona Steinert (Kopien einsehbar im Privataarchiv von Ada Joachimsthaler):

- Freies Radio als selbst verwaltetes Unternehmen
Das Radio sollte im Besitz der BetreiberInnen sein. Dies gewährleistet autonome Entscheidungsstrukturen und die Mitbestimmung der "Programm-MacherInnen". Als Risiko dieser Unternehmensform sieht Fiona Steinert die Doppelfunktion von HerausgeberInnen als MitarbeiterInnen und vice versa.
- Freies Radio als Komplementärmedium
Steinert warnt dabei vor einer unzureichenden Definition eines entsprechenden Komplementärmediums. Absolute inhaltliche Ausgewogenheit ist nach Meinung des Freien Radio Wien nicht möglich.

Kriterien aus einem Dokument von Jeff Bernard (1995): Strukturen autonomer Kulturarbeit in Österreich. Bd. 3. Wien: ÖGS/ISSS. (Kopien einsehbar im Privataarchiv von Ada Joachimsthaler):

- Freies Radio als autonome Kulturarbeit
„Unter ‚autonomer Kulturarbeit‘ verstehen wir selbstbestimmte, von öffentlicher Förderung nur sehr teilweise getragene, nonkommerziell orientierte infrastrukturbildende Kulturvermittlungsarbeit von Kulturveranstaltern, -stätten und -initiativen.“
- Freies Radio laut den Statuten der IG Kultur Österreich
„Die Selbstdefinition erfolgte im Jahr 1982 ; die damals erarbeiteten Kategorien wurden 1990 bestätigt und in die Statuten der IG Kultur Österreich aufgenommen: 1) kontinuierliche Arbeit; 2) starke regionale Verankerung; 3) kulturpolitische Modellhaftigkeit, 4) keine Einrichtung der öffentlichen Hand, selbstbestimmte Gebarung und Durchführung; 5) volle Einbeziehung übergreifender Veranstaltungsformen und kultureller Inhalte; 6) Suchen und Einbringen neuer Ideen auf den Gebieten der Kultur und

Kulturvermittlung; 7) Bemühung um Publikumsschichten, die von bestehenden Kultureinrichtungen nicht erreicht werden oder Alternativen suchen; 8) Schwerpunkt des Zeitgenössischen; 9) Wahrnehmung von Projekten zur Überbrückung der Kluft zwischen Kulturschaffenden und Publikum; 10) Aufgreifen von sozio-kulturellen und animatorischen Aufgabenstellungen; weiters Aktivitäten, die dem Angeführten sinngemäß gleichgehalten werden können.“

- Freies Radio und dessen Veranstaltungseinheiten bzw. außerordentlicher Aktivitätenrahmen

„a) Musik mit Bevorzugung neuer, unkonventioneller Sparten, Stile, Darbietungsformen; b) das gesprochene Wort in verschiedenen Gattungen (inkl. wissensvermittelnde, dialogische Veranstaltungen); c) ‚Visuelles‘ aller Art (bildende/darstellende Kunst, Film, Video, Tanz etc.) samt Misch- und Übergangsformen.“

- Freies Radio und dessen Zielsetzungen

„Die Strukturen werden bestimmt durch die Zielsetzungen: ‚Idealistische‘, unersetzliche Perspektiven, z.B. Förderung/Präsentation zeitgenössischer, neuer, ‚anderer‘, alternativer Kultur; Bewusstseins-, Aufklärungsarbeit, Förderung kritischen Denkens; erweiterter Kulturbegriff; regionale Kulturentwicklung; Herstellung von Kommunikations-/Begegnungsmöglichkeiten; Förderung des Nachwuchses und unterrepräsentierter Künstler; volksbildnerisch-animatorische Anliegen; Betonung der Breite und Vielfalt, Akzent gegenüber herkömmlichem Kulturbetrieb; Minderheitenfreundlichkeit; Kultur als ‚Lebens-Mittel‘ u.ä.m.“

Kriterien aus einem Dokument des Freien Radio Wien, "Verein zur Förderung und Unterstützung Freier Lokaler Nichtkommerzieller Radioprojekte" (Kopien einsehbar im Privataarchiv von Ada Joachimsthaler):

- Freies Radio und Jugend- sowie Erwachsenenbildung
Dieses Kriterium findet laut Aufzeichnungen von Fiona Steinert Umsetzung in Zusammenarbeit und Vernetzung von medienpädagogischen (Radio)Projekten in Schulen, Zusammenarbeit mit 1. MedienHS in Wien, Landesbildstelle, Medienzentrum der Stadt Wien und anderen, sowie in der Kooperation mit Erwachsenen- und Weiterbildungseinrichtungen im Rahmen eines EU-Projektes.

Programmanalyse

Exemplarisch für das Programmschema der zwei Radiosender wird hier das Tagesprogramm von Montag, dem 18.5.2015, bis Sonntag, dem 24.5.2015, herangezogen. Die folgenden Online-Quellen sind zum Teil nur über einen gewissen Zeitraum aktiv und sind für diese Arbeit im Privatarhiv von Ada Joachimsthaler gespeichert.

Des weiteren wurde eine Tabelle aus drei Programmwochen von Radio Orange erstellt, um die Häufigkeit wiederkehrender Sendungen festzustellen. Dazu diente der Zeitrahmen von 4.5.2015 bis 31.5.2015. Die Ergebnisse daraus fließen in die folgende Programmanalyse ein und befinden sich in Form einer Tabelle im Privatarhiv von Ada Joachimsthaler.

Radio Orange Programm:

Radio Orange Online. Sendungen vom 18.5.2015.

<http://o94.at/radio/programm/2015-05-18/> (23.5.2015; 19:22 Uhr)

Radio Orange Online. Sendungen vom 19.5.2015.

<http://o94.at/radio/programm/2015-05-19/> (23.5.2015; 19:22 Uhr)

Radio Orange Online. Sendungen vom 20.5.2015.

<http://o94.at/radio/programm/2015-05-20/> (23.5.2015; 19:23 Uhr)

Radio Orange Online. Sendungen vom 21.5.2015.

<http://o94.at/radio/programm/2015-05-21/> (23.5.2015; 19:23 Uhr)

Radio Orange Online. Sendungen vom 22.5.2015.

<http://o94.at/radio/programm/2015-05-22/> (23.5.2015; 19:23 Uhr)

Radio Orange Online. Sendungen vom 23.5.2015.

<http://o94.at/radio/programm/2015-05-23/> (23.5.2015; 19:23 Uhr)

Radio Orange Online. Sendungen vom 24.5.2015.

<http://o94.at/radio/programm/2015-05-17/> (25.5.2015; 16:03 Uhr)

Radio FM4 Programm:

Sendeschema:

Radio FM4 Online. <http://fm4.orf.at/radio/stories/sendeschema> (23.5.2015; 20:11 Uhr)

Nachdem der Ablauf des Programms nur aufgrund von Sondersendungen von diesem Schema abweicht, wird der vorliegende Wochenplan nicht verändert.

Spezifisches Radioprogramm:

Radio FM4 Online. <http://fm4.orf.at/radio/> (23.5.2015; 20:12 Uhr)

Auf dieser Seite werden die aktuellen Themen nach Tagen aufgelistet und per Klick auf den entsprechenden Tag eine genauere Auflistung der Sendungen, deren Inhalt und teilweise ganzer Musik-Playlisten geliefert.

Radio FM4 Online. Sendungen vom 24.5.2015.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759235/> (25.5.2015; 16:04 Uhr)

Radio FM4 Online. Sendungen vom 23.5.2015.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759194/> (23.5.2015; 20:18 Uhr)

Radio FM4 Online. Sendungen vom 22.5.2015.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759134/> (23.5.2015; 20:20 Uhr)

Radio FM4 Online. Sendungen vom 21.5.2015.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759082/> (23.5.2015; 20:20 Uhr)

Radio FM4 Online. Sendungen vom 20.5.2015.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759026/> (23.5.2015; 20:21 Uhr)

Radio FM4 Online. Sendungen vom 19.5.2015.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/1758953/> (23.5.2015; 20:21 Uhr)

Radio FM4 Online. Sendungen vom 18.5.2015.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/1758852/> (23.5.2015; 20:21 Uhr)

Radio FM4 Online. Sendungen vom 17.5.2015.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/1758884/> (23.5.2015; 20:21 Uhr)

Die Struktur der Radioprogramme weist schon auf den ersten Blick einen Unterschied bezüglich der festgesetzten Sendezeiten auf. Während bei Radio Orange wöchentlich unterschiedliche Sendungen in ein wiederkehrendes Programm eingegliedert sind, gibt es auf Radio FM4 einen kontinuierlichen Wochenplan, der nur durch Sondersendungen abweicht.

In der Nacht bieten beide Radios ein Musikprogramm. Bei Radio FM4 gestalten drei ModeratorInnen das Geschehen, und nach einem fixen Schema werden einzelne tagsüber gebrachte Sendungen wiederholt.

Bei Radio Orange entsteht das Musikprogramm ganz unter dem Motto des Titels der Sendereihe „O 94 Musik - In Random Order“.

„Die Auswahl der Titel erfolgt im Voraus durch die Redaktion, wird aber, entsprechend der jeweiligen Tageszeit, per Zufall an das o94 Playout weitergeleitet. Dadurch entsteht ein ständiger Fluss an neuen Kombinationen, die immer wieder für ein neues Hörerlebnis sorgen.

IN RANDOM ORDER ist ein Raum für Musik, die sonst oft ungehört in den Nischen verschwindet.“

(Radio Orange Online. Sendereihe IN RANDOM ORDER.

http://o94.at/radio/sendereihe/orange_fenster/ (23.5.2015; 22:10 Uhr))

Während das Radio FM4 Nachrichten täglich von 6:00 bis 19:00 Uhr jede volle Stunde auf Englisch, täglich um 6:30, 7:30 und 8:30 Uhr, sowie samstags und sonntags um 9:30 Uhr auf Deutsch und wochentags um 9:30 und 12:30 Uhr auf Französisch bringt, und im gesamten Programm mehrheitlich auf Englisch gesprochen wird, gibt es beim Radio Orange eine wesentlich größere Bandbreite an vertretenen Sprachen. Die Nachrichtensendung wird auf Radio Orange einmal wöchentlich gesendet.

Jeden Morgen zwischen 6:00 und 10:00 Uhr läuft auf Radio FM4 die so genannte „Morning Show“, wobei ein ModeratorInnenteam mit Musikkwünschen, Konzertkarten-, Tonträger- und „Goodiebag“-Verlosungen und Interviews mit Gästen in den Tag startet.

„Update“ ist eine von Montag bis Samstag ausgestrahlte Sendung, die innerhalb von zwei Stunden Ausgeh-, Kino- und Konzert-Empfehlungen sowie Musik und Internettipps bietet.

„I get to play the newest and finest alternative music, some albums before they even hit the shelves. I get to find out about and tell you about the best DJ sets and live gigs, and the movies that are hitting our cinemas before they come.“

(Julie McCarthy: Radio FM4 Online. Update.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4update> (23.5.2015; 22:16 Uhr))

„There's is (sic) a Gig Guide, telling of the latest bands coming to Austria. We'll also be giving you an update on what's happening in the cinema, some ideas of where to go and what to see. Also of course, one can't do anything nowadays without the internet and in Update there will also be a web tip. And of course we mustn't forget that there'll be an 'Album of the week' each week and each day we'll bring a different track from that album.“

(Hal Rock: Radio FM4 Online. Update. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4update> (23.5.2015; 22:16 Uhr))

„Reality Check“ beginnt um 12:00 Uhr und bringt montags bis freitags zwei Stunden Musikprogramm mit etwa viertelstündlichen Nachrichteneinschaltungen sowie samstags eine Stunde Musikprogramm und etwa alle zehn Minuten Nachrichten zu einem für diese Stunde konstanten Thema. Angepriesen wird die Nähe zum Geschehen durch weltweite Vernetzung mit KorrespondentInnen und Kontakten genauso wie die Recherche hinter den Nachrichten. Diese Sendung wird auch als Podcast zur Verfügung gestellt.

„With correspondents and contacts around the world, FM4's midday news magazine investigates the stories behind the headlines to put you at the axis of what's happening, as it happens. Whether the forum is political, sociological, cultural or just plain weird, we get the answers to the questions everyone wants to ask.“

(Radio FM4 Online. Reality Check. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4realitycheck> (23.5.2015; 22:27 Uhr))

An Sonntagen und Feiertagen werden „Update“ und „Reality Check“ durch „Sunny Side Up“ ersetzt. Diese Sendung läuft von 10:00 bis 13:00 Uhr und besteht aus Musikprogramm mit stündlichen Nachrichten.

„We've all come together to put together a three hour music show that includes hourly news bulletins, A Little Soul, a little sunshine, a little rain, sometimes some sad stories, sometimes some terrible jokes, sometimes just music and, as i (sic) said, awesome jingles.“

(Radio FM4 Online. Sunny Side Up.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4sunnysideup> (23.5.2015; 22:34 Uhr))

Die Sendung „Unlimited“ widmet sich montags bis freitags ausschließlich der von DJs für eine Stunde zusammengestellten Musik.

„Connected“ ist eine vierstündige Sendung mit verhältnismäßig viel Moderation. Sie ist außer der „Morning Show“, welche dem Programm einen fixen Rahmen und Start in den Tag gibt, die einzige täglich ausgestrahlte Sendung. Den einzigen Unterschied machen die Sendezeiten Montag bis Freitag von 15:00 bis 19:00 Uhr sowie Samstag und Sonntag von 13:00 bis 17:00 Uhr.

„Dein Draht zum Sender, dein Draht zur Welt: Connected ist die Spielwiese am Nachmittag, der Platz für Musikwünsche und Live Gäste, Buchtipps und Spieleneuheiten, politische Diskussionen und natürlich viel Musik.“

(Radio FM4 Online. Connected. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4connected> (24.5.2015; 10:13 Uhr))

In den „Charts“ werden jeden Samstag die Top 25 der FM4 Chart-Songs gespielt. Über die Platzierung der Neueinsteiger-Songs darf online abgestimmt werden.

Die „Worldwide Show“ definiert sich über die Radioarbeit von Gilles Peterson, der bei „BBC“ arbeitet und dessen zweistündiges Programm laut den Angaben auf der FM4 Homepage unter anderem in Neuseeland, Tokyo, Paris, Istanbul und sonntags von 17:00 bis 19:00 Uhr auf FM4 ausgestrahlt wird. In der Sendungsbeschreibung wird er als „internationaler Botschafter für jazzige und progressive Klänge“ bezeichnet. (Radio FM4 Online. Worldwide Show. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4worldwideshow> (24.5.2015; 10:28 Uhr))

Auch „Solid Steel“ wird in einige andere Länder exportiert.

„Die Solid Steel Radio Show ist eine Tour de Force von Hip Hop zu Lounge-Jazz, von Big Beat zu Elektronikexperimenten - garniert ist das ganze (sic) im

unverwechselbaren Coldcut-Stil mit jeder Menge Sprachfuzzel aus Film und Fernsehen.“

(Radio FM4 Online. Solid Steel. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4solidsteel>

(24.5.2015; 12:33 Uhr))

In der Beschreibung zur Sendung „Homebase“ spricht Gerlinde Lang, die seit 1998 für Radio FM4 arbeitet, die Besonderheit an, dass der Radiosender im Gegensatz zur herkömmlichen HörerInnenstatistik tendenziell abends eine höhere Einschaltquote aufweist. Das Motto der „Homebase“ ist, ein Musikprogramm mit Neuheitswert zu bieten. Von Montag bis Donnerstag moderiert Gerlinde Lang diese zwei- bis dreistündige Sendung.

„Die Homebase, wenns draußen dunkel ist, zu Gast bei dir im Zimmer, oder im Auto. Nur wir zwei, ich rede, du hörst zu, und wir hören was, das wir nie zuvor im Leben gehört haben.“

(Gerlinde Lang: Radio FM4 Online. Homebase.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4homebase> (24.5.2015; 10:31 Uhr))

Die Moderatoren Roland Gratzner und Hannes Duscher gestalten die zweistündige Sendung „mit viel frischer Musik, Live-Lebensberatung am Telefon, Gästen, sowie besseren und schlechteren Witzen.“ (Radio FM4 Online. Top FM4. <http://fm4.orf.at/radio/stories/topfm4> (24.5.2015; 10:40 Uhr))

Die Nummer ins Studio wird auch bei der Sendungsbeschreibung auf der FM4 Homepage angegeben.

Die zweistündige Sendung „Davi Decks“ läuft samstags ebenfalls von 19:00 bis 21:00 Uhr und steht on demand für sieben Tage zum Nachhören zur Verfügung.

„Davidecks ist die FM4 Saturday Night Schnittstelle von Populär- und Clubkultur mit einer Schwäche für Überraschungsmomente aus Avantgarde, Newcomer und Heritage. Dazwischen: funky Gegenwart. Präsentiert wird aus dem DJ Studio.“

(Radio FM4 Online. Davi Decks. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4davidecks>

(24.5.2015; 10:54 Uhr))

Fixpunkte in dieser Sendung bilden Stefan Elsbacher mit seinem Beitrag „Musikerziehung“ und Marcus Wagner-Lapierre mit „Makossas Corner“. In der Rubrik „My Definition“ wird ein fünfzehnminütiger Gastmix von heimischen und internationalen Gästen gespielt.

„Musikerziehung“

Diese Rubrik erzählt assoziativ über Genres und Protagonisten, bisweilen skurrile Entwicklungen in der Musik der – sagen wir – letzten zweihundert Jahre.

„Makossas Corner“

Swound Sound DJ Marcus Wagner-Lapierre präsentiert eine meist in Vergessenheit geratenen (sic) Platte aus seiner riesigen und ungeordneten Sammlung, zieht mitunter Parallelen zur Gegenwart.“

(Radio FM4 Online. Davi Decks. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4davidecks>

(24.5.2015; 10:54 Uhr))

„Zimmerservice“ bedient Musikwünsche per E-Mail oder Post, nicht per Telefon.

In „Heartbeat“ erstellen Eva Umbauer und Robert Rotifer ein Independent-Pop Musikprogramm, das sieben Tage on demand nachzuhören ist.

Montags bis freitags ab 21:00 beziehungsweise 22:00 Uhr sowie am Wochenende ab 17:00 Uhr gibt es keine Programmwiederholungen.

„Auf Laut“ soll eine Plattform für Diskussionen zu gesellschaftspolitischen Themen sein. Die HörerInnen werden aufgefordert anzurufen und ihre Meinungen preiszugeben.

„In FM4 Auf Laut sind unsere Gäste ExpertInnen in eigener Sache. Eine Stunde Live-Radio zu aktuellen Themen und mit eigenen Thesen. Ein Forum für die Meinungen und Erfahrungen der FM4-Hörer und -Hörerinnen und ein Platz für Utopie, Ideen und Bewegungen (fast) jeder Art.“

(Radio FM4 Online. Auf Laut. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4auflaut> (24.5.2015; 12:14 Uhr))

Unter die Rubrik Musiksendungen verschiedenster Musikstile fallen „House of Pain“ (Rock), „Tribe Vibes“ (Hip Hop und Ausflüge in Richtung Funk, Reggae, Elektronik und Soul), „Graue Lagune“ (Musikplaylisten von auswärts), „Fivas Ponyhof“ (Hip Hop, Funk und Soul), „High Spirits“ (House, Soul und Breaks), „Swound Sound System“ (Disco, Funk, Reggae und HipHop etc.), „Liquid Radio“ (Entschleunigte Musik zur sonntäglichen Geisterstunde), „La Boum De Luxe“ (Techno im weitesten Sinne).

„Internationale und heimische Gast-DJs in the Mix, Live-Sessions, Übertragungen und aufgezeichnete Sets. In ganz Österreich, den angrenzenden Nachbarstaaten, via Satellit und Webstream worldwide.“

(Radio FM4 Online. La Boum De Luxe.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4laboumdeluxe> (24.5.2015; 12:50 Uhr))

Bei der Musiksendung „Digital Konfusion“ mit der Stilrichtung Hip-Hop, House, Electro, Drum'n'Bass, Breaks und Reggae/Dancehall bis Techno wird in der Sendungsbeschreibung besonders der interaktive Austausch mit den HörerInnen über verschiedenste Kommunikationskanäle betont.

„Hosted and produced by DJ Joe-Joe of the world reknown New York Digital Konfusion crew, the DK Mixshow offers a club/party style atmosphere as well as interactivity with the phone lines open to talk to the guests, cool give-aways and a live internet chat-room to let you really become a part of the party going on in your radio or computer.“

(Radio FM4 Online. Digital Konfusion.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4digitalkonfusion> (24.5.2015; 13:46 Uhr))

Auch bei „Chez Hermes“ wird extra auf die Möglichkeit hingewiesen per Telefonanruf auch mit Studiogästen in Kontakt treten zu können.

„Aktuelles, Abstruses und Außergewöhnliches wird mit Anstand und Stil serviert und sodann durch den Äther gepfeffert.

Holde Studiogäste und frenetische Anrufer geben sich, so wie thematische und musikalische Leckerbissen, des Dienstags zur Geisterstund' die Klinke in die Hand.“

(Radio FM4 Online. Chez Hermes. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4chezhermes> (24.5.2015; 13:56 Uhr))

Ebenfalls sieben Tage on demand nachhörbar, aber nicht an einem Musikstil orientiert, sind die folgenden Sendungen, wie etwa „Im Sumpf“, von Fritz Ostermayer und Thomas Edlinger.

„In Doppelconferance bepflanzen die beiden mit ihren Auslassungen zu Musik, Literatur, Kunst und Gesellschaft eine leicht verwilderte Parallelwelt zum Feuilleton.“

(Radio FM4 Online. Im Sumpf. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4imsumpf> (24.5.2015; 12:42 Uhr))

„Projekt X“ wird von Herbert Leopold Knötzl und Clemens Eduard Haipl gestaltet und befasst sich mit keinem kontinuierlichen Thema, sondern entsteht spontan im Gespräch.

Auch die Sendung „Bonustrack“ hat keine Themen-Vorgabe, sondern Martin Blumenau fordert HörerInnen zu einem Gespräch auf.

„Die wöchentliche Bonustrack-Stunde kann auch langweilig und trostlos sein, wie sie in der nächsten Wochen (sic) dann wieder vor glühender Energie nur so sprüht - sie ist in jedem Fall ein Parforce-Ritt ungeschönter Emotionen und eine Begegnung ohne Maske, interaktives Radio in Reinkultur.“

(Radio FM4 Online. Bonustrack. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4bonustrack>
(24.5.2015; 12:52 Uhr))

Radio Orange hat eine Sendereihe, die sogar mehrmals täglich ausgestrahlt wird. Dabei handelt es sich um „O 94 Musik - In Random Order“, wobei ohne Moderation nach dem Zufallsprinzip Lieder aus einem ausgewählten Songarchiv abgespielt werden. Diese Sendereihe wird unter der Leitung von Bernhard Staudinger in der Sendesprache Deutsch ausgestrahlt.

„Das Musikfeature von ORANGE 94.0 bietet eine Plattform für aktuelle Musik, die passiert. Unser Ziel ist, die interessantesten Sounds aus verschiedensten Genres, Ländern und Communities auf Sendung zu bringen. Alle Sparten, rund um die Welt.

IN RANDOM ORDER ist ein zeitgemäßes Musikprogramm für inspirierte Menschen.

Die Musik läuft "in random Order" ohne Moderation, neben den Sendungen der freien Radiomacher_innen. In 7 zeitlichen Abschnitten begleitet das Programm über 24h verteilt durch Tag und Nacht.“

(Radio Orange. Sendereihe O94 Musik.

http://o94.at/radio/sendereihe/orange_fenster/ (4.8.2015; 18:10 Uhr))

Sendereien, die mehrmals wöchentlich zu einer fixen Sendezeit gespielt werden, sind bei Radio Orange rarer als bei Radio FM4. Täglich, außer donnerstags, hat Radio Afrika um 9:00 Uhr einen konstanten Sendeplatz. Die Sendesprache ist laut Angabe auf der Radio Orange Homepage Deutsch und die Sendungen werden von Alexis Neuberg und Israel RIBEIRO da SOUSA geleitet.

„Radio Afrika International - ein journalistisches Projekt vom Verein RADIO AFRIKA - hat sich zum Ziel gesetzt, gegen Vorurteile, Klischees und Stereotypen über Afrikaner_innen und Afrika zu kämpfen, die oftmals von Medien verbreitet werden.

Radio Afrika International will daher zur Verbesserung der Beziehungen sowohl zwischen Afrikaner_innen untereinander, als auch zwischen Afrikaner_innen und Österreicher_innen bzw. Europäer_innen beitragen.“

(Radio Orange. Sendereihe Radio Afrika.

http://o94.at/radio/sendereihe/radio_afrika_mo/ (4.8.2015; 18:20 Uhr))

Ebenfalls mehrmals wöchentlich zu einer fixen Sendezeit ist montags bis freitags um 11:50 Uhr die Sendereihe „Stadtradio Orange“ zu hören.

Diese Sendereihe mit der Sendesprache Deutsch, geleitet von Barbara Kovar, Walter Kreuz, Bernhard Staudinger, verwendet von BürgerInnen auf die Website stadtradio.o94.at geladene Soundfiles zu einem monatlich neu gewählten Thema. Die Beiträge mit einer Maximallänge von sechs Minuten sollen ein vielstimmiges Bild der Stadt Wien ergeben.

„Stadtradio Orange ermöglicht es Bewohner_innen Wiens selbst als Medienproduzent_in aktiv zu werden und schnell und einfach Beiträge zu ihrem Lebens- und Arbeitsraum zu produzieren: Wie klingt meine Stadt? Was passiert vor meiner Tür? In dem neuen Programmfenster Stadtradio Orange, lädt ORANGE 94.0 alle Interessierten ein, selbst erstellte Audio-Beiträge (sic) schnell und unkompliziert on air zu bringen. Ein thematischer Schwerpunkt setzt monatlich neue Impulse. Individuelle Radiobeiträge entstehen unterwegs und können von überall direkt ins Radio geschickt werden.“

(Radio Orange. Sendereihe Stadtradio Orange.

<http://o94.at/radio/sendereihe/stadtradio-orange/> (4.8.2015; 18:25 Uhr))

Die Mehrheit der Sendungen wird einmal wöchentlich zu einer fixen Sendezeit gespielt. Darunter fallen laut der Programmanalyse 53 Sendereihen, wobei beim Radio Orange drei Wochen verglichen werden, um etwas mehr Repräsentativität in diese Analyse zu bringen.

Im Zuge der Sendungsanalyse werden zwei dieser Sendungen genauer betrachtet und daher auch hier in der Programmanalyse näher beleuchtet.

Die im Vorjahr noch zweimal wöchentlich ausgestrahlte Nachrichtensendung weist auch in der Beschreibung online auf die Schwierigkeit hin, entsprechend kontinuierlich sich beteiligende Radiomachende zu finden, die ehrenamtlich arbeiten. Auch der offene Zugang zu diesem Radio und nicht zuletzt die soziale Nähe und kritische Auseinandersetzung mit gängigen Inhalten und das Aufgreifen unterrepräsentierter Themen werden hierbei noch einmal betont.

„Nachrichten auf ORANGE 94.0 lenken die Aufmerksamkeit auf politische, soziale, kulturelle und emanzipatorische Initiativen und motivieren Hörer_innen, sich aktiv an lokalen politischen, sozialen und kulturellen Aktivitäten zu beteiligen. Zu Wort kommen jene, die sonst nicht zu Wort kommen. Jeden Freitag um 17 Uhr auf ORANGE 94.0. (Eine zweite Sendung in der Woche mussten wir bis auf Weiteres aufgeben. Wir haben es nicht mehr geschafft. Wenn du daran etwas ändern möchtest: Mach mit!)

Die Nachrichtenredaktion ist für jede_n offen. Mehr Infos dazu gibt es hier.“
(Radio Orange. Nachrichten. <http://nachrichten.o94.at> (4.8.2015; 18:42 Uhr))

Die „Wiener Radiobande“ wurde bereits mit Sendestart des Radio Orange gegründet und stellt eine Sendeschiene bereit, unter welcher SchülerInnen aus Wien selbst Sendungen gestalten und einen Einblick in ihre Lebenswelt gewähren. Die jeweiligen SchülerInnengruppen bestimmen die Inhalte selbst und produzieren die Beiträge zum Großteil in Sendungsproduktionsworkshops. Die jugendrelevanten Themen und Schwerpunkte wie Sprachenvielfalt, Stadt sowie Geschichten, Dokumentationen und Nachrichten aus den Schulen bilden den Leitfaden.

Die Wiener Radiobande ist ein Projekt des Wiener Bildungsservers sowie des Wiener Stadtschulrates und wird unter der Leitung von Evelyn Blumenau, Walter Kreuz und Andreas Bolhar-Nordenkampf produziert. Speziell der Faktor Jugendbildung spielt in dieser Sendereihe eine bedeutende Rolle. In den vergangenen Jahren gab es unter anderem dafür auch diverse Auszeichnungen.

„Die Wiener Radiobande hat zahlreiche Auszeichnungen erhalten, wie etwa die Radiopreise der Erwachsenenbildung 2005, 2010 und 2011 (Wien), den European Podcast Award 2009 (Hamburg) oder die Nominierung zum Europäischen Civis-Medienpreis für Integration 2011 (Berlin).“
(Radio Orange. Sendereihe Radiobande.

<http://o94.at/radio/sendereihe/radiobande/> (4.8.2015; 19:03 Uhr))

Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von einzelnen Sendungen, die mitunter auch nur auf einen Beitrag ausgerichtet sind.

Sendungsanalyse

Radio Orange Online. Nachhören. <http://o94.at/radio/nachhoeren/> (23.5.2015; 19:27 Uhr)

Dieses Onlinearchiv umfasst die letzten 100 online zur Verfügung gestellten Sendungen.

Radio FM4 Online. <http://fm4.orf.at/7tage/> (23.5.2015; 20:07 Uhr)

Dieses Onlinearchiv umfasst alle Sendungen der letzten sieben Tage.

Jene für die Inhaltsanalyse relevanten Sendungen sind online nur über einen gewissen Zeitraum verfügbar, jedoch im Privatarchiv von Ada Joachimsthaler gespeichert.

Im Zuge der Inhaltsanalyse von pro Radiosender zwei exemplarisch herausgegriffenen Sendungen werden jeweils eine Nachrichtensendung und eine Sendung mit HörerInnenpartizipation näher betrachtet.

Radio Orange

In der Sendung mit dem Titel „The Multi-Radiostudio-Box / Teil 1“ der Sendereihe „Wiener Radiobande“ widmen sich SchülerInnen der 4. Klasse der KMS/NMS Wiesberggasse den Themen Mehrsprachigkeit, Multikulturalität und Alltag in mehrsprachigen Hörszenen, aus dem Park und der Straßenbahn, einem Studiotalk und einem Infoblock zu Serbien, Mazedonien und Kroatien.

Ausgestrahlt wurde die Sendung am 20.5.2015 unter der Aufsicht der RedakteurInnen Evelyn Blumenau, Walter Kreuz und Andreas Bolhar-Nordenkamp. Diese Sendereihe wird jeden Dienstag um 12:30 und 16:00 Uhr auf Radio Orange ausgestrahlt und dauert 6:45 Minuten.

Diese zur Analyse herangezogene Sendung macht sich zum Ziel, den HörerInnen möglichst viele Sprachen näherzubringen und die Multikulturalität innerhalb der Klasse abzubilden. Der gesamte Beitrag wird von SchülerInnen

gesprochen. Auf Deutsch leiten die SchülerInnen durch den Beitrag und sprechen auszugsweise Sprachen aus Serbien, Italien, dem Iran, Afghanistan, Albanien, Russland, Rumänien, Spanien und England. Über Serbien, Mazedonien und Kroatien werden in Kürze ein paar Fakten erzählt, und den Abschluss der Sendung bildet eine nachgespielte Geschichte aus der Straßenbahn.

Die Sendereihe „Nachrichten“ wird jeden Freitag um 17:00 Uhr 30 Minuten lang ausgestrahlt. Für die Inhaltsanalyse wird die Sendung vom 22.5.2015 herangezogen. Margit Wolfsberger und Gerhard Kettler leiten die Nachrichtenredaktion. Die Sendesprache ist Deutsch.

„Im Mittelpunkt der Nachrichtensendung stehen lokale politische und kulturelle Initiativen sowie deren Themen und Aktivitäten. Zu Wort kommt primär, wer sonst nicht oder kaum zu hören ist.“

(Radio Orange. Sendereihe Nachrichten.

<http://o94.at/radio/sendereihe/nachrichten/> (4.8.2015; 18:10 Uhr))

Struktur der Nachrichtensendung:

- Aufzählung der Hauptthemen
- Kurzmeldungen:
 - „Pegida“-Kundgebung
 - Feier des 35 jährigen Bestehens der Lernwerkstatt „Gemeinsam Wachsen“ (Verweis auf eine andere Sendung zu diesem Thema, die auf der Radio Orange Homepage zum Nachhören bereitgestellt ist.)
- Hauptthemen:
 - Kindergartenstreik in Deutschland (Moderation; Mitschnitt eines Telefoninterviews)
 - Asylnovelle beschlossen (Moderation abwechselnd mit zwei Mitschnitten eines Telefoninterviews)
 - Radiotage in Seekirchen am Wallersee (Moderation abwechselnd mit Mitschnitten zweier Interviews)
 - KünstlerInnen-Aktionstag gegen „TTIP“ (Moderation abwechselnd mit Mitschnitten dreier Interviews)

- EU fordert „UNHCR“-Mandat für Militäreinsatz gegen Boote von Flüchtenden (Moderation abwechselnd mit vier Mitschnitten von einer Kundgebung) Verweis auf Informationen auf der „Facebook“-Seite der Organisation.
- Kurzmeldungen für die nächsten Tage:
Veranstaltungen zu den Themen Podiumsdiskussion zum 40 jährigen Jubiläum der Fristenlösung; Info-Veranstaltung zu klerikal-faschistischen Umtrieben; Radrundfahrt der Radlobby Floridsdorf; ecuadorianischer Wissenschaftler und Politiker in der Volkshochschule Ottakring zu einer Podiumsdiskussion.

Radio FM4

Für die Analyse der wöchentlich ausgestrahlten, einstündigen Sendung Bonustrack mit der Sendesprache Deutsch wird die Aufzeichnung vom 20.5.2015 herangezogen. Zu Beginn der Sendung wird das Prinzip der Call-in-Sendung erläutert. Ausgerechnet in der für die Analyse herangezogenen Sendung spricht Martin Blumenau über die Kommunikationsform des amerikanischen Talk-Radio, derer er sich hier bedient, und sinniert darüber, warum diese Verbindung mit den HörerInnen nur über Telefon und nicht über andere neue Medienkanäle funktioniert. Auch die Öffentlichkeit einer solchen Sendung und die Datenspeicherung werden kurz angesprochen, bevor die Telefonnummer durchgesagt und zur Beteiligung aufgerufen wird. Bevor der erste Anruf angenommen wird, liest Martin Blumenau drei Kommentare von HörerInnen vor, die während der Sendung der letzten Woche an ihn geschrieben wurden. Davon sind zwei Nachrichten Musikwünsche und die dritte eine Bitte sich weniger zu räuspern. Der erste Anrufer spricht über das Wetter, Fußball, Theater, Literatur, Kooperation im Tierreich, Kinderbücher, Filme, Erfindungen und ihre Verwendung für Böses, Computerspiele, Horrorfilme, Titelmusik von Zeichentrickserien, Kinderspielzeug, Puzzle, Amerikareise, Besitzer von Zeitungsimperien und Assoziationsketten. Der zweite Anrufer ist erst wegen lauter Musik im Hintergrund und dann wegen der schlechten Telefonverbindung nicht zu verstehen und fällt aus der Leitung. Dieser ruft ein weiteres Mal an und

erzählt von Unfällen in seiner Jugend und seiner Angst vor dem Alter, von „Spiral Tribe“, und seinem Zivildienst. Martin Blumenau wendet sich von dem Gespräch mit dem Anrufer ab und adressiert die restlichen HörerInnen, wenn er erklärt, dass die Sprunghaftigkeit zwischen den Gesprächsthemen jenes Anrufers krankhaft wäre. Danach meldet sich ein weiterer Anrufer, der sich nur als „Zuhörer“ vorstellt.

Die Nachrichtensendung „Reality Check“, welche Montag bis Freitag von 12:00 bis 14:00 Uhr und samstags von 12:00 bis 13:00 Uhr ausgestrahlt wird, hat zwischen dem Musikprogramm mehrere Nachrichtenblöcke und ist in englischer Sprache. Geleitet wird die Sendung von Riem Higazi, Steve Crilley, Chris Cummins und Hal Rock. Bei der für die Inhaltsanalyse herangezogenen Sendung vom 22.5.2015 werden vier Themen näher behandelt: „Islamic State making gains“, „Latvia Media Wars“, „Ireland same-sex marriage referendum“ und „Spain’s political landscape“.

- „Islamic State making gains“ (Moderation mit Zitat; Mitschnitt eines Telefoninterviews eines FM4 Redakteurs (John Cummins) mit einem Security-Analysten)
- „Latvia Media Wars“ (Moderation; Mitschnitt eines Interviews des Redakteurs, der die Moderation macht, mit einer litauischen Journalistin in einem Kaffee in Riga)
- „Ireland same-sex marriage referendum“ (Moderation; Mitschnitt eines Telefoninterviews einer FM4 Redakteurin (Jenny Johnson) mit einem irischen Autor und Journalisten)
- „Spain’s political landscape“ (Moderation; Mitschnitt eines Telefoninterviews eines FM4 Redakteurs (Steve Crilley) mit einem Korrespondenten in Spanien)

Interviews

Radio Orange

Interview am 29.5.2015 mit:

- Gerhard Kettler

Informationen zu aktuellen Sendungen mit Gerhard Kettler auf der Homepage von Radio Orange:

Radio Orange Online. Sendereihe O94 Kultur Spezial.

<http://o94.at/radio/sendereihe/o94kultur-spezial/> (28.5.2015; 11:21 Uhr)

Radio Orange Online. Sendereihe O94 Politik Spezial.

<http://o94.at/radio/sendereihe/o94politik-spezial/> (28.5.2015; 11:21 Uhr)

- Margit Wolfsberger

Informationen zu aktuellen Sendungen mit Margit Wolfsberger auf der Homepage von Radio Orange:

Radio Orange Online. Sendereihe O94 Jugend Spezial.

<http://o94.at/radio/sendereihe/o94jugend-spezial/> (28.5.2015; 11:33 Uhr)

Radio Orange Online. Sendereihe O94 Spezial.

<http://o94.at/radio/sendereihe/o94spezial/> (28.5.2015; 11:33 Uhr)

Radio Orange Online. Sendereihe WUK Radio.

http://o94.at/radio/sendereihe/wuk_radio/ (28.5.2015; 11:33 Uhr)

Ehemalige Sendereihe mit thematischer Relevanz für diese Magisterarbeit:

Radio Orange Online. Sendereihe Schallspuren.

<http://o94.at/radio/sendereihe/schallspuren/> (28.5.2015; 11:33 Uhr)

Radio FM4

Interview am 8.6.2015 mit:

- Martin Blumenau

Informationen zu aktuellen Sendungen mit Martin Blumenau auf der Homepage von Radio FM4:

Radio FM4 Online. Zimmerservice.

<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4zimmerservice> (28.5.2015; 11:54 Uhr)

Radio FM4 Online. Bonustrack. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4bonustrack>
(28.5.2015; 11:54 Uhr)

Radio FM4 Online. Blumenau. <http://fm4.orf.at/blumenau> (28.5.2015; 11:54 Uhr)

- Monika Eigensperger

RadiopiratInnen

Herauszustreichen ist an dieser Stelle nochmals, dass einige potentielle InterviewpartnerInnen Restriktionen aufgrund der ehemaligen Illegalität ihrer Aktionen fürchten und daher Anonymität fordern oder die Teilnahme an Interviews verweigern.

Interview am 29.6.2015 mit:

- Fiona Steinert

An folgenden Sendungen von Radio Orange beteiligt:

Radio Orange Online. Sendereihe Radia. <http://o94.at/radio/sendereihe/radia/>
(28.5.2015; 15:03 Uhr)

Radio Orange Online. Schallspuren. http://schallspuren.o94.at/radiopirat_innen/
(28.5.2015; 15:03 Uhr)

- Regine Wieser

An der folgenden Sendung von Radio Orange beteiligt:

Radio Orange Online. Schallspuren. http://schallspuren.o94.at/radiopirat_innen/
(28.5.2015; 15:03 Uhr)

Interviewfragen

- Was bewegt euch persönlich dazu Radio zu machen?
- Welchen Anspruch an das Radio gab es bei der Gründung?
Wurde dieser damals umgesetzt?
Wird dieser heute umgesetzt?
- Seht ihr der Radioarbeit bzw. -gestaltung in irgendeiner Form rechtliche Grenzen gesetzt?
- Fragmentierung der Gesellschaft:
Wen erreicht ihr mit eurem Radio?

Wen wollt ihr erreichen?

- Wie sieht bei eurem Radio der Austausch mit den Hörern und Hörerinnen aus? Gibt es Feedback oder Beteiligung an Diskussionen?

In welcher Form? In welchen Sendungen?

- Gibt es in jeder Sendung die Möglichkeit, als HörerIn anzurufen oder auf anderem Weg direkt mit den ModeratorInnen in Kontakt zu treten?
- Gibt es in irgendeiner Form Zugang zum Radio, um eigene Sendungen zu machen bzw. seine Meinungen zu transportieren?

Wann werden diese ausgestrahlt?

Gibt es dafür Platz im Programm?

Welche Auflagen gibt es, um eine Sendung gestalten zu dürfen?

- Welche Auflagen gibt es in Beiträgen und Moderationen bezüglich der Sprache?
- Wie wird alternative Mediennutzung bei eurem Radio umgesetzt?
- Was bedeutet für euch Gegenöffentlichkeit?
- Stellt euer Radio für euch eine Gegenöffentlichkeit dar?
- Wie sieht für euch ein ideales Radio aus? Inhaltlich? Strukturell?
- Was würdet ihr bei eurem Radio noch verändern wollen?
- Gibt es irgendetwas, das ihr anders machen würdet?
- Möchtet ihr mir noch etwas erzählen, was ich euch nicht gefragt habe?

Interviewablauf

Alle sechs InterviewpartnerInnen waren sehr gastfreundlich und scheinen sich in der Gesprächssituation wohl gefühlt zu haben, so dass sie von Anbeginn sehr offen und geradezu freundschaftlich kommuniziert haben. Die Örtlichkeiten waren bei Radio FM4 und Radio Orange jeweils Besprechungszimmer der Radiostationen und somit eine gewohnte bis neutrale Umgebung. Auch das Interview mit den zwei ehemaligen Akteurinnen des PiratInnenradios fand in einem Büroraum von Fiona Steinert statt. Niemand der InterviewpartnerInnen bestand auf Anonymität, jedoch wurde von allen ein Vorabeblick in die Interviewzusammenfassung gewünscht. Eine gewisse Unsicherheit bezüglich

des Forschungsziels dieser Magisterarbeit trat nach einer Weile bei allen drei Interviews auf, denn die Fragen waren absichtlich eher allgemein gehalten und führten das Gespräch ohnehin in Richtung der wesentlichen Aspekte, ohne eine Tendenz zu suggerieren. Alle InterviewpartnerInnen haben während des gesamten Gesprächs eine gewisse Ruhe ausgestrahlt, wobei deutlich spürbar war, dass ihnen das Thema und ihre Radioarbeit sehr am Herzen liegen und großes Interesse daran vorhanden ist. Die Form des Gruppeninterviews, in diesem Fall jeweils zu zweit, hatte einerseits den Vorteil, dass sich die InterviewpartnerInnen gegenseitig an verschiedenste Details erinnerten und ein relativ lockeres Gespräch über die gemeinsame Vergangenheit entstand, bei dem auch viel gelacht wurde.

Zusammenfassung der Interviews und Vergleich innerhalb der einzelnen Interviewfragen

- Was bewegt euch persönlich dazu Radio zu machen?

Margit Wolfsberger ist seit 1999 bei Radio Orange und hat sich 2012/2013 näher mit dem PiratInnenradio befasst, war aber selbst nie daran beteiligt. Gerhard Kettler hat sich bereits am PiratInnenradio beteiligt und arbeitet seit 1998, kurz vor Sendestart, beim Freien Radio Orange.

Sowohl Martin Blumenau als auch Monika Eigensperger sind während ihrer Studienzeit zum Radio Ö3 gekommen und haben Anfang der achtziger Jahre durch die Praxiserfahrung Gefallen an der Arbeit gefunden.

Regine Wieser war Studentin und hat als Pressefotografin für „Volksstimme“ und „Salto“ gearbeitet, als sie etwa 1991 das Frauenradio innerhalb des PiratInnenradios gegründet hat. Fiona Steinert hat im Zuge ihres Studiums mit der Institutsgruppe eine wöchentliche Theatersendung über PiratInnensender ausgestrahlt.

- Welchen Anspruch an das Radio gab es bei der Gründung?
Wurde dieser damals umgesetzt?
Wird dieser heute umgesetzt?

Margit Wolfsberger sieht sich mit ihrer journalistischen Arbeit dem kritischen Geist verpflichtet und empfindet das Radio Orange als den geeignetsten Ort, dies ohne Redaktionsstatut zu leben. Zudem sei für sie das Radio das geeignetste Medium, da das gesprochene Wort ihrer Meinung nach die Menschen am ehesten erreiche und Video zu oberflächlich wäre.

