UNIVERSITÄT AUGSBURG
Universitätsbibliothek

OPEN ACCESS
OPUS AUGSBURG

Nichtkommerzieller lokaler Rundfunk und Partizipation im Wandel

Jeffrey Wimmer

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Wimmer, Jeffrey. 2021. "Nichtkommerzieller lokaler Rundfunk und Partizipation im Wandel." In *Vielfalt vor Ort: die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern*, edited by Markus Behmer and Vera Katzenberger, 521–30. Bamberg: University of Bamberg Press.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

CC BY 4.0

Dieses Dokument wird unter folgenden Bedingungen zur Verfügung gestellt: / This document is made available under these conditions:
CC-BY 4.0: Creative Commons: Namensnennung
Weitere Informationen finden Sie unter: / For more information see:
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Vielfalt vor Ort

Die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern

herausgegeben von Markus Behmer und Vera Katzenberger

unter Mitwirkung von Julia Gürster

University
of Bamberg
Press
2021

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Informationen sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Dieses Werk ist als freie Onlineversion über das Forschungsinformationssystem (FIS; https://fis.uni-bamberg.de) der Universität Bamberg erreichbar. Das Werk – ausgenommen Cover, Zitate und Abbildungen – steht unter der CC-Lizenz CC-BY.



Lizenzvertrag: Creative Commons Namensnennung 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Herstellung und Druck: Digital Print Group, Nürnberg
Umschlaggestaltung: University of Bamberg Press
Titebild: © John Rodenn Castillo

University of Bamberg Press, Bamberg 2021
http://www.uni-bamberg.de/ubp

ISSN: 1866-7627
ISBN: 978-3-86309-782-0 (Druckausgabe)
eISBN: 978-3-86309-783-7 (Online-Ausgabe)
URN: urn:nbn:de:bvb:473-irb-497539
DOI: http://dx.doi.org/10.20378/irb-49753

Inhaltsverzeichnis

Grußwort 9
Siegfried Schneider

Einleitung 13
Markus Behmer und Vera Katzenberger

1. Prolog

Rundfunkentwicklung in Bayern bis 1985 27
Manfred Treml

2. Rahmenbedingungen der Rundfunkentwicklung

2.1. Rundfunkrecht: Vom Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz zum Bayerischen Mediengesetz 81
Markus Behmer

2.2. Von analog zu digital, von Kabel und Satellit zum Internet: Die Entwicklung der Rundfunktechnik 95
Christian Henrich-Franke

2.3. Medienstandort Bayern: Die Ökonomie des lokalen Rundfunks 107
Vera Katzenberger und Markus Behmer

2.4. Forschung zur Rundfunkentwicklung 115
Melina Bosbach und Vera Katzenberger

3. Die Struktur des „Privatfunks“ in Bayern

3.1. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM): Entwicklung, Strukturen und Funktionen 139
Vera Katzenberger

3.2. Entwicklung und gegenwärtige Struktur der Anbieter: Besitzverhältnisse, Kooperationen, Tendenzen 159
Markus Behmer

3.3. Von Abenberg bis Zwiesel: Die Vielfalt der lokalen Sender und Programme in Bayern 177
Vera Katzenberger

3.3.1. Lokaler Hörfunk in Bayern 181
Vera Katzenberger

3.3.2. Lokales und regionales Fernsehen in Bayern 197
Vera Katzenberger

3.4. Interessenvertretung im privaten Rundfunk in Bayern 221
Julia Gürster

3.5. Medientage und viel mehr: Die Veranstaltungen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien 235
Markus Kaiser

4. Die Programmmacher

4.1. Der lokale und regionale Rundfunk als Arbeitgeber 247
Markus Behmer

4.2. Journalistinnen im privaten Rundfunk in Bayern: Status Quo und Diagnose zur Entwicklung 257
Romy Fröhlich

4.3. Die Entwicklung der Redaktionsorganisation bei lokalen Radio- und Fernsehsendern 273
Klaus Meier, Maria Lisa Schiavone und Jonas Schützeneder

4.4. Journalistischer Nachwuchs für den privaten Rundfunk 291
Vera Katzenberger

4.4.1. Journalistische Ausbildung für lokale Radio- und Fernsehsender: Aus- und Fortbildungskanäle in Bayern 295
Vera Katzenberger

