

Wirkungsradios

Freie Radios im ländlichen Raum



DER BEITRAG BZW. DIE MÖGLICHE WIRKUNG VON
NICHTKOMMERZIELLEM RUNDfunk AUF DIE
REGIONALENTWICKLUNG IM LÄNDLICHEN RAUM

1. Einleitung	4
1.1. Zielsetzung und Aufgabenstellung der Studie.....	5
1.2. Aufbau der Arbeit	5
2. Methodik.....	7
2.1. Literaturrecherche.....	7
2.2. Qualitative Befragung.....	7
2.3. Quantitative Befragung	9
2.4. Forschungswerkstatt	13
3. Regionale Entwicklung im ländlichen Raum: Begriffsdefinitionen und Wirkungsmessung 14	
3.1. Ländlicher Raum	14
3.2. Region.....	15
3.2.1. Die Sendegebiete der Freien Radios Freistadt, freequenns und B138 als Untersuchungsregionen	16
3.2.1.1. Sendegebiet des Freien Radios B138.....	16
3.2.1.2. Sendegebiet des FRF.....	19
3.2.1.3. Sendegebiet des Freien Radios Freequenns.....	22
3.3. Regionalentwicklung	25
3.4. Wirkungen in der Regionalentwicklung	27
4. Freie Medien und Nichtkommerzieller Rundfunk.....	31
4.1. Freies Radio B138	32
4.2. Freies Radio freequenns.....	34
4.3. Freies Radio Freistadt.....	38
4.4. Die Freien Radios aus Sicht der TeilnehmerInnen der Online-Umfrage	41
5. Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung? 45	
6. Die Rolle der Freien Radios in der Regionalentwicklung.....	47
6.1. Die Rolle der Freien Radios in der Regionalentwicklung aus Sicht der interviewten Stakeholder 47	
6.2. Der Beitrag der Freien Radios zur Regionalentwicklung aus Sicht der Online-Umfrage- TeilnehmerInnen	53
7. Welche Maßnahmen sind geeignet um ländliche Radios als aktive Mitgestalter ihrer Region zu positionieren?	57
7.1. Möglichkeiten zur weiteren Mitgestaltung der Freien Radios in den jeweiligen Regionen aus Sicht der interviewten Stakeholder.....	57
7.2. Ideen der Online-Umfrage-TeilnehmerInnen wie die Freien Radios die Region noch mitgestalten können.....	62
8. Empfehlungen um Wirkungen der Freien Radios in der Regionalentwicklung zu erhöhen 64	
9. Beteiligungsmöglichkeiten im Freien Radio	72

10.	Ergebnisse aus der Forschungswerkstatt	77
11.	Diskussion	80
12.	Ausblick.....	83
13.	Literaturverzeichnis	84
14.	Anhang.....	86
	Anhang A – Stakeholderinterview mit Mario Brandmüller.....	86
	Anhang B – Stakeholderinterview mit Herbert Wölger	94
	Anhang C – Stakeholderinterview mit Markus Plasencia.....	102
	Anhang D – Stakeholderinterview mit Dorothee Steinbauer	111
	Anhang E – Stakeholderinterview mit Angelika Beer.....	119
	Anhang F – Stakeholderinterview mit Georg Mittendrein.....	128
	Anhang G – Stakeholderinterview mit Bettina Hellein	137
	Anhang H – Stakeholderinterview mit Klaus Preining.....	146
	Anhang I – Stakeholderinterview mit Conny Wernitznig	156
	Anhang J – Stakeholderinterview mit Wilhelm Patri.....	165
	Anhang K –Stakeholderinterview mit Heimo Czepl	172
	Anhang L – Stakeholderinterview mit Gerald Warter	174
	Anhang M – Stakeholderinterview mit Elisabeth Kumpl-Frommel.....	180
	Anhang N – Stakeholderinterview mit Helmut Tschautscher	186
	Anhang O – Stakeholderinterview mit Sabrina Leitner.....	192
	Anhang P – Ergebnisse quantitative Umfrage laut surveymonkey.com	196
	Anhang Q – Dokumentation Forschungswerkstatt	251

1. Einleitung

Die vorliegende wissenschaftliche Arbeit verfolgt mehrere Ansätze. Die derzeitige Situation Freier Radios im ländlichen Raum wird anhand dreier Beispiele beschrieben. Zwei dieser Beispiel-Radios sind in Oberösterreich beheimatet und eines in der Steiermark. Alle drei haben gemeinsam, dass sie im ländlichen Raum angesiedelt sind, allerdings unterscheiden sich die drei Regionen in vielerlei Hinsicht voneinander. Deswegen beinhaltet die Arbeit auch zu Beginn einen Überblick zur Theorie über ländlichen Raum und den damit verbundenen Faktoren.

Mit der Kooperation der drei Radios wird die Zusammenarbeit zwischen den freien Radios weiter vertieft und es darf gehofft werden, dass diese Partnerschaft auch nach der Kooperation zur vorliegenden Studie weiter Früchte trägt.

Schließlich ist diese Forschungsarbeit erst der Beginn einer wichtigen Auseinandersetzung mit Radioarbeit und ihrer Wirkungsweise auf den ländlichen Raum.

Ausschlaggebend dafür war der kommunikative Austausch zwischen den ländlichen Radios. Wir sehen in unserer täglichen Arbeit die vielen positiven Aspekte von modernen Bildungs- und Medienzentren, die Freie Radios heute sein können und in vielen Fällen bereits sind. Wir sehen verschiedene Erfolge in der Regionalentwicklung, sei es im gesellschaftspolitischen Bereich, in der Jugendarbeit oder in kultureller Hinsicht.

Welche möglichen Leerstellen dabei aber noch offen bleiben und wo Handlungsbedarf vorherrscht versuchen wir durch die Interviews mit jeweils fünf Expertinnen und Experten in der Region zu klären. Hinzu kommt die Möglichkeit der Partizipation der Menschen die in den ländlichen Räumen leben, via Online-Umfrage.

Ländliche Radios sind auch von spezifischen Problemen betroffen. Fakt ist, dass es Unterschiede zwischen ländlichen und städtischen Radios gibt. Unsere Untersuchungsregionen sind Jahrhunderte alte gewachsene Kulturlandschaften. Mit unserer Radioarbeit stärken wir das Wesen dieser Landschaften und ihrer BewohnerInnen.

Mit vorliegender Arbeit haben wir einen Diskurs gestartet, den wir hier als wissenschaftliches Fundament verschriftlicht haben und weiters, als wichtige Essenz in einer 12-seitigen Broschüre verarbeitet haben, mit der in der Praxis unsere Arbeit reflektiert werden kann. Am Ende unserer Arbeit steht uns eine Workshopreihe mit verschiedenen PraktikerInnen bevor, in der wir Ideen und Best Practice Beispiele austauschen werden, bzw. die Inputs der von uns befragten ExpertInnen miteinbeziehen werden.

Begleitend zur wissenschaftlichen Arbeit 2016 ist die Sendereihe Wirkungsradios¹ entstanden, die sowohl die Forschungsarbeit dokumentiert, als auch Transparenz nach außen bietet und last but not least das Medium nutzt, rund um welches sich diese wissenschaftliche Arbeit dreht.

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern eine aufschlussreiche Lektüre und viele neue Impulse den ländlichen Raum betreffend.

¹ Nachzuhören in der Radiothek der Freien Radios unter <https://cba.fro.at/series/wirkungsradios>

1.1. Zielsetzung und Aufgabenstellung der Studie

Die Zielsetzung der vorliegenden Studie umfasst die wissenschaftliche Darstellung der Wirkungen von Freien Radios, die im ländlichen Raum angesiedelt sind, auf ihre jeweiligen Regionen und deren Entwicklung sowie die gleichzeitige Erhebung weiterer Möglichkeiten der Freien Radios zur regionalen Entwicklung beizutragen bzw. zur stärkeren Einbindung Freier Radios in die regionalen Entwicklungen.

Die Wahrnehmung, dass Freie Radios im ländlichen Raum die Region aktiv mitgestalten, zivilgesellschaftlich eine wichtige Kraft darstellen und durch die Möglichkeit der aktiven Partizipation zur Stärkung des regionalen Bewusstseins und der Auseinandersetzung mit der eigenen Lebenswelt beitragen, soll in der Studie anhand wissenschaftlicher Methoden geprüft werden.

Die konkreten Forschungsfragen lauten daher:

- **Welchen Beitrag leisten Freie Radios im ländlichen Raum zur Mitgestaltung und Mitentwicklung ihrer Region?**
- **Welche Maßnahmen sind geeignet, um ländliche Radios als aktive Mitgestalter ihrer Region zu positionieren?**

Sie basieren auf den folgenden (Arbeits-) Hypothesen:

- Freie Radios leisten einen (messbaren) Beitrag für die Entwicklung ihres Sendegebiets, der über die Bewusstseinsbildung durch das Sendeprogramm hinausgeht.
- Freie Radios im ländlichen Raum werden von den aktiven Personen in der Regionalentwicklung nur wenig als wichtige Impulsgeber und Projektinitiatoren für die Entwicklung der eigenen Region erkannt.

Die Aufgabenstellung, die sich aus dieser Zielsetzung ergibt, beinhaltet die Wahl geeigneter wissenschaftlicher Methoden zur Überprüfung der Hypothesen und Beantwortung der Forschungsfragen sowie die Durchführung dieser.

Ziel ist es bisher wahrgenommene, aber noch nicht gemessene oder nicht messbare Wirkungen aufzuzeigen und sichtbar zu machen. Bisher wurden die Freien Radios beispielsweise anhand produzierter Sendeminuten beurteilt, damit wird jedoch nur ein Teilbereich der Freien Radios abgebildet und nicht deren gesamtes Wirkungsfeld. Die vorliegende Arbeit möchte dieses Wirkungsfeld beleuchten und benennen, wobei nicht die Entwicklung von Indikatoren oder Messung von Wirkungen abgestrebt wird, sondern eine Aufzeigen von Wirkungen sowie die Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen für Freie Radios um ihr Wirkungsfeld zu vergrößern oder bereits erzielte Wirkungen zu verstärken.

1.2. Aufbau der Arbeit

Der theoretische Hintergrund der Studie ist sowohl in Kapitel 3, als auch Kapitel 4 dargestellt und mit Aussagen aus den qualitativen und quantitativen Befragungen ergänzt. Die Begriffe ländlicher Raum, Region, Regionalentwicklung und Wirkungsmessung werden erörtert, ebenso Freie Medien und im Speziellen der nichtkommerzielle Rundfunk.

Eine Darstellung des Forschungsdesigns bietet Kapitel 2, das einerseits die Auswahl der Methoden und Festlegung der Untersuchungsregionen beinhaltet, andererseits die Vorgehensweise der Durchführung der einzelnen Forschungselemente erläutert.

Die Ergebnisse der einzelnen Forschungsschritte werden anhand der Forschungsfragen in den Kapiteln 5, 6, 7, 8 und 9 besprochen und anschließend in Kapitel 11 diskutiert. Kapitel 12 bietet einen Ausblick auf weitere aufgeworfene Fragen.

Anschließend an die Auflistung der verwendeten Literatur und Internetquellen in Kapitel 13 befinden sich im Anhang 14 sämtliche Transkriptionen der qualitativen Interviews, wie auch die Ergebnisse der quantitativen Interviews und die Dokumentation der Forschungswerkstatt.

2. Methodik

Grundlage und Ausgangspunkt für das Forschungsvorhaben sind folgende zwei Forschungsfragen:

- **Welchen Beitrag leisten Freie Radios im ländlichen Raum zur Mitgestaltung und Mitentwicklung ihrer Region?**
- **Welche Maßnahmen sind geeignet, um ländliche Radios als aktive Mitgestalter ihrer Region zu positionieren?**

Zur Beantwortung dieser Forschungsfragen werden Methoden wie Literaturrecherche, empirische Erhebungen sowie eine Forschungswerkstatt herangezogen. Die empirischen Erhebungen bestehen einerseits aus qualitativen Interviews mit StakeholderInnen und ExpertInnen der Freien Medien bzw. Regionalentwicklung, andererseits ermöglicht eine quantitative Online-Umfrage die Schaffung weiterer wissenschaftlicher Erkenntnisse und Daten zur Beantwortung der Forschungsfragen.

2.1. Literaturrecherche

Zum Zweck der Definition von Begriffen wie ländlicher Raum oder Regionalentwicklung, aber auch um vorhandene wissenschaftliche Erkenntnisse und aktuelle Studien in Bezug auf die Forschungsfragen zu finden, wurde zu Beginn des Forschungsvorhabens eine umfangreiche Literaturrecherche durchgeführt. Sie diene außerdem als Grundlage für die Ausarbeitung der Fragestellungen für die empirischen Erhebungen.

Neben Literatur wurden auch internationale Beispiele recherchiert, die sich mit den Forschungsfragen ähnlichen Themen auseinandersetzen, und so eine internationale Perspektive auf Nichtkommerziellen Rundfunk und die Regionalentwicklung aufgezeigt.

2.2. Qualitative Befragung

Für die qualitativen Interviews wurden Leitfäden ausgearbeitet, die Fragen zu den Themenbereichen Region & ihre Entwicklung, Region & Kommunikation, Freie Radios & Regionalentwicklung, persönliche Verbindungen zum Freien Radio bzw. Angaben zur jeweiligen interviewten Person beinhalten.

Interviewleitfaden

Zur Erstellung des Interview-Leitfadens wurden in einem ersten Schritt im Kick Off-Meeting der Projektpartner gemeinsam anhand der Methode „Verzwicktes Fragenspiel“ für die qualitativen Interviews interessante Fragen erarbeitet und gesammelt. In einem weiteren Schritt wurden diese Fragen geprüft, nach übergeordneten Themen sortiert und zu Frageblöcken zusammengefügt. Zwei Feedbackrunden im Projektteam und Pre-Tests führten zur endgültigen Version des Fragebogens. Dieser wurde samt Anleitung und Beiblatt an die Projektpartner ausgesandt.

Zu Beginn der Interviewsituation wurden die Stakeholder nach ihrer Sicht auf die jeweilige Untersuchungsregion und deren Entwicklung gefragt. Dabei waren ihre Assoziationen mit der Region wichtig, aber auch Aktivitäten, Projekte oder Akteure, die den Stakeholdern zur Entwicklung der Region einfallen.

Anschließend folgte ein Fragenblock zum Thema Region & Kommunikation. Die interviewten Stakeholder wurden gefragt wie wichtig sie die Rolle von Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung einschätzen, ob es Themen gäbe, die in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden und was ihre ersten Gedanken sind, wenn sie an das jeweilige Freie Radio denken.

Der dritte Fragenblock umfasste Fragen rund um das Thema Freie Radios und Regionalentwicklung. Die interviewten Personen wurden gefragt, wie das Freie Radio ihrer Meinung nach in der Öffentlichkeit aufgenommen wird, welche Themen das Freie Radio aufgreife und in welchen Bereichen das Freie Radio noch aktiv werden sollte. Weiters wurden die Stakeholder woran sie die Wirkung von Projekten oder Initiativen in einer Region erkennen würden und inwiefern dies auf das Freie Radio zutrifft. Die Stakeholder wurden außerdem gebeten, ihre Sicht auf die Rolle der Freien Radios bezüglich Regionalentwicklung darzustellen und zu überlegen, wie das Freie Radio die Region (noch) mitgestalten könne sowie ob das Freie Radio Möglichkeiten der Regionalentwicklung hätte, die nur das Freie Radio hat.

Ebenso wurden die interviewten regionalen Akteure nach den Angeboten des jeweiligen Freien Radios und den NutzerInnen gefragt. Die Stakeholder wurde auch die Frage gestellt, wen das Freie Radio erreiche, abgesehen von Hörerinnen und Hörern. In weiterer Folge wurden die Interviewten gefragt, welche Empfehlungen sie dem Freien Radio geben können, damit dieses seinen Wirkungskreis erhöht und welche Menschen es dazu besonders einzubinden gelte. Bzw. wurden die InterviewpartnerInnen ganz allgemein gefragt, welche Ideen sie hätten um regionale Projekte zu generieren, zu initiieren und inhaltlich zu fördern.

Der letzte Fragenblock bezog sich auf die persönliche Verbindungen der interviewten Stakeholder zu den Freien Radios und forderte die Interviewpartner zu Überlegungen auf, wie sie selbst bzw. ihre Organisation vom Freien Radio „profitieren“ könne bzw. was sie motivieren würde, SendungsmacherIn zu werden bzw. einen Beitrag zu gestalten.

Abschließend wurden die Interviewpartner gefragt, welche Beweggründe die Teams der Freien Radios für das Betreiben eines Freien Radios hätten.

Die Interviews wurden mit Angaben zur jeweiligen Person (Alter, Geschlecht, Funktion innerhalb der Organisation) und der Bitte um ihre Meinung zum Interview abgeschlossen.

Auswahl der InterviewpartnerInnen

Je 5 qualitative Interviews mit regionalen Stakeholdern wurden in allen Untersuchungsgebieten im April, Mai, Juni und Juli 2016 geführt. Die Teams der Projektpartner-Radios wählten ihre fünf InterviewpartnerInnen jeweils selbst aus, gemeinsam war beim Kick off-Meeting im Februar 2016 festgelegt worden, dass Frauen wie Männer vertreten sein müssen und die InterviewpartnerInnen als aktive GestalterInnen regional engagiert sind. Mit folgenden Menschen wurden die Stakeholderinterviews geführt:

Aus dem Sendegebiet des FRF:

- Georg Mittendrein: Geschäftsführer Kulturverein Bruckmühle
- Bettina Hellein: Projekt- und Prozessbegleiterin Begegnungskunst OG
- Klaus Preining: Geschäftsführer LEADER-Region Mühlviertler Alm
- Conny Wernitznig: Geschäftsführerin LEADER-Region Mühlviertler Kernland
- Wilhelm Patri: EUREGIO Regionalmanagement Geschäftsstellenleiter Mühlviertel

Aus dem Sendegebiet von Radio freequenns:

- Mario Brandmüller: Geschäftsführer Regionalmanagement Liezen
- Herbert Wölger: Geschäftsführer Nationalpark Gesäuse
- Markus Plasencia: Projektleiter in der Region Liezen, Lehrer, selbstständig
- Dorothee Steinbauer: Künstlerin, Leitung Culturcentrum Wolkenstein Stainach
- Angelika Beer: Diplom-Sozialarbeiterin, Geschäftsleitende Obfrau Verein Avalon

Aus dem Sendegebiet des Freien Radios B138:

- Heimo Czepl: Steuer- und Unternehmensberater
- Gerald Warter: Geschäftsführer Technologie- und Innovationszentrum Kirchdorf
- Elisabeth Kumpl-Frommel: Leiterin Familienakademie
- Helmut Tschautscher: Kulturschaffender
- Sabrina Leitner: selbstständige (Jung-)Unternehmerin

Die Interviews wurden anschließend wortwörtlich transkribiert, wobei das Gesprochene in hochdeutscher Sprache wiedergegeben wurde. Die Transkriptionen der geführten Interviews sind im Anhang ersichtlich.

Die Auswertung der qualitativen Interviews erfolgte mittels Inhaltsanalyse.

2.3. Quantitative Befragung

Aufbau der quantitativen Befragung

Die quantitative Befragung wurde in Form einer Online-Umfrage konzipiert und diente in erster Linie dazu, weitere Erkenntnisse und Basisdaten in Bezug auf die Arbeitshypothesen zu erhalten.

Für die Online-Umfrage wurde ein Fragebogen mit 14 Fragen erstellt, die die relevanten Aspekte der Studie abdecken. Der Fragebogen besteht mehrheitlich aus Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten und teilweise der Möglichkeit zur Präzisierung. Eine Frage wurde als Bewertungseinstufung konzipiert. Drei weitere Fragen sind offene Fragen, diese wurden als solche konzipiert, um qualitative Informationen zur Sichtweise der teilnehmenden Personen auf die beiden Forschungsfragen zu erhalten. Die Umfrage ist in Teilbereiche gegliedert.

Zu Beginn wurden die Umfrage-TeilnehmerInnen kurz über den Hintergrund der Umfrage und die teilnehmenden Freien Radios informiert und darum gebeten mit ihrer Teilnahme zur Beantwortung der Forschungsfragen beizutragen. Die Teilnahme an der Online-Umfrage wurde auf ca. 10 Minuten geschätzt und die TeilnehmerInnen darauf hingewiesen, dass die Daten vertraulich behandelt werden. Anschließend wurden die TeilnehmerInnen gefragt, ob sie Freie Radios kennen würden.

Der erste Teil der Umfrage bezieht sich auf Freie Radios in Österreich und die Beziehung der TeilnehmerInnen zu Freien Radios. Die TeilnehmerInnen werden gefragt, welche (österreichischen) Freien Radios sie kennen, welchen Bezug sie zu Freien Radios hätten, wie sie auf das Freie Radio in ihrer Region aufmerksam geworden seien und wie sie dieses nutzen würden. Anschließend wurden die TeilnehmerInnen gefragt, ob sie sich aktiv an der Gestaltung ihrer Region beteiligen, wobei sie die Möglichkeit hatten, anzugeben inwiefern sie die Region mitgestalten.

Der zweite Teil der Umfrage zielte auf die Sicht der TeilnehmerInnen auf Medien und die Regionalentwicklung. So konnten die TeilnehmerInnen bewerten, welche Medien einen sehr großen, großen, geringen oder gar keinen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten, inwiefern Freie Radios zur

regionalen Entwicklung in der Region beitragen und wie das Freie Radio die Region noch mitgestalten könne.

Der dritte Teil der Umfrage erhebt soziodemografische Daten der TeilnehmerInnen, sie wurden gebeten, das Geschlecht anzugeben und ihren Wohnort dem ländlichen Raum oder einer Stadt bzw. dem Stadtumland zuzuordnen, vertiefend konnten die TeilnehmerInnen angeben, ob sie in einer der Untersuchungsregionen, also dem Sendegebiet der drei Freien Radios B138, FRF oder Freequenns leben würden. Weiter ordneten sich die Umfrage-TeilnehmerInnen Altersgruppen und Beschäftigungsformen zu.

Durchführung als Online-Umfrage

Die quantitative Befragung wurde am 15. Juni 2016 als Online-Umfrage über die Plattform www.surveymonkey.com umgesetzt und war im Juni, Juli und August 2016 zur Teilnahme geöffnet. Die internetbasierte Form der Umfrage wurde gewählt, da sie ermöglicht auch räumlich weit verstreut lebenden Personen die Teilnahme zu ermöglichen.

Die Verbreitung des Links zur Umfrage erfolgte über die Homepages der Freien Projektpartner-Radios, deren Facebook-Seiten und durch konkretes Anschreiben mit der Bitte um Weiterleitung und Teilnahme an die jeweiligen Netzwerke. Für das Freie Radio B138 waren dies die folgenden Organisationen und Initiativen:

- Technologie- und Innovationszentrum Kirchdorf
- Arbeiterkammer Kirchdorf
- Wirtschaftskammer Kirchdorf
- Bank für Gemeinwohl
- Gewerkschaftsschule Kirchdorf
- Literarische Nahversorger
- Museum Arbeitswelt
- Integrationsbeirat
- Regionales Kompetenzzentrum für Integration und Diversität
- Pro Mente
- Schulen bzw. Lehrkräfte
- Foodcoops GüterWeGe bzw. Fairteiler Scharnstein
- Interviewpartner & Stakeholder
- Kulturprojektverteiler
- KUPF
- Gemeinden
- AMS
- Erwachsenenbildung
- Vorstand der LEADER Region Traun4tler Alpenvorland
- Verband Freier Radios Österreich
- Verein BERTA
- Projektpartner

Durch die Durchführung der quantitativen Befragung in Form einer Online-Umfrage werden vor allem Menschen erreicht, die mit dem Internet vertraut sind. Bedingt durch die Art der Verbreitung nehmen

Personen an der Online-Umfrage teil, die möglicherweise mit einem der Freien Radiosender bereits in Kontakt sind oder waren, die Weiterleitung über die Netzwerke sollte dem entgegenwirken.

Struktur der Umfrage-TeilnehmerInnen

324 Personen nahmen in der Zeit von 30. Juni bis 12. September 2016 per Weblink an der Online-Umfrage teil.

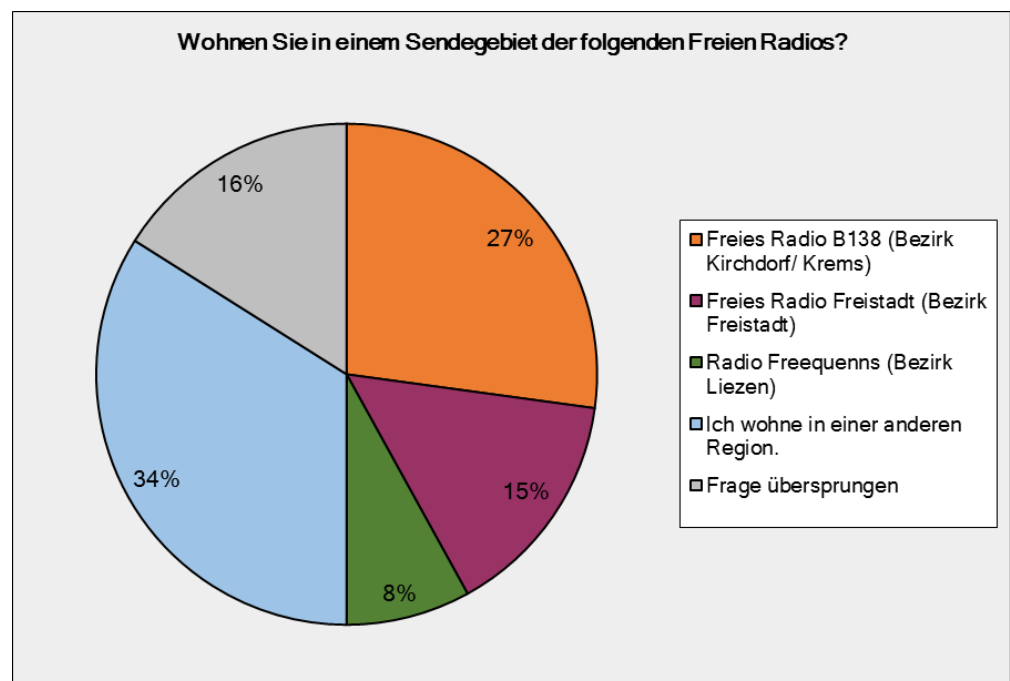
Etwas mehr als die Hälfte der Umfrage-TeilnehmerInnen, nämlich 168 Personen (51,85%) ordneten sich dem männlichen Geschlecht zu, 109 Personen (33,64%) dem weiblichen. 48 Personen (14,81%) haben die Frage nach dem Geschlecht nicht beantwortet.

Von 276 Personen, die diese Frage beantwortet haben, gaben 190 Personen (58,64%) an, im ländlichen Raum zu leben, 86 (26,54%) ordneten ihren Wohnort einer Stadt oder dem Stadtumland zu. 48 Personen (14,81%) haben diese Frage nicht beantwortet.

88 Personen (27%) der 324 Umfrage-TeilnehmerInnen gaben an, im Sendegebiet des Freien Radios B138 zu wohnen, 48 Personen (15%) ordneten ihren Wohnort dem Sendegebiet des FRF zu, 26 Personen (8%) gaben an, im Sendegebiet von Freequenns zu wohnen. 110 Personen (34%) wohnten ihren eigenen Angaben nach in einer anderen Region. 52 Personen (16%) haben diese Frage nicht beantwortet. Insgesamt gaben 162 Personen und damit genau die Hälfte der TeilnehmerInnen der Umfrage an, in den als Untersuchungsregionen definierten Sendegebieten der Freien Radios B138, FRF und Freequenns zu wohnen. Dies ist aufgrund der Bewerbung der Online-Umfrage über die Netzwerke der an der Studie beteiligten Freien Radios nicht überraschend. Abbildung 1 zeigt die Zuordnung der TeilnehmerInnen anhand ihrer Wohnorte.

Abbildung 1 Verteilung der TeilnehmerInnen nach eigener Zuordnung ihrer Wohnorte zu den Sendegebieten der Freien Radios B138, FRF und Freequenns (Quelle: eigene Darstellung)

Die meisten Umfrage-TeilnehmerInnen (116 Personen oder 35,8%) waren zwischen 30 und 49



Jahren alt, die zweitgrößte Personengruppe, die an der Umfrage teilnahm, umfasste 89 Personen (27,47%) und befand sich im Alter zwischen 50 und 64 Jahren. 36 Personen (11,11% der TeilnehmerInnen) waren zwischen 18 und 29 Jahren alt. 32 Personen (9,88%) waren 65 Jahre oder älter. 3 Personen (0,93%) waren unter 18 Jahren. 48 Personen (14,81%) haben diese Frage übersprungen. Abbildung 2 zeigt diese Verteilung als Kreisdiagramm dargestellt.

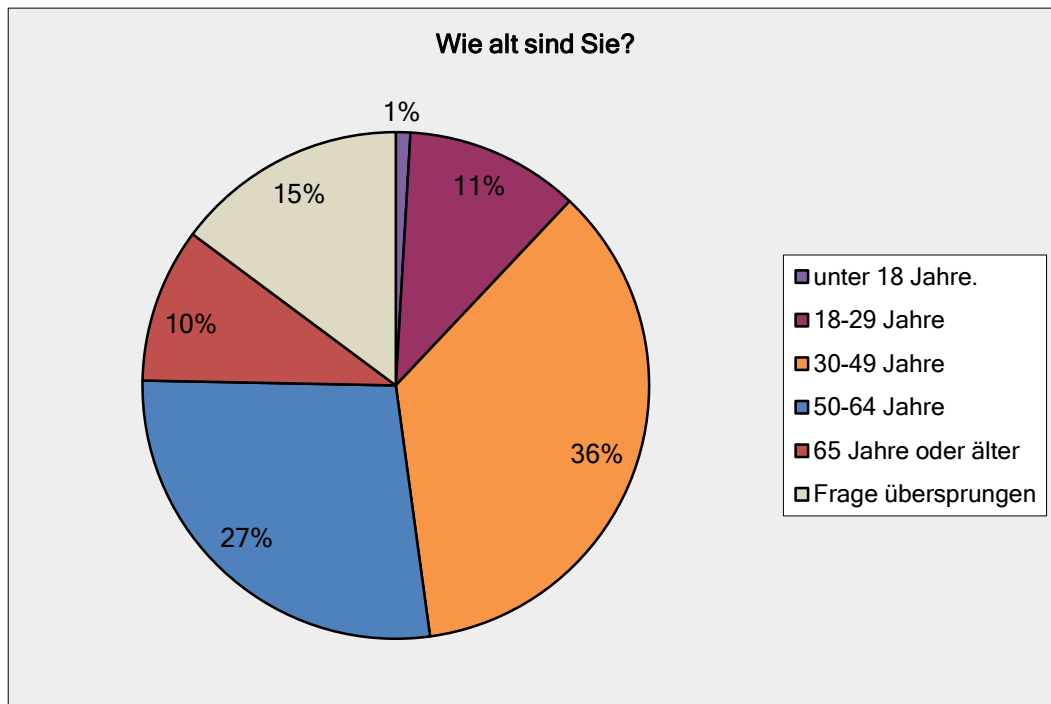


Abbildung 2 Struktur der Umfrage-TeilnehmerInnen anhand ihres Alters (Quelle: eigene Darstellung)

269 Personen beantworteten die Frage nach ihrer hauptberuflichen Beschäftigung, 55 Personen (16,98%) haben diese Frage übersprungen. 135 Personen gaben an, angestellt zu sein, 56 Personen selbstständig zu arbeiten, 45 Personen waren in Pension, 28 Beamte, 13 Studierende, 11 ArbeiterInnen, 4 Personen gaben an, SchülerInnen oder Lehrlinge zu sein, 2 Personen gaben an, nicht erwerbstätig zu sein. Niemand gab an, Präsenz- oder Zivildienst zu sein.

11 Personen nutzten die Option unter Sonstiges folgendes zu nennen: Zwischen Zivildienst und Studium; ehrenamtlich im freien Radio 20 - 40 Wochenstunden ;); ehrenamtlicher Friedensarbeiterin; ich betreibe eine Galerie; freischaffend; Familienmanagerin; Ich bin zurzeit geringfügig bei dorf tv angestellt. Habe zuvor als Bühnenbildner gearbeitet, bin bildender Künstler und verstehe mich als Regionalentwickler; und Mutter; Landwirt; Gemeindebedienstete (VB); Karenzzeit;

Auswertung der quantitativen Befragung

Die geschlossenen Fragen der quantitativen Befragung wurden mittels deskriptiver Analyse ausgewertet, die Ergebnisse wurden den jeweiligen Kapiteln angefügt.

Die offenen Fragen der quantitativen Befragung wurden mittels quantitativer Inhaltsanalyse ausgewertet, die vorhandenen Antworten in Bezug auf inhaltliche Merkmale quantifiziert. Dazu wurde je offener Frage induktiv ein Kategoriensystem ausgearbeitet, was bedeutet, dass die Antworten gesichtet und nachfolgend kategorisiert wurden. Die Kategorien wurden anhand von Bedeutungseinheiten im Textmaterial, welches zusammengefasst wurde, festgelegt. Die Umfrage-TeilnehmerInnen gaben mitunter mehrere Antworten in einer Aussage, weshalb hier Mehrfachnennungen auftreten.

2.4. Forschungswerkstatt

Sinn und Zweck der Forschungswerkstatt

Die Forschungswerkstatt ist ein Instrument der qualitativen Forschung und dient u.a. der weiteren Bearbeitung, der Interpretation und der Ableitung von Schlussfolgerungen bereits vorangegangener Forschungen. In der Erstellung dieser Studie waren das die Literaturrecherche sowie die quantitative und qualitative Befragung.

Zur Reflexion der Ergebnisse, der daraus resultierenden Ableitung neuer Ansätze und Sichtweisen sowie v.a., um einen konkreten, für die Umsetzung dieser Studie erreichbaren Output zu generieren, wurde die Methode „Forschungswerkstatt“ in ein „Learning Village“ adaptiert und als solches durchgeführt.

Unter Einbindung von den ProjektpartnerInnen sowie zusätzlicher ExpertInnen wurden im Learning Village die bisherigen Ergebnisse präsentiert und in verschiedenen methodischen Settings (vgl. 5.4.2) weiterbearbeitet.

Das Learning Village ist ein neues Format, das in Österreich vom Büro für Zukunftsfragen der Vorarlberger Landesregierung erfolgreich erprobt ist. Personen, die im Projekt beteiligt sind, sowie ausgewählte Personen, denen das Thema ein wichtiges Anliegen ist, treffen sich dazu, um an einer expliziten Fragestellung zu arbeiten. Der Ablauf sowie das dazu verwendete „Betriebssystem“ basiert auf den Haltungen und Methoden von „Art of Hosting“. Von Kreisdialog über Open Space bis zum World-Café wurden Interventionsmethoden angewendet, die die Kreativität fördern und auf die Expertise der TeilnehmerInnen aufbauen. (vgl. Büro für Zukunftsfragen, 2012)

3. Regionale Entwicklung im ländlichen Raum: Begriffsdefinitionen und Wirkungsmessung

3.1. Ländlicher Raum

Für den Begriff ländlicher Raum existiert keine einheitlich verwendete Definition im deutschsprachigen Raum, meist wird der ländliche Raum als Gegensatz zum urbanen oder städtischen Raum gesehen. Oftmals hängt die Definition des ländlichen Raums von der jeweiligen Fragestellung oder Zielsetzung ab. Unterschiedliche Kriterien wie die Agrarstruktur, die Wirtschaftsstruktur oder -dynamik, landschaftliche Gegebenheiten o.ä. werden als Abgrenzungsmerkmale genannt. (vgl. Krajasits, s.a.) Lange Zeit waren mit dem Begriff „ländlicher Raum“ vor allem stark durch die Landwirtschaft geprägte Gebiete mit geringer Bevölkerungsdichte verbunden.

In einer Diskussionsgrundlage für das Projekt der Österreichischen Raumordnungskonferenz ÖROK „Periphere ländliche Räume“ nennen Dax et al. (2008) die in der Definition der OECD Ratsgruppe Rural Development genannten Kriterien als am ehesten allgemein anerkannt und für internationale Vergleiche zweckmäßig (Dax et al., 2008).

Die OECD unterscheidet dabei ländliche und städtische Gemeinden anhand der Bevölkerungsdichte. Ländliche Gemeinden sind jene, deren Bevölkerungsdichte weniger als 150 EinwohnerInnen je Quadratkilometer ausmacht. Diese Abgrenzung stellt die Grundlage für die Definition von ländlichen Gebieten auf regionaler Ebene dar:

- In überwiegend ländlichen Regionen leben mehr als 50% der EinwohnerInnen in ländlichen Gemeinden.
- In maßgeblich ländlichen Regionen leben zwischen 15 und 50% der Bevölkerung in ländlichen Gemeinden.
- In überwiegend urbanisierten Gebieten leben weniger als 15% der EinwohnerInnen in ländlichen Gemeinden.

(vgl. Machold, 2010)

Dax et al. (2009) haben laut Machold (2010) auf Basis der OECD-Typologie unter Berücksichtigung weiterer Entwicklungstendenzen eine Raumtypologie für Österreich geschaffen, die den ländlichen Raum wie folgt einteilt:

- Ländliche Gebiete in urbanisierten Regionen (sie sind durch ihre Lage in Stadtumlandgebieten oder an Verkehrsachsen gekennzeichnet und verzeichnen eine positive Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung)
- Vom Intensivtourismus geprägte ländliche Gebiete (gekennzeichnet durch eine strukturelle Abhängigkeit vom Tourismus)
- Periphere ländliche Gebiete (als strukturschwache Gebiete bezeichnet, die geringe Wirtschaftskraft und Bevölkerungsverluste aufweisen)

(vgl. Machold, 2010)

Weiter weist Machold (2010) auf eine Weiterentwicklung des OECD-Konzepts in der Europäischen Union hin: Dijkstra und Poelman (2008) haben die Einteilung der OECD um die Kategorie der Entfernung erweitert und unterscheiden daher die folgenden fünf Regionstypen:

- Städtische Gebiete
- Übergangsregionen nahe einer Stadt

- (Entlegene Übergangsregionen)
- Überwiegend ländliche Gebiete nahe einer Stadt
- Entlegene ländliche Gebiete

Das Abgrenzungskriterium zwischen „entlegen“ und „nahe“ ist festgelegt mit der Mindestentfernung von 45 Minuten Fahrzeit, die von mehr als 50% der Bevölkerung zu einer Stadt mit mehr als 50.000 EinwohnerInnen zurückgelegt werden muss, damit die Region als entlegen eingestuft wird. Der Aspekt der Entfernung zu Städten ist insofern maßgeblich für ländliche Regionen, da dieser Zugang zu Möglichkeiten, die es in der Region nicht gibt, aufzeigt. (vgl. Dijkstra and Poelman, 2008) Entlegene ländliche Gebiete stehen vor anderen Herausforderungen als ländliche Gebiete in Stadtnähe.

3.2. Region

Darüber was als Region verstanden wird, wie eine Region entsteht bzw. wie sich Regionen voneinander abgrenzen (lassen), bestehen unterschiedliche Ansichten und wissenschaftliche Zugänge, die in diesem Teilkapitel kurz dargestellt sind.

Mit dem Begriff „Region“ wird im Allgemeinen ein Teilsystem eines größeren Systems verstanden, das sich nach bestimmten Kriterien vom Gesamtsystem abgrenzen lässt (vgl. Akademie für Raumforschung und Landesplanung, 2005). Diese Abgrenzung kann scharf oder verschwommen sein und ist generell weder zeitlich noch räumlich fixiert ist. (Boulding, 1992).

Maier und Tödtling (1996) beschreiben drei Arten von Gebieten, die als Region bezeichnet werden können: subnationale, supranationale und transnationale Gebiete. Wobei sie mit subnationalen Gebieten Teilgebiete eines Staates, also etwa Bundesländer Österreichs, meinen; mit supranationalen Gebieten Regionen, die sich aus mehreren Staaten zusammensetzen, wie etwa Skandinavien oder das Baltikum; mit transnationalen Regionen Gebiete, die sich aus Teilgebieten von Staaten zusammensetzen, zum Beispiel die Wien-Bratislava Twin City Region oder die Region Alpe-Adria.

Chilla et al. (2015) geht von drei unterschiedlichen Arten von Ansätzen zur Definition von Region(en) aus:

- Essentialistische Ansätze: Aus der Sicht des Essentialismus verfügt eine Region über bestimmte Merkmale, die ihr Wesen ausdrücken, so lässt sich eine Region durch ihr Wesen von anderen Regionen abgrenzen. Ihr Wesen zeigt eine Region beispielsweise im Dialekt oder der regionstypischen Form von Bauernhöfen.
- Positivistische Ansätze: positivistisch ausgedrückt ist eine Region die Summe ihrer empirisch messbaren und beschreibbaren Funktionen und Merkmale, die sich von jenen anderer Regionen unterscheiden. Eine positivistische Betrachtung einer Region beschreibt diese anhand von Ebenen, beispielsweise Bevölkerung, Flächennutzung o.ä.
- Konstruktivistische Ansätze: in der konstruktivistischen Regionalforschung wird die Region weniger als Gegenstand, denn als Prozess gesehen. Für konstruktivistische ForscherInnen ist daher interessant welche Prozesse beobachtbar sind.

Maier und Tödtling (1996) erachten eine Abgrenzung von Regionen dann als sinnvoll, wenn die Gebietseinheiten, die zu einer Region zusammengefasst werden Gemeinsamkeiten aufweisen, also zusammenpassen. Daraus ergeben sich die folgenden zwei Abgrenzungskriterien für Regionen:

- Das Homogenitätskriterium und
- das Funktionalitätskriterium

Regionen, die nach dem Homogenitätsprinzip abgegrenzt werden, sind sich nach zumindest einem Indikator ähnlich. Bei diesen Indikatoren kann es sich um geographisch-naturräumliche Ausstattungsmerkmale, wie Landschaft, Klimazone oder Sprachräume handeln. Wird eine Region nach dem Funktionalitätsprinzip definiert, so sind die Teilgebiete der Region meist in einer oder mehreren Beziehungen miteinander verflochten. Arbeitsmarktreionen, Einzugsgebiete von Institutionen oder Lieferverflechtungen dienen als Beispiele. (vgl. Maier und Tödtling, 1996)

Die Raumforschung stellt den beiden Abgrenzungskriterien Homogenität und Funktionalität noch ein weiteres hinzu:

- Normative Vorgaben

Regionen, deren Abgrenzung auf normativen Vorgaben basieren, entstehen vor allem durch politisches Handeln, werden von hoheitsrechtlicher Seite festgelegt und als administrativ-planerische Regionen bezeichnet. (vgl. Akademie für Raumforschung und Landesplanung, 2005) Als Beispiel kann hier etwa die Klassifikation der Gebietseinheiten für die Statistik der Europäischen Union (NUTS) herangezogen werden, die sich an Verwaltungseinheiten der Mitgliedsstaaten orientiert und zum Zweck der statistischen Vergleichbarkeit der Regionen der EU-Mitgliedsstaaten entwickelt wurde. (vgl. European Communities, 2007)

Eine Region kann aber immer auch als Netzwerk gesehen werden, als Kommunikationsnetzwerk, als Netzwerk an Beziehungen zwischen den unterschiedlichen AkteurlInnen, Institutionen, Initiativen, Projekten und Gruppen. Beziehungsweise auch als räumliches Gebiet, das mehrere Netzwerke enthält.

Gleichzeitig lässt sich die Region bzw. die Regionalentwicklung auch als Organisation sehen.

3.2.1. Die Sendegebiete der Freien Radios Freistadt, freequenns und B138 als Untersuchungsregionen

Die drei Untersuchungsregionen sind nach dem Funktionalitätsprinzip definiert als die Sendegebiete der Freien Radios B138, Freies Radio Freistadt (FRF) und Freequenns.

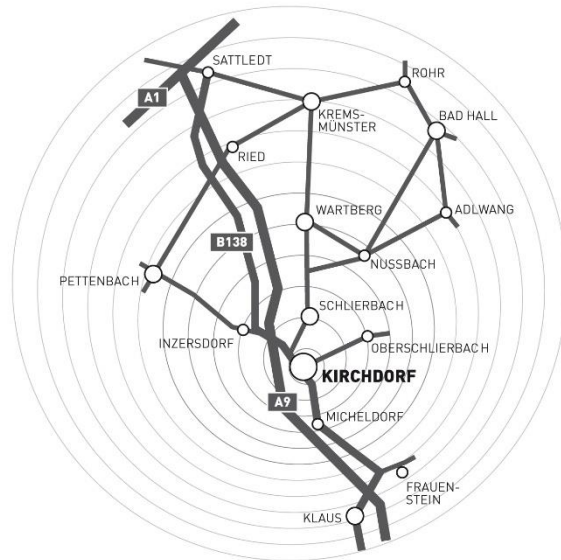
3.2.1.1. Sendegebiet des Freien Radios B138

Das Sendegebiet des Freien Radios B138 liegt im Oberen Kremstal im nördlichen Teil des Bezirks Kirchdorf an der Krems in Oberösterreich und reicht in die Nachbarbezirke Steyr Land, Wels Land und Gmunden hinein. Das Sendegebiet ist Teil der LEADER Region Traun4tler Alpenvorland. Abbildung 3 zeigt das Sendegebiet des Freien Radios B138. Etwas mehr als 43.000 Menschen leben in diesem Gebiet. Von der erwerbstätigen Bevölkerung sind 6,43% in der Land- und Forstwirtschaft beschäftigt, 35,33% in Industrie und Gewerbe sowie 57,91% im Dienstleistungsbereich.

Die untersuchte Region zählt laut erweiterter OECD-Typologie nach Dijkstra and Poelman (2008) zum stadtnahen ländlichen Raum. Das oberösterreichische Landesraumordnungsprogramm legt als regionalen zentralen Ort die Bezirkshauptstadt Kirchdorf an der Krems fest. (vgl. Amt der oberösterreichischen Landesregierung, 1998)

Das Sendegebiet des Freien Radios B138 aus Sicht der befragten Stakeholder

Für Heimo Czepl, Geschäftsführer eines Unternehmens- und Steuerberatungsunternehmens, ist die Region „zum Wohnen mit Familie super“ (Anhang K, Zeile 9), er weist aber aus seiner beruflichen Sicht als Obmann der Technologiegruppe Kremstal auf den Fachkräftemangel hin. In Bezug auf die Entwicklung der Region fallen ihm unterschiedliche Unternehmen und soziale Initiativen ein und er betont die großartigen Leistungen des Theaters Kirchdorf. Konkrete Namen von Akteuren, an die er im Zusammenhang mit regionaler Entwicklung denkt, möchte er nicht nennen. (vgl. Anhang K, Zeilen 13-16)



Gerald Warter, Geschäftsführer des Technologie- und Innovationszentrums der Region Kirchdorf, verbindet mit Region mehr als

Abbildung 3 Darstellung des Sendegebiets des Freien Radios B138 (Quelle: Freies Radio B138, 2016)

nur das Sendegebiet des Freien Radios B138, für ihn bedeutet Region der Bezirk und die Umgebung. Er weist darauf hin, dass auch die Aktivitäten des Freien Radios über dessen Sendegebiet hinausgehen und gibt Jugendinitiativen, Kompetenzvermittlung für Jugendliche auf Bezirksebene oder die Einbindung bei Veranstaltungen als Beispiele an. Er meint, die Wirkung des Freien Radios sei größer als das Sendegebiet. (vgl. Anhang L, Zeilen 11-17) In Bezug auf Aktivitäten und Projekte im Bereich der Regionalentwicklung bemerkt Gerald Warter vor dem Hintergrund seiner früheren und aktuellen Tätigkeiten auch in anderen Regionen, dass die Region „eine Region ist, die einen sehr hohen Vernetzungsgrad hat und eine extreme Vielfalt an kleineren Initiativen im Kultur-, Bildungs- und Wirtschaftsbereich. Und innerhalb dessen hat das Radio eine Vermittlerfunktion in Richtung Medienkompetenz. Da wird einem bewusst, dass man nicht nur konsumieren kann sondern auch gestalten kann.“ (Anhang L, 22-26) Als Akteure der Entwicklung der Region nennt Gerald Warter Initiativen wie die INOK², Vereine wie die Technologiegruppe und den SPES³ Verein, STUDIA⁴, das Regionalforum, die LEADER-Arbeitsgruppen und betont, dass er die Region nicht arm an Initiativen wahrnimmt. (vgl. Anhang L, Zeilen 29-34)

Elisabeth Kuml-Frommel, Leiterin der SPES Familienakademie und im Team des Projektes Literarische Nahversorger, sieht die Region als „gar nicht so ländlich“ (Anhang M, 37f), sondern vielmehr bereits urban aufgrund der zahlreichen Arbeitsplätze, Unternehmen, Kulturangebote und Initiativen. Außerdem verbindet sie mit der Region das Schlagwort Genussregion und die Tatsache, dass viele junge Menschen, die zu Ausbildungszwecken nach Graz oder Wien gehen, wiederkehren. Sie nennt Sportvereine, Musikvereine, Feuerwehr als klassische Vereine und weist darauf hin, dass es neben diesen auch Vereine

² Initiative Oberes Kremstal für Mensch und Umwelt: <https://inokblog.wordpress.com/>

³ Studiengesellschaft für Projekte zur Erneuerung der Strukturen: <http://www.spes.co.at/>

⁴ STUDienzentrum für Internationale Analysen: <http://www.studia-austria.com/>

gibt, die Menschen ansprechen, die sich nicht in den klassischen Vereinen bewegen. Die Vielfalt der Vereine ist es ihrer Meinung nach auch, die Jüngere an die Region bindet. Elisabeth Kumpl-Frommel weist darauf hin, dass die Tatsache, wie toll diese Vielfalt ist, den Bürgermeistern mehr bewusst werden soll und dass von den Jüngeren die Innovationskraft ausgeht. Sie sieht die älteren Menschen in der Region als die Beharrlichen, während Innovationen eher von den Jüngeren ausgehen. Diese Innovationskraft sieht sie in der Region vorhanden und führt dies auf Initiativen wie die INOK, die Literarischen Nahversorger und weitere unterschiedliche Gruppen wie die Foodcoop GüterWeGe, das Freie Radio B138 oder den Kultur- und Jugendverein MuKuKu zurück. (vgl. Anhang M, Zeilen 37-54) An Projekten und Aktivitäten in Bezug auf die Entwicklung der Region nennt Elisabeth Kumpl-Frommel SPES mit dem Projekt Pro Nahversorgung und anderen Initiativen, die literarischen Nahversorger, die INOK, GüterWeGe, Mukuku, die Filmabende in Pettenbach, die verschiedenen Theatergruppen, die Theaterwerkstatt, das Freie Radio B138 sowie das Haus 16A⁵ und „klassische Systeme“ wie die Feuerwehr oder den Sportverein. (vgl. Anhang M, Zeilen 57-66) Akteure, die Elisabeth Kumpl-Frommel in Zusammenhang mit der regionalen Entwicklung einfallen, sind: Alois Tragler, Josef Haindorfer, Gerhard Stiftinger, Mike Schedlberger, Tanja Landerl, Dominik Dax, die Leute vom Bauernmarkt⁶, Karl Sieghartsleitner, Hans Uhl, der Verein BERTA⁷, die Insel⁸ in Scharnstein, Kino Kremsmünster, Arthouse Kino in Kirchdorf oder Johanna Horcicka. (vgl. Anhang M, Zeilen 69-83)

Helmut Tschautscher, Kulturschaffender, verbindet mit der Region „große Anstrengungen in Richtung Bio und biologische Lebensmittel und so. Also Initiativen in diese Richtung sind bei uns sehr stark ausgeprägt und eine gewisse „Sturschädlichkeit“ ist auch da daheim. Sich nicht alles gefallen lassen von oben her. Kämpfen. Ob es jetzt immer so gescheit ist oder nicht, kommt mir manchmal vor [lacht]“ und die Tatsache, dass vor einiger Zeit Arbeitsplätze noch knapp waren, dies aber jetzt nicht mehr der Fall sei. Helmut Tschautscher verbindet mit der Region außerdem den Begriff „Kunststoffvalley“, denn die Kunststoffverarbeitungsunternehmen der Region sind internationale Akteure. (Anhang N, Zeilen 11-23) Aktivitäten und Projekte, die Helmut Tschautscher mit der Entwicklung der Region verbindet, sind die genannte biologische, ökologische Entwicklung, die von Schlierbach, der Landwirtschaftsschule, Familie Tragler ausgegangen ist, aber auch die SPES Zukunftsakademie oder die Aktivitäten rund um die Asylwerbenden, die in Kirchdorf und der Region leben. Als Akteure nimmt Helmut Tschautscher die Gemeinden wahr, die Bürgermeister und Vizebürgermeister, aber auch das Freie Radio B138 und seine Aktivitäten und betont: „Dieses Miteinander ist einfach toll.“ (Anhang N, Zeile 39f) Helmut Tschautscher verbindet viel Positives mit der Region. (Anhang N, Zeile 26-43)

Sabrina Leitner, Unternehmerin und politisch aktive Kreativ- und Kulturschaffende, bezeichnet die Region als sehr umtriebig, deren Aktivitäten zunehmen, Veranstaltungen und Bewegungen, wobei ihr vor allem musikalische Aktivitäten auffallen, wie das Festival Rock im Dorf, Mu&Gu⁹ - sie hat den Eindruck, „aktuelle Geschehnisse werden sofort in Angriff genommen und Projekte daraus gemacht.“ (Anhang O, Zeilen 7-11) Aus wirtschaftlicher Sicht gibt Sabrina Leitner zu bedenken, dass Geschäfte in der Fußgängerzone leer stehen, was sie zum Teil auf die hohen Mieten zurückführt und dass zwar einerseits davon gesprochen wird, die Wirtschaft beleben und Jungunternehmer unterstützen zu wollen, dass die Realität aber anders aussähe, denn man müsse sich immer erst beweisen ehe man von den Menschen, die die

⁵ Haus 16A: <http://www.16a.at/>

⁶ Schlierbacher Bauernmarkt: Direktvermarktung seit mehr als 25 Jahren: www.schlierbacher-bauernmarkt.at

⁷ Beratung für Frauen und Mädchen: <http://www.frauenberatung-kirchdorf.at/>

⁸ INSEL Mädchen- und Frauenzentrum: <http://www.imfz.at/>

⁹ Veranstaltungsreihe MUsik & GULasch in der Kulturschmiede Micheldorf: <http://www.kulturschmiede-micheldorf.at/>

Wirtschaftsbelebung verbreiten (wollen), akzeptiert werde. (vgl. Anhang O, Zeilen 15-22) An Projekten und Aktivitäten in Zusammenhang mit der regionalen Entwicklung fallen ihr die genannten musikalischen Projekte wie Mu&Gu, Veranstaltungen des Freien Radios B138, das Haus 16A und das dortige Angebot wie Yoga, Filmschauen oder Vorträge sowie die Junge Wirtschaft und deren Veranstaltungen ein. Das Anknüpfen an kulturelle Initiativen falle aber wesentlich leichter als an wirtschaftliche, so Sabrina Leitner, da im wirtschaftlichen Kontext immer die Frage im Vordergrund stehe, wer man sei. (vgl. Anhang O, Zeilen 24-40)

3.2.1.2. Sendegebiet des FRF

Das Sendegebiet des Freien Radios Freistadt, das seit 2005 regionales Programm sendet, liegt zum Großteil im Bezirk Freistadt, in dem 2015 65.853 Menschen lebten (vgl. Land OÖ, Abt. Statistik, 2017).

Die Region wird dem stadtnahen ländlichen Raum zugeordnet, das Empfangsgebiet reicht aber über die Bezirksgrenzen hinaus in die Übergangsregion rund um die Landeshauptstadt Linz und in die angrenzende Tschechische Republik. Die LEADER Regionen Mühlviertler Kernland und Mühlviertler Alm liegen im Sendegebiet, auch in der LEADER

Region Sterngartl-Gusental ist FRF empfangbar. Das Landesraumordnungsprogramm Oberösterreich legt Freistadt als regionalen zentralen Ort fest (vgl. Amt der oberösterreichischen Landesregierung, 1998). Abbildung 4 zeigt das Empfangsgebiet samt Frequenzen, über die FRF zu hören ist.

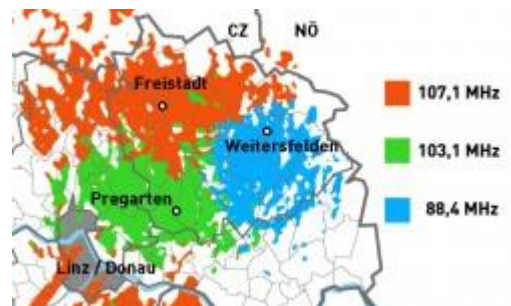


Abbildung 4 Empfangsgebiet Freies Radio Freistadt (Quelle: Freies Radio Freistadt, 2016)

Bevölkerung

Die im Vergleich zu 2005 gestiegene Bevölkerung (65.853 Menschen) des Bezirks Freistadts besteht je 50% aus Frauen und Männern, 97% der Bevölkerung sind österreichische StaatsbürgerInnen. 61% der Bevölkerung ist zwischen 20 und 64 Jahren alt, 22% bis 20 Jahr und 16% sind 64 Jahre oder älter. (vgl. Land OÖ, Abt. Statistik, 2017)

Bei der höchsten abgeschlossenen Bildung überwogen 2014 Lehre und berufsbildende mittlere Schulen mit 52%. 30% verfügen über einen Pflichtschulabschluss, 10% über Matura (inkl. Kollegs) und 8% haben eine Hochschule oder verwandte Ausbildungen abgeschlossen. (vgl. Land OÖ, Abt. Statistik, 2017)

Beschäftigung

55% der Gesamtbevölkerung des Bezirks (2014) sind im erwerbsfähigen Alter. 8% der Erwerbspersonen sind 2014 im Sektor Land- und Forstwirtschaft beschäftigt gewesen, 29% im Sektor Industrie und Gewerbe, 63% im Dienstleistungssektor. 71% der erwerbstätigen Bevölkerung pendeln aus, 52% der Erwerbstätigen am Arbeitsort leben in anderen Bezirken. (vgl. Land OÖ, Abt. Statistik, 2017) Die Arbeitslosenquote betrug 2015 im Bezirk Freistadt im Jahresdurchschnitt 4,5%, der Bezirk Freistadt hatte 2015 die dritt-niedrigste Arbeitslosenquote aller österreichischen Bezirke, so das AMS OÖ. (vgl. WKO Freistadt, 2016)

Die Unternehmensstruktur im Bezirk Freistadt ist nach Zahlen aus dem Jahr 2015 vorwiegend kleinstrukturiert: 12 Betriebe im Bezirk beschäftigen mehr als 100 MitarbeiterInnen. Es gibt keinen Betrieb, der mehr als 250 MitarbeiterInnen beschäftigt. 169 Unternehmen wurden 2015 neu gegründet.

Das gesamte Kaufkraftvolumen aller Gemeinden im Bezirk liegt bei 323,9 Mio Euro (vgl. WKO Freistadt, 2016)

Die größten gewerblichen Arbeitgeberbetriebe im Bezirk Freistadt sind:

- Wimberger Bau GmbH
- A. Haberkorn & Co GmbH (Textilwarenproduktion)
- FM Küchen GmbH
- Kurhotel Bad Zell GmbH
- Greiner Bio-One GmbH
- Holzhaider Bau GmbH
- Lagerhausgenossenschaft Pregarten-Gallneukirchen
- KOLM-Moden GmbH
- Schinko GmbH

(vgl. WKO Freistadt, 2016)

Die Wirtschaftskammer zählte Ende 2015 477 Tourismusbetriebe zu ihren Mitgliedern. 2014 konnte der Bezirk Freistadt, laut Land Oberösterreich, 236.542 Nächtigungen verbuchen. (vgl. WKO Freistadt, 2016)

Das Sendegebiet des Freien Radios Freistadt aus Sicht der befragten Stakeholder

Für Georg Mittendrein, Geschäftsführer der Kultur- und Regionalentwicklung gem. GmbH, ist die Untersuchungsregion *„ein zufälliges berufliches Umfeld, in das ich hineingeplumpst bin“* (Anhang F, Zeilen 34-35) für das er sich jetzt engagiert. (Anhang F, Zeile 38) Georg Mittendrein empfindet die Region als eine *Kulturlandschaft der Aufgeschlossenheit* (Anhang F, Zeile 54), in die sich die Region entwickelt hat. Wichtige Aktivitäten, Projekte und Akteure sind aus seiner Sicht das Freie Radio, Kulturvereine wie die Bruckmühle, das Veranstaltungszentrum in Engerwitzdorf, und Vereinsaktivitäten sowie Aktivitäten der Bürgerinnen und Bürger. (vgl. Anhang F, Zeilen 47-63)

Bettina Hellein, Projekt- und Prozessbegleiterin, sieht die Region als *„eine sehr ländliche Region, mit dem Zentrum Freistadt und so im Süden dem Zentrum Pregarten, Unterweitzersdorf, (...) eine Region, die an Tschechien grenzt, also an den ehemaligen Eisernen Vorhang und Ostblock und eher kleinstrukturiert und ländlich ist.“* (Anhang G, Zeilen 15-18) Aktivitäten und Projekte, die zur Entwicklung der Region beitragen, sind nach Bettina Hellein unter anderem das Zukunftsforum Windhaag, das Green Belt Center, Aktionen des Mühlviertler Kernlands wie *„ich bin so plastikfrei“* und die OTELOs bzw. mühlviertelweit der GECKO¹⁰-Lehrgang, der Mühlviertler Ressourcenplan, die Bioregion. Als Akteure, die zur Entwicklung beitragen, nennt Bettina Hellein offizielle Institutionen wie die LEADER-Büros, die Wirtschaftskammer, die Tourismusbüros, das Regionalmanagement oder den Energiebezirk Freistadt. Aber auch Initiativen wie das Freie Radio, die OTELOs, die Lokalbühne, das Zukunftsforum Freistadt oder Festivals wie das Fantastika-Festival oder das Percussion-Festival. Ebenso nennt Bettina Hellein privat wie politisch engagierte Menschen. (Anhang G, Zeilen 31-54)

Klaus Preining, Geschäftsführer der LEADER-Region Mühlviertler Alm, merkt an, dass das Sendegebiet des Freien Radios Freistadt über die Bezirksgrenzen hinausreicht und meint, *„dass das eine tolle Geschichte ist, dass wir eben FRF auch bei uns in der Region empfangen können“* (Anhang H, Zeilen 24-25) Er weist außerdem darauf hin, dass die Radionester unabhängig von den Bezirksgrenzen entstanden sind, nun aber alle innerhalb dieser zu finden sind. (vgl. Anhang H, Zeilen 20-27) Bezüglich regionaler Aktivitäten und Akteure bezieht sich Klaus Preining vor allem auf die LEADER-Region Mühlviertler Alm und nennt hier

¹⁰ GEStaltungsKOMpetenzen für Engagierte in der Region: <http://www.agenda21-ooe.at/gecko.html>

das Sozialfestival „Tu was, dann tut sich was“, den Johannesweg oder Infrastrukturmaßnahmen wie INKOBA¹¹ und auch das Verkehrsprojekt S10. Als wichtige Akteure in Zusammenhang mit der Entwicklung der Region nennt Klaus Preining die folgenden drei Personen: den Gründungsbmann der LEADER Region Mühlviertler Alm Johann Gradl, den aktuellen Obmann Bürgermeister Johann Holzmann aus Königswiesen und die Landtagsabgeordnete Gabriele Lackner-Strauß. (vgl. Anhang H, Zeilen 30-52)

Conny Wernitznig, Geschäftsführerin der LEADER-Region Mühlviertler Kernland unterscheidet ihre Sichtweise auf die Region in eine private und eine berufliche und meint: *„privat ist es eine der schönsten Regionen, die man sich zum Leben vorstellen kann. Wir haben alles was wir brauchen, um frei zu sein, um glücklich zu sein. Wir haben immer noch ganz toll funktionierende Strukturen, wir haben ein System, das uns freies, selbstbestimmtes Leben ermöglicht, das uns viele Schönheiten bietet, viele Möglichkeiten bietet. Ob das jetzt die Natur ist, ob das Bildungsangebote sind, ob das trotzdem auch immer mehr berufliche Möglichkeiten und Weiterentwicklungsmöglichkeiten sind, ob das Lebensmittel sind, die wir konsumieren, die bei uns regional und zum Großteil auch bio produziert werden. Also vieles ist in dieser Region einfach gar nicht zu beschreiben, es ist einfach das, was passt, und was fein ist und was gut ist. Beruflich ist es für mich ein bisschen anders, ich bin Regionalmanagerin, Regionalentwicklerin, und zuständig für die Entwicklung der Region in den verschiedensten thematischen Bereichen und da gibt's ein bisschen ein anderes Bild. Also da ist es so, dass ich mir denke, wir haben viele, viele Stärken, einige davon habe ich schon angeführt, also grad im Landschaftsbereich, im Naturbereich, auch (...) im sanften Tourismusangebot, in der Wirtschaft, in der Bildung. Und (...) die letzten zwei sind aber auch die Bereiche wo ich mir denke, da haben wir noch viel zu tun. Also wir sind eine Region, wo die Menschen trotz dieser ganzen Stärken nicht gerne zurückkommen, wenn sie zur Ausbildung fort gegangen sind. Also gerade die jungen Leute, die zieht's eher in die Stadt. Da denke ich, müssen wir ansetzen, dass wir die ganzen Fachkräfte nicht verlieren. Und wir sind eine Region, wo Frauen, benachteiligte Menschen nicht unbedingt die größten Chancen haben. Also vom sozialen und Bildungsbereich gibt's da einiges zu tun.“* (Anhang I, Zeilen 27-45) Aktivitäten und Projekte, die Conny Wernitznig zur Entwicklung der Region einfallen, reichen vom landwirtschaftlichen Bereich, wie den Essigmacherinnen, über Bewusstseinsbildung, wo sie das Projekt Kernlandschule nennt, bis zum künstlerisch-kreativen Bereich, hier dient als Beispiel das Projekt Kernlandschaufenster. Auch touristische Projekte wie das Buchberg-Projekt in Lasberg, den Universitätslehrgang Kräuter in Hirschbach, den Wassererlebnisweg in Pregarten oder Projekte im Bereich Soziales, wie etwa ein Näh- und Reparaturcafé, Sinnesgarten, Kultur der Menschlichkeit fallen Conny Wernitznig zur Entwicklung der Region ein und sie betont, dass die Menschen selbst Schwerpunkte setzen und immer mehr gemeinsame kleine und größere Projekte umsetzen. (Vgl. Anhang I, Zeilen 48-68) Als Akteure der regionalen Entwicklung nennt Conny Wernitznig den ehemaligen Bürgermeister Josef Mühlbachler, seinen Nachfolger Christian Jachs, Bürgermeister Stefan Wiesinger aus Hirschbach, Bürgermeister Erich Traxler aus Windhaag, Bürgermeister Josef Naderer aus Tragwein, Vizebürgermeister Gerhard Neunteufel aus Sandl. Weiter nennt sie Gabriele Lackner-Strauß als Pionierin der Region und Josef Lintner aus Gutau als Vorreiter in Bezug auf Beteiligung. (vgl. Anhang I, Zeilen 70-93)

Wilhelm Patri, Leiter der EUREGIO Regionalmanagement OÖ Geschäftsstelle Mühlviertel, sieht die Untersuchungsregion als Teilregion des Mühlviertels und zeigt auf: *„Die Region grenzt an Tschechien und an Niederösterreich. Und an den Zentralraum Linz. Damit haben wir hier da mehrere Facetten der Ausprägung der regionalen Aktivitäten bzw. Aufgabenstellungen. Zum einen Richtung Zentralraum, zum anderen Richtung einem anderen Sprach- und Kulturkreis nach Tschechien. Und zum dritten zu einem anderen Bundesland, in dem Fall zu Niederösterreich, wo auch andere Strukturen und andere*

¹¹ INterKOmmunale BetriebsAnsiedelung Region Freistadt: <http://freistadt.inkoba.at/>

Problemstellungen und Aufgabenstellungen zu lösen sind. Also es gibt da sicherlich einiges zu tun in der Region.“ (Anhang J, Zeilen 15-21) In Bezug auf Aktivitäten und Projekte hinsichtlich der Entwicklung der Region weist Wilhelm Patri darauf hin, dass die Region um Freistadt immer eine eigenständige gewesen sei und dass aus dieser Tradition heraus auch die Aktivitäten im Bereich Tourismus oder Bildung eigenständige seien, als Beispiel nennt er die Schulen, die ihren Sitz immer in Freistadt hatten. Wilhelm Patri erinnert außerdem daran, dass Freistadt nicht immer gut erreichbar bzw. an den Zentralraum angeschlossen war, obgleich es an der Strecke Linz-Budweis liegt. Hier erwähnt er das Verkehrsprojekt Ausbau der S10, das den Vorteil der verbesserten Verbindung zwischen der Region und dem Zentralraum aufweist. Wilhelm Patri betont aber auch, dass diese bessere Erreichbarkeit in beide Richtungen gedacht werden kann: einerseits kann sich durch Pendlerfahrten „*der Bezirk innerhalb kürzester Zeit entleeren*“ (Anhang J, Zeile 35), andererseits ermöglicht es auch die Übersiedelung von Unternehmen und damit Arbeit aus dem Zentralraum in die Region. Wilhelm Patri merkt außerdem an, dass die Nähe zur tschechischen Republik ein großes, ausbaufähiges Entwicklungspotential beinhaltet. (vgl. Anhang J, Zeilen 24-40) Als konkrete Projekte nennt er INKOBAs Freistadt und überregional gesehen die Bioregion Mühlviertel sowie die touristische Dachmarke Mühlviertel. (vgl. Anhang J, Zeilen 42-58) Wesentliche Akteure im Bereich der regionalen Entwicklung sind für Wilhelm Patri hauptberufliche wie ehrenamtliche Akteure wie Bürgermeister, Abgeordnete, Verwaltungschefs, Interessensvertretungen, Funktionäre im Vereins- und Verbandswesen, Direktoren der Schulen und Bildungseinrichtungen. Er sieht die Aktivitäten im Bereich der Regionalentwicklung abhängig von den Personen und deren Motivation. (vgl. Anhang J, Zeilen 61-69)

3.2.1.3. Sendegebiet des Freien Radios Freequenns

Das Sendegebiet des Freien Radios Freequenns liegt im steirischen Bezirk Liezen und reicht von Radstadt im Westen bis in den Nationalpark Gesäuse im Osten. Der Bezirk grenzt im Westen und Norden an die Bundesländer Salzburg und Oberösterreich. Im Bezirk ist die Regionalmanagement Bezirk Liezen GmbH für Regionalentwicklung zuständig, die LEADER-Regionen Ennstal-Ausseeerland und Liezen-Gesäuse decken ebenso die Gesamtfläche des Bezirkes ab.

Diese Region wird laut erweiterter OECD-Raumtypologie als entlegener ländlicher Raum eingeordnet. Das Landesentwicklungsprogramm der Steiermark ordnet die Bezirkshauptstadt Liezen den regionalen Zentren zu, die als jene Orte definiert sind, die die Bevölkerung einer Region mit öffentlichen und privaten Gütern und Leistungen des gehobenen Bedarfs versorgen. Als regionales Nebenzentrum, das der Ergänzung der regionalen Zentren dient, ist im Sendegebiet des Freien Radios freequenns Schladming definiert. (vgl. Raumplanung Steiermark, 2009)

Abbildung 5 zeigt das Sendegebiet samt den Frequenzen, über die das Freie Radio Freequenns empfangbar ist.



Abbildung 5 Sendegebiet Freies Radio Freequenns (Quelle: Radio Freequenns, 2016)

Bevölkerung

79.860 Menschen waren 2016 als Wohnbevölkerung des Bezirks gemeldet, die Bevölkerungsdichte beträgt 24 Personen je Quadratmeter. Knapp 49% der Bevölkerung sind Männer, 51% Frauen. Die 20- bis unter 65-Jährigen machen mit 59,1% die größte Altersgruppe im Bezirk aus, 22% der Bevölkerung sind 65 Jahre oder älter und 18,8% sind unter 20 Jahre alt. 90,9 % der Bevölkerung sind ÖsterreicherInnen. (vgl. Landesstatistik Steiermark, 2017a)

Die meistgenannte höchste abgeschlossene Ausbildung der über 14-Jährigen im Jahr 2014 ist die Lehre, 41,3% gaben dies an. 25,5% gaben den allgemeinbildenden Pflichtschulabschluss an, 16,1% einen Abschluss einer Fachschule. 3,2% der Bevölkerung über 14 Jahre absolvierten eine allgemeinbildende höhere Schule, 7% eine berufsbildende höhere Schule. 5,2% absolvierten ein Studium an einer Universität, 1,8% schlossen eine hochschulverwandte Ausbildung ab.

Der Bezirk Liezen verfügte im Schuljahr 2015/2016 über 63 Kindertagesheime und 74 Schulen.

(vgl. Landesstatistik Steiermark, 2017a)

2014 zählten 40.767 Menschen als Erwerbspersonen, 6,4% waren arbeitslos. 5,8% der Erwerbspersonen im Bezirk Liezen waren 2014 im Sektor Land- und Forstwirtschaft beschäftigt, 26,9% in Industrie und Gewerbe sowie 66,8% im Dienstleistungssektor. (vgl. Landesstatistik Steiermark, 2017a) 4.800 Menschen pendeln in den Bezirk ein, 5.700 Menschen pendeln aus, davon fast 60% in den Großraum Graz. (vgl. Regionalentwicklung Ennstal-Ausseerland, 2016)

Für das Winterhalbjahr 2016 verfügten 2.544 Betriebe im Tourismusbereich über 41.385 Betten. (vgl. Landesstatistik Steiermark, 2017b) 2012 wurden mehr als 4.039.000 Nächtigungen verzeichnet. (vgl. Regionalmanagement Liezen, 2017)

Das Sendegebiet des Freien Radios freequenns aus Sicht der befragten Stakeholder

Mario Brandmüller, Geschäftsführer der Regionalmanagement Bezirk Liezen GmbH, meint, „diese Region ist mein Lebensort, ich wohne selbst in dieser Region, (...) ich bin arbeitstechnisch hier in dieser Region, genauso auch mit meiner Familie hier verwurzelt. (...) diese Region ist mein Arbeitsgebiet“. (Anhang A, Zeilen 11-13) Das Besondere an der Region ist für ihn die Tatsache, dass es vielmehr mehrere sehr unterschiedliche Kleinregionen sind, die sich beispielsweise bezüglich der touristischen Nutzung

unterscheiden. (vgl. Anhang A, Zeilen 18-24) Zu Aktivitäten, Projekte und Akteuren in der Region hält Mario Brandmüller fest, dass die Projektpartner in der Region „großartige Arbeit leisten“ (Anhang A Zeile 36f) und nennt als Beispiele Narzissenfest und Ausseer-Bierzelt im Ausseerland, die Wintersport-Großveranstaltung am Kulm, die Tourismusmarke Gesäuse und die Projekte des Nationalparks Gesäuse. Als wichtige Akteure nennt er die Gemeinden des Bezirks, die im Regionalmanagement beteiligt sind und sich aktiv in die Projektentwicklung einbringen, die Tourismusverbände, Kulturträger, die Energieagentur und weitere Akteure, die zu ihren Themenschwerpunkten arbeiten. Mario Brandmüller setzt hinzu, dass zwischen der Initiierung eines Projektes und dessen Vorantreiben ein Unterschied besteht: Für ihn sind besonders jene, die auch mit geringen Fördermitteln ein Projekt umsetzen, diejenigen, die die Region weiterentwickeln. (Vgl. Anhang A, Zeilen 29-56)

Für Herbert Wölger, Geschäftsführer der Nationalpark Gesäuse GmbH, ist das Sendegebiet des Freien Radios Freequenns *eine Region von Berg und Fluss, teilweise sehr schroffem Gebirge, d.h. die Landschaft verbinde ich mit der Region, meine Kindheit, meine Herkunft verbinde ich mit der Region. Die Leute, die da leben... wir sind relativ dünn besiedelt, (...) das heißt man kennt sich. Wir haben keine wirklich größeren Städte, so wie im Alpenvorland, in der Region, es ist alles klein und überschaubar. Wir haben viel Land- und Forstwirtschaft, ein bisschen Industrie, d.h. von den Arbeitsmöglichkeiten her und Verdienstmöglichkeiten sind wir eigentlich recht bunt aufgestellt. Aber trotzdem sehr schön, darum auch ein touristischer Schwerpunkt in der Region. Ich glaube, es ist eine Region, mit der wir recht zufrieden sein können. Die nicht wirklich im großen Zentrum der Aufmerksamkeit steht und aber auch nicht daneben ist, sondern eine sehr lebenswerte Region.* (Anhang B, Zeilen 17-26) Herbert Wölger weist darauf hin, dass bereits vor der Gründung des Stiftes Admont vor nicht ganz 1000 Jahren bereits Bergbau- und Siedlungsaktivitäten betrieben wurden. Im 20. Jahrhundert entwickelten sich durch die Industrialisierung die Eisenverarbeitung um Liezen und mit dem Tourismus die Skigebiete im Westen der Region. Herbert Wölger nennt das Stift Admont als wichtigen Akteur für die Region, aber auch den Tourismusverband und freut sich, dass alle Akteure gut miteinander reden und zusammenarbeiten können. Das mit und in der Region erarbeitete Regionalentwicklungskonzept, das von der Regionalmanagement Bezirk Liezen GmbH stammt, hält er für sehr wertvoll. Weitere Akteure auf regionaler Ebene sind aus seiner Sicht die Gemeinden, der Naturpark Steirische Eisenwurz und die 95 Nationalparkpartnerbetriebe. (vgl. Anhang B, Zeilen 30-72)

Markus Plasencia verbindet mit der Region *vor allem sehr schöne Erinnerungen, weil ich bin in dieser Region aufgewachsen. (...) Auf der einen Seite die Landschaft, die man als Kind, als Jugendlicher nutzt. Die Leute dort, die einen prägen, natürlich in erster Linie das Elternhaus, die Nachbarn, Lehrerinnen und Lehrer. Und diese unzähligen Erlebnisse, also wenn ich heute in Graz Dinge erzähle über meine Region, dann sind das natürlich sehr viele Dinge aus dieser Zeit, wo man gehen lernt, reden lernt, fortgehen lernt. Und ja, bis hin zu dem Zeitpunkt wo man dann auch die Region verlässt. D.h. Region ist für mich das steirische Salzkammergut, das Ennstal, auch das angrenzende Salzkammergut ins Oberösterreichische hinüber, trotzdem auch das Salzburgerische. Weil man in diesem Wirkungskreis, in diesem Bewegungskreis man halt unterwegs ist.* (Anhang C, Zeilen 10-19) Als Projekte und Aktivitäten in der Region nimmt Markus Plasencia v.a. den Tourismus wahr, aber auch Entwicklungen in Richtung Konsum im Raum Liezen. Im Bereich Kultur, wo er selbst auch tätig ist, denkt Markus Plasencia an die regionale 10, an die Landesausstellung 2005 im Ausseerland oder kleinere Projekte wie das CCW¹². Als Akteure nennt Markus Plasencia Politiker und Politikerinnen, Wirtschaftstreibende, Banken und auch Einzelinitiativen, wobei er hinzufügt, dass es die Einzelinitiativen, wie alles was von unten kommt, ein bisschen schwerer haben in

¹² CCW = Culturcentrum Wolkenstein in Stainach

der Region. Neben dem CCW gibt er auch das [ku:L]¹³, das Netzwerk R.E.X., Forum Woferl Stall, aber auch innovative Projektakteure aus dem landwirtschaftlichen Bereich. (vgl. Anhang C, Zeilen 22-59)

Dorothee Steinbauer empfindet die Region: *als sehr groß und sehr vielfältig, natürlich, nicht nur landschaftlich, sondern auch von den Menschen her. Auch von den Schwerpunkten, die einzelne Menschen für sich setzen. Und das ist etwas, dem das Radio sehr gewissenhaft versucht Rechnung zu tragen (...)* (Anhang D, Zeilen 12-15) Sie gibt an, sich vorstellen zu können, dass diese Arbeit nicht leicht sein könnte. Die Region ist für sie „*ein sehr vielfältiges Gebiet*“ (Anhang D, Zeilen 15-16) Projekte und Aktivitäten sieht Dorothee Steinbauer vielfach touristisch oder touristisch-wirtschaftlich besetzt, mit kulturellen Aspekten, die ihrer Ansicht nach der Wirtschaft untergeordnet werden. Konkret fallen Dorothee Steinbauer die Jazz-Veranstaltungen des Freien Radios ein, die Regionale 10, die Festspiele in Öblarn. Wesentliche Akteure sind in ihren Augen das Freie Radio Freequenns, Hans Johann mit [ku:L], Katharina Krenn und Wolfgang Otte auf Schloss Trautenfels oder Michael Braunsteiner im Stift Admont.

Angelika Beer, Geschäftsführerin von Avalon Verein für soziales Engagement Liezen verbindet mit der Region „*viel Entwicklungspotential (...)* Und das Spannende im Bezirk finde ich die Chancen, die du noch hast. Also es gibt einfach ganz viele Baustellen, ganz viele Möglichkeiten. Es ist so: wer ein bisschen entdecken und entwickeln will, ist in einem Bezirk wie Liezen gut aufgehoben. Weil er naturgemäß einfach auch doch etwas rückständiger ist, wie wenn du jetzt (...) aus Graz kommst, wo einfach viele Dinge schon sehr selbstverständlich sind. Und insofern, ja, viel Spannendes, ja. Viele Möglichkeiten, viele Unterschiedlichkeiten. Aufgrund der Größe des Bezirks ist es halt... ja, du kannst Aussee nicht mit dem Gesäuse vergleichen. Und auf diese Unterschiedlichkeiten in einem Bezirk einzugehen ist hochspannend, finde ich. Von daher gefällt mir der Bezirk auch als Region einfach sehr sehr gut, weil er einfach diese extreme Vielfältigkeit hat in manchen Bereichen.“ (Anhang E, Zeile 10-19) Viele (Entwicklungs-)Projekte im Jugendbereich fallen Angelika Beer aus ihrem Bereich zur Region ein, aber auch Projekte im Bereich Nachbarschaftshilfe oder Mobilität. Sie empfindet vor allem Bottom Up-Projekte als gelungen, die sich trotz Änderungen in der Regionalpolitik gut halten. (vgl. Anhang E, Zeilen 22-35) Einerseits fallen Angelika Beer Akteure ein, die für sie für Bürokratie stehen, hier nennt sie die Politiker und Politikerinnen. Ihr fallen aber auch engagierte Einzelpersonen wie Barbara Kabas ein. (vgl. Anhang E, Zeilen 38-54)

3.3. Regionalentwicklung

Ganz allgemein werden unter Regionalentwicklung jene Maßnahmen verstanden, die unternommen werden um eine Region je nach Zielsetzung in einen bestimmte Richtung zu entwickeln, oftmals verfolgen Regionen das Ziel als Wohn-, Arbeits-, Erholungs- oder Lebensraum attraktiv zu bleiben. So beschreibt etwa auch die oberösterreichische Landesregierung ländliche Entwicklung vereinfacht als „*das Ergebnis vielfältiger und vernetzter Maßnahmen für die Erhaltung und Weiterentwicklung des ländlichen Raumes als funktionsfähiger und zukunftsorientierter Lebensraum.*“ (Land Oberösterreich, 2016)

Die regionale Entwicklung ist von mehreren Faktoren abhängig, wie dem Vorhandensein von Unternehmen und Arbeitsplätzen, der Infrastruktur in technischer, kultureller, wissensbasierter und sozialer Hinsicht sowie den als Humanressourcen bezeichneten Menschen. (vgl. Scheer, 2008) In Österreich stand in der Regionalentwicklung bis in die späten 1970er Jahre vor allem Unternehmen und Infrastruktur im Mittelpunkt einer von „außen“ gelenkten, strukturellen Regionalentwicklung. Diese geht beispielsweise von den Ländern oder der Europäischen Union ausgeht.

¹³ Verein Kunst- und Kulturhaus Öblarn (www.kultur.st)

In den 1980er Jahren trat vermehrt die eigenständige Regionalentwicklung in den Vordergrund, die auch als endogene Regionalentwicklung bezeichnet wird. Dabei treten vor allem die AkteurInnen, Organisationen, Initiativen, EntscheidungsträgerInnen und Projekte von Regionen in den Mittelpunkt der Regionalentwicklung. (vgl. Scheer, 2008) In der eigenständigen Regionalentwicklung wäre es ideal, wenn Institutionen wie die Länder oder die Europäische Union für die Regionen einen Rahmen bieten, in dem sich genau das entwickeln kann, was gerade Sache ist. (vgl. Temper-Samhaber, 2016)

Unterschiedliche Sichtweisen auf die Regionalentwicklung ergeben sich auch aus den verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen, wie Raumplanung oder Geografie. Ein Bereich der Regionalentwicklung, der lange Zeit als ident mit dem Begriff Regionalentwicklung wahrgenommen wurde, ist die Regionalwirtschaft. Die regionalwirtschaftliche Betrachtung von Regionen zielt v.a. auf die wirtschaftlichen Entwicklungen von Regionen ab und zieht dazu unterschiedliche Strategien und Theorien heran, wie z.B. Input-Output-Analysen, Standorttheorien u.ä.

Aus ökologischer Sicht betrachtet stellt die Region einen Ausschnitt des Ökosystems dar, das die Menschen als KonsumentInnen nutzen.

Geht man an Regionalentwicklung aus soziokultureller Perspektive heran, so wird Region als soziales System verstanden. Kultur ist dabei nicht nur im Sinne vom Produkt Kultur zu sehen, sondern vielmehr als das Beziehungsgefüge zwischen den regionalen AkteurInnen und damit als Faktor für das Gelingen von Regionalentwicklungsprojekten.

Betrachtet man die Region als Netzwerk so sind es vor allem die Beziehungen und Informations- und Kommunikationsflüsse im Netzwerk, die Qualität und Quantität der Regionalentwicklung(sprojekte) beeinflussen. Innerhalb einer Region finden sich unterschiedliche Netzwerktypen: primäre Netzwerke, die aus Familienmitgliedern, Freundeskreisen und ArbeitskollegInnen bestehen, selbstorganisierte Netzwerke, die zum Beispiel aus Initiativen und Projektgruppen bestehen oder auch eingerichtete Netzwerke, die aus politischem Handeln heraus entstehen.

Wird die Region als eine Organisation gesehen, so bedeutet Regionalentwicklung Organisationsentwicklung, die sich wiederum in viele unterschiedliche Richtungen unterteilen und interpretieren lässt. Eine traditionelle Herangehensweise an Organisationsentwicklung stammt von Edgar Schein: er geht von drei Bereichen aus, die für die Entwicklung einer Organisation wichtig sind – Struktur, Strategie und Kultur. In einer Region ist die Struktur zumeist klar festgelegt, beispielsweise sind die Struktur das Regionalmanagement, die Tourismusverbände o.ä. Die Strategie wird meist von regionalen Leitbildern oder regionalen Strategien wie etwa der Lokalen Entwicklungsstrategien der LEADER-Regionen dargestellt. Kultur meint in der Organisationsentwicklung die Beziehungen, die Art der Zusammenarbeit bzw. auch die Art wie die Strategie umgesetzt wird. Spannend ist der Ausspruch des Ökonomen Peter Drucker, der zu diesem Modell sagt: „*Culture beats Strategy.*“ In den Regionalentwicklungskontext übersetzt, bedeutet dies, dass auch bei besten Strategien die Kultur (der Zusammenarbeit) ausschlaggebend ist. (vgl. Hader, 2016)

3.4. Wirkungen in der Regionalentwicklung

3.4.1. Betrachtungen aus der Literatur

Wie aber werden nun Wirkungen im Bereich der Regionalentwicklung gemessen bzw. wie können Wirkungen abgebildet werden, die zwar wahrgenommen, aber schwer messbar sind, da sie Nutzen für die Öffentlichkeit darstellen.

Wirkungen werden in der Regionalentwicklung oftmals durch Evaluationen gemessen, die eine Bewertung des Projektes, der Maßnahme, des Prozesses oder des Programms darstellen. Je nach Evaluationsstadium lassen sich dabei ex-ante, ex-post oder begleitende Formen der Evaluation unterscheiden. Ex-ante Evaluationen werden vor Beginn der Umsetzung der Evaluationsobjekte durchgeführt und stellen vorab Beratung hinsichtlich Ziel- und Mittelauswahl oder Chancen zur Zielerreichung dar. Ex-post Evaluationen dienen meist einer abschließenden Beurteilung des Evaluationsobjektes. Begleitende Evaluationen stellen dagegen den laufenden Prozess dar, dienen dem Monitoring und der Dokumentation von Abläufen bzw. beraten sie Akteure in Bezug auf Anpassung von Strategien, Maßnahmen oder auch Änderungen von Abläufen. (vgl. Sedlacek, 2004) Sedlacek (2004) beschreibt in der Einführung des von ihm herausgegebenen Buches „Evaluation in der Stadt- und Regionalentwicklung“ die folgenden durch Evaluation wahrgenommenen Funktionen (nach Stockmann, 2000 in Sedlacek, 2004):

- Erkenntnisfunktion
- Kontrollfunktion
- Dialogfunktion
- Legitimitätsfunktion.

Die Erkenntnisfunktion zielt auf die Abbildung und Sichtbarmachung der untersuchten Sachverhalte ab und kann Verbesserungsmöglichkeiten für die handelnden Akteure in Bezug auf ihre Maßnahmen erarbeiten.

Evaluationen, die der Kontrollfunktion nachkommen, beabsichtigen mit ihrer Ausrichtung auf Effizienz und/oder Wirkungen eine Steigerung von Qualität und die Optimierung von Zielen.

Evaluationen, die die Dialogfunktion erfüllen, wollen für verbesserte Kommunikation und Koordination zwischen beteiligten Akteuren sorgen und gemeinsames Lernen ermöglichen bzw. Wege zur weiteren und/oder verbesserten Zusammenarbeit aufzeigen.

Mit Legitimitätsfunktion verbunden ist die Tatsache, dass die Ergebnisse von Evaluationen den Einsatz von (z.B. finanziellen) Mitteln, bestimmte Vorgehensweisen oder Handlungsabläufe rechtfertigen.

(vgl. Sedlacek, 2004)

Der Sinn von Evaluationen bestehe im gemeinsamen Lernen und gemeinsamen Erarbeiten neuer Sichtweisen, damit sei gemeint, dass bisherige Wirklichkeitsauffassungen neu gedeutet werden können oder müssen, so Sedlacek (2004).

Evaluationen lassen sich in verschiedene Typen unterscheiden, Haupttypen von Evaluationen sind:

- Bedarfsanalyse
- Machbarkeitsanalyse
- Prozessevaluation oder Begleitforschung
- Wirkungs- und Nutzungsanalyse
- Effizienzanalyse

(vgl. Schober, 2012)

In der Regionalentwicklung treten Wirkungsmessungen oftmals in Zusammenhang mit der Abwicklung von Förderprogrammen an den Tag. Dabei steht oft die Analyse von Wirkungen anhand eines Wirkungsmodells bzw. die Erarbeitung von Indikatoren, die zur Zielüberprüfung herangezogen werden können, im Vordergrund.

Eine Wirkungsanalyse orientiert sich meist an einer Wirkungskette, die sich vereinfacht dargestellt aus Inputs, Aktivitäten, Outputs und Outcome zusammensetzt. Inputs, also Ressourcen, ermöglichen Aktivitäten, die zu Outputs (den unmittelbaren Leistungen) führen, die wiederum zu Outcome (Bruttowirkung) führen. Reduziert man den Outcome um das sogenannte Deadweight, also jene Wirkungen, die unbeeinflusst von den Aktivitäten auftreten, so erhält man Nettowirkungen, die auf das untersuchte Projekt oder Programm zurückzuführen sind. (vgl. More-Hollerweger und Schober, 2013)

Das europäische Förderprogramm zur ländlichen Entwicklung in Regionen LEADER forderte bei der Erstellung der regionalen Lokalen Entwicklungsstrategien, kurz LES, Wirkungsorientierung ein, die Regionen erstellten Wirkungsmatrizen, die neben Outputs, Outcome und Impact auch Indikatoren enthalten, die durch Angabe von Basis- und Sollwerten der Steuerung und Überprüfung der Zielerreichung dienen.

Wirkungen im Bereich von nichtgewinnorientierten Projekten und Unternehmungen können aber auch durch die ökonomische Beurteilung in Form von Kosten-Nutzen-Analysen beurteilt werden. Dabei wird Nutzen gemessen, monetär bewertet und den Investitionen gegenübergestellt. (vgl. Schober, 2012)

Eine interessante Herangehensweise an die Messung von Wirkungen im regionalen Kontext stellt auch die Sozialkapitalforschung dar. Sozialkapital, das die Beziehungen zwischen den Menschen (einer Region) meint, lässt sich dabei unterteilen in eine „Mikro“-Ebene, die die intimen, unterstützenden Nahbeziehungen im Familien oder Freundeskreisen meint, in eine „Meso“-Ebene, die den breiteren persönlichen Bekanntenkreis einbezieht und eine „Makro“-Ebene, die wiederum die ideelle Identifikationsgemeinschaft meint. Die Wissenschaft erarbeitet dazu Instrumente und Vorgehensweisen zur Messung dieser Beziehungskräfte (vgl. Gehmacher, 2009)

Ein weiteres Konzept zur Wirkungsmessung, weniger im Bereich der Regionalentwicklung als in Bereichen, die über öffentliche Gelder finanziert werden bzw. öffentliche Leistungen erbringen, folgt dem Begriff des Public Values. In Zusammenhang mit Freiem Rundfunk unterstützt Helmut Peissl die Definition Josef Trappels des Public Value als Summe jener *„Leistungen, die Massenmedien im Dienste der Selbstverständigung demokratischer Gesellschaften erbringen.“* (Peissl, 2011, S. 258)

Weitere Methoden zur Messung von Wirkungen in Zusammenhang mit der Evaluation von nicht-gewinnorientierten Projekten sind auch empirische Erhebungsinstrumente wie Beobachtung, Inhaltsanalyse oder Befragungen. (vgl. Schober, 2012)

3.4.2. Wahrnehmung von regionaler Wirkung durch die interviewten Stakeholder

Ohne seitens des Forschungsteams und der Projektpartner eine Definition von Wirkung in der Regionalentwicklung oder den Begriff Regionalentwicklung selbst festgelegt zu haben, wurden die Stakeholder aus den Untersuchungsregionen gefragt, woran sie erkennen, dass ein Projekt, eine Unternehmung oder eine Initiative Wirkung auf die Region zeige. Die Stakeholder sollten frei ausdrücken, woran sie regionale Wirkung erkennen und nicht durch Definitionen beeinflusst sein.

Folgende Aspekte, an denen Wirkung auf die Region wahrgenommen werden kann, haben sich herauskristallisiert:

Ein Projekt, eine Unternehmung oder eine Initiative zeigt Wirkung ...