Gerhard Kettler kommt aus dem politischen Aktivismus und sieht das Radio als Medium, um die Welt zu verändern. Dies strebt er auf zwei Ebenen an: Einerseits im engeren Kreis derer, mit denen er aktiv werden möchte, und andererseits bei HörerInnen, in denen er einen Denkprozess auslösen möchte. Daher war für ihn das PiratInnenradio eine geeignete Möglichkeit HörerInnen zu erreichen, die eigentlich ein „Mainstreamprogramm“ konsumieren wollten, und mit Themen zu konfrontieren, die dort vielleicht nicht oder in einer anderen Gewichtung vorkommen. Darüber hinaus ist für ihn wesentlich, andere Perspektiven aufzuzeigen und andere Personen zu Wort kommen zu lassen.

Martin Blumenau sah in dem Radiosender FM4 die Abbildung einer Alternativkultur, die es seiner Meinung nach damals in keinem anderen legalen Medium in Österreich gegeben hat. Monika Eigensperger weist darauf hin, dass im Gegensatz zu den heutigen Möglichkeiten im Internet das Radio damals die einigendste Plattform für so etwas wie Populärkultur, Alternativkultur, Kultur, die einen aktuellen Spiegel vorhält oder auch durchaus als Provokation auftritt, war.

Nachdem laut Martin Blumenau auch genug Interesse von HörerInnenseite bestünde, wäre klar, dass Radio FM4 kein totales Nischenprodukt wäre.

Für Martin Blumenau und Monika Eigensperger sei ein wesentlicher Anspruch sowohl damals als auch heute, die verschiedenen „Szeneorte“, was Musik, aber auch alle anderen Bereiche und Themen innerhalb des Senders betreffe, zu vereinen. Während für sie das Internet ein geeignetes Portal für spezialisierte Suche nach Informationen zu Einzelinteressen darstelle, sehen sie die Aufgabe des öffentlichen Radio FM4 darin, durch die vielseitigen Vernetzungen ihrer MitarbeiterInnen in die verschiedensten Szenen einen Überblick zu gewährleisten, ohne sich in Details zu verlieren. Mit dieser Strategie sollen die HörerInnen sich nicht nur auf ihren Dunstkreis beschränken, sondern auch auf andere aufmerksam werden. Auch die Vielzahl an unterschiedlichen Nationalitäten der MitarbeiterInnen und die gleichberechtigte Zusammenarbeit auf einer Augenhöhe seien ein Erfolgsrezept.

Fiona Steinert sieht das PiratInnenradio einerseits als Versuch, um unterrepräsentierten Themen Gehör zu verschaffen, und andererseits als Medium für „Abenteuerlustige“, die die Meinung vertraten, das Radiomonopol und auch die nachfolgende Kommerzialisierung seien kein geeigneter Zustand. Zudem käme der Gefallen an dem kreativen Vorgang, mit einfachen technischen Mitteln Sendungen zu produzieren.

Für Regine Wieser stand im Vordergrund, ein Programm von Frauen für Frauen zu machen, in dem Musik, Literatur und Sprache im Sinne feministischer Linguistinnen eine wesentliche Rolle spielten. Auch die Rückmeldungen der HörerInnen dienten als Motivation. Damit wurde den RadiopiratInnen deutlich, dass sie mehr als ihren eigenen Freundeskreis und KollegInnen erreichen und somit eventuell Veränderungen erzielen können.

Heute ist Radio für Regine Wieser kein persönlich häufig genutztes Medium und für Fiona Steinert eine Wochenendbeschäftigung. Fiona Steinert geht davon aus, dass Radio heute viel gezielter genutzt werde als das früher verbreitete terrestrische Radio. Damals diene es, ihrer Meinung nach, vielfach als Hintergrundgeplätscher, wobei das PiratInnenradio wie auch das Freie Radio den Anspruch haben, Sendungen zu bringen, die gezielt gehört werden, und das Hören an sich als solidarischer Akt empfunden werde. Gewissermaßen authentische Botschaften würde Fiona Steinert heute im Freien Radio suchen, wobei Radiosendungen ausgestrahlt werden, die eine Expertise aus der eigenen „Betroffenheit“ beinhalten, im Gegensatz zu von JournalistInnen recherchierten Themen. Das immer häufigere Rezipieren von Radio „on demand“ habe wiederum weniger mit dem Authentischen, als mit der gezielten Auswahl nach sehr spezifischen Interessen zu tun.

- Seht ihr der Radioarbeit bzw. -gestaltung in irgendeiner Form rechtliche Grenzen gesetzt?

Gerhard Kettler und Margit Wolfsberger sehen den Umgang mit Urheberrechten im Freien Radio problematisch. Ihrer Meinung nach werde dies generell ein Problem für österreichische Radiosender sein, da hier die Rechtslage sehr unsicher sei. Auch das Thema Medienförderung führt Gerhard Kettler an diesem Punkt an. Denn hier werde seiner Meinung nach Programm von kommerziellen

Radiosendern, das mit weniger Aufwand produziert werde, gefördert, während im Freien Radio die Infrastruktur gezahlt werde, jedoch jegliche redaktionelle Arbeit ehrenamtlich stattfinde. Durch eine gesetzliche Umstrukturierung der Medienförderung sollten Freien Medien mehr Möglichkeiten gegeben werden.

Martin Blumenau und Monika Eigensperger empfinden vor allem die gesetzlichen Regelungen rund um Neue Medien als problematisch, da die Bestimmungen der Realität hinterherhinken. Im Social Media Bereich sei es nicht ihr Ziel, für den ORF weitere Werbegelder zu lukrieren, die anderen Medien entgehen, denn in diesem Punkt fänden sie eine Reglementierung sinnvoll, die dies verbiete. Sie fordern vielmehr die Möglichkeit, über neue Kanäle zu kommunizieren.

Inhaltlich sei ihr Spielraum durch den Programmauftrag, Kulturradio für eine jüngere Zielgruppe mehrheitlich fremdsprachig zu machen, definiert, wobei sie sich nicht von dieser eher weit gefassten Definition eingeschränkt fühlen.

Fiona Steinert und Regine Wieser sehen dem Radio heute mehr inhaltliche Grenzen durch die Urheberrechtsfrage gesetzt, während dieser inhaltliche Aspekt durch die generelle Illegalität des PiratInnenradios damals nicht ausschlaggebend gewesen wäre. Grundsätzlich wäre es jedoch auch heute aufgrund der geregelten Frequenzvergabe verboten, PiratInnenradio zu machen. Eine Forderung bezüglich des Urheberrechts wäre etwa, nicht-kommerziellen Medien die Zahlungen zu erlassen.

- Fragmentierung der Gesellschaft:

Wen erreicht ihr mit eurem Radio?

Wen wollt ihr erreichen?

Gerhard Kettler und Margit Wolfsberger sehen innerhalb des Radio Orange insbesondere migrantische Gruppen und jene, die auf in anderen Medien unterrepräsentierte Themen aufmerksam machen wollen, sowie feministische Gruppen, die im Laufe der Zeit eher weniger werden, als wesentliche AkteurInnen. Somit ließe sich auch eine HörerInnengemeinschaft mit ähnlichen Hintergründen und Interessen ableiten.

Auch wenn der Programmauftrag vom Radio FM4 sich laut Monika Eigensperger einem eher weit gefassten Kulturprogramm für eine jüngere Zielgruppe widme, gebe es hier einen vergleichsweise konkreter definierten HörerInnenkreis.

Fiona Steinert und Regine Wieser erinnern sich, einen groben Überblick über den HörerInnenkreis durch Call-in-Sendungen, durch die Größe der vom PiratInnenradio ausgerichteten Veranstaltungen und durch Bekanntheit des Radios bei Gesprächen mit InterviewpartnerInnen bekommen zu haben. Zielgruppe gäbe es in dem Sinne nicht, da das Radio allen offen stünde, jedoch habe es jene vermehrt angesprochen, die selbst diesen offenen Zugang zum Radio nutzen wollten.

- Wie sieht bei eurem Radio der Austausch mit den Hörern und Hörerinnen aus? Gibt es Feedback oder Beteiligung an Diskussionen?

In welcher Form? In welchen Sendungen?

Häufig werde, laut Margit Wolfsberger, das Studiotelefon für so genannte Servicefragen zu in den Sendungen gebrachten Tipps, Websites, Musiktiteln oder sonstigen Informationen genützt. Eine Beteiligung der HörerInnen an einer Sendung, in der kein Call-in-Format vorgesehen wäre, sei ihr allerdings nicht bekannt. Über die Homepage beziehungsweise per E-Mail würden HörerInnen jedoch auch Fragen stellen und Feedback geben. Bei so genannten offenen Redaktionssitzungen, Tagen der offenen Tür oder Workshops gebe es sogar die Möglichkeit, direkt zum Radio zu kommen. Die Einbeziehung von Social Media werde den SendungsmacherInnen freigestellt. Über die App von Radio Orange können Kommentare hinterlassen werden, welche die ModeratorInnen allerdings nur per E-Mail erhalten und somit nicht direkt antworten.

Martin Blumenau und Monika Eigensperger sehen einen regen Austausch mit den HörerInnen über alle von FM4 zur Verfügung gestellten Kommunikationsmöglichkeiten. Kritisch sehen sie jedoch die Macht der international agierenden Social Media Plattformen, welche außerhalb des Einflussbereiches von FM4 über deren Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb dieser Plattformen bestimmen können.

Einen Rückkanal gäbe es laut Fiona Steinert und Regine Wieser zu Zeiten des PiratInnenradios außer über nachträgliche Feedbacks bei Veranstaltungen kaum. Wenn die Verfolgung eher gering war, konnte bei einer Call-in-Sendung angerufen und direkt mit den RadiopiratInnen in Kontakt getreten werden.

- Gibt es in jeder Sendung die Möglichkeit, als HörerIn anzurufen oder auf anderem Weg direkt mit den ModeratorInnen in Kontakt zu treten?

Margit Wolfsberger nennt die Möglichkeit einer sofortigen Partizipation am Sendungsgeschehen bei Call-in-Sendungen oder anderen Live-Sendungen, bei denen die ModeratorInnen bereit sind, während der Sendung ans Telefon zu gehen und die Intervention zuzulassen. Der bloße Aufruf anzurufen, ohne ein bestimmtes Thema zu bewerben, provoziere allerdings in den meisten Fällen zu wenige Rückmeldungen der HörerInnen. Viele Sendungen seien aber vorab aufgezeichnet und bieten daher keinen direkten Rückkanal. Früher gab es einen Chat, durch den theoretisch jederzeit Kontakt aufgenommen werden konnte. Dieser wurde aber sowohl von HörerInnen- als auch von ModeratorInnenseite nur bei einer Sendung verwendet.

Auch abgesehen von Call-in-Sendungen, die rege telefonische Beteiligung der HörerInnen hervorrufen, würden, laut Martin Blumenau und Monika Eigensperger, auch sämtliche andere Kommunikationskanäle, vor allem im Social Media Bereich, genutzt. Eine direkte Antwort zu den von HörerInnenseite gestellten Fragen oder Kommentaren gibt es während der Sendungen zwar nicht immer, doch zumindest über den jeweils gewählten Kommunikationskanal.

Durch die Struktur des PiratInnenradios im illegalen Bereich war ein kontinuierlicher Kontakt nicht möglich.

- Gibt es in irgendeiner Form Zugang zum Radio, um eigene Sendungen zu machen bzw. seine Meinungen zu transportieren?

Wann werden diese ausgestrahlt?

Gibt es dafür Platz im Programm?

Welche Auflagen gibt es, um eine Sendung gestalten zu dürfen?

Gerhard Kettler und Margit Wolfsberger schildern gerade den offenen Zugang zum Radio Orange als eines der wesentlichsten Merkmale des Senders. MitarbeiterInnen werden hauptsächlich über Mundpropaganda auf den Sender aufmerksam, denn für Werbung fehle das Budget. Wenn der Sender bereits aktiv gehört werde, sei meist auch die Schwelle zur Mitarbeit geringer. Generell werden alle Sendungsvorschläge begrüßt und eine Probesendung von einem Programmremium angehört. Wenn ein gleiches oder ähnliches Konzept bereits

vertreten sei, werde die Zusammenarbeit mit eben diesen Radiogruppen nahegelegt. Sendungen, welche die Themen- oder Sprachenvielfalt fördern, werden dabei bevorzugt. Ausschlaggebend sei bei der Koordination auch der Ausstrahlungszeitpunkt bei Live-Sendungen, nachdem die MitarbeiterInnen ehrenamtlich beschäftigt seien und die Sendezeiten mit den jeweiligen Erwerbstätigkeiten abgestimmt werden müssen. Ein Regulativ bilden auch die HörerInnen von Radio Orange, welche sich beschwerten, falls einer der Grundsätze des Gebots rassistische, sexistische, faschistische, antisemitische und die Würde des Menschen verletzende Inhalte zu unterlassen nicht eingehalten werde. Vor Beginn der Mitarbeit bei Radio Orange müsse jedenfalls ein Grundkurs über Medienrecht und technische Kenntnisse absolviert werden.

Martin Blumenau und Monika Eigensperger sehen das Radio FM4 dagegen eher als Profi-Veranstaltung und vermuten, dass in der Bevölkerung auch das Bewusstsein herrsche, sich direkt bei Freien Radiosendern zu melden, um eine eigene Sendung auszuprobieren. Früher wäre jedoch öfter eine Probesendung bei FM4 eingelangt, und solch ein Herangehen zur Beteiligung würde auch heute nicht ausgeschlossen werden. Was reine Musiksendungen angehe, werden öfters externe DJs eingeladen oder Wunschlisten der HörerInnen bearbeitet.

Fiona Steinert und Regine Wieser beschreiben das PiratInnenradio grundsätzlich als für alle zugänglich, wobei hauptsächlich aus Bekanntenkreisen jener, die bereits Sendungen gestaltet haben, weitere Interessierte auf die Möglichkeit aufmerksam würden auch selbst mitzuarbeiten. In einem basisdemokratisch abgehaltenen Plenum wurde über das weitere Programm entschieden und beurteilt, ob die Sendungen den so genannten „Anti-Grundsätzen“ genügen. Diese Struktur unterlag aber im Laufe der Zeit einem Wandel. Außerdem wurde zum Beispiel die Behindertenbewegung dahingehend auch von anderen Gruppen unterstützt, dass sie deren Sendungen ausgestrahlt haben, was für jene sonst aufgrund der räumlichen Gegebenheiten nicht möglich gewesen wäre.

- Welche Auflagen gibt es in Beiträgen und Moderationen bezüglich der Sprache?

Margit Wolfsberger sieht die Sprache nicht als Kriterium, um eine Sendung beim Radio Orange machen zu dürfen. Solange das Programm den sonstigen

Grundsätzen entspreche, werde nicht darauf Wert gelegt, wie gut die verschiedensten Sprachen beherrscht werden. Als Korrektiv gelten auch hier die HörerInnen.

Martin Blumenau und Monika Eigensperger verweisen auch, was die Sprachenvielfalt angeht, auf das Radio Orange und wollen mit dem mehrheitlich fremdsprachigen Programm von FM4, wobei sich die Sprachen auf Englisch und Französisch beschränken, nachhaltig an Themen dranbleiben und bei diesen in die Tiefe gehen. Sie haben allerdings das Gefühl, dies würde sich in einer größeren Sprachenvielfalt verlieren und ginge an ihrem Programmauftrag vorbei. Im PiratInnenradio hätte theoretisch jede Sprache gesprochen werden können, jedoch gab es, laut Fiona Steinert und Regine Wieser, keine Gruppe, die eine solche Sendung gemacht hat. Gegen Ende des PiratInnenradios gab es den Versuch, eine Gruppe türkischer Frauen für das Radio zu begeistern.

- Wie wird alternative Mediennutzung bei eurem Radio umgesetzt?

Als alternative Mediennutzungsform könne man laut Margit Wolfsberger heute schon die Arbeit mit Kassetten bezeichnen, worauf bis vor ein paar Jahren noch von einem Radio Orange Mitarbeiter zurückgegriffen wurde. Auf der anderen Seite gebe es bereits Workshops, wie mit Smartphones gearbeitet werden könne. Nachdem die terrestrische Frequenz nun zur Zufriedenheit ausgebaut ist, liege der Fokus darauf, auch HörerInnen über Smartphones zu erreichen und somit auf dem Cross-Media-Sektor aktiv zu sein.

Natürlich seien vor allem die Inhalte alternativ, wenn auch nicht in allen Sendungen. Eine weitere inhaltliche Abgrenzung zu anderen Radiosendern entstünde durch den Fokus auf Wien. Auch der Aufbau der Sendungen sei teilweise unorthodox. Als Beispiel bringt Margit Wolfsberger eine Sendung, wo ein Interviewgast fünf ModeratorInnen gegenüber sitzt und Themen aus einem zuvor erhaltenen Fragenkatalog bespricht. Solange Sendungen allerdings nicht aus dem Ruder laufen, haben die SendungsgestalterInnen alle Freiheiten. Dem Versuch eines Zwei-Richtungs-Kanals geht die Sendereihe „Stadtradio“ nach, wobei HörerInnen Töne aus der Stadt aufnehmen und auf eine gemeinsame Website laden und zur Verfügung stellen, damit diese in eine tägliche Sendung einfließen.

Einen Rückkanal über die Website gibt es laut Martin Blumenau und Monika Eigensperger seit dem Jahr 2000. Aktuell laufe auch ein Feldversuch, über „WhatsApp“ mit HörerInnen in Kontakt zu treten. Wenn etwas Neues probiert wird, nutzen sie größere Events wie das „FM4 Frequency Festival“, um auf Anhieb einen größeren Personenkreis zu erreichen. Dies wurde etwa bei der Aktivierung ihrer „Twitter“-Seite genutzt. Abgesehen von der offiziellen Homepage werden weitere Kommunikationsplattformen manchmal mehr, manchmal weniger in Anspruch genommen, da die Inhalte von jenen verteilt werden, die diese produzieren. Werde jemand lediglich für die Verbreitung von Inhalten in Neuen Medien angestellt, ginge der Enthusiasmus und die Kompetenz für das jeweilige Thema verloren. Auch während der Sendungen die klassische Studiosituation zu brechen sowie die Recherche vor Ort seien grundsätzliche Anliegen. Ebenso inhaltlich sei die Nähe zum Geschehen wesentlich und für eine Berichterstattung auf Augenhöhe mit der Jugendkultur erforderlich.

Abgesehen von der naturgegebenen strukturellen Abweichung des PiratInnenradios von anderen Radiosendern zu jener Zeit, wurde viel herumexperimentiert und einander keine Grenzen gesetzt. Fiona Steinert bringt ein Beispiel, als statt eines klassischen Interviews ein Zusammenschnitt von Interviewteilen ausgestrahlt wurde, wobei der Spaß an der Möglichkeit des formalen Experimentierens anstatt der Objektivitätsansprüche im Vordergrund stand.

- Was bedeutet für euch Gegenöffentlichkeit?

Stellt euer Radio für euch eine Gegenöffentlichkeit dar?

Gerhard Kettler wertet Gegenöffentlichkeit als eine sehr wichtige Funktion, wobei sich soziale Bewegungen innerhalb des Radios einen diskursiven Raum schaffen und sich eine Gegenöffentlichkeit organisieren, die über das Radio hinaus aktiv werden könne. Er nennt ein Beispiel aus dem Jahr 2000, als nach Antritt der schwarz-blauen Regierung jede Sendung quasi ohne Absprache zu einer Widerstandsbewegung gegen die Regierung geworden wäre. Was damals von selbst entstanden sei, geschehe zwar partiell immer wieder, habe aber seither trotz aller Bemühungen nie mehr in diesem Ausmaß funktioniert.

Margit Wolfsberger steht dem Begriff Gegenöffentlichkeit eher ambivalent gegenüber, da ihr dieser zwar grundsätzlich sehr sympathisch sei, sie aber die Arbeit von Radio Orange eher als Teil der Öffentlichkeit sehe. Wenn eine Ausdifferenzierung zwischen konventionellen Medien, die marktwirtschaftlich gewissen Herrschaftsmechanismen unterliegen, und dem Freien Radio definiert werden müsse, würde sie den Begriff Komplementäröffentlichkeit bevorzugen. Dies beziehe sich vor allem auf die Zugänglichkeit des Freien Radios, wo jedem die Möglichkeit geboten werde, Meinungen nach außen zu tragen, und die Gewichtung von Themen, die bei anderen Sendern weniger Aufmerksamkeit bekommen. Auch die Offenheit gegenüber Neuen Medien sei dabei wichtig, wobei Vorsicht gegenüber einer Technikhörigkeit anzuraten sei, nachdem auch in diesen Medien Abhängigkeitsstrukturen entstehen.

Martin Blumenau und Monika Eigensperger finden den Begriff Gegenöffentlichkeit ungeeignet und bezeichnen dies eher als unterrepräsentierte Öffentlichkeit, die durch das Radio FM4 öffentlich gemacht werde. Dabei werde insbesondere das Augenmerk auf heimische Kreativität gelegt, welche sonst medial keine breite Wahrnehmung erfahre. Sie grenzen sich vom Feuilleton-Kulturjournalismus ab und beschreiben die Arbeit von FM4 als an dem kreativen Prozess interessierten Andockpunkt mit dem jüngeren Kulturgeschehen auf Augenhöhe. Obwohl sie es als eine sehr einende Kraft empfinden, gegen etwas anderes zu stehen, betrachten sie das Radio FM4 als Sender mit vielen Gegenüber, die auch in Kombination gehört werden. Sie wollen informieren und sich für Kultur, Umwelt, Menschen, relevante Themen und für jene engagieren, die sonst weniger Gehör bekommen. Sie versuchen zu informieren und gleichzeitig Komplexität zu reduzieren, um ein lustvolles Radioprogramm zu gestalten.

Fiona Steinert und Regine Wieser empfinden den Begriff Gegenöffentlichkeit für das damalige PiratInnenradio im Sinne einer Protestbewegung als adäquat. Ein geeigneteres Wort wäre allerdings „Antiöffentlichkeit“ in Bezug auf die als so genannte „Antis“ bezeichneten Grundsätze des PiratInnenradios, wonach rassistische, sexistische und die Würde des Menschen verletzende Inhalte Tabu waren, und das bewusste sich in Opposition Stellen. Für das heutige Freie Radio finden sie den Begriff Komplementäröffentlichkeit sinnvoller, da dieses Aufgaben erfülle, welche andere nicht wahrnehmen, wobei ein Begriff wünschenswerter sei,

der sich nicht durch Abgrenzung von anderen definiere. Wesentliche Elemente seien die Selbstermächtigung zur Kommunikation über ein derart niederschwelliges, kostengünstiges und wenig aufwändiges Medium, zu dessen Verwendung nicht einmal die Beherrschung der Schrift notwendig sei, und der daraus resultierende Austausch auf einer Augenhöhe.

- Wie sieht für euch ein ideales Radio aus? Inhaltlich? Strukturell?

Gerhard Kettler und Margit Wolfsberger beschreiben eine Arbeitsstruktur, in der jeder alles unter Berücksichtigung des Gebots der Unterlassung von sexistischen, rassistischen, die Würde des Menschen verletzenden, faschistischen und antisemitischen Inhalten machen könne, solange eine gewisse Vielfalt an Themen und Sprachen gewahrt werde. Entstanden sei das Radio Orange aus drei Fraktionen, die einen Kanal zur Selbstverwirklichung gesucht hätten, die das Radio primär als politisches Instrument nutzen wollten und jenen, die eine Beteiligung von möglichst vielen Menschen wollten.

Martin Blumenau und Monika Eigensperger sprechen von einer inhaltlich möglichst freien Arbeitsweise mit möglichst umfangreicher Abdeckung von für die Zielgruppe relevanten Themen im Rahmen des Programmauftrags. Strukturell sollte das Radio FM4 möglichst innovativ und zukunftsorientiert hinsichtlich Miteinbeziehung Neuer Medien als Kommunikationsformen agieren.

Für Fiona Steinert und Regine Wieser gibt es keinen Idealzustand bezogen auf das PiratInnenradio. PiratInnenradio entstehe aus Bewegungen heraus, wobei verschiedene Wege einer Weiterentwicklung möglich und wünschenswert wären und von Einflussmöglichkeiten verschiedener Personen und Gruppierungen abhängig seien.

- Was würdet ihr bei eurem Radio noch verändern wollen?

Gibt es irgendetwas, das ihr anders machen würdet?

Gerhard Kettler wünscht sich einen etwas frecheren, interventionistischeren Zug beim Radio Orange, der von einer über die Jahre entstandenen Routine wegführen solle. Auf gesetzlicher Ebene solle es seiner Meinung nach eine „Content Förderung“ geben, womit die inhaltliche Arbeit der derzeit ehrenamtlichen MitarbeiterInnen entlohnt werden solle.

Martin Blumenau und Monika Eigensperger würden sich wünschen, in der Außenkommunikation mehr über die verschiedensten Aktionen des Radiosenders zu sprechen und mit Stolz auf gute Leistungen innerhalb des Senders hinzuweisen, fürchten aber, dadurch kostbare Zeit für weiteres Interessantes einzubüßen.

Fiona Steinert und Regine Wieser geben zu bedenken, dass sich viele Argumente aus der PiratInnenradiozeit nicht wesentlich verändert hätten. In Österreich gebe es bis jetzt keinen guten Boden für eine kreative, pluralistische Entwicklung von Medien, und dies nicht nur in Bezug auf Radio. Im Bereich der Radiosender stellen sie die Notwendigkeit der privaten Sender überhaupt in Frage und fordern von öffentlich-rechtlichen Sendern mehr Besinnung auf ihren Programmauftrag und weniger Konkurrenzverhalten mit den privaten Sendern, was ihrer Meinung nach zu einer Schmälerung der eigenen Qualität führe. Auf dem dritten Sektor der nicht-kommerziellen Sender sehen sie viel Entwicklungs- und Förderungspotential.

- Möchtet ihr mir noch etwas erzählen, was ich euch nicht gefragt habe?

Gerhard Kettler weist an dieser Stelle darauf hin, für aktuelle Fragen zum Radio Orange den derzeitigen Programmkoordinator zu kontaktieren. Er könne über die geschichtliche Entwicklung des Radio Orange bis in die Zeit des PiratInnenradios erzählen, wolle aber, was die derzeitige Lage betreffe, nicht für die Geschäftsführung sprechen und schildere lediglich seine Sicht als Radiomachender.

Martin Blumenau und Monika Eigensperger fragen an dieser Stelle nach dem Thema dieser Arbeit, da ihnen das Erkenntnisinteresse nicht ganz klar sei. Ein weiteres Mal wird der Begriff Gegenöffentlichkeit diskutiert. Die Conclusio dazu ist bei der entsprechenden Zusammenfassung des Interviewteils zu Gegenöffentlichkeit zu finden. Außerdem raten sie an dieser Stelle, Armin Thurnher dazu zu befragen. Er hätte sich mit dem Thema Gegenöffentlichkeit in Bezug auf österreichische Medien auseinandergesetzt und war auch seit den siebziger Jahren im Mediengeschehen.

Fiona Steinert und Regine Wieser sehen die Hauptthemen in unserem Gespräch erfasst.

Vergleich der Dokumentenanalyse mit dem Interview der ehemaligen RadiopiratInnen

Vorerst werden die Ergebnisse der Dokumentenanalyse den Ansichten zweier ehemaliger RadiopiratInnen gegenübergestellt. Dies dient einem Vergleich von einer inhaltsanalytisch generierten Zusammenfassung der wesentlichen Forderungen an ein freies, nicht-kommerzielles Radio mit einem persönlichen Anliegen und Erfahrungsbericht.

- Freies Radio ist BürgerInnenradio.

Gerade dieser Aspekt hat sich in dem Interview mit Fiona Steinert und Regine Wieser als treibendes Element herauskristallisiert. Der Zugang zur Kommunikation über das Medium Radio sollte allen offen stehen. Statt der Meinungen von „Opinionleadern“ sollten speziell jene zu Wort kommen, die sich unterrepräsentierten Themen widmen. Auch die amateurhafte Arbeitsweise und die Einzelmotivationen der RadiopiratInnen, sich mit dieser Kommunikationsweise auszuprobieren und gegen das Radiomonopol und die nachfolgende Kommerzialisierung aufzulehnen, schlagen in diese Kerbe. Soziale Nähe im Sinne eines „elektronischen Dorfbrunnens“ war nach diesem Prinzip durchaus gegeben, nur ist die Möglichkeit zur Mitarbeit für alle BürgerInnen aufgrund der fehlenden Struktur fraglich. Der Kontakt konnte durch Veranstaltungen oder Bekanntschaft mit bereits am PiratInnenradio beteiligten AkteurInnen geknüpft werden. Durch die Illegalität fehlte aber natürlich eine offizielle Anlaufstelle.

- Freies Radio ist nicht-kommerziell.

Dies bestätigt sich im Falle des PiratInnenradios durch die Finanzierung über HörerInnenspenden und Einnahmen bei Veranstaltungen als Beitrag zur Anschaffung von Grundausstattung und durch die ehrenamtliche Arbeit der AkteurInnen.

- Freies Radio ist billig.

Im Interview wird das PiratInnenradio als niederschwelliges, kostengünstiges und wenig aufwändiges Medium beschrieben, zu dessen Verwendung nicht einmal die Beherrschung der Schrift notwendig wäre.

- Freies Radio ist Kulturradio.

Ohne einen konkreten Programmauftrag widmeten sich die AkteurInnen der PiratInnensender vorwiegend lokalen kulturellen Inhalten wie etwa Theater-, Musik-, und Literatursendungen neben diversen weiteren breit gestreuten Themen.

- Freies Radio hat einen Programmauftrag.

Es gab zwar gewisse Grundsätze, keine rassistischen, sexistischen oder die Würde des Menschen verletzenden Inhalte zu Senden, des weiteren aber keinen übergeordneten Programmauftrag.

- Freies Radio als selbst verwaltetes Unternehmen

Abgesehen von der geringen strukturellen Ausrichtung der PiratInnensender und der damit fraglichen Vergleichsbasis mit einem Unternehmen war es aber jedenfalls selbst verwaltet durch die einzelnen AkteurInnen. In dem Interview sprachen beide ehemaligen Radiopiratinnen allerdings auch die Schwierigkeit der Vereinigung aller Interessen durch einen basisdemokratischen Zugang an.

- Freies Radio als Komplementärmedium

Eine solche Begriffsdefinition fällt beiden Interviewpartnerinnen schwer. Während das heutige freie Radio die Funktion einer Komplementäröffentlichkeit übernehme, bildete das PiratInnenradio „Antiöffentlichkeit“ im Sinne einer Protestbewegung.

- Freies Radio als autonome Kulturarbeit

Auch bei den damaligen Veranstaltungen im „WUK“ (Werkstätten- und Kulturhaus) in Wien und der Unterstützung des PiratInnenradios durch

Universitäten wie der „TU“ gab es solche non-kommerziell orientierte Kooperationen im Kleinen.

- Freies Radio laut den Statuten der „IG Kultur Österreich“

Nachdem jene Selbstdefinition bereits 1982 erfolgte, diese somit schon zur Zeit des PiratInnenradios eine Rolle spielte und auch aus den Beschreibungen im Laufe des Interviews eine gewisse Übereinstimmung ersichtlich ist, decken sich die Schwerpunkte des PiratInnenradios mit jenen dieses Absatzes der Dokumentenanalyse.

- Freies Radio und dessen Veranstaltungseinheiten bzw. außerordentlicher Aktivitätenrahmen

Der kulturell sehr offene Zugang der RadiopiratInnen würde hiermit wohl übereinstimmen, wobei beim PiratInnenradio kein Anspruch auf Vollständigkeit bestand, um möglichst alle Sparten abzudecken. Außerordentliche Aktivitäten waren sogar oft ein Grund für deren OrganisatorInnen Sendungen zu produzieren.

- Freies Radio und dessen Zielsetzungen

Ähnlich wie bei dem Punkt „Programmauftrag“ gab es wohl Zielsetzungen einiger AkteurInnen, allerdings kein einendes Dokument, in welchem diese niedergeschrieben wären.

- Freies Radio und Jugend- sowie Erwachsenenbildung

Eine solche Kooperation mit öffentlichen Stellen war bedingt durch die Illegalität für das PiratInnenradio keine Option. In StudentInnenkreisen und dem Bekanntenkreis der RadiopiratInnen war es allerdings auch ein beliebtes Mittel, um mit einfachen technischen Mitteln den kreativen Vorgang einer solchen Sendungsproduktion zu erlernen.

Vergleich von Inhaltsanalysen und Interviews

Hierbei werden die Erkenntnisse der Inhaltsanalyse mit den Aussagen im Zuge der Interviews verglichen. Dadurch wird die auf Basis wissenschaftlicher Kriterien durchgeführte Inhaltsanalyse mit der subjektiven Wahrnehmung der AkteurInnen in Beziehung gesetzt. Nach diesem Schema erfolgen getrennt die Vergleiche innerhalb des Radio Orange und des Radio FM4.

Radio Orange

- Welchen Anspruch an das Radio gab es bei der Gründung?
Wurde dieser damals umgesetzt?
Wird dieser heute umgesetzt?

Politischer Aktivismus im engeren Kreis Gleichgesinnter, die sich mitunter auch an der Radioarbeit beteiligen, sowie das Auslösen eines Denkprozesses bei HörerInnen war und ist für Gerhard Kettler Motivation für seine Arbeit. Andere Perspektiven aufzuzeigen und andere Personen zu Wort kommen zu lassen, gehören ebenfalls zum Credo von Radio Orange. Dies manifestiert sich auch im Zuge der Programm- und Sendungsanalyse. Die Inhalte der Nachrichtensendung befassen sich sowohl mit kontroversiellen Stellungnahmen zu sozialpolitischen Themen als auch mit lokalen Ereignissen und Veranstaltungen, welche für die HörerInnen unmittelbar relevant sein könnten. Ebenfalls omnipräsent sind die Sprachenvielfalt und Einbeziehung von Personen mit migrantischem Hintergrund. In der Sendereihe der „Wiener Radiobande“, in der SchülerInnen in unterschiedlichen Sprachen Eindrücke aus ihrem Leben beschreiben, oder bei „Radio Afrika“, welches sogar sechs Tage in der Woche einen fixen Sendeplatz hat und sich mit der Lebenswelt von AfrikanerInnen auseinandersetzt, wird deutlich, dass Radio Orange Kommunikationsmittel für jene Personen ist, die sonst keinen Zugang zum Radio hätten.

- Seht ihr der Radioarbeit bzw. -gestaltung in irgendeiner Form rechtliche Grenzen gesetzt?

Nachdem beim Freien Radio Wien lediglich die Infrastruktur bezahlt wird und redaktionelle Arbeit ehrenamtlich stattfindet, sollten durch eine gesetzliche

Umstrukturierung der Medienförderung freien Medien mehr Möglichkeiten gegeben werden. Zudem stelle die Rechtslage in Österreich bezüglich des Umgangs mit Urheberrechten ein budgetäres Problem für nicht-kommerzielle Medien dar. Die daraus resultierende Verwendung von wenig Unterhaltungsmusik in Beiträgen fällt auch bei der Sendungsanalyse auf. Das Konzept der ehrenamtlichen Arbeit konstituiert sich zumindest bei den betrachteten Sendungen nicht als kreativitätshemmend, jedoch würde, wie bei der Programmanalyse der Sendereihe „Nachrichten“ erwähnt, die finanzielle Unterstützung eine stetigere Mitarbeit und breitere Beteiligung an der Radioarbeit ermöglichen.

- Fragmentierung der Gesellschaft:

Wen erreicht ihr mit eurem Radio?

Wen wollt ihr erreichen?

Migrantische Gruppen und jene, die auf in anderen Medien unterrepräsentierte Themen aufmerksam machen wollen, bilden den Fokus des Senders und lassen auf eine HörerInnengemeinschaft mit ähnlichen Hintergründen und Interessen schließen. Ganz nach diesen Kriterien sind auch die für die Inhaltsanalyse herangezogenen Sendungen gestaltet.

- Wie sieht bei eurem Radio der Austausch mit den Hörern und Hörerinnen aus? Gibt es Feedback oder Beteiligung an Diskussionen?

In welcher Form? In welchen Sendungen?

Feedback kann über die Homepage jederzeit erfolgen. Außerdem wird zur direkten Mitarbeit statt lediglich zu kurzen Wortmeldungen aufgerufen. Dafür stünden Studiotelefon und gelegentliche Call-in-Sendungen zur Verfügung.

- Gibt es in jeder Sendung die Möglichkeit als HörerIn anzurufen oder auf anderem Weg direkt mit den ModeratorInnen in Kontakt zu treten?

Bei Live-Sendungen gebe es die Möglichkeit spontan über das Studiotelefon anzurufen, dies werde aber eher nach den Sendungen für Servicefragen genutzt. Viele Sendungen seien aber vorab aufgezeichnet und bieten daher keinen direkten Rückkanal. Per E-Mail sei jedoch jedenfalls abseits der Sendezeit

Kontakt möglich. Bei jenen für die Inhaltsanalyse herangezogenen Sendungen konnte kein direkter Austausch mit den HörerInnen beobachtet werden.

- Gibt es in irgendeiner Form Zugang zum Radio um eigene Sendungen zu machen bzw. seine Meinungen zu transportieren?

Wann werden diese ausgestrahlt?

Gibt es dafür Platz im Programm?

Welche Auflagen gibt es um eine Sendung gestalten zu dürfen?

Vor Beginn der Mitarbeit bei Radio Orange muss jedenfalls ein Grundkurs über Medienrecht und technische Kenntnisse absolviert werden. Abgesehen davon gibt es bei Beachtung des Gebots der Unterlassung rassistische, sexistische, faschistische, antisemitische und die Würde des Menschen verletzende Inhalte zu senden keine Einschränkungen. Bei thematischer Überschneidung mit anderen Sendungen wird zur Zusammenarbeit geraten. So ist oft auf der Homepage von Radio Orange eine Vielzahl von ModeratorInnen bei einer Sendereihe eingetragen.

- Welche Auflagen gibt es in Beiträgen und Moderationen bezüglich der Sprache?

Im Radio Orange spielen Mehrsprachigkeit des Radioprogramms, aber auch Unabhängigkeit bezüglich linguistischer Richtlinien wie Hochsprache oder Dialekt eine bedeutende Rolle. Einzig übergeordnete Regel sei das Gebot der Unterlassung von sexistischen, rassistischen, die Würde des Menschen verletzenden, faschistischen und antisemitischen Inhalten. Gerade die Sprachenvielfalt und Jugendsprache sind bei der „Wiener Radiobande“ wesentliche Faktoren, aber auch alleine anhand der Titel der Sendereien wie „Radio Afrika“ oder „Balkan Radio“ ist eine gewisse Multikulturalität erkennbar. Oft wird auch zwischen Deutsch und anderen Sprachen gewechselt. Dabei stellt die allgemeine Verständlichkeit einen Beweggrund dar.

- Wie wird alternative Mediennutzung bei eurem Radio umgesetzt?

Nachdem die terrestrische Frequenz nun zur Zufriedenheit ausgebaut ist, liege der Fokus darauf, auch HörerInnen über Smartphones zu erreichen und somit

auf dem Cross-Media-Sektor aktiv zu sein. Eine inhaltliche Alternative zu anderen Radiosendern sei der lokale Fokus auf Wien. Das Konzept eines Zwei-Richtungs-Kanals, die Verwendung Neuer Medien und einen lokalen Bezug umfasst die Sendereihe „Stadtradio“, wobei HörerInnen mit ihren Smartphones ihre Umgebung aufnehmen und für die Radiosendung zur Verfügung stellen.

- Was bedeutet für euch Gegenöffentlichkeit?

Stellt euer Radio für euch eine Gegenöffentlichkeit dar?

Margit Wolfsberger betrachtet die Arbeit von Radio Orange eher als Teil der Öffentlichkeit, beziehungsweise hält den Begriff Komplementäröffentlichkeit im Sinne einer Ausdifferenzierung zwischen konventionellen Medien, die marktwirtschaftlich gewissen Herrschaftsmechanismen unterlägen, und dem Freien Radio für geeigneter. Ziel sei jedenfalls, einen diskursiven Raum zu schaffen, mit Hilfe dessen die HörerInnen und Radiomachenden über das Radio hinaus aktiv werden können. Durch die Möglichkeit zur Mitarbeit an Radiosendungen und die teilweise durchaus kritischen Inhalte, wie hier konkret an der Inhaltsanalyse der Sendung „Nachrichten“ ersichtlich, wird dieser Zugang strukturell und inhaltlich unterstützt.

- Wie sieht für euch ein ideales Radio aus? Inhaltlich? Strukturell?

Entstanden sei das Radio Orange aus drei Fraktionen, die einen Kanal zur Selbstverwirklichung gesucht hätten, die das Radio primär als politisches Instrument nutzen wollten und jenen, die eine Beteiligung von möglichst vielen Menschen wollten. All diese Ebenen sind auch bei genauerer Betrachtung des Radioprogramms erkennbar. Dazu komme häufig noch der kreative und technikaffine Ansporn, sich mit dem Medium Radio auseinanderzusetzen.

Radio FM4

- Welchen Anspruch an das Radio gab es bei der Gründung?
Wurde dieser damals umgesetzt?
Wird dieser heute umgesetzt?

Ziel war und sei auch heute noch die Abbildung einer Populärkultur, Alternativkultur sowie einer Kultur, die einen aktuellen Spiegel vorhält oder auch durchaus als Provokation auftritt. Martin Blumenau und Monika Eigensperger trachten danach, die verschiedenen „Szenedörfer“, was Musik aber auch alle anderen Bereiche und Themen innerhalb des Senders betrifft, zu vereinen und wollen die HörerInnen dazu animieren, sich nicht nur auf ihren Dunstkreis zu beschränken. Speziell was Musikrichtungen angehe, weise die Programmanalyse eine große Bandbreite auf. In anderen teils satirischen Sendungen mit Anrufoption, wie „Top FM4“ und „Bonustrack“, werde auch durchaus provoziert und der Gesellschaft ein Spiegel vorgehalten.

- Seht ihr der Radioarbeit bzw. -gestaltung in irgendeiner Form rechtliche Grenzen gesetzt?

Ein Problem sehen Martin Blumenau und Monika Eigensperger in den gesetzlichen Regelungen rund um Neue Medien. Eine sinnvolle Beschränkung wäre das Verbot über Social Media Werbegelder für den ORF zu lukrieren, was aber die reine Kommunikation über solche Medien nicht ausschließen sollte. Während Martin Blumenau in der analysierten Sendung „Bonustrack“ die dafür konstitutive Kommunikation mit den HörerInnen per Telefon und die dadurch entstehende Nähe lobt, gibt es in diversen anderen Sendungen sehr wohl Verweise auf Social Media Plattformen. Gerade „Facebook“ und „Twitter“ scheinen von Bedeutung zu sein.

- Fragmentierung der Gesellschaft:

Wen erreicht ihr mit eurem Radio?

Wen wollt ihr erreichen?

Der HörerInnenkreis richte sich in etwa nach dem laut Programmauftrag definierten Kulturprogramm für eine jüngere Zielgruppe. Dies sei auch bei der Sendungs- und Programmanalyse spürbar, indem sich die Sendungen eines eher freundschaftlich-saloppen Umgangs und einer Themenwahl nach Interessen Jüngerer oder jung Gebliebener bedienen.

- Wie sieht bei eurem Radio der Austausch mit den Hörern und Hörerinnen aus? Gibt es Feedback oder Beteiligung an Diskussionen?
In welcher Form? In welchen Sendungen?

Martin Blumenau und Monika Eigensperger sehen einen regen Austausch mit den HörerInnen über alle von FM4 zur Verfügung gestellten Kommunikationsmöglichkeiten. Etwa in der untersuchten Sendung „Bonustrack“ werden erst drei Kommentare von HörerInnen vorgelesen und beantwortet, bevor die restliche Zeit Gedanken mit HörerInnen per Telefon ausgetauscht werden. Die Kommentarfunktion über die offizielle Homepage werde seit Verschärfung der Anmeldebedingungen allerdings weniger genutzt.

- Gibt es in jeder Sendung die Möglichkeit als HörerIn anzurufen oder auf anderem Weg direkt mit den ModeratorInnen in Kontakt zu treten?

Abgesehen von Call-in-Sendungen wäre nicht überall ein direkter Austausch möglich. Allerdings würden die gestellten Fragen oder Kommentare zumindest über den jeweiligen von den HörerInnen gewählten Kommunikationskanal beantwortet. In der Beschreibung der Sendung „Homebase“ werde sogar speziell die Kommunikation in lediglich eine Richtung zum Konzept gemacht. „Nur wir zwei, ich rede, du hörst zu, und wir hören was, das wir nie zuvor im Leben gehört haben.“ (Gerlinde Lang: Radio FM4 Online. Homebase. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4homebase> (24.5.2015; 10:31 Uhr))

- Gibt es in irgendeiner Form Zugang zum Radio, um eigene Sendungen zu machen bzw. seine Meinungen zu transportieren?
Wann werden diese ausgestrahlt?
Gibt es dafür Platz im Programm?
Welche Auflagen gibt es, um eine Sendung gestalten zu dürfen?

Während früher noch öfter Probesendungen beim Radio FM4 einlangten, herrsche heute wohl das Bewusstsein in der HörerInnenschaft, dass Freie Radios wie das Radio Orange eine geeignetere Plattform sei, um sich beim Erstellen von Radiosendungen auszuprobieren. In dem analysierten Programm werden immer wieder Gäste oder DJ's erwähnt, die in den Sendungen mitwirken. Bei der Sendung „Auf Laut“ solle den HörerInnen ein Diskussionsbereich zu

gesellschaftspolitischen Themen geboten werden, wobei sie dazu aufgefordert werden, ihre Meinungen per Telefonzuschaltung preiszugeben. Ein allgemein offener Zugang zur Mitarbeit bestehe aber nicht.

- Welche Auflagen gibt es in Beiträgen und Moderationen bezüglich der Sprache?

