

Positionspapier des Landesverbandes Bürgerfunk NRW zum Bürgerfunk in NRW

Bürgerfunk und Wirtschaftlichkeit

Der Bürgerfunk beeinflusst in keiner Weise die Wirtschaftlichkeit der Lokalradios – das haben die Reichweitenanalysen der letzten 15 Jahre gezeigt. In welchem Umfang und zu welcher Tageszeit Bürgerfunkbeiträge gesendet werden, hat keine Auswirkung auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Lokalsenders. Hier sind vielmehr der Umfang der lokalen Berichterstattung und die interne Organisation des Senders von Bedeutung. Der Bürgerfunk wird in fast allen Verbreitungsgebieten zu Zeiten ausgestrahlt, die für die Werbung irrelevant sind (siehe Anlagen).

Trotz des Bürgerfunks haben sich die Werbeeinnahmen im laufenden Jahr deutlich erhöht. Durch interne Umstrukturierungen der einzelnen Sender, Partnerschaften mit anderen erfolgreichen Sendern und Modifizierung einzelner Programminhalte werden auch Lokalsender wirtschaftlich, die bisher rote Zahlen geschrieben haben.

Daten und Fakten:

- **Der Hörfunkmarkt ist im Jahresvergleich Januar – Oktober 2004 / Januar – Oktober 2005 um 17,7% gewachsen**
- **Die "Privaten" konnten sogar um 19,4% zulegen, also stärker als die Öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramme**
- **der Gesamtanteil des Radios am Werbemarkt stieg von 5,5% auf 6,2%**
- **Radio NRW ist der umsatzstärkste Einzelsender Deutschlands und konnte im Vergleichszeitraum noch einmal um 20,5% zulegen**

- **Die Ketten "Lokalfunk Kombi Westfalen" (Platz 18), "Funk Kombi West" (Platz 26), "Rheinland Kombi Köln" (Platz 27), Ruhrgebiet Plus (Platz 28) liegen im gesicherten Mittelfeld; Vergleichszahlen liegen noch nicht vor, da diese erst seit Oktober 2004 erfasst werden.**

Quelle: RMS Radio Marketing Service

http://www.rms.de/rubriken/service/werbetrend/2005/RMS_Werbetrend10_2005.pdf

Partizipation und Medienkompetenz

Täglich produzieren Bürgerinnen und Bürger in NRW mehr als 50 Stunden lokales Bürgerfunkprogramm, das über die jeweiligen Lokalstationen ausgestrahlt wird. Das Spektrum ist vielfältig: Vom Heimatverein bis zur Jugendgruppe, von kirchlichen Organisationen bis zur Selbsthilfegruppe, unabhängig von Parteipolitik oder sozialem Status, beteiligen sie sich aktiv an ihrem Lokalradio.

Und beim Bürgerfunk bleibt es nicht beim Radiomachen allein. Wer mit anderen zusammen eine Sendung produziert, ist auf Teamarbeit angewiesen. Wer einmal eine eigene Sendung produziert hat, hört „mit anderen Ohren“ Radio und entwickelt insgesamt eine bewußtere Wahrnehmung von Medieninhalten.

Bürgerfunk-Beteiligte qualifizieren sich multimedial: Sie recherchieren bei Zeitungen und im Internet, nutzen digitale Schnitttechnik oder präsentieren ihre Gruppe auf einer Webseite. Und vor allem: Sie setzen sich aktiv mit lokalem Geschehen auseinander.

Die Radiowerkstätten stehen ihnen zur Seite und kooperieren dabei mit Partnern in der Medien- und Bildungsarbeit, mit Weiterbildungswerken, Jugend- und Senioreneinrichtungen sowie anderen Bildungsträgern.