4.4.2. Hochschulrundfunk in Bayern 309
Vera Katzenberger

4.4.3. Früh übt sich:
Praktika im bayerischen Lokal- und Regionalrundfunk 319
Julia Gürster

5. Das Programm

5.1. Kulturelle Identität im lokalen Rundfunk 337
Rudi Loderbauer

5.2. „Keine wirkliche Firma“:
Die Gemeinschaftsredaktion der bayerischen Lokalradios BLR 359
Holger Müller

5.3. Musikformate im Wandel der Zeit 375
Rudi Loderbauer

5.4. Vom flotten Mundwerk zum akustischen Einerlei?
Die Entwicklung der Moderation im privaten Hörfunk in Bayern 387
Holger Müller

5.5. Werbeformate im Wandel der Zeit 411
Guido Zurstiege

5.6. Multimedia-Pioniere, aber wenig Journalismus:
Internetauftritte privater Rundfunkanbieter in Bayern 423
Christoph Neuberger

5.7. „Das System heißt Mensch“: Eine Studie zum crossmedialen Arbeiten
in den Redaktionen lokaler Radiosender in Niederbayern 435
Lea Sophia Lehner und Ralf Hohlfeld

5.8. Zwischen Zweitverwertung und Zusatzangebot:
Podcasts der privatkommerziellen Hörfunkanbieter in Bayern 457
Michael Wild

5.9. Journalistische Qualität im privaten Rundfunk 469
Annika Geuß und Vera Katzenberger

6. Das Publikum

6.1. Rundfunkrezeption im Zeitverlauf 493
Sophie Reitmeier

6.2. Bürgerbeteiligung im Rundfunk 517
Vera Katzenberger

6.2.1. Nichtkommerzieller lokaler Rundfunk und
Partizipation im Wandel 521
Jeffrey Wimmer

6.2.2. Partizipation im Rundfunk:
Nichtkommerzielle Radio- und Fernsehinitiativen in Bayern 531
Julia Gürster

6.3. Medienkompetenzförderung:
Aufgaben der Landesmedienanstalten und deren Umsetzung in Bayern 541
Sarah Malewski, Vera Katzenberger und Markus Behmer

Chronik 551

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 575

Abkürzungsverzeichnis 577

Autorinnen- und Autorenverzeichnis 585

Personenregister 591

6.2.1. Nichtkommerzieller lokaler Rundfunk und Partizipation im Wandel

Jeffrey Wimmer

> What I like about community radio is that it can change people's lives and get people thinking. That's what I get out of this, plus I like being on radio (Gaynor/O'Brien 2010).

Die Ausfallbürgschaft der Bürgermedien

Der normative Anspruch an ein funktionierendes Mediensystem ist gegenwärtig relevant wie nie. Die öffentliche Thematisierung und Diskussion relevanter politischer Angelegenheiten sichern die Funktionalität und Legitimität eines demokratischen Gesellschaftssystems. Mit dem Siegeszug des Social Web erscheint mediale Partizipation allerdings nicht nur so leicht einlösbar, sondern auch so populär wie nie. Nichtsdestotrotz stellt sich die Frage, ob alle, die an Öffentlichkeit teilhaben wollen, auch tatsächlich die Möglichkeit und die Ressourcen dazu haben. Allen Angeboten von Bürgermedien – in der aktuellen medienpolitischen Diskussion oft auch als Community Media bezeichnet – ist gemeinsam, dass sie jeder Bürgerin und jedem Bürger den unmittelbaren Zugang zur medialen Öffentlichkeit eröffnen möchten. Diese Hauptfunktion erscheint vor allem vor dem Hintergrund wichtig, dass es nicht als gesichert gilt, dass infolge der digitalen Transformation die aktuellen Öffentlichkeitsstrukturen gerade auf lokaler Ebene gesellschaftliche Teilhabe noch umfassend gewährleisten können. Da Bürgerbeteiligung nicht auf das Internet reduzierbar ist und die etablierten Massenmedien nach wie vor die gesellschaftliche Themenagenda – gerade auch aus dem Blickwinkel der Medienqualität – entscheidend bestimmen, kommt dem lokalen nichtkommerziellen Rundfunk weiterhin eine zentrale Rolle bei der Verwirklichung des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung in (Massen-)Medien und mediale Repräsentation zu. Zugespitzt spricht Imhof (2012) sogar von einer Ausfallbürgerschaft, die Bürgermedien in diesem Zusammenhang für die klassischen und etablierten Massenmedien übernehmen. Aus Sicht der politischen Bildung spielen sie unter anderem eine wichtige Rolle „als Projektionsfläche für Bürgermeinungen, als Stachel im Fleisch, als Einflugschneise anderer Wirklichkeiten, als Stimme unter den Stimmen der großen Synchronisations- und Aufmerksamkeitsmaschinerien der ‚klassischen' Massenmedien" (Krüger 2015: 12). Die konkreten Leistungen von Bürgermedien – in Bayern sind das gegenwärtig unter anderem nichtkommerzielle Lokalradios wie Radio Lora, Radio Feierwerk oder Radio Z – liegen dabei unter anderem in der Revitalisierung lokaler und regionaler Kommunikationsräume und der Vermittlung von Medienkompetenz.