- ... wenn darüber gesprochen wird (Feedback, in sozialen Medien, Stammtischgesprächen, ...) – egal ob positiv oder negativ
- ... wenn Bekanntheit in der Region erreicht wird
- ... wenn sich Menschen mit dem Projekt identifizieren
- ... wenn Unterstützung dafür spürbar wird (in Form von Gesprächen darüber, aber auch in finanzieller Hinsicht)
- ... wenn die jeweiligen Zielsetzungen erreicht werden, wobei darauf hingewiesen wird, dass sich Wirkungen auch zeigen können, obwohl Zielsetzungen nicht erreicht werden
- ... oft auch erst nach einiger Zeit, Wirkung entsteht langsam
- ... wenn das jeweilige Projekt eine gewisse Zeit lang bestehen kann
- ... wenn Menschen ernst genommen werden
- ... in der Qualität des Umgangs miteinander
- ... ja nach Zielgruppen

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage „Woran erkennen Sie, ob ein Projekt, eine Unternehmung oder eine Initiative auf die Region wirkt?“

Mario Brandmüller weist darauf hin, dass die Erreichung von Zielgruppen nicht gleichzusetzen ist mit der Wirkung eines Projektes. Die Wirkung von Projekten oder Initiativen zeigt sich in der Regionalentwicklung erst später, mitunter nach Jahren. (vgl. Anhang A, Zeilen 145-158)

Herbert Wölger erkennt, ob ein Projekt wirkt *„in erster Linie indem die Leute darüber reden. Ob negativ, positiv ist einmal gar nicht so wichtig, aber wenn über eine Initiative geredet wird, dann hat es eine erste Wirkung. Nachhaltig wirkt’s natürlich, wenn die Ziele, die man damit verfolgt, erreicht werden, sei es eine wirtschaftliche Leistung, sei es eine Naturschutzleistung, was auch immer, nicht? Aber eine Initiative, wo so für die Öffentlichkeit nichts sichtbar passiert, ist keine gute Initiative, sagen wir es einmal so.“* (Anhang B, Zeilen 159-163)

Markus Plasencia, der selbstständiger Projektleiter im Sendegebiet des Freien Radios Freequenns war, meint, dass man die Wirkung eines Projektes, einer Unternehmung oder einer Initiative daran erkennt, dass Unterstützung spürbar wird. Damit meint er einerseits Unterstützung indem darüber in Gremien, unter Politikerinnen und Politikern gesprochen wird, aber auch durch finanzielle Unterstützung. (vgl. Anhang C, Zeile 151-158)

Dorothee Steinbauer sieht die Wirkung eines Projektes, einer Unternehmung oder Initiative einerseits an der Kommunikation darüber: *„Was darüber gesprochen wird, was erzählt wird, wie toll’s war, wo einer versucht den anderen zu motivieren auch hinzugehen, wo man anfängt sich zu ärgern, dass man was versäumt hat.“* (Anhang D, Zeilen 129-131) Aber auch an der Kommunikation über Partizipation und Wahrnehmung eines Projektes, wobei sie darauf hinweist, dass der Gedanke, Kommunikation am Land sei direkter, zwar weit verbreitet ist, Wirkung aber dennoch sehr sehr langsam wachse. (vgl. Anhang D, Zeilen 129-145)

Angelika Beer ist der Ansicht, dass Wirkung von Projekt zu Projekt unterschiedlich festgestellt werden kann, abhängig von der jeweiligen Zielsetzung des Projektes, wobei sie anmerkt, dass die Erreichung von Zielen und Wirkung nicht unbedingt gleichzusetzen ist. Sie merkt an, Wirkung könne erzielt werden,

obwohl Ziele vielleicht nicht erreicht werden, es entstehe in diesen Fällen die Herausforderung die Wirkung transparent darzustellen. Auch für Angelika Beer ist es Wirkung, wenn Menschen über Projekte reden, sie auf Projekte auch im Nachhinein noch ansprechen. (vgl. Anhang E, Zeilen 140-170)

Georg Mittendrein sieht Wirkung „an den Zuschauerzahlen“ und weist darauf hin, dass Wirkung überall dort bemerkbar ist, wo „Verbreiter von Kulturgut (...) den Ist-Zustand der Menschen ernstnehmen und wahrnehmen, sich auf diesen Ist-Zustand einlassen (...)“, denn so Mittendrein, dann werden auch sie von den Menschen ernstgenommen. (vgl. Anhang F, Zeilen 120-127)

Bettina Hellein vertritt die Meinung, dass Projekte, Initiativen oder Unternehmungen dann Wirkung auf die Region zeigen, wenn über sie gesprochen wird, wenn sie bekannt und akzeptiert sind, also das Interesse da ist und sie medial präsent sind. Als weitere Anzeiger für Wirkung sieht sie auch die (zunehmende) Teilnahme von Menschen an Projekten, das Bestehen über einen längeren Zeitraum sowie das Ansteigen von Beteiligung. (vgl. Anhang G, Zeilen 131-135)

Auch Klaus Preining sieht, dass ein Projekt wirkt an der Bekanntheit und Zustimmung in der Region. Er nennt als Beispiel den Johannisweg, ein touristisches Projekt in der Region Mühlviertler Alm, von dem Touristen und die einheimische Bevölkerung beiderseits begeistert sind. (vgl. Anhang H, Zeilen 130-142)

Conny Wernitznig denkt, dass Wirkung daran erkennbar ist, ob ein Projekt zum Gesprächsthema in sozialen Medien, in anderen Medien, in Gesprächen ist und wahrgenommen wird. (vgl. Anhang I, Zeilen 168-176)

Wilhelm Patri erkennt die Wirkung von Projekten an der Identifikation der Menschen mit Projekten und dem Verhalten der Menschen zueinander, also *„wenn Inhalte da sind, wo die Leute darüber reden, wo die Leute mitmachen, wo sich die Leute einbringen, dann entsteht sozusagen dieser Erfolg. Ja, das kann man oft nicht in Kennzahlen messen, aber im Lebensgefühl, im Umgang der Leute miteinander. (...) Die Qualität des Umgangs miteinander, ist sicherlich da ein Kriterium.“* (Anhang J, Zeilen 127-134)

Heimo Czepl erlebt die Wirkung eines Projektes, einer Unternehmung oder Initiative dann, wenn die jeweiligen Akteure sein Steuer- und Unternehmensberatungsunternehmen aufsuchen. (vgl. Anhang K, Zeile 40)

Gerald Warter ist der Ansicht, dass sich die Frage nach regionaler Wirksamkeit *„immer nur in Bezug auf das Einzelprojekt oder die Einzelinitiative beantworten“* lasse, da Projekte zu unterschiedlich seien, auch in Bezug auf die jeweiligen Zielsetzungen. (vgl. Anhang L, Zeilen 77-82)

Für Elisabeth Kumpl-Frommel zeigt sich Wirksamkeit, wenn ein Projekt oder eine Initiative eine gewisse Zeit *„überstanden habe“* und es bestimmte Gruppen erreicht. Sie gibt als Beispiel Schulprojekte des Freien Radios an, bei denen Schülerinnen und Schüler fürs Leben lernen, denn wesentlich für das spätere Berufsleben sei die Fähigkeit vor einigen Menschen frei reden zu können, so Elisabeth Kumpl-Frommel und meint weiter *„und das kann ich im Radio schon ein bisschen üben, ohne rot zu werden und Zitteranfälle zu bekommen. Also da habe ich eine Wirksamkeit bei den Schülern und das finde ich ganz großartig.“* (vgl. Anhang M, Zeilen 137-145)

Helmut Tschautscher sieht die Wirkung eines Projektes in der Region daran, *„dass es zum Gespräch wird. Also wenn man hört, dass da am Stammtisch oder so darüber gesprochen wird.“* (Anhang N, Zeilen 95-96)

Für Sabrina Leitner zeigt eine Initiative oder ein Projekt dann regionale Wirkung, wenn Feedback dazu ausgesprochen wird, wenn darüber geredet wird und *„sich im Besten Fall etwas verändert“* (Anhang O, Zeilen 73)

4. Freie Medien und Nichtkommerzieller Rundfunk

„Freie Radios sind nichtkommerzielle Hörfunkveranstalter und unabhängige, gemeinnützige und nicht auf Profit ausgerichtete Organisationen, die einen allgemeinen und offenen Zugang zum Hörfunk garantieren und bereitstellen, um so eine breitere Beteiligung der Bevölkerung im Kontext terrestrisch sendender Medien zu ermöglichen und auf diesem Wege einen wesentlichen Beitrag zur Meinungsvielfalt leisten. Als dritter Rundfunksektor erweitern Freie Radios neben öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Privatrundfunkveranstalter_innen die Meinungsvielfalt.“ (Verband Freier Radios Österreich, s.a.)

Freie Radios haben in Österreich eine bis zur ersten Republik zurückreichende Geschichte. Das staatliche Rundfunkmonopol unterbindet aber bis in die frühen 1990er Jahre die grundsätzliche Möglichkeit der Gründung eines nicht-staatlichen Radios.

Freie Radios im ländlichen Raum verfolgen vielseitige Nutzungsoptionen:

Zunächst haben sie die Möglichkeiten in ihrem Sendegebiet die Menschen einer Region als Informationsmedium zu dienen. Genauer definiert als BürgerInnenmedium mit Informationen von BürgerInnen für BürgerInnen. Sie beschreiben somit eine spezifische Form der Information und erwirken durch die Schulung von BürgerInnen zu RadiomacherInnen einen nachweisbaren Effekt auf die ProduzentInnen von Radiosendungen. (vgl. Lauggas und Peissl, 2016) Ihnen wird eine neue Technik erschlossen und selbst im geringsten Ausbildungsstatus die Grundbegriffe der Radioarbeit und des Journalistischen Arbeitens näher gebracht. Nicht selten geht die Ausbildungsarbeit in den Freien Radios aber darüber wesentlich hinaus und dank der österreichweiten Zusammenarbeit des Verbands der Freien Radios sowie der Aus- und Weiterbildungsorganisation COMMIT können auch in ländlichen Radios MitarbeiterInnen und Ehrenamtliche auf einen hohen Ausbildungsgrad gebracht werden.

Freie Radios sind Bildungsstätten für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Das wird in Einzeltrainings und Workshops von qualifizierten und ausgebildeten Menschen in den Radios übernommen. Nicht selten finden sie auch im institutionalisierten Rahmen im Auftrag von staatlichen Institutionen, sozialen Vereinen, NGOs oder NPOs statt.

Freie Radios bieten auch Räume der Begegnung zwischen den Generationen und den Kulturen und Räume der Partizipation an. Die vorhandenen Örtlichkeiten spielen generell eine wichtige Rolle, im ländlichen Raum füllen sie nicht selten eine Lücke als Begegnungsstätten von unterschiedlichsten Menschen, die sich an keinem anderen Ort sonst in spezieller Konstellation treffen würden.

Freie Radios betreuen gesellschaftliche Veranstaltungen aus den unterschiedlichsten Bereichen. Sie können die Bereiche Sport, Bildung, Kunst und Kultur betreffen oder auch einfach nur dem gesellschaftlichen Austausch oder der Stärkung einer gesellschaftlichen Gruppe.

Freie Radios dienen dem Prinzip der Partizipation und haben sich der Einbindung aller Menschen insbesondere derer, die nicht gehört werden verschrieben. Somit können sie in ländlichen Regionen Diskurse abbilden, die im klassischen Medienbetrieb keine Beachtung finden.

4.1. Freies Radio B138

Wenn Sie an das Freie Radio denken, was fällt Ihnen als Erstes dazu ein?

Die von uns interviewten Stakeholder aus dem Sendegebiet des Freien Radios B138 haben zusammengefasst folgende Punkte angegeben:

- ... Arbeit mit Kindern und Jugendlichen
- ... SendungsmacherInnen
- ... Räumlichkeiten
- ... Kooperationsmöglichkeiten
- ... Angestellte des Freien Radios
- ... öffentliche Veranstaltung

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage:

Gerald Warter aus dem Bezirk Kirchdorf an der Krems nimmt das Freie Radio im Bezirk vor allem durch Schwerpunkte mit Kindern und Jugendlichen wahr. Diese Schwerpunkte ergeben sich aus der Kooperationsarbeit des Freien Radios B138 mit dem Kirchdorfer Technologie- und Innovationszentrums, dessen Leiter Gerald Warter ist. Hier zeigt sich wie auch bei vorangegangenen Stakeholderinterviews, dass der erste Gedanke sehr häufig mit einem Kooperationsprojekt korreliert. Gemeinsames Arbeiten schafft Nähe und Kenntnisse der Tätigkeitsfelder, die für das Projekt benötigt werden. In diesem Fall erfährt der Interviewende allerdings nicht, ob es auch noch andere spontane Gedanken zur Radioarbeit gegeben hätte. (vgl. Anhang L, Zeilen 65-68)

Elisabeth Kumpl-Frommel kennt einen Sendungsmacher und schätzt seine Sendung. Darüber hinaus nennt sie zwei Angestellte des Freien Radios und die Arbeit mit Schulen. Die Räumlichkeiten von Radio B138 fallen ihr ein, sowie die Kooperationsmöglichkeiten, die mit dem Freien Radio möglich sind. *„Und auch bei Vorträgen, da gäbe es noch viel Kooperationsmöglichkeit. Gerald Koller war jetzt da und es war ein fantastischer Vortrag, wo ich mir denke, schade, dass er nicht aufgenommen worden ist. Sehr problematisch eigentlich, weil das war so das Zeitthema, Integration wie gehen wir vor...“* (Anhang M, Zeilen 123-126) In dieser Aussage zeigt sich, dass auch ein über das Radio gut informierter Stakeholder noch nicht automatisch alle Optionen des BürgerInnenradios kennen muss. Hier ist offensichtlich die Komponente des „Mitmach-Radios“, der individuellen Partizipation noch nicht vorgestellt worden. Ansonsten könnte die Interviewte den Vortrag selbst aufnehmen und ihn mit Hilfe des Radio B138-Kernteams selbst on Air bringen.

Helmut Tschautscher ist durch eine Kundgebung mit Menschen rund um das Radio B138 in Kontakt gekommen. Das ist sein erster Gedanke an das Freie Radio. *„Aber wichtiger fällt mir ein: Welche Breite ihr da bedient, von wegen Kultur und Sozial und Integrativ und so. Darüber staune ich immer wieder was für Leute da bei euch auch mittun und ja so viel Engagement“* (Anhang N, Zeilen 74-76)

Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

Zu dieser Frage gibt es teilweise konträre Ansichten wie weit die Wahrnehmung in der Bevölkerung geht. Auch wer genau die Zielgruppe des Freien Radios ist wird sehr unterschiedlich beantwortet.

- ... wird von jungen Menschen und Menschen mit höherem Bildungsgrad wahrgenommen

... aktiv, aber schwer zuordenbar

... nur durch eine kleine Gruppe

... rebellisch und aktiv in der Region

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage

Nach Heimo Czepl wird das Freie Radio B138 vor allem von zwei Zielgruppen wahrgenommen: von jungen Menschen und Menschen mit höherem Bildungsgrad. (vgl. Anhang K, Zeile 27)

Gerald Warter „formuliert es besonders kritisch“ und meint, das Freie Radio B138 wird *„als bunter Farbtupfen von ein paar aktiven Spinnern“* wahrgenommen, *„die sich zwar recht aktiv einbringen, von denen man aber nicht genau weiß was man halten soll“* (Anhang L, Zeilen 62-64)

Elisabeth Kumpl-Frommel denkt, dass die spezielle Gruppe, die das Radio wahrnimmt und auch hört eine kleine Gruppe ist. Sie fragt sich, ob beispielsweise das Freie Radio Freistadt mehr wahrgenommen wird. (vgl. Anhang M, Zeilen 118-121)

Helmut Tschautscher stellt fest, *„dass es wahrgenommen wird.“* (Anhang N, Zeile 80)

Sabrina Leitner glaubt, dass das Freie Radio B138 in der Öffentlichkeit als *„ein bisschen rebellisch (...)“* wahrgenommen wird *„und dass es sich nicht so in den Mainstream einordnet, aber dass es sehr aktiv ist und wichtig für die Region.“* Anhang O, Zeilen 55-56)

Welche Themen greift das Freie Radio in Ihrer Region auf?

Bei dieser Frage zeigt sich, dass das Freie Radio durch Themenvielfalt definiert wird. Es scheint hier nicht immer klar nachvollziehbar zu sein welche Themen von Radio B138 publik gemacht werden und welche Themen von anderen Initiativen über das Radio verbreitet werden.

... soziale Themen

... Off-Mainstream Themen

... Kulturprojekte

... Integration

... Nachhaltigkeitsthemen

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage:

Für Heimo Czepl sind es Themen abseits des Mainstreams und soziale Themen, die das Freie Radio B138 aufgreift. (vgl. Anhang K, Zeile 29)

Gerald Warter zeigt auf, dass es schwierig ist zu unterscheiden, was oder wer nun das Radio ist, welche Menschen beim Radio aktiv sind und gleichzeitig anderen Initiativen zugeordnet werden können. Er nennt es einen *„Dunstkreis an Leuten und Initiativen die schwer voneinander zu trennen sind“* (Anhang L, Zeile 68f). Trotzdem benennt er Schwerpunktthemen, die er mit dem Freien Radio und besagtem Dunstkreis in Verbindung bringt: kreatives Entwickeln, Begegnung, Jugendanschluss und Einbindung. (vgl. Anhang L, Zeilen 66-71)

Elisabeth Kumpl-Frommel hört selbst wenig Freies Radio, hat aber den Eindruck, dass das Projekt Literarische Nahversorger und ähnliches aufgegriffen wird. (vgl. Anhang M, Zeilen 124f)

Helmut Tschautscher fallen die Themen Integration und freie Kulturszene und Ähnliches an Themen ein, die das Freie Radio B138 aufgreift. (vgl. Anhang N, Zeilen 82-83)

Sabrina Leitner nennt das Asylthema, Food-Coops und hat den Eindruck dass das Freie Radio im Vergleich zu anderen Initiativen in Bezug auf beispielsweise Nachhaltigkeit und nachhaltiges Wirtschaften „ganz vorn mit dabei“ ist. (vgl. Anhang O, Zeilen 58-67)

Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region? Wer nützt es?

... Ausbildungsradio

... Eigene Reportagen

... regionale Eventbegleitung

... Spezifische Sendeschienen für Zielgruppen Senioren und Jugendliche

... Angebot Räume zu nutzen

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage:

„Wie schon zuerst gesagt, was ich am meisten kenne sind die Ausbildungsmöglichkeiten über das Ausbildungsradio und der Besuch in der Schule, bei der Lehrlingsmesse. Reportagen über alle möglichen Begegnungsfeste, Reportagen über den Bereich Asyl. Reportagen von Kulturveranstaltungen, INOK Sommerfest, oder ähnlichen [...]“ (Anhang L, Zeilen 158-161) Gerald Warter fügt auch noch an, dass man das Freie Radio auch buchen könne, um regionale Events medial begleiten zu können. (vgl. Anhang L, Zeilen 164-165)

Elisabeth Kuml-Frommel nennt Senioren und SchülerInnen und die Möglichkeit eine Musiksending zu machen bzw. Musik in das Freie Radio zu bringen. (vgl. Anhang M, Zeilen 199-202)

Helmut Tschautscher weiß, dass es ein Angebot gäbe, er könne die verschiedenen Aktivitäten und Projekte aber schwer voneinander unterscheiden: „Angebot Freies Radio, ja wobei ich nicht ganz weiß, was da alles in der Bahnhofstraße ist und was davon alles Radio ist, weil da ist ja mehr beieinander.“ (Anhang N, Zeilen 147-148)

„Dass man Radiomoderator wird kann eigentlich jeder machen. Raum nutzen wird von 18 bis 40 Jährigen gemacht. Veranstaltungen sowieso für jedermann und ja.“ (Anhang O, Zeilen 97-98) So beschreibt Sabrina Leitner das Angebot des Freien Radio B138.

4.2. Freies Radio freequenns

Das Freie Radio freequenns wird von den Interviewpartnern aus dem Sendegebiet besonders für den offenen Zugang geschätzt: das Freie Radio lädt die Menschen dazu ein, das Format, das sie im Programm von freequenns vermissen, selbst zu gestalten. Betont wird auch, dass offen diskutiert werden kann und mehr Informationen zu Projekten möglich sind als beispielsweise in Printmedien. Es handle sich um ein Verbreitungsmedium, das (regionale) Ideen, Projekte und Denkanstöße unter die Leute bringt. Auch der regionale Bezug wird sofort assoziiert: sei es im Namen des Radiosenders oder auch in den Schwerpunkten der Musiksendingen, Informationen oder Gesprächssendingen.

Das Freie Radio freequenns wird als offenes Medium empfunden, das auf Menschen aktiv zugeht und Identifikation bei den Leuten schafft, die sich gehört fühlen und die Aktivitäten des Freien Radios schätzen. Durch das Hören der Stimmen entstehe außerdem ein Gefühl der Nähe. Das Freie Radio freequenns wird als lokale, regionale Kommunikationsplattform wahrgenommen.

Die InterviewpartnerInnen empfinden die Wahrnehmung des Freien Radios freequenns durch die regionale Öffentlichkeit als unterschiedlich: einerseits sehen sie, dass das Freie Radio sehr gut wahrgenommen wird, indem der Bekanntheitsgrad steigt, andererseits merken sie an, dass es noch zu wenig wahrgenommen wird, dass viele Menschen angeben freequenns zwar zu kennen, aber nicht zu hören. Das Freie Radio erreicht über seine HörerInnen hinaus auch Menschen, die es zwar nicht hören, aber durch Kommunikation über freequenns oder Sendungsinhalte wahrnehmen, beschreibt A. Beer die Wahrnehmung von freequenns in der Öffentlichkeit, freequenns ist als Medium in der Region etabliert.

Das Freie Radio freequenns greift eine Vielfalt an Themen auf. Lokalen und regionalen Themen wird Platz geboten, auch überregionale Themen werden aufgenommen. Als Beispiele wurden Naturthemen, Themen aus Kunst & Kultur, aus dem Sozial- und Jugendbereich, politische Themen bis hin zu Veranstaltungen genannt und angemerkt welche unterschiedlichen Organisationen und Institutionen auch selbst Sendungen produzieren.

Als Angebote seitens freequenns sehen die InterviewpartnerInnen in erster Linie die Möglichkeit selbst Radio zu machen, Gast in einer Sendung zu sein und Sendungen zu gestalten und damit Informationen zu verbreiten und Meinungsplattform zu werden.

Im folgenden Abschnitt werden die einzelnen Aussagen der interviewten Stakeholder aus dem Sendegebiet von Radio freequenns zum Freien Radio selbst zusammenfassend beschrieben:

Wenn Sie an das Freie Radio denken, was fällt Ihnen als Erstes dazu ein?

Mario Brandmüller kooperiert als Regionalentwickler mit dem Freien Radio Freequenns. Er beschreibt diese Zusammenarbeit als äußerst bereichernd für das ganze Liezener Team und den Fixtermin einmal im Monat im Radio als Highlight in der Arbeit. „Das ist einerseits eine ganz neue Erfahrung für viele, einmal im Radio sein zu dürfen, aber andererseits ist es auch eine ganz tolle Möglichkeit, dort sehr offen über Dinge zu diskutieren.“ (Anhang A, Zeilen 102-104) beschreibt Brandmüller die Möglichkeit ProjektpartnerInnen ins Radiostudio mitzunehmen.

Herbert Wölger produziert mit KollegInnen eine Sendung beim Freien Radio Freequenns. Dementsprechend assoziiert er das eigene Schaffen mit dem Freien Radio. Er reflektiert über den Namen, der so gut zu Region und Radio passe. (vgl. Anhang B, Zeilen 117-120) „Ich möchte Radio Freequenns dann hören, wenn ich etwas spezifisches zum Ennstal oder irgendetwas grundsätzlich Interessantes drinnen hab, sei's musikalisch, sei's Informationen aus der Region, sei's eine interessante Gesprächssendung.“ (Anhang B, Zeilen 123-126)

Markus Plasencia erlebt das Freie Radio in der Region als offenes Medium, das aktiv auf die Menschen zugehe. Er schließt aus seiner Erfahrung mit dem Freien Radio darauf, dass es als identitätsstiftend wirke. (vgl. Anhang C, Zeilen 114-120) „Und das führt ja wieder dazu, dass man sagt, du schauts, hörts euch das mal an, die Sendung auf Radio Freequenns oder der Sender, der tut was für uns. D.h. da entsteht ja da eine Art von Identifikation auch“ [sic] (Anhang C, Zeilen 120-122)

„Ja, das ist das Radio, was quasi damit wirbt, das Format, was dir fehlt, darfst du machen.“ (Anhang D, Zeilen 99-100) Dorothee Steinbauer empfindet dieses Angebot als Einladung an alle Menschen. Das Radio sei in seiner Wirkung wie ein Gespräch, das Hören der Stimme erzeuge Nähe. (vgl. Anhang D, Zeilen 100-110) „Das macht emotional natürlich ganz andere Türen auf. Und insofern ist diese Einladung das selber

zu machen, auch was ganz Wichtiges und Großartiges und ich glaube, das zeichnet das Radio Freequenns auch sehr, sehr aus.“ (Anhang D, Zeilen 107-110)

Angelika Beer sieht das Freie Radio vor allem als Verbreitungsmedium, Ideen und Denkansätze unter die Menschen zu bringen. In diesem Zusammenhang seien es regionale Ideen, die Verbreitung finden würden. (Anhang E, Zeilen 96-99)

Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

Mario Brandmüller sieht, dass das Freie Radio Freequenns sehr gut wahrgenommen wird, an den Reaktionen der Menschen, die auf die Frage, ob sie das Freie Radio kennen, mit ja antworten und anmerken, dass da regionale Beiträge gesendet werden, in denen teilweise sogar über Menschen berichtet wird, die sie kennen. Ein weiterer Vorteil des Freien Radios sei, so Mario Brandmüller, die Tatsache, dass unterschiedliche Musik, zum Teil auch Musik aus der Region gespielt werde. (vgl. Anhang A, 95-104)

Herbert Wölger gibt an, dass das Freie Radio viel zu wenig in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Er empfindet Unterschiede hinsichtlich der Wahrnehmung in der Bevölkerung: ein kleiner Kreis von Menschen kennt das Freie Radio und hört die Nationalparksendung, gegebenenfalls im Internet, nach. Viele Menschen geben an, das Freie Radio zu kennen, hören es aber nicht. Herbert Wölger denkt, dass sich dieses Potential an Hörerschaft noch erschließen ließe, einerseits durch Sendeinhalte, aber auch durch höheres Werbebudget. Dabei denkt er nicht nur an die Sendung des Nationalparks Gesäuse, sondern an das Freie Radio als „*lokale, regionale Kommunikationsplattform*“. (vgl. Anhang B, Zeilen 120-128)

Für Markus Plasencia ist der Name des Freien Radios im steirischen Ennstal zur Marke geworden, „*viele können mit dieser Marke etwas anfangen*“ (Anhang C, Zeile 124) und meint, in der Öffentlichkeit gibt es ein Bild vom Freien Radio. Seiner Meinung nach nimmt das Freie Radio in der Öffentlichkeit Platz ein. (vgl. Anhang C, Zeilen 120-126)

Dorothee Steinbauer hat zu dem Zeitpunkt, zu dem sie selbst in der Region gelebt hat, immer öfter Freies Radio gehört und darüber kommuniziert. Jetzt, da sie nicht mehr in der Region lebt, ist es für sie schwer zu beurteilen, wie das Freie Radio in der Region wahrgenommen wird. (Anhang D, Zeilen 103-109)

Angelika Beer empfindet, dass das Freie Radio eine Institution geworden ist. Sie gibt zu bedenken, dass das Freie Radio nicht nur Hörerinnen und Hörern des Freien Radios erreicht, sondern darüber hinaus jene Menschen, die vom Freien Radio erreicht werden indem andere darüber reden. Sie schätzt den Namen des Freien Radios Freequenns als Name mit Regionsbezug und das Freie Radio als etabliertes Medium in der Region. (vgl. Anhang E, Zeilen 93-104)

Welche Themen greift das Freie Radio in Ihrer Region auf?

Mario Brandmüller gibt an, dass ein breites Band an Themen aufgegriffen wird und nennt als Beispiele das Nationalparkradio und Regionalmanagement on air. Außerdem nennt er weitere Akteure, die eigene Sendungen produzieren oder in Sendungen zu Gast sind: die Energieagentur, Raumberg-Gumpenstein, Barbara Kabas, den Sozialhilfeverband, das Rote Kreuz. Er freut sich, denn: „*unterschiedliche Institutionen, Vereine, Privatpersonen machen dort Radiosendung zu unterschiedlichen Themen*“ (Anhang A, Zeilen 112-113) Dadurch wird eine Vielfalt an Themen geboten und die Hörerschaft erfährt, was im Bezirk Liezen geschieht. (vgl. Anhang A, 107-116)

Herbert Wölger nennt Naturthemen, die vom Freien Radio Freequenns aufgegriffen werden, wobei er neben dem Nationalpark auch weitere Themen zu Umwelt- und Naturschutz meint. Außerdem Literatur,

Energie, bekannte Persönlichkeiten als Gäste, soziale Themen. Er denkt, *„alles was so im Bezirk passiert, im Ennstal passiert, spiegelt sich eigentlich in irgendeiner Form wider im Radio Freequenns“* (Anhang B, Zeile 135-136) Herbert Wölger sieht auch verschiedene Themen im Unterhaltungsbereich aufgegriffen, wie etwa den Jazzday oder die Hardrocksendung, wobei Herbert Wölger klar ist, dass hier oftmals eher Randgruppen angesprochen werden, findet dies aber auch ganz wichtig. (vgl. Anhang B, Zeilen 130-145)

Markus Plasencia fasst zusammen, *„dass einfach lokale Themen Platz haben“* im Freien Radio Freequenns, auch wenn er selbst aktuell nicht in der Region lebt, bekommt er über Facebook mit, zu welchen Themen Sendungen gestaltet werden und meint, dass lokale Persönlichkeiten aus den unterschiedlichsten Bereichen, also aus Kunst und Kultur, aus dem Sozialbereich oder aus dem Jugendbereich über ihr Tun sprechen. Er findet es gut, dass das Freie Radio Freequenns eine Plattform für Musik, Kunst und Kultur darstellt. Auch das Thema Regionalentwicklung, Regionalmanagement sieht er immer wieder vertreten. (vgl. Anhang C, Zeilen 129-140)

Dorothee Steinbauer findet, *„die Mischung aus Regionalem, Überregionalem, Politischem, Sozialem (...) sehr spannend, bis hin zu Veranstaltungen. Auch Live-Gäste (...). Macht eine sehr große Lebendigkeit aus. Und trotzdem auch eben diese Regelmäßigkeit der Formate, die ich einfach toll und hochprofessionell finde.“* (Anhang D, Zeilen 114-118)

Angelika Beer ist froh, dass das Freie Radio *„nicht nur Kommerzthemen“* (vgl. Anhang E, Zeile 107) aufgreift, sondern sich den Themen widmet, die die Leute interessieren und bewegen. Sie findet den hohen regionalen Bezug am spannendsten und sieht diesen in der Musik und in den Themen der Sendungen, die sie selbst, aber auch andere Personen und Institutionen einbringen. Sie bemerkt, dass mit den regionalen Themen einerseits die Bevölkerung informiert werden kann, aber auch dass mit den Sendungen darüber etwas tiefer gegangen werden kann. (vgl. Anhang E, Zeilen 107-119)

Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region? Wer nützt es?

Mario Brandmüller nennt zunächst das Angebot, selbst Radiomacher zu werden. Er glaube, das werde schon sehr gut angenommen, schlägt aber vor, diese Art der Partizipation auch in den Gemeinden via Gemeindezeitung zu bewerben. Er beschreibt den Prozess der Radioarbeit als kreativ und erfüllend. Auch, mutmaßt er, würden aktive ProjektpartnerInnen so schnell nicht mehr aufhören wollen, Radioarbeit zu betreiben. (vgl. Anhang A, Zeilen 250-260)

Herbert Wölger führt dieselben Punkte wie Brandmüller an, allerdings um die wesentliche Komponente ergänzt, dass das Freie Radio auch als Gast erfahren werden kann. Gast zu sein und damit das eigene Mitteilungsbedürfnis zu stillen oder den RadiohörerInnen wichtige Informationen zukommen zu lassen, das sei ein neben der selbstständigen Produktion von Beiträgen der zweite wichtige Bereich. (Vgl. Anhang B, Zeilen 238-242)

Markus Plasencia definiert das Freie Radio zunächst als „Meinungsplattform“ (Anhang C, Zeile 239) Unabhängig, ob man eine Einzelperson, ein Verein, eine Schule oder ähnliches sei, hier könne man sich darstellen. Man könne auch tatsächlich unabhängig produzieren. Qualität ergäbe sich dann vor allem im Inhalt, denn die Art der Darstellung oder Aufarbeitung des Gesagten sei nebensächlich. „[...] speziell jetzt bei Radio Freequenns einfach eine super Möglichkeit, so zu sein wie man ist und dass da jeder einfach seine Stimme hat.“ (Anhang C, Zeilen 245-247)

„Ja. Ich muss nicht mein Steiermark-Gedudel haben, sondern ich krieg die Infos auch woanders her und krieg dazu noch ein Package, was mich mehr interessiert. Also, das traue ich mir zu sagen, dass durchaus

wahrgenommen wird oder angenommen wird.“ (Anhang D, Zeilen 216-219) Mit einem sprachlichen Seitenhieb auf den privat-kommerziellen Radioanbieter in der Steiermark verdeutlicht Steinbauer, welche Formate für die Menschen in der Region interessant sein könnten. Sie fasst diese Formate als „Infopointgeschichten“ zusammen, die die Menschen am Weg zur Arbeit oder in den Feierabend hören könnten und dieses Angebot auch nutzen würden. (vgl. Anhang D, Zeilen 210-219)

4.3. Freies Radio Freistadt

Wenn Sie an das Freie Radio denken, was fällt Ihnen als Erstes dazu ein?

Die befragten Stakeholder haben bezüglich Freies Radio Freistadt den ländlichen Raum einbezogen und hier das Potential verortet, dass Menschen aus der Region Themen für die Region produzieren können. Die Größe des Sendegebiets und die damit verbundenen möglichen Hörerzahlen spielen auch eine Rolle.

... Bezug zum ländlichen Raum

... Möglichkeit selbst zu publizieren

... viel Potential im ländlichen Raum

... Vielzahl an AkteurInnen

... Bottom-Up Medium

... Produkt der Regionalentwicklung

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage:

Georg Mittendrein merkt die Nähe zum Radio FRO in der Landeshauptstadt an. Er sieht das Freie Radio Freistadt als Radio, „das sich mehr um ländliche Menschen und Zustände kümmert“ (Anhang F, Zeilen 101-102)

„Ja, selbstbestimmtes Gestalten des Mediums. Also selbstbestimmtes Ausstrahlen von Informationen, von eigenen Themenfelder, die einen interessieren, die man aufbereiten möchte und die man vermitteln möchte.“ (Anhang G, Zeilen 85-87) Bettina Hellein fokussiert in dieser Aussage die individuelle Möglichkeit Journalismus zu betreiben und die eigenen Themen publik zu machen.

Klaus Preining sieht die Möglichkeiten eines ländlichen Radios mit viel Potential verbunden. Im Falle des FRF läge die Zahl möglicher HörerInnen bei 65.000 Menschen im Bezirk. Einer breiten Bevölkerungsschicht könne so eine „Medienplattform“ zu Gute kommen, an der alle BürgerInnen teilnehmen könnten und Wissen fluktuieren könnte. (vgl. Anhang F, Zeilen 91-96)

Conny Wernitznig fällt als Erstes die Vielzahl der Akteurinnen und Akteure beim Freien Radio ein. Es handle sich laut ihrer Definition um ein „Bottom-Up“ Medium. (vgl. Anhang I, Zeilen 151-153)

Wilhelm Patri definiert das Freie Radio Freistadt als Produkt der Regionalentwicklung: „Ja, dass das Radio Freistadt praktisch ein Produkt der Regionalentwicklung ist, nämlich nicht im Sinne von uns als REGIO oder Regionalmanagement. Sondern als Beitrag von engagierten Personen in der Region, die da in der Region sich engagieren und diese Region damit entwickeln wollen.“ (Anhang J, Zeilen 103-106) „Man kann Wertschöpfung erzielen, man kann Image erzielen, man kann Informationen entwickeln, man kann Anerkennung erzielen für viele Akteure und damit ist das FRF ein substantieller Beitrag für diese Art der Entwicklung, der Lebensraumentwicklung.“ (Anhang J, Zeilen 107-110) Patri führt seine Definition hiermit noch einmal genauer aus und es bleibt festzuhalten, dass dieser Punkt, das Verständnis eines ländlichen Freien Radios als Produkt der Regionalentwicklung, im Selbstverständnis der Freien Radios nicht

vergessen werden darf. Wenn über Regionalentwicklung in Zusammenhang mit Freien Radios nachgedacht und gesprochen wird, sollte dieser von Patri in die Überlegung gebrachte Punkt nicht übersehen werden.

Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

Diese Frage scheint so wie bei den beiden anderen Freien Radios von den befragten Stakeholdern sehr unterschiedlich und teilweise völlig konträr beantwortet zu werden.

... als einer spezifischen Szene zugehörig

... nicht von einer breiten Öffentlichkeit

... forlaufend mehr

... eher positiv und aktiv

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage:

Nach Georg Mittendrein wird das Freie Radio Freistadt *„durchwegs positiv wahrgenommen“* (Anhang F, Zeile 94) und ruft dazu auf, die Präsenz des FRF gemeinsam zu stärken. (vgl. Anhang F, Zeilen 94-95)

Bettina Hellein hat das Gefühl, *„dass es (Anm. das Freie Radio Freistadt) nicht mit dem Potential wahrgenommen wird“*, (Anhang G, Zeile 84f) das es in sich trägt. Wobei für Bettina Hellein das Potential des FRF im Vernetzen von Menschen und der Funktion als Kommunikationsplattform sowie in den Möglichkeiten des Selbstgestaltens liegen. (vgl. Anhang G, Zeilen 84-89) *„Und würden das alle horchen, dann wäre das irgendwie eine sehr coole Gemeinschaftsplattform“*, so Bettina Hellein (Anhang G, Zeile 88f). Aktuell wird es ihrer Meinung nach zu wenig wahrgenommen bzw. als alternativ abgestempelt. (vgl. Anhang G, Zeilen 96-98)

Klaus Preining sieht in der Teilregion Mühlviertler Alm, dass die Wahrnehmung des FRF durch die Bevölkerung in den vergangenen (zwei) Jahren gestiegen ist. Er denkt, dass es in der Kleinregion um Freistadt bereits gut wahrgenommen wird, wozu seiner Meinung nach auch der neue Standort mit Schaufenster und Beschilderung beiträgt. Er ist zuversichtlich, dass die Wahrnehmung und das Interesse in Zukunft weiter steigen wird. (vgl. Anhang H, Zeilen 99-110)

Conny Wernitznig denkt, dass das FRF sehr intensiv wahrgenommen wird. Sie vermutet, dass es anfangs, da es klein angefangen hat, *„vielleicht nicht so ernst genommen“* (Anhang I, Zeile 139-142) wurde. Durch die steigenden Zahlen an Menschen, die sich einbringen, an Beiträgen, Sendeformaten und Themen steigen aber Conny Wernitznigs Meinung nach auch Interesse und Bedeutung in der Öffentlichkeit. (vgl. Anhang I, Zeilen 139-144)

Wilhelm Patri denkt, *„dass das FRF sicherlich auf einem aufsteigenden Ast ist, (...) es hat eine harte Konkurrenz zu den konventionellen und öffentlichen Sendern, die natürlich den Unterhaltungswert mehr bedienen als das FRF, weil's da um andere Inhalte oft geht. Aber ich denke, der Weg ist der Richtige und der Zuspruch und die Akzeptanz wächst.“* (Anhang J, Zeilen 109-112)

Welche Themen greift das Freie Radio in Ihrer Region auf?

... regionale Themen

... Nachhaltigkeit

... Kunst und Kultur

... Musik

... soziale Themen

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage:

Georg Mittendrein hört „viele regionale Themen“ und sieht den Sinn des Freien Radios darin, „dass unterschiedliche Vereine und Institutionen und Aktivitäten deren Botschaften senden können“ (Anhang F, Zeilen 98-101)

Auch Bettina Hellein empfindet, dass es vor allem regionale Themen sind, die das Freie Radio Freistadt aufgreift und nimmt dabei gesellschaftspolitische Themen der Nachhaltigkeit, Kunst und Kultur, Themen der Musikwelt und soziale Themen wahr. (vgl. Anhang G, Zeilen 102-106)

Klaus Preining gibt ebenfalls Regionalität bzw. regionale Themen an. Also Themen, die für die Region interessant sind, weil sie aus der Region stammen. Das Radionest Mühlviertler Alm arbeitet aktiv mit der Jugendtankstelle zusammen, somit werden Jugendthemen aufgegriffen. Generell werden aktuelle Themen behandelt, so Klaus Preining. (vgl. Anhang H, Zeilen 113-117)

Conny Wernitznig „könnte da jetzt kein Thema sagen, (...) das (...) gar nicht“ vorkommt im Programm des FRF. Sie nennt Themen von Volkskultur mit Volksmusik über Heimatfilmfestival, wirtschaftliche Themen wie die Lehrlingsentwicklung, Jobmöglichkeiten in Dienstleistungsbereichen und Themen aus dem Sozialbereich. (Vgl. Anhang I, Zeilen 146-150)

Wilhelm Patri betont, dass die Themen, seien es kulturelle, soziale oder politische „in geeigneter Form“ (Anhang J, Zeile 116) aufgegriffen werden. Er empfindet es als „sehr geschickt“ (Anhang J, Zeile 117), wie das FRF die teils mit Vorurteilen oder Ressentiments behafteten Themen angeht. Seiner Ansicht nach, wird ein „sehr qualitatives, breites Spektrum“ (Anhang J, Zeile 119) an Themen bedient. (Vgl. Anhang J, Zeilen 115-119)

Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region? Wer nützt es?

... spezifische Zielgruppe

... viele Zielgruppen

Die befragten Stakeholder nehmen teilweise das Angebot und die Zielgruppe als sehr spezifisch, teilweise als breit aufgestellt wahr.

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage:

„Ja, Nutzer gibt es zweierlei, es gibt einerseits die Hörer, die es hörend nützen. Und das ist auch ganz witzig, das darf man nicht unterschätzen, es gibt natürlich auch ein sogenanntes alternatives Publikumsspektrum, das diese Berieselungssendungen nicht mag.“ [sic] (Anhang F, Zeilen 202-205) Georg Mittendrein weist darauf hin, dass auch am Land Menschen Radioarbeit Off-Mainstream schätzen.

Klaus Preining lobt auch in diesem Zusammenhang die existierenden Radionester im Mühlviertel „Es ist gut, dass es mehrere Radionester so gibt. Also das Hauptstudio hier in Freistadt und Bruckmühle, und

jetzt in Weitersfelden, Mühlviertler Alm, OTELO. Möglichkeit sind auch die freie Programmgestaltung.“ (Anhang H, Zeilen 226-228)

„Ich kann nur sagen, aus meiner Erfahrung und aus den Gesprächen mit Leuten aus der Region, dass das viele sind, dass das alle Altersgruppen sind, dass das alle Berufsschichten sind, dass das alle Themenbereiche sind, also es gibt nichts wo ich mir denke, da wär's völlig uninteressant oder da wär's kein Thema, ja. Also junge Leute interessieren sich, ältere Leute interessieren sich, Senioren interessieren sich, Berufstätige interessieren sich, Pensionisten machen Sendungen, also dadurch, dass ihr ja so viele verschiedene Sendungen habt's, gibt's ja kaum eine Zielgruppe, die nicht vorkommt.“ (Anhang I, Zeilen 251-258) Das Statement der Geschäftsführerin der LEADER-Region Mühlviertler Alm bringt Beispiele eines funktionierenden, pluralen Radiobetriebs zur Sprache.

4.4. Die Freien Radios aus Sicht der TeilnehmerInnen der Online-Umfrage

305 Personen (94,14%) haben auch die darauffolgende Frage, welche Freien Radios in Österreich bekannt seien, beantwortet: 189 Personen kannten das Freie Radio B138, 174 Personen gaben an, das Freie Radio FRO zu kennen, 171 Personen kannten das Freie Radio Salzkammergut, 153 Personen kannten das Freie Radio Freistadt, 126 Personen war das Freie Radio Orange bekannt, 115 Personen gaben an, das Freie Radio Helsinki zu kennen, 87 Personen kannten das Freie Radio Freequenns, 72 Personen war das Freie Radio Radiofabrik bekannt, 55 Personen kannten das Freie Radio AGORA, je 46 Personen kannten die Freien Radios Proton und Freirad, 42 Personen gaben an, das Freie Radio Campus und Cityradio 94,4 zu kennen, 26 Personen kannten das Freie Radio OP und 22 Personen gaben an, das Freie Radio Ypsilon zu kennen. Abbildung 6 zeigt die Freien Radios Österreich beginnend von links mit dem, den meisten Umfrage-TeilnehmerInnen bekannten.

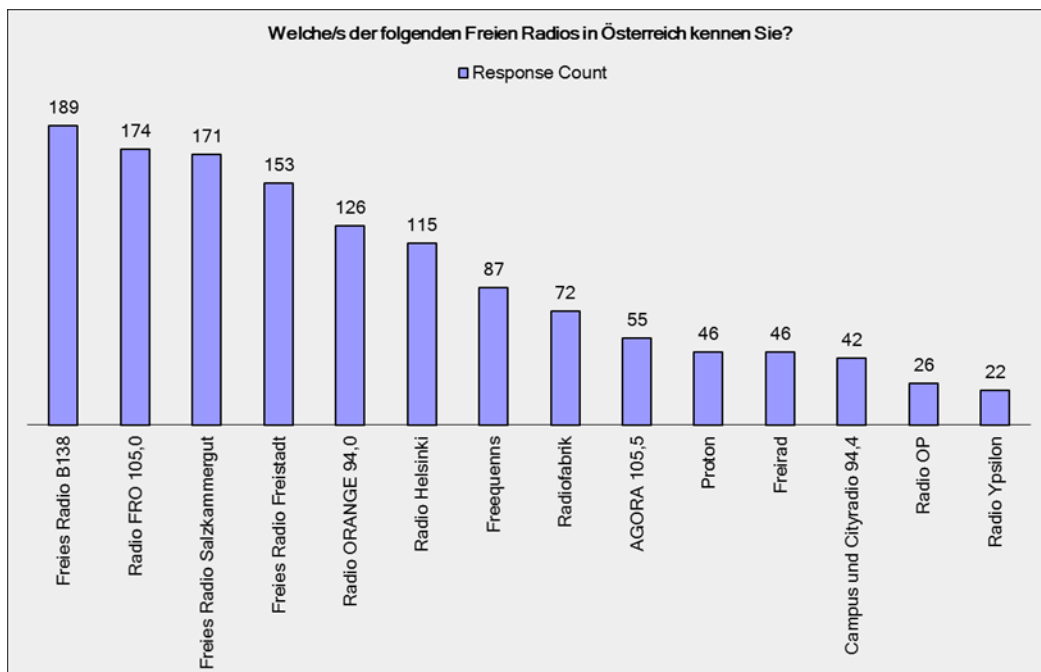


Abbildung 6 Die Freien Radios Österreichs gereiht nach Bekanntheit bei den TeilnehmerInnen der Umfrage (Quelle: eigene Darstellung)

Auch aus Perspektive der Untersuchungsregionen zeigt sich Ähnliches: die 48 TeilnehmerInnen, die im Sendegebiet des FRF wohnten, wie auch die 26 TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet des Freien Radios Freequenns gaben zu 100% an, Freie Radios zu kennen.

Von den 88 TeilnehmerInnen, die im Sendegebiet des Freien Radios B138 wohnten, kannten 86 (97,73%) Freie Radios, 2 Personen (2,27%) kannten kein Freies Radio. Dies stimmt auch mit der Tatsache überein, dass 2 Personen die Frage, welche Freien Radios in Österreich bekannt seien, übersprungen haben.

Abbildung 7 zeigt die Freien Radiosender Österreichs und ihre jeweilige Bekanntheit bei den Umfrage-TeilnehmerInnen aus den untersuchten Sendegebieten.

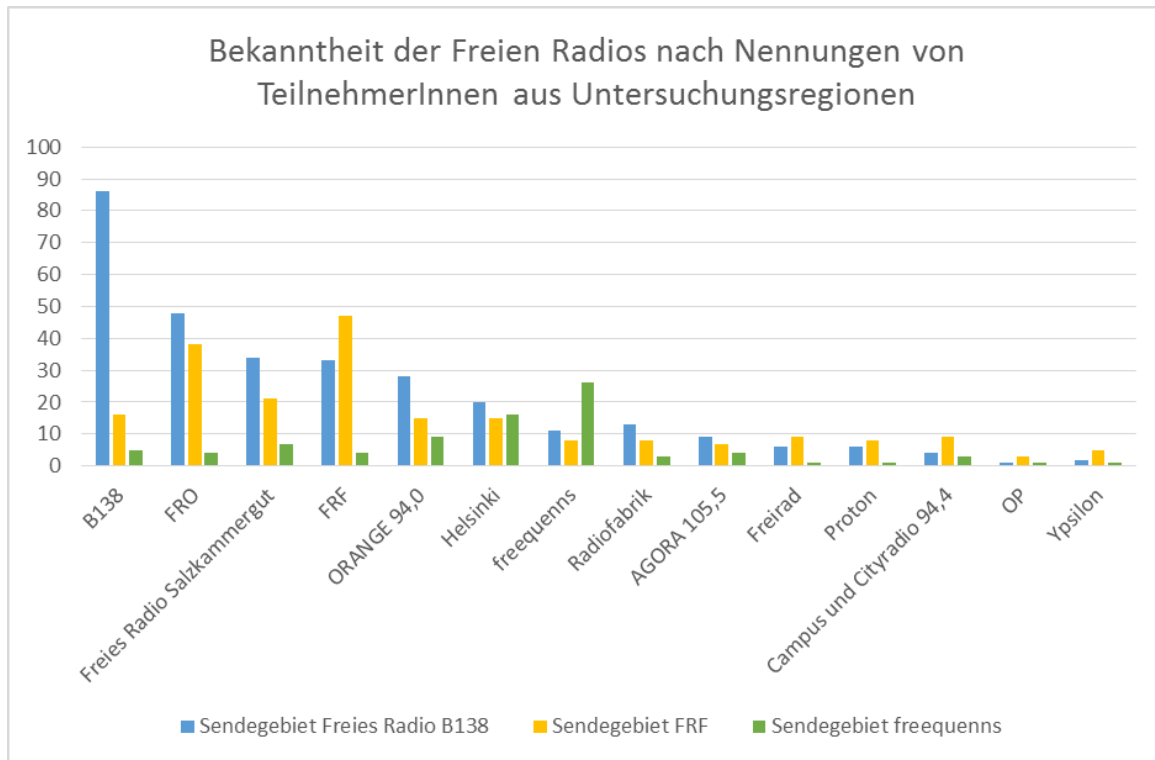


Abbildung 7 Bekanntheit der Freien Radios nach Nennungen der Umfrage-TeilnehmerInnen, die in den jeweiligen Untersuchungsregionen leben. (Quelle: eigene Darstellung)

Tabelle 1 zeigt die Bekanntheit der einzelnen Freien Radiosender Österreichs, gereiht nach Häufigkeit der Nennungen durch Umfrage-TeilnehmerInnen aus den untersuchten Sendegebieten der vorliegenden Studie.

Tabelle 1 Bekanntheit der österreichischen Freien Radios nach Häufigkeit der Nennungen durch Umfrage-TeilnehmerInnen, die in den untersuchten Sendegebieten wohnen (Quelle: eigene Darstellung)

Sendegebiet FR B138 (Anzahl Nennungen)	Sendegebiet FRF (Anzahl Nennungen)	Sendegebiet FR freequenns (Anzahl Nennungen)
B138 (86)	FRF (47)	freequenns (26)
FRO (48)	FRO (38)	Helsinki (16)
FRS (34)	FRS (21)	ORANGE (9)
FRF (33)	B138 (16)	FRS (7)
ORANGE (28)	Helsinki (15)	B138 (5)

Helsinki (20)	ORANGE (15)	FRF (4)
freequenns (11)	Campus und Cityradio (9)	FRO (4)
Radiofabrik (13)	Freirad (9)	AGORA (4)
AGORA (9)	freequenns (8)	Campus und Cityradio (3)
Freirad (6)	Radiofabrik (8)	Radiofabrik (3)
Proton (6)	Proton (8)	Freirad (1)
Campus und Cityradio (4)	AGORA (7)	OP (1)
Ypsilon (2)	Ypsilon (5)	Proton (1)
OP (1)	OP (3)	Ypsilon (1)

Das „eigene“ Freie Radio der jeweiligen Region war im Sendegebiet von freequenns bei allen im Sendegebiet wohnhaften TeilnehmerInnen bekannt, während die Freien Radios B138 und FRF bei den jeweiligen TeilnehmerInnen aus den Sendegebieten zu 97,73% (für B138) und 97,92% (für FRF) bekannt waren.

Interessant erscheint der Aspekt, dass bei den Umfrage-TeilnehmerInnen aus den Sendegebieten der untersuchten oberösterreichischen Freien Radios B138 und FRF die bekanntesten Freien Radios nach den „eigenen“ regionalen Freien Radiosendern das Freie Radio FRO, gefolgt vom Freien Radio Salzkammergut sowie FRF bzw. B138 waren, also weitere Freie Radiosender aus dem eigenen Bundesland. Auch bei den Umfrage-TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet von freequenns folgte nach freequenns als das bei allen im Sendegebiet wohnhaften TeilnehmerInnen bekannte Freie Radio das Freie Radio Helsinki, das Freie Radio in der steirischen Landeshauptstadt Graz.

Wie wurden Sie auf das Freie Radio in Ihrer Region aufmerksam?

Am meisten genannt, nämlich 106 Mal, wurden persönliche Kontakte und persönliche Einladungen als Antwort auf die Frage, wie die TeilnehmerInnen der Umfrage auf das Freie Radio in ihrer Region aufmerksam wurden. 44 Personen nannten die Öffentlichkeitsarbeit der Freien Radios als Begründung, wie sie auf das Freie Radio aufmerksam wurden, weitere 36 Personen gaben an, über Veranstaltungen von Freien Radios oder Events, bei denen die Freien Radios präsent waren und Kulturarbeit auf Freie Radios aufmerksam geworden zu sein.

Bei 22 Personen hat der Zufall dazu beigetragen, dass sie auf Freie Radios aufmerksam wurden, 14 Personen nennen Mundpropaganda als Antwort. 10 Personen sind aus beruflichen Gründen auf das Freie Radio aufmerksam geworden und 8 Personen sind in der Gründungsphase eines Freien Radios involviert gewesen bzw. sind in der Szene der Freien Radios involviert. 6 Personen wurden über die Räumlichkeiten der Freien Radios auf dieses aufmerksam und 2 Personen gaben an, nicht zu wissen wie sie auf das Freie Radio aufmerksam wurden. Einzelne TeilnehmerInnen nannten den Fall des Rundfunkmonopols, das Informationsdefizit durch den öffentlich-staatlichen Rundfunk oder dass das Freie Radio in der Gemeinde so bekannt sei, dass man nicht nicht darauf aufmerksam werden kann, als Grund an, wie sie auf das Freie

Radio aufmerksam wurden. 5 Personen geben nicht konkret an, wie sie auf das Freie Radio aufmerksam wurden.

Insgesamt wurden 238 Antworten abgegeben, 86 Personen, die an der Online-Umfrage teilnahmen, haben diese Frage nicht beantwortet, dies entspricht 26,54% der Gesamtanzahl an TeilnehmerInnen.

5. Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

Bei dieser Frage zeigt sich deutlich dass Kommunikation als sehr wichtiger Faktor für die Regionalentwicklung empfunden wird, beispielsweise um Prozesse überhaupt in Gang zu bringen und um Menschen und Ideen verknüpfen zu können. Kommunikation findet in verschiedenster Form statt. Die mediale Kommunikation stellt dabei nur einen Teilbereich dar, der zwar für regionalentwicklerische Projekte wichtig sein kann, nicht aber Grundvoraussetzung für Regionalentwicklung ist. Die befragten Stakeholder verweisen für den ländlichen Raum auf Kommunikationsprozesse abseits der klassischen journalistischen Verbreitungsmedien Print, Funk und Fernsehen. So steht der Dialog im Zentrum der Kommunikation und Dialog findet dort statt wo es Räume gibt die ihn ermöglichen. Das kann ein Wirtshaus, ein Vereinsgebäude oder ein Freies Radio sein. Um diesen Dialog einer breiteren Bevölkerung zu ermöglichen braucht es aber wiederum Verbreitungsmedien wie Zeitungen, Radiosendungen oder Fernsehbeiträge, bzw. Plattformen für soziale Medien.

Kommunikation:

- ... fundamentale Rolle
- ... wichtiger Faktor
- ... verschiedene Kanäle
- ... Informationstransport nach außen
- ... braucht Begegnungsräume

Medien:

- ... haben Verantwortung
- ... Selektionsprozess
- ... regionale Medien vs. überregionale Medien
- ... ermöglichen Kommunikation mit einer breiten Masse an RezipientInnen

Einzelne Antworten der befragten Stakeholder auf die Frage:

Mario Brandmüller beschreibt regionale Medien als „*das Um und Auf für die Regionalentwicklung*“ (Anhang A, Zeile 73) Es ginge im Wesentlichen um den Transport von Information nach außen. (vgl. Anhang A, Zeile 74-75)

Herbert Wölger sieht dies ähnlich und differenziert zwischen regionalem und überregionalem Raum. (Anhang B, Zeilen 83-84) Man könne im regionalen Raum nämlich auch ohne Medien leichter kommunizieren, etwa „*am Wirtshaustisch, auf der Straße, im persönlichen Gespräch [...]*“ (Anhang B, Zeile 85) Abschließend bestärkt Wölger die Rolle regionaler Medien wenn es um regionale Themen geht: „*Weil man in regionalen Medien regionale Inhalte ganz einfach transportieren kann*“ (Anhang B, Zeilen 91-92)

„*Also Kommunikation ist überhaupt das Wichtigste meiner Meinung nach für die Regionalentwicklung. Weil man muss ja miteinander reden, wenn man gemeinsam was weiterbringen will.*“ (Anhang C, Zeilen

68-70) Markus Plasencia unterscheidet bei seiner Ausführung über Kommunikation, die unterschiedlichen Kommunikationskanäle. Einerseits nennt er „*Begegnungsräume*“ (Anhang C, Zeile 74) wie „*Stammtische und Dialogveranstaltungen*“ (Anhang C, Zeile 71) als wichtige Plattform für Kommunikation, andererseits betont er auch die Rolle regionaler Medien im Bereich Print, Funk und Fernsehen. Bei diesen drei klassischen Massenmedien merkt er allerdings kritisch einen „*Selektionsprozess*“ (Anhang C, Zeile 87) an, den es zu hinterfragen gelte. In diesem Sinne müsse man überlegen, wer selektieren könnte und ob Medien für bestimmte Zwecke instrumentalisiert werden würden. (vgl. Anhang C, Zeilen 87-89)

Dorothee Steinbauer definiert Kommunikation „face to face“ als fundamental „*wenn es um Motivation für neue Ideen geht, ist es unerlässlich Gleichgesinnte wirklich an den Tisch zu kriegen.*“ (Anhang D, Zeile 66-68)

Angelika Beer aus der Region Liezen weist explizit auf die Rolle der Freien Medien bezüglich der Kommunikation in der Regionalentwicklung hin: „*weil das Freie Radio, letzten Endes für mich, eines der wenigen Medien ist, die das sicherstellt, dass Bevölkerung im Sinne von Partizipation auch gehört werden kann.*“ (Anhang E, Zeile 63-65) Umgekehrt wäre es schwierig bei überregionalen Medien Sendezeit zu bekommen: „*Ansonsten hast du bei den klassischen Medien – probier bei Ö3 anzurufen und sagen, ich hätte gern bitte Sendezeit – das wird nicht funktionieren, das interessiert auch die restliche Bevölkerung in Österreich vielleicht nicht was die Themen da im Bezirk sind.*“ (Anhang E, Zeile 65-68)

„Ja, Medien sind prinzipiell sehr wichtig, weil sie eben die Plattformen sind, dass Themen, Prozesse, Projekte der breiten Bevölkerungsschicht näher gebracht werden.“ (Anhang H, Zeile 60-63) Klaus Preining beschreibt Medien als Plattformen. Das findet sich bei den interviewten Stakeholdern mehrmals, ebenso die Listung der Wichtigkeit verschiedener regionaler Medien: „*Also eine Tips, eine Rundschau, bei uns in der Region haben wir die Almpost, also wir haben ein eigenes Medium, das sind wo, wo direkt Berichte aus der eigenen Heimat, aus der Gemeinde drinstehen und erzählt werden, das kommt bei den Leuten an und das wird auch gelesen und äh, ähnlich ist es auch mit dem FRF sag ich jetzt einmal, weil Regionalität da wiedergegeben wird, ist das für die Leute durchaus interessant.*“ [sic] (Anhang H, Zeile 63-67)

Conny Wernitznig, Geschäftsführerin der LEADER Region Mühlviertler Kernland, war 20 Jahre Journalistin. In ihrem Statement zeigt sich womöglich was Markus Plasencia als „Selektionsprozess“ (Anhang C, Zeile 87) beschrieben hat: Nämlich die Ambivalenz der Berichterstattung einzelner regionaler Medien. Frau Wernitznig beschreibt die Situation einer Medienberichterstattung im eigenen Bezirk als sehr positiv. Dafür macht sie aber die eigene Vernetzungsarbeit und die jahrelange Erfahrung im Mediensektor verantwortlich (vgl. Anhang C, Zeilen 107-119), als auch das Interesse der handelnden Journalistinnen und Journalisten in den Regionen „*Und wir sind immer wieder froh, also froh auf der einen Seite und erstaunt auf der anderen Seite, dass wir so großartig unterstützt werden, weil letztendlich gibt's ja viele Regionen und es hängt schon, es liegt schon an den handelnden Personen, wie sie diese Aktivitäten in den Regionen auch wahrnehmen und wie groß das Interesse ist darüber zu berichten, das ist vielleicht anderswo gar nicht so der Fall, dass man auch in den, bei den Medien Kolleginnen und Kollegen hat, die sagen, ich habe auch einfach eine Leidenschaft für Regionalentwicklung, und das ist auf jeden Fall der Fall und auch sehr wichtig, und diese Bedeutung, die es für uns hat, wird auch immer wieder zurückgegeben.*“ [sic] (Anhang C, Zeilen 111-119)

„Die Medienlandschaft hat sich in den letzten Jahren sehr zum Positiven für die Regionalentwicklung entwickelt [...]“ (Anhang J, Zeilen 80-81) verdeutlicht Wilhelm Patri. Es handle sich um ein „Motivationsmoment“ (Anhang J, Zeile 81), das laut Patri für Sender und Empfänger regionaler Berichterstattung gleichsam gelte, also zum einen das Interesse über Regionalentwicklung zu schreiben und zum anderen über Regionalentwicklung zu lesen. (vgl. Anhang J, Zeilen 80-89)

„Also Kommunikation ist ein ganz wichtiges Mittel und das Radio und auch die verschiedenen Medien bringen ja auch so eine Diskussionskultur nach außen. Ich hätte mehr gerne so Diskussionsrunden, dass man sich auseinandersetzt mit anderen. Also sich mehr austauschen, mit anderen „herumspinnen“.“ (Anhang M, Zeilen 112-116) Elisabeth Kumpul-Frommel spricht über Kommunikation als ein gesellschaftliches Phänomen, das nur in der Gemeinschaft funktioniert. Kommunikation findet als Austausch zweier oder mehrerer Individuen statt. (Vgl. Anhang M, Zeilen 97-116) „Ohne die Kommunikation würden wir uns nicht mehr weiterentwickeln, also das ist ein ganz zentrales Thema.“ (Anhang M, Zeilen 97-98)

Helmut Tschautscher verortet die für die Region wichtigen Kanäle vor allem im Bereich Print. Über regionales Radio wisse er zu wenig. (vgl. Anhang N, Zeilen 48-61) „Die Medien haben einfach eine große Verantwortung daran möchte ich appellieren.“ (Anhang N, Zeilen 61) Herr Tschautscher bezieht sich in seinem Schlussstatement auf mögliche Recherchefehler. Er verdeutlicht dadurch aber auch noch einmal die von ihm vermutete Wirkmacht regionaler Printmedien.

6. Die Rolle der Freien Radios in der Regionalentwicklung

6.1. Die Rolle der Freien Radios in der Regionalentwicklung aus Sicht der interviewten Stakeholder

Alle befragten Stakeholder sehen eine wichtige Rolle der Freien Radios für die Regionalentwicklung. Das ist insofern auffallend, da hier im Unterschied zu vielen anderen Fragen eine eindeutige Tendenz unter den Stakeholdern vorherrscht. Es werden unterschiedliche Einflüsse auf die Regionalentwicklung angegeben, jedoch gibt es keine Beantwortung die einen Einfluss auf die Regionalentwicklung negieren würde. Das ist wichtig anzumerken, da die 15 Stakeholder schließlich eine heterogene Gruppe in drei unterschiedlichen Befragungsregionen darstellen.

... Transport nach außen

... um Angebote der Regionalentwicklung zu Verbessern

... besondere Rolle als Radio für die Region

... Freiheit und Unabhängigkeit ermöglicht schnelle Reaktion auf aktuelle Themen

... können Regionalentwicklung kritisch betrachten

... übernehmen Kommunikationsprozesse die nur in den Freien Radios vorkommen

... Treffpunkte gleichgesinnter, kritischer Menschen

... demokratisieren die Medienlandschaft

... Entwicklungsplattformen für Menschen und Projekte in der Region

Wird die Frage erweitert und nach Möglichkeiten gefragt, die nur ein Freies Radio zur Verfügung hat, zeigt sich in verschiedenen Antworten der Stakeholder, dass Freie Radios im ländlichen Raum bestimmte Alleinstellungsmerkmale aufweisen, die sich auf die Regionalentwicklung auswirken können.

... Publikation ohne Zwischenschaltung einer Kontrollinstanz

... das Freie Radio gehört den Bürgerinnen und Bürgern, ist nicht Eigentum eines Medienunternehmens

... Lupenwirkung: Freie Radios können kleinere Ausschnitte oder Projekte der Regionalentwicklung betrachten

... technische Möglichkeiten Ideen auch über die Region hinaus publik zu machen

... Partizipation an Themen der Region

... Transport von Emotionen zu Themen der Region

Die befragten Stakeholder selbst definieren sich nur zum Teil als Hörerinnen und Hörer. Oftmals wird genau dieser Faktor angegeben um aufzuzeigen, dass das Freie Radio eine höhere Reichweite als nur den HörerInnenkreis bedient. Es liegt in der Natur der Sache, dass für MedienproduzentInnen interessant ist, welche Reichweite ihr produziertes Programm besitzt. Über das Programm hinaus können Menschen laut den befragten Stakeholdern erreicht werden durch:

... öffentliche Veranstaltungen die das Freie Radio organisiert

... durch Marktbegleiter in der Medienbranche aus dem kommerziellen Sektor

... durch Hörerinnen und Hörer die mit anderen Menschen über Themen des Radios in den Diskurs treten

... durch die Präsenz im öffentlichen Raum

... durch das Angebot des offenen Zugangs

Im folgenden Abschnitt sind die einzelnen Antworten der Stakeholder zusammengefasst.

Wie sehen Sie die Rolle der Freien Radios in Bezug auf Regionalentwicklung?

Mario Brandmüller sieht die Freien Radios und Medien im Allgemeinen als wesentliche Schlüsselfaktoren *„in der Verbesserung bestehender Angebote oder in der Verbesserung der bestehenden Regionalentwicklung, aber auch in der Unterstützung neuer verbesserter Regionalentwicklung. Und, daher ist das für mich, das Radio Freequenns (...) ein ganz wichtiger Faktor um das Ganze, was gemacht wird, auch nach außen zu transportieren.“* (Anhang A, Zeilen 180-184)

Herbert Wölger meint *„Die Freien Radios sind die regionalen Radios. Alle anderen regionalen Radios gibt's nicht. Also das regionalste Radio der großen Sender, die decken Steiermark und darüber hinaus ab, da kann man nicht wirklich regional arbeiten. D.h. also für Regionalentwicklung und Kommunikation in der Region ist so ein relativ kleiner Radiosender ungemein wichtig.“* (Anhang B, Zeilen 173-176)

Markus Plasencia sieht die Rolle der Freien Radios bezüglich Regionalentwicklung darin *„zu hinterfragen, genau hinzuschauen, ein bisschen die Stimme der Region also zu sein“* (Anhang C, Zeile 190) und andererseits (junge) Menschen auszubilden dies zu tun. Er meint damit, das Freie Radio könnte mit dem journalistischen Hintergrund noch viel genauer hinschauen und berichten wie sich Projekte entwickeln, wie die Umsetzung von Leitbildern voran geht, was wirklich passiert. (vgl. Anhang C, Zeilen 171-191)

Dorothee Steinbauer misst den Freien Radios in der Regionalentwicklung große Bedeutung zu, da sie frei und unabhängig sind und damit schnell auf aktuelle Themen und Bedürfnisse reagieren können. Außerdem zeigen die Freien Radios aufgrund der großen Vielfalt an RadiomacherInnen ein breites Spektrum an Meinungen und Zugängen auf. (vgl. Anhang D, Zeilen 155-164)

Angelika Beer bezeichnet zum einen Kommunikation als Rolle der Freien Radios in der Regionalentwicklung, zum anderen aber auch die Entwicklung von Ideen und die Möglichkeit, offen Dinge ansprechen zu können. Sie ist der Ansicht, dass Freies Radio ganz viel Kommunikation übernimmt, die sonst nicht stattfinden könnte und dies in einer Breite, die über andere Medien nicht möglich ist. Außerdem bezeichnet sie das Freie Radio als Treffpunkt von Menschen, die *„ein bisschen kritischer denken, ein bisschen oftmals mehr Potential irgendwo sehen, die überhaupt Ideen einmal aufmachen und sagen, können wir darüber reden, können wir diskutieren, da wär mal was.“* (Anhang E, Zeilen 199-201)

Georg Mittendrein sieht die Freien Radios als Bestandteil des Netzwerks der Regionalentwicklung und hält für wichtig, dass die Freien Radios (über die Regionalentwicklung hinaus) durch die Möglichkeit der Ausbildung und Selbstgestaltung der Sendungen zur Demokratisierung der Medien- und Dokumentationslandschaft beitragen. (vgl. Anhang F, Zeilen 136-151) Er meint, die *„technischen Entwicklungen haben es ermöglicht, dass Geschichte auch von den Subjekten geschrieben werden kann, also von uns und von jedermann“* (Anhang F, Zeilen 142-144)

Bettina Hellein sieht die Freien Radios *„als eine Entwicklungsplattform sozusagen für die Menschen in der Region und in weiterer Folge auch für die Projekte“* (Anhang G, Zeilen 158-159) Neben der Rolle eines Kommunikationsmediums und der Verbreitung von Informationen empfindet sie die Selbstbefähigung der Menschen als wichtigste Rolle der Freien Radios, da das Freie Radio *„die Menschen ermächtigt, selbst über die Region nachzudenken und sie mitzugestalten.“* (Anhang G, Zeilen 162-163)

Klaus Preining ist der Meinung *„als Region kann man sich glücklich schätzen, wenn man einen eigenen Radiosender hat.“* (Anhang H, Zeile 167-168) Er sieht das Freie Radio als Alternativangebot um über Regionalität zu berichten.

Conny Wernitznig bezeichnet die Bedeutung der Freien Radios für die Regionalentwicklung und die damit verbundenen Möglichkeiten als sehr groß und sieht den Grund dafür in der Unabhängigkeit der Freien Radios. Sie betont: *„Ihr seid nicht ein Gratis-Medium, sondern ein nicht-kommerzielles Medium“* (vgl. Anhang I, Zeile 188-193)

Wilhelm Patri sieht das Freie Radio als *„Einrichtung der Region für die Region“*. (Anhang J, Zeile 144) Die *„regionsadäquate“* Anwendung passiert vor Ort, nicht von außerhalb. (vgl. Anhang J, Zeilen 141-144)

Gerald Warter sieht die Rolle der Freien Radios im Bezirk Kirchdorf als ein *„kreativer Bestandteil im Medienmix“* (Anhang Anhang L, Zeilen 94-95). Aus seiner Sicht ist das Freie Radio Teil der Öffentlichkeitsarbeit mehrerer Initiativen, die personell und inhaltlich stark verbunden sind. Darüber hinausgehend, glaubt er, wird dem Freien Radio weniger Bedeutung zugemessen. (vgl. Anhang L, Zeilen 93-99)

Elisabeth Kumpl-Frommel merkt an, dass im Freien Radio kleine, regionale Themen und Projekte *„eine Bühne finden“*, Themen, die bei großen Sendern kaum Chance auf Aufnahme ins Programm hätten. Bei Freien Radios haben Projekte und RegionalentwicklerInnen die Chance die Bekanntheit zu erhöhen und Kooperationen einzugehen. (vgl. Anhang M, Zeile 157-164)

Helmut Tschautscher findet, dass das Freie Radio tun soll, was es tut: wichtige gesellschaftliche Themen besetzen. (vgl. Anhang N, Zeile 107-111)

Glauben Sie, dass das Freie Radio Möglichkeiten der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

Mario Brandmüller sieht die Vorzüge des Freien Radios in der Möglichkeit, selbst klar und deutlich die eigenen Gedanken zu formulieren und zu kommunizieren. Dies sei anders, als wenn zwischen der Sendung der eigenen Gedanken und den EmpfängerInnen ebenjener, noch eine dritte Partei in Form von JournalistInnen als ÜberträgerInnen dieser Gedanken quasi, geschaltet seien. (vgl. Anhang A, Zeilen 236-240) „[...] *da habe ich mit dem Freien Radio durchaus Möglichkeiten ganz klar zu kommunizieren, ohne irgendwelche Zweifel, in einer Stunde. Ich kann's in einer Minute sagen und es ist ganz klar, was ich sagen wollte. Oder ich kann es sogar auf ein bisschen eine längere Zeitspanne bringen und etwas länger erklären, wie es zu diesem Projekt gekommen ist. Und dort wird klar kommuniziert was ich will. Das ist der große Vorteil.*“ (Anhang A, Zeilen 241-246)

„D.h. *das ist eigentlich ja unser Radio und von der Struktur darf man es ja ruhig so sehen. Und auf das muss man mehr schauen, als wie auf die Radiostation, die irgendwo anders sitzt und hie und da über uns berichtet.*“ [sic] (Anhang B, Zeilen 233-235) Herbert Wölger beschreibt Radio Freequenns äußerst positiv. Seine Herangehensweise und Schlussfolgerung kann im Selbstverständnis ländlicher Freier Radios als entscheidende Auffassung gewertet werden. Zunächst sei das Freie Radio ein „Alleinstellungsmerkmal“ und dieses wie im Anfangszitat ersichtlich sei den Menschen in der Region zu eigen und zu Diensten. Der Faktor Identifikation sei im Falle des kleinen Freien Radios viel stärker als beim überregionalen Radio Antenne Steiermark etwa. Herbert Wölger beschreibt durch das Projekt „Wertschätzung“ des Nationalparks, eine Bewusstseinsbildung zur eigenen Region. Die mit der Wertschätzung des eigenen Lebensraumes einherginge und auch Projekte wie ein Freies Radio für die BürgerInnen der Region miteinbeziehe. (vgl. Anhang B, Zeilen 220-235)

„Das Freie Radio hat die große Chance quasi wie eine Lupe auf die Region zu schauen, ohne derweil gleichzeitig auf etwas Anderes zu verzichten.“ [sic] (Anhang C, Zeilen 222-223) Markus Plasencia sieht ähnlich wie Herbert Wölger das Potential der Verankerung in der Region im Zusammenhang mit Regionalentwicklung. Große Medienhäuser hätten nicht die Möglichkeiten, über kleinere regionale Projekte zu berichten. Regionalentwicklung hieße aber sehr oft, den Fokus auf kleinere Strukturen zu richten. Wenn aber die Region durch das Brennglas betrachtet werden würde, wäre es entscheidend, dennoch den Fokus nicht zu verlieren und eine Ausgeglichenheit in der Berichterstattung zu wahren. (vgl. Anhang C, Zeilen 217-227)

Für Dorothee Steinbauer sind die handelnden Menschen in den Freien Radios der entscheidende Faktor, die entscheidenden Möglichkeiten, die eben nur ein Freies Radio besitzen würde. „[...] *eben aus diesen verschiedensten Kleinregionen Vertreter zu haben, die was zu erzählen haben oder was einzubringen haben oder eben natürlich auch wiederum für ihre Leute Radio machen wollen, die genau dort sitzen und nicht in Liezen. Und das gibt nicht nur eine Vielfalt, sondern das gibt auch einen großen Einblick in individuelles Leben und soziale, kulturelle Bedürfnisse, was auch immer.*“ (Anhang D, Zeilen 200-204)

Angelika Beer beschreibt zunächst die Möglichkeit, ohne Zensurierung Radio zu machen. Dann sei es vor allem die Tatsache, dass via Freies Radio unkompliziert Ideen verbreitet werden könnten. Eine Möglichkeit, die ausschließlich dem Freien Radio zugeschrieben werden könne. (Anhang E, Zeilen 233-247) Zudem ergäbe sich die Option, in einen Austausch von Sender und Empfänger treten zu können: „Aber wirklich über Sendung in einen Dialog zu treten, auch mit den Hörern, das kriegst du nur beim Freien Radio hin.“ (Anhang E, Zeilen 239-240)

Georg Mittendrein sieht sowohl die lokale Verortung, als auch die technischen Möglichkeiten aus der Region hinaus zu kommen vorhanden und je nach Belieben einzusetzen. (vgl. Anhang F, Zeilen 194-197)

Bettina Hellein definiert die möglichen Vorzüge des Freien Radios durch die Werbefreiheit und die Möglichkeit selbst frei gestalten zu können. (vgl. Anhang G, Zeilen 190-193)

Klaus Preining lobt den Faktor Partizipation. Zwar gäbe es Mitgestaltung auch in anderen Prozessen *„Nur hat man die Möglichkeit, dass man über Ton und Sprache praktisch den Mitbürgerinnen und -bürgern etwas näher bringen kann, eigene Meinung, Interessantes, Wissenswertes usw. das kann man da über das FRF oder über Freie Radio in dem Sinne. Printmedien vermitteln - man kann's lesen, aber man keine Emotionen oder so was auch immer übermitteln, das kann nur Radio machen“* (Anhang H, Zeilen 118-222)

Conny Wernitznig antwortet mit einem klaren Ja. *„Ich kenne keine tatsächlich unabhängige Zeitung, ich kenne kein tatsächlich unabhängiges anderes Medium. Das sich wirklich jetzt so ungeschminkt auf Themen konzentrieren kann, das so viele Menschen, so viele Einstellungen, so viele Positionierungen, so viele Erfahrungen durch diese vielfältigen Sendungsmacherinnen und Sendungsmacher positionieren kann.“* (Anhang I, Zeilen 238-242) Diese Tatsachen seien für andere Medien im Lokal und Regionalbereich nicht so einfach umzusetzen. (vgl. Anhang I, Zeilen 238-246)

Wilhelm Patri ergänzt zum Offenen Zugang den Faktor der Vernetzung. Man könne also jederzeit mit einem Ansinnen kommen, *„dann wird's von euch aufgegriffen oder eben weiterentwickelt und vielleicht mit Partnern in Verbindung gebracht, damit man da den Wünschen möglichst gerecht wird und dementsprechend einen Mehrwert für die Region wieder entwickelt“* (Anhang J, Zeilen 185-187)

Gerald Warter beschreibt die regionale und lokale Verortung als Stärke und Schwäche gleichzeitig. Zwar könne man über kleinere Themen und Projekte in der Region berichten, die im überregionalen Rundfunk durch das Raster fallen würden, aber die Wirkmacht sei jedenfalls sehr begrenzt. (vgl. Anhang L, Zeilen 132-140)

„Vielleicht bei so alternativen, bisschen schrägen Themen kann ich mir das schon sehr gut vorstellen, wo irgendwelche Zeitungen sagen „nein, lassen wir das, das ist ja völlig verrückt“ aber den verrückten Sachen soll man ja nachgehen, weil die haben oft einen Kern wo was ganz interessantes, witziges herauskommen kann. Und vielleicht „verrückte“ Leute ein bisschen zusammenbringen kann.“ (Anhang M, Zeilen 192-196)

Elisabeth Kumpul-Frommels Antwort sollte auch unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten mit einem kleinen Augenzwinkern gelesen werden. Allerdings zeigt sich hier eine Extremposition, wie sie vielleicht auch bei Gerald Warter zu finden ist, wenn dieser erklärt, dass das Freie Radio sich mehr der Wirtschaft zuwenden sollte. (vgl. Anhang L, Zeilen 117-119) Wenn Freie Radios als regionale Hotspots für Soziales, Regionalentwicklung und Ideenaustausch funktionieren sollen, dann geht aus dieser aktuellen Studie sicherlich hervor, dass Pluralität ein wesentlicher Faktor ist. Also nicht die Beschränkung auf einzelne Szenen oder Interessensgruppen, sondern die Vielfalt gesellschaftlicher Akteure.

Wen erreicht das Freie Radio, abgesehen von Hörerinnen und Hörern?

„Der Vorteil ist es, dass es auch Projektträgerinnen und Projektträger bzw. viele Verantwortliche trifft. Und dass man die auch sehr gut erreicht, mit diesem Radio.“ [sic] (Anhang A, Zeilen 277-280) *„Und ich glaube, dass das eine Art Spinnennetz ist. Das in der Mitte der Hörer ist. Er hat viele Fäden und sagt, ich bringe das, was ich jetzt gerade erfahren habe sofort weiter an meine Institutionen, von denen ich glaube, dass die das Angebot nutzen könnten.“* [sic] (Anhang A, Zeilen 285-288) Mario Brandmüller beschreibt hier eine Art Multiplikator, den das Radio offenbar auch außerhalb des Hörerkreises nutzbar machen kann. Diese Art Multiplikator würde dafür sorgen, dass Ideen und Information, die über das Radio gestreut werden eine Verbreitung bis zu den Nicht-HörerInnen finden würden. (vgl. Anhang A, Zeilen 285-289)

Herbert Wölger beantwortet diese Frage völlig entgegen der Antwort Brandmüllers. Es würden nur in Ausnahmefällen Menschen außerhalb der Hörschaft erreicht werden. (vgl. Anhang B, Zeilen 245-246) *„Jetzt am 1. Mai und 30. April beim Radio-Jazztag, die werden halt ein paar Leute erreicht, die jetzt nicht Radiohören, sondern ins Konzert gehen, aber die wahrscheinlich eh fleißige Radiohörer sind. Aber ansonsten, glaube ich, ist, wird es keine große Bevölkerungsgruppe geben, die außerhalb von diesen wenigen Aktionen und als Radiohörer selbst also dann irgendwo angesprochen werden.“*

Markus Plasencia führt bei seiner Antwort die anderen Medien ins Hintertreffen. „Konkurrenzierende Medien“, wie er sie beschreibt. Für diese wäre es interessant, die möglichen neuen Formate der Freien Medien zu studieren, um zu eruieren, welche funktionierten und welche nicht. Denn für die kommerziellen Anbieter gäbe es nicht die Möglichkeit, einfach neue Formate oder Ideen auszuprobieren. (vgl. Anhang C, Zeilen 252-260) *„[...] und das finde ich spannend beim Freien Radio, das ist bis zu einem gewissen Grad ein bisschen eine Laborsituation, ein Experimentierfeld für gewisse Dinge.“* (Anhang C, Zeilen 261-262)

Dorothee Steinbauer kann zu dieser Frage nur die Veranstaltungen der Freien Radios vorschlagen, wo Menschen abgesehen von HörerInnen erreicht werden könnten. (vgl. Anhang D, Zeilen 221-223)

Angelika Beer beschreibt, was Mario Brandmüller angeführt hat, mit einem Beispiel. *„Ja, letzten Endes die, die wo Hörerinnen und Hörer mit Verwandten, mit Freunden, mit, mit Bekannten darüber sprechen, ja, also die Hörer sind das eine, und das darüber hinaus sind die Leute, die über Sendungen reden oder über Inhalte der Sendungen reden.“* [sic] (Anhang E, Zeilen 271-274) Hier gäbe es auch die Schwierigkeit nachzuweisen, wie weit diese Kreise an Informationsübertragung gehen würden. Wer mit wem über Inhalte sprechen würde. Es sei schon schwierig genug, nachzuweisen wie viele HörerInnen tatsächlich erreicht wurden, wie weit aber Inhalte transportiert werden würden, wäre noch schwieriger nachzubilden. Angelika Beer sieht aber aufgrund des Diskussionspotenzials einzelner Beiträge die Möglichkeit, dass diese weit über den HörerInnenkreis hinaus Verbreitung fänden. Sie geht sogar so weit zu mutmaßen, dass die Zahl derer, die erreicht werden mit einem Thema wesentlich höher als die tatsächliche Hörerzahl sei. (vgl. Anhang E, Zeilen 276-280)

Georg Mittendrein sieht hier vor allem Menschen, deren Meinung und Ideen in den klassischen Medienprodukten nicht repräsentiert werden würden, als mögliche Adressaten. Man müsse nicht Hörerin oder Hörer sein, um über ein Freies Medium informiert zu sein und dieses vielleicht sogar zu nutzen. Vor allem dann, wenn etwas als wichtig erscheint und in den anderen Medien nicht Verbreitung fände. (vgl. Anhang F, Zeilen 202-217)

Bettina Hellein nennt ebenfalls Menschen, die Veranstaltungen des Freien Radios besuchen würden als Menschen, die erreicht werden würden. (vgl. Anhang G, Zeilen 227-230)

Klaus Preining nennt die ProduzentInnen selbst: *„Die Gestalterinnen und Gestalter selbst, also die das Radio selbst machen. Dass man die einmal erreicht, begeistert.“* (Anhang H, Zeilen 259-260) Und weiters die Politik oder bestimmte Gruppen. (vgl. Anhang H, Zeilen 261-265) Vermutlich meint Preining hier den Zusammenhang zwischen Sendungsgestaltung und AdressatInnen der Sendung. Einer Sendung über Regionalentwicklung findet womöglich eher Verbreitung bei RegionalentwicklerInnen als bei einer anderen Gruppe.

„Aber eher so, so wirkliche Querdenker, zukunftsorientierte Organisationen, Einrichtungen, ein bisschen alternative Einrichtungen, in diesem Bereich gibt's auch über Sendungen hinaus Interesse.“ [sic] (Anhang I, Zeilen 272-274) Conny Wernitznig spricht zunächst von „Bewusstseinsbildnern“ aus dem „alternativen“ Bereich, wobei ihr das Wort „alternativ“ als nicht wirklich adäquat erscheint. (vgl. Anhang I, Zeilen 268-

269) „[...] aber sagen wir mal, Querdenker, Organisationen, die sich mit Zukunftsentwicklung beschäftigen.“ (Anhang I, Zeilen 268-269)

Wilhelm Patri erklärt mit etwas Humor, dass die HörerInnen gleichzeitig die Bewohner der Region wären und diese vom Medium erreicht werden würden, weil es authentisch und als zur Region gehörend eingestuft werden würde. *„Ich glaube, dass das FRF nicht nur die Ohren, sondern auch den Bauch erreicht, ja. Als authentisches Medium der Region.“* (Anhang J, Zeilen 203-205)

„Im Wesentlichen glaube ich, wenn es aktiv genutzt wird, das Umfeld der jeweiligen Projekte/Initiativen. Wenn ich jetzt mal etwas überspitzt formuliere: Der Oma-Effekt. Du, Oma wir sind im Radio, da kannst du dir das anhören. Und macht auch das Umfeld noch stolz oder wertet die Veranstaltung auf.“ (Anhang L, Zeilen 171-174) Gerald Warter beschreibt hier sehr bildlich und nachvollziehbar an zwei Beispielen, wie und wo Menschen zum Freien Radio finden können und wer außerhalb des StammhörerInnenkreises alles erreicht werden kann.

Elisabeth Kuml-Frommel veranschaulicht den Kreis möglicher Menschen, die erreicht werden, unabhängig ob sie HörerInnen sind, am eigenen Beispiel: *„Also, ich denke das Radio mit. Mich erreicht es, obwohl ich keine Hörerin bin. Und ich glaube auch, dass es immer wieder Personen schon auch erreicht, die das mit einer gewissen Gruppe auch verbindet oder so. Ich finde das Logo, das ist doch schon sehr in den Köpfen drin.“* (Anhang M, Zeilen 209-212)

Sabrina Leitner nennt wie andere StakeholderInnen Veranstaltungen, aber nicht nur die, die das Freie Radio selbst veranstaltet, sondern auch jene, wo es eine Präsenz der Freien Radios gäbe. Etwa bei Berichterstattung oder Interviews. (vgl. Anhang H, Zeilen 101-103)

6.2. Der Beitrag der Freien Radios zur Regionalentwicklung aus Sicht der Online-Umfrage-TeilnehmerInnen

Zur Beurteilung, wie groß der Beitrag von unterschiedlichen Medien zur Entwicklung der Region, in der die Umfrage-TeilnehmerInnen leben, ist, wurde um eine Bewertung nach „sehr groß“, „groß“, „gering“ und „gar kein Beitrag“ gebeten. In der Auswertung wurden die Kategorien gewichtet und je Medium ein gewichteter Mittelwert errechnet anhand dessen die Medien gereiht wurden. Tabelle 2 gibt einen Überblick über die Anzahl der Nennungen je Medium und Kategorie sowie den gewichteten Mittelwert. Die Medien wurden für die Tabelle ausgehend vom höchsten gewichteten Mittelwert gereiht.

292 Personen haben diese Frage beantwortet, 32 (9,88%) haben diese Frage übersprungen. Als Medien mit dem größten Beitrag zur regionalen Entwicklung wurden regionale Zeitungen, dicht gefolgt vom Internet, bewertet. Danach folgten soziale Medien und Freie Radios sowie öffentliches Fernsehen und Tageszeitungen. Weniger großer Beitrag (gewichteter Mittelwert kleiner als 2,5) wird den öffentlichen Radios, privatem Fernsehen, privatem Radio und Freiem Fernsehen zugeschrieben.

Tabelle 2 Reihung der Medien aus Sicht der TeilnehmerInnen anhand eines gewichteten Mittelwerts nach dem größten Beitrag zur Entwicklung in einer Region (Quelle: eigene Darstellung)

	Sehr groß	Groß	Gering	Gar kein Beitrag	Gewichteter Mittelwert
regionale Zeitungen (z.B.: Tips, Bezirksrundschau,...)	82	156	48	3	3,10
Internet	91	128	54	8	3,07
Soziale Medien	75	127	76	4	2,97
Freie Radios	61	126	88	11	2,83
Öffentliches Fernsehen (z.B.: ORF1, etc.)	35	89	137	27	2,46
Tageszeitungen	25	95	140	20	2,45
Öffentliche Radios (z.B.: Ö1, Ö3, ...)	26	81	138	42	2,32
Privates Fernsehen (z.B.: Regionalsender,...)	14	92	133	34	2,32
Private Radios (z.B.: Life Radio,...)	17	81	154	30	2,30
Freies Fernsehen (z.B.: dorfTV,...)	25	70	124	52	2,25

Analysiert man die Antworten aus Sicht der TeilnehmerInnen aus den untersuchten Sendegebieten, so ergibt sich, dass die TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet des FRF nach den regionalen Zeitungen, den Freien Radios den größten Beitrag an der regionalen Entwicklung zuschreiben. Die Umfrage-TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet des Freien Radios B138 sehen hingegen das Internet als einen größeren Beitrag leistend als die regionalen Zeitungen, die an 2. Stelle rangieren, gefolgt von sozialen Medien. Die TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet von freequenns bewerten den Beitrag der unterschiedlichen Medien zur regionalen Entwicklung ähnlich dem allgemeinen Ergebnis: großen Beitrag leisten die regionalen Zeitungen, gefolgt von Internet und sozialen Medien. Die Freien Radios rangieren bei den TeilnehmerInnen aus den Sendegebieten von freequenns und B138 auf Platz 4. Tabelle 3 zeigt die Ergebnisse der Bewertung je Untersuchungsregion, lila markiert sind jene Medien, die in den Regionen (nach gewichtetem Mittelwert) mit „großen Beitrag leistend“ bewertet wurden.

Tabelle 3 Bewertungen unterschiedlicher Medien bezüglich ihres Beitrags zur Entwicklung der Region (Quelle: eigene Darstellung)

B138		freequenns		FRF	
Internet	3,14	regionale Zeitungen (z.B.: Tips, Bezirksrundschau,...)	3,29	regionale Zeitungen (z.B.: Tips, Bezirksrundschau,...)	3,24
regionale Zeitungen (z.B.: Tips, Bezirksrundschau,...)	3,10	Internet	3,13	Freie Radios	3,04
Soziale Medien	3,01	Soziale Medien	3,04	Internet	2,98
Freie Radios	2,79	Freie Radios	2,83	Soziale Medien	2,86
Tageszeitungen	2,43	Öffentliches Fernsehen (z.B.: ORF1, etc.)	2,64	Tageszeitungen	2,62
Öffentliches Fernsehen (z.B.: ORF1, etc.)	2,42	Privates Fernsehen (z.B.: Regionalsender,...)	2,59	Öffentliches Fernsehen (z.B.: ORF1, etc.)	2,47
Private Radios (z.B.: Life Radio,...)	2,36	Tageszeitungen	2,56	Freies Fernsehen (z.B.: dorfTV,...)	2,45
Privates Fernsehen (z.B.: Regionalsender..)	2,23	Private Radios (z.B.: Life Radio,...)	2,39	Öffentliche Radios (z.B.: Ö1, Ö3, ...)	2,43
Öffentliche Radios (z.B.: Ö1, Ö3, ...)	2,19	Öffentliche Radios (z.B.: Ö1, Ö3, ...)	2,35	Private Radios (z.B.: Life Radio,...)	2,39
Freies Fernsehen (z.B.: dorfTV,...)	2,00	Freies Fernsehen (z.B.: dorfTV,...)	2,09	Privates Fernsehen (z.B.: Regionalsender,...)	2,39

Inwiefern leisten Freie Radios (insbesondere Freie Radios im ländlichen Raum) einen Beitrag zur regionalen Entwicklung in Ihrer Region?

219 Personen haben diese Frage beantwortet, 105 Personen (32,41%) gaben hier keine Antwort an.

Die 219 Antworten wurden zusammengefasst und in der folgenden Tabelle 4 wiedergegeben. 79 Personen nannten Information und Themenaufbereitung als Beitrag zur regionalen Entwicklung durch die Freien Radios, 37 Mal wurde der Aspekt der Regionalität genannt, damit sind die Verbreitung regionaler Themen und Informationen über Personen und Initiativen aus der Region gemeint, aber ebenso, dass über die Freien Radios ein Beitrag zur regionalen Identität entstehe und eine Auseinandersetzung mit der Region stattfinde. 34 Mal nannten die Umfrage-TeilnehmerInnen Vernetzung als Antwort; dass die Freien Radios ein Ort der Begegnung seien und einen sozialen Raum darstellen. 30 Mal wurde der Aspekt der Meinungsvielfalt & Partizipation genannt: hierzu zählen die Umfrage-TeilnehmerInnen Bewusstseinsarbeit f. Randthemen und die Öffentlichmachung von Themen abseits des sogenannten Mainstreams, aber auch gesellschaftliches Engagement und die Tatsache, dass Minderheiten zu Wort kommen und Meinungsvielfalt aufgezeigt wird. 23 Mal wurden Antworten der Kategorie Offener Zugang zugeordnet, in dieser Kategorie wurde die Tatsache genannt, dass jedeR eine Sendung machen kann und damit die Möglichkeit mitzuwirken und mitzugestalten erhält. 19 Personen sehen in der Funktion als Projekt- oder Medienpartner den Beitrag Freier Radios zur regionalen Entwicklung. 12 Mal wurde angegeben, dass keine Aussage getroffen werden kann oder Unsicherheit herrsche, ob die jeweilige Person dies beurteilen könne. 11 Personen sahen den Beitrag Freier Radios zur regionalen Entwicklung in Form von Entwicklung, Unterstützung, Umsetzung von Ideen, Kreativität wurde genannt und auch der Name, der für die Kategorie gewählt wurde: Ideenschmiede. 10 Personen gaben Veranstaltungen an, wobei hierbei die Veranstaltungen und Aktionen der Freien Radios selbst genannt wurden, aber auch die Information über

Initiativen und Veranstaltungen sowie die Präsenz und Übertragung von Aktivitäten und Festen. 7 Mal wurde die Vermittlung von Kompetenzen, insbesondere der Medienkompetenz sowie die Möglichkeiten zur Aus- und Weiterbildung durch die Freien Radios, als deren Beitrag zur regionalen Entwicklung genannt. 4 Personen gaben an, dass ihrer Meinung nach Freie Radios wenig Beitrag zur Entwicklung ihrer Region leisten. 2 Mal wurde auf die Beobachtung hingewiesen, dass dort, wo Freie Radios stationiert sind, Wahlen tendenziell eher links ausfielen und eine mögliche Begründung für diesen Zusammenhang die offene und freundliche Perspektive sei.

Tabelle 4 Kategorisierte Antworten auf die Frage inwiefern Freie Radios einen Beitrag zur Entwicklung ihrer Region beitragen.

