

Eine Bestandsaufnahme

→ **Nichtkommerzielle Lokalradios in Deutschland**

Von Klaus-Jürgen Buchholz*

Entstehungs-
geschichte der
nichtkommerziellen
Radios

Nichtkommerzielle „Community Radios“ oder „Public Radios“ haben in den USA eine eng mit dem kommerziellen Rundfunksystem verknüpfte Tradition, die bis in die Anfänge des letzten Jahrhunderts zurückreicht. (1) Die Einführung des privaten Rundfunks in den 80er Jahren schaffte auch in Deutschland die medienrechtlichen Voraussetzungen zur Zulassung nichtkommerzieller lokaler Rundfunkveranstalter. Eine der „ideellen“ Wurzeln nichtkommerzieller Lokalradios (NKL) hier zu Lande ist jedoch eng verwoben mit der Entstehungsgeschichte der so genannten neuen sozialen Bewegungen, (2) also der Anti-Atom-, der Ökologie- und der Friedensbewegung sowie einer Vielzahl alternativer Bürgerinitiativen. Ein typisches Beispiel ist das Freiburger Radio Dreyeckland, das älteste nichtkommerzielle Lokalradio Deutschlands. Ende 1987 wurde es von der zuständigen Landesmedienanstalt lizenziert, 1988 begann der – legale – Sendebetrieb. Praktische Sendeerfahrungen hatten die Aktivisten allerdings schon bedeutend länger. Bereits Mitte 1977 startete Radio Verte Fessenheim sein länderübergreifendes Programm gegen die im Dreiländereck Schweiz-Frankreich-Deutschland geplanten Atomkraftwerke. Aus der badischen Redaktion dieses Piratenradios entstand später die Gründungsinitiative für Radio Dreyeckland. (3)

„Freie Radios“ als
ideelle Vorläufer

Dreyeckland war kein Einzelfall. Piratenradios, nach eigenem Selbstverständnis „Freie Radios“ mit politisch-partizipatorischem Anspruch, entstanden in den 70er und 80er Jahren an vielen Orten in Deutschland. Sie entwickelten sich nicht nur, aber überwiegend in den Großstädten. Ihre Namen waren Programm: Piratensender Unfreies Berlin, Radio Schlappmaul, Radio Freies Wendland, Radio Zebra, Radio Utopia, Radio Klabautermann, Radio Paranoia, Radio Pflasterstein, Radio Eulenspiegel, Radio Fledermaus, Radio Radikalinski, Radio Wolpertinger, Radio Querfunk. Ohne die so genannten Musikpiraten, die schon in den 60er Jahren (illegal) sendeten, sollen zwischen 1975 und 1985 an die 60 „Freie Radios“ ihre Botschaften in den Äther geschickt haben. (4) So spontan manches Radio entstand, verschwand es auch wieder – die Post hatte Peilung aufgenommen und den in der Regel mit einfachsten Mitteln selbst gebastelten Sender konfisziert. Nur wenige der Piratenradios haben über einen längeren Zeitraum gesendet.

Bestandsaufnahme: Nichtkommerzielle Lokalradios im Jahr 2000

Den „Radiofrühling“, um das Bild einer gleichnamigen Aktion von Radio Dreyeckland aus den 80er Jahren aufzugreifen, haben die Ätherpiraten längst hinter sich gelassen. Die Zeiten, in denen in verschwiegene Zirkeln gearbeitet wurde, um (Gegen-) Öffentlichkeit herzustellen, sind vorbei. Inzwischen senden nichtkommerzielle Lokalradios in acht Bundesländern. Insbesondere seit Mitte der 90er Jahre haben die für Lizenzierung und Beaufsichtigung des privaten Rundfunks zuständigen Landesmedienanstalten vermehrt nichtkommerzielle Lokalradios zugelassen. Gab es noch 1993 bundesweit lediglich sechs legal sendende NKL, (5) sind inzwischen 38 Projekte auf Sendung (vgl. Tabelle 1). Seit 1995 senden in Baden-Württemberg neben Radio Dreyeckland weitere elf NKL (und vier CampusRadios). In Niedersachsen sind seit Ende 1996 sechs NKL-Projekte an den Start gegangen. Seit Anfang 1997 haben in Hessen sieben nichtkommerzielle Lokalradios den Sendebetrieb aufgenommen. Jeweils drei nichtkommerzielle Sender haben ihre Standorte in Bayern und Sachsen-Anhalt, ebenso in Sachsen, wo außerdem ein Hochschulradio sendet. Zwei NKL wetteifern in Hamburg um ihr Publikum. In Thüringen sind neben zwei CampusRadios auch zwei NKL „on Air“. (6) In den anderen Bundesländern fehlen derzeit die gesetzlichen Voraussetzungen zur Zulassung nichtkommerzieller Lokalradios. (7)

Die Bedingungen, unter denen die nichtkommerziellen Projekte arbeiten müssen, sind von Land zu Land sehr unterschiedlich. In Bayern unterscheidet der Gesetzgeber formal nicht zwischen NKL und werbefinanziertem Lokalfunk. (8) Üblicherweise sehen die Landesmediengesetze jedoch besondere Zulassungsbestimmungen für den nichtkommerziellen lokalen Hörfunk vor. In Niedersachsen sind die NKL im Rahmen eines zunächst befristeten Betriebsversuches, der auch Offene Kanäle einschließt und im März 2002 endet, lizenziert worden. Das Thüringer Rundfunkgesetz erlaubt die Zulassung von NKL nur „im Rahmen Offener Hörfunkkanäle“. Die Anzahl der hessischen nichtkommerziellen Lokalradios war zunächst gesetzlich begrenzt. Mit der jüngsten Novelle des Hessischen Privatrundfunkgesetzes wurde die Begrenzung jedoch aufgehoben.

Die Erlaubnisvoraussetzungen, die organisatorischen und programmlichen Anforderungen, die die Mediengesetze bestimmen, sind länderübergreifend ähnlich. Unterschiede gibt es vor allem bei der Finanzierung und Förderung. In der Regel tragen die Landesmedienanstalten die Verbreitungskosten (jährlich bis zu 70 000 DM je UKW-Sender). Eine institutionelle Förderung der NKL, das heißt die regelmäßige, anteilige Bezuschussung von Investitions- und Betriebskosten aus Mitteln des den Landesmedienanstalten zufließenden Anteils aus der Rundfunkgebühr, gewähren zurzeit fünf Landesmedienanstalten. In Thüringen und Hessen betragen die Zuschüsse zu den Personal- und

Derzeit 38 nichtkommerzielle Lokalradios auf Sendung**Unterschiedliche gesetzliche Voraussetzungen in den einzelnen Bundesländern****Verbreitungskosten meist von Medienanstalten bezahlt, teilweise auch institutionelle Förderung**

* Leiter der Abteilung für nichtkommerziellen lokalen Hörfunk und Offene Kanäle bei der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk.