Allerdings stehen Bürgermedien vor der doppelten Herausforderung, sich nicht nur die partizipatorischen Potentiale der digitalen Medienwelt verstärkt anzueignen und qualitätsvoll umzusetzen, sondern sich auch mehr denn je gesellschaftspolitische Anerkennung für ihr Tun zu sichern. Beides sind Herausforderungen, die aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive nur durch eine dauerhafte institutionelle Förderung und eine Professionalisierung der Sendungsstrukturen und des Ablaufs (zum Beispiel durch die Schaffung kontinuierlicher Koordinationsstellen) gemeistert werden können.

Die Idee des nichtkommerziellen Rundfunks früher und heute

Bürgermedien sind zwar ein weltweites und auch in Europa aufgrund einer Empfehlung des Europäischen Parlaments „zu gemeinnützigen Bürger- und Alternativmedien in Europa" im Jahr 2008 ein aufstrebendes Phänomen, auch wenn Deutschland nicht nur aufgrund seiner föderalen Struktur und damit einhergehender unterschiedlicher politischer Konflikte diesbezüglich medienpolitisch als Nachzügler bezeichnet werden kann. Die Entstehungsgeschichte der Bürgermedien ist ideengeschichtlich in Deutschland stark mit den neuen sozialen Bewegungen und einer Vielzahl von Bürgerinitiativen, den daraus hervorgegangenen Alternativmedien und dem in der damaligen Zeit geprägten Konzept der Gegenöffentlichkeit verbunden. Nichtkommerzieller Rundfunk ist gegenwärtig zwar in vielen Bundesländern institutionalisiert, allerdings mit recht unterschiedlichen Formen und Zielsetzungen.[192] Darunter werden alternative Rundfunk- oder Fernsehkanäle als auch Ausbildungssender verstanden, die keinen kommerziellen Profit anstreben und größtenteils durch unbezahlte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter getragen werden (vgl. Fasco/Schneider 2017: 9). Ein weit verbreitetes Selbstverständnis lautet: Mitmachen kann hierbei jede Person, die Interesse hat, Medien zu gestalten, oder für ein Thema brennt, über das sie gerne öffentlich berichten würde, egal ob Profi oder Anfänger (vgl. Günnel 2017: 102). Diese Art von Plattform kann also gleichzeitig die Möglichkeit einer bürgernahen und lokalen Berichterstattung und die Vermittlung von Medienkompetenz bieten. Das Spektrum der Themen ist vielfältig und beinhaltet Bereiche wie Kultur, Politik oder Soziales. Bürgermedien hoffen, dass sie „[m]it ihren vielfältigen Angeboten [...] zur Partizipation der Bürger bei[tragen], zur lokalen Information und Identifikation, zur Integration, zum interkulturellen Dialog" (Bundesverband Offene Kanäle und Bürger- und Ausbildungsmedien 2015: 7).

[192] Pinseler (2001) bietet eine Unterscheidung von Nichtkommerziellem Lokalem Hörfunk, Offenem Kanal und Freiem Radio. Eine kritische Einordung ist bei Buchholz (2001) zu finden.

Trotz großer quantitativer und qualitativer Unterschiede lassen sich idealtypisch wesentliche Anforderungsmerkmale an Bürgerrundfunk feststellen, die ihn inhaltlich und strukturell von öffentlich-rechtlichen oder privat-kommerziellen Rundfunkveranstaltern klar unterscheiden lassen (vgl. Buchholz 2003: 75):[193] (1) Offenes und diskriminierungsfreies Zugangsangebot an Einzelne und Gruppen zur Programmgestaltung, wobei dieser Zugang konkret unterschiedlich stark ausgeprägt ist, (2) alternative Herangehensweise an die Gestaltung von Sendungen beziehungsweise Programmen, (3) mit dem Ziel, Themen auf die Agenda zu setzen, die andere, etablierte Medien im (lokalen) Kommunikationsraum vernachlässigen, (4) die lokale beziehungsweise regionale Verbreitung der Programm- und die damit verbundenen Bürgernähe sowie publizistische Ergänzung der regulären Berichterstattung, (5) Vermittlung praktischer Medienkompetenz und partizipativer Medienarbeit an Laien sowie (6) der Grundsatz der Gemeinnützigkeit, Nichtkommerzialität und Werbefreiheit von Sendungen beziehungsweise Programmen.

