

Protokoll

Medienvielfalt – Radio und Internet zwischen Markt und Bürgerbeteiligung

Tagung im Renner Institut, 21.Juni 2002

Panel I: Die Informationsgesellschaft und die Rolle der unabhängigen Medien

Zum Mythos der „globalen Informationsgesellschaft

Professor Armand Mattelarts Anliegen bestand vor allem darin, die Mythologien, die sich um so trendige Begriffe, wie die „globale Informationsgesellschaft“ ranken, zu demaskieren – und ihren eigentlichen Wurzeln auf den Grund zu gehen. Indem er die Entwicklung dieser Begrifflichkeiten in den historischen Kontext einbettete, nahm er dem vorherrschenden Bild, das unsere Welt als eine techno-globale Ordnung erscheinen lässt, in der alles anders, moderner, ja schlichtweg besser und gerechter sein soll als je zuvor, jeden Glanz des Neuen. Tatsächlich entwickelte sich der Begriff der „globalen Informationsgesellschaft“ nicht erst in den letzten zehn bis zwanzig Jahren, sondern schon während des Kalten Krieges. Genau genommen habe der Westen mit diesem Begriff Propaganda gemacht, um gegenüber dem Gesellschaftssystem jenseits des „Eisernen Vorhangs“ eine Art von neuer Demokratie geltend zu machen. Bis zum absoluten Durchbruch des Begriffs der „globalen Informationsgesellschaft“ zu dem Neodarwinismus, den er heute darstelle, habe es jedoch noch weitere Schritte bedurft, die beispielsweise mit der – von den G-7 verabschiedeten - „Charta über die globale Informationsgesellschaft“ im Jahr 2000 gesetzt wurden. Seit dem sei aber klar gewesen: Wer sich dem technischen Fortschritt und der damit verbundenen grenzenlosen Kommunikation und Demokratisierung verschließt, und sich kritisch gegenüber den Allheilsversprechungen der neuen technischen Weltordnung zeigt, gilt als technophob und antimodern.

Professor Manfred Knoche hob im Besonderen die ideologische Funktion des Mythos der globalen Informationsgesellschaft hervor. Der Kapitalismus verfolge mit der Illusionsbildung, über das Netz die Welt demokratisieren zu wollen, eine ganz klare Intention, zeigte sich Knoche überzeugt: sie solle von der bestehenden sozialen Ungleichheit ablenken. Diese Illusionen müssen deshalb als „Ausdruck und Strategie der Perfektionierung des Kapitalismus“ betrachtet werden. Die Zivilgesellschaft – wiederum ein Begriff, um den sich so einige Mythen ranken – sei dieser Aufforderung schon teilweise nachgekommen, wies Mattelart hin. So wurde etwa das Thema der Struktur der Netze beim Sozialforum in Porto Alegre aufgegriffen. Mattelart zufolge reicht deren Widerstand allein, d.h. ohne das Eingreifen des Nationalstaats aber nicht aus, da der soziale Kampf immer eine Mischung aus alten und neuen Kampfformen sein müsse. „Die Zivilgesellschaft muss aktiv werden, damit der Nationalstaat nicht die Funktion der Regulierung aufgibt“, forderte Mattelart auf.