① Nichtkommerzielle Lokalradios in Deutschland

Sender	Standort	Sendestart	UKW-Frequenz	techn. Reichweite Personen
Baden-Württemberg				
Radio Dreyeckland	Freiburg	1988	102,3+104,5 MHz	349 000
Radio Kormista	Stuttgart	1991	97,2 MHz	239 000
Freies Radio Freudenstadt	Freudenstadt	1995	100,0+104,1 MHz	44 000
Querfunk	Karlsruhe	1995	104,8 MHz	361 000
Kanal Ratte	Schopheim	1995	104,5 MHz	36 000
StHörfunk	Schwäbisch Hall	1995	97,5 MHz	42 000
Wüste Welle	Tübingen	1995	96,6 MHz	304 000
Helle Welle	Reutlingen	1995	96,6 MHz	304 000
Radio Free FM	Ulm	1995	102,6 MHz	212 000
Canale Grande	Ulm	1995	102,6 MHz	212 000
Freies Radio für Stuttgart	Stuttgart	1996	97,2 MHz	239 000
bermuda.funk	Mannheim	2000	105,4 MHz	134 000
Bayern				
Radio Z	Nürnberg	1988	95,8+93,6 MHz	798 000
Radio Feierwerk	München	1993	92,4 MHz	1 489 000
Radio Lora	München	1993	92,4 MHz	1 489 000
Sachsen				
coloRadio	Dresden	1993	100,2 MHz	1 000 000
Radio T	Chemnitz	1995	91,0 MHz	711 000
Radio Blau	Leipzig	1995	97,6 MHz	655 000
Hamburg				
Freies Sender Kombinat, FSK	Hamburg	1996	93,0 MHz	1 591 000
Hamburger Lokalradio	Hamburg	1998	96,0 MHz	1 560 000
Niedersachsen				
Radio Aktiv	Hameln	1996	100,0+94,8 MHz	77 000
StadtRadio	Göttingen	1997	107,1 MHz	99 000
Radio Flora	Hannover	1997	106,5 MHz	649 000
Radio Okerwelle	Braunschweig	1997	104,6 MHz	348 000
Radio ZuSa	Uelzen-Lüneburg	1997	88,0+95,5 MHz	184 000
Radio Jade	Wilhelmshaven	1997	87,8 MHz	182 000
Hessen				
Rundfunk Meißner, RFM	Eschwege	1997	99,7 MHz	50 000
RaDaR	Darmstadt	1997	103,4 MHz	197 000
Radio Unerhört Marburg, RUM	Marburg	1997	90,1 MHz	96 000
Freies Radio Kassel	Kassel	1997	105,8 MHz	181 000
Radio X	Frankfurt	1997	97,1 MHz	425 000
Rheinwelle	Wiesbaden	1997	92,5 MHz	229 000
Radio K2R	Rüsselsheim	1997	90,9 MHz	71 000
Thüringen				
Radio F.R.E.I.	Erfurt	1999	96,2 MHz	248 000
Radio LOTTE	Weimar	1999	106,6 MHz	134 000
Sachsen-Anhalt				
Corax	Halle	2000	95,9 MHz	300 000
Harz-Börde-Welle, hbw	Aschersleben	2000	92,5 MHz	270 000
Freies Radio Naumburg, FRN	Naumburg	2000	99,6 MHz	100 000
Gesamt (netto)¹⁾				13 265 000

1) Netto = Bei Frequenzsplitting wurde die technische Reichweite nur einmal gezählt.

Stand: 7/2001.

Sachkosten je NKL maximal 100 000 DM bzw. 120 000 DM jährlich. Die NKL in Sachsen-Anhalt werden mit bis zu 200 000 DM p.a. bezuschusst.

NKL in Niedersachsen können mit bis zu 580 000 DM im Jahr gefördert werden. (9) Baden-Württemberg hat die frühere Praxis der projektorientierten Förderung inzwischen ebenfalls auf eine institutionelle Förderung umgestellt (je Standort bis zu

100 000 DM p.a.). Bayern, Hamburg und Sachsen sehen keine institutionelle Förderung vor.

Wenn die rundfunkrechtlichen Voraussetzungen fehlen und/oder die finanziellen Prioritäten der Landesmedienanstalten auf anderen Gebieten liegen, müssen die NKL ihren Betrieb ausschließlich oder überwiegend durch ehrenamtliches Engagement, Mitgliedsbeiträge und Drittmittel sicherstellen. Doch selbst große Radiovereine wie beispielsweise das hannoversche Radio Flora mit ca. 650 Mitgliedern können aus den Beitragseinnahmen lediglich 5 Prozent ihres Jahresetats bestreiten. Von vergleichsweise größerer Bedeutung sind Mittel der staatlichen Arbeitsförderung, deren Volumen im Einzelfall mehrere hunderttausend Mark beträgt. In Abhängigkeit vom Budget und insbesondere von der Verfügbarkeit hauptamtlicher Mitarbeiter sind die Programm- und Betreuungsleistungen der NKL sehr unterschiedlich. Während zum Beispiel Radio T aus Dresden nur einmal wöchentlich vier Stunden sendet, ist die Braunschweiger Okerwelle jeden Tag rund um die Uhr „on air“.

Charakteristika nichtkommerzieller Lokalradios

Wenngleich das individuelle Selbstverständnis, die selbstgesetzten Projektziele, die konkreten Arbeitsschwerpunkte und Angebote differieren, weisen die NKL dennoch länder- und konzeptübergreifend eine Vielzahl gemeinsamer Merkmale auf:

1. die lokale Verankerung der Träger und die lokale, allenfalls regionale Verbreitung der Programme;
2. das Ziel, Themen auf die Agenda zu setzen, die andere Medien im lokalen Raum vernachlässigen;
3. die – relative – Offenheit bei der Programmgestaltung, wobei das Maß und die konkrete Form des Zugangs der Bürgerinnen und Bürger zu Sendeplätzen (und Produktionstechnik) von Land zu Land und von Projekt zu Projekt durchaus unterschiedlich sind;
4. die Vermittlung von Medienkompetenz, was sowohl die Seite der Produktion als auch die Hörgewohnheiten des Publikums meint;
5. die Nichtkommerzialisierung, das heißt, die Programme bzw. Sendungen sind in der Regel frei von Werbung, Sponsoring und Teleshoppingangeboten;
6. der zum überwiegenden Teil auch steuerrechtlich verbrieft Anspruch auf Gemeinnützigkeit, womit eine Tätigkeit gemeint ist, die dem Gemeinwohl verpflichtet ist und die nicht zuerst privaten und wirtschaftlichen Zielen dient. (10)

Lokale Verankerung, Bearbeitung vernachlässigter Themen, Bürgerbeteiligung, Vermittlung von Medienkompetenz

Innere Organisation und konzeptionelle Ansätze der NKL sehr verschieden

Ein Wesensmerkmal aller NKL-Projekte ist die ehrenamtliche Bürgerbeteiligung bei der Programmgestaltung. Zugleich sind die innere Organisation und Struktur, die Verankerung im Lokalen, in den Milieus und die konzeptionellen Ansätze der NKL sehr verschieden. (11) Das Spektrum reicht vom, zugespitzt formuliert, milieuorientierten Betroffenenradio mit einer eng definierten Zielgruppe in der Hörschaft bis zum lokalen Bürgerradio, das das Publikum im Verbreitungsgebiet in seiner

ganzen Breite erreichen will. Insofern ist NKL ein formaler, medienrechtlicher Begriff: Er bestimmt insbesondere die Werbefreiheit des Programms, bleibt jedoch inhaltlich-konzeptionell unbestimmt. Diese Offenheit lässt einerseits individueller und standortangepasster Projektgestaltung Raum, andererseits birgt sie die Gefahr der Beliebigkeit.