Bürgermedien können als Artikulations- und Selbstdarstellungsmedium einerseits das Kommunikationsbedürfnis der lokalen und regionalen, sozialen und kulturellen Gruppen kompensieren, andererseits bilden sie mit ihrer teils mehrsprachigen Programmgestaltung wichtige soziale Knotenpunkte und fördern den sozialen und interkulturellen Dialog. Bürgermedien gewinnen damit aktuell gerade in Ballungsgebieten unter anderem neue Bedeutungen besonders für die Integration von Migrantinnen und Migranten oder andere benachteiligte Gruppen. Nicht nur mit ihrer traditionellen Rolle, „den Stimmlosen eine Stimme“ zu geben, sondern auch im Sinne der kritischen Pädagogik stellen sie wichtige dialogorientierte Lernorte für multiple Kompetenzen dar, die geeignet sind, die kritische und selbstbestimmte Handlungsfähigkeit benachteiligter Gruppen und Individuen zu erweitern (vgl. Wimmer 2009; Peissl et al. 2018). Bürgermedien greifen damit gezielt aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen auf und erfüllen eine Art von öffentlicher Graswurzelfunktion beziehungsweise eines „Public Service von unten“ (Peissl 2012: 124), da sie einen großen Teil zur Vielfalt von Meinungen und Medien gerade auf lokaler Ebene beitragen und dadurch Diversität herstellen (siehe prototypisch die Fallstudie von Krotz/Höflich 2010). Dies geschieht vor allem durch die dargestellten alternativen Sichtweisen, die von den so genannten Mainstream-Medien meist nicht gezeigt werden. Wegen der zivilge-

[193] Die Expertengruppe Offener Kanal der Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) formulierte schon 1979 für Offene Kanäle folgende Zielsetzungen: „Qualifizierung der lokalen Kommunikation“, „unterrepräsentierten Personen, Perspektiven und Bedürfnissen den Weg zur Teilhabe am öffentlichen Leben zu ebnen“ sowie die „kommunikative Kompetenz der Rezipienten gegenüber den Massenmedien beziehungsweise öffentlicher Kommunikation zu stärken“ (BpB 1980: 30).

sellschaftlichen Trägerschaft kommen gerade Bürgermedien im Rundfunkbereich den aktuell sehr hohen partizipatorischen Ansprüchen des Publikums besonders nah. Aber auch mit ihrer ergänzenden und korrigierenden Berichterstattung tragen sie zu einer Erweiterung des Informationsspektrums an sich und zu einer liberalen Öffentlichkeit bei. An dieser Funktion angelehnt können die mehr als 180 in Deutschland existierenden Bürgermedien mittlerweile zu Recht als etablierte dritte Säule neben dem privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk bezeichnet werden (vgl. Peissl/Tremetzberger 2019).

Dieses Ziel gesellschaftlicher Gegenthematisierung findet sich schon bei den Klassikern gesellschaftskritischer Medientheorie. So fordert Bertolt Brecht (2002 [1932]) in seiner Radiotheorie, den Rundfunk von einem Distributions- in ein Kommunikationsmedium umzuwandeln, was schon damals letztlich auf die Aufhebung institutionalisierter Kommunikator- und Rezipientenrollen abzielte (vgl. Wimmer 2007: 167ff.) und was erst durch den heutigen technischen und medienstrukturellen Wandel scheinbar erreichbar scheint (Stichwort „Mitmachnetz“). Dem vorherrschenden „repressiven Mediengebrauch“ setzt Enzensberger (1970) sein Verständnis eines „emanzipatorischen Mediengebrauchs“ gegenüber, auf das sich die Kommunikationsmodelle und Produktionsstrukturen vieler alternativer Medien gründen: Durch dezentralisierte Programme, kollektive Produktion und gesellschaftliche Kontrolle der Medien mittels Selbstorganisation soll die Authentizität der Massenkommunikation und deren Inhalte erreicht werden.