Zur Rolle der kommerziellen und freien Medien

Damit die Vermittlung des Wirtschafts- und Gesellschaftssystem im Kapitalismus derart gut funktioniere, dafür sorgen nicht zuletzt die kommerziellen Medien, machte Knoche aufmerksam. Er differenzierte in diesem Kontext zwischen den wirtschaftlichen und den ideologischen Funktionen der kommerziellen Medien. Einerseits tragen sie als Unterhaltungsmedien zur Reproduktion der Arbeitskraft bei; indem sie die Regeneration fördern und vom Arbeitskampf ablenken; und andererseits helfen sie der Wirtschaft durch Werbung ihr Kapital zu verwerten - und verwerten sich dabei gleichzeitig selber. Ganz anders sei die Rolle der freien Medien. Knoche analysierte deren Funktion anhand seiner empirischen Studie zur Entstehung und Entwicklung der freien Radios in Österreich. In dieser Studie werden die Freien Radios als Non-Profit-Organisationen, die ohne Werbung auskommen, als politisch unabhängig und offen charakterisiert. Sie schaffen eine „Gegenöffentlichkeit“, ermöglichen kulturelle und politische Vielfalt und schaffen einen regionalen und lokalen Bezug. Der offene Zugang („public access“) bestätigte sich in der Tatsache, dass die eigenredaktionellen Beiträge nur 14,8 Prozent ausmachen und der Rest des Programms von Außen, also entweder von Einzelpersonen oder Organisationen, stammt. Die freien Radios speisen sich zu 85 Prozent aus der öffentlichen Hand – was für Knoche „absolut gerechtfertigt“ ist. Denn: Schließlich erfüllen die Freien Radios als alternative Ökonomie eine wichtige Rolle. Indem sie zwar einerseits gesellschaftlich wertvoll sind, von der Gesellschaft aber nicht nachgefragt werden, stellen sie ein „meritorisches Gut“ – und damit einen dritten Sektor dar.

Brigitta Busch hob in ihrem Beitrag noch weitere Pluspunkte der Freien Radios hervor, die sie von den kommerziellen Anbietern unterscheiden:

- Sie fördern die Mehrsprachlichkeit.
- Sie nehmen sich Zeit, um umfassend zu informieren.
- Sie gebrauchen eine Artikulation, die dem Aspekt, dass globale Probleme im - lokalen- Alltagsleben aufgearbeitet werden, Rechnung trägt.
- Sie haben ein anderes Denken von Privat und Öffentlich
- Sie definieren das Radio über eine enge Verknüpfung zwischen Hörer und Produzent.
- Sie bieten eine Experimentierfläche an - etwa für mehrsprachige Formate.

Busch wies darauf hin, dass die freien Radios gegen die wirtschaftliche Übermacht zu kämpfen haben. Sie zog die österreichische Situation heran, um diese These zu untermauern. So wurde kürzlich Radio 2 in Kärnten, das sich für die Förderung von Minderheitensprachen einsetzt, die Existenzmöglichkeit geraubt. Es habe sich schließlich nur um eine "freiwillige Leistung" gehandelt, so der Kommentar vom ORF, der in den letzten zwei Jahren für die Finanzierung verantwortlich war. Die „Volksgruppenradios“ waren 2001 nach der Streichung der Bundessubventionen für die drei privaten Minderheitenradios zur Programmkooperation mit dem ORF gedrängt worden.

Dennoch stehen die Freien Radios nicht auf verlorenem Posten: "Freiräume, die widerständig sind, sind notwendig; man muss etwas dafür tun, dass es sie gibt."

Busch beleuchtete die forcierte Einschränkung von Freiräumen und damit von kultureller Vielfalt, vor dem Hintergrund von zwei nicht nur spezifisch österreichischen, sondern europaweiten Trends. Zum einen ziehe sich der Staat immer mehr aus Schlüsselbereichen zurück, die integrierend wirken, und zum anderen werde trotz europäischer Integration eine Ideologisierung des Nationalstaates wieder vorangetrieben. Betreffend der Ideologisierung

machte Busch auf die Idee des sprachlich homogenen Nationalstaats aufmerksam, mit der die Einschränkung von sprachlicher und kultureller Vielfalt gerechtfertigt wurde und wird. Diese Idee sei natürlich "pure Fiktion", so Busch: In Amsterdam bewältigen zumindest 45 Prozent der Bevölkerung ihren Lebensalltag in mehreren Sprachen und in Wien könne diese Zahl ebenfalls auf ein Drittel der Bevölkerung geschätzt werden.