Um sich nicht in einer größeren Sprachenvielfalt zu verlieren und nachhaltig an bestimmten Themen dranhängen zu können, begrenzt FM4 das mehrheitlich fremdsprachige Programm auf die Sprachen Englisch, Französisch und Deutsch. Die Nachrichten werden beispielsweise immer auf Englisch oder Französisch vorgetragen, um international verständlich zu sein, und oft teilen sich in diversen Sendungen englischsprachige und deutschsprachige ModeratorInnen die Sprechzeit.

- Wie wird alternative Mediennutzung bei eurem Radio umgesetzt?

Strukturell wären eine Erweiterung der klassischen Studiosituation und Recherchen vor Ort, inhaltlich die Nähe zum Geschehen und Berichterstattung auf Augenhöhe mit der Jugendkultur sehr erwünscht. Abgesehen von der offiziellen Homepage würden weitere Kommunikationsplattformen manchmal mehr, manchmal weniger in Anspruch genommen, da die Inhalte von jenen verteilt würden, die diese produzieren. Dadurch lasse sich kein stetiges Muster ableiten, allerdings ist bei den näher betrachteten Sendungen ein Bemühen in Richtung Implementierung Neuer Medien in das Programm oder vielmehr Ausweitung des Programms durch diese Kommunikationskanäle erkennbar.

- Was bedeutet für euch Gegenöffentlichkeit?

Stellt euer Radio für euch eine Gegenöffentlichkeit dar?

Der Begriff Gegenöffentlichkeit entspreche nicht der eher als unterrepräsentiert beschriebenen Öffentlichkeit, die durch das Radio FM4 öffentlich gemacht werde, denn der Sender habe viele Gegenüber und werde auch ergänzend zu anderen Radioprogrammen gehört. Das Augenmerk insbesondere auf heimische Kreativität sowie die Abgrenzung von Feuilleton-Kulturjournalismus hin zu einem an dem kreativen Prozess interessierten Andockpunkt mit dem jüngeren

Kulturgeschehen auf Augenhöhe bilden Anliegen des Radio FM4. Ziel sei es zu informieren und gleichzeitig Komplexität zu reduzieren, um ein lustvolles Radioprogramm zu gestalten. Dies werde etwa im Zuge der Sendungsanalyse des „Reality Check“ deutlich, denn hier werden Nachrichten mit fundierter Recherche und Interviews sowie O-Tönen in ein Unterhaltungs- und Musikprogramm gepackt.

- Wie sieht für euch ein ideales Radio aus? Inhaltlich? Strukturell?

Bei einer inhaltlich möglichst freien Arbeitsweise mit möglichst umfangreicher Abdeckung von für die Zielgruppe relevanten Themen, im Rahmen des Programmauftrags und strukturell möglichst innovativer und zukunftsorientierter Miteinbeziehung Neuer Medien sei ein Idealstatus erreicht. Ein Bemühen in diesen Belangen werde jedenfalls auch bei genauerer Betrachtung der Sendungen vermittelt.

Vergleich der Positionen der Radiosender mit den Erkenntnissen aus der Dokumentenanalyse

In einem weiteren Schritt sollen nun die Ergebnisse der vorigen Vergleiche innerhalb der beiden Radiosender mit den einzelnen Punkten der Dokumentenanalyse in Beziehung gesetzt werden. Dabei werden auch die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Radiosender aufgezeigt.

- Freies Radio ist BürgerInnenradio.

„Das Freie Radio hat den Auftrag, jenen Themen und Menschen eine Stimme zu geben, die im allgemeinen Wettlauf um Einschaltquoten nicht zu hören sind: (...)“ (Freies Radio Wien, "Verein zur Förderung und Unterstützung Freier Lokaler Nichtkommerzieller Radioprojekte": Kriterien für die Dokumentenanalyse. Kopien einsehbar im Privatarchiv von Ada Joachimsthaler.)

Sowohl an der Auswahl der im Zuge der Programm- und Sendungsanalyse betrachteten Themen als auch anhand des Interviews wird deutlich, dass diese

Forderung Radio Orange und Radio FM4 verbindet. Das Anliegen, jene in anderen Medien unterrepräsentierte Themen und Meinungen zu verbreiten, wird allerdings unterschiedlich umgesetzt. Während FM4 mit einem intrinsischen Zugang möglichst breit gefächerte Verbindungen der MitarbeiterInnen in verschiedenste Szenen mit einer möglichst offenen Herangehensweise an die Inhalte und eine Auswahl sowohl populärer als auch alternativer Themen sucht, nähert sich das Radio Orange diesem Anliegen auf einem eher extrinsischen Weg. Dabei soll die Meinungsvielfalt durch den offenen Zugang gewährt werden und vor allem den unterrepräsentierten Gesellschaftsgruppen und Themen ein Sendeplatz gesichert werden.

Der in der Dokumentenanalyse an dieser Stelle proklamierte offene BürgerInnenkanal, der AmateurlInnen ermöglicht Radio zu gestalten und auf ihre Probleme aufmerksam zu machen, spiegelt natürlich klar das Konzept von Radio Orange wieder. Eine unmittelbare Beteiligung an Sendungen ist beim Radio FM4 lediglich über Telefonzuschaltungen möglich oder findet nachträglich über vorgetragene schriftliche Kommentare statt, welche dem Sender über diverse Kommunikationsplattformen zukommen.

- Freies Radio ist nichtkommerziell.

Hier gibt es einen deutlichen Unterscheidungspunkt zwischen Radio FM4 und Radio Orange. Denn während der öffentlich-rechtliche Sender über ORF-Gebühren und ein begrenztes Kontingent an Werbeeinschaltungen finanziert wird, bekommt das nicht-kommerzielle freie Radio eine infrastrukturfinanzierende staatliche Förderung und gelegentliche Unterstützung von HörerInnen durch einen freien Radiobeitrag. Damit kommt das Radio Orange entkoppelt vom Werbemarkt dem Konzept aus der Dokumentenanalyse nach.

- Freies Radio ist billig.

Während früher Radio das vergleichsweise billigste Medium mit der größten Reichweite war, treffen diese beiden Kriterien heute wohl auf das Internet zu. Sowohl die InterviewpartnerInnen des Radio FM4 als auch jene des Radio Orange warnen aber vor der Macht von internationalen Social Media Plattformen, welche außerhalb ihres Einflussbereiches über die

Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb der Plattformen bestimmen können. Das terrestrische Radio sei laut Margit Wolfsberger ein wertvolles Medium, um in Krisenfällen unabhängig Meinungen verbreiten zu können, während Vorsicht gegenüber einer Technikhörigkeit betreffend Neuer Medien anzuraten sei, nachdem auch in diesen Abhängigkeitsstrukturen entstünden.

Der finanzielle Aufwand ist nicht zuletzt durch die ehrenamtliche Arbeit der AkteurInnen vergleichsweise bei freien Radiosendern geringer als bei öffentlich-rechtlichen.

- Freies Radio ist Kulturradio.

Auch in diesem Punkt sehen sich beide Radiostationen verpflichtet. Die InterviewpartnerInnen von Radio FM4 beschreiben ihre Arbeit als an dem kreativen Prozess interessierten Andockpunkt mit dem jüngeren Kulturgesehen auf Augenhöhe und betonen ihr Augenmerk auf heimische Kreativität. Die Inhaltsanalyse der Nachrichtensendung von Radio Orange wiederum führt eben diese kulturell und lokal relevanten Themen vor Augen.

- Freies Radio hat einen Programmauftrag.

Der in der Dokumentenanalyse proklamierte Programmauftrag für freie Radiosender sollte, angelehnt an den gesetzlichen Programmauftrag im Rundfunkgesetz, das Freie Radio Wien zu einem umfassenden Programm, das Information, Unterhaltung, Kunst und Kultur sowie BürgerInnenbeteiligung und Lokalität beinhaltet, verpflichten, um den MitarbeiterInnen jenen freien Spielraum zu verschaffen, der vor Zugriffen von außen schützt. Nach etwa diesem Prinzip agiert das Radio FM4, wobei es sich trotz teils marktwirtschaftlicher Abhängigkeit einem sehr weit gefassten Programmauftrag verpflichtet und daher nach eigener Auffassung weder durch zu genaue Definitionen eingeschränkt sei, noch sich von äußeren Einflüssen von jenem Programmauftrag abbringen lasse. Dagegen will das Radio Orange mit einem absolut offenen Zugang ohne jegliche Eingrenzung alle Meinungen, die nicht ihren Grundsätzen widersprechen, transportieren. Es gebe vor allem keine inhaltlichen oder sprachlichen, aber auch selten strukturelle Vorschriften. Dabei bestünden zwar Bemühungen zu einem umfassenden,

inhaltlich ausgewogenen Programm, ein solcher Anspruch sei aber nach diesem Ansatz nicht zu garantieren.

- Freies Radio als selbst verwaltetes Unternehmen

Das Radio Orange ist in seiner Verwaltung relativ unabhängiger als FM4, ein Sender des ORF. Als Herausgeber, Medieninhaber und juristische Person ist für Radio Orange der „Verein Freies Radio Wien“ zuständig. Die Definition eines durchwegs selbstverwalteten Unternehmens trifft daher weder beim damaligen PiratInnenradio noch bei den heutigen Radiosendern Orange und FM4 zu.

- Freies Radio als Komplementärmedium

Im Sinne einer Ausdifferenzierung zwischen konventionellen Medien, die marktwirtschaftlich gewissen Herrschaftsmechanismen unterliegen, und dem Freien Radio würde Margit Wolfsberger das Radio Orange als Komplementärmedium bezeichnen, auch wenn es keinen absolut geeigneten Begriff für die Funktion des Freien Radios in diesem Zusammenhang gebe. Auch die InterviewpartnerInnen des Radio FM4 sehen sich eher als eine von vielen Öffentlichkeiten, die teils auch ergänzend konsumiert werden.

- Freies Radio als autonome Kulturarbeit

Gerade diesen Aspekt bedient das Radio Orange durch verstärkte Zusammenarbeit mit solchen Kulturveranstaltern, welche auch teilweise selbst Sendungen gestalten. Das Radio FM4 sieht sich ebenfalls als Plattform für Berichterstattung auf Augenhöhe mit der Jugendkultur und unterstütze dabei auch speziell heimische Projekte, wobei hier kein Fokus auf nicht-kommerziell orientierte Initiativen gelegt werde.

- Freies Radio laut den Statuten der „IG Kultur Österreich“

Beide Radiostationen stimmen mit den in der Dokumentenanalyse unter diesem Punkt angeführten Merkmalen überein. Lediglich der vierte Punkt „keine Einrichtung der öffentlichen Hand, selbstbestimmte Gebarung und Durchführung“ trifft auf das öffentlich-rechtliche Radio FM4 nicht zu. Der Aspekt des offenen

Zugangs zum Radio, welcher sonst oft tragend für derartige Kriterien ist und hier ebenfalls ein Unterscheidungsmerkmal wäre, wird an dieser Stelle nicht erwähnt.

- Freies Radio und dessen Veranstaltungseinheiten bzw. außerordentlicher Aktivitätenrahmen

Auch diesen Kriterien widmen sich beide Radiosender nach Einschätzung aufgrund der Inhaltsanalysen und Interviews. Außerordentliche Aktivitätenrahmen und Veranstaltungseinheiten werden von beiden Radiosendern oft aus nächster Nähe begleitet, wobei für beide eine Berichterstattung auf Augenhöhe mit den Kulturschaffenden ausschlaggebend sei.

- Freies Radio und dessen Zielsetzungen

Die in der Dokumentenanalyse aufgelisteten Zielsetzungen werden ebenfalls von Radio Orange und Radio FM4 berücksichtigt. Der Punkt „Betonung der Breite und Vielfalt“ ist im Bezug auf das Radio FM4 dahingehend einzugrenzen, als eine gewisse Komplexitätsreduktion im Sinne eines Überblicks in verschiedenste Bereiche, ohne sich in Details zu verlieren, postuliert wird.

- Freies Radio und Jugend- sowie Erwachsenenbildung

Radio Orange widmet sich diesem Aspekt auf mehreren Ebenen. Sowohl Sendereihen wie die „Wiener Radiobande“, welche SchülerInnen die Radioarbeit näher bringt, als auch der für alle HörerInnen offene Zugang zur Mitarbeit und diverse Kooperationen mit Ausbildungseinrichtungen dienen der Jugend- und Erwachsenenbildung. Ein solcher Zugang war in Zusammenhang mit dem Radio FM4 weder im Zuge der Inhaltsanalysen noch beim Interview erkennbar.

Thesen

1. Der Begriff „Gegenöffentlichkeit“ wird durch die Vielfalt an Möglichkeiten alternative Meinungen zu rezipieren und zu transportieren obsolet. Nicht nur gibt es kein Medienmonopol mehr, wozu andere Medien in Opposition treten könnten, sondern es gibt eine entsprechend breite Fragmentierung der verschiedenen Medien und der verschiedenen Meinungen sowie Themenschwerpunkte, wodurch eine simple Gegenüberstellung zweier Öffentlichkeiten zu kurz greifen würde.

2. Der Vergleich zwischen Dokumenten-, Programm- und Sendungsanalyse sowie den Interviews bildet eine logische Weiterentwicklung des freien, nicht-kommerziellen Radio Orange aus einem illegalen, weniger strukturierten PiratInnenradio mit verschiedenen Visionen.

Der offene BürgerInnenkanal, die Entkoppelung vom Werbemarkt und der durch ehrenamtliche Arbeit relativ geringe finanzielle Aufwand entsprechen den Forderungen aus der Dokumentenanalyse und grenzen sich von den Kriterien des Radio FM4 ab. Die Ausgewogenheit durch Vielfalt, wobei kein Anspruch auf ein umfassendes Programm besteht, stellt sowohl einen Gegensatz zu dem Ansatz von Radio FM4 dar als auch zu dem in der Dokumentenanalyse proklamierten Programmauftrag.

Aus Sicht der ehemaligen RadiopiratInnen sei bei Radio Orange einerseits ein Radioschema umgesetzt worden, welches mit großem Einsatz angestrebt worden sei, andererseits wäre der revolutionäre Gedanke etwas verloren gegangen. Speziell die Umsetzung des freien nicht-kommerziellen Senders mit dessen ehrenamtlichen MitarbeiterInnen und der offene Zugang zur Meinungsverbreitung werden jedoch lobend erwähnt.

3. Für Gerhard Kettler ist *Gegenöffentlichkeit* eine sehr wichtige Funktion, wobei sich soziale Bewegungen innerhalb des Radios einen diskursiven Raum schaffen und sich eine Gegenöffentlichkeit organisieren, die über das Radio hinaus aktiv werden können. Margit Wolfsberger steht dem Begriff Gegenöffentlichkeit eher ambivalent gegenüber, da ihr dieser zwar

grundsätzlich sehr sympathisch sei, sie aber die Arbeit von Radio Orange eher als Teil der Öffentlichkeit sehe. Wenn eine Ausdifferenzierung zwischen konventionellen Medien, die marktwirtschaftlich gewissen Herrschaftsmechanismen unterliegen, und dem Freien Radio definiert werden müsse, würde sie den Begriff Komplementäröffentlichkeit bevorzugen. Dies beziehe sich vor allem auf die Zugänglichkeit des Freien Radios, wo jedem die Möglichkeit geboten werde, Meinungen nach außen zu tragen, und auf die Gewichtung von Themen, die bei anderen Sendern weniger Aufmerksamkeit bekommen. Auch die Offenheit gegenüber Neuen Medien wäre dabei wichtig, wobei Vorsicht gegenüber einer Technikhörigkeit anzuraten sei, nachdem auch in diesen Medien Abhängigkeitsstrukturen entstünden.

Ein Beispiel für alternative Gestaltung von Radiosendungen wird auch in der Sendungsanalyse deutlich, wobei eine von Laien erarbeitete Nachrichtensendung und eine von SchülerInnen produzierte Sendung den freien Zugang aller BürgerInnen und deren freie Meinungsverbreitung vor Augen führen.

Als *alternative Mediennutzungsform* könne man laut Margit Wolfsberger heutzutage schon die Arbeit mit Kassetten bezeichnen, worauf bis vor ein paar Jahren noch von einem Radio Orange Mitarbeiter zurückgegriffen wurde. Auf der anderen Seite gebe es bereits Workshops, wie mit Smartphones gearbeitet werden könne. Nachdem die terrestrische Frequenz nun zur Zufriedenheit ausgebaut sei, liege der Fokus darauf, auch HörerInnen über Smartphones zu erreichen und somit auf dem Cross-Media-Sektor aktiv zu sein.

Natürlich seien vor allem die Inhalte alternativ, wenn auch nicht in allen Sendungen. Eine weitere inhaltliche Abgrenzung zu anderen Radiosendern entstehe durch den Fokus auf Wien. Auch der Aufbau der Sendungen sei teilweise unorthodox. Als Beispiel bringt Margit Wolfsberger eine Sendung, wo ein Interviewgast fünf ModeratorInnen gegenüber sitzt und Themen aus einem zuvor erhaltenen Fragenkatalog bespricht. Solange Sendungen allerdings nicht aus dem Ruder laufen, hätten die SendungsgestalterInnen alle Freiheiten.

Die im Zuge der Programmanalyse betrachtete Sendereihe „Stadtradio“ geht dem Versuch eines Zwei-Richtungs-Kanals nach, wobei HörerInnen Töne aus der Stadt aufnehmen, auf eine gemeinsame Website laden und zur Verfügung stellen, um in eine tägliche Sendung einzufließen.

4. Martin Blumenau und Monika Eigensperger finden den Begriff *Gegenöffentlichkeit* ungeeignet und bevorzugen eher die Beschreibung einer unterrepräsentierten Öffentlichkeit, die durch das Radio FM4 öffentlich gemacht werde. Dabei werde insbesondere das Augenmerk auf heimische Kreativität gelegt, welche sonst medial keine breite Wahrnehmung erfahre. Sie grenzen sich vom Feuilleton-Kulturjournalismus ab und beschreiben die Arbeit von Radio FM4 als einen an dem kreativen Prozess interessierten Andockpunkt mit dem jüngeren Kulturgeschehen auf Augenhöhe. Obwohl sie es als eine sehr einende Kraft empfinden, gegen etwas anderes zu stehen, betrachten sie das Radio FM4 als Sender mit vielen Gegenüber, die auch in Kombination gehört werden. Sie wollen informieren und sich für Kultur, Umwelt, Menschen, relevante Themen und für jene engagieren, die sonst weniger Gehör bekommen. Sie versuchen zu informieren und gleichzeitig Komplexität zu reduzieren, um ein lustvolles Radioprogramm zu gestalten. Die im Zuge der Programmanalyse betrachtete Sendung „Auf Laut“ widmet sich Diskussionen zu gesellschaftspolitischen Themen und fordert zudem die HörerInnen auf, ihre Meinungen per Telefonzuschaltung preiszugeben. Dieses Konzept entspricht einer Einbeziehung der HörerInnen und der Aufforderung zum kritischen Diskurs, worin eine Alternative zu anderen kommerziellen Radiosendern erkennbar ist.

Einen Rückkanal als *alternative Mediennutzungsform* gebe es laut Martin Blumenau und Monika Eigensperger über die Website seit dem Jahr 2000. Aktuell laufe auch ein Feldversuch, über „WhatsApp“ mit HörerInnen in Kontakt zu treten. Wenn etwas Neues probiert werde, nutzen sie größere Events wie das „FM4 Frequency Festival“, um auf Anhieb einen größeren Personenkreis zu erreichen. Dies werde etwa bei der Aktivierung ihrer „Twitter“-Seite genutzt. Abgesehen von der offiziellen Homepage werden weitere Kommunikationsplattformen manchmal mehr, manchmal weniger in

Anspruch genommen, da die Inhalte von jenen verteilt werden, die diese produzieren. Werde jemand lediglich für die Verbreitung von Inhalten in Neuen Medien angestellt, gehe der Enthusiasmus und die Kompetenz für das jeweilige Thema verloren. Auch während der Sendungen die klassische Studiosituation zu brechen sowie die Recherche vor Ort seien grundsätzliche Anliegen. Inhaltlich sei die Nähe zum Geschehen wesentlich und für eine Berichterstattung auf Augenhöhe mit der Jugendkultur erforderlich.

Formal stellt die Sendung „Bonustrack“ eine interessante Alternative zur ModeratorInneninitiative dar, nachdem in diesem Fall die HörerInnen Gesprächsthemen spontan einbringen oder diese im Dialog mit dem Moderator entstehen.

5. Während das Radio Orange bereits zum Teil aus dem Umfeld der ehemaligen RadiopiratInnen entstand, waren die Anliegen bei der Gründung des Radio FM4 nicht mit den Forderungen der RadiopiratInnen verbunden.

Nachdem das ebenfalls öffentlich-rechtliche Radio Ö3 zu einem Formatradio umstrukturiert wurde und ein bedeutender Teil der MitarbeiterInnen das Konzept eines mehrheitlich fremdsprachigen Kulturradios für eine jüngere Zielgruppe erstellte, entwickelte sich eine relativ alternative Arbeitsstruktur und Themenauswahl trotz des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags.

Die Arbeitsstrukturen wie Gebührenfinanzierung, Unternehmensform als Einrichtung der öffentlichen Hand, keine Förderung der Jugend- sowie Erwachsenenbildung im Sinne des Erlernens von Radioarbeit und der Ausschluss der HörerInnen von der Mitarbeit an Radiosendungen grenzen das Radio FM4 sowohl von jenen Aspekten der Dokumentenanalyse als auch vom Radio Orange ab.

6. Das PiratInnenradio als *freies, nicht-kommerzielles, illegales* Radio wurde von ehrenamtlichen RedakteurInnen gestaltet. Eigenwerbung konnte lediglich durch Mundpropaganda gemacht werden, da die rechtliche Basis und finanzielle Mittel fehlten. Inhaltlich präsentierte es sich revolutionär, obwohl formal nur einfache technische Mittel für eine terrestrische Ausstrahlung zur Verfügung standen. Es gab keinen Rückkanal, außer durch Telefonzuschaltungen in Zeiten geringer Verfolgung oder durch direkte

Teilnahme an der Radioarbeit. Es bediente sich einer basisdemokratischen Arbeitsstruktur, im Gegensatz zur Hierarchie des damaligen ORF Monopols. Inhaltlich widmeten sich die Sendungen lokalen, persönlichen und kontroversiellen Anliegen ohne Programmauftrag.

Das Radio Orange als *freies, nicht-kommerzielles, legales* Radio bedient sich ehrenamtlicher RedakteurInnen und ist strukturierter als das PiratInnenradio. Im Gegensatz zum PiratInnenradio wird die Infrastruktur durch staatliche Förderungen finanziert, die wenigen finanziellen Mittel reichen aber für Eigenwerbung kaum aus. Technische Grundlage bildet die terrestrische Ausstrahlung mit Einbeziehung Neuer Medien. Inhaltlich werden lokale, persönliche und kontroverse Anliegen behandelt und der Fokus auf Integration und Pluralismus im Bezug auf Sprachen und Kulturen gelegt. Es gibt keinen Programmauftrag, und die HörerInnenenschaft definiert sich über das Angebot.

Das Radio FM4 als *staatliches, kommerzielles, legales* Radio beschäftigt bezahlte RedakteurInnen und hat als gebührenfinanziertes und teilweise werbefinanziertes Unternehmen genug Mittel zur Eigenwerbung. Das Radio ist als Teil des ORF eine Einrichtung der öffentlichen Hand, legt aber laut Interviewaussagen trotz ORF Hierarchie Wert auf Zusammenarbeit der MitarbeiterInnen untereinander auf Augenhöhe. Technisch funktioniert der Radiosender sowohl terrestrisch als auch digital mit Einbeziehung von Neuen Medien. Inhaltlich unterliegen die RedakteurInnen einem Programmauftrag, der unter anderem die Berichterstattung auf Augenhöhe mit der Jugendkultur beinhaltet. Das Angebot richtet sich nach der HörerInnenenschaft, welche als Zielgruppe im Programmauftrag definiert ist.

7. Die gewonnenen Erkenntnisse bilden einen gesellschaftlichen Wandel in Bezug auf „Gegenöffentlichkeit“ und Mediennutzung auf einer Vielzahl von Ebenen ab.

Die vor allem im Bereich der Neuen Medien zunehmenden Medienformen fungieren als stetig zunehmende Transportmittel von Themen und Meinungen. Zudem entwickelt sich nicht zuletzt durch erweiterte technische

Möglichkeiten eine wachsende Breite an Mediennutzungsformen. Ebenso ausbaufähig sind auch die innerhalb dieser Vielfalt an Möglichkeiten transportierbaren Themen und Meinungen.

All diese Optionen enthalten allerdings wiederum ein dispersives Element. Statt einer „Gegenöffentlichkeit“ zu Zeiten des ORF-Monopols, das den Gegenpol zu PiratInnensendern bildete, entwickelt sich die heutige Medienlandschaft hin zu einer Fragmentierung durch Diversifizierung auf der einen und Spezifizierung auf der anderen Seite. Denn während die rechtlichen und technischen Mittel zur Meinungsverbreitung erweitert werden, tritt auf inhaltlicher Ebene eine zunehmende Spezifizierung auf. Dieser selektive Konsum führt letztlich zu einer Fragmentierung der Gesellschaft, nachdem sich die Medien zunehmend bestimmten Interessensgruppen und damit oft einhergehend bestimmten Gesellschaftsschichten widmen.

Resümee

Ausgehend von den anhand des Empirieteils gewonnenen Thesen sollen in Folge unter Einbeziehung des Theorieteils der Begriff Öffentlichkeit im Konnex mit Medien diskutiert und eine zeitgemäße Begriffsdefinition von Gegenöffentlichkeit angestellt werden. Auf dieses Konglomerat an Erkenntnissen stützt sich das Modell für Medienöffentlichkeit und deren Wirkungsprozess in Bezug auf darin agierende Individuen.

Das Resümee widmet sich damit überblicksmäßig den für diese Untersuchung wesentlichsten Aspekten des wissenschaftlichen Diskurses, um eine Struktur der Thematik sichtbar zu machen, von der sich ein Modell für die gegenwärtige Medienöffentlichkeit und deren AkteurInnen sowie RezipientInnen ableiten lässt.

Schon Brecht und Benjamin unterteilten eine gelungene Medienkommunikation in Veränderung von Produktionsformen und Produktionsinstrumenten im Sinne des Fortschritts und des Sozialismus. (Vgl. Benjamin 1969: S. 269) Dabei stehen Produktionsformen für neue Kommunikationsformen durch neue technische Mittel und Produktionsinstrumente für neue Formen der Kommunikationsübertragung zwischen Sender und Empfänger durch neue

technische Mittel. Brecht differenziert des Weiteren zwischen der Suche nach alternativen Medien und nach alternativer Nutzung bestehender Medien. (Vgl. Brecht 1967: S. 2 f.) So werden etwa neue Produktionsformen und -instrumente entwickelt oder alte Produktionsformen genutzt, um neue Produktionsinstrumente oder -inhalte anzuwenden. So wird auch im Sinne von Plake, Jansen und Schuhmacher das Mediensystem durch nicht profitorientierte Kommunikationsmittel oder auch alternative Kommunikationsmittel ergänzt oder Aufmerksamkeit der traditionellen Medien durch gezielte Aktionen erregt, um eine Form von Gegenöffentlichkeit zu erzeugen. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 23 ff.)

Ein weiteres Unterscheidungskriterium liefert die Arbeitsstruktur, welche nach Enzensberger, Negt und Kluge sowie Habermas entweder hierarchisch oder basisdemokratisch organisiert ist, wobei nach Beschreibung der für diese Arbeit kontaktierten InterviewpartnerInnen der ORF eine hierarchische Arbeitsstruktur habe, Radio Orange und das PiratInnenradio nach basisdemokratischen Prinzipien einzuordnen sei und Radio FM4 sich irgendwo dazwischen ansiedle.

Hickethier wiederum unterteilt Öffentlichkeit in reale und virtuelle Räume der Öffentlichkeit, wobei er Gegenöffentlichkeit als Konzept zweier oppositioneller Öffentlichkeiten und Öffentlichkeit als Ort des Konsens zwischen divergierenden Partialinteressen sowie als Umschlagplatz für Normen und Werte sieht. (Vgl. Hickethier 2003: S. 203 ff.) Er beschreibt ein System von pluralen Öffentlichkeiten in partiellen Kommunikationsräumen, wobei diese Öffentlichkeiten einander ausschließen und zueinander in Opposition treten können. (Vgl. Hickethier 2003: S. 205 ff.) In einem weiteren Schritt soll in dieser Arbeit die Möglichkeit von Überschneidungen jener Öffentlichkeiten ergänzt werden und in das Modell einfließen.

Wichtig ist auch zu beachten, dass zu medialer Öffentlichkeit auch Formen der Fiktion und Unterhaltung zählen, wobei in den meisten wissenschaftlichen Arbeiten eher Augenmerk auf politische und gesellschaftskritische Inhalte gelegt wird.

Für Hickethier konstatiert sich Öffentlichkeit in Form eines Gemeinschaftserlebnisses innerhalb eines der öffentlichen Räume und die immer differenzierteren Medienangebote sind ursächlich für ein aktiver handelndes Publikum, welches diese gezielt auswählt. (Vgl. Hickethier 2003: S. 215 f.)

Stamm sieht den Ursprung von Gegenöffentlichkeit in den StudentInnen- und SchülerInnenbewegungen und definiert diese als Gegenbegriff zu einer von Massenmedien und politischen Autoritäten manipulierten Öffentlichkeit. Dabei wird die hierarchische Medienstruktur kritisiert und der Versuch angestrebt, andere Organisationsformen der Produktion von Öffentlichkeit zu realisieren. Es geht darum, innerhalb der kapitalistischen Gesellschaft einen Bereich in Form von Gegeninstitutionen durch bewusst handelnde Individuen zu schaffen und damit Freiheit durch Selbstorganisation zu erzielen. (Vgl. Stamm 1988: S. 40 f.)

Eine Einteilung in Komplexitätsebenen von Gegenöffentlichkeit liefert Wimmer und unterteilt diese in alternative Öffentlichkeit (Makroebene), partizipatorische Öffentlichkeiten (Mesoebene) und Medienaktivismus (Mikroebene). (Vgl. Wimmer 2007: S. 238 ff.)

Oy wiederum weist auf die Implementierung beziehungsweise Aneignung ehemaliger alternativer Konzepte durch die Massenmedien hin und spricht damit einen wesentlichen Faktor der medialen und gesellschaftlichen Weiterentwicklung sowie gegenseitiger Beeinflussung an. (Vgl. Oy 2011: S. 20 ff.)

Der Beschreibung alternativer Medien widmet sich Atton, wobei er auf die Schwierigkeit allgemeingültiger Kriterien im Rahmen einer Definition hinweist. Jedenfalls sollten die inhaltliche Ebene sowie auch die Organisationsebene und die Präsentationsebene berücksichtigt werden. (Vgl. Atton 2002: S. 13 ff.) Zudem ist alternativ nicht schlicht als oppositionell zu sehen, sondern das Bestreben nach Koexistenz zu berücksichtigen. (Vgl. Atton 2002: S. 17 ff.) Oftmalig wird nicht das Ziel verfolgt, ein Massenpublikum zu adressieren, sondern sogar innerhalb der alternativen Medien einen geschlossenen LeserInnenkreis anzusprechen. (Vgl. Atton 2002: S. 132) Auch hier ist jene in den Thesen beschriebene Spezialisierung innerhalb der Medien erkennbar.

Wesentliche Faktoren für alternative Medien sind für Atton Autonomie, Solidarität und Reflexivität in kreativen Prozessen demokratischer Medienproduktion. Dies impliziert, dass AkteurInnen in diesem System durch Selbstreflexivität und das eigenständige Generieren von Information ihre medialen Fähigkeiten erweitern und trainieren. (Vgl. Atton 2002: S. 153 ff.)

Sandoval nennt Argumente, Nicht-Kommerzialität nicht als zwingendes Kriterium für alternative Medien heranzuziehen, denn das Vorhandensein jenes Merkmals

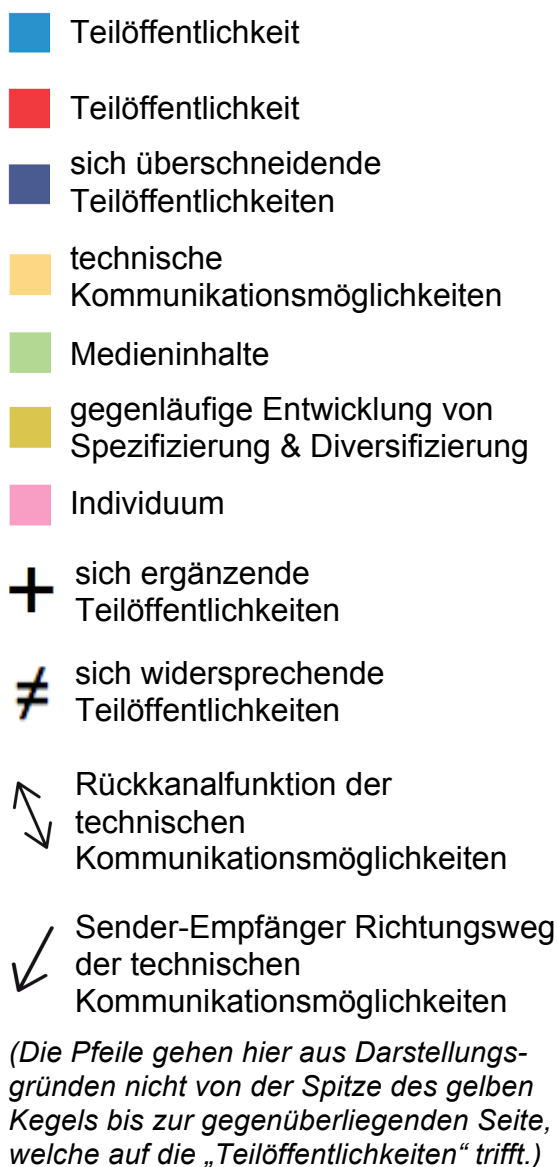
beruht zumeist auf Verzicht auf regelmäßiges Erscheinen, Qualität der Berichterstattung und öffentliche Sichtbarkeit im Sinne von Werbung. Zudem können Medien auch ohne den Faktor Partizipation herrschaftskritische Inhalte transportieren. (Vgl. Sandoval 2011: S. 26 ff.) Neue Medien hingegen frönen jenem Prinzip der Partizipation, denn diese ist durch Neue Medien auf jeden Fall mehr angeregt als durch bloße Medienrezeption.

Lievrouw schreibt Neuen Medien Offenheit für Innovation, Allgegenwärtigkeit und fundamentale Interaktivität zu. So entsteht durch eine ständige Schulung in aktiver Teilhabe mehr Engagement auch außerhalb des virtuellen Lebens. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 12 ff.) Er warnt dabei jedoch vor der „Vergänglichkeit des Web“, denn es gibt eine Vielzahl an defekten oder nicht verwalteten Internetseiten. (Vgl. Lievrouw 2011: S. 68 ff.) Eine weitere Gefahr kann ebenso das Überangebot darstellen, wobei man sich in der Fülle von Möglichkeiten und Informationen verliert.

Potentiale der Kommunikation über das Internet sind laut Plake, Jansen und Schuhmacher Zielgruppenorientierung, Interaktivität, geringe Produktionskosten und weltweite Reichweite. Es zeigt sich jedoch, dass sich auch im Internet tendenziell derselbe Personenkreis für diese Interaktivität interessiert wie jener, der auch außerhalb der Neuen Medien Initiative zeigt. (Vgl. Plake; Jansen; Schuhmacher 2001: S. 49 ff.) Hierbei kann als positiver Aspekt zudem die einfache Korrektur von Inhalten durch die RezipientInnen über jene offen zugänglichen Kanäle verbucht werden. Ein Rückschritt gegenüber der Radioproduktion ist laut Waltz, dass im Internet Analphabetismus eine Hürde zur Teilhabe an der Kommunikation darstellt. (Vgl. Waltz 2005: S. 25)

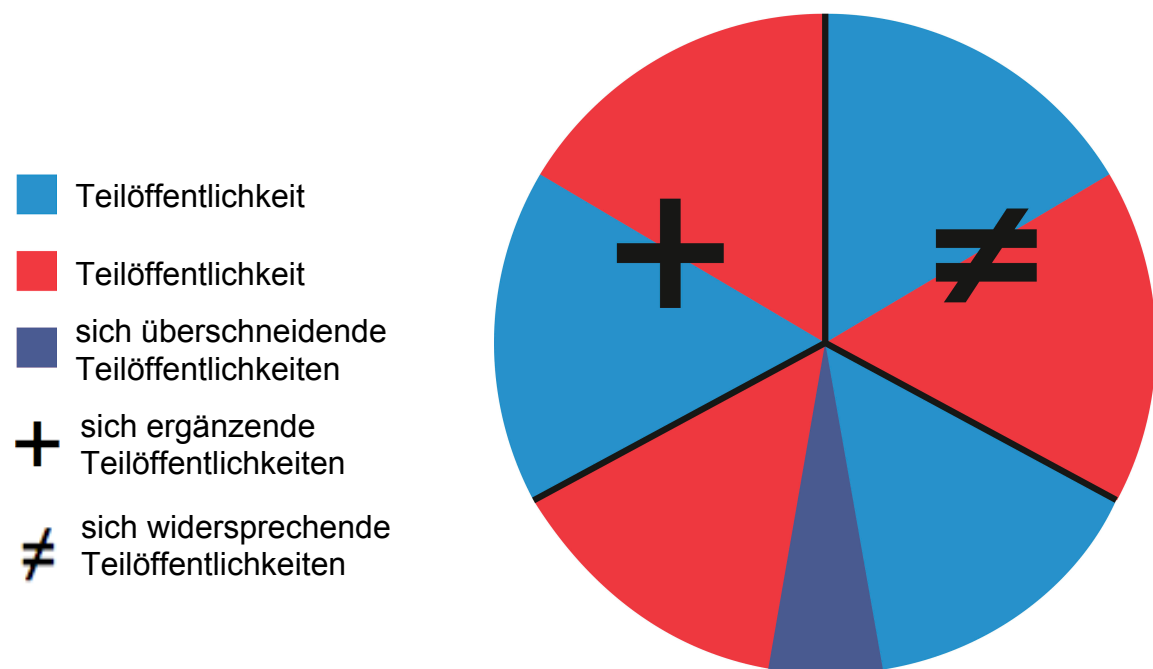
Modell

Abhängig von den jeweiligen politischen und gesellschaftlichen Strukturen kann die Definition ein und desselben Mediums differieren. So gelten etwa „CNN“ in Nord Korea zensurbedingt als alternativ und schrankenlose Meinungsverbreitung über das Internet heutzutage in Österreich als selbstverständlich, wogegen zu Zeiten der PiratInnensender noch für freie Meinungsäußerung in diesem Bereich gekämpft werden musste. In diesem Zusammenhang ist der Verweis wesentlich, dass das folgende Modell für Medienöffentlichkeit sich auf die gegenwärtige Lage in Österreich bezieht.

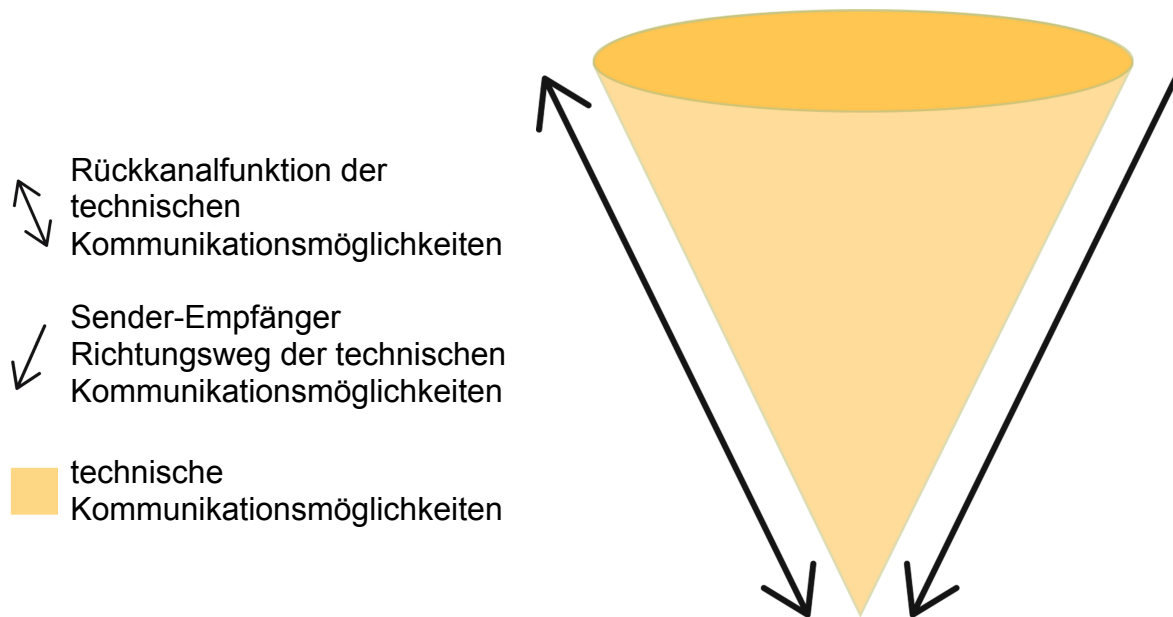


Modell - Wirkungsprozess Individuum & Medienöffentlichkeit © Joachimsthaler

Öffentlichkeit soll hier als Gesamtheit von vielen Teilöffentlichkeiten verstanden werden, welche einander ergänzen, überschneiden und widersprechen. Es sind hier also weder die Gegenüberstellung von zwei Polen, wie Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit, noch die bloße Koexistenz von Öffentlichkeiten gegeben, sondern auch die Prinzipien und Kriterien, welche verschiedenste Mediensysteme und deren AkteurInnen miteinander teilen, konstitutiv. Diese Charakteristika werden durch den in Segmente geteilten oberen Zylinder in der Graphik symbolisiert. Von oben betrachtet werden das Zusammenspiel jener drei beschriebenen Faktoren der Öffentlichkeit und die Verschmelzung jener Schnittstellen der Teilöffentlichkeiten in Form eines Peace-Zeichens sichtbar. Dabei solle der friedfertige Umgang unserer Gesellschaft innerhalb dieser Teilöffentlichkeiten nicht bloß von symbolischem Charakter sein.



Modell - Medienöffentlichkeit © Joachimsthaler

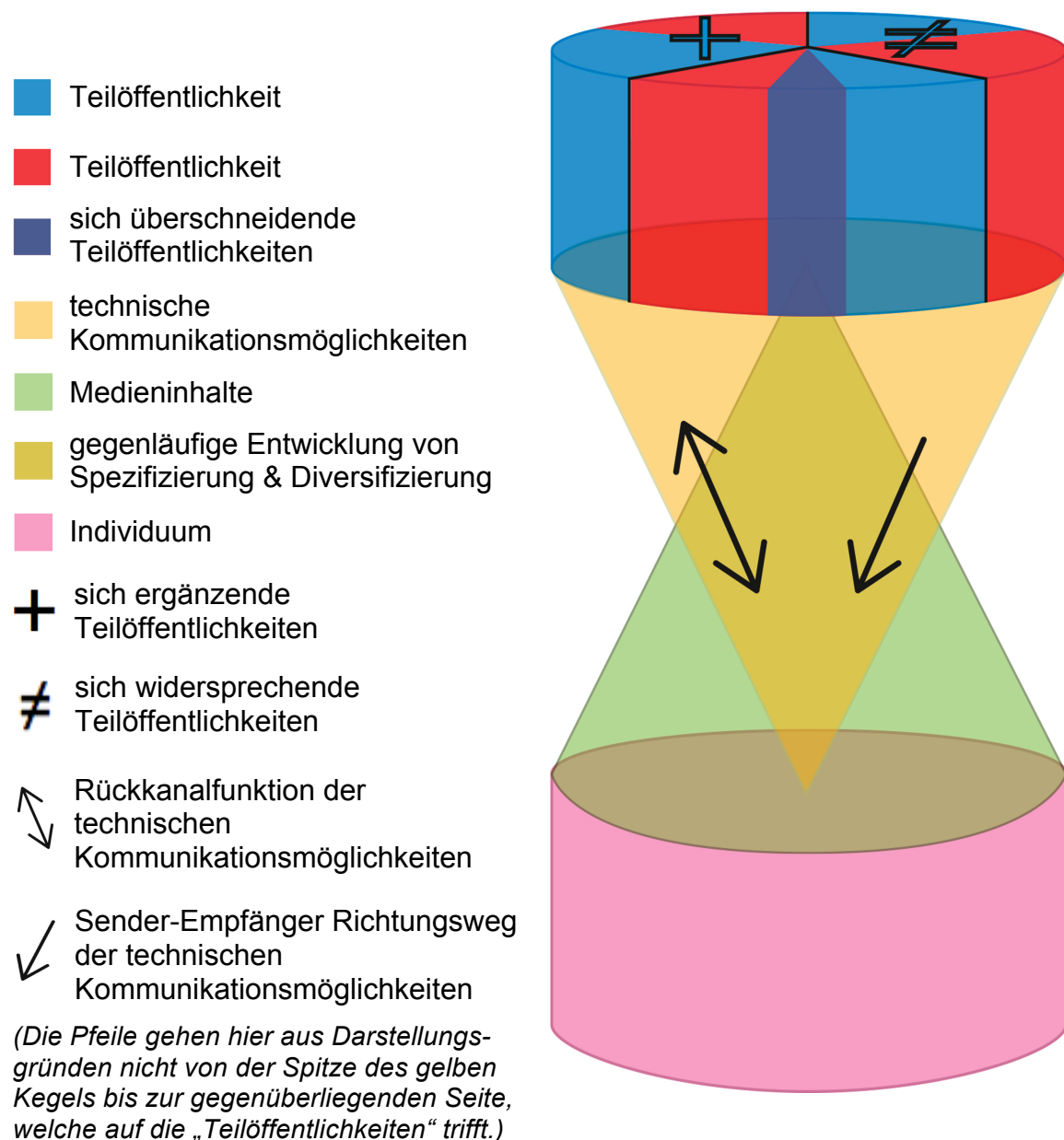


Modell - technische Kommunikationsmöglichkeiten © Joachimsthaler

Der untere Zylinder symbolisiert das Individuum, welches eine Vielzahl an technischen Mitteln vorfindet, die Teilöffentlichkeiten zu rezipieren, und bei manchen dieser technischen Mittel auch eine Rückkanalfunktion vorfindet, um somit selbst Teil dieser Öffentlichkeiten zu werden. Diese Ausweitung an technischen Möglichkeiten wird durch einen sich aus Sicht des Individuums ausdehnenden Kegel dargestellt. Dem entgegen wirkt die Fülle an möglichen Inhalten, die durch diese technischen Möglichkeiten gegeben sind, wodurch aus Sicht des Individuums der Drang nach Komplexitätsreduktion dazu führt, die Vielzahl an Inhalten zu filtern. Dargestellt durch einen aus Sicht des Individuums zusammenlaufenden Kegel, dessen Spitze auf die Öffentlichkeit trifft, wird hier die Gegenläufigkeit des Angebots technischer Kommunikationsmittel und der Medieninhalte veranschaulicht. Damit wird auch die Fragmentierung der Gesellschaft symbolisiert, indem Diversifizierung und Spezifizierung in einander greifen. Denn während die rechtlichen und technischen Mittel zur Meinungsverbreitung erweitert werden, tritt auf inhaltlicher Ebene eine zunehmende Spezifizierung auf. Dem Individuum kommt hier eine aktivere Rolle in der Auswahl von Informationen beziehungsweise Medienkanälen zu.