Antwortkategorie	Anzahl Nennungen
Information, Themenaufbereitung	79
Regionalität im Vordergrund	37
Vernetzung, Ort der Begegnung, sozialer Raum	34
Meinungsvielfalt	30
Offener Zugang	23
Als Medien- und Projektpartner	19
Keine Aussage	12
Ideenschmiede	11
Veranstaltungen	10
Aus- und Weiterbildung, Erhöhung Medienkompetenz	7
Wenig Beitrag	4
Zusammenhang FR-Empfang und Wahlverhalten (offene Perspektive FR führt zu Stimmabgabe für links/grün)	2

7. Welche Maßnahmen sind geeignet um ländliche Radios als aktive Mitgestalter ihrer Region zu positionieren?

7.1. Möglichkeiten zur weiteren Mitgestaltung der Freien Radios in den jeweiligen Regionen aus Sicht der interviewten Stakeholder

Es zeigt sich in der Befragung eine unterschiedliche Kooperationsbereitschaft zwischen den regionalen MedienproduzentInnen und AkteurInnen der Regionalentwicklung. Themen die aber eher unterrepräsentiert sind, sind laut den Stakeholdern folgende:

- ... Jugend im ländlichen Raum
- ... kleinere Projekte der Regionalentwicklung
- ... Blick von der Region auf globale Themen und umgekehrt
- ... Konfliktthemen
- ... Glaubens und Sinnfragen

Aktiv werden sollen Produzentinnen und Produzenten in Freien Radios bei:

- ... der Eigenrecherche im Prozess der Themenfindung für die Region
- ... regionale Themen mit globalen Kontexten verbinden
- ... durch Außenstudios die Möglichkeit erhöhen Menschen zum Radiomachen zu bringen
- ... Kooperation mit Vereinen forcieren
- ... Vereinsarbeit und Ehrenamt als wichtige Triebfedern im ländlichen Raum in ihrer Arbeit unterstützen
- ... Kooperationspartner in der Wirtschaft suchen

Im folgenden Abschnitt werden die Fragen wieder im Detail erörtert.

Gibt es Ihrer Meinung nach Themen, die in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden?

Mario Brandmüller ist mit der Berichterstattung in den regionale Medien mehr als zufrieden. „Also bei uns im Bezirk Liezen, muss ich ganz ehrlich sagen, wir haben eine ganz tolle Kooperation mit Radio Freequenns, wo es nirgends ankommt, irgendwelche Themen jetzt zu beschränken, zu sagen: na, du darfst jetzt nur über das reden oder über das.“ (Anhang A, Zeile 86-88) Die positive Rolle des Freien Radios ist seiner Ausführung nach aber kein Alleinstellungsmerkmal. Bei Fernsehen und Print gäbe es auch keine Beschneidungen in der thematischen Vielfalt. (vgl. Anhang A, Zeile 88-89) Um die thematische Bandbreite noch einmal zu verdeutlichen benennt Brandmüller die Themen: „Wir sprechen über alle Themen, das ist das Jugendthema, das uns alle brennend interessiert. Die demographische Entwicklung, Standortentwicklung, Mobilität, über den sozialen Bereich, über die Verkehr, Verkehrsinfrastruktur, ähm, wir sprechen alles an und wir sind auch für alles da.“ (Anhang A, Zeile 91-95)

Konträr zu Brandmüllers Statement beschreibt Herbert Wölger die Situation: „Grundsätzlich ist das so, dass viele Themen zu wenig vorkommen, weil entweder der kommerzielle, ja grundsätzlich, ja

wahrscheinlich, der kommerzielle Druck dazu führt, dass man zu wenig journalistisch leisten kann und zu wenig Inhalte“ [sic] (Anhang B, Zeilen 100-102) Dafür macht er die derzeitige Situation, insbesondere die Generierung von Finanzmittel im klassischen Printjournalismus verantwortlich: „Wenn man leben muss von diesem Journalismus, dann braucht man einen Arbeitgeber, der einen ausreichend bezahlt. Und das ist von meinem Gefühl her, immer schlechter werdend diese Situation, man sieht’s, es werden immer weniger redaktionelle, wirklich redaktionelle Artikel in den Zeitungen zu finden sein und alles was unter Anführungszeichen Werbung oder Presseinformationen usw. läuft, das nimmt immer größeren, einen größeren Platz ein, was der Qualität halt nicht recht zuträglich ist.“ (Anhang B, Zeilen 108-114) Die Position der Freien Medien in diesem Zusammenhang sieht er positiver, da es Menschen gäbe, die ehrenamtlich und kostenlos über Themen berichten würden und generell kein kommerzieller Druck die Berichterstattung tangiere. (vgl. Anhang B, Zeilen 100-114)

Markus Plasencia definiert in dieser Frage das Thema Jugend als Leerstelle der Medienberichterstattung im regionalen Raum. Allerdings unter der Prämisse über Jugendliche und deren vermeintliche Themen nicht nur zu berichten, sondern sie aktiv einzubinden. „Jugend gehört auch eingebunden, also nicht nur befragt, sondern wirklich im Sinne von Beteiligung, und auch zu zeigen, dass Jugendliche mehr drauf haben [...]“ (Anhang C, Zeilen 96-97) Plasencia beschreibt hier einen medienpädagogischen Zugang, den die Freien Medien in ihren Statuten¹⁴ unter *Offenen Zugang* und *Partizipation* festgelegt haben. Seine Forderung nach Teilnahme in der Medienproduktion wird derzeit, nur in den Freien Medien entsprochen. Erhebungen der Freien Radios zeigen aber bei den SendungsmacherInnen eine deutliche Beteiligung Jugendlicher. Weiter möchte Plasencia die Rolle kleinerer Initiativen in der Regionalentwicklung gestärkt sehen: „Regionalentwicklung heißt nicht nur große Leuchtturmprojekte, sondern Regionalentwicklung heißt eigentlich, dass eine breite Masse Entwicklung mitträgt und selber dazu was beiträgt.“ (Anhang C, Zeilen 107-109) Die Berichterstattung darüber scheiterte an fehlenden Marketingbudgets und Interesse seitens der Medien. (vgl. Anhang C, Zeilen 101-108)

Dorothee Steinbauer sieht sich in dieser Frage mit aktuellen Entwicklungen konfrontiert. „Und ich habe in letzter Zeit, und nicht nur seit diesen großen Kürzungen, einfach das Bedürfnis, viele Dinge zusammen zu schauen, sprich Soziales, Kulturelles, auch natürlich jetzt das Asylanten-/Flüchtlingsproblem, was nicht nur unter dem Aspekt der Überschwemmung und die nehmen uns was weg, zu sehen ist, sondern das ist unterm menschlichen Aspekt zu sehen.“ [sic] (Anhang D, Zeilen 84-89) Bezüglich dieser von ihr beschriebenen Widrigkeiten sieht sie *Kultur* als möglichen Lösungsfaktor. „Es kann, da könnte Kultur eine ganz große Rolle spielen um verbindende Elemente und trennende Elemente aufzuspüren und über diese zu kommunizieren und zusammenzufinden.“ (Anhang D, Zeile 89-91) Die Definition von *Kultur* oder die spezifische Lesart von Kultur in diesem Zusammenhang wird von Frau Steinbauer nicht gemacht, jedoch die Rolle dieses noch nicht definierten Faktors festgelegt.

Angelika Beer bezieht diese Frage nur auf das Freie Radio (Freequenns). Die kritische Auseinandersetzung sei ihr nicht durchgehend nachzuvollziehen, sie beschreibt, dass ihr Zusammenhänge zu Problemstellungen fehlen würden. „Ja, ja. Ja, also wie gesagt, alles ist nur sehr punktuell. Ja, es ist keine Fortsetzung von irgendwas, wo ich sage, okay, da gibt es eine kritische Auseinandersetzung und eine differenziertere Auseinandersetzung. Das fehlt mir oft. Also, das sind dann halt Schlagzeilen wie okay die Sozialhilfverbandskosten explodieren wieder, ja, aber so das, was tut ein Sozialhilfverband, wie läuft Finanzierung, wie kommen Kosten zustande, wer profitiert von Ausgaben im Sozialbereich, ja wer, wer, was hat das für einen gesellschaftlichen Effekt. Das kommt mir einfach zu kurz. Es ist immer nur so eine

¹⁴ <http://www.freie-radios.at/charta.html> (Stand 23.1.2016)

Schlagzeile und dann ebbs das ab. Und insofern würde ich mir wünschen, dass da mehr Auseinandersetzung passiert, ja.“ [sic] (Anhang E, Zeilen 85-94)

„[...] und ich finde auch so ein Blick auf die globalen Entwicklungen oder auch nationalen Entwicklungen wär in den lokalen Medien ganz spannend.“ (Anhang G, Zeilen 79-80) Bettina Hellein aus dem Bezirk Freistadt sieht die Frage nach unterrepräsentierten Themen gleich wie Gerald Warter aus dem Bezirk Kirchdorf an der Krems. „Also man blickt meiner Meinung nach fallweise zu wenig über den Tellerrand hinaus und zeigt die Wechselwirkungen zwischen verschiedenen globalen Entwicklungen und den regionalen Effekten ein bisschen zu wenig.“ (Anhang L, Zeilen 51-53)

Klaus Preining beschreibt die Zusammenarbeit mit den Medienpartnern in der Region auch in diesem Zusammenhang als fruchtbar. (vgl. Anhang H, Zeilen 73-83) Er macht aber auf einen für ländliche Regionen wichtigen Punkt aufmerksam: *„[...] ich glaube, die Medien sind sehr wohl bereit, dass sie über diverse Themen berichten, aber sie müssen natürlich auch bedient werden. Ich meine, wir sind da in der ländlichen Region, die Büros bei uns sind nicht so, also die Medienbüros sind nicht so riesig, dass da 5 Redakteure drinhocken und und und.“ [sic] (Anhang H, Zeilen 75-79)* Als Strategie trotz kleinerer Strukturen der Medienproduzenten in den Publikationen Aufmerksamkeit zu bekommen nennt Preining die aktive Arbeit von Vereinen und Organisationen die ihrerseits Informationen teilen sollten. (vgl. Anhang H, Zeilen 79-83)

Conny Wernitznig spricht aus ihrer Erfahrung als Regionalentwicklerin als auch als Journalistin. Generell sei Regionalentwicklung medial unterrepräsentiert und wenn sie stattfindet rein *„[...] projektbezogen, situationsbezogen, aktivitätsbezogen.“ (Anhang I, Zeile 128)* Allgemeine Berichterstattung zum Thema Regionalentwicklung und die damit verbundene mögliche Identitätsstiftung, sowie der Nutzen dieser Bestrebung im Allgemeinen blieben unterrepräsentiert. (Anhang I, Zeilen 128-136) Weiters würden Bildungsthemen und Konfliktthemen zu kurz kommen. Frau Wernitznig weist diesbezüglich auf die Struktur von ländlichen Print-Medien hin, die großteils aus dem Sektor Gratis-Medien kommen würden. *„Und da weiß ich natürlich selbst, dass es gar nicht so leicht ist, dass man Konfliktthemen aufnimmt, aber das wäre manchmal spannend, weil wir sind ja nicht eine eitel-Wonne-Region, es gibt ja viele Themen, die unter den Nägeln brennen [...] (Anhang I, Zeilen 136-139) [...] „das ist z.B. etwas wo ich beim FRF immer das Gefühl habe, dass ihr das anders angeht.“ (Anhang I, Zeilen 141-142)* Wernitznig äußert an manchen journalistischen Praktiken des Freien Radios, wie das unbearbeitete Senden von Pressekonferenzen, Kritik, zeigt aber auch auf, wie Freie Medien unterrepräsentierte Themen, oder die zuvor als Konfliktthemen benannten Themen informativ aufarbeiten: *„wenn ihr jetzt im Studio Sendungen machts und wenn ihr mit den vielen Akteurinnen und Akteuren der Region Beiträge gestaltet und die Leute anstiftets, ihre Themen auch zu bringen, dann leistet ihr auf allen Bereichen, auch in Konfliktthemen einen großen Beitrag, der sich schon unterscheidet von anderen Medien.“ [sic] (Anhang I, Zeilen 144-148)*

Wilhelm Patri verdeutlicht in seinem Statement Diskrepanzen zwischen Projekten der Regionalentwicklung und Medienberichterstattung bezüglich der Laufzeit des Projektes und der damit verbundenen Wirkungsweise. *„Regionalentwicklung ist kein Aktionsgeschäft. Da sind Erfolge nicht von jetzt auf dann messbar, das braucht Zeit. Das ist für die Medien oft natürlich nicht so einfach, weil die Medien oft in kurzen Zeitabschnitten oder in Sequenzen denken müssen und auch dementsprechend ihre Aktivitäten setzen.“ (Anhang J, Zeilen 92-95)* Gleichzeitig sei die Rolle der Medien aber *„[...] als Unterstützer, [...] als Motivator und als Multiplikator [...]“ (Anhang J, Zeilen 98-99)* zu sehen.

Helmut Tschautscher, Diakon im Ruhestand, sieht kirchliche Themen unterrepräsentiert. *„[...] vielleicht mit gutem Grund oder vielleicht, ich weiß es nicht. Das ist mein Eindruck, von mir aus wo es um Glaubensfragen oder Sinnfragen geht, was den Menschen auch wirklich nützt.“ (Anhang N, 65-68)*

Wie könnte ein Freies Radio die Region (noch) mitgestalten?

Mario Brandmüller sieht sich als Regionalentwickler, nicht zwangsweise als Marketingexperte. Die regionsgestalterischen Möglichkeiten eines Freien Radios verortet er aber in der Expertise Werbung und Produktvermarktung betreffend. *„Ich traue mich zu behaupten, jeder der bei der Presse arbeitet, jeder der bei einer Zeitung, beim Radio Freequenns, beim Ennstalfernsehen, wie auch immer die ganzen Stationen auch alle heißen. Ihr wisst genau was ihr tut und ihr seid Experten in dem was ihr tut.“* (Anhang A, Zeilen 216-219) Brandmüller folgert für die Zukunft auch vermehrt auf regionales Know-How zurückzugreifen wenn es darum geht „Produkte“ zu „vermarkten“.

Herbert Wölger wünscht sich mehr Außenarbeit, mehr Vernetzungsarbeit, mehr Up-To-Date-Sein. (vgl. Anhang B, Zeilen 209-212) Aktualität und ein breites Feld an InformantInnen, scheinen ihm sehr erstrebenswert, um die Region mitzugestalten.

„Eine Idee, die mir jetzt spontan käme, wäre wahrscheinlich von sich aus Recherche in der Region zu betreiben und auf den Zahn zu fühlen bei den Menschen, die nicht von selbst zu einem kommen oder einem Feedback geben, was sie hören. Und wirklich in die Region reinzugehen und zu sagen, das ist berichtenswert und über das traut sich sonst niemand berichten.“ (Anhang D, Zeilen 187-191) Dorothee Steinbauers Ansatz hieße, mehr redaktionelle Arbeiten in den Kernteams der Freien Radios anzugehen und in dieser redaktionellen Arbeit explizit regionale Themen zu bearbeiten. Dabei wird aber weniger ein BürgerInnenradio mit Partizipation forciert als ein klassisches Medienkonzept mit Journalismus, der in einer Redaktion generiert wird.

Georg Mittendrein lobt die Menschen des Freien Radios Freistadt und ihr Schaffen. Er führt das Beispiel der Stadtzeitung FALTER an, um zu zeigen, dass sich ein einst unbedeutendes, linksalternatives, regional begrenztes Medium zu einer überregionalen, ernst zu nehmenden Publikation entwickeln könne. Das Freie Radio könne von sich aus schauen, ob es Themen zur Verfügung habe, die weltpolitisch relevant wären, oder zumindest über die eigenen regionalen Grenzen hinausgingen. (vgl. Anhang F, Zeilen 171-185)

Auch Bettina Hellein sieht die Rolle eines Freien Radios in der Regionalgestaltung als aktiv besetzt: *„Menschen stärken und vor den Vorhang holen, Projekte stärken und vor den Vorhang holen.“* (Anhang G, Zeilen 186-187)

Klaus Preining führt als wichtigen Punkt so genannte „Radionester“ an. Radionester sind kleine Knotenpunkte mit technischer Infrastruktur, an denen Radioproduktion möglich ist. Der Begriff wird als Spezifikum im Salzkammergut verwendet. Mobiles Außenstudio entspricht dem Begriff „Radionest“. *„Also ich glaube schon, dass das eine wunderbare Geschichte ist, wenn man sich nicht nur auf ein Studio konzentriert.“* (Anhang H, Zeilen 198-199) Für das Ehrenamt seien schließlich Zeit und Distanz zwei wichtige Faktoren. *„Also wenn man sich schon engagiert, dann sollte man es den Leuten schon so unkompliziert wie möglich und so zeitschonend wie möglich anbieten.“* (Anhang H, Zeilen 201-202) Diese Möglichkeit würden folglich Radionester als dezentrale Produktionsstätten bieten, um die teilweise weiten Strecken in ländlichen Regionen zu umgehen. (vgl. Anhang H, Zeilen 197-210)

Conny Wernitznig spricht über das 2016 geplante Projekt, das Freie Radio aktiv in die Arbeit des regionalen LEADER-Teams einzubinden. *„Also ihr habt's ja, ihr wollts ja künftig jede Woche eine Sendung zur Region machen, zum Mühlviertler Kernland, zu der Region, in der ich arbeite und in der ich lebe. Eine Teilregion des Bezirkes Freistadt, neben der Mühlviertler Alm. Und ich glaube, da wird's jetzt noch sichtbarer und noch spürbarer wenn da wöchentlich wirklich Beiträge von Projekten, Menschen,*

Unternehmen, Veranstaltungen aus der Region kommen, so gezielt und fokussiert welche Rolle ihr spielt.“ [sic] (Anhang I, Zeilen 224-229) Hier zeigt sich am Beispiel, wie regionale Mitgestaltung eines Freien Radios aussehen kann. Informieren, berichten, vernetzen, archivieren, dies kann alles mit der Arbeit eines Freien Radios passieren.

Bei Wilhelm Patris Statement zur Mitgestaltung der Region spielen Vereine eine wesentliche Rolle. Am Land sind sie Knotenpunkte des gesellschaftlichen Lebens und häufig Triebfedern für Projekte verschiedenster Natur. Regionalentwicklung passiere seitens des Freien Mediums bereits, solle aber weiterhin ausgebaut werden. (vgl. Anhang J, Zeilen 167-173) *„Nämlich im Sinne der Unterstützung der Vereine und Verbände, dass die ihre Erfolge, ihre Aufgabenstellungen, ihre Probleme über dieses Medium transportieren können und damit auch weitere Unterstützung erfahren.“* (Anhang J, Zeilen 168-173) Patri schlussfolgert, dass sich die vorgeschlagene Forcierung der Einbindung von Vereinen positiv auf die ehrenamtliche Arbeit und Unterstützung sowohl bei den Vereinen als auch beim Freien Medium positiv auswirken würde. (vgl. Anhang J, Zeilen 168-173)

Gerald Warter beantwortet diese Frage indem er zunächst das nicht-kommerzielle Arbeiten der Freien Radios hinterfragt. (vgl. Anhang L, Zeilen 115-117) *„Trotzdem, glaube ich, dass ein Stück weit mehr Kontakt in Richtung Wirtschaft im weiteren Sinne, durchaus kein Fehler wäre, formulieren wir es einmal so.“* (Anhang L, Zeilen 117-119) Die Arbeit des Freien Radios sei bis auf Lehrlingsprojekte noch nicht in der Wahrnehmung bei den Betrieben angekommen. (vgl. Anhang L, Zeilen 119-121)

Elisabeth Kumpl-Frommel sieht die Möglichkeiten, die Region mitzugestalten vor allem im Bereich Vernetzung und Dokumentation. Das Freie Radio solle aktiver werden wichtige Veranstaltungen aufzunehmen und diese im Radio zu spielen. (vgl. Anhang M, Zeilen 182-186)

Helmut Tschautscher sucht nach möglichen Leerstellen im spirituell-religiösen Bereich des Lebens. Der Diakon im Ruhestand weiß aus seiner aktiven Arbeit und als Kenner der Kirchenlandschaft im Bezirk Kirchdorf an der Krems über die Bedürfnisse Gläubiger Bescheid. *„Mir fällt dazu ein jetzt das Bibel TV oder solche stark religiösen Sender. Womit ich eigentlich ein Problem habe. Aber ich sehe immer wieder ja es gibt etliche Leute die genau nach so etwas suchen. Möglicherweise wäre da auch, ja könnte ich mir gut vorstellen, dass da ein Publikum ist das dankbar wäre, wenn da auch was käme.“* [sic] (Anhang N, Zeilen 126-130)

„Ihr macht schon ziemlich viel. Neben Berichterstattung, dass man selber Radiomoderator werden kann. Es verbindet auch Leute. Im Radio trifft man Leute die man noch nicht gekannt hat. Man wird „connected“ wenn man das so sagen darf.“ (Anhang O, Zeilen 85-87) Sabrina Leitner beschreibt die Situation im Freien Radio B138 zwar kurz und bündig, allerdings mit drei wichtigen Funktionen Freier Radioarbeit: Information in Form von „Berichterstattung“, Partizipation und Medienpädagogik mit der Möglichkeit „Radiomoderator“ zu sein und das Radio als Treffpunkt und Ort des Austausches.

7.2. Ideen der Online-Umfrage-TeilnehmerInnen wie die Freien Radios die Region noch mitgestalten können

167 Personen haben diese offene Frage beantwortet, 157 (48,46% der TeilnehmerInnen) haben sie übersprungen.

Die 167 Antworten wurden folgenden 10 in Tabelle 5 abgebildeten Kategorien zugeordnet und nach der Anzahl an Nennungen in Tabelle 6 gereiht.

Tabelle 5 Induktiv erstelltes Kategoriensystem für die offene Frage 9.

Kategorie	Erläuterung
Mehr Öffentlichkeitsarbeit	Aussagen, die den Freien Radios mehr Öffentlichkeitsarbeit und die Erhöhung des Bekanntheitsgrads empfehlen
Veranstaltungen	Aussagen, die beinhalten, dass das Freie Radio durch mehr (eigene) Veranstaltungen und Präsenz bei Veranstaltungen mehr mitgestalten kann
Plattform + Vernetzung	Aussagen, die das Radio als Plattform für Vernetzung mehr Mitgestalten sehen,
Technische Verbesserungen	Aussagen, die Sendegebietserweiterungen, Verbesserung von Frequenzen, Empfang, u.ä. vorschlagen
Zielgruppen erweitern	Aussagen, die Wege zur Erreichung neuer SendungsmacherInnen nennen, aber auch Zusammenarbeit mit Schulen, Gemeinden, Projektpartnern und das Eingehen von Medienpartnerschaften
Sendungsinhalte	Aussagen, die Vorschläge bzgl. Sendungsinhalten darstellen
Kompetenzaufbau	Aussagen, die darauf hinweisen, dass mehr auf die Vermittlung von Medienkompetenz und soziale Kompetenzen geachtet, aber auch Bewusstsein für bereits stattfindende Aktivitäten geschaffen werden sollen
Ressourcen erhöhen	Aussagen, die mehr Mitgestaltung in der Region durch mehr finanzielle, personelle Ressourcen für die Freien Radios sehen
Zufrieden	Aussagen, die keine Vorschläge zur Verbesserung oder weiteren Mitgestaltung der Region darstellen, sondern Zufriedenheit mit dem aktuellen Stand an Mitgestaltung durch die Freien Radios anzeigen.
Keine Aussage	Antworten, die keine Aussage treffen, darunter fallen Fragezeichen als Antwort und Aussagen wie „k.A.“, „s.o.“ oder „Weiß nicht“

Die meisten Nennungen erhielt die Kategorie Sendungsinhalte, 61 Mal wurden Aspekte und Vorschläge genannt, die sich auf die Inhalte der Sendungen bzw. das Radioprogramm bezogen. 29 Aussagen wurden

der Kategorie Keine Aussage zugeordnet. 19 Mal wurden Veranstaltungen genannt, wobei hier sowohl eigene Veranstaltungen der Freien Radios genannt wurden, als auch die (vermehrte) Präsenz bei Veranstaltungen. Ebenso 19 Mal wurden Antworten der Kategorie Technische Verbesserung zugeordnet, in dieser Kategorie wurde vor allem Sendegebietserweiterung als Antwort genannt. Je 18 Mal wurden Öffentlichkeitsarbeit und die Erweiterung von Zielgruppen und Kooperationen als Möglichkeiten zu (mehr) Mitgestaltung der Region genannt. 11 Antworten bezogen sich darauf, mehr den Aspekt der Plattform und (regionalen) Vernetzung in den Vordergrund zu rücken. 9 Antwortende sind zufrieden damit, wie die Freien Radios die Region mitgestalten und ermutigen zum Weitermachen wie bisher. 8 Personen denken, dass mehr Ressourcen in finanzieller und personeller Hinsicht den Freien Radios ermöglichen würden, mehr zur regionalen Entwicklung beizutragen. 4 Personen denken, der Aspekt der Kompetenzvermittlung und des Kompetenzaufbaus könne verstärkt und bewusster gemacht werden, um (mehr) mitgestalten zu können.

Tabelle 6 Die Antwortkategorien, denen die Aussagen der Umfrage-TeilnehmerInnen zugeordnet wurden, nach Anzahl der Nennungen gereiht. (Quelle: eigene Darstellung)

Antwortkategorie	Anzahl Nennungen
Sendungsinhalte	61
keine Aussage	29
Veranstaltungen	19
technische Verbesserung, Ausbau	19
Öffentlichkeitsarbeit	18
Zielgruppen, Kooperationen erweitern, Zugang	18
Plattform, Vernetzung	11
Zufrieden damit wie's ist	9
Ressourcen erhöhen	8
Kompetenzen	4

8. Empfehlungen um Wirkungen der Freien Radios in der Regionalentwicklung zu erhöhen

8.1. Empfehlungen der interviewten Stakeholder

Die interviewten Stakeholder beschreiben hier einerseits Themenbereiche, die von den Freien Radios noch aufgegriffen werden könnten, aber auch Aspekte oder Strategien, die sie den Freien Radios empfehlen um ihre Wirkungsweisen zu erhöhen.

In Bezug auf die Ausweitung des Akteurskreises werden konkret folgende Aspekte genannt:

- Aktivitäten mit Jugendlichen, die diesen zeigen welche Möglichkeiten das Radio(machen) bietet
- Mit Schulen zusammenarbeiten und auch zu überlegen Kindergärten als Kooperationspartner miteinzubinden
- Als Übungsradio für Lehrlinge agieren und gezielt an Marketingabteilungen von Unternehmen herangehen
- Gemeinsam mit Gemeinden Sendungen zu produzieren, da besonders Gemeinden aktive Akteure in der Regionalentwicklung sind
- Kooperationspartner finden und in die Strukturen anderer Institutionen und Organisationen eintauchen
- In der Region bestimmten Themen nachgehen, die spannend (als Beispiele werden Wirtschaft, LandwirtInnen und Menschen, die sich selbst versorgen genannt) oder spektakulär erscheinen und sowohl regional als auch überregional bedeutend sind
- Menschen ansprechen, mit denen es bisher kaum Berührungspunkte gab
- Auf Vereine und Wirtschaft zugehen – JungunternehmerInnen einbinden, entstehende Projekte begleiten

Die InterviewpartnerInnen nennen auch Möglichkeiten wie die Freien Radios innerhalb ihres bisherigen Tuns größere Wirkung erzielen können und zwar indem sie Podcasts gestalten und anbieten oder im selbstkünstlerischen Bereich aktiv werden, wie etwa durch die Produktion von Hörspielen, die thematisch aus der Region heraus entstehen. Auch die Überlegung mehr Auseinandersetzung und Diskussionen auszustrahlen, im Sinne von Protestbewegung, wird als Anregung zur Wirkungserhöhung genannt.

Dazu kommen technische Angelegenheiten wie Sendegebietserweiterungen, wodurch sich der räumliche Wirkungsradius erweitern kann. Auch neue Möglichkeiten wie sich Menschen über das Sendeprogramm der Freien Radios informieren können (z.B. monatl. Newsletter) bzw. mehr Übersichtlichkeit in diesem Zusammenhang werden zur Wirkungserhöhung empfohlen.

Abseits der Gestaltung von Radiosendungen und deren Inhalte wird auch das gemeinsame Schmieden kreativer Ideen empfohlen.

Gleichzeitig denken die Interviewpartner an eine Steigerung des Bekanntheitsgrades über aktiveres Auftreten außerhalb des Studios und weitere unterschiedliche Workshopsangebote.

In Bezug auf die Erhöhung der Wirkungen der Freien Radios wird auch kritisch angemerkt, dass es wesentlich erscheint, was die Freien Radios selbst als Wirkungserhöhung empfinden, denn sollten sie sich dabei z.B. auf HörerInnen-Zahlen beziehen, werde die Grenze zu Kommerzialisierung leicht übergangen. Mehr ein Wunsch als eine Empfehlung wird auch ausgedrückt, wenn von mehr Ressourcen für die Freien

Radios die Rede ist – Zeit, materielle Ressourcen und Kraft um das Konzept der Unabhängigkeit zu wahren werden den Freien Radios gewünscht.

Als Empfehlung in Bezug auf Personen, die zur Wirkungserhöhung in den Freien Radios eingebunden werden sollen, nennen die interviewten Stakeholder Jugendliche bzw. die junge Generation, mit der Begründung das sie die Erwachsenen der Zukunft seien, aber auch ältere Menschen, die über die Freien Radios eine Stimme erhalten.

Interessant erscheinen die Empfehlungen Menschen öffentlichen Interesses, die in der regionalen Aufmerksamkeit stehen einzubeziehen und Menschen mit Vorbildfunktion („coole Vorbilder“) und positiv denkende Menschen in die Aktivitäten der Freien Radios einzubinden. Etwas konkreter werden auch Personengruppen aus bestimmten Gesellschaftsbereichen genannt, wie etwa Menschen aus der politischen Szene im Sinne von Gesellschaftspolitik, nicht parteipolitisch gesehen oder auch Menschen die sozial engagiert sind und Verantwortung im Sinne von Vereinsaktivitäten, freiwilligem Engagement oder Interessensvertretungen wahrnehmen. Auch Personen aus dem Finanzbereich, die unabhängig agieren, könnten spannenden Partner der Freien Radios sein.

Das Freie Radio kann auch das geeignete Medium sein um den Kontakt zu Menschen zu halten, die aktuell außerhalb der Region leben.

Die folgenden Abschnitte geben zusammengefasst die einzelnen Antworten der interviewten Stakeholder aus den Untersuchungsregionen wieder:

Was würden Sie dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius erhöht?

Mario Brandmüller empfiehlt, die Arbeit so weiter zu machen wie sie bisher gemacht werde. Bei Workshops gäbe es offensichtlich noch Potential und Sendegebietserweiterungen würden ebenfalls positiv in die Richtung Wirkungsradius wirken. (vgl. Anhang A, Zeilen 292-298)

Herbert Wölger führt konkret die Sendegebietserweiterung ins östliche Ennstal an. Dann unter die Menschen zu gehen, „draußen“ zu sein. Stärker Werbung für die eigene Sache zu machen und Partner zu suchen, die eine Plattform bekommen könnten und gleichzeitig für das Freie Radio als „Sponsoren“ tätig sein könnten. (vgl. Anhang B, Zeilen 254-261)

Markus Plasencia empfiehlt, vermehrt in andere Institutionen einzutauchen, bzw. diese zu bewegen, selbst aktiv Sendungen zu produzieren. Er benutzt dazu das Bild eines Kraken. Der sozusagen seine Tentakel überall im Spiel hat. (vgl. Anhang C, Zeilen 270-283)

„[...] Wieweit man sich wirklich auch ein Format überlegen könnte, wo man ein bestimmtes Genre beackert, ja, und wirklich mal sagt, ich besuch jetzt mal die Selbstversorger und die letzten Bauern. Und schau wie's denen geht und mach da mal ein ganzes Panorama an Lebensentwurf, den es noch gibt und wie gefährdet der ist.“ (Anhang D, Zeilen 231-234) Dorothee Steinbauer macht darauf aufmerksam, dass beim Wirkungsradius auch die räumliche Komponente mitgedacht werden müsse: *„Weil so verschieden wie die Landschaft ist, so verschieden sind die Menschen auch und so verschieden sind die Hintergründe.“* (Anhang D, Zeilen 243-245) Es ginge darum Tradition und Vision zu verbinden. Tradition, weil sie im ländlichen Raum vorhanden sei und Vision, weil ihre Bewohner Visionen haben und entwickeln. (vgl. Anhang D, Zeilen 235-239)

Angelika Beer merkt an, dass die Erhöhung des Wirkungsradius allein über die Erhöhung von HörerInnenzahlen zu einer Verkommerzialisierung führen könne. (vgl. Anhang E, Zeilen 283-268) Es dürfen also nicht, um dieses Ziel zu erreichen, nur mehr gefällige Sendungen produziert werden, damit würden die Ziele des Freien Radios ins Gegenteil verkehrt werden. (vgl. Anhang E, Zeilen 294-297)

„Die Suche nach Themen, die regional sind, aber von überregionaler Bedeutung. Ja, also das würde ich forcieren. Schrägstrich, das ist aber jetzt wirklich kein Manko, technische Qualität ist wichtig, wennst es dann hast, weil dann kannst es auch weitergeben und äh, Formate, die durch, nicht nur durch Inhalt, sondern auch durch Form bestechen.“ (Anhang F, Zeilen 232-236) Georg Mittendrein beschreibt zudem die Aneignung von Strategien des Mainstream-Journalismus, bis hin zum Boulevardjournalismus, wenn es um spektakuläre Themen ginge. Themen allerdings im Sinne der Region, wie zum Beispiel der Kampf des Steyreggers Sepp Buchner für die Umwelt. (vgl. Anhang F, Zeilen 220-227)

Bettina Hellein empfiehlt, stärker Regionalthemen in den Fokus zu nehmen und das Programm übersichtlicher zu gestalten, damit die Menschen wissen würden, wann für sie jeweils relevante Themen gespielt würden. Vielleicht mit einer Unterscheidung zwischen jüngerem und älteren Publikum. (vgl. Anhang G, Zeilen 233-243)

Klaus Preining gibt an diese Frage schon bei der Frage 15 beantwortet zu haben.

„Hm, Geduld, Ausdauer und den Fokus in der Außenwerbung vielleicht ein bisschen mehr noch auf die Kompetenz und auf die Stärken legen [...]“ (Anhang I, Zeilen 277-278).

„Es gibt sicherlich auch Angebote oder Begehrlichkeiten, wo man vielleicht schneller zu Geld oder Ressourcen kommt, aber man begibt sich dann auch wieder in Abhängigkeiten. Daher wünsche ich dem Freien Radio Kraft, dieses Konzept weiterhin so durchhalten zu können.“ (Anhang J, Zeilen 214-217) Wilhelm Patri setzt auf die Beibehaltung der aktiven Radioarbeit und auf Beharrlichkeit.

Gerald Warter empfiehlt, gerade jene ins Boot zu holen, die dem Freien Radio skeptisch gegenüber stehen würden, oder auch jene Menschen, denen das Freie Radio skeptisch gegenüber stehen würde. (vgl. Anhang L, Zeilen 177-182) Es ginge darum, den eigenen Dunstkreis zu verlassen, um den eigenen Wirkungsradius zu erhöhen. (vgl. Anhang L, Zeilen 177-179)

Elisabeth Kumpl-Frommel empfiehlt, ebenfalls einmal im Monat über das Programm zu informieren, sortiert nach Genres oder Interessen und dieses Information dann möglichst weit zu streuen. (vgl. Anhang M, Zeilen 215-222)

Helmut Tschautscher empfiehlt, in den öffentlichen Raum zu gehen und gut mit anderen Medien zusammenzuarbeiten. (vgl. Anhang N, Zeilen 156-162)

Gibt es Bereiche/ Themen, in denen das Freie Radio Ihrer Meinung nach aktiv werden soll?

Mario Brandmüller nennt als Erstes die Zielgruppe der Jugendlichen und bezeichnet es als Chance, diese einzubinden und sie über die Möglichkeiten, die das Freie Radio bietet aufzuklären. Er erklärt, dass er mit seinem Auftreten im Freien Radio für sich selbst wichtiges über Kommunikation gelernt habe und denkt, dass Erfahrungen mit dem Radiomachen, also zB Themen aufzugreifen und zu diskutieren, auch Jugendlichen nutzen. Mario Brandmüller weist darauf hin, dass Radio machen mehr ist, also nur Musik abzuspielen. Er denkt außerdem, dass aktiver Zusammenarbeit mit Gemeinden gesucht werden sollte, er sieht Gemeinden als Schlüsselfaktoren in der Gemeinde- und Regionalentwicklung und schlägt vor, das Potential des Freien Radios hier einzusetzen, etwa indem man Gemeinden anbietet über ihre Arbeit zu berichten oder ihre Gemeinde zu präsentieren. (vgl. Anhang A, Zeilen 118-141)

Herbert Wölger ist der Ansicht, dass das Freie Radio frequenz bereits aktiv ist, schlägt aber vor noch stärker außerhalb des Studios präsent zu werden, da das Freie Radio „eine gute Qualität und gute Inhalte“ (Anhang B, Zeile 155) hat und dies stärker nach außen kommuniziert werden kann und soll. Beispielsweise durch verstärkte Anwesenheit bei Veranstaltungen oder durch Interviews. Herbert Wölger erzählt von einer Möglichkeit, die eine regionale Printzeitschrift bietet: dort können Menschen unentgeltlich Fotos und kurze Berichte einsenden. Ähnliches könnte auch für das Freie Radio funktionieren. (vgl. Anhang B, Zeile 148-157)

Markus Plasencia gibt an, diese Frage schwer beantworten zu können, da er zu wenig Einblick hat und denkt, dass das Team des Freien Radios ohnehin auf Ausgewogenheit bedacht ist. (vgl. Anhang C, Zeilen 143-148)

Für Dorothee Steinbauer läge noch Potential „im selbstkünstlerischen Bereich“ (Anhang D, Zeile 121f) und denkt dabei an Literatur und nennt das Format Hörspiel. Dazu wurden bereits mit Wolf Dobrowsky Ideen entwickelt und Dorothee Steinbauer denkt, dass die Entwicklung von Hörspielen durchaus auch thematisch aus der Region heraus entstehen könnte, zu aktuellen Themen. Sie überlegt, dass dazu auch eine Serie denk- und machbar wäre. (vgl. Anhang D, Zeilen 121-127)

Angelika Beer verbindet mit dem Freien Radio „eine kritische Haltung von gesellschaftlichen Prozessen“ (Anhang E, Zeile 124) und regt an „ein bisschen mehr Protestbewegung aus dem Freien Radio“ (Anhang E, Zeile 122f) zu leben. Ihr ist klar, dass es sich durch die Abhängigkeit von öffentlichen Geldern dabei um ein heikles Thema handelt, wünscht sich aber etwas mehr Bewegung seitens des Freien Radios, denn „Wo, wenn nicht dort, könnte Auseinandersetzung und Diskussion passieren.“ (Anhang E, Zeile 125)

Georg Mittendrein kann zu dieser Frage nichts sagen. (vgl. Anhang F, Zeilen 115-117)

Bettina Hellein nennt die Steigerung der Bekanntheit als Thema, das das Freie Radio aktiver angehen könnte, als Idee nennt sie die Einbeziehung weiterer Schulen und Kindergärten in die Sendegestaltung. Bettina Hellein fände es auch spannend die Vielfalt an Meinungen zu einem bestimmten Thema abzubilden und damit viele unterschiedliche Bevölkerungsgruppen anzusprechen. Außerdem das „Vorstellen von kreativen Initiativen und das Vor-Den-Vorhang-Holen von Visionären und kreativen Köpfen, die einfach voll viel Inspiration auch liefern können indem was sie machen. Weil das irgendwie auch so unserer Weiterentwicklung, der Entwicklung unserer Region dient.“ (vgl. Anhang G, Zeile 109-128)

Klaus Preining denkt, dass man mit vorhandenen Ressourcen arbeiten muss und jenen Menschen, die zum Radio kommen, Sendungen gestalten und über für sie interessante Themen berichten. Er merkt an, dass man Denkanstöße geben kann, aber durch das Freie Radio bereits viele Themen abgedeckt werden, ihm fehlt aber kein spezielles Thema. (vgl. Anhang H, Zeile 120-127)

Conny Wernitznig gibt den Wirtschaftsbereich an, als Bereich in dem das Freie Radio noch aktiver werden könnte. Sie meint damit aber weniger Wirtschaft als solche, sondern vielmehr in Bezug auf Möglichkeiten, die es in der Region gibt oder den Fragen welche Chancen oder Gestaltungsmöglichkeiten bestehen und wie diese genutzt und gestaltet werden können. Für Conny Wernitznig hängt dies eng mit dem Thema Identitätsstiftung, Nutzenstiftung zusammen. Sie sieht im Freien Radio auch das Potential als Bindeglied zu Studierenden und anderen Menschen, die aus der Region weggehen und möglicherweise auch als Grund zur Wiederkehr in die Region. Weiters fallen Conny Wernitznig die Bereiche Bildung und Arbeitsmarkt ein, in denen das Freie Radio aktiver werden könnte: Berichte von

Weiterbildungsmöglichkeiten, über Lehrlingsausbildung, einzelne Unternehmen, aber auch über Chancen und Möglichkeiten für WiedereinsteigerInnen, Arbeitslose, junge Menschen oder Menschen, die aufgrund von gesundheitlichen Probleme längere Zeit vom Arbeitsmarkt weg waren. (vgl. Anhang I, Zeilen 153-165)

Wilhelm Patri nennt keine konkreten Themen. Er denkt, dass die ehrenamtliche Szene durch Präsenz im Freien Radio bereits gut unterstützt wird und freut sich, dass dies auch weiterhin geschieht. (vgl. Anhang J, Zeilen 122-124)

Heimo Czepl nennt keine konkreten Themen oder Bereiche, in denen das Freie Radio B138 aktiver werden sollte. (vgl. Anhang K, Zeile 32)

Gerald Warter gibt an, dass dort wo fallweise Bedarf an aktiverer Beteiligung durch das Freie Radio besteht, Kontakt zu diesem bestehe. (vgl. Anhang L, Zeilen 74f)

Elisabeth Kumpl-Frommel regt an, Vorträge zu senden. Sie denkt, dass auch Wiederholungen bereits gesendeter Vorträge oder Beiträge ausgestrahlt werden könnten. Konkret nennt sie dabei zum Beispiel Sendungen mit Bernhard Samitz (Bernhard Samitz über Skeptizismus) oder Christine Nöstlingers Parlamentsrede vom Mai 2015. (vgl. Anhang M, Zeilen 127-135)

Helmut Tschautscher denkt, dass das Freie Radio in Bezug auf globale Themen wie die Finanzwelt, bei welchen sich der/die Einzelne eher ohnmächtig fühle, aktiver sein könnte. Er gibt an, dass er sich möglicherweise selbst etwas beim Thema Gemeinwohl einbringen würde, er aber generell nicht wisse, wieviel schon in diese Richtung unternommen wird. (vgl. Anhang N, Zeilen 86-92)

Für Sabrina Leitner könnte das Freie Radio „das Wirtschaftliche etwas angehen“ (Anhang O, Zeile 70) und JungunternehmerInnen oder gerade entstehende Projekte einladen. Auch gemeinsam an kreativen Ideen zu schmieden, ist ein Gebiet, auf dem sich Sabrina Leitner mehr Initiative durch das Freie Radio wünscht. (vgl. Anhang O, Zeilen 70-71)

Welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um seine Wirkung zu erhöhen?

Mario Brandmüller hebt hervor, dass er bereits bei einer früheren Frage die Rolle der Jugendlichen betont habe und deren Wichtigkeit. Er würde auch bei dieser Frage den Wirkungsradius betreffend die Jugend verstärkt einbinden. Sie sollen über die Region etwas lernen und in die Medienarbeit eingebunden werden. Das sei etwas ganz Besonderes. (vgl. Anhang A, Zeilen 304-310)

„[...]man muss sich bewusst sein, dass die Leute immer älter werden. D.h. man muss immer wieder Zugriff suchen auf die nächste Generation. Das ist in allen Vereinen und überall ein sehr sehr wichtiges, aber auch genauso ein sehr sehr schwieriges Thema. [sic]“ (Anhang B, Zeilen 269-272) Herbert Wölger greift auch die Rolle der Jugend auf, allerdings mit dem Zusatz, dass er es in der Verantwortung des Freien Radios sehe, Programm mit und für alle Altersgruppen zu machen. (vgl. Anhang B, Zeilen 275-280) *„Aber vielleicht hat, [...], ein Freies Radio eine kulturelle Aufgabe, die stärker im Vordergrund steht, als eine kommerzielle oder unterhaltende.“* (Anhang B, Zeilen 285-287) Diese Prämisse gelte es zu berücksichtigen, wenn man Menschen ansprechen möchte und wenn es darum ginge, wie groß die Gruppe sein könne, die angesprochen wird. (vgl. Anhang B, Zeilen 289-291)

Markus Plasencia nennt ebenfalls junge Menschen und verweist auf eine Bindung, die in zehn Jahren noch in ähnlicher Weise bestehen würde. (vgl. Anhang C, Zeilen 286-293)

Auch Dorothee Steinbauer spricht euphorisch über Jugendliche und Radioarbeit: *„Und, per se dann auch der Ehrgeiz, ich glaub, sie wären auch große Multiplikatoren, weil sie natürlich irrsinnig scharf drauf wären, dass ihre Freundinnen und Freunde das dann auch hören usw. Ich glaube, das hätte, das könnte große Wirkung zeitigen.“* (Anhang D, Zeilen 256-259) Allerdings liest sich bei allem Lob für das Medium Radio dieses Statement so, als wären Youtube, Instagram, Whatsapp, Snapchat etc. als Jugendplattformen noch nicht entdeckt.

Angelika Beer geht von den ganz jungen Menschen zu den ganz alten Menschen. Alte Menschen sollten ihrer Meinung nach eine Stimme bekommen im Freien Radio. *„Leute, die so am Rande einer Gesellschaft leben, und das tun viele alte Menschen heute, die in Pflegeheimen leben, die überhaupt nicht mehr gehört werden.“* (Anhang E, Zeilen 302-304) Es gäbe seitens der älteren Bevölkerung viel zu erzählen und umgekehrt auch viel zu erfahren. (vgl. Anhang E, Zeilen 310-313)

Was Georg Mittendrein vorschlägt, wirkt zunächst wie ein Marketing Gag, er gibt aber plausible Erklärungen für die Vorschläge der Menschen ab, die er einbinden möchte: *„Ja, aber jetzt nicht nur aus der Politik, sondern auch, vor allem aus der Kultur natürlich. Aber wenn da irgendeine, wenn neben den vielen wunderbaren Mühlviertler Stimmen gelegentlich jemand sagt, ich bin der Bundespräsident der Republik Österreich und ich bin hier auf eurem Radio zu hören, dann stellen sie die Ohrwascheln auf, ned. [sic]“* (Anhang F, Zeilen 261-265) Menschen des Öffentlichen Interesses, Menschen des Öffentlichen Lebens gelte es also einzubinden. (vgl. Anhang F, Zeilen 259-260) Wie viel diese Menschen dann tatsächlich zum Radioprogramm beitragen sollten, das bleibt ungeklärt. Vielleicht zeigt sich hier eine lohnende Strategie aus dem kommerziellen Radiobereich, berühmte Stimmen ab und an im Programm unterzubringen, als ein Weg um zumindest Aufmerksamkeit zu generieren.

Bettina Hellein begibt sich mit einer knappen Antwort in ähnliches Fahrwasser: *„Coole Vorbilder“* gelte es zu finden in der Region. (vgl. Anhang G, Zeilen 286-287) Tatsächlich scheint diese Vereinfachung durchaus Potential für ein Brainstorming zu bieten, greift sie doch Georg Mittendreins Überlegungen auf.

Klaus Preining beantwortet die Frage wie Brandmüller, Wölger und Plasencia: Die Jugend brauche es. Allerdings inkludiert seine Antwort eine Überlegung, die sie untermauert: Jugendliche sollen bald für die Radioarbeit begeistert werden. Thematisch solle dabei Region und Regionalentwicklung mitschwingen. Dadurch würden sie zu ExpertInnen und gleichzeitig gebunden an die Region. Es gäbe hier ein deutlich identitätsstiftendes Moment. Positive Auswirkung dieses identitätsstiftenden Prozesses zeige sich, dass diese Jugendlichen nach z.B. Bildungsaufenthalten in anderen Bundesländern oder Städten später eher wieder in die Region zurückgehen würden. (vgl. Anhang H, Zeilen 281-290)

Conny Wernitznig setzt auf Menschen, die positiv denken. Lange hätte sie geglaubt, dass sie jene, die etwas auszusetzen hätten, sich beschweren würden und schimpfen würden, integrieren könne für Projekte. Das hätte aber nicht funktioniert. (vgl. Anhang I, Zeilen 293-299) *„Wenn ich hingegen die Menschen ins Boot hole, die Menschen anspreche, die's halt von alleine nicht tun, weil sie sich nicht trauen oder weil sie glauben, ich kann das nicht. Die dann aber ungeahnte Stärken entwickeln wenn sie Gefühl kriegen, da kann ich, da ist jemand der glaubt an mich, der will dass ich mich da beteilige, dass ich da mitmache. Dann ist das ein Wahnsinn, was da für Energie und für Tun und für Aktivität entsteht, ja. Also auf jeden Fall im Positiven ansetzen. [sic]“* (Anhang I, Zeilen 299-304)

„Ja, ich glaube, die politische Szene, aber nicht auf der parteipolitischen, sondern auf der politisch im Sinne von Gesellschaftsvertretung. Und, sozial Verantwortliche, [...], das sind meistens in Vereinen und Verbänden engagierte Personen oder auch Interessensvertretungen, es geht aber auch bis in die Glaubensgemeinschaften oder religiöse Gemeinschaften oder derartige Gemeinschaften, die in der Region

auch ihre Aktivitäten setzen.“ (Anhang J, 220-226) Wilhelm Patri empfiehlt also bereits vorhandene NGO's, NPO's oder sonstige Vereine zu animieren, etwas über ihr Schaffen via Radio publik zu machen.

Gerald Warter sieht den Sachverhalt auch ähnlich wie Patri. Menschen, die bereits aktiv wären und organisiert wären, das würde am Einfachsten gehen. (vgl. Anhang L, Zeilen 185-189) Allerdings darf dabei nicht vergessen werden, dass bereits engagierte, aktive Menschen schon eine Aufgabe gefunden haben und ein weiteres Ehrenamt oftmals schwierig zu bewältigen ist.

Helmut Tschautscher wünscht sich Menschen aus dem Bereich Finanzen für ein Freies Radio gewinnen zu können. Allerdings müssten diese unabhängig sein. Ungefilterte Informationen aus diesem Bereich wären sehr wichtig. (vgl. Anhang N, Zeilen 172-178)

Sabrina Leitner und Elisabeth Kuml-Frommel empfehlen beide Akquise in Richtung Jugendliche zu betreiben. (vgl. Anhang O, Zeile 116 und Anhang M, Zeilen 230-231)

Welche Ideen haben Sie um regionale Projekte zu generieren, initiieren und inhaltlich zu fördern?

Mario Brandmüller erklärt ein konkretes Projekt. Es geht um eine Bildungsplattform im Netz, die alle derzeitigen Aus- und Weiterbildungsangebote zusammenfassen soll. Es ginge hierbei vor allem um den Versuch, Menschen im Bezirk, in der ländlichen Region zu halten. Dafür brauche es auch das Freie Radio, um Information zu den Menschen zu bringen. (vgl. Anhang A, Zeilen 315-338)

Herbert Wölger attestiert der Region rund um Admont eine gewisse Übersättigung und womöglich zu wenig Leidensdruck. (vgl. Anhang B, Zeilen 294-298) *„Und es sind sehr sehr wenige Leute, die sich über die Zukunft und über strategische Themen Gedanken machen, das sind wirklich ganz ganz wenig. Und ich muss ehrlich sagen, politisch sind wir auch nicht übervertreten, wir die Kleingruppen, versuchen da irgendwelche Ideen zu entwickeln.“* (Anhang B, Zeilen 298-301) Hier gibt es offensichtlich auch die Möglichkeit, beim Thema Regionalentwicklung aktiv zu werden, bzw. Leerstellen zu besetzen.

Markus Plasencia ist zunächst nicht sicher, was diese Frage mit dem Freien Radio zu tun haben könnte, gibt sich aber dann selbst eine mögliche Antwort: *„Also Regionalentwicklung ist was, was bei uns im stillen Kämmerlein stattfindet, das ist jetzt meine persönliche Sicht der Dinge. Dass Menschen nicht einbezogen werden, die vielleicht bis zu einem gewissen Grad was leisten könnten, goi.“* (Anhang C, Zeilen 298-300) Die Schwierigkeiten von Regionalentwicklung als Bottom-Up Prinzip beschreibt Plasencia folgendermaßen: *„Das ist halt mühsam, weil da braucht's viel Gespräch, da braucht's lange Prozesse, da braucht's auch finanzielle Mittel, dass man das einfach begleitet. Und vor allem man braucht den langen Atem, der über, sag ich einmal, eine Legislaturperiode von oder von Politikern hinausgeht. Weil Entwicklung passiert ja nicht von heute auf morgen.“* (Anhang C, Zeilen 310-313) Dass die wissenschaftliche Arbeit der Freien Radios FRF, Freequenns und B138 ein wichtiger Beitrag zu einer für die Zukunft fundamentalen Debatte ist, zeigt sich in den Zeilen 351 bis 355: *„Wir haben die demographische Entwicklung, die einfach ganz klar zeigt, dass junge Menschen abwandern, weil das Leben im ländlichen Raum nicht attraktiv ist, warum auch immer. Ich finde es spannend zu schauen, wie, was brauchen denn die jungen Leute, dass sie bleiben. Die Antwort Arbeitsplätze ist zu wenig.“* (Anhang C, Zeilen 351-355)

Dorothee Steinbauer beschreibt, wie wichtig Freiräume und Stätten des kreativen Schaffens für die Regionalentwicklung sind. *„Wo man nicht per se abgeschreckt wird und sagt, da ist nur von Tourismus die Rede, da ist nur von dem die Rede, da geht's um Kultur, da versteh ich nichts davon. Wo man diese Schwellen abbaut. Sondern wo es wirklich Begegnungsstätten gibt, die nicht angekleckert sind von irgendeinem Berufsgenre oder irgendwas.“* (Anhang D, Zeilen 282-286) Es ginge konkret um Räume wo *„Wirtschaft, Tourismus, Kultur wirklich zusammenarbeiten können [...]“* (Anhang D, Zeilen 288-289)

Angelika Beer skizziert ein durchwachsenes Bild der Regionalentwicklung. Es gäbe lange Wege zur Politik, viel Vorlaufzeit und immer wieder die Probleme, dass erfolgreiche Projekte ihrer Meinung nach grundlos gestrichen würden. (Anhang E, Zeilen 316-349)

„Mich hat immer interessiert, das nichtberufliche Kulturschaffen, ja also, ich bin ja dazu verdammt das beruflich zu machen, aber es liegt unglaublich viel an Talenten in Menschen, die damit nichts beruflich zu tun haben, die oft gar nicht wissen, dass sie dieses Talent haben.“ (Anhang F, Zeilen 281-284) Und das könne man, so sagt es auch Interviewerin Marita Koppensteiner mit der Zustimmung Georg Mittendreins, auf die Radioarbeit anwenden. (vgl. Anhang F, Zeilen 288-290)

„Also ich glaube, da gibt es ganz viel auf vielen verschiedenen Ebenen, viel Entwicklungs- und Fortbildungsbedarf und so dieses lernen über's Tun und über den Erfahrungsaustausch, der ist echt voll, voll wertvoll und vielleicht könnte ja sogar das Freie Radio da noch so ja eine so eine Bildungsaufgabe übernehmen oder so. Zusätzlich zu dem was sie eh schon an Fortbildungen anbietet. [sic]“ (Anhang G, Zeilen 306-310) Bettina Hellein führt den GEcKO Lehrgang¹⁵ in der Region als Beispiel an.

„Auf der Mühlviertler Alm arbeiten wir seit 2001 mit dem Instrument der Regionalen Agenda 21, da geht's stark um Bürgerbeteiligung, also wir versuchen einfach, durch verschiedenste Workshops mit ansprechenden Methoden, dass wir einfach Leute auch zu gewinnen sich in der Regionalentwicklung zu beteiligen und im weiteren Sinne dann hoffentlich auch sich zu engagieren und weiterzuarbeiten.[sic]“ (Anhang H, Zeilen 305-309) Klaus Preining forciert in seiner Arbeit also aktive Menschen, die zu Themen arbeiten, die sie wirklich interessieren.

„Aber ich bin eher so die Netzwerkerin, die vielleicht manchmal Ideen streut, dann dabei ist, wenn sie entwickelt werden, also einfach auch um zu unterstützen, um zu helfen, um in den Bereichen, wo ich's habe mein Know-how einzubringen. Aber immer, aber immer so, dass es nicht Top-Down ist, sondern ein Beteiligungsprozess. Das ist mir ein riesengroßes Anliegen, alle Projektideen und alle Projekte werden bei uns in der Region, ah, so abgewickelt.“ (Anhang I, Zeilen 329-334) Conny Wernitznig beschreibt mit einem Schmunzeln ihr liebstes Projekt als die Region selbst. Es müsse die Liebe und Faszination zur Region vorhanden sein. Man müsse die richtigen Leute kennen und auf unbekannte Menschen aktiv zugehen. (vgl. Anhang I, Zeilen 313-330)

„Die beste Ressource sind die Leute in der Region, das beweist's immer wieder. Und wenn die Motivation stimmt bei den Leuten, wenn die Leute Perspektiven sehen, wenn die Leute Freiräume haben, wo sie ihre Kreativität ausleben können, dann entsteht auch Wertvolles.“ (Anhang J, Zeilen 239-242) Wilhelm Patri legt aber fest, dass die Grundvoraussetzung für regionale Projekte die Gemeinschaft sei und die Möglichkeit, neben der individuellen Grundversorgung auch noch Zeit zu haben sich zu engagieren. (vgl. Anhang J, Zeilen 244-255)

Gerald Warter hat ob der Befragung offenbar selbst Interesse bekommen, eine Sendung zu produzieren. Des Weiteren plant er, Radio B138 in der Berufsorientierung mit Jugendlichen, insbesondere Lehrlingen einzuplanen. (vgl. Anhang L, Zeilen 194-205)

Elisabeth Kumpl-Frommel „hätte gerne immer wieder so Gruppen, wo man querdenkt und spinnt“ (Anhang M, Zeile 235) Allerdings sollten diese Gruppen auch angeleitet und betreut werden. (vgl. Anhang M, Zeilen 235-237)

¹⁵ GEcKO (GEstaltungsKOmpetenzen für Engagierte in der Region): <http://www.agenda21-ooe.at/aktuelles/aktuelles/beitrag/agenda-21-gecko-lehrgang-startet-auch-im-muehlviertel.html>

Helmut Tschautscher sei besorgt, wie die zwischenmenschlichen Beziehungen in der Region funktionierten oder nicht funktionierten. Themen, die im Bereich psychische Gesundheit angesiedelt wären, sowie dazugehörig das Thema Drogen und Sucht wären seine Projektideen. (vgl. Anhang N, Zeilen 183-195) „Aber nicht wissend, was das Radio da genau machen kann. Aber vielleicht in Kooperation mit Schulen, Einrichtungen und so, die sich da bereits bemühen. Ja. Das glaube ich wäre ein Bereich, wo junge Menschen vielleicht etwas tun können.“ (Anhang N, Zeilen 192-195)

„Das wichtigste ist viel zu reden darüber mit den Menschen, dass sich das weiterentwickelt, weil man dann andere Ansichten bekommt. Und einfach mal tun anstatt lang da drüber zu diskutieren. Ausprobieren, schauen was funktioniert, was nicht geht, aber nicht an irgendetwas festmachen, ob es funktioniert hat oder nicht.“ (Anhang O, Zeilen 120-123) Fasst Sabrina Leitner ihr Konzept zusammen um „Vom Reden ins Tun“ zu kommen.

9. Beteiligungsmöglichkeiten im Freien Radio

Im Rahmen der Forschungswerkstatt wurden die Zwischenergebnisse der Forschungsarbeit zum damaligen Zeitpunkt präsentiert und mit den TeilnehmerInnen weiter bearbeitet – gemeinsam wurde erkannt, dass ein Aufzeigen und Sichtbarmachen dessen was Freies Radio ist und kann und auch der Möglichkeiten an Beteiligungs- bzw. Nutzungsarten der Freien Radios für Akteure in der Regionalentwicklung wesentlich für die Erhöhung der Wirkungsweisen Freier Radios ist.

Folgende „Palette an Möglichkeiten der Beteiligung“ wurde im Anschluss erarbeitet und bildet ab, inwiefern Akteure der Regionalentwicklung Freie Radios nutzen und sich beteiligen können:

- Veranstaltungshinweise aufnehmen
- Vorträge mitschneiden und ausstrahlen
- Radioworkshops besuchen
- weitere Weiterbildungsmöglichkeiten über die Weiterbildungsorganisation commit
- selbst Veranstaltungen besuchen und darüber berichten
- Selbst Sendungen gestalten (von zuhause aus, im Studio,...)
- Netzwerk der Freien Radios nutzen

Die Antworten der interviewten Stakeholder auf die Frage inwiefern sie bzw. ihre jeweiligen Organisationen vom Freien Radio „profitieren“ könnten und die Ergebnisse der Online-Umfrage zu Nutzungsarten der Freien Radios dienten neben der Diskussion mit den TeilnehmerInnen der Forschungswerkstatt als Ausgangspunkt für die Ausarbeitung der „Palette an Möglichkeiten zur Beteiligung“ und sind im folgenden Abschnitt zusammenfassend dargestellt:

Wie können Sie bzw. Ihre Organisation vom Freien Radio „profitieren“?

Mario Brandmüller beschreibt die positiven Eigenschaften eines klassischen Verbreitungsmediums, das Radio als Medium auch repräsentiert. *„Wir profitieren einerseits davon, dass wir unsere Projekte nach außen hin transportieren können, andererseits aber auch davon, dass uns bereits Leute kontaktiert haben, wenn wir z.B. eine Radiosendung über das Förderprogramm LEADER abgehalten haben, wo wir präsentiert haben, welche Möglichkeiten es gibt, [...]“* [sic] (Anhang A, Zeilen 342-345)

Herbert Wölger geht noch einmal auf das Thema „Strategische Partnerschaften“ ein. Das Radio biete dem Nationalpark ein Forum und die damit verbundene Verbreitung und umgekehrt würde seitens des Nationalparks das Radio ein gutes Standing bekommen. (vgl. Anhang B, Zeilen 305-320)

„Ähm, verschiedene Veranstaltungen wunderbar ankündigen, teilweise mitschneiden, Interviews mit den Künstlern machen. Und. Ja. Das ist ein zusätzlicher, nicht nur Werbeaspekt. Sondern das Hören ist halt was ganz ganz Spezielles, was im Nachhinein nochmal genauer hinhören lässt oder im Vorhinein auch Lust auf's Schauen dann macht. Und das ist was, was Radio leisten kann.“ [sic] (Anhang C, Zeilen 311-316)
Dorothee Steinbauer beschreibt verschiedene Aspekte der Radioarbeit und der Zusammenarbeit mit dem Freien Radio Freequenns.

Angelika Beer spricht von zwei Ebenen, auf denen profitiert werden könne. Der erste Bereich sei für ihre Mitarbeiter im Sozialbereich wichtig, Kommunikation auf verschiedenen Kanälen zu erproben und sich Medienkompetenz anzueignen. *„Der zweite Bereich ist, wo wir profitieren, ist, dass wir natürlich Themen reinbringen können, die wir einfach auch einmal so kritisch reinbringen wollen, so im Sinne von, wir hätten da etwas, womit wir gern hätten, dass Menschen sich auseinandersetzen, dass sie vielleicht Dinge einmal sich von einer anderen Blickrichtung anschauen. So bewusstseinsbildende Prozesse in Gang setzen.“* [sic] (Anhang E, Zeilen 362-366) Des Weiteren führt sie die Möglichkeit an, über das Radio sehr viel mehr Menschen erreichen zu können und *„[...] das vierte ist so simpel und einfach und trotzdem so wirksam, nämlich dort wo Klienten von uns an Sendungen mitarbeiten, die unglaublich stolz sind dann darauf, dass sie was geleistet haben, dass sie an die Öffentlichkeit getreten sind... das macht so viel mit den Leuten, wenn sie sich da überwunden haben [...]“* [sic] (Anhang E, Zeilen 371-374)

„Na, ich profitier, einmal, medial, weil ich meine Programme damit bewerbe und ich profitier fast noch mehr dadurch, dass die Menschen bemerken, wir tun etwas über unsere direkte Aufgabe hinaus. Also unsere Aufgabe ist Kulturveranstaltungen zu machen, aber sie bemerken, aha, Radiomachen, das macht er scheinbar freiwillig.“ (Anhang F, Zeilen 296-299) Georg Mittendrein schlussfolgert daraus ein erhöhtes Vertrauen in die Kulturarbeit seinerseits. Denn wenn die Menschen sehen würden, dass über die Arbeit hinaus eine Bindung und ein Engagement zu ebenjener Tätigkeit beständen, dann würden sie Vertrauen fassen. *„Das ist eben diese Geschichte, selbst wenn wir keine Massen an Zuhörern haben, aber die, dies wahrnehmen, nehmen es mit großer Intensität wahr. Und das sind hervorragende Kommunikatoren, also Werbeträger, aber auch inhaltliche Werbeträger.“* (Anhang F, Zeilen 301-304)

Bettina Hellein nennt neben ihrer beruflichen Arbeit und der Möglichkeit der Verbreitung von Themen auch die persönliche Erfahrung ihrerseits. *„Also Bewerbung und Aufmerksamkeit schaffen ist natürlich ein großer Bereich, ja. Ahm die persönliche Weiterentwicklung und Weiterbildung würde ich schon auch als wesentlichen Benefit sehen, so einmal eine Sendung zu machen ist eine sehr wertvolle Erfahrung. Ja.“* (Anhang G, Zeilen 315-318)

Conny Wernitznig findet die derzeitige Situation sehr gut. Sie überlegt oft selbst aktiv zu werden als Sendungsmacherin, sieht allerdings diesen Part von Kolleginnen und Kollegen sehr gut übernommen. *„Also ein bisschen mehr Konsequenz auch in der Kommunikation, das könnte ein Beitrag sein um den Nutzen auch in der Regionalentwicklung zu erhöhen.“* (Anhang H, Zeilen 348-350)

Wilhelm Patri nennt als konkretes Projekt die „Aktion der 99 Sachen“ ein Projekt, das in Kooperation mit Medien unter anderem dem FRF stattgefunden hätte. *„Da haben wir eine gemeinsame Projektinitiative im letzten Jahr laufen gehabt, wo's darum gegangen ist, Beiträge aus der Region von den Leuten zu sammeln im Bereich der Kulinarik, im Bereich der Kultur, im Bereich der Originalität, der Tradition, des Sehenswerten, des sozialen Miteinanders. Das aufzulisten und auch dann in den Medien und auch im*

Freien Radio zu transportieren, weiter redaktionell zu bearbeiten und wir haben jetzt eine gemeinsame Schlussveranstaltung gehabt mit einer Publikation, die den Leuten jetzt zur Verfügung steht. Und somit ist diese Wechselwirkung ganz gut sozusagen gelebt worden.“ (Anhang I, Zeilen 258-265)

„Wir könnten es nicht nur nutzen wir nutzen es jetzt schon und das relativ regelmäßig und zwar über die Lehrlingsmesse, wo man auch im Vorfeld den einen oder anderen Beitrag gestalten. Wir nutzen es im Sommer über die Ferienaktion wo wir über die Kirchdorfer Talentewoche auch einen dreitägigen Medienworkshop machen. Verbindung von Fernsehen, Radio und Printmedium. Wo auch 10 bis 14 jährige Kinder das Mediengestalten lernen können. Dann nutzen wir es auch immer wieder auch für Ausbildungszwecke in verschiedenen Lehrlingsinitiativen oder auch als Vehikel wie Lehrlinge selbst ihre Botschaften formulieren und auf den Punkt bringen können.“ (Anhang L, Zeilen 208-215) Gerald Warter nutzt das Freie Radio B138 also als Medienpartner im Bereich Medienpädagogik.

Elisabeth Kumpl-Frommel findet für ihre Organisation die Möglichkeit gut Projekte und Veranstaltungen ankündigen zu können. ((vgl. Anhang M, Zeilen 250-251)

Sabrina Leitner unterscheidet zwischen sich als Privatperson, ihrer Rolle als Unternehmerin und ihrer Position als Vereinsobfrau. Als Privatperson könne sie lernen besser zu sprechen und das auch vor Radiopublikum, für den Verein könne sie Veranstaltungen via Radio publik machen und als Unternehmerin etwas über ihr Unternehmen, oder Facetten daraus ins Radio bringen. (vgl. Anhang O, Zeilen 127-130)

Nutzungsarten des Freien Radios durch die TeilnehmerInnen der Online-Umfrage

268 Personen haben die Frage nach der Art der Nutzung des Freien Radios in ihrer Region beantwortet, 56 (17,28%) haben sie übersprungen. Als Antwortmöglichkeiten standen „als Informationsträger“, „als Treffpunkt“, „als Medienpartner für Öffentlichkeitsarbeit“, „als Verbreitungsmedium“, als „Plattform für meine Themen“, „als Ort um Ideen zu entwickeln“, „als Kooperationspartner“, „als Freizeitangebot“, „als Bildungsstätte“, „als Medienwerkstatt“, „als Kompetenzzentrum“ sowie die Möglichkeit unter „Sonstiges“ eigene Angaben zu machen zur Verfügung. Mehrfachantworten waren möglich.

Die am häufigsten gewählte Antwort war „als Informationsträger“, dieser Art der Nutzung in der Region schlossen sich 184 Personen, also 56,79% der Umfrage-TeilnehmerInnen an. 107 Personen gaben an, das Freie Radio „als Medienpartner für Öffentlichkeitsarbeit“ zu nutzen und 106 Personen nutzten das Freie Radio in der Region als Freizeitangebot. Die weiteren Nutzungsarten waren in der Reihenfolge der Häufigkeit ihrer Auswahl: als Verbreitungsmedium (98), als Plattform für meine Themen (90), als Treffpunkt (82), als Bildungsstätte (81), als Ort um Ideen zu entwickeln (77), als Kooperationspartner (75), als Medienwerkstatt (46) sowie als Medienkompetenzzentrum (31). Abbildung 8 zeigt die Anzahl der Nennungen der Nutzungsarten des Freien Radios in der Region.

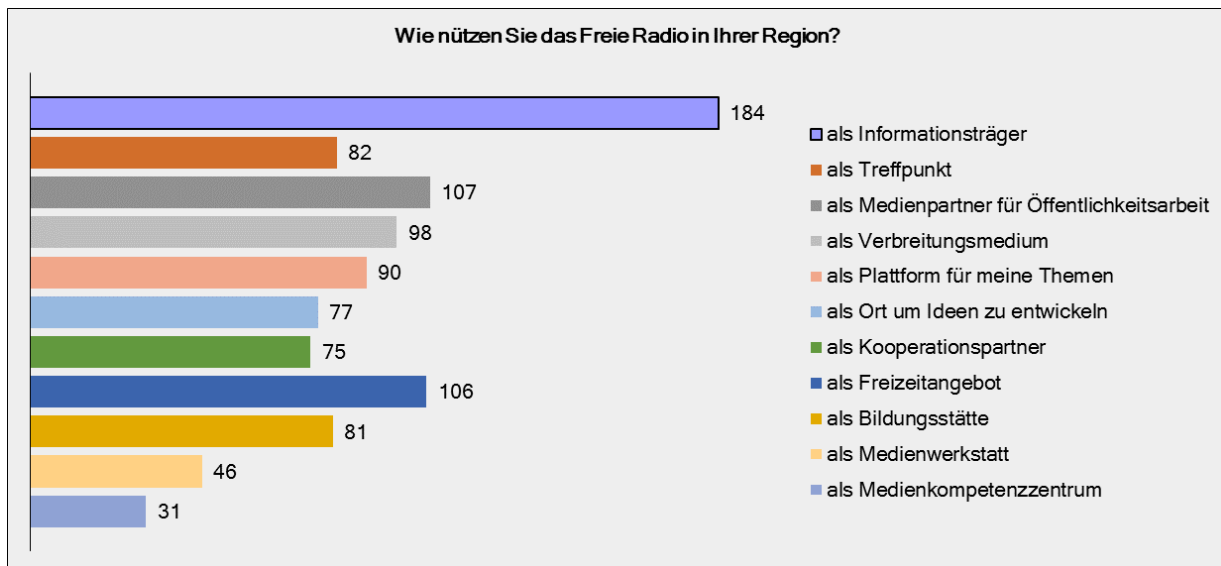


Abbildung 8 Anzahl an Nennungen der Art der Nutzung des Freien Radios in der Region durch die Umfrage-TeilnehmerInnen (Quelle: eigene Darstellung)

22 Personen gaben außerdem unter Sonstiges folgende Antworten:

- Als Arbeitsplatz (2 Nennungen);
- nutze es wenig bis gar nicht oder nicht empfangbar (2 Nennungen);
- wegen guter Musik, zum Musikhören;
- Ich nutze dorf tv als Medienwerkstatt, als Kooperationspartner, als Verbreitungsmedium. Ich habe in Schwertberg im Rahmen des kleinen Kulturzentrums im Meierhof seit Jahren Pläne einen regionalen Medienknoten in Kooperation mit Radio FRO und dorf tv aufzubauen;
- als politischen Player der Themen in die Themen in die Öffentlichkeit bringt und auch politische Aktionen setzt;
- Veranstaltungsort (Konzerte, Lesungen, Diskussionen); Radio-Konsument;
- Verwirklichung eines Traums;
- Alternative zum "normalen" Radio;
- Partner in der Regionalentwicklung;
-gedenke ich, es mal zu "nutzen";
- zum Spaß;
- eher als Kooperationspartner denn als Hörer;

Aus der Sicht der TeilnehmerInnen aus den untersuchten Sendegebietern und der Gesamtmenge an Umfrage-TeilnehmerInnen nutzten jeweils mehr als die Hälfte der TeilnehmerInnen der Umfrage das Freie Radio als Informationsträger, die TeilnehmerInnen aus den Sendegebietern FRF und freequenns schlossen sich dieser Ansicht sogar zu ca. 71% bzw. 69% an. Abbildung 8 stellt die Ergebnisse der TeilnehmerInnen aus den untersuchten Sendegebietern gegenüber.

Die meisten Nennungen seitens der TeilnehmerInnen aus dem Sendgebiet von B138 erhielten nach „Informationsträger“ die Nutzung als Treffpunkt (42%), als Freizeitangebot (34%) und mit Nennungen durch 20-30% der TeilnehmerInnen: als Ort um Ideen zu entwickeln, als Medienpartner für Öffentlichkeitsarbeit, als Bildungsstätte, als Plattform für meine Themen, als Verbreitungsmedium, als Kooperationspartner. Als Medienwerkstatt und Medienkompetenzzentrum nutzen nur 19% bzw. 10% der

Umfrage-TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet des Freien Radios B138 das Freie Radio. 16% der TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet von B138 haben diese Frage nicht beantwortet.

Die TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet des FRF nannten nach der Nutzung als Informationsträger (71%) am häufigsten die Nutzung als Freizeitangebot, als Plattform für meine Themen und als Verbreitungsmedium (je 46%), sowie als Treffpunkt und als Medienpartner für Öffentlichkeit (je 33 %). 25% der Umfrage-TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet von FRF nutzten das Freie Radio als Ort um Ideen zu entwickeln. Weiters wurden die Nutzung als Kooperationspartner und als Bildungsstätte von 23% der TeilnehmerInnen genannt. Als Medienwerkstatt nutzten 17% das Freie Radio und als Medienkompetenzzentrum weitere 10%. 1 Person (2%), die in diesem Sendegebiet lebt und an der Umfrage teilnahm, hat diese Frage nicht beantwortet.

Die TeilnehmerInnen aus dem Sendegebiet von freequenns nannten ebenso die Nutzung des Freien Radios als Informationsträger am häufigsten (69%), gefolgt von der Nutzung als Freizeitangebot und als Plattform für meine Themen (je 46%), sowie als Verbreitungsmedium (39%). 31% gaben jeweils an, das Freie Radio als Kooperationspartner und als Medienpartner für Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen. Weitere 19% nutzten das Freie Radio als Bildungsstätte, je 12% als Medienwerkstatt und Medienkompetenzzentrum. Nur 4 % nutzten das Freie Radio als Treffpunkt. Ebenso 4 % haben diese Frage übersprungen.

Tabelle 7 Vergleich der Nennungen von Nutzungsarten des Freien Radios nach TeilnehmerInnen aus den untersuchten Sendegebieten

	B138 (88 TN)	FRF (48 TN)	Freequenns (26 TN)	Insgesamt (324 TN)
als Informationsträger	52,27%	70,83%	69,23%	56,79%
als Treffpunkt	42,05%	33,33%	3,85%	25,31%
als Medienpartner für Öffentlichkeitsarbeit	26,14%	33,33%	30,77%	33,02%
als Bildungsstätte	22,73%	22,92%	19,23%	25,00%
als Freizeitangebot	34,09%	45,83%	46,15%	32,72%
als Kooperationspartner	20,45%	22,92%	30,77%	23,15%
als Ort um Ideen zu entwickeln	29,55%	25,00%	15,38%	23,77%
als Plattform für meine Themen	21,59%	45,83%	46,15%	27,78%
als Verbreitungsmedium	21,59%	45,83%	38,46%	30,25%
als Medienwerkstatt	19,32%	16,67%	11,54%	14,20%
als Medienkompetenzzentrum	10,23%	10,42%	11,54%	9,57%
Sonstiges	6,82%	10,42%	3,85%	6,79%
Frage übersprungen	15,91%	2,08%	3,85%	17,28%

10. Ergebnisse aus der Forschungswerkstatt

Die Forschungswerkstatt wurde als Learning Village konzipiert und fand am 29. und 30. September 2016 in Kirchdorf an der Krems statt.

Nach einer ersten Vorstellungsrunde wurden erste Ergebnisse aus den qualitativen Befragungen und der quantitativen Umfrage präsentiert. Im Anschluss berichteten die TeilnehmerInnen einander in Gruppen zu dritt von ihren persönlichen Zugängen zum Freien Radio ausgehend von der Überschrift **„Mein prägendes Erlebnis mit dem Freien Radio ...“**. Aus diesen Geschichten wurden jene Fragen gesammelt, die wir uns stellen müssen, um einen nächsten Schritt gehen zu können. Das Hosting Team hat anschließend Fragen ausgewählt, an denen im Format Kontext-Café weitergearbeitet wurde.

Ergebnisse aus dem Kontext-Café

1. Runde: Wie schafft man, das was Radio „KANN“ sichtbar zu machen und die Begeisterung dafür spürbar zu machen?
 - Über Personen (SendungsmacherInnen) Begeisterung ausstrahlen
 - Analysieren, was wir am besten können und nach außen kommunizieren
 - Medienpräsenz (Projekte, ...)
 - Präsenz bei (Eigen-) Veranstaltungen
 - Projektpartner suchen
 - „sichtbares Wohnzimmer“ öffentlichen Raum bespielen
 - Interventionen im öffentlichen Raum (EKZ, Schulen, Fußgängerzonen,...) Freies Radio = Dialog
 - Überzeugung „leben“ – nach außen tragen
 - Formate und Räume schaffen, wo EntscheidungsträgerInnen erleben können was wir tun und sind! (Sendungen, Veranstaltungen, ...)
2. Wie kann Radio die lokalen/ regionalen Initiativen fördern?
 - Radio lässt beim Reden Ideen entstehen
 - Radio gibt Raum, ist Knotenpunkt für verschiedene Initiativen – sozial und kulturell
 - Mit Ressourcen: Equipment, Know-How (medienrechtlich, technisch, Workshops) und Räumlichkeiten
 - Mediale Öffentlichkeit, Niederschwelligkeit
 - Bühne/Möglichkeiten geben, sich zu präsentieren (Sendungen, Veranstaltungen etc.)
 - Communities und Netzwerke auf- und ausbauen – Aktives Einladen! – Informationsflow!
 - Regionale Initiativen (längerfristig) aktiv begleiten und zu Beteiligten machen
3. Was brauchen wir TeilnehmerInnen als Freie Radios, RegionalentwicklerInnen, RTR, KUPF, COMMIT,... dazu?

- Mehr Ressourcen
- Budgetäre Rahmenbedingungen
- Ressourcen (Zeit, Geld, Raum), die nicht ursächlich an Radioproduktion gebunden sind: 80% Community, 20% Programm
- Zeit und Raum für produktive Reflexion, z.B.: Team-Supervision, Bewusstsein für die Kraft der Vielfalt, auch mit SendungsmacherInnen
- Auseinandersetzung mit dem Medienwandel
- Gezielt auf MultiplikatorInnen zugehen (mit Beharrlichkeit)
- Vernetzen:
 - o Freies Radio – Freies Radio (TV)
 - o Außerhalb
 - o Partner

Weiter wurde anschließend an ein Rollenspiel über mögliche Strategien zur Sichtbarmachung des eigenen Bildes der Freien Radios diskutiert.

Der zweite Tag des Learning Villages enthielt weitere vorläufige Ergebnisse aus der Studie sowie daran anknüpfende Diskussionen zu den Empfehlungen der Befragten zur Wirkungserhöhung der Freien Radios in Bezug auf Regionalentwicklung. Folgende Maßnahmen und Ideen wurden festgehalten und werden weiterverfolgt:

- Aufbau eines Pools an ehrenamtlichen SendungsmacherInnen, die journalistisch/ redaktionell arbeiten (um diese bei Anfragen z.B. zu Vorträgen zu entsenden, ggf. gegen gratis Eintritt)
- Formulieren und Sichtbarmachen der Bandbreite an möglichen Formen der Beteiligung
- Schärfen der eigenen Strategie in den Bereichen Community (80%) und Programm (20%)
- Erstellung von Programmwegweisern

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutierten außerdem, inwiefern der Transfer der Studienergebnisse vor sich gehen kann und soll. Einigkeit bestand darüber, dass zielgruppenspezifische Folder und Broschüren erstellt werden sollen, eine Kurzzusammenfassung wesentlich ist, die Ergebnisse auch über soziale Medien gestreut werden sollen, Statements aus den Interviews als Hör-Comics in das Sendeprogramm gemischt werden können und die einzelnen Radios auch individuelles Vorgehen finden sollen. Wichtig erschien auch immer wieder die Frage, wer wem die Info-Folder übergeben soll bzw. wo man die Ergebnisse präsentieren kann, sodass sie auf fruchtbaren Boden fallen.

In einem Pro-Action-Café, das die gegenseitige Beratung von Projekten und Ideen durch die TeilnehmerInnen aus unterschiedlichen Bereichen zum Ziel hatte, wurden folgende Ideen und Projekte weiterentwickelt:

- **Freequenns: Programm Relaunch + mehr Frauen als Sendungsmacherinnen**

Programm Relaunch: Wichtig wird sein, sich über die Gründe für einen Relaunch klar zu werden und auf qualitätsvolle Kommunikation mit den SendungsmacherInnen zu achten. Wichtig wird

eine partizipative Gestaltung des Prozesses, externe Begleitung kann unterstützen. Die Idee eines Workshops über Sendungsabläufe über COMMIT wurde eingebracht.

Mehr Frauen: Aktuell ist eine Frau im Radio-Team, keine Frau ist im Vorstand - dies soll verändert werden. Die Idee ist, einen Kurs im ZAM (Zentrum für Ausbildungsmanagement) anzubieten – weniger, um Jobs anzubieten als vielmehr die teilnehmenden Frauen in der Entwicklung ihrer Persönlichkeit und ihres Auftretens zu unterstützen. Eventuell könnten weitere Frauenberatungsstellen und Schulen miteinbezogen werden. Konkreter Zugang könnte auch sein, Frauen in Sendungen einzuladen und aus dem Kontext „Frauen in die Technik“ Frauen den Zugang zum Radiomachen zu ermöglichen.

- **Radiosendung zum Transfer der Studie**

Wichtige Erkenntnis war hier: zuerst die Ergebnisse präsentieren, dann Transfersendung gestalten. Die Transfersendung bildet die Quintessenz der Studie und ihrer Ergebnisse ab. HörerInnen erfahren die wissenschaftlichen Ergebnisse in der Ergebnisse-Sendung und die Transfersendung informiert über den Prozess der gesamten Studie. Wichtige Erkenntnis: aus HörerInnensicht gestalten, sodass diese wissen, inwiefern sie die Freien Radios für sich verwenden können.

- **Public Value Bericht zum nichtkommerziellen Rundfunk**

Public Value Bericht soll als wiederkehrendes Kommunikationsinstrument des nichtkommerziellen Rundfunks implementiert werden. Wesentlich ist es, sich über Zielgruppen klar zu werden und auch externe Sichtweisen miteinzubeziehen. Finanzierungsideen bestehen, vor allem bei regelmäßiger Erstellung ist RTR interessiert.

- **Ideenschmiede 16A**

Projektideen, die in der Region bestehen und über ein interdisziplinäres Netzwerk, werden MultiplikatorInnen ins 16A in eine Ideenschmiede eingeladen. Ziel dabei ist es, diese Ideen weiter zu schärfen. Zwei Monate nach der Ideenschmiede werden die TeilnehmerInnen in eine Reflexionsradiosendung eingeladen.

Wichtige Erkenntnis: „Das Radio kann nur bestehen wenn die Region besteht und sich entwickelt.“ (Mike Schedlberger, 2016)

11. Diskussion

Dieses Kapitel ist die Conclusio aus den vorangegangenen Beiträgen der gesamten wissenschaftlichen Arbeit. Es fließen sowohl Erkenntnisse aus der Literaturrecherche als auch aus den ExpertInneninterviews und der quantitativen Befragung ein. Teile dieses Kapitels finden Überschneidungspunkte mit dem Kapitel Kritik und Ausblick.

Das Land Oberösterreich beschreibt ländliche Entwicklung als *„das Ergebnis vielfältiger und vernetzter Maßnahmen für die Erhaltung und Weiterentwicklung des ländlichen Raumes als funktionsfähiger und zukunftsorientierter Lebensraum.“* (Land Oberösterreich, 2016) Mit der wissenschaftlichen Arbeit wollen das regionales Engagement der Freien Radiosender FRF, freequenns und B138 in ihren Sendegebieten (steirisches Ennstal, Oberes Kremstal und Bezirk Freistadt im Mühlviertel) um eine weitere wichtige Facette, wenn nicht sogar um die wichtigste Facette erweitern: den wissenschaftlichen Diskurs. Denn wie im Zitat des Landes Oberösterreich beschrieben, funktioniert Regionalentwicklung nur als Summe verschiedener Prozesse und Projekte. Die verschiedenen Bestrebungen im Bereich Regionalentwicklung sichtbar zu machen, die ländliche Freie Radios in ihrer bisherigen Arbeit bereits umsetzen, und diese um wissenschaftliche Fakten zu ergänzen, beziehungsweise diese unterfangen wissenschaftlich zu beschreiben und notfalls durch verschiedene Methoden zu ergänzen ist im vorliegenden Kapitel unser Anspruch.

Kommunikation in der Region stellt für alle befragten Expertinnen und Experten einen entscheidenden Faktor dar. Freie Radios können in zweierlei Hinsicht als Kommunikatoren im ländlichen Raum wirksam werden. Zum einen in ihrer Funktion als Verbreitungsmedium mit der Möglichkeit, eine breite Masse an Menschen zu erreichen und zum anderen als Orte der Kommunikation, durch die Bereitstellung von Räumlichkeiten, die Kommunikation möglich machen und die Öffnung dieser Räumlichkeiten für Menschen, die in der Regionalentwicklung tätig sind. Das können Vereine, NGOs oder NPOs, aber auch Menschen und Organisationen rund um regionale, nationale und europäische Förderprogramme sein.

Weiter können Freie Radios aktiv Kommunikationsprozesse in der ländlichen Bevölkerung beeinflussen: Durch die Eröffnung von Diskursen oder ihrer Begleitung, indem sie beispielsweise bei Veranstaltungen involviert sind, diese dokumentieren oder kommentieren.

Häufig wurde seitens der befragten Expertinnen und Experten auch jener Faktor als positiv beschrieben, dass Freie Radios sich an den Statuten der Freien Radios orientieren, nicht aber eine Auswahl anhand Themen vollziehen. Selektion gibt es also nur, wenn ein Thema dem antidiskriminatorischen Anspruch, also Punkt sieben der Charta der Freien Radios nicht entsprechen würde (vgl. Verband Freier Radios Österreich, s.a.). Grundsätzlich haben die Expertinnen und Experten den Eindruck, dass regionale Entwicklung und Themen der Regionalpolitik derzeit auf mediales Interesse stoßen. Angemerkt wird aber mehrmals, dass Freie Radios die Zusammenarbeit mit klassischen Medienproduzenten in der Region verstärken sollten, das könnte also heißen, die Berichterstattung via Wochenzeitung oder Regionalzeitung mit einem Radiobeitrag zu ergänzen, um so weitere genauere Information anbieten zu können.

Auch aus unserer quantitativen Umfrage geht hervor, dass die häufigste genannte Nutzungsweise der ländlichen Freien Radios, die des Informationsträgers ist. Das Freie Radio als Medienpartner wird ebenfalls oft genannt. Somit decken sich auch die Beobachtungen und Aussagen unserer Expertinnen und Experten mit jenen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der quantitativen Umfrage. Wenn es um die Punkte Medienwerkstatt und Medienkompetenzzentrum geht, beides Begriffe, die gerade in den letzten zehn Jahren immer wieder in den Medien auftauchen und als die sich Freie Radios auch verstehen, gibt es

offensichtlich noch Nachholbedarf. Freie Radios im ländlichen Raum müssen prüfen, welche Angebote in diese Richtung gesetzt werden und ob diese Angebote, sofern es diese überhaupt gibt, auch unter diesen Begriffen beworben werden. Das zeichnet sich aus der Analyse der qualitativen und quantitativen Befragung ab.

Kommunikation nach außen hat auch einen wesentlichen Einfluss auf die Akquise neuer Sendungsmacherinnen und Sendungsmacher und auf zukünftige Projektpartnerinnen und Projektpartner. In ländlichen Regionen zeigt sich, wie wichtig Mundpropaganda und das persönliche Ansprechen von Menschen in der Region sind. Vor allem unsere quantitative Umfrage zeigte, wie wichtig die Kommunikation zwischen RadiomacherInnen und der ländlichen Öffentlichkeit ist, um erfolgreich neue Projekte umsetzen zu können. Viele mittlerweile im Radioumfeld aktive Menschen haben ihren Weg in die ländliche Radiostation durch persönliche Gespräche gefunden. Zwar müssen verschiedene Strategien gewählt werden, um in der Region einflussreich und beachtet zu bleiben, aber das persönliche Gespräch oder die Bereitschaft als RadiomitarbeiterIn aktiv Prozesse zu begleiten kann keine Werbestrategie umgehen. Menschen, die aktiv und überzeugt für Radioprojekte eintreten sind die besten KommunikatorInnen und MultiplikatorInnen nach außen. Wenn sie als lokale Think Tanks regionale Projekte begleiten wollen, müssen sie sich allerdings auch dorthin begeben, wo diese Projekte umgesetzt werden beziehungsweise selbst ein Angebot in diese Richtung setzen.

Regionalentwicklung ist ein großes Thema in den Freien Medien. Das zeigt sich aber in der Befragung der Öffentlichkeit noch nicht so ausgeprägt wie es sich Produzentinnen und Produzenten Freier Medien wünschen würden. Zwar sprechen die Expertinnen und Experten von positiver Zusammenarbeit mit Freien Medien und eigens gewidmeten Regionalprojekten, wie zum Beispiel Sendereihen zu verschiedenen Regionen Oberösterreichs oder des steirischen Ennstals, aber aus unserer quantitativen Umfrage lässt sich dies noch nicht signifikant ablesen. Freie Radios müssen hier womöglich noch öffentlichkeitswirksamer von den eigenen Projekten und Bestrebungen in der Regionalentwicklung berichten. Ein guter Weg dies zu tun, sind die Sendereihen „Kernlandradio“ im FRF über das Mühlviertler Kernland oder „Nationalparkradio“ im steirischen Ennstal über den Nationalpark Gesäuse. Diese Sendereihen spiegeln den Regionalbezug wider, binden regionale Projekte und Menschen ein und sind für Hörerinnen und Hörer klar als regionale Sendereihen gekennzeichnet. Zwar produzieren die Freien Radios viele Sendungen, bzw. fast ausschließlich Sendungen aus der Region für die Region, nur geht es auch darum, diese Sendungen zu charakterisieren beziehungsweise sie für die Menschen in der Region auch unter der Zuschreibung „regional“ oder „Region“ verfügbar zu machen. Vielleicht braucht es auch Zuschreibungen „Regionalentwicklungen“ oder ähnliches. Jedenfalls erachten wir eine Diskussion diesbezüglich als sinnvoll. Das kann auch eine grundsätzliche Frage der eigenen Corporate Identity betreffen. Wie regional positioniert ist das eigene ländliche Freie Radio? Wie wird es in der Öffentlichkeit wahrgenommen? Die Freier Rundfunk Freistadt GmbH hat gemeinsam mit der LEADER Region Mühlviertler Kernland mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union ein Magazin ins Leben gerufen, das auch in seiner Außenwirkung eindeutig als Regionalmagazin verstanden wird. Ein ähnliches Format ist mit Stand 2016 beim Freien Radio B138 in Arbeit. Es wird im Frühjahr 2017 auf Sendung gehen und beschäftigt sich mit dem Traunviertler Alpenvorland und ist Teil eines LEADER Projektes in der Region Traunviertler Alpenvorland.

Regionalspezifische Unterschiede

In unseren drei Untersuchungsregionen finden wir drei aktive Freie Radios vor, die gelernt haben, unterschiedliche Rahmenbedingungen für sich zu nutzen, um in der Region als in der Regionalentwicklung

aktiv wahrgenommen zu werden. Das Angebot, grundsätzlich ein Freies Radio im ländlichen Raum, im Bezirk, in der Gemeinde zu haben, ist in sich schon ein spezifisches Angebot für die Region. Unweigerlich erwachsen daraus positive Faktoren für die Regionalentwicklung.

Durch den laufenden Radiobetrieb werden Menschen im ländlichen Raum zu Radiomacherinnen und Radiomachern ausgebildet. Das funktioniert nur durch gegenseitige Wertschätzung und kommunikativen Austausch. Weiter werden in der Arbeit der Freien Radios Menschen aller Altersstufen, unabhängig von ihrem Geschlecht, ihrer Kultur, ihrer Herkunft als ehrenamtliche Radiomacherinnen und Radiomacher für Themen der Region sensibilisiert. Unsere quantitative Umfrage zeigt deutlich, welches Angebot Freie Medien in der Region übernehmen. Es beginnt beim grundsätzlichen Angebot, ein Informationsträger zu sein, das heißt Informationen zu offerieren, zu teilen und zu verbreiten. Die Aufgabe, ein Verbreitungsmedium zu sein gewährleistet in unseren drei Untersuchungsregionen ein Team angestellter RadiomitarbeiterInnen. Jede Bürgerin, jeder Bürger kann diese Möglichkeit für seine Projekte in Anspruch nehmen und somit mit der Region in Kontakt treten. Freie Radios werden zahlenmäßig wohl nicht im selben Ausmaß wie staatliche oder einige private Radiosender gehört, allerdings lässt sich ihr HörerInnenpotential oder ihre Wirkungsweise auf die Menschen und ihre Regionen an verschiedenen Aktionen und weiteren Verbreitungs Kanälen nachvollziehen. Es ist heute längst nicht nur die Radiosendung, die diskutiert wird, sondern ihr Inhalt, der durch multimediale Nutzung verbreitet wird und letztlich Niederschlag in den sozialen Medien oder den klassischen journalistischen Publikationen findet.