Grob lassen sich – mit fließendem Übergang – zwei Pole differenzieren. Der eine Typus verfolgt ein eher traditionell journalistisches Konzept, die Organisations- und Arbeitsstrukturen sind stärker hierarchisch angelegt. Innere Organisation und redaktionelle Arbeit stützen sich vergleichsweise stark auf hauptamtliche bzw. bezahlte Kräfte. NKL des anderen Typus sind stärker medienpädagogisch ausgerichtet. Insbesondere in die Programmproduktion sind viele Ehrenamtliche eingebunden. Angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind vorrangig für Organisationsaufgaben zuständig. Soweit sich NKL des zweiten Typs als „Freies Radio“ begreifen, haben sie hinsichtlich ihrer inneren Verfassung einen ausgesprochen basisdemokratischen Anspruch. „Freies Radio“ ist für sie ein „gesellschaftliches Modell zur eigenverantwortlichen Selbstorganisation“ und ein „emanzipatorisches Gegenmodell“ zu den bestehenden hierarchischen Strukturen öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter. (12) Ob ein NKL eher dem einen oder dem anderen Konzept zuneigt bzw. welchem publizistischem Konzept es folgt, hängt nicht selten von den Biographien weniger Schlüsselpersonen der Gründergeneration ab.

Die weitaus meisten NKL in Deutschland sind als eingetragene, gemeinnützige Vereine organisiert. Sie sind vergleichsweise einfach zu konstituieren und für interessierte Bürgerinnen und Bürger leicht zugänglich – damit allerdings auch im Fall von Konflikten kampagneanfälliger als zum Beispiel eine GmbH. Die Mitgliederzahlen sind standort- und konzeptabhängig sehr unterschiedlich. Die immer noch meisten Mitglieder hat Radio Dreyeckland, rund 2 500 Freiburger sind Mitglied des Fördervereins. In Hessen ist RaDaR aus Darmstadt mit ca. 700 Mitgliedern das größte NKL im Land; die wenigsten Mitglieder hat hier die Rheinwelle aus Wiesbaden (etwa 150). Die Mitgliederzahlen der niedersächsischen NKL-Vereine weisen eine ähnliche Bandbreite auf wie in Hessen.

Die redaktionellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lassen sich aus den vorliegenden Ergebnissen empirischer Forschung zu nichtkommerziellen Lokalradios in Hessen und Niedersachsen verkürzt folgendermaßen charakterisieren: Sie sind überwiegend jung. 70 Prozent sind jünger als 40 Jahre, 40 Prozent jünger als 30 Jahre. Männer dominieren (zwei Drittel). Ein überdurchschnittlich großer Anteil der NKL-Akteure ist formal hoch gebildet.

Zwei Pole: Traditionell journalistisches Konzept versus medienpädagogische Ausrichtung

NKL meist als eingetragene, gemeinnützige Vereine organisiert

Charakteristika der redaktionellen Mitarbeiter

Jeweils rund ein Drittel haben Abitur oder Hochschulreife. Trotz einer starken Affinität zum Journalismus schon vor der Mitarbeit im NKL sind spezifisch rundfunk-journalistische Qualifikationen vergleichsweise selten vorzufinden. „Training on the Job“ ist typische Qualifizierungsstrategie. Ein durchgängig hohes persönliches Engagement kompensiert bzw. überdeckt Organisations- und Qualifikationsdefizite. Das Engagement gründet auf einer intensiven emotionalen Bindung an das Projekt. Spaß am Radiomachen ist im Durchschnitt – noch vor publizistischen Zielsetzungen – eines der wichtigsten Motive der Mitarbeit im NKL. (13)

Fünf Mitarbeiter-typen

Befragungen im Rahmen der niedersächsischen NKL-Forschung ergaben, dass sich die Akteure der nichtkommerziellen Lokalradios entlang ihrer Motive in fünf verschiedene Grundtypen differenzieren lassen: Personen, die den „Partizipationsgedanken“ und die Funktion der „Gegenöffentlichkeit“ hervorheben, stellen mit Anteilen von je 25 Prozent rund die Hälfte der aktiven NKL-Mitarbeiter. Sie betonen die Rolle des NKL als Ort, an dem die Bürgerinnen und Bürger Medienkompetenz erwerben können; sie sehen im NKL eine publizistische Ergänzung bzw. ein Gegengewicht zu den etablierten Medien und zur politischen Grundausrichtung vor Ort. Ein weiteres Viertel kann als Berufseinsteiger charakterisiert werden. Diese Gruppe betrachtet das Radio vor allem als Übungsfeld für eine spätere professionelle Beschäftigung in der Branche. Alternativ-publizistische Zielvorstellungen haben bei ihnen eine vergleichsweise geringe Bedeutung. Die beiden Typen im verbleibenden Viertel begreifen ihr Engagement im Radio entweder als Hobby oder betonen den Service-Charakter und die Durchhörbarkeit des NKL. (14)

Gegenöffentlichkeits-konzept vor allem bei Gründergeneration noch stark vertreten

Diejenigen, die vor Ort vor allem eine Gegenöffentlichkeit etablieren wollen, engagieren sich insbesondere in aktuellen Magazin- und Nachrichtensendungen. In dieser Gruppe ist die Gründergeneration stark vertreten; ihre Bedeutung hat im Zeitverlauf jedoch abgenommen. Neueinsteiger können mit den alternativ-publizistischen Vorstellungen der Gründer immer weniger anfangen. Nur zwei Fünftel der Neueinsteiger meinen, das NKL sollte ein „politisches Gegengewicht“ sein, in den Stammbesetzungen bejahen jedoch zwei von drei Mitarbeitern dieses Ziel.

Programmwirklichkeit

NKL sollen publizistische Ergänzung bestehender Medienangebote sein

Was unterscheidet nun nichtkommerzielle Lokalradios von etablierten Medien, aber auch von anderen Bürgermedientypen? Im Kern ist es die Funktion, wie sie den NKL zum Beispiel in Niedersachsen auch medienrechtlich ausdrücklich zugewiesen wird. Sie sollen, als Konkurrenz, die bestehenden Medienangebote in der Region „publizistisch ergänzen“. (15)

Die „freien“ unter den nichtkommerziellen Lokalradios verdichten dieses Ziel auf den Begriff der „Gegenöffentlichkeit“. Sie wollen „nicht Sprachträger der professionellen Redner“ und derjenigen, die „das Sagen haben“, sein, sondern denen eine Stimme geben, „die was zu sagen haben und keine Möglichkeit dazu finden“. (16) Der „Bundesverband Freier Radios“ (BFR), der zurzeit 22 der lizenzierten NKL und zehn Radioinitiativen ohne medienrechtliche Zulassung organisiert, brachte den eigenen Anspruch in seiner 1995 verabschiedeten Charta folgendermaßen auf den Punkt: Es sollen „gesellschaftliche Zusammenhänge aufgedeckt“ werden, die „in herkömmlichen Medien nicht aufgedeckt werden“. Dies will man erreichen, indem „Personen oder Gruppen, die wegen ihrer gesellschaftlichen Marginalisierung oder sexistischen und rassistischen Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht zu Wort“ kommen, die „Möglichkeit der unzensurierten Meinungsäußerung“ erhalten. (17) Das sind Grundsätze, die regelmäßig auch in den Redaktionsstatuten wiederzufinden sind, die sich die „Freien Radios“ üblicherweise geben. (18)