Von der Seite betrachtet gleicht das Modell einer Sanduhr, was als Zeichen für Vergänglichkeit und Weiterentwicklung eines solchen Gesellschafts- und Mediensystems zu interpretieren ist.

Die Zeit wird weisen, ob jene Individuen innerhalb der Teilöffentlichkeiten mit Hilfe medialer Mittel eine Gesamtöffentlichkeit im Sinne eines demokratischen, friedlichen und zukunftsorientierten Miteinander schaffen.



Modell - Wirkungsprozess Individuum & Medienöffentlichkeit © Joachimsthaler

Quellenverzeichnis

Literaturquellen

- Arbeitskreis Qualitative Sozialforschung (Hrsg). Redaktion: Chorcherr, Otmar et al. (1994): Verführung zum qualitativen Forschen: eine Methodenwahl. Wien: WUV-Univ.-Verlag.
- Artl, Herbert; Ludwig, Michael (1992): Literatur und Arbeiterbewegung. Europäische Hochschulschriften: Reihe 1, Deutsche Sprache und Literatur; Bd. 1354. Frankfurt am Main: Verlag Peter Lang GmbH.
- Atton, Chris (2002): Alternative Media. London: Sage.
- Bailey, Olga Guedes; Cammaerts, Bart; Carpentier, Nico (2008): Understanding Alternative Media. Berkshire: McGraw-Hill Open University Press.
- Benjamin, Walter: Der Autor als Produzent. In: Raddatz, Fritz J. (1969): Marxismus und Literatur: eine Dokumentation in drei Bänden. Reineck bei Hamburg: Rowohlt. S. 263 - 277.
- Benjamin, Walter (1977): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Benjamin, Walter (1977): Illuminationen. Ausgewählte Schriften 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch. S. 136 - 169.
- Benjamin, Walter (1977): Illuminationen. Ausgewählte Schriften 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch.
- Bernard, Jeff (1995): Strukturen autonomer Kulturarbeit in Österreich. Bd. 3. Wien: ÖGS/ISSS. Kriterien für die Dokumentenanalyse. Kopien einsehbar im Privatarchiv von Ada Joachimsthaler.
- Brecht, Bertolt (1967): Radiotheorie 1927 – 1932. In: Haas, Hannes / Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (2005): Medien- und Kommunikationspolitik. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Wilhelm Braumüller Universitäts- Verlagsbuchhandlung Ges.m.b.H. S. 1 - 9.
- Brunner-Szabo, Eva (1989): Medien im Widerstand. Vom Arbeiter-Radiobund in der 1. Republik bis zu den Freien Radios und

Piratensendern heute oder Möglichkeiten eines demokratischen Gebrauchs von Massenmedien. Wien: Diss.

- Danmayr, Andrea / Schrentewein, Birgit / Steinert, Fiona (Hg.) (1995): Lokalradio. Meinungen – Materialien. Wien: Eigenverlag, Freies Radio Wien.
- Danmayr, Andrea / Schrentewein, Birgit / Steinert, Fiona (1995): Vom ORF-Monopol zur Aufhebung des Regionalradiogesetzes. Forderungen zu einer Neugestaltung österreichischer Radiopolitik. In: Danmayr, Andrea / Schrentewein, Birgit / Steinert, Fiona (Hg.) (1995): Lokalradio. Meinungen – Materialien. Wien: Eigenverlag, Freies Radio Wien. S. 9 - 13.
- Die Presse. Nr. 20474. 7.4.2015.
- Diederich, Axel; Schindowski, Waldemar (1989): Der Kopf ist zu. Die Schwierigkeit, sich im alternativen Markt zurechtzufinden. In: ID-ARCHIV im Internationalen Institut für Sozialgeschichte/Amsterdam (1989): VERZEICHNIS DER alternativMedien. Zeitschriften/Zeitungen-Radioinitiativen-Videogruppen. Mit einem redaktionellen Teil zum Thema Gegenöffentlichkeit. Berlin: Verlag Diederich, Hoffmann, Schindowski. S. 10 - 12.
- Dorer, Johanna / Marschik, Matthias / Glattau, Robert (Hg.): Medienverzeichnis 1992/93. Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich. Wien: Verlag Turia & Kant.
- Dorer, Johanna (1992/93): Radioinitiativen abseits des Mainstreams. Eine Geschichte der Notwehr gegen Kommerz. In: Dorer, Johanna / Marschik, Matthias / Glattau, Robert (Hg.): Medienverzeichnis 1992/93. Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich. Wien: Verlag Turia & Kant. S. 113 - 126.
- Dorer, Johanna (1995): Ökonomische Bedingungen des dualen Rundfunksystems. Konsequenzen für den nichtkommerziellen Sektor. In: Danmayr, Andrea / Schrentewein, Birgit / Steinert, Fiona (Hg.) (1995): Lokalradio. Meinungen – Materialien. Wien: Eigenverlag, Freies Radio Wien. S. 49 - 65.
- Dorer, Johanna; Baratsits, Alexander (1995): Radiokultur von morgen: Ansichten, Aussichten, Alternativen. Wien: Buchkultur.

- Duchkowitsch, Wolfgang (1992): „Wer nicht kämpft, hat schon verloren.“ Zum rechten Nutzen und Gebrauch von Medien. In: Artl, Herbert; Ludwig, Michael (1992): Literatur und Arbeiterbewegung. Europäische Hochschulschriften: Reihe 1, Deutsche Sprache und Literatur; Bd. 1354. Frankfurt am Main: Verlag Peter Lang GmbH. S. 92 - 106.
- Freies Radio Wien, "Verein zur Förderung und Unterstützung Freier Lokaler Nichtkommerzieller Radioprojekte": Kriterien für die Dokumentenanalyse. Kopien einsehbar im Privataarchiv von Ada Joachimsthaler.
- Günzel, Traudel (1989): Radio Dreyeckland mit eigener Frequenz! Kommt die Radiobewegung in neuen Schwung? In: ID-ARCHIV im Internationalen Institut für Sozialgeschichte/Amsterdam (1989): VERZEICHNIS DER alternativMedien. Zeitschriften/Zeitungen-Radioinitiativen-Videogruppen. Mit einem redaktionellen Teil zum Thema Gegenöffentlichkeit. Berlin: Verlag Diederich, Hoffmann, Schindowski. S. 55 - 58.
- Haas, Hannes / Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (2005): Medien- und Kommunikationspolitik. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Wilhelm Braumüller Universitäts- Verlagsbuchhandlung Ges.m.b.H.
- Hickethier, Knut (2003): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart, Weimar: J.B. Metzler.
- Holoubek, Michael; Kassai, Klaus; Traimer, Matthias (2010): Grundzüge des Rechts der Massenmedien. Vierte, neu bearbeitete Auflage. Wien: Springer-Verlag.
- Hooffacker, Gabriele; Lohk, Peter (2011): Der Alternative Medienpreis. Von Pionieren, Trüffelschweinen und Mediennischen. In: Hüttner, Bernd; Leidinger, Christiane; Oy, Gottfried (2011): Handbuch Alternativmedien. 2011/2012. Printmedien, Freie Radios, Archive & Verlage in der BRD, Österreich und der Schweiz. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher. S. 57 - 67.
- Howley, Kevin (2013): Media Interventions. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Hüttner, Bernd; Leidinger, Christiane; Oy, Gottfried (2011): Handbuch Alternativmedien. 2011/2012. Printmedien, Freie Radios, Archive &

Verlage in der BRD, Österreich und der Schweiz. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher.

- Hüttner, Bernd; Nitz, Christoph (2011): Die (Mosaik-) Linke und ihre Medien. LINKE Medienarbeit im Online-Zeitalter. In: Hüttner, Bernd; Leidinger, Christiane; Oy, Gottfried (2011): Handbuch Alternativmedien. 2011/2012. Printmedien, Freie Radios, Archive & Verlage in der BRD, Österreich und der Schweiz. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher. S. 68 - 76.
- ID-ARCHIV im Internationalen Institut für Sozialgeschichte/Amsterdam (1989): VERZEICHNIS DER alternativMedien. Zeitschriften/Zeitungen-Radioinitiativen-Videogruppen. Mit einem redaktionellen Teil zum Thema Gegenöffentlichkeit. Berlin: Verlag Diederich, Hoffmann, Schindowski.
- Jarren, Otfried; Krotz, Friedrich (1998): Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen Baden-Baden [u.a.]: Nomos-Verl.-Ges.
- Lamnek, Siegfried (1995): Qualitative Sozialforschung. Band 2. Methoden und Techniken. 3., korrigierte Auflage. Weinheim: Beltz, PsychologieVerlagsUnion.
- Lievrouw, Leah A. (2011): Alternative and Activist New Media. Cambridge: Polity Press.
- Oy, Gottfried (2011): Lebenswelt Gegenöffentlichkeit. Medienkritik und Alltag sozialer Bewegungen. In: Hüttner, Bernd; Leidinger, Christiane; Oy, Gottfried (2011): Handbuch Alternativmedien. 2011/2012. Printmedien, Freie Radios, Archive & Verlage in der BRD, Österreich und der Schweiz. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher. S. 14 - 23.
- Plake, Klaus; Jansen, Daniel; Schuhmacher, Birgit (2001): Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet: politische Potentiale der Medienentwicklung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Prokop, Dieter (2001): Der Kampf um die Medien: das Geschichtsbuch der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg: VSA-Verlag.
- Raddatz, Fritz J. (1969): Marxismus und Literatur: eine Dokumentation in drei Bänden. Reineck bei Hamburg: Rowohlt.
- Sandoval, Marisol (2011): Warum es an der Zeit ist, den Begriff der Alternativmedien neu zu definieren. In: Hüttner, Bernd; Leidinger, Christiane; Oy, Gottfried (2011): Handbuch Alternativmedien. 2011/2012.

Printmedien, Freie Radios, Archive & Verlage in der BRD, Österreich und der Schweiz. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher. S. 24 - 36.

- Schernthaner, Alexandra (1995): Das freie nicht-kommerzielle Radio in Wien. Eine Untersuchung zum Zusammenhang von Gegenöffentlichkeit und freien Radios anhand der ehemaligen Wiener PiratInnensender. Wien: DA.
- Schölzel, Hagen (2013): Guerillakommunikation. Genealogie einer politischen Konfliktform. Bielefeld: transcript Verlag.
- Stamm, Karl-Heinz (1988): Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen. New York: Campus Verlag.
- Steinert, Fiona: Handschriftliche Aufzeichnungen. Kriterien für die Dokumentenanalyse. Kopien einsehbar im Privataarchiv von Ada Joachimsthaler.
- Wallnöfer, Isabella (2015): Auf Sendung gehen mit dem Handy. Digitalmedien. Die Zukunft des Journalismus kommt in Echtzeit. Jedes Ereignis kann heute zum Live-Event werden - dank neuer Handy-Apps wie Periscope und Meerkat. In: Die Presse. Nr. 20474. 7.4.2015. S. 20.
- Waltz, Mitzi (2005): Alternative and Activist Media. Edinburgh: University Press.
- Weichler, Kurt (1987): Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation. Berlin: Vistas.
- Wimmer, Jeffrey (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wimmer, Jeffrey (2011): Illusion versus Zwang. Zum Umgang alternativer Medien mit ihren ökonomischen Grundlagen. In: Hüttner, Bernd; Leidinger, Christiane; Oy, Gottfried (2011): Handbuch Alternativmedien. 2011/2012. Printmedien, Freie Radios, Archive & Verlage in der BRD, Österreich und der Schweiz. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher. S. 37 - 48.

Internetquellen

- Gerlinde Lang: Radio FM4 Online. Homepage.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4homebase> (24.5.2015; 10:31 Uhr)
- Hal Rock: Radio FM4 Online. Update.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4update> (23.5.2015; 22:16 Uhr)
- Julie McCarthy: Radio FM4 Online. Update.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4update> (23.5.2015; 22:16 Uhr)
- Radio FM4 Online. <http://fm4.orf.at/radio/> (23.5.2015; 20:12 Uhr)
- Radio FM4 Online. 7 Tage. <http://fm4.orf.at/7tage/> (23.5.2015; 20:07 Uhr)
- Radio FM4 Online. Auf Laut. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4auflaut>
(24.5.2015; 12:14 Uhr)
- Radio FM4 Online. Blumenau. <http://fm4.orf.at/blumenau> (28.5.2015;
11:54 Uhr)
- Radio FM4 Online. Bonustrack.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4bonustrack> (24.5.2015; 12:52 Uhr)
- Radio FM4 Online. Chez Hermes.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4chezhermes> (24.5.2015; 13:56 Uhr)
- Radio FM4 Online. Connected. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4connected>
(24.5.2015; 10:13 Uhr)
- Radio FM4 Online. Davi Decks. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4davedecks>
(24.5.2015; 10:54 Uhr)
- Radio FM4 Online. Digital Konfusion.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4digitalkonfusion> (24.5.2015; 13:46 Uhr)
- Radio FM4 Online. Im Sumpf. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4imsumpf>
(24.5.2015; 12:42 Uhr)
- Radio FM4 Online. La Boum De Luxe.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4laboumdeluxe> (24.5.2015; 12:50 Uhr)
- Radio FM4 Online. Reality Check.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4realitycheck> (23.5.2015; 22:27 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sendeschema.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/sendeschema> (23.5.2015; 20:11 Uhr)

- Radio FM4 Online. Sendungen vom 24.5.2015.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759235/> (25.5.2015; 16:04 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sendungen vom 23.5.2015.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759194/> (23.5.2015; 20:18 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sendungen vom 22.5.2015.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759134/> (23.5.2015; 20:20 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sendungen vom 21.5.2015.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759082/> (23.5.2015; 20:20 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sendungen vom 20.5.2015.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/1759026/> (23.5.2015; 20:21 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sendungen vom 19.5.2015.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/1758953/> (23.5.2015; 20:21 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sendungen vom 18.5.2015.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/1758852/> (23.5.2015; 20:21 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sendungen vom 17.5.2015.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/1758884/> (23.5.2015; 20:21 Uhr)
- Radio FM4 Online. Solid Steel. <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4solidsteel>
(24.5.2015; 12:33 Uhr)
- Radio FM4 Online. Sunny Side Up.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4sunnysideup> (23.5.2015; 22:34 Uhr)
- Radio FM4 Online. Top FM4. <http://fm4.orf.at/radio/stories/topfm4>
(24.5.2015; 10:40 Uhr)
- Radio FM4 Online. Worldwide Show.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4worldwideshow> (24.5.2015; 10:28 Uhr)
- Radio FM4 Online. Zimmerservice.
<http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4zimmerservice> (28.5.2015; 11:54 Uhr)
- Radio Orange Online. Nachhören. <http://o94.at/radio/nach hoeren/>
(23.5.2015; 19:27 Uhr)
- Radio Orange Online. Nachrichten. <http://nachrichten.o94.at> (4.8.2015;
18:42 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe O94 Musik.
http://o94.at/radio/sendereihe/orange_fenster/ (4.8.2015; 18:10 Uhr)

- Radio Orange Online. Sendereihe Radio Afrika.
http://o94.at/radio/sendereihe/radio_afrika_mo/ (4.8.2015; 18:20 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe IN RANDOM ORDER.
http://o94.at/radio/sendereihe/orange_fenster/ (23.5.2015; 22:10 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe Nachrichten.
<http://o94.at/radio/sendereihe/nachrichten/> (4.8.2015; 18:10 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe Radiobande.
<http://o94.at/radio/sendereihe/radiobande/> (4.8.2015; 19:03 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe Stadtradio Orange.
<http://o94.at/radio/sendereihe/stadtradio-orange/> (4.8.2015; 18:25 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendungen vom 18.5.2015.
<http://o94.at/radio/programm/2015-05-18/> (23.5.2015; 19:22 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendungen vom 19.5.2015.
<http://o94.at/radio/programm/2015-05-19/> (23.5.2015; 19:22 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendungen vom 20.5.2015.
<http://o94.at/radio/programm/2015-05-20/> (23.5.2015; 19:23 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendungen vom 21.5.2015.
<http://o94.at/radio/programm/2015-05-21/> (23.5.2015; 19:23 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendungen vom 22.5.2015.
<http://o94.at/radio/programm/2015-05-22/> (23.5.2015; 19:23 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendungen vom 23.5.2015.
<http://o94.at/radio/programm/2015-05-23/> (23.5.2015; 19:23 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendungen vom 24.5.2015.
<http://o94.at/radio/programm/2015-05-17/> (25.5.2015; 16:03 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe O94 Jugend Spezial.
<http://o94.at/radio/sendereihe/o94jugend-spezial/> (28.5.2015; 11:33 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe O94 Kultur Spezial.
<http://o94.at/radio/sendereihe/o94kultur-spezial/> (28.5.2015; 11:21 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe O94 Politik Spezial.
<http://o94.at/radio/sendereihe/o94politik-spezial/> (28.5.2015; 11:21 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe O94 Spezial.
<http://o94.at/radio/sendereihe/o94spezial/> (28.5.2015; 11:33 Uhr)

- Radio Orange Online. Sendereihe Radia.
<http://o94.at/radio/sendereihe/radia/> (28.5.2015; 15:03 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe Schallspuren.
<http://o94.at/radio/sendereihe/schallspuren/> (28.5.2015; 11:33 Uhr)
- Radio Orange Online. Sendereihe WUK Radio.
http://o94.at/radio/sendereihe/wuk_radio/ (28.5.2015; 11:33 Uhr)
- Radio Orange Online. Schallspuren.
http://schallspuren.o94.at/radiopirat_innen/ (28.5.2015; 15:03 Uhr)

Abbildungsverzeichnis

• Komplexitätsebenen von Gegenöffentlichkeit.	S. 20
• Figure 1.1 Positioning the four theoretical approaches.	S. 27
• Charakteristika alternativer Medien.	S. 31
• Idealtypen des medienökonomischen Umgangs alternativer Medien.	S. 32
• New media defined.	S. 38
• Genres of alternative and activist new media.	S. 39
• A genre framework for alternative and activist new media.	S. 41
• Sendungen auf 103,3 MHz (Raum Wien).	S. 51
• Modell - Wirkungsprozess Individuum & Medienöffentlichkeit	S. 119
• Modell - Medienöffentlichkeit	S. 120

Interviewtranskription - Radio Orange

I = Interviewerin

W = Margit Wolfsberger

K = Gerhard Kettler

I: Wollt ihr euch einmal kurz vorstellen?

W: Also ich heiße Margit Wolfsberger, bin selber seit neunundneunzig Radiomacherin hier beim Radio Orange, habe aber nicht beim Piratenradio mitgemacht. Damals habe ich Publizistik studiert, und ich glaube, wegen des eifrigen Studiums das verpasst, und habe vor drei Jahren 2012/2013 dieses Projekt durchgeführt, wo es darum ging, die Bestände des Radios, die im Keller sind, einmal zu sichten. Und da war natürlich sehr viel auch zur Zeit vor dem Beginn unserer legalen Sendezeit, und deswegen ist auch ein bisschen diese Broschüre. Die hat zwar schon sehr viel zu RadiopiratInnen drinnen, aber auch dann zum wirklichen Entstehen von Orange selber. Das ist allerdings ein wenig zu kurz gekommen, also insofern wäre es wichtig, wenn du über Orange heute etwas machst, dass du eben andere Quellen heranziehst, weil das ist da wirklich zu wenig drinnen. Also ich habe bewusst mehr oder weniger dann stopp gemacht, weil da könnte man ewig weitertun.

K: Ich heiße Gerhard Kettler, in der PiratInnenzeit habe ich da eher so die Position vertreten, das wird ja nie etwas, es hat keinen Sinn da zu versuchen die Legalisierung zu betreiben und so sich dafür einzusetzen, man muss PiratInnenradio eher so anlegen, dass man sich den Raum nimmt, aber nicht als Bewegung, um das legal machen zu können, sondern dass das eigentlich generell als Piraterie weiter betrieben werden kann. Die Entwicklung hat eine andere genommen, was mich sehr gefreut hat. Das ist sozusagen der Vorteil eines Pessimisten, dass man leicht positiv überrascht wird. Und war dann ab 1998, kurz vor Sendestart, wo ich dann irgendwie mehr am Radio mich beteiligt habe, und von da an dann weiter eigentlich durchgehend als Radiomachender. Ich war dann am Anfang in diesem MitarbeiterInnenverein für Freies Radio Wien Vorstand, später dann habe ich als Programmkoordinator hier im Radio

gearbeitet von 2002 bis 2013, 2003 bis 2013, oder 2004 bis 2013, also ungefähr, steht wahrscheinlich irgendwo.

I: Bei Radio Orange jetzt?

K: Bei Radio Orange als Programmkoordinator, genau. Und bin jetzt in der Nachrichtengruppe von Orange 94,0 aktiv. Ja, soweit mein Radiobezug und Hintergrund.

I: Nachrichtengruppe ist eine Sendereihe Nachrichten?

K: Das ist der Versuch, eine Nachrichtensendung auf Orange 94,0 zu etablieren, was letztes Jahr begonnen wurde, mit dem Ziel, irgendwann einmal eine tägliche Nachrichtensendung zu erreichen. Wir haben begonnen mit zweimal wöchentlich und sind derzeit bei einmal wöchentlich. Das heißt, von der Richtung her stimmt es noch nicht ganz, aber ich meine, das ist ein Versuch so etwas aufzubauen, letztes Jahr gab es Unterstützung der RTR, die gibt es heuer nicht. Insofern ist es auch, jetzt ufer ich ein bisschen aus. Ob eine tägliche Nachrichtensendung wirklich notwendig ist, so wie wir es irgendwann schon einmal vor fünfzehn Jahren uns gedacht haben, dass notwendig wäre, ist unter der veränderten Medienlandschaft und Aufgaben von Internet und Social Media wahrscheinlich auch gar nicht mehr so notwendig. Das heißt, man kann sich ruhig auch ein bisschen redefinieren, also um die Frage zu beantworten, ja es ist eine Sendung auf Orange 94,0.

(Alle lachen.)

I: Nein das ist schon super, weil erstens mache ich auch eine Analyse von zwei Sendungen und da kommt die vor.

W: Wunderbar, sehr schön.

I: Und zweitens habe ich mir das auch schon angeschaut, eben einmal wöchentlich.

W: Was ist die Zweite, wenn wir fragen dürfen, oder darfst du das nicht sagen?

I: Das war eine Sendung, wo AHS Schüler irgendeine Sendung machen, ich habe es aber noch nicht gemacht.

W: Wir haben zwei Sendungen, die wirklich von Kindern gemacht werden, weil bei Literradio oder so vielleicht.

I: Schülerradio auf jeden Fall war irgendwie die Headline. Da dachte ich mir, weil ich eben auch gerne anschauen möchte, wie da der Zugang ist zu diesem Radio.

W: Ich meine, du findest alle Sendereien ja auf der Orange Website.

I: Da habe ich sie her.

W: Wenn du sie da heraus hast, ist es eine von uns.

I: Genau, ja. Nächste Frage gleich einmal: Was bewegt euch denn persönlich zum Radiomachen? Also was ist euer persönlicher Ansporn?

W: Ich habe auch Publizistik zu studieren begonnen, weil ich prinzipiell ein Interesse an Medien hatte. Jetzt im Nachhinein denke ich mir, wenn ich das doch schon ein bisschen reflektiere nach so vielen Jahren, ich bin bei den anderen Gewalten gar nicht auf die Idee gekommen, dass ich mich da beteilige, also weder hätte ich gedacht, ich gehe in die Politik, ich gehe zur Polizei, oder ich werde Richterin. Also irgendwie dann scheinbar war der logische Weg zur vierten Gewalt sozusagen, dem Journalismus. Klingt vielleicht blöd, aber ich denke mir, man hat natürlich hier Freiheiten, die man wo anders, wo man einer autoritären Vorgabe genügen muss, die hat man im Journalismus nicht, denke ich. Also man ist, denke ich, doch dem kritischen Geist verpflichtet, und bei Orange ist das natürlich am allerbesten zu leben, weil man auch kein Redaktionsstatut hat, das uns einschränkt, oder solche Dinge. Und Radio finde ich, obwohl ich am Anfang nur geschrieben habe, also ich habe Publizistik gar nicht mit Radio begonnen, ich habe nur ans Schreiben gedacht, persönlich, hat mich aber überzeugt, weil das gesprochene Wort, finde ich, doch den Menschen einfach besser erreicht als das geschriebene. Und Video finde ich zu oberflächlich und flach, also von dem her ist es eigentlich ideal für mich persönlich, dieses Medium.

K: Also bei mir, blumig gesprochen, ist es quasi Radio zu verwenden, um die Welt zu verändern. Also ich komme mehr oder weniger so aus dem politischen Aktivismus, wobei ich mich dort schon immer damit beschäftigt habe, wie kann man das jetzt irgendwie medial umsetzen? Wie kann man Leute erreichen? Jetzt auch auf zwei Ebenen, einerseits die im engeren Kreis, mit denen man eigentlich gemeinsam aktiv werden möchte, oder aber auch jene, die man erreichen möchte, damit man bei denen dann einen Denkprozess auslöst, also diese zwei Ebenen. Ich habe mich lange im Zeitschriftenbereich dabei bewegt, dann halt eben über Radiopiraterie mit der Auseinandersetzung, wie kann man das eben auch ausnutzen, dass man die erreicht, die eigentlich etwas ganz etwas anderes hören wollten, und die normale freie Radiotätigkeit eben auch in einem Kreis von Hörern und Hörerinnen, die aufzubauen, zu erreichen und da eben auch mit Themen zu konfrontieren, die halt in Mainstreammedien vielleicht nicht

vorkommen, oder wenn sie vorkommen, mit einer anderen Gewichtung. Also hier auch andere Perspektiven hineinzubringen, auch andere Sichtweisen, vor allem auch andere zu Wort kommen zu lassen. Also um sich klassische Themen der letzten Jahre, Refugees, nicht nur dass über sie berichtet wird, dass mit statistischen Zahlen herumgeworfen wird, sondern dass es hier einfach auch die Möglichkeit gibt, dass sie selbst zu Wort kommen und dadurch auch schon einmal ein Thema ganz anders bearbeitet wird.

I: Gleich anschließend, welche Themen spielen denn für euch eine große Rolle, im Radio Orange?

W: Jetzt für uns persönlich, oder meinst du für Orange allgemein?

I: Na ja, eure Sicht der Dinge, das ist ja immer irgendwie subjektiv, aber für Orange.

W: Ich denke mir, das Spezifikum, ich labere ein bisschen etwas und dann kannst du (Richtung Gerhard Kettler) ja ergänzen (lacht), ist sicher diese Mehrsprachigkeit, die wir zulassen können und wollen und forcieren und die gelebt wird und auch gehört wird. Dass wir einfach keine Richtlinien, Vorgaben haben, in welcher Sprache man spricht. Also einerseits welche linguistische Sprache, aber auch ob man Hochsprache spricht oder Dialekt oder was auch immer. Also wir haben nur eine Grenze, dass es kein Sexismus, kein Rassismus, keine die Würde des Menschen verletzende, keine faschistische, keine antisemitische Sprache sein soll, aber ansonsten ist da eine extreme Offenheit der Sprache, die eben den Zugang ermöglicht für Gruppen, seien es jetzt anders muttersprachliche Menschen mit migrantischer Herkunft, aber auch die Leute, die vielleicht manchmal gerne spanisch reden, die können das bei uns tun, und das kann man dann auch hören, was man halt sonst zum Beispiel nicht hätte, in keinem anderen Radiomedium in Österreich, das terrestrisch ausgestrahlt wird. Also das finde ich zum Beispiel eine ganz wichtige Spezifität unseres Freien Radios, wobei ich selber nur Deutsch und Englisch kann, ehrlich gesagt. Ich meine, ich höre mir schon manchmal gerne fremdsprachige Sendungen an, aber da geht es mehr um den Klang der Sprache. Inhaltlich bekomme ich natürlich auch auf Französisch nicht allzu viel mehr mit, die Matura ist lange vorbei. Aber eben es ist sehr schön diese Buntheit zu hören auch.

I: Aber eben gibt es da Kriterien, muss die Sprache zu einem gewissen Grad beherrscht werden? Wonach wird das kontrolliert?

W: Gar nicht. Also bei uns gibt es ja keine Kontrolle. Wenn einmal das Konzept angenommen wird, oder sagen wir so, die Kontrolle sind eigentlich die Hörerinnen und Hörer. Natürlich würde vermutlich, wenn jemand, also da ist jetzt nicht die Beherrschung der Sprache das Kriterium, aber wenn man Dinge macht, die unseren Grundsätzen widersprechen, da würden sich die HörerInnen melden und sagen: Hallo, was war da los? Dann geht man dem sozusagen nach. Aber es wird ja an sich bei uns nicht kontrolliert, was on air geht, also von irgendeiner anderen Instanz. Das muss jeder und jede für sich selbst entscheiden und die Beherrschung der Sprache, das ist, glaube ich, aber wirklich kein Problem, weil, ich meine, die migrantischen SprecherInnen, ihre Muttersprache können sie ja eh perfekt bis sehr gut. Und bei Deutsch glauben ja viele, sie können es nicht gut genug, wo wir dann aber meistens das Gefühl haben, dass sie eigentlich eh sehr gut Deutsch können. Und selbst wenn es jetzt, sagen wir, ein bisschen holpert beim Reden, ist das bei weitem nicht so schwierig, wie wenn man schreibt, weil da fallen natürlich Fehler viel stärker ins Gewicht. Also das ist überhaupt kein Kriterium bei uns, ob man jetzt senden darf.

K: Also ich beantworte jetzt noch die Frage, was für mich so die wichtigen Themen waren oder sind, und das ist für mich schon sehr stark Themen, die aus sozialen Bewegungen heraus kommen, worunter ich einerseits verstehe, überall dort, wo etwas getan wird um etwas zu verändern. Das beginnt drüben bei der Donaukanalwiese, die für ein Lokal verwendet werden soll, und wo sich eine BürgerInneninitiative gebildet hat um das zu verhindern, dass das ein öffentlich zugänglicher Raum bleiben soll. Geht über die verschiedenen Bewegungen, die es innerhalb der Stadt auch gibt, so unter der Frage: Wem gehört die Stadt? Wer hat das Recht, über städtischen Raum zu bestimmen? Und dass das etwas ist, was aus dem ökonomischen Reich wieder mehr zurückgeholt werden soll, in den Bereich, dass sich Leute selbst verwirklichen können, Leute leben können, wie sie wollen, und Platz und Raum haben um Sachen zu verwirklichen. Geht dann über Ökologiebewegung bis ja, schon angesprochen, antirassistische Bewegungen, wie geht man einfach um mit Leuten, die Schutz suchend nach Europa kommen und hier landen und dann das Gefühl bekommen, das Wichtigste ist es, dass sie so schnell wie möglich wieder zurückgeschickt werden sollen, und was kann man da tun, um auch das gesellschaftliche Klima zu verändern? Dieses Themenspektrum interessiert mich am meisten, wo

Menschen aktiv sind, um eben etwas zu ändern. Ob das die Refugee-Protestbewegung, die vor ein paar Jahren sehr stark gewesen ist, und wo man versucht hat, dass die im Radio sehr stark zu Wort kommt, ob das als eine der kontinuierlichsten Bewegungen, die Ökologiebewegung ist, ob das die „Recht auf Stadt“ Bewegung ist, wobei sich das ja auch sehr stark verbindet. Ob das antifaschistische Bewegungen sind, ob

W: Studentenstreiks und solche Dinge waren auch immer

K: Studentenstreiks, ja so sozialpolitische Forderungen, Arbeitslosenbewegungen, feministische Bewegungen, die zur PiratInnenzeit und in der Anfangszeit des Radios auch viel stärker im Radio präsent waren als ihnen jetzt Raum gegeben wird, kommt mir vor.

I: Und woran liegt das deiner Meinung nach, dass dieser Raum jetzt nicht mehr so gegeben ist wie früher?

W: Bei manchen Dingen jetzt, vielleicht in Bezug auf feministische Gruppierungen, kann ich es nicht ganz dezidiert sagen, also ich habe keine Studie gemacht, aber ich kann mich am Anfang erinnern, in der Anfangszeit bei den Plena vom Radio Orange, da waren auch andere Gruppen dabei, die heute zum Beispiel eher fehlen, also zum Beispiel viele Selbsthilfegruppen, habe ich damals den Eindruck gehabt. Vielleicht war das auch ein bisschen meine Wahrnehmung, weil das für mich auch neu war. Die sind zum Beispiel jetzt nicht mehr so präsent oder gar nicht mehr vielleicht. Erstens ist es eine gewisse Überarbeitung, weil hier wird ja ehrenamtlich gearbeitet, das muss man auch einmal schaffen, über einen langen Zeitraum. Also es kommen manchmal Gruppen, die sind sehr aktiv, und dann hören sie wieder auf, also leider ein bisschen ein natürlicher Zyklus. Zweitens, wie ganz am Anfang angedeutet wurde, gibt es für verschiedene Gruppen und ihre speziellen Fragestellungen bessere Medien, wie vielleicht Internet und so, weil das Radio auch bei uns zum Beispiel doch eher auf Wien fokussiert ist, und ich denke mir, wenn man österreichweit agiert, ist vielleicht Internet fast besser mittlerweile, obwohl man uns natürlich im Livestream auch hören kann, aber das sind solche Dinge, wo ich mir denke, das ändert sich einfach. Und ich denke mir, die ganze feministische Szene ändert sich. Es mussten ja leider viele Zeitungen auch aufhören, in den letzten zehn Jahren.

K: Also da bin ich ganz bei dir, ich glaube, es hängt auch sehr viel damit zusammen, wieviel Platz sich verschiedene Gruppierungen hier auch im Radio nehmen. Also es wird niemanden geben, der bewusst kommt und sagt, das sollte da jetzt nicht stattfinden. Natürlich ist es ein zeitlicher Verteilungskampf auch, der aber eher dann problematisch wird, wenn es zum Beispiel die siebente Musiksending aus dem gleichen Genre gibt, und wir sagen, ok da muss man etwas tun, aber jetzt gerade auch mit sozialen Bewegungen wird kaum irgendjemand dagegenstehen und sagen, das hat hier keinen Platz. Da geht es wirklich darum, macht das jemand oder macht es niemand, und da sind die der Meinung, das ist unser Medium, wo wir das verwirklichen. Da gab es einerseits, würde ich sagen, einen großen Bruch, als Okto TV begonnen hat, wo quasi Fernsehen als das noch spannendere Medium von vielen empfunden worden ist, dann das mit dem Internet, und da sehe ich schon einen ziemlich problematischen Bereich, nämlich dass man etwas, was man jahrzehntelang in der Linken versucht hat aufzubauen, eine eigene alternative Medienstruktur, in der man auch eben nicht abhängig wird von kommerziellen Strukturen, in der man nicht sich Einflüssen aussetzt von Quotendruck oder von sonst irgendwie, wer kauft was, sondern wo man sich wirklich eine unabhängige Struktur aufbauen konnte. Das ist etwas, was derzeit sehr stark aufgegeben wird zu Gunsten Medien wie „Facebook“ und solchen Medien, wo man sich wirklich komplett kommerziellen Strukturen ausliefert, wo man auch nicht weiß, was da wirklich mit den Daten passiert, wie das ausgewertet wird, also jetzt auch vom Sicherheitsaspekt, von der Politszene viel bedeutender gewesen ist, und dass man sich da anderen Strukturen ausliefert und eigene Strukturen aufgibt oder nicht mehr bedient, und das finde ich insgesamt eine Entwicklung, die ich sehr kritisch sehe, und wo es auch Gegenbewegungen gegeben hat im Internetbereich, und wo versucht worden ist, irgendwie nicht kommerzielle, offene Strukturen auch aufzubauen und diese auch zum Beispiel „Facebook“ entgegenzustellen, wie zum Beispiel Diaspora oder solche Netzwerke, die aber jetzt auch von dieser Politszene nicht genutzt werden. Also insgesamt bleibt für mich dann schon über, dass es auch notwendig wäre, auch unter den politisch aktiven oder politisch interessierten Leuten die eigenen Strukturen und Netzwerke mehr zu nutzen. Also das ist sozusagen für mich nicht nur ein Versäumnis der freien Medien oder des Freien Radios, sondern auch derer, die

das nutzen und die auch sich bewusst sind, was kann mit Medien passieren und wie wichtig auch eigene Strukturen sind.

I: Hast du da das Gefühl, es verliert sich in den Medien? In der Vielzahl der Medien und der Möglichkeiten?

K: Es verliert sich in der Social Media, in die doch viel mehr hineingesteckt wird an Arbeit. Also ich finde ja zum Beispiel für Themen, die mich interessieren, durch Social Media von verschiedenen Gruppen ganz viele Meldungen, und tue mir zum Beispiel irrsinnig schwer, sie für ein großes Interview zu bekommen. Das heißt, es ist eine gefährliche Gewichtung, die hier stattfindet und der wir in eigenen Kreisen irgendwie entgegentreten müssen.

W: Ein kleiner Schritt ist zumindest bei uns im Radio, das ist aber schon sehr lange, nicht ganz von Anfang an, aber sehr lange, dass wir nur freie Software verwenden, also open source Software, und auch bei den Dingen, die wir zum Beispiel filesharen und solche Sachen machen. Dass wir da eben nach Möglichkeit nicht kommerzielle Produkte verwenden, sondern dass wir eben Alternativen haben, und die gibt es, die kann man, finde ich persönlich, als eher Computerlaie, als Enduser kann ich die nicht so leicht finden, aber da gibt es sehr kompetente Menschen, die da super Überblick haben und die uns das zeigen, vorstellen. Ich meine, am Anfang ist das manchmal noch schwierig, aber man kommt drüber und irgendetwas gefunden, wo man sich eigentlich mindestens genauso gut austauschen kann, und man ist nicht abhängig, dass das womöglich eines Tages eine Firma übernimmt und deine Daten dann, weiß ich wie, auswertet oder verkauft. Das ist zum Beispiel ein ganz wichtiger Aspekt, der hier so nebenbei läuft. Aber was schon auch ist, weil wir ja bei der Nachrichtenredaktion auch die Problematik der Nachrichtenbeschaffung, der Informationsbeschaffung haben, und ich zum Beispiel verwende „Facebook“ nicht, und das ist so oft, dass die Leute sagen, da ist eine Veranstaltung, und ich sage, woher weißt du denn das, na über „Facebook“ natürlich, also es gibt mittlerweile schon wahnsinnig viele Gruppierungen, die eben nicht mehr traditionell ein Mail schicken oder auf die Website stellen, wenn sie überhaupt noch eine haben, sondern nur auf „Facebook“ posten und dann ganz erstaunt sind, dass man es nicht weiß. Und insofern, ich war da auch immer sehr dagegen, dass wir auch theoretisch „Facebook“ verwenden, aber ein bisschen einen Zwang hat man, dass man es tut, sonst bekommst du manche Sachen

echt schon nicht mehr mit, aber das finde ich eigentlich sehr schlecht, weil da liefert man sich einem Populisten aus, und sei es nur, dass der einen Stromausfall hat und dann stehen wir alle still, wenn nicht Schlimmeres.

I: Wie wählt ihr denn die Themen aus? Die Sendereihen oder die Strukturierung von dem Programm? Oder wer wählt das überhaupt aus, bei Radio Orange? Ich weiß nicht, inwieweit ihr da beteiligt seid.

K: Ich mache Programmkoordination. Es ist im Prinzip so, generell können alle, die Programm machen wollen, kommen und ihre Vorstellungen präsentieren. Wir verlangen, dass sie einen Grundkurs hier gemacht haben, mit Medienrechtsschulung, dass sie quasi das Handwerkliche soweit haben und auch juristisches Hintergrundwissen, dass nichts passieren kann. Im Prinzip sind dann also alle Themenfelder offen. Ausgeschlossen ist das, was die Margit zuerst schon gesagt hat, rassistische, sexistische, faschistische und die Würde des Menschen verletzende Inhalte. Und der Ablauf ist dann aber, Leute machen ein Konzept, eine Probesendung, die wird eingereicht und die hört sich dann ein Programmngremium an, dem der Programmkoordinator angehört, bei dem eine VertreterIn des Vorstandes dabei ist, ich glaube eine VertreterIn des Schulungsbereichs. Früher hatten wir das auch so, dass noch VertreterInnen von schon bereits bestehenden Sendungen da sind und die das gemeinsam beraten, das ist jetzt nicht mehr so. Auf jeden Fall, die hören sich das alle an und besprechen dann die neuen Sendungen. Und dann gibt es mehr oder weniger die Möglichkeit, ja die Sendung passt, ist super, die nehmen wir, wunderbar. Das Gegenteil davon wäre, das geht ganz und gar nicht, das kommt relativ selten vor. Sehr oft ist es so, dass gesagt wird, dieses oder jenes passt so nicht, oder das gibt es schon, geh könnt ihr nicht mit jemandem zusammenarbeiten? Oder versucht, irgendwie einen anderen Aspekt mehr herauszuholen, oder dies oder jenes wird kritisch gesehen, macht das noch einmal. Die Reaktionen darauf sind entweder, dass sie sich bemühen, gemeinsam auch mit dem Team die Sendung so zu entwickeln, dass sie auch nach den schon hier Seienden als hier passend gefunden wird. Einige sind dann ein bisschen beleidigt und kommen nicht mehr. Aber das wäre so im Großen und Ganzen der Zugang hier zum Programm, und bei der Auswahl wird dann eben schon noch gewichtet, aus welchem Bereich kommt das? Also es ist auf jeden Fall prinzipiell schon zu bevorzugen, wenn das zum Beispiel ein Programm in anderen Sprachen ist und dadurch auch zu mehr

Vielfalt im Radio beiträgt. Dann Bereiche, die bisher noch nicht vorgekommen sind, aber jetzt auch im Sinne dieses Radiogrundsatzes Personen und Gruppen und Meinungen, die anderswo unterrepräsentiert sind, in anderen Medien, dass die zu bevorzugen sind, dann werden die eben da bei der Auswahl auch bevorzugt. Dass es von der Entwicklung des Radios über einen längeren Zeitraum so war, dass immer mehr Musiksendungen gekommen sind, und dass immer mehr der Versuch war, Gegenbewegungen zu machen und den Wortanteil dadurch mehr zu erhöhen. Das heißt, eine Musiksendung, wie auch schon zuerst gesagt, die in einem Genre arbeitet, wo es eh schon mehrere Sendungen gibt, hat es sicherlich auch schwieriger, bei der Auswahl jetzt noch einen Sendeplatz zu bekommen. Aber es muss deswegen auch nicht immer heißen, dass es deswegen jetzt keinen Sendeplatz gibt, sondern halt manche Sendung kann dann halt wöchentlich sein und manche Sendung vielleicht nur alle zwei Monate. Und da gilt es halt, immer die Balance zu finden, und dann halt auch, zu welcher Tageszeit was gesendet wird. Kann man versuchen irgendeine Programmstruktur hineinzubringen, die für die HörerInnen auch nachvollziehbar ist und trotzdem auch noch für den Produzierenden passt, weil wir können ja nicht ihnen vorschreiben, zu dieser und jener Zeit sind sie da, weil wir haben da eben nicht die voll bezahlten Redaktionsteams, sondern das sind Leute, die tagsüber berufstätig sind, oder wann immer sie arbeiten, und sich danach auch zeitlich richten müssen. Das heißt, es gibt verschiedene Aspekte, die noch zum Programmzeitpunkt, also zum Ausstrahlungszeitpunkt noch da hineinspielen. Und diese Balance muss dann eben der Programmkoordinator, also der Pawel Kaminski, irgendwie versuchen herzustellen. Und ich würde einmal sagen, über die letzten fünfzehn Jahre oder wie lange es das Radio jetzt gibt, siebzehn, also doch einige Zeit, ist das, würde ich einmal sagen, im Großen und Ganzen ganz gut gelungen. Und die Fälle, wo dann eine Sendung wirklich rausgeworfen worden ist, weil sie sich nicht an die Senderichtlinien gehalten hat, gab es relativ selten, aber wenn es notwendig gewesen ist, ist das eben schon auch passiert. Also das ist dann auch eine Aufgabe des Programmremiums, eine entsprechende Entscheidung zu fällen. Und es wurde dann, glaube ich, schon auch deutlich, dass vor allem diese Programmrichtlinien, nicht rassistische, sexistische, faschistische und die Würde des Menschen verletzende Inhalte, dass die schon ernst genommen worden sind, und dass es auch entsprechende

Konsequenzen gegeben hat. Auch unter Mithilfe von HörerInnen, die darauf hingewiesen haben, dass eben etwas nicht passt, oder auch mit Hilfe von HörerInnen, die gekommen sind und eine Sendung gestürmt haben und dann abgesetzt haben. Das gab es auch. (lacht)

I: Ja, vielleicht eh gleich ein wesentlicher Punkt noch für mich: Wie ist die Möglichkeit, als Hörer jetzt direkt in die Sendung einzugreifen oder da mitzudiskutieren? Kann man anrufen, theoretisch, jederzeit?