Als kleinster gemeinsamer Nenner können zwei Eigenschaften gelten, die konstitutiv für alternative Medien sind und auch als Leitbilder für den Bürgerrundfunk wirkmächtig sind: Aus der Kritik an der herkömmlichen journalistischen Produktionsweise und Berichterstattung heraus entwickelte sich eine „alternative“ Art und Weise sowohl der (Medien-)Produktion als auch der medialen Kommunikation beziehungsweise der Sendungsgestaltung und -inhalte (vgl. Atton 2002: 27) Die Bezeichnung „alternativ“ verweist gerade darauf, dass sie nur in Relation zu „etablierten“ beziehungsweise Mainstream Medien zu verstehen sind. Jeder soll nun mitreden können bei der Produktion von alternativen Medien wie zum Beispiel Stadtteilzeitungen oder freien Radios (Prinzipien der Offenheit und der Partizipation). Dem Selektionsverhalten der etablierten Medien sollten einerseits die Behandlung „ausgegrenzter“ und „unliebsamer“ Themen entgegengesetzt werden. Andererseits sollten die Arbeitsstrukturen unhierarchisch und möglichst unabhängig von medienökonomischen Zwängen sein (vgl. Weichler 1987: 356).

Genau diese Prinzipien machen die Bürgermedien attraktiv für Radiomacherinnen und -macher. Milan (2008) befragte über 40 Community Radio-Beteiligte aus verschiedenen Ländern und aus unterschiedlichen Altersgruppen, was sie an ihrer Arbeit schätzen. Dabei stellte sie fest, dass das Ziel sozialer Veränderungen durch aktive Berichterstattung sowie der Spaß an der Arbeit zentrale Motive sind,

um sich bei Bürgermedien zu beteiligen. Genauso motiviert es die Praktizierenden aber auch, dass im Radio Gleichstellung zwischen den Beteiligten angestrebt werde und keine hierarchische Arbeitsstruktur existiere. Ein weiterer Grund für die Mitarbeit ist die als sehr wertvoll eingeschätzte Beziehung zwischen Macherinnen und Machern sowie Hörerinnen und Hörern.

Im Gegensatz dazu untersuchte Rauch (2014), was Rezipierende an Bürgermedien im Gegensatz zu Mainstreammedien wertschätzen. Die Befragten heben die Nischenberichterstattung hervor, da sie so Informationen und Inhalte bekommen, die sie anderweitig nicht finden. Zusätzlich wird den Bürgermedien grundsätzlich eine erhöhte Glaubwürdigkeit zugeschrieben, da sie werbefrei und nicht kommerziell betrieben werden. Allerdings verdeutlichen die Ergebnisse der Studie auch, dass man im Gegensatz zu den Macherinnen und Machern nicht auch von „alternativen" Rezipierenden sprechen kann, eher von einem hybriden Publikum, das nicht ausschließlich Bürgermedien nutzt, sondern diese vor allem als Ergänzung zu den öffentlich-rechtlichen Medienangebote heranzieht.

Da nichtkommerzieller Rundfunk überwiegend durch ehrenamtliches Engagement und werbefrei betrieben wird, wird er finanziell von den jeweiligen Landesmedienanstalten recht unterschiedlich jährlich gefördert. Dazu kommen freiwillige Spenden oder Mitgliedsbeiträge aus Fördervereinen oder von Vereinsmitgliedern. Die Herausforderungen bei der Ausgestaltung von Bürgerrundfunk sind vielfach beschrieben. Buchholz (2003: 83) folgend können die Herausforderungen an das „zarte Pflänzchen" Bürgerrundfunk vor dem Hintergrund der Qualitätsfragestellung konkretisiert werden: Bürgermedien müssen ihre Arbeit professionalisieren, das heißt Programmleistungen mit Hinblick auf Erwartungshaltungen des Publikums aber auch ihrer Macherinnen und Macher stetig verbessern. Qualitätssicherung bedeutet aber nicht inhaltliche und strukturelle Orientierung an etablierten kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbietern, sondern eher ein permanenter Prozess der Ermöglichung des Einlösens der spezifischen Programmphilosophien des Bürgerrundfunks im Allgemeinen wie unter anderem Publikums- und Partizipationsorientierung, Bürgernähe, Gegenöffentlichkeit/alternative Kommunikationsprozesse und lokale Identität (vgl. Merz 1998). Gerade die Integration der partizipativen Strukturen neuer digitaler Medientechnologien ermöglicht dem Bürgerrundfunk mehrerlei: den direkten Dialog von Sender und Empfänger, den räumlich unabhängigen Austausch von Informationen, die nationale und internationale Vernetzung, Kooperation und Koordination.