Losgelöst vom Selbstverständnis „Freier Radios“ kann der Begriff der publizistischen Ergänzung als spezifischer Programmauftrag nichtkommerzieller Lokalradios (also eben nicht nur „Freier Radios“) konkretisiert werden. Dabei sind unter Abgrenzung gegen etablierte Programmformate die üblichen Vorgaben der Landesrundfunkgesetze nach Pluralität und Meinungsvielfalt zu berücksichtigen. Folgt man der Interpretation des Niedersächsischen Landesrundfunkgesetzes von Helmut Volpers u.a., dann sollten NKL-Programme

1. sich nicht nur inhaltlich/thematisch, sondern auch in der Präsentation von den Programmen etablierter kommerzieller und öffentlich-rechtlicher Hörfunkanbieter deutlich unterscheiden,
2. in der lokalen Berichterstattung ihren Schwerpunkt haben,
3. soziale, kulturelle und politische Aktivitäten des Sendegebietes einbinden sowie
4. Gruppen, die ansonsten in medialen Angeboten unterrepräsentiert sind, Artikulationsmöglichkeiten eröffnen. (19)

Was kennzeichnet nun die Programme nichtkommerzieller Lokalradios in der Realität? Radiotypisch räumen auch die NKL der Musik einen breiten Raum ein, vielfach jedoch jenseits des Mainstreams. Zwischen den Sendern gibt es aber „deutliche quantitative und qualitative Unterschiede des Programms“, wie die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg bereits 1996 in einer Stichtagsanalyse ihrer NKL feststellte. (20) Das gilt noch heute. Entscheidend sind nicht nur die Programmphilosophien (zum Beispiel Hörer- vs. Partizipationsorientierung), ebenso wichtig sind die materiellen Produktionsbedingungen.

Helmut Volpers u. a. charakterisieren die niedersächsischen NKL als „Mischformen zwischen Tagesbegleit- und Einschaltprogrammen“ – und raten zugleich von „einer nivellierenden Sichtweise“ ab. (21) Die Notwendigkeit der Differenzierung zeige

„Freie Radios“ unter den NKL wollen explizit Gegenöffentlichkeit

Beispiel Niedersachsen: Was heißt „publizistische Ergänzung“?

Charakteristika der NKL-Programme

sich bereits bei Betrachtung der hörfunkanalytischen Basiskategorien Wort- und Informationsanteil. In Niedersachsen variiert der Wortanteil der sechs NKL zwischen 23 und 38 Prozent. Bei drei untersuchten NKL in Hessen schwankt er zwischen 23 und 27 Prozent. (22) Für die NKL in Baden-Württemberg hat die dortige Landesmedienanstalt eine Bandbreite von 10 bis 43 Prozent ermittelt. (23) Das heißt, die NKL erreichen nicht generell, sondern nur zum Teil Werte, die über den Vergleichswerten privater Formatradios und öffentlich-rechtlicher Servicewellen liegen. Bezogen auf das jeweilige Gesamtprogramm liegen die Informationsanteile der niedersächsischen NKL zwischen 15 bis 30 Prozent, bezogen auf die Wortanteile reicht die Bandbreite von 62 bis 82 Prozent. (24)

**Vergleichende
Programmanalyse
von NKL mit landes-
weitem Hörfunk und
lokalen Printmedien**

Die niedersächsische Untersuchung verglich die Programmleistungen der NKL auch mit denen landesweiter Hörfunkprogramme und lokaler Printmedien. Ergebnis: Die NKL berichten zeitlich umfangreicher und thematisch vielfältiger über ihre Sendegebiete als die landesweit verbreiteten Radios. Bezogen auf das Informationsprogramm erreicht die lokale Berichterstattung Anteile von 59 bis 89 Prozent (für Hessen ermittelten Brosius und Weiler Werte von 21 bis 72 Prozent). (25) Anders sieht die Situation im Vergleich zur lokalen Tagespresse aus. Sie leistet nach wie vor die umfangreichere Berichterstattung. Dennoch verbleibt ein erheblicher Anteil an Themen und Ereignissen, über die die NKL „exklusiv“ berichten. Insofern ergänzen die NKL das inhaltliche Angebot der Lokalpresse. Eine Thematisierungsfunktion der NKL für die anderen lokal berichtenden Medien konnte hingegen nicht festgestellt werden. Die NKL setzen (von Einzelfällen abgesehen) keine lokalen Themen auf die Tagesordnung, die dann von den anderen Medien übernommen werden. (26)

**NKL-Programme
thematisch vielfältig**

Die NKL-Programme sind thematisch vielfältig. Standortabhängig gibt es aber unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte. Kulturelle Beiträge haben in der Regel den größten Anteil am Informationsprogramm. (27) Die niedersächsischen Ergebnisse deuten darauf hin, dass Politik/Wirtschaft/Soziales als wesentlicher Kern der Hardnews insbesondere bei solchen NKL einen hohen Stellenwert haben, die dem Leitbild öffentlich-rechtlichen Rundfunks und/oder der Gegenöffentlichkeit folgen. Schließlich sind auch Service und Lokalsport feste Programmbestandteile. Fremdsprachige Sendungen findet man vor allem bei NKL in Ballungsräumen. (28)

**Forschung bestätigt
publizistische
Ergänzungsfunktion**

Aktualität ist einer der entscheidenden Vorteile des Hörfunks gegenüber den Printmedien. Zwischen 49 und 76 Prozent der niedersächsischen NKL-Berichterstattung ist tagesaktuell. (29) Damit kommen die NKL in der Spitze zwar an die Vergleichswerte privater (um 80%) und öffentlich-rechtlicher (über 90%) Servicewellen heran. (30) Im Durchschnitt weisen sie aber doch eine geringere Tagesaktualität als die etablierten Programme auf. Einer

der Gründe dafür dürfte in den besonderen Produktionsbedingungen der NKL zu suchen sein. Die redaktionelle Arbeit stützt sich wesentlich auf ehrenamtliche Mitarbeiter, die in zeitlicher und professioneller Hinsicht nicht beliebig disponibel sind. Die vorliegende Begleitforschung bescheinigt den NKL übereinstimmend, inhaltlich und thematisch der publizistischen Ergänzungsfunktion gerecht zu werden.