W: Es gibt im Studio, wenn es eine Livesendung ist na, die Möglichkeit, dass man anruft, also call in. Allerdings natürlich nur, wenn das die SendungsmacherInnen wollen und zulassen.

K: Ob sie abheben.

W: Die entscheiden, ob man abhebt oder nicht, und nicht bei allen Sendeformaten ist das auch sinnvoll. Zum Beispiel bei der Nachrichtensendung bei uns wäre es relativ sinnlos, weil wir haben das ganze Programm eigentlich vorbereitet, außer wenn jemand anruft und wirklich eine ad hoc Nachricht hätte, aber das hatten wir auch noch nicht, diesen Fall, dass jetzt wirklich jemand während der Sendung unvorbereitet anruft. Egal, also es gibt Sendeformate, wo ein Anruf nicht sehr sinnvoll ist. Aber natürlich ist es sehr oft, dass die Leute im Nachhinein kurz anrufen, und wenn man ein bisschen länger im Studio ist, dann kann man ja abheben. Und da kommen oft eher so Servicefragen. Also eher so: Ich habe die Website nicht verstanden, kannst du das noch einmal sagen? Solche Dinge, ja, also eher dieses Nachfragen. Oder sehr oft kommt, wenn jemand anruft: Der Musiktitel hat mir so gut gefallen, was ist das für eine Musik? Weil das ist zum Beispiel ein Unterschied zu, ich schätze einmal FM4 und allen anderen kommerziellen oder öffentlich-rechtlichen Radios, bei uns sind die Musiktitel nicht ersichtbar. Du kannst zwar auf diesen Live-Button gehen wie überall, aber dadurch, dass wir die Musik pauschal bezahlen, brauchen wir keine Playlist einstellen, und damit sieht man sie nicht. Das ist so ein bisschen ein Nachteil.

K: Also außer in Random Order.

W: Genau.

K: Im Zwischenprogramm, weil dort ist die Musik dann vom Computer auch ersichtlich gemacht.

W: Aber, wenn wir sie jetzt in einer Sendung haben, nicht, und es ist ja meistens die Musik, die ein bisschen außergewöhnlicher ist, wo man auch nicht so leicht weiß, wer das ist und so. Also bei uns gibt es ja viel weniger Mainstreammusik, die man einfach erkennt, schätze ich, und daher ist zum Beispiel das ein großer Bedarf oder ein großer Wunsch der HörerInnen, dass sie da anrufen, das fragen. Dann gibt es bei jeder Sendereihe online, jetzt sind wir wieder auf dieser Ebene, also Crossmedia, die Möglichkeit, dass man einen Kommentar postet oder irgendwie ein Feedback gibt, vielleicht auch eine Frage stellt, da muss man ja an sich auch seine E-Mail angeben, oder man kann sie angeben, dann wird man auch eine Antwort erhalten. Man kann natürlich, ja ich glaube, vorbeikommen ist jetzt nicht so üblich, dass das jemand wahrnimmt, aber es gibt natürlich schon so offene Redaktionssitzungen, wo man auch, wenn man das weiß und sich dafür interessiert, dazu stoßen könnte. Also es gibt schon auch Hörer, die zu RadiomacherInnen werden, mit der Zeit. Oder wir machen auch solche Angebote, Tag der offenen Tür, oder Workshops, wo sowieso jeder, der Lust hat, teilnehmen kann, ohne dass er jetzt schon an eine Radiosendung denkt. Also das wird ja auch angeboten.

K: Es gab auf der alten Website die Möglichkeit, so einen Chat während der Sendung zu machen, das ist überhaupt nicht angenommen worden. Das hängt auch damit zusammen, wie sehr das die RadiomacherInnen forciert haben. Also eine Sendung gab es, die nutzten das, und da wurde es auch von HörerInnen angenommen, aber sonst keine einzige Sendung, wo das gemacht worden ist. Also außer den SendungsmacherInnen dieser einen Sendung ist es auch niemandem dann aufgefallen, wie es weg war.

I: Mhm.

W: Ich meine, jetzt machen das natürlich einzelne Sendungen schon über „Facebook“ oder so, wenn sie das einbauen, aber das ist ihre individuelle Entscheidung.

I: Ok.

W: Also das gibt es vom Radio her nicht, aber wir haben ja diese App, wo man sozusagen noch das erweitert, wenn man ZuhörerIn ist. Und da kann man, ich nehme an, dann auch gleich zurückschreiben, wenn man etwas hätte, aber das ist eh wie einen Kommentar hinterlassen bei der Sendung, wenn man da etwas hätte, dass man gleich darauf schreibt.

I: Also das ist wie ein Stream, dann bei der App?

W: Na, also bei der App, das ist angeblich so, ich bin ein Mensch ohne Smartphone, oder halt zumindest nicht in dieser Verwendung, weil ich möchte Radio hören, das gerade ist. Bei der App kannst du alle Sendungen, die wir archivieren, nachhören. Du kannst auch das irgendwie, glaube ich, eingeben, welche Sendereien dich interessieren und so. Und dann bekommst du das, wenn du unterwegs bist drauf.

K: Du kannst schon auch das Liveprogramm mithören, und da gibt es noch einen Kommentarpunkt, und da kannst du etwas eingeben, aber das bekommen dann die Sendungen wiederum als E-Mail zugeschickt. Also etwas Schnelles ist es so auch nicht. Es ist ein ganz praktisches Tool zum Online-Hören. Wenn es gerade funktioniert.

W: Und was wir aber auch haben, wir haben auf der Orange Website Sendungsbeschreibungen der Sendungsmacher. Und sehr viele haben natürlich E-Mails angegeben, also du kannst ihnen auch speziell einmal schreiben, wenn dich etwas interessiert. Also ich glaube, das klappt schon ganz gut. Also ich werde auch manchmal angeschrieben, wenn jemand etwas braucht oder so.

K: Zum Beispiel Call-in-Sendungen, die das wirklich gezielt so machen, also es gibt ein paar. Es gibt bei den neuen Sendungen immer wieder welche, die meinen, sie wollen eine Call-in-Sendung machen, und sie machen die Sendung überhaupt so, die Leute sollen anrufen, und worüber die Leute reden wollen, darüber reden sie. Keine Ahnung bei FM4 mit Blumenau funktioniert das auch.

W: Großes Vorbild immer. (lacht)

I: Mit ihm rede ich in zwei Wochen.

W: Gut. Das ist furchtbar für uns.

K: Aber das geht hier meistens schief.

W: Ja, eben.

K: Wobei, sagen wir so, es funktioniert einfach nicht, dass man sagt, die Leute sollen anrufen, und dann reden wir darüber, einfach so. Also da musst du ihnen irgendwie einen Anreiz geben das zu machen. Das schafft Blumenau wahrscheinlich durch seine Art, die Leute so zur Schnecke zu machen, und das provoziert sie, keine Ahnung. Würde vielleicht hier auch funktionieren, aber auf jeden Fall, du musst dir einfach etwas überlegen. Sich einfach nur herzusetzen und zu warten, was passiert, das geht einfach nicht, und das ist eben auch bei

solchen spontanen Sendungen bei anderen Sendern, merkt man nicht, was da für Arbeit dahinter steckt, und dass da auch Leute darauf kommen, da muss man halt doch irgendwie mehr dazu machen. Und deswegen sind viele Pläne an Call-in-Sendungen schon einmal gleich am Anfang gescheitert, und die sich mehr damit auseinandergesetzt haben, die haben auch andere Wege genommen, weil dann waren sie auch nicht unbedingt abhängig von AnruferInnen.

W: Ja, die haben Fragen schon gepostet und so. Migrantische Sendungen, die machen so eine Art Wunschkonzert und Geburtstagswünsche durchgehen und so weiter. Die holen das schon vorher ein, auf welche Wege auch immer. Und sprechen das dann einfach mit irgendeiner Musik dazu oder so. Weil die können nur sehr eingeschränkt, wie sagt man da, diese Wurlitzer erfüllen, weil wir nicht so eine Riesenmusikdatenbank haben. Also man kann bei uns nicht wirklich anrufen und sagen, ich wünsche mir jetzt Lied blablabla oder so, aber die migrantischen Sendungen machen das einige sehr geschickt und machen das schon vorab oder haben auf viele call ins. Die sind zum Teil ganz aktiv, gell?

K: Da funktioniert es dann ganz stark. Also da muss man auch sagen, solche Sendungen, zum Beispiel auch noch türkisch, gibt es in Wien ja fast nichts anderes, was du hören kannst. Ok, das ändert sich jetzt auch mehr über das Internet, aber lange Zeit war Orange 94,0 wirklich das Einzige, wo die Sendungen wirklich in dieser Sprache gewesen sind, und da hat sich dann doch ein ganz großer Publikumskreis gebildet. Und da haben so call ins irgendwie sehr stark funktioniert, oder ex-jugoslawische Sendungen. Das Nachtwerkradio, das war eine Sendung, da ist das Telefon nur durchgerannt.

W: Das war ein Wahnsinn.

K: Wenn das aus irgendeinem Grund einmal ausgefallen ist, weil da ein anderes Programm stattgefunden hat (Margit Wolfsberger lacht), hast du nur auf die Uhr schauen müssen, und hast gesehen, wie das Telefon dann ununterbrochen geläutet hat. Das war zur Sendezeit, wo die on air waren. Also da hat das wunderbar funktioniert.

W: Ich meine, ich sage immer als Beispiel, wenn ich so Training mache mit den Leuten, und alle call in, call in so begeistert sind, weil eben das ist ein bisschen unser Problem, finde ich, zu uns kommen die Leute, die entweder FM4 oder Ö1 hören, und so wollen sie Radio machen, oft von dem, was sie für Muster im Kopf haben. Wir müssen dann immer sagen, beides nicht, sondern wir sind etwas

anderes. Aber ich sage immer, ich mache siebzehn Jahre Radio, und wir haben früher öfters call in gemacht, aber auch manchmal Karten hergeschenkt, da kam oft gar keine Reaktion, und ich habe ein einziges Mal eine Call-in-Sendung gehabt, wo das Telefon so wie bei diesen Sendungen so in einer Tour geläutet hat, und da hatten wir das Thema, das war damals aktuell, Hundetrümmel, ja oder nein, (Gerhard Kettler lacht) so nach dem Motto, ja, da waren die Emotionen von allen so hoch offensichtlich, dass sie sich wirklich hingeworfen haben und angerufen haben, aber sonst nie.

K: Aber es war immerhin doch zumindest ein Zeichen dafür, dass uns mehrere Leute anhören, von denen wir nichts wissen. Da ist ein Nerv getroffen worden.

W: (lacht) Das war wirklich ein Nerv der Zeit damals. Also ich meine, es gäbe schon vielfältige Möglichkeiten, und die einzelnen Sendungen haben mit ihren Gruppen sicher viel mehr Austausch als wahrscheinlich ein FM4 Mensch oder keine Ahnung wer, aber so geht das auch vorbei am Staff. Das ist ja sehr dezentral alles.

I: Mhm. Ja, ich beschäftige mich in meiner Arbeit ja auch viel mit alternativer Mediennutzung, anderen Formen, wie man das noch gestalten könnte und so weiter. Wie ist das bei euch? Wird das irgendwie in Anspruch genommen? Ich meine eh durch verschiedene Möglichkeiten, wie schon angesprochen, mit der App, dem Internet und call in und so weiter, und jede Sendung macht wahrscheinlich ihre eigene Taktik.

W: Na ja, alternativ ist natürlich ein bisschen ein dehnbarer Begriff. Natürlich, wenn du meinst, Neue Medien mit alternativ. Wir hatten einen Radiomacher, der hat bis vor ein paar Jahren auf Kassette geschnitten, ja, also das würde ich ja fast als alternativ bezeichnen.

I: Genau, ja.

W: Der ist leider verstorben, weil er schon ein sehr alter Herr war. Also wir haben, ich weiß nicht, wie viele Leute heute noch mit Kassetten arbeiten, aber wir haben sehr viele Plattenliebhaber, bis zu jetzt gibt es gerade Workshops, wie man mit Smartphones aufnimmt und schneidet und alles. Also da denke ich, ist schon ein totales Spektrum da. Aber alternativ sind ja eher die Inhalte einerseits, aber nicht unbedingt. Das würde ich jetzt auch nicht unbedingt bei allen Sendungen sagen, sondern auch die Gestaltungsmöglichkeiten. Also wir haben erst letztens gehabt, da hat jemand erzählt, er hat eine Sendung, Diskussionssendung oder

Interviewgäste, wo fünf Moderatoren sind mit einem bis zwei Gästen. Wo wir alle gesagt haben, das widerspricht ja jeder journalistischen Logik. (Gerhard Kettler lacht) Du sitzt so wie wir da jetzt einem Richterkolleg gegenüber oder so. Fühlen sich die Leute da nicht irgendwie hm? Nein, die bekommen eh vorher den Fragenkatalog. Sofort wieder dagegen, nein um Gottes Willen, das kann man doch nicht machen. Also alles, was man so im Handbuch des Radiojournalismus lernt, wird zum Teil hier bewusst oder unbewusst, nicht bei allen aber bei manchen, über Bord geworfen, und man muss sagen, die Resultate sind deswegen nicht jetzt nicht zum Anhören. Es ist halt anders manchmal. Es ist vielleicht auch für die Gäste ungewohnt, aber die stellen sich scheinbar dann eh darauf ein, und ich denke, so wird man auch wahrgenommen, dass wir halt anderes Radio machen. Eben in dem Sinne alternativ. Auch wenn das eine sehr konventionelle Musiksending womöglich ist. Also das würde ich jetzt eigentlich als alternativ bezeichnen. Sonst, so cross media, ich meine, an dem sind wir gerade dran. Dass man jetzt schaut, wie man von dieser terrestrischen Frequenz, was lange Zeit der Fokus war. Wir möchten mehr Leistung haben oder sollten besser erreichbar sein in der Stadt. Das sind wir jetzt. Jetzt geht es darum: Wie erreichen wir die Kids mit den Smartphones?

K: Ja, es geht halt darum, der ständige Versuch, was lange vor uns in den siebziger Jahren schon begonnen hat, das Radio zu einem Zweirichtungskommunikationsmittel zu machen zum Beispiel, und was auch den PiratInnenradios und auch so niemandem gelungen ist, und wo es aber doch immer wieder Experimente gegeben hat, und jetzt würde ich halt auch zum Teil das Stadtradio dazurechnen, als ein aktuelles Projekt, in dem versucht wird, die Leute mehr dazu zu bringen, auch selbst wieder mehr auf die simpelste Art und Weise zu machen. Smartphone haben jetzt einfach viele, und damit kann man jetzt auch schon einen Beitrag machen und sammelt Töne in der Stadt und lädt sie hoch auf der gemeinsamen Website, dort sind sie schon einmal für alle zur Verfügung und werden dann zu einer täglichen Sendung zusammengenommen und fließen dort ein. Also das ist schon auch ein Experiment, das dieser alten Utopie wieder näher kommt. Ja und solche Experimente gibt es schon auch immer wieder.

I: Das ist ein super Beispiel.

W: Da gibt es eine Website, und da kann jeder, also du brauchst auch keine Vorbildung von uns her, du musst gewisse Kriterien erfüllen, aber die siehst du auf der Website, wenn du das Formular ausfüllst, lädst es hoch, und es gibt dann ein bisschen eine redaktionelle Nachbearbeitung, eine Auswahl, und es wird dann eben, wie der Gerhard gesagt hat, jeden Tag gibt es eine fixe Sendezeit, also sieben Minuten, da werden die zusammengefasst, diese Kurzbeiträge, so wie ein Leporello halt, und so ausgestrahlt. Da könnten auch Studierende sich gerne beteiligen und hören sich mal, auch ihre Stimme, und man kann einfach schneller auf etwas reagieren, und es geht um den Stadtraum, also eh das, wo wir alle leben. Das ist auch das Alternative bei uns, dass wir natürlich ganz stark auf Wien fokussieren, und auch weder das Korrespondentennetz hätten, aber eigentlich ist ja auch unser Auftrag hier aktiv zu sein mit den Themen, die die WienerInnen, die Menschen, die hier leben, bewegen, und das ist eigentlich eine super Sache. Also bitte weitertragen an die KollegInnen, wobei du wirst wahrscheinlich gar nicht mehr so viele haben, wenn du schon in der Magisterphase bist, gell?

I: Ich gehe ja eigentlich schon seit eineinhalb Jahren nicht mehr hin. (Margit Wolfsberger lacht) Aber man kann trotzdem weitertratschen. Ja, was für mich auch noch ganz wichtig ist, ist, wie seht ihr Gegenöffentlichkeit? Also was ist für euch Gegenöffentlichkeit? Und seht ihr Radio Orange als Gegenöffentlichkeit? Vielleicht fangen wir mit der ersten Frage „Was seht ihr als Gegenöffentlichkeit?“ einmal an.

K: Es ist ja schon so ein alter Streitpunkt gewesen, und es ist auch nie völlig geklärt worden und muss auch nicht geklärt werden, und einige verstehen es so und andere wiederum nicht, und beides hat aber auf Orange 94,0 Platz. Für mich ist Gegenöffentlichkeit schon auch ein Ort, das, was ich zuerst mit sozialen Bewegungen auch gemeint habe, wo sich doch über einen diskursiven Raum eine Gegenöffentlichkeit organisiert, die über das Radio hinaus aktiv werden kann. Das ist etwas, was ich versucht habe, bei meinen Radioprojekten zu verwirklichen, das sich im Jahr 2000 nach Antritt der blau-schwarzen Regierung wie von selbst bei dem Radio entwickelt gehabt hat, wo quasi jede Sendung ohne Absprache Teil einer Widerstandsbewegung gegen die damalige neue Regierung geworden ist und wo sich etwas ganz Beachtliches entwickelt gehabt hat. Das hat damals funktioniert, in diesem Februar 2000, hat mit allen

Bemühungen seither nie mehr funktioniert, ist damals von selbst entstanden. Da, würde ich sagen, ist wirklich Gegenöffentlichkeit aus diesem Radio heraus entstanden. Partiiell gibt es das immer wieder. Und ich glaube, dass das eine ganz wichtige Funktion ist, die das Radio ausüben kann, die man versuchen kann zu erreichen. Das ist, würde ich einmal sagen, ein wichtiger Teil des Freien Radios, aber sicher nicht nur, und es gibt ganz einfach viele, die das eben auch anders sehen, anders wahrnehmen und auch anders handeln im Radio.

W: Ich habe mich ja bei meiner Diplomarbeit in Publizistik auch mit dieser Thematik beschäftigt, kurz, und bin damals auch auf keinen grünen Zweig gekommen, aber ich finde halt, mir ist der Begriff Gegenöffentlichkeit natürlich ein sehr sympathischer, keine Frage, aber ich bin mir nicht sicher, ob ich überhaupt will, dass das, was wir tun, wirklich eine Gegenöffentlichkeit ist. Also ich sehe uns schon als Teil der Öffentlichkeit, und ich denke mir, ich würde mir einfach auch das Recht nehmen zu definieren, was Öffentlichkeit ist. Und ich würde eigentlich sagen, wir sind es, aus basta. Und wenn man schon splitten müsste zwischen dem zu sagen, das machen konventionelle Medien, oder die halt gewissen Herrschaftsmechanismen unterliegen, die wir halt zumindest marktmäßig nicht so stark haben, weil wir ja eh nicht werben dürfen, also wir haben diese Zwänge nicht. Dann würde ich eher sagen, sind wir größtenteils eher Komplementäröffentlichkeit. Also wir bringen sicher die Themen und auch die Menschen, dass die sprechen können, die halt in den anderen Medien nur kleinst gehört und gesendet werden. Also die haben bei uns halt viel, viel Platz. Aber eben, es gibt ganz seltene Momente, wo man wirklich zur Gegenöffentlichkeit wird, und das ist eigentlich, warum ich es sehr wichtig finde, dass wir auch diese Neuen Medien und alles ganz stark berücksichtigen und möglichst mitgehen und weitergehen und das auch für uns irgendwie natürlich austesten, allerdings ein bisschen mit Vorsicht, was diese Technikhörigkeit dann wieder betrifft und die Einschränkungen, dass man trotzdem die alten Medien nicht aufgibt. Also ich würde nie unsere Sendemasten sprengen, denn man braucht sie in einer Krise vielleicht, oder für so etwas, für so einen Fall, wenn so eine politische Situation entsteht, wo einfach alle anderen Medien gesteuert werden. Da ist dann das ganz ein wichtiger Faktor für Gegenöffentlichkeit, und ich meine, hoffentlich werden wir das nicht mehr erleben, aber ich weiß es ja nicht, und ein Radiosender ist schon ein sehr schnelles Medium.

K: Das war ein Seitenhieb auf die Sprengung des Mittelwellensenders, was der ORF gemacht hat.

W: Ja. (lacht) Finde ich wirklich blöd, persönlich, aber gut. Ja, also von dem her, wie gesagt, würde ich auch ein bisschen vorsichtig sein, und ich finde es auch nicht so das Etikett, dass wir uns unbedingt als Gegenöffentlichkeit verkaufen müssten oder propagieren müssten. Ich denke, wir haben unseren Platz auch in der Öffentlichkeit. Allerdings, und das ist sehr interessant, muss ich sagen, wir haben jetzt für das Projekt mit vielen ehemaligen RadiopiratInnen oder damaligen RadioaktivistInnen gesprochen, und da habe ich den Eindruck gehabt, da gab es viel mehr Denken, dass das die Gegenöffentlichkeit wird, und insofern haben die Leute uns dann heute, wie gesagt, die Interviews habe ich ja erst vor zwei Jahren gemacht, waren manchmal ein bisschen politisch enttäuscht von uns. Also man hat sich damals, wo man sich gar nicht vorstellen konnte, es gibt Radio jenseits des ORF, offensichtlich viel stärker in manchen Kreisen gedacht, da wird sich jetzt etwas ändern. Aber es hat sich nicht so viel geändert, sagen die Leute jetzt im Nachhinein. Ich meine, sie finden alle natürlich Orange und Freie Radios wichtig und gut, aber ich weiß nicht, manche haben sich da viel mehr erhofft, dass wir viel mehr Einfluss auf Politik und politische Entscheidungsträger oder so haben.

K: Aber da sind dann verschiedene Faktoren hineingekommen. Einerseits diese PiratInnenbewegung, die war Ende der achtziger, Anfang der Neunzigerjahre, bis dann der Sendestart gekommen ist, hat es zumindest einmal peripher Internet gegeben (Margit Wolfsberger: Ja, stimmt.), auch die Black Box, worüber viele dieser Sachen stattgefunden haben. Das heißt, es war jetzt dieser Schritt nicht mehr so groß. Es gab auch andere Wege Gegenöffentlichkeit zu erzeugen, und dann war es ja so, und ich meine, das war ja auch eine sehr konfliktreiche Geschichte dieses Radiostaats selbst, und ich war, nachdem ich mich davon überzeugen hab lassen, ja das wird ja wirklich etwas, wie ich dann dabei gewesen bin, gehörte ich ja schon zu dieser Fraktion, das schon sehr stark politisch zu nutzen, und das waren viele Streits, wo wir irrsinnig gegen Wände gelaufen sind und wo das eben auch sehr stark gestoppt worden ist. Ich mag das überhaupt nicht sagen, dass das furchtbar böse war und falsche Entscheidungen gewesen sind, aber es war einfach so auch, und diese Konflikte hat es gegeben, und das, was dann im Endeffekt herausgekommen ist, das Radio Orange ist

eben so ein Kompromiss mit allen Vor- und Nachteilen, zwischen den verschiedenen Strömungen, die es gegeben hat. Zwischen denen, die einfach nur einen Kanal zur Selbstverwirklichung gesucht haben, zwischen denen, für die das primär etwas war, ein politisches Instrument, und der dritten Fraktion, die das vor allem dazu verwenden wollte das zu öffnen, dass viele Leute sich einfach daran beteiligen können. Und aus diesem Ganzen heraus ist dann dieses Mischmasch entstanden, das Orange gewesen ist, wo eigentlich alle diese verschiedenen Einflüsse, die es gegeben hat, Platz gehabt haben, aber für alle war es gleichzeitig auch so, das ist aber nicht ganz das, was wir gewollt haben. Ja hat, wie gesagt, zwei Aspekte, aber der positive Aspekt, und das sage ich jetzt als einer, der damals auch gegen Wände gelaufen ist und verzweifelt ist, was wird denn da für ein Schatz daraus gemacht. Es ist wirklich gelungen, all diese Aspekte darin zu verwirklichen, und das finde ich irgendwie auch ein tolles Ergebnis, was da daraus entstanden ist.

I: Und über die Zeit gesehen, hat sich da jetzt etwas verändert? Also von den Anfängen oder was du jetzt beschrieben hast, diese drei Sparten, die sich dann etabliert haben, zu heute?

K: Ich glaube, dass sich etwas verändert hat. Also vor allem habe ich das Gefühl, der Enthusiasmus und die Energie vom Anfang, die ist irgendwie weg, und das hängt für mich ganz stark damit zusammen, dass diese Notwendigkeit, jetzt auch in diesen Radiosektor zu kommen, nicht mehr so groß ist, weil es eben andere Kanäle gibt, über Internet, selbst wenn du dich nicht an kommerzielle Social Media Kanäle auslieferst. Du kannst sehr viele gute Projekte auch über das Internet verwirklichen, und das hat nicht nur die komplette normale Medienlandschaft verändert, das hat auch die Alternativmedienlandschaft verändert, auch bis hin in den klassischen Zeitschriftensektor, und das ist natürlich auch für ein Medium wie Orange 94,0 spürbar, dass sozusagen einfach der Druck nicht da ist das zu machen, dass es verschiedene Möglichkeiten gibt, und dass sich Orange 94,0 dadurch, und das hat, seit es das gibt, immer wieder gegeben, immer wieder neu definieren muss und sich einen neuen Platz suchen muss und sich einfach damit auseinandersetzen muss, wofür sind wir eigentlich gut, was ist eigentlich unser Anliegen, wie setzen wir das um, welche neuen Ideen gibt es. Das, was einmal mehr, einmal weniger gut funktioniert und zum Beispiel jetzt, dass mit dem erwähnten Stadtradio, mit diesem neuen Aspekt

eigentlich ein ganz traditioneller Ansatz wiederum verfolgt wird, also man muss das Radio auch immer wieder neu erfinden, weil sich die Landschaft herum auch immer wieder verändert, und das findet schon statt.

W: Und auch, was ich ganz am Anfang geredet habe, ich muss dann allerdings bald gehen, diese Programmsache, dass das entschieden wird, aber natürlich die Ideen von außen kommen. Das Radio greift schon ein wenig steuernd ein, würde ich sagen. Diese drei Bereiche, das fand ich sehr gut, wie du das dargestellt hast, also natürlich die Selbstdarsteller bei uns werden jetzt nicht unbedingt ermutigt und gesucht, die kommen eh von selbst, und die sind halt doch oft männlich, aber egal, an sich haben wir eine sehr gute Genderbalance, finde ich persönlich, sondern man versucht eher den Gruppen, wo man sagt, man möchte die ins Radio bringen, da versucht man Akzente zu setzen, indem man halt Gruppen anspricht und die pusht oder speziell fördert und so. Ich meine, das geht manchmal gut, manchmal nicht, ehrlich gesagt. Und die politischen Gruppen, die werden, finde ich persönlich, jetzt auch nicht besonders angesprochen, aber die nehmen es sich dann auch, oder die kommen, wenn sie es brauchen, aber eben da ist im Moment einfach das Gefühl nicht so stark, und das hast du bei sehr vielen politischen Gruppierungen. Also ich denke mir, wenn jemand hier ist und einmal Radio erlebt, ist das schon etwas anderes, aber dass man das dann wirklich in seine tägliche Arbeit einbindet, das ist doch auch ein Aufwand. Mein Gott, einen „Facebook“ Eintrag machst du schnell zu Hause und glaubst, du erreichst auch deine ganzen Follower. Also wir können auch nicht so ganz die Zahlen liefern, wie viele Menschen hören dich wirklich. Dagegen, wenn du natürlich die Internetlawine lostrittst, siehst du gleich einmal wahrscheinlich, wer da dazukommt oder so, das ist halt einfach ein bisschen anders, aber ich denke mir eben, das Radio per se versucht auch mit gewissen Projekten zu steuern, dass eine gewisse Balance zwischen diesen drei Säulen da ist, und dass es halt auch relevant bleibt. Also das ist etwas, das wir durch diese Verzögerung in der Entwicklung der Radiolandschaft wahrscheinlich aus andern Ländern gelernt haben, weil in Deutschland gibt es auch gute Freie Radios, es gibt sogar Bürgerradios, oder wie heißt das?

K: Offene Kanäle.

W: Ja, diese offenen Kanäle oder so, wo ich dann oft. Ich war da so enthusiastisch, Freies Radio, und meine Kollegen haben gesagt, das kann ja

keiner anhören, das ist ja furchtbar. Das ist natürlich dort anders gesteuert worden. Also da hat man hier schon mehr geschaut auf das, dass man diese Frequenz, die man bekommt, die man so lange erkämpft hat, wirklich nicht nur für komplett uninteressante, ich weiß nicht was, nutzt. Ich denke, das ist schon da, das Bewusstsein.

K: Der offene Kanal ist quasi eine von den möglichen Strömungen. Du öffnest es einfach für alle, und alle machen quasi unkoordiniert, unkuratiert einfach so, wer zuerst kommt, hat den Platz, der nächste den, und so eine Abfolge von Sachen. Und das ist etwas, was einige schon auch im Auge gehabt haben, aber es bestenfalls ein Aspekt ist, im Radio, aber es gibt eine inhaltliche Koordination, es gibt ein Programmngremium, das entscheidet, und dadurch kommt auch ein hörbareres Ergebnis heraus, und es ist nicht nur so, die den Mund so auch schon weiter aufreißen, bekommen dann da auch mehr Platz. Sondern auch das, was du schon gesagt hast, es geht darum, auch die hörbar zu machen, die sonst nicht so gehört werden, und das ist etwas, was das Radio ganz besonders von einem offenen Kanal unterscheidet.

I: Seht ihr dem Radio Orange heute noch irgendwelche Grenzen gesetzlich gesetzt? Irgendeine Einschränkung gesetzlich?

W: Also wo wir ja sehr kämpfen, aber das tun ja, glaub ich, alle, sage ich aus einem Bereich, der vielleicht für andere Menschen nicht so wichtig ist, sind die ganzen urheberrechtlichen Dinge. Also wir haben natürlich auch die Probleme, was dürfen wir verwenden von anderen, was dürfen wir ausstrahlen, was dürfen wir online stellen? Da, glaube ich, sind im Moment alle am Schwimmen, nachdem da diese Rechtslagen so unsicher sind. Wir haben zum Glück gewisse Regelungen, aber nicht für alles, da gibt es eine große Unsicherheit. Ich denke mir, bei uns gibt es sicher Menschen, die bewusst auch Gesetze übertreten wollen, wenn es sinnvoll ist, aber natürlich wollen wir den Sender auch nicht gefährden, also das ist die andere Seite, das denkt auch jeder. Und insofern ist das im Moment ein bisschen ein hin und her.

I: Was wäre da ein Beispiel von Sachen, die verwendet werden?

W: Na zum Beispiel, wenn man von jemand anderem etwas verwendet, nicht nur Musik, sondern auch wenn man Videoton verwendet, oder Leute, die im Kunstradiobereich arbeiten, die gerne irgendwelche, ich weiß nicht, wie man das nennt, footage art verwenden. Theoretisch müsste man ja alles nachfragen,

bevor man es verändern darf zum Beispiel, oder auch mit Jugendlichen ist das oft sehr schwer zu erklären, dass man eigentlich beim Samplen sich nur die offiziellen Dinger nehmen darf und nicht über irgendeine Musik drübereppen darf und so. Also dürfen schon, aber eigentlich ist man schon so halb im Illegalen oder so. Also das sind so Dinge, wo wir oft reden, eigentlich, das Urheberrechtliche.

K: Ich weiß nicht, ob das die Frage beantwortet. Vor allem die ökonomische Frage als Problem ansehen, wobei Förderungen von Medien auch gesetzlich geregelt sind, und darum passt das schon als Antwort hier her. Es gibt die Finanzierung des Radios, die Infrastruktur und so weiter ist gezahlt. Alles, was an inhaltlicher Arbeit hier im Radio stattfindet, funktioniert unbezahlt. Das hat Vor- und Nachteile, aber es gibt sehr viele Sendungen, die mit großen redaktionellen Ansprüchen hier auch herangehen. Es gibt Sendungen, die auch Programme machen, die mit verschiedenen Preisen ausgezeichnet sind, und deren ProduzentInnen auch nichts bekommen, und dadurch kann auch vieles nicht verwirklicht werden, weil es das dafür notwendige Geld nicht gibt, und da wäre für mich schon eine andere Schwerpunktsetzung in der Medienförderung notwendig, die mehr auf die Qualität des Content orientiert ist. Wenn ich mir anschau, dass Radios, die eigentlich nur Musik aus der Konserve abspielen und vielleicht einmal in der Stunde einen Nachrichtenblock bringen, der wo anders von Agenturen zusammengestellt worden ist, und das als Inhalt gefördert bekommen, dann denke ich mir, ok da ist etwas schief gelaufen, wenn ich mir anschau, das ist auf dem Printsektor noch viel schlimmer, dass auf dem Printsektor kommerziell erfolgreiche Projekte gefördert werden (Margit Wolfsberger geht, und ich sage in ihre Richtung „Vielen Dank“), die eigentlich, eigentlich gar keine Förderung notwendig hätten, aber nicht jene gefördert werden, die für eine mögliche Medienvielfalt stehen, dann läuft das in der Printmedienförderung noch viel mehr schief. Aber das müsste halt irgendwie anders gestaltet werden, beziehungsweise dass indirekte Medienförderung an Inserate geht, um sich irgendwie Wohlgefallen einzukaufen, bei großen Zeitungen. Das ist eh wiederum eine bekannte Geschichte, dass das Budget von der Stadt Wien Österreich, Heute und die Kronen Zeitung bekommt. Also die gesamte Medienförderungslandschaft müsste irgendwie neu überdacht und anders gemacht werden. Dann würde ich sagen, wären auch die Möglichkeiten

für freie Medien, für alternative Medien bessere. Halte ich jetzt für eine völlig utopische Forderung, aber ok, das habe ich vor zwanzig Jahren zum Radio auch gesagt, also vielleicht wird es doch noch etwas.

I: (lacht) Wer weiß, genau. Na ja, derzeit, habe ich irgendwo gelesen, ist es ja eine Mischform aus Spenden von Hörern und öffentlichen Mitteln.

K: Ja, eine Drei-Säulen-Förderung war immer gedacht. Die Finanzierung durch öffentliche Förderungen, durch Spenden von HörerInnen und durch Mitgliedsbeiträge, jetzt weiß ich es nicht mehr.

I: Das habe ich von eurer Homepage. (Verweis auf einen Ausdruck) Aus öffentlichen Mitteln und dann die ZahlerInnen des Radiobeitrags vielleicht?

K: Also früher gab es das Radioabo als freier Radiobeitrag. Das sind im Wesentlichen Spenden, die halt regelmäßig kommen. Statt diesen drei, sind es jetzt zwei Säulen. Realistisch war es eh immer so. Es gab einen Teil, der durch Spenden gekommen ist, und einen Teil aus öffentlichen Mitteln. Sofern die Förderungen aus öffentlichen Mitteln funktionieren, gehen sehr stark oft die Spenden zurück. Die haben sehr gut funktioniert in Zeiten, wo es quasi keine Förderungen gegeben hat. Das Jahr 2000, wie ich schon gesagt habe, wie sehr stark oppositionell auch gegen die Regierung vorgegangen worden ist, war als eine der ersten Konsequenzen, dass sämtliche Förderungen seitens des Bundes sofort abgedreht worden sind. Da ist das Radio dann ziemlich ohne Geld dagestanden, und es wurde halt wirklich sehr stark getragen durch Leute, die halt gespendet haben dafür, dass das Programm funktioniert. Es ist noch versucht worden, sehr viele EU-Projekte durchzuführen und damit, also im Endeffekt war es dann so, dass EU-Projekte, die dann verwirklicht worden sind, sich zumindest die Leute, die viel da gearbeitet haben, damit ein bisschen das eigene Leben finanzieren konnten und dadurch Zeit hatten, sich dem Radio mehr zu widmen. Von bezahlter Arbeit war man da irgendwie, ja damit konnte quasi die Arbeit bezahlt werden, aber es war trotzdem noch der ehrenamtliche Teil auch für die, die damals dort gearbeitet haben, noch immens groß. Das hat sich dann sehr stark verbessert, also ich glaube im Jahr 2003, 2004, das weiß ich nicht mehr so genau, als es dann zum ersten Mal eine regelmäßige Basisförderung durch die Stadt Wien gegeben hat, die es bis heute gibt, und mit der wirklich ein Team angestellt werden konnte, das irgendwie regelmäßig hier arbeitet und das Ganze am Laufen hält und ein Service auch den RadiomacherInnen zur Verfügung

stellen kann, damit die das Ganze verwirklichen. Also das war wirklich ein Meilenstein, dass das dann endlich mal erreicht werden konnte und bis jetzt gehalten hat. Ich glaub, dann später wurde dann auch noch seitens des Bundes wieder eine Finanzierung, eine Förderung eingerichtet durch die RTR, die auch einen wesentlichen Teil, nicht so groß wie durch die Stadt Wien, aber doch auch einen wesentlichen beiträgt, der ganz besonders für viele Radios in den Bundesländern gut war, weil, wie gesagt, wir als Wiener Radio sind da schon relativ gut dagestanden. Wir haben das zum Beispiel in Vorarlberg, alle, die mitmachen wollten, mussten da eher was noch reinzahlen, damit sie da irgendwie etwas machen konnten. Mit der Bundesfinanzierung jetzt ist es auch besser geworden, also es ist relativ gut. Also es ist beispielsweise mit dem Printsektor der Radiobereich relativ gut ausgestattet finanziell, die Förderrichtlinien der RTR für nicht-kommerzielle Radio- und Fernsehprojekte sind, würde ich einmal sagen, im Vergleich zu dem, was auf dem Printsektor ist, vorbildlich, also da ist wirklich ein großer Sprung passiert, das sind Gesetze, wo man wirklich merkt, da hat man ernsthaft versucht, unter realistischen Rahmenbedingungen nicht-kommerzielle Projekte zu fördern, was, glaube ich, durchaus damit zusammenhängt, dass es auch bei der RTR Leute gibt, die es allen Ernstes versucht haben, das wirklich zu machen, also das sollte man da nicht unter den Tisch kehren. Also hier gibt es wirklich Förderungen, die zumindest jetzt einmal sicherstellen, dass es Radioprojekte wie Orange 94,0 in anderen Bundesländern, dass es Fernsehprojekte wie Okto-TV in Wien oder Dorf-TV in Linz oder FS1 in Salzburg, dass es diese gibt und dass diese zumindest von dem her funktionieren. Es mangelt immer noch an Content-Förderung, das heißt, dass Radiomachende Geld bekommen können.

I: Die arbeiten alle ehrenamtlich.

K: Die arbeiten im Prinzip alle ehrenamtlich, es sei denn, sie machen Radio, weil sie in einem anderen Projekt auch drinnenstecken, zum Beispiel „Augustin“, es gibt ja nicht nur die Zeitung „Augustin“, sondern es gibt auch „Radio Augustin“, „Augustin TV“ und die zahlen für die Erstellung von Beiträgen kleine Honorare, das sind halt eben schon eher so Ausnahmeerscheinungen in dem Ganzen. Wenn die das sich selbst finanzieren können, dann können sie sich das halt auszahlen, sonst halt jegliches Programm schöpfen. Bei den Nachrichten haben wir das auch letztes Jahr probiert, mit Förderungen auch Honorare für die

Nachrichtenredaktion, eh kleine Aufwandsentschädigungen, mehr war es ja auch nicht, aber doch ein bisschen was zu zahlen, das ging im ersten Jahr, im zweiten auch schon wieder nicht mehr, ansonsten ist halt jede Programmschöpfung ehrenamtlich, also unbezahlt.

I: Ja.

K: Klingt ehrlicher.

I: Ich bin mit meinen Fragen bald am Ende. Was mir noch wichtig wäre, ist zu wissen, wie findet ihr denn die Interessenten, die das Radio bei euch mitgestalten wollen. Kommen die zu euch in die Orangerie oder, das ist ja der Ort, wo ihr Leute ausbildet auch, um

K: Der Ort Orangerie, unter dem Titel wurde immer versucht, so quasi verschiedene Projekte irgendwie aufzuziehen, ich weiß nicht, ob der Name so überhaupt noch verwendet wird, aber es ist, würde ich einmal sagen, ein bisschen eine Schwachstelle von dem Ganzen, und es ist eben auch am Start versucht worden, ein bisschen rauszugehen und die Leute draußen zu erreichen und auf öffentlichen Plätzen präsent zu sein und damit Leute auch anzusprechen, das hat aber lange Zeit nicht funktioniert, ein bisschen war es ein Zurücklehnen. Am Anfang war es Aufregung, jetzt gibt es Radio, jetzt gibt es nicht nur den ORF, da gibt es auch das, da kann man mitmachen, das hat sich herumgesprochen, und die Leute sind von selbst gekommen. Das war dann einfach lange Zeit nicht mehr so, und es war auch schwer da entgegenzuarbeiten. Es ist dann immer punktuell versucht worden, beispielsweise sich ein Projekt, im Rahmen eines EU-Projekts zu Umwelttechnologien und so weiter was zu machen, mit den Projekten ist man dann herangegangen und hat versucht, an entsprechend einschlägigen Universitäten Studierende für das Projekt zu begeistern oder Umweltinitiativen, die es schon gibt, Leute darauf aufmerksam zu machen, dass sie hier mitmachen. Dass es halt punktuell immer wieder passiert, bei den Nachrichten auch haben wir geschaut, wo können wir Leute ansprechen oder reinholen, aber, ich wollte nur sagen, das ist wirklich eine der großen Schwachstellen, wo können wir Leute wirklich irgendwie ansprechen, um sie in das Radio hereinzuholen, um das Ganze gezielt zu machen. Das ist im Wesentlichen hauptsächlich etwas, was Radio Orange schon kennt, macht dann den Schritt, nimmt Kontakt hier auf und

macht mit, aber dazu muss dieses Kennenlernen von den anderen zuerst kommen, also wir schaffen das, würde ich einmal sagen, eher schlecht.

I: Aber so an den Universitäten vielleicht, dass sich das recht

K: Ja, es passiert ab und zu, beispielsweise bei der Nachrichtenredaktion, wo man halt an verschiedenen Universitäten, aber hauptsächlich auch dort, wo irgendwer drinnen gewesen ist bei den Studienrichtungsvertretungen, dass man halt irgendwie Zettel aufhängt oder Newsletter, wo was hineinbringt oder Mailing Listen ausschickt und so weiter, das ja - zu wenig, und ich würde einmal sagen, es fehlt immer noch die Strategie, die erfolgreiche oder die vielversprechende, da besteht Handlungsbedarf, schon seit Jahren.

I: Auch Hörer zu generieren oder eher Mitarbeiter?

K: Also das hat sich jetzt hauptsächlich auf Mitarbeiter bezogen. HörerInnen ist natürlich auch ein bisschen so das Gleiche wie nach außen gehen, große Werbekampagne können wir auch nicht machen, das ist, jetzt komme ich wieder ein bisschen in diesen Bereich Gegenöffentlichkeit zum Beispiel auch, wenn jetzt ein Beitrag gemacht wird, keine Ahnung, wie zum Beispiel zuletzt, wie ich mitgekriegt habe, Donaukanalwiese, und da gab es eine Protestaktion, und da gab es auch Interviews mit Leuten aus dieser Bewegung, und die freuen sich dann halt auch irgendwie, dass da was gemacht wird, und dann verlinken sie den Beitrag auf ihren Seiten und teilen das über „Facebook“ und so weiter, und plötzlich werden mehrere aufmerksam und horchen - wo war das? - und so kommt man immer wieder auch zu neuen Sendungen. Ich glaube, die beste Werbung ist dann eh so ein bisschen das Weitersagen, das Weiterverbreiten, wenn irgendjemandem was getaucht hat, das eine Sendung, da kommen wir zu Wort, während wo anders kriegt man eh nichts mit, aber da ist was gewesen, das macht es schon einmal interessant, und das ist dann vielleicht auch der Punkt, wo dann vielleicht gesagt wird, ok, da könnten wir vielleicht sogar selbst was machen oder so. Das ist eh meistens, das lässt sich dann gar nicht verändern, werden da jetzt neue HörerInnen angesprochen oder vielleicht gar neue RadiomacherInnen. Das ist irgendwie sehr fließend, was aber auch sehr schön ist.

I: Ich suche jetzt noch, es stand noch irgendwo etwas von Medienkooperation, genau. Inwiefern kooperiert ihr denn mit anderen Medien, gibt es das, macht ihr das?