Daten und Fakten:

- **Täglich werden über 50 Sendestunden für den Bürgerfunk in NRW produziert**
- **Mehr als 2.000 Produktionsgruppen sind in NRW aktiv**
- **Es gibt 150 von der Landesanstalt für Medien anerkannte Radiowerkstätten**
- **Seit 1990 wurden mehr als 9 Mio. Bürgerfunk-Sendeminuten ausgestrahlt, das sind rund 5.555 komplette Sendetage.**

Ausbildung - Arbeitsplätze - Drittmittel

Bürgerfunk selbst ist grundsätzlich ehrenamtlich. Über 50 Radiowerkstätten werden aber hauptberuflich geleitet. Zusätzlich gibt es ca. 450 Honorarkräfte in den Bereichen Fortbildung, Produktionsbegleitung, Gruppenbetreuung und Projektmanagement – landesweit sind das 500 Jobs im Bürgerfunk, hauptberuflich oder als Nebentätigkeit.

Alle am Bürgerfunk Beteiligten haben die Möglichkeit, berufsorientierende Erfahrungen zu sammeln, sei es im Journalismus, oder in den Bereichen Technik, Medienpädagogik, Organisation, Verwaltung, Bildungs- oder Kulturmanagement.

Zahlreiche SchulabgängerInnen, StudentInnen und BerufsanfängerInnen finden in den Radiowerkstätten eine ideale Umgebung für berufsqualifizierende Praktika.

Darüber hinaus absolvieren zahlreiche Schülerinnen und Schüler jedes Jahr ihr Praktikum zur Berufsorientierung in anerkannten Radiowerkstätten.

Da die Zuschüsse der Landesmedienanstalt NRW die Radiowerkstätten niemals vollständig finanzieren können, arbeiten die Einrichtungen in der Bürgerfunkbegleitung mit einem großen ehrenamtlichen Einsatz und akquirieren zusätzlich mit den unterschiedlichsten Konzepten Drittmittel. Die Radiowerkstätten kooperieren mit den Kommunen, initiieren Projekte, arbeiten mit Ministerien, Stiftungen,

Bildungswerken, Universitäten und europäischen Einrichtungen zusammen. Jeder Euro, der in den Bürgerfunk investiert wird, akquiriert zusätzliche Mittel für die Medienkompetenzvermittlung in NRW. Im Gegenzug würde ein Wegfall von Bürgerfunkmitteln einen Domino-Effekt bewirken: Wenn die Mischfinanzierung nicht mehr gesichert ist, würden Drittmittel und Eigenanteile der Radiowerkstätten Träger für die Medienkompetenzvermittlung wegfallen.

Daten und Fakten:

- **Über 50 hauptberufliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in Radiowerkstätten mit der Begleitung von Bürgerfunkgruppen und Medienprojekten sowie Organisation und Verwaltung beschäftigt**
- **Mehr als 450 Honorarkräfte sind in der Begleitung des Bürgerfunks tätig**
- **Mehr als 500 Schülerinnen und Schüler, Studierende und andere Medieninteressierte absolvieren jedes Jahr Praktika in anerkannten Radiowerkstätten**

Bürgerfunk und Lokalfunk

In den meisten Verbreitungsgebieten ist die Kommunikation und Kooperation zwischen den anerkannten Radiowerkstätten und den Veranstaltergemeinschaften und Redaktionen gut. Die Radiowerkstätten sind durch eine/n Vertreter/In aus ihren Reihen in den Veranstaltergemeinschaften vertreten. Konflikte, die sich vor Ort ergeben, werden meist auch auf dieser Ebene gelöst. Die Akzeptanz des Bürgerfunks ist in den Verbreitungsgebieten wesentlich höher, als dies landesweit propagiert wird. So wird in allen Verbreitungsgebieten (bis auf eine Ausnahme) von den Veranstaltergemeinschaften mehr Bürgerfunksendezeit zur Verfügung gestellt, als dies gesetzlich vorgeschrieben ist.