Eher kritisch wird allerdings die beschränkte Formen- bzw. Darstellungsvarianz gesehen. Volpers vermutet, dass „die NKL-Programmproduzenten die radiophonen Möglichkeiten des Hörfunks nicht kennen oder nicht für ihre Programmpraxis nutzbar machen wollen oder können.“ Ihr Berichterstattungsrepertoire wirke eher „spärlich“. „Akustische Möglichkeiten – neben Sprache, Musik und Jingles – wie Klänge, Hintergrundgeräusche, O-Töne, szenische Dokumentationen usw.“ würden kaum ausgeschöpft, und „radiophone Experimente im Sinne einer formalen Weiterentwicklung des Mediums“ fänden „überhaupt nicht statt“. (31) Brosius und Weiler bewerten hingegen „das Spektrum der verwendeten Stilformen“ als „ausreichend“ und betonen, dass bei „der Beurteilung der Anzahl von Stilformen“ die – im Vergleich zu etablierten Hörfunksendern – geringeren Ressourcen der NKL-Sender (32) berücksichtigt werden sollten. (33)

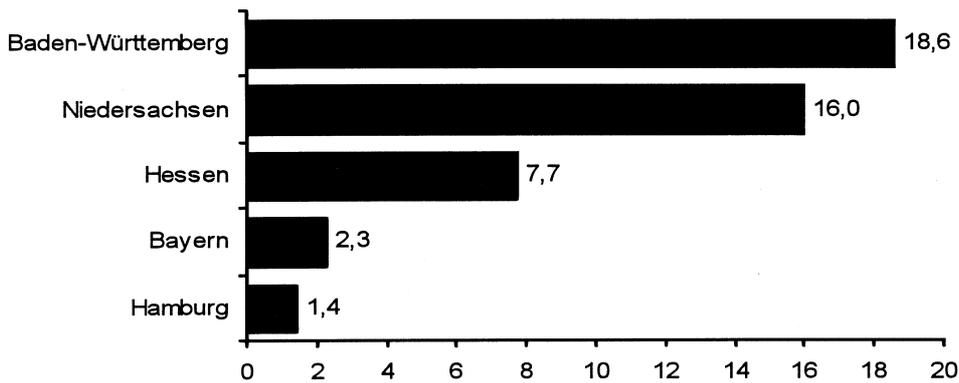
In der Gesamtschau sind nichtkommerzielle lokale Radios eine Bereicherung der Hörfunk- und Medienlandschaft. Sie erfüllen wesentliche Teile ihres Programmauftrages und ergänzen die lokale Publizistik. Ihre Programmpraxis ist jedoch, von Ausnahmen abgesehen, weniger „alternativ“ als ihr medientheoretischer Hintergrund, insbesondere die Ideologie des „Freien Radios“ erwarten lässt. Es gibt ein breites Spektrum der konkreten Programmrealisation der verschiedenen NKL. Es gibt somit nicht „das“ NKL, sondern eine Vielfalt von Programmprofilen. Die Beantwortung der Frage, welches der Programmprofile ein „ideales“ nichtkommerzielles lokales Radio repräsentiert, hängt letztlich vom Vorverständnis und den Erwartungen des Betrachters ab.

Nutzung und Akzeptanz

„Die nichtkommerziellen Lokalradios haben Zuhörer“, stellte Merz 1998 in einer Abhandlung über die hessischen NKL fest, um zugleich einzuschränken, dass „die Reichweite nicht bestimmbar“ sei. (34) Tatsächlich gab es lange Zeit keine validen Nutzungszahlen. Inzwischen liegen aber repräsentative und methodisch gesicherte Reichweiteregebnisse für Baden-Württemberg, Bayern, Hamburg, Hessen und Niedersachsen vor. Die Landesmedienanstalten der drei erstgenannten Länder haben ihre NKL in die regelmäßig wiederkehrenden Media Analysen (MA) einbezogen. In Hessen und Niedersachsen sind von den Landesmedienan-

**Allerdings geringe
Varianz der
Darstellungsformen**

Abb. 1 Durchschnittlicher weitester Hörerkreis nichtkommerzieller Lokalradios nach Bundesländern, in %



Quellen: Volpers/Salwiczek/Schnier: Image- und Akzeptanzuntersuchung nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. München 2001 (Erhebungsjahr 2000); Emnid-Institut: Die niedersächsischen Bürgermedien und ihr Publikum. Berlin 2001 (Erhebungsjahr 1999); Funkanalyse 2000 (für Bayern); MA 2000 (für Baden-Württemberg); MA 2001/I (für Hamburg).

Weitester Hörerkreis variiert im Landesdurchschnitt von 1,4% bis 18,6%

stalten besondere Forschungsprojekte aufgelegt worden, die sich methodisch am Instrumentarium der MA orientierten. (35)

Durchschnittlich vier von fünf Einwohnern (ab 14 Jahre) ist das nichtkommerzielle Lokalradio in ihrem Verbreitungsgebiet bekannt, wie die Messungen aus Hessen im Jahr 2000 und Niedersachsen (1999) dokumentieren. (36) Etwa ein Drittel bis zwei Drittel hatten ihren Lokalsender zum Zeitpunkt der Befragung bereits gehört. (37) Der weiteste Hörerkreis (WHK), also die Personen, die das NKL wenigstens einmal in den letzten zwei Wochen vor der Befragung gehört haben, reicht landesdurchschnittlich von 1,4 Prozent (Hamburg) bis 18,6 Prozent (Baden-Württemberg), wie die Abbildung 1 zeigt. In absoluten Zahlen errechnet sich eine NKL-Hörerschaft im weitesten Hörerkreis für Hamburg in Höhe von 22 000, für Bayern von 85 000, für Hessen von 96 000, für Niedersachsen von 253 000 und für Baden-Württemberg von 295 000 Personen. Nimmt man den WHK-Mittelwert (7,7%) als Prognosezahl für die hier nicht erfassten NKL aus Thüringen und Sachsen-Anhalt, dann hätten die NKL in Deutschland insgesamt mindestens 800 000 Hörer im WHK.

In Niedersachsen haben sich die sechs NKL mit einem durchschnittlichen WHK von 16 Prozent (38) klar vor Spartenprogrammen positioniert, die im WHK durchschnittlich 10 Prozent erreichen. (39) Das Niveau von massenattraktiven Programmen wie Radio ffn oder NDR 2, die einen durchschnittlichen WHK von 48 Prozent aufweisen, erreichen sie immerhin noch zu einem Drittel. In Hameln gelang es Radio Aktiv (32%) sogar, Hit-Radio Antenne (23%) und das Jugendprogramm des NDR N-Joy Radio (15%) zu überrunden. (40)

Angaben über Tagesreichweiten (Hörer gestern) und Stammhörer liegen nur vereinzelt vor. Ihre Messung ist oft schwierig oder gar nicht möglich, weil viele NKL nicht täglich senden und/oder ihre Frequenz mit einem oder mehreren anderen Programmveranstaltern teilen müssen. Die hessischen NKL erreichen eine durchschnittliche Tagesreichweite von 1,6 Prozent. Das sind landesweit rund 20 000 Hörer und je Standort durchschnittlich knapp 3 000. Auf gleichem Niveau liegen die Stammhörerzahlen. Bei einer Bandbreite von 1 bis 7 Prozent liegt der durchschnittliche Hörer-gestern-Wert der NKL in Niedersachsen bei 3 Prozent. Je Standort werden zwischen 6 000 bis 9 000 Hörer täglich erreicht, landesweit sind es rund 36 000. Zusammen haben die sechs niedersächsischen NKL ca. 45 000 Stammhörer. Die Quote reicht von 1 Prozent (Radio Flora) bis 9 Prozent (Radio Aktiv) bzw. absolut von 6 000 (Radio Aktiv) bis 12 000 Hörern (Radio Jade). (41)

Bei einer detaillierten Standortbetrachtung fällt auf, dass NKL mit vergleichsweise geringen technischen Reichweiten in der Regel mehr Hörer bzw. deutlich höhere relative WHK-Anteile erreichen als NKL in großen Ballungsräumen, wie Abbildung 2 zeigt.