K: Na, ich glaube Medienkooperation ist im Sinne von eine zivilgesellschaftliche Initiative macht irgendetwas und sucht dazu jetzt eben ein Medium als Kooperationspartner, um das irgendwie öffentlich zu machen. Das findet halt schon auch statt. Was ist das eigentlich für ein Text?

I: Auf eurer Homepage.

K: Ich würde nur sagen, ich hätte mit dem Absatz fast ein bisschen ein Problem, weil das irgendwie klingt, als ob, da kann jetzt quasi über eine ausgemachte Partnerschaft irgendwie eine wohlwollende Berichterstattung gekauft werden. Also das ist es ja auch nicht. Aber sehr wohl kann eben eine Initiative, die irgendwo tätig ist, zu Orange kommen und sagen, wir machen dieses und jenes, bitte machen wir da bitte was drüber. Da können sie auch eigenen Radoraum haben, und sich eigentlich auch selbst darstellen, sie können mit der Nachrichtenredaktion zusammenarbeiten, da wird halt dann schon ein bisschen aus dem Abstand heraus eben auch berichtet, selten böse, aber doch zumindest kritisch, wenn irgendetwas auffällt, ist es nicht mehr so die eins zu eins wohlwollende Streichelberichterstattung, sondern einfach eine normale Berichterstattung auch, und ansonsten Medienkooperation ist auch immer so ein PR-Instrument auch, wenn jetzt jemand eine Veranstaltung macht, hat man auch einen Medienpartner und im Normalfall, Der Standard steht dabei und Radio Orange und Okto, die berichten halt darüber, das ist eh schon etwas, was andere auch irgendwie schon einmal freut, und man kann sich gleichzeitig auch selbst dort ein bisschen präsentieren und einen Tisch machen und zum Beispiel auf Radio Orange Wortmeldung aufmerksam machen. Also das ist sozusagen eine Partnerschaft, die da stattfindet, und Der Standard hat dann meistens dort auch einen Tisch und verteilt Berge von Bleistiften und Feuerzeugen. Also ich würde sagen, das ist jetzt so in dem Sinne hauptsächlich ein PR-Instrument, was für das Radio fast, würde ich einmal sagen, weniger essentiell ist.

I: Und der überregionale Sendungsaustausch?

K: Das ist etwas, was eigentlich sehr stark genutzt wird, muss ich einmal sagen, und ganz besonders jetzt auch im Nachrichtenbereich, also das, ganz viele Sendungen stellen wir die komplette Sendung mal ins Internet, da gibt es das Cultural Broadcast Archive als gemeinsames Archiv der Freien Radios in Österreich, wo ganz viele Sendungen, die in Österreich von Freien Radios ausgestrahlt worden sind, darauf sind, oder auch einzelne Sendungen stellen

auch einzelne Beiträge darauf, was besonders im Nachrichtsbereich irgendwie praktisch ist, denn da kann ich dann schauen, ok da ist irgendwas in Graz was Interessantes passiert, was hat die Redaktion von unten dort gemacht, ich nehme das und baue das dann in die eigene Sendung ein und kann sagen, wir bringen jetzt einen Beitrag von der Redaktion von unten und vom Radio Helsinki, dem Freien Radio in Graz. Und das ist etwas, das, würde ich einmal sagen, sehr stark passiert auch jetzt im Gesamtsendungsbereich, dass man, da gibt es immer wieder so Sendefenster, wo dann im Radio Orange die Sendungen von anderen Freien Radios gespielt werden, das ist etwas, was innerhalb von Österreich sehr stark gemacht wird, dann eine ähnliche Plattform gibt es in Deutschland, Freie Radios Net heißt die dort, mit den gleichen Funktionen, und dass man sich so quasi im deutschsprachigen Raum halt ein bisschen über die Plattformgrenzen dann auch hinaus austauscht und Sachen entnimmt und wiederum, würde man sagen, im Nachrichtsbereich wieder sehr stark, in anderen Bereichen wahrscheinlich wieder schwächer, das wird auf Beitragsebene und Sendungsebene schon sehr intensiv gemacht und man hat, würde ich einmal sagen, jetzt auch gerade im internationalen Bereich sehr viele Kompetenzen, die wo anders sind, und wir haben halt kein KorrespondentInnennetz, wie andere Sender, aber wir kennen halt KollegInnen in anderen Städten und tauschen uns so aus, und das wird intensiv gemacht.

I: Also da ist auch die Offenheit, dass da einfach Beiträge hergegeben werden auch?

K: Innerhalb dieser Freien Radioszene ja, es ist grundsätzlich so, dass beide Plattformen auf der Ebene passieren, dass alles, was da darauf steht, schon unter Creative Commons Bedingungen relativ frei zur Verfügung steht, zumindest für alle nicht-kommerziellen Zwecke, damit kann man es schon innerhalb der Freien Radios problemlos austauschen, eventuell, dass noch manche Sendung sagt, sie erlauben keine Bearbeitungen, da kann man nur die komplette Sendung nehmen und nicht einen einzelnen Beitrag daraus oder ein einzelnes Interview, aber zumindest einmal unter Creative Commons Bedingungen kann ich es nehmen, muss niemandem was zahlen, muss nicht einmal im Normalfall dann noch extra nachfragen, es ist einfach so aufgebaut und so vereinbart, dass man das sehr stark nutzen kann und einfach nutzen kann, und das funktioniert eigentlich sehr gut.

I: Da gibt man die Quelle an.

K: Genau.

I: Die wird dort irgendwo aufgelistet in den Bereichen, wo man sich diese hernimmt.

K: Ja, ich sage das bei den Nachrichten so, dass das jetzt ein Beitrag ist von Susanne Irgendwer von Radio Helsinki in Graz, dann auf der Website gibt man auch den Link dazu, wo das genau genommen worden ist.

I: Mhm.

K: Und das ist meistens auch nur eine Form der Zusammenarbeit mit anderen Radios. Also gerade in Nachrichtenredaktionen in anderen Radios ist es so, dass man dort auch anruft und fragt irgendwie, wenn etwas gewesen ist und man ein Interview dort mit der NachrichtenredakteurIn aus der anderen Stadt macht, weil die das sowieso beobachtet haben und da am komprimiertesten die wichtigen Informationen zusammenfassen kann. Also, keine Ahnung, Akademikerball in Wien, rufen viele Freie Radios aus Deutschland dann an und fragen uns, dass wir das eben sagen, was da passiert ist, und wir machen daraus eine Kurzzusammenfassung davon, eine die wir selbst jetzt in Wien wahrscheinlich nicht ausstrahlen würden, weil da wieder ein vielfältigeres Spektrum an Beiträgen stattfindet, weil doch verschiedene Sendungen verschiedene Sachen auch darüber machen, aber das sind dann wieder Sachen, mit denen ein anderes Radio wenig anfangen kann, weil es dann eben, da bräuchte man schon Vorwissen, das man eben hat, wenn man in der gleichen Stadt lebt, weil da von nichts anderem die Rede ist, aber statt eines Korrespondenten, einer Korrespondentin, spricht man mit einer RedakteurIn, und so findet dann auch Austausch statt. Umgekehrt war es dann auch oft so, dass irgendetwas von dem, keine Ahnung, ich bin eben interviewt worden, das ist ausgestrahlt worden in, weiß ich nicht, in Marburg, und irgendeine andere Sendung in Wien hat sich gedacht, das ist eine schöne Zusammenfassung, und hat es dann wiederum in Wien ausgestrahlt, das verselbständigt sich dann auch irgendwie schön.

I: Mhm, aber ein gutes System, das ist ja auch eine Form von alternativer Mediennutzung.

K: Und wie einfach manches auch irgendwie sein kann, wenn man es nicht, wenn es aus dem ökonomischen Bereich herausgenommen ist, weil das dann irgendwie, in Verrechnung und Gegenverrechnung und so weiter rausläuft, dann

wird das alles sehr kompliziert, dann überlegt man sich dreimal, was man da nehmen kann, ob man sich das leisten kann, ob das im Budget noch drin ist. Da wird es einfach gemacht. Also dieses Heraus aus dem ökonomischen Bereich ist in den Freien Radios schon etwas, was das Leben sehr einfach macht, mit dem großen Nachteil, dass man halt nicht davon leben kann. Aber dafür, dass man halt sehr vieles verwirklichen kann, was sonst einfach nicht möglich gewesen wäre, was ökonomisch sich nie rechnen würde. Also das ganze Programm da würde wahrscheinlich sich selbst nie ökonomisch rechnen können. Alles, was hier stattfindet, gibt es nur deswegen, weil es als freies nicht-kommerzielles Radio stattfindet. Deswegen ist es wieder gut, dass es so etwas gibt.

I: Gibt es etwas, was du dir noch wünschen würdest vom Freien Radio, was noch verbessert werden könnte?

K: Na ja, also zum einen das, was ich zuerst schon gemeint habe, mit jetzt auch der Content-Förderung auch für Radiomachende, dass es da ein weites Feld gibt, wo Verbesserung notwendig ist, und ansonsten kam eh alles auch schon ein bisschen vor aus dem Bereich Gegenöffentlichkeit und so. Welche Rolle spielt das Freie Radio, wie, mit welchen Ansprüchen ist herangegangen worden? Wo ich, also ein bisschen platt gesagt, mir immer wieder wünschen würde, dass das Freie Radio ein bisschen weniger brav ist, sondern es sich auch ein bisschen das freche Intervenieren in die Stadt mehr, dass es sich da mehr herausholt, mehr macht, mehr experimentiert. Also das fast zwanzig Jahre ist eine lange Zeit, und da kommt halt einfach viel Routine oft rein, und man sollte sich einfach dieses Interventionistische, Freche wieder ein bisschen mehr zurückerobern.

I: Gut. Gibt es irgendetwas, das ich dich noch nicht gefragt habe, was du gern sagen möchtest?

K: Fällt mir jetzt nichts ein. Ich glaube, ich habe es dir eh, notfalls, wenn es nicht ganz zur Frage gepasst hat, hineingeschmuggelt. Ich glaube, das Einzige, was mir nur noch aufgefallen ist, es waren doch sehr viele Fragen nämlich, die auf die Jetztzeit des Radios, also ich bin hier jetzt Radiomachender, nicht mehr, nicht weniger, aber jetzt quasi, ich kann jetzt eigentlich so für das Radio offiziell nicht sprechen. Also da wäre vielleicht irgendwie ganz gut, ich weiß nicht, mit Pawel Kaminski irgendwie nochmal Kontakt aufzunehmen, der jetzige Programmkoordinator, also der quasi jetzt, ich glaube, ich habe schon halt alles beantwortet, nach bestem Wissen und Gewissen, wie es jetzt ist, aber quasi eine

offizielle Antwort und so weiter bekommst du dann eher von ihm, ich habe, wie ich das von der Margit bekommen habe, die du ja wahrscheinlich angesprochen hast wegen des Schallspurenprojektes und der Radiogeschichte, hat sie mich angesprochen, weil sie gemeint hat, dass ich halt über die Geschichte des Radios halt vieles weiß. Aber ich glaube halt nicht, dass ich jetzt unbedingt der Richtige bin, um die Fragen zu beantworten, die die Jetztzeit betreffen.

I: Also ich glaube, das hat schon gepasst so, vor allem ist für mich der Weitblick, also die Übersicht, wichtig. Jemanden zu fragen, der nur jetzt hier im Radio arbeitet, der hat wahrscheinlich diese Entwicklung nicht so miterlebt, und ich glaube, das ist für mich essentiell.

K: Also mir wäre da jetzt wichtig, dass da nicht rüberkommt, dass ich jetzt quasi für das Radio gesprochen hätte, also das würde mich, glaube ich, ein bisschen in die Bredouille bringen mit der jetzigen Geschäftsführung. Dass das halt meine Sicht auf die Dinge ist eben als ein Radiomacher, aber

I: Genau, es ist auch nicht mehr, also das wird auch so rübergebracht in meiner Arbeit.

K: Gut.

I: Das sind subjektive Ansichten auf das Geschehen, in dem man halt auch selbst steckt. Gut, danke für das Interview.

K: Ja, gerne.

I: Vielen Dank für die Zeit.

K: Gerne, es hat mir auch Spaß gemacht.

Interviewtranskription - Radio FM4

I = Interviewerin

E = Monika Eigensperger

B = Martin Blumenau

I: Vielleicht als lockerer Einstieg, wollt ihr euch einmal vorstellen und erzählen, wie ihr persönlich zum Radio gekommen seid?

B: (Richtung Monika Eigensperger) Du fangst an.

E: Monika Eigensperger, ich bin Programmchefin von FM4. Zum Radio gekommen bin ich als Studentin auf permanenter Suche nach Nebenjobs, um mein Leben zu finanzieren, und der erste Job war, dass damals bei Ö3, es gab damals nur die ORF Radios, wurden gesucht für Programmhinweise, heutzutage würde man es Trailer, Ankünder, nennen, Leute gesucht wurden, die diese produzieren. Und das war so ein Versuch nach einem halben Jahr oder einem Jahr ungefähr ist dem damaligen Chef, Rudi Klausnitzer, das Geld ausgegangen, es wurde wieder eingestellt, also Eigenpromotion in Programmen, wo man jetzt alle fünf Minuten etwas darüber hören kann, war damals noch sehr ungewöhnlich, und der Vorteil war, dass man hier im ganzen Funkhaus sämtliche Redakteure ununterbrochen sekkieren musste, dass sie sagen, was sie in ihren Sendungen haben werden, was sie vorbereiten, einen O-Ton abgeben, das heißt, ich habe in diesem halben Jahr das ganze Haus kennengelernt und konnte dann, wie das eingestellt wurde, und ich festgestellt habe, ok das ist eigentlich das erste Mal, dass mich etwas richtig brennend interessiert, und ich möchte weiter beim Radio arbeiten. Ich wusste, in welchen Abteilungen welche inhaltlichen Angebote interessant sein könnten für welche Abteilung, und habe dann durch das ganze Haus meine Ideen und mich angeboten und dadurch auch relativ viel gelernt, am Anfang.

I: Mhm.

B: Zweite Stimme. Hallo, Martin Blumenau. Strukturell ähnliche Geschichte. Als Publizistik-Student ist man auch früher schon immer auf der Suche gewesen nach, das hat damals glaube ich, so etwas wie Praktika hat es in dem Sinn nicht gegeben. Man hat einfach angeklopft und hat dann gesagt, man würde gerne auf

freier Mitarbeiter Basis etwas machen, und das war es mehr oder weniger. Man ist einfach hingekommen als junge Nachwuchskraft und hat gesagt, da ist man, und man kann etwas, man soll doch ausprobiert werden, das hat funktioniert, meistens. Ich bin da reingekommen, wahrscheinlich ein oder zwei Jahre später, als Ö3 gesucht hat, ganz konkret junge Menschen, die die neu aufblühende Punk, New Wave, Alternative, den Begriff hat es damals noch nicht gegeben, aber letztlich war es die Alternativszene, die da explosionsartig, so Falco, Blümchen Blau et cetera, die das abdecken könnten, und da sind ein paar Menschen, die das vorher in kleinen, lustigen, schülerzeitungsähnlichen Printmedien gemacht haben, eingeladen worden, doch beim Radio sich zu erproben und ja, das war dann das deutlich spannendste Angebot dieser Zeit und dieser Tage, und deswegen war es klar, dass ich das weitermachen wollte.

E: Ich kann mich an diesen Tag auch noch gut erinnern (Martin Blumenau lacht), das war nämlich für mich ein extremer Schock, weil ich habe unter anderem, aber an die Drei kann ich mich noch erinnern, an einem Tag wahnsinnig sich wichtig machend (Martin Blumenau lacht), Blumenau, Gröbchen und Werner Geier kennengelernt. Ähm, ja, das war schon interessant, und es war natürlich nicht die schlechteste Truppe, die da angedockt hat in einem Moment. (lacht)

B: Wobei man sagen muss, das war ein voller Sitzungssaal, von dem wahrscheinlich fünf Leute übrig geblieben sind.

E: Da war ich nicht. Ich habe die Bekanntschaft (Martin Blumenau zeitgleich: Ah so, war das da, ja) mit euch gemacht, wie ihr da in der Redaktion gleichzeitig aufgetaucht seid. (lacht)

I: Und das war jetzt alles noch bei Ö3.

B: Ja.

E: Ja, es gab.

B: Das war in den Siebzigerjahren oder Anfang achtziger.

E: Anfang achtziger war das.

B: Ja.

I: Mhm. Und wie war dann der Wechsel zur Gründungsidee von FM4?

B: Tausend Jahre später.

I: Dieser Übergang.

B: Gar kein Übergang. Das hat das Eine mit dem Anderen gar nichts zu tun, das ist einfach dann. Ganz, ganz viele Jahre später gab es die Absichtserklärung und

den herbeikommenden Beschluss, dass Ö3, das bis dahin so ein Fleckerlteppich aus allem Möglichen war, aber kein ganzheitliches Gesicht hatte, dass man das zu dem umbaut, was es letztlich heute immer noch ist. Und da haben wir natürlich die Ecken und Kanten verloren und die Menschen, die diese Ecken und Kanten produziert haben, haben sich dann zusammengetan, haben das FM4 Konzept entwickelt und haben es dem Unternehmen angeboten, und es ist auf die Blue Danube Abendschiene hinverpflanzt worden und ja.

E: Der Hintergrund war damals, dass dann Privatrado in Österreich zugelassen wurde.

B: Das war erst später dann, nicht?

E: Und dass davor schon in einem Bundesland die verschiedenen Bewerber sich geeinigt haben, wie die Frequenz aufgeteilt ist, nämlich die Antenne Steiermark, die auf Anhieb extrem erfolgreich war, und dann hat das Unternehmen extremen Handlungsbedarf verspürt und hat beschlossen, ein Formatradio aus Ö3 zu machen, und vorher war Ö3 ein Sender, wo verschiedenste Hauptabteilungen ihre Sendungen auch durchaus zugeliefert haben, vom Feature bis zur Musicbox, oder Zickzack oder auch eigene Ö3 Sendungen, die Spezialmusiksendungen waren, Silly Solid zum Beispiel hat es damals schon auf Ö3 gegeben. Und von diesen verschiedensten Abteilungen sozusagen, die Sendungen mussten weg aus dem formatierten Ö3, und das Gute war, dass man nicht eine derartige Menge an Vollblutradioprofis auf einen Schlag in die freie Welt, wo Privatrado kommt und man vielleicht auch schlagartig Radiomacher braucht, die wollte man nicht freisetzen. Darum hat es diese Chance gegeben, für diese neunzehn Uhr Gründung.

I: Mhm.

E: Was sehr super damals war, dass Mannschaft damals sich eingesperrt hat und sich wirklich neu definiert hat.

B: Und aus dem heraus ist letztlich das gewachsen, was es heute ist, in logischen Entwicklungsschritten, könnte man fast sagen.

I: Und was war jetzt euer persönlicher Anspruch bei der Gründung? An das Radio, an Themen, die da bearbeitet werden oder so. Idealistische Gedanken.

B: Ja, es gibt jetzt viele schöne Worte, die man da verlieren kann. In Wirklichkeit ging es schon auch um die Abbildung einer Alternativkultur, die es sonst in

keinem, zumindest damals auf jeden Fall nicht, in keinem anderen Medium des Landes vorgekommen ist. Ja.

E: Also der Kulturbegriff war und ist, also es gibt sozusagen die sogenannte Hochkultur, die so genannt wird. Und auch das ist ein sehr dehnbarer Begriff in Wahrheit, aber dass es so etwas wie Populärkultur, Alternativkultur, Kultur, die einen aktuellen Spiegel vorhält oder auch durchaus als Provokation auftritt, das hat wirklich damals, man muss sagen, keinen Platz oder so gut wie keinen Platz in der österreichischen Medienlandschaft insgesamt gegeben. Und was man nicht vergessen darf, das Internet hat es damals auch noch nicht gegeben, also die Möglichkeiten, sich anders zu vernetzen, waren spärlich. Natürlich hat es gegeben Fanzines oder irgendwelche Publikationen (Martin Blumenau zeitgleich: Ja natürlich, genau.) und kleinere äh, das hat es natürlich gegeben, aber so eine einigende Plattform hat es nicht gegeben.

B: Was es aber gegeben hat, war das Publikum dafür, weil es waren damals schon die Konzerte der einschlägigen Bands nicht so schlecht besucht. Es haben sich damals schon die, ich weiß nicht was, Bücher, Filme et cetera, die da vorgekommen sind, nicht schlecht verkauft, also es war klar, dass das nicht nur ein totales Nischenseltsamkeitsorchideenprodukt ist, sondern schon etwas, das tendenziell und potentiell auch durchaus einige Menschen interessieren kann.

I: Und habt ihr das Gefühl, konnten diese Ideale dann auch gleich umgesetzt werden, oder war das anfangs irgendwie schwierig, und wie ist es im Verlauf dazu jetzt?

B: Schwierig ist es immer (lacht).

E: Es ist immer schwierig, weil es ist ein permanentes Ringen. Und jetzt zu glauben, damals oder heute, dass alle Menschen, die hier arbeiten, eine Meinung vertreten, ist ein Irrtum. Das heißt, es wird auch diskutiert, es wird auch mitunter gestritten, es gibt unterschiedliche Wahrnehmungen. Es gibt nur damals und auch heute sehr, sehr viele Menschen hier, die in bestimmte Szenen gut vernetzt sind beziehungsweise gut Bescheid wissen oder den Überblick haben. Und die setzen sich auch ein, sodass die Gefahr hoffentlich nicht allzu groß ist, dass man wirklich Substanzielles übersieht, also jetzt, das heißt überhaupt nicht, dass wir fehlerfrei sind, aber wach zu bleiben war damals wichtig, ist heute wichtig und die Frage hat sich damals gestellt und stellt sich heute, sozusagen wie sehr zersplittert man, damals aus anderen Motivationen, wie sehr zersplittert man,

oder heute, wie sehr geht man wirklich in Sub-, Sub-, Subdinge hinein, in welchem Ausmaß, weil natürlich im Internet es absolut heute keine Kunst ist, wenn ich jetzt extrem spezialisiert bin, auf was auch immer, sofort unmittelbar und direkt Informationen zu bekommen. Und wie sehr ist jetzt da sozusagen von einem öffentlichen Radio, wie wir sind, unsere Aufgabe auch die Vermittlung und das Miteinbeziehen und das Einende statt das Trennende. Und dieses Einende statt das Trennende war von Anfang an in den FM4 Genen drinnen.

B: Das war immer das wichtigste Element, dass man nicht, dass die Szenedörfer, die es auch damals schon gegeben hat, damals hat es halt Haus Nummer fünf, jetzt gibt es halt hundertfünfzig, dass die ein einigendes Dach bekommen, wo sie sich darunter wohl fühlen und mit Interesse schauen, was die Anderen machen, also sich nicht abkapseln wollen, weil das einfach, weil alles andere auch interessant ist, interessant genug, um sich auch darüber einmal kurz zu informieren.

E: Und das gilt jetzt auch natürlich nicht nur für Musik. Das gilt auch (Martin Blumenau zeitgleich: Für alles.) für eine Menge anderer kultureller Themen, oder auch für. Also wie es dann 2000 zur gemeinsamen Redaktion mit den ehemaligen Kollegen von Blue Danube oder mit den damals bei Blue Danube Mitarbeitern ist, ist FM4 nicht nur in den Köpfen der Weltorientierung und Weltoffenheit. Tatsächlich sind da zu den Nationalitäten, die wir eh schon eingesammelt haben, gleich noch unzählige dazugekommen, und für andere Diplomarbeiten, ich habe jetzt die exakte Zahl nicht, sie ist auch völlig unerheblich, haben wir einmal durchgezählt, woher Mitarbeiter kommen, erste und zweite Generation, also noch selber wo anders geboren oder deren Eltern wo anders geboren oder zumindest ein Elternteil wo anders geboren, und wir sind auf, ich weiß es jetzt nicht, über dreißig verschiedene Nationen und über vierzig Mitarbeiter gekommen in diesem Team, die derartige Wurzeln haben. Und das bewirkt natürlich etwas in einer Mannschaft, wenn sie so durchmischt ist. Also das bewirkt eine gewisse andere Wahrnehmung oder auch gewisse Resistenz gegen Ausgrenzungen und zwar Ausgrenzungen, wurscht ob das jetzt wegen der Herkunft ist oder wegen der sexuellen Orientierung ist oder keine Ahnung, wir sind sicher auch der gegendertste Sender, den es gibt, das sind lauter so Dinge wie. Also es muss einmal gleiche Rechte geben, damit man auf Augenhöhe miteinander kommunizieren kann, und dieses auf Augenhöhe

miteinander kommunizieren ist uns immer wichtig gewesen und ist quasi so etwas wie eine geheime Regel hinter jedem Einzelnen, der hier arbeitet, das ist eine geheime Spielregel, die eingehalten wird.

I: Du hast vorher schon angesprochen, mit dem Internet habt ihr natürlich eine Konkurrenz an in die Tiefe gehen bei bestimmten Themen, aber das war ja früher nicht so der Fall, da gab es diese Konkurrenz noch nicht. Habt ihr das Gefühl, ihr macht jetzt irgendetwas anderes, um dem entgegenzuwirken oder euch davon abzugrenzen?

E: Na wir machen das alles auch (lacht).

B: Wir waren, was Österreich betrifft, da relativ früh dran, also wir haben relativ früh eine Seite gehabt, wir haben relativ früh eine Community gehabt, wir hatten, als noch eher der Chat an sich ein großes Ding war, was er schon längst nicht mehr ist, gab es schon den FM4 Chat. Also wir waren da schon auch die, wo immer auch in diesen Feldern experimentiert wurde. Das heißt, dass die Menschen, die sich für das neue Medium an sich interessiert haben, sind an FM4 kaum vorbeigekommen. Insofern war das eine zeitgleiche Entwicklung. Und abgrenzen gegen das Netz kann man sich nicht, und braucht man auch nicht. Das Netz ist auch ein Abspielweg, auf dem FM4 ganz gut funktioniert, also ja, die Welt ist unsere.

I: Mhm.

E: In den Anfangszeiten konnte man sich auch mit einfachen Mitteln noch relativ rasch auch selbst behelfen. Also einfach war es nicht, (Martin Blumenau lacht) aber man konnte sich selbst behelfen. Heute ist das schwierig, also weiß ich nicht, wenn wir den nächsten Schritt auf unserer Seite gehen möchten, brauchen wir dreihundert Verantwortliche, die dem zustimmen und es dann auch machen und in Auftrag geben und so weiter und so weiter. Und die Geschwindigkeit könnte schneller sein, sage ich jetzt einmal. Mitunter haben uns da in der Vergangenheit bei verschiedensten Dingen sehr unsere Community, unsere Hörer und Hörerinnen geholfen, weil, keine Ahnung, wir hätten wahrscheinlich, nein wir haben dreihunderttausend Jahre diskutiert, dass ein Stream sehr nützlich wäre für ein Produkt wie FM4. Und es ist nichts passiert, bis - ein Hörer hat einen FM4 Stream einfach eröffnet und reingestellt. Wir mussten einfach nichts tun. Und Jahre später kam dann der „official stream“. App, ja, unsere Android App ist noch immer von einem FM4 Fan, dem gereicht hat, dass es

keine App gibt. Nach wie vor ist die App von ihm. Die er auch updated mit Schnittstellen und so weiter. Also in Wahrheit gibt es das seit vier Jahren sogar schon. Ich habe ihn vor einigen Monaten erst kennengelernt. Er lebt in Tirol, und ich wollte ihn einmal kennenlernen. Also da sind schon Sachen, wo unsere Wünsche groß sind, unsere Community super ist, aber die Geschwindigkeit deutlich rascher werden könnte.

I: Und liegt das an Bürokratie, oder?

E: Das liegt an vielen Dingen, also an gesetzlichen Dingen, also jetzt kommt ja wieder eine Reform, aber die letzte hat ja dem ORF die Communities quasi abgedreht.

I: Mhm.

E: Und gleichzeitig ist es seitdem irgendwie ein Streit, der über mehrere Gerichtsrunden jetzt schon gegangen ist. Dürfen die Sender oder die Produkte vom ORF jetzt auf Social Media Plattformen aktiv sein oder nicht. Also bevor es nach Auffassung, also der ORF findet, das ist im Gesetz gedeckt, das ist immer der Gerichtsbescheid, der „VÖZ“ oder andere Klagen, da gibt es Urteile, da gibt es aufschiebende Wirkungen, da gibt es Spezifikationen, ich glaube, restlos geklärt ist es noch immer nicht. Wir waren da schon auf „Facebook“. Gott sei Dank waren wir gleich drauf. Haben aber in der Zeit zwei oder drei Mal unsere Seite an Hörer übergeben und nicht mehr selbst betrieben. Dann wieder aufschiebende Wirkung zurückgeholt. Aber das alles bremst. Das heißt jedes, wir würden gerne dieses machen, wir würden gerne jenes machen, ist, ja dürfen wir das überhaupt? Wenn man jedes Ding, was man anfängt zu diskutieren, etwas schnell auszuprobieren, ein Behördenverfahren durchmacht, ob einem das gestattet ist, und dann hat man es ja nicht einmal noch gemacht. Dann muss man es ja auch noch machen oder machen lassen oder finanzieren lassen, ja, oder andere überzeugen, ja, also das ist derartig mühsam, wie sich halt da draußen in der Welt Medien nicht verhalten. Also wir versuchen das Beste zu machen. Wir versuchen nach wie vor rasch zu sein, ja. Wir versuchen sinnvoll zu nützen. Wir machen auch nicht irgendwie nur, also jetzt schon Comedy und Witz ist ja super, ja, aber es ist jetzt nicht unsere Witzeplattform. Wir versuchen den Content, den immerhin der Gebührenzahler bezahlt, weil das ist unser Auftrag, und unsere Auffassung ist, der Gebührenzahler hat es bezahlt, und wie er jetzt zu diesen Inhalten kommt, die ihn interessieren, liegt an ihm, wir müssen es zur

Verfügung stellen. Und diese Zurverfügungstellung war halt früher einfach. Wir senden terrestrisches Radio. Jetzt gibt es Stream, jetzt gibt es On Demand, jetzt gibt es das Internet, jetzt gibt es Plattformen, jetzt gibt es keine Ahnung, „Facebook“, „Twitter“, „WhatsApp“ und so weiter und so weiter. Am Ende des Tages sind das aber alles Menschen, die bestimmten Quellen vertrauen und Zugang zu diesen Informationen haben sollten, und nicht davon ausgeschlossen sein sollten, und das hat sich verändert. Früher waren die Verbreitungswege auch in Hand der Medienhäuser. Also eine Zeitung wurde gedruckt und wurde in der Trafik verkauft, oder beim Kolporteur, oder eine Sendung wurde produziert und über den Sender, der auch dem ORF gehört hat, verbreitet. Jetzt gibt es dauernd Aggregatoren. Ob ein Handybetreiber überhaupt eine Funktion hineinnimmt, dass man Radio über UKW empfangen kann, liegt am Handybetreiber. Oder ob er etwas hineintut, was gebührenpflichtig ist, damit er irgendwie sozusagen eine Einnahme hat, und Radio draußen lässt, oder was auch immer.

B: „Facebook“ kann andere Richtlinien bauen, und alles ändert sich.

E: Dem ORF ist es verboten zum Beispiel gesetzlich, eine eigene Social Media Plattform zu gründen.

B: Das ist.

E: Wäre eh schon zu spät. Also wenn, dann hätte das vor zehn Jahren passieren müssen, aber man ist auf internationale Social Media Plattformen, weil nationale gibt es keine, die irgendjemanden interessieren, angewiesen. Und was immer dort passiert, liegt nicht mehr, weder in der Hand unserer Gesetzgeber, ich meine, wenn man jetzt von chinesischen Verhältnissen spricht und „Facebook“ abdreht. Also das kann man machen. Man kann versuchen ein Land abzuschotten, und das gibt es halt einfach nicht. Was in der Europäischen Union und überhaupt schwer vorstellbar ist. Aber man hat es nicht mehr in der Hand, und wenn man dann doch so im Gebrauch Einschränkungen hat, dann macht es das nicht leichter nationalen Content zu verbreiten.

I: Seht ihr dem Radio dann heutzutage noch gesetzliche Grenzen gesetzt?

E: Ja, also auch im Radio gibt es gesetzliche Grenzen. Der ORF darf nicht mehr Frequenzen haben, als er jetzt hat. Er darf nicht mehr Programme betreiben. (Martin Blumenau: Alles klar definiert im Gesetz.) Das ist alles nachzulesen. Die Privatradios müssen auch eine Lizenz beantragen, eben, die es gibt, sie müssen

lokal sein, außer Krone Hit, die schon national sind, was ein eigener Antrag war. Energy hat auch schon mehrere Sender in mehreren Bundesländern, aber ist noch keine zweite nationale Frequenz, glaube ich, bitte nachschlagen, bevor ich einen Blödsinn rede. Also per Definition, alles ist reguliert und geregelt. Das ist jetzt aber nicht ungewöhnlich. Das ist in anderen Ländern auch üblich, dass geregelt ist, auch im Sinne von Monopolstellungen, was in Österreich wiederum interessante Ballungen trotzdem zulässt, dass es einfach Regelungen gibt, damit niemand ein Meinungsmonopol hat.

I: Und jetzt von eurer subjektiven Meinung, seht ihr euch da eher eingeschränkt von diesen Gesetzen, oder ist es etwas, womit ihr gut auskommt, und alles passt in den Rahmen?

E: Na dass die gesetzlichen Regelungen notwendig sind und richtig sind, ist natürlich logisch. Ob einem dort ein Teil gefällt oder nicht gefällt, ist unbenommen. Aber diese Einschränkung von allem, was Neue Medien betrifft, macht einen nicht gerade zukunftsflexibel.

B: Das hat auch natürlich etwas, ich meine, gesetzliche Vorschriften und Bedingungen hat es immer schon gegeben, es ist halt, nachdem die Medienwelt komplizierter wird, werden auch die Gesetze kompliziert. Was man nicht sagen kann, ist jetzt, dass die österreichische Medienpolitik sehr geschickt in den letzten Jahrzehnten war im Umgang mit Neuen Medien beziehungsweise im Verständnis Neuer Medien.

I: Mhm.

B: Kann man jetzt aber beispielsweise von der deutschen Medienpolitik auch nicht behaupten. Das ist einfach ein allgemeines Phänomen, dass halt die Bestimmungen der Realität ein bisschen hinterherhinken.

I: Mhm. Und so von euren Ansprüchen an Flexibilität innerhalb des Radio FM4. Hattet ihr nicht irgendwo das Gefühl, dass ihr einge- (unterbrochen).

E: Doch. Also durch die Social Media Verbote, die immer wieder gekommen sind. Es ist einfach absurd. Wenn man sozusagen nicht möchte, dass bestimmte andere Dinge, wo Interessenslagen unterschiedlich gewichtet sind, und andere Menschen oder andere Interessensgruppen andere Interessen haben, wie der ORF zum Beispiel, die sind verständlich. Also zum Beispiel, dass man es dem ORF nicht leicht macht, dass er zum Beispiel über Social Media weitere Werbegelder lukriert oder Einnahmen lukriert, die vom Gesamtmarkt weggehen.

Also der ORF nimmt vom Kuchen ein größeres Stück. Das ist aber das eine, sozusagen Beschränkungen gibt es ja jetzt auch. Also Ö1 zum Beispiel ist werbefrei, die Landesstudios haben nur pro Tag ein paar Minuten, die sie Werbung spielen dürfen, und es darf nicht überschritten werden. Die Gesamtradiowerbezeit hat eine Maximalgrenze pro Tag und pro Jahr und alles muss offengelegt sein und transparent sein. Werbezeit Fernsehen gibt es eine Maximalwerbezeit, die darf pro Tag nicht überschritten werden, und so weiter und so weiter. Das hat etwas damit zu tun, dass sozusagen der ORF nicht hingreift auf Gelder, die für andere Medien fehlen, oder für andere Firmen fehlen. Das ist eines, das sind wirtschaftliche Interessen, wo es unterschiedliche wirtschaftliche Interessen gibt. Wovon ich rede, hat damit überhaupt nichts zu tun. Das hat etwas mit Kommunikation zu tun. Also einem Kommunikationsunternehmen es schwer zu machen, über die neuen Kanäle zu kommunizieren, statt nur zu verbieten, dass man Geld daraus lukriert, das könnte man ja verbieten, keine Kooperationen, die Einnahmen erbringen.

I: Verständlich, ja.

E: Das würde aber die Kommunikation nicht verbieten, und jetzt ist es ja immer mit hin und her, hin und her, wie gesagt, völlig vorbei ist es nicht, sie die Frage, dürfen wir überhaupt kommunizieren?

B: Das ist natürlich absurd.

E: Und das ist natürlich ein Wahnsinn.

B: Weil wenn wir nicht kommunizieren dürfen.

I: Ja. Und inhaltlich, hattet ihr da das Gefühl, dass ihr irgendwo eingeschränkt seid jemals, oder nicht?

E: Nein. Also wir haben einen Programmauftrag. Also ich weiß nicht, wenn wir jetzt anfangen würden, um völlig extrem zu sein, und das ist nicht unsere Absicht, aber morgen Volksmusik zu spielen, das geht nicht. Weil wir haben einen Programmauftrag Kulturradio zu machen für eine jüngere Zielgruppe. Da kann man dann immer diskutieren: Was ist jünger? Unsere Definition ist jetzt nicht, wir machen kein Teenagerradio vierzehn bis achtzehn, sondern ein Kulturradio für Jüngere, aber das ist ein dehnbarer Begriff, um der Musik irgendwie. Also ich habe damals, also ich habe mir geschworen, dass ich den zwar nie verwende, weil das macht das Leben so einfach. Wir haben damals in unseren Riegen irgendwie gesagt alternative mainstream.

I: Mhm.

E: Und dazu hat es seitenlange Definitionen gegeben, was wir mit diesem Kunstbegriff meinen. Und gemeint haben wir, dass wir die Szenen durchforsten und Relevantes wahrnehmen, aber keine Ahnung, dass wir selbstverständlich auch damals den Blur Hit, wenn er überraschenderweise ein Hit wird, trotzdem spielen, weil die gehören halt einfach uns und finden wir super. Und österreichische Musik war uns auch immer extrem wichtig, also Musik. Also wir haben einen Programmauftrag, und wir könnten jetzt kein volkstümliches Radio machen oder auch kein kommerzielles Popradio.

B: Auch kein klassisches Inforadio, ich meine, wäre alles ein Knieschuss, aber das ist die einzige Einschränkung und das ist eine selbstgewählte Hinwendung, und solange wir die im Korridor erfüllen, gibt es inhaltlich keine Beschränkungen.

E: Und ebenfalls im Gesetz steht, bevor wir es vergessen, darum reden wir lustig englisch, weil es im Gesetz steht. Also nicht englisch, sondern Fremdsprachen.

B: Mehrheitlich fremdsprachig, das ist auch ausdefiniert im Gesetz.

I: Jetzt gibt es ja englische und auch französische Nachrichten. Weitere Sprachen dann aber eher nicht, oder?

E: Nein. Also auch das war von Anfang an unser, also wir wollten vermitteln, wir wollten kommunizieren, wir gehen auch in die Tiefe, wir bleiben bei bestimmten Themen wirklich nachhaltig dran. Wir wollen aber keine Volkshochschule sein. Also sozusagen das lustige Radio, das jede Stunde in einer anderen Sprache spricht, wozu? Wer dreht das auf?

B: Das ist der Ansatz von freien Radios, oder Radio Orange kann sich das leisten, eine halbe Stunde, ich weiß nicht was, serbokroatische Popmusik zu spielen, und dann, ich weiß nicht was, eine halbe Stunde Musik aus Afrika, auch schön.

E: Ja, auch das kommt bei uns vor.

B: Kann bei uns auch passieren, gehört aber nicht zum Auftrag.

E: Ja.

I: Mhm. Wie sieht denn bei euch der Austausch mit den Hörern aus? Es wird ja manchmal angerufen, manchmal gibt es über das Internet Schriftverkehr.

E: Ja, so über alle Plattformen.

B: Ja.

E: E-Mail, Telefon, „Facebook“, „Twitter“.

B: Die melden sich schon.

I: (Richtung Martin Blumenau) Jetzt ist ja deine Sendung eine, also Bonustrack meine ich damit, wo Leute anrufen sollen, und man hat eigentlich keine bestimmte Themenvorgabe. Was war da der Hintergrund hinter diesem Konzept?

B: Genau das.

I: Oder die Idee, dass du.

B: Das ist eine Wochenstunde und Vorbild war klassisches amerikanisches Talkradio, das letztlich auch so funktioniert. Ich meine, da gibt es auch verschiedene Schulen. Es gibt natürlich das klassische amerikanische Talkradio, in dem ein Thema vorgegeben ist, und zu dem rufen dann Menschen an. Dann gibt es auch das, wo einfach alles möglich ist, und das war einfach ein Versuch, das auf österreichische Verhältnisse umzuadaptieren. Und um Mitternacht eine Stunde in der Woche kann man so etwas auch probieren.

E: Na und vielleicht war die Besonderheit auch damals, dass man immer extrem höflich zu den Hörern ist, wurscht was die für einen Blödsinn gerade daherreden, und in dem Fall sozusagen der Verhaltensoriginelle, der streitbar ist und streitet, also sich nicht so benimmt, wie sich der klassische Moderator zu benehmen hat. Also das war auch eine andere Rolle.

B: Das ist eben auch das Wesen des amerikanischen Talkradios, wo einfach herumgefetzelt wird. Das ist etwas, was es rein kommunikationskulturell in Europa weniger und in Österreich schon gar nicht gibt und gegeben hat, deswegen ist das halt ein bisschen etwas Spezielles, das stimmt.

I: Mhm, und.

B: Aber das ist jetzt nichts, was jetzt symptomatisch für den Kommunikationsfluss zwischen Sender und Hörer.

E: Das ist die Ausnahme.

I: Mhm.

B: Das ist die Ausnahme.

E: Es ist nicht so, dass jeder Hörer, der uns anruft, so eine freche Antwort kriegt, wie es in der Sendung vom Herrn Blumenau vorkommen kann, sondern sonst sind wir schon interessiert und höflich und antworten auch dementsprechend.

I: Mhm.

B: Ich sehe mich auch interessiert und höflich. (Monika Eigensperger lacht.) Es ist halt höflich, auch die Wahrheit zu sagen, oder?

I: Na eh. Ja und wie seht ihr die Möglichkeiten als Hörer, sich einzubringen in die Sendungen? Oder wenn man jetzt irgendeine Meinung vertritt, die dann auch publik zu machen über das Radio. Gibt es da einen Kanal bei euch?

E: Naja, wer war das? Bertold Brecht? Wir verwenden das Zitat irgendwie gerne. Radio ist so ein perfektes Medium. Noch perfekter wäre es, wenn es einen Rückkanal hätte. Ist kein exaktes Zitat jetzt, aber man findet das ganz schnell.

I: Genau.

E: Und wir haben ja jetzt einen Rückkanal. Also einerseits im Internet, also auf unserer Seite, wo allerdings die Community wirklich rapide weniger kommuniziert, als es damals die Gesetzesänderung mit neuen Registrierungsvorschriften und bla bla bla gegeben hat. Andererseits ist aber dann die Social Media gleichzeitig also richtig explodiert in Österreich, also über „Facebook“. Und wenn die Menschen etwas aufregt oder begeistert oder wurscht, da kommen dann schon unzählige, also auch ohne Aufruf.

B: Das ist ein fetter Rückkanal, das kann man schon sagen.

E: Manchmal wird dann schon gesagt, wir suchen, wir wollen, wir brauchen, wir diskutieren, meldet euch über alles. Dann hofft man, dass die Hörerschaft etwas beiträgt und Input gibt.

Manchmal ist das gar nicht der Plan, sondern man schießt etwas hinaus und zack, plötzlich geht eine totale Diskussion ab, also wir haben jetzt das erste Mal einen Rückkanal, darum ist die Kommunikation auch so wichtig, dass man die führt.

I: Mhm.

B: Und es funktioniert natürlich auch klassisch im Radio. Ich meine, morgen wieder „Auf Laut“ jeden Dienstag einundzwanzig Uhr mit Live-Diskussion plus Hörerbeteiligung, quasi institutionalisierter Hörerbeteiligung. Das ist auch ein eingespieltes Team mittlerweile. Das funktioniert ganz klassisch seit tausend Millionen Jahren, seit es Radio gibt, und auch bei FM4.

E: Also das ist eine Sendung, wo ein Thema vorgegeben ist, und darüber wird gesprochen.

B: Und nachdem es meistens oder eigentlich immer etwas ist, was die Menschen interessiert, blüht dort die Debatte.

E: Im Sommer zum Beispiel werden wir wieder machen, wurde gerade doch beschlossen.

B: Wirklich, ok. (lacht)

E: Wir haben es geschafft nach zweihundertmilliarden sinnlosen Diskussionen. Unter Palmen, wo verschiedene Menschen, Protagonisten, für eine Woche oder vielleicht auch für einen Tag teilweise zu Mittag dasitzen werden und nicht ernst gemeinte Überschriften hinausjagen. Also diese Sendung soll ruhig schräg sein.

B: Tägliches phone in.

E: Tägliches phone in, aber schräg.

B: Mit sommerlichen Themen, sagen wir einmal so.

E: Also jetzt nicht, keine Ahnung, was sagen Sie zur Autobahn Maut, nicht so etwas, sondern eher.

B: Mein lustigstes hmhmhm-Erlebnis.

I: Mhm. Und wenn dann über irgendwelche Kanäle Rückmeldungen kommen, auch obwohl das in dieser Sendung gar nicht geplant war, kommuniziert ihr das dann wiederum über das Radio, oder?

E: Teilweise. Also oft wird das ja gar nicht erwartet. Also ich hoffe schon, dass mehrheitlich die Hörer Antworten bekommen, wenn sie über den Kanal, mit dem sie kommunizieren, eine Frage stellen, dass sie dann beantwortet wird.