Die Diskussion um die Musikfarbenübernahme durch den Bürgerfunk ist in den meisten Verbreitungsgebieten längst gelöst:

- **Magazinsendungen mit einer Musikfarbe, die an das redaktionelle Programm angelehnt ist, laufen auf den früheren Bürgerfunk-Sendeplätzen**

- Zielgruppenorientierte Sendungen laufen in den späteren Sendezeiten.

In vielen Verbreitungsgebieten gibt es zwischen der lokalen Arbeitsgemeinschaft Bürgerfunk und der Veranstaltergemeinschaft einen Vertrag zur Produktionshilfe. Mit diesem hat die Veranstaltergemeinschaft eine oder mehrere Radiowerkstätten beauftragt, Bürgerinnen und Bürgern bei der Produktion von Bürgerfunkbeiträgen zu unterstützen. Zur Produktionshilfe ist die Veranstaltergemeinschaft gesetzlich verpflichtet.

Daten und Fakten:

- **Pro Verbreitungsgebiet werden im Durchschnitt wöchentlich ca. 11,5 Bürgerfunkstunden ausgestrahlt**
- **Lokalsender, die eine Sendelizenz für acht Stunden haben, strahlen wöchentlich im Schnitt ca. 14 Bürgerfunkstunden aus.**
- **Lokalsender, die eine Sendelizenz für fünf Stunden haben, strahlen wöchentlich im Schnitt ca. 9 Bürgerfunkstunden aus.**

Bürgerfunk und Programmqualität

Die Radiowerkstätten und Produzentinnen und Produzenten sind an einem qualitativ hochwertigen Programm interessiert, das möglichst viele Hörer erreicht. Bürgerinnen und Bürger, die ihre Anliegen und Initiativen im Bürgerfunk vorstellen, möchten ihre Themen einer breiten lokalen Öffentlichkeit zugänglich machen. Ihnen ist daran gelegen, dies zu hörerrelevanten Zeiten zu tun. Eine Verschiebung des Bürgerfunks auf spätere Sendeplätze oder eine Reduzierung der Bürgerfunkzeiten stünde diesem bürgerschaftlichen Engagement entgegen.

Anerkannte Radiowerkstätten arbeiten kontinuierlich an einer Verbesserung des Programms. Sie fördern ihre Nutzergruppen durch journalistische Beratung und technische Unterstützung bei den Produktionen sowie durch die Bereitstellung eines professionellen analogen und digitalen Equipments. In Seminaren und

Workshops wird das medienpraktische und journalistische Know-how regelmäßig weiterentwickelt.

Die Landesanstalt für Medien NRW fördert den Bürgerfunk mit einem durchschnittlichen Zuschuss von ca. 12.000 € im Jahr pro Radiowerkstatt. Dabei handelt es sich nicht um Gelder, die den Landeshaushalt belasten; vielmehr wird dies mit einem kleinen Teil der Rundfunkgebühren finanziert. Zwei Prozent der Rundfunkgebühren (in NRW durch die Filmförderung reduziert auf quasi 1%) dienen zur Finanzierung der Landesmedienanstalt und ihrer Aufgaben. Eine ihrer wesentlichen Aufgaben ist die Förderung der Bürgermedien. Das gilt für fast alle Bundesländer gleichermaßen. Medienarbeit vor Ort ist mit einem solch knappen Budget nur durch viel ehrenamtliche Arbeit zu bewerkstelligen.

Besonders hervorzuheben ist hier der aus den Reihen des Bürgerfunks initiierte Landesarbeitskreis „Qualitätsoffensive Bürgerfunk“ und das von diesem entwickelte Projekt „Qualitätsmanagement im Bürgerfunk“ zur Testierung von Radiowerkstätten. Das Projekt wird mit Unterstützung der LfM von der Deutschen Hörfunkakademie und dem Bildungszentrum BürgerMedien ab Dezember 2005 durchgeführt. Im Rahmen dieses Projektes sollen neu definierte Kriterien und Handlungsfelder für anerkannte Radiowerkstätten erprobt und festgelegt werden, um einheitlich hohe Qualitätsstandards für alle Radiowerkstätten in NRW zu gewährleisten.