Durch die Ausgangssituation, drei sehr unterschiedliche Regionen in unsere gemeinsame wissenschaftliche Arbeit inkludieren zu können, entstehen mehrere positive Effekte. Zum einen die Übertragbarkeit von regionalentwicklerischen Strategien in der Radioarbeit in unterschiedlichen ländlichen Regionen, und zum anderen dennoch das Erkennen der regionalspezifischen Unterschiede als wichtige Impulse für die Region. Wenn ein regionales Radio Regionalentwicklung vorantreiben möchte und Schwerpunkte in der Regionalentwicklung selbst setzen möchte, dann muss das Team des Freien Radios die Region und ihre Spezifika kennen um Erfolg zu haben.

Freequenns, FRF und Radio B138 zeigen erfolgreiche Kooperationsprojekte und Aktionen auf, die ihre Stellung in der Region in der Vergangenheit gefestigt haben. Zusätzlich erscheint es sinnvoll, verschiedenste Projekte in verschiedensten Lebensbereichen der Menschen einer Region umzusetzen. Das betrifft Kinder und Jugendliche, Frauen und Männer, jüngere und ältere Generationen, Menschen mit vielfältigem ethischen und kulturellen Hintergrund und Themen, die ebenfalls vielfältig gestreut sind. So präsentieren sich die drei Freien Radios auch: Als Orte der Vielfalt. Gleichzeitig findet sich darin ein durchgängiges Konzept, das sein Fundament in den Statuten der Freien Radios hat.

12. Ausblick

Ziel der vorliegenden Studie war es, die Wirkungen und Beiträge der Freien Radios im ländlichen Raum auf dessen regionale Entwicklung sichtbar zu machen und aufzuzeigen. Die vorliegende Studie zeigt, dass Wirkungen von den ländlichen Freien Radios ausgehen, die über die produzierten Radiosendungen hinausgehen.

Die vorliegende Studie stellt für sich für die Teams der Freien Radios selbst Nutzen dar, da die Ergebnisse der Selbstwahrnehmung und Schärfung des Selbstbildes dienen. Besonders nach der Diskussion und Weiterentwicklung im Learning Village konnte aufgezeigt werden, dass die Teams der Freien Radios ihr eigenes Selbstbild klarer und stärker nach außen kommunizieren und sichtbar machen wollen um aufzuzeigen, was sie wirklich sind: mehr als eine reine Produktionsstätte für Radiosendungen, mehr als ein reiner Medien- oder Pressebetrieb. Im Learning Village wurde die Methode Public Value-Bericht für Freie Radios als Projektidee eingebracht, diskutiert und weiterentwickelt. Eine Umsetzung dieser Idee ist ein naheliegender nächster Schritt, der auf diese Studie folgen soll.

Für die Kommunikation nach außen (= externer Nutzen der Studie) bedeutet die Studie nicht nur eine Argumentationsgrundlage im Dialog mit beispielsweise Fördergebern, sondern vielmehr eine Basis für die Kontaktaufnahme mit Menschen in der Region, die das Freie Radio noch nicht kennen oder noch über die vielfältigen Wirkungsweisen der Freien Radios als Akteure der Regionalentwicklung im Unklaren ist. Hier bedarf es weiterer Schritte seitens der Freien Radios, die Ergebnisse der Studie zu verbreiten bzw. auf die Ergebnisse folgenden Handlungsbedarf zu klären und in Maßnahmen umzusetzen.

Die Entscheidung, die Forschungsfragen mittels empirischer Erhebung zu prüfen, hat sich bewährt: die qualitativen und quantitativen Befragungen haben sich als geeignet erwiesen, die Wirkungen, die die Freien Radios auf ihre jeweiligen Regionen ausüben, aufzuzeigen.

Kritisch zu betrachten ist die Auswahl der InterviewpartnerInnen. Die am Projekt teilnehmenden Freien Radios waren sich in ihrer Kick off-Veranstaltung einig darüber, dass Stakeholder interviewt werden sollen, die regional aktiv und engagiert sind. Die interviewten Stakeholder sind regional engagiert und unterscheiden sich nach ihrem Bezug zum Radio, von Stakeholder, die das Freie Radio nur namentlich kennen bis hinzu regelmäßigen SendungsmacherInnen reichte die Bandbreite der interviewten Stakeholder. Daraus ergibt sich auch unterschiedlich tiefer Einblick in Funktionen und Wirkungsweisen der Freien Radios.

Ähnlich verhält es sich mit den TeilnehmerInnen der quantitativen Befragung, auch hier lässt sich kritisch anmerken, dass die Bewerbung der Online-Umfrage Einfluss auf die Ergebnisse nehmen. So ist es daher zum Beispiel nicht verwunderlich, dass ca. 95% der TeilnehmerInnen angeben, Freie Radios zu kennen.

Spannend wäre eine Weiterführung der Forschungsarbeit, einerseits um aus dieser Studie entstehende Handlungsvarianten in Hinsicht auf Wirkungserhöhung bzw. Erweiterung der beteiligten Personen zu prüfen. Andererseits um weitere angeführte Methoden in Zusammenhang mit Freien Radios und Regionalentwicklung zu testen und Ergebnisse zu vergleichen.

13. Literaturverzeichnis

- Akademie für Raumforschung und Landesplanung (2005): Handwörterbuch der Raumordnung. Hannover: ARL. Online abrufbar unter <http://www.arl-net.de/content/handwoerterbuch-der-raumordnung> (zuletzt abgerufen am 18.10.2016)
- Amt der oberösterreichischen Landesregierung (1998): Landesraumordnungsprogramm Oberösterreich. Online abrufbar unter <https://www.land-oberoesterreich.gv.at/86550.htm> (zuletzt abgerufen am 18.10.2016)
- Boulding, K. E. (1992): Towards a new economics: critical essays on ecology, distribution and other themes. Aldershot, Hants [u.a.]: Elgar.
- Büro für Zukunftsfragen (2012): Wirkungsbericht. Online abrufbar unter https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/umwelt_zukunft/zukunft/buerofuerzukunftsfragen/weitereinformationen/publikationen/publikationendesbuerosfue/wirkungsbericht2012.htm (zuletzt abgerufen am 13.02.2017)
- Dax, T., Favry, E., Fidschuster, L., Oedl-Wieser, T., Pfefferkorn, W. (2008): Periphere ländliche Räume. Thesenpapier im Auftrag der ÖROK. Rosinak & Partner, Bundesanstalt für Bergbauernfragen, ÖAR Regionalberatung.
- Freies Radio Freistadt (2016): Hier hören Sie uns. Online abrufbar unter http://www.frf.at/?page_id=161 (zuletzt abgerufen am 18.10.2016)
- Gehmacher, E. (2009): Sozialkapital in den ländlichen Räumen. In: Ländlicher Raum. Online-Fachzeitschrift des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Jahrgang 2009. Online abrufbar unter <https://www.bmlfuw.gv.at/dam/jcr:f469031a-997d-4710-b3e7-9513ad421039/Ernst%20Gehmacher%20-%20Sozialkapital%20in%20den%20l%C3%A4ndlichen%20R%C3%A4umen.pdf> (zuletzt abgerufen am 18.10.2016)
- Hader, A. (2016): Mündliche Mitteilung vom 18.02.2016.
- Krajasits, C. (2008): Zur Typisierung von ländlichen Räumen im deutschsprachigen Raum - Konsequenzen für einen differenzierten Umgang mit der sozio-demographischen Entwicklung. Herbsttagung des Ökosozialen Forums „Land ohne Leute? Perspektiven für den Umgang mit sozio-demographischen Entwicklungen in ländlichen Räumen“ vom 7.-8. November 2008 in Wels. Online abrufbar unter <http://www.oekosozial.at/uploads/pics/krajasits.pdf> (zuletzt abgerufen am 18.10.2016)
- Landesstatistik Steiermark (2016): Bezirk Liezen. Online abrufbar unter <http://www.statistik.steiermark.at/cms/beitrag/11680534/103033905/> (zuletzt abgerufen am 18.10.2016).
- Land Oberösterreich (2016): Leben in Oberösterreich. Aktuelle statistische Eckdaten. Bezirk Freistadt. Online abrufbar unter http://www.land-oberoesterreich.gv.at/files/statistik/gesellschaftundsoziales/eckdaten/eckdaten_406.pdf (zuletzt abgerufen am 18.10.2016)
- Lauggas, M. und Peissl, H. (2016) „Ich lerne mit jeder Sendung“ Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich, Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH.

- Machold, I. (2010): Regionale Ungleichheit? Qualitative und quantitative Auswirkungen der sozialen und wirtschaftlichen Infrastrukturentwicklung auf die Bevölkerung. Dargestellt anhand von zwei ausgewählten Gemeinden in der Steiermark. Dissertation. Wien: Universität Wien.
- Maier, G. und Tödtling, F. (1996): Regional- und Stadtökonomik 2. Regionalentwicklung und Regionalpolitik. Wien, New York: Verlag Springer.
- More-Hollerweger, E. und Schober, C. (2013): Erarbeitung von Indikatoren zur Wirkungsmessung von grenzüberschreitenden Kulturprojekten. EU-Programm „Kultur“ - Phase 2007-2013, Fokus auf Projekte mit österreichischer Trägerschaft. NPO-Kompetenzzentrum, Wien.
- Peissl, H. (2011): Public Value Freier Radios. In: Karmasin, M., Süßenbacher, D. und Gonser, N. (2011): Public Value. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Radio Freequenns (2016): Frequenzen. Online abrufbar unter <http://www.freequenns.at/frequenzen.html> (zuletzt abgerufen am 18.10.2016)
- Raumplanung Steiermark (2009): Landesentwicklungsprogramm. Verordnung und Erläuterung. LGBl. Nr. 75/2009. Online abrufbar unter <http://www.raumplanung.steiermark.at/cms/ziel/280339/DE/> (zuletzt abgerufen am 18.10.2016)
- Temper-Samhaber, B. (2016): Mündliche Mitteilung vom 29.09.2016.
- Scheer, G. (2008): Regionalentwicklung und Netzwerke. In Bauer-Wolf, S., Payer, H. und Scheer, G. (Hrsg.) (2008): Erfolgreich durch Netzwerkkompetenz. Handbuch für Regionalentwicklung. Springer-Verlag, Wien.
- Schober, C. (2012): Wirkungsmessung in NPOs, nichtgewinnorientierten Projekten und Programmen. Online abrufbar unter http://www.controller-forum.org/data/uploaded/file/pdf/Workshops2012/Download_Handout_NPO-Workshop_Schober_Wirkungsmessung%20in%20NPOs.pdf (zuletzt abgerufen am 17.02.2017)
- Sedlacek, P. (Hrsg.) (2004): Evaluation in der Stadt- und Regionalentwicklung. Stadtforschung aktuell, Band 90. VS Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Verband Freier Radios Österreich (s.a.): Charta der Freien Radios Österreichs. Online abrufbar unter <http://www.freie-radios.at/charta.html> (zuletzt abgerufen am 01.09.2016)

14. Anhang

Anhang A – Stakeholderinterview mit Mario Brandmüller

Interviewpartner: Mario Brandmüller, Geschäftsführer Regionalmanagement Bezirk Liezen GmbH

Datum: 27.04.2016

Ort: Regionalmanagement Liezen

5 Interviewer: Thomas Hein, Freies Radio freequenns

THOMAS HEIN: Wir sitzen hier im Regionalmanagement Bezirk Liezen, im ehemaligen Weißenbach bei Liezen, im jetzigen Liezen und sprechen mit Mario Brandmüller, dem Regionalmanager der Region, Geschäftsführer des Regionalmanagements, und fragen ihn zuerst wie würden sie die Region, dieses Sendegebiet des Freien Radios Radio Freequenns beschreiben, was verbinden Sie mit dieser
10 Region?

MARIO BRANDMÜLLER: Ich verbinde sehr viel mit dieser Region, denn diese Region ist mein Lebensort, ich wohne und arbeite selbst hier und bin mit meiner Familie in der Region stark verwurzelt. Und diese Region ist mein Arbeitsgebiet. D.h. das Regionalmanagement Bezirk Liezen ist für die gesamte Großregion Liezen zuständig.

15 **THOMAS HEIN:** Ah, das Sendegebiet, um es kurz zu umschreiben, geht bis Admont, geht hinauf bis Altenmarkt. Ungefähr in diesem Sendegebiet, umfasst die Gebiete bis Richtung Bad Mitterndorf, Irdning. Wie ist diese Region für Sie definiert, was ist das Besondere an dieser Region?

MARIO BRANDMÜLLER: Das Besondere am Bezirk Liezen ist die Vielfalt und die unterschiedliche thematische Ausrichtung. Nehmen wir zB die Kleinregionen Liezen-Gesäuse und das Paltental, sie
20 sind eher geprägt von Industrie- und Gewerbe; Richtung Admont und Eisenwurzen dominiert der sanfte Tourismus. Sieht man sich den Westen des Bezirkes an, dann kann zweifelsohne vom unglaublich erfolgreichen Event- bzw. Aktivtourismus gesprochen werden. Nicht umsonst sind diese Regionen die Tourismusregionen Nr. 1 in der Steiermark.

THOMAS HEIN: Ah, wenn Sie an die Entwicklung dieser Region denken, welche Aktivitäten oder
25 Projekte fallen Ihnen dazu ein?

MARIO BRANDMÜLLER: Ich glaube, das würde den zeitlichen Rahmen sprengen.

THOMAS HEIN: Beispielsweise.

MARIO BRANDMÜLLER:

30 Da denke ich zum Beispiel an das bezirksweite Projekt „Arbeitgeberzusammenschluss“, mit dem wir eine von drei Pilotregionen in Österreich sind. Ich denke nicht, dass es je ein Regionalmanagement in enger Zusammenarbeit mit den Playern der gesamten Region und den vielen Betrieben, innerhalb kurzer Zeit geschafft hat, mit einem Projekt rund 10 neue Vollzeit Arbeitsplätze zu schaffen. Und das bereits bei Projektbeginn.

35 Dann denke ich an unser Mobilitätsprojekt. Das größte Projekt im Mobilitätsbereich, das es je in der Region gegeben hat.

Desweiteren, das Narzissenfest, das Altausseer-Bierzelt, die ARBÖ-Classic, die Rennen in Schladming die unzähligen Leader-Projekte die in den Regionen im Bezirk Liezen umgesetzt wurden, großartige

Arbeit von jedem einzelnen. Die Gemeinden, die Sozialpartner, der Nationalpark, die Tourismusverbände, die Naturparke, da könnte ich jetzt noch einiges erzählen....

40 **THOMAS HEIN:** Ah, Sie haben's schon angeschnitten, ah, die verschiedenen Projekte, welche Akteure fallen Ihnen da insbesondere ein? Sie haben schon den Nationalpark genannt, welche Akteure fallen in dieser Entwicklung und bei diesen Projekten besonders auf?

MARIO BRANDMÜLLER: Als Akteure fallen ganz besonders auf die einzelnen Gemeinden des Bezirkes, die sich sehr stark in der Projekt- und Regionalentwicklung beteiligen. Nicht umsonst sind
45 sie auch beim Regionalmanagement beteiligt, als die, die größte – und einzige - Regionalentwicklungsagentur, dessen Entscheidungsgremien auch gesetzlich im Raumordnungsgesetz verankert sind. Aber weitere Partner sind natürlich die Tourismusverbände, Tourismusverband Schladming, Ausseerland, Gesäuse. Die einzelnen Partner wie die Kulturträger, die sehr stark unterwegs sind. Natürlich auch im Wirtschafts- und Bildungsbereich, im Energiewesen die
50 Energieagentur, und alle diese Partner, die in anderen Themenschwerpunkten sehr gut verankert sind. ZB im Umweltbereich, in der ländlichen Entwicklung, im sozialen Bereich, und viele mehr. Die, die Projekte nicht nur initiieren, sondern auch vorantreiben. Denn eine Projektidee zu haben, das ist das eine. Das muss man auch sagen, da gibt's auch viele die nur die Projektidee haben. Aber die, die dann auch so viel Ehrgeiz haben und auch mit sehr bescheidenen Fördermitteln dann sagen, ich stehe
55 hinter diesem Projekt und ich setz es trotzdem um. Das sind dann auch die, die Region weiterentwickeln, sag ich ganz offen und ehrlich.

THOMAS HEIN: Ah, wie wichtig sind aus Ihrer Sicht, Kommunikation und die Medien für die Regionalentwicklung?

MARIO BRANDMÜLLER: Die Kommunikation im Allgemeinen, die regionalen Medien, Radio
60 Freequenns und wie sie alle heißen, ob das die Printmedien sind, die Online-Medien, oder ob das zB das Fernsehen ist. Die sind das Um und Auf für die Regionalentwicklung. Ich kann das nur aus meinem eigenen Bereich, also aus der Sicht der Regionalentwicklung berichten, denn es tut sich sehr, sehr viel – denn das was gemacht wird, muss ja auch nach außen transportiert werden. Und die Medien sind ein Schlüsselfaktor für die Regionalentwicklung, denn sie können auf der einen Seite das
65 nach außen transportieren und den Leuten sagen „schaut's her es tut sich was, bitte macht dort mit“ – damit wird quasi positives berichtet, ja, in der Mobilität tut sich was! Sie können aber auch etwas zunichtemachen, indem sie einfach über ein Projekt etwas negatives schreiben und dann sind alle Bemühungen in Wirklichkeit umsonst gewesen, denn die Bevölkerung für die, die Regionalentwicklung letzten Endes da ist, die nimmt das dann nicht so wahr oder eben nicht so wahr
70 wie es sein sollte.

THOMAS HEIN: Gibt es Ihrer Meinung Themen, die zu wenig Beachtung finden, in dieser Richtung, bei den Medien, bei den regionalen Medien?

MARIO BRANDMÜLLER: Themen, die zu wenig Beachtung finden..., das glaube ich eher weniger. Also bei uns im Bezirk Liezen, muss ich ganz ehrlich sagen, wir haben eine ganz tolle Kooperation mit
75 Radio Freequenns – aber auch mit allen Print- und Onlinemedien, dort kommt es nie darauf an, irgendwelche Themen zu beschränken. Vor allem bei Radio Freequenns ist das ein riesiger Vorteil. Aber genauso auch im Fernsehen oder bei den Printmedien gibt's eigentlich keine inhaltlichen Reglementierungen, wo man sagt, du, bittschön, red doch nur über Mobilität oder über das, weil das will der Leser in seiner Zeitung haben. Wir sprechen über alle Themen, das ist zB auch das sehr
80 sensible Thema der Abwanderung und der gesamten demographischen Entwicklung. Das interessiert

die Leute. Die demographische Entwicklung, Standortentwicklung, Mobilität, über den sozialen Bereich, über die Verkehr, Verkehrsinfrastruktur, wir sprechen alles an und wir sind auch für alles da.

THOMAS HEIN: Sie haben es schon erwähnt, wenn Sie jetzt an die Freien Medien denken, an das Freie Radio denken, was fällt Ihnen da spontan als Erstes ein?

85 **MARIO BRANDMÜLLER:** Die Freiheit, also die Möglichkeit, ungezwungen zum Radio zu kommen, wenn ich jetzt alleine an Radio Freequenns denke, wir freuen uns / das gesamte Team freut sich jedes Monat schon darauf, erster Mittwoch im Monat haben wir Radiosendung, bei der wir eine Sendung gestalten dürfen; bei der wir Projektpartner aus der Region zum Radio bringen können. Das ist einerseits eine ganz neue Erfahrung für viele, einmal im Radio sein zu dürfen, aber andererseits ist es auch eine ganz tolle Möglichkeit, dort sehr offen über Dinge zu diskutieren. Dinge, die vielleicht in einem Zeitungsbericht nicht so rüberkommen, als wie wenn man das hört. So nach dem Motto „Achso, so hat er das gemeint“ und mit 2 Sätzen in einem Bericht erreicht man vielleicht nicht das, was man sagen will, im Vergleich zu dem, wenn ich jetzt ein Fernsehinterview oder im Radio bin und dort das Ganze präsentiere. Um ehrlich zu sein, Radio ist etwas „authentischer“ und greifbarer.

95 **THOMAS HEIN:** Jetzt kommen wir zum Thema Freies Radio und Regionalentwicklung. Wie wird aus Ihrer Sicht jetzt das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen, soweit Sie das sehen, beobachtet haben?

100 **MARIO BRANDMÜLLER:** Ich seh's, dass bei uns das Freie Radio sehr gut wahrgenommen wird. Ich spreche sehr viel mit unseren regionalen Partnern und sage ihnen auch, dass wir die Möglichkeit haben, dort zu kommunizieren, was wir alles machen und dass das auch für sie eine Chance wäre. Die Erfahrung hat gezeigt, wenn man auch mit der Bevölkerung spricht und sagt was, kennst du Radio Freequenns, dann kommt meist ein JA, das ist das einzige Radio das ich höre, weil da kommen regionale Beiträge und vielleicht kenne ich sogar diese Leute, die dort was vorstellen. Ein wesentlicher Vorteil ist auch die unterschiedliche Musikgestaltung, denn – und das darf ich mir jetzt auch erlauben - man kann unterschiedliche Musik spielen und hört nicht ständig eine Schleife an Liedern, die vielleicht gerade „im Trend“ sind. Das nervt mit der Zeit. Bei Radio Freequenns wird überwiegend auch regionale Musik gespielt und das ist schon etwas ganz Besonderes. Frei nach dem Motto „Dein Radio in der Region – für die Region“.

110 **THOMAS HEIN:** Welche Themen greift das Freie Radio bei Ihnen im Bezirk speziell auf? Welche Themen fallen Ihnen da auf, die aber auch... ausgelotet werden?

115 **MARIO BRANDMÜLLER:** Mir fällt auf, dass die Themen eigentlich sehr weit gefächert sind, wir haben das Nationalpark Radio, Regionalmanagement on Air, die Energieagentur, Raumberg-Gumpenstein, das Rote Kreuz, einige gestalten ihre eigene Sendung. Unterschiedliche Institutionen, Vereine, Privatpersonen machen dort Radio zu unterschiedlichen Themen und stecken quasi nicht im „Themenkorsett“. Da wird frei über alles gesprochen, was im Bezirk und in den jeweiligen Institutionen wichtig ist.

THOMAS HEIN: Gibt es Bereiche, in denen das Freie Radio Ihrer Meinung aktiv werden soll oder sollte?

120 **MARIO BRANDMÜLLER:** Das Freie Radio sollte unbedingt die Chance nutzen, die Jugend sehr stark mit ins Boot zu holen, den Jugendlichen zu zeigen, was Radio überhaupt für Möglichkeiten bietet. Denn eines ist klar, ich kann mich noch erinnern an meine erste Radiosendung, was eigentlich überhaupt nicht meine Art ist, aber ich war wahnsinnig nervös. Denn, das war eine ganz besondere

Situation. Diese erste Radiosendung hat mir sehr viel gebracht. Ich bin zum Beispiel überhaupt nicht mehr nervös wenn ich zum Radio komme, im Gegenteil, ich freue mich sogar darauf. Und ich glaube, dass das Radio speziell für Jugendliche eine tolle Möglichkeit ist, sich selbst ein bisschen weiterzuentwickeln bzw. aus sich selbst herauszukommen. Und sie haben auch die Chance, Themen – die ihnen wichtig sind – aufzugreifen und kritisch zu diskutieren. Wo kann man das denn schon machen? Und sie können Lernen, wie man Radio gestaltet. Denn das ist meines Erachtens auch ein bisschen eine Kunst. Denn es ist nicht einfach: anfangs glaubt man, Radio zu machen ist ganz leicht, da brauche ich eh nur Musik spielen – NEIN, da hängt sehr viel zusammen und das ist eine eigene Wissenschaft, kann man bald schon sagen.

THOMAS HEIN: Gibt's andere Themen außer der Jugend, die Ihnen noch einfallen, die dir noch einfallen? Also, wo das Freie Radio aktiv werden soll oder sollte, mehr aktiv werden sollte.

MARIO BRANDMÜLLER: Ich glaube, das Freie Radio sollte mehr aktiv sein in der Gemeindearbeit, also gemeinsam mit den Gemeinden Sendungen gestalten, vielleicht den Gemeinden anzubieten, dass sie selbst ihre Gemeindearbeit vorstellen, ihre Möglichkeiten in der Gemeinde präsentieren. Ich glaube, dass die Gemeinden da ein Schlüsselfaktor sind, denn eines muss man auch sagen, die Gemeinden arbeiten sehr stark an der Regionalentwicklung und an der Gemeindeentwicklung und da ist es natürlich von Vorteil, wenn ein so tolles Medium wie Radio Frequenz auch die Gemeinde bei ihrer Arbeit unterstützt.

THOMAS HEIN: Ah, nächste Frage, woran erkennen Sie selbst dass ein Projekt, eine Initiative oder eine Unternehmung auf die Region wirkt? Woran ist das erkennbar, praktisch dieser Zusammenhang zwischen einem Projekt und der Wirkung? Kann man das feststellen?

MARIO BRANDMÜLLER: Das ist sehr schwer zu beantworten, weil die Projekte meist unterschiedliche Zielgruppen ansprechen, aber auch einen unterschiedlichen Wirkungskreis haben. Denn wenn ich mir zum Beispiel ein Projekt in einem Jugendzentrum ansehe, da habe ich einen sehr beschränkten Wirkungskreis und auch eine sehr genau definierte Zielgruppe. Aber die Erfolge sprechen für sich. Einerseits will ich damit natürlich nur Jugendliche ansprechen und der Wirkungskreis beschränkt sich ziemlich genau auf das Jugendzentrum in der Gemeinde, vielleicht sogar noch in der jeweiligen Kleinregion. Viel weiter geht's meines Erachtens dann nicht mehr. Aber Regionalentwicklung ist ein Thema, das in der Regel thematisch und vom Wirkungskreis her betrachtet übergreifend ist und für die gesamte Region gilt. Wenn es zum Beispiel um ein Leitprojekt im Regionalmanagement geht: das betrifft die gesamte Region. D.h. zB das Thema Mobilität - das betrifft unterschiedlichste Zielgruppen, von den Jugendlichen, von den Kindern, über die Eltern, Erwachsene, Senioren, alle Zielgruppen sind da drinnen, denn Mobilität betrifft jeden. Und ob das Ganze gut ankommt bzw. ob die Wirkung dann die ist, die aus dem Projekt erzielt werden soll, das zeigt sich eben erst nach Jahren. Also, ob ein Ruftaxisystem, ein Bildungsangebot, ein arbeitsmarktpolitisches Großprojekt, ein Angebot im Gesundheitsbereich oder selbst ein kleines Projekt die gewünschte Wirkung hat, merkt man in der Regionalentwicklung oft erst nach einer gewissen Zeit. Wichtig ist es jedenfalls, dass alle Initiativen nachhaltig sind.

THOMAS HEIN: Bei diesen Wirkungen, die wir gerade besprochen haben, welche dieser Wirkungen erzielt das Freie Radio in der Region? Wo Ihnen aufgefallen ist, praktisch, eine Wirkung wurde wirklich erzielt, bei einem Projekt oder ähnlichem?

MARIO BRANDMÜLLER: Die Umsetzung eines Projektes ist das Eine – die Kommunikation nach außen das Andere. Also wenn man die Projektphase jetzt so betrachtet, von der Projektidee, zur

Planung, zur Umsetzung, die Überlegungen der Finanzierung - das ist Eine. Aber irgendwie muss ich dieses Projekt nach außen kommunizieren. Denn viele oder die meisten Projekte, die gemacht werden, werden für die Bevölkerung gemacht. Und wenn die Bevölkerung aber nicht weiß, dass es dieses Projekt gibt, dann ist dieses Projekt quasi an der Zielgruppe vorbeigegangen oder erzielt
170 vielleicht nicht die Wirkung, die ich bezwecke. Und die Medien sind, ich habe es vorher schon gesagt, ein ganz, ganz wichtiger, unverzichtbarer Faktor in der Regionalentwicklung. Denn hätten wir sie nicht, dann würden viele unserer Projekte einfach ins Leere gehen, zumindest was die Bewusstseinsbildung angeht. Natürlich aber nicht alle, weil bei manchen Projekten ist es so, dass die konkrete Zielgruppe nicht nur der einzelne Bürger bzw. die einzelne Bürgerin der Region ist, sondern
175 da ist die Zielgruppe eine viel weitere.

THOMAS HEIN: Wie sehen Sie die Rolle der Freien Radios jetzt in Bezug auf Regionalentwicklung? Sie haben es schon ein bisschen beschrieben in der letzten Antwort, was ist die Rolle der Freien Radios? Wie würden Sie definieren die Funktion?

MARIO BRANDMÜLLER: Kritisch etwas zu diskutieren, zu hinterfragen, zu planen und auch zu
180 kommunizieren, das kann ein freies Radio. Kritik ist nicht immer etwas Negatives – und selbst wenn, durch Kritik erkennt man oft Probleme oder Fehler und kann sich dadurch verbessern. Und ich glaube, dass die Medien oder die Freien Radios ein wesentlicher Schlüsselfaktor sind in der Verbesserung bestehender Angebote oder in der Verbesserung der gesamten Regionalentwicklung. Daher ist Radio Freequenns ein wichtiger Partner bei uns in der Region Liezen.

THOMAS HEIN: Wie könnte ein Freies Radio die Region noch zusätzlich mitgestalten? Also Gestaltungsmöglichkeiten für das Freie Radio, wo kann's noch aktiver werden?

MARIO BRANDMÜLLER: Gut, nehmen wir zum Beispiel an, das RML plant an einem Projekt und überlegen uns, wie wir die Inhalte auch nach außen kommunizieren. Sozusagen „Marketing“ betreiben. Ohne Zweifel kann man die Damen und Herren, die bei der Presse arbeiten, als
190 Marketingexperten im engeren Sinne bezeichnen. Sie wissen, auf was es in der Region ankommt. Welche Themen gefragt sind und wie man die Inhalte transportieren muss, um Interesse zu wecken. , Und ich glaube, dass man nicht immer externe Marketing-Experten von weit herholen muss, sondern dass man auch die regionalen Medienexperten heranziehen kann, um von ihnen auch einen Rat einzuholen und von ihnen zu lernen. Eine Art Produktvermarkter. Denn ein Projekt ist für mich wie
195 ein Produkt, das ich nach außen vermarkten muss. Und ich glaube, dass diese Expertise in der Vergangenheit zu wenig genutzt wurde, dies aber in Zukunft noch wichtiger sein wird als es bisher war. Es heißt ja: „wer nicht wirbt, der stirbt“.

THOMAS HEIN: Glauben Sie, dass das Freie Radio Möglichkeiten in der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat? Also, wo es sich von anderen Medien unterscheidet.

MARIO BRANDMÜLLER: Hm, Möglichkeiten, die das Radio hat, die andere Medien nicht haben ...

THOMAS HEIN: Das Freie Radio in diesem Fall. Unterscheidungsmerkmale zu anderen Medien.

MARIO BRANDMÜLLER: Ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal ist, dass man dort in der Regel nicht missverstanden werden kann. D.h. wenn ich dort beim Radio bin, eine Stunde oder länger, dann kann ich das, was ich transportieren will, auch so transportieren wie ich es möchte. Nun weiß
205 ich natürlich, dass Presseaussendungen, die man selber formuliert, auch inhaltlich passen - aber trotz allem besteht immer das Risiko, „falsch verstanden“ zu werden oder das Themen falsch interpretiert werden. Aber wenn ich bei einer Pressekonferenz bin und dort sind

MedienvertreterInnen, die übrigens alle großartige Arbeit leisten in unserer Region und dann wird zum Beispiel etwas aufgefasst, das nicht der Schwerpunkt des ganzen Themas war, dann kommt es hier oft zu Missverständnissen. Im Radio kann ich in wenigen Minuten mehr aussagen, als in einem Zeitungsbericht. Es wirkt – wie schon gesagt – etwas authentischer

THOMAS HEIN: Welche Angebote bietet jetzt das Freie Radio in der Region, aus Ihrer Sicht? Bei uns in der Region, Raum Liezen? Und wer nützt diese Angebote? Wer sind die Konsumenten, wer sind die, die das Ganze nützen?

MARIO BRANDMÜLLER: Bei uns bietet das Freie Radio an, ein Radiogestalter bzw. ein Radiomacher zu sein. Und, ich glaube, dass wird von vielen Institutionen sehr gut wahrgenommen. Vielleicht sollte man das sogar noch ein bisschen besser anbieten, vielleicht auch über die Gemeinden, über die Gemeindezeitungen – wie schon erwähnt. Das man dort auch transportiert und sagt: „Hey, du hast die Möglichkeit hier Radio zu machen.“ Ich glaube auch, dass die Personen, die Radio machen, die Institutionen, die dort vertreten sind, sich das nicht mehr wegdenken könnten, weil sie sehr glücklich sind mit der Entscheidung, dort ihre Projekte vorzustellen, Vorhaben zu präsentieren oder vielleicht auch mit unterschiedlichen Personen zu diskutieren. Noch einmal: für uns ist das ein unverzichtbarer Bestandteil in der Öffentlichkeitsarbeit.

THOMAS HEIN: Ah, wer sind diese anderen Gruppen oder wer sind diese Nutzer, die Sie beobachtet haben? Sie haben schon ein paar erwähnt... Energieagentur, in anderen Fragen schon. Wer wäre noch Nutzer, die Sie kennen, die das Angebot nutzen?

MARIO BRANDMÜLLER: Ich glaube, dass z.B. die Tourismusverbände durchaus interessiert wären, die Partner, die in diesen Tourismusverbänden sind, vielleicht sogar einzelne Hotelbetriebe, die die Möglichkeit nutzen möchten auch ihre Veranstaltungen und Aktivitäten vorzustellen. Aber es ist auch eine Chance, Schulen mit ins Boot zu holen. Es wäre die Möglichkeit, dass zB einmal im Monat eine Schule kommt, die ihren Themenschwerpunkt dort vorstellt. Was wird dort angeboten, und vieles mehr. Eine Art „Radio macht Schule“ oder „Schule macht Radio“ oder wie auch immer. Ja, ich denke mir, dass viele Partner die Chance nutzen sollten. Wie gesagt, die Radiomacher die ich kenne, sind glücklich, dort mitgestalten zu dürfen.

THOMAS HEIN: Wen erreicht aus Ihrer Sicht das Freie Radio, jetzt abgesehen von Hörerinnen und Hörern?

MARIO BRANDMÜLLER: Unterschiedliche Zielgruppen. Der Vorteil ist es, dass es auch Projektträgerinnen und Projektträger bzw. viele Verantwortliche trifft und durch Radio Freequenns auch eine enorme Reichweite hat. Wenn man zum Beispiel ein neues Förderprogramm vorstellt - und für Förderberatung sind wir unter anderem auch zuständig - dann ist es ein tolles Medium um die Möglichkeiten aufzuzeigen: Es gibt jetzt zum Beispiel eine besondere Fördermöglichkeit: „Bitte alle Vereine“, meldet Euch bei uns. Wir können Euch helfen, Förderungen zu lukrieren...“ Wie auch die Regionalentwicklung kann man so eine Sendung mit einem Spinnennetz vergleichen. Nehmen wir an, in der Mitte sitzt der Hörer / die Hörerin. Er/sie hat nun – bildlich gesprochen - viele Fäden an denen er/sie ziehen kann. Man erfährt etwas und kennt vielleicht jemanden, der davon profitieren könnte. Selbst wenn man sagt, man hat z.B. 10.000 Hörer, heißt das noch lange nicht, dass es ausschließlich diese 10.000 erreicht. Das ist wie in der Regionalentwicklung: mit einer Person im Regionalmanagement erreicht man ein riesiges Netzwerk an anderen Personen und Institutionen.

250 **THOMAS HEIN:** Was würden Sie jetzt den Freien Radios oder dem Freien Radio in Ihrer Region empfehlen um den Wirkungsradius zu erhöhen?

MARIO BRANDMÜLLER: Abgesehen von der Sendegebietserweiterung, über die ich mit einigen Medienvertretern schon gesprochen habe... Vielleicht über unterschiedliche Workshops, das Radio etwas bekannter zu machen. Schwierig, denn Radio Freequenns macht sehr gute Arbeit. Und ich
255 kenne euch fast alle beim Radio und ich weiß, dass dort ein super Team arbeitet. Also – zu dem was ich schon gesagt habe - keine großartigen Empfehlungen. Einfach so weitermachen wie bisher. Tolle Arbeit.

THOMAS HEIN: Welche Menschen im Besonderen sollte das Freie Radio einbinden um jetzt die Wirkung zu erhöhen? Welche Personen oder Personengruppen fallen Ihnen ein, die man besonders
260 einbinden sollte?

MARIO BRANDMÜLLER: Wie schon gesagt: Jugendliche. Denn die Jugendlichen sind hier in der Region unsere Zukunft. Und wenn sie viel mehr wissen über unsere Region, wenn sie hier in der Region viel mehr in Entscheidungsprozesse eingebunden werden, auch in die Medienarbeit, dann hat das sicherlich einen enormen Mehrwert. Das würde ich machen, um hier den Wirkungskreis und das
265 gesamte Interesse an der Medienarbeit zu erhöhen.

THOMAS HEIN: Welche Ideen haben Sie jetzt persönlich regionale Projekte zu generieren, initiieren und inhaltlich zu fördern? Wir sind ja jetzt sozusagen an der Quelle, wo das passiert, aber gibt's jetzt spezielle Projekte, die jetzt sozusagen im Raum stehen, die man jetzt sozusagen auch durch's Radio vielleicht anschieben könnte?

MARIO BRANDMÜLLER: Ja, also, was konkret zum Beispiel unsere Projekte betrifft. Derzeit ist eine Bildungsplattform in Arbeit, in der das gesamte Bildungsangebot im Bezirk Liezen, die Ausbildungen, die Qualifizierungsangebote auf einer einzelnen Homepage gebündelt und zusammengefasst haben. Und dass ist schon wieder der klassische Fall eines tollen Projektes, bei dem es vor allem auf die Kommunikation nach außen angeht. Wenn's niemand weiß, dass es das gibt, schauen die Leute
270 einfach nicht auf diese Homepage. Ziel dieser Plattform ist es schlichtweg, dass die Leute, die eine Ausbildung suchen, das gesamte Angebot des Bezirkes gebündelt vorfinden. Sie sollen nicht in anderen Regionen Angebote suchen und dann abwandern. Und es gibt sehr viele Angebote im Bezirk Liezen. Hier kann das Radio natürlich sehr gut in der Kommunikation unterstützen. Laufend darüber zu berichten. Das bringt mehr als ein einzelner Zeitungsbericht. Glaube ich zumindest.

THOMAS HEIN: Und jetzt ganz persönlich Ihre Verbindung zum Freien Radio? Sie sind sozusagen ein Radio... oder eine Organisation, die schon beim Freien Radio wie erwähnt mitarbeitet. Wie profitieren Sie jetzt persönlich bzw. Ihre Organisation vom Freien Radio?

MARIO BRANDMÜLLER: Wir profitieren einerseits davon, dass wir unsere Projekte nach außen hin gut kommunizieren können! Wir haben schon viele Rückmeldungen von Hörerinnen und Hören
285 bekommen. Das freut mich sehr. Sogar meine Frisörin hat mich angesprochen, dass sie mich im Radio gehört hat und sie unsere Projekte ganz toll findet. Und das ist dann doch toll!

THOMAS HEIN: Was ist jetzt für Sie persönlich die Motivation einen Beitrag zu gestalten, Sendungsmacher zu sein?

MARIO BRANDMÜLLER: Die Motivation ist die, dass es einerseits irrsinnigen Spaß macht. Diese Arbeit macht viel Spaß! Und es ist eine völlig andere Art der Öffentlichkeitsarbeit – die man selbst
290 gestaltet. Aber wenn ich regional etwas mitgestalten möchte, dann ist das eine tolle Möglichkeit und

ich würde es auch machen, wenn ich nicht beim Regionalmanagement wäre, weil ich das sehr gerne mache und weil es mir wirklich Spaß macht.

295 **THOMAS HEIN:** Und was sind jetzt so – als Abschlussfrage – die Beweggründe des Teams des Freien Radios, diese zu betreiben?

300 **MARIO BRANDMÜLLER:** Sie stehen hinter dieser Sache und lieben ihre Arbeit. Das sieht und hört man. Und, das ist genau das, was ich vorhin gesagt habe, genau solche Leute braucht man, die mit Herzblut an einer Sache arbeiten. Das ist die Hilde, das bist du, das ist der Roland uvm. Ihr habt Radio Freequenns dorthin gebracht, wo es heute ist. Denn es gibt wirklich sehr wenige, mit denen ich spreche, die Radio Freequenns nicht kennen. Und das heißt schon was: Gut gearbeitet würde ich abschließend sagen.

THOMAS HEIN: Und was sind Beweggründe, sozusagen die versteckten Motive beim Team überhaupt Radio zu machen? Ist jetzt so ein bisschen eine Vermutungsfrage.

305 **MARIO BRANDMÜLLER:** Ich glaube, dass vielleicht sogar der Beweggrund ist, die Region mitzuentwickeln. Vielleicht nicht bewusst, aber unbewusst ist es so, dass sie mit dem was sie machen, unsere Region mitentwickeln. Und das ist vielleicht auch ein Anreiz, dass die Leute das machen. Ihr seid sozusagen auch Regionalentwickler.

310 **THOMAS HEIN:** Zusatzfrage: Hast du noch irgendwelche Themen, die du in Zusammenhang zwischen Freien Radios und für die Regionalentwicklung, was dir noch einfällt, was wichtig wäre, was zusätzlich noch wäre, so als Anschluss im Interview?

315 **MARIO BRANDMÜLLER:** Ich glaube, dass das Radio - bei uns ist es mittlerweile Usus, bei jeder Pressekonferenz eingeladen werden muss – es darf nicht fehlen! Auch bei regionalen Veranstaltungen soll das Radio viel mehr mit ins Boot geholt werden. Ich weiß nicht, ob das jetzt schon so ist. Bei Großevents zum Beispiel, da darf Radio Freequenns nicht fehlen. Dass nicht nur der ORF dort vertreten ist, sondern dass auch das Radio, aus der Region selbst! Denn das erhöht einerseits natürlich den Wert des Radios, der ohnehin schon sehr hoch ist, aber das ist auch eine gewisse Wertschätzung aus der Region.

320 **THOMAS HEIN:** Danke für das Interview.

MARIO BRANDMÜLLER: Dankeschön.

Anhang B – Stakeholderinterview mit Herbert Wölger

Interviewpartner: DI Herbert Wölger, Geschäftsführer Nationalpark Gesäuse GmbH

Datum: 04.05.2016

Ort: Nationalpark Büro Weng

5 Interviewerin: Hilde Unterberger, Freies Radio freequenns

HILDE UNTERBERGER: Was verbindest du mit dieser Region?

HERBERT WÖLGER: Die Region ist eine geografische Einheit, wir sind im Ennstal. Das Radio wird ja gesendet bis Altenmarkt, bis ins Salzburgische hinauf. Das ist dann für uns da in Admont schon relativ weit weg, aber alles was so Schladming bis, ja, eigentlich auch noch ein bisschen durch's Gesäuse auch noch ist, das ist das Ennstal, wo wir uns natürlich da in Admont im Mittelpunkt des Ennstals fühlen. Das ist der Sendebereich von Radio freequenns. Was uns ein bisschen leid tut, wir haben ja das Nationalparkradio jeden Mittwoch von 18-19 Uhr im Radio freequenns, dass wir im östlichen Teil unseres kleineren Gebietes jetzt den Radiosender nicht mehr empfangen kann. Da red, sprech ich also von Hieflau und von Landl. Johnsbach und Gstatterboden geht mit, wenn man ein ganz ein gutes
10
15 Radio hat, mit einem üblichen Radio auch nicht und in Hieflau ist es dann ganz aus.

HILDE UNTERBERGER: Und generell mit der Region, was, was sind deine Anknüpfungspunkte?

HERBERT WÖLGER: Ja, die Region ist die Region, wo ich geboren bin. Ist eine Region von Berg und Fluss, teilweise sehr schroffem Gebirge, d.h. die Landschaft verbinde ich mit der Region, meine Kindheit, meine Herkunft verbinde ich mit der Region. Die Leute, die da leben, wir sind relativ dünn
20 besiedelt, sag ich einmal, das heißt man kennt sich. Wir haben keine wirklich größeren Städte so wie im Alpenvorland in der Region, es ist alles klein und überschaubar. Wir haben viel Land- und Forstwirtschaft, ein bisschen Industrie, d.h. von den Arbeitsmöglichkeiten her und Verdienstmöglichkeiten sind wir eigentlich recht bunt aufgestellt. Aber trotzdem sehr schön, drum auch ein touristischer Schwerpunkt in der Region. Ich glaube es ist eine Region mit der wir recht
25 zufrieden sein können. Die nicht wirklich im großen Zentrum der Aufmerksamkeit steht und aber auch nicht daneben ist, sondern eine sehr lebenswerte Region. Und letzteres, lebenswerte Region verbinde ich vor allem auch mit unserem Institut.

HILDE UNTERBERGER: Wenn du an die Entwicklung dieser Region denkst, welche Aktivitäten und Projekte fallen dir dazu ein?

HERBERT WÖLGER: Nur, ah, die Entwicklung der Region... Die Regionsgeschichte ist sehr lang, wenn ich in Admont anfangen, vor 1000 Jahren waren wir kurz vor der Gründung des Stiftes und davor hat's schon, 2000 Jahre früher, Bergbauaktivitäten und Besiedelung da gegeben. Wir wollen ja im Rahmen des Nationalparks diese Geschichte ein bisschen sichtbar machen und aufarbeiten, da gibt es ein kleines Projekt zur Montangeschichte in Johnsbach. Aber in der, im 20. Jhdt. hat's vor meiner Zeit die
30 großen Projekte der Industrialisierung gegeben, Eisenverarbeitung Liezen beispielsweise, das war sicher sehr, sehr wichtig für die Region. Danach dann oder auch Mitte/Anfang des 20. Jahrhunderts schon touristische Entwicklung. In Schladming war damals noch nichts los, Admont war ein Zentrum, Bergsteigen in Johnsbach, in Gstatterboden, tolle Hotels. In Admont, diese Waage hat sich dann ein bisschen bewegt, in die Richtung, dass unser Osten, östliche Region da im Ennstal zurück gegangen,
35
40 der Westen ist mit dem Aufschwung des Skifahrens stark geworden. Das ist gottseidank da bei uns versäumt worden. In den Haller Mauern hat es in den 70er Jahren Skilift-Projekte gegeben, die wären heute alle existenziell wahrscheinlich aufgrund der Höhe, die wir da haben, ganz ganz am Limit oder

schon zusammengekracht. Und jetzt in den unmittelbaren letzten Jahren haben wir mit in der Region eine ganz gute Entwicklung, die eigentlich erst vor 2 Jahren angefangen hat. Nämlich ein
45 Regionalentwicklungskonzept, das das Regionalmanagement Liezen entwickelt hat. Mit dem Hintergrund, die Basis für LEADER in der Periode jetzt zu schaffen. Wo das Konzept wirklich in der Region erarbeitet worden ist und nicht von irgendeinem Beratungsunternehmen, das hergekommen ist und gefragt hat was tun wir und das dann aufgeschrieben hat. Das halte ich für sehr sehr wertvoll und die ersten Projekte sind da jetzt sind am Laufen oder sind eingereicht worden, wie unser kleines
50 Montanhistorisches. Und das hat ein paar Schwerpunktthemen, dieses Regionalentwicklungskonzept, wo die Landwirtschaft drinnen ist, wo auch das Gewerbe drinnen ist, wo die Lebensqualität drinnen ist, wo der Tourismus drinnen ist. Also lauter Sachen, die für uns da wichtig sind. Und ansonsten, was ist noch passiert in der Vergangenheit, wenn ich jetzt an Admont denke, im Tourismusverband hat es eine Entwicklung gegeben. Der Tourismusverband ist heute ein
55 bisschen größer wie früher, noch ein bisschen zu klein, aber er ist schon größer. Er arbeitet ganz ganz eng mit dem Nationalpark zusammen. Nationalpark gibt so ein bisschen Werte vor, der Tourismusverband schaut, dass er draus was Verkaufsfähiges macht, das die Betriebe dann wirklich umsetzen in Einkommen. Und das funktioniert sehr sehr gut zurzeit. Stift Admont ist auch ganz ein wichtiger Player bei uns, die haben 1995 das gesamte Stift und Museum angefangen zu restaurieren,
60 was sehr sehr wichtig war für die Region. Und heute, 2016, sind wir in einer Situation, wo wir da alle sehr sehr zusammenarbeiten und miteinander gut reden können.

HILDE UNTERBERGER: Du hast jetzt schon einige Akteure und Akteurinnen genannt, in dem Zusammenhang, fallen dir noch andere ein dazu?

HERBERT WÖLGER: Akteure sind natürlich die Gemeinden, Akteure bei uns ist der Naturpark
65 Steirische Eisenwurzen. Also das ist noch ein wichtiger Akteur, mit dem Sitz in St. Gallen und schließt das Gebiet von St. Gallen nach Osten auf. Die Aktivitäten von Liezen Richtung Westen mit den diversen Vereinen, Initiativen sind auch sehr sehr wichtig. Aber das ist jetzt aus meiner Admontzentrierten Sicht schon ein bisschen weit weg, da bin ich nicht so involviert, was da im Einzelnen läuft, da oben. Die Wirtschaft ist bei uns auch, also die, die kleine, kleinstrukturierte
70 Wirtschaft recht aktiv auch mit unserem Zutun, die Nationalparkpartner, 95 Betriebe, und bei den 95 Betrieben sind einige dabei, die wirklich aktiv sind, die etwas weiterbringen, und die obwohl sie nur Familienbetriebe sind durchaus als Akteure der Region, als Vorreiter der Region angeschaut werden können.

HILDE UNTERBERGER: Zu Region und Kommunikation. Wie wichtig sind Kommunikation und Medien
75 für die Regionalentwicklung?

HERBERT WÖLGER: Kommunikation ist das Um und Auf, das ist also extrem wichtig. Die Medien sind in der Regionalentwicklung auch wichtig, nicht ganz so wichtig als wie im überregionalen Raum, weil man natürlich im engeren Raum auch ohne Medien leichter kommunizieren kann. Am Wirtshaustisch, auf der Straße, im persönlichen Gespräch und so weiter. D.h. ohne Kommunikation
80 geht gar nichts, Kommunikation ist auch sehr sehr verbesserbar, an dem kann man immer arbeiten. Viele Informationen sind zu wenig verbreitet bei uns, und da helfen dann die Kommunikationsinstrumente schon mit, weil alle kann ich nicht erreichen, indem ich halt sage, ich tu persönlich Leute anreden. Und, da glaube ich, da erfüllen die regionalen Medien schon eine ganz wichtige Funktion. Weil man in regionalen Medien regionale Inhalte ganz einfach transportieren
85 kann, die man in überregionalen Medien nicht so transportieren kann. Und zweitens weil dadurch die regionalen Medien für die Region, für die Bewohner der Region ganz einfach interessanter

werden. Also wenn ich was höre aus meiner näheren Umgebung, dann interessiert mich das eher, dann bin ich eher bereit die Zeitung aufzuschlagen oder das Radio aufzudrehen. Jetzt aus meiner Sicht immer unter der Prämisse, dass da halbwegs eine vernünftige Qualität drinnen steht oder drinnen zu hören ist.

HILDE UNTERBERGER: Gibt es deiner Meinung Themen, die in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden?

HERBERT WÖLGER: Grundsätzlich ah ist das so, dass viele Themen zu wenig vorkommen, weil entweder der kommerzielle, ja grundsätzlich, ja wahrscheinlich, der kommerzielle Druck dazu führt, dass man zu wenig journalistisch leisten kann und zu wenig Inhalte. Natürlich man muss, wenn man die Leute an der Stange halten will, zwischen Information und Unterhaltung die Balance suchen, aber wirklich sachliche Information ist in vielen Bereichen, wenn ich an die Zeitungen denke, völlig aus...baubar, da seids ihr im Radio noch in einer guten Position, vielleicht auch weil's weniger Geld braucht. Und in der Konstellation wirklich sachliche Inhalte aufzubereiten. Und weil es halt viele Freiwillige gibt, die mitarbeiten und sagen ich brauche nichts bezahlt dafür, ich gestalte die Sendung oder helfe euch mit. Wenn man leben muss von diesem Journalismus, dann braucht man einen Arbeitgeber, der einen ausreichend bezahlt. Und dass ist von meinem Gefühl her, immer schlechter werdend diese Situation, man sieht's, es werden immer weniger redaktionelle, wirklich redaktionelle Artikel in den Zeitungen zu finden sein und alles was unter Anführungszeichen Werbung oder Presseinformationen usw. läuft, das nimmt immer größeren, einen größeren Platz ein, was der Qualität halt nicht recht zuträglich ist.

HILDE UNTERBERGER: Wenn du an Radio freequenns denkst, was fällt dir als Erstes dazu ein?

HERBERT WÖLGER: free-quenns, sprich Freies Radio und Ennstal, das ist ein fantastischer Name, das fällt mir wirklich immer ein wenn ich an freequenns denke. Und ansonsten denke ich natürlich ans Nationalparkradio, weil das ist unser Konnex zum freequenns. Ich höre es ah oft. Bei mir ist im Radio die Standardeinstellung freequenns, ich schalte es aber gleich wieder aus, wenn irgendeine so eine Musik ah pufft, Musik, die aus dem Zufallsgenerator kommt, die für meine Begriffe viel zu wenig spezifisch ist, d.h. da kann ich 10 Sender auch hören und aufdrehen und überall ist die gleiche Sendung. Ich möchte Radio freequenns dann hören, wenn ich etwas spezifisches zum Ennstal oder irgendetwas grundsätzlich Interessantes drinnen hab, sei's musikalisch, sei's Informationen aus der Region, sei's eine interessante Gesprächssendung. ?. Diese Sendungen, also diese inhaltlichen Sendungen, die wir im Radio freequenns haben, die gibt's nur im Radio freequenns, die kann ich auf Ö1 nicht hören, was ich auch sehr sehr viel höre, weil wir da den regionalen Schwerpunkt nicht haben. Und die anderen kommerziellen Sender interessiert das ja gar nicht.

HILDE UNTERBERGER: Wie wird Radio freequenns in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

HERBERT WÖLGER: Hh, wie wird Radio freequenns wahrgenommen? Leider viel zu wenig. Das ist jetzt meine Meinung, weil ich die Leute immer frage, hast du die letzte Nationalparksendung gehört? Und da gibt's einen kleinen Kreis, die hören sich's immer an, und wenn sie's verpassen, dann hören sie's im Internet. Auf dieser Plattform wo man's nachhören kann. Und viele sagen, ja das gibt's, weil wir machen ja auch viel Werbung dafür, aber drehen's nicht auf und hören sich's nicht an. Ich glaube, da gibt's ganz einfach noch Potential, das man entweder durch Sendungsinhalte oder man braucht ein bisschen natürlich auch ein bisschen ein Geld für Werbung auch. Irgendwie müssen wir mehr Leute erreichen, nicht nur mit dem Nationalparkradio, sondern mit dem Radio Freequenns als die lokale, regionale Kommunikationsplattform.

130 **HILDE UNTERBERGER:** Welche Themen greift Radio freequenns in unserer Region auf?

HERBERT WÖLGER: Ja, es geht um, Naturthemen kommen immer wieder vor, also nicht nur Nationalpark, sondern auch Naturschutz, Umweltschutz in vielen Bereichen. Literatur ist stark vertreten. Energie, nachdem es ein paar Gemeinden gibt mit Energieschwerpunkten, nachhaltiger Energieversorgung, Energiesuffizienz, usw. ..Ist das immer wieder ein Thema. Interessante
135 Persönlichkeiten aus dem Bezirk höre ich immer wieder, also in Gesprächsendungen. Eigentlich kann man sagen, auch im Sozialbereich gibt's immer wieder Sendungen, alles was so im Bezirk passiert, im Ennstal passiert, spiegelt sich eigentlich in irgendeiner Form wider im Radio Freequenns, ned. So jetzt von den sachlichen Inhalten. Und im Unterhaltungsbereich werden natürlich auch spezifische Themen aufgegriffen, das für meine Begriffe viel zu wenig. Jetzt haben wir gerade gehabt den
140 Jazzday. D.h. Jazz im Radio ist eher was Seltenes, da hat das Radio freequenns eine gewisse Rolle. Da bedient man natürlich nur eine Randgruppe, ist mir auch klar. Da fällt mir ein, euer Moderator, der die Hardrocksendung macht, jetzt weiß ich nicht wie er heißt.

HILDE UNTERBERGER: Andi Frey.

HERBERT WÖLGER: Andi Frey. Fantastische Sendung, allein dass man ihn zwischen den Liedern
145 ansagen hört, ist es wert das Radio aufzudrehen. Also da gibt's auch im Unterhaltungsprogramm sag ich auch ein paar Nischenbedingungen, -bedienungen, die auch ganz ganz wichtig sind.

HILDE UNTERBERGER: Gibt es Bereiche in denen Radio freequenns, deiner Meinung nach, aktiv werden sollte?

HERBERT WÖLGER: Schwierig, jetzt da ohne Vorbereitung das zu beantworten und darüber
150 nachzudenken. Ja, Radio freequenns ist, aus meiner Sicht, eh aktiv. Vielleicht könnte Radio freequenns draußen außerhalb des Studios ein bisschen aktiver sein, weiß ich nicht wie man das machen kann, aber auf Veranstaltungen präsent, Interviews zu führen, wie es manche regionale Medien machen. Es gibt, bei „Der Woche“ gibt's diese Regionauten glaube ich, also da kann man kleine Texte und Fotos hinschicken, das wird nicht bezahlt, aber dann berichtet der Regionaut von
155 irgendeiner Veranstaltung oder zu einem besonderen Ereignis. Vielleicht lässt sich sowas für das Radio auch machen, ich glaube, das Radio hat eine gute Qualität und gute Inhalte und das gehört irgendwie stärker ins Bild gebracht, das es das gibt. Und vielleicht kann das passieren, wenn man mit Radio freequenns-Mikrofon öfter draußen ist.

HILDE UNTERBERGER: Woran erkennst du dass ein Projekt, eine Initiative oder eine Unternehmung
160 auf die Region wirkt?

HERBERT WÖLGER: In erster Linie indem die Leute darüber reden. Ob negativ, positiv ist einmal gar nicht so wichtig, aber wenn über eine Initiative geredet wird, dann hat es eine erste Wirkung. Nachhaltig wirkt's natürlich wenn die Ziele, die man damit verfolgt, erreicht werden, sei es eine wirtschaftliche Leistung, sei es eine Naturschutzleistung, was auch immer, ned. Aber eine Initiative,
165 wo so für die Öffentlichkeit nichts sichtbar passiert, ist keine gute Initiative, sagen wir es einmal so.

HILDE UNTERBERGER: Was davon trifft auf Radio freequenns in unserer Region zu? Das es gewirkt hat?

HERBERT WÖLGER: Ich weiß jetzt nicht, wie lange es Radio freequenns gibt, aber es ist, wenn's auch meiner Meinung nach zu wenig gehört wird, es ist bekannt. Ihr seids auch in den Medien ein Player
170 bei uns. Alle, die irgendwie Medienkanäle suchen, kennen euch und viele davon arbeiten ständig oder immer wieder mit euch zusammen, so wie wir im Nationalpark auch. D.h. ihr seids eine

Initiative, die jetzt sicher nicht irgendwo unentdeckt geblieben ist oder ein Mauerblümchendasein führt. Sondern ihr seids für uns da ein wichtiger Kanal für's ganze Ennstal. Mit der Einschränkung, das östliche Ennstal müssen wir irgendwann einmal anbinden.

175 **HILDE UNTERBERGER:** Wie siehst du die Rolle der Freien Radios in Bezug auf die Regionalentwicklung?

HERBERT WÖLGER: Die Freien Radios sind die regionalen Radios. Alle anderen regionalen Radios gibt's nicht. Also das regionalste Radio der großen Sender, die decken Steiermark und darüber hinaus ab, da kann man nicht wirklich regional arbeiten. D.h. als, für Regionalentwicklung und Kommunikation in der Region ist so ein relativ kleiner Radiosender ungemein wichtig. Bei uns sprechen halt sehr viele Strukturen eine andere Sprache, aber wenn man in andere Länder hinkommt, ich habe viele Jahre in anderen Ländern gearbeitet, da gibt's manchmal nicht nur oder sehr oft nicht nur Regionalradios sondern auch wirklich Lokalradios, wo ein Ort wie Admont oder wie Liezen jetzt nur für den Ortsbereich eigene Radiosendungen hat, wo zum Teil den ganzen Tag regionale Inhalte gebracht werden und diese Sender tun sich alle wirtschaftlich schwer, ist ganz klar, aber sind unheimlich wichtig als Kommunikationsplattform in der Region oder im Ort sogar.

185

HILDE UNTERBERGER: Wir verstehen uns eigentlich auch als Lokalradio, also ...(unverständlich).

HERBERT WÖLGER: Mhm.

HILDE UNTERBERGER: Wie könnte ein Freies Radio die Region noch mitgestalten?

190 **HERBERT WÖLGER:** Da gehört Region mitgestalten, wie gesagt, was ich zuerst gesagt habe, wenn's irgendwie geht, mehr draußen sein, vor Ort, also außerhalb vom Studio, das wäre, glaube ich, ganz ganz wichtig. Und ansonsten kann das Freie Radio nur immer schauen, dass es up-to-date ist, was grad passiert in der Region und diese Themen aufgreifen, ned. Also in möglichst, in möglichst in vielen Gremien, in Gruppen, wo irgendwas besprochen wird, wo irgendwelche Entscheidungen

195 fallen, entweder drinnen sein oder Informanten im positiven Sinn haben, damit's ganz einfach wisst's was läuft und schauen könnt's, dass die aktuellen Themen mit den entsprechenden Leuten immer vor Ort habts, dann auch im Studio.

HILDE UNTERBERGER: Glaubst du dass das Freie Radio Möglichkeiten in der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

200 **HERBERT WÖLGER:** Natürlich, weil nur das Freie Radio diesen lokal-regionalen Ansatz spielen kann, das kann sonst keiner. Na, Hörfunksender, das heißt das ist ein Alleinstellungsmerkmal für das Radio freequenns da bei uns, die Möglichkeit hat sonst keiner. Nicht in der Breite, na, natürlich kann Radio Steiermark einmal eine Sendung machen über das Ennstal, natürlich, machen's eh. Aber es kann ja nicht wahrgenommen werden als unser Radio, ned. Und das, Identifikation ist vielleicht auch ganz

205 wichtiges, als Radio freequenns, das kann man ein bisschen so zu unserem Radio machen, ned. Wir haben mit den Nationalparkpartnern seit 2 Jahren ein Projekt, das heißt Wertschätzung. Weil wir viel zu wenig wertschätzen, das was wir haben. Das fängt an bei der Landschaft, bei den, beim Naturschutz, bei den Arbeitsmöglichkeiten, eigentlich drum herum. Wir schauen immer nach Graz und in andere ländliche Bereiche oder ins Vulkanland. Nach Salzburg oder von mir aus auch ins Ausseerland in gewissen touristischen Belangen usw., aber was wir da herunter an Schätzen haben, das sehen wir zuwenig, ned, und da gehörts vielleicht, und diesen Gedanken kann man auf's Radio auch anwenden. D.h. das ist eigentlich ja unser Radio und von der Struktur darf man es ja ruhig so

210

sehen, ned. Und auf das muss man mehr schauen, als wie auf die Radiostation die irgendwo anders sitzt und hie und da über uns berichtet.

215 **HILDE UNTERBERGER:** Welche Angebote bietet Radio freequenns in der Region und wer nützt diese?

HERBERT WÖLGER: Radio freequenns bietet an Sendungen zu gestalten, die nützen ein paar Organisationen, so wie wir, der Nationalpark. Radio freequenns bietet an in bestehende Sendungen als Gast zu kommen und dort etwas zu sagen, wenn man ein Mitteilungsbedürfnis hat oder, oder vielleicht wichtige Informationen für die Allgemeinheit hat. Ja, das sind die 2 wichtigsten Bereiche, glaub ich.

HILDE UNTERBERGER: Wen erreicht Radio freequenns abgesehen von Hörerinnen und Hörern?

HERBERT WÖLGER: Erreicht das Radio wen jenseits der Hörschaft? Nicht wirklich, nur in Ausnahmefällen. Jetzt am 1. Mai und 30. April beim Radio-Jazztag, die werden halt ein paar Leute erreicht, die jetzt nicht Radiohören, sondern ins Konzert gehen, aber die wahrscheinlich eh fleißige Radiohörer sind. Aber ansonsten, glaube ich, ist, wird es keine große Bevölkerungsgruppe geben, die außerhalb von diesen wenigen Aktionen und als Radiohörer selbst also dann irgendwo angesprochen werden.

HILDE UNTERBERGER: Das hast du jetzt schon teilweise gesagt, aber trotzdem nochmal die Frage, was würdest du Radio freequenns empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius erhöht?

230 **HERBERT WÖLGER:** Technisch, technisch, also wie gesagt, ich sage eh nochmal alles, was ich schon gesagt habe, technisch die Ausweitung ins östliche Ennstal. Ahm, zum Thema mehr an die Bevölkerung, wie gesagt, draußen sein, bei den Veranstaltungen und ein bisschen stärker Werbung außerhalb des Radios zu machen, glaub ich, wär auch wichtig, vielleicht auch Kooperationspartner suchen, vielleicht auch so etwas ähnliches wie man im Sponsoring macht, Partner suchen, die eine Plattform kriegen im Radio und dafür Radio freequenns mittragen im eigenen Betrieb oder wo auch immer, halt so wie's halt ein Sponsor macht, ein Geben und Nehmen, vielleicht kann man in diese Richtung was entwickeln.

HILDE UNTERBERGER: Welche Menschen im Besondern sollte Radio freequenns einbinden um seine Wirkung zu erhöhen?

240 **HERBERT WÖLGER:** Beim Radio, glaub ich, ist die Jugend ein wichtiges Thema. Es..., glaub ich, die ganzen Radiosender haben ein Publikum, das ständig älter wird. Das heißt man fängt irgendwann irgendjemanden mit seiner Programmierung. Und wenn die Programmierung stringent ist und relativ eine Linie fährt, dann bleiben die Leute dabei. Das glaube ich, haben die meisten Radios. Und darum ist es auch wichtig, eine Linie zu fahren. Und darum ist es auch wichtig, aber das immer wieder zu überdenken und man muss sich bewusst sein, dass die Leute immer älter werden. D.h. man muss immer wieder Zugriff suchen auf die nächste Generation. Das ist in allen Vereinen und überall ein sehr sehr wichtiges, aber auch genauso ein sehr sehr schwieriges Thema. Oder bei Kulturinitiativen. Wenn ich da an unsere Jazzinitiative denke, da im Raum Admont, 20-Jährige haben, oder 18-Jährige haben das angefangen mit einer Begeisterung. Und da waren sie halt alle 18 und 20 Jahre alt und
245
250 jetzt sind sie alle 50 und 60 Jahre alt, aber auch nicht jünger, mit Begeisterung dabei. Und die Jungen machen ihr eigenes Ding, ned. Also, das ist jetzt, beim Jazz geht's auch um's, oder bei der Musik geht's auch um's Hören, das ist vielleicht beim Radio auch ein bisschen so, dass man da wirklich aufpassen muss. Wobei das Lokalradio nicht die Nische spielen kann, dass es nur ein Jugendradio ist, sondern man muss ja wirklich alle Altersgruppen irgendwie bedienen. Das ist glaub ich auch die

255 Schwierigkeit beim Freien Radio, das ein kleines Sendegebiet hat, dass man alle Zielgruppen oder
möglichst viele Zielgruppen bedient, wenn man das überhaupt muss. Da bin ich mir gar nicht sicher
(lacht). Und man hat halt in jeder Zielgruppe nur, nur eine relativ kleine Anzahl von Hörern, das muss
man unter einen Hut bringen.

Aber vielleicht hat, darüber haben wir jetzt noch gar nicht geredet, ein Freies Radio eine kulturelle
260 Aufgabe, die stärker im Vordergrund steht, als eine kommerzielle oder unterhaltende. Das ist
wahrscheinlich so, weil unterhalten tut eh Ö3 und Antenne und Radio Steiermark usw.. Und da
weiter oder stärker im Mainstream zu unterhalten, ist sicherlich nicht Aufgabe von öffentlichem Geld
und von einem Freien Radio. Ich glaube, dass muss man ganz ganz klar sehen, wen man da
ansprechen will mit dem Radio. Und wie groß die Gruppe ist und mit welchen Inhalten man dann
265 kommt.

HILDE UNTERBERGER: Welche Ideen hast du um regionale Projekte zu generieren, initiieren oder
inhaltlich zu fördern?

HERBERT WÖLGER: Ja, über die bestehenden ideengebenden und -findenden Methoden hinaus jetzt,
habe ich keine neue Ideen, also keinen neuen methodischen Ansatz. Wir haben, jetzt rede ich wieder
270 von Admont, haben ein bisschen das Problem, dass die Leute zu satt sind, wahrscheinlich, zu wenig
Leidensdruck haben. Und dass es sehr schwer ist, die hinter dem Ofen hervorzulocken. Und es sind
sehr sehr wenige Leute, die sich über die Zukunft und über strategische Themen Gedanken machen,
das sind wirklich ganz ganz wenig. Und ich muss ehrlich sagen, politisch sind wir auch nicht
übervertreten, wir die Kleingruppen, versuchen da irgendwelche Ideen zu entwickeln.

275 **HILDE UNTERBERGER:** Wie kannst du oder kann deine Organisation von Radio freequenns
profitieren? Das ist jetzt wieder redundant, aber trotzdem ich sag's halt einfach mal.

HERBERT WÖLGER: Radio freequenns ist mit dem Nationalparkradio ein Kanal, mit dem wir Leute im
Ennstal erreichen. Wie gut's geht, hängt dann auch zum Teil von uns ab, nämlich wenn wir gute
Sendungen machen, dann spricht sich das herum. Wenn wir fade Sendungen machen, dann
280 erreichen wir weniger. Also das ist ganz einfach die wichtige Funktion. Im Gegenzug, weil wir
überzeugt sind, dass Radio freequenns eine gute Einrichtung ist, versuchen wir dass wir Radio
freequenns mitnehmen. Das habe ich auch zuerst gemeint mit so Partnerschaften, strategische
Partnerschaften suchen. Jetzt in den nächsten Tagen kommt wieder unsere Zeitschrift „Im Gseis“, ich
glaube, Auflage 13.000 oder so in der Richtung. Wird in ganz Österreich verbreitet, Schwerpunkt
285 Steiermark, aber auch darüber hinaus. Und sehr sehr viele Abonnenten haben wir da im Raum, wo
man Radio freequenns hören kann, ned. Und auf der Rückseite ist das große Radio freequenns-Logo
oben. Wir sagen das immer wieder, also horchts Radio freequenns. Natürlich mit dem Zusatz
„Nationalparkradio am Mittwoch um 18 Uhr“. Und da an der Stelle, sag ich einmal Dankeschön an
euch. Wir sind eh jetzt relativ stabil, ich glaube, wir machen das jetzt schon das dritte Jahr, wenn's
290 mich nicht täuscht...

HILDE UNTERBERGER: (murmelt)

HERBERT WÖLGER: das vierte schon, ja. Ganz am Anfang ist der Andi Hollinger hergekommen und
hat gesagt, er hat eine Einladung zum Nationalparkradio, ob das eh passt wenn er da hingehet, so als
Interviewter, ned. Hab ich gesagt, ja selbstverständlich. Und dann war er dort, und dann habe ich
295 gesagt, wie war's. Und er hat gesagt, ja war eh ganz lässig. Er ist ja interessiert, er hat ja seine
Moderatorenausbildung vorher schon gehabt. Und dann habe ich gesagt, weißt du was, Andi, frag
einmal, ob wir nicht regelmäßig kommen können, nicht als Gast, sondern ob wir eine eigene Sendung

machen können. Und nachdem wir mit dem Andi einen eigenen Moderator haben und ihr ja aufgeschlossen seids für solche Sachen, ist das eigentlich dann relativ schnell ins Laufen gekommen.

300 **HILDE UNTERBERGER:** Mhm, ja ich kann mich erinnern. ... Was würde dich jetzt persönlich motivieren Sendungsmacher zu werden oder einen Beitrag mit zu gestalten?

HERBERT WÖLGER: Eine Motivation ist die, dass ich jetzt durch meine, durch meinen Beruf beim Nationalpark Ideen (räusper) brauch bzw. die Nationalparkverwaltung braucht Sprachrohre, alle möglichen, möglichst viele. Und das ist eine große Motivation, dass wir mit dem Radio freequenns
305 kooperieren.

Eine zweite Motivation ist eher eine, die an den einzelnen Personen hängt. Ich bin ein begeisterter Radiohörer seit eh und je. D.h. das Radio als Medium interessiert mich. Das ist eine persönliche Motivation, wieso ich hinter dem sehr sehr stehe. Und das ist auch vielleicht die Motivation, dafür dass es das Nationalparkradio nach wie vor gibt und uns die Themen nicht ausgehen. Weil wir im
310 Betrieb auch noch ein paar andere Leute haben, die so Radiofreaks sind. Radiofreaks heißt aber, ich kann z.B. Radio nebenbei, am Schreibtisch mit einem kleinen Radio oder irgendwas rennt, das kann ich nicht aushalten, wenn ich höre, höre ich, und so im Hintergrund mag ich nicht.

Also es gibt diese, diese berufliche, die beruflich Erfordernis, dass man einen Medienkanal hat, wo man Botschaften rausposaunen kann und die persönliche Freude am Radio. Das sind die 2 Motive.

315 **HILDE UNTERBERGER:** Und du persönlich, würdest du, kannst du dir das auch vorstellen, dass du persönlich das machst? Nur für dich, zum Spaß. Abgesehen, abgekoppelt vom Nationalpark?

HERBERT WÖLGER: Ja, könnte ich. Weil, ich sag, ich habe selber eine Freude am Radio. Ich habe auch schon hin und wieder so ein bisschen Ideen gesponnen, jetzt im Rahmen des Nationalparkradios von mir gestaltete Sendungen zu machen. Aber, das ist ein sinnloses Unterfangen, weil ich die Zeit nicht
320 habe dafür.

HILDE UNTERBERGER: Ok. ... Was glaubst du sind die Beweggründe des Teams von Radio freequenns dieses zu betreiben? Und mit Team meine ich jetzt nicht nur die Leute, die da bezahlter Weise arbeiten, sondern es gibt ja auch den Vorstand dahinter.

HERBERT WÖLGER: Ja, bei solchen Projekten ist immer Idealismus der erste Treiber, glaube ich. Man glaubt, damit was Gutes zu tun. Ich glaube auch, dass man was Gutes tut damit. Und jetzt, man muss nicht gleich die Welt verbessern, aber man muss irgendwie, äh, man hat das Gefühl man macht was Sinnvolles und man hat eine Freude dabei. Und wenn man die Kombination findet, dann passt das. Und ich glaube, das erweiterte Team, alle die Radio machen, alle die im Vorstand dahinter sind, jetzt weiß ich nicht wer da aller drinnen ist, vielleicht ist der eine oder andere verdonnert für irgendeine
325 Organisation als Funktionär da mitzureden, aber grundsätzlich glaube ich, sind alle mit Freude dabei, aus persönlicher Freude am Radio und mit der Motivation, dass sie was Sinnvolles machen, ned. Was Schöneres gibt's eh nicht, mehr brauchen wir ja nicht.
330

HILDE UNTERBERGER: Gut, dann sage ich danke vielmals, Herbert, für deine Zeit, für deine knappe wie wir gerade gehört haben. Danke für die... dass du uns zur Verfügung gestanden bist. Ja und du
335 hörst dann einmal von den Ergebnissen.

Anhang C – Stakeholderinterview mit Markus Plasencia

Interviewpartner: Markus Plasencia

Datum: 04.05.2016

Ort: Büro Markus Plasencia, Graz

5 Interviewer: Thomas Hein, Freies Radio freequenns

Thomas Hein: Wir sind jetzt in Graz, im Büro von Waldfrisch und ich spreche heute mit Markus Plasencia. Es ist der Mittwoch, der 4. Mai. Und wir machen unser Interview als Stakeholder-Interview. Und haben ein paar Einstiegsfragen. Ah, als Region definieren wir in unserer Studie das Sendegebiet des Freien Radios freequenns, was verbindest du mit dieser Region?

10 **Markus Plasencia:** Ahm, vor allem sehr schöne Erinnerungen, weil ich bin in dieser Region aufgewachsen. D.h. ich komme aus dem steirischen Salzkammergut, aus Bad Mitterndorf und ich habe, ja bis zu meinem 19. Lebensjahr war ich dort in dieser Region. Auf der einen Seite die Landschaft, die man als Kind, als Jugendlicher nutzt. Die Leute dort, die einen prägen, natürlich in erster Linie das Elternhaus, die Nachbarn, Lehrerinnen und Lehrer. Und diese unzähligen Erlebnisse,
15 also wenn ich heute in Graz Dinge erzähle über meine Region, dann sind das natürlich sehr viele Dinge aus dieser Zeit, wo man gehen lernt, reden lernt, fortgehen lernt. Und ja, bis hin zu dem Zeitpunkt wo man dann auch die Region verlässt. D.h. Region ist für mich das steirische Salzkammergut, das Ennstal, auch das angrenzende Salzkammergut ins oberösterreichische hinüber, trotzdem auch das Salzburgerische. Weil man in diesem Wirkungskreis, in diesem Bewegungskreis
20 man halt unterwegs ist.

Thomas Hein: Wenn Sie an die Entwicklung dieser Region denken, also das Gebiet jetzt Ennstal, angrenzendes Ennstal, welche Aktivitäten oder Projekte fallen dir dazu ein?

Markus Plasencia: Na, konkrete Projekte, mmh, grundsätzlich ist natürlich zu merken, dass die, auf der einen Seite, der Tourismus eine wichtige Rolle spielt bei uns. Also wenn's darum geht, wo sich die
25 Region entwickelt, wenn man die Zeitung liest, wenn man schaut über was die Leute reden, sind das meiner Meinung nach oft touristische Projekte; ob das jetzt im Bereich Wintertourismus ist, Skischaukel, ganz viel natürlich auch bei mir die Tauplitzalm, aber man kriegt natürlich auch die Konkurrenz quasi mit, Schladming. Veranstaltungen sehr viele, wenn man sagt, da gibt es große Projekte wie Kulm. Natürlich auch die Slalom, Nachtslalom, solche Dinge. Das merkt man auf der
30 einen Seite und auf der anderen Seite auch sehr viel Entwicklung rund um Liezen, natürlich was den, das Einkaufen betrifft, was den Konsum betrifft. Dass man sagt, dort entsteht was das habe ich natürlich selber im Blick. Weil ich kann mich erinnern, als Kind fährt man oft einkaufen nach Liezen und wie das jetzt groß ist, wie das jetzt gewaltig gewachsen ist. Also das sind sicher Projekte in der Region. Und natürlich Dinge mit denen ich mich selber beschäftige, also so ein bisschen aus der
35 Regionalentwicklung heraus, im Bereich der Kultur. Ah, das man einfach probiert in dem Bereich auch was zu entwickeln. Ob das jetzt der „regionale10“ war, ich habe mich mitgewirkt bei der Landesausstellung 2005, da haben wir probiert in der Region was zu machen. Und rundherum eben viele kleine Projekte, ob das jetzt das CCW ist auf der einen Seite, ob das jetzt Geschichten sind in Bad Aussee, was auch immer, da gibt's unterschiedliche Möglichkeiten. Plus natürlich auch so
40 Großprojekte, bei uns diese Therme usw., das wäre eher wieder im touristischen, das vielleicht so, so Dinge, die mir einfallen.

Thomas Hein: Welche Akteure sind Ihnen da so, an wen denken Sie da, oder welche Akteure sind im Bereich der Aktivitäten, Projekte?

45 **Markus Plasencia:** Mhm, na, von der Wahrnehmung her, sicher sehr viele Politiker, Politikerinnen, die aus welchem Grund auch immer da Dinge unterstützen, forcieren, sehr viele Politiker, Politikerinnen. Natürlich auch Wirtschaftstreibende, die sich zusammenschließen, die sagen, wir müssen da was machen. Auch, also wir nehmen auch Banken war, die sagen, wir wollen da investieren, weil Investitionen wo die Bank dabei ist, das heißt wieder Arbeitsplätze usw. Und, schon auch so Einzelinitiativen, kleine, wobei ich der Meinung bin, dass die es ein bisschen schwerer haben, 50 wie diese großen. Also alles was von unten kommt, tut man sich in unserer Region erheblich schwerer als wie das was von oben kommt.

Thomas Hein: Welche Akteure im Kulturbereich, den du genannt hast? Z.B.

Markus Plasencia: Weil wir grad darüber gesprochen haben, so wie s´Cool, das CCW, es hat auch dieses Netzwerk gegeben in Liezen, den R.E.X., was ich sehr spannend gefunden habe. Also dort wo 55 ich dabei war, beim Forum Woferlstall, das ist jetzt so im Bereich Kultur, wo ich mich mehr bewege. Aber trotzdem sicherlich, also wo ich namentlich niemanden kenne, aber sicherlich auch sehr viele von der Landwirtschaftsseite, die einfach probieren mit innovativen Produkten, da Produktionskreisläufe vielleicht oder so Güterkreisläufe entstehen zu lassen, regionale Produkte, was man halt immer wieder so mitkriegt, ob das jetzt Schafe sind, ob das Käse ist, ob das jetzt, bei uns 60 auch sehr viel Handwerk, also das Handwerk neu zu positionieren oder einfach... das sind so... das was ich so wahrnehme.

Thomas Hein: Wenn wir jetzt zum 2. Bereich kommen, zum Bereich Region und Kommunikation. Wie wichtig sind da die Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

Markus Plasencia: Also Kommunikation ist überhaupt das Wichtigste meiner Meinung nach für die 65 Regionalentwicklung. Weil man muss ja miteinander reden, wenn man gemeinsam was weiterbringen will. Und dabei ist es jetzt sogar wichtiger, dass man die Leute jetzt..., dass man sich trifft, ob das jetzt Stammtische sind, ob das jetzt Dialogveranstaltungen sind, ob das Räume sind, wo man, wo man quasi die Möglichkeit hat sich auszutauschen. Ist eigentlich egal, es ist wichtig dass sich die Leute zusammenkommen, es braucht diese Begegnungsräume damit Kommunikation passiert. 70 Die möglichst auf Augenhöhe. Nämlich nicht irgendwie vorn ein paar Gescheite reden was, sondern es geht darum, dass sich die Gescheiten unter die vielleicht weniger Gescheiten mischen, ich weiß nicht ob man das jetzt so sagen kann. Aber dass man grundsätzlich schaut, dass jeder gehört wird. Goi. Weil gescheit sein, ist ja auch nur auf einen gewissen Bereich beschränkt, und der eine ist dort gescheit und der andere halt woanders. Und wenn man das zusammenbringt, kann, glaube ich, für 75 die Regionalentwicklung recht viel rausschauen. Es ist wichtig, „Tu Gutes und Sprich darüber“, heißt’s glaub ich. Und dass man das in den Zeitungen liest, dass man das im Radio hört, dass man das vielleicht im Fernsehen sieht, so so Sender wie der ARF (Anm. Eva: Ausseer Regionalfernsehen), die haben ja natürlich auch gerade in dem Bereich eine wichtige Position um Dinge zu zeigen, was gibt’s grad in der Region. Obwohl man halt auch schauen muss, wie selektiv ist das Ganze, goi. Das man 80 sagt, okay, eine gewisse Unabhängigkeit wäre schon zu wünschen, weil man, naja, wurscht ob jetzt Zeitung, Radio wer immer, es ist ein Selektionsprozess, der gewissen Dingen vorausgeht. Und da muss man halt schon schauen, wer selektiert wie. Usw. Und instrumentalisiert vielleicht die Medien auch für gewisse Dinge? Goi, das kann ich mir schon vorstellen.

85 **Thomas Hein:** Wenn's jetzt, gibt's vielleicht einige Themen, deiner Meinung nach, die in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden?

90 **Markus Plasencia:** Naja, ich hab jetzt ein bisschen den Nachteil, dass ich jetzt schon lange in Graz bin. D.h. mit den oben, ah, dass ich oben, vielleicht ein bisschen zu wenig Einblick hab... Aber grundsätzlich kann ich sagen, aus meiner Tätigkeit heraus, kommt mir das Thema Jugend zu wenig vor. Weil Jugend ist natürlich bis zu einem gewissen Grad die Zukunft und Jugend gehört auch
95 eingebunden, also nicht nur befragt, sondern wirklich im Sinne von Beteiligung, und auch zu zeigen, dass Jugendliche mehr drauf haben, als wie nur irgendwo a bissl randalieren oder, keine Ahnung, einmal ein Bier zu viel zu trinken, sondern da ist einfach viel mehr, was die können. Man könnte sie in vielen Bereichen mehr quasi integrieren und wenn darüber mehr berichtet werden würde, dann, dann würde wahrscheinlich ein anderes Bild entstehen. Meiner Meinung nach, mir ist auch wichtig,
100 oder mir wäre wichtig, dass einfach viele kleine Initiativen, die einfach nicht Marketingbudgets haben usw., einfach dass man sagt, denen wird auch Raum gegeben, dass man darüber berichtet. Ich weiß, dass das oft vielleicht nicht so spannend ist, das kann ich mir gut vorstellen, dass man solche Berichte vielleicht ein bisschen darüber liest. Aber trotzdem, kleine Initiativen, die auch was weiterbringen wollen, das ist ein wichtiger Teil der Regionalentwicklung. Regionalentwicklung heißt nicht nur große
105 Leuchtturmprojekte, sondern Regionalentwicklung heißt eigentlich, dass eine breite Masse Entwicklung mitträgt und selber dazu was beiträgt. Und, trotzdem diese kleinen, diese Mosaiksteinchen in dieser Regionalentwicklung, wenn die ein Forum bekämen oder mehr bekämen, wäre das sicher dienlich, und ich glaube, dass da zu wenig passiert. Ja.

Thomas Hein: Wenn du an das Freie Radio freequenns denkst, was fällt dir dazu als Erstes ein?

105 **Markus Plasencia:** Ja, nur Positives natürlich, ja. Das sage ich natürlich nicht, weil du das fragst, sondern die Wahrheit ist, dass ich Radio freequenns sehr lange als ein Medium erlebe, die aktiv auf Leute zugeht und sagt, red ma drüber. Und dass ist es genau das was ich vorher gesagt habe, also diese Offenheit eines Mediums auch hinzuhören, was machts ihr da in eurer Kleinigkeit, in eurem
110 Kleinsein. Das finde ich schon sehr, ja, also, das muss man honorieren und da muss man sagen, das ist ein guter Job, den ihr da machts, goi, weil man sich da auch gehört fühlt, ja. Und das führt ja wieder dazu, dass man sagt, du schauts, hörts euch das mal an, die Sendung auf Radio freequenns oder der Sender, der tut was für uns. D.h. da entsteht ja da eine Art von Identifikation auch. Und darüber hinaus, ist natürlich für mich, trotzdem auch Radio freequenns nicht nur ein Medium, wo man sagt, da hätte man gern Platz, sondern es ist für mich auch ein Projekt, wo man sagt, die
115 probieren oder ihr probiert was aus. D.h. ob das jetzt über, wo man grad über'n Jazzday geredet haben, oder ob man sagt, wir probieren ein Festivalradio sein, bei der regionale10. Also das sind alles so Dinge, wo man ja selber innovativ wird und wo Radio freequenns ja selber handelt und ja also selber wahrscheinlich wieder ein Projekt, über das man wahrscheinlich woanders wieder viel mehr reden sollte, ja.

120 **Thomas Hein:** Nächstes Gebiet, Freies Radio und Regionalentwicklung – also sozusagen ins Zentrum. Wie wird aus deiner Sicht das Freie Radio, in dem Fall Radio freequenns, das Freie Radio, wahrgenommen?

125 **Markus Plasencia:** Das ist schwer zu beurteilen... weil ich jetzt diesen Einblick in die Öffentlichkeit nicht habe, ahm. Was ich schon weiß, ist, dass es vom Namen her, goi, also vom Branding her, hat das anscheinend ganz gut funktioniert. Weil wenn ich einmal auf Radio freequenns in einer Sendung auftauch und ich das wem erzähle, sag, horch dir das an: jeder weiß sofort was Radio freequenns ist. D.h. jeder kann mit dieser Marke was oder viele können mit dieser Marke etwas anfangen. Es gibt

diese öffentliche... Es gibt ein Bild, das man diesem Radio zuschreibt und ja, also das ist durchaus was, was in der Öffentlichkeit schon nicht nur Platz hat, sondern wirklich auch einen Platz einnimmt.

130 **Thomas Hein:** Welche Themen greift das Freie Radio in der Region auf? Also in der Region Ennstal, das Freie Radio freequenns.

135 **Markus Plasencia:** Ah, erwischst du mich natürlich am falschen Fuß, weil ich das so, weil ich das Programm so nicht im Kopf hab, durch das, das ich in Graz bin. Aber ich verfolge das zumindest auf Facebook usw. und ab und zu höre ich in die eine oder andere Sendung hinein und es ist schon so, dass einfach lokale Themen Platz haben. D.h. es werden bei Radio freequenns lokale Künstlerinnen und Künstler eingeladen über ihre Arbeit zu sprechen. Es werden einfach, sagen wir, Persönlichkeiten aus unterschiedlichsten Bereichen, also ich nehm's in erster Linie wahr, aus Kunst und Kultur, aber auch aus dem Sozialbereich, Jugendbereich. Ich glaube, „sozial nachgefragt“ und solche Dinge. Also ich merke, das sind Dinge, die sind dem Radio ein Anliegen und es taucht auch dort auf. Jetzt kann 140 natürlich auch sein, dass mein Fokus darauf so eingestellt ist. Und wie gesagt, was ich einfach gut finde, dass gerade im Bereich Musik und Kunst und Kultur Radio freequenns diesen Menschen eine Plattform bietet. Und ich krieg's auch noch mit, dass auch die Regionalentwicklung, also dieses Thema vom Regionalmanagement bis zu einem gewissen Grad immer wieder auftaucht.

145 **Thomas Hein:** In welchen Bereichen/ Themen sollte das Freie Radio deiner Meinung nach aktiv werden?

Markus Plasencia: Du meinst, wo's jetzt noch nicht ist, oder?

Thomas Hein: ... stärker...

150 **Markus Plasencia:** Tu mir schwer, das zu beurteilen, weil ich die Gewichtung jetzt, wenn ich sage, den Bereich mehr, dann weiß ich überhaupt nicht, ob der überhaupt schon in dem Ausmaß, ich glaube, da ist ein Team, das bemüht ist eine Ausgewogenheit irgendwie zu produzieren. Und, ja, kann ich schwer sagen.

Thomas Hein: Woran erkennt man oder erkennst du, dass ein Projekt, eine Initiative oder eine Unternehmung auf die Region wirkt? In dieser Richtung...

155 **Markus Plasencia:** Na, ganz wichtig, ist sicher, dass ein Bord von Politikerinnen und Politikern, wenn du einfach merkst, da sind Leute, die in gewissen Gremien gerne darüber sprechen und dann merkst du einmal das wird unterstützt. In dem Bereich, in dem ich unterwegs bin, merkst du's einfach, indem du finanzielle Zuwendungen kriegst, weil gerade im Sozialbereich, im Kunst- und Kulturbereich, im Jugendbereich ist es oft so, dass du mit Subventionen, mit Förderungen arbeiten musst, weil das geht nicht anders. Auch wenn's da oft um, wenn Kleinigkeiten sind, aber wenn eine 160 Gemeinde bereit ist, keine Ahnung, ein Projekt für junge Menschen zu unterstützen, dann merkst du, dass das einfach schon auf die, zur Region passt oder dass, das vielleicht sogar gewünscht ist.

Thomas Hein: Was davon trifft jetzt auf das Freie Radio in der Region Ennstal, auf das Freie Radio freequenns zu?

165 **Markus Plasencia:** Also ich glaube, ich finde, es taucht einfach in der Öffentlichkeit mehr auf, also quasi das Logo, bei Veranstaltungen, der Auftritt über Facebook, also mir kommt vor, das hat sich einfach entwickelt. Das war ja vor Jahren noch viel kleiner. Und, wenn ich mich nicht ganz täusche, ist ja auch quasi auch, wird ja auch, glaub ich, ist ja, das Sendegebiet stetig erweitert worden, ich bin mir jetzt nicht sicher, ob wir es in Bad Mitterndorf so richtig gut hören, aber bis zum Kulm geht's. Aber Internet auf jeden Fall. Und ich glaube, wenn man so also nicht nur langen Atem hat, sondern auch

170 solange sichtbar bleibt und immer sichtbarer wird, dann ist das ein Zeichen dass bei dem Projekt was gut läuft.

Thomas Hein: Wie siehst du die Rolle der Freien Radios in Bezug auf die Regionalentwicklung?

Markus Plasencia: Wie? Was nochmal?

Thomas Hein: Wie siehst du die Rolle der Freien Radios in Bezug auf die Regionalentwicklung?

175 **Markus Plasencia:** Also, ich finde, das wäre eine wichtige Position, also, also Rolle, auch eine kontrollierende. Weil man einfach sagt, sprech ma drüber und schon auch diesen journalistischen Hintergrund, dass man sagt, öh, moment, vor 2 Jahren haben wir da ein bisschen geplaudert, wie schaut's jetzt aus? Goi, also dass man da nicht nur eine Plattform bietet, wo man gewisse Dinge da präsentiert, sondern auch kritisch nachfragt. Durchaus auftaucht bei Veranstaltungen, auch diese
180 Öffentlichkeit, die meiner Meinung nach der Regionalentwicklung oft ein bisschen abgeht, einfach mehr einmahnt. Und sagt, wir wollen da hören, was geht da weiter. Ich meine, es gibt bei uns im Bezirk Leitbilder, es gibt da ganz klare Aufträge, wo ich mich frage, ja, könnte man da nicht ein bisschen mehr hinschauen, was da wirklich passiert. Weil es wird meistens präsentiert und so weiter, da könnte schon die Rolle eines Regionalradios auch eine wie gesagt aufdeckerische, na
185 aufdeckerisch, das klingt als hätte wer etwas falsch gemacht, aber im Sinne von einfach hinschauen. D.h. auch da ein bisschen Stimme der Region sein, da einfach kritisch ein bisschen nachbohren, und aha, und wie geht's euch, und wir laden zu uns ein. Um nicht nur die Seite der Regionalentwicklung, sondern die Betroffenen auch zu hören, also wirklich da ein bisschen aktiver zu sein. Und vielleicht gleichzeitig gerade im Bereich der Jugendlichen zu schauen, Radio ist eigentlich ein ziemlich
190 mächtiges Instrument und da mit Radioarbeit die jungen Menschen anzuleiten kritisch zu sein, Dinge zu hinterfragen, wenn's auch nicht gleich alles auf Sendung geht. Aber das kann man anhand des Mediums Radio sehr gut zeigen, was Medien zu leisten vermögen, sagen wir so. Und das könnte durchaus, wie gesagt, auch die Rolle eines regionalen Radio sein, eines Freien Radios, auszubilden, ein bisschen zu trainieren und auf der anderen Seite auch zu hinterfragen, genau hinzuschauen, ein
195 bisschen die Stimme der Region also zu sein, das Ganze ein bisschen zu fokussieren, zu kanalisieren...

Thomas Hein: Glaubst du, dass das Freie Radio Möglichkeiten der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

Markus Plasencia: Na, sicher, weil große, große Medien, die können sich auf diese... Regionalentwicklung heißt ja sehr oft Hineinschauen in das Kleine, goi, in kleine Wirkungskreisläufe,
200 in, in, quasi, nicht direkt ins Wohnzimmer von den Leuten, aber es ist... Regionalentwicklung ist doch auch sehr was Persönliches. Und ich glaube, dass große Medien, große Medienhäuser und so sich das gar nicht leisten können, weil sie... da ist zuviel. Das Freie Radio hat die große Chance quasi wie eine Lupe auf die Region zu schauen ohne derweil gleichzeitig auf etwas Anderes zu verzichten. Und das ist schon etwas ganz Besonderes und ist natürlich auch eine Herausforderung. Weil dann wenn man
205 die Lupe herausholt, wird natürlich die Region auch gleichzeitig groß. Und dann zu sagen, wo schauen wir hin, dass diese Ausgeglichenheit bleibt, ist sicher eine Herausforderung. Das könnte, glaube ich, ein Freies Radio besser als wie jedes andere Medium.