Die Conclusio von Mattelarts und Knoches Analysen der „globalen Informationsgesellschaft“ fiel in Hinblick auf die Entwicklung einer demokratischeren Ordnung durch neue Kommunikationstechnologien nicht gerade euphorisch aus. Für Mattelart „empfiehlt es sich, dem Neodarwinismus im Informationssektor eine Konzeption der technischen Dispositive entgegenzusetzen, die von den kreativen Kräften der Wissenschaften, der Künste und der sozialen Innovation getragen werden“. Knoche mahnte indes zum Realismus: „Wir müssen lernen, von realistischen Analysen auszugehen und Veränderungsmöglichkeiten realistisch einzuschätzen. Eine „Demokratisierung über das Netz“ bewertete Knoche als illusorisch, die Freien Radios stellten für ihn einen „bescheidenen Beitrag“ dar: „Mehr gibt es noch nicht.“

Panel II: Radio – Regulierung im Sinne der Vielfalt

Erfahrungen der Freien Radios in Deutschland, der Schweiz, Frankreich und Österreich

Deutschland

Klaus-Jürgen Buchholz schilderte die Situation der Bürgermedienlandschaft in Deutschland, die Mediengesetzgebung fällt in den Aufgabenbereich der Länder. Die quantitative Vielfalt beeindruckte zunächst: Es gibt 13 öffentlich-rechtliche und 94 private und gewinnorientierte Fernsehveranstalter. Im Hörfunkbereich senden 12 öffentlich-rechtliche Anstalten und 209 private und kommerzielle Radios. Der private, ausschließlich werbefinanzierte Rundfunk wurde dabei von Anfang an von nichtkommerziellen und gemeinnützigen Projekten begleitet. Diese sogenannten Bürgermedien werden und wurden auch dementsprechend gefördert: bundesweit mit 25 Mio. Euro jährlich. Bei der Finanzierung über die Landesmedienanstalten aus den Rundfunkgebühren kann je nach Bundesland zwischen drei Varianten unterschieden werden:

Üblicherweise werden die von den Landesmedienanstalten selbst betriebenen Projekte zu Hundert Prozent finanziert.

Sind Vereine bzw. juristische Personen des privaten Rechts Träger des Senders, werden sie in der Regel anteilig bezuschusst.

Wenn die rundfunkrechtlichen Voraussetzungen einer Förderung fehlen oder wenn die finanziellen Prioritäten der Landesmedienanstalten auf anderen Gebieten liegen, müssen die Bürgermedienprojekte ihren Betrieb ausschließlich oder überwiegend durch ehrenamtliches Engagement, Mitgliedsbeiträge und Drittmittel sicherstellen.

Aktuell sind 145 Bürgermedienprojekte mit einer eigenen Sendelizenz auf Sendung; darunter fallen offene Kanäle, freie Lokalradios, Aus-, Fortbildungs- und Erprobungskanäle, Campus Radios und Radiowerkstätten ohne eigene Sendelizenz. Die Heterogenität dieser Projekte spiegelt sich auch in deren Selbstverständnis wieder: die nicht-kommerziellen Radios folgen nur zum Teil dem Leitbild der „Gegenöffentlichkeit“; einige sehen sich eher in der Tradition des „public service“. In konzeptioneller Hinsicht orientieren sich Offene Kanäle und

nichtkommerzielle Lokalradios an der Aufgabe, Öffentlichkeit zu schaffen. Demgegenüber scheint bei den hochschulnahen Projekten eher der Aspekt der journalistischen Ausbildung im Vordergrund zu stehen. In Abhängigkeit vom Budget und insbesondere der Verfügbarkeit hauptamtlicher Mitarbeiter sind die Betreuungsleistungen sehr unterschiedlich.

Die mögliche Förderung für Bürgerradios in Niedersachsen beträgt pro Radio jährlich € 262.000.- und einmalig € 175.000.- für Startinvestitionen.