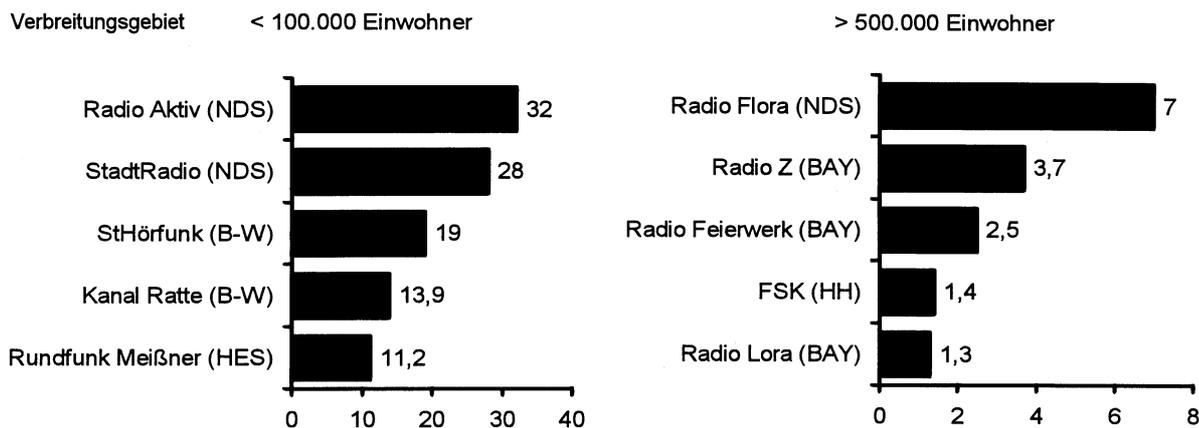
Ein nicht zu großes und sozialstrukturell möglichst „homogenes“ Verbreitungsgebiet ist aber keine Reichweitengarantie. Ebenso wichtig ist das Programm – inhaltlich wie in der Präsentation. Nach den niedersächsischen NKL-Untersuchungen sind die wesentlichen, die Akzeptanz bzw. Nutzung fördernden Merkmale:

1. ein ausreichend großes Programmvolumen, das regelmäßig gesendet wird,
2. ein vergleichsweise hoher Wortanteil,
3. ein vergleichsweise hoher Informationsanteil und
4. ein möglichst hoher Lokalbezug. (42)

Nur vereinzelte Angaben zu Tagesreichweiten

Hoher Infoanteil und Lokalbezug fördern Nutzung

Abb. 2 Standortgröße und Reichweite nichtkommerzieller Lokalradios
weitester Hörerkreis, in %



Quellen: Volpers/Salwiczek/Schnier: Image- und Akzeptanzuntersuchung nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. München 2001 (Erhebungsjahr 2000); Emnid-Institut: Die niedersächsischen Bürgermedien und ihr Publikum. Berlin 2001 (Erhebungsjahr 1999); Funkanalyse 2000 (für Bayern); MA 2000 (für Baden-Württemberg); MA 2001/I (für Hamburg).

Hörer erwarten vernachlässigte Themen und Lokal/Regionalbezug bei NKL

Das Publikum „belohnt“ also die Programmleistungen, die der Gesetzgeber üblicherweise vom NKL erwartet. In Niedersachsen ist es für die Hälfte der Hörer (im WHK) „sehr wichtig“ und für knapp 40 Prozent „ziemlich wichtig“, dass die NKL über Themen berichten, die andere Medien vernachlässigen. Das ist auch eines der stärksten Motive, im NKL aktiv mitzuarbeiten. Rund zwei Drittel der NKL-Aktiven treibt dieses den Publikumserwartungen entsprechende Interesse an. Ausdrücklich wird von der Hörerschaft auch die lokale Themenorientierung gewünscht: Dass ausführlich über die Region informiert wird, halten 45 Prozent für „sehr wichtig“ und 47 Prozent für „ziemlich wichtig“. (43) Diesen Erwartungen kommen die NKL weitgehend, wenn auch im Einzelfall in unterschiedlichem Umfang nach. Für deutlich weniger wichtig halten die Hörer, dass NKL „politisch klar Position beziehen“ oder „provokieren“ – was sich durchaus als Absage an den politischen Impetus „Freier Radios“ interpretieren lässt.

Präsentation schlechter bewertet als bei etablierten Radios

Die NKL-Programme werden von den Hörern schwächer bewertet als etablierte Hörfunkprogramme. In Niedersachsen vergeben sie durchschnittlich die Note „drei plus“ (2,6 auf einer Sechserkala). Kritik wird weniger an den Inhalten, als vielmehr an der Präsentation geübt. Dennoch finden neun von zehn Hörern im WHK das NKL in ihrem Ort „sympathisch“. NKL haben bei ihren Hörern ein positives Image, weil sie als engagiert und innovativ gelten. Deshalb würden die Programmschwächen, so das Emnid-Institut, „nach-sichtig bewertet“, und in Anbetracht der besonderen Produktionsbedingungen der NKL seien die Ergebnisse insgesamt als „durchaus zufrieden stellend zu werten.“ (44) Zu einem kritischeren Urteil kommen Volpers u.a. für Hessen: Die Bandbreite der formalen und inhaltlichen Qualität zwischen den Sendungen sei zu groß; zu oft werde der Hörer mit einem plötzlichen „Qualitätsabfall“ konfrontiert. Es sei zu vermuten, dass „eine bessere

Schulung der Produzenten die Akzeptanz gegenüber den NKL-Programmen deutlich erhöhen könnte.“ (45)

Die Rezipienten der NKL sind im Übrigen weitgehend ein getreues Abbild der Bevölkerung. Alle Teilgruppen sind im WHK vertreten. Die Hörer der NKL sind zwar etwas häufiger männlich, etwas jünger und besser gebildet, sie interessieren sich etwas stärker für Politik und beteiligen sich ein wenig stärker am politischen und gesellschaftlichen Leben, aber die Abweichungen von der Sozialstruktur der Gesamtbevölkerung sind insgesamt gering. Zu diesem Ergebnis gelangte sowohl die hessische als auch die niedersächsische Reichweitenstudie. (46)

Fazit

Die „alte Gretchenfrage, ob ein professionell gemachtes Radio noch ein freies“ und damit authentisches sei, gibt unter den „Freien Radios“ immer noch Anlass zu manch kontroverser Diskussion. (47) Diese Diskussion ist nicht frei von Dogmatik. Gerade so, als befände man sich noch in den Theoriediskussionen der 70er Jahre (mit Oskar Negt, Alexander Kluge und Hans-Magnus Enzensberger) über „proletarische Öffentlichkeit“ und „autonome Medienarbeit“ oder „repressiven bzw. emanzipatorischen Mediengebrauch“, werden die Wir-Gefühl stiftenden Klassiker wie zum Beispiel Bertold Brecht, der den Rundfunk aus einem „Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat“ zu verwandeln hoffte, geradezu selbstreferentiell und gebetsmühlenartig zitiert – wobei am Ende regelmäßig das gleiche und bekannte Postulat steht: Jeder Empfänger sei ein Sender und umgekehrt.