Thomas Hein: Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region und wer nützt dieses Angebot?

Markus Plasencia: Mmh, bin ich überfragt jetzt, aber den Eindruck den ich habe jetzt, ist dass ich,
210 beim Freien Radio eine Anlaufstelle habe. Dass, wenn ich sage, es gibt das eine oder andere Projekt oder die Projektidee, wo Radio meiner Meinung nach dazupassen könnte, mit jungen Menschen zum

Thema Kunst und Kultur, dann habe ich da nicht nur ein offenes Ohr, sondern vielleicht auch einen offenen Slot, wo die sagen, ja, ja, da könnten wir was machen. Das ist einmal wichtig, weil in andere Medien kommt man einfach nicht so einfach hinein.

215 Das zweite ist, dass ... jetzt, wie war die Frage nochmal, sag nochmal....

Thomas Hein: Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region und wer nützt es?

Markus Plasencia: Ja, genau, ja, auf jeden Fall auch als Plattform, als Meinungsplattform, dass man sich einfach darstellen kann in seinem Tun. Wurscht, ob das ein Verein ist, ob das jetzt eine Schule ist mit ihren Projekten, ob das jetzt, was auch immer ist. Aber einfach, dass man sagt, das bin ich und
220 das macht man oder das sind wir und das machen wir. Das finde ich schon eine unglaublich gute Möglichkeit. Und, das auch abseits gewisser Ausbildungen, das heißt es hat vom Qualitätsanspruch, die Qualität bezieht sich mehr auf das Inhaltliche und nicht auf die Form der Präsentation und das finde ich einfach, bei, speziell jetzt bei Radio freequenns einfach eine super Möglichkeit so zu sein wie man ist und dass da jeder einfach seine Stimme hat. Wie gesagt, inhaltlich da schauen wir hin,
225 aber nicht wie wird das jetzt unbedingt präsentiert und ist das der beste Radiosprecher oder die beste Radiosprecherin. Ja.

Thomas Hein: Wen erreicht das Freie Radio, jetzt abgesehen von den Hörerinnen und Hörern?

Markus Plasencia: ..Das ist eine gute Frage, hmm, wen erreichen die? ... Sie, ich glaube, sie erreichen auf jeden Fall auch die konkurrenzierenden Medien, ja, die würden mir eher einfallen. Wenn man
230 schaut, was machen die, was machen wir, was kommt bei den Leuten an, was kommt nicht an. Weil grad so, ich glaube, so, ein Freies Radio hat vielleicht nicht so die finanziellen Möglichkeiten, aber ich glaube viel mehr kreative Möglichkeiten Dinge zu entwickeln, Dinge auszuprobieren, weil wenn's halt nicht geht, dann machen wir's halt nicht mehr. Wer anderer, das ist ein riesengroßer Bauchfleck, wenn man ein neues Format entwickelt und das funktioniert dann nicht, dann ist das, dann wird das
235 gleich dann wieder von den Medien breitgetreten und ich glaube, und das finde ich spannend beim Freien Radio, das ist bis zu einem gewissen Grad ein bisschen eine Laborsituation, ein Experimentierfeld für gewisse Dinge. Und hat durchaus eine schnellere Beweglichkeit, eine höhere Anpassungsfähigkeit an gewisse Dinge und ja, das finde ich einfach, das finde ich wirklich sehr spannend.

240 **Thomas Hein:** Was würden Sie dem Freien Radio empfehlen um den Wirkungsradius zu erhöhen?

Markus Plasencia: Viel mit jungen Menschen arbeiten, viel in Schulen gehen, dann vielleicht wirklich auch auszulagern gewisse Dinge. Also dass man sagt, ...

Thomas Hein: was...

Markus Plasencia: Keine Ahnung, es gibt das Schulradio, das ist ja das Radio freequenns Schulradio,
245 das vielleicht gar nicht auf Sendung geht also terrestrisch, sondern eher quasi dort in der Schule probiert. Ich weiß nicht ob ihr das machts, aber das man sagt, zu gewissen Themen dass man Podcasts zur Verfügung stellt, ich meine, das ist halt echt an... das ist halt echt viel Arbeit, das muss man sich überlegen, ob man das will. Aber wie gesagt, viel mit jungen Leuten arbeiten, die Struktur quasi also wie eine Krake quasi in andere Strukturen eintauchen, plus v.a. andere mögliche
250 Institutionen dazu einladen selber zu produzieren, ich glaube, dass machts ihr eh. Aber dass man sagt, z.B., keine Ahnung, ihr habts da heute, keine Ahnung, da ist ein Kulturverein, der hat eine Veranstaltung, dass man die Leute soweit befähigt, dass sie selber den Künstler vielleicht interviewen und der schneidet das vielleicht zusammen, weil das sein Hobby ist und schickt 2 Minuten von der

255 Veranstaltung ohne dass ihr ausdrücken müsst. Es gibt gewisse Qualitätsstandards, die eingehalten werden müssen. Aber ich kann mir gut vorstellen, dass da, dass da ein Potential drinnensteckt, goi. Ohne jetzt zu wissen was ihr sowieso schon machts. Ja.

Thomas Hein: Welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um die Wirkung zu erhöhen?

260 **Markus Plasencia:** Alle, also im Besonderen..., ich finde, ich finde, alle. Also sicher, von meinem Arbeitsfeld her, junge Menschen sind spannend, aber natürlich kann man sich mit jungen Menschen sehr viel aufbauen. Wenn man jetzt sagt, man setzt, man zieht jetzt die Karte oder man spielt jetzt die Karte Jugend, dann sind das in 10 Jahren Erwachsene. Und dann ist auch die Frage, wenn ich mit diesem Medium sehr gute Erfahrungen habe, wenn ich eine gewisse Bindung an das Medium erzeugen kann, dann kann ich mir gut vorstellen, dass die in 10 Jahren dann auch Radio freequenns heißen, also hören. Also vielleicht sollte man auf die vielleicht sogar ein bisschen mehr drauf schauen. Ja.

Thomas Hein: Welche Ideen hast du um neue, andere regionale Projekte zu generieren, initiieren oder inhaltlich zu fördern?

270 **Markus Plasencia:** Das ist eine witzige Frage, also, weil ich's nicht ganz nachvollziehen kann, wie das mit dem Radio zusammenhängt. Also, was meine, also, die Wahrheit ist, es gehört viel mehr gemacht. Also Regionalentwicklung ist was, was bei uns im stillen Kämmerlein stattfindet, das ist jetzt meine persönliche Sicht der Dinge. Dass Menschen nicht einbezogen werden, die vielleicht bis zu einem gewissen Grad was leisten könnten, goi. Es ist einfach alles sehr eng, man muss diese Dinge viel breiter machen. Und wenn wir jetzt reden, welche Ideen ich da habe... weiß ich nicht... also es
275 gäbe so viele Ideen, die Frage ist, wie kann man diese Ideen ernten, goi, und welche Ideen haben Platz und haben keinen Platz. Ich glaube, dass man sich da, ich glaube, dass man die Regionalentwicklung grundsätzlich, so wie sie bei uns läuft, nochmal ein bisschen durchdenkt. Also, dieses Bottom-Up-Prinzip, dass man sagt, was kommt von unten, was tut man wirklich dafür? Ich
280 habe den Eindruck es kommt sehr viel von der Mitte oder von oben. Und, ist mir natürlich klar, wenn man diese Idee der Regionalentwicklung, die ja eigentlich eben darauf fußt, dass man sagt, die Region braucht eine breite Basis, die soll sich einbringen, ich meine, dass ist halt mühsam. Das ist halt mühsam, weil da braucht's viel Gespräch, da braucht's lange Prozesse, da braucht's auch finanzielle Mittel, dass man das einfach begleitet. Und vor allem man braucht den langen Atem, der über, sag
285 ich einmal, eine Legislaturperiode von oder von Politikern hinausgeht. Weil Entwicklung passiert ja nicht von heute auf morgen. Wenn man natürlich auf der Suche ist in der Regionalentwicklung nach schnellen Projekten, die halt clashen, das sind halt große Dinge. Aber wenn ich sage, ich möchte nachhaltig etwas verändern, dann muss man halt in Kauf nehmen, dass gewisse Dinge 10 oder 15 Jahre dauern. Und ich glaube, dass sich da, ich habe nicht den Eindruck, dass sich da viele Leute darüber trauen.

290 Also da braucht's einfach mehr, also, ja, können wir eine eigene Sendung mal machen, da fiel mir schon was ein, was ich machen würde, aber...

Thomas Hein: Vorschläge?

295 **Markus Plasencia:** Keine Ahnung. Sagen wir, um bei den Jugendlichen zu bleiben, es fehlen mir die kreativen Ausdrucksformen. Ich glaube, es braucht viel mehr Theater, es braucht viel mehr Möglichkeiten neben dem Sport bei uns, dass Jugendliche irgendwie ihrem Selbst Ausdruck verleihen. Ja. Also kreative Ausdrucksformen.

Ich glaube, im Bereich der Landwirtschaft, dass es da Produktkreisläufe bräuchte, bezirksweit, dass man sagt, von Schladming bis Rottenmann und hinauf. Dass man da, einfach, Genossenschaften, da mehr zusammenarbeitet. Dass da regionale Produkte einen breiteren Absatzmarkt finden. Ich glaube, 300 dass man da viel machen könnte, weil ... wenn halt irgendwer da 17 Gläser Marmelade verkauft, und das halt quasi, davon kannst du ja nicht leben. Das Ziel muss ja sein, dass die Leute von was leben. Dass die Leute regionale Produkte einkaufen und so Arbeitsplätze einfach eine gewisse Chance haben über längere Zeit zu bestehen. In dem Bereich, da finde ich ein paar Dinge spannend.

305 Dann würde ich unsere wunderbare Region dafür nutzen, dass Leute zu uns kommen was lernen, goi. Ich würde, gerade was den Bildungstourismus, den Ausbildungstourismus betrifft, ich würde da viel viel mehr Initiativen setzen, dass sich da Leute in unserer wunderbaren Landschaft weiterbilden.

Man kann im Ennstal, im steirischen Salzkammergut, steirische Geschichte goi komplett innerhalb von 10 Autominuten erzählen, was der Erzherzog Johann ...bis zum Salz... und was auch immer. Man kann alles machen bei uns. Also das fehlt mir einfach, dass man da mit Schulen viel stärker 310 kooperiert, ich würde ja schauen, dass da aus ganz Österreich und dem angrenzenden Ausland Leute zu uns kommen und und so auch diese tote Zeit, wo Tourismus also irgendwie ein Fremdwort ist, belebt. Also ich würde da, und das aber auf eine sanfte Art und Weise d.h. da lernen die Leute wirklich was, in der Natur.

315 Könnte mir einfallen, dass überhaupt, ja, im Bereich der Kultur, ich finde, solche Dinge wie R.E.X. war einfach spannend, nur du musst es auch entsprechend finanziell auskleiden. Also ich glaube, dass auch diese Netzwerkarbeit, diese Verbindungsarbeit, da bräuchte es mehr Projekte im Bezirk.

Ahm, fällt mir sonst noch was? Also ich glaube, man muss innovativer werden, man muss einfach in gewissen Bereichen die Region nutzen zu sagen, schauen wir, kümmern wir uns um attraktive Lebensmodelle am Land. Wir haben die demographische Entwicklung, die einfach ganz klar zeigt, 320 dass junge Menschen abwandern, weil das Leben im ländlichen Raum nicht attraktiv ist, warum auch immer. Ich finde es spannend zu schauen wie, was brauchen denn die jungen Leute dass sie bleiben. Die Antwort Arbeitsplätze ist zu wenig. Weil Arbeitsplätze gäbe es, das weiß man. Aber das ist zu wenig, d.h. man könnte vielleicht mit alternativen Lebensmodellen dort experimentieren. Schauen was passiert, wenn ich, keine Ahnung, nur 30 Stunden arbeite und 10 Stunden in einem 325 Gemeinschaftsprojekt, oder so... Also jetzt gar nicht so auf extrem Öko, sondern einfach überlegen, was kann Leute mit Familie dazu bringen, dass sie wieder zu uns hinaufziehen. Das ist ein so ein Ding, mit dem wir uns ein bisschen beschäftigt haben, finde ich spannend, da sich Gedanken zu machen. Auch, keine Ahnung, nachhaltiges Bauen, und und und. Also von den Ideen her... Aber wen interessiert's, das ist die Frage, goi, also. Wenn Möglichkeiten... Also es ist eh gut, wenn's nicht so 330 viel gibt, weil, dann ist mehr Platz für das was kommt, ja.

Thomas Hein: Zum Schluss zu deiner eigenen, persönlichen Verbindung zum Freien Radio, wie kannst du, auch über deine Projekte, die du in der Region gemacht hast, deine Organisation, Verein vom Freien Radio profitieren?

335 **Markus Plasencia:** Ahm, also ich kann mich wirklich also durchaus als Fan vom Radio freequenns bezeichnen, weil für mich war das Radio von Anfang an schon sehr spannend wie es entwickelt worden ist. Ahm, ich habe den Roland Schweiger auch kennengelernt, wo wir die Möglichkeit gehabt haben, über, mit den Ausseer Hardbradlern gemeinsam ein bisschen zu blödeln im Radio. Das ist ja auch schon, für uns damals Junge, war das ja wirklich witzig solche Dinge auszuprobieren in einem Radio. Bis hin zu dir, Thomas, wo wir schon viele Sendungen gemeinsam gemacht haben. Ganz früher

340 war's einmal, über den Kulturverein selber einfach zu diskutieren, aber auch, was ich auch immer
fein gefunden habe, live mit anderen Leuten zusammenzukommen und dort im Radiostudio zu
diskutieren, ist nochmal was anderes als wie in einem Wirtshaus. Und, das sind schon Dinge, was
dann vielleicht, sicher kann man sich fragen, wer hört das? Man weiß es ja nicht genau. Aber es hat
den großen Vorteil, wenn diese Sendung aufgezeichnet wird und es einen Link dazu gibt, kann man's
345 wieder an wen verschicken, ja. Und, ja, also der Roland Girtler hat das so treffend in einem Gespräch
mit mir beschrieben, das Gute bei Radio ist, dass man daneben Dinge machen kann, goi, d.h. du
kannst Staubsaugen, du kannst Kochen. Und darum, wenn ich sage, diese Sendungen verschicken,
immer mit diesem lustigen Hinweis, hör dir das an, was wir da gemacht haben und du kannst ja
daneben noch was tun. D.h. ich finde, also ich finde, also, ich finde, Freies Radio, Radio freequenns
350 kann, hat für mich zumindest auch in der Vergangenheit sehr viel geleistet.

Thomas Hein: Konkret zu dir, was würde dich motivieren in dem Fall Sendungsmacher, zeitweise
oder wie auch immer zu werden oder einen Beitrag mitzugestalten?

Markus Plasencia: Mm, also ich bin eh schon motiviert, also von dem her, braucht's bei mir keine
Motivation. Was fein ist, ist trotzdem, das kann man ja auch ganz offen sagen, wenn's finanzielle
355 Möglichkeiten gibt, dass man einfach Projekte über einen längeren Zeitraum durchführt, goi. Dass
man sagt, es gibt jetzt eine Idee eine Sendereihe aufzustellen oder so, an der man wirklich arbeiten
kann, nicht so nebenher, ist das natürlich von der Qualität was anderes, man kann sich inhaltlich
damit auseinandersetzen. Ansonsten, so eine Radiosendung mit Jugendlichen, das kann man eh bald
einmal machen. Und da gibt's auch die Möglichkeiten. Und es ist einfach für die... Also mich motiviert
360 es wenn die Jugendlichen Lust darauf haben, dass sie sich selber im Radio hören. Und, das, das reicht
dann auch wie gesagt. Auf der anderen Seite wäre es schon fein, wenn's einfach auch Projekte gibt,
die dann sich im Radio spiegeln, aber wo's du dann halt wirklich das wie eine Arbeit angehen kannst.

Thomas Hein: Was glaubst du selbst, sind die Beweggründe der Teams oder des Teams des Freien
Radios dieses zu betreiben?

365 **Markus Plasencia:** Die sind, ich glaube, das sind Leute, die gerne reden, auf der einen Seite. Ja, und
auf der anderen Seite, es ist, die sich gern mit Dingen beschäftigen und diese gerne mit anderen
Menschen teilen. Und, eine Leinwand zu benutzen und darauf Dinge zu projizieren oder Dinge durch
einen Filter zu schicken, ich glaube, das macht einfach Menschen Spaß. Und, keine Ahnung, vielleicht
verdient man beim Radio freequenns extrem gut, das kann auch eine Motivation sein. Ich weiß es
370 nicht so genau. Aber grundsätzlich, denke ich mir, das ist, Radio ist eine Möglichkeit zu arbeiten, also
etwas zu arbeiten, was einfach Spaß macht, goi. Und das kann ich mir gut vorstellen, dass die
Menschen, die dort arbeiten, sehr gerne Spaß haben.

Thomas Hein: Vielen Dank, Markus, für das Gespräch.

Markus Plasencia: Gern.

Anhang D – Stakeholderinterview mit Dorothee Steinbauer

Interviewpartnerin: Dorothee Steinbauer, Künstlerin, Leiterin CCW Stainach, Schauspielerin

Datum: 04.05.2016

Ort: Café Kaiserfeld, Graz

5 Interviewer: Thomas Hein, Freies Radio freequenns

THOMAS HEIN: Wir sitzen hier im Café Kaiserfeld in Graz und sprechen mit Dorothee Steinbauer, es ist heute auch der 4. Mai, ah, eines der Stakeholderinterviews, Nummer 3. Zuerst die Einstiegsfrage zur Region und ihrer Entwicklung. Als Region definieren wir in unserer Studie das Sendegebiet von Radio freequenns, was verbinden Sie mit dieser Region?

10 **DOROTHEE STEINBAUER:** Mittlerweile ja sehr ausgebreitet, wie man weiß, weil das Sendegebiet sich erweitert hat. Äh, ich empfinde es als sehr groß und sehr vielfältig, natürlich, nicht nur landschaftlich, sondern auch von den Menschen her. Auch von den Schwerpunkten, die einzelne Menschen für sich setzen. Und das ist etwas, dem das Radio sehr gewissenhaft versucht Rechnung zu tragen, aber ich kann mir vorstellen, dass die Arbeit nicht leicht ist. Aber es ist für mich ein, ja, wie gesagt, ein sehr
15 vielfältiges Gebiet, was ich auch als Kulturmacherin so empfinde.

THOMAS HEIN: Wenn du an die Entwicklung in dieser Region denkst, welche Aktivitäten oder Projekte fallen dir in dieser Region dazu ein?

DOROTHEE STEINBAUER: Sehr schwierig, aber ich nehm's als doch vermehrt schwerpunktmäßig
20 touristisch besetzt, touristisch-wirtschaftlich, mit natürlich auch kulturellen Aspekten, die aber oft der Wirtschaft untergeordnet sind. Also so empfinde ich's auch immer, wenn neue Bestrebungen sind, Verknüpfungen zu schaffen, dass die Kultur da doch nicht nur alphabetisch am falschen Platz sitzt, meistens. (lacht)

THOMAS HEIN: Welche Projekte hast du wahrgenommen so über die Jahre?

DOROTHEE STEINBAUER: Das waren vor allem natürlich die, die zentraleren Geschichten, wie eure
25 Jazzgeschichten, wie die regionale natürlich, wie die Festspiele in Öblarn, die auch entsprechend selten stattfinden, und natürlich ihre Historie haben und darum mit Erfolg. Größere Dinge, die punktuell wahrgenommen werden. Und bei den kleinen Dingen, die mir auffallen, weil sie mich persönlich interessieren, ist halt auffällig, dass es nur einen sehr kleinen Kreis erreicht, nämlich die Kenner und Liebhaber. Und, das ist ein Kreis, der sehr, sehr langsam wächst, aber doch. Also was ich
30 auch beim Kulturzentrum nach 15 Jahren immer noch beobachten kann, dass man neue Gesichter sieht. Wenn man sich mal über was Besonderes drübertraut, z.B., kommt dann wer aus seinen Löchern gekrochen und sagt, jetzt möchte ich den Folder und jetzt schau ich mal genauer hin.

THOMAS HEIN: An welche Akteure denkst du in diesem Zusammenhang mit Projekten und Aktivitäten?

35 **DOROTHEE STEINBAUER:** Da muss ich jetzt mal kurz auf Stopp drücken, also weil da muss ich jetzt... wirklich die, die Kulturvermittler, da muss ich jetzt ein bisschen nachdenken, dass ich nicht nur immer eine... Sind natürlich auch da oft kleine Sachen und dementsprechend auch wirklich einzelne Personen, die dahinter stehen und das Ganze stemmen, die einem einfallen. Das seid natürlich ihr mit eurem Radio, also Thomas du und die Hilde v.a., die sich um Vielseitigkeit bemühen oder um
40 Nachwuchs bemühen.

THOMAS HEIN: (leise) Lauter.

DOROTHEE STEINBAUER: Das... nochmal? Das Ganze? (lacht)

THOMAS HEIN: Nein, nein, nur lauter weiterreden, weil sonst hören die das dann nicht.

45 **DOROTHEE STEINBAUER:** Es ist ein Hans Johann, der unglaublich viel geschafft hat, mit diesem
Hochziehen des [ku:L]¹⁶ nach seiner Reblaus, die er betrieben hat. Es sind aber auch Personen wie die
Katharina Krenn und der Wolfgang Otte, mit dem Glawischnig auf Schloss Trautenfels. Es ist jemand,
das schneidet sich natürlich auch mit meinen Interessen, wie der Michi Braunsteiner in Admont. Die
natürlich sehr großen Institutionen mit Strahlkraft angehören, die aber durch ihr persönliches
Engagement und ihrer Persönlichkeit wichtige Dinge in die Region bringen, auch wenn sie teilweise
50 von der Region dann selbst nicht so wahrgenommen werden, sondern eher von außerhalb. Ich hoff
einfach jetzt, dass ich niemanden vergessen habe. Aber es ist sehr auffällig, dass es wirklich von
Eigeninitiative abhängt und offensichtlich auch von Menschen, deren Bedürfnis ist, das auch - und
das meine ich durchaus positiv - für sich selbst zu machen. Nämlich zu sagen, was geht mir ab in
meinem eigenen Lebensbereich und wie fülle ich den auf und mache ein Sharing mit anderen
55 Gleichgesinnten.

THOMAS HEIN: Ah, so jetzt kommen wir zum Bereich Region und Kommunikation. Wie wichtig sind
aus deiner Sicht Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

DOROTHEE STEINBAUER: Ich halte Kommunikation sowieso, also ich sage einmal, Minimum 80% der
Kulturarbeit sind Kommunikation. Die Medien spielen da sicher eine große Rolle, was aber so auch
60 meine Erfahrung aus der Regionale war, dass die Face-to-Face-Geschichte einfach durch nichts zu
ersetzen ist. Und gerade also, um reine Information zu verschicken mag sehr wohl die, mögen die
anderen Wege genügen. Aber gerade wenn es um Motivation für neue Ideen geht, ist es unerlässlich
Gleichgesinnte wirklich an den Tisch zu kriegen.

THOMAS HEIN: Und in Bezug auf die regionale Entwicklung im Allgemeinen? Wie weit sind da die
65 Medien, wie wichtig sind da Kommunikation und Medien für die Entwicklung einer Region?

DOROTHEE STEINBAUER: Ich glaube, sehr wichtig. Wobei da natürlich auch die Gefahr ist, dass das
eben diesen Schwerpunkten auch dieser ganzen Projekte entspricht. Also dass wir auch, ob wir jetzt,
was wir ja alle kennen, die Zeitschriften wo man teilweise kostenlos oder wie auch immer, mal
schalten kann oder so, ist eigentlich auch... also im Bereich Kultur sind wir da weit hinten einfach.
70 Weil es eine Frage der Leistbarkeit ist und auch dadurch der Präsenz. Ist aber, muss ich sagen, in der
Stadt ganz ähnlich. Also die, die sich die großen Plakate leisten können und die Schaltungen und
Straßenbahnen, das sind die ganz Großen. Und die Kleinen müssen irgendwie schauen, wie sie, wie
sie wild sich irgendwie platzieren können. Und deswegen wär's halt auch eine Aufgabe, eine
spannende, neue Kanäle zu finden und vielleicht auch wieder ganz analog und altmodisch zu werden
75 um auffällig zu sein.

THOMAS HEIN: Gibt es deiner Meinung nach Themen, die in den regionalen Medien zu wenig
Beachtung finden?

DOROTHEE STEINBAUER: ... Ja, da muss ich jetzt einfach von, von meinen ganz persönlichen
Bedürfnissen reden. Und ich habe in letzter Zeit, und nicht nur seit diesen großen Kürzungen, einfach
80 das Bedürfnis viele Dinge zusammen zu schauen, sprich Soziales, Kulturelles, ähm, auch natürlich

¹⁶ [ku:L] = Verein Kunst- und Kulturhaus Öblarn (www.kultur.st)

jetzt das Asylanten-/Flüchtlingsproblem, was nicht nur unter dem Aspekt der Überschwemmung und die nehmen uns was weg, zu sehen ist, sondern das ist unter'm menschlichen Aspekt zu sehen. Es kann, da könnte Kultur eine ganz große Rolle spielen um verbindende Elemente und trennende Elemente aufzuspüren und über diese zu kommunizieren und zusammenzufinden. Und das hätte per se sehr viel mit verschiedenen Bereichen zu tun. Die dann, glaub ich, wenn man ganz tief hineingeht, gar nicht mehr vorrangig nur mit Geld zu tun haben, sondern wirklich mit Motivation für Engagement und Projekten, die wahrscheinlich zielführender sind, als Gelder irgendwo reinzupulvern und damit auch eine gewisse Hetze auch zu schüren. Was da verloren geht, ja.

THOMAS HEIN: Wenn du an das Freie Radio freequenns, was fällt dir spontan als Erstes dazu ein?

DOROTHEE STEINBAUER: Ja, das ist das Radio, was quasi damit wirbt, das Format, was dir fehlt, darfst du machen. Und das ist eine unheimlich tolle L- Einladung finde ich. Und wird ja auch von verschiedensten Leuten gut genützt und, klingt jetzt so platt, dass sich jeder was findet, aber es ist tatsächlich so. Oder wer's nicht findet, darf sich selber ausprobieren. Und dass finde ich auch sehr spannend, dass man hin und wieder wirklich in Sendungen rutschen kann, die von Senioren gemacht werden oder von ganz jungen Leuten. Und, eben, das Hören und via Stimme, das ist ja für mich fast so was Ähnliches wie Face-to-Face. Also wenn ich meinen Radio zuhause aufdrehe und jemand bei mir im Wohnzimmer ist und mir seine Plattenvorlieben vermittelt oder von sich erzählt. Das macht emotional natürlich ganz andere Türen auf. Und insofern ist diese Einladung das selber zu machen, auch was was ganz Wichtiges und Großartiges und ich glaube, das zeichnet das Radio freequenns auch sehr sehr aus.

THOMAS HEIN: Jetzt kommt... zum Bereich Freies Radio und Regionalentwicklung jetzt im Zentralen, wie wird das Freie Radio aus deiner Sicht in der Öffentlichkeit wahrgenommen? Soweit du das beobachtet hast.

DOROTHEE STEINBAUER: Ist für mich schwer zu beobachten, weil ich ja nicht mehr in der Region oben lebe.

THOMAS HEIN: Aber in der Zeit?

DOROTHEE STEINBAUER: Ja, ähm, in den Zeiten, wo ich oben war, habe ich mich selbst beobachtet, dass ich es immer öfter gehört habe. Und habe natürlich auch darüber kommuniziert. Besonders in der Regionale, glaube ich, wurde es sehr sehr wahrgenommen. Wie weit es danach, äh, sich erhalten hat oder verstärkt hat oder abgeschwächt hat, kann ich, kann ich derzeit nicht beurteilen, leider.

THOMAS HEIN: Welche Themen greift das Freie Radio in der Region auf? Die du wahrnimmst?

DOROTHEE STEINBAUER: Wie gesagt, schwer für mich, weil ich, weil ich nicht oben bin und hier kann ich's nicht empfangen.

THOMAS HEIN: Soweit du..

DOROTHEE STEINBAUER: Ja, ich finde, ich finde, die Mischung aus Regionalem Überregionalem, Politischem, Sozialem finde ich, finde ich sehr spannend, bis hin zu Veranstaltungen. Äm, auch Live-Gäste, was ich ab und zu wahrnehme, was wir ja auch zum Teil ausnutzen, wenn wir Konzerte bei uns haben. Macht eine sehr große Lebendigkeit aus. Und trotzdem auch eben diese Regelmäßigkeit der Formate, die ich einfach toll und hochprofessionell finde, ja.

THOMAS HEIN: Gibt es Bereiche und Themen, in denen deiner Meinung nach das Freie Radio aktiv werden soll?

DOROTHEE STEINBAUER: Ist vielleicht selbst, ein bisschen altmodisch gedacht, im selbstkünstlerischen Bereich. Ja, ich denke jetzt im Bereich wirklich Literatur, vielleicht Hörspiel. Wir haben ja damals mal mit Wolf Dobrowsky gesponnen über eine Mini-Hörspielserie oder sowas. Das wäre irgendwie eine lässige Geschichte, die auch thematisch aus der Region raus entstehen könnte. Abgesehen davon, dass man regionale Autoren, was ihr auch macht, einladet. Aber dass wirklich aus, spontan sich Dinge, so eine Serie entwickeln könnte, aus wirklich auch sehr aktuellen Themen und das immer auch brandneu sein könnte immer, ja.

THOMAS HEIN: Ahm, woran erkennst du, dass ein Projekt oder eine Initiative oder irgendeine Unternehmung auf die Region jetzt wirkt? An welchen Kennzeichen erkennt man das?

DOROTHEE STEINBAUER: Schwierig. Also ich würde auch sagen, auch da in der Kommunikation. Was darüber gesprochen wird, was erzählt wird, wie toll's war, wo einer versucht den anderen zu motivieren auch hinzugehen, wo man anfängt sich zu ärgern, dass man was versäumt hat. (lacht) Da fangen diese Dinge an. Äh, natürlich auch im Vorfeld. Wenn ich jetzt, wenn ich jetzt sehe wie groß was plakatiert ist und wahrnehme, wow, da findet das statt und das statt. Wobei das dann eher die Sachen sind, die mich persönlich nicht so interessieren, weil das die großen Events sind, die halt wirklich auch auf Kommerz abzielen. Aber im Nachhinein, wirklich von einer Wirkung her, passiert's, ja, denke ich schon, in der, in der echten Partizipation und Wahrnehmung, die dann auch kommuniziert wird. Oder konkret bei mir eben im Kulturzentrum, wo, wo jetzt doch nach 15 Jahren Leute auch von ein bisschen weiter weg kommen. Die echt zum ersten Mal da sind und die ich mich dann auch traue anzusprechen, zu sagen, ich glaube, Ihr Gesicht kenne ich nicht und die dann sagen, ja, es ist eine Schande, ich war noch nie. Dieses eine Mal, ist es nur ein Film oder irgendwas, der besonders interessiert und plötzlich guckt man wohin und merkt dann, wow, was haben die schon alles gemacht und jetzt muss ich mal. Also das, das ist Wirkung. Und die geht am Land vielleicht noch ein bisschen, man glaubt immer, die Kommunikation am Land wäre direkter. Ich hab's auch immer so empfunden, aber das Wachstum geht sehr sehr langsam von staten.

THOMAS HEIN: Mhm. Was trifft davon jetzt von diesen Reaktionen, Wirkungen, trifft auf das Freie Radio in der Region zu, auf Radio freequenns?

DOROTHEE STEINBAUER: Ich denke, dasselbe und ich meine, diese Wirkung hier, glaube ich, die wird sich bei euch wahrscheinlich zum einen genauso bemerkbar machen, dass Leute anrufen oder euch ein Feedback geben oder im ganz tollen Fall sagen, ich möchte bitte auch was machen, na. ... Oder in der Kommunikation, wo man sagt, das und das ist eine Sendung, die ich mir immer anhöre. Also jetzt von Hörern selber.

THOMAS HEIN: Wie siehst du jetzt die Rolle der Freien Radios in Bezug auf die Regionalentwicklung? Also auf die Entwicklung in der Region?

DOROTHEE STEINBAUER: Ich glaube, sie haben, sie haben eine große Bedeutung insofern, eben dass sie, dass sie frei sind, unabhängig sind. Schnell reagieren können und sehr sehr aktuelle Themen und Bedürfnisse aufgreifen können.

Und dass, weil eben zumeist auch sehr viele Macher am Werk sind, die viele Aspekte miteinbringen können. Viele Aspekte einbringen können und aber auch viele Zugänge, verschiedene Generationen, wie das bei euch auch sicher der Fall ist. Insofern, glaube ich, ist es eine immens große Rolle. Ja. Wenn man an größere Radioanstalten denkt, wo das doch, wo man natürlich politisch usw. spontan auf Sachen reagieren kann. Aber jetzt, äh, bis man ein überregionales Radio dazu brächte um eine-

165 über eine prekäre Situation in der Region zu berichten, ist es längst zu spät und ich denke, da kann in vielen Bereichen das Radio sehr viel leisten.

THOMAS HEIN: Wie könnte ein Freies Radio die Region, auch auf andere Weise, noch mitgestalten?

170 **DOROTHEE STEINBAUER:** Ich brauche eine Pause.... Eine Idee, die jetzt spontan... Eine Idee, die mir jetzt spontan käme, wäre wahrscheinlich von sich aus Recherche in der Region zu betreiben und auf den Zahn zu fühlen bei den Menschen, die nicht von selbst zu einem kommen oder einem Feedback geben, was sie hören. Und wirklich in die Region reinzugehen und zu sagen, das ist berichtenswert und über das traut sich sonst niemand berichten. Oder das ist jemand, der sich selber über seine Situation nicht zu äußern traut. Oder da sind Entwicklungsmöglichkeiten oder da entstehen Ideen und ... Das Radio könnte als Multiplikator wirken, indem es das kommuniziert.

175 **THOMAS HEIN:** Glaubst du, dass das Freie Radio Möglichkeiten in der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

180 **DOROTHEE STEINBAUER:** Ja, ja, ich glaube schon. Und zwar genau aus diesen genannten Gründen. Der Unabhängigkeit, der großen Crew, die dahinter steckt, den, die einfach viel, viel abdecken, von ihren Personen her, von der Herkunft her, vom Alter her. Und grade in so einem Bezirk Liezen, der ja wirklich verdammt groß ist, ist es unglaublich wertvoll eben aus diesen verschiedensten Kleinregionen Vertreter zu haben, die was zu erzählen haben oder was einzubringen haben oder eben natürlich auch wiederum für ihre Leute Radio machen wollen, die genau dort sitzen und nicht in Liezen. Und das gibt nicht nur eine Vielfalt, sondern das gibt auch einen großen Einblick in individuelles Leben und soziale, kulturelle Bedürfnisse, was auch immer.

185 **THOMAS HEIN:** Welche Angebote bietet aus deiner Sicht das Freie Radio in der Region? Und wer nützt dieses Angebot?

190 **DOROTHEE STEINBAUER:** Ja, wer's wirklich nützt, das kann ich, ähm, kann ich wie gesagt nicht so beurteilen, weil ich's zu wenig höre. Das Angebot ist natürlich, wie gesagt, dass man selber Radio machen kann. Auch die Möglichkeit sich vorzustellen. Als Künstler, als Gewerbetreibender, was auch immer dass man spannendes zu erzählen hat, quasi sich, sich zu platzieren oder versuchen
195 eingeladen zu werden um was zu erzählen. Ähm... Was ich mir vorstellen kann, was ganz viel genutzt wird, also von euren Sendezeiten her, sind diese Infopointgeschichten usw., also wo die Leute teilweise wahrscheinlich im Auto eingeschaltet haben aufm Weg zur Arbeit oder so. Und das sind dann Dinge, die sich, die durchaus auch anderen Radiosendern ähneln. Aber das finde ich auch absolut richtig. Wenn man dahinter kommt, wow, das krieg ich da auch geboten. Ja. Ich muss nicht
200 mein Steiermark-Gedudel haben, sondern ich krieg die Infos auch woanders her und krieg dazu noch ein Package, was mich mehr interessiert. Also, dass traue ich mir zu sagen, dass durchaus wahrgenommen wird oder angenommen wird.

THOMAS HEIN: Wen erreicht das Freie Radio jetzt abgesehen von den Hörerinnen und Hörern? Welche anderen Personengruppen?

200 **DOROTHEE STEINBAUER:** Eventuell durch eure Veranstaltungen, zusätzlich Leute, ähm. Ja, sonst kann ich da so schnell nichts sagen.

THOMAS HEIN: Was würdest du dem Freien Radio empfehlen um den Wirkungsradius zu erhöhen?

205 **DOROTHEE STEINBAUER:** Ja, wie gesagt, das ist natürlich eine Frage der Kapazitäten, weil auch viel auf freiwilliger Basis passiert. Aber, wirklich in die Region reinzugehen und gewisse Dinge aufzuspüren, also äh, wo jetzt die Frage, wie das, wie das zu machen wäre. Was ihr sowieso tuts, in

Schulen gehen und Nachwuchs, das finde ich eine ganze tolle Geschichte. Die Frage ist, inwieweit man das auch mit Betrieben z.B. machen könnte. Wieweit man sich wirklich auch ein Format überlegen könnte, wo man ein bestimmtes Genre beackert, ja, und wirklich mal sagt, ich besuch jetzt mal die Selbstversorger und die letzten Bauern. Und schau wie's denen geht und mach da mal ein
210 ganzes Panorama an Lebensentwurf, den es noch gibt und wie gefährdet der ist. Was die Nöte sind, was die Ziele sind, was die Visionen sind. Weil, wie gesagt, die Region ist so reich an Tradition und ich glaube auch bei einzelnen Individuen an großen Visionen. Und die gilt es miteinander zu verknüpfen und da kann das Radio sehr viel leisten. Jetzt muss ich nochmal auf die Frage spicken – Ja, das hat viel mit Wirkungsradius zu tun, oder verstehst du den jetzt geographisch?

215 **THOMAS HEIN:** Nein.

DOROTHEE STEINBAUER: Also.

THOMAS HEIN: Wirkungsradius ist nicht geographischer Radius.

DOROTHEE STEINBAUER: Ja, ja, eben, eben. Aber es, es hat auch damit zu tun. Weil so verschieden wie die Landschaft ist, so verschieden sind die Menschen auch und so verschieden sind die
220 Hintergründe.

THOMAS HEIN: Welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um seine Wirkung zu erhöhen? Also welche speziellen Menschen, Menschengruppen?

DOROTHEE STEINBAUER: Ich denke, dass junge Menschen ganz ganz wichtig sind. Weil sie das als Form erfahren können, wo sie sich artikulieren können und wirklich eine Plattform finden sich zu
225 äußern über ihre Situation, in der sie sich empfinden.

THOMAS HEIN: (leise) ja, geht.

DOROTHEE STEINBAUER: Es wäre für mich mal Zielgruppe Nummer 1 und jetzt gar nicht unter dem Aspekt die Kinder von der Straße zu kriegen oder sowas Blödes, sondern es hat halt doch einen gewissen Anreiz Radio machen zu können und die ganze Technik dahinter, weil eine gewisse
230 Motivation braucht's und das ist, glaub ich, was was Spannendes, wo ich mir vorstellen kann, dass es Jugendliche anspricht. Und, per se dann auch der Ehrgeiz, ich glaub, sie wären auch große Multiplikatoren, weil sie natürlich irrsinnig scharf drauf wären, dass ihre Freundinnen und Freunde das dann auch hören usw. Ich glaube, das hätte, das könnte große Wirkung zeitigen. ... Und gleichzeitig natürlich, was es bei euch ja auch gibt, diese Formate, wo ältere Menschen was machen.

235 Also diese Zusammenführung zu schaffen. Wie man genau die dazwischen erwischt, ist glaub ich ein ganz großes Problem, weil, ich meine, das ist eigentlich die die Generation, von der man sagt, von der sollte jetzt eine große Veränderung ausgehen. Die junge Generation, der wir jetzt vorwerfen verwöhnt zu sein, das ist eigentlich auch ein Erbe, was sie teilweise durch uns noch übermittelt bekommen haben. Die Alten, die viel Ahnung haben sterben aus, wir haben aber einiges noch

240 miterlebt und eigentlich, ich glaube, der Erwin Wagenhofer sagt das, die Revolution wird vom, den Menschen des mittelalterlichen Radius jetzt und vom Mittelstand ausgehen müssen. Und ich sehe schon großen Bedarf an Veränderungen. Und wie man diese Menschen motiviert, das ist sehr schwierig. Also das merke ich auch *bei den* Schauspielern am Theater, also unser Alter erwischen wir noch, die etwas... Also ich rede jetzt von denen zwischen 30 und 40. Oder ein bisschen drüber noch.

245 Das ist ganz schwierig und diese Menschen wären aber sehr wichtig, ihre Stimme zu erheben, im wahrsten Sinne des Wortes, im Radio. (lacht)

THOMAS HEIN: Welche Ideen hast du selbst um, oder welche Ideen gäbe es um regionale Projekte zu generieren, zu initiieren oder inhaltlich zu fördern? Also von deiner Seite, welche Ideen?

DOROTHEE STEINBAUER: Du meinst jetzt generell, nicht nur radiomäßig, oder?

250 **THOMAS HEIN:** Genau. (leise) für Regionalentwicklung.

DOROTHEE STEINBAUER: Es hat per se wieder alles mit Kommunikation zu tun. Und, klingt jetzt vielleicht absurd, nachdem es wirklich etliche Kulturinitiativen und Dinge gibt, ich halte es aber für ganz wichtig, für diese Kommunikation, die unglaublich notwendig ist, irgendwelche Räume zu kreieren, wo das stattfinden kann. Wo man nicht per se abgeschreckt wird und sagt, boa, da ist nur von Tourismus die Rede, boa da ist nur von dem die Rede, da geht's um Kultur, da versteh ich nichts davon. Wo man diese Schwellen abbaut. Sondern wo es wirklich Begegnungsstätten gibt, die nicht angekleckert sind von irgendeinem Berufsgenre oder irgendwas. Sondern wo es wirklich darum geht, wo man das Gefühl hat, da kann man hinkommen und kann eigentlich über das reden was einen aufregt, wonach man sich sehnt oder wie auch immer. Und wo vielleicht Wirtschaft, Tourismus, 255 Kultur wirklich zusammenarbeiten können und nicht per se immer man dankbar sein muss, dass man da dranhängt und man die Chance erhält, das noch ein bisschen aufzupeppen mit irgendwas. Und äh, Kultur hat, glaube ich, den Auftrag und auch die große Fähigkeit die große Klammer zu bieten. ... Ja. Ich denke immer an dieses Forum, wie hieß es, Forum K, Kommunikation? ... Kommunikation? Wie hieß es? Forum K! Mit 3 K's war's irgendwas. Ja genau, eben nicht Kinder-(lacht), sondern 260 Kommunikation und ja. Kultur. Sind wichtige Dinge für mich.

Und Projekte, wo natürlich, was in der Regionale ja gut funktioniert hat und danach leider nicht mehr, wo es wirklich zu Kooperationen kommt zwischen einzelnen Initiativen. Durchaus auch verschiedene Ausstrahlung, das wäre ja ganz spannend. Und jetzt nicht nur in Hinblick darauf sein Publikum zu vermehren. Aus dem Grund wird's ja meistens gemacht und deswegen hängt man sich dann auch gern ein Mäntelchen um. Sondern wirklich schauen wie zwei Inhalte, die sich nahe stehen oder vielleicht gar nicht nahe stehen, plötzlich ein drittes großes geben könnten und wenn auch nur für diesen, diesen einen Glanzpunkt. Aber wo man allen die Möglichkeiten gibt, nicht nur den Machern, sondern auch den GenießerInnen nachher über den Tellerrand zu kucken und vielleicht selber den Mut zu haben, was zu kreieren und zu sagen, wow, da habe ich... da finde ich mich, da bin ich gerne und da kann ich mich selber einbringen. 270 275

THOMAS HEIN: Ah, deine eigene, persönliche Verbindung zum Freien Radio? Wie kannst du oder wie profitierst du, deine... das CCW¹⁷ vom Freien Radio?

DOROTHEE STEINBAUER: Ja, es ist ja, auf dem Papier immer noch unser Tochterverein. (lacht) Ja und die Mama zieht halt den Nutzen draus, dass der Sohn oder die Tochter, ich weiß nicht recht was es ist (lacht) vielleicht sind's Zwillinge (lacht). Ähm, verschiedene Veranstaltungen wunderbar ankündigen, teilweise mitschneiden, Interviews mit den Künstlern machen. Und. Ja. Das ist ein zusätzlicher, nicht nur Werbeaspekt. Sondern das Hören ist halt was ganz ganz Spezielles, was im Nachhinein nochmal genauer hinhören lässt oder im Vorhinein auch Lust auf's Schauen dann macht. Und das ist was, was Radio leisten kann. 280

285 **THOMAS HEIN:** Was würde dich jetzt motivieren, Sendungsmacher zu werden oder einen Beitrag mitzugestalten?

¹⁷ CCW = Culturcentrum Wolkenstein in Stainach

290 **DOROTHEE STEINBAUER:** Jo, Interviews könnte ich mir sehr gut vorstellen, also, gezielt mir ein Format zu überlegen. In, was ich so zitiert habe, in Recherche zu gehen und zu sagen, was wäre meine Zielgruppe, mit der ich mich gern auseinandersetze. Sicherlich dann auch mit dem Hintergedanken um dann daraus ein Projekt werden zu lassen, was vielleicht außerhalb vom Radio ist. Und natürlich meine STIMME zum Einsatz zu bringen, also, ich könnte mir sehr gut vorstellen, eine Literaturreihe zu machen. Das kann ja, weiß ich was, was hat Doro gerade am Nachttisch liegen? Bis äh, Neuerscheinungen lesen, oder was, ja, wäre viel möglich. Das ist auch was, was mir großen Spaß machen würde.

295 **THOMAS HEIN:** Was glaubst du sind jetzt die Beweggründe des Teams der Freien Radios, dieses zu betreiben?

300 **DOROTHEE STEINBAUER:** Ähm, per se mal glaube ich, die Unabhängigkeit und die Flexibilität. Und die Möglichkeit, SICH selbst auch einzubringen, ja. Und das steht, ob man will oder nicht, immer an erster Stelle, ob ich mich jetzt sozial, kulturell oder wie engagiere, das hat immer mit dem zu tun, was meine eigene Bedürfnisse sind. Und, wo ich mich finde und wo ich mich mit reinpacken darf. Und ich glaube, das ist sicherlich die Hauptmotivation.

THOMAS HEIN: Okay, dann danke ich für das Interview.

Anhang E – Stakeholderinterview mit Angelika Beer

Interviewpartnerin: Angelika Beer, Geschäftsführerin Verein Avalon

Datum: 10.05.2016

Ort: Büro Avalon, Liezen

5 Interviewer: Thomas Hein, Freies Radio freequenns

THOMAS HEIN: Viertes Interview meiner Interviews im Rahmen der Regionalentwicklung, Radio und Regionalentwicklung. Mir gegenüber sitzt Angelika Beer vom Verein Avalon in Liezen, die sich im Sozialbereich und Jugendbereich bewegt. Zuerst die Region und ihre Entwicklung. Sendegebiet von Radio freequenns, was verbinden Sie jetzt, was verbindest du mit dieser Region im Allgemeinen?

10 **ANGELIKA BEER**: Was ich mit der Region... viel Entwicklungspotential. Also, ich bin ja an und für sich seit 20 Jahren eine Zugereiste im Bezirk. Und das Spannende im Bezirk finde ich die Chancen, die du noch hast. Also es gibt einfach ganz viele Baustellen, ganz viele Möglichkeiten. Es ist so, wer ein bisschen entdecken und entwickeln will, ist in einem Bezirk wie Liezen gut aufgehoben. Weil er naturgemäß einfach auch doch etwas rückständiger ist, wie wenn du jetzt, so wie ich, aus Graz
15 kommst, wo einfach viele Dinge schon sehr selbstverständlich sind. Und insofern, ja, viel Spannendes, ja. Viele Möglichkeiten, viele Unterschiedlichkeiten. Aufgrund der Größe des Bezirks ist es halt... ja, du kannst Aussee nicht mit dem Gesäuse vergleichen, ja. Und auf diese Unterschiedlichkeiten in einem Bezirk einzugehen ist hochspannend, finde ich. Von daher gefällt mir der Bezirk auch als Region einfach sehr sehr gut, weil er einfach diese extreme Vielfaltigkeit hat in
20 manchen Bereichen.

THOMAS HEIN: Wenn du an die Entwicklung der Region denkst, welche Aktivitäten oder Projekte fallen dir dazu ein?

ANGELIKA BEER: Ja, schwerpunktmäßig natürlich in meinem Bereich (lacht), ahm, wir haben ja eben grad im Jugendbereich ganz viele Entwicklungsprojekte gehabt, auch gemeinsam mit dem
25 Regionalmanagement, wo's so darum gegangen ist, eine soziale Infrastruktur hinzustellen, die gut zugänglich für die Bevölkerung ist, für die junge Bevölkerung ist. Mir fallen aber natürlich auch ganz viele Projekte ein, wo Bevölkerung an sich sich aufgemacht hat um für sich, sag ich jetzt einmal, Probleme zu lösen. Sei's in der Mobilität, sei's in der Nachbarschaftshilfe. Ahm, ich war ja seinerzeit auch involviert, wie das Freie Radio sich gegründet hat. Also, da fallen mir einfach viele Projekte ein,
30 und das verbinde ich ganz stark mit Regionalentwicklung wo's so darum geht dass die Bevölkerung für sich etwas in Anspruch nimmt. Also, ich habe ganz, mir fallen eher so Beispiel, oder die ich als sehr gelungen empfinde, eher Beispiele ein, die so von Bottom Up gekommen sind, die sich auch gut etabliert haben, gut gehalten haben. Trotz vieler regionalpolitischer Änderungen auch wieder, wo Politik sich verändert hat, wo Ansprechpartner sich verändert haben. Dass die Leute, auch wenn sie
35 immer wieder mal zurückgepiffen oder immer wieder Änderungen gegeben hat, trotzdem durchgehalten haben. Und das fällt mir ein, wenn 's um Regionalentwicklung geht.

THOMAS HEIN: Welche Akteure fallen dir dabei ein, insgesamt in diesem Bereich der Regionalentwicklung, Aktivitäten, Projekte?

ANGELIKA BEER: Akteure, natürlich ganz viel verbinde ich das mit dem Regionalmanagement, weil
40 das halt so eine koordinierende Stelle ist. Von den Akteuren gibt's für mich die, die für die Bürokratie stehen, das ist ganz klar, die Politik, die du brauchst, die manchmal guter Förderer ist und aber auch vielfach Verhinderer von guten Ideen, wo die Bürokratie einfach nicht mitkann, mit diesen einfachen

45 simplen Lösungen des Alltags. Ich verbinde damit aber auch hochengagierte Personen, die immer
wieder in Erscheinung treten, ahm, die einfach viel tun aus einem Eigenengagement, die sind in
einem Bezirk wie Liezen sehr überschaubar. Ich denke da an eine Barbara Kabas z.B., ja, die ja einen
Wahnsinnsbereich grad in der Flüchtlingshilfe auf die Füße gestellt hat. Und den Kritikern zum Trotz
zeigt, dass Inklusion ein Gesellschaftsthema ist, dass die Bevölkerung nicht nur negativ eingestellt ist.
Die´s versteht die Leute wirklich reinzuholen, auch die eigene Bevölkerung reinzuholen. Die fallen mir
ein, und davon lebt Regionalentwicklung auch. Dass es so diese wirklichen Entdecker und Entwickler
50 gibt. Die das mit vollem Herzblut einfach leben, weil sonst würd´s nicht funktionieren. Aber natürlich
auch Organisationen, die mitmischen bei der Regionalentwicklung, die sich einbringen, sei´s im
Sozialbereich Organisationen wie wir sie sind. Da gibt´s ja auch durchaus andere Beispiele, jetzt nicht
nur Avalon. Ja, Wirtschaftsbetriebe. Wir haben natürlich von unserer Seite eher so im Fokus wo´s um
gesellschaftliche Entwicklungen geht, um soziale Themen geht. Das sind die Bereiche, die wir gut im
55 Blick haben, manches kriegen wir gar nicht mit.

THOMAS HEIN: Zum nächsten Bereich, Region und Kommunikation. Wie wichtig findest du die
Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

ANGELIKA BEER: Extrem wichtig, weil das Freie Radio, letzten Endes für mich, eine der wenigen
Medien ist, die das sicherstellt, dass Bevölkerung im Sinne von Partizipation auch gehört werden
60 kann. Ansonsten hast du bei den klassischen Medien – probier bei Ö3 anzurufen und sagen, ich hätte
gern bitte Sendezeit – das wird nicht funktionieren, das interessiert auch die restliche Bevölkerung in
Österreich vielleicht nicht was die Themen da im Bezirk sind. Also insofern finde ich das Freie Radio
als etwas wo ich Meinung kundtun kann, wo ich Probleme aufzeigen kann, wo ich als Teil einer
Bevölkerung auf was aufmerksam machen kann, wo ich Ideen transportieren kann, extrem wichtig.
65 Weil es eines der wenigen Medien sind, die ein bisschen breiter aufgestellt sind. Ansonsten ist es, ich
meine, natürlich kannst du über Facebook und andere social Medien arbeiten, aber es kriegt
nochmal einen anderen Touch, wenn etwas in einer Radiosendung läuft. Und wie gesagt, von daher
find ich die Kommunikation einfach wichtig. Bereichernd einfach auch, ihr habt´s einfach sehr sehr
interessante Leute in der Sendung drinnen. Und insofern denke ich mir, das sind einfach wichtige...
70 ein wichtiger Motor wenn´s darum geht, neue Sichtweisen reinzubringen. Ja. Ich denke an Markus
Plasencia z.B. den ich absolut schätze und der mit seinem unkonventionellen Zugang zu vielen Dingen
ja einfach auch etwas aufmacht über das man nachdenken kann. Und das wäre über viele andere
Medien gar nicht möglich.

THOMAS HEIN: Wenn du... gibt es deiner Meinung Themen auch, die in den regionalen Medien zu
75 wenig Beachtung finden?

ANGELIKA BEER: Die kritische Auseinandersetzung (lacht) würde ich jetzt mal sagen, also, es gibt,
natürlich äh beschäftigt sich das Freie Radio mit vielen Dingen mit denen...

THOMAS HEIN: Ganz allgemein, in den regionalen Medien.

ANGELIKA BEER: Ja, ja. Ja, also wie gesagt, alles ist nur sehr punktuell. Ja, es ist keine Fortsetzung
80 von irgendwas, wo ich sage, okay, da gibt es eine kritische Auseinandersetzung und eine
differenziertere Auseinandersetzung. Das fehlt mir oft. Also, das sind dann halt Schlagzeilen wie okay
die Sozialhilfverbandskosten explodieren wieder, ja, aber so das, was tut ein Sozialhilfverband, wie
läuft Finanzierung, wie kommen Kosten *zustande*, wer profitiert von Ausgaben im Sozialbereich, ja
wer, wer, was hat das für einen gesellschaftlichen Effekt. Das kommt mir einfach zu kurz. Es ist

85 immer nur so eine Schlagzeile und dann ebbt das ab. Und insofern würde ich mir wünschen, dass da mehr Auseinandersetzung passiert, ja.

THOMAS HEIN: Wenn du an das Freie Radio denkst, ganz allgemein, was fällt dir als Erstes dazu ein?

ANGELIKA BEER: Möglichkeiten, Chancen, ahm, Leute erreichen. Mit Leuten in, in, indirekt auch in Kontakt zu treten. Das fällt mir dazu ein. Wie gesagt, das Freie Radio verbinde ich vor allem mit den
90 Möglichkeiten Ideen, Gedankenanstöße unter die Leute zu bringen. Vor allem regionale Gedankenanstöße.

THOMAS HEIN: Nächstes Gebiet ist jetzt das Freie Radio und die Regionalentwicklung, wie wird aus deiner Sicht das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

ANGELIKA BEER: Ich glaube, dass es zu einer guten Institution geworden ist. Also es gibt natürlich
95 von denen, die das Freie Radio heroben hören, glaube ich jetzt, ist das nicht die Masse. Aber es ist in jedem Bezirk sind Hörer, die dann wiederum weitererzählen. Also auch selbst wenn ich die Sendung nicht gehört habe, ja, höre ich dann von anderen, okay hast du das gehört, da war irgendein interessanter Beitrag und insofern – Jetzt habe ich den Faden verloren, was war die Frage nochmal schnell (lacht)?

100 **THOMAS HEIN:** Wie das in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, das Freie Radio?

ANGELIKA BEER: Insofern glaube ich, ist es ein Unterschied zwischen wer sind die Hörer des Radios und wen erreichst du darüber hinaus, weil Leute darüber reden? Und da glaube ich, dass es wirklich auch wahrgenommen wird. Ich finde ja auch den Namen sehr eingängig, sehr, mit einem hohen regionalen Bezug. Mit, ah, ... Freequenns, also so, das war ja schon auch so ein... etwas wo ich mir
105 regional dann wiederfinde vom Namen her. Ich glaube, dass das Radio, es gehört zur Region dazu, es hat sich einfach als Medium heroben ja etabliert?

THOMAS HEIN: Welche Themen greift das Freie Radio in der Region also in unserer Region auf, die du wahrnimmst?

ANGELIKA BEER: Ja, gottseidank nicht nur Kommerzthemen, ja. Ich glaube, Themen, die die Leute
110 interessieren, die sie bewegen, wo jemand das Gefühl hat, das sollte ich jetzt unter die Leute bringen. Sei es der Musikgeschmack, den ich habe, wo ich sage, okay, da hör ich etwas Bestimmtes, das möchte ich gern, dass das auch andere hören. Aber eben auch so soziale Themen wie's wir sie einbringen in der Sendung. Was ich sehr gut finde, ist mittlerweile auch, dass das Regionalmanagement bei euch vertreten ist. Weil Regionalentwicklung sehr was Abstraktes ist, erst
115 wenn ich mich inhaltlich damit beschäftige, weiß ich wie simpel Regionalentwicklung auch sein kann und wie effektiv sie trotzdem ist. Und insofern, ahm, dieser hohe regionale Bezug, der da ist, den finde ich einfach am spannendsten, ja. Also so diese regionalen Themen und Themen, die... eben wie gesagt es ist ein bisschen mehr vertiefend möglich, ja. Das versuchen ja wir auch in der Radiosendung einzubringen, also man schaut wirklich, dass man Themen aus der Region bringt. Aber wenn man
120 dann von Anlaufstellen und so, schon auch die Einrichtungen von da. Also es geht schon darum auch Informationsleistung für die Bevölkerung zu erbringen.

THOMAS HEIN: Ah, gibt es Bereiche, wo aus deiner Sicht heraus, oder Themen, in denen das Freie Radio deiner Meinung nach aktiv werden sollte? Selbst aktiv.

ANGELIKA BEER: Hm. Schön würde ich es finden, wenn manchmal ein bisschen mehr
125 Protestbewegung aus dem Freien Radio käme. Also ich habe schon. Das Freie Radio steht für mich einfach für eine kritische Haltung von gesellschaftlichen Prozessen. Das verbinde ich ganz stark mit

dem Freien Radio. Wo, wenn nicht dort, könnte Auseinandersetzung und Diskussion passieren. Und da habe ich so manchmal das Gefühl, da könnte noch mehr, mehr drinnen sein. Es ist natürlich, in dem Moment wo du von öffentlichen Geldgebern abhängig bist, ein zweischneidiges Schwert, ja.

130 Weil die Gefahr, dass du reglementiert wirst, dann halt indirekt über Geld, ist relativ groß, ja. Aber wie gesagt, das wäre so ein Punkt, wo ich mir denke, ja da könnte... ja, wenn man sich auch Wahlen anschaut, ja, wie viele Wutbürger, wie viel Zorn da ist, ja. Da habe ich so das Gefühl, okay, über das Freie Radio kommt da trotzdem noch sehr wenig, ja, und da könnte meines Erachtens durchaus noch ein Stück mehr stattfinden.

135 **THOMAS HEIN:** Woran erkennst du, dass ein Projekt, eine Initiative oder Unternehmung auf die Region wirkt? ... Generell.

ANGELIKA BEER: Generell... Bezogen jetzt auf eine Radiosendung, oder...?

THOMAS HEIN: Wie auch immer.

ANGELIKA BEER: Okay. ... Das ist schwierig.

140 **THOMAS HEIN:** Wie wird Wirkung wahrgenommen? Also, dass ich sage, okay, da ist ein Ereignis und das wird wahrgenommen... also.... Woran erkennt man, gibt's da Kennzeichen, Kennziele...

ANGELIKA BEER: Ja, aber, also, das muss... also, vom Gefühl her, musst du das wirklich von Projekt zu Projekt unterscheiden, woran machst du die Wirkung fest? Ich kann jetzt z.B. sagen, bei uns in dem Projekt, wo's um die Regionalentwicklung gegangen ist, in der Jugendarbeit und Jugendsozialarbeit,

145 gab's mehrere Indikatoren. Nämlich, wie war die Erreichbarkeit für Jugendliche? Und die können wir aus Statistik ableiten. Ja, wir haben in diesen Bereichen halt dann Statistiken geführt, wo man geschaut hat und wo man dann verglichen hat: Wie viele Jugendliche hat man vorher erreicht und aus welchen Regionen hat man sie erreicht? Was war danach? Woher sind die Jugendlichen gekommen? Natürlich auch mit Befragungen bei unseren Jugendlichen. Also, wir haben ja auch

150 immer wieder Masterthesen und Diplomarbeiten, die bei uns geschrieben werden, wo Studenten das einfach auch bei Jugendlichen abgefragt haben in Form von Fragebögen. D.h. man muss dann schon sehr gezielt..., aber das hängt damit zusammen, was war die Zielsetzung von dem Projekt? Was wollte ich denn erreichen? Und dann muss ich evaluieren. Vielfach wird ja was, ah... so erlebe ich es, also nicht nur in der Regionalentwicklung bei anderen auch, Forschungs-ah-fragen. Es wird was

155 beforscht, wo nicht gefragt worden ist, was war denn eigentlich das Ziel von dem Projekt? Weil sinnvoll ist es ja nur, zu sagen, okay, was war das Ziel und habe ich, bin ich dem Ziel näher gekommen? Weil ahm ich kann ein Projekt machen, das kann erfolgreich sein, aber es kann total am Ziel vorbeigehen - Und kann trotzdem Erfolg haben, aber dann muss man das transparent machen. Insofern denke ich mir, es gibt unterschiedliche Indikatoren. ... Wir versuchen, zumindest in unseren

160 Projekten wenn's um Regionalentwicklung geht, schon immer wieder auch klar zu machen, okay was war das Ziel, was haben wir, woran machen's wir fest, diese Wirkung? Wobei Wirkung einfach eine langfristige Geschichte ist und das ist das, wo ich so erlebe, dass das oft vermischt wird mit okay ahm wie habe ich, ahm, also den Outcome und den Output, das sind 2 Paar Schuhe, ja. Wenn ich trotzdem dass unser Regionalkonzept jetzt nach 5 Jahren wieder eingestampft worden ist, mitkriege, dass

165 Leute noch immer sehr stark in diesem Regionalkonzept denken und Bevölkerung sich an uns wendet und sagt, warum seids ihr nicht mehr da. Dann merke ich einfach, dass die das, dass wir, auch wenn wir sie vielleicht gar nie als Klienten erreicht haben, das ist wahrgenommen worden, die Präsenz ist wahrgenommen worden, Jugend ist wahrgenommen worden. Dann ist das die Wirkung, die wir erzielen wollten. Nämlich dass man über Jugend und über das was Jugend braucht in einem Bezirk,

170 auch an Infrastruktur braucht, auch nachher noch redet, ja. Und das finde ich, das ist für mich Wirkung. Das andere ist okay, jetzt nur Zahlenmaterial, wieviel ... also, wie viele Nächtiger sind in einer Region, ist ein bisschen wenig an Wirkung, hat mit Wirkung wenig zu tun, finde ich.

THOMAS HEIN: Okay. Was trifft auf das Freie..., was davon, von diesen... Wirkungen oder etc. trifft auf das Freie Radio bei uns in der Region zu?

175 **ANGELIKA BEER:** Das man spricht, über die Dinge. Also das trifft für mich am stärksten zu. Das ist auch das, was ich am stärksten mit dem Radio verbinde. Man kann sich einfach sicher sein ... Obwohl ich nie die Sendungen höre, die meine Mitarbeiter bei euch machen, ja, sondern wenn dann die Aufzeichnungen, weil ich in der Dienstzeit kein Radio höre, ah, redet mich immer irgendwer an, ja. Mitarbeiter erzählen, dass Jugendliche kommen und sagen, das habe ich gehört, meine Mama hat
180 mich auch angeredet und, und. Also es wird einfach gesprochen drüber über den Inhalt, ja. Und eben, das was ich schon gesagt habe, auch wenn die Leute es nicht gehört haben, es findet so ... Es gibt Bezug, du kennst jemand, der die Sendung gemacht hat, dort hat jemand mitgemacht, also allein das macht es schon interessant. Es ist ähnlich wie bei den Regionalzeitungen, deren sage ich mal journalistischer Wert vielleicht nicht so massiv oder so hoch ist. Aber die Kids sitzen dort und schauen
185 in den Bildern, wo ist der Freund und der Kumpel oben und aha, na, der Bürgermeister schaut auf dem Bild auch nicht so gut aus. Also, da findet durch diese Nähe, die, die, die's hat, findet einfach Kommunikation statt. Und das, glaube ich, das ist das, was für mich am stärksten ist und wo das Radio einen Beitrag leistet. Wenn man sich das angeschaut hat, oder bei vielen Regionalentwicklungsprojekten, die gehen einfach an der Bevölkerung vorbei, das kriegt nicht mal
190 einer mit, dass das regional... dass es da überhaupt ein Projekt gegeben hat. Und da trägt das Radio ganz viel dazu bei, dass man das an die Öffentlichkeit bringt, nämlich an die regionale Öffentlichkeit, ja.

THOMAS HEIN: Ah, wie siehst du die Rolle der Freien Radios jetzt in Bezug auf die Regionalentwicklung selbst?

195 **ANGELIKA BEER:** ah, auf die Regional...

THOMAS HEIN: Also die Rolle des Freien Radios.

ANGELIKA BEER: Sie ist Meinungsbilder, Informant, also wie gesagt, als, als, ah, Ideen, die dort generiert werden, auf die aufmerksam gemacht wird. Also, mmh, für mich geht's dort ganz viel um Kommunikation, die sonst nicht stattfinden kann. Weil du einfach in dieser Breite gar nicht
200 kommunizieren könntest ohne Radio. Und Zeitungsartikel, ja das ist eine Sache, aber als Medienteil ist es zu wenig, wenn du nur das machst. Also, ahm, und, wie gesagt, Freies Radio ist schon eher so ein Treffpunkt für Leute, die, ja, ein bisschen kritischer denken, ein bisschen oftmals mehr Potential irgendwo sehen, die überhaupt Ideen einmal aufmachen und sagen, können wir darüber reden, können wir diskutieren, da wär mal was. Und insofern verbinde ich das eigentlich am stärksten, also
205 das eine Kommunikation, aber auch um überhaupt Ideen zu generieren oder um was anzusprechen oder aufzumachen, ja.

THOMAS HEIN: Ah. Wie könnte Freies Radio die Region noch mitgestalten?

ANGELIKA BEER: Noch mitgestalten.... Hm.... Fällt mir jetzt so auf die Schnelle...

THOMAS HEIN: So, über das, was du jetzt geschildert hast, gibt's da noch Möglichkeiten der
210 Mitgestaltung?

ANGELIKA BEER: Hm, seh ich momentan nicht. Aber ich bin einfach so fokussiert auf diesen kommunikativen Teil, goi. Aber ansonsten würde mir jetzt nicht wirklich was einfallen.

THOMAS HEIN: Glaubst du dass das Freie Radio Möglichkeiten der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

215 **ANGELIKA BEER:** Ahm, ja, es ist wenig Zensur. Das ist eh das, was ich vorher schon gesagt habe. Wenig Zensur bei den Inhalten, ja. Es ist vieles möglich. D.h. wenn ich eine Sendung machen will, melde ich mich bei euch. Also, so unkompliziert kommst du nie wieder zu der Möglichkeit, Dinge unter die Leute zu bringen. Und das, das verbinde ich ausschließlich mit dem Freien Radio. Das kriegst du... Wir arbeiten ja ganz viel mit Zeitungen, mit Regionalzeitungen, da kannst du nicht
220 einfach hingehen, ja, die schreiben dir schon einen netten Artikel. Aber wirklich über Sendung in einen Dialog zu treten, auch mit den Hörern, das kriegst du nur beim Freien Radio hin. Und, ah, das kriegst du auch nicht beim Kommerzradio hin, weil der kein Interesse hat an dir. Oder es – wenn er Interesse hätte, dann fehlt der Regionalbezug. Ja, also, insofern kriegst du das meines Erachtens nur über Freies Radio hin. Dass du da, wirklich in diesem Prozess so aktiv sein kannst, auch... Ich seh's
225 wirklich für mich als ein Teil einer regionalen Bevölkerung, ja. Dass ich dort die Möglichkeiten hab, wirklich was, meine Gedanken zur Region, das, was ich sehe, das Potential, das ich sehe, einfach auch in einen Austausch zu gehen oder etwas unter die Leute zu bringen.

THOMAS HEIN: Welches Angebot bietet das Freie Radio bei uns in der Region? Und wer, aus deiner Sicht, nützt dieses Angebot?

230 **ANGELIKA BEER:** Also mittlerweile ist es, glaube ich, sehr vielfältig. Ahm, angefangen von uns, also von sozialen Einrichtungen, die das nutzen, oder eben auch Institutionen wie das Regionalmanagement. Private, engagierte Leute, die einfach ein Faible für diese Art von Medien haben. Ahm, also auch so einzelne Bevölkerungsteile. ... Ich muss immer schauen was die Frage ist, weil dann verliere ich einfach den Faden.

235 **THOMAS HEIN:** Welches Angebot bietet das Freie Radio in der Region? Und wer nutzt es?

ANGELIKA BEER: Ja, ahm, vom Gefühl her, ist es schon jetzt der Bevölkerungsteil, der, wie sage ich jetzt mal, bildungsmäßig eher gehobener ist, ja. Was manchmal sehr schade ist, weil das, glaube ich, das ist eine so dieser Hemmschwellen, die das Freie Radio hat, nämlich dass man Leute, die jetzt vom Ausbildungsniveau etwas niedrigere Ausbildungen vorweisen, vielleicht nur eine Lehre haben oder
240 Hilfsarbeiter, oder oder eben so jetzt im Bildungsbereich nicht so hoch aufgestiegen sind, dass die das wenig eigentlich ahm, da hat man so das Gefühl, dass kann ich nicht, das kriege ich jetzt nur so im Bekanntenkreis mit, das, das macht Angst, ja. Weil einfach auch viel Technik und so. Ahm, und insofern glaube, dass es schon eher so eine Bevölkerung oder Teile der Bevölkerung sind, die einer Bildungsschicht angehören, die, jetzt sag ich mal, Matura und aufwärts ist, ja. Ahm. ... Wer nützt es
245 sonst noch... hmm.... Da würde ich eher das Wort benützen verwenden. Benützen tun's natürlich schon auch Regionalpolitiker, ja, ahm, aber da lege ich Wert darauf es be-nützen zu nennen, ja.

THOMAS HEIN: Wen erreicht das Freie Radio jetzt, abgesehen von den Hörerinnen und Hörern?

ANGELIKA BEER: Ja, letzten Endes die, die wo Hörerinnen und Hörer mit Verwandten, mit Freunden, mit, mit Bekannten darüber sprechen, ja, also die Hörer sind das eine und äh die, und das darüber
250 hinaus sind die Leute, die über Sendungen reden oder über Inhalte der Sendungen reden. Und das, glaube ich, das ist einfach, glaub ich, schwer für ein Radio, für ein Freies Radio nachzuweisen, wohin der Inhalt eigentlich transportiert wird. Weil das weißt du, du kannst eine Hörerzahl vielleicht

irgendwie eruieren. Aber nicht, ob der Franzi jetzt mit dem Maxi geredet hat darüber oder ob die
255 Sendung Anlass war in einem Team nochmal einen Diskussionsprozess, wo auf einmal alle über eine
Sendung reden, nicht einmal nur die, die sie gehört haben oder gemacht haben. Und insofern, glaube
ich, ist der, der ... also die, die erreicht werden, liegt wesentlich höher als wie die Zahl der Hörer.

THOMAS HEIN: Was würdest du dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius
erhöht?

ANGELIKA BEER: Ja, die Frage ist, ist die Wirkungs... will ich Wirkungsradius erhöhen, ja? Weil die
260 Gefahr ist schon einfach auch, also ich denke, das Freie Radio steht auch für Irgendwas, ja. Und wenn
du Wirkungsradius erhöhst und das nur an Hörerzahlen festmachst, dann rutscht du einfach sehr
stark, finde ich, in diesen Kommerzbereich, ja. Ich denke mir, das Freie Radio hat sich gut etabliert
und zeigt einfach auch Wirkung. Ich geh auf eine Veranstaltung, bei vielen Dingen ist, ist, schaut man
einfach, okay, ist Radio freequenns da vertreten? Also es ist sehr... es ist angekommen in der Region.
265 Die Leute kriegen's mit, selbst wenn du nicht Hörer von Radio freequenns bist, weißt du, es gibt das
Freie Radio, die kommen auch zu Veranstaltungen, da laufen dann Leute mit einem Tonbandl herum,
man sieht immer wieder mal Jugendliche, die in der Stadt, die einem dann das Mikro hinhalten, ma,
wir würden eine Sendung machen. Ahm, ich finde, es ist, es ist gut, ja. Und alles, wo's so dann darum
geht, zu sagen, okay, den Wirkungsradius zu erhöhen, jetzt finde ich einfach oft, also ich sehe halt
270 wirklich das Risiko, dass man dann einfach abrutscht und sagt, man macht nur noch gefällige
Sendungen. Und das würde ich einfach schade finden, weil das für mich nicht die Grundidee von
Freien Radios ist. Aber das ist so eine persönliche Meinung.

THOMAS HEIN: Welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um die Wirkung zu
erhöhen?

ANGELIKA BEER: Also, ich glaube, die die wenig noch erreicht werden, ist der alte Mensch. Ja. Die
275 haben halt ihre Radiosendungen. Da habe ich so das Gefühl, da wäre wirklich viel möglich. Es wäre
auch eine interessante Geschichte... Leute, die so am Rande einer Gesellschaft leben, und das tun
viele alte Menschen heute, die in Pflegeheimen leben, die überhaupt nicht mehr gehört werden. Also
weder in Form von Radiosendungen bei Radio freequenns, dass sich da einer dem Thema annimmt.
280 Aber auch von, von, also, der alte Mensch taucht bei uns im, im, im journalistischen Bereich, jetzt nur
auf, wenn's um Schlagzeilen rund um den Sozialhilfeverband geht. Der Verband hat so viele Kosten,
dann wird das argumentiert mit den Pflegeheimen, that's it, ja! Und da denke ich mir, da gibt's
wirklich eine Hörergruppe oder einen Bevölkerungsteil, den man stärker ins Auge fassen könnte und
wo man noch schauen könnte, okay, wie holt man die mit ins Boot, ja, wie kann man die... ich denke,
285 alte Leute haben so viel zu erzählen, auch so viel Interessantes zu erzählen, wo sich's lohnen würde
in einen Austausch zu gehen. Ahm. Das was, wäre was, wo ich mir denke, ja, da könnte man wirklich
noch in eine Richtung was tun, ja.

THOMAS HEIN: Welche Ideen hast du um regionale Projekte jetzt zu generieren, initiieren oder
inhaltlich zu fördern? Welche Ideen dazu... Förderung regionaler Projekte.

ANGELIKA BEER: Also unsere, unsere regionalen Projekte sind immer eine Geschichte, wo wir aus der
290 tagtäglichen Arbeit ah entweder direkt Rückmeldungen von der Bevölkerung kriegen, mit der wir
arbeiten, wo wir ah im Verwaltungsbereich erleben, wo sind Dinge so bürokratisch und arbeiten am
Bedarf vorbei oder verursachen ineffiziente Strukturen, die werden dann in Teambesprechungen
erörtert. Da gibt's dann einfach auch Sitzungen wo man sagt, okay, wie könnten Lösungen aussehen
295 und dann geht's um's Türklinkenputzen. Also da gehst dann wirklich und musst halt schauen... vor

allem wenn du Fördergelder haben willst und wenn du haben willst, dass Regionalmanagement und Politik darauf aufmerksam gemacht werden. Dann heißt das einfach, bei vielen unserer Projekte, die wir gemacht haben, heißt das mindestens 2 Jahre Vorlaufzeit bis du überhaupt das auf politischer Ebene mal deponieren hast können, so dass die Leute sich's gemerkt haben. 2 Jahre lang Türklinkenputzen, in der Region, immer wieder drüber reden. Das ist Sisyphusarbeit. Deswegen sage ich, da braucht's schon sehr viel Herzblut einfach auch, wenn du das von Bottom Up irgendwie in die Politik reinbringen...

THOMAS HEIN: Und welche Ideen hast du so selbst für regionale Projekte?

ANGELIKA BEER: Also meine Projektideen sind mittlerweile, ahm, ich habe mit dem letzten Jahr viel für die, also die Regionalentwicklung ziemlich für mich abgeschlossen. Also so mit dem frustrierenden Ergebnis, wie man mit guten Projekten, die in der Region Vorzeigecharakter gehabt haben, die weit über die Bezirksgrenzen, wo Leute aus anderen Bundesländern gekommen sind und einfach auch sich das angeschaut hat, weil wir was erreicht haben, was man das österreichweit also in keiner Region noch erreicht hat. Wenn ich seh, wie Politik im nächsten Moment einfach sagt, no, können wir uns nicht mehr daran erinnern, was wir uns eigentlich dabei gedacht haben, muss ich ganz ehrlich sagen, sorry, das Wort Nachhaltigkeit kann ich einfach nicht mehr hören. Das ist einfach verlogen, weil es ahm was ist daran nachhaltig, wenn ich eine Struktur, wenn ich Lösungen finde und bei einer x-beliebigen Situation dann sage, na jetzt machen wir's wieder anders und kehrt wieder zu einem Zeitpunkt zurück lang vor dem. Wo man sagt, okay, jetzt führt man all das, was man eigentlich nicht mehr haben wollte, führt man wieder ein. Und insofern habe ich mittlerweile ein sehr ... enttäuschendes Verhältnis zur Regionalentwicklung. Das ist, viele Ideen werden generiert, da ist viel Positives drinnen. Aber wenn es um das, also wirklich, um dieses nachhaltige Entwickeln geht, seh ich ganz große Schwachstellen in der Regionalentwicklung. Nachhaltig ist maximal, dass man jedes Mal von vorne anfängt und das Radl neu erfindet, das ist nachhaltig, in der Regionalentwicklung.

THOMAS HEIN: Okay. Jetzt deine persönliche Verbindung zum Freien Radio. Wie kannst du bzw. wie profitiert deine Organisation vom Freien Radio?

ANGELIKA BEER: Also für mich sind's 2 Ebenen. Das Eine ist, dass unsere Mitarbeiter dadurch dass sie bei euch die Sendungen machen, mit einer ganz anderen **Art** zu kommunizieren konfrontiert sind. Sie müssen sich mit also mit Gesellschaft oder Bevölkerung kommuniziert nicht mehr nur face-to-face, ja, sondern da geht's um Artikel schreiben, da geht's darum soziale Medien zu nutzen. Aber eben auch ein Freies Radio oder die Möglichkeit, dass ich eine Sendung gestalte, ja. Allein sich damit auseinanderzusetzen, wie muss eine Sendung aufgebaut sein, dass sie beim Hörer ankommt, dass sie Inhalte vermitteln kann. Finde ich einfach wichtig, grad für einen Bereich wie uns, wo's im Sozialen primär um Kommunikation geht, ja. Das heißt ich profitiere davon, weil meine Mitarbeiter zusätzlich Medienkompetenz kriegen, die einfach für unseren Bereich und gerade in der Jugendarbeit wichtig sind.

Der zweite Bereich ist, wo wir profitieren, ist, dass wir natürlich Themen reinbringen können, die wir einfach auch einmal so kritisch reinbringen wollen, so im Sinne von, wir hätten da etwas, womit wir gern hätten, dass Menschen sich auseinandersetzen, dass sie vielleicht Dinge einmal sich von einer anderen Blickrichtung anschauen. So bewusstseinsbildende Prozesse in Gang setzen.

Und das dritte ist, dass wir natürlich mit den Medien schon eine viel eine höhere Erreichbarkeit haben. Also so viel könnten wir gar nicht arbeiten, dass ich all diese Inhalte bei all diesen Personen

anbringen würde, ja. Und insofern erhöht's einfach meinen Radius, ja, wo ich Leute ansprechen kann.

340 Und das vierte ist so simpel und einfach und trotzdem so wirksam, nämlich dort wo Klienten von uns an Sendungen mitarbeiten, die unglaublich stolz sind dann darauf, dass sie was geleistet haben, dass sie an die Öffentlichkeit getreten sind... das macht so viel mit den Leuten, wenn sie sich da überwunden haben, dass sie ... eine Radiosendung, o mein Gott, goi, das ist so wie Auftreten beim ORF im ZIB oder so. Also für viele unserer jungen Klienten, ist das ein feines Erlebnis, ein
345 Kompetenzerwerb, den sie haben. Und insofern ... ist's natürlich schön, wenn wir Radiosendungen auch immer wieder mit unseren Klienten gestalten können. Wo sie eben nicht nur befragt werden oder interviewt werden, sondern wo sie aktiv diese Sendung gestalten und sie sehen, okay, du kannst tatsächlich Meinung relativ gut an die oder unter die Leute bringen. Also das finde ich einfach spannend, was macht das mit jemand, der sonst nie was mit Radio zum ... ich weiß noch, wie's mir
350 gegangen ist bei den ersten Radiosendungen, wo ich nur Interviewpartner war. Du bist einfach stolz auch auf dich. Ja, es macht einfach was mit dir, vom Selbstwert her, ja, dass du sagst, hab mich überwunden, es ist mir gut gegangen, ich habe frei reden können. Ahm, das halte ich für einen der wirkungsvollsten Momente, die's einfach auch auslöst wenn du dich mit Radiosendungen, sei's nur Interviewpartner. Dass das was macht mit einem. Ja.

355 **THOMAS HEIN:** Ahm, was würde dich jetzt selbst motivieren Sendungsmacherin zu werden oder einen Beitrag mitzugestalten?

ANGELIKA BEER: Ja, grundsätzlich eh die vielen Dinge, die ich schon gesagt habe. Für mich ist es halt, dadurch dass ich in der Geschäftsführung bin, eingedeckt bis obenhin, für mich ist es eher so zu schauen, dass wir mitbeteiligt sind. Ahm.

360 **THOMAS HEIN:** Für dich selbst?

ANGELIKA BEER: Für mich selbst. ... Ich sage dir das ganz ehrlich, ich bin so bummvoll mit Arbeit, dass ich die Vorstellung, obwohl ich's so spannend finde. Mit dem Markus ja auch diese Sendungen total gern gemacht habe, wie wir das mit der Regionalentwicklung gehabt haben. Das ist eher eine Blockade jetzt, nicht bezogen auf Freies Radio wäre nicht spannend, sondern, okay ich wüsste nicht
365 wo ich's unterbringen soll. Das ist der einzige, der einzige Punkt.

THOMAS HEIN: Was glaubst du sind die Beweggründe des Teams des Freien Radios dieses zu betreiben?

ANGELIKA BEER: Hmhmhmhmhm, was sind die Beweggründe?... Pu, ich denke ähnliche, ähnliche im Sinne von ahm eine Region einfach mit Themen in Berührung zu bringen, die vielleicht woanders
370 keinen Platz haben, ja. Die über Zeitung nicht transportiert werden können, die inhaltlich vielleicht eher kleinere Gruppen ansprechen und trotzdem ihren Platz haben sollten in der Medienlandschaft. Ich glaube, dass es vielfach um das geht. Aber schon auch so diese bewusstseinsbildende Maßnahme, wo man eben Diskussionsprozesse anregt. Das könnte ich mir durchaus vorstellen, dass das einer der Beweggründe ist warum man's macht.

375 **THOMAS HEIN:** Danke für das Interview.

ANGELIKA BEER: Bitte, gerne.

Anhang F – Stakeholderinterview mit Georg Mittendrein

Interviewpartner: Georg Mittendrein, Geschäftsführer der Kultur- und Regionalentwicklungs GmbH Bruckmühle

Datum: 08.04.2016

5 Ort: Kulturhaus Bruckmühle Pregarten

Interviewerin: Marita Koppensteiner, Freies Radio Freistadt

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, heute ist der 8.4. und ich bin im Kulturhaus Bruckmühle und ich habe vor mir sitzen den Geschäftsführer Georg Mittendrein. Gut, zur Studie habe ich dir eigentlich eh schon alles...

10 **GEORG MITTENDREIN:** Nein, du musst mir das nochmal sagen.

MARITA KOPPENSTEINER: Muss ich dir nochmal sagen, okay. Es geht aus eigentlich vom Freien Radio B138 in Kirchdorf.

GEORG MITTENDREIN: Ok

15 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und Ziel soll sein, die Rolle der Freien RADios in der REgionalentwicklung näher zu beleuchten, schauen wo sind Potentiale und dazu gibt es eben zum Einen eine Literaturrecherche, zum Anderen Experteninterviews, also von irgendwelchen wissenschaftlichen Experten und eben auch diese Stakeholderinterviews, wo du einer bist. Also einer Experte im Feld und da geht es jetzt darum herausfinden, wie relevant sind Freie Radios in der Regionalentwicklung bzw. wo sind noch Potentiale.

20 **GEORG MITTENDREIN:** Mhm, und wie sollen die Antworten sein, ja, nein, kurz, präzise oder....

MARITA KOPPENSTEINER: Nein, es ist jetzt ein Leitfadeninterview, d.h. es geht darum, dass wir, also die werden jetzt nicht ausgestrahlt in dem Sinn, die sind mehr eine Datenerhebung, es werden TEile davon in einer Radiosendung gebracht, wenn das okay ist.

GEORG MITTENDREIN: Ok.

25 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und, es geht darum ein qualitatives Interview zu führen, d.h. wirklich Inputs zu kriegen. Ah, Zeit ist ungefähr eine Stunde anberaumt, der Pretest hat jetzt ergeben, ca. 45 bis 55 Minuten haben die Interviews meistens gedauert. Also kannst du dir durchaus Zeit nehmen für die Antworten.

GEORG MITTENDREIN: Und es muss nicht unbedingt sendetauglich sein, also von A bis zum Punkt.

30 **MARITA KOPPENSTEINER:** Nein, nein, nein, es geht darum was dir einfällt, also was da kommt. Ähm, die Kollegen vom B138 haben das grundsätzlich so in Themenblöcke gegliedert und der erste ist die Region und ihre Entwicklung. Wir definieren jetzt als Freies Radio unser Sendegebiet als Region - und, also, das wäre unser Sendegebiet, was verbindest du mit dieser Region?

35 **GEORG MITTENDREIN:** Naja, für mich ist es ein zufälliges berufliches Umfeld, in das ich hineingeplumpst bin.

MARITA KOPPENSTEINER: Das ist alles was du mit der Region verbindest?

GEORG MITTENDREIN: Und da ich schon in vielen unterschiedlichen Regionen im deutschsprachigen Raum hineingeplumpst bin, ahm, engagiere ich mich jetzt für diese. Also ich bin grundsätzlich ein

40 Wanderer und ein Job-Hopper. Job-Hopper nicht aus karrieristischen Gründen, sondern weil ich es - vereinfacht gesagt, nicht lange wo aushalte. Also mich interessieren neue Umfelder, mich interessieren neue berufliche Aufgaben und mich interessieren sehr die jeweiligen Umstände, Zustände und v.a. natürlich Menschen, dort wo ich hinkomme. Somit ist ziemlich wurscht wo ich gerade bin, ich interessiere mich dafür. Und das war in Deutschland, Ostdeutschland, Südtirol und jetzt ist es Mühlviertel.

45 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und wenn du an die Entwicklung dieser Region, also unseres Kernsendegebiets, denkst, welche Aktivitäten oder Projekte fallen dir dazu jetzt ein?

GEORG MITTENDREIN: Mm, also Entwicklung der Region, ist einmal, war einmal für mich auffällig, das es halt von einer wirklich von Verkehrs- und Kommunikationswegen abgelegenen Gegend sich in eine ziemlich aufgeschlossene Gegend, aufgeschlossen auch in beider Sinn, in beiderlei Sinn des
50 Wortes gemeinten Gegend, entwickelt hat. Eine Grenzregion, es war Linz ja Jahrzehntlang ein Dreckloch, und das Mühlviertel lag zwischen dem Dreckloch und dem Eisernen Vorhang, ja, und das hat sich jetzt total geändert und was sich für die Entwicklung, dh es hat in wenigen Jahrzehnten eine radikale Entwicklung stattgefunden und zu meiner Überraschung dürfte das relativ reibungsarm gegangen sein und ich bin hineingeplatzt in eine Kulturlandschaft der Aufgeschlossenheit. Bin schon
55 in Kulturlandschaften in eine Unaufgeschlossenheit hineingeplatzt, also Südtirol war das extreme Gegenteil, da wollte niemand dass etwas weitergeht. Und da ist man eigentlich sehr sehr interessiert, dass etwas weitergeht. Wie es weitergehen kann, weiß ich nicht, ich bin kein Prophet, ich bin ja auch nicht ewig mehr da. Aber, es hat sich vor allem kulturell irrsinnig viel entwickelt. Es hat eine ganz eine große Dichte an kulturellen Institutionen, an Kulturschaffenden und in dem Zusammenhang ist
60 natürlich auch die mediale Entwicklung und Weiterentwicklung ganz wichtig und darum bin ich ganz am Anfang schon in den ersten Wochen meines Hierseins an das Freie Radio gestoßen, weil ich das bemerkenswert finde. Und ich habe in diesen vielen bisherigen Tätigkeitsorten erst ein einziges Mal ein Freies Radio vorgefunden. Insofern habe ich mich da mit großem Interesse gleich darauf gestürzt.

MARITA KOPPENSTEINER: Wenn ich jetzt wieder zurückkomme zur Entwicklung der Region, fallen dir
65 jetzt konkret Aktivitäten und Projekte ein, die diese Entwicklung der Region, äh...

GEORG MITTENDREIN: Gegenwärtige oder vergangene? ...egal... na, das Freie Radio ist eins, aber sind auch die, wie genannt, die zahlreichen kulturellen Aktivitäten, na

MARITA KOPPENSTEINER: Also Kulturvereine, etc.

GEORG MITTENDREIN: Also die Bruckmühle selbst ist ja erst 1999 eröffnet worden, 1999/2000, das
70 heißt ganz jung, in Engerwitzdorf gibt's ein Veranstaltungszentrum, Freistadt hat sich im kulturellen Bereich explosionsartig entwickelt, na, also das sind jetzt aus meiner Perspektive kulturell wirklich auffallende, wirklich auffallende Sachen. Wenn ich ein bisschen weiterdenke, aber da kenne ich mich nicht so gut aus, auch in Sachen Vereine, Vereinsaktivitäten, bürgerliche Aktivitäten, ähm, ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die
75 Regionalentwicklung?

GEORG MITTENDREIN: Die sind also natürlich total wichtig, wobei also Regionalentwicklung, das hab ich ja sogar für die Bruckmühle in meiner Satzung, also die Bruckmühle ist eine Kultur- und RegionalentwicklungsgmbH, und das finde ich, ja einmal für mich persönlich, der ich ja
80 Theaterschaffender bin, sehr interessant, weil's das Kulturschaffen mit der regionalen Entwicklung verknüpft. Na, das find ich schon sehr gut. Das hat mich immer sehr interessiert, aber jetzt in meiner

letzten Wirkungsstätte steht's sogar im Titel, na. Das finde ich sehr interessant, das hat mich immer interessiert. Das Kulturleben mit dem regionalen Leben zu verknüpfen bzw. mit den kulturellen Aktivitäten regionale Entwicklungen und damit meine ich, auch geistige Entwicklungen oder vor allem geistige, weiterzutreiben, zu unterstützen.

85 **MARITA KOPPENSTEINER:** Gibt's deiner Meinung Themen die jetzt in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden? Und mit Medien meine ich jetzt die gesamte Medienlandschaft in der Region.

GEORG MITTENDREIN: Kann ich nicht sagen, es ist mir nichts aufgefallen.

90 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und wenn du jetzt an das Freie Radio Freistadt denkst, was fällt dir da als Erstes dazu ein?

GEORG MITTENDREIN: Na, da fällt mir prinzipiell ein, dass es sehr gut ist, dass es das gibt. Und dass es bemerkenswert ist, dass es doch relativ nah an der Landeshauptstadt mit dem Freien Radio Oberösterreich, es ein weiteres Freies Radio gibt. Das also außerhalb der Landeshauptstadt und sich mehr um ländliche Menschen und Zustände kümmert.

95 **MARITA KOPPENSTEINER:** Wie denkst du, dass das FRF in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird?

GEORG MITTENDREIN: Na, es wird durchwegs positiv wahrgenommen, durchwegs. Aber wir sollten alle daran arbeiten, es noch präsenter zu machen, kurz gesagt, wie das geht ist eine andere Sache.

MARITA KOPPENSTEINER: Und, welche Themen greift jetzt das Freie Radio in unserer Region auf? Also was sind die konkreten Themen, die das Radio deiner Meinung nach aufgreift?

100 **GEORG MITTENDREIN:** Also ich muss hier gestehen, dass ich das Freie Radio als Geschäftsführer der Bruckmühle für deren Interessen missbrauche. Aber das ist ja der Sinn der Sache, denk ich, dass es ein Medium gibt, wo unterschiedliche Vereine und Institutionen und Aktivitäten deren Botschaften senden können. Nochmal die Frage?

MARITA KOPPENSTEINER: Welche Themen das FR in der Region aufgreift?

105 **GEORG MITTENDREIN:** Ähm, ich hör's ja nicht 24 Stunden am Tag, aber ich höre ganz viele regionale Themen.

MARITA KOPPENSTEINER: Also der Schwerpunkt ist auf Regionalität, definitiv.

GEORG MITTENDREIN: Ja, Region.

MARITA KOPPENSTEINER: Gibt's Bereiche

110 **GEORG MITTENDREIN:** Ja, es gibt schon einen klaren überregionalen Schwerpunkt, betreffend alles was emanzipatorische Bewegungen sind. Na, es gibt eine Radio Attac-Übernahme, was ich sehr wichtig finde, dass das auch in die regionalen Medien reinfließt. Es gibt ja ganz starke Gruppen, also ich finde dass, schwierigere Themen auch im ländlichen Raum verbreitet werden und wie bemerke, an meinen Veranstaltungen, mit Erfolg. Das finde ich sehr wichtig.

115 **MARITA KOPPENSTEINER:** Gibt's Bereiche und Themen, in denen das Freie Radio deiner Meinung nach noch aktiv werden soll?

GEORG MITTENDREIN: Kann ich nichts sagen.

MARITA KOPPENSTEINER: Fällt dir nichts ein?

GEORG MITTENDREIN: Nein.

120 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und, woran erkennst du dass ein Projekt, eine Initiative oder eine Unternehmung auf eine Region wirkt?

GEORG MITTENDREIN: An den Zuschauerzahlen. (MK lacht) Also da bin ich ziemlich sensibilisiert. weil das ist mein Beruf, das mache ich seit 40 Jahren. Ich merke, was kommt zurück wenn ich in den Wald rufe, oder wenn man in den Wald ruft. Und da habe ich schon bemerkt, dass da sehr viel
125 zurückkommt, das gilt für alle Medien, für alle Multiplikatoren, für alle Verbreiter von Kulturgut, dass sie schon den Ist-Zustand der Menschen ernstnehmen und wahrnehmen, sich auf diesen Ist-Zustand einlassen und wenn sie dies tun, erhöhen sie ihre Chance, dass sie utopisch Utopistisches weiter vorantreiben können, dann werden sie ernstgenommen, na, wenn du die Menschen ernst nimmst, dann nehmen sie dich ernst.