Download Niedersächsische Förderrichtlinien: www.nlm.de/doku/FoRi2002.doc

Mehr Infos unter: www.nlm.de

Schweiz

Aufgrund der gesellschaftlichen und konfessionellen Heterogenität der Schweiz komme der SRG (Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft) besondere Bedeutung bei der nationalen Integration und dem Sprachaustausch zu, führte Marcel Regnotto aus. Von insgesamt 48 Lokalradios, neben denen es noch ein internationales und sieben sprachregionale Radios gibt, bieten neun Radios „Kontrastprogramme“ an. Das Besondere in der Schweiz besteht darin, dass ein Anteil der Einnahmen aus den Radio- und Fernsehempfangsgebühren, die grundsätzlich der Finanzierung des öffentlichen Veranstalters SRG gewidmet sind, auch lokalen und regionalen Privatstationen zugute kommen kann. Von diesem Gebührensplitting profitieren auch die werbefreien Kontrastradioprogramme (Freien Radios): Sie können derzeit mit 700 000 Euro an Zuschüssen im Jahr rechnen. Die derzeitige Regierung habe zwar beabsichtigt die Möglichkeit des Gebührensplittings zu streichen, konnte dieses Vorhaben aufgrund des öffentlichen Widerstandes dagegen nicht umsetzen. Die bereitgestellten Mittel für die Kontrastprogramme könnten in Zukunft eher etwas steigen. Derzeit erhalten die einzelnen Betreiber der Kontrastprogramme zwischen € 57.000.- und 172.000.- jährlich aus Mitteln des Gebührensplittings.

Mehr Infos: www.bakom.ch

Frankreich

Mbiye Tshiteya spielt als Direktor der EPRA eine zentrale Rolle für einen Gutteil der in Frankreich ansässigen Vereinsradios. Die EPRA ist eine gemeinnützige Organisation, die zwischen dem Staat und den Vereinsradios einerseits und andererseits zwischen den verschiedenen Vereinsradios selbst die Zusammenarbeit fördert. Von den insgesamt existierenden 600 Vereinsradios betreut sie mittlerweile 102 Stationen. Sie ermöglicht ihnen Produktionen herauszugeben, indem sie deren Beiträge auf Träger aufnimmt, sie verbessert und an andere Radioanstalten weiterschiebt – und sie pro Stunde Sendezeit auch bezahlt. Das bisherige Ergebnis der Arbeit der EPRA könne sich sehen lassen, bemerkte Tshiteya: Neben dem Solidarisierungseffekt zwischen den kleinen verstreuten Vereinsradios sei es zu einer massiven Qualitäts- und Effizienzsteigerung der Produktionen gekommen. Zudem arbeiten mittlerweile viele Ministerien über EPRA mit den lokalen Vereinsradios zusammen. Finanziert wird die EPRA zur Gänze vom Sozialministerium; gemeinsam mit dem Unterstützungsfonds für nichtkommerzielle Radios gewährleistet sie das Überleben vieler Vereinsradios, die ohne deren Hilfe am freien Markt nicht überleben können. Das französische Recht definiert die Freien Radios als „eigenen dritten Sektor“ im Rundfunkbereich.

Mehr Infos: www.epra.net

Österreich

Alfred Grinschgl von der RTR stand gegenüber Regnotto, Tshiteya und Buchholz mit „relativ leeren Händen“ da. Österreich hinke den anderen Ländern bei der Entwicklung einer vielfältigen Privatradiolandschaft um zehn Jahre hinterher, was „zutiefst unbefriedigend“ sei. Es existieren nur 55 Privatradios, und diese senden nicht einmal Österreichweit. „Auf Dauer nicht tolerabel“ empfand Grinschgl die Tatsache, dass ein derartig hoher Anteil der Rundfunkgebühren, konkret ein Drittel, dem Staatshaushalt zugeführt werde. Laut Grinschgl soll der gesamte private Rundfunk – also nicht nur die freien Radios – von diesen Gebühren profitieren können.