Erste wegweisende Schritte in diese Richtung waren in Deutschland das Pilotprojekt der „Mediathek Thüringen" Ende der 2000er Jahre sowie die bis in die Gegenwart existierende Sendungsplattform „freie-radios.net" der Freien Radios. Nach einem rasanten Wachstum in den 1990er Jahren (vgl. aus internationaler Perspektive King 2017) und einem Bemühen um Konsolidierung in den 2000er

Jahren (vgl. DLM 2005) erschienen Bürgermedien in den 2010er Jahren von stabilen Reichweiten- und Akzeptanzwerten gekennzeichnet (vgl. ALM 2011). Gegenwärtig müssen sie sich verstärkt wie alle anderen Medien auch den Herausforderungen der digitalen Transformation wie insbesondere Konvergenzprozessen und stagnierenden Förderungen stellen (siehe Peissl/Tremetzberger 2019).

Fazit: Weiterführende Herausforderungen an Bürgerrundfunk

Aktuelle Befunde aus der Kommunikationswissenschaft verdeutlichen, dass sich durch die digitale Transformation auch der Wert und das Verständnis von Partizipation grundlegend ändern. So agiert die Jugend gerade im Internet medial so partizipativ wie noch nie in der Geschichte der Menschheit. Die partizipativen Potentiale von Bürgermedien erscheinen so auf einer breiten Ebene durch die digitalen Plattformen des Social Web eingelöst. Die Ergebnisse unter anderem der Shell-Jungendstudien zeigen allerdings, dass „soziales Engagement" und „politisches Bewusstsein" als Selbsthaltung nur von knapp einem Drittel der Jugendlichen genannt werden. An der Überwindung dieser „digitalen" Bedeutungskluft muss sich die aktuelle und zukünftige Medienpolitik messen lassen. Natürlich ist hier nicht nur aufgrund des stark ökonomischen Charakters vieler Netzwerkdienste übertriebene Euphorie fehl am Platz, denn nicht alle Rezipierenden können die Potenziale der neuen Medien gleichermaßen nutzen, sei es aus Ermangelung der technischen Voraussetzungen oder aufgrund fehlender Kompetenzen im Umgang mit den neuen Online-Werkzeugen (Stichwort „Digitale Kluft"). So verdeutlichen empirische Studien, dass zwar die Mehrheit der Deutschen zumindest gelegentlich online aktiv ist, sich aber abhängig von Alter und Bildung immer noch klare Unterschiede in der partizipativen Nutzungsweise zeigen. Auch können Analysen neuer Partizipationsinstrumente, wie unter anderem zur Twitter-Nutzung im Rahmen von lokalen Protesten, das Entstehen lokaler ad-hoc-Öffentlichkeiten dokumentieren. Allerdings stehen noch gesicherte Erkenntnisse darüber aus, inwiefern es diese Formen von digitaler Teilhabe den Bürgerinnen und Bürgern wirklich ermöglichen, dass ihre privaten Meinungen auch in der Öffentlichkeit einen Widerhall finden und einen breiteren gesellschaftlichen Diskurs anstoßen.

Bürgermedien können hierzu einen erfolgversprechenden Beitrag leisten. Wenn man aktuellen Ergebnissen der empirischen Forschung zu Konstitutionsbedingungen von Öffentlichkeit vor allem aus einer partizipationstheoretischen Perspektive folgt (siehe Wimmer 2017), kann dies aber nicht allein – wie zum Beispiel in Bayern bislang geschehen – dadurch geleistet werden, dass ausgewählte Beiträge einzelner zivilgesellschaftlicher Akteure wie zum Beispiel kirchlicher Gruppen in das Programm des kommerziellen Rundfunks übernommen oder Aus- und Fortbildungskanälen aufgebaut werden. Es muss vielmehr grund-

legend für eine gesicherte Infrastruktur, einen Ausbau und eine stete Qualitätssicherung bisheriger Bürgermedien gesorgt werden, damit diese die Herausforderungen der digitalen Transformation der Radiolandschaft, den geänderten Hörgewohnheiten und gesteigerten Partizipationsansprüchen des Publikums meistern können. Neben der Notwendigkeit einer bislang fehlenden Image-Kampagne kann ein niedrigschwelliger Zugang zum Bürgerrundfunk die gesellschaftliche Anerkennung sichern. Eine gesellschaftliche Anerkennung, die sich nicht nur alle Bürgermedien, sondern auch die etablierten Massenmedien mehr denn je jeden Tag erarbeiten müssen. Gerade die Vielzahl an so genannten „alternativen" Nachrichtenmedien vor allem auf Facebook und YouTube, die eine Mischung aus Systemkritik und Verschwörungstheorien bieten, tragen zu einer Unsicherheit in der Bevölkerung bei (vgl. Müller 2018).