130 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und was davon trifft jetzt auf das Freie Radio für die Region zu? Kann man das so eins zu eins umlegen?

GEORG MITTENDREIN: Ja, ich denke schon, ich denke schon, die Menschen merken und sie goutieren, dass etwas behandelt wird, von dem sie eine Ahnung haben. Also sie erkennen den Dialekt, sie erkennen die Ortschaften, sie kennen die Ortschaften von denen die Rede ist. Sie
135 erkennen oft z.T. die Menschen. Sie wissen, dass sie selber sich präsent machen können, und das wirkt.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie siehst du die Rolle der Freien Radios im Bezug auf Regionalentwicklung? Welche Rolle nehmen da die Freien Radios ein?

GEORG MITTENDREIN: Wie groß und wie bedeutend die Rolle ist, kann ich dir nicht sagen, also ich denke, sie gehören schon zu dem Netzwerk, zu dem Netzwerk der Regionalentwicklung. Da ist vieles notwendig oder vieles fällt da hinein, vor allem individuelle Bemühungen. Und das fällt auf jeden Fall hinein. Ähm, warte, Ich will versuchen, noch einen Gedanken noch einmal irgendwo
140 hineinzuformulieren. Äh, weil das mit der Regionalentwicklung ist schon richtig, aber es gibt für mich und für mein Interesse an diesen Freien Medien gibt es noch die Überlegung, ähm, es gab, also
145 Meinungsmache hat etwas mit Macht zu tun und zwar ganz direkt, ja. Und die technischen Entwicklungen haben es ermöglicht, dass Geschichte auch von den Subjekten geschrieben werden kann, also von uns und von jedermann. Also es können nicht nur die Herzoge Schlachtenbilder malen lassen, sondern wir, die Soldaten, können Fotos von den Schlachten selber machen. Ja. Wir können, der Peter Waibel hat gesagt, Gott sei Dank gibt es die Videokameras jetzt so billig, weil wir können
150 sie jetzt umdrehen, weil früher konnte nur die Polizei uns filmen, auf den Demos, und jetzt können wir - das hat sich von den Videokameras zu den Handys weiterentwickelt - jetzt können wir die Polizei filmen, weil wenn sie uns auf den Demos verdreschen, ja. Also zu sagen, was mich interessiert oder was ich für wichtig halte, an den Freien Radios jetzt jenseits der Regionalentwicklung, dass es die Medien oder die Dokumentationslandschaft demokratisiert.

155 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm. Und wie könnte jetzt das Freie Radio Freistadt die Region noch mitgestalten? Also wo kann man da noch ein Schäuferl nachlegen sozusagen?

GEORG MITTENDREIN: Ja, Intensivierung und Popularisierung, also Popul heißt Verbreitern...Verbreitung intensivieren. Also was das Freie Radio macht, ist schon gut. Und ich habe keinen Zweifel daran, dass der Weg weiter gegangen wird, weil die Menschen die das machen, das
160 ordentlich machen. Man könnte vielleicht, man könnte vielleicht unter den regionalen Themen nach spektakulären suchen. Naja, schau, jetzt hat diese Panama Papers, für Österreich vertreten das der ORF und die Stadtzeitung Falter, ja. Die Stadtzeitung Falter war vor 35 Jahren ein ultraalternatives

165 Medium, ja. Und heute sind sie in jeder Nachrichtensendung präsent, mit was ganz was
verdienstvollem, ja, also sie haben wirklich diese lächerliche Vorste, klein, das winzig, macht ja fast
Weltpolitik, und das finde ich schon großartig, na. Also wenn man, da kann man ruhig als Freies
Medium ruhig ein bisschen spekulieren und sagen wo ist denn was in unserer Region oder von uns
aus, was darüber hinaus interessant sein könnte. Ja, also unser eigener Kräutergarten ist schon in
Ordnung und den werden wir auch pflegen und hegen und wir werden die Kräuter interviewen, aber
170 vielleicht passiert irgendwas bei uns, womit wir uns und unsere Kräutergartenanliegen noch mehr ins
Licht der Weltöffentlichkeit bringen können.

MARITA KOPPENSTEINER: Also einfach die Augen offen halten, ist das das...

GEORG MITTENDREIN: Panama ist ja auch nicht Aufgabengebiet der Stadtzeitung von Wien, ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, ja.

175 **GEORG MITTENDREIN:** Aber trotzdem haben sie sich dahin entwickelt, dass sie da mit ganz
federführend weltweit mit im Boot sind.

MARITA KOPPENSTEINER: Ähm, glaubst du dass das Freie Radio Möglichkeiten der
Regionalentwicklung hat, die nur ein Freies Radio hat?

180 **GEORG MITTENDREIN:** Ja. Ja. Ja, wirklich zu den Leuten gehen, in die Kräutergärten gehen und zu
den hiesigen Ereignissen, da mit dabei sein, sie haben kurze Wege wenn sie als Reporter oder
Berichterstatter sein wollen. Sie haben die technischen Medien aus der Region weit hinaus zu
kommen.

MARITA KOPPENSTEINER: und auch die persönliche Nähe, ist es das was du

GEORG MITTENDREIN: Ja, ja.

185 **MARITA KOPPENSTEINER:** Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region? Und wer nützt es?
Wie würdest du das sehen?

190 **GEORG MITTENDREIN:** Ja, Nutzer gibt es zweierlei, es gibt einerseits die Hörer, die es hörend nützen.
Und das ist auch ganz witzig, das darf man nicht unterschätzen, es gibt natürlich auch ein
sogenanntes alternatives Publikumsspektrum, das diese Berieselungssendungen nicht mag. Das krieg
ich mit hier bei mir und ich sag, ich hab überhaupt nicht, das Freie Radio eingeschaltet, auch weil
mich nicht alles interessiert. Und andererseits gibt es natürlich die Möglichkeit, mitzumachen, also
sich mit seinem Anliegen einzubringen, sich zu melden beim Freien Radio und zu sagen du pass auf,
da ist was, was ich präsentieren möchte, worüber ich referieren möchte.

195 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und da komme ich gleich zur nächsten Frage, wen das Freie Radio
erreicht, jetzt abgesehen von Hörerinnen und Hörern? Das hast du praktisch eh schon beantwortet.
Glaubst du, es gibt eine bestimmte Personengruppe, die erreicht wird, zum, also abgesehen von
Hörerinnen und Hörern also Mitwirkende?

GEORG MITTENDREIN: Ja, naja, also es gibt die, die mit ihren Anliegen in den traditionellen Medien,
Print- und Bild- und Tonmedien, keine Aufmerksamkeit finden. Dass jemandem was wichtig ist, was
die Kronenzeitung nicht interessiert, na. Das kann er dann, kann er präsentieren.

200 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und was würdest du dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen
Wirkungsradius jetzt erhöht?

GEORG MITTENDREIN: Naja, ich bin ja nicht PR-Manager vom Freien Radio, das könnt ihr euch nicht leisten, ppppph, also schau, es ist, es liegt ein bisschen in dem schon Gesagten, es ist einerseits ist es schon okay wie es ist, aber wenn man spektakuläre Themen findet, also wenn man, um das sollte man sich schon bemühen, das sollte man den Anderen nicht kampflos überlassen, also mir fällt jetzt kein Beispiel ein, aber ich hab jetzt vor Kurzem da den Sepp Buchner dagehabt mit seinem Kampf für die Umwelt, der da wirklich für Steyregg, aber damit auch für Oberösterreich und für Österreich Unglaubliches geleistet hat, also das ist, da ist aus einem regionalen Thema ein überregionales geworden, na. Also wenn man so was findet, auf das sollte man sich schon stürzen, da sollte man schon auch die Schamlosigkeit haben, das wirklich auszuschlachten, also ich benütze jetzt absichtlich diese Worte, also da sollte man sich draufsetzen, die sollte man hegen, pflegen, damit auch fördern, na. Und wenn, also Thema besetzen, also ich versuche mit Kulturinstituten immer auch irgendeine Nische zu finden, also das ist ein Thema, was uns was angeht. Die Suche nach Themen, die regional sind, aber von überregionaler Bedeutung. Ja, also das würde ich forcieren. Schrägstrich, das ist aber jetzt wirklich kein Manko, technische Qualität ist wichtig, wennst es dann hast, weil dann kannst es auch weitergeben und äh, Formate, die durch, nicht nur durch Inhalt, sondern auch durch Form bestechen.

MARITA KOPPENSTEINER: Kannst du das noch ein bisschen konkretisieren?

GEORG MITTENDREIN: Ja, ja, ich weiß, das ist bei euch allen, das ist bei dorfTV auch wieder das Problem, ihr wisst nicht was Form ist. Alles, für jeden Inhalt brauchst du eine Form, also für einen Wein brauchst du eine schöne Flasche, und für Sekt brauchst ein schönes Glasl, Sekt aus dem Frühstückshäferl schmeckt nicht, so, das heißt schön, auf Radio gemeint, heißt das, du brauchst eine schöne Signation, du brauchst dramaturgische Bögen, in denen eine Sendung abläuft, du brauchst Zwischenhighlights und so Geschichten, na, also die, in den künstlerischen Medien sind es künstlerische Formen, die man wählt, bei den Freien Radios und Freien Fernsehanstalten, würde ich empfehlen, dass sie sich mit der Form der Sendung auseinandersetzen, ja, also, ein Theaterstück muss anfangen und das nicht damit, dass einer redet. Ein Beginn en ist nicht Anfangen. Also fangen wir mit einem Paukenschlag an, dann hören dir alle zu, dann ist eine Sekunde eine Pause und dann kannst reden. Also hol dir die Aufmerksamkeit und dann bring den Inhalt. Ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um die Wirkung zu erhöhen? Fallen dir da jetzt Menschen im Besonderen ein?

GEORG MITTENDREIN: einbinden um die Wirkung zu erhöhen... Naja, ich sage ein Beispiel, also wenn ich für meine Radiosendung keine Zeit habe, habe ich einen Reservemoderator, das ist mein Bürgermeister.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm.

GEORG MITTENDREIN: Na, das ist natürlich der beste Werbeträger. Er freut sich und, und die Menschen nehmen das zur Kenntnis und sagen, da schau her, das ist ein alternatives Medium, aber der ÖVP-Bürgermeister vertritt den Künstler.

MARITA KOPPENSTEINER: D.h. es geht, du glaubst, dass besonders jetzt Menschen aus der Öffentlichkeit, aus der Politik, jetzt einzubinden, erhöht die Wirksamkeit des Radios?

GEORG MITTENDREIN: Ja, aber jetzt nicht nur aus der Politik, sondern auch, vor allem aus der Kultur natürlich. Aber wenn da irgendeine, wenn neben den vielen wunderbaren Mühlviertler Stimmen

gelegentlich jemand sagt, ich bin der Bundespräsident der Republik Österreich und ich bin hier auf eurem Radio zu hören, dann stellen sie die Ohrwascheln auf, ned.

245 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm, das das praktisch auch nach außen hin einfach eine Wirkung zeigt wie "oha"

GEORG MITTENDREIN: Genau

MARITA KOPPENSTEINER: "der ist sogar im Freien Radio"

GEORG MITTENDREIN: Genau, genau.

250 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und welche Ideen hast du um regionale Projekte zu generieren, zu initiieren und inhaltlich zu fördern? Hast du da schon irgendwelche Ideen?

GEORG MITTENDREIN: Also generieren kann man sie nur, indem man die Ohrwascheln aufstellt und auf die Menschen der Region hört, ned. Und dann filtert sich heraus was davon zu fördern ist und das ist dann natürlich eine Sache der konkreten Situation und des individuellen Geschmacks oder der Auswahl. Es gibt Menschen und Stoffe, die sperrig sind, weil sie nichts von sich hergeben wollen aus welchen Gründen auch immer und es gibt Menschen, Situationen und Stoffe, die dir zulaufen und die danach schreien, die Stoffe, aber auch die Menschen komm hilf mir, herauszukommen oder hilf mir mich weiterzuentwickeln. Das ist immer mit der Bruckmühle, wo das quasi in der Verfassung steht, ganz wichtig, ganz gut, und es funktioniert nicht in allen Fällen. Aber es funktioniert in vielen Fällen.
255
260 Mich hat immer interessiert, das nichtberufliche Kulturschaffen, ja also, ich bin ja dazu verdammt das Beruflich zu machen, aber es liegt unglaublich viel an Talenten in Menschen, die damit nichts beruflich zu tun haben, die oft gar nicht wissen, dass sie dieses Talent haben. Und das sind eigentlich meine größten Glückserlebnisse wenn ich sowas entdecke, na, dann kann man leicht fördern. Dann sag ich, jetzt stelle ich meine Ressource Bruckmühle, meine Ressource Fachwissen, meine Ressource Medienkenntnis etc. zur Verfügung.
265

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, um das dann gezielt zu fördern und genauso lässt es sich auf's Radio umlegen.

GEORG MITTENDREIN: Genau, genau.

MARITA KOPPENSTEINER: Okay, jetzt kommen ein paar Fragen, die du schon, äh, anteilhaft beantwortet hast.
270

GEORG MITTENDREIN: Ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie kannst du bzw. deine Organisation sprich die Bruckmühle Pregarten vom Freien Radio profitieren?

GEORG MITTENDREIN: Na, ich profitier, einmal, medial, weil ich meine Programme damit bewerbe und ich profitier fast noch mehr dadurch, dass die Menschen bemerken, wir tun etwas über unsere direkte Aufgabe hinaus. Also unsere Aufgabe ist Kulturveranstaltungen zu machen, aber sie bemerken, aha, Radiomachen, das macht er scheinbar freiwillig. Und das, wenn Menschen bemerken, du machst etwas freiwillig und ohne Sonderbezahlung oder sowas, dann erhöht das das Vertrauen. Das Vertrauen ist in der Kultur ganz wichtig. Das ist eben diese Geschichte, selbst wenn wir keine Massen an Zuhörern haben, aber die dies wahrnehmen, nehmen es mit großer Intensität wahr. Und das sind hervorragende Kommunikatoren, also Werbeträger, aber auch inhaltliche Werbeträger.
275
280

285 **MARITA KOPPENSTEINER:** Die nächste Frage erübrigt sich, denn die nächste Frage wäre: was würde dich motivieren Sendungsmacher zu werden bzw. einen Beitrag mitzugestalten? Die Bruckmühle hat eine wöchentliche Sendung und gestaltet. Aber vielleicht legen wir es um, was hat dich motiviert das zu machen?

290 **GEORG MITTENDREIN:** Naja, es hat mich motiviert, weil ich einen genetischen Defekt habe, Theaterdirektor zu sein und da gehört dazu, dass man seine Arbeit an die Öffentlichkeit bringt, das ist untrennbar verbunden, das ist eben, der Regisseur macht nur die Inszenierung und der Theaterdirektor muss das in die Region, Stadt, Land, Welt hinausbringen, das ist die eine Motivation. Und die andere Motivation, kindisch, dass ich ja beim Radio begonnen habe. Ich habe ja mit 17 beim Radio angefangen beim ORF. Und wenn ich meine Karriere so beende, wie ich sie begonnen habe, ist das ganz witzig und charmant. Sendungsmachen ist auch lustig, das muss auch sagen, das macht auch Spaß.

295 **MARITA KOPPENSTEINER:** D.h. du hast da schon Erfahrung gehabt, du hast gewusst es ist lustig.

GEORG MITTENDREIN: Ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Okay, was glaubst du sind die Beweggründe der Teams der Freien Radios, dass sie dieses Radio betreiben?

300 **GEORG MITTENDREIN:** Weil sie Utopisten sind, also sie glauben an die Sinnhaftigkeit dieser Tätigkeit und es macht ihnen Spaß, das glaube ich auch.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, dann bin ich mit meinen Fragen schon durch. Jetzt habe ich da noch ein paar Angaben zur Person. Wobei Geschlecht ist offensichtlich, das Alter, wenn du mir das noch sagst, bitte.

GEORG MITTENDREIN: 66

305 **MARITA KOPPENSTEINER:** Als Funktion: der Geschäftsführer der Bruckmühle

GEORG MITTENDREIN: Genau.

MARITA KOPPENSTEINER: Und jetzt hätte ich von dir noch gerne ein kurzes Feedback zu diesem Interview, also eine Meinung dazu.

310 **GEORG MITTENDREIN:** Ja, grundsätzlich schwadronier ich gern, ich freue mich immer, wenn mich wer was fragt. Weil ich muss ja irrsinnig viel zuhören, ned, mein Beruf ist ja hauptsächlich zuhören. Und hie und da darf ich reden, dass ist auch ganz nett. Schauspieler hören auch nicht zu wenn man redet, wenn der Regisseur redet. Ähm, um seine Meinung gefragt zu werden ist nett. Ähm, was mich wirklich interessiert, hab ich da in diesem Punkt angesprochen, Demokratisierung von Medien, Angehen gegen mediale Machtstrukturen, Demokratisierung, ähm , das hat mich immer sehr
315 interessiert. Es ging, als ich ein junger Mensch war, gab's immer nur diese herrschenden Medien, also ORF, Radio, Fernsehen, und es gab die wirklich traditionellen und fast immer, fast immer, auch Partei links, aber konservative Medien. Ich sag, die Arbeiterzeitung und die Volksstimme waren linkskonservative Medien. Und ein weiterer genetischer Defekt, den ich hab, ist dass ich obrigkeitkritisch bin. Das war immer, ich bin gottseidank vaterlos aufgewachsen, habe also immer
320 diesen Deckel, diesen Stein am Kopf nicht gehabt und hab mich da in Wien dagegen aufgelehnt und lese diese Mainstream-Zeitungen um zu erfahren was die Gegenseite denkt. Aber bin eben wirklich sehr froh, dass die Zeit sich dahin entwickelt hat, dass man die Kamera umdrehen kann. Na, also egal

wo, also dass sie sich so entwickelt hat, dass gesellschaftliche Entwicklungen über Internetmedien, über das demokratischste, billigste, gratis kommuniziert werden können, das finde ich großartig.

325 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und das Radio ist ja auch so, dass man nicht zahlen muss, dafür dass man was sagen darf.

GEORG MITTENDREIN: Ja

MARITA KOPPENSTEINER: Also das Freie Radio.

330 **GEORG MITTENDREIN:** Und es kann jeder machen, es ist so einfach. Also ich kann es nicht technisch, aber das was da bei uns im Studio steht, ist einfach preisgünstig, relativ easy handlebar und ist machbar. Früher war das, das ORF-Funkhaus war ja auch eine Burg, na, mit unglaublichem technischen Aufwand, wo man nur Konsument sein konnte. Und jetzt kannst du Produzent sein, relativ einfach. Und es kann jeder, der ein Anliegen hat, kann sich an ein Freies Radio wenden, weil irgendwo gibt's eins und das ist gut. Es hat sich ja interessanterweise, ist mir aufgefallen, es hat sich
335 ja vieles verändert, und du kommst ja an Verantwortungsträger nicht mehr ran. Also es gab Zeiten, da bin ich in Ministerien ein- und ausgegangen und habe gefragt, wann kann ich meinen Minister sprechen, das ist ja nicht mehr möglich, also ich kriege nichtmal mehr eine Antwort. Aber es gibt dafür andere Wege, ich kann mich dafür zu Wort melden, ich brauch mich ja nicht am Wenzelsplatz anzünden damit wer herschaut, sondern ich kann freie demokratische Medien, es gibt ja auch
340 demokratische Printmedien, aber gottseidank auch die Freien Radios und die usergenerierten Fernsehen, wo ich mich präsent machen kann mit meinem Anliegen.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, sehr schön, dann sage ich herzlichen Dank für deine Zeit.

GEORG MITTENDREIN: Bitte gerne.

MARITA KOPPENSTEINER: und für das interessante Gespräch.

345 **GEORG MITTENDREIN:** Gerne, gerne.

Anhang G – Stakeholderinterview mit Bettina Hellein

Interviewpartnerin: DI Bettina Hellein, DI der Landschaftsplanung und –pflege, Wildkräuterpädagogin, Prozessbegleiterin und Gestalterin des Wandels mit Methoden des Art of Hostings

5 Datum: 11.04.2016

Ort: Studio FRF

Interviewerin: Marita Koppensteiner

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, wir haben den 11. April 2016 und ich führe das Gespräch heute mit der Bettina Hellein. Ahm, ich glaube, wir steigen gleich ein, oder?

10 **BETTINA HELLEIN**: Mhm.

MARITA KOPPENSTEINER: Als Region definieren wir in dieser Studie das Sendegebiet, also das Kernsendegebiet vom FRF, was jetzt bei uns ziemlich deckungsgleich ist wie mit dem ahm

BETTINA HELLEIN: Bezirk

15 **MARITA KOPPENSTEINER**: Bezirk, genau. Und ein bisschen darüber hinausgeht, ah, was verbindest du mit dieser Region?

20 **BETTINA HELLEIN**: Was verbinde ich mit dieser Region? Mmm, ja einerseits das Mühlviertler Kernland und die Mühlviertler Alm, ahm, eine sehr ländliche Region, mit dem Zentrum Freistadt und so im Süden dem Zentrum Pregarten, Unterweikersdorf, ahm, ja einer Region, die an Tschechien grenzt, also an den ehemaligen Eisernen Vorhang und Ostblock und eher kleinstrukturiert und ländlich ist.

MARITA KOPPENSTEINER: Und wenn du jetzt an die Entwicklung dieser Region denkst, welche Aktivitäten oder Projekte fallen dir dazu ein?

25 **BETTINA HELLEIN**: Mhm, (lacht), welche Aktivitäten und Projekte in dieser Kernregion, ahm, ja, das Zukunftsforum Windhaag fällt mir ein, das ich selber 3 Jahre geleitet habe. Und, mmh, dann fällt mir natürlich ein das Green Belt Center, und mh, viele Aktionen, die das Mühlviertler Kernland startet wie "Sei so plastikfrei" und die OTELOs, fallen mir ein, ahm, muss ich noch ein bisschen nachdenken, grad. (lacht) Ja, die OTELOs...

MARITA KOPPENSTEINER: Also Aktivitäten, Projekte, die die Region entwickeln oder oder

BETTINA HELLEIN: Mhm

30 **MARITA KOPPENSTEINER**: die zur Entwicklung der Region beitragen.

BETTINA HELLEIN: Mhm.

MARITA KOPPENSTEINER: Wenn dir da noch was einfällt.

35 **BETTINA HELLEIN**: Ja, ich meine, ahm, ich bin immer so mehr auf der Mühlviertelweiten Ebene unterwegs, dass ich's jetzt gar nicht so sehr auf den Bezirk Freistadt beschränken kann, weil ich z.B. den GECKO-Lehrgang leite, der sich auf das ganze Mühlviertel beschränkt und wir ziemlich viele Freistädter Teilnehmer haben. Ein Lehrgang für Gestaltungskompetenzen für engagierte Menschen. Und ahm, da fällt mir auch noch ein der Mühlviertler Ressourcenplan, der mühlviertelweit war und

die Bioregion und so. Mhm, ahm. Aber vom Kernland her fällt mir sicher auch noch was ein, wenn ich jetzt noch mehr nachdenke, ja.

40 **MARITA KOPPENSTEINER:** Ja aber es war jetzt eh schon einiges. Die nächste Frage ist, an welche Akteure denken Sie, wobei du ja die Akteure jetzt eh schon... fällt dir jetzt ein spezieller Akteur ein, oder ist das jetzt eh schon eigentlich mit der vorigen Frage abgedeckt?

BETTINA HELLEIN: Ah, Akteure in der Regionalentwicklung?

MARITA KOPPENSTEINER: Genau, die für die Entwicklung

45 **BETTINA HELLEIN:** Mhm,

MARITA KOPPENSTEINER: Die zur Entwicklung der Region beitragen.

BETTINA HELLEIN: Mhm, naja, ich meine einerseits sind's natürlich die offiziellen Institutionen, wie das LEADER-Büro oder auch, die wiederum kooperieren mit Tourismusbüros und WKO und so. Der Energiebezirk Freistadt fällt mir dann auch noch als gesonderte Institution sozusagen ein. Das
50 Regionalmanagement ist natürlich auch aktiv da involviert. Und abseits von dem, glaub ich einfach auch, dass die Initiativen wie das Freie Radio da beitragen zur Entwicklung der Region und mh, und auch so Initiativen wie das OTELO oder ahm, Kulturinitiativen wie die Lokalbühne. Festivals wie das Fantastika Festival oder Percussion-Festival. Ahm, ja, ahm, das Zukunftsforum Windhaag hat sicher auch beigetragen zur Entwicklung der Region. Akteure... Ich denke einfach an engagierte Menschen,
55 die ihre Region bewusst wahrnehmen und ah, das kann jetzt von politisch engagierten Menschen bis privat auch engagierten in der Gemeinschaft reichen.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, ein zweiter Überpunkt jetzt bei den Fragen, ist Region und Kommunikation. Da kommen jetzt auch die Medien ins Spiel. Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

60 **BETTINA HELLEIN:** Ahm, naja, damit's bekannt wird, ist es unumgänglich die Kommunikation zu haben und die lokalen Kommunikationsmedien sind einfach die, die am meisten gelesen werden, würde ich jetzt mal sagen, und mit der Heimat in Verbindung gebracht werden und wo die essentiellen Informationen für das was sich in der Region tut drinnen sind, und damit haben sie einfach eine bedeutende Rolle. Einfach auch indem wie sie die entsprechenden Informationen
65 aufbereiten und wie viel von dem kommuniziert wird und so leisten die Medien eigentlich einen sehr starken Anteil an der, an dem Hinaustragen der Regionalentwicklung und dem Umsetzen, ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm.

BETTINA HELLEIN: Also es werden ja zuerst einmal Ideen geboren und dann müssen sie kommuniziert werden, mhm.

70 **MARITA KOPPENSTEINER:** Gibt es deiner Meinung nach Themen, die deiner Meinung nach, in den lokalen Medien zu wenig Beachtung finden?

BETTINA HELLEIN: Hm, ... naja, ich wünschte mir einfach mehr sachliche Auseinandersetzung mit ah, mit aktuellen Themen, die halt da sind, ob das jetzt der Bau der S10 ist, dass man einfach einmal das sachlich beleuchtet, was sind die Pros und die Kontras, und ich finde auch so ein Blick auf die
75 globalen Entwicklungen oder auch nationalen Entwicklungen wär in den lokalen Medien ganz spannend.

MARITA KOPPENSTEINER: D.h. darf durchaus über das regionale hinausgehen.

BETTINA HELLEIN: Ja, auf jeden Fall, mhm.

80 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und, wenn du jetzt an das Freie Radio denkst, was fällt dir als Erstes dazu ein?

BETTINA HELLEIN: Ja, selbstbestimmtes Gestalten des Mediums. Also selbstbestimmtes Ausstrahlen von Informationen, von eigenen Themenfelder, die einen interessieren, die man aufbereiten möchte und die man vermitteln möchte. und ahm, also einfach, sehr... sehr viel Gestaltungsspielraum für die Bürger da.

85 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm. Wie glaubst du wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

90 **BETTINA HELLEIN:** Mhm, ahm, ich glaube, dass es nicht mit dem Potential wahrgenommen wird, in dem ich es spüre. Weil ich grad so das Bild gehabt habe von eigentlich hätte das Radio das Potential die Menschen da zusammen zu bringen und ihnen sozusagen auch eine Kommunikationsplattform auch zu liefern, ja. Indem dass jeder herkommen kann und seine Sendung machen und seine Meinung in der Öffentlichkeit kundtun. Und würden das alle horchen, dann wäre das irgendwie eine sehr coole Gemeinschaftsplattform, ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Also eine Win-Win-Situation.

95 **BETTINA HELLEIN:** Ja, voll. Und auch einfach ein Diskussionsmedium auch.... Aber jetzt bin ich ein bisschen von der Frage abgeschweift.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie wird das Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

BETTINA HELLEIN: Genau.

MARITA KOPPENSTEINER: Das Freie Radio.

100 **BETTINA HELLEIN:** Ja, ich glaube, dass einerseits zu wenig wahrgenommen wird, andererseits dann vielleicht auch als alternativ abgestempelt wird, oder so, ja. Und, mh, ja, mh, es dann doch meiner Meinung nach, zu wenig Menschen gibt, die regelmäßig horchen und sich darauf einlassen, ja. Mhm.

MARITA KOPPENSTEINER: Welche Themen greift das Freie Radio in deiner Region auf?

BETTINA HELLEIN: Mhm.

MARITA KOPPENSTEINER: Nach deiner Wahrnehmung nach?

105 **BETTINA HELLEIN:** Mh, ja, also einerseits sind es sehr gesellschaftspolitische Themen der Nachhaltigkeit, die ahm ich immer wieder wahrnehme und dann ist es natürlich die Kunst und Kultur ahm mit der Musikwelt, die aufgegriffen wird. Und, regionale Themen in erster Linie auch, soziale Themen finde ich sind auch sehr stark vertreten und ja, das ist jetzt gerade in meinem Wahrnehmungsbild.

110 **MARITA KOPPENSTEINER:** Gibt's Bereiche oder Themen in denen das Freie Radio deiner Meinung nach noch aktiv werden sollte?

BETTINA HELLEIN: Mhm... Naja... Ah, ich frage mich jetzt einfach gerade, wie, wie kommt man noch mehr zur breiten Masse, sozusagen kann den Bekanntheitsgrad noch mehr steigern.

MARITA KOPPENSTEINER: Also im Bereich Öffentlichkeitsarbeit?

115 **BETTINA HELLEIN:** Ja, und habe gerade irgendwie so den Gedanken gehabt, wie, wie wär's wenn noch mehr Schulen und Kindergarten vielleicht sogar und so also mit dem Radio in Verbindung

kommen und in die Sendegestaltung einbezogen werden. Ahm, jetzt musst du mir nochmal die Frage stellen.

120 **MARITA KOPPENSTEINER:** Ob es Bereiche oder Themen gibt in denen das Freie Radio noch aktiver werden soll?

BETTINA HELLEIN: Mhm, mhm... ja, ich meine vielleicht noch in diesem ah Meinungsbilder von den Menschen da in der Bevölkerung abzuholen. Also so indem ein sehr vielfältiges Bild ahm abzubilden von Sichtweisen zu einem bestimmten Thema und damit auch ganz viele unterschiedliche Bevölkerungsgruppen anzusprechen. Genau.

125 **MARITA KOPPENSTEINER:** Dass man da noch aktiver wird?

BETTINA HELLEIN: Mhm.

MARITA KOPPENSTEINER: Und woran erkennst du... ja, fällt dir noch was ein. Entschuldigung, ich wäre schon wieder vorgeprescht.

130 **BETTINA HELLEIN:** Was ich auch noch sehr spannend finde, ist das Vorstellen von kreativen Initiativen und das Vor-Den-Vorhang-Holen von Visionären und kreativen Köpfen, die einfach voll viel Inspiration auch liefern können indem was sie machen. Ja, weil das irgendwie auch so unserer Weiterentwicklung, der Entwicklung unserer Region dient.

MARITA KOPPENSTEINER: Woran erkennst du, dass ein Projekt, eine Initiative, eine Unternehmung auf eine Region wirkt? Also was ist für dich da ausschlaggebend? Woran erkennst du das?

135 **BETTINA HELLEIN:** Mh, einerseits, dass es bekannt ist, ahm,... dass es akzeptiert ist, dass es die Menschen akzeptieren, dass das Interesse da ist, dass es in den Medien vertreten ist, dass ahm viele Menschen mitmachen oder halt immer mehr Menschen mitmachen, gut besuchte Veranstaltungen. Dass etwas eine Kontinuität hat, also längerfristig da ist. Dass immer wieder neue Menschen dazukommen und mitwirken.

140 **MARITA KOPPENSTEINER:** Ja, da kommen wir gleich zur nächsten Frage: Was davon trifft auf das Freie Radio zu?

BETTINA HELLEIN: (lacht) Jetzt weiß ich gar nicht mehr alle Kriterien, die ich gesagt habe. Ja, also, ahm, das Freie Radio, mh... Es ist in den Medien vertreten, weil es ist ein Medium (lacht). Ich finde es sind auch sehr viele Menschen involviert und macht's auch sehr spannend und mh zeigt auch das
145 Potential, das das Freie Radio hat für die ganze Radio. Ahm, es sind auch immer wieder neue Menschen auch involviert, es ist glaub ich schon eine recht eine gute Dynamik. Und, mh, also dieses Sichtbarmachen durch das Freie Radio mit dem Schaufenster jetzt da, glaub ich, war und ist auch ein ganz ein großer Schritt indem es, dass es jetzt einfach für die Menschen noch mehr angreifbar ist, dass da ja lokal produziert wird und ausgesendet wird.

150 **MARITA KOPPENSTEINER:** Ja, wir sind jetzt mit dem neuen Studio um einiges sichtbarer auf jeden Fall wie im alten Studio, wo wir uns da über'm Kino versteckt haben. Und jetzt haben wir doch ganz viel Auslagenflächen. Also das, das sieht man schon, dass da jetzt sehr viel mehr Interaktion mit draußen stattfindet, die vorher einfach nicht möglich war.

155 **BETTINA HELLEIN:** Mmh, ja, ahm. Also immer wieder dieses Selber gestalten und Mitwirken macht's einfach bekannter.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie siehst du die Rolle der Freien Radios jetzt in Bezug auf Regionalentwicklung?

160 **BETTINA HELLEIN:** Ahm, ... die Rolle... Ja, ahm, also die wichtigste Rolle für mich ist eigentlich die, dass die Menschen da lernen selbstermächtigt und eigenständig ahm ihre Themen in die Region aussizukommunizieren, ja, was umzusetzen in der Region. Und, ich das Gefühl habe, da könnte, da ist einfach, wo Leute zusammenkommen und reden da entsteht kreatives Entwicklungspotential und von daher seh ich einfach so das Freie Radio als ein, als eine Entwicklungsplattform sozusagen für die Menschen in der Region und in weiterer Folge auch für die Projekte. Und, natürlich ist es ein Kommunikationsmedium und bringt die Informationen aus der Regionalentwicklung auch zu den
165 Menschen, wobei da einfach die Frage ist, wer hört's oder hören es genug Leute? Mmh. Und da seh ich eigentlich noch den größeren Hebel oder die größere Wirkung darin, dass es die Menschen ermächtigt selbst über die Region nachzudenken und sie mitzugestalten.

MARITA KOPPENSTEINER: Und wie könnte jetzt ein Freies Radio die Region noch mitgestalten?

170 **BETTINA HELLEIN:** ...noch mitgestalten...mh, ich meine ein bisschen habe ich es ja vorher schon gesagt, indem, dass es noch stärker zu einer Diskussionsplattform wird über dieThemen, die die Region betreffen, ahm... das Freie Radio und noch mehr die Regionalentwicklung mitgestalten....

MARITA KOPPENSTEINER: Also die Region mitgestalten

175 **BETTINA HELLEIN:** die Region mitgestalten... ahm.. ja, indem dass sie natürlich ganz gezielt Themen aufgreift, da kann man schon glaub ich auch viel lenken und stärken und fördern. Und. Menschen stärken und vor den Vorhang holen, Projekte stärken und vor den Vorhang holen. ... Ja, ich glaub das...

MARITA KOPPENSTEINER: Glaubst du das Freie Radio Möglichkeiten der Regionalentwicklung hat, die nur ein Freie Radio hat?

180 **BETTINA HELLEIN:** Ja, ... ah (lacht) weil nur das Freie Radio diese selbstbestimmte Sendungsgestaltung hat, und werbefrei ist und von den Menschen gestaltet wird. Das hat nur das Freie Radio ... ist auch die Themenwahl sehr offen, oder, also keine Eingrenzungen, glaub ich...

MARITA KOPPENSTEINER: Minimal, wir haben schon Senderichtlinien, aber in diesem Rahmen, da kann man sich sehr sehr frei bewegen.

BETTINA HELLEIN: Mhm. Ja, genau.

185 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region und wer nutzt es? Ich meine, dass hast du jetzt praktisch eh schon mehr oder weniger beantwortet, fällt dir noch zusätzlich was ein?

BETTINA HELLEIN: Mit was hab ich's beantwortet?

190 **MARITA KOPPENSTEINER:** Ja mit dem dass es selbstbestimmt ist etc. Aber, fallen dir noch Angebote ein, die das Freie Radio in der Region bietet und wer das nützt?

BETTINA HELLEIN: Naja, es ist das Angebot, dass man die technischen ahm den technischen Umgang mit Radio lernt und Schnitt und alle möglichen Workshops, die ihr anbietets. Es ist auch so eine Bildungsinstitution. Ahm... Ja, also bietet den Menschen Entwicklungspotential, dadurch dass sie das ausprobieren können und dass ihr sie da einschult und ermutigt selber Sendungen zu machen.

195 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und wer glaubst du nützt es, dieses Angebot?

BETTINA HELLEIN: ... Ja, mh, man könnte jetzt irgendwie sagen, mutige Menschen oder weltoffene und vielleicht auch künstlerische und so. Aber ich glaube, dass es immer irgendwie eine Verbindung braucht, damit man mal einakummt und dass dann kein Bildungsstandard oder keine Klassifizierung in dem Sinn ... so... ausschlaggebend ist. Sondern es geht darum, wie mh ... werde ich eingeladen.

200 Menschen die eingeladen werden, würde ich sagen, nutzen es.

MARITA KOPPENSTEINER: Also es braucht gewisse Anknüpfungspunkte, dass man auch wirklich auch den Schritt macht, ich komm jetzt rein.

BETTINA HELLEIN: Und das passiert durch die Sendungsgestalter und Moderatoren, dass man da irgendwie eine niederschwellige Einladung kriegt um mal über diese Hürde zu springen und eine

205 Sendung zu gestalten.

MARITA KOPPENSTEINER: Und, wen erreicht jetzt das Freie Radio jetzt abgesehen von Hörerinnen und Hörern?

BETTINA HELLEIN: (lacht) abgesehen von Hörerinnen und Hörern... ahm, es sind alle Hörer und Hörer..., oder. Ich meine, die Produzenten natürlich, ja, auch. Genau.

210 **MARITA KOPPENSTEINER:** Also, du hast jetzt in dem Fall eh schon ein bisschen vorgegriffen indem du jetzt einfach gesagt hast, die Leute die reinkommen, die eingeladen werden, die mitwirken. (lacht)

BETTINA HELLEIN: Mhm. Ja, bei diversen Veranstaltungen, wo live gesendet wird, einfach auch die Veranstaltungsbesucher, ja. Hab ich schon öfter erlebt. Dann halt die Menschen, die aktiv sind in der Regionalentwicklung, die dann einfach auch ein Medium haben um weiter zu kommunizieren und

215 Aufzeichnungen zu machen. Mhm. Mhm.

MARITA KOPPENSTEINER: Und was würdest du dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius erhöht?

BETTINA HELLEIN: Seinen Wirkungsradius... Ich würde jetzt Wirkungsgrad vielleicht sagen, nicht Wirkungsradius ist ja irgendwie die räumliche Ausbreitung. Ahm. Ich habe jetzt einfach mal

220 persönlich gedacht, dass ist ein voll ein vielfältiges Programm und man weiß, und gewisse Sachen interessieren einen und gewisse halt nicht so und für mich ist es immer so ein Glücksspiel, ob ich dieses Zeitfenster erwische. Und ahm, ich denk mir, dass das für viele andere Leute auch so ist, weil man sich dann denkt, naja kommt eh wieder was, was mich nicht interessiert, probier ich's gleich gar nicht. Und vielleicht braucht's irgendwie da noch mehr Übersichtlichkeit oder Bewußtsein darüber,

225 wann ist jetzt mein Sendeprogramm also genau oder meine Sendezeit und auch für noch Jüngere oder Ältere, es ist immer so... So einen Programmwegweiser. War jetzt einfach so eine Idee. Und, vielleicht auch noch viel stärker ahm mit Interviews auf die Straße zu gehen.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm.

BETTINA HELLEIN: Vielleicht auch mit irgendeiner anziehenden Veranstaltung, die dann über's Radio

230 gesendet wird. Und wo oder wo das Radio so eine bedeutende regionale Informationsdrehscheibe oder sowas wird, dass sich dann jeder gern anhorcht, weil ahm z.B. das regionale Thema der S10-Entwicklung da kontroversiell diskutiert wird und sonst nirgends in dieser ausreichenden Form und dass man, dass da Menschen, die sich dafür interessieren, stärker auf das wechseln und halt sich das anhorchen konkret.

235 **MARITA KOPPENSTEINER:** Also Mut zu kontroversen Themen.

BETTINA HELLEIN: Mhm, ja, genau, und ja zu Themen, die echt viele betroffen, also viele betreffen oder bei vielen Betroffenheit schafft. Und das kann in der Gemeindepolitik genauso sein, wie ... weil ich jetzt an die Gemeindeschwerpunkte denke, da waren jetzt viele Infosendungen und so und vielleicht wie könnten die Sendungen noch stärker zu Diskussionssendungen werden. Und, ahm, jetzt
240 hab ich noch einen Gedanken gehabt... mh... Gemeindeebene... Und ich glaube, dass es auch spannend ist, wenn man noch mehr Partner gewinnt, die einfach dem Radio, mit dem Radio verbunden sind, sprich Menschen die in der Öffentlichkeit eine große Aufmerksamkeit haben ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Kannst du das noch ein bisschen konkretisieren?

BETTINA HELLEIN: Mit einem Beispiel?

245 **MARITA KOPPENSTEINER:** Ja, ich kann grad nicht wirklich was damit anfangen.

BETTINA HELLEIN: Ja, ahm, Menschen, die Aufmerksamkeit in der Region haben. Ich meine, ich habe jetzt an die Bürgermeister gedacht, aber ich weiß jetzt nicht ob das ein gutes Beispiel ist. Mh.

MARITA KOPPENSTEINER: Also denkst du da so an Bürgerinitiativen eher oder eher wirklich an Politik, ich weiß jetzt grad nicht, wo ich das zuordne.

250 **BETTINA HELLEIN:** Mh, ich denke da an nichts Konkretes von dem, also an beides, also es kann genauso ein regionaler Unternehmer sein, der viel Aufmerksamkeit hat. Die Braukommune hat schon recht viel, mit diesem Bockbieranstich, wo dann immer ganz viele Menschen hinkommen und mh, ja. Also eigentlich habe ich jetzt schon so an diese ah konventionellen Veranstaltungen, Idole und so gedacht. Und es ist die Frage, wie man als Freies Radio da bei solchen Events dabei sein kann und
255 trotzdem eine kontroversielle Perspektive draufbringen kann

MARITA KOPPENSTEINER: Also nicht jetzt das hosten, den Bockbieranstich, sondern irgendeinen Weg zu finden...

BETTINA HELLEIN: Ja, mh, wie das konkret ausschauen kann, das weiß ich jetzt auch noch nicht.

MARITA KOPPENSTEINER: Also es war mal ein Gedanke, in die Richtung könnte man weiterdenken.

260 **BETTINA HELLEIN:** Mhm. Ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um seine Wirkung zu erhöhen? Das ist jetzt praktisch zwar die nächste Frage, aber wir eigentlich kommen jetzt genau zurück zu was wir gerade geredet haben. Fallen dir sonst noch Menschen ein, die das Freie Radio einbinden soll um seine Wirkung zu erhöhen?

265 **BETTINA HELLEIN:** Hmm, Also irgendwie so coole Vorbilder in der Region, aber mir fällt kein Beispiel dafür ein.

(beide lachen)

MARITA KOPPENSTEINER: Also wir müssen uns auf die Suche nach coolen Vorbildern machen.

BETTINA HELLEIN: Ja, ich glaube schon.

270 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und welche Ideen hast du um Projekte zu generieren, zu initiieren und inhaltlich zu fördern?

BETTINA HELLEIN: Mhm, mh, ja, Menschen zusammenbringen ist irgendwie so einmal die Grundvoraussetzung damit man Ideen generieren kann, miteinander, ja, das kann durch

275 Ideenwerkstätten, Workshops stattfinden. Ahm, angeregt natürlich auch durch so Dinge wie Ideenwettbewerbe oder finanzielle Anreize.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm.

280 **BETTINA HELLEIN:** Und, inhaltlich zu fördern, mm, finde ich einfach voll wichtig, dass man den Menschen auch das Handwerkzeug mitgibt, wie setzt ich ein Projekt um, was braucht's da alles rundherum. Und. Da passiert jetzt ja mit dem GECKO-Lehrgang ja schon so ein Anfang und ich glaube
285 da steckt noch voll viel Potential drinnen, dass man, dass wir die einerseits die Persönlichkeit der Menschen stärken durch Persönlichkeitsentwicklung, ja, dass sie fähig und ahm werden ein Projekt selbstverantwortlich in die Hand zu nehmen, Gruppen zu leiten, zu ja zu, Dynamiken und Prozesse zu erkennen in so einem Projekt und dann auch entsprechend zu handeln. Also ich glaube, da gibt es ganz viel auf vielen verschiedenen Ebenen viel Entwicklungs- und Fortbildungsbedarf und so dieses
285 lernen über's Tun und über den Erfahrungsaustausch, der ist echt voll, voll wertvoll und vielleicht könnte ja sogar das Freie Radio da noch so ja eine so eine Bildungsaufgabe übernehmen oder so. Zusätzlich zu dem was sie eh schon an Fortbildungen anbietet.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie kann du bzw. also in dem Fall steht Organisation oder halt jetzt dein berufliches Umfeld vom Freien Radio profitieren?

290 **BETTINA HELLEIN:** Ja, indem dass ich meine Projekte und Initiativen positionieren kann, ahm, und so das letzte hab ich ein Interview zum GECKO-Lehrgang gemacht, um so noch einmal Aufmerksamkeit zu schaffen auf die Möglichkeit da teilzunehmen... Also Bewerbung und Aufmerksamkeit schaffen ist natürlich ein großer Bereich, ja. Ahm die persönliche Weiterentwicklung und Weiterbildung würde ich schon auch als wesentlichen Benefit sehen, so einmal eine Sendung zu machen ist eine sehr
295 wertvolle Erfahrung. Ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, du hast ja schon gelegentlich Radioluft bei uns geschnuppert. Was würde dich motivieren jetzt Sendungsmacherin zu werden oder einen Beitrag mitzugestalten? Oder was motiviert dich?

300 **BETTINA HELLEIN:** Mhm, ahm, ein persönliches Anliegen zu kommunizieren. Also wirklich, da muss ein Thema in mir brennen, das ich gern nach außen bringen mag, damit ich da ins Radio komm und mir die Zeit nehme, damit es die Priorität kriegt. Ja und ich glaube, die persönlichen Anliegen die machen auch ziemlich viel aus indem die Menschen zu erreichen, sowohl als Sender also auf der Senderseite also auch auf der Empfängerseite. Auch für die Wirksamkeit und die Findung von mehr Menschen eine wesentliche Geschichte sich auf die Suche nach dem Anliegen der Menschen zu
305 machen oder sie nach dem zu befragen und sie einzuladen ihr Anliegen zu positionieren. Aber jetzt wiederhole die Frage.

MARITA KOPPENSTEINER: Was würde dich motivieren Sendungsmacherin zu werden bzw. einen Beitrag mitzugestalten?

310 **BETTINA HELLEIN:** ... das persönliche Anliegen....ja, und ich bin einfach auch so auf der Suche nach den Menschen, mit denen es mir Spaß macht und ahm die sind auch so ein Kitt für Aktivitäten, die man dann in die Tat, also in die Realität umsetzt. Genau, wenn das passt, dann macht man das gern.

MARITA KOPPENSTEINER: Und was glaubst du sind die Beweggründe der Teams des Freien Radios dieses zu betreiben?

BETTINA HELLEIN: Der Teams? Heißt, vom ah, vom Kernteam?

- 315 **MARITA KOPPENSTEINER:** Ja, genau, von denen, die das Radio betreiben, am Laufen halten. Das Stammpersonal sozusagen?
- BETTINA HELLEIN:** Die Motivation? (lacht) Ein freies unabhängiges Medium anzubieten und zu hosten, zu leiten. Ahm, vielleicht auch mit den Menschen direkt in Kontakt zu sein, ahm, einen Beitrag zur Entwicklung der Region zu leisten oder zur Gestaltung der Region.
- 320 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm.
- BETTINA HELLEIN:** Mhm. Ja. Ja, ich glaube das ist die Motivation.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Ja, dann bin ich mit meinen Fragen eigentlich schon durch. Ein paar Angaben zur Person. Dein Alter?
- BETTINA HELLEIN:** 32
- 325 **MARITA KOPPENSTEINER:** Geschlecht ist klar. Deine Funktion. Also, wir haben dich jetzt eingeladen, weil du einfach in so vielen Bereichen der Regionalentwicklung schon deine Finger im Spiel gehabt hast. Weil du machst jetzt den GECKO-Lehrgang, du bist beim Green Belt Center mit dabei, du bist äh hast eben das Zukunftsforum Windhaag äh
- BETTINA HELLEIN:** mhm, geleitet.
- 330 **MARITA KOPPENSTEINER:** geleitet, mehrere Jahre lang. Und was hast du ... da waren ja noch ein paar Sachen, die ich jetzt vergessen habe, goi
- BETTINA HELLEIN:** Ja, ich moderiere Jugendräte und hab da immer wieder auch für Regionen und auch für's Kernland einen Jugendrat gemacht und habe das Jugendprojekt Create Your Region mitbegleitet und
- 335 **MARITA KOPPENSTEINER:** Ja, genau das war noch.
- BETTINA HELLEIN:** ...die anderen Sachen weiß ich jetzt auch nicht mehr.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Aber es war auf jeden Fall einiges und deswegen haben wir gesagt, da passt du genau rein. Ahm vielleicht kannst du uns noch kurz ein Feedback geben zum Interview. Oder geht dir noch irgendwas ab, was du unbedingt noch loswerden möchtest?
- 340 **BETTINA HELLEIN:** Nein, außer dass ich es super finde, erstens auch das Radio so zu beleuchten, von dieser Perspektive, also was es für eine Wirkung hat. Und weil man so sieht was für einen Sinn und Zweck das hat da weiterzumachen oder das weiterzuentwickeln, in was für eine Richtung dass man sich entwickelt und wenn ich da so darüber nachdenke, dann spüre ich da voll das Potential und voll die Freude daran dass es' gibt und, und hab gleich wieder viel mehr Lust noch mehr Sendungen zu
- 345 machen.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Ja super, dann sag ich herzlichen Dank, dass du dir Zeit genommen hast.
- BETTINA HELLEIN:** Bitte gerne.

Anhang H – Stakeholderinterview mit Klaus Preining

Interviewpartner: Klaus Preining, Geschäftsführer LEADER Region Mühlviertler Alm

Datum: 18.04.2016

Ort: Studio FRF

5 Interviewerin: Marita Koppensteiner

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, wir haben heute den 18. April und ich führe Stakeholderinterview Nummer 3. Bei mir ist Klaus Preining. Vielleicht kannst du dich ganz kurz vorstellen und deinen Bezug zur Regionalentwicklung, dass wir den auch haben...

10 **KLAUS PREINING:** Ja mach ich. Mach ich natürlich gern, also mein Name ist Klaus Preining, ich arbeite in Unterweißenbach im Regionalentwicklungsbüro, also bin angestellt beim Verband Mühlviertler Alm. Bin dort seit 2004 bereits beschäftigt, hab die ersten Jahre dort ein Jugendprojekt aufgebaut, das heißt Jugendtankstelle, läuft bis heute eigentlich noch sehr gut weiter. Und seit 2008 bin ich eben der Geschäftsführer und wir beschäftigen uns halt grad in der Region Mühlviertler Alm mit Regionalentwicklung. Wir haben in unserem Büro den regionalen Tourismus angesiedelt. Das ist
15 unsere tägliche Arbeit.

MARITA KOPPENSTEINER: Nun kommen wir gleich mal zum Interview. Als Region definieren wir in der Studie das Sendegebiet von FRF bzw. B138 und Freequenns, je nachdem, was verbindest du mit dieser Region. Also, das ist praktisch, wenn ich's dir auf der Karte zeigen darf, das ist so unser Sendegebiet. Und das verbinden wir mit unserer Region, was verbindest du damit?

20 **KLAUS PREINING:** Ja, ich meine, äh, die Karte kenn ich natürlich. Des ist eigentlich, Sendegebiet reicht ja sogar bissl über'n Bezirk Freistadt hinaus, aber Großteils ist der Bezirk Freistadt abgedeckt durch das FRF. Mich persönlich betrifft's oder uns betrifft's im Speziellen mit der Teilregion Mühlviertler Alm. Also es ist eine Kleinregion im Bezirk Freistadt, neben dem Kernland noch die Alm mit 10 Gemeinden sind wir. Ja und ich glaube, dass das eine tolle Geschichte ist, dass wir eben FRF
25 auch bei uns in der Region empfangen kann. Und ich finde witzig, dass auf dieser Karte genau die 3 Radionester, die es gibt im FRF. Das war nicht so geplant, da hat es vorher die Karte gegeben und dann hat's erst das Radionest gegeben. Das hat sich so entwickelt.

MARITA KOPPENSTEINER: Und wenn du an die Entwicklung dieser Region jetzt denkst, welche Aktivitäten oder Projekte fallen dir dazu ein?

30 **KLAUS PREINING:** Ähm, ich kann natürlich schwerpunktmäßig jetzt nur von der Mühlviertler Alm reden, sag i jetzt. Wir haben natürlich wieder im letzten Jahr wieder den Zuschlag gekriegt, dass wir wieder LEADER-Region werden haben können, also es ist ja Kernland, Mühlviertler Kernland ist ja auch wieder LEADER-Region worden, wir dankenswerter auch. Haben ein dementsprechendes Konzept eingereicht und durch diese Fördermaßnahme sind natürlich vielfältige Projekte möglich,
35 besonders mit Bürgerbeteiligung. Ich denk jetzt da z.B. grad in unserer Region, denk i an das Sozialfestival „Tu was, dann tut sich was“, was 2014 im Schwerpunkt 15 umgesetzt worden ist, was eine tolle Geschichte war. Ich denke, wenn ich touristisch auch ein wenig auch a bissl drandenke an den Johannesweg, der ebenfalls durch unsere Region führt. Und auch an wichtige Infrastrukturmaßnahmen, die in der Region dazu da sind, jetzt speziell im ganzen Bezirk Freistadt, um
40 auch Arbeitsplätze zu sichern bzw. zu, zu lukrieren und zu gründen, z.B. INKOBA – der Zusammenschluss der Gemeinden, dass Betriebsansiedelungsgebiete erschlossen werden. Ich finde, die S10 ist auch eine wichtige Geschichte gewesen für den ganzen Bezirk.

MARITA KOPPENSTEINER: Und, welche Akteure fallen dir da ein, zur Entwicklung dieser Region?

45 **KLAUS PREINING:** Im Speziellen natürlich einmal von uns von der Alm der Hans Gradl, Gründungsobmann dazumals 1993, über 20 Jahre Obmann gewesen ein Visionär in der Regionalentwicklung, dem hat die Region sehr viel zu verdanken, der hat sehr viel weitergebracht, mit natürlich vielen vielen Leuten, die ihm gefolgt sind usw. Ich denke aber jetzt auch an unseren Obmann, Holzmann Hans, Bgm von Königswiesen, sehr engagiert auch in der Regionalentwicklung und des bringt glaub a regelmäßig in Linz im Landtag ein, das ist auch die Gabi Lackner-Strauss, find
50 ich ist eine sehr engagierte Person bei uns im Bezirk Freistadt, die was sich wirklich einikniet und auf sehr vielen, ja Veranstaltungen unterwegs ist und immer wieder sagt, wir müssen zusammenhalten und gemeinsam agieren und so. Das sind für mich 3 so Persönlichkeiten, die.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

55 **KLAUS PREINING:** Ja, Medien sind prinzipiell sehr wichtig, weil sie eben die Plattformen sind dass Themen, Prozesse, Projekte der breiten Bevölkerungsschicht näher gebracht werden. Man sieht auch an den regionalen Printmedien, dass die sehr gern gelesen werden. Also eine Tips, eine Rundschau, bei uns in der Region haben wir die Almpost, also wir haben ein eigenes Medium, das sind wo, wo direkt Berichte aus der eigenen Heimat, aus der Gemeinde drinstehen und erzählt werden, das
60 kommt bei den Leuten an und das wird auch gelesen und äh, ähnlich ist es auch mit dem FRF sag ich jetzt einmal, weil Regionalität da wiedergegeben wird, ist das für die Leute durchaus interessant. Im FRF ist natürlich die Durchdringung die, die, also jede Aktion was dazu einen Beitrag dazu leistet, ist zu begrüßen und dass die Durchdringung halt auch bei den Leuten noch stärker wird, dass das auch noch mehr gehört wird.

65 **MARITA KOPPENSTEINER:** Gibt es deiner Meinung nach Themen, die in den regionalen Medien jetzt zu wenig Beachtung finden?

KLAUS PREINING: Ähm, unser Büro also wir im Almbüro, schauen immer darauf, dass wir die Medien einfach mit allem möglichen Sachen beschicken, also dass wir einen guten Mix haben, wir machen was zu Wirtschaft, zu Landwirtschaft, zu Sozialem, es hängt immer, ich glaube, die Medien sind sehr
70 wohl bereit, dass sie über diverse Themen berichten, aber sie müssen natürlich auch bedient werden. Ich meine, wir sind da in der ländlichen Region, die Büros bei uns sind nicht so, also die Medienbüros sind nicht so riesig, dass da 5 Redakteure drinhocken und und und. Sondern man muss auch von den Vereinen, von den Organisationen vor Ort muss man die Leute bestücken oder beschicken mit Informationen, dass sie darüber auch berichten können und so wie ich unsere
75 Medienpartner in den letzten 10 Jahren kennengelernt habe, sind die alle bereit über gute Geschichten, über interessante Geschichten, über alle Sachen zu berichten.

MARITA KOPPENSTEINER: Das heißt, es liegt auch ein bisschen an der Bevölkerung, welche Themen es dann zum Konsumieren gibt.

80 **KLAUS PREINING:** Natürlich, also, es liegt, die Bevölkerung bestimmt auch mit was in den Zeitungen steht, was soll denn sonst drin stehen, ich meine, hoffentlich steht da was Wahres drin und das muss auch die Bevölkerung mitbestimmen können, ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Und, wenn du jetzt an das Freie Radio Freistadt denkst, was fällt dir als Erstes ein?

- 85 **KLAUS PREINING:** Ein regionaler Radiosender, tät ich jetzt mal so sagen, (lacht), nein eine Plattform, wo man eine gute, oder eine Medienplattform, wo man aktiv, unkompliziert mitgestalten kann. Also wo man Interessantes, Wissenswertes zugänglich machen kann, einer breiten Bevölkerungsschicht, ja, 65.000 hat allein der Bezirk, ihr also das FRF strahlt weit darüber hinaus, also ich glaube, dass ihr sicherlich über 100.000 Leute erreichen könnt, wenn ihr wollt mit dem Sendegebiet.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Ja, und dann gibt es ja einen Live-Stream auch, der ...
- 90 **KLAUS PREINING:** ... ja, weltweit zu hören, ja genau.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Ja, und terrestrisch, ähm, geht's, hat uns neulich ein Sendungsmacher gesagt, der hat uns in Gmunden gehört.
- KLAUS PREINING:** Wirklich? Wahnsinn!
- MARITA KOPPENSTEINER:** Also das ist dann immer so streifenweise, aber es strahlt doch durchaus über den Bezirk hinaus aus.
- 95 **KLAUS PREINING:** Ja, Gmunden ist schon weit.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit, deiner Meinung nach, wahrgenommen?
- KLAUS PREINING:** Ich glaube, dass sich da in den letzten Jahren, also gerade wenn ich so die letzten 2 Jahre – da hab ich mich auch ein bisschen mehr damit beschäftigt, ich meine mit unserem Projekt natürlich – und wir haben es auch versucht immer mit unserer ALmpost mitzutransportieren. Aber ich glaube nicht, dass ich es mir nur einbilde, dass es in den letzten 2 Jahren verstärkt wahrgenommen wird. Auch vielleicht verstärkt in unserer Region, weil wir selbst ein Schauferl dazutun jetzt. Freistadt kann ich weniger beurteilen, aber da nehme ich an, dass da schon gut
- 100 **KLAUS PREINING:** wahrgenommen wird, jetzt auch mit dem neuen Bürositz in der, wie heißt die Gasse, ... Pfarrgasse. Also super, wenn man reinfährt, das sticht einem ins Auge, das Schild. Und auch durch die Fenster, da kann man schon live mit erleben wie Radio gemacht wird, also, ich glaube, dass es die letzten Jahre verstärkt wahrgenommen wird und ich glaube, dass es auch noch steigen wird, das Interesse.
- 105 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm, ja hoffentlich.
- 110 **KLAUS PREINING:** Ja, glaub schon.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Welche Themen greift das Freie Radio in der Region auf? Also in deiner Region jetzt.
- KLAUS PREINING:** Ähm, in erster Linie glaube ich, dass es Regionalität ist, also, alles was sich in der Region tut, was interessant ist, wir im Radionest MVA schauen auch, mit der Jugendtankstelle natürlich, weil Theresa und der Michael da auch sehr aktiv sind, auch das Thema Jugend, also mit der Jugend aktiv zu arbeiten, sie einzubinden, dass da Berichte gemacht werden. Ja und sonst auch aktuelle Geschichten, also, über Projekte zum Beispiel, da kann man auch berichten, ja.
- 115 **MARITA KOPPENSTEINER:** Gibt es Bereiche oder Themen in denen das Freie Radio deiner Meinung nach noch aktiv werden soll?
- 120 **KLAUS PREINING:** Ähm, also, erst grad ist schon eine ähnliche Frage gestellt worden, ich glaube, das kann man nicht wirklich vorgeben. Man muss, oder man muss mit den Ressourcen arbeiten, die man hat und den Leuten, die reinkommen und mit euch arbeiten. Die sollen über das berichten, was sie interessiert. Und natürlich kann man Anstöße geben, aber mir fielen da jetzt, ich glaube, es ist eh

125 schon ein breites Spektrum abgedeckt von euch, grad von Kunst und Kultur, und soziale Themen usw.
Es ist Alternativprogramm zum Mainstream und Ö3 und und und Co, wie sie alle heißen, die
Radiosender. Das sollen die Redakteure vorgeben, glaub ich, also ich hätte da nicht irgendwelche
Präferenzen, das mir was abginge, sag ich jetzt mal.

MARITA KOPPENSTEINER: Und woran erkennst du, dass ein Projekt oder eine Initiative oder eine
Unternehmung auf die Region wirkt?

130 **KLAUS PREINING:** In erster Linie, wenn ein Projekt wirkt, durch die Bekanntheit, also durch die
Bekanntheit in der Region, durch die Zustimmung in der Region. Äh, zum Beispiel, ich sag jetzt ein
touristisches Projekt bei uns in der Region, Johannesweg, wir sind, seit 25 Jahren haben wir
Regionalentwicklung, also die Mühlviertler Alm, der Zusammenschluss und wir haben noch nie ein
Projekt gehabt, das in der Bevölkerung so eine Durchdringung hat, also wo die Leute das Projekt
135 kennen, von dem was sie überzeugt sind, begeistert sind, quer durch Altersgruppen, quer durch
Berufsschichten, ahm, ja die sind einfach stolz auf einmal in der Region zu leben und die freuen sich,
wenn Touristen kommen. Die Touristen sagen, die Leute sind so freundlich. Also das ist ein
aufeinander-Zugehen. Auch die Bevölkerung selbst, also wie viele Leute dass den Johannesweg
bereits gegangen sind. Das ist unglaublich, also ich glaube, dass wir da sicherlich bei 30-40% also
140 irgendwo in dem Bereich kommen wir schon irgendwohin, also 30 % wahrscheinlich, ich mein,
übertreiben will ich auch nicht, aber sowas haben wir noch nicht gehabt. Und wenn die Bekanntheit
und die Zustimmung groß ist, dann, ja dann, dann hast du's geschafft.

MARITA KOPPENSTEINER: Dann wirkt's.

KLAUS PREINING: Dann wirkt's.

145 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und was davon trifft jetzt auf das Freie Radio zu?

KLAUS PREINING: Ich glaube, dass beides im Steigen ist. Sagen wir's so, die Bekanntheit ist da, ich
glaube, dass es viele Leute schon gehört haben. Und auch die Zustimmung, praktisch, also wenn
gehört wird, wenn FRF, wenn man sich's im Radio anhört, ist es für viele Leute interessant. Es haben
auch viele Leute, oder einige Leute schon zu mir gesagt, den hör ich in letzter Zeit immer öfter, taugt
150 ma, so manche Sendungen, was mir am meisten taugt, ist natürlich, dass es keine Werbung und nix
gibt. Das taugt den Leuten eigentlich ja sehr.

MARITA KOPPENSTEINER: Das heißt es steht und fällt mit der Bekanntheit, deiner Meinung nach?

KLAUS PREINING: Die Zustimmung meinst du jetzt?

MARITA KOPPENSTEINER: Genau.

155 **KLAUS PREINING:** Natürlich, ich muss zuerst bekannt sein, dass ich eine breite Zustimmung auch
kriege. Also vorher, also umgekehrt geht es aus meiner Sicht nach sehr schwierig.

MARITA KOPPENSTEINER: Oder langsamer auf jeden Fall.

KLAUS PREINING: Ja, auf jeden Fall langsamer. Aber ich sage, gerade auch das FRF, es ist ständig, es
ist im Steigen. Also ich täte nicht wahrnehmen, dass das gleich bliebe oder zurückginge. Aber ich
würde glauben, dass des im Steigen ist. Also gerade, man spürt es eh überall, dass das Regionale, das
160 was man selbst machen kann, viel interessanter wird in den letzten Jahren. Das alles hin zum
Globalen ist, das ist wieder im Rückgang, sondern alles im kleinen feinen, alles was man daheim
machen kann, alles was rund um mich passiert, das ist wieder viel mehr in den Köpfen drin und ich
glaub, das spürt man überall, sogar im Radio.

165 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm ... wie siehst du die Rolle der Freien Radios in Bezug auf Regionalentwicklung

KLAUS PREINING: Also als Region kann man sich glücklich schätzen, wenn man einen eigenen Radiosender hat. Also ich glaube, das ist ein tolles Medium, es ist ein Alternativangebot zu den Printmedien über Regionalität zu berichten, wir haben ja nicht nur das FRF, sondern auch einen
170 Fernsehsender bei uns in der Region, ich meine, das ist zwar kein freier Fernsehsender. Ihr tut's ja auch mit einem kooperieren, goi.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, in Linz mit dorfTV. Da wird die Zusammenarbeit jetzt auch immer, also wir sind am Arbeiten, dass die Zusammenarbeit mehr wird und dass auch Dorf TV im Mühlviertel Fuß fassen kann, weil's einfach auch ein freier Fernsehsender ist.

175 **KLAUS PREINING:** Ja, aber ich sehe das genauso, das ist ein Medium, das was man im Sinne der Regionalentwicklung genauso nutzen soll, die Chance sollte man nutzen, dass man eine breite Bevölkerungsschicht erreicht.

MARITA KOPPENSTEINER: mhm... Wie könnte ein Freies Radio die Region (noch) mitgestalten?

KLAUS PREINING: Vermehrt mitgestalten meinst du jetzt, oder?

180 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm,

KLAUS PREINING: Ich habe mir da ... Stichwörter... hab ich mir natürlich Radionester aufgeschrieben... Also ich glaube schon, dass das eine wunderbare Geschichte ist, wenn man sich nicht nur auf ein Studio konzentriert. Weil doch auch viele ehrenamtliche Beteiligung bei solche Geschichten wie FRF ... schon auch die Distanz und auch die Zeit auch eine wichtige Rolle ist. Also
185 Wenn man sich schon engagiert, dann sollte man es den Leuten schon so unkompliziert wie möglich und so zeitschonend wie möglich anbieten. Und wenn ich da drin, zB weiß ich was, da fahr ich von Bad Zell oder Königswiesen daher, da fahr ich ja doch gleich, ja eine ¾ Stunde bin ich gleich auf der Straße und dann mach ich Sendung, das dauert eine Stunde und dann wieder eine Dreiviertelstunde zurück. Also in dem Sinne, Radionester wo sich die Möglichkeit bietet, anbietet, dass man dort
190 unterstützt, vielleicht, dass man dort und da noch was macht, also weiß ich nicht, sollte natürlich unkompliziert und finanziell leistbar sein, aber dann hat man es in den Regionen draußen und dann hat man vielleicht auch die Möglichkeit, weitere Radiomacherinnen und Macher zu begeistern.

MARITA KOPPENSTEINER: Also den Zugang verbessern.

KLAUS PREINING: Zu erleichtern und zu verbessern, ja, einfach ressourcen- und zeitschonend, ja.

195 **MARITA KOPPENSTEINER:** Glaubst du, dass das Freie Radio Möglichkeiten in der Regionalentwicklung hat, die nur ein Freies Radio hat, die sonst niemand hat?

KLAUS PREINING: Ja, ich meine, mitgestalten, man kann unkompliziert mitgestalten bei der Geschichte. Das ist eine wunderbare Sache, das kann man aber nicht nur im FRF, sondern auch in anderen Prozessen und so weiter. Nur hat man die Möglichkeit, dass man über Ton und Sprache
200 praktisch den Mitbürgerinnen und -Bürgern etwas näher bringen kann, eigene Meinung, Interessantes, Wissenswertes usw. das kann man da über das FRF oder über Freie Radio in dem Sinne. Printmedien vermitteln - man kann's lesen, aber man keine Emotionen oder so was auch immer übermitteln, das kann nur Radio machen.

MARITA KOPPENSTEINER: Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region? Und wer glaubst
205 du, nutzt sie oder nutzt es?

KLAUS PREINING: Also wenn ich wieder an unsere Region denke, mit Radionest, was wir jetzt natürlich haben. Es ist gut dass es mehrere Radionester so gibt. Also das Hauptstudio hier in Freistadt und Bruckmühle, und jetzt in Weitersfelden, Mühlviertler Alm, OTELO. Möglichkeit sind auch die freie Programmgestaltung. Man kann sich da mit dem einbringen was man will. Und es ist eben, eh, wie
210 ich eh schon gesagt habe, es ist eine Alternative zu den regionalen Printmedien usw. Dass man so auch ja Persönliches mit Emotion kundtun kann. Also das bringt man in den Printmedien nicht so rüber. Ja, mehr fällt mir dazu jetzt grad nicht ein.

MARITA KOPPENSTEINER: Und wer, glaubst, nutzt es?

KLAUS PREINING: Achso, ja wer's nutzt. Wer's nutzt. Ja, also prinzipiell, Interessierte, die sich ein
215 bissl auch von der, vom Mainstream nicht so einfangen lassen sondern sagen, du das kann nicht alles sein, sondern ich möchte ein bissl Alternativen entwickeln, mitgestalten. Einfach sich nicht unbedingt mit der herrschenden Medienlandschaft zufrieden zu geben, sondern sagen, ja, dass möchte ich ein bisschen anders erleben.

MARITA KOPPENSTEINER: Da muss es noch mehr geben. Und glaubst du, gibt es ein gewisse
220 Bevölkerungsschicht, die das nutzt, oder ist das bunt gemischt, also jetzt von der Demographie her?

KLAUS PREINING: Von der Demographie, ich glaube, das ist sehr bunt gemischt, was ich ein bisschen so mitgekriegt habe. Ich weiß aber nicht, ob ich mir vielleicht einbilde, ob es vielleicht ein bissl höheren Bildungsabschluss ob manche, weiß ich nicht, kommt mir manchmal so vor. Ähm, ja. Also von der Demographie her von jung bis alt, also ich habe schon gehört, dass auch, weiß i was, 15-
225 Jährige, 14-Jährige bei euch was gemacht haben, aber es gibt auch, ich glaube, regelmäßige Sendungen, da sind die Herren, Damen und Herren 70 und darüber. Goi, sogar. Gibt's alles.

MARITA KOPPENSTEINER: mhm.

KLAUS PREINING: Also, bei uns in der Region, es ist, wir sind ja... es ist ja ein eigener Verein gegründet worden bei uns „Tu was“, OTELO, und Mühlviertler Alm und wo halt das Radionest daheim
230 ist und es sind jetzt 2 Hände voll, die was jetzt so ein bisschen so aktiv Radio machen. Es ist nicht so leicht, dass man gleich so den Hype und Zuspruch kriegt und man muss da ständig arbeiten daran, dass man ständig Leute begeistert. Das machen Teresa und der Michael von der Jugendtankstelle machen das eh sehr gut, dass sie da immer wieder Jugendliche ansprechen und Themen und Programme gestalten.

MARITA KOPPENSTEINER: Und, wen erreicht das Freie Radio, abgesehen von Hörerinnen und Hörern?
235

KLAUS PREINING: Die Gestalterinnen und Gestalter selbst, also die das Radio selbst machen. Dass man die einmal erreicht, begeistert. Und man kann auch natürlich über das Radio gewisse, wie soll man sagen, ja, ähm Gruppen was, was mitteilen. Also, man kann ja durchaus auch ein bisschen
240 anregen, was bringen, ja für Politiker und so weiter, dass sie ein bisschen angesprochen werden können, dass man sich da in der Regionalentwicklung anders positioniert oder was auch immer, also die Radiomacherinnen, Hörerinnen, gewisse Gruppierungen kann man da erreichen und was mitteilen.

MARITA KOPPENSTEINER: Und, was würdest du dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen
245 Wirkungsradius erhöhen kann?

KLAUS PREINING: Hab ich heute glaub ich schon mal gesagt, also Ausbau der Infrastruktur, also Errichten von kleineren Radionestern dort und da noch und einfach selber auch vielleicht noch außer

das eigene Medium nu..(tzen), auch noch die anderen Medien einzubinden. Also dass man als FRF auch die Printmedien nutzt bekannter zu werden, aber ich glaube, das wird eh immer wieder
250 versucht. Eigene Drucksorten, aber da ist jetzt gerade wieder ein super Werk herausgekommen, das was auch dementsprechend auch verteilt werden soll natürlich von den Mitgliedern, von den Gestalterinnen und Gestaltern. Also selber auch aktiv sein, nicht nur auf das eigene Medium in erster Linie vertrauen, dass man dann größer wird, sondern auch die momentane Medienlandschaft in der gesamten Region nutzen.

255 **MARITA KOPPENSTEINER:** Also multimedial arbeiten. Ähm, welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um seine Wirkung zu erhöhen? Fallen dir da konkrete Beispiele ein?

KLAUS PREINING: Also bei uns in der Region haben wir als Schwerpunkt Jugendliche hergenommen, auch die zB Hauptschulen schon, dass wir mit denen arbeiten und vor allem arbeiten möchten in den nächsten Jahren und so weiter. Ja, weil ich einfach glaube, dass man, wenn wir die Jugendlichen
260 einbinden in die Regionalentwicklung und das auf vielfältige Art und Weise, dass sie sich sehr viel mehr mit der Region identifizieren und da oft begeistert werden können, dass sie vielleicht auch in späteren Jahren wieder zurückkehren, nach der Schule oder nach der Ausbildung oder was auch immer. Dass sie in der Region Fuß fassen, selbstständig werden. Also die Medien oder das FRF trägt da sicherlich dazu bei. Und darum haben wir gesagt, wenn sie sich selber einbinden können, selber
265 engagieren können in der Region, ja, darum haben wir das Jugendthema gewählt.

MARITA KOPPENSTEINER: Also du meinst, einfach so ein bisschen in die Zukunft denken, dass die Ressourcen wieder zurückkehren und dass sich durch das die Region besser entwickeln kann.

KLAUS PREINING: Jaja, genau, genau, man kommt ja nicht nur ins Radiostudio und quatscht über irgendwas, sondern man bereitet sich ja teilwei... oft auf das Thema auch vor. Und wenn man da
270 bereits mit den Schulgruppen und nachher auch mit den Jugendgruppen usw. arbeitet im Radio, die haben ja meist schon ein interessantes Thema mit wo sie sich vorher schon Gedanken gemacht haben usw. und das kann ich dann noch veröffentlichen und einer breiten Bevölkerungsschicht zugänglich machen, ja, das taugt den Jugendlichen schon.

MARITA KOPPENSTEINER: auch das Gefühl gehört zu werden...

275 **KLAUS PREINING:** gehört zu werden, wahrgenommen zu werden, ja, genau.

MARITA KOPPENSTEINER: Welche Ideen hast du um regionale Projekte zu generieren, zu initiieren und inhaltlich zu fördern?

KLAUS PREINING: Auf der Mühlviertler Alm arbeiten wir seit 2001 mit dem Instrument der Regionalen Agenda 21, da geht's stark um Bürgerbeteiligung, also wir versuchen einfach durch
280 verschiedenste Workshops mit ansprechenden Methoden dass wir einfach Leute auch zu gewinnen sich in der Regionalentwicklung zu beteiligen und im weiteren Sinne dann hoffentlich auch sich zu engagieren und weiterzuarbeiten. Wir brechen das momentan auch sehr stark auf Themen herunter. Weil man dann am konzentriertesten und am besten arbeiten kann, wenn da lauter Leute da sind bei einem Workshop die zB zum Thema erneuerbare Energie interessiert sind, dann ist der Einstieg
285 gleich einmal viel leichter. Also wir machen einfach mit der aktiven Bürgerbeteiligung die besten Erfahrungen, das da am besten was weitergeht.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, das Menschen wirklich zu einem Thema, das sie interessiert, mitgestalten können.

KLAUS PREINING: Genau. Ja.

290 **MARITA KOPPENSTEINER:** Die nächsten Fragen haben sich bei dir schon ein bisschen beantwortet, ich möchte sie trotzdem noch stellen. Wie kannst du bzw. deine Organisation in dem Fall jetzt das LEADER-Büro Mühlviertler Alm vom Freien Radio „profitieren“?

KLAUS PREINING: Ja, eh indem wir selber - jetzt hab ich das Mikrofon ein bisschen aufgedreht, da hört man sich ein bisschen

295 **MARITA KOPPENSTEINER:** Das passt schon, ich regle schon nach

KLAUS PREINING: Also, dass wir selbst das Medium nutzen über die Region zu berichten, über Projekte zu berichten, über Gruppen zu berichten, ja usw. Auf der anderen Seite kann das Radio natürlich auch beitragen, dass man engagierte Leute im weiteren Sinne für die Regionalentwicklung selber gewinnt, dass sie sich für Themen engagieren. Ja, für die Region gibt's mehrere Ansatzpunkte. Das erste ist Berichterstattung, das zweite, ich nenn's jetzt mal Gewinnen von Mitdenkern, Mitstreitern, usw.

MARITA KOPPENSTEINER: Dass diese praktisch über's Radio den Weg finden sich in der Region zu engagieren.

KLAUS PREINING: Kann ich mir schon vorstellen, ja.

305 **MARITA KOPPENSTEINER:** Die nächste Frage erübrigt sich auch wieder ein bisschen, was würde dich motivieren, SendungsmacherIn zu werden bzw. einen Beitrag mitzugestalten?

KLAUS PREINING: Hab ich schon

MARITA KOPPENSTEINER: Bist schon, ja was hat dich motiviert?

310 **KLAUS PREINING:** Ja, ich meine, ich bin, bei uns in der Region bin ich LEADER-Manager und das Projekt OTELO ist ein LEADER-Projekt und da geht's auch dementsprechend natürlich ja um eine schon eine größere finanzielle Summe was da eini oder was da investiert wird bei den ganzen Räumlichkeiten. Mir ist es einfach selbst eine Herzensangelegenheit, wenn da schon Geld investiert wird, selber vom Verein, wo man das wirklich erarbeitet hat, aber auf der anderen Seite auch öffentliche Mittel dass da was gescheitertes aussakummt. Und ich war von Anfang an begeistert von der Idee, dass wir ein Radiostudio machen ... Vorher hat's ja Ideen gegeben einen fahrbaren Container zu machen und das ist das OTELO, aber das wäre wieder so ein riesen Trum gewesen, das wäre wieder mehr... ja weitaus eine schwierigere Geschichte. Ich bin froh, dass es jetzt in Weitersfelden ist, der Eigentümer dort spielt super mit, wird eine super Einheit das ganze Ding. Und ja, wie bereits gesagt, mir ist es wichtig, dass wenn da was investiert wird, auch öffentliche Mittel, dass das was Gescheitertes wird, und

315

320 darum geh ich da vorn mit weg, sag ich einmal, weil sonst kommt man ja selber nicht wirklich authentisch umma, sag ich jetzt einmal.

MARITA KOPPENSTEINER: Und machst du die Sendungen jetzt als LEADER-Manager oder machst du die als Privatperson?

325 **KLAUS PREINING:** Ich hab die jetzt als Privatperson gemacht, weil ich habe mit einem Freund, also ich habe 20 Jahr in der Kampfmannschaft in Weitersfelden gespielt, Fußball - und ja, jetzt bin ich ein bisschen älter, jetzt hab ich ein wenig das Fußballspielen aufgehört

MARITA KOPPENSTEINER: Jetzt kannst darüber reden.

KLAUS PREINING: Jetzt kann ich darüber reden, jetzt rufen wir alle möglichen Vereine an und tun sie halt um ein bisschen Statements und was es halt so Neues und wir schneiden das im Vorfeld

330 zusammen, weil das mit dem anrufen ist natürlich live ein bisschen ein Problem, weil man nicht gleich jeden erwischt usw. eine enorme Hackn, bei der ersten Sendung sind wir glaub ich, 8 Stunden waren zu wenig, ja haben wir angefangen um 7 und um 3 in der Früh sind wir noch immer gehockt, war eine riesen Gaudi..

Ja, wir haben jetzt, ja 2 Sendungen haben wir jetzt gemacht, weil letzte Woche ist es nicht gegangen.
335 aber das wollen wir weiterhin machen und wir werden auch noch 1, 2 dazugewinnen, also mit denen haben wir schon geredet.

MARITA KOPPENSTEINER: D.h. ihr stellt ein ganzes Team auf

KLAUS PREINING: Ja, es ist, es muss einfach einen Spaß machen das Ganze, und wenn's eine Gaudi macht, wennst eine kleine Gruppe bist, wennst alleine drin sitzt im Radiostudio, ist es nicht so lustig,
340 es muss ein bisschen der Schmäh auch rennen, es ist ja nicht alles so toternst was im freien Radio, es ist auch diese Lockerheit, was da ein großer Vorteil ist von dem Ganzen und ja, und wennst zu mehr Personen bist, schaut a über 8 Stunden hinweg, glaub ich.

MARITA KOPPENSTEINER: Was glaubst du, sind die Beweggründe der Teams der Freien Radios, dieses zu betreiben?

345 **KLAUS PREINING:** Ein Thema hab ich eh schon gesagt, das ist glaub ich, Alternativen zu bieten zu den laufenden, Angeboten, was ma eh überschwemmt werden, zu den laufenden Radiosendern, die es österreichweit gibt. Aber schon auch, das Gewisse, selbst über etwas berichten zu können, selbst etwas erzählen zu können. Über eine Region zu berichten, ich glaub, das ist sicherlich für viele auch ein Beweggrund, dass man da sich engagiert im FR und einfach auch dass man da sein Wissen
350 weitergeben möchte. Wir haben ja in der Region auch einen Verein, der heißt Update.Basiswissen und die machen auch regelmäßig wissenswerte Veranstaltungen und so weiter und bringen sie der Öffentlichkeit näher, also da wird's eh, in mancher Sendereihe wird sicherlich auch jemanden geben, der sagt, ich weiß etwas, ich möchte etwas erzählen. ich setz mich da herein und quatsch einfach über Physik oder keine Ahnung was, ich weiß nicht ob ich da ein richtiges Thema erwischt
355 habe, aber, ich habe einmal was gehört über Stockenten, das weiß ich noch, ja, kann man auch etwas lernen

MARITA KOPPENSTEINER: Hat alles Platz in einem freien Radio.

KLAUS PREINING: Genau, genau.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, sehr gut, dann bin ich mit meinen Fragen schon am Ende, ein paar
360 Fragen zu deiner Person hätte ich noch und dem Alter, darf ich dich bitte noch fragen?

KLAUS PREINING: Mhm, 35

MARITA KOPPENSTEINER: und als Funktion haben wir dich eh schon, als Obmann der LEADER-Region, ah, Geschäftsführer, Entschuldigung.

KLAUS PREINING: Genau, von der Mühlviertler Alm.

365 **MARITA KOPPENSTEINER:** Magst du uns noch ein Feedback jetzt zu diesem Interview geben? Hat dir irgendwas gefehlt? Willst du noch irgendwas loswerden?

KLAUS PREINING: Nein, ich glaube, von den Fragestellungen ist das eh sehr detailliert ausgearbeitet worden, ich meine, es sind 22 Fragen, äh, also ich hoffe, dass das Interview ein bisschen dazu beitragen kann, dass man was Gescheites herauslesen kann, dass man eine gute Auswertung machen

370 kann. Ähm, soll ich, also du hast gesagt, das Ganze geht so weiter, dass das Ganze im September dann...

MARITA KOPPENSTEINER: Da gibt's dann einen eineinhalbtägigen Workshop, so ein Learningvillage

KLAUS PREINING: Ok

375 **MARITA KOPPENSTEINER:** Wo auch jeder, wo du auch herzlich eingeladen bist, mitzugestalten, wenn du willst und Zeit hast. Und die Studie wird abgeschlossen dann mit Jahresende.

KLAUS PREINING: Ok mit Jahresende ist das vorbei.

MARITA KOPPENSTEINER: Dann gibt's was zum in Händen halten.

KLAUS PREINING: Ja, ok. Gut.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, dann sag ich herzlichen Dank.

380 **KLAUS PREINING:** Ich sage auch Danke.

Anhang I – Stakeholderinterview mit Conny Wernitznig

Interviewpartnerin: Conny Wernitznig, Geschäftsführerin der LEADER Region Mühlviertler Kernland

Datum: 18.04.2016

Ort: Studio FRF

5 Interviewerin: Marita Koppensteiner

MARITA KOPPENSTEINER: Gut, war haben heute den 18.4., den 18. April und bei mir sitzt jetzt die Conny Wernitznig, die Geschäftsführerin vom LEADER-Büro Mühlviertler Kernland. Ja, um was es in der Studie geht, hab ich dir jetzt eh gerade erzählt. Das werde ich nicht noch einmal machen. Legen wir gleich los, oder?

10 **CONNY WERNITZNIG**: Ja.

MARITA KOPPENSTEINER: Als Region definieren wir in dieser Studie das Sendegebiet des Freien Radios, in diesem Fall FRF, für B138 und Freequenns, die sind auch dabei, die machen halt dann ihr Sendegebiet. Was verbindest du mit dieser Region? Also wir haben, ich habe ein schönes Bilderl von unserem Sendegebiet. Das ist unsere Region, was verbindest du da damit?

15 **CONNY WERNITZNIG**: Na, für mich ist es natürlich in erster Linie, die Region Mühlviertler Kernland, eh klar. Ähm, also ich kann mich so, erinnern, an die Anfänge des FRF, da war es eher Freistadt, wirklich die Stadt, ja. Das waren auch für mich so die Anfänge, so ausgehend von da hat sich dann auch für mich die Region des FRF verändert, eben auf das Kernland und jetzt ist es auch so, dass es natürlich bis zu mir vorgedrungen ist, dass es darüber hinaus Sendegebiete gibt und ich finde das gut,
20 in Wirklichkeit ist es der Bezirk Freistadt.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, und was verbindest du jetzt persönlich mit dieser Region?

CONNY WERNITZNIG: Ja, ganz vieles. Also jetzt nicht, du meinst jetzt nicht nur was das FR betrifft, sondern überhaupt, ja?

MARITA KOPPENSTEINER: Genau.

25 **CONNY WERNITZNIG**: Ja, das ist einfach die Region, in der ich geboren bin, das ist die Region, in der ich lebe. Das ist die Region, in der ich arbeite. Also alles. (lacht) Und, ahm, beruflich ist es, oder fangen wir anders an, privat ist es eine der schönsten Regionen, die man sich zum Leben vorstellen kann. Wir haben alles was wir brauchen um frei zu sein, um glücklich zu sein. Wir haben immer noch ganz toll funktionierende Strukturen, wir haben ein System, das uns freies, selbstbestimmtes Leben
30 ermöglicht, das uns viele Schönheiten bietet, viele Möglichkeiten bietet. Ob das jetzt die Natur ist, ob das Bildungsangebote sind, ob das trotzdem auch immer mehr berufliche Möglichkeiten und Weiterentwicklungsmöglichkeiten sind, ob das Lebensmittel sind, die wir konsumieren, die bei uns regional und zum Großteil auch bio produziert werden. Also vieles ist in dieser Region einfach gar nicht zu beschreiben, es ist einfach das, was passt, und was fein ist und was gut ist. Beruflich ist es für
35 mich ein bisschen anders, ich bin Regionalmanagerin, Regionalentwicklerin, und zuständig für die, für die Entwicklung der Region in den verschiedensten thematischen Bereichen und da gibt's ein bisschen ein anderes Bild. Also da ist es so, dass ich mir denke, wir haben viele, viele Stärken, einige davon habe ich schon angeführt, also grad im Landschaftsbereich, im Naturbereich, auch im Touri... im sanften Tourismusangebot, in der Wirtschaft, in der Bildung. Und das sind aber auch, also die
40 letzten 2 sind aber auch die Bereiche wo ich mir denke, da haben wir noch viel zu tun. Also wir sind eine Region, wo die Menschen trotz dieser ganzen Stärken nicht gerne zurückkommen, wenn sie zur

Ausbildung fort gegangen sind. Also gerade die jungen Leute, die zieht's eher in die Stadt. Da denke ich, müssen wir ansetzen, dass wir die ganzen Fachkräfte nicht verlieren. Und wir sind eine Region, wo Frauen, benachteiligte Menschen nicht unbedingt die größten Chancen haben. Also vom sozialen und Bildungsbereich gibt's da einiges zu tun.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, wenn du jetzt an die Entwicklung der Region denkst, welche Aktivitäten oder Projekte fallen dir dazu ein?

CONNY WERNITZNIG: Wa, i, das ist immer so eine Frage, ich glaube ich habe in den letzten (lacht), ich glaub, ich habe in den letzten 8 Jahren 150 Projekte begleitet, aber wenn man dann ganz schnell sagen muss, was fällt dir ein, das ist immer schwierig. Natürlich fällt mir da jetzt einiges ein. Also wir haben ganz viele Projekte im landwirtschaftlichen Bereich umgesetzt. Wobei Landwirtschaft nicht immer automatisch diese klassische Bäuerinnen- und Bauerntum heißt, sondern auch gewerbliche Landwirtschaft. Grad im, also grad aktuell ist z.B. das Projekt Essigmacherinnen, wo ein tolles regionales Bioprodukt entsteht. Produziert wird in Tragwein, die Eva Eder ist da maßgeblich beteiligt. Wir haben in der vergangenen Förderperiode, die 2013, Ende 2013 geendet hat, viel im Bewußtseinsbereich, im Bewußtseinsbildungsbereich angesetzt. Wir haben die Kernlandschule initiiert, wo's darum geht mit den Stärken der Region zu arbeiten. Als Private aber auch wenn man's beruflich brauchen kann. Wir haben ähm das Schaufensterprojekt geleitet, wo wir auch im kulturellen und künstlerischen Bereich einfach einen Schwerpunkt setzen wollten, wir haben viele touristische Projekte unterstützt unter anderem das Buchberg-Projekt in Lasberg. Wir haben den Universitäts... die Entwicklung des Universitätslehrgangs Kräuter in Hirschbach begleitet und mitunterstützt. Jetzt aktuell gibt's z.B. ein ganz tolles Projekt in Pregarten, den Wassererlebnisweg, der dort entsteht. Es gibt viele Kleinprojekte, wo grad im sozialen Bereich im Moment Schwerpunkte gesetzt werden. Also von den Projektwerbern Schwerpunkte gesetzt werden, gar nicht von uns, sondern von den Menschen die auf uns zukommen und sagen, hey da hätt ich eine Idee, wie kann ich das am besten umsetzen. Kultur der Menschlichkeit, Sinnesgarten, Näh- und Reparaturcafé, also man merkt, dass sich da schön langsam wirklich auch in der Region im sozialen Bereich wirklich was entwickelt, dass die Leute zusammenrücken und immer mehr an gemeinsamen kleineren und größeren Projekten umsetzen.

MARITA KOPPENSTEINER: Bei Entwicklung der Region, an welche Akteure denkst du da?

CONNY WERNITZNIG: Ganz konkrete Personen? Auf jeden Fall an alle die da jetzt auch in der LEADER-Region, also im Regionalentwicklungsverein ganz voran gestanden sind. Das war zu Beginn, in der Entwicklungsphase, Bgm. der damalige Bürgermeister Josef Mühlbachler, dann sein Nachfolger der Mag. Christian Jachs, der auch einige Jahre Obmann der LEADER-Region war, dann der Bgm. Stefan Wiesinger aus Hirschbach, der einige Meilensteine gesetzt hat, grad auch im Kräuterbereich, also diese Kräuterkompetenzzentrum Hirschbach. Jetzt aktuell ist es so, dass der Bürgermeister Erich Traxler aus Windhaag Obmann der LEADER-Region Mühlviertler Kernland ist. und ich glaub, da brauche ich eh gar nicht viel sagen, weil mit dem Green Belt Center, wo er eben maßgeblich dran beteiligt war und wo er geschaut hat, dass diese tolle Idee umgesetzt werden kann. Dieses Tor, sozusagen, mitten in Europa, zu Europa, nach Europa, in Europa, da hat er ganz tolle Initiativen gesetzt, aber er ist auch, aber er ist auch immer wieder bei allen anderen Projekten mit dabei. Dann schon sehr lange als Obmann-Stellvertreter Bürgermeister Josef Naderer aus Tragwein, der auch unglaublich initiativ ist, begeistern kann, der jetzt gerade in Tragwein gemeinsam mit dem Geschäftsführer des Burgenmuseums Reichenstein ein Projekt umsetzt, nämlich ein mobiles Forschungslabor. Und natürlich auch der Obmann-Stellvertreter Gerhard Neunteufel,

Vizebürgermeister in Sandl, der auch wirklich schaut dass die Dinge umgesetzt werden, dass die Beteiligung eine gute ist. Dann natürlich von der politischen Seite her, noch die Gabi Lackner-Strauss, also einfach eine Pionierin und eine Vorgängerin in unserer Region. Ahm. Ganz spontan fällt mir auch der Bürgermeister Josef Lindner aus Gutau ein, der war eine Zeitlang bei uns im Vorstand, aber
90 nicht nur deshalb weil er bei uns im Vorstand war, sondern weil er wirklich ein Vorreiter ist was lokale Agenda betrifft und uns in der Region schon vor vielen Jahren gezeigt hat und immer noch zeigt, dass dieser Bottom-Up-Ansatz, dieses Miteinander-Agieren, das Miteinander-Arbeiten gut weiterbringt. Aber da gibt's so so viele, die da aufgezählt gehören. Im Grunde genommen ist es jede und jeder Einzelne, der da mitgeht und der sich beteiligt, der Interesse, Liebe und Leidenschaft für
95 Regionalentwicklung hat.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, ähm, wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

CONNY WERNITZNIG: Sehr wichtig. Also ohne Medien wären wir alle gar nichts. Wie sollen wir, sollten wir unsere Informationen, unsere Botschaften aussitragen, aussibringen, auch zur Diskussion
100 stellen können? Also das wär nicht möglich. Wir haben nachdem ich selbst 20 Jahre hauptberuflich Journalistin war, natürlich in der Region schon einen Vorteil durch die guten Beziehungen zu regionalen, aber auch überregionalen Medien. Und wir sind immer wieder froh, also froh auf der einen Seite und erstaunt auf der anderen Seite, dass wir so großartig unterstützt werden, weil letztendlich gibt's ja viele Regionen und es hängt schon, es liegt schon an den handelnden Personen,
105 wie sie diese Aktivitäten in den Regionen auch wahrnehmen und wie groß das Interesse ist darüber zu berichten, das ist vielleicht anderswo gar nicht so der Fall, dass man auch in den, bei den Medien Kolleginnen und Kollegen hat, die sagen, boa, ich habe auch einfach eine Leidenschaft für Regionalentwicklung, und das ist auf jeden Fall der Fall und auch sehr wichtig, und diese Bedeutung, die es für uns hat, wird auch immer wieder zurückgegeben.

MARITA KOPPENSTEINER: Glaubst du, dass das in unserer Region stärker ist, als in anderen Regionen?