An das Panel I knüpfte Grinschgl insofern an, als er sich gegen das Vorgehen des ORF wehrte, den gesellschaftspolitischen Auftrag, Minderheiten in den Hörfunkprogrammen eine Plattform zu bieten, aus seiner Verantwortung zu entlassen: „Dieser Auftrag muss dort bleiben, wenngleich nicht nur dort.“

Panel III: Internet – öffentliche Räume im Netz

Zu den Aufgaben der neuen freien Medien

Im Panel III erregte Thomas Thurner von der AMARC-Europe mit der These „Die freien Medien können den Markt wiedergewinnen“ helles Aufsehen. Wenn man den Menschen eine wirkliche Partizipationsmöglichkeit an der Öffentlichkeit geben wolle, komme man um den Markt nicht umhin, zeigte sich Thurner überzeugt. Denn: Die Mitgestaltung des Marktes sei integraler Bestandteil der Mitgestaltung der Öffentlichkeit. An einem konkreten Beispiel ausgeführt, bedeutet dies für ihn: „Partizipation heißt nicht nur, Migranten-Radio zu machen, sondern auch Migranten-Labels zu produzieren.“

Der Widerspruch auf diese These folgte prompt; Peter Riegersperger vom Konsortium Netzkultur Österreich, gab zu bedenken, dass das Ziel der neuen freien Medien nicht eine bestimmte Zielgruppe oder der Markt sein könne, sondern ein interessiertes Publikum, dem die Möglichkeit gegeben werden soll, am öffentlichen Leben zu partizipieren und dieses mitzugestalten. Er hielt Thurner entgegen, dass zwischen Markt und Staat genügend Platz für eine dritte Säule sei, in der die neuen freien Medien agieren können. Er schränkte aber ein, dass dies nur dann möglich sei, wenn dieser dritte Teil als Partner und nicht als zusätzliches Anhängsel gesehen werde, d.h. dann, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Konrad Becker ging in seiner Kritik noch ein Stück weiter. Er hielt fest, dass es gerade aufgrund der Konzentration der Marktkräfte und der Profitinteressen am freien Markt zum sogenannten „digital divide“ gekommen sei. Denselben Markt durch „digital culture“ wiedergewinnen zu wollen empfand er als völlig widersinnig. Sei es doch die Aufgabe der „digital culture“ genau entgegen der am Markt vorherrschenden Profitinteressen die öffentlichen Interessen geltend zu machen.

Riegersperger gab sich betreffend der Realisierung der demokratischen Partizipation keiner Illusionen hin. Auch wenn die Internet-Nutzerzahlen ständig steigen, hielt er fest, dass nur 34 Prozent der Bevölkerung der EU über die Möglichkeit der Internetnutzung verfügen. Dazu komme, dass die Internet-Zugänge nicht gleichmäßig innerhalb der Gesellschaft verteilt seien: Der durchschnittliche Internetnutzer sei sozial gut gestellt, verfüge über ein überdurchschnittliches Einkommen und über eine gute Ausbildung. Sowohl innerhalb der westlichen Nationen als auch auf globaler Ebene haben vor allem die, die am meisten von der

Partizipation am öffentlichen Diskurs profitieren könnten (die Armen, Ausgeschlossenen, Unterprivilegierten), keinen Zugang zum digitalen Netz.

Die Niederlande nehme eine absolute Vorreiterrolle im kulturwirtschaftlichen Bereich ein, informierte Becker. Insbesondere die Organisation „Virtuelle Plattform“ setze sich sehr avanciert für eine innovative Medienpraxis ein. Als „Denkanstoß für die Österreichischen Verhältnisse“ wollte Becker die Tatsache deponieren, dass die Förderung von innovativen Kulturformen in den Niederlanden als nationale Anstrengung empfunden werde und nicht in irgendeine Kulturnische abgeschoben werde.