I: Mhm.

E: Es interessiert aber nicht die Nation möglicherweise, diese eine Frage und die Antwort, sondern den einen Hörer, ja.

I: Mhm.

E: Also ich brauche jetzt nicht jeden Aspekt vorlesen. Das wäre ein Missverständnis, weil diese unterschiedlichen Medien funktionieren ja unterschiedlich.

B: Ja, wenn es ein ein bisschen übergeordnetes Interesse gibt, kann man natürlich auch, also wird gerne auch etwas on air gebracht, was halt gerade hineingekommen ist. Wenn irgendetwas andockt, weiterführt, ... vorlesen und Leute zurückrufen und etwas deponiert haben, das funktioniert immer ganz gut. Treibt alles immer weiter.

I: Wie seht ihr denn die alternativen Mediennutzungsformen in eurem Radio? Also neue Varianten das Radio zu gestalten.

B: Aha. (lacht) Was meinst du da bitte?

I: Also der Begriff alternative Mediennutzungsformen bezieht sich jetzt zum Beispiel auf eh manche Teile, die ihr macht, so wie es früher vielleicht nicht

üblich war diesen Rückkanal zu haben. Dass das jetzt aufgegriffen wird, wenn die technischen Möglichkeiten gegeben sind.

B: Also letztlich haben wir diesen Rückkanal seit Anfang unserer Website 2000 circa. Deswegen ist das für uns jetzt nichts Neues.

I: Aber arbeitet ihr an neuen Formen sozusagen, die vielleicht komplett außergewöhnlich sind in anderen Radios?

B: Es läuft jetzt ein kleiner Feldversuch mit „WhatsApp“, wo wir bei ein, zwei Sendungen einmal schauen, was passiert, wenn wir aufrufen zu einem bestimmten Thema, oder sei es auch nur, sich etwas zu wünschen. Wie das über „WhatsApp“ funktioniert, das ist zum Beispiel ein Pilotversuch, der momentan läuft.

E: Also ich bin eine große Freundin von ausprobieren, herumexperimentieren, schauen, was geht. Wo man dann verblüffende Überraschungen hat, nämlich interessiert niemanden, oder wow (Martin Blumenau: Interessiert alle.). Wir nützen auch manchmal, wenn größere Events sind, wo eh schon eine große Mannschaft draußen ist und eine gewisse Relevanz, eine gewisse Größe einer Gruppe zusammenkommt, die gemeinsam etwas tut. Dass man genau dort etwas neu ausprobiert. Also dass man, keine Ahnung. „Twitter“, glaube ich, haben wir das erste Mal so richtig, wie funktioniert das eigentlich beim „FM4 Frequency“?, ausprobiert, wo dreißigtausend Menschen sind und diese „Twitter“-Meldungen, wir haben mitbekommen, wir sind da drauf, im Sinne von „hat Halsweh und will nicht auftreten“. Die sowohl die Menschen, die zu Hause geblieben sind, interessieren, na Gott sei Dank bin ich zu Hause geblieben, da habe ich mir die Karte erspart.

B: „Da kann ich doch zur andern Bühne gehen.“

E: Beziehungsweise „Ich kann jetzt zur anderen Bühne gehen“. Also so war dann die Idee bei uns. Wie soll ich sagen, stimmt oder nicht, man muss es probieren. Wir probieren und experimentieren da reichhaltig herum, und Tatsache ist natürlich schon, dass wir jetzt einerseits unsere Seite, von der aus auch die Inhalte in verschiedene Communities gestreut werden sollen, dort, wo sie hingehören. Und auch das ist natürlich ganz wichtig, unser Radio, dass das relativ viel Content Zeit in Anspruch nimmt. Nämlich für diese Produkte passiert die Recherche. Das sind die Geschichten, die Themen, die wir bearbeiten, und das andere läuft alles so ein bisschen nebenbei. Und dann gibt es Phasen, wo

dieses so ein bisschen nebenbei super läuft. Und dann gibt es Phasen, wo das Kollektiv sich ein bisschen weniger um das alles kümmert, was nicht so gut ist. Und da haben wir kein Rezept. Das eine wäre, es gibt den Neue Medien Wunderwuzi, der nichts anderes tut, als ununterbrochen die Sachen verschicken und sonst nichts. Ich glaube, das ist fad. Und ich glaube auch, dass die Kreativität dann nur an einer Person hängt statt an vielen, aber ich kann mich irren.

B: Außerdem ist es natürlich spannender, wenn das von Menschen verteilt wird, die die Inhalte auch selbst gemacht haben. Weil das Interesse oder der dahinterstehende Impetus natürlich ein anderer ist, wenn du der bist, der will, dass, was du jetzt da herausgefunden hast oder formuliert hast, unter die Leute kommt, als es macht eine zentrale Schaltstelle, die eigentlich mit der Produktion dieser Inhalte nichts zu tun hat. Kann man auch so sehen.

I: Mhm. Ich habe nur einmal die Erfahrung gemacht bezüglich Besonderheiten in Radiosendungen, ich weiß jetzt nicht mehr, wie die Moderatorin geheißen hat, es wurde auch nie ausgestrahlt, glaube ich, weil irgendetwas mit der Aufnahmetechnik nicht so ganz funktioniert hat, aber die Band Giantree war einmal eingeladen zum Basteln und Reden, und wir haben eigentlich ein Holzstäbchenkonstrukt gebastelt und dabei gesprochen, und man hat sicher auch durchaus das Klappern dann gehört, aber es war irgendwie einmal ein alternativer Zugang.

E: Ah so ist das gemeint. Also da sage ich als Programmchefin, das würde ich mir ja bei jeder einzelnen Geschichte wünschen, den Zugang.

B: Das sollte eigentlich immer passieren.

E: Also ich wünsche mir immer, dass ein origineller Gedanke, also das wünsche ich mir immer, und es gelingt natürlich nicht immer, aber ich hoffe, es gelingt oft, aber sicher nicht immer.

B: Mit Sounds zu arbeiten oder mit unerwartetem Sound zu arbeiten, das ist natürlich beim Radio aufgelegt.

E: Oder eine Atmosphäre zu schaffen, wo vielleicht etwas anderes entsteht als sonst immer bla bla bla.

B: Die klassische Studiosituation zu brechen durch, ich weiß nicht, welche Ideen oder Aktionen, dass man vielleicht in den hinteren Raum geht, wo die Sessions aufgenommen werden, also das passiert ja laufend.

E: Oder hinausgehen, vor Ort sein, solche Dinge, so weit. Manchmal sind uns natürliche Grenzen gesetzt, die wir dann versuchen krankhaft und krampfhaft noch zu überdehnen. Also dieses Wochenende jetzt zum Beispiel ist ein Wahnsinn, weil da ist das Novarock, da sind die Bubble Days und dann sind die Studentenfeiern im AKH in Wien und dann gibt es irgendwie außerdem auch noch andere Dinge und so weiter und so weiter. Das ist alles dieses Wochenende. Also ich glaube, dass nahezu jeder Mensch, der hier arbeitet, draußen oder herinnen ist, Irrsinn. Und wenn jetzt noch etwas wäre, glaube ich, würden wir es wirklich nicht mehr zusammenbringen, weil das schon einfach zu viel ist, ja. Nur was streicht man, nicht? Was hätten wir da jetzt gesagt? Streichen wir die Studenten? Geht ja wohl nicht, als Kern, und wollte man mit uns. Streichen wir Novarock? Nein, geht ja nicht.

B: Das ist ein Klassiker.

E: Streichen wir Bubble Days? Nein, das ist total sympathisch. (lacht)

B: Das aufkommende, spannende Linzer Dings, das wäre idiotisch, das nicht.

E: Und dann nehmen wir uns immer vor, ja wir müssen auch nein sagen, und diskutieren und streiten und sagen, ja, wir müssen viel öfter nein sagen, und dann passiert das, und wir sitzen da und sagen, ja, na ja müssen wir ja wohl. (lacht)

B: Hat auch damit zu tun, dass halt auch in diesen Bereichen immer noch sich nicht sehr viele andere Medien, sagen wir einmal, wirklich inhaltlich mit dem, was da passiert, auseinandersetzen. Klar hängt sich mittlerweile jede Bimperlageszeitung, also jede Mainstreamtageszeitung an irgendwelche Festivals dran, aber halt nur oberflächlich.

E: Die schreiben dann über den Stau, wieviele Bienenstiche und Hitzeschläge.

B: Wirklich in Festivals reingehen, das ist ja mittlerweile auch eine eigene Art von Jugendkultur, die sich da über die letzten Jahre entwickelt. Und da hineinzugehen, das machen außer uns vielleicht noch drei andere interessante Projekte, die es in dem Land gibt, aber es bleibt letztlich an uns hängen.

I: Welche anderen Projekte würdest du da dazuzählen?

E: Was weiß ich, The Gap

B: Ich habe jetzt kurz an das Vice gedacht, die Seite, nicht das Heft The Gap, und dann gibt es noch ein paar andere Seiten und Hefterl, aber auch das ist

überschaubar, was es da gibt, und wo etwas wirklich Interessantes passiert, das man sich dann auch gerne anschaut oder auch gerne durchliest.

I: Seht ihr euch in dem Sinn ein bisschen als Gegenöffentlichkeit zu diesem Mainstream?

E: Ja.

B: Das sind eigentlich ein bisschen so zwanzigstes Jahrhundert Begriffe. Es ist schon immer noch so, aber von der Begrifflichkeit kommt mir das schon ein bisschen alt vor.

E: Ich glaube, ich habe mit diesem Begriff ehrlich gesagt nie etwas anfangen können, weil es gibt ja diese Menschen nachweislich zahlreich, und warum soll die eine Gegenöffentlichkeit sein? Es ist eine unterrepräsentierte Öffentlichkeit, und wir geben ihnen auch Öffentlichkeit. Ob das eine Gegenöffentlichkeit ist? Gegen was eigentlich? Es ist einfach ein Öffentlich-Machen, ganz speziell, möchte ich jetzt noch einmal betonen, auch an heimischer Kreativität, was in vielfältiger Hinsicht, wenn es nicht gerade ein Trend ist oder ein kurzer Hype ist, insgesamt keine besonders breite Wahrnehmung nach wie vor medial erfährt. Also bei so etwas wie den Salzburger Festspielen sind alle Kulturredakteure vor Ort und berichten. Bei avantgardistischeren Kunstprojekten wird die Gruppe der Wahrnehmenden rasch sehr klein.

B: Das kann natürlich dann auch von einem seriösen Kulturverständnisträger wie Ö1, die werden einen anderen Fokus auf jüngere alternative Kulturgeschichten werfen, als es FM4 tut. Der FM4 Andockpunkt ist immer der auf der Augenhöhe mit den Menschen, die das machen, nicht dieser ganz klassische Feuilleton-Kulturjournalismus, der darüber berichtet, sondern der, der sich für den kreativen Prozess interessiert. Das ist der FM4 Zugang zu den Dingen meistens.

I: Mhm. Vielleicht wäre ein Begriff als Komplementärradio geeigneter als Gegenöffentlichkeit?

E: Ich weiß nicht.

B: Es stimmt schon, aber letztlich komplementär wozu? Also ist FM4 das Komplementärradio zu Ö3? Ist das eine notwendige Ergänzung? Gibt es da überhaupt so viele Überschneidungspunkte? Klar gibt es viele Menschen, die Ö3 hören aus diesen und jenen Gründen und dann auch FM4 hören. Aber das gibt es in ganz vielen anderen Kombinationen auch. Also so ganz klassisch komplementär heißt ja ein Gegenüber haben. Es gibt viele Gegenüber.

E: Wir haben irrsinnig viele Gegenüber, aber so das eine Gegenüber, auf das wir uns jetzt im Sinne auch noch gegen etwas stürzen, sehe ich nicht.

I: Mhm.

E: Was schade ist, es ist so eine einende Kraft, wenn man gegen etwas gemeinsam sein kann.

B: Das sind diese einfachen Weltsichtzeiten, die sind vorbei. Das ist echt vielleicht in den achtziger Jahren ausgestorben.

E: Man könnte das konstruieren, aber wozu?

I: Na eh, also die Frage ist auch, war das früher vielleicht eher so die Ansicht als heute? Hat sich da vielleicht etwas entwickelt?

(Unterbrechung durch Telefonat)

I: Ja, wir sind eigentlich eh schon beim Abschluss. Wenn euch das recht ist, wäre für mich noch interessant zu wissen, gibt es eine Möglichkeit mitzumachen bei dem Radio, also dass man als Hörer sagt, man würde jetzt auch gerne eine Sendung gestalten und kontaktiert euch? Also beim Radio Orange zum Beispiel, da können sich die Hörer melden und irgendwie teilhaben an den Sendungen. Ist da irgendein Portal bei euch, wo so etwas geht?

E: Es hat immer wieder solche Sachen gegeben, die eh funktioniert haben, aber nicht berauschend gut funktioniert haben. Was viel zu selten passiert, früher öfters passiert ist, ist, dass einfach wirklich jemand sich hinsetzt und etwas einschickt und sagt: Hoppla, da bin ich, ich will. Anschauen würde man sich das schon.

B: Ja, aber weil sich mittlerweile bei den Menschen, die sich für Radio interessieren, auch das Bewusstsein geklärt hat, dass für genau solche Dinge die Freien Radios deren Ansprechpartner sind, weil die dafür gedacht sind. Weil das ja genau so funktionieren soll. Also FM4 ist zu sehr eine Profiveranstaltung, um da die Amateurrecke allzu groß werden lassen zu können.

E: Im Musikalischen.

B: Das ist etwas anderes.

E: Da passiert das ganz schön oft, dass die jetzt einfach von Spezialsendungen oder auch außerhalb sozusagen Platz bekommen. Das muss jetzt gar nicht sein, damit sie ihre Platten da vorstellen, sondern indem sie zum Beispiel zu etwas, woher sie kommen, in irgendeiner Art und Weise vermitteln. Mit einem Moderator

von uns oder ganz alleine in einer Interviewform, DJs, dass die uns Mixes machen.

I: Bieten sich die an, oder sucht ihr nach denen?

B: Kommt beides vor.

E: Aber wir fangen schon an. Heuer oder auch Ende letzten Jahres, twenty years on forty-five, also mache einen 45, 20 Jahre Mix, das machen die Leute nicht so aus dem Nichts heraus von selbst, sondern wir streuen dieses Motto aus. dann kriegen die DJs irgendwie Schweißausbrüche, weil es so „Was soll ich in fünfundvierzig Minuten zwanzig Jahre? Seid ihr verrückt?“ Und dann möglichst ohne Doublette mit den Anderen, weil die ganze Sendung hat sechzehn Stunden gedauert, also möglichst das auch noch. Da sagen sie, wir sind verrückt geworden. War großartig, aber war sozusagen ein „Wer macht mit?“ Sie haben eh mitgemacht.

B: Also im Sinn, dass Menschen, die sonst nicht Radio machen, von einem Redakteur, Produzenten an der Hand genommen werden, und dass dann gemeinsam etwas passiert, das passiert ununterbrochen. Oder auch, dass dann österreichisch-heimische Stars, wie zum Beispiel Camo & Krooked, dass die dann gemeinsam mit einem Redakteur auf die Idee kommen, dass sie doch einmal im Monat, oder alle zwei Monate einmal eine Sendung hosten könnten, und das passiert dann einfach, so etwas ist immer drinnen.

I: Mhm.

B: Und selbst wenn jemand sich hinsetzt und sagt, ok ich will jetzt etwas für das FM4 Radio produzieren, und ich mache jetzt da etwas, und ich schicke das ein. Wenn wir das lustig finden, dann würden wir das schon hinstellen oder machen, ja.

E: Also die Leute, die wirklich wollen, schaffen es schon irgendwie Aufmerksamkeit zu erregen. So eine Sendung haben wir auch gehabt „Grüß Gott, macht doch eine Sendung, und schickt sie uns“. Also in Wirklichkeit muss man da einen Redakteur freistellen, der nichts anderes macht, als die Betreuung dieser Menschen.

I: Mhm.

B: Die Supersonic Chartlisten, die die Hörer eingeschickt haben.

E: Das geht alles. Aber ich mache jetzt eine einstündige Sendung.

B: Also das ist schwer.

E: Du brauchst jemanden, der die Person, die das noch nie gemacht hat

I: Betreut. Mhm.

E: Also ich weiß nicht, man kann ja schon immer wieder Aufmerksamkeit erregen, das ist schon immer wieder passiert, also die halbe Mannschaft, die hier herumrennt, hat Aufmerksamkeit erregt. Bei „Unter Palmen“, wo wir gesagt haben vor drei Jahren, wir finden den Austrofred lustig, schauen wir einmal, wie es ist, wenn er moderiert, ja. Oder wir finden den Rubey lustig, schauen wir einmal, wie es ist, wenn er moderiert, und so weiter und so weiter.

B: Jetzt sind sie große Stars.

E: Durch uns. (lacht)

I: Aber auch ein guter Zugang, also. Gibt es noch irgendetwas, was ihr euch wünschen würdet für die Zukunft, was ihr noch gerne umsetzen würdet? Irgendetwas Neues bei FM4?

E: Hoffentlich noch tausend Dinge. In Wahrheit machen wir so viele Sachen, dass wir zu wenig Zeit haben, über die Dinge dauernd zu reden, dass wir sie machen. Nämlich auch in der Außenkommunikation, weil wir reden kurz darüber und dann kommt schon das Nächste. Wir machen irrsinnig viel und mitunter sind da auch wunderbare und geniale Dinge dabei, die wir selbst übersehen, weil wir schon wieder das Nächste machen.

B: Wir sind keine wirklich tollen Verkäufer. Ich habe gestern ein internes Lob öffentlich on air aussprechen müssen, weil ich finde, dass unsere Griechenland-Geschichten, die da jetzt passieren, sowohl der Pirschner, der da immer wieder live aus Athen etwas macht, als auch die Johanna, die da hingefahren ist und tolle Sachen mitgebracht hat, da haben wir wirklich eine super Kompetenz, und selbst ich rede dann zu wenig darüber, und dann habe ich gestern gesagt, dass ich da echt stolz darauf bin. Auch das könnte man vielleicht öfter und mehr machen.

E: Ja, aber da haben wir dann keinen Platz, weil da redet man schon wieder das Nächste.

B: (lacht) Ja, genau.

E: Also wir könnten es besser kommunizieren. Wir hätten dann auch mehr davon. Aber das wäre so schade, weil dann konzentriert man sich auf etwas, und dann müsste man drei, vier Inhalte streichen, und das schaffen wir dann im

Kollektiv nicht. Und wir streichen es dann nicht, sondern wir machen dann halt die Sachen nur einmal statt dreimal.

I: Weil du sagst „Kollektiv“. Wer beschließt das eigentlich miteinander dann?

E: Wir sind relativ klassisch wie ein moderner Radiosender strukturiert. Wir haben einen Wortchef, einen Musikchef und noch ein paar andere Chefs, Nachrichtenchef, und die machen längerfristige Planung, also es gibt noch mehr, und dann haben wir eine Woche durchgehend einen Chef vom Dienst, der die Woche versucht im Griff zu haben, mit den verschiedensten Dingen, den verschiedensten Sachen, die da anfallen. Und die Chefs treffen sich auch einmal in der Woche und diskutieren über alles Mögliche, und dann gibt es die Planungen, was jetzt Trailer betrifft, das ist zentralisiert, das macht der Martin zum Beispiel, dass er versucht, die Aktionen so unterzubringen, dass sie zum richtigen Zeitpunkt kommuniziert werden und ausreichend kommuniziert werden und nicht zu viel kommuniziert werden und auch nicht zu wenig kommuniziert werden, und dann geht sich auch wieder alles nicht aus und so, ja.

B: Es ist eine relativ flache Hierarchie, auch wenn man in Kenntnis anderer Medienstrukturen ist. In Wirklichkeit ist es die flachste Hierarchie, die ich kenne (lacht), historisch gesehen. Und es wird auch in dieser Chefrunde, da werden die Dinge auch ausdiskutiert, lange oft.

E: Aber der kleine Redakteur da draußen, wenn der findet, wir sind alle verrückt geworden, wird er es auch schaffen, dass er seine Argumente vorbringt.

B: Der reklamiert sich dann in diese Runde hinein und diskutiert mit.

E: Manchmal haben sie ja auch Recht, und man hat wirklich etwas falsch gesehen, sage ich jetzt einmal, oder eingeschätzt oder übersehen.

I: Mhm. Gibt es irgendetwas, was ihr noch erzählen wollt zu dem Thema, was ich jetzt nicht gefragt habe, was euch noch am Herzen liegt?

B: Ich habe jetzt gar kein Thema im Blickfeld. Es war jetzt ein bisschen alles.

E: Was ist das Thema?

B: Ja, eben, das habe ich damit gemeint.

I: Gegenöffentlichkeit im Radio. Diesen Begriff für heute neu zu definieren.

B: Ah so.

I: Weil wie ihr auch schon gesagt habt, man kann es vielleicht nicht als komplementär zu.

B: Ich glaube nicht, dass man es dringend neu definieren muss.

E: Wir sind da nicht hilfreich, weil ich verstehe schon, man geht von einer These aus.

B: Gut, der historische Ansatz, der ist natürlich bedingt, das ist eh klar, das gab es ja einmal, das war ja einmal so, aber da haben sich Zeiten und Strukturen so massiv geändert. Also die Einfachheit des wir gegen sie, das gibt es ja alles nicht mehr. Die Einfachheit ein Feindbild aufzubauen.

E: Vor allem gerade solche Begrifflichkeiten, wir haben über das Wort in den letzten hundert Jahren nie diskutiert. Aber gerade solche Begrifflichkeiten müsste man, bevor man sie festsetzt, für einen selbst wirklich sehr lange diskutieren. Was ist damit gemeint, was heißt das, was heißt das für uns, heißt es das nur für uns so, was versteht die Öffentlichkeit darunter. Solche Begrifflichkeiten sind wichtig, dass, wenn man sie verwendet, irgendwie weiß, wie man sie einsetzt, darum bin ich da jetzt auch so zurückhaltend.

B: Man merkt das ja auch zum Beispiel an der Pervertierung des Begriffs Mainstream jetzt im Licht dieser Putin - Ukraine Geschichte, wo der Begriff der Mainstreammedien jetzt von dieser Seite verwendet und propagandistisch ausgeschlachtet wird und so verwendet wird, dass er wieder etwas ganz etwas anderes bedeutet, als er eigentlich bis davor bedeutet hat. Also die Mainstreammedien, den Begriff kann man heute nicht verwenden, ohne dass da diese Geschichte mitschwingt. Also auch die Begrifflichkeiten an sich unterliegen einer Konjunktur und bedeuten auch alle paar Jahre dann etwas anderes, wenn einfach neue Elemente dazukommen und neue Projektionen draufgehäuft werden.

E: Und solche Etikettierungen sind wirklich schwierig, danke Martin, weil es so oft missbraucht wird. Also es werden dann Dinge, die per se positiv und gut besetzt waren, propagandistisch von irgendwelchen Seiten so umdefiniert, dass sie dann eine negative inhaltliche Ausrichtung bekommen. Also da muss man wirklich aufpassen. Wir wollen weiter engagiert sein, für Kultur, für Menschen, für die Umwelt, für Themen, die relevant sind auf dieser Welt, wir wollen informieren. Es haben nicht immer die Recht, die am lautesten schreien. Manchmal haben auch die Recht, die leiser sprechen, ja, symbolisch gesagt. Wir wollen auch diesen eine Stimme geben und ihnen Gehör verschaffen. Es ist nicht alles irgendwie einfach und zu simplifizieren, manche Dinge sind komplexer. Wir versuchen die Komplexität irgendwie so runterzubrechen, dass man eine Einstiegsmöglichkeit

hat, sich damit zu befassen, und nicht gleich zumacht. Wir wollen trotzdem kein Besserwisser-Bildungsradio in dem Sinn sein, ja, weil der Mensch hat es schon schwer genug, und es soll ja ein Vergnügen sein uns zuzuhören und Engagement ist keine Bestrafung, sondern ist ja etwas Positives.

B: Es soll eher etwas Lustvolles als etwas Bestrafendes sein.

E: Das ist so unser Versuch.

B: Wer zum Thema Gegenöffentlichkeit sicherlich etwas Gescheites sagen kann, nicht jetzt im Bezug auf Radio, sondern im Bezug auf österreichische Medien, ist der Armin Thurnher, weil der erstens schon ab dem Zeitpunkt, wo das entstanden ist, siebziger Jahre, dabei war und sich dazu immer etwas Gescheites gedacht hat.

E: Und der Falter natürlich dafür steht auch.

B: Natürlich, wenn ich den Begriff jetzt definieren müsste, würde ich den Thurnher fragen, wie er das sieht.

I: Mhm.

B: Weil ich denke mir, dass sich der da in Österreich wahrscheinlich am meisten dazu überlegt hat.

I: Aber grundsätzlich muss ich sagen, hat mir das Gespräch auch sehr geholfen, also eure Standpunkte werden da schon sehr klar. In diesem Sinne danke für das Interview.

E: Gerne. Gutes Gelingen.

I: Danke.

Interviewtranskription – PiratInnenradio

I = Interviewerin

W = Regine Wieser

S = Fiona Steinert

I: Einmal als Einstieg: Ich weiß nicht, wer beginnen mag, einfach wem als erstes was einfällt. Was hat euch persönlich dazu bewegt Radio zu machen?

W: Also ich habe als Pressefotografin für die „Volksstimme“ und den „Salto“ gearbeitet und bin mit einer Redakteurin mitgegangen zu einem Termin, wo es darum gegangen ist einen Radiopiraten zu treffen, und da habe ich gesagt, den kann man ja nicht fotografieren, wozu gehe ich mit, das ist ja alles streng geheim. Da hat sie gesagt, ja es ist ok, sie hat gefragt, ich kann mitkommen, dann habe ich halt Fotos gemacht, die sozusagen niemanden erkennbar abgebildet haben, sondern eher Utensilien, und bin dann dabei gesessen, wie sie Interviews, also das Interview gemacht hat, vor allem mit Tommy Madersbacher, und da habe ich mich dann eingemischt und habe gesagt, na gibt es ein Frauenradio bei euch auch. Na, da gibt es kein Frauenradio, na wenn du meinst, dass es notwendig ist, dann mach eins. Das war auf die Nette - eingeladen. Und dann, ich war, zu der Zeit habe ich auf der WU studiert und war in der Frauengruppe von der WU, und da ist es eher zack dahingegangen zu der Zeit, und da habe ich mir gedacht, ah das könnte doch ein Impuls für uns sein, und so war es dann teilweise auch. Es ist zwar wahnsinnig viel Arbeit auf uns zugekommen, aber es sind doch alle dabei geblieben, und es sind noch Frauen dazugekommen dann.

I: Und wann hat das begonnen?

W: Mmh, das weiß ich jetzt wieder nicht. Irgendwann 91, kann das sein?

S: Ich bin 92 dazugekommen, und da wart ihr ja schon total etabliert.

W: Ah so, es war 91, ganz schnell, so viel hat es da nicht gegeben. Also ich glaube, wie wir dazugekommen sind, hat es so fünf, sechs verschiedene Radios gegeben, und dann ist es, also Filzlaus hat es schon gegeben, Insane, glaube ich, hat es schon gegeben, weiß ich jetzt nicht, dann eben Boiler natürlich, die waren ja,

S: Hotzenplotz.

W: Hotzenplotz, genau. Ich glaube, das war es eh schon.

S: Echt?

W: Ah ja, und Radio TU, natürlich.

S: Mhm.

W: Ich glaube, da gab es dann auch so, so Gemeinschaftssendungen am Sonntag, weil es ja nicht viele Leute auch waren, das ist dann halt immer größer geworden. Diese Gemeinschaftssendungen waren so call ins, COD war noch, ich glaube, die waren auch noch vor uns, aber es ist so schwierig, man vergisst das alles, verschiebt sich alles ineinander und. Aber Filzlaus war auf jeden Fall, Boiler, Radio TU und Insane, glaube ich auch, und Hotzenplotz.

I: Und eine Call-in-Sendung, wo alle zusammen waren, oder wie?

W: Genau, wer halt da war, und dann ist abgehoben worden, und dann haben halt manchmal auch Uni-Rektoren angerufen, also es war ganz nett, und die Verfolgung war da minimal, manchmal, und dann ist es halt wieder stärker geworden. Aber auf der TU ist es eigentlich eh eine Zeit lang ganz gut gegangen, am Anfang. Ja, und ich bin grad so dazugekommen, dass ich nicht mehr so auf Bäume klettern habe müssen.

I: Aha!

W: Das ist mir entgegengekommen, weil ich bin nicht sehr sportlich, wahrscheinlich wäre ich auch beim Weglaufen nicht so gut gewesen. Nein damals ging es noch. Aber Antennen haben wir noch so Kurse gekriegt, wie wir die selber bauen, also da war schon.

S: Die habe ich schon nicht mehr gekriegt, die Antennenkurse.

W: Der Wolfi und der Edgar haben das

S: Alles schon total etabliert. Dafür bin ich auf Bäume gekraxelt.

W: Ja stimmt, da gab es dann so eine Phase, gell.

S: Ja, das war die Schlussphase.

I: Und in der Anfangsphase wurde es auch mehr verfolgt, sozusagen, durch die Post?

W: Also am Anfang schon. Wie es dann auf der Uni war: ich denke, dass dieses auf einer Uni Senden schon einen gewissen Schutz bedeutet. Also da ist eine Akzeptanz da, von einer gewissen Öffentlichkeit, die ja einen Stellenwert hat, ja und deswegen, nehme ich mal an, ist es wahrscheinlich vom Bürokratischen her auch schwieriger.

S: Es gab ja schon auch, ich meine nicht ganz in die lange Vorgeschichte gehend, aber dass es mehr so drei Phasen gegeben hat, eine noch außerhalb der Unis, free floating, und dann an die Uni zu gehen, weil ja dort auch jeweils der Rektor das Hausrecht hat und da die Polizei nicht rein darf.

W: Ja aber die ist ja dann trotzdem rein.

S: Auf die Uni ist die Polizei rein?

W: Mhm. Na wie der Gerhard vom Schillerplatz, der Große, der Dünne

S: Ja, ja

W: Und der ist oben gestanden,

S: Okay

W: dann bei der Wendeltreppe rauf und hat irgendwie den Sender nicht losgelassen, ja da sind zehn so in voller Montur

S: Aha

W: also so Wega-mäßig, sind so reingestürmt,

S: Na servus

W: und diese Wendeltreppe, das war so eine alte, schwache, metallene Wendeltreppe, das war so ein totaler Lärm und ja.

S: Ich habe die Geschichte immer so gekannt, man geht auf die Uni, weil dort das Risiko vermindert ist und die Polizei nicht unmittelbar

W: Ja stimmt, das war am Anfang, da hat der Rektor das Hausrecht, und deswegen kann die Polizei nicht kommen. Aber sie ist trotzdem gekommen, und es war auch, bilde ich mir ein, relativ unsicher, ob sie wirklich nicht kommt, weil mit Funkgeräten haben wir geschaut, dass wir nicht mit einem Sender in der Hand erwischt werden, weil alles andere war ja nicht strafbar, einfach daneben zu stehen. Und dazu ging es noch darum, den Sender zu schützen, weil der war ja nicht billig.

I: Der wurde beschlagnahmt?

W: Der wurde beschlagnahmt, und vor allem den konnte man nicht im Geschäft ums Eck kaufen, sondern der hat zusammengebaut werden müssen mit Teilen, die auch nicht in Österreich vorhanden waren, oder nicht alle, die aus der Schweiz eben gekommen sind, und das war dann, das hat eben, wenn man nicht zwei, drei Sender parallel gehabt hat, dann gab es einen Sendeausfall.

I: Mhm.

S: Dann ist es halt vorbei. Und das zusätzliche Problem war, dass alles, was an dem Sender dranhängt, immer mit beschlagnahmt worden ist.

W: Genau, deswegen hat man das abstöpseln müssen.

S: Weil das hat zu einer Sendeanlage gehört, und man will das irgendwie, wie kriegt man die verschiedenen Teile auseinander, damit der Schaden nicht so groß ist. Und irgendwann ist, ich weiß diese Zahlen nicht mehr, ich kann mich nicht mehr erinnern, wie viele Sender das waren, die beschlagnahmt worden sind, ..zig, ..zig.

W: Viele, also am Anfang waren ganz viele, da haben sie ja mehr gebaut gehabt, da gab es ja auch ein eigenes Seminar, das der Christoph Lindenmaier gemacht hat, auf der Publizistik, und da ging es darum, wie baue ich einen Sender, also rein theoretisch. Der ist schon gestorben, gell.

S: Mhm. Vor ein paar Jahren.

I: Also zusammenfassend kann man sagen, am Anfang war es etwas heikler, dann gab es eine relativ etablierte Phase, und dann zum Schluss wieder nicht, oder?

W: Es war so oszillierend.

S: Ich denke mir, es hat auf jeden Fall von der Anzahl der Gruppen, die sich beteiligt haben, und der Kontinuität des Sendebetriebs, hat es dann eine, und im Nachhinein finde ich interessant zu schauen, eine sehr kurze Phase, weil das war Ende 92, 93, Anfang, das war ein knappes Jahr oder so, wo relativ viele Gruppen gesendet haben, und dann kam das Regionalradiogesetz, und damit war der ganze Spaß auch auf den Unis vorbei, und sind wir dann noch einmal in ein paar so Einzelaktionen in den Wienerwald, und da habe ich diese Erinnerungen da im Steinbruch.

W: Aber da seid ihr nachher zu mir gekommen oder so. Irgendetwas war da.

S: Na ja, du warst halt die Nächste. (lacht)

W: Ja eh, aber ich war nicht mit, und ich habe es so fast vor Augen.

S: Wir waren im Sieveringer Steinbruch, und wir sind da völlig unschuldig, haha, gesessen und haben eh nur eine Sendung vom Band abgespielt.

W: Aber da war der Alex auch dabei, gell?

S: Da war der Alex und die Andrea und noch irgendwer und ich.

W: Mhm.

S: Und plötzlich schaue ich da diesen Steinbruch hinauf und den ganzen Waldrand oben ist alles voller Polizei.

W: Nicht wirklich.

S: Völlig irre.

W: Wie der Angriff von den Indianern.

S: Ja, ja, nur dass die irgendwie Flinten in der Hand gehabt haben. Wir sind dann losgestürmt, und du warst dann die Nächste, und irgendwo waren wir Zuflucht suchen.

W: Ihr habt dann getrunken und habt euch wieder versucht zu beruhigen.

S: Ja da waren wir schon.

W: Das war so aufregend.

(beide lachen)

I: Ein Wahnsinn.

S: Nein, ja das ist in der Erinnerung wahrscheinlich auch ein bisschen dramatischer als es letztendlich war. Es war einfach ein Beispiel dafür, wie absurd.

I: Überdimensionierter Einsatz.

W: Aber ganz am Anfang war ja einmal ein Hubschrauber auch dabei.

S: Aber das war noch in Salzburg, oder?

W: Ich habe mir gedacht, das war in Wien. Weil da gab es von den Grünen dann die Anfrage, die dringliche Anfrage, was das an Kosten verursacht hat.

S: Ja, ja.

W: In welchem Verhältnis das steht und, das war, glaube ich, ziemlich am Anfang. Auch irgendwo da im Neunzehnten, irgendwo die Wiese runter und da so bei mir die Assoziation mit „Kottan“ irgendwie, weil da gibt es ja auch so eine Szene.

S: (lacht) Das stimmt, das war schon „Kottan“-reif, manchmal, ja.

I: Ja wie war das bei dir? Was hat dich dazu geführt?

S: Na die Uni war eh bei mir auch so ein Ansatzpunkt. Ich habe jetzt vorher gerade überlegt, was für eine Sendung das war, die, also ein Freund von mir war da irgendwie dabei, und der macht eine Sendung und so, ich kann mich aber nicht mehr erinnern, was für eine Sendung das war, die der gemacht hat.

W: Wie hat der geheißen?

S: Der Andreas.

W: Ah so der Andreas.

S: Ja.

W: Na eh bei der Publizistikschiene, oder?

S: Aber wie die geheißen hat?

W: Das weiß ich nicht. Dort war der Thomas, und der Albin war auch.

S: Radio Audimax? Nein, nein, die haben irgendetwas Eigenes, noch vorher.

Na, und jedenfalls war dann eben, von wegen etabliert, es war gerade die Phase, in der so eine tägliche Veranstaltungssendung aufgebaut worden ist.

W: Wirklich, da bist du eingestiegen, bei einer täglichen, wirklich?

S: Ja, ja, beim Stadtplan, und da haben sie halt noch eine Gruppe gesucht, die was zum Thema Theater macht, und ich habe damals Theaterwissenschaft studiert, und wir waren da irgendwie eine recht rege, aktive Institutsgruppe, und dann haben halt ein paar Leute gesagt, sie haben Lust, was gemeinsam zu machen, und dann haben wir halt eine Theatersendung gemacht, jeden Freitag.

W: So spät bist du dazugekommen, das hätte ich nie geglaubt.

I: Was glaubt ihr, was habt ihr für einen Eindruck, was war der Ansporn, das Piratenradio zu gründen?

S: Ich glaube schon viele Einzelmotivationen, das war halt aufregend, also wie man da eben aus den lustigen Anekdoten dazu hört, schon auch ein Männertrupp, würde ich jetzt sagen, der halt da Indianer im Verhältnis zu den Cowboys gespielt hat, aber natürlich dahinter auf der anderen Seite die Idee, da gibt es halt dieses Radiomonopol, und eigentlich ist das kein Zustand. Eigentlich sozusagen ist absehbar, dass das nicht ewig halten wird, dass dann aber die große Kommerzialisierung ausbricht rundherum, dass es aber schon noch eine ganze Menge Themen gibt, die eigentlich eine Öffentlichkeit brauchen, und es hat sich schon das PiratInnenradio eben aus sehr vielen Gruppen zusammengesetzt, die halt so viele verschiedene, sogenannte unterrepräsentierte Themen bearbeitet und behandelt haben, und natürlich ist immer sozusagen aus einer persönlichen Motivation heraus, dass man das gerade selber wichtig gefunden hat, und sich herausgenommen hat, dazu auch was zu sagen zu haben. So würde ich es grob beschreiben.

I: Mhm, bei dir auch?

W: Also bei uns war das schon sehr lustvoll dann, so eine Stunde oder zuerst eine halbe Stunde zu gestalten, wo wirklich, also das war sozusagen unser

Motto, nur Frauen zu hören sind, und nur Frauen machen das. Also manchmal haben wir halt noch jemanden gehabt, der uns eine Antenne irgendwo hingehalten hat oder irgendwas eingestöpselt hat, ja peinlich, aber doch, ganz autonom waren wir nicht immer, aber ja, das war lustvoll und gleichzeitig aber auch schwierig, weil da gingen dann die Fragen halt hoch, ob wir, sozusagen nur wenn Frauen Musik senden können, nur wenn Frauen zu hören sind, oder nur wenn Frauen in der Gruppe spielen, und das war ein Feld, das sehr schwierig zu beackern war, weil einerseits Mainstream wollten wir nicht senden, und anderes war dann meist durchmischt und nur Frauengruppen, die Musik machen, gab es nicht so viele, ob wir uns total an irgendwelche Vorgaben halten sollten, die wir eh selber verändern können. Ja, aber es war sehr lustvoll, da quasi was, also einen reinen Frauenraum praktisch zu gestalten, auch von den Themen her, da Dinge, die uns interessiert haben zu der Zeit, wir haben auch miteinander Bücher gelesen. Es ist recht viel so in die Richtung feministische Linguistinnen gegangen, also wir haben uns sehr viel mit Sprache auseinandergesetzt, so am Anfang bei den Sendungen. Das waren halt die Themen, mit denen wir uns auseinandergesetzt haben in der Frauengruppe, und die haben wir da hineingetragen, und das war, ja lustvoller als nur zack halt so von Treffen zu Treffen zu gehen.

S: Was da so wesentlich ist, ist halt ein kreativer Vorgang eine Radiosendung zu machen.

W: Eh.

S: Und das dann auch mit nicht wahnsinnig ausgefeilten technischen Mitteln zu schauen eben, was kann man mit einfachen Mitteln produzieren, und dass da eigentlich, finde ich, zum Teil tolle Sendungen herausgekommen sind und es einfach schön war, da so ein Produkt zu haben.

W: Also durch diese Call-in-Sendungen hat man dann auch Feedback gekriegt irgendwann, weil Radio war sonst so eher abgeschnitten vom Feedback, und da war man dann, eben diesen, wie hat es geheißen, das Einsammeln von Piratensteuer, PiratInnensteuer genau, und wir haben dann, und da kam dann ganz viel Feedback beziehungsweise halt, vor allem sie haben uns gekannt, also wir haben ja nicht einmal gedacht, dass so viele Leute, die jetzt auf Konzerte gehen, auch das Radio kennen, und das war dann ganz super, das war einfach ein Motor dann weiterzumachen, weil man es nicht nur für sich macht, sondern

man kann auch sozusagen da auch noch jemanden erreichen oder was weiterbringen, vielleicht ein bisschen was verändern.

I: Ja eben, mit Themen, die eher unterrepräsentiert waren?

W: Genau.

I: Habt ihr das Gefühl gehabt damals, dass das wirklich umgesetzt wurde, was ihr da angestrebt habt? Also dass es ausreichend umgesetzt werden konnte, oder hättet ihr euch da noch mehr gewünscht?

W: Also es war, also für mich, also von der Wirkung her?

I: Ja.

W: Was wir erreichen haben können, oder was?

I: Genau.

W: Das war mehr als wir uns gedacht haben, von den Leuten, die wir erreicht haben, hätten wir nicht gedacht. Wir haben es selber gehört, oder Leute, die wir gekannt haben, aber dass dann noch Leute, die wir nicht einmal kennen, sich das anhören, das war schon super. Also es motiviert einfach auch weiterzumachen.

I: Mhm, und habt ihr das Gefühl, wird das jetzt heute ausreichend umgesetzt in der jetzigen Radiolandschaft, diese unterrepräsentierten Themen irgendwie an den Mann und die Frau zu bringen?

S: Das ist eines der schwierigsten Themen, da irgendwelche Aussagen zu machen, ja.

I: Ja, einfach eine persönliche Sicht der Dinge. Das soll jetzt auch keine Studie werden.

W: Also ich oute mich jetzt als Nicht-Radiohörerin. Ich komme einfach nahezu nicht mehr dazu. Und so eine Zeitlang habe ich es versucht unterwegs irgendwie über das Handy, und das reißt aber immer ab. Und wenn ich einmal nach Hause komme, dann höre ich nicht Radio, sondern lege mich ins Bett, oder ich lese was. Also es ist, Radio ist nicht mehr so das Medium wie damals, für mich jetzt.

I: Mhm.

S: Ja aber es hat sich ja insgesamt, sowohl die Radiolandschaft als auch das Radiokonsumieren total verändert. Ich weiß nicht, wie viele Leute tatsächlich analog Radio hören, wo Radio wahrscheinlich eher ein Hintergrundgeplätscher ist, also ich würde einmal annehmen, dass inzwischen viel gezielter Radio gehört wird, was ja damals schon noch so eine Kernbotschaft war, ja. Sowohl das

PiratInnenradio, da war das Hören, glaube ich, noch einmal eine andere Geschichte oder mehr sozusagen ein solidarischer Akt oder so was. Aber vor allem in der Freien Radio Zeit ging es halt (Das Gespräch wird kurz von Kirchenglocken unterbrochen.) Eben dass das Radio-Formate sind, wo es eben nicht plätschert, sondern wo man ganz gezielt andrehen muss und sagt, ich will jetzt diese Sendung hören und danach kommt eine Sendung, die mich möglicherweise gar nicht interessiert, oder ich werde neugierig auf irgendwas, wo ich bisher noch nicht wusste, dass mich das auch interessiert.

I: Wenn du so was heute suchst, wo würdest du aufdrehen, oder gibt es das einfach nicht mehr?

S: Na ja das ist schon, das ist für mich schon durch Radios wie Orange verkörpert, wobei ich mich als Ö1 Hörerin outen muss.

W: Ja das ist das, was ich noch höre, wenn ich gezielt höre.

S: Und das kann ich aber ganz schlecht beurteilen, ob sich das verändert hat über die Jahre. Da laufen oder da werden viele Themen behandelt, die jetzt auch nicht gerade der Mainstream sind oder so, aber das hat einen anderen Kontext. Ich meine sozusagen, das was die Freien Radios halt machen, ist, was ich vorher auch gemeint habe, es ist gewissermaßen eine authentische oder authentisch formulierte Botschaft, die da rüberkommt, weil sie von den Leuten produziert wird, die sich eben halt mit einem bestimmten Thema befassen und da sozusagen eine bestimmte Expertise haben aus der eigenen Betroffenheit, unter vielen Anführungszeichen. Und da kriege ich einfach was anderes, ja, als eben, wenn eine JournalistIn erzählt und ein Thema aufbereitet. Und ich weiß nicht, ich bin keine Internet-RadiohörerIn, aber ich nehme mal an, eben dass Leute, die sozusagen grundsätzlich so einen Zugang zum Radio haben, dass sie gezielt sich Sachen suchen und dass das inzwischen vermutlich auch stark auf diesem Weg passieren wird.

I: Mhm. Ja würdet ihr sagen, das war damals eine Gegenöffentlichkeit? Könnt ihr mit dem Begriff etwas anfangen?

S: Ja, ich würde das schon sagen.

W: Auf jeden Fall. Also ich finde den Begriff nicht so glücklich, aber ja, eindeutig.

I: Was wäre für dich passender?

W: Keine Ahnung, das ist natürlich eine berechtigte Frage, wenn ich das schon so sage, aber ich weiß nicht. Ich weiß nur, dass ich immer wieder, wenn ich

Gegenöffentlichkeit höre, denke ich mir immer, das passt nicht, aber was es letztlich ist? Es trifft es wahrscheinlich gut.