Aber auch aus Bürgermedien-Perspektive stehen darüber hinaus weitere interne Herausforderungen und potenzielle Konflikte bevor. Es ist nicht klar, ob die rhetorische Formulierung von Bürgermedien als „politisches Instrument für den sozialen Wandel" (Milan 2008: 28) eine Vielzahl von weiteren Motiven für eine Teilnahme verschleiert. Während viele tatsächlich auf Sendung gehen, um das Bewusstsein für soziale Themen zu schärfen, Debatten anzuregen oder soziale Veränderungen anzustoßen oder zu fördern, können andere dies tun, um neue Fähigkeiten zu erlernen oder einfach nur Spaß zu haben. Darüber hinaus ist zu fragen, ob diese Rhetorik als Quelle von Spannung oder Druck für oder sogar zwischen den Radiomacherinnen und -machern wirken kann (vgl. Jeffrey 2002: 47). Denn es kann davon ausgegangen werden, dass der Digitalisierungsprozess diese Konflikte weiter verschärft, nicht nur, weil er mit potenziell veränderten Motiven und Identitäten der Bürgermedien-Beteiligten einhergeht.

Es ist abschließend kritisch festzustellen, dass der Medienwandel bisher nichts an den grundlegenden ökonomischen Faktoren geändert hat, die den etablierten Medienkonzernen ihre marktbeherrschende Stellung ermöglicht. Allerdings wird durch nichtkommerzielle Rundfunkangebote augenscheinlich zumindest die mediale Repräsentation und Teilhabe lokaler, migrantischer und/oder kritischer Teilöffentlichkeiten enorm gefördert.

Literatur

ALM (2011): Bürger- und Ausbildungsmedien in Deutschland 2011/2012. Sonderdruck aus dem Jahrbuch 2011/2012. Berlin: Vistas Verlag.

Atton, Chris (2002): Alternative Media. London: Sage.

Brecht, Bertold (2002 [1932]): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks. In: Pias, Claus/Vogl, Joseph/Engell, Lorenz/Fahle, Oliver/Neitzel, Britta (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, S. 259-263.

Buchholz, Klaus-Jürgen (2001): Zur Funktion nichtkommerzieller und freier Radios. Anmerkungen zum Aufsatz von Jan Pinseler in M&K 3/2001. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 49, H. 4, S. 546-550.

Buchholz, Klaus-Jürgen (2003): Vielfalt gegen Einfalt – Bürgermedien in Deutschland. In: Medien Journal, Jg. 27, H. 4, S. 75-84,

Bundesverband Offene Kanäle/Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien (Hrsg.) (2015): Bürgermedien in Deutschland. Online: www.bz-bm.de/fileadmin-/media/Buergermedien-in-Deutschland.pdf (zuletzt abgerufen am 30.09.2020).

Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (1980): Der Offene Kanal. Kriterien für ein Bürgermedium. BLM-Schriftenreihe 164. Bonn: o. V.

Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (2005): Zur Konsolidierung der Bürgermedien in Deutschland. Gemeinsame Herausforderungen von Bürgermedien und Landesmedienanstalten. Online: www.schaefler.de/igr-nrw/gefahr/rettung/-2006/Sonstige/DLM%20zur%20Konsolidierung%20der%20Buergermedien%20in%20Deutschland.pdf (zuletzt abgerufen am 15.02.2021).

Enzensberger, Hans Magnus (1970): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch, Jg. 5, H. 20, S. 159-186.

Fasco, Jochen/Schneider, Siegfried (2017): Vorwort. In: Förster, Stefan (Hrsg.): Vom Urknall zur Vielfalt – 30 Jahre Bürgermedien in Deutschland. Leipzig: Vistas Verlag, S. 8-9.

Gaynor, Niamh/O'Brien, Anne (2010): Drivers of Change? Community Radio in Ireland. Broadcasting Authority of Ireland. Online: www.doras.dcu.ie/16219/1/PDF_Final-Report.pdf (zuletzt abgerufen am 15.02.2021).