Mehr Informationen zum Projekt auf der Webseite des Landesverbands Bürgerfunk NRW unter:
http://www.lbf-nrw.de/meldung_detail.php?id_aktuelles=111

Die Stärken des Bürgerfunks

- **Der Bürgerfunk bietet den Menschen im Land eine einzigartige Beteiligungsmöglichkeit im lokalen Umfeld.**
- **Der Bürgerfunk vermittelt Medienkompetenz in multimedialer Form.**
- **Der Bürgerfunk bildet aus und schafft Arbeitsplätze.**
- **Der Bürgerfunk bildet ein funktionierendes Netzwerk der Medienkompetenzvermittlung mit einem einzigartigen Kosten-Nutzen-Verhältnis.**

Perspektiven und Vorschläge

Bürgerfunk ist ein Modell der Zukunft: Die Kernkompetenzen der Hörfunkarbeit eignen sich optimal als Basis für multimediale Vernetzung: Recherche, Organisation, Konzeption und Produktion von Audiobeiträgen beinhalten die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten, die auch für die Vermittlung visueller Medienarbeit sowie für die Medienarbeit im Internet geeignet sind. Der Hörfunk selbst bleibt wahrscheinlich das am meisten geeignete Bürgermedium, weil er in allen Bereichen relativ leicht erlernbar ist und zu schnellen Erfolgserlebnissen führt.

Die Radiowerkstätten sollten noch enger mit anderen Trägern und Institutionen der Medienkompetenzvermittlung vernetzt werden. Hier haben die Pilotprojekte zur Einrichtung von lokalen Medienkompetenznetzwerken gezeigt, dass mit wenig zusätzlichen Mitteln sehr gute Ergebnisse erzielt werden können (www.mekomnet.de und www.euregionetmedial.de).

Die Arbeit in den Radiowerkstätten sollte professionalisiert und optimiert werden. Hier ist das Projekt zum „Qualitätsmanagement im Bürgerfunk“ ein guter Anfang.

Die Qualitätsverbesserung der Beiträge muss weiter vorangetrieben werden. Auch hier bietet das Projekt zum „Qualitätsmanagement im Bürgerfunk“ mit seinen Handlungsfeldern gute Möglichkeiten.

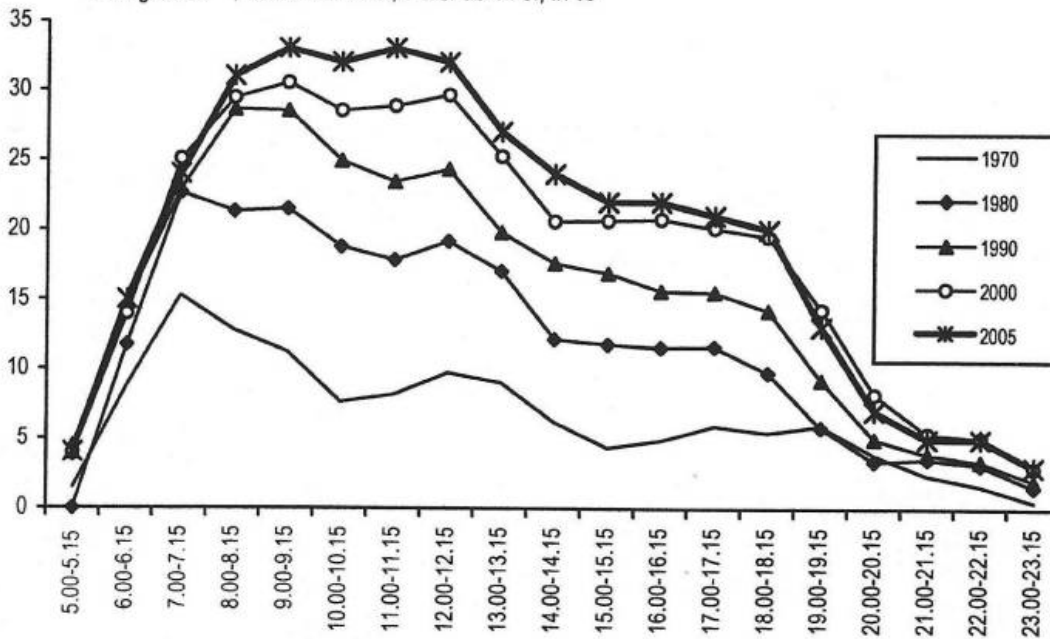
Nur die Ausstrahlung des Bürgerfunks zu hörerrelevanten Zeiten garantiert das bürgerschaftliche Engagement im Lokalradio. Sendezeiten und Sendeplätze müssen erhalten bleiben.