CONNY WERNITZNIG: Ja, ich glaube schon. Ich glaube, die Verbindung untereinander ist eine große, das Interesse ist eine großes und das ist etwas auf das wir echt stolz sein können!

MARITA KOPPENSTEINER: Glaubst du, dass es Themen gibt, die in den regionalen Medien zu wenig
115 Beachtung finden?

CONNY WERNITZNIG: Ja, das ist Regionalentwicklung allgemein. Was, worüber berichtet wird das ist natürlich fast immer projektbezogen, situationsbezogen, aktivitätsbezogen. Aber so diese Bedeutung der Regionalentwicklung für jede und jeden Einzelnen, dieses, diese was bringt das wenn sozusagen ein Beitrag geleistet wird um die Identität zu stärken, die Identifizierung mit der eigenen Region zu
120 stärken und daraus aber auch für alle, die da leben, einen Nutzen zu stiften. Also, das finde ich, kommt ein bisschen zu kurz, und was in den regionalen Medien meiner Meinung nach auch zu kurz kommt, ist trotzdem, sind trotzdem zum Teil Bildungsthemen, Konfliktthemen, also wir haben ja hauptsächlich Gratis-zeitungen, die da vor Ort sind, Gratis-Medien, grad im Print-Bereich, also jetzt nicht im elektronischen Bereich, aber im Printbereich. Und da weiß ich natürlich selbst, das es gar
125 nicht so leicht ist, dass man Konfliktthemen aufnimmt, aber das wäre manchmal spannend, weil wir sind ja nicht eine eitel-Wonne-Region, es gibt ja viele Themen, die unter den Nägeln brennen, wo ein Ansatz zum Handeln da ist und wo's vielleicht schwierig ist, weil man nicht weiß, boa wie geht man das an, also grad die Medien könnten da eine ganz eine andere Rolle übernehmen. Ich meine, das ist

130 z.B. etwas wo ich beim FRF immer das Gefühl habe, dass ihr das anders angeht. Ich finde es zwar,
ganz ehrlich, nicht immer als Vorteil, dass oft Sendung einfach mitgeschnitten werden oder
Pressekonferenzen, die werden dann eins-zu-eins gespielt, also ohne dass´ geschnitten werden. Aber
wenn ihr jetzt im Studio Sendungen macht und wenn ihr mit den vielen Akteurinnen und Akteuren
der Region Beiträge gestaltet und die Leute anstiftet, ihre Themen auch zu bringen, dann leistet ihr
135 auf allen Bereichen, auch in Konfliktthemen einen großen Beitrag, der sich schon unterscheidet von
anderen Medien.

MARITA KOPPENSTEINER: Wenn du jetzt an das Freie Radio denkst, was fällt dir als Erstes dazu ein?

CONNY WERNITZNIG: Dass ganz viele Leute mitarbeiten. Wirklich, ja, dass es ganz viele Akteurinnen
und Akteure gibt. Das ist jetzt gar nicht so, für mich, so ein Kernteam, sondern das ist ein Bottom-Up-
Medium.

140 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm.

CONNY WERNITZNIG: Und es gefällt mir total gut.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

CONNY WERNITZNIG: Im Moment, also aktuell, glaube ich schon sehr intensiv. Das hat sich aber
verändert in den letzten Jahren, also das habe ich selber auch mitgekriegt von meinem eigenen
145 Interesse, von meinem Umfeld. Ich glaube dadurch dass es so klein angefangen hat, hat man es am
Anfang vielleicht nicht so ernst genommen. Aber dann sind aber wirklich diese wirklich diese vielen
vielen Beteiligten, diese vielen Beiträge, Sendeformate, Themen gekommen und ich glaube dadurch
wächst das Interesse und wächst auch die Bedeutung zunehmend und kontinuierlich.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, welche Themen greift das FR jetzt in der Region auf?

150 **CONNY WERNITZNIG:** Alle. Also ich wüsste jetzt nicht, dass es große Themen sind, die jetzt nicht
aufgegriffen werden. Das ist im kulturellen Bereich, wobei da geht´s in alle Richtungen, ob das jetzt
Volkskultur ist mit Volksmusik, ob das das Heimatfilmfestival ist, in der Wirtschaft, also Themen, ob´s
jetzt um Lehrlinge geht, Lehrlingsentwicklung, Jobmöglichkeiten in Dienstleistungsbereichen, im
Sozialbereich, also, ich könnte da jetzt kein Thema sagen, wo ich mir denke, das gibt´s gar nicht.

155 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm, gibt´s Bereiche oder Themen, in denen das FR deiner Meinung nach
noch aktiv werden soll?

CONNY WERNITZNIG: Ja, vielleicht ein bisschen mehr im Wirtschaftsbereich. Also jetzt gar nicht so,
dass man sagt, Wirtschaft als solche, sondern welche Möglichkeiten haben wir, welche Chancen
haben wir, wie können wir das für uns besser gestalten? Auch da wieder das Thema Identität stiften,
160 Nutzen stiften, auch die Bindung zu Studentinnen und Studenten, dass man sagt, ihr, grad das FRF,
also dieses nicht-kommerzielle Radio könnte ja ein Bindeglied sein, gerade zu denen die ausscheiden,
ja, die nach Wien gehen, ins Ausland gehen, eine Verbindung, in der Zeit in der sie weg sind, um sie
vielleicht irgendwann auch wieder zu bewegen zurückzukommen. Also da könnte ich mir vorstellen,
dass man ein bisschen intensiver ansetzen könnte. Und eben auch im Bildungsbereich, also
165 Sendungsformate wirklich auch zum Thema Weiterbildungsmöglichkeiten, ganz konkret,
Lehrlingsausbildung, zu einzelnen Unternehmen, auch wenn´s nicht kommerziell ist. Aber dass ich
weiß, was haben wir denn in der Region, welche Chancen und Möglichkeiten habe ich als junger
Mensch, als Wiedereinsteigerin, als Arbeitsloser, als jemand der vielleicht aus gesundheitlichen
Gründen eine Zeitlang nicht am Arbeitsmarkt war, also da, vielleicht ah, da würde ich mir vielleicht
170 einen größeren Ansatz wünschen.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm. Woran erkennst du, dass ein Projekt, eine Initiative oder eine Unternehmung auf die Region wirkt?

175 **CONNY WERNITZNIG:** Indem, also, für mich sind auf jeden Fall, ist auf jeden Fall Social Media ein Thema, also wenn ich merke, boa, da berichten jetzt plötzlich 20 Leute aus meinem Netzwerk über das gleiche Interview, über das gleiche Thema, das gesendet worden ist, über das berichtet worden ist, dann ist das, dann merke ich, ah, das hat Aufmerksamkeitswert, ja. Wenn in anderen Medien darüber berichtet worden ist, wenn die Leute darüber reden, also wenn man immer wieder irgendwo hinkommt und hört und sieht, boa, das ist wahrgenommen worden, das ist Gesprächsthema.

MARITA KOPPENSTEINER: Also wenn's sichtbar wird, nach außen.

180 **CONNY WERNITZNIG:** Spürbar. Spürbar, hörbar. Sichtbar, ist es ja nicht immer, aber hörbar, spürbar, wenn man einfach merkt, es ist im Gespräch.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, ähm, was trifft auf das FR zu? Also, woran erkennst du dass das FR auf die Region wirkt?

185 **CONNY WERNITZNIG:** Genau so. Genau so. Also wenn ich merke, da gibt's Berichte, da gibt's Themen, die werden auf einmal zigfach geteilt; über diese Themen, über diese Sendung reden's irgendwo in einem Geschäft oder wenn man auf der Straße geht oder wenn man irgendwo am Markt steht und plötzlich hört man Gesprächsfetzen. Also auch so, ja. Und, merken find ich tut man's auch, ahm, an den Beteiligten, die immer mehr Interesse haben, selber Sendungen zu gestalten, selber Sendungen zu machen. Auch an den jungen Leuten, die sich wieder interessieren für
190 Medienkompetenz, für Radiothemen, die halt auch in der Region liegen oder ihr Ziel und ihren Ursprung in der Region haben, aber die auch junge Leute dazu bewegen, da was zu tun, sich aktiv zu beteiligen.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm, wie siehst du die Rolle der FR jetzt in Bezug auf Regionalentwicklung?

195 **CONNY WERNITZNIG:** Also, wie ich schon gesagt habe, ich glaube, dass ihr eine große Rolle spielt und dass sich das noch weiterentwickeln wird. V.a. deswegen weil's da nicht um das Thema Kommerz geht. Also ihr seids jetzt niemandem verpflichtet. Ihr seids nicht ein Gratis-Medium, sondern ein nicht-kommerzielles Medium. Und das ist natürlich ein großer Unterschied und von dem her glaube ich, dass die Bedeutung für die Regionalentwicklung und die Möglichkeiten die ihr habts
200 Regionalentwicklung in allen Facetten zu unterstützen eine riesengroße ist.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie könnte das FR die Region noch mitgestalten?

CONNY WERNITZNIG: Naja, wir haben da ja eh ein ganz ein konkretes Thema, das Kernland-Magazin. Aktuell wird eben bei uns in der LEADER-Region über diese Projekt diskutiert und verhandelt. Also ihr habt's ja, ihr wollts ja künftig jede Woche eine Sendung zur Region machen, zum Mühlviertler
205 Kernland, zu der Region, in der ich arbeite und in der ich lebe. Eine Teilregion des Bezirkes Freistadt, neben der Mühlviertler Alm. Und ich glaube, da wird's jetzt noch sichtbarer und noch spürbarer wenn da wöchentlich wirklich Beiträge von Projekten, Menschen, Unternehmen, Veranstaltungen aus der Region kommen, so gezielt und fokussiert welche Rolle ihr spielt.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm. Das da sowohl das Kernland, also die LEADER-Region davon profitiert, als auch das FRF.
210

CONNY WERNITZNIG: Auf jeden Fall.

MARITA KOPPENSTEINER: Glaubst du, dass das FR Möglichkeiten in der Regionalentwicklung hat, die nur das FR hat?

215 **CONNY WERNITZNIG:** Nur das FR. Ja, also wenn's jetzt wirklich um den... also nur das FR im Sinne von Medien?

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm.

220 **CONNY WERNITZNIG:** Ja, das glaube ich schon. Ich kenne keine tatsächlich unabhängige Zeitung, ich kenne kein tatsächlich unabhängiges anderes Medium. Das sich wirklich jetzt so ungeschminkt auf Themen konzentrieren kann, das so viele Menschen, so viele Einstellungen, so viele Positionierungen, so viele Erfahrungen durch diese vielfältigen Sendungsmacherinnen und Sendungsmacher positionieren kann. Und aus dem Grund glaube ich schon, dass dieses Nicht-kommerzielle, dieses Überparteiliche, diese Möglichkeiten über Konfliktpotential, über Defizite, über Dinge, die man.., über Herausforderungen zu berichten, dass das für andere Medien gerade im Regionalbereich nicht so leicht ist.

225 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm, welche Angebote bietet das FR in der Region und wer nutzt es, deiner Meinung nach?

230 **CONNY WERNITZNIG:** Ma, das ist eine schwierige Frage, ich glaube, die kann ich gar nicht beantworten. Ich habe mich noch wenig damit auseinandergesetzt, wer jetzt tatsächlich die Zielgruppe sind, oder wer jetzt tatsächlich die Menschen sind, die das FR auch hören. Ich kann nur sagen aus meiner Erfahrung und aus den Gesprächen mit Leuten aus der Region, dass das viele sind, dass das alle Altersgruppen sind, dass das alle Berufsschichten sind, dass das alle Themenbereiche sind, also es gibt nichts wo ich mir denke, da wär's völlig uninteressant oder da wär's kein Thema, ja. Also Junge Leute interessieren sich, ältere Leute interessieren sich, Senioren interessieren sich, Berufstätige interessieren sich, Pensionisten machen Sendungen, also dadurch, dass ihr ja so viele
235 verschiedene Sendungen habt's, gibt's ja kaum eine Zielgruppe, die nicht vorkommt.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm.

CONNY WERNITZNIG: Und das zeigt sich auch im Außen. Ich kann's nicht dezidiert beantworten, aber ich habe immer wieder Kontakt mit verschiedensten Menschen und da habe ich noch nie jemanden erlebt, der gesagt hat, er hat's noch nie gehört oder nie gesehen.

240 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm. Wen erreicht das FR jetzt abgesehen von Hörerinnen und Hörern deiner Meinung nach?

245 **CONNY WERNITZNIG:** Ahm, Bewusstseinsbildner. Also ich glaube, dass gerade in diesem Bereich der Bewusstseinsbildung allgemein, der ahm, der, mir fehlt jetzt gerade das richtige Wort, also nicht der alternativ, alternativ ist das falsche Wort, aber sagen wir mal, Querdenker, Organisationen, die sich mit Zukunftsentwicklung beschäftigen, gerade was auch die Zusammenarbeit oder die Berichterstattung in Medien betrifft. Ahm, auch andere Medien, es wird sicher immer wieder so sein, dass andere schauen, was machen die oder wie machen die das? Aber eher so, so wirkliche Querdenker, zukunftsorientierte Organisationen, Einrichtungen, ein bisschen alternativ Einrichtungen, in diesem Bereich gibt's auch über Sendungen hinaus Interesse.

250 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm. Und was würdest du dem FR empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius erhöht?

255 **CONNY WERNITZNIG:** Hm, Geduld, Ausdauer und den Fokus in der Außenwerbung vielleicht ein bisschen mehr noch auf die Kompetenz und auf die Stärken legen, also nicht nur auf das Inhaltliche, das ja, wenn man sich jetzt euer Sendeheft anschaut, das Programmheft anschaut, das ja eh unschlagbar ist, in Wirklichkeit. Aber auch manchmal formulieren, was sind denn die Stärken des FR oder der FR. Wo liegen genau die Potentiale, die Kompetenzen. Also, das, finde ich, hört man viel zu wenig, kriegt man viel zu wenig mit. Und ich glaube, da ist auf jeden Fall ein Ansatzpunkt.

MARITA KOPPENSTEINER: Also auch Bewußtseinsarbeit im Bereich "Was ist Freies Radio"

260 **CONNY WERNITZNIG:** Ja, nicht unbedingt "Was ist Freies Radio" sondern "Was kann FR?", weil was ist, Freies Radio sagt ja schon so viel, goi. Aber so ein bisschen herausarbeiten, was kann ein FR im Vergleich zu anderen Medien? So diese Stärken, die Kompetenzen, die Möglichkeiten, Dinge anders zu gestalten, anders anzugehen. Tiefere Kommunikation, ja, in diesen Bereichen.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm. Welche Menschen im Besonderen soll das FRF oder das FRF einbinden um seine Wirkung zu erhöhen?

265 **CONNY WERNITZNIG:** Auf jeden Fall die, die positiv denken. Die, die dazu stehen, die, denen das gefällt. Keine Suderanten, also ich war lange immer wieder versucht gerade die Menschen, die immer schimpfen, die immer meckern, die immer sudern, die an allem ein Haar auszusetzen haben, an jedem Projekt, an jedem Mensch, an jedem Aktiven, Engagierten, dass man die ins Boot holt, dass man sagt, ja kommts doch, machts mit und so. Ich habe aber die Erfahrung gemacht, dass das oft
270 wirklich vertane Energie ist. Dass man, wenn man da ansetzt, gleich die Energie verpulvert. Wenn ich hingegen, die Menschen ins Boot hole, die Menschen anspreche, die's halt von alleine nicht tun, weil sie sich nicht trauen oder weil sie glauben, ma ich kann das nicht. Die dann aber ungeahnte Stärken entwickeln wenn sie Gefühl kriegen, boa da kann ich, da ist jemand der glaubt an mich, der will dass ich mich da beteilige, dass ich da mitmache. Dann ist das ein Wahnsinn, was da für Energie und für
275 Tun und für Aktivität entsteht, ja. Also auf jeden Fall im Positiven ansetzen.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm. Welche Ideen hast du um regionale Projekte zu generieren, zu initiieren und inhaltlich zu fördern?

CONNY WERNITZNIG: Boa, 1000. Das ist mein großes Dilemma. Es geht praktisch 24 Stunden rund in meinem Kopf. Na, Spaß beiseite. Eine meiner großen Leidenschaften wirklich, auch wenn's natürlich
280 auch immer wieder Leute gibt, denen ich damit auf den Nerv geh oder die sagen, immer die Wernitznig und dauernd und dauernd überall muss sie dabei sein. Aber eine meiner großen Leidenschaften ist einfach die Region.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm.

285 **CONNY WERNITZNIG:** Das war schon so, wie ich noch bei einer Regionalzeitung gearbeitet habe, ahm, ich habe damals viele Angebote ausgeschlagen zu anderen Zeitungen zu gehen, weil mir diese Freude, wennst da siehst wie da was weitergeht, wie die Leute denken, wie sie ticken, wie sie arbeiten, wie sie sich da einhängen, ich meine, das hast du einfach nirgends anders, ja. Ich meine, das hat mich einfach Schritt für Schritt, das hat mich bestätigt und bestärkt und tut's immer noch, ah, da aktiv zu sein und ich bin ein sehr kreativer Mensch, das heißt ich schaue, ich komme natürlich viel
290 herum, ich habe das Glück, dass ich mit vielen Menschen reden kann, dass viele Menschen auch zu mir kommen, mir auch Dinge erzählen, sagen, hey könnt ma da was machen, grundsätzlich ist es so, dass ich mit offenen Augen und Ohren durch die Welt gehe und dass ich Projekte oder Ideen, wo ich mir denke, dass könnte zu uns passen, dass ich dann einfach schaue, wie könnten wir das umsetzen,

295 ja. D.h. ich überlege mir dann schon sehr strategisch, wen brauche ich dazu, wer kann das machen, wer mag das umsetzen, wer hat Interesse. Also das eher dann Bottom-Up, das ist nicht so, dass ich das dann entwickle, sondern dass es bei uns in der Region eh so viele Menschen gibt, die sagen, woa das mach ich, da häng ich mich ein. Dass ich dann da bin, wenn die mich brauchen zur Begleitung oder wenn's sagen, ich hab Fragen, kannst du uns da helfen, kannst du uns unterstützen. Aber ich bin eher so die Netzwerkerin, die vielleicht manchmal Ideen streut, dann dabei ist, wenn sie entwickelt werden, also einfach auch um zu unterstützen, um zu helfen, um in den Bereichen wo ich's habe mein Know-how einzubringen. Aber immer, aber immer so dass es nicht Top-Down ist, sondern ein Beteiligungsprozess. Das ist mir ein riesengroßes Anliegen, alle Projektideen und alle Projekte werden bei uns in der Region, ah, so abgewickelt.

MARITA KOPPENSTEINER: Also Fühler ausstrecken und dann mithelfen.

305 **CONNY WERNITZNIG:** Genau. - Super zusammengefasst, danke.

(beide lachen)

MARITA KOPPENSTEINER: Wie kannst du bzw. die LEADER-Region Mühlviertler Kernland vom Freien Radio profitieren?

310 **CONNY WERNITZNIG:** Naja, auf jeden Fall einmal durch alles was ihr alle machts. Also das reicht ja schon, das ist eh schon eine riesen Menge. Ein bisschen mehr profitieren könnte ich noch, wenn ich selber a bissl a Zeit erübrigen würde und vielleicht manchmal selber eine Sendung gestalten würde. Aber da denke ich mir dann wieder, es gibt eh so viele, die das machen, die das auch im Sinne der Regionalentwicklung machen, dass ich das gar nicht muss. Und die das einfach viel besser können und die da große Liebe und große Leidenschaft haben. Was ich schon immer wieder so merke, womit ich auch hadere, dass ist dass ich dann denke, boa da muss ich dann die Information weiterschicken oder das weitergeben und das geht oft wirklich im Alltag unter. Also ein bisschen mehr Konsequenz auch in der Kommunikation, das könnte ein Beitrag sein um den Nutzen auch in der Regionalentwicklung zu erhöhen.

315 **MARITA KOPPENSTEINER:** Was würde dich motivieren Sendungsmacherin zu werden bzw. einen Beitrag mitzugestalten? A bissl hast jetzt eh schon angedeutet, aber...

325 **CONNY WERNITZNIG:** Ja... Ja, also mein großes Dilemma ist, dass ich ja neben einem Full-Time-Job, ahm, auch noch andere Sachen mache, also v.a. eben mit Pferden arbeite. Und das Dilemma ist eben der Zeitfaktor. Also, aber ich hoffe, dass ich Gelegenheit habe, dass ich mich vielleicht wirklich wenn das Kernland-Magazin startet, dass ich mich da ein bisschen mehr einbringe. V.a. euch vielleicht wirklich noch intensiver mit Informationen aus der Region, den Menschen, Aktivitäten und Projekten aus der Region versorgen kann.

MARITA KOPPENSTEINER: Also einfach das Networking ein bisschen...

CONNY WERNITZNIG: verstärken

MARITA KOPPENSTEINER: vertiefen.

330 **CONNY WERNITZNIG:** Ja, genau, weil das ist ja das was da ist. Ich kenne die Region wirklich sehr gut, was sich tut in den Gemeinden, ahm, in der Entwicklung allgemein, und ja, das geht leider oft unter, und das ist sicher ein Thema, an dem ich ansetzen kann.

MARITA KOPPENSTEINER: Ahm, was glaubst du sind die Beweggründe der Teams der Freien Radios, dass sie das betreiben?

335 **CONNY WERNITZNIG:** Ja, weil sie Leidenschaft für ein Thema haben.

MARITA KOPPENSTEINER: Mhm.

CONNY WERNITZNIG: Also das merke ich immer wieder, wenn ich eine Sendung höre, denke ich mir, Wahnsinn, was da für ein Wissen, was da für eine Kompetenz ist und was da für eine Leidenschaft ist, sich wirklich mit anderen hinzusetzen, das zusammen zu fassen, das wiederzugeben, also ich habe ja
340 eben vor Kurzem das Glück gehabt mit der Nina Theiss-Laubscher zum Thema Down-Syndrom, da bei euch zu Gast zu sein und da denke ich mir, das ist Wahnsinn, was die Einzelnen eben wirklich an Wissen und Kompetenz haben. Und bei euch finden sie eine Möglichkeit, Raum, einen Platz, technische Möglichkeit diese Informationen, dieses Wissen, diese Leidenschaft auch weiterzugeben.

MARITA KOPPENSTEINER: Mm, ja dann bin ich mit meinen Fragen eigentlich schon durch. Ich wollte
345 dich nur noch fragen, gibt's jetzt noch irgendein Feedback zu dem Interview, fehlt dir noch irgendwas was, möchtest du uns irgendwas noch sagen, geht noch was ab?

CONNY WERNITZNIG: Nein ich glaube, dass ist eh in den Fragen vorgekommen, also wenn's darum geht, wie sollen sich die Freien Radios in Zukunft entwickeln, wo können Schwerpunkte sein, echt, einfach so aus dem Bauch heraus, noch einmal meine Empfehlung viel mehr noch einmal auf die
350 Stärken, die ihr habt's eingehen, sie sind wirklich einzigartig, kaum andere Medien haben diese Chance, auch wenn's überparteiliche, unpolitische Zeitungen sind, aber die Realität schaut immer anders aus, also es ist immer ein gewisser Zwang da, sobald man kommerziell ist. Man ist immer abhängig von denen die Inserate schalten, von denen die einem Geld geben, die einem Förderungen geben. Ihr habts das einfach, ihr habts da wirklich die Chance, da viel mehr in die Tiefe zu gehen und
355 ich glaube, das müsst ihr kommunizieren, dass ihr nicht kommerziell seid, wissen die Leute eh, aber was heißt das! Was heißt das wirklich für die Qualität dieses Radiosenders, dass ihr nicht kommerziellen Kriterien und Entwicklungen unterworfen seid und es ist eine riesen Chance, jetzt nicht nur für als Team hier herinnen, sondern grundsätzlich für jede Region, für alle Gebiete, aus denen eben dann Sendungen frei gestaltet werden.

360 **MARITA KOPPENSTEINER:** Nachdem wir ja nicht da im stillen Kämmerlein sitzen, sondern über die Radiowellen die ganze Region und weit über die Region hinaus reichen.

CONNY WERNITZNIG: Genau, so ist es.

MARITA KOPPENSTEINER: Weil es beschränkt sich ja nicht auf dieses Kernsendegebiet, ein Sendungsmacher von uns hat uns neulich erzählt, dass er uns in Gmunden gehört hat. Und Live-
365 Stream, Internet, das heißt wir sind ja wirklich

CONNY WERNITZNIG: Genau, also diese Chance auch viel mehr nutzen und nicht nur auf die tollen Programme eingehen, sondern auf das was kann Freies Radio. Und ich glaube das ist wenn die Leute, wenn die Leute das verstehen, boa das ist ja ein Nutzen für mich, für uns, ja, dass das noch viel mehr Entwicklungspotential und Entwicklungsmöglichkeiten hat, als wir uns jetzt vorstellen können.

370 **MARITA KOPPENSTEINER:** Mhm. Ja, herzlichen Dank, für das interessante Gespräch.

CONNY WERNITZNIG: Gerne, ja danke ebenfalls.

Anhang J – Stakeholderinterview mit Wilhelm Patri

Interviewpartner: Wilhelm Patri, Geschäftsstellenleiter EUREGIO Mühlviertel

Datum: 29.04.2016

Ort: Studio FRF

5 Interviewerin: Marita Koppensteiner

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, wir haben heute den 29. April 2016, bei mir heute zum Gespräch ist Wilhelm Patri von der EUREGIO Regionalmanagement OÖ, Geschäftsstellenleiter im Mühlviertel. Ahm. Worum's ungefähr geht in der Studie, das hab ich eh schon erzählt.

WILHELM PATRI: Mhm.

10 **MARITA KOPPENSTEINER:** Steigen wir gleich ein, als Region definieren wir in der Studie das Sendegebiet des Freien Radios, also in dem Sinn Freies Radio Freistadt, das ist wenn man sich's so ein wenig anschaut auf der Karte, also das wär die Region, die wir als Region definieren. Was verbinden Sie mit dieser Region?

15 **WILHELM PATRI:** Ja, zum einen einmal Danke für die Einladung. Die Region, die hier im FRF definiert ist, ist für mich einmal eine Teilregion der Gesamtregion Mühlviertel. Spezielle Region nördlich der Donau. Die Region grenzt an Tschechien und an Niederösterreich. Und an den Zentralraum Linz. Damit haben wir hier da mehrere Facetten der Ausprägung der regionalen Aktivitäten bzw. Aufgabenstellungen. Zum einen Richtung Zentralraum, zum anderen Richtung einem anderen Sprach- und Kulturkreis nach Tschechien. Und zum dritten zu einem anderen Bundesland, in dem Fall
20 zu NÖ, wo auch andere Strukturen und andere Problemstellungen und Aufgabenstellungen zu lösen sind. Also es gibt da sicherlich einiges zu tun in der Region.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja und wenn Sie an die Entwicklung dieser Region jetzt denken, welche Aktivitäten oder Projekte fallen Ihnen dazu ein?

25 **WILHELM PATRI:** Ja, die Region Freistadt ist einmal eine Region die einmal aus der Tradition heraus immer eine eigenständige Region war, von der Administration her, von der Verwaltung her, aber auch von der politischen Konstellation her, im Unterschied zum Beispiel zum Nachbarbezirk Urfahr Umgebung, der ja sozusagen künstlich geschaffen wurde. Es gibt aus dieser Tradition heraus dementsprechende Aktivitäten zum Beispiel im Tourismus, aber auch in der Bildung. Sprich, die Schulen, die Gymnasien usw. haben immer ihren Sitz in Freistadt gehabt und war immer hier als
30 Ausbildungsstätte der Region definiert. Verkehrssituation, Erreichbarkeit ist für Freistadt keine Selbstverständlichkeit gewesen, wenn gleich sie immer an der Achse Nord-Süd, Linz-Budweis gelegen ist, aber wir kennen es aus der Vergangenheit, dass die Kapazitäten dieser Strecken begrenzt waren, zB auf der Schiene. Jetzt, vor kurzem ist die Kapazität auf der Straße erweitert worden, durch die neue S10. Die S10 kann ein Riesenvorteil sein, nämlich in der Erreichbarkeit vom Zentralraum heraus,
35 aber auch hinein. Sodass man einen Bezirk innerhalb kürzester Zeit entleeren kann, weil die Leute alle nach Linz oder in den Zentralraum arbeiten fahren. Auf der andren Seite besteht die Möglichkeit, dass natürlich Firmen und auch Arbeit heraussiedelt in die Region. Und diese Wechselwirkung, glaube ich, können wir sicherlich spüren in der Region Freistadt. Wenngleich ein hohes Entwicklungspotential, glaub ich aber das muss wachsen, das geht über Generationen, in Richtung
40 Tschechien sich sicherlich auch in Zukunft bieten wird.

MARITA KOPPENSTEINER: Und fallen Ihnen konkret Projekte ein, in Bezug auf Entwicklung der Region?

WILHELM PATRI: Naja, wir haben da in der Region Freistadt exemplarisch vor 15 Jahren mit der INKOBA Freistadt begonnen. Das war ein ganz ein neuer Ansatz. Da war ich von der 1. Minute mehr
45 oder minder an mit dabei. Dass wir gesagt haben: Es kann nicht funktionieren, dass jede Gemeinde für sich, sich um Betriebe bemüht und damit verbunden natürlich Betriebsflächen. Sondern man sollte versuchen, das möglichst gemeinsam zu entwickeln, weil's ja nicht überall möglich ist, die geeigneten Flächen z.B. verfügbar zu halten. War auch schon in der Vorausschau auf die neue S10. Und so haben wir dann versucht, die Gemeinden des Bezirks dahingehend zu begeistern, dass sie sich
50 zu diesem Verband zusammenschließen und damit gemeinsam diese Aktivität setzen, in der Erschließung, in der Bewerbung und in der Umsetzung. Und ich glaube, das gelingt z.B. was diesen Sektor anbelangt ganz gut. Eine andere Sache ist die im Bereich der Bioregion Mühlviertel zu finden. Die ja einen wesentlichen Teil darstellt der Urproduktion bis hin zur Veredelung. Wo die Region Freistadt auch eine wesentliche Rolle im gesamten Mühlviertel spielt und da einen Beitrag dazu
55 leistet. Das ist erst seit einigen Jahren in der Form aktiv, aber es ist ein konkretes Beispiel der Entwicklung, der Wertschöpfung und der dementsprechenden Qualitätsentwicklung. Und so gibt's auch die Dachmarke Mühlviertel also solche was den touristischen Bereich wieder anbelangt, auch da ist die Region Freistadt fix ein Bestandteil dieser Struktur und dieser Ausrichtung für die touristische Produktentwicklung, für die touristische Vermarktung und für die Bewusstseinsbildung
60 allgemein.

MARITA KOPPENSTEINER: Und wenn Sie jetzt an die Entwicklung der Region denken, an welche Akteure denken Sie jetzt konkret?

WILHELM PATRI: Ja, es sind, die Akteure, so wie in anderen Regionen auch. Von den hauptberuflichen Akteuren beginnend bis zu den ehrenamtlichen Akteuren. Das bezieht sich auf die
65 politische Szene genauso, die Bürgermeister, die Abgeordneten, die Verwaltungschefs, sprich BHs oder in dem Fall der Bezirkshauptmann. Interessensvertretungen, ehrenamtliche Funktionäre im Vereins- und Verbandswesen, auch die Direktoren der Schulen und der Bildungseinrichtungen. Also alle, einschließlich der Lehrerschaft z.B. oder der Mitarbeiter in diesen Organisationen. Es ist immer alles sehr personenabhängig. Es menschelt. Freistadt ist eine Region, wo's menschelt. Und daher ist
70 das personenabhängig, ob das die grenzüberschreitenden Aktivitäten betrifft, wenn jemand sagt: Okay, das mach ich, mit meinen Möglichkeiten, dann passiert es auch.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

WILHELM PATRI: Die Medienlandschaft hat sich in den letzten Jahren sehr zum Positiven für die
75 Regionalentwicklung entwickelt, weil das mit ein Motivationsmoment ist, ob das der Printbereich ist, ob das der elektronische Bereich ist, ob das der Audio- oder der visuelle Bereich ist, man kann über diese Medien Aktivitäten transportieren, in dem Fall Projektinitiativen, man kann Leute motivieren, man kann Leute informieren, so dass sie auch ihre Region neu sehen und wertschätzen lernen. Und man kann dann als Projektträger oder als Initiator wieder nacharbeiten und dementsprechend sagen,
80 schaut's... Oder umgekehrt, die Leute sagen, wir haben das in der Zeitung, im Radio gehört - in der Zeitung gelesen, im Radio gehört, im Fernsehen gesehen, hab ich gar nicht gewusst. Und das bestärkt natürlich den Zugang für Entwicklungsarbeit.

MARITA KOPPENSTEINER: Gibt's Ihrer Meinung nach Themen, die in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden?

85 **WILHELM PATRI:** Regionalentwicklung ist kein Aktionsgeschäft. Da sind Erfolge nicht von jetzt auf dann messbar, das braucht Zeit. Das ist für die Medien oft natürlich nicht so einfach, weil die Medien oft in kurzen Zeitabschnitten oder in Sequenzen denken müssen und auch dementsprechend ihre Aktivitäten setzen. Daher ja, ah, muss man bei den Medien darauf vielleicht pochen oder Einfluss nehmen, dass man für bestimmte Entwicklungsschritte Zeit braucht und da das Verständnis auch
90 wieder um ersucht. Aber generell sind unsere Medien in der Region sehr wohl als Unterstützer, werden als Unterstützer gesehen, als Multiplikator, als Motivator, aber auf anderer Seite verstehen wir auch die Sachzwänge und die Möglichkeiten, die, die Ressourceneinschränkungen, die die Medien auch unterliegen.

MARITA KOPPENSTEINER: Wenn Sie jetzt an das FRF denken, was fällt Ihnen als Erstes dazu ein?

95 **WILHELM PATRI:** Ja, dass das Radio Freistadt praktisch ein Produkt der Regionalentwicklung ist, nämlich nicht im Sinne von uns als REGIO oder Regionalmanagement. Sondern als Beitrag von engagierten Personen in der Region, die da in der Region sich engagieren und diese Region damit entwickeln wollen. Im vorgetragenen Sinn von vorher, damit ist das ein klassisches Regionalentwicklungsprojekt. Man kann Wertschöpfung erzielen, man kann Image erzielen, man
100 kann Informationen entwickeln, man kann Anerkennung erzielen für viele Akteure und damit ist das FRF ein substantieller Beitrag für diese Art der Entwicklung, der Lebensraumentwicklung.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie wird das FRF Ihrer Meinung in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

WP: Ja, das FR denke ich, hat, ist aus einer Nische heraus entstanden und wächst langsam weiter. Langsam ist indem Fall aber nicht negativ, sondern ah, Gut Ding braucht Weile, ja. Es gibt ja auch den
105 Spruch, man kann sozusagen bei einem Grashalm anziehen, wegen dem wächst er trotzdem nicht schneller, man muss nur aufpassen dass er nicht abreißt. Und das Gleiche gilt auch für die Qualität des Freie Radios. man braucht Leute dazu, man braucht Inhalte, man braucht Ressourcen, die kommen über, sicherlich über Verständnis, über Inhalte, Programminhalte, über Leute, und damit wächst auch die Akzeptanz. Wenngleich natürlich die Erreichbarkeit oder das Sendegebiet auch begrenzt ist
110 momentan, aber ich weiß, dass es auch da Bestrebungen gibt, dieses weiter auszubauen.

MARITA KOPPENSTEINER: Und die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit, um wieder auf das zurückzukommen, ist die jetzt positiv, negativ, gestiegen, gesunken, was ist da Ihre Meinung dazu?

WILHELM PATRI: Ich denke, dass das FRF sicherlich auf einem aufsteigenden Ast ist, von der Akzeptanz, hat eine harte Konkurrenz zu den konventionellen und öffentlichen Sendern, die natürlich
115 den Unterhaltungswert mehr bedienen als das FRF, weil's da um andere Inhalte oft geht. Aber ich denke, der Weg ist der Richtige und der Zuspruch und die Akzeptanz wächst.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, und da komme ich gleich zur nächsten Frage: Welche Themen greift das FR in Ihrer Region auf?

WILHELM PATRI: Na, die Themen, denke ich, sind einmal kulturelle Themen, sind soziale Themen, sind politische Themen. In geeigneter Form, weil diese Themen oft mit Vorurteilen belastet sind oder gewissen Ressentiments unterliegen, aber ich denke, das FRF macht das sehr geschickt generell. Kultur, das gesamte Spektrum von der Literatur über musikalische Gustostückerl sozusagen oder oder oder Beiträge, also es wird doch ein sehr qualitatives, breites Spektrum bedient, in geeigneter Form.
120

- 125 **MARITA KOPPENSTEINER:** Gibt es Bereiche oder Themen, in denen das Freie Radio Ihrer Meinung nach, noch aktiv werden soll?
- WILHELM PATRI:** Nein, also so ganz spontan fällt mir nichts Besonderes ein. Die Unterstützung der ehrenamtlichen Szene, glaube ich, erfolgt bisher gut und haben immer wieder Möglichkeiten im Freien Radio aufzutreten. Ich glaube, diesen Weg sollte man weitergehen.
- 130 **MARITA KOPPENSTEINER:** Woran erkennen Sie, dass ein Projekt, eine Initiative, eine Unternehmung auf die Region wirkt?
- WILHELM PATRI:** Ja, ich denke, dass... dieses Wirken darin erkennbar ist, wenn sich die Leute oder Akteure oder die Bewohner in der Region damit identifizieren können, ja. Wenn Inhalte da sind, wo die Leute darüber reden, wo die Leute mitmachen, wo sich die Leute einbringen, dann entsteht
- 135 sozusagen dieser Erfolg. Ja, das kann man oft nicht in Kennzahlen messen, aber im Lebensgefühl, im Umgang der Leute miteinander. Denke ich. Die Qualität des Umgangs miteinander, ist sicherlich da ein Kriterium.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Also dass wieder was zurückkommt, wieder was retourkommt.
- WILHELM PATRI:** So ist es, es ist ein Geben und Nehmen in der Region, ja, so wie immer im Leben.
- 140 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und was davon trifft auf das Freie Radio in der Region zu?
- WILHELM PATRI:** Ja, das Engagement des Radios und der Konstellation der Mitarbeiter und des Teams des Radio Freistadts, das die Ohren, sofern sie keine Kopfhörer aufhat, eigentlich in der Region hat und damit die Sensibilitäten aufgreifen kann.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Wie sehen Sie die Rolle der Freien Radios in Bezug auf
- 145 Regionalentwicklung?
- WILHELM PATRI:** Ich denke, es ist eine Möglichkeit der Anwendung eines Mediums, und zwar des Mediums Hörfunk, regionsadäquat zu entwickeln, nicht aufgesetzt, nicht kommerziell eingeflogen über irgendwelche Stakeholder. Sondern es passiert sozusagen vor Ort, als Einrichtung der Region für die Region.
- 150 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und, wie könnte ein Freies Radio die Region noch mitgestalten?
- WILHELM PATRI:** Ich würde nicht sagen „noch“, sondern ich würde sagen „weiterhin“. Nämlich im Sinne der Unterstützung der Vereine und Verbände, dass die ihre Erfolge, ihre Aufgabenstellungen, ihre Probleme über dieses Medium transportieren können und damit auch weitere Unterstützung erfahren. Man merkt auch immer, auch die Bereitschaft oder die Möglichkeiten dass sich Leute
- 155 weiter einbringen ehrenamtlich hat ja auch Grenzen, und dass ist eine geeignete Unterstützungsmöglichkeit über dieses Medium immer wieder darauf hinzuweisen.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Dass praktisch auch diese Unternehmungen, Vereine etc. eine breitere Basis, also eine breitere Öffentlichkeit kriegen?
- WILHELM PATRI:** Richtig, weil es gibt große Organisationen und Strukturen, die immer wieder sehr
- 160 prominent in Medien vorkommen. Aus unterschiedlichsten Gründen. Aber es gibt darüber hinaus, wir leben auch an diesen Organisationen vorbei oder daneben und die sollten auch über so ein Medium wie das FRF ihre Möglichkeiten finden, dementsprechend platziert zu werden.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Glauben Sie, dass das Freie Radio Möglichkeiten der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

- 165 **WILHELM PATRI:** Glaube ich schon, weil, ich denk, hier ist die Tür, die ist immer offen für Leute aus der Region, die können hereinkommen, die können da ihre Wünsche äußern und dann wird's von euch aufgegriffen oder eben weiterentwickelt und vielleicht mit Partnern in Verbindung gebracht, damit man da den Wünschen möglichst gerecht wird und dementsprechend einen Mehrwert für die Region wieder entwickelt.
- 170 **MARITA KOPPENSTEINER:** Bzw. können die Leute reinkommen und selber ihre Themen ins Radio bringen.
- WILHELM PATRI:** Das wollt, das hab ich damit auch gemeint. Sie können sowohl Anregungen geben, wie selber vorstellig werden, im Sinne von Kopfhörer auf, Mikro an und on air in der Region.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region und wer nützt es?
- 175 **WILHELM PATRI:** Die Engagierten der Region, die Mutigen, wo Mut in dem Fall nichts mit Harakiri zu tun hat, sondern Mut im Sinne von, von, von engagiert sein, im positiven Sinn. Weil man ab und zu die Scheu hat, okay, das ist Radio oder die Medienlandschaft ist eine sehr spezifische. Aber das FRF ist so niederschwellig, dass also hier wirklich von allen Bevölkerungsschichten die Möglichkeit besteht sich da zu engagieren und das Mikro in die Hand zu nehmen.
- 180 **MARITA KOPPENSTEINER:** Da komme ich gleich zur nächsten Frage: Wen erreicht das Freie Radio abgesehen von Hörerinnen und Hörern?
- WILHELM PATRI:** Abgesehen von Hörerinnen und Hörern, als Audiomedium... Ich glaube, dass das FRF nicht nur die Ohren, sondern auch den Bauch erreicht, ja. Als authentisches Medium der Region. Darüber hinaus, die Bewohner sind die Leute, sind die Hörerinnen und Hörer. So definiere ich auch die Region. (lacht)
- 185 **MARITA KOPPENSTEINER:** Und was würden Sie dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius erhöhen kann?
- WILHELM PATRI:** Empfehlen, das traue ich mir nicht zu, aber wünschen würde ich dem Freien Radio, nachdem ich die Entwicklungsgeschichte des Freien Radios eigentlich auch von, fast vom Anfang her kenne. Mehr Ressourcen, im Sinne von Zeit und materiellen Ressourcen, weil diese immer wieder
- 190 sehr stark begrenzt werden. Aber das Freie Radio hat bis jetzt bewiesen, dass es unabhängig arbeiten kann. Mit allen Hemmnissen und mit allen Hindernissen. Es gibt sicherlich auch Angebote oder, oder Begehrlichkeiten, wo man vielleicht schneller zu Geld oder Ressourcen kommt, aber man begibt sich dann auch wieder in Abhängigkeiten. Daher wünsche ich dem Freien Radio Kraft dieses Konzept
- 195 weiterhin so durchhalten zu können.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um seine Wirkung zu erhöhen?
- WILHELM PATRI:** Wen soll man noch einbinden? Ja, ich glaube, die politische Szene, aber nicht auf der parteipolitischen sondern auf der, politisch im Sinne von Gesellschaftsvertretung. Und, sozial
- 200 Verantwortliche, habe ich ja vorher schon angesprochen, das sind meistens in Vereinen und Verbänden engagierte Personen oder auch Interessensvertretungen, es geht aber auch bis in die Glaubensgemeinschaften oder religiöse Gemeinschaften oder derartige Gemeinschaften, die in der Region auch ihre Aktivitäten setzen.
- MARITA KOPPENSTEINER:** Welche Ideen haben Sie um regionale Projekte zu generieren, zu initiieren
- 205 und dann inhaltlich zu fördern?

WILHELM PATRI: Naja, wir kommen natürlich aus einer Struktur, die auch sehr stark an Vorgaben gebunden ist, in vielerlei Hinsicht und da unterliegt es natürlich gewissen Arbeitsaufträgen, gewissen Arbeitsprogrammen, es unterliegt gewissen Formalismen, was unsere Arbeit anbelangt, aber wir versuchen schon die Region dementsprechend zu beraten und zu unterstützen, dass also diese Art der Aufwendungen für die Ideengeber niedrig gehalten werden kann, wenngleich das nicht immer sehr einfach ist. Aber wir haben dementsprechende Inhalte, ob das über den Tourismus, über die EUREGIO, über eventuelle Interessensvertretung oder über die EU und über nationale Förderrahmen ist, ist aber wieder periodenabhängig. Aber das klingt jetzt relativ technisch und da will ich mich auch nicht weiter vertiefen. Die beste Ressource sind die Leute in der Region, das beweist's immer wieder. Und wenn die Motivation stimmt bei den Leuten, wenn die Leute Perspektiven sehen, wenn die Leute Freiräume haben, wo sie ihre Kreativität ausleben können, dann entsteht auch Wertvolles.

MARITA KOPPENSTEINER: D.h. Ziel ist es diese Freiräume zu schaffen und die Motivation den Menschen zu lassen, sag ich jetzt einmal.

WILHELM PATRI: Unbedingt, ja, und ich hoffe, dass die wirtschaftliche Situation und die Rahmenbedingungen so bleiben, dass sich die Leute Freiräume weiterhin finden und nicht an Sachzwänge gebunden sind, wo sie den, das tägliche Aus- und Fortkommen nicht mehr gesichert sehen und damit sich um die Grundbedürfnisse kümmern müssen. Wer nur mehr Zeit hat sich um die Grundbedürfnisse kümmern zu müssen, der wird keine Zeit haben oder keine Kraft sich um kreative und freie Inhalte zu kümmern.

MARITA KOPPENSTEINER: Und keine Energie mehr haben um regionale Projekte anzugehen.

WILHELM PATRI: Genau. Wobei regional, Gemeinschaftsprojekte bedeutet.

MARITA KOPPENSTEINER: Wie können Sie bzw. Ihre Organisation also in diesem Fall die EUREGIO vom Freien Radio profitieren?

WILHELM PATRI: Ja, wir haben eine ganz eine konkrete Sache grad vor wenigen Stunden abgeschlossen bzw. auch schon wieder angeregt vielleicht weiterzuarbeiten. Das war unsere gemeinsame Aktion der 99 Sachen, die wir im Mühlviertel und damit auch in der Region des Freien Radios machen. Da haben wir eine gemeinsame Projektinitiative im letzten Jahr laufen gehabt, wo's darum gegangen ist, Beiträge aus der Region von den Leuten zu sammeln im Bereich der Kulinarik, im Bereich der Kultur, im Bereich der Originalität, der Tradition, des Sehenswerten, des sozialen Miteinanders. Das aufzulisten und auch dann in den Medien und auch im Freien Radio zu transportieren, weiter redaktionell zu bearbeiten und wir haben jetzt eine gemeinsame Schlussveranstaltung gehabt mit einer Publikation, die den Leuten jetzt zur Verfügung steht. Und somit ist diese Wechselwirkung ganz gut sozusagen gelebt worden.

MARITA KOPPENSTEINER: Also es geht um Zusammenarbeit um voneinander profitieren zu können? Verstehe ich das richtig?

WILHELM PATRI: Jeder von uns ist Teil der Region und da wollen wir diese Art der Zusammenarbeit, diese Notwendigkeit: Wir leben nicht nebeneinander, sondern wir sollten miteinander leben. Und das glaube ich hat jeder in seinen Möglichkeiten bisher unter Beweis gestellt. Und werden wir auch weiterhin so leben.

MARITA KOPPENSTEINER: Was würde Sie persönlich motivieren Sendungsmacher im Freien Radio Freistadt zu werden bzw. einen Beitrag mitzugestalten?

250 **WILHELM PATRI:** Ganz konkret so wie jetzt, ich bin eingeladen worden und freue mich und ah gestalte somit auch die Sendung mit. D.h. die Voraussetzung ist eine Einladung und ein Thema, zu dem man einen Beitrag leisten kann. Und so kann man auch das Freie Radio unterstützen und somit einen Beitrag für die Region schaffen.

MARITA KOPPENSTEINER: Was glauben Sie, sind die Beweggründe der Teams der Freien Radios dieses zu betreiben?

255 **WILHELM PATRI:** Also so wie ich die einzelnen Personen, nicht alle, aber einige kenne, ist die Motivation einmal das soziale und kulturelle und ideelle Engagement, sich sozusagen mit diesem Medium für die Region zu engagieren. Und dementsprechend zur Verfügung zu stehen, ohne großartigen Perspektiven für Karriereplanungen oder finanzielle Benefits, sondern da geht's um diese Softfacts auf neudeutsch oder auf freistädterisch zu sagen.

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, damit bin ich mit meinen Fragen eigentlich schon durch. Jetzt bräuchte ich noch ein paar Angaben zu Person. Dürfte ich Sie um Ihr Alter fragen?

260 **WILHELM PATRI:** 61.

MARITA KOPPENSTEINER: Und in Ihrer Funktion? Wie ist die genaue Beschreibung Ihrer Funktion bei der EUREGIO?

265 **WILHELM PATRI:** Ja, ich bin Geschäftsstellenleiter in Freistadt und eigentlich seit 1994 hier in Freistadt haben wir die EUREGIO gegründet und das Regionalmanagement ist dazugekommen und die Regionalmanagement OÖ ist inzwischen eine gesamtösterreichische Organisation und da war ich auch Geschäftsführer. Bin jetzt wieder in der inhaltlichen Arbeit in der Region zurück.

MARITA KOPPENSTEINER: Gibt's noch ein kurzes, eine Meinung zum Interview, ein kurzes Feedback zum Interview? Ist irgendwas abgegangen? Möchten Sie noch irgendetwas loswerden, wo Sie sagen, dass ist jetzt ganz wichtig für die Regionalentwicklung für die Freien Radios?

270 **WILHELM PATRI:** Ich möchte nur folgendes loswerden, dass ich mich freue, dass das Thema Regionalentwicklung im Freien Radio Freistadt Platz findet, ja, dass man sich dazu äußern kann. Und ich hoffe, dass auch weitere Personen gefunden werden, die dazu einen Beitrag leisten, damit das Thema Regionalentwicklung, wobei jeder für sich ja ein regionaler Entwickler/ Regionalentwickler ist, weil er ja in der Region Beiträge leistet, dass man das sozusagen über diese Medium weitertransportiert. Von den Leuten für die Leute.

275

MARITA KOPPENSTEINER: Ja, dann sage ich herzlichen Dank für's Zeitnehmen und herzlichen Dank für dieses tolle Gespräch.

WILHELM PATRI: Danke auch.

Anhang K –Stakeholderinterview mit Heimo Czepl

Interviewpartner: Dr. Heimo Czepl, Geschäftsführer Czepl + Partner

Datum: 15.04.2016

5 Ort: Besprechungsraum Czepl + Partner

Interviewerin: Eva Seebacher

Aufgrund eines Aufnahmefehlers ist hier nur das Gedächtnisprotokoll des Interviews wiedergegeben.

EVA SEEBACHER: Als Region definieren wir in unserer Studie das Sendegebiet des Freien Radios B138 – was verbinden Sie mit dieser Region?

10 **HEIMO CZEPL:** Zum Wohnen mit Familie super; aus beruflicher Sicht (neben GF Czepl auch Obmann Technologiegruppe Kremstal): Fachkräftemangel

EVA SEEBACHER: Wenn Sie an die Entwicklung der Region denken, welche Aktivitäten oder Projekte fallen Ihnen da ein?

15 **HEIMO CZEPL:** Verschiedene Unternehmen und auch soziale Initiativen... Theatergruppe Kirchdorf: hohes Niveau

EVA SEEBACHER: An welche Akteure denken Sie?

HEIMO CZEPL: Möchte keine konkreten Namen nennen

EVA SEEBACHER: Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

20 **HEIMO CZEPL:** Sehr wichtig.... Nutzen nun auch Soziale Medien wie Facebook für die Mitarbeitersuche

EVA SEEBACHER: Gibt es Ihrer Meinung nach Themen, die in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden?

HEIMO CZEPL: Kontroversielle Themen finden wenig Platz; bzw. Themen werden zu wenig kontroversiell diskutiert

25 **EVA SEEBACHER:** Wenn Sie an das Freie Radio B138 denken, was fällt Ihnen als Erstes dazu ein?

HEIMO CZEPL: Kein Mainstream... schräges Radio

EVA SEEBACHER: Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

HEIMO CZEPL: Denkt, dass Zielgruppe v.a. Junge sind... Menschen mit höherem Bildungsgrad

EVA SEEBACHER: Welche Themen greift das Freie Radio in Ihrer Region auf?

30 **HEIMO CZEPL:** Themen abseits des Mainstreams, soziale Themen

EVA SEEBACHER: Gibt es Bereiche/ Themen, in denen das Freie Radio Ihrer Meinung nach aktiv werden soll?

HEIMO CZEPL:

35 **EVA SEEBACHER:** Woran erkennen Sie, dass ein€ Projekt/ Initiative/ Unternehmung auf die Region wirkt?

HEIMO CZEPL: Wenn sie zu Czepl & Partner kommen

EVA SEEBACHER: Was davon trifft auf das Freie Radio zu?

EVA SEEBACHER: Wie sehen Sie die Rolle der Freien Radios in Bezug auf Regionalentwicklung?

EVA SEEBACHER: Wie könnte ein Freies Radio die Region (noch) mitgestalten?

40 **HEIMO CZEPL:** Kontroversielle Themen; Themen kontroversiell diskutieren

EVA SEEBACHER: Glauben Sie, dass das Freie Radio Möglichkeiten der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

HEIMO CZEPL: Weg vom Mainstream, Kontroversielles aufzeigen → Geschäftsmodell entwickeln

EVA SEEBACHER: Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region? Wer nützt es?

45 **HEIMO CZEPL:** Ähnlich Frage 7.

EVA SEEBACHER: Wen erreicht das Freie Radio, abgesehen von Hörerinnen und Hörern?

EVA SEEBACHER: Was würden Sie dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius erhöht?

50 **EVA SEEBACHER:** Welche Menschen im Besonderen soll das Freie Radio einbinden um seine Wirkung zu erhöhen?

EVA SEEBACHER: Welche Ideen haben Sie um regionale Projekte zu generieren, initiieren und inhaltlich zu fördern?

EVA SEEBACHER: Wie können Sie bzw. Ihre Organisation vom Freien Radio „profitieren“?

55 **EVA SEEBACHER:** Was würde Sie motivieren, SendungsmacherIn zu werden bzw. einen Beitrag mitzugestalten?

HEIMO CZEPL: Mehr Zeit....

EVA SEEBACHER: Was glauben Sie, sind die Beweggründe der Teams des Freien Radios, dieses zu betreiben?

Anhang L – Stakeholderinterview mit Gerald Warter

Interviewpartner: Mag. Gerald Warter, Geschäftsführer Technologie- und Innovationszentrum der Region Kirchdorf

5 Datum: 25.04.2016

Ort: Studio Freies Radio B138

Interviewerin: Eva Seebacher

10 **EVA SEEBACHER:** Ich habe ganz kurz schon erklärt worum es geht. Wir haben in unserer Studie die Region als das Sendegebiet des Freien Radios definiert. Was verbindest du mit dieser Region?

15 **GERALD WARTER:** Ich muss gestehen ich weiß gar nicht genau wie weit das Sendegebiet von B138 eigentlich geht. Mein Regionsbezug ist ein größerer vermute ich. Ich denke im Bezirk Kirchdorf und Umgebung. Ich glaube, dass das Radio da nur einen Teil davon abdeckt. Viele der Aktivitäten gehen aber über das Sendegebiet hinaus. Weil wir da immer wieder Jugendinitiativen oder
20 Kompetenzvermittlung für Jugendliche auf Bezirksebene durchaus auch veranstalten oder das B138 in Veranstaltungen einbinden die auch dieses Gebiet abdecken. Insofern glaube ich ist die Wirkung ein bisschen größer als das eigentliche Sendegebiet.

EVA SEEBACHER: Wenn du jetzt an diese Region denkst wo du jetzt aktiv bist und wir als Radio auch. Was fällt dir dazu ein? Welche Aktivitäten und Projekte zum Beispiel?

20 **GERALD WARTER:** Ich hole einmal etwas weiter aus, weil ich ja vorher auch einige Jahre in der Regionalentwicklung tätig war und auch immer noch Einblick habe in andere Regionen auch und da fällt mir auf. Generell für die Region, dass es eigentlich eine Region ist die einen sehr hohen Vernetzungsgrad hat und eine extreme Vielfalt an kleineren Initiativen im Kultur, Bildungs- und Wirtschaftsbereich. Und innerhalb dessen hat das Radio eine Vermittlerfunktion in Richtung
25 Medienkompetenz. Da wird einem bewusst, dass man nicht nur konsumieren kann sondern auch gestalten kann.

EVA SEEBACHER: Gibt's Akteure die dir einfallen wenn du an die Region denkst? Oberes Kremstal, darüber hinausgehend?

30 **GERALD WARTER:** Ich möchte jetzt eigentlich keine Namen nennen ich möchte lieber Initiativen nennen, die mir dazu einfallen. Das ist aber auch eine extreme Bandbreite, das fängt bei der INOK Initiative Oberes Kremstal an, geht über Vereine wie Technologiegruppe, geht über SPES Verein über STUDIA, Regionalforum, Leaderarbeitsgruppen, Phyrn Priel wo sich auch einiges tut zu ein bisschen anderen Themen. Entschuldige mich jetzt schon bei allen die ich nicht genannt habe. Aber es ist eine Region die nicht arm an Initiativen ist!

35 **EVA SEEBACHER:** Danke schon einmal für diese Vielfalt. Wie schätzt du das ein. Wie wichtig sind Medien und Kommunikation für die Regionalentwicklung?

GERALD WARTER: Sehr wichtig, speziell Kommunikation ist logischerweise für jede Initiative sehr wichtig, wobei das Radio ja nur ein Kanal von vielen ist. Da gibt es ja eine Unzahl von anderen Kanälen die ja auch ihre Bedeutung haben und die ja je nach Zielgruppe und je nach Aktivität mehr
40 oder weniger zum Gelingen der Initiative beitragen können.

EVA SEEBACHER: Gibt es Themen die in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden?

GERALD WARTER: Hängt davon ab wem du mit regionalen Medien meinst. Wenn ich jetzt einmal die klassischen Medien hernehme, also die Regionalzeitungen von mir aus auch noch Sendungen wie Oberösterreich Heute im Fernsehen, dann fällt mir auf, dass die schon etwas zu regional zentriert sind vor allem wenn es darum geht Zusammenhänge zu vermitteln zwischen überregionalen, teilweise globalen Problemen und den Auswirkungen auf die Region. Also man blickt meiner Meinung nach fallweise zu wenig über den Tellerrand hinaus und zeigt die Wechselwirkungen zwischen verschiedenen globalen Entwicklungen und den regionalen Effekten ein bisschen zu wenig.

EVA SEEBACHER: In welchen Bereichen wäre das der Fall kannst du welche nennen?

GERALD WARTER: Also das fängt jetzt klarerweise an bei der Flüchtlingsinitiative, wobei es da jetzt auch einige Initiativen gibt. Das geht genauso über Aktivitäten wie TTIP und Handelsabkommen oder ähnliche Sachen. Wo in meine Augen relativ einseitig Pro oder Contra berichtet wird. Wenige wissen worum es genau geht und noch weniger wissen genau welche Wirkungen das für die Region haben wird. Politische Entscheidungen auf EU Ebene, man muss gar nicht so weit gehen, es reicht auch schon ein Blick auf Bundes oder Landesebene wo die Auswirkungen schon relativ wenig hinterfragt werden (Anm. EVA SEEBACHER die Auswirkungen auf die Region)

EVA SEEBACHER: Und wenn du an das Freie Radio B138 denkst, was fällt dir als erstes ein.

GERALD WARTER: Was mir da als erstes einfällt ist eigentlich die Arbeit mit Jugendlichen, wo wir die meisten Berührungspunkte auch haben. Die Ferienaktion, Kirchdorfer Talentwoche, vormals Schlaufuchsakademie, die Lehrlingsmesse, das ist dann wo ich sie am meisten wahrnehme.

EVA SEEBACHER: Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

GERALD WARTER: So als bunter Farbtupfen von ein paar aktive Spinner, ich formuliere jetzt einmal besonders kritisch, von ein paar aktive Spinner, die sich zwar recht aktiv einbringen, von denen man aber nicht genau weiß was man halten soll.

EVA SEEBACHER: Und welche Themen greift das Freie Radio auf?

GERALD WARTER: Da ist es schwer für mich auch auseinanderzuhalten was ist das Freie Radio? Was sind die Leute die dahinterstehen die auch teilweise andere Initiativen haben. Was macht das 16A? Was macht das Otelo? Da ist ein Dunstkreis an Leuten und Initiativen die schwer voneinander zu trennen sind. Kreatives Entwickeln ist für mich ein so ein Schwerpunktthema, Begegnen ist ein so ein Schwerpunktfeld das sich durchzieht. Im weiteren Sinne Jugendschluss oder Einbindung ist auch so ein Themenbereich.

EVA SEEBACHER: Gibt es Bereiche oder Themen wo das Freie Radio sonst noch aktiv werden sollte?

GERALD WARTER: Ich spüre jetzt ganz spontan keine so große Lücke wo ich sage, da denke ich sofort ans Freie Radio. Wo es fallweise Bedarf gibt stehen wir in Kontakt.

EVA SEEBACHER: Jetzt unabhängig vom Freien Radio wenn du an Projekte, Initiativen, Unternehmungen in der Region denkst, woran erkennst du, dass das regional wirkt oder wirksam ist?

GERALD WARTER: Das lässt sich eigentlich immer nur in Bezug auf das Einzelprojekt oder die Einzelinitiative beantworten, sei es jetzt durch Bildungsmöglichkeiten, sei es jetzt durch Arbeitsplätze, sei es jetzt durch konkrete Produkt-, oder Dienstleistungsangebote, die neue entstehen wie die Güterwege oder ähnliches. Also so pauschal lässt sich das meiner Meinung nach nicht beantworten, dazu sind die Projekte einfach zu unterschiedlich und haben auch zu unterschiedliche Zielsetzungen.

EVA SEEBACHER: Erkennst du, dass das Freie Radio in der Region wirksam ist. Wenn ja, woran?

85 **GERALD WARTER:** Also wenn ich jetzt sage, es ist ein maßgeblicher Einflussfaktor, dann wäre das hoffnungslos übertrieben. Woran ich es am ehesten erkenne ist in der Arbeit mit Jugendlichen, wo Jugendlichen auch ein Stück weit das Gefühl vermittelt wird, dass sie Medien selbst gestalten können und, dass sie selbst auch Informationskanäle zum Vermitteln von Botschaften benutzen können und nicht nur zum Empfangen von Botschaften.

EVA SEEBACHER: Also Selbstbefähigung und Empowerment.

90 **GERALD WARTER:** Ja Genau.

EVA SEEBACHER: Und die Rolle von Freien Radios in Bezug auf Regionalentwicklung, wie würdest du die beschreiben?

95 **GERALD WARTER:** Schwierig, also da fehlt mir der Einblick in die anderen Freien Radios in anderen Regionen. Im Bezirk Kirchdorf erlebe ich es wie schon vorhin erwähnt, als ein so ein kreativer Bestandteil im Medienmix, der aber sehr stark mit anderen Initiativen Personell und Inhaltlich sowieso verzahnt ist und wo das sozusagen Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit von mehreren Initiativen ist, die aber teilweise von einem ähnlichen Personenkreis getragen werden. Ich glaube aber auch, dass es für viele, oder die meisten Regionalinitiativen, die jetzt nicht unbedingt in diesem Kulturkreis oder ähnlichen angesiedelt sind keine zu große Bedeutung hat.

100 **EVA SEEBACHER:** Mhm, eher in dem Vernetztsein, wie du das zuerst erwähnt hast. Und gäbe es Möglichkeiten wie das Freie Radio Regional noch mitgestalten könnte?

105 **GERALD WARTER:** Ich glaube, ich meine es steht ein Stück weit auch entgegen der Zielsetzung der Freien Radios, wenn sie sagen, sie wollen eigentlich nicht kommerziell im engeren Sinne tätig sein. Trotzdem, glaube ich, dass ein Stück weit mehr Kontakt in Richtung Wirtschaft im weiteren Sinne, durchaus kein Fehler wäre, formulieren wir es einmal so. Das ist natürlich auch der Hintergrund woher ich komme und da wird es nur am Rande ein bisschen Richtung Lehrlingsaktivitäten wahrgenommen, aber ich glaube bei den meisten Betrieben ist das Radio B138 noch nicht in der Wahrnehmung angekommen.

110 **EVA SEEBACHER:** Was wären da Wege wie Kontakte zustande kommen könnten? Was fällt dir da ganz spontan ein.?

115 **GERALD WARTER:** Ja ähnlich wie ihr es schon bei den Schulen macht wo man sich ja ganz bewusst als Ausbildungsradio positioniert und in die Schulen geht, ähnliches würde mir durchaus auch für die Unternehmen vorschweben wo man es entweder für die Lehrlinge oder manchmal auch für die Marketingabteilung oder ähnliches als Übungsradio für die eigenen Botschaften zur Verfügung stellen kann.

EVA SEEBACHER: Genau, dass man dort auch Ausbildungsradio betreibt quasi. Glaubst du, dass Freie Radio Möglichkeiten in der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

120 **GERALD WARTER:** Der Vorteil ist auch gleichzeitig die größte Schwäche: Das Freie Radio ist lokal und zwar sehr begrenzt. Also insofern wenn das Einzugsgebiet der Aktivität mit dem Sendegebiet sehr gut zusammenfasst ist es wahrscheinlich ein Kanal mit den geringsten Streuverlusten und den Ereignissen vor Ort. Hängt aber auch in gewisser Weise davon ab was die Aktivität ist und wie weit die ... [...] Also ein Freies Radio hat die Möglichkeit Initiativen aufzugreifen, die klein und lokaler Natur sind, was ein Landesradio, also auf Oberösterreich Ebene oder ähnlicher Ebene, wahrscheinlich

125 nicht in diesem Ausmaß tun würde, also insofern kann es auch Veranstaltungen aufwerten oder trotzdem einen Medienzugang ermöglichen, den ein anderes Medium nicht aufgreifen würde.

EVA SEEBACHER: Inwiefern ist das eine Schwäche, weil du am Anfang gesagt hast, dass...[...]

GERALD WARTER: Eine Schwäche ist es dahingehend, dass es dann auch nur wieder lokal sendet und die Botschaft nicht weiter rausgeht. Und auch, dass es nicht einmal mehr den ganzen Bezirk abdeckt, also auch da schon per Definition Lücken sind.

130 **EVA SEEBACHER:** In der Theorie, je nachdem ob es aufgegriffen wird, gibt es ja dieses Cultural Broadcast Archiv wo dann andere Freie Radios auf die Sendung zugreifen können und sie aussenden können auch wenn es nicht in der eigenen Region passiert also theoretisch und über das Internet ist es auch abhörbar.

135 **GERALD WARTER:** Ich glaube aber nicht, dass jetzt Leute aktiv übers Internet Radiobeiträge suchen wenn dann sind das höchstens noch Veranstaltungen wo Referenten oder Initiativen über ihre eigenen Homepages oder Facebook oder wo auch immer als Rückblick oder zum Nachhören anbieten. Also insofern hat es eine Archivfunktion vielleicht noch aber nicht unbedingt eine aktive Sendefunktion noch, die über das erstmalige Senden hinausgeht.

140 **EVA SEEBACHER:** Ich verstehe was du meinst; Welche Angebote setzt das Freie Radio in der Region, welche kennst du da und wer nützt es?

145 **GERALD WARTER:** Wie schon zuerst gesagt, was ich am meisten kenne sind die Ausbildungsmöglichkeiten über das Ausbildungsradio und der Besuch in der Schule, bei der Lehrlingsmesse. Reportagen über alle möglichen Begegnungsfeste, Reportagen über den Bereich Asyl. Reportagen von Kulturveranstaltungen, INOK Sommerfest, oder ähnlichen ich habe sie auch schon beim Lauf in Schlierbach erlebt. Da war ich eher überrascht, dass Radio B138 Sportreportagen macht, ich glaube da hängt es halt auch von den Interessen, Lust und Laune des jeweiligen Mitarbeiters oder Mitarbeiterin ab. Aber insofern für diverse regionale oder kleinere Veranstaltungen kann man sie ja auch buchen...

EVA SEEBACHER: Nach dem man ja auch jederzeit selbst eine Aussendung machen kann...

150 **GERALD WARTER:** Was mir durchaus bewusst ist, was ich ganz alleine aber noch nie gemacht habe, in Doppelconference aber schon. Aber die Möglichkeiten sind mir bewusst.

EVA SEEBACHER: Wen erreicht das Freie Radio abgesehen von Hörerinnen und Hörern?

155 **GERALD WARTER:** Im Wesentlichen glaube ich wenn es aktiv genutzt wird das Umfeld der jeweiligen Projekte/Initiativen. Wenn ich jetzt mal etwas überspitzt formuliere: Der Oma Effekt. Du Oma wir sind im Radio, da kannst du dir das anhören. Und macht auch das Umfeld noch stolz oder wertet die Veranstaltung auf.

EVA SEEBACHER: Könntest du Empfehlungen abgeben damit das Freie Radio seinen Wirkungskreis vergrößert?

160 **GERALD WARTER:** Vielleicht ein bisschen den eigenen Dunstkreis verlassen und vielleicht auch ein paar Leute ansprechen mit denen man vielleicht sonst nicht so Berührungspunkte hätte, denen man vielleicht sogar skeptisch gegenüber steht oder von denen man weiß, dass sie dem Freien Radio skeptisch gegenüberstehen nur um vielleicht da ein paar Brücken eher geschlagen werden. Und wenn es nur eine einmalige Sendung ist ist es besser als nichts, als sich nur skeptisch gegenüber zu stehen.

- 165 **EVA SEEBACHER:** Welche Menschen sollte denn das Radio einbinden um seine Wirkung zu erhöhen?
- GERALD WARTER:** Am leichtesten tut man sich natürlich immer mit Leuten die schon in verschiedenen Funktionen aktiv sind, die etwas gestalten wollen, etwas bewegen. Die auch in gewisser Weise auf der Suche nach einem Medium sind um ihre Botschaften zu transportieren und die können ja auch divergieren. Also da sehe ich den meisten Zugang... Potential
- 170 **EVA SEEBACHER:** Möchtest du konkret jemanden nennen?
- GERALD WARTER:** Nein...
- EVA SEEBACHER:** Hast du Ideen regionale Projekte zu entwickeln oder inhaltlich weiter zu generieren zu fördern?
- 175 **GERALD WARTER:** Nimm jetzt einmal an du meinst in Bezug auf das Freie Radio. Naja es gehört zu meiner Arbeit immer wieder Projekte und Projektideen zu generieren und Projekte auch immer wieder umzusetzen. Auch Projekte die gerade laufen. Auch Projekte die gerade eingereicht sind auch in Bezug auf das Freie Radio in Bezug auf Berufsorientierung und Berufsinformation. Da wird auch einiges in nächster Zeit wieder auf euch zukommen. Was mir spontan auch immer schon vorschwebt ist dass ich einmal eine eigene Sendung gestalte mit Musik des jeweiligen Landes. Weg vom
- 180 Musikalischen Mainstream, dass man mal Lieder hört finnisch oder Baskisch, das wäre etwas das mich einmal reizen würde. Vielleicht auch verbunden mit ein paar Geschichten zum jeweiligen Land auch dazu. Also so ein Ö1 Journal Panorama mit musikalischer Umrandung. Ja sonst würde ich schon vielleicht noch einmal aktiv auf die Vereine zugehen ich kann mir da gut vorstellen, dass da noch etwas kommen kann.
- 185 **EVA SEEBACHER:** Ok Danke. Wie könntest du selbst oder deine Organisation von dem Freien Radio profitieren oder wie könntest du es nutzen?
- GERALD WARTER:** Wir könnten es nicht nur nutzen wir nutzen es jetzt schon und das relativ regelmäßig und zwar über die Lehrlingsmesse, wo man auch im Vorfeld den einen oder anderen Beitrag gestalten. Wir nutzen es im Sommer über die Ferienaktion wo wir über die Kirchdorfer
- 190 Talentewoche auch einen dreitägigen Medienworkshop machen. Verbindung von Fernsehen, Radio und Printmedium. Wo auch 10 bis 14 jährige Kinder das Mediengestalten lernen können. Dann nutzen wir es auch immer wieder auch für Ausbildungszwecke in verschiedenen Lehrlingsinitiativen oder auch als Vehikel wie Lehrlinge selbst ihre Botschaften formulieren und auf den Punkt bringen können.
- 195 **EVA SEEBACHER:** Da tut sich ja eh schon einiges. Was würde dich aber jetzt selbst motivieren Sendungsmacher zu werden oder selbst einen Beitrag mitzugestalten? Braucht es noch irgendwas?
- GERALD WARTER:** Außer einem Tritt in den Hintern und einer Einschulung in die Technik glaube ich nicht. [LACHEN]
- EVA SEEBACHER:** Das lässt sich machen.
- 200 **GERALD WARTER:** Vielleicht ein Format noch oder so, damit es nicht nur eine einmalige Geschichte ist. Wo es da vielleicht auch einen Kreis gibt wo Menschen ähnliche Sendungen gestalten, damit sich das abwechselt.
- EVA SEEBACHER:** Ich glaube da gibt es ein Angebot. Was glaubst du sind die Beweggründe des Teams des Freien Radios dieses zu betreiben?

205 **GERALD WARTER:** Ich glaub dass wir bei den Meisten bei der Maslowschen Bedürfnispyramide relativ weit oben im Sinne der Selbstverwirklichung, der eigenen Kreativität ausleben, der eigenen Ideen realisieren verbunden schon mit ein bisschen Spaß in dem Umfeld also das glaube ich ist für die meisten Leute der Hauptgrund sich da einzubringen manchmal natürlich auch um die eigene Meinung oder Botschaft kund zu tun.

210

Anhang M – Stakeholderinterview mit Elisabeth Kumpl-Frommel

Interviewpartner: Mag.^a Elisabeth Kumpl-Frommel, SPES Familienakademie, Literarische Nahversorger

5 Datum: 29.04.2016

Ort: Seminarraum SPES Zukunftsakademie

Interviewerin: Eva Seebacher

EVA SEEBACHER: *Vorgespräch über Sendeverhalten von Elisabeth Kumpl-Frommel*

10 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Ich bin in der Spes Familienakademie seit 13 Jahren und Gemeinde und Regionalentwicklung ist unser Hauptschwerpunkt und das immer um Familie und Soziales. Wir schauen immer wo Brennpunkte in der Gesellschaft sind, gerade in diesem Familienbereich und versuchen dann Projekte einzureichen auf verschiedenen Ebenen; EU Ebene, Bundesministerium, Land Oberösterreich und setzen dann diese Projekte um. Pilotprojekte. Ganz konkret, das ist grade sehr spannend, wir haben gerade couragierte Gemeinde, das ist ein Projekt zu Thema Vandalismus, 15 Mobbing, Kriminalität von Jugendlichen, wir setzen dieses Projekt gerade in der Gemeinde Ansfelden um, das ist ein Pilotprojekt. Also wir versuchen das gerade auszuprobieren wie wir das gut schaffen und wie man das ansetzen muss dass so ein Projekt auch in einer Gemeinde angenommen wird und das wollen wir dann multiplizieren in anderen Gemeinden. Das ist der Ansatz der neuen Autorität nach Heimo Meer [sic] wo es viel um Zivilcourage geht und wie wir als Bürgerinnen und Bürger 20 wieder handlungsfähig sind und uns auch einmischen und teilnehmen am Gemeindeleben und binden da die Jugendlichen ein. Elternhaltestelle ist auch etwas interessantes, das wir entwickelt haben, das gut läuft in Oberösterreich, dass die Kinder wieder zu Fuß in die Schule gehen. Im Bezirk Kirchdorf, Steyr-Land haben wir das Projekt FamilienpatInnen wo wir Personen ausbilden die dann in Familien gehen und dort Unterstützung leisten. Es ist auch ein Pilotprojekt, was wir versuchen auch 25 in andere Bezirke zu bringen.

EVA SEEBACHER: Jetzt aber nicht in Bezug auf Asylwerberfamilien oder?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Das soll ein Projekt für die ganze Bevölkerung sein. Wir wollen schon schauen, dass auch aus diesem Bereich Leute dabei sind. Wenn da in der türkischen Community in Grünburg da auch zwei Familienpatinnen ausgebildet werden. Auf der Ebene Asylberechtigte wenn 30 wir einmal welche haben im Bezirk, jetzt haben wir ja erst 17 oder so. Also alle die das Recht haben hier zu leben und die Berechtigung, dann wäre das schon sehr interessant, also ich denke die Asylberechtigten mit aber wir haben da noch kaum jemanden. Da müssten wir eher in den Bezirk Wels Land gehen oder so.

6:15 bis 7:15 Für Erhebung nicht wichtig

35 **EVA SEEBACHER:** In drei Teilregionen laufen jetzt Umfragen... Was verbindest du denn mit unserer Region?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Wir sind eigentlich in gewisser Weise schon urban wir sind gar nicht so ländlich weil wir so viele Arbeitsplätze haben und Firmen haben und auch viel Kulturangebote. Also ich finde unsere Region wo ich wohne. Schlierbach, Kirchdorf, Kremsmünster ist für mich gar 40 nicht so typisch ländlich. Das geht schon eben ein bisschen in Urbane hinein. Das hängt viel mit den guten Firmen zusammen und den Initiativen. Was verbinde ich noch mit unserer Region. Die Schlagwörter: Genussregion. Nein aber was ich schon bezeichnend finde ist dass es viele junge Leute

gibt die zwar studieren gehen nach Wien oder Graz, die dann aber auch wieder zurückkommen in unsere Region. Und dass es nicht nur die Feuerwehr, den Musikverein und Klassisch das Fußball gibt
45 sondern auch dass es auch andere Vereine gibt die so andere Gruppen ansprechen, auch jüngere und dass das auch den Bürgermeister*innen auch klar werden muss wie toll das ist, dass wir so eine Vielfalt an Vereinen haben, was ja auch Jüngere wieder an diese Region bindet und somit auch eine Innovationskraft, weil von den Älteren kommt ja weniger Innovationskraft weil von den Älteren kommt ja die Beharrlichkeit, die Halten die Dinge im Laufen. Aber diese Innovationskraft die ja jede
50 Gegend braucht die haben wir schon. Ich erkläre mir das immer über Sachen wie INOK, oder Literarische Nahversorger, also die verschiedensten Gruppen, güterwege, Radio B138, oder in Kremsmünster das MuKUKU, das sind alles ganz wichtige Initiativen die Leute aus der Stadt holen und sogar Menschen die gar nicht hier gelebt haben die hier herziehen und es genießen hier zu wohnen.

55 **EVA SEEBACHER:** Dann komme ich gleich zur nächsten Frage: Wenn du an die Entwicklung der Region denkst, welche Aktivitäten oder Projekte fallen dir dazu ein?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Ich habe es schon ein bisschen aufgezählt also ich glaube, dass das SPES ein ganz wichtiger Punkt ist, mit Pro Nahversorgung und die Initiativen die da gesetzt wurden. Und da ist sicher ein Anfang auch passiert übers SPES. Literarische Nahversorger finde ich wichtig,
60 INOK, über Jahre schon, dann diese jungen Initiativen, güterwege, MUKUKU, ich vergesse sicher einiges, in Pettenbach zum Beispiel, diese Filmabende zum Beispiel. Diese verschiedenen Theater in Kirchdorf, die Theaterwerkstatt, ich möchte eigentlich keinen vergessen, aber, es wäre ja interessant diese Initiativen einmal alle auf einem Zettel zu haben die man dann ja auch alle kennt... B138 ist ganz, ganz wichtig und auch das Kulturhaus ist auch ganz wichtig und vergessen darf man natürlich
65 auch nicht, dass diese klassischen Systeme wie die Feuerwehr oder der Sportverein oder solche Dinge, das ist ja wenn man Kinder hat oder das Haus brennt eine gute Basis.

EVA SEEBACHER: Eine gute Basis auf jeden Fall. Gibt es bestimmte Akteure an die du denkst wenn du an die Region denkst, also bestimmte Menschen?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Naja, die sollte ich auch wieder so aufteilen in die älteren Akteure und jüngeren Akteure. Tragler Alois zum Beispiel, der so sehr initiativ war, und dann bei der INOK, ob
70 das der Joppal ist, oder der Stifter Gerhard, oder Mike Schedlberger, oder die Tanja (Landerl), wer fällt mir denn noch ein als Akteur? Ich finde es auch sehr spannend wie der Dax, der da jetzt mit seinem Gemüseanbau kommt oder auch die Leute vom Bauernmarkt, da könnte man ja ganz viele Namen nennen, die sich da engagieren. Sighartsleitner, das ist ein älterer aus Steinbach, der auch da
75 den Boden aufbereitet hat. Uhl Hansi, mir fallen wenig Frauen ein, das stört mich. Ich meine interessant ist auch das Thema Berta, oder die Insel in Scharnstein, da gäbe es ja nur Akteurinnen. Es gibt ja so viel verschiedene Gruppen, wo man ja weniger involviert ist aber immer wieder begeistert ist was die machen. Kino Kremsmünster, ich bekomme da immer den Newsletter und dann denke ich mir, oh so ein schöner Film den wollte ich doch immer schon sehen, aber dann fahr ich doch selten
80 hin. Zum Arthouse in Kirchdorf, wenn ich es schaffe. Ich finde das immer so spannend, weil man kann ja gar nicht alle Termine wahrnehmen. Aber mit den Frauen, das müssen wir uns noch etwas überlegen, was da noch für Akteurinnen gibt. Vielleicht auch welche die nicht so massiv auftreten aber das System aufrechterhalten.

EVA SEEBACHER: Das stimmt. Mir fällt jetzt noch die Lisi Neubacher ein, vom Radio und auch vom
85 Theater und auch die vielen Frauen vom Theaterverein Kirchdorf,...

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Ja und auch die Horcizka Johanna, die jetzt viel im Theater macht und das auch weiterführt von ihrem Vater dem Franz.

EVA SEEBACHER: Oder auch Sabrina Leitner als Unternehmerin und politisch Engagierte. Ok. Wie wichtig sind deiner Meinung nach Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

90 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Ohne die Kommunikation würden wir uns nicht mehr weiterentwickeln, also das ist ein ganz zentrales Thema. In wieweit man es auch publik machen muss und davon abschauen kann, ich weiß gar nicht, nein ohne Kommunikation geht gar nichts, ich glaube ja auch, dass das eine Spezialität von unserer Gegend ist, also auch generationsübergreifend. Das nicht nur die Jungen in einem Eck werken und dann die Älteren, die dann vielleicht bei den
95 Goldhauben sind oder so. Sondern, dass sich das gut vermischt und wenn ich zum Beispiel auf ein Sommerfest gehe oder so, den Dreijährigen da habe, aber auch den 80jährigen. Und das ist ein zentrales Thema von wie tauschen wir uns aus und was können wir voneinander lernen und wie können wir uns auch Ideen generieren, das kann ich ja nicht nur alleine im Kämmerlein, sondern ich brauche ja da auch ein DU um das gut weiter zu entwickeln. Auch um zu schauen, ah da gibt es ja ein
100 Thema, das sollten wir aufgreifen und dann gibt es Menschen die sich dazu unterhalten, „das ist eigentlich ein Problem, oder das wäre eigentlich in unserer Region etwas Wichtiges, und dann kommen noch drei dazu, weil das macht auch Spaß.“ Wenn ich jetzt an die Literarischen Nahversorger denke, das machen wir ja ehrenamtlich und das ist beim Radio wahrscheinlich auch nicht anders und bei der INOK und in anderen Vereinen. Also Kommunikation ist ein ganz wichtiges
105 Mittel und das Radio und auch die verschiedenen Medien bringen ja auch so eine Diskussionskultur nach außen. Ich hätte mehr gerne so Diskussionsrunden, dass man sich auseinandersetzt mit anderen. Also sich mehr austauschen mit anderen „herumspinnen“.

EVA SEEBACHER: Wenn du an das Freie Radio denkst, was fällt dir da als erstes ein?

110 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Christoph Radinger (Sendungsmacher KV138 Classical), mir hat eine spezielle Sendung sehr gut gefallen (Weltfrauentag) und ich habe mehrere von ihm gehört, mir sagt auch die Jazz Sendung etwas. Ich glaube, dass das ganz toll ist mit den Schulen, ich glaube, das funktioniert sehr gut, das ist etwas ganz, ganz großartiges. Ja natürlich die Räumlichkeiten die sind toll, Lisi fällt mir ein, Julian fällt mir ein, ganz großartig wenn sie bei den Lesungen da sind. Und auch bei Vorträgen, da gäbe es noch viel Kooperationsmöglichkeit. Gerald Koller war jetzt da und es war
115 ein fantastischer Vortrag, wo ich mir denke, schade, dass er nicht aufgenommen worden ist. Sehr problematisch eigentlich, weil das war so das Zeitthema, Integration wie gehen wir vor...

EVA SEEBACHER: Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

120 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Ich glaube, dass es von einer speziellen Gruppe gut wahrgenommen wird und manche Leute hören auch Radio, aber ich glaube, dass es eine kleine Gruppe ist. Und ich weiß nicht ob das Radio Freistadt, das hat ja einen Namen ziemlichen Namen, ob die einen größeren Namen haben ob die bekannter sind? Das frage ich mich öfters.

EVA SEEBACHER: Das ist halt die Frage ob das mit der Stadtnähe zusammenhängt. Welche Themen greift denn das Freie Radio auf in deiner Region?

125 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Nachdem ich es nicht so oft höre kann ich das gar nicht so beantworten. Literarische Nahversorger und so greifen sie schon immer wieder auf...

EVA SEEBACHER: Gibt es Bereiche oder Themen wo es aktiv werden sollte?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Ich finde ja das Thema Vorträge, wo man ja nur ein Gerät hinstellen muss und das zu senden finde ich spannend. Ich finde auch Wiederholungen sehr ok. Man weiß nicht mehr was man vor einem Jahr so gehört hat. Also ihr habt vom Bernhard Samitz ganz geniale
130 Sendungen wo ich mir denke die würde ich mir gerne wieder einmal anhören. Und ich höre ja bei Ö1 auch Wiederholungen also von dem her... Vielleicht habe ich sie gehört vielleicht nicht. Ich finde Wiederholungen ganz ok. Ich habe jetzt von der Christine Nöstlinger eine Parlamentsrede gehört vom Mai 2015 über das Thema Rassismus. Aber das ist so großartig diese Rede wo man denkt, das hat sie gestern gehalten. Da denke ich mir eine gute Sendung kann man öfters spielen. Bernhard
135 Samitz über Skeptizismus das hat ewige Gültigkeit.

EVA SEEBACHER: Woran erkennst du ob ein Projekt in einer Region wirksam ist?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Also wenn ich einmal ein, zwei Jahre überstanden habe, dann habe ich eine gewisse Wirksamkeit und das Radio, ich weiß gar nicht genau wie lange es das schon gibt aber das Radio das hat schon einige Jahre auf dem Buckel, da passiert etwas, das hat eine gewisse
140 Wirksamkeit, ob ich es jetzt höre oder nicht allein schon über den Zeitfaktor. Ja wenn ich bestimmte Gruppen, wenn das mit den Schülern gut funktioniert, weil die Schüler ja irrsinnig viel lernen gut aufzutreten beim Radio. Das sage ich ja auch den Lehrern, was muss ich im Beruf können? Vor 10, 15 Leuten frei zu reden und das kann ich im Radio schon ein bisschen üben, ohne rot zu werden und Zitteranfälle zu bekommen. Also da habe ich eine Wirksamkeit bei den Schülern und das finde ich
145 ganz großartig.

EVA SEEBACHER: Was von diesen Faktoren trifft jetzt auf das Radio zu? Du hast gesagt über die Zeit, also mehr als 6 Jahre, das trifft also zu.

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Ja mit den Schülern, das ist ein ganz wichtiger Punkt, wenn ich so Musiksendungen habe, oder wenn ich an Bernhard Samitz denke, aber wenn sich Menschen
150 Gedanken machen über ein Thema, dann müssen sie auch mit anderen Leuten sprechen und da kommt automatisch eine Wirksamkeit zusammen. Und das ist zur Zeit auch ein bisschen unser Problem, dass wir sehr materialistisch unterwegs sind und Familien ganze Nachmittage im Einkaufszentrum verbringen und dann eigentlich ein bisschen für meine Begriffe am Leben vorbeileben. Also diese Auseinandersetzung mit verschiedenen Themen und Reflexion, das ist ein
155 ganz zentrales Thema und das bewirkt auch Radio.

EVA SEEBACHER: Wie siehst du die Rolle der Freien Radios in Bezug auf Regionalentwicklung.

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Eine Bühne zu finden, gerade für so kleine regionale Themen. Ö1 schüttelt den Kopf wenn ich anrufe und sage bitte bringt eine Sendung über mich, gebt mir eine
160 Bühne. Ich muss ja auch zum Beispiel als Projekt oder als Regionalentwickler eine kurze Zusammenfassung machen, einen Überblick machen, was ist denn mein Projekt was tu ich denn da und da habe ich die Chance, dass ich das über das Freie Radio mache. Bekanntheit erhöhen, Kooperation machen. Da müsste man natürlich noch mehr schauen, wenn ich an meine Projekte denke, wenn ich an Familienpatenschaften denke oder Elternhaltestelle, könnte ich da nicht eine bessere Kooperation mit dem Freien Radio machen.

EVA SEEBACHER: Du hast es ja schon ein bisschen angesprochen mit Kooperationen, aber wie könnte das Freie Radio die Region noch mitgestalten?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Zum Beispiel wenn eine Veranstaltung im Spes oder im Theatersaal oder in Kremsmünster ist, das wirklich auch aufzunehmen und das wirklich auch noch mal zu senden.

170 Wo man das vielleicht noch einmal besser verbreitet auch. Ich weiß nicht wie die Vernetzung geschieht in den Freien Radios, aber ich habe einmal im B138 eine Sendung von einem Salzburger Freien Radio gehört.

EVA SEEBACHER: Erklärung cba

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Wie kann man Regionalentwicklung aufzeigen und dann auch wieder multiplizieren in anderen Freien Radio Szenen.

175 **EVA SEEBACHER:** Glaubst du, dass das Freie Radio Möglichkeiten in der Regionalentwicklung hat, die nur das Freie Radio hat?

180 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Vielleicht bei so alternativen, bisschen schrägen Themen kann ich mir das schon sehr gut vorstellen, wo irgendwelche Zeitungen sagen „nein lassen wir das, das ist ja völlig verrückt“ aber den verrückten Sachen soll man ja nachgehen, weil die haben oft einen Kern wo was ganz interessantes, witziges herauskommen kann. Und vielleicht „verrückte“ Leute ein bisschen zusammenbringen kann.

EVA SEEBACHER: Welche Angebote bietet das Freie Radio in deiner Region und wer nützt es?

185 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Ja das mit den Schulen finde ich ganz toll, ich glaube mit Senioren passiert auch etwas, also Schule, Musik. Des mit Eva und Ariel, das fand ich immer ganz gut, da habe ich die Sendezeit gewusst. Also manchmal war es so, dass bei unseren Lesungen das Radio aufgestellt worden ist, jetzt tut gerade keiner was.

EVA SEEBACHER: Theoretisch müsstet ihr nur ein Aufnahmegerät aufstellen.

190 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Ja, aber ich weiß nicht wer das dann verwaltet oder verarbeitet. Ich meine beim Literaturfestival, da wird das wieder eine großartige Kooperation werden aber auf anderer Ebene.

EVA SEEBACHER: Fällt dir jemand ein, den das Radio erreicht, abgesehen von den HörerInnen?

195 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Also ich denke das Radio mit. Mich erreicht es obwohl ich keine Hörerin bin. Und ich glaube auch, dass es immer wieder Personen schon auch erreicht die das mit einer gewissen Gruppe auch verbindet oder so. Ich finde das Logo, das ist doch schon sehr in den Köpfen drin.

EVA SEEBACHER: Was würdest du dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius erhöhen kann?

200 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Also ich würde das mit dem Newsletter machen. Also ich würde die Programmpunkte die da sind ausschicken, oder wenigstens einmal über die Literarischen Nahversorger oder solche Netzwerke. Wo ich einmal sage, das sind Sendeschwerpunkte, da gibt's Schülerradio, da sind Senioren und so. Zur Zeit weiß ich gar nichts. Ich schalte das Radio ein, dann ist schreckliche Musik und dann bin ich keine die ins Internet geht oder so. Drum fände ich das interessant wenn ich etwas zumindest ein Mal im Monat bekäme wo das drinsteht wann was ist. Aber so habe ich null Ahnung und dann muss man auf Gut Glück und dann kommt man zu nichts.

205 **EVA SEEBACHER:** Gibt Erklärungen zum Programm

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Die Englischen Nachrichten die erwische ich immer mal wieder, da schalte ich nicht aus. Ich weiß nicht ob ihr eure Programmpunkte auch ankündigt aber... Für mich persönlich wäre ein Newsletter toll, weil dann kommt man so langsam ein bisschen hinein.

Eigentlich sollte man bei jeder Veranstaltung so präsent sein.

210 **EVA SEEBACHER:** Gibt's Menschen, die man im Besonderen einbinden soll?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Ja Kinder, Jugendliche finde ich großartig wenn man das macht. Ich weiß nicht inwieweit man die noch besser ansprechen kann.

EVA SEEBACHER: Welche Ideen hast du um regionale Projekte zu generieren oder inhaltlich zu fördern?

215 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Ich hätte gerne immer wieder so Gruppen wo man querdenkt und spinnt aber das muss dann auch immer angeleitet werden und dann müssen die Leute Zeit haben und so. Ich kann nur schildern wie es bei mir abläuft. Ich rede mit irgendwem und der erzählt mir dann ein spezielles Schulthema oder so ein Thema wie „Bei uns ist die Straße immer so verstopft“ Dann macht es bei mir Rmm, Rmm (Nachdenkmäßig) Aha die Straße ist verstopft und so, was muss
220 man daran ändern. Oder ich denke über Familien nach, Kinder großziehen und das Haus putzen und Karriere machen, das ist alles so anstrengend und da brauch ich schon immer Leute die mir Sachen erzählen weil ich daraus Projekte mache. Wenn man darüber diskutiert, dann kommt da schnell mal eine Idee. Also Ideen habe ich genug. Wie man es dann fördert und einbringt, da muss man extrem beharrlich bleiben. Couragierte Gemeinde habe ich sechs Jahre lang eingereicht. Jetzt ist es mal da,
225 aber wie macht man es nachhaltig wie leitet man es weiter wie geht man es über Jahre aufrecht an. Wie schaut man dass es läuft. Das muss sich jetzt erst einmal alles entwickeln. Gibt auch viel Projekte, die man anfängt und die dann sterben.

EVA SEEBACHER: Wie könntest jetzt du und deine Organisation vom Freien Radio profitieren?

230 **ELISABETH KUMPL-FROMMEL:** Ich habe das mit den Veranstaltungen gemacht also was zu schreiben, damit es angekündigt wird.

EVA SEEBACHER: Was würde dich motivieren selbst Sendungsmacherin zu werden?

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Also ich war bei Vater Morgana eingeladen und das hat mir enorm Spaß gemacht. Aber eine eigene Sendung, nein ich muss gerade üben Nein Danke zu sagen.

235 **EVA SEEBACHER:** Was glaubst du sind die Beweggründe des Teams des Freien Radios eines zu betreiben.

ELISABETH KUMPL-FROMMEL: Also innerlich muss das ein Vergnügen machen. Ich weiß es nicht wie es ist aber ich kann mir vorstellen, dass man sich gern hat und gern untereinander arbeitet. Dann muss man mit Technik seinen Spaß haben. Also so Kopfhörer und Anlagen und Knöpfe drehen also das muss auch ein bisschen Spaß machen und auch etwas für andere zu Produzieren. On Air gehen
240 hat sicher einen gewissen Kitzel auch. Man kann sich ja zusammensetzen und über etwas reden und seine Musik spielen, aber es hat mehr Gewicht dadurch, dass es halt nach außen gestrahlt wird.