Rezipienten der NKL aus allen Bevölkerungsgruppen

Nichtkommerzielle Lokalradios zwischen Idealen und Notwendigkeiten

Auch wenn der Sinn gelegentlicher Rückbesinnung auf begründete formulierte Ideale hier nicht bestritten werden soll, vernachlässigt eine derart eingeschränkte Debatte aktuelle Entwicklungen und Notwendigkeiten:

1. Genau so plural, wie sich die Bürgermedienlandschaft inzwischen insgesamt gestaltet, sind auch die konzeptionellen Ansätze innerhalb der NKL sehr verschieden. Nichtkommerzielles Lokalradio ist eben nicht einfach mit „freiem“ Radio und seinem Ideal von (Minderheiten-) Partizipation und „alternativer“ Öffentlichkeit gleichzusetzen.
2. Gleich, welches Organisations-, Beteiligungs- und Programmkonzept ein nichtkommerzielles Lokalradio nach seinen Statuten verfolgt, der reale Sendebetrieb schafft – jenseits der Ideale, die das individuelle Engagement der Akteure begründen – ganz neue Beratungs- und Informationsbedürfnisse und Qualifikationserfordernisse.
3. Nicht zuletzt will die inzwischen nicht unerhebliche öffentliche Alimentation aus Rundfunkgebührenmitteln überzeugend legitimiert werden.

(Selbst-)Evaluation nötig

Notwendig erscheint eine sich aus unterschiedlichen Praxiserfahrungen speisende Diskussion, legt doch ohnehin eine Vielzahl der jüngeren NKL-Akteure keinen Wert mehr auf den inzwischen traditionell gewordenen Begriff des „Freien Radios“. Nachdem die Phase des raschen Auf- und Ausbaus nichtkommerzieller Lokalradios fürs Erste abgeschlossen ist, müssen die NKL im Rahmen einer (Selbst-)Evaluation prüfen, ob die ehemals formulierten Ziele und einmal entworfenen Organisations- und Programmkonzepte den Anforderungen des täglichen Sendebetriebs gerecht werden. Die Bedürfnisse und Erwartungen des Publikums müssen dabei ebenso wie die materiellen Voraussetzungen von Programmqualität thematisiert werden. Mit der einfachen Forderung nach „mehr Geld“ ist es aber nicht getan. Bei der Konsolidierung der NKL-Landschaft sind jetzt nicht in erster Linie der Gesetzgeber und die Medienanstalten gefragt, sondern die nichtkommerziellen Lokalradios selbst.

Niedersachsen will NKL und Offene Kanäle zusammenführen

In Niedersachsen müssen sich die NKL sehr schnell neuen organisatorischen Anforderungen stellen. Der Betriebsversuch, in dessen Rahmen sie lizenziert wurden, läuft im März 2002 aus. Die Landesregierung hat im Mai 2001 den Entwurf eines neuen Niedersächsischen Mediengesetzes vorgelegt. Es soll im Herbst 2001 vom Landtag verabschiedet werden. Das Gesetz sieht vor, die organisatorische Trennung in Offene Kanäle und nichtkommerzielle Lokalradios aufzuheben. Nach dem so genannten Konvergenzmodell sollen beide Bürgermedientypen konzeptionell und organisatorisch zusammengeführt werden. Diese Neuordnung hat

der Landesverband Bürger-Medien in Niedersachsen e.V., in dem alle 14 Offenen Kanäle und nichtkommerziellen Lokalradios organisiert sind, bereits 1999 erstmals gefordert. Die Aufhebung des „NKL/OK-Dualismus“ ist Konsequenz der in der Sendepaxis zu beobachtenden Gleichartigkeit.

Folgerichtig definiert das neue Mediengesetz drei zentrale und gemeinsame Aufgaben des „Bürgerrundfunks“: Er muss 1. die lokale und regionale Berichterstattung sowie das kulturelle Angebot im Verbreitungsgebiet ergänzen, 2. den Bürgerinnen und Bürgern den freien Zugang zum Rundfunk gewähren und 3. Medienkompetenz vermitteln. Das Konvergenzmodell schafft also einen einheitlichen Organisationsrahmen, der die zentralen und bisher nach nichtkommerziellen Lokalradios und Offenen Kanälen getrennten Ziele bzw. Funktionszuweisungen – Zugänglichkeit für jedermann sowie publizistische Ergänzungsleistung – verbindet:

1. Im Interesse lokaler, publizistischer Ergänzung und programmlicher Kontinuität muss Bürgerrundfunk in diesem Sinne einerseits vom Träger(verein) gestaltete und verantwortete Programmleistungen erbringen, wobei der Schwerpunkt die lokale Information sein soll.
2. Andererseits muss der Träger für einen bestimmten und nicht nur marginalen Anteil der täglichen Sendezeit einen diskriminierungsfreien Zugang sicherstellen, der es allen interessierten Bürgerinnen und Bürgern des Verbreitungsgebietes erlaubt, selbst produzierte Beiträge und Sendungen im Hörfunk und/oder Fernsehen eigenverantwortlich zu verbreiten.

Das müssen die künftigen Bürgerradios und Bürgerfernsehen in Niedersachsen innerorganisatorisch und personell, aber auch programmlich umsetzen. Ob die „niedersächsische Innovation“ praxistauglich ist und womöglich Nachahmer findet, bleibt abzuwarten.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Widlock, Peter: Der andere Hörfunk. Community Radios in den USA. Berlin 1992.
- 2) Vgl. Vester, Michael: Neue soziale Bewegungen und soziale Schichten. In: Wasmuth, Ulrike C. (Hrsg.): Alternativen zur alten Politik? Neue soziale Bewegungen in der Diskussion. Darmstadt 1989, S. 28ff.
- 3) Vgl. Radio Dreyeckland (Hrsg.): Radio please. Radio Dreyeckland 1977-1994. Geschichte und Programm eines Freien Radios. Freiburg 1994.
- 4) Vgl. Busch, Christoph: Was Sie schon immer über Freie Radios wissen wollten. Münster 1981, S. 133ff.
- 5) Vgl. Pitzer, Sissi: Programmstörung. In: Journalist 11/1994, S. 26ff.
- 6) Laufend aktualisierte Adressen und Links sind im Internet unter www.querfunk.de abrufbar.
- 7) Vgl. Günnel, Traudel: Legistische Grundlagen für nichtkommerziellen Rundfunk in den Mediengesetzen der deutschen Bundesländer. In: Dorer, Johanna/Alexander Baratsits (Hrsg.): Radiokultur von morgen. Wien 1995, S. 59ff.
- 8) So finanziert sich das Nürnberger Radio Z zum Teil aus lokaler Werbung.
- 9) Zur Förderung der sechs NKL stellt die Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk jährlich rund 3,5 Mio DM bereit. Unter Berücksichtigung von Eigen- und Drittmitteln erwirtschaften die NKL durchschnittlich 910 000 DM pro Jahr. Ihre durchschnittliche Eigenfinanzierungsquote liegt damit bei 35 Prozent.
- 10) Die Merkmale kennzeichnen nicht nur NKL, sondern auch andere Formen des Bürgerrundfunks wie zum Beispiel Offene Kanäle.