S: Aber wenn man es so einbettet, dann ist „Gegen“ halt eher ein Begriff, der, finde ich, für damals schon durchaus gepasst hat, im Sinne dessen, dass es auch eine Protestbewegung war.

W: Antiöffentlichkeit!

S: Antiöffentlichkeit, genau. Das ist gut, das Wort.

W: Also zu damals hätte es gut gepasst. Da hat es unsere Antis gegeben.

S: Ja eben, erstens gab es sozusagen und gibt es ja immer noch, inzwischen sind sie, glaube ich, nicht mehr als Antis formuliert, eben gewisse Grundsätze, die sich gegen etwas richten, gegen Sexismus und gegen Rassismus und so weiter, und sich eben auch bewusst in Opposition stellen zu dem, was man halt rundherum hört, ja. Inzwischen, glaube ich, ist es eher, oder wenn man sozusagen auf das ganze Gefüge schaut, geht es um so was, wie ein komplementäres Medium zu sein, und sozusagen Aufgaben, die der Rest nicht erfüllt, wahrzunehmen.

W: Und was für mich damals sehr spannend war, mich einfach mit dem Medium auseinanderzusetzen, was das Medium alles kann.

S: Mhm.

W: Und wie es bisher genutzt wurde, auch von mir, und was angeboten wurde, und was das Medium sozusagen mit geringen Kosten eigentlich alles könnte. Dass eben der Zugang von Gruppen, die einfach kein Geld haben, die nicht einmal das Geld haben, dass sie Druckwerke, Flyer oder was immer unter die Leute werfen, dass die einfach über dieses Medium ganz, ganz, ganz günstig sehr viel mehr Leute erreichen können. Und das hat mich immer sehr fasziniert. Damit hat er mich gehabt, der Herr Madersbacher. Na so vom Überbau.

S: Ja klar.

W: Abgesehen von unserem zachen Frauengruppenalltag.

S: Es ist halt ein, nach wie vor denke ich mir, es ist letztendlich ein sehr niederschwelliges Medium, gut, wo man schon eben eine gewisse Grundtechnik braucht, aber in Wirklichkeit ist die im Verhältnis, also im Verhältnis zu Fernsehen sowieso, ist die eben sehr unaufwändig, und eben man braucht, man muss jetzt nicht einmal der Schrift mächtig sein, um dieses Medium nutzen zu können.

W: Genau, das stimmt.

S: Und das macht es zugänglich für Menschen, denen andere Kanäle einfach nicht zugänglich sind. Also ich finde, dass einfach in jedem Moment, wo irgendeine neue Gruppe dazugekommen ist jetzt, mehr sozusagen aus der Orange-Anfangszeit, ich meine, das war einfach schön, ja, schön das zu sehen, wenn da Leute kommen und entdecken, wie einfach das ist, und eben auf einmal merken, das ist jetzt ihre Stimme im Radio. Und das ist nicht nur irgendwas, wo irgendwelche drei Berühmtheiten oder so, ja sich artikulieren können, nicht so ein Tempel, sondern eben das, finde ich, ist schon immer noch das Gegenmoment, vielleicht ein bisschen, ja weil es einfach ein gestürmter Tempel ist. Oder das war der, das was so ein bisschen historisch an der ganzen Geschichte war.

W: Das schafft wirklich so, so einen Lift zur gleichen Augenhöhe dann, und das ist super.

S: Das ist einfach eine Ermächtigung, eine Selbstermächtigung im wahrsten Sinne.

I: Also, es ist mehr komplementär dann für euch gewesen, also konnte ich das jetzt richtig raushören, als „Gegen“? Aber natürlich diese andere Position.

W: Es ist schon okay, es ist nicht optimal, aber „Gegen“ ist schon okay.

I: Wie wäre das dann heute? Wie würdet ihr das heute definieren, wenn ihr das müsstet? Wäre es dann noch immer ein Gegenstandspunkt, oder wäre es dann mehr eine Ergänzung à la komplementär, oder würdet ihr finden, es haben beide Begriffe nicht mehr wirklich die Berechtigung, sondern es müsste irgendwie noch eine dritte Definition her dafür?

S: Die Frage ist halt, ob, sozusagen was ist möglich an Formulierung von dieser Eigenständigkeit dieses dritten Sektors, ja, weil sich alle, sowohl das „Gegen“ als auch das „Komplementär“ halt immer auf irgendwas anderes beziehen, ja, und immer sozusagen über die Abgrenzung arbeiten, ich glaube, das ist so nicht ganz befriedigend dran. Aber letztendlich, eben, also ich würde das so sehen, es geht um verschiedene Aufgaben, die verschiedene Sektoren in der Medienlandschaft erfüllen. Ob man den kommerziellen Sektor unbedingt braucht, kann ich nicht sagen, weiß ich nicht, ja.

W: Arbeitsplätze, kannst immer brauchen.

S: Ja, aber vom Output her, ja.

I: Inwiefern hat denn alternative Mediennutzung bei euch im PiratInnenradio eine Rolle gespielt, also dass man einmal etwas anderes probiert zu senden, eine andere..

W: vom Format ..

I: Form von Format.

W: Anders war wichtig.

S: Das war das Oberste, ja, ja, das Wichtigste von allem.

W: Keine Männer bei uns zu hören, das war ganz wichtig. Nein, das gehört dazu, das ist im Package mit drinnen, wenn man das nicht macht, dann ist man ja schon wieder Mainstream, das geht ja nicht.

S: Also ich würde auch sagen, also für uns in der Gruppe war das genau das Lustvolle an der Sache.

W: Gut, ja das sowieso.

S: Halt da herumzuspielen und also zum Teil dann auch, ich erinnere mich an ein Interview mit zwei, also wir haben dann ganz, oder unser Ansatz war zu sagen, wir wollen da halt möglichst nicht in so eine JournalistInnenrolle kommen, sondern möglichst die Leute aus der freien Theaterszene, denen möglichst viel Platz geben quasi, ja, und haben daher jetzt auch nicht so ganz klassische Interviews geführt, sondern halt viel einfach das Mikro laufen lassen und die erzählen lassen, und da waren, ich weiß jetzt nicht mehr, was für eine Gruppe das war, aber zwei Typen, die dermaßen selbstherrlich da vor sich hin, sich eben daran ergötzt haben, sich reden zu hören, ja, und wir haben das dann halt ziemlich zusammengeschnitten, das war lustvoll, das war super (lacht). Aber natürlich auch mit dem Wissen, also das ist was, das geht in diesem Kontext, ja. Also das könnte ich mit irgendwelchen Objektivitäts- und sonst wie Ansprüchen, könnte man das nicht machen, ja. Und das hat dann so extrem Spaß gemacht, ja.

I: Wen habt ihr denn mit dem PiratInnenradio erreicht? Hattet ihr da irgendwie einen Überblick? Also ich habe gehört, bei den.

W: PiratInnensteuer, bei den Konzerten, beim Eingang, wo wir da begonnen haben, ja da haben wir Rückmeldungen bekommen.

S: Also ich muss ja sagen, außer bei den Konzerten und den

W: Call-in-Sendungen

S: Von der Sendung her war das für uns also überhaupt kein Thema.

W: Überhaupt nicht?

S: Nein, das hat uns, also in meiner Erinnerung zumindest hat das irgendwie uns nur sehr mäßig interessiert.

W: Also wir haben uns natürlich gegenseitig auch immer wieder gehört, und dann waren wir sehr glücklich, wenn jemand anderer dann was Qualifiziertes sozusagen gefragt hat oder gesagt hat. Die Call-in-Sendungen, da haben wir eben etwas mitbekommen, und wenn wir Interviews gemacht haben, dann haben wir auch, also da kriegt man natürlich mit, kennen die einen oder kennen die einen nicht, haben die schon etwas gehört. Ja, das war auch sehr fein immer zu merken. Weil die Gruppen, für die wir uns interessiert haben dann oder Einrichtungen, die haben uns auch gekannt. Ob sie uns gehört haben oder ob sie einfach über uns gehört haben, weiß ich nicht, aber das war eben fein, zu merken, man macht da jetzt etwas, was schon wahrgenommen wird.

S: Aber eben die Frage ist, ob das nicht vielmehr auf eben in diesen persönlichen Kontakten und so weiter, also eine Wahrnehmung im Sinne von Kennen, dass es das gibt, und eben das auch spannend finden, als tatsächlich die Sendungen zu hören waren, aber ich weiß es nicht.

W: Nein, also zum Beispiel wir haben, ich weiß nur, da haben wir einmal ein Interview gemacht, jetzt weiß ich nicht mehr wie, weiß ich nie die Namen – Schall und Rauch – aber jedenfalls, da hätte ich mir nicht gedacht, dass die, das waren zwei Frauen, dass die das schon einmal gehört hätten, und die haben dann wirklich, haben gemeint, das und das hat ihnen gefallen, also wirklich, da ist man dann baff, also, ja. Also ich jedenfalls, ich war immer total glücklich, wenn ich gehört habe, dass uns jemand gehört hat, der über den Dunstkreis hinausgegangen ist, und da reicht auch eine Person. Es geht jetzt nicht so sehr um die Quantität, sondern eher um die Qualität auch, ja schon.

I: Ja.

S: Ich habe das zum Beispiel, bin dann, wann war denn das, ich kann das nicht mehr so gut zuordnen, aber es hat, irgendwie haben wir uns dann angefangen so in diese, vor allem deutsche Vernetzung von Freien Radios einzuklinken, und da gab es dann, irgendwann haben die angefangen so Hörfestivals zu organisieren, wo dann auch eines in Wien stattgefunden hat, und da, also diese Hörfestivals haben darin bestanden, sich eben nach verschiedenen Themen gruppiert und so weiter, Sendungen gemeinsam anzuhören und dazu zu diskutieren. Und das

habe ich total genossen, ja, denn das war wirklich so eine, also das war eine Mischung von Leuten, die sich was anhören, die aber selber gleichzeitig RadiomacherInnen sind, und aus dem, sozusagen die Produktionsbedingungen kennen, und dann war natürlich schon auch das Tolle, dass es lauter Leute, sozusagen die in Radios, die tatsächlich senden, und so einen, eben bisschen etablierteren Kontext haben, insofern, siehst du, das muss wahrscheinlich gewesen sein in dieser Zwischenzeit nach dem Ende.

W: Ganz sicher.

S: Ja, muss wohl gewesen sein. Genau, weil dann halt noch einmal so das Moment war, okay da wird jetzt nicht für die, also sozusagen unsere Sendungen, die alle in der Schublade landen, aber ich bin deswegen verwirrt, weil ich erinnere mich, wie ich in Hamburg war, das war noch zu PiratInnenzeiten, weil da ist eine Sendung von euch dort vorgestellt worden, ganz klar, da bin ich hundert Prozent sicher.

W: Echt? Das weiß ich gar nicht.

S: Ja, ja, und die ist ziemlich wild diskutiert worden.

W: Aha, welche war das?

S: Weiß ich nicht.

W: Mir ist jetzt nur eingefallen, dass wir total erstaunt waren, wie wir das erste, wir haben ja dauernd versucht, Geld irgendwie zu lukrieren, und dann haben wir auch Benefizkonzerte organisiert gehabt, und die haben wir natürlich über das Medium wunderbar bewerben können, aber es hat irgendwie zum guten Ton gehört, hinter jeder Sendung oder in jeder Sendung das auch jeweils zu bewerben, quasi also wer das nicht gemacht hat, hätte nachher eine über den Kopf gekriegt, und dann waren wir aber total erstaunt, das war einmal im WUK ein Konzert, und dann waren plötzlich, also es war schon ganz früh ausverkauft und fast zu viele, also man hat, es war ein Ansturm praktisch, und das hat uns total verwundert, also das sind so, aber da weiß man natürlich nicht, inwiefern das jetzt Leute sind, die jetzt auch Sendungen hören und die auch jetzt wirklich „behirnen“, was da gesendet wird, oder ob das Leute sind, die einfach kommen, weil, das ist ja, ja PiratInnen und so, das ist voll cool und eigentlich illegal, aber wenn ich dann auf das Konzert gehe, dann passiert mir ja nichts, aber ich bin schon wieder ein bisschen fast illegal, also, ja. Aber das hat uns auch erstaunt,

also wir haben eigentlich nie gewusst, wie breit jetzt wir gehört werden, rezipiert kann man gar nicht sagen, aber.

I: Gab es eine Zielgruppe in dem Sinn?

W: Nein, das wäre ja auch wieder, das geht ja gar nicht, war sehr.

I: Oder wen man erreichen wollte, gab es da irgendeine Übereinstimmung von den verschiedenen RadiomacherInnen?

W: Nein.

S: Nein.

I: Hauptsächlich.

W: Das würde ja auch mit dem Medium nicht zusammenpassen, denke ich mir.

I: Mhm, also möglichst vielfältig alle.

W: Genau, es ging ja nicht so drum, möglichst eine bestimmte Zielgruppe oder möglichst viele Zielgruppen zu bedienen, sondern es ging sozusagen um die Verwirklichung des Zugangs zu diesem Medium, und den haben die einzelnen Radios ja de facto gelebt, ja, die haben das gemacht. Also die Zielgruppe war schon einmal da, sozusagen die, und ja alles Weitere war ein Bonus (beide lachen): Dass viele Leute gezahlt haben und dann ganz viele Brötchen gegessen haben oder Wein getrunken haben bei den Benefizveranstaltungen, wir haben, glaube ich, mehr mit dem Catering verdient gehabt als mit dem Eintritt. (beide lachen)

I: Und wie hat das dann funktioniert, wenn man Radio machen wollte? Wie konnte man überhaupt Kontakt knüpfen?

S: Ja irgendwer kennt irgendwen, der jemanden kennt, also.

I: Ja.

W: Und dann ist es ja, also wenn sich jetzt eine ganze Gruppe beworben hat, dann ist es schon teilweise ein bisschen kritischer beäugt worden später. Also da ist es so in diesem Plenum, in dem basisdemokratisch abgehaltenen und ewig zack dahinplätschernden Plenum ist dann teilweise, also natürlich hat jeder senden dürfen, das war zuerst einmal, aber dann ist es schon kritisch beäugt worden, ob die jetzt eben den Antigrundsätzen entsprechen.

S: Und irgendwelche Aufnahmeverfahren oder so?

W: Weiß ich nicht. Es kommt mir, aber so im Ansatz dürfte es, irgendwas klingelt da bei mir, also irgendwelche härteren Zeiten hat es auch einmal gegeben, und es war dann immer so die Frage, das was der Rüdiger macht, ist ja auch nicht

das, na. Ich glaube, da war so die Hardcore-Gruppe, so Wolfi und so, die haben dann teilweise da versucht, ja oder beziehungsweise wo wir halt auch, wo ich mich erinnern kann, wo wir halt dann auch diskutiert oder aktiv waren in der Diskussion war, wenn frauenfeindliche Inhalte in anderen Sendungen einfach über den Äther gegangen sind, oder was halt frauenfeindlich oder diskriminierend uns erschienen ist.

I: Mhm.

W: Weil das ist von anderen nicht so erkannt worden.

I: In anderen Radiogruppen innerhalb des PiratInnenradios?

W: Mhm.

S: Aber das Dazukommen, glaube ich, war, also da war schon so eben, ich habe nicht in Erinnerung, dass da irgendwelche Gruppen...

W: Nein, standardisiert war das nicht.

S: ...gekommen wären und gesagt hätten, wir wollen jetzt Sendungen machen, sondern dass es eher so gegangen ist, dass dann schon irgendwann die Überlegung angefangen hat, na wer soll denn da vielleicht noch dabei sein?

W: Genau, die türkischen Frauen zum Beispiel.

S: Auf Leute zuzugehen und zu sagen, wollt ihr nicht, und wir unterstützen euch dabei.

W: Genau, stimmt.

S: Ich kann mich erinnern.

W: Es war dann so die Überlegung mit fremdsprachigen Programmen, da haben wir eben nichts gehabt.

S: Ja, ja.

W: Das war.

S: Na ich kann mich erinnern, an so einen ganz jungen Typen, der so in der Behindertenbewegung so aktiv war, und wo aber dann eben, wo dann halt von wegen Zugänglichkeit, das klingt dann halt, also da war dann auch klar, das sind auch die Grenzen des PiratInnenradios, weil der ist halt einfach diese steile Wendeltreppe nicht raufgekommen. Dann haben wir halt geschaut, okay wie kann man irgendwie sonst Sendung produzieren und so, aber das war einfach eine klare Einschränkung.

W: Es ist ja dann sogar soweit gegangen, dass teilweise für bestimmte Gruppen gesendet wurde, damit die dabei sind, bilde ich mir jetzt ein, weil die gesagt haben, na dass die nicht selber gesendet haben.

S: Ah so.

W: Sondern die haben sozusagen ihre Beiträge gebracht und entweder aus Angst oder aus anderen Gründen, und dann haben manche eben das in die Hand genommen und haben das gesendet und ja, also es war nicht unbedingt nötig, auch selber zu senden, dann nach einiger Zeit.

S: Mhm.

W: Es ging halt, weil da war schon so ein Konsens, das muss man unterstützen, sozusagen, ich hab alles vergessen, unglaublich.

I: Gab es irgendwelche, gab es Auflagen bezüglich Sprache oder?

W: Na ja eben die Antis, ja.

I: Ja.

W: Also nicht sexistisch, nicht rassistisch, nicht, was war das Dritte?

S: Faschistisch.

W: Faschistisch, noch was?

S: Nein, ich glaube, es waren drei.

W: Nur drei, ja da ist halt oft lang darüber diskutiert worden.

I: Mhm.

W: Weil da eben kein Konsens drüber war, ob das jetzt gegen das verstößt, gegen eines dieser drei Antis oder nicht.

I: Mhm, und.

S: Ich weiß nicht, ich kann mich nicht erinnern, gab es dann auch Diskussionen, à la hat da irgendwer irgendeine Mainstream-Musik gespielt oder so?

W: Na ja der Rüdiger. Das war ja das mit Bananarama (lacht). Das kennst du wahrscheinlich nimmer.

I: Nein.

W: Ja, denk ich mir.

I: Das war Mainstream-Musik?

W: Das war übler Mainstream, ja also auch kaum zum Anhören, also jetzt abgesehen, es gibt ja auch Mainstream, den man hören kann, aber das war wirklich übel. Aber das war dann wieder das Markenzeichen, also üble Dinge spielen.

S: Ja, mit Programm, wie kann ich den Rest am besten provozieren?

W: Das auch, aber es hat ihm auch gefallen, er hat es ja sonst immer gespielt selber.

I: Mhm, und sprachlich, konnte jede Sprache gesprochen werden, Englisch, Deutsch, Französisch, Türkisch?

W: Ja, nur das war eben, das gab es nicht.

S: Ja, ja.

W: Ja, da gab es eben diese Bemühungen, türkische Frauen als Radio zu etablieren, das weiß ich gar nicht, irgendwer hat gesagt, ja, da gibt es eine Gruppe, die könnte Interesse haben, da sind wir.

S: Das ist aber dann nicht mehr zur Verwirklichung gekommen, oder?

W: Ich glaube aber schon, ein oder zwei, ich glaube der Wolfi hat dann eine Sendung von denen gesendet.

S: Okay.

W: Man müsste den Wolfi auch da haben, der weiß sicher alles, ich glaub schon, der Wolfi ist so einer, der das abgespeichert hat (beide lachen).

I: Ja, das ist vielleicht eine Frage, wo ihr wieder sagen werdet, dass es nicht wirklich in euer Gebiet fällt, aber ich frage es einfach trotzdem. Die gesetzlichen Grenzen waren ja damals sehr gesetzt, also da wusste man ja, man macht eigentlich was Verbotenes. Habt ihr das Gefühl, es könnte heute auch noch irgendwo so sein, dass irgendetwas sehr beschränkt ist, dass man sehr aufpassen muss beim Radio Gestalten oder dass man irgendwo seine Meinung nicht wirklich veröffentlichen darf, oder habt ihr das Gefühl, das ist heute eigentlich kein Thema mehr?

W: Ich verstehe jetzt die Frage nicht ganz.

I: Ob einem heutzutage noch irgendwo gesetzliche Grenzen gesetzt werden?

W: Aber inhaltlich?

I: Inhaltlich, genau.

W: Das andere war ja was Formales, weil das Medium ja nicht jedem zugänglich war.

I: Aber es war ja auch inhaltlich durch das Monopol ziemlich begrenzt, also da wurden ja jetzt wahrscheinlich diese Randthemen auch nicht aufgegriffen.

W: Ja, na das war nur deswegen, weil sie eben Mainstream gemacht haben, damit sie möglichst viele erreichen, das ist, also ich glaube nicht, dass die Beschränkung, also ich glaube, das ist eine Vermischung jetzt.

I: Also einerseits möchte ich es natürlich formal wissen, andererseits auch noch inhaltlich.

W: Gut, aber wir haben ja inhaltlich nichts gesagt, was nicht erlaubt gewesen wäre, also das war ja nicht illegal, das Inhaltliche.

I: Genau, aber es wurde nicht aufgenommen von anderen Radios.

W: Also damals war, von anderen Radios

S: ..irgendwas

W: Na ja, ja stimmt Insane, die haben Sachen, also so, was weiß ich, wenn man jetzt sagen würde, ich mache Hanfradio oder so, aber darüber zu reden ist ja auch nicht, also

S: Na ja.

W: und..

S: Also das ist sicher im Freien Radio viel schwieriger geworden, da gab es dauernd irgendwelche inhaltlichen Beschränkungen gesetzlicher Art.

W: Ah so.

S: Also das fängt ja an, also ich finde, die Urheberrechtsregelungen sind total einschränkend beim Radio Machen, kosten ein Heidengeld, und man kann ganz viel, eben, was weiß ich, ich hab da noch längere Zeit bei einer Radiokunst-Sendung mitgemacht, und da haben wir dauernd irgendwie Sendungen nicht abspielen können, weil da halt irgendwelche Mitschnitte aus irgendwelchen anderen Radiosendungen verarbeitet worden sind, die man halt hier nicht spielen kann, ja und die, das ist so ein internationales Austauschprogramm, die anderen verstehen nie, was das Problem ist, dafür haben wir halt.

W: Ist das nur bei uns so?

S: Ja, das ist bei uns besonders streng offensichtlich, weil die anderen da, also ich habe mich da nicht in die einzelnen Ländermaterien hineinvertieft, aber was weiß ich, die Leute, die in UK Programm machen, haben dann halt dauernd das Problem, wenn irgendwer „fuck“ sagt oder so, ja, weil die das nicht über die Kanäle, weil die keine Schimpfwörter abspielen dürfen und so, also das sind, eben das sind zwei unterschiedliche Ebenen, ja, und ich meine, es ist ja auch heutzutage noch so, man könnte ja jederzeit wieder PiratInnenradio machen, ja,

weil es ja auch heute nicht erlaubt, einfach Radio zu machen, sondern man braucht ja eine Lizenz dafür und so weiter, also sozusagen das würde eigentlich immer noch gelten, ja, und mich wundert es ehrlich gesagt eh, dass nicht hin und wieder wer da etwas tut, ja.

W: Stimmt, jetzt wo du es sagst (lacht), völlig richtig.

I: Es gibt dann halt wiederum das Medium Internet, was das fast einfacher möglich macht.

S: Klar, das ist simpler. Ja und es gibt halt irgendwelche vereinzelt Kunstaktionen, wo mit irgendwelchen Minisendern herumgespielt wird oder so.

W: Mhm.

S: Aber und klar, das hat nicht mehr sozusagen die Tragweite der, also die bloße Tatsache des Sendens ist nicht mehr die Message, die es einmal gehabt hat, ja. Also wenn man diese zwei Ebenen vergleicht, dann würde ich, das Vergleichen geht nicht wirklich, aber das eine sozusagen der Rahmen, wo ich mir denke, rein vom Gesetzlichen her, ist der, eben könnte man das immer noch in diesem quasi illegalen Zustand machen und das andere, finde ich, ist aber viel, ich weiß nicht, ob schwieriger das richtige Wort ist, aber ich finde, es gibt viel mehr Grenzen, und es muss über viel mehr Grenzen nachgedacht werden in einem legalen Kontext, als das damals war.

W: Mhm. Stimmt, aber ich habe jetzt gerade einen Workshop gemacht mit Jugendlichen, mit benachteiligten Jugendlichen, und da habe ich mir gedacht, ich mache mit ihnen so eine Art Jingle für die Einrichtung, dass wir das nachher auf die Website stellen und, also allein schon, man darf überhaupt keine Musik verwenden.

I: Ja.

W: Und wenn man es dann, diese GEMA freie Dingsbums, da gibt es da so, dann ist das aber auch nur mit bestimmten Auflagen, und es ist nicht ganz sicher, ob und vielleicht, der Udo hat mir da ganz lang erklärt, und das ist schon ganz unglaublich. Dann hat eine von den Jugendlichen gesagt, na ja, wir könnten ja von YouTube was mitschneiden, das nehmen wir dann (beide lachen).

S: Das ist nicht gerade die alternative, geregelte Urheberrechtsfrage, ja (lacht).

W: Das ist für einen normalen Menschenverstand nicht nachvollziehbar, warum man jetzt, wenn man, das ist ein nicht-kommerzieller Verein, wo einfach mit Jugendlichen gearbeitet wird, damit die ausbildungsfit oder arbeitsfit oder was

immer werden können. Da wird kein Geld damit verdient, da wird gar nichts damit, da hat man nichts davon, dass man das irgendwie großartig verwertet, sondern man bedient sich dessen, und das darf man aber nicht. Das ist absurd.

S: Du darfst ja nicht einmal einen Interviewmitschnitt in einem Lokal, wo im Hintergrund Musik läuft, verwenden.

W: Echt? Das ist überhaupt gut (lacht).

S: Ja. Weil eigentlich musst du Lizenzen auf die Hintergrundmusik zahlen.

W: Unglaublich.

S: Und das hat halt zu der Zeit niemanden irgendwas geschert.

I: Mhm.

W: Das war auch wirklich überhaupt nicht Thema also dort, das ist von keiner Seite, nicht von uns, aber auch sonst von keiner Seite thematisiert worden, dass wir dort Musik spielen. Aber das ist halt auch so eine Internetgeschichte, die Vervielfältigung und Verbreitung und das, was dahinter steht mit den, absurd.

I: Also, gibt es immer noch gesetzliche Grenzen, sind nicht gerade, also gut, damals waren sie wahrscheinlich dann beim Mainstream-Radio trotzdem gegeben, also ebenso wie heute wahrscheinlich, aber für euch hat das halt nicht gegolten und für das Freie Radio heute schon.

S: Ja, ja.

W: Also ich muss sagen, da hat man sich keine Gedanken darüber gemacht, ich hätte das gar nicht gewusst, dass das so ist, ja.

I: Mhm. Und könnt ihr mir noch kurz aufzählen, welche Themen wichtig waren für das PiratInnenradio, ein paar Stichworte?

W: Das PiratInnenradio gibt es ja nicht, also ist das sehr schwierig.

S: Eben es ist halt eine Ansammlung von Einzelthemen gewesen.

W: Und es ist immer die Frage, es waren auch Themen der Menschen, die das gemacht haben, wenn ich, es gibt nicht so dieses Konstrukt.

I: Keine übergeordneten.

W: PiratInnenradio als quasi Wesen, das jetzt eigene Interessen hat.

S: Na ja, aber wenn ich denke, zum Beispiel es gab eben eine, schon damals eine ausführliche Diskussion darüber, ob man so was wie Nachrichten produzieren soll oder nicht.

W: Ah.

S: Und das war schon, das war einer der Momente, oder auch diese Stadtplanveranstaltungsendung hat für mich schon, war schon auch ein Versuch, irgendwas Übergreifendes zu machen, was sehr wohl sozusagen dem Radio als solches irgendeine gemeinsame Identität gibt.

W: Mhm.

S: Und dass man, das hat man ja auch gesehen, das waren die Diskussionen, die nicht zu Ende geführt werden konnten, ja. Oder wäre noch mal interessant gewesen, wenn da noch mehr Zeit gewesen wäre, zum Beispiel wie diese Nachrichtendiskussion ausgegangen wäre. Im Ansatz ist das dann irgendwo, glaube ich, schon umgesetzt worden, aber es war irgendwie immer strittig, wie man mit Inhalten dort umgeht, und welche Inhalte sollen da jetzt rein. Und eben soll es so was Gemeinsames geben, oder sind das die einzelnen Gruppen? Habe ich schon damals, und das ist eine Diskussion, die hat sich weit ins Freie Radio hineingezogen, ja, als eine sehr schwierige Diskussion.

W: Das muss wirklich eher zum Schluss gewesen sein.

S: Ja, das kann schon sein. ANNA hat das geheißen, die alternativen Nachrichten.

W: Stimmt, ja, ja.

I: ANNA, mhm, das habe ich schon einmal gehört.

S: Das hat irgendwie anders geheißen, aber so ähnlich.

I: Gibt es etwas, was ihr beim PiratInnenradio noch hättet verändern wollen?

S: Noch verändern?

I: Also wenn das nicht zu Ende gegangen wäre, was hättet ihr noch machen wollen damit?

W: Ah so, was damit machen?

S: Das ist, finde ich, jetzt so eine Frage von aus heutiger Perspektive oder damals, ja. Das zu trennen geht irgendwie sehr schwer.

I: Geht eh nicht. Das ist eh total subjektiv und kann ja nur aus heutiger Perspektive sein, aber.

W: Na ja nein, also aus der Perspektive von damals kann ich schon sagen.

I: Und was wäre das?

W: Also zum Schluss dann, es ist so zach worden zum Schluss, dass ich, da hätte ich gar nichts mehr verändern wollen, oder es ist so richtig zach ausgelaufen, es hat mir nicht sehr leid getan darum, weil es nicht so wie am

Anfang war, auch nicht so wie in der Mitte, sondern so wie es am Schluss war, ganz anders und die Arbeit dann, eben die Lizenz zu kriegen und die ganzen Statuten für den Verein und alles. Das war dann, das hat irgendwie diese, das war einfach eine neue Phase, ein neues Kapitel, das hat einfach diese Motivation, die vorher für das eine gelaufen ist, eben aufgesogen und das war, es war jetzt nicht so, uh schade, dass es nicht weitergegangen ist, sondern es ist so nach und nach zerbröckelt irgendwie.

S: Es war da kein großes Ringen darum.

W: Nein.

S: Dass man etwas aufrecht erhalten muss.

W: Weil auch, es sind halt auch immer mehr Leute geworden, und die Diskussionen sind immer mühsamer geworden, vielleicht weil man es schon zum 550. Mal durchdiskutiert hat, bestimmte Fragen oder, aber ich denke mir, das ist so ein Schicksal von Projekten, die sehr basisdemokratisch dahinwerfen, dass es sich irgendwann dann erschöpft, und ich glaube auch, dass die Leute, man hat einfach sehr, wir haben jedenfalls, Fiona auch, sehr viel Zeit reininvestiert, und das geht eine gewisse Zeit lang, und dann musst du da irgendwas sehen dann dafür, dass das auch wirklich Sinn macht, und es muss sich auch reimen mit dem, was man sonst noch tut, und womit man überhaupt überlebt. Also es darf nicht irgendwie viel auf der Strecke bleiben zu lange, so gesehen.

S: Eben und halt die Frage ist, wie weit, letztendlich war halt dann doch dieses Sendungsproduzieren ein Mittel zum Zweck, der sich dann halt eben in etwas anderes kanalisiert hat.

W: Stimmt, genau.

S: Nämlich in die Arbeit an dem Gesetzlichen und an dem Lizenzkontext, und es war, und politisch gesehen war das die, nicht unbedingt die logische, aber eine Fortführung. Und ich weiß nicht, für mich hat es halt dann noch einmal angeschlossen eben sozusagen wirklich an der konkreten Arbeit am Aufbau des Freien Radios, die schon stark angeknüpft hat an dem, sage ich jetzt einmal, was wir halt gekannt haben, wie das PiratInnenradio gelaufen ist, dann eben noch mal mit ganz anderen letztendlich auch ein bisschen mit anderen Ressourcen rundherum, letztendlich auch mit finanziell anderen Ressourcen, aber da ist dann, was ich jetzt als Antwort auf diese Frage sagen würde, wäre am ehesten eben das Zugehen auf bestimmte Gruppen, sich da dran zu beteiligen und zu

überlegen, wie wir da mittun können. Und das ist halt genau das, was im Freien Radiokontext dann passiert ist.

I: Mhm.

S: Und die Zeit dazwischen war halt einfach politische Arbeit, würde ich sagen, und die war schon auch ziemlich zack. Da ist nichts und nichts weitergegangen.

I: Das war das, was mühsam war?

W: Nein schon vorher, aber das ist so ineinander übergegangen, weil es hat gegen Ende sehr viel politische oder von der Mitte weg sehr viel politische Arbeit gegeben dann, und die hat sich fortgesetzt, und es ist nur das andere ausgelaufen, eben das Senden. Aber de facto hat sich nicht so viel verändert, es war nicht von einem Tag auf den nächsten alles ganz anders.

S: Nur dass halt eine viel kleinere Gruppe übrig geblieben ist, die eben diese Lizenzarbeit weitergeführt hat.

W: Es ist eine kleinere.

I: Bevor die Lizenz noch vergeben wurde.

W: Ja.

S: Ja, weil das auch einfach nicht mehr so spannend ist, also nur allein so sein Ding durchzuziehen, das ist es nicht, sondern da muss man zusammenarbeiten und auch kontinuierlich an etwas, was jetzt nicht unbedingt mit einem selbst zu tun hat.

I: Und das ist dann mühsam geworden. Oder ich bin mir noch nicht ganz sicher, was das Mühsame war?

W: Nein, nein vorher, vorher als noch gesendet wurde. Es ist so ein Apparat geworden, und ich weiß nicht, je größer es geworden ist, desto weniger, bei mir, ich bin zwar so ein Wir-Mensch, ich lebe sehr vom sozialen Umfeld, und das muss überschaubar sein, sonst gibt es das nicht her, was ich offenbar brauche. Und es ist größer geworden, und es sind immer mehr Leute geworden, auch dazugekommen, mit denen ich nicht so konnte, also die jetzt im Sinn von, da habe ich mich nicht so zu Hause oder nicht so im „wir“ gefühlt, mit denen. Und es wird einfach, wenn mehr Leute sind, dann wird es auch von den Kontakten her loser, ganz klar. Und es hat sich einfach verändert, ja.

S: Ja ich finde, es sind dann halt auch unterschiedliche Interessen deutlicher geworden.

W: Ja, ja, die sind deutlicher.

S: Dann haben Machtkämpfe stattgefunden und alle diese Dinge.

W: Stimmt, die Interessen waren wahrscheinlich auch schon vorher unterschiedlich, aber es war das Gemeinsame.

S: Eben, da war halt noch, wir tun jetzt gemeinsam da.

W: Und wir helfen auch einander, also das war schon ein großer Zusammenhalt da. Und dann haben sich diese verschiedenen Interessen immer mehr herauskristallisiert. Stimmt.

I: Mhm.

S: Und die einen wollten halt einen alternativen Musiksender machen und die anderen aber ein eben linkes Gegenradio, und das hat nicht unbedingt immer zusammengepasst.

W: Und dazwischen hat es auch noch ganz viele andere Sachen gegeben.

S: Ja, eh, mir geht es nur um das Spektrum.

W: Von bis, mhm.

S: Und das ist aber, also jetzt wieder aus der Freien Radio Perspektive gesehen, ist das genau das Spannende an der Sache, eben, wie kann man diese Verschiedenen, wenn man es nur von der inhaltlichen Seite her, nicht nur von der inhaltlichen, auch von der sozialen und politischen und so weiter Seite anschaut, eben wie kann man mit diesen durchaus kontroversen Teilen irgendwie unter einem Dach tun, aber das hat halt die Struktur des PiratInnenradios nicht hergegeben, diese sozusagen, ich will jetzt nicht sagen Ausgleich, weil darauf muss es nicht immer hinauslaufen, ja aber diese Auseinandersetzung zu führen, sondern das war dann halt letztendlich doch, was einfach der Nachteil von Basisdemokratien ist, ja da setzen sich die durch, die am längsten und lautesten schreien.

I: Mhm.

S: Und das ist vielleicht ein Teil dessen, was mühsam war.

W: Oder die, die sich halt permanent die Ohren zuhalten und denen wurscht ist, was die anderen denken, und denen es nicht um dieses gemeinsame Projekt geht, auch wenn man jetzt unterschiedliche Themen bearbeitet, aber die halt wirklich ihr Ding machen.

I: Mhm.

W: Es sind einfach andere Leute auch und Gruppierungen dazugekommen, je länger es gedauert hat, weil ja auch die Bedingungen andere waren zu senden,

und es kriegt einfach so ein Projekt dann, es ist dann etablierter, das ist, da kommen dann auch andere Leute dazu, und dann kriegt es, nicht unbedingt schlecht, es kann auch gut sein, aber es verändert sich einfach und das, ja. Und ich glaube, es ist eine sehr gesunde Art und Weise, dass sich die Dinge immer wieder verändern, weil sonst wäre es auch irgendwie pathologisch.

S: Na es wäre einfach fad geworden.

W: Und außerdem würde man sich auch fragen, warum hat sich da nichts verändert dann?

S: Ja, ja.

W: Dann sind es Roboter, die gleichgeschaltet sind, ja.

I: Und wie sähe für euch ein ideales Radio aus, wenn man diese Frage jetzt einmal sehr abstrakt in den Raum stellen kann? Was müsste erfüllt werden, damit so eine Struktur zum Beispiel dann besser gelaufen wäre oder jetzt besser funktionieren könnte?

W: Ich glaube, dass die sehr organisch gelaufen ist, so wie es einfach, ja, so wie es einfach passiert. Also ich glaube nicht, dass es eben, es ist nicht schlecht gelaufen, sondern es ist einfach.

I: Hat sich weiterentwickelt.

W: Ja, weiterentwickelt und es ist halt in eine bestimmte Richtung gegangen. Es gibt immer ganz, ganz viele verschiedene Wege, die was nehmen kann, und das hängt von den Personen ab und von den Einflussmöglichkeiten verschiedener Personen, in Gruppierungen, und dann gibt es tausend Varianten, wie es ausgehen kann und deswegen.

S: Und speziell für ein PiratInnenradio gibt es keinen Idealzustand, das ist, wie es eben aus einem Moment heraus entsteht, glaube ich, es muss, per se ist das an ganz viele Faktoren gebunden, die irgendwas mit Bewegung zu tun haben. Und eh, also ich finde, das kann man nicht, das kann man nicht definieren als irgendwas ideal oder nicht ideal.

I: Mhm. Gut, ich glaube, das ist eine wichtige Aussage. Ja, würdet ihr an der heutigen Radiolandschaft irgendetwas verändern wollen? Das betrifft euch wahrscheinlich nicht so direkt, vor allem, wenn dann das Interesse nicht mehr so vorhanden ist.

S: Man kann das so weitläufig nicht erklären.

W: Ich fühle mich jetzt furchtbar unpolitisch.

S: Ja ich meine, es ist nach wie vor so, dass da halt eine unglaubliche Medienkonzentration herrscht, und also ganz viele Argumente von damals, finde ich, haben sich jetzt nicht so unglaublich verändert, ja. Dass in Österreich jetzt kein so toller Boden für eine kreative, pluralistische Entwicklung von Medien vorhanden ist, das ist, glaube ich, immer noch so, oder?

W: Das ist nicht nur auf Radio bezogen, ich denke, eben wie du sagst, Medien.

S: Ja, ja, ich meine, es ist inzwischen, natürlich es ist viel mehr möglich, ja, einerseits es ist technisch viel mehr möglich, aber es ist auch in dem analogen Bereich, das kann man schon auch nicht mehr sagen, das Fernsehen ist ja alles auch digital inzwischen, aber sozusagen im klassischen Medienbereich ist viel mehr möglich, und ist eine Förderung für die nicht-kommerziellen Radios, aber auch darum eben wird ja dauernd gestritten und ja, was, ich weiß nicht Qualität und ethische Standards und, da kann man überhaupt über hunderttausend verschiedene Themen reden, oder eben, was ist denn eigentlich ein öffentlich-rechtlicher Auftrag heutzutage noch, und wie wird der erfüllt, ist auch ein weites Feld, in dem es, glaube ich, viel zu tun gäbe, ja. Es ist eben zum Beispiel die Frage, müsste man sich heute eben da besonders engagieren und sagen, okay, es gibt inzwischen diesen dritten Sektor, der könnte noch besser abgesichert sein, da gibt es auch ganz viel Entwicklungspotential, aber müsste man sich eigentlich darauf konzentrieren, was da sozusagen mit den Steuergeldern im Öffentlich-Rechtlichen angestellt wird, ja. Da gibt es diverse Initiativen, die sich da Gedanken machen, also ein Teil zumindest (lacht).

I: Ja.

W: Jetzt wird der Fritz Hausjell nicht glücklich sein mit dem, was du gesagt hast.

S: Wieso?

W: Na Öffentlich-Rechtliche anzugreifen ohne dann die Privaten auch noch.

S: Ja, aber eben das ist ein Teil, wo ich mir denke, den sage ich ja, ob wir den unbedingt brauchen?

W: Na eh. Ein tabuisiertes Recht und.

S: Also ich finde es nicht gescheit, die Öffentlich-Rechtlichen gar nicht anschauen zu dürfen.

W: Eh, aber es wird halt immer wieder darauf hingewiesen, dass man den öffentlich-rechtlichen Bereich nicht schwächen darf, weil das, worauf man sich einschließen sollte, sind ja andere.

S: Ja das Problem ist nur, dass der Öffentlich-Rechtliche nach genau den gleichen Kriterien inzwischen funktioniert. Das ist meine Hauptgeschichte.

W: Eh.

S: Am eigenen Profil arbeiten wäre sinnvoll (lacht). Also das ist ungefähr so, wie die SPÖ agiert.

W: Ja, stimmt, weil da, sie glauben ja jeweils, dass sie das machen müssen, weil sie sonst dem Druck nicht standhalten könnten und nicht überleben könnten quasi. Das ist eigentlich eine super Analogie.

I: Ja.

S: Ja.

W: Das passt, ja das passt echt, spannend.

I: Gibt es noch irgendetwas, was euch damals zur PiratInnenzeit wahnsinnig beschäftigt hat, worüber wir jetzt noch nicht gesprochen haben? Fällt euch noch irgendetwas ein?

W: Es hat uns so viel beschäftigt.

S: Na mir kommt vor, dass das so die Hauptthemen waren.

W: Schon? Ich könnte es jetzt nicht sagen. Es ist, es erschreckt mich immer wieder, wie viel ich vergessen habe. Und dann rutsche ich so langsam wieder hinein und kriege so Flashes von dort und von da und, aber so das große Ganze kriege ich nicht mehr zusammen. Ich glaube, es ist so im Großen und Ganzen. Wenn uns noch was einfällt, sagen wir es dir.

I: Ja, super. Na aber mir hat das sehr viel gebracht. Also es sind die wesentlichen Fragen beantwortet, ja. Schon. Vielen Dank!

W: Gut, dass du dabei warst (Richtung Fiona Steinert).

S: Umgekehrt auch (Richtung Regine Wieser).

Lebenslauf

Ada Joachimsthaler

Geboren am 20.08.1989 in Wien

Ausbildung

2012S –	Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
2007W – 2011W	Bakkalaureatsstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien Wahlfächer: Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Soziologie, Musikwissenschaft
1999 – 2007	AHS Matura am Rainergymnasium, 1050 Wien, Schwerpunkt Sprachen (Englisch, Französisch, Italienisch, Latein)
1995 – 1999	Volksschule Phorusgasse, 1040 Wien

Abstract

Wie ist Gegenöffentlichkeit in Zeiten der freien Meinungsverbreitung in Österreich zu verstehen? Welchen Entwicklungen unterliegt mediale Öffentlichkeit im Wandel der Zeit?

Während Bertolt Brecht in seiner Radiotheorie die Einbeziehung der HörerInnen mittels eines Rückkanalsystems proklamierte und die RadiopiratInnen der 1970er bis 1990er Jahre nach Aufhebung des ORF-Monopols und freiem Zugang zur öffentlichen medialen Meinungsverbreitung strebten, steht heute eine neue Definition von Medienöffentlichkeit an. Ein neues Bild von Medienöffentlichkeit resultiert nicht nur aus der enormen Weiterentwicklung technischer Möglichkeiten zur Kommunikationsvermittlung, sondern auch aus der damit verbundenen Breite an zur Verfügung gestellten Inhalten.

Unter Einbeziehung der Erfahrungen von AkteurInnen des ehemaligen PiratInnenradios sowie von heute aktiven MitarbeiterInnen von Radio Orange und Radio FM4 im Vergleich mit im Zuge einer Dokumentenanalyse generierten Kriterien für ein Idealbild freier Radios, soll hier auf Basis der theoretischen Grundlagen ein Modell erarbeitet werden, welches eine neue Perspektive auf das Individuum in einer vielfältigen, mit Wechselwirkungen und gegenseitiger Bezugnahme versehenen Medienöffentlichkeit ermöglicht.

How can counter-public be described in times of freedom of speech in Austrian media? How does public media develop in the course of time?

While Bertolt Brecht proclaimed the participation of the recipients through a feedback channel system and the radio pirates from the 1970ies to the 1990ies strived for the fall of the ORF-monopoly and for free access to distribute one's opinions through media, today a new definition of public media is indicated. A new view on public media not only results from the enormous development of the technical possibilities for communication but also from the wide range of provided contents.

Taking into account the experiences of former radio pirates as well as of members of Radio Orange und Radio FM4 in comparison to the criteria of ideal free radio deduced from the document-analysis, a model is created on the

theoretical basis. This offers a new perspective on the individual in various, interactive public media in mutual reference of public segments.