Die Leistungen und Stärken des Bürgerfunks müssen genutzt und ausgebaut werden. Sie prädestinieren den Bürgerfunk als tragende Säule der Medienkompetenzvermittlung in NRW.

Anlagen:

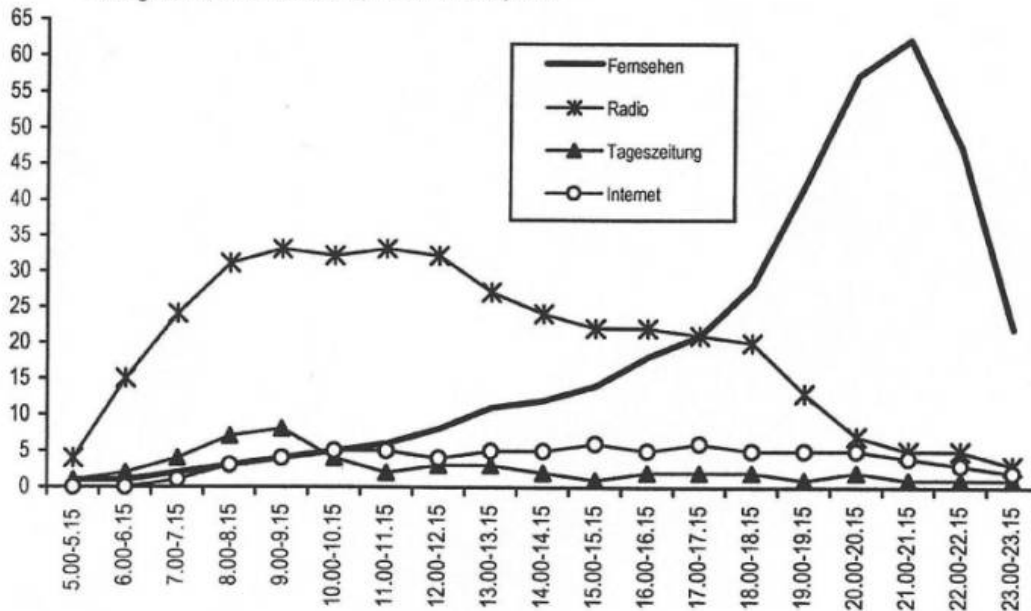
- **Hörfunknutzung im Tagesverlauf**
- **Mediennutzung im Tagesverlauf**

Abb. 2 Hörfunknutzung im Tagesverlauf, Montag bis Sonntag¹⁾
BRD gesamt²⁾, 5.00-24.00 Uhr, Pers. ab 14 J., in %



- 1) Der Sonntag wurde erst ab 1990 in die Erhebung aufgenommen.
- 2) Bis einschließlich 1990 nur alte Bundesländer.

Abb. 5 Mediennutzung im Tagesverlauf 2005, Montag bis Sonntag
BRD gesamt, 5.00-24.00 Uhr, Pers. ab 14 J., in %



Quelle: Media Perspektiven 10/2005, ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/10-2005_eimeren.pdf?foid=15762