FÖRDERUNGSMODELL

des Verbandes Freier Radios Österreich (VFRÖ)

zur Entwicklung und Sicherung einer pluralistischen Radiolandschaft in Österreich

Freie Radios bilden die dritte Säule des Rundfunks, neben öffentlich-rechtlichen und kommerziell-privaten Radios. Durch das Prinzip der Zugangsoffenheit haben die Freien Radios eine Public Service Funktion zu erfüllen. Um eine pluralistische Radiolandschaft in Österreich zu gewährleisten, muß die Public Service Funktion der nichtkommerziellen Freien Radios speziell gefördert werden. Der Verband Freier Radios Österreich geht von derzeit 5 Mio. € (ca. 70 Mio. ATS) Bedarf für die Förderung Freier Radios aus. Darüber hinaus müssen aber auch andere Rahmenbedingungen wie Ausbildungsförderung oder die Einrichtung eines Bürgermedienbeauftragten in der KommAustria geschaffen werden.

1. Sockelfinanzierung für public access

Auf der Basis prinzipieller Zugangsoffenheit zum Sender und zum Programm schaffen Freie Radios ein konkretes Angebot an Einzelne und Gruppen zur Nutzung der Meinungsäußerungs- und Rundfunkfreiheit.

Durch die Gewährung eines offenen und diskriminierungsfreien Zugangs zum Medium Radio wird dem Artikel 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention entsprochen.

Diese Bürgernähe wird unterstrichen durch die lokale Verbreitung der Programme.

Freie Radios stellen eine Ergänzung der lokalen und regionalen Öffentlichkeiten sowie des kulturellen Angebots in der Region dar.

In der Vermittlung von Kommunikationskompetenzen erfüllen "Freie Radios" mit ihrem Prinzip des "Public Access" außerdem eine wichtige medienpädagogische Aufgabe. Die aktive Auseinandersetzung mit dem Medium Radio und die Produktion eigener Sendungen führen zu einer kritischeren Auseinandersetzung mit den Massenmedien und erhöht somit die Medienkompetenz.

Die Sockelfinanzierung muß längerfristig, auf Dauer der Lizenzerteilung garantiert sein.

Die Kalkulation bezieht sich auf 15 Radios unterstützt mit jeweils **€ 150.000.- pro Jahr** = 2,25 Mio. €.

Voraussetzung für die Gewährung einer Sockelfinanzierung ist die Einhaltung der Charta des Verbandes Freier Radios Österreich. Diese beinhaltet folgende Grundsätze:

I. GRUNDSÄTZE DES VERBANDES FREIER RADIOS ÖSTERREICH

Freie Radios sind unabhängige, gemeinnützige, nicht-kommerzielle und nicht auf Profit ausgerichtete Organisationen, die einen allgemeinen und freien Zugang zu Sendeflächen für Rundfunkveranstaltungen garantieren und bereitstellen, um die freie Meinungsäußerung zu fördern.

Als drittes Standbein in der Medienlandschaft neben öffentlich-rechtlichen und kommerziell privaten RundfunkveranstalterInnen erweitern Freie Radios die Meinungsvielfalt.

OFFENHEIT / PUBLIC ACCESS

Freie Radios geben allen Personen und Gruppen innerhalb des gesetzlichen Rahmens die Möglichkeit zur unzensurierten Meinungsäußerung und Informationsvermittlung. Vorrang haben dabei ethnische Minderheiten und solche Personen und Gruppen, die wegen ihrer

gesellschaftlichen Marginalisierung oder sexistischen und rassistischen Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht zu Wort kommen.

PARTIZIPATION

Freie Radios stellen Trainings-, Produktions- und Verteilungsmöglichkeiten zur Verfügung; sie ermutigen und fördern die lokale Szene und laden zur aktiven Beteiligung ihrer HörerInnen ein.