Neues niedersächsisches Mediengesetz definiert drei zentrale Aufgaben

- 11) In Niedersachsen gibt es NKL-Projekte, an denen beispielsweise auch örtliche Zeitungsverlage direkt oder indirekt beteiligt sind.
- 12) So zum Beispiel Querfunk, das „Freie Radio“ für Karlsruhe, in einer ins Internet gestellten Information über Ziele und Aufgaben des nichtkommerziellen Gesellschaftsfunks (siehe www.querfunk.de).
- 13) Rager, Günther/Lars Rinsdorf: Kommunikatoren im nichtkommerziellen lokalen Hörfunk in Niedersachsen. Eine Organisationsanalyse. Schriftenreihe der NLM, Bd. 9. Berlin 2000, S. 39ff. und Fleming, Jens u.a.: Organisations- und Kommunikationsstruktur nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 11. München 2000, S. 45ff.; vgl. auch Merz, Pia: Bürgerfunk zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Organisations- und Programmstrukturen nichtkommerzieller lokalen Hörfunks am Beispiel Hessen. In: Media Perspektiven 5/1998, S. 250ff.
- 14) Vgl. Rager/Rinsdorf (Anm. 13), S. 68ff.
- 15) So das Niedersächsische Landesrundfunkgesetz (§ 36); das Hessische Privatrundfunkgesetz und das Mediengesetz des Landes Sachsen-Anhalt verweisen mit gleicher Zielrichtung auf die „Meinungsvielfalt“, die durch die Zulassung von NKL erreicht bzw. verbessert werden soll.
- 16) Busch (Anm. 4), S. 83.
- 17) epd/Kirche und Rundfunk 48/1995, S. 16f.; vgl. auch www.freie-radios.de.
- 18) Die Organisationsanalyse der niedersächsischen NKL durch Rager und Rinsdorf (Anm. 13) zeigte, dass die Einbindung von Vereinen und Interessengruppen (zumindest in der Startphase der Projekte) relativ schwach ausgeprägt war. „Gesellschaftliche“ Interessen werden weniger von Verbandsfunktionären als vielmehr von engagierten Einzelpersonen in die Redaktionen hineingetragen.
- 19) Vgl. Volpers, Helmut/Detlef Schnier/Christian Salwiczek: Programme der nichtkommerziellen Lokalradios in Niedersachsen. Eine Programm- und Akzeptanzanalyse. Schriftenreihe der NLM, Bd. 10. Berlin 2000, S. 15.
- 20) Vgl. Funkkorrespondenz 1-2/1997, S. 25.
- 21) Volpers/Schnier/Salwiczek (Anm. 19), S. 193.
- 22) Vgl. Brosius, Hans-Bernd/Stefan Weiler: Programmanalyse nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 10. München 2000, S. 60; ähnlich den niedersächsischen Ergebnissen stellte 1997 eine LPR-interne Programmanalyse von fünf hessischen NKL Wortanteile von 26 bis 37 Prozent fest; vgl. Merz (Anm. 13), S. 254.
- 23) Landesanstalt für Kommunikation (Hrsg.): Nichtkommerzieller Lokalfunk in Baden-Württemberg. Stuttgart 2000, S. 51.
- 24) Zu vergleichbaren Ergebnissen (nämlich 39 bis 73%) kam auch die LPR-interne Analyse der hessischen NKL aus dem Jahr 1997 (Anm. 22).
- 25) Vgl. Brosius/Weiler (Anm. 22), S. 108.
- 26) Vgl. Volpers/Schnier/Salwiczek (Anm. 19), S. 193f.
- 27) So auch die Stichtagsanalyse 1996 der Landesanstalt für Kommunikation (Anm. 20).
- 28) Vgl. Volpers/Schnier/Salwiczek (Anm. 19), S. 130ff., Brosius/Weiler (Anm. 22), S. 81ff. sowie Merz (Anm. 13), S. 254f.
- 29) Vgl. Volpers/Schnier/Salwiczek (Anm. 19), S. 138; vgl. auch Merz (Anm. 13), S. 255.
- 30) Vgl. Trebbe, Joachim/Torsten Maurer: Hörfunklandschaft Niedersachsen 1998. Eine vergleichende Analyse. Schriftenreihe der NLM, Bd. 6. Berlin 1999, S.80.
- 31) Volpers/Schnier/Salwiczek (Anm. 19), S. 194.
- 32) Der Produktionsaufwand für eine Sendestunde beträgt bei den niedersächsischen NKL im Durchschnitt knapp 190 DM. Bei den ARD-Hörfunkprogrammen kostet eine Sendestunde durchschnittlich rund 5 100 DM.
- 33) Vgl. Brosius/Weiler (Anm. 22), S. 207.
- 34) Merz (Anm. 13), S. 257.
- 35) Vgl. Volpers, Helmut/Christian Salwiczek/Detlef Schnier: Image- und Akzeptanzuntersuchung nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Schriftenreihe der LPR-Hessen, Bd. 13. München 2001; Emnid-Institut: Die Niedersächsischen Bürgermedien und ihr Publikum. Eine Nutzungs- und Reichweitenanalyse. Schriftenreihe der NLM, Bd. 11. Berlin 2001; beide Untersuchungen wurden als computerunterstützte Telefonumfragen (CATI) durchgeführt, die Stichprobe erfasste je Verbreitungsgebiet 500 Personen; für Bayern siehe www.blm.de und für Baden-Württemberg LfK (Hrsg.) (Anm. 23), S. 70, den Hamburger Zahlen liegt die MA 2001/I zugrunde.
- 36) Vgl. Emnid-Institut (Anm. 35), S. 15 sowie Volpers/Salwiczek/Schnier (Anm. 35), S. 61ff.
- 37) In Niedersachsen fand die Befragung rund zwei Jahre und in Hessen etwa drei Jahre nach den Sendestarts der NKL statt.
- 38) Die ebenfalls untersuchten Offenen Hörfunkkanäle erreichten einen durchschnittlichen weitesten Hörerkreis von 18 Prozent, die Offenen Fernsehkanäle von 17 Prozent.
- 39) Emnid-Institut (Anm. 35), S. 13f.
- 40) Für Hessen vgl. auch Volpers/Salwiczek/Schnier (Anm. 35), S. 60ff.
- 41) Vgl. ebd. (Anm. 35), S. 41ff. und Emnid-Institut (Anm. 35), S. 19f.
- 42) Vgl. Volpers/Salwiczek/Schnier (Anm. 19), S. 195f. und Emnid-Institut (Anm. 35), S. 18f.
- 43) Vgl. Rager/Rinsdorf (Anm. 13), S. 64 und Emnid-Institut (Anm. 35), S. 24ff.; vgl. auch Brosius/Weiler (Anm. 22), S. 105ff. sowie Volpers/Salwiczek/Schnier (Anm. 35), S. 53ff.
- 44) Emnid-Institut (Anm. 35), S. 34f.
- 45) Volpers/Salwiczek/Schnier (Anm. 35), S. 77; vgl. auch Buchholz, Klaus-Jürgen: Nutzen für das zahlende Publikum. In: epd medien, Nr. 72 vom 16.9.1998, S. 17ff.
- 46) Vgl. Emnid-Institut (Anm. 35), S. 28ff. und Volpers/Salwiczek/Schnier (Anm. 35), S. 94.
- 47) Vgl. Busche, Martin: Freie mit Verband. In: taz v. 10.10.1995.