Günnel, Traudel (2017): Medienkompetenz und Bürgermedien – gelebte Praxis. In: Förster, Stefan (Hrsg.): Vom Urknall zur Vielfalt – 30 Jahre Bürgermedien in Deutschland. Leipzig: Vistas Verlag, S. 102-103.

Imhof, Kurt (2012): Die Geltung der Bürgermedien in der Demokratie. Input für die FES-Veranstaltung „Bürger machen Medien. Medien machen Bürger". Berlin: o.V.

Jeffrey, Rowan (2002): Challenging voices? Going public on community radio. In: Media International Australia Incorporating Culture and Policy, Jg. 103, H. 1, S. 46–55.

King, Gretchen (2017): History of struggle: The global story of community broadcasting

practices, or a brief history of community radio. Westminster Papers in Communication and Culture, Jg. 12, H. 2, S. 18-36.

Krotz, Friedrich/Höflich, Joachim R. (2010): Chancen lokaler Medien Modelle, Bewertungen und Anforderungen von lokalem Hörfunk und Fernsehen – zwei explorative Untersuchungen. Berlin: Vistas Verlag.

Krüger, Thomas (2015): Wir brauchen Bürgermedien. In: Bundesverband Offene Kanäle/Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien (Hrsg.): Bürgermedien in Deutschland. Online: www.bok.de/wp-content/uploads/2016/01/B%C3%Bürgermedien-in-Deutschland.pdf (zuletzt abgerufen am 30.09.2020).

Merz, Pia (1998): Bürgerfunk zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Organisations- und Programmstrukturen nichtkommerziellen lokalen Hörfunks am Beispiel Hessen. In: Media Perspektiven 5/1998, S. 250-258.

Milan, Stefania (2008): What makes you happy? Insights into feelings and muses of community radio practitioners. In: Westminster Papers in Communication and Culture, Jg. 5, H.1, S. 25-43.

Müller, Philipp (2018): Polarisierung des Publikums. Wie sich die Beziehung zwischen Journalismus und Bürgern verändert – und warum. In: Limbourg, Peter/Grätz, Ronald (Hrsg.): Propaganda im Netz: Fake News, Bots und Hate Speech. Göttingen: Steidl Verlag, S. 33-43.

Peissl, Helmut (2012): Alternative Medien – Community Medien. In: Jarren, Otfried/Künzler, Matthias/Puppis, Manuel (Hrsg.): Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung. Baden-Baden: Nomos Verlag, S. 115-126.

Peissl, Helmut/Tremetzberger, Otto (2019): Nichtkommerzieller Rundfunk: In: Krone, Jan/Pellegrini, Tassilo (Hrsg.): Handbuch Medienökonomie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 1-28.

Peissl, Helmut/Sedlaczek, Andrea/Eppensteiner, Barbara/Stenitzer, Carla (2018): Kritische Medienkompetenz und Community Medien. Graz: CONEDU – Verein für Bildungsforschung und -medien. Online: www.commit.at/fileadmin/Materialien/-dossier-kritische-medienkompetenz.pdf (zuletzt abgerufen am 15.02.2021).

Pinseler, Jan (2001): Sprechen im Freien Radio. Eine Fallanalyse zu Möglichkeiten alternativen Hörfunks. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 49, H. 3, S. 369-383.

Rauch, Jennifer (2014): Exploring the Alternative-Mainstream Dialectic: What „Alternative Media“ Means to a Hybrid Audience. In: Communication, Culture & Critique, Jg. 8, H. 1, S. 124-143.

Shell Deutschland (Hrsg.). (2010): Shell Jugendstudie 2010. Frankfurt am Main: Fischer.

Weichler, Kurt (1987): Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation. Berlin: o.V.

Wimmer, Jeffrey (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsfelds. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Wimmer, Jeffrey (2009): Henry A. Giroux: Kritische Medienpädagogik und Medienaktivismus. In: Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Thomas, Tanja (Hrsg.): Schlüsselwerke der Cultural Studies. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 197-207.

Wimmer, Jeffrey (2017): Ebenen der Partizipation in der Auflösung? Das Drei-Ebenen-Modell und Ansätze partizipatorischer Öffentlichkeit im digitalen Zeitalter. In: Klaus, Elisabeth/Drüeke, Ricarda (Hrsg.): Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde. Bielefeld: transcript, S. 197-216.