GEMEINNÜTZIGKEIT/ NICHTKOMMERZIALITÄT

Freie Radios sind kein Privateigentum eines/r einzelnen, sondern sind gemeinsam von ihren NutzerInnen getragene Organisationsformen, die vor allem dem Prinzip der Gemeinnützigkeit unterliegen.

Die Tätigkeit ist nicht auf Gewinn ausgerichtet und verfolgt das Prinzip eines werbefreien Radios ohne kommerzielle Produktwerbung. Um die Existenz und Unabhängigkeit gewährleisten zu können, braucht es eine Diversifizierung der Einnahmequellen. Die Finanzierung erfolgt unter anderen durch Eigenleistungen, Förderungen, Spenden oder auch Sponsoring.

TRANSPARENZ / ORGANISATION

In Freien Radios sind die Organisation und die Auswahlkriterien für Sendehalte durchschaubar und nachprüfbar zu halten. Die TrägerInnen freier Radios handhaben ihr Management, ihre Programmgestaltung und ihre Beschäftigungspraxis so, daß sie jede Form der Diskriminierung ausschließt; sie sind dabei gegenüber allen UnterstützerInnen, dem Personal und den freiwilligen MitarbeiterInnen offen und verantwortlich. Sie fördern die Mitwirkung von Frauen in allen Bereichen.

LOKALBEZUG

Freie Radios verstehen sich als Kommunikationsmittel im lokalen und regionalen Raum und unterstützen die regionale Entwicklung. Damit fungieren freie Radios unter anderem auch als fördernde Plattformen für regionalbezogene Kunst- und Kulturschaffende in denen es für KünstlerInnen Auftritts- und Verbreitungsmöglichkeiten gibt. Es soll auch eine Auseinandersetzung mit überregionalen Themen stattfinden. Freie Radios arbeiten aktiv zusammen, z.B. durch Programmaustausch.

UNABHÄNGIGKEIT

Freie Radios sind im Besitz, in der Organisationsform, in der Herausgabe und in der Programmgestaltung unabhängig von staatlichen, kommerziellen und religiösen Institutionen und politischen Parteien.

ANSPRUCH

Freie Radios fördern eine selbstbestimmte, solidarische und emanzipatorische Gesellschaft. Sie treten für freie Meinungsäußerung, Meinungsvielfalt, Gleichberechtigung, Menschenwürde und Demokratie ein.

2. Förderung der öffentlichen Leistung

Freie Radios übernehmen eine wichtige Rolle in der Herstellung von Teilöffentlichkeiten.

Sie geben verstärkt jenen Gruppen und Individuen die Möglichkeit der Herstellung von Öffentlichkeit, die in den kommerziellen Medien nicht oder kaum vorkommen.

Als förderungsfähige Programme sind hier vor allem folgende public service Leistungen zu nennen:

- Lokaler Zugang für lokale Programmacher
- Programme unterrepräsentierter Gruppierungen, Integrationsprogramme
- Produktion Mehrsprachiger bzw. nichtdeutschsprachiger Programme

- Förderung politischer Partizipation
- Einsatz von Musik abseits des Mainstreams
- Programme die das lokale Kulturspektrum berücksichtigen
- Sendeaustauschprojekte zwischen Freien Radios bzw. Gemeinschaftsprojekte
- Innovative Projekte
- Ausbildungsmaßnahmen

Formen der Förderung:

- Laufende Programmförderung (3/4)
- Programmprojektförderung (1/4)

Antragsberechtigt sind Freie Radios und Redaktionen, die Programme für Freie Radio produzieren.

Gesamtsumme: 2,0 Mio. €

3. Verbreitungskosten (Randlagen und Regionalentwicklung)

Angelehnt an das Schweizer Modell sollen mit der Randlagenförderung Freie Radios gefördert werden, die aufgrund der Topographie einen erhöhten Verbreitungsaufwand haben. Das sind z.B. Radios in Bergregionen, die zwei oder mehr Sender betreiben müssen, um ihr Verbreitungsgebiet zu versorgen. Mit der Regionalentwicklungsförderung sollen die ökonomischen Nachteile Freier Radios im ländlichen Raum ausgeglichen werden.

Fördersumme: 0,75 Mio. €

(Nicht ausgeschöpfte Förderungen aus Punkt 1 - Public Access und Punkt 3 - Verbreitungskosten werden dem Punkt 2 Programmförderung zugeschlagen)

Weitere relevante Forderungen

Neben der finanziellen Förderung Freier nichtkommerzieller Radios sollten auch folgende Rahmenbedingungen geschaffen werden, um die Entwicklung einer pluralistischen Medienlandschaft voranzutreiben:

- Einrichtung eines Bürgermedienbeauftragten in der KommAustria
- Gesetzliche Verankerung von Freien Radios
- Förderung der Aus- und Weiterbildung durch eine von der KommAustria einzurichtende Medienkompetenzabteilung
- Investitionsbeihilfen für neu lizenzierte Freie Radios
- Schaffung von Bürgerfernsehen (Reservierung von Frequenzen, gesetzliche Verankerung)
Must carry Regelung bei Digitalfernsehen, bei der Einführung z.B. Fensterlösung wie in der BRD
- Förderungsmöglichkeit für Bürgerfernsehen und nichtkommerzielle Internetinitiativen
- Mitbenutzungsmöglichkeit von Antennentragemasten (einschließlich die des öffentlich rechtlichen Rundfunks) bei der Installierung eigener Sendeanlagen.
- Entwicklung von Lösungsansätzen um einen offenen Zugang zu Übertragungsnetzen, zu gleichen Bedingungen, wie der öffentlich rechtliche Rundfunk zu gewährleisten.

Beispiel Niedersachsen

Als gutes Beispiel für die Förderung Freier Radios sei hier das niedersächsische Modell erwähnt:

Förderrichtlinien Bürgerfunk der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (www.nlm.de)
Sockelbetrag 205.000 € (2,8 Mio. ATS) pro Radio bei mind. 10% Eigenfinanzierung, bei
mehr Eigenfinanzierung um 57.700 € erweiterbar.

Investitionsförderungen:

128.000 €	Produktions- und Sendetechnische
Grundausrüstung	
21.000 €	Geschäftsausstattung
26.000 €	Baumassnahmen

Senderbetriebskosten, Kabeleinspeisung und Urheberrechtsabgaben werden direkt über die
LKM abgewickelt/ bezahlt.

Schlussbemerkungen

In unserem Nachbarland Deutschland kam es in den letzten Jahren durch eine ordentlich
dotierte Förderung des »Bürgerfunks« zu einer Professionalisierung und Dynamisierung des
gesamten Sektors. Freie Radios übernehmen eine Public Service Funktion im lokalen Bereich,
die der öffentlich-rechtliche Rundfunk in diesem Maße nicht erfüllen kann. Neben dem Public
Access kommt dem Bürgerfunk in Deutschland auch im Ausbildungsbereich eine sehr
wichtige Funktion zu.

Um die noch schwache 3. Säule des Rundfunks in Österreich, die Freien Radios zu stärken,
braucht es auch hier ähnliche Förderungsmodelle. Die oben angeführten 5 Millionen Euro
sollen dabei aus der Rundfunkgebühr kommen. (jener Teil der eingehobenen
Rundfunkgebühren, die nicht der Finanzierung des ORF dienen, sondern ohne
Zweckwidmung ins Budget der Bundesregierung fließen)

Juni 2002, für den Verband Freier Radios Alexander Baratsits MAS; Linz
Mag. Wolfgang Hirner; Salzburg
Helmut Peissl; Eisenkappel
Gerti Spielbüchler; Bad Ischl