Anhang N – Stakeholderinterview mit Helmut Tschautscher

Interviewpartner: Helmut Tschautscher

Datum: 07.06.2016

5 Ort:

Interviewerin: Julian Ehrenreich, Freies Radio B138

JULIAN EHRENREICH: Interviewtermin mit Helmut Tschautscher. Es ist der siebte Juni. 9 Uhr 47 in Kirchdorf an der Krems. Als Region definieren wir in unserer Studie das Sendegebiet des Freien Radio B138. Was verbinden sie mit dieser Region.

10 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Für mich ist diese Region zuerst einmal eine Heimat. In die ich erst vor 20 Jahren hergezogen bin. Ich verbinde damit große Anstrengungen in Richtung Bio und Biologische Lebensmittel und so. Also Initiativen in diese Richtung sind bei uns sehr stark ausgeprägt und eine gewisse „Sturschädeligkeit“ ist auch da daheim. Sich nicht alles gefallen lassen von oben her. Kämpfen. Ob es jetzt immer so gescheit ist oder nicht kommt mir manchmal vor [lacht]... Ja das
15 verbinde ich mit der Region.

JULIAN EHRENREICH: Das heißt das menschliche, darüber hinaus auch etwas ökologisches das einem mit der Landschaft verbindet. Gibt es noch einen weiteren Faktor in wirtschaftlicher oder politischer Hinsicht.

HELMUT TSCHAUTSCHER: Also was man immer so mitbekommt und ich verfolge das nicht sehr war
20 es vor ein paar Jahren einmal sehr eng hier mit Arbeitsplätzen. Vor ein paar Jahren als die Unitech einmal in Schwierigkeiten war. Was jetzt Gott sei Dank wieder das Gegenteil der Fall ist. Dann verbinde ich natürlich mit der Region das Kunststoffvalley. Da sind wir ja in der Region sehr gut aufgestellt ich glaube sogar weltweit sehr gut aufgestellt.

JULIAN EHRENREICH: Wenn Sie an die Entwicklung dieser Region denken, welche Aktivitäten oder
25 Projekte fallen Ihnen dazu ein?

HELMUT TSCHAUTSCHER: Ja das was ich schon gesagt habe. Diese ökologische, biologische Entwicklung die da grade von Schlierbach, Landwirtschaftsschule, Tragler seit Jahren oder Jahrzehnten ausgegangen ist. Dann fällt mir auch die Spes Zukunftsakademie ein wo ich glaube, dass da sehr viel
30 geleistet wird und gute Arbeit gemacht wird. Die eine weite Ausstrahlung hat. Das mit dem Kunststoff haben wir ja schon besprochen. Ja jetzt haben wir auch 50 Asylbewerber, beziehungsweise es sind ja mehr da. Und dass da entgegen der angenommen Befürchtungen und den Ängsten es sehr gut geht. Mit Auf und Ab. Aber ich finde, dass da gerade sehr viel von Kirchdorf aus gemacht wurde.

JULIAN EHRENREICH: An welche Akteure denken Sie? Die haben sie jetzt schon genannt in
35 Zusammenhang mit den Asylbewerbern haben wir jetzt noch keine konkreten Akteure.

HELMUT TSCHAUTSCHER: Ja sicher ist einmal die Gemeinde. Der Bürgermeister von Anfang an und Vizebürgermeister. Wolfgang Veitz und Ewald Breitwieser die sich im Vorbild mit den Informationen sehr geschickt und sehr gut sich eingebracht haben und das alles begleiten mit dem Integrationsbeirat. Und ja dann auch vom Radio diese ganzen Initiativen die da laufen. Dieses
40 Miteinander ist einfach toll. Und immer wieder einmal ist etwas in der Zeitung, dass es da solche Dinge gibt. Für mich ist es enorm, dass da so viel Positives ist. Für mich ist der Höhepunkt. Ich bin ja

Furche Leser und Furche Abonnent. Seh ich doch glatt den Artikel von dieser Radiosendung. (Über Asyl im Kremstal)

JULIAN EHRENREICH: Das ist die Furche vom Juni oder?

45 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Das ist die letzte Furche von voriger Woche.

JULIAN EHRENREICH: Das ist eine gute Überleitung zur nächsten Frage: Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

50 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Ja ich finde... Ich persönlich bin ja fast kein Radiohörer. Wenn Radiohörer dann eher Ö1 wenn ich im Auto sitze. Da nehme ich mir Zeit und habe da meine Sendungen je nachdem was dann für eine Zeit ist. Aber sonst bin ich eher wirklich kein Radiohörer. Somit kann ich eigentlich nichts darüber sagen auch nicht über Radio B138. Für mich sind gerade die Regionalzeitungen, die verfolge ich immer wieder, egal welche da gerade daher kommt, diese Gratiszeitungen halt, wo halt immer wieder ob von Wirtschaft, von Sport, von Gesellschaftlichen Geschichten berichtet wird, und das finde ich einfach wichtig, dass man was weiß und dass auch
55 Firmen und Initiativen eine Plattform haben wo etwas transportiert wird. Also das finde ich ganz wertvoll und wichtig. Von daher auch die Verantwortung von diesen Leuten ist hoch gute Arbeit zu leisten. Was ich mir öfter,... freilich denke ich mir manchmal, habt ihr schlecht recherchiert, da sind wieder irgendwelche Fehler drinnen, gerade da denke ich mir das ist so wichtig was da drinnen steht, damit man keine Initiativen desavouiert. Wo man sagst nein so ein Blödsinn was die da schreiben.
60 Die Medien haben einfach eine große Verantwortung daran möchte ich appellieren.

JULIAN EHRENREICH: Wir bleiben bei den Medien. Gibt es Ihrer Meinung nach Themen die in den regionalen Medien zu wenig Beachtung finden.

65 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Ich kann das eigentlich gar nicht richtig beurteilen weil ich das nicht so verfolge. Ich wollte jetzt spontan sagen, eher so kirchliche Themen sind nicht so vertreten, vielleicht mit gutem Grund oder vielleicht, ich weiß es nicht. Das ist mein Eindruck, von mir aus wo es um Glaubensfragen oder Sinnfragen geht, was den Menschen auch wirklich nützt. Das ist mein Eindruck aber ob ich Recht habe weiß ich nicht.

JULIAN EHRENREICH: Wenn Sie an das Freie Radio denken, was fällt Ihnen als Erstes dazu ein?

70 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Dass mir das Freie Radio einen Haufen Arbeit gemacht hat mit der Kundgebung für Menschlichkeit am Karfreitag. Genau. Aber nämlich im Positiven und dass ich dadurch in diese Szene hineingekommen bin. Das ist was mir jetzt als erstes einfällt. Aber wichtiger fällt mir ein: Welche Breite ihr da bedient, von wegen Kultur und Sozial und Integrativ und so. Darüber staune ich immer wieder was für Leute da bei euch auch mittun und ja so viel Engagement. Also das, ja leider muss ich auch dazu sagen ich höre
75 es nicht aber was ich so mitbekomme ist das Engagement in der Breite und Vielfalt.

JULIAN EHRENREICH: Wie wird Ihrer Meinung nach das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

80 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Keine Ahnung... Schau manchmal stelle ich fest. Mit einer Selbstverständlichkeit redet wer: Ja der vom Radio..., das war im Radio,... Ohne dass ich ein Ohr hab dafür. Ich stelle fest, dass es wahr genommen wird.

JULIAN EHRENREICH: Welche Themen greift das Freie Radio in Ihrer Region auf?

HELMUT TSCHAUTSCHER: Da muss ich jetzt fast passen. Aber was ich so mitbekomme mit der Integration und Freie Kulturszene und so. Das sind die Dinge die mir in letzter Zeit so aufgefallen sind.

85 **JULIAN EHRENREICH:** Gibt es Bereiche oder Themen in denen das Freie Radio Ihrer Meinung nach aktiv werden sollte?

HELMUT TSCHAUTSCHER: Ja ich weiß nicht in wie weit es das schon tut, was mir wirklich ein Kopfzerbrechen macht, beziehungsweise Magenschmerzen ist die weltweite Finanzsauerei, die weltweit passiert und wo man sich hilflos und ohnmächtig vorkommt diesen Konzernen und Finanzhaien ausgeliefert ist und Spekulanten. So in Richtung Gemeinwohl und diese Dinge, aber ich
90 habe keine Ahnung was man da genau tun könnte. Das wäre durchaus ein Bereich wo ich mich womöglich noch ein bisschen einbringen würd. Das wäre etwas was mir noch so ein Anliegen ist. Weiß ich aber nicht ob in dieser Hinsicht schon etwas passiert...

JULIAN EHRENREICH: Woran erkennen Sie ob eine Initiative in der Region wirkt? Kann man das irgendwie festmachen, erkennt man das?

95 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Wenn es zum Gespräch wird. Also wenn man hört, dass da am Stammtisch oder so darüber gesprochen wird. Da merke ich, da tut sich was.

JULIAN EHRENREICH: Trifft davon etwas auf das Freie Radio in der Region zu, wird da etwas gesprochen, gibt es da ein Gerede?

HELMUT TSCHAUTSCHER: Ja ich habe ein paar Mal gehört gerade auch im Zusammenhang mit den
100 Asylwerbern. Einmal anerkennend und das nächste Mal das Gegenteil davon „Jo die vom Radio“... Also so,... ja

JULIAN EHRENREICH: Das ist offensichtlich ein Thema das polarisiert.

HELMUT TSCHAUTSCHER: Sicher ja!

JULIAN EHRENREICH: Wie sehen sie die Rolle der Freien Radios in Bezug auf Regionalentwicklung.

105 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Dazu kann ich nichts sagen.

JULIAN EHRENREICH: Wäre Helmut Tschautscher Chef des Freien Radios. Was würde er machen?

HELMUT TSCHAUTSCHER: Soweit ich jetzt das Freie Radio B138 kenne: Genau das was ihr macht. Diese Nischen sozusagen zu belegen, beziehungsweise nicht nur Nischen, sondern diese wichtigen gesellschaftlichen Dinge zu besetzen, sei es mit der Integration, sei es mit der Kultur, auch etwas wo
110 man sich einmal wehrt gegen irgendwas. Eigentlich das was ich vom Radio mitbekomme, ist das was man tun soll!

JULIAN EHRENREICH: Weil es zuerst angeschnitten worden ist und die nächste Frage wäre eben wie könnte ein Freies Radio die Region noch mitgestalten und es ist zuerst von Ihnen gekommen religiöse, oder Glaubensfragen oder Philosophisches miteinbringen könnte. Wäre das eine Option?

115 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Aus meiner Sicht, so wie ich gestrickt bin, wäre das durchaus eine Option, dass man da in so manches Vakuum hineinkäme. Grade auch wie jetzt gesagt worden ist nicht nur religiös sondern auch Philosophisch sondern auch in der Hinsicht von wegen Psychohygiene oder so. Aber keine Ahnung ob man damit es gewinnen könne. Mir fällt dazu ein jetzt das Bibel TV oder solche stark religiösen Sender. Womit ich eigentlich ein Problem habe. Aber ich sehe immer wieder ja es
120 gibt etliche Leute die genau nach so etwas suchen. Möglicherweise wäre da auch, ja könnte ich mir gut vorstellen, dass da ein Publikum ist das dankbar wäre, wenn da auch was käme.

JULIAN EHRENREICH: Das ist ja mitunter manchmal schwierig Politik und Religion ins Radio zu bringen, aber es ist nicht gänzlich unmöglich. Welche Stakeholder oder bzw. welche Menschen Organisationen und Vereine fallen Ihnen ein, die man da mit ins Boot holen könnte?

125 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Ich könnte mir, ...wird das eh nicht gesendet..., das was ich jetzt sagen wollte ist. Ah, da bei uns in der Region die katholische Kirche aus meiner Sicht hat da schlechte Karten. Ich könnte mir vorstellen, dass da ein Mensch wie ein Johannes Brandl vom Spes, da durchaus was zu sagen hätte, oder auch die kommende evangelische Pfarrerin (Waltraud Mitteregger), die ich schon ein bisschen kenne. Die könnte ich mir da durchaus vorstellen. Pater Bernhard Eckerstorfer von Kremsmünster wäre meiner Ansicht nach ein idealer Partner für religiöses wenn das passen würde.

JULIAN EHRENREICH: Gibt's Möglichkeiten in der Regionalentwicklung, die nur ein freies Medium hat?

HELMUT TSCHAUTSCHER: Weiß ich nichts dazu...

135 **JULIAN EHRENREICH:** Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region. Wer nützt es.

HELMUT TSCHAUTSCHER: Angebot Freies Radio, ja wobei ich nicht ganz weiß was da alles in der Bahnhofstraße ist und was davon alles Radio ist, weil da ist ja mehr beieinander. Das sind ja die verschiedenste Dinge. An das Kochen, an die Integration wenn ich da an die Asylbewerber denke.

140 **JULIAN EHRENREICH:** Wen erreicht das Freie Radio abgesehen von Hörerinnen und Hörern. Laut dieser Aussage alle die partizipieren dürfen.

HELMUT TSCHAUTSCHER: JA; JA

JULIAN EHRENREICH: Was würden sie dem Freien Radio empfehlen um seinen Wirkungsradius zu erhöhen?

145 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Ich habe keine Ahnung ob irgendwelche Aktionen, die ihr ja gemacht habt im öffentlichen Raum, am Hauptplatz oder sonst wo eine Aktion wo man mit dem Radio vor Ort ist. Oder auch damals wo es um diese Kundgebung für Menschlichkeit. Wenn ihr nicht gewesen wärt wäre das nicht zustande gekommen und da habt ihr eine große Werbung für euch gemacht. Da hat man gehört es gab wieder eine Sendung im Radio und so. Auch die Kooperation mit den Printmedien, dass man da wieder mit den Tips in Kontakt ist und so. Aber die Dinge tut ihr ja eh.

150 **JULIAN EHRENREICH:** Das heißt Austausch in den regionalen Medien ist wichtig. Kommunikation ist wichtig.

155 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Das denke ich ist sehr wichtig, dass einer vom anderen weiß bzw. dass einer auf den anderen zugeht. Wenn man was verändern möchte oder initiieren möchte ist es sicherlich sinnvoll zusammen zu arbeiten und nicht gegeneinander. Das bewährt sich überall auch in diesem Fall.

JULIAN EHRENREICH: Ich habe schon drei Vorschläge gehört. Gibt es sonst noch Menschen die das Freie Radio einbinden soll um die Wirkung zu erhöhen. Gibt es irgendwen den man unbedingt noch ins Boot holen soll. Abgesehen von den drei Genannten?

160 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Ich weiß nicht ob, anknüpfend an das Thema, das ich zuerst gesagt habe. Mit Finanzen und diese ganzen Dinge. Ob es da einen verantwortungsbewussten Banker gäbe in der Region der sich da traut etwas zu sagen. Weil das finde ich ja wahnsinnig schwierig wie soll jemand

der da arbeitet, sein Geld bekommt, etwas frei sagen dürfen entgegen der Linie. Wie weit wir da Kapazunder in der Richtung haben fällt mir jetzt auch nicht ein. Vielleicht gäbe es ja jemanden, der davon etwas versteht und der nicht zufällig sein Brot von dort bekommt ja...

165 **JULIAN EHRENREICH:** Haben sie persönlich Ideen um regionale Projekte zu initiieren oder zu unterstützen? ... Das ist natürlich eine spontane Frage...

JULIAN EHRENREICH: Ist grundsätzlich das Radio, die Räume rund um das Radio. Sind das Orte in denen man Ideen entwickeln kann?

170 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Ja das glaube ich schon. Das finde ich gut ausgedrückt „Orte wo man Ideen entwickeln kann“ Denn das passiert hier ja durch die Vielfalt. Durch die Personen die hier dabei sind. Tanja,... usw. Was natürlich mir immer auch etwas Sorgen macht ist bei mir auch der Bereich mit Beziehungen die immer wieder scheitern und so. Inwieweit man da etwas vom Radio aus machen kann... anstoßen könnte in Richtung Ehebegleitung und so. Hilfen zu geben. Es gibt ja so viel Angebot das ja nicht genützt wird. Ich geh doch nicht zum Psychologen und so solche Äußerungen.
175 Scheidungskinder und so weiter. Jetzt fällt mir gerade ein Thema ein. Das sind Drogen. Weil vor kurzem hab ich ein Begräbnis gehabt von einem der halt auch unter diesem ja vor allem Alkohol und ja vor ein paar Tagen war wieder etwas wo junge Menschen gestorben sind. Aber nicht wissend was das Radio da genau machen kann. Aber vielleicht in Kooperation mit Schulen, Einrichtungen und so die sich da bereits bemühen. Ja. Das glaube ich wäre ein Bereich wo junge Menschen vielleicht etwas
180 tun können.

JULIAN EHRENREICH: Wir haben ja somit die Frage 20 angeschnitten.

HELMUT TSCHAUTSCHER: Ja wenn Betroffene. Da anonym sprechen können. Das gefällt mir sehr gut. Das kann ich mir vorstellen, dass das den einen oder anderen gut tut.

185 **JULIAN EHRENREICH:** Im Sinne unserer Studie kann man eigentlich nur aussprechen, dass Helmut Tschautscher quasi jetzt mit dieser Information seine Kontakte jetzt informiert, dass es die Möglichkeit gibt Themen ins Radio bringt die noch nicht da sind. Es gibt da noch Leerstellen scheinbar.

190 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** In Kirchdorf gibt es ja die Beratungsstelle für Ehe und Familie also die Familien und Lebensberatung. Wie weit die da bereit wären für das Radio etwas zu tun. Das wäre durchaus aus meiner Sicht sinnvoll. Weil grade in der Hinsicht ist ja wirklich ein Bedarf.

JULIAN EHRENREICH: Was würde sie selbst motivieren Sendungsmacher zu werden?

HELMUT TSCHAUTSCHER: Ich habe Angst davor!

JULIAN EHRENREICH: Was brauchts um das zu überwinden?

195 Na wenn es ein Thema ist wo es heißt da bin ich daheim dann hab ich keine Angst nur für mich ist die Frage noch nicht dagewesen, weil das nicht so mein Medium ist.

JULIAN EHRENREICH: Was glauben Sie ist die Motivation der Teams der Freien Radios diese zu betreiben?

200 **HELMUT TSCHAUTSCHER:** Ja ich glaube, dass es vor allem die Lust am Gestalten ist. Die Lust am etwas bewegen. Themen aufgreifen die wichtig sind, also ich finde da so viel Kreativität und von mir aus auch wenn ich sagen möchte Widerspruchsgeist. Nicht alles hinnehmen was man uns vorsetzt und so weiter womit man uns gängelt und so weiter.

Anhang O – Stakeholderinterview mit Sabrina Leitner

Interviewpartner: Sabrina Leitner

Datum: 05.07.2016

5 Ort:

Interviewerin: Julian Ehrenreich, Freies Radio B138

SABRINA LEITNER: Sehr umtriebig, aktiv, ahm, viele Veranstaltungen, mir kommt vor in der letzten Zeit wächst das immer mehr. Es entstehen viel mehr Bewegungen, ah musikalische Richtungen die größer werden. Rock im Dorf ist ganz in der Nähe was riesig wird im Vergleich zum Anfang. Mu und Gu einfach sehr viel musikalische Geschichten. Aktuelle Geschehnisse werden sofort in Angriff genommen und Projekte daraus gemacht.

JULIAN EHRENREICH: Ok Danke, für diese Einschätzung auf kultureller oder gesellschaftlicher Ebene. Wie würden sie die Einschätzung auf wirtschaftlicher Ebene beschreiben. Gibt's da auch, kann man das auch klassifizieren wie die Region sich gestaltet?

15 **SABRINA LEITNER:** Eher in die andere Richtung kommt mir vor. Also es stirbt eher mehr aus. Die Geschäfte stehen leer in der Fußgängerzone was sicher zum Teil mit den hohen Mietpreisen zu tun hat. Aber es wird zwar immer geredet davon, dass man die Wirtschaft vorantreiben muss und Jungunternehmer unterstützen. Und es gibt vereinzelte Projekte die auch gut funktionieren. Ich hab aber den Eindruck, dass ist eine eingeschworene Gruppe, das sind immer dieselben Leute die das machen; die nicht sehr einladend wirken. Also jetzt sie sind nett und das ist alles ok, aber muss sich immer zuerst beweisen oder irgendwie, keine Ahnung was in die Hand nehmen, damit man da aufgenommen wird.

JULIAN EHRENREICH: Wenn Sie an die Entwicklung

25 **SABRINA LEITNER:** Äh ja, Rock im Dorf, Mu und Gu, wie ich schon erwähnt habe, die Radioveranstaltungen, das 16A wo es verschiedene Möglichkeiten gibt. Yoga, Filmschauen, verschiedene Vorträge.

JULIAN EHRENREICH: Wollen wir noch einmal den Fokus extra wirtschaftlich einbinden, gibt es da irgendwas oder ist das auch die Leerstelle?

30 **SABRINA LEITNER:** Doch es gibt schon also von der jungen Wirtschaft, die treten schon in den Vordergrund, und geben sich Mühe, dass sie Veranstaltungen machen. Zum Beispiel EM Schauen und gemeinsames Zusammensitzen und Treffen, oder auch Firmenbesichtigungen und Ausflüge, also es gibt schon ein Angebot. Aber es ist irgendwie eine größere Schwelle da, dass man die überschreitet wenn man noch keinen aus der Gruppe kennt, als wie bei den kulturellen Geschichten.

35 **JULIAN EHRENREICH:** Also an welche Akteure denken sie da jetzt genau? Ist es einfacher kulturelle Akteure zu benennen und auf die zuzugehen als wirtschaftliche?

SABRINA LEITNER: Ich weiß jetzt nicht genau wie sie das meinen?

JULIAN EHRENREICH: Na ja, ist es leichter zu einem Kulturverein Kontakt zu knüpfen als zu einem wirtschaftlichen?

40 **SABRINA LEITNER:** Ja definitiv, also die kommen viel offener auf einen zu. Bei den wirtschaftlichen ist das immer so zuerst: WER BIST DU?

JULIAN EHRENREICH: Wie wichtig sind Kommunikation und Medien für die Regionalentwicklung?

SABRINA LEITNER: Wichtig, sehr wichtig.

JULIAN EHRENREICH: Gibt es Ihrer Meinung nach Themen die in den regionalen Medien Ihrer Meinung nach zu wenig Beachtung finden?

45 **SABRINA LEITNER:** Mhmm, was sich so richtig tut, wenn jetzt eine Entwicklung passiert, also es gibt jetzt so die Vereinsgeschichten die sehr oft drinnen sind wo eben Sport sehr gut vertreten ist in der Region, weil wir eben Spitzensportler haben, aber irgendwie fehlt da was, ich kanns jetzt nicht genau benennen, aber es ist vom Gefühl her immer dasselbe drinnen!

JULIAN EHRENREICH: Hat das etwas zu tun mit so traditioneller Berichterstattung, also
50 Mainstreamberichterstattung gegenüber neuen Projekten?

SABRINA LEITNER: Ja.

JULIAN EHRENREICH: Wenn Sie an das Freie Radio denken, was fällt Ihnen als erstes dazu ein?

SABRINA LEITNER: Die Feste, kleinen Moment ich höre grade nichts.

JULIAN EHRENREICH: Wie wird das Freie Radio in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

55 **SABRINA LEITNER:** Ein bisschen rebellisch glaube ich und dass es sich nicht so in den Mainstream einordnet, aber dass es sehr aktiv ist und wichtig für die Region.

JULIAN EHRENREICH: Welche Themen greift das Freie Radio in Ihrer Region auf?

SABRINA LEITNER: Asylthema, Foodcoops,...

JULIAN EHRENREICH: Gibt's da auch noch Faktoren oder Themen die aus diesen zwei großen
60 Bereichen erwachsen?

SABRINA LEITNER: Gibt's sicher, aber es fällt mir keines konkret ein. Oder hast du die Güterwege gemeint?

JULIAN EHRENREICH: Äh nein, also gibt es Themen die politisch widerspiegeln was grade los ist, oder auf wirtschaftlicher Ebene das Nachhaltigkeitskonzept, das dann vielleicht in einer Foodcoop
65 beinhaltet ist. Gibt's auch noch so Themen? Steht das Radio auch für das Thema Nachhaltigkeit in der Region oder soll da vielleicht doch mehr passieren vielleicht mehr Facettenreichtum?

SABRINA LEITNER: Im Vergleich was andere tun ist das Freie Radio ganz vorne mit dabei.

JULIAN EHRENREICH: Gibt es Bereiche oder Themen in denen das Freie Radio Ihrer Meinung aktiv werden soll? ... So wie wenn man einen Wunsch frei hat.

70 **SABRINA LEITNER:** Vielleicht das wirtschaftliche etwas angehen. Also grade so junge Unternehmer oder Projekte die entstehen. Oder Kreativideen schmieden gemeinsam oder so...

JULIAN EHRENREICH: Woran erkennen sie, dass

SABRINA LEITNER: Durch Feedback, dass man drüber redet, dass sich im Besten Fall etwas verändert.

JULIAN EHRENREICH: Was darauf trifft auf das Freie Radio zu?

75 **SABRINA LEITNER:** Ich glaube es hat schon öfters aufgeregt, aber auch viel Akzeptanz gefunden und Bestärkung was sie machen? Also, dass eben bei gewissen Projekten mehr Leute dazugekommen sind die vorher noch nichts mit dem Radio zu tun gehabt haben.

JULIAN EHRENREICH: Wie könnte ein Freies Radio die Region noch mitgestalten?

80 **SABRINA LEITNER:** Ihr macht schon ziemlich viel. Neben Berichterstattung, dass man selber Radiomoderator werden kann. Er verbindet auch Leute. Im Radio trifft man Leute die man noch nicht gekannt hat. Man wird „connected“ wenn man das so sagen darf.

JULIAN EHRENREICH: Glauben sie, dass das Freie Radio Möglichkeiten hat in der Regionalentwicklung das nur das Freie Radio hat?

85 **SABRINA LEITNER:** Ja es ist meiner Meinung nach unabhängig. Und hat viele freie Geister was manchmal auch nicht leicht ist. Aber es ist nicht so von Systemen bestimmt, äh, negativen Einflüssen sag ich mal. Es ist einfach unabhängig und kann machen was es will und einfach auch ausprobieren.

JULIAN EHRENREICH: Zur Frage 15 sind auch schon viele Sachen gekommen, vielleicht kann man es noch einmal etwas zusammenfassen. Welche Angebote bietet das Freie Radio in der Region und wer nützt es?

90 **SABRINA LEITNER:** Dass man Radiomoderator wird kann eigentlich jeder machen. Raum nutzen wird von 18 bis 40 Jährigen gemacht. Veranstaltungen sowieso für jedermann und ja.

JULIAN EHRENREICH: Wen erreicht das Freie Radio abgesehen von Hörerinnen und Hörern?

95 **SABRINA LEITNER:** ... Die die auf die Veranstaltungen kommen. Oder einfach bei der Präsenz bei den Veranstaltungen, dass man da auch die Personen direkt sieht und mit ihnen in Kontakt kommt. Bei der Berichterstattung, bei Interviews.

JULIAN EHRENREICH: Was würden sie dem Freien Radio empfehlen, damit es seinen Wirkungsradius erhöht. Auf wem müssen wir zugehen, oder wen müssen wir kontaktieren. Gibt es Personen oder Einrichtungen?

100 **SABRINA LEITNER:** Also ich, vom Gefühl habe das Gefühl, dass das Radio sehr gut vernetzt ist und auch viele Leute kennt und auch immer in verschiedene Richtung wächst. Vielleicht das Problem von allen Vereinen einfach Mitglieder aufzubauen damit man da mehr Festigkeit wieder bekommt, damit nicht die Vorderen ausbrennen.

JULIAN EHRENREICH: Ok, spannend.

105 **SABRINA LEITNER:** Aber leider habe ich auch kein Patentrezept sonst hätte unser Verein auch schon mehr Mitglieder.

JULIAN EHRENREICH: Welche Menschen im Besonderen sollte das Freie Radio einbinden um seine Wirkungsweise zu erhöhen.

SABRINA LEITNER: Outreach Richtung Jugend als eine der Maßnahmen.

110 **JULIAN EHRENREICH:** Welche Ideen haben Sie um regionale Projekte zu generieren, zu initiieren und inhaltlich zu fördern. Beziehungsweise es können auch bereits gestartete Projekte sein.

SABRINA LEITNER: Das wichtigste ist viel zu reden darüber mit den Menschen, dass sich das weiterentwickelt, weil man dann andere Ansichten bekommt. Und einfach mal tun anstatt lang da drüber zu diskutieren. Ausprobieren, schauen was funktioniert, was nicht geht, aber nicht an irgendetwas festmachen ob es funktioniert hat oder nicht.

115 **JULIAN EHRENREICH:** Im letzten Teil geht es noch um die persönliche Verbindung zum Freien Radio. Und da wäre es interessant, also da wäre die Frage: Wie könnten sie, also beziehungsweise ihre Organisation vom Freien Radio profitieren?

SABRINA LEITNER: Ja, als Verein Mukuku natürlich in Form von Veranstaltungshinweisen, damit mehr Publikum kommt. Als Unternehmerin andere Möglichkeiten das Unternehmen zu präsentieren
120 was da einfach möglich ist, als Privatperson zu lernen besser im Radio zu reden.

JULIAN EHRENREICH: Was würde Sie motivieren Sendungsmacherin zu werden, bzw. einen Beitrag mitzugestalten. Beziehungsweise, vielleicht haben sie das ja sogar schon mal gemacht?

SABRINA LEITNER: Ich war immer nur Interviewpartnerin. Eine eigene Sendung wäre schon interessant, aber ich traue es mir im Moment nicht zu, beziehungsweise, wegen der Zeit einfach. Aber
125 ich bin ja gerade am Umstrukturieren in meinem Betrieb, vielleicht wird das ja auch eine neue Werbemöglichkeit eine Sendung zu machen über meine Werkstatt.

JULIAN EHRENREICH: Was glauben Sie sind die Beweggründe des Teams des Freien Radios dieses zu betreiben?

SABRINA LEITNER: Idealismus zu einem Teil, etwas verändern zu wollen, zu einem Teil und einfach um dabei sein zu können.
130

JULIAN EHRENREICH: Gibt es noch Punkte die wir ergänzen sollen, die wir noch nicht angesprochen haben?

SABRINA LEITNER: Nein

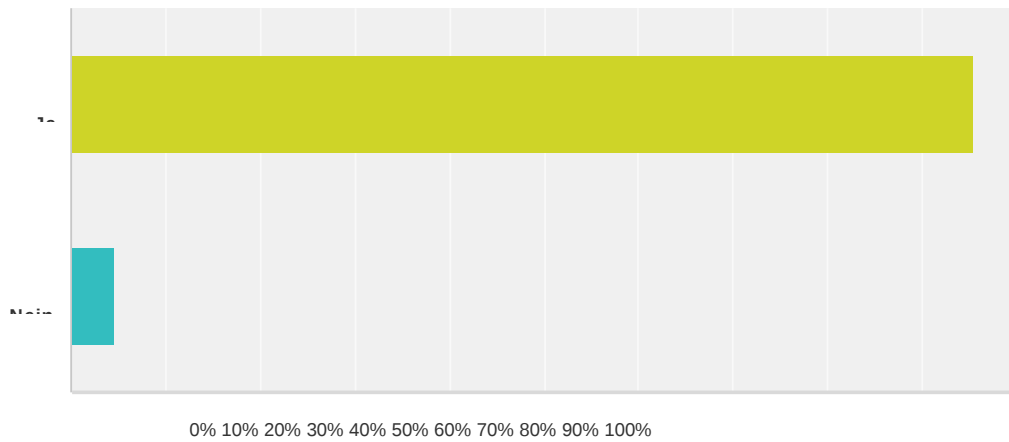
JULIAN EHRENREICH: Danke für das Interview.

Anhang P – Ergebnisse quantitative Umfrage laut surveymonkey.com

Q1 Kennen Sie Freie Radios?

Beantwortet: 324

Übersprungen: 0

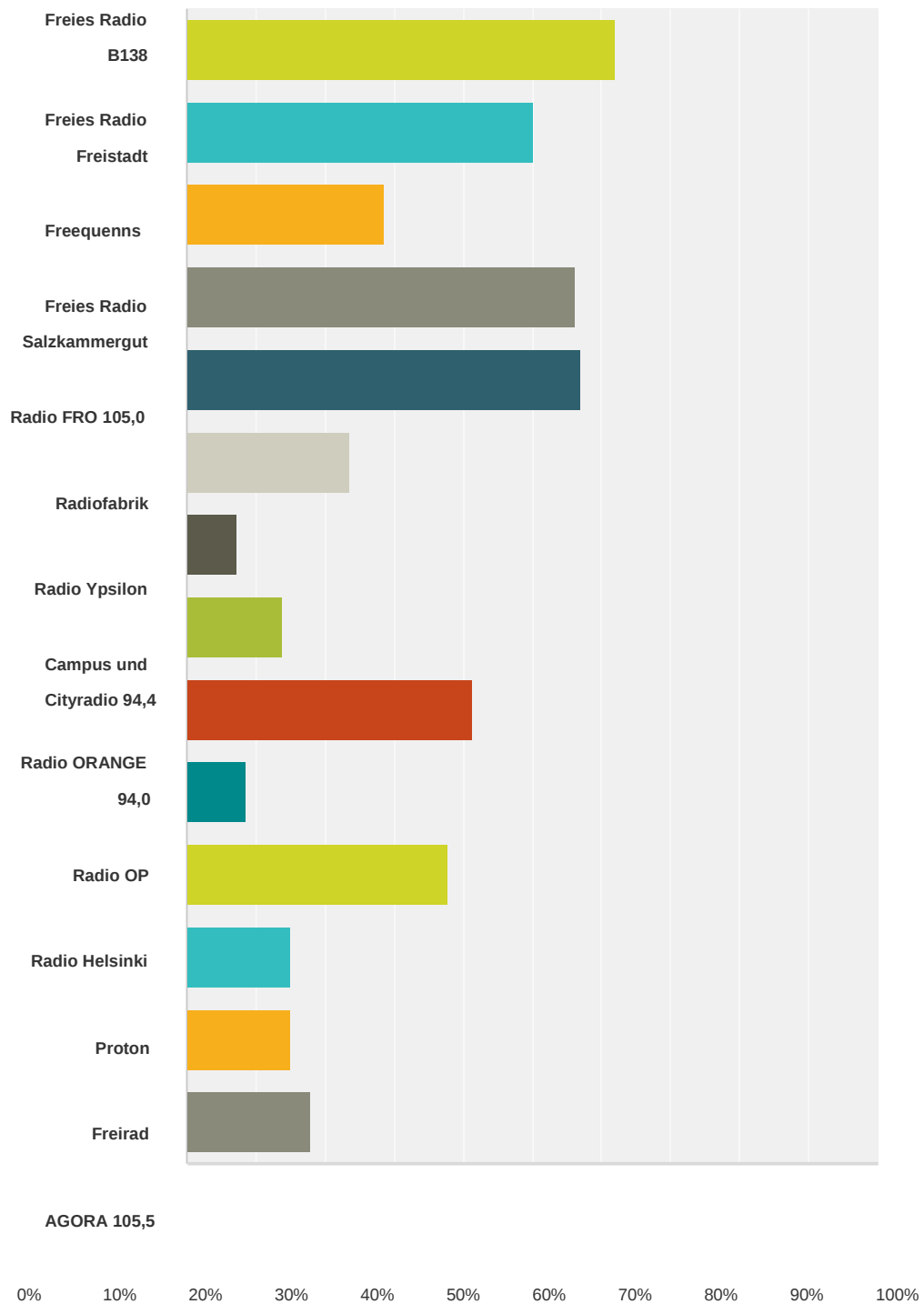


Antwortoptionen	Beantwortungen
Ja	95,37% 309
Nein	4,63% 15
Gesamt	324

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

Q2 Welche/s der folgenden Freien Radios in Österreich kennen Sie?

Beantwortet: 305 Übersprungen: 19



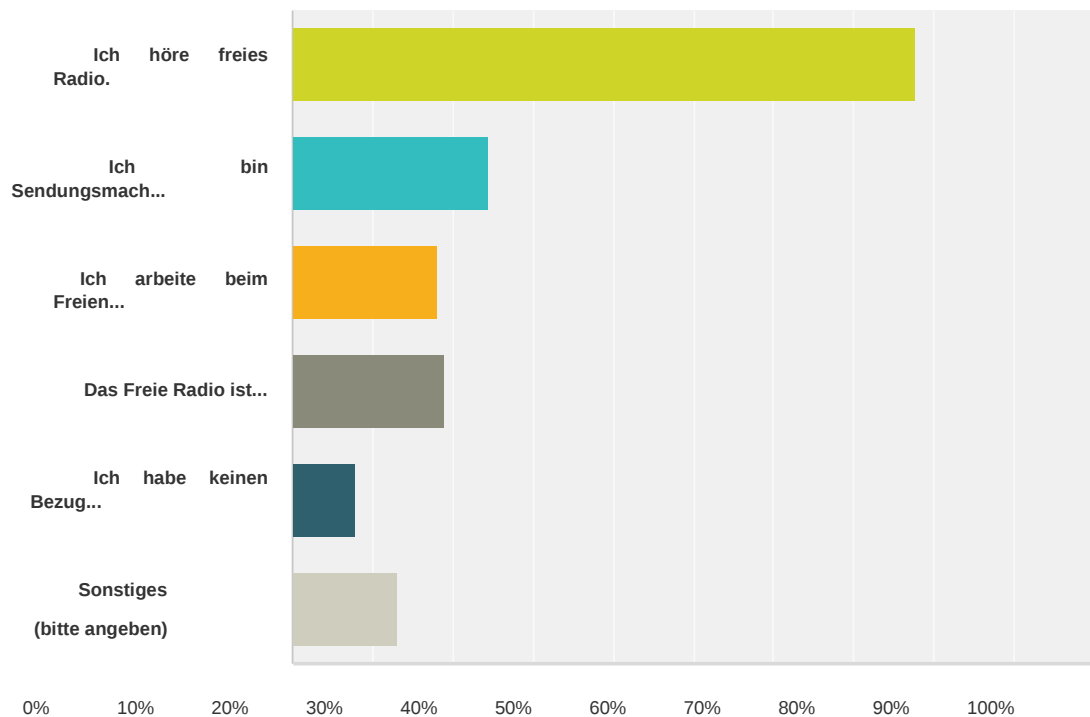
Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

Antwortoptionen	Beantwortungen
Freies Radio B138	61,97% 189
Freies Radio Freistadt	50,16% 153
Freequenns	28,52% 87
Freies Radio Salzkammergut	56,07% 171
Radio FRO 105,0	57,05% 174
Radiofabrik	23,61% 72
Radio Ypsilon	7,21% 22
Campus und Cityradio 94,4	13,77% 42
Radio ORANGE 94,0	41,31% 126
Radio OP	8,52% 26
Radio Helsinki	37,70% 115
Proton	15,08% 46
Freirad	15,08% 46
AGORA 105,5	18,03% 55
Befragte gesamt: 305	

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

Q3 Welchen Bezug haben Sie zu Freien Radios?

Beantwortet: 291 Übersprungen: 33



Antwortoptionen	Beantwortungen
Ich höre freies Radio.	77,66% 226
Ich bin SendungsmacherIn.	24,40% 71
Ich arbeite beim Freien Radio mit.	18,21% 53
Das Freie Radio ist mein/unser Medienpartner.	18,90% 55
Ich habe keinen Bezug zum Freien Radio.	7,90% 23
Sonstiges (bitte angeben)	13,06% 38
Befragte gesamt: 291	

Nr.	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
1	ich bin der programmkommissar *zähnefletsch* der die einhaltung der sendrichtlinien bewacht ;)	10.08.2016 21:54
2	Beruflicher Beobachter des Radiomarkts	09.08.2016 11:51
3	Forschung zu Community Medien	08.08.2016 00:20
4	Habe eine Sendung mitgestaltet.	01.08.2016 00:25

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

5	nur ab und zu Radioempfang	31.07.2016 10:42
6	finde FR ziemlich genial, würde wenn es sich in meinen Alltag einbauen lese gerne auch Sendungen machen.	29.07.2016 20:45
7	war Mitarbeiter	29.07.2016 14:34
8	Im Rahmen von Schulprojekten wurden mit SuS Livesendungen und vorproduzierte Sendungen ausgestrahlt.	27.07.2016 16:27
9	War auch mal Sendungsmacher	26.07.2016 21:23
10	organisiere Weiterbildung	26.07.2016 18:41
11	Keine Möglichkeit Radio Freequens zu empfangen!	26.07.2016 15:08
12	Kenne das Radio in unserer Region	26.07.2016 13:01
13	Begleitung und Moderation	18.07.2016 14:29
14	Sympathisant	18.07.2016 11:05
15	hab vor, eine Sendung zu machen	18.07.2016 10:06
16	Interviews gehört	18.07.2016 08:29
17	Musiker, Sounddesigner	15.07.2016 15:24
18	ich interessiere mich dafür, eine Sendung im Radio zu machen	15.07.2016 08:51
19	Partner bei technischen Strukturen	14.07.2016 14:13
20	Ich finde dort "meine" alternative Musik	14.07.2016 12:06
21	Workshops	13.07.2016 16:29
22	Sie sind KollegInnen in der Kulturarbeit.	11.07.2016 14:40
23	Freunde von mir sind dort aktiv tätig	11.07.2016 10:00
24	Ich war Sendungsmacher	10.07.2016 11:07
25	Ich kenne die Verantwortlichen	09.07.2016 14:43
26	Interesse	09.07.2016 14:07
27	Projektpartner	08.07.2016 20:14
28	Kenne Leute die dort mitarbeiten	07.07.2016 22:12
29	Veranstaltungen u. Mit schueler/innen	07.07.2016 22:04
30	Das Freie Radio B138 ist mein/e Freund/in.	07.07.2016 10:12

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

31	Ein Familienmitglied arbeitet bei B138	07.07.2016 07:26
32	Ich höre selten aber doch freie Radiosender	06.07.2016 23:04
33	Freundschaften, die mich verbinden	06.07.2016 22:10
34	Ich höre zum Teil freies Radio- wenn mich ein Thema interessiert	06.07.2016 20:25
35	Freunde	06.07.2016 18:16
36	War bei der Gründung von radio b138 am rande dabei	06.07.2016 18:08
37	Stammhörer und -gast von Radio B138	06.07.2016 14:38
38	Projektpartner	06.07.2016 13:17

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

Q4 Wie wurden Sie auf das Freie Radio in Ihrer Region aufmerksam?

Beantwortet: 238 Übersprungen: 86

Nr.	Beantwortungen	Datum
1	Bin dabei.	07.09.2016 19:37
2	Plakate, Internet, Reginole Zeitung	04.09.2016 13:35
3	Familie	22.08.2016 16:54
4	Festival der Regionen	21.08.2016 15:09
5	Mundpropaganda	19.08.2016 15:43
6	Freund/innen	19.08.2016 12:56
7	Leider kann ich in meiner Region kein Radio (terrestrisch) empfangen. Generell wurde ich durch FreundInnen aufmerksam, dass es so etwas wie Freies Radio gibt.	19.08.2016 10:17
8	Freunde	19.08.2016 10:11
9	über lokale Events und Sendungsmacher, die ich kenne	19.08.2016 08:15
10	andere Medien - Eröffnung	19.08.2016 07:35
11	Durch persönliche Kontakte	18.08.2016 23:15
12	Durch hören	18.08.2016 19:12
13	Durch einen Freund	18.08.2016 16:04
14	Freunde	18.08.2016 14:02
15	Durch eine Kundgebung zum Thema Asyl.	18.08.2016 13:42
16	Hörensagen	18.08.2016 12:54
17	durch die Tochter bzw deren Lehrer_innen	14.08.2016 16:52
18	Projektvorstellung bei Bürgermeisterkonferenz	12.08.2016 12:32
19	Mundpropaganda	11.08.2016 13:37
20	persönlicher Kontakt	11.08.2016 09:25
21	Durch meinen Job, durch verschiedenen Projekte unserer Region und mehrere Sendungsmacher/-innen	11.08.2016 09:19
22	durch einladung eines freundes zum gemeinsamen sendungsmachen	10.08.2016 21:54

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

23	Radio Freequenns - in meiner Region - kennt man von Freunden bzw. Leuten, die dort eine Sendung gemacht haben; Radio Helsinki kenne ich von einem Uni-Projekt	10.08.2016 18:16
24	Als Aktivistin habe ich beim Freien Radio angefragt, ob sie über eine Aktion von unserem Verein berichten würden. Wir wurden darauf hingewiesen, das wir selbst darüber berichten können, wenn wir den Basis-WS absolvieren.	10.08.2016 15:56
25	Internet	10.08.2016 15:30
26	Kontakt der Radiomacher / TTW	10.08.2016 14:38
27	auf Eiladung der IKMT Raumberg	10.08.2016 13:12
28	Mundpropaganda	10.08.2016 13:08
29	durchzappen	09.08.2016 11:51
30	Straßenfest	08.08.2016 13:50
31	Von BewohnerInnen empfohlen, dann auch als Forschungsgegenstand wahrgenommen und seither mehr oder weniger regelmäßig verfolgt	08.08.2016 00:20
32	zufällig, selber schon Sendung gestaltet	07.08.2016 22:13
33	durch persönliche Kontakte	06.08.2016 08:54
34	durch Freunde	05.08.2016 09:25
35	Ich habs zufällig gehört	03.08.2016 10:14
36	Persönlicher Kontakt. Gute Musik.	02.08.2016 19:20
37	Durch Freunde	02.08.2016 09:11
38	Sendungen, Folder, e-mails	02.08.2016 08:43
39	Persönliche Information	01.08.2016 20:02
40	Dr. Schicho	01.08.2016 16:54
41	Durch persönliche Ansprache zur Mitwirkung	01.08.2016 15:34
42	Gespräche in der Region; Zufällig beim Scan von Frequenzen	01.08.2016 14:33
43	Bewerbung meiner CD bzw. von Veranstaltungen meines Vereines	01.08.2016 11:37
44	Durch persönliche Ansprache	01.08.2016 09:52
45	Durch das Informationsdefizit des öffentliche Staatlichen Rundfunk	01.08.2016 06:31
46	Durch die Einladung eine eigene Sendung zu gestalten.	01.08.2016 00:25
47	durch einen Freund	31.07.2016 23:21

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

48	Medien Liste im Internet	31.07.2016 22:28
49	Hab schon davon gehört, bevor ich es empfangen konnte	31.07.2016 19:48
50	Persönlich Bekannte	30.07.2016 19:36
51	Durch eine Einladung	30.07.2016 09:34
52	ich bin durch freistadt spaziert und als ich gesehen habe das man selbst musik auflegen kann schlug mein herz höher :)	30.07.2016 07:08
53	Medien, persönliche Empfehlungen	29.07.2016 22:06
54	durch Bekannte	29.07.2016 21:46
55	durch Rundfunk	29.07.2016 21:36
56	habe bei der Gründung mitgewirkt	29.07.2016 21:29
57	Wegschalten bei der Werbung Dann Schulprojekt	29.07.2016 20:45
58	Mundpropaganda	29.07.2016 19:39
59	Volksgemurmel	29.07.2016 19:26
60	Durch die Sendung "Im Gespräch"	29.07.2016 18:11
61	Plakat und Info im Kulturzentrum Bruckmühle	29.07.2016 17:49
62	Freistädter Lesetage im August 2011	29.07.2016 17:27
63	einschlägige Werbung	29.07.2016 16:35
64	Durch Bekannte	29.07.2016 15:59
65	über Printmedienvg	29.07.2016 15:46
66	als ich zur Mitarbeit eingeladen wurde	29.07.2016 14:40
67	durch einen der Mitarbeiter	29.07.2016 14:34
68	Durch Mundpropaganda	29.07.2016 14:01
69	Durch Radius 106,6	29.07.2016 13:59
70	ich war in den AAnfängen Gesellschafter bei Radio FRO	29.07.2016 12:06
71	wurde vor einigen Jahren von einer guten Bekannten zum Mitmachen bei einer Sendung aufgefordert und habe Gefallen daran gefunden	29.07.2016 12:04
72	Durch persönluchen Kontakt und durch das Programmheft	29.07.2016 11:46

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

73	Hören	29.07.2016 11:38
74	War bei der Gründung dabei.	29.07.2016 11:26
75	Plakate, Homepage	29.07.2016 11:21
76	durch zeitungsanzeige	29.07.2016 10:34
77	Durch eine Einladung zum Mitmachen, schon in der Gründungsphase vor Sendestart	29.07.2016 10:31
78	Freundeskreis alternative Kulturszene	29.07.2016 08:52
79	Durch Bekannte	28.07.2016 07:45
80	Über lokale Printmedien	27.07.2016 17:38
81	Helsinki ist in Graz bekannt, auf Radio Freequenns bin ich durch Frau Hilde Unterberger gestoßen	27.07.2016 16:27
82	Persönliche Kontakte	27.07.2016 16:16
83	Einfach gefunden	27.07.2016 06:22
84	über einen Freund, der beim freien Radio Freistadt arbeitet	26.07.2016 22:37
85	zufällig	26.07.2016 21:43
86	Durch einen Kulturverein	26.07.2016 21:23
87	Bekannte, Werbung, Facebook	26.07.2016 19:29
88	Je nachdem wo ich gerade bin suche ich immer nach einem lokalen Freieren Radio oder Community Sender!	26.07.2016 18:41
89	bei der Sendersuche vor einigen Jahren :)	26.07.2016 16:49
90	Mitwirkung im Rahmen der "Regionale 2010".	26.07.2016 15:08
91	Durch persönlichen Hinweis	26.07.2016 13:07
92	Newsletter, persönlicher Kontakt	26.07.2016 13:01
93	Otelos Weltladen Eingeladen bei radiosendungen	22.07.2016 12:36
94	angesprochen	21.07.2016 19:04
95	durchs Radio	21.07.2016 17:52
96	Durch unser Umfeld, Kunstszene, alternative Szene, Freunde und Bekannte. Auf der Suche nach einer spannenden Alternative zu staatlichen Radiomedien.	21.07.2016 12:09
97	durch meine Arbeit	21.07.2016 08:08
98	Freunde	20.07.2016 22:37

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

99	Durch Martin Obert	20.07.2016 20:37
100	Facebook	20.07.2016 19:15
101	Beim Starten des Sendersuchlaufes am Autoradio!	20.07.2016 09:06
102	Durch einen Freund, der dort moderiert hat (Günther Madlberger, heute bei Radio OÖ ;-)	19.07.2016 18:19
103	Durch ein Live-Konzert einer Sendungsmacherin und zentralen Person / Mitverantwortlichen	19.07.2016 15:41
104	Persönlichen Kontakt und Veranstaltungen	19.07.2016 11:43
105	durch Bekannte	18.07.2016 14:04
106	regionale X (2010 im Bezirk liezen)	18.07.2016 11:31
107	Durch das mobile Studio	18.07.2016 11:03
108	FdR	18.07.2016 10:06
109	Freunde	18.07.2016 08:35
110	durch ein Interview mit einem Freund	18.07.2016 08:29
111	im Suchprogramm am Radio	16.07.2016 18:55
112	Bekannte	16.07.2016 12:30
113	Freunde	16.07.2016 11:53
114	Freunde	15.07.2016 19:47
115	Presseartikel und Aufkleber	15.07.2016 18:51
116	Mit dem Fall des Rundfunkmonopols	15.07.2016 15:24
117	Gründungsmitglied	15.07.2016 10:50
118	durch einen sprachworkshop, der dort angeboten wurde und an dem ich teil genommen habe	15.07.2016 08:51
119	ich kenne Leute die es machen, . .	15.07.2016 08:35
120	..?	14.07.2016 20:25
121	durch meine Arbeit	14.07.2016 17:44
122	Durch Zufall beim Sendersuchen	14.07.2016 17:33
123	Nach meinem Umzug nach Linz (vor etwa fünf Jahren) hatte ich bald beim 'Durchzappen' nach einem Sender gesucht, der auch Wort und nicht nur Musik sendet. Dabei war ich recht schnell auf Radio FRO gestoßen usw.	14.07.2016 17:05
124	keine Ahnung	14.07.2016 16:21

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

125	Durch eine Jubiläums-Feier des Freien Radio Salzkammergut	14.07.2016 15:31
126	Erzählung	14.07.2016 15:08
127	Sendersuche im Radio	14.07.2016 14:44
128	Durch die Mitarbeit im Kulturverein Kapu in Linz - das war noch vor der Lizenzerteilung von Radio FRO	14.07.2016 14:40
129	Kontakt über Arbeitgeber Schule	14.07.2016 14:15
130	durch die Medien	14.07.2016 13:48
131	Über einen Aushang zur Freien Radio Lehrredaktion, die bei Radio FRO seit 2002 angeboten wird.	14.07.2016 13:44
132	Sie haben sich persönlich vorgestellt.	14.07.2016 13:09
133	Das Freie Radio ist gut sicht- und vor allem hörbar! Alle, die Radio hören, stolpern früher oder später über diese außergewöhnlichen "Sendeanstalten"!	14.07.2016 12:52
134	Zufall	14.07.2016 12:43
135	über Freunde	14.07.2016 12:22
136	Mundpropaganda, Internet	14.07.2016 12:21
137	Über kulturell engagierte SendungsmacherInnen	14.07.2016 12:06
138	Via Mail	14.07.2016 12:01
139	durch Freunde	13.07.2016 17:04
140	Das Radio B138 ist in meinem Heimatort. War schon zu Gast in einer Sendung.	13.07.2016 16:29
141	Werbung, Bekannte	13.07.2016 10:33
142	Es hat seinen Strandpunkt in der Schule, an der ich früher unterrichtet habe und ich kenne einige Mitarbeiter.	13.07.2016 08:56
143	Sendersuche	12.07.2016 20:28
144	Freunde, Internet	12.07.2016 19:38
145	Freunde, Radio zappen.	12.07.2016 17:21
146	durch Bekannte	12.07.2016 17:05
147	durch Mundpropaganda	12.07.2016 16:31
148	Werbung	12.07.2016 07:17
149	Durch die Organisatoren und Organisatorinnen, durch Werbung	11.07.2016 16:16
150	persönlich angesprochen	11.07.2016 14:40

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

151	Politische Sendungen, Arbeiten mit Kindern über Ferienprogramme und Jugendzentren	11.07.2016 11:44
152	Mundpropaganda	11.07.2016 11:42
153	Freundeskreis	11.07.2016 09:40
154	zufällig und durch Menschen die beim Radio arbeiten	11.07.2016 09:05
155	Festival der Regionen 2007	11.07.2016 08:49
156	Mein erster Kontakt war die Radiofabrik in Salzburg. Ich habe dort eine Zeitlang mitgearbeitet. Durch meinen Studienkollegen Georg Ritter bin ich schon früh auf Radio FRO aufmerksam gemacht worden. Neuerdings durch dort tv., weil wir regelmässig FROZINE Sendungen mit Martin Wassermayr aufzeichnen. Über dort tv und die Refugee ÖÖ. Gruppe auch auf Radio B123	11.07.2016 00:00
157	Mundpropaganda, zentral gelegenes Radiostudio, ist in der Region bekannt	10.07.2016 20:09
158	Über meine Arbeit.	10.07.2016 19:10
159	Primär über Leute die bei den freien Radios mitwirken	10.07.2016 11:36
160	Soziales Umfeld	10.07.2016 11:07
161	Durch Freunde	10.07.2016 09:27
162	Freunde	10.07.2016 08:25
163	Durch eigene Zeitung.	09.07.2016 22:02
164	öffentlicher Raum (Veranstaltungen, Werbung, etc), regionalen Medien	09.07.2016 17:31
165	durch Mundpropaganda, Regionale Zeitung	09.07.2016 17:02
166	Durch die Verantwortlichen	09.07.2016 14:43
167	Vor einigen Jahren (2008 in etwa), durch eine Sendung von Bekannten und deren Facebook-Postings	09.07.2016 14:18
168	Bekannte, Freunde	09.07.2016 14:07
169	Durch persönliche Info eines Freundes	09.07.2016 10:21
170	wir haben es selbst gegründet	09.07.2016 07:42
171	Durch Freunde	08.07.2016 22:40
172	Indem ich am Büro vorbeigegangen bin und nachgefragt habe	08.07.2016 20:14
173	Durch SendungsmacherInnen und Einladungen in Sendungen	08.07.2016 17:32

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

174	Als Kulturverantwortliche gehören die Freien Radios in unseren Presseverteiler	08.07.2016 16:43
175	persönliche Kontakte, Werbung, Feste	08.07.2016 12:41
176	ich kenne einige radio macher	08.07.2016 12:37
177	persönliche Gespräche	08.07.2016 09:55
178	Präsenz bei regionalen Veranstaltungen	08.07.2016 09:49
179	Der Sender wurde per Zufall erwischt	08.07.2016 08:08
180	durch Zufall beim Autofahren	07.07.2016 22:07
181	Präsenz	07.07.2016 22:04
182	Regionalzeitung	07.07.2016 21:53
183	Schule	07.07.2016 18:13
184	durch Freunde, durch Zeitung, durch Facebook	07.07.2016 16:24
185	Arbeit in der Regionalentwicklung Lokale AGENDA21	07.07.2016 15:09
186	durch Zeitungsberichte, Transparen	07.07.2016 14:23
187	Werbung, Projektpartnerschaft	07.07.2016 14:15
188	Werbung auf Bannern	07.07.2016 13:24
189	word of mouth	07.07.2016 13:23
190	Inserat	07.07.2016 12:13
191	Durch unsere Schule	07.07.2016 11:17
192	privates Anreden	07.07.2016 11:16
193	Freunde	07.07.2016 10:32
194	Mutter einer Sendungsmacherin und Mitarbeiterin	07.07.2016 10:23
195	Durch Aktivitäten innerhalb und außerhalb des Radios durch das Radio.	07.07.2016 10:12
196	Freunde	07.07.2016 09:33
197	Zeitung	07.07.2016 09:30
198	Freunde	07.07.2016 09:19

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

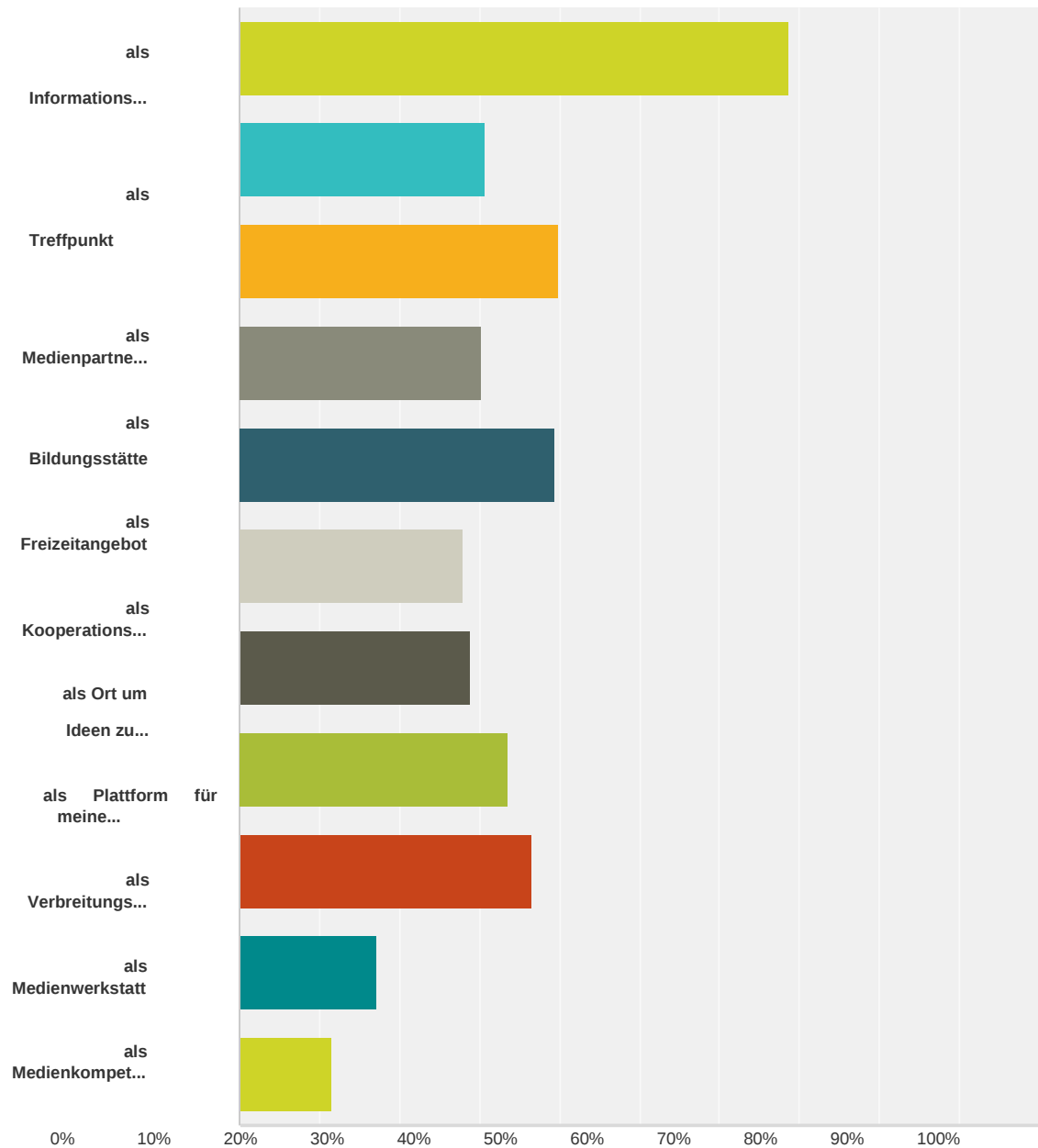
199	durch Freunde und Bekannte bzw. Sohn	07.07.2016 08:12
200	Bekannten	07.07.2016 07:26
201	als leiterin des jugend- und kulturzentrums haben wir als ehrenamtliche begonnen, sendungen zu produzieren.	07.07.2016 07:16
202	Vor Ewigkeiten zufällig die Frequenz gefunden	07.07.2016 00:09
203	Durch einen bekannten Musiker.	06.07.2016 23:04
204	Freude haben das freut gegründet	06.07.2016 22:36
205	Anwesenheit des Radios bei Veranstaltungen	06.07.2016 22:29
206	meine Nichte erzählte davon,...	06.07.2016 22:15
207	Freunde, Werbung, Radio hören	06.07.2016 22:10
208	Ich wurde während der Schulzeit darauf aufmerksam, da Schulkollegen hin und wieder eine Sendung gestaltet/ moderiert haben.	06.07.2016 22:03
209	freunde	06.07.2016 21:59
210	Pfintmedien	06.07.2016 21:32
211	Das Freie Radio Salzkammergut wurde in den Räumlichkeiten meines "Stamm"-Kulturvereins gegründet.	06.07.2016 21:17
212	Verwandtschaft	06.07.2016 20:25
213	Regionalzeitungen	06.07.2016 20:06
214	Gespräch	06.07.2016 19:34
215	freunde	06.07.2016 19:33
216	Fest der Regionen	06.07.2016 19:27
217	Beruflich.	06.07.2016 19:14
218	Durch Bekannte und Freunde	06.07.2016 18:16
219	Freunde	06.07.2016 18:08
220	Ich bin Gründungsmitglied	06.07.2016 18:00
221	durch Bekannte (= Sendungsmacher/innen)	06.07.2016 17:57
222	Plakate, Inserate	06.07.2016 17:40

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

223	Über Mitarbeit in Kulturvereinen	06.07.2016 16:42
224	Durch persönliche Vorstellung von Radiomacherinnen beim Start des B 138	06.07.2016 16:38
225	Ich bin in die Freie-Radiobewegung seit Mitte der 1990er-Jahre involviert.	06.07.2016 16:23
226	ich weiß, daß es das Freie RADIO gibt	06.07.2016 16:22
227	Tag der offenen Tür	06.07.2016 16:06
228	Durch Sendungsgestaltung in der Schule. (2003)	06.07.2016 14:45
229	Ich wohne in Kirchdorf und kenne es seit Anbeginn.	06.07.2016 14:38
230	Über den Kulturbereich	06.07.2016 13:58
231	persönliche Kontakte	06.07.2016 13:17
232	Pressearbeit	05.07.2016 08:37
233	Durch eine Veranstaltung in der jeweiligen Region, wo das Radio vertreten war.	04.07.2016 15:31
234	durch die Arbeit	04.07.2016 13:28
235	Durch Freunde	04.07.2016 09:25
236	Habe damals erfahren, dass ein Freies Radio gegründet werden soll und hab mich der Gruppe angeschlossen, die das schließlich realisiert hat.	04.07.2016 07:39
237	Bekannte, Schulradio	30.06.2016 11:43
238	Wenn man in Kirchdorf wohnt kommt man nicht am Freien radio b138 vorbei	30.06.2016 11:40

Q5 Wie nützen Sie das Freie Radio in Ihrer Region?

Beantwortet: 268 Übersprungen: 56



Antwortoptionen	Beantwortungen
als Informationsträger	68,66% 184
als Treffpunkt	30,60% 82
als Medienpartner für Öffentlichkeitsarbeit	39,93% 107
als Bildungsstätte	30,22% 81

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

als Freizeitangebot	39,55% 106
als Kooperationspartner	27,99% 75
als Ort um Ideen zu entwickeln	28,73% 77
als Plattform für meine Themen	33,58% 90
als Verbreitungsmedium	36,57% 98
als Medienwerkstatt	17,16% 46
als Medienkompetenzzentrum	11,57% 31

Befragte gesamt: 268

Nr.	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
1	Als Arbeitsplatz	07.09.2016 19:37
2	Veranstaltungsort für Konzerte, Lesungen, Diskussionen	10.08.2016 15:56
3	wegen guter Musik	03.08.2016 10:14
4	als Arbeitsplatz	02.08.2016 10:17
5	als Radio-Konsument	01.08.2016 14:33
6	verwirklichung eines traums	30.07.2016 07:08
7	derzeit als meist angenehme Alternative zum "normalen" Radio	29.07.2016 20:45
8	nutze es wenig bis gar nicht	26.07.2016 13:01
9	partner in der regionalentwicklung	22.07.2016 12:36
10	Leider ist in unserem Umfeld kein Freies Radio	18.07.2016 14:29
11	kann leider in palfau nicht empfangen werden	18.07.2016 11:31
12	gedenke ich, es mal zu "nutzen"	15.07.2016 08:51
13	zum Spaß	14.07.2016 14:15
14	eher als Kooperationspartner denn als Hörer	11.07.2016 14:40
15	Ich nutze dort tv als Medienwerkstatt, als Kooperationspartner, als Verbreitungsmedium. Ich habe in Schwertberg im Rahmen des kleinen Kulturzentrums im Meierhof seit Jahren Pläne einen regionalen Medienknoten in Kooperation mit Radio FRO und dort tv aufzubauen.	11.07.2016 00:00

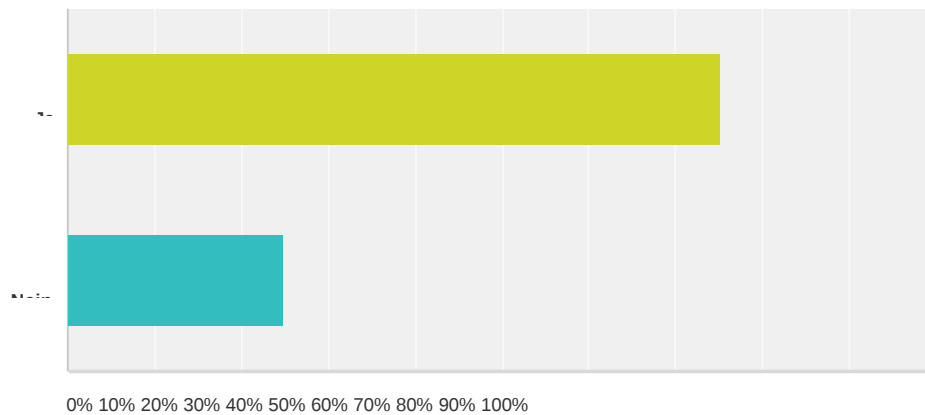
Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

16	Gar nicht	09.07.2016 14:43
17	Gar nicht	08.07.2016 08:08
18	einfach zum Musikhören	07.07.2016 22:07
19	gar nicht	07.07.2016 13:23
20	gar nicht	07.07.2016 08:12
21	als politischen Player der Themen in die Themen in die Öffentlichkeit bringt und auch politische Aktionen setzt.	06.07.2016 16:23
22	keinerlei Berührungspunkte	06.07.2016 16:22

Q6 Gestalten Sie die Region, in der Sie leben, aktiv mit?

Beantwortet: 291

Übersprungen: 33



Antwortoptionen		Beantwortungen
Ja		75,26% 219
Nein		24,74% 72
Gesamt		291

Nr.	Wenn Ja, wie genau?	Datum
1	Mitarbeit im Radio und Kulturprojekte	07.09.2016 19:38
2	ehrenamtliche Tätigkeit, Vorstand im Radio, Kulturelle Tätigkeit	21.08.2016 15:12
3	vereinsarbeit zur dorfentwicklung	19.08.2016 15:45
4	Initiative Kulturarbeit im Bereich Musik, Literatur, Kabarett	19.08.2016 10:18
5	Durch politische und Bildungstätigkeit	18.08.2016 23:17
6	Ehrenamtliche Tätigkeit auf Gemeindeebene	18.08.2016 19:13
7	Musik (Musikschule)	18.08.2016 16:06
8	Vereinsarbeit	18.08.2016 14:04
9	im NGO-Bereich	14.08.2016 16:54
10	Ehrenamtliche Arbeit Bücherei, Feuerwehr, Seniorenbund	12.08.2016 12:33
11	politisch	11.08.2016 09:30

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

12	Mitarbeit an diversen Projekten	11.08.2016 09:21
13	durch jugend/kulturarbeit, speziell literaturvermittlung und kritische diskussionen zu aktuellen themen	10.08.2016 21:57
14	Durch meinen Beruf; durch musikalische Tätigkeit	10.08.2016 18:18
15	Attac-Aktivistin (Veranstaltungen/Demos organisieren, CSA-Mitbegründerin), Gemeinschaftsgärtnerin	10.08.2016 16:00
16	Durch Organisation und Mitgestaltung von Veranstaltungen	10.08.2016 15:33
17	Theater	10.08.2016 14:39
18	IKMT Raumberg, Kirchenchor Irdning, Seniorenbund Irdning	10.08.2016 13:14
19	Projekte gegen invasive Neophyten (nicht einheimische Pflanzen)	09.08.2016 11:52
20	ich bin, also gestalte ich	08.08.2016 13:51
21	Versuche, Öffentlichkeit für Themen, die mir wichtig sind, zu finden - auch durch Kooperation mit Medien (sonst v.a. Bildungseinrichtungen)	08.08.2016 00:22
22	Kulturvermittlung	07.08.2016 22:14
23	mit Angeboten (Vorträge, Workshops) im pädagogischen Bereich; Vorstandsarbeit für eine private Alternativschule	06.08.2016 08:58
24	Stadtentwicklung. Schulprojekte.	02.08.2016 19:21
25	div. Vereinstätigkeiten,	02.08.2016 08:45
26	Ich mache Sendungen	01.08.2016 20:04
27	Verein, Politik	01.08.2016 18:03
28	Bringe meine Fähigkeiten ein....	01.08.2016 16:55
29	Veranstaltungen im Rahmen der LMS und Volksmusikabende	01.08.2016 11:40
30	Aktiver Gemeinderat und Aktivist	01.08.2016 06:32
31	gesellschaftliche und politische Aktivitäten	31.07.2016 23:25
32	Koordination einer Helferplattform für Asylwerber	31.07.2016 22:31
33	Früher: in einem ganz besonderen Elternvereins-Team, mit Vorträgen, Kräuterwanderungen, ca. 3 Jahre in Gemeinderats-Ausschüssen, als Ehrenamtliche in der Flüchtlingsbetreuung.....	31.07.2016 19:54
34	Aktivitäten (Natur, Wanderungen, Sport, Berge,...) der Naturfreunde	31.07.2016 10:45
35	Vereinen, Gemeinde	30.07.2016 19:37

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

36	Kulturarbeit, Information, Regionalität	30.07.2016 09:38
37	Mauthausenkomitee Gallneukirchen	29.07.2016 22:08
38	durch ehrenamtliche Tätigkeiten in 2 Vereinen	29.07.2016 21:46
39	Mitglied in vielen Vereinen und Funktionärstätigkeit	29.07.2016 21:32
40	nicht mehr :-(	29.07.2016 20:46
41	Diverse Kulturprojekte	29.07.2016 19:43
42	Musik	29.07.2016 18:12
43	SportVerein, Film und Fotografie	29.07.2016 17:52
44	Gemeinderat, Stammtisch	29.07.2016 16:37
45	Kulturverein, Otelo	29.07.2016 15:47
46	durch meine Sendungen, durch mein Engagement in der Krankenhausseelsorge	29.07.2016 14:42
47	Theaterarbeit	29.07.2016 14:03
48	Veranstaltungen im Bereich Jazz und zeitgenössische Musik	29.07.2016 12:08
49	Radiomacher, Leader Gremium, Blog über Kunstaustellungen	29.07.2016 11:49
50	politisch	29.07.2016 11:39
51	Bin im Kulturbetrieb tätig	29.07.2016 11:27
52	Otelo, FRF, freie Kulturszene	29.07.2016 11:22
53	durch Kultur- und Projektarbeit in der Region	29.07.2016 10:37
54	Durch Engagement im Kulturbereich	29.07.2016 10:33
55	direkt und indirekt durch meine Anstellung beim FRF	29.07.2016 09:57
56	Mit dem FRS :)	29.07.2016 08:53
57	teilweise	28.07.2016 09:14
58	kulturelle Veranstaltungen	28.07.2016 07:47
59	Durch Mitarbeit in NGO's im Bereich Naturschutz und Soziales	27.07.2016 17:40
60	Gelegentlich z.B. Bei Projekten	27.07.2016 16:19

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

61	Selbständigkeit, Vereinstätigkeiten, Bahá'í Religion	26.07.2016 21:38
62	Konzertveranstalter, Seminarleiter, sonst. künstl. Aktivitäten	26.07.2016 19:30
63	Kulturaktivitäten, Projektentwicklung	26.07.2016 15:10
64	Kulturmacher	26.07.2016 13:09
65	arbeite in der Regionalentwicklung mit	26.07.2016 13:02
66	Kino Kirchdorf	23.07.2016 16:59
67	ehrenamtlich in leadergremien für soziales und kulturelles	22.07.2016 12:43
68	Agenda 21, Lebensraum Donau-Ameisberg	22.07.2016 10:23
69	Sendungsmacher	21.07.2016 19:08
70	eigene Kunstprojekte, Ausstellungen, Pilotprojekt KUNST:RAUM Gmunden	21.07.2016 12:11
71	Theater, Events	20.07.2016 22:40
72	Radio Altenheim in mehreren Heimen im Bezirk Kirchdorf	20.07.2016 20:39
73	Ich bin aktives Mitglied eines Kulturvereines	20.07.2016 19:16
74	Aus- und Weiterbildung	20.07.2016 09:07
75	durch musikbezogene Veranstaltungen (sowohl privat, als auch öffentlich)	19.07.2016 15:44
76	Durch Sponsoring und Unterstützung der Wirtschaft und Bewohner	19.07.2016 11:44
77	Wir sind eine Agentur für Regionalentwicklung und führen eine vielzahl an Projekten durch. Kultur, Jugend, Integration, Grenzüberschreitend,..	18.07.2016 14:31
78	kunst unkultur events	18.07.2016 11:33
79	Aktiv leben	18.07.2016 11:07
80	Kulturveranstalter	18.07.2016 10:08
81	ehrenamtliche Tätigkeit	18.07.2016 08:37
82	Mitarbeit in einer Foodcop	16.07.2016 18:56
83	Vereinsarbeit (OTELO, Foodcoop) NEUKI (Regionalwährung)	16.07.2016 11:54
84	Aktivist, Künstler	15.07.2016 15:26
85	div. ehrenamtliche Tätigkeiten	14.07.2016 17:45

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

86	Mit Seminaren, die die Gesundheit erhalten oder wieder herstellt	14.07.2016 17:35
87	Naja, zumindest Sendungs-Beiträge auf Radio Freistadt (radio 'planetarium' :)	14.07.2016 17:08
88	Politisch Aktiv	14.07.2016 16:22
89	Ich mache literarische Veranstaltungen	14.07.2016 15:34
90	Geschäftsführung des Tourismusverbandes	14.07.2016 15:09
91	Veranstaltungen, Sendungen mit Publikum	14.07.2016 14:45
92	Durch kulturelle und politische Arbeit	14.07.2016 14:42
93	Literatur, Lesungen, sonstige Veranstaltungen	14.07.2016 13:49
94	ich gestalte das Infomagazin FROzine mit, das regionale und lokale Informationen sendet.	14.07.2016 13:47
95	Ich arbeite in einer NGO und bringe mich in vielen zivilgesellschaftlichen Projekten und Räumen ein.	14.07.2016 12:52
96	in verschiedenen Organisationen	14.07.2016 12:44
97	Seilbahnbetreiber	14.07.2016 12:38
98	Aktivist im Offenen Technologielabor Otelo, als Jugendbaufragter einer Kommune	14.07.2016 12:08
99	Flächenwidmung in der Gemeinde	13.07.2016 17:07
100	Imkerei	12.07.2016 20:30
101	Foodcoop-Verein-Aktivitäten;	12.07.2016 19:44
102	Aktive Mitgliedschaft in einer Foodcoop	12.07.2016 17:22
103	als LEADER-Manager	12.07.2016 17:06
104	ich arbeite bei einem Verein	12.07.2016 16:33
105	Leader Projekte	12.07.2016 15:33
106	Mitarbeit in diversen Vereinen und Körperschaften	12.07.2016 07:19
107	Kulturarbeit	11.07.2016 14:41
108	Gemeinderat und AusschüÙe	11.07.2016 12:57
109	Politisch, Vereinstätigkeiten	11.07.2016 12:19
110	Gemeinderat, Jugendzentrum, Jungschar, Sozialistische Jugend	11.07.2016 11:44

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

111	Kulturveranstaltungen	11.07.2016 09:41
112	Kulturverein Baraka	11.07.2016 08:50
113	Ich habe zwei Lederkonzepte formuliert, habe eine Bürgerinitiative Aisttalstraße gegründet, Straßen gesperrt, Fahrradstreifen im Ort angeregt und durchgesetzt, habe den Aisttalradwanderweg von Au/D. über das Green Belt Center in Windhag/FR. gezeichnet, Tagungen zum Thema Kultur in Gemeinden durchgeführt, mache seit 2003 unbezahlt Kulturarbeit,sammle relevante Materialien zur Ortsgeschichte, Programmieren Kultur und Diskussionsveranstaltungen zur Donau Moldau Region, zur Bewußtseinsregion Mauthausen, habe botanische Wanderungen mit dem Biologieinstitut Linz initiiert um eine Naturparkserweiterung begründen zu können, mache Medienarbeit mit den neuen Nachbarn aus dem Containerdorf in Schwertberg....	11.07.2016 00:08
114	Ehrenamtliche Tätigkeit in verschiedenen Vereinen.	10.07.2016 19:12
115	kurstaetigkeit	10.07.2016 12:16
116	bgld.ungarische Brauchtumpflege	10.07.2016 11:44
117	organisiere das Festival Rock im Dorf mit	10.07.2016 11:37
118	Kulturverein/-veranstaltungen	10.07.2016 11:10
119	Professionelles und ehrenamtliches Engagement im Kultur- und Medienbereich	09.07.2016 22:05
120	Mitglied in einem regionalen Kulturverein	09.07.2016 17:32
121	manchmal gestalte ich eine Sendung	09.07.2016 17:04
122	Ich bin in mehreren Vereinen, im Gemeinderat und in Ausschüssen aktiv.	09.07.2016 14:45
123	kulturelle Aktivitaet	09.07.2016 14:10
124	beiträge zum kulturellen leben, impulse für "neues"	09.07.2016 07:43
125	Durch die Mitarbeit in verschiedenen Vereinen	08.07.2016 22:41
126	regionale Projekte	08.07.2016 20:16
127	Als Referentin in der politischen Bildung und als Gemeinderätin	08.07.2016 17:34
128	Geschäftsführerin im Kulturverein	08.07.2016 16:44
129	Vereinstätigkeit, Arbeitskreise in Pfarre u. Gemeinde	08.07.2016 12:43
130	als Vereinsmitglied in vielen Vereinen, Politik	08.07.2016 09:50
131	Gemeinderat	08.07.2016 08:45
132	Gemeinderat	08.07.2016 08:09
133	Ehrenamtliche Tätigkeit	07.07.2016 22:13

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

134	Tlw. ...Lebensmittelladen, Asylbewerber	07.07.2016 22:05
135	in Vereinen, Ortsbauernschaft	07.07.2016 21:56
136	Sommertheaterproduktion	07.07.2016 16:25
137	im Vereinsleben	07.07.2016 15:46
138	Mit inspirierenden Themen zum Dialog einladen und die Bürger/innen motivieren, gleichsam 'bottom-up' etwas zum Positiven zu verändern = Gestalten statt Jammern!	07.07.2016 15:11
139	Vereinsarbeit im Vorstand	07.07.2016 14:43
140	im Bereich der Regionalentwicklung	07.07.2016 14:24
141	Chormitglied, Initiator eines Literaturfestivals	07.07.2016 11:18
142	beschränktes Engagement in kultureller Hinsicht	07.07.2016 11:17
143	Wanderwege instandhalten durch die Naturfreunde Pettenbach	07.07.2016 11:02
144	durch Veranstaltungen kultureller und sozialer Natur	07.07.2016 10:16
145	betreibe eine boutique	07.07.2016 09:35
146	Literarische Nahversorger und spes	07.07.2016 09:21
147	Pensionistenverband,Gem. Ferienpass	07.07.2016 08:16
148	gesunde Gemeinde	07.07.2016 08:14
149	Gemeindebedienstete, Gesunde Gemeinde Mitarbeiterin, usw.	07.07.2016 07:28
150	mit (ehrenamtlichen) radio und fernsehsendungen	07.07.2016 07:18
151	Lebe und arbeite	07.07.2016 06:37
152	Mitarbeit und Vorstand in Kulturverein	06.07.2016 22:39
153	Bildung, Kultur	06.07.2016 22:11
154	Vizebürgermeisterin, politische Funktionen in der Region	06.07.2016 20:26
155	Gemeinde	06.07.2016 20:08
156	Soziales Bidungsengagement	06.07.2016 19:35
157	Mitglied einer Foodcoop	06.07.2016 19:35
158	Durch (meist schriftliche) Veröffentlichungen.	06.07.2016 19:15

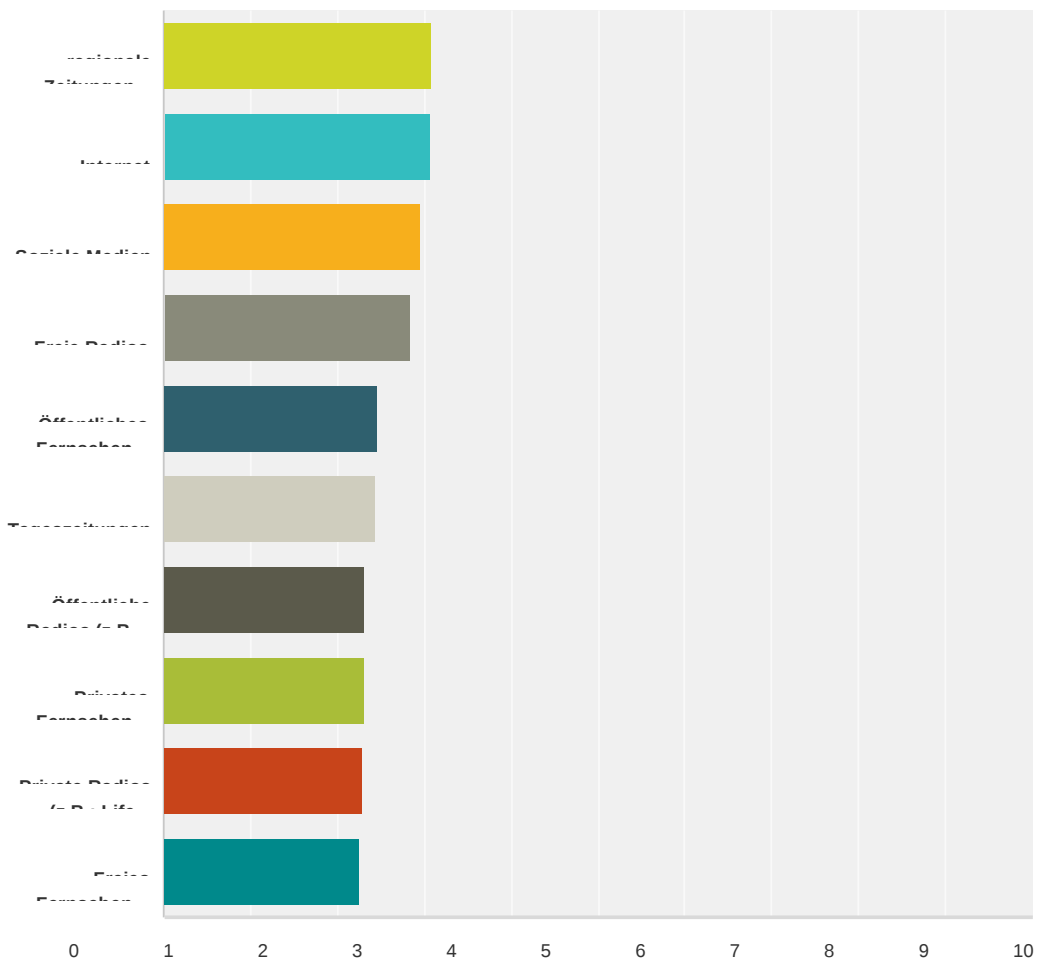
Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

159	ehrenamtliches Engagement	06.07.2016 19:00
160	Politisch,	06.07.2016 18:32
161	Radio, Otelo, Gueterwege	06.07.2016 18:18
162	Kulturverein inok	06.07.2016 18:09
163	als engagierte Bürgerin und Mitglied in mehreren Vereinen der Region	06.07.2016 18:02
164	Vorstandsmitglied in unterschiedlichen Vereinen, Umweltgemeinderat	06.07.2016 17:43
165	durch Workshops	06.07.2016 16:39
166	derzeit sehr dezent im Regionalforum	06.07.2016 16:25
167	Ich engagiere mich beim Freien Radio / bin politisch aktiv	06.07.2016 16:25
168	gestalte Radiosendungen	06.07.2016 16:08
169	Als Bgm und in Ausschüssen	06.07.2016 15:35
170	Co-Moderator	06.07.2016 14:41
171	Kulturbereich	06.07.2016 13:58
172	Mit mobilen Bildungs- und Beratungsangebote	06.07.2016 13:19
173	Ehrenamtliche Tätigkeiten	05.07.2016 08:38
174	Indem ich auf mir wichtig erscheinende Themen aufmerksam mache, Menschen animiere, aktiv zu werden und seine/ihre Stimme zu erheben.	04.07.2016 07:41
175	als Sendungsmacherin und Radiomitarbeiterin	30.06.2016 11:44
176	ich bin aktiv	30.06.2016 11:42

Q7 Wie groß ist der Beitrag der folgenden
Medien zur Entwicklung der Region in der Sie leben?

Beantwortet: 292

Übersprungen: 32



	Sehr groß	Groß	Gering	Gar kein Beitrag	Gesamt	Gewichteter Mittelwert
regionale Zeitungen (z.B.: Tips, Bezirksrundschau,...)	28,37% 82	53,98% 156	16,61% 48	1,04% 3	289	3,10
Internet	32,38% 91	45,55% 128	19,22% 54	2,85% 8	281	3,07
Soziale Medien	26,60% 75	45,04% 127	26,95% 76	1,42% 4	282	2,97
Freie Radios	21,33% 61	44,06% 126	30,77% 88	3,85% 11	286	2,83

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

Öffentliches Fernsehen (z.B.: ORF1, etc.)	12,15% 35	30,90% 89	47,57% 137	9,38% 27	288	2,46
Tageszeitungen	8,93% 25	33,93% 95	50,00% 140	7,14% 20	280	2,45
Öffentliche Radios (z.B.: Ö1, Ö3, ...)	9,06% 26	28,22% 81	48,08% 138	14,63% 42	287	2,32
Privates Fernsehen (z.B.: Regionalsender,...)	5,13% 14	33,70% 92	48,72% 133	12,45% 34	273	2,32
Private Radios (z.B.: Life Radio,...)	6,03% 17	28,72% 81	54,61% 154	10,64% 30	282	2,30
Freies Fernsehen (z.B.: dorfTV,...)	9,23% 25	25,83% 70	45,76% 124	19,19% 52	271	2,25

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

Q8 Inwiefern leisten Freie Radios (insbesondere Freie Radios im ländlichen Raum) einen Beitrag zur regionalen Entwicklung in Ihrer Region?

Beantwortet: 219 Übersprungen: 105

Nr.	Beantwortungen	Datum
1	Gesellschaftliches Engagement wird überhaupt sichtbar und hörbar.	07.09.2016 19:39
2	Ich denke eher wenig, da zu wenige Hörer.	04.09.2016 13:39
3	Berichterstattung über regionale Veranstaltungen und als Veranstalter selbst; Genauerer Befassen mit aktuellen regionalen Themen in den Radiosendungen.	22.08.2016 17:13
4	Vernetzung, soz. Treffpunkt, Kulturelle Veranstaltungen, Medienpartnerschaften, alternative Kulturszene, Plattform für Kulturarbeit, Ausdruck Jugendkultur...	21.08.2016 15:18
5	Ausbildung/Medienkompetenz besonders für Kinder und Jugendliche	19.08.2016 15:47
6	Kommunikation, Information, Horizonterweiterung	19.08.2016 12:59
7	Derzeit kaum mangels Frequenz.	19.08.2016 10:19
8	Treffpunkt, Inkubator	19.08.2016 10:14
9	Indem sie sich aktuellen regionalen Themen und Problematiken widmen und so ein Informationsportal bilden und - viel wichtiger - eine Diskussionsplattform für die Region eröffnen.	19.08.2016 08:45
10	Kreative, aktive Ideen werden umgesetzt und viel zum sozialen Leben in der Region beigetragen.	19.08.2016 07:37
11	Durch Information, Motivation, Vorstellung von aktuellen Initiativen,	18.08.2016 23:21
12	Jede/r kann die Möglichkeit als SendungsmacherIn nutzen und dadurch einen individuellen Beitrag in der Region leisten. Freie Radios haben dadurch ein vielfältigeres, individuelleres und authentischeres Angebot.	18.08.2016 16:09
13	Regionale Themen werden diskutiert	18.08.2016 14:05
14	Die Tatsache das jeder der eine Idee hat bei einem Freien Radio mitwirken kann, erzeugt genau den Effekt. Es entsteht dadurch ein kultureller Austausch untereinander, also auch eine Entwicklung.	18.08.2016 13:47
15	Aktionen, Feste, Initiativen.	18.08.2016 12:54
16	durch Präsentation lokaler Akteur_innen und Aktivitäten; Auseinandersetzung mit Geschichte, Kultur usw; Veranstaltungsbegleitung - u Bewerbung;	14.08.2016 16:59
17	Spezielle Informationen von der Region für die Region	12.08.2016 12:34
18	Berichterstattung über regionale Veranstaltungen	11.08.2016 13:40
19	lokale und regionale Themen, Aktualität, persönlicher Bezug	11.08.2016 09:30

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

20	- Teilnahme an vielen regionalen VA - breitgefächerte Sendungsthemen abseits des Mainstream - unkomplizierter Einstieg als Sendungsmacher/-in möglich --> jeder kann seinen Beitrag leisten, wenn er möchte --> Identifikation mit der Region - -	11.08.2016 09:27
21	im mariazeller land, wo ich zwischen 1998 und 2003 mit der entwicklung und betreuung einer regionalen jugendarbeit im problemfeld abwanderung und arbeitslosigkeit befasst war, hätte ich sehr gern ein freies regionales radio für diverse jugend/kulturprojekte zur verfügung gehabt, da hätten sich viele unserer arbeitsschwerpunkte ideal verwirklichen lassen! beispiel identifikation mit der region, kritische auseinandersetzung, medienkompetenz, generelles empowerment jugendlicher sowie das "ernst genommen werden" als wichtige partner für die entwicklung des gemeinwesens seitens politischer entscheidungsträger. alles in allem eine aufwertung und wirkungsvervielfachung bestehender sozialer/politischer initiativen.	10.08.2016 22:09
22	Man lernt gewisse Institutionen etwas kennen	10.08.2016 18:18
23	Lokale Berichterstattung, bietet Möglichkeiten der Partizipation für die BürgerInnen an, Diskussionen über Stadtentwicklung führen,	10.08.2016 16:05
24	Es werden kleinere Veranstaltungen und Initiativen präsentiert, die sonst wenig öffentliche Aufmerksamkeit bekommen.	10.08.2016 15:35
25	Tragen zum "Gesicht" der Region bei.	10.08.2016 14:41
26	zur Info lokaler Veranstaltungen	10.08.2016 13:16
27	Infoquelle	10.08.2016 13:10
28	informatiosnträgerInn	08.08.2016 13:52
29	Als Anlaufstelle für Interessierte und als Vernetzungspunkt, damit viele Leute das Gefühl haben, sie sind nicht allein mit ihren Ideen und Vorhaben (gerade im ländlichen Raum). Wenn es wenig Infos aus anderen Medien gibt (z.B. Salzkammergut seit Einstellung der regionalen Zeitung), dann erfüllen die Freien Medien eine wichtige Funktion, um über die Ereignisse in der Region zu berichten	08.08.2016 00:24
30	durch wichtige regionale Infos und Recherchen	07.08.2016 22:15
31	regionale Kontakte, großes Engagement, gute Werbung, gute Vernetzung	06.08.2016 09:00
32	bei Veranstaltungen vor Ort Berichterstattung Ankündigung von Veranstaltungen, Interviews mit Mitwirkenden, Breites Programmangebot für alle Richtungen	05.08.2016 09:32
33	regional aktuelle Informationen	03.08.2016 10:20
34	Diskussionen. Infos. Interviews.Veranstaltungen.	02.08.2016 19:24
35	bringt ganz unterschiedliche Leute zusammen vernetzt engagierte Menschen berichtet, was den Menschen selbst wichtig ist bietet einen soziokulturelles Angebot, das Menschen eine Aufgabe vor Ort bietet - ohne touristische oder kommerzielle Verwertungszwänge	02.08.2016 10:24
36	Regionale Beiträge und Sendungsgestalter	02.08.2016 09:15
37	Vieles wird bekanntgegeben	01.08.2016 20:04
38	regionale Berichterstattung, Veranstaltungen, Werbung für Regionales	01.08.2016 18:04

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

39	Menschen der Region werden vorgestellt, unbekannten Fähigkeiten wird eine Plattform geboten, aktuelle Themen objektiv behandelt, die Region präsentiert sich der Öffentlichkeit,	01.08.2016 16:58
40	Durch speziell abgestimmte Sachthemen zur Region	01.08.2016 15:42
41	Treffpunkt; Beteiligung von BürgerInnen; Befähigen zur Selbstverantwortung	01.08.2016 14:36
42	Bewerbung, Berichterstattung, Informationen	01.08.2016 11:42
43	Dadurch dass sie Projekte vorstellen und Termine von Treffen bekanntgeben und Radiosendungen vor Ort produzieren	01.08.2016 09:57
44	Durch Themenaufbereitung und Problemstellungsaufarbeitung	01.08.2016 06:36
45	Bewußtseinsarbeit abseits der gekauften Meinungen in den kommerziellen Medien	31.07.2016 23:28
46	Themenschwerpunkte aus der Region Informations-Sendungen zu regionalen Themen Lokale Gruppen stellen ihre Arbeit vor und werden damit öffentlich Übertragung lokaler Veranstaltungen	31.07.2016 22:37
47	Sie leisten einen unabhängigen, werbefreien Beitrag, bringen Informationen, die auf dem Sektor der allgemeinen Medien nur sehr begrenzt vorkommen.	31.07.2016 19:57
48	Information und Unterhaltungsschiene ist gut, aber sehr regional bezogen. Die regionale Entwicklung durch Freies Radio sollte man nicht zu hoch bewerten.	31.07.2016 10:53
49	Informationen	30.07.2016 19:37
50	Schaffung von Identität, Heimatkunde, Vorstellung von neuen Projekten.	30.07.2016 09:43
51	es war schon sehr auffällig das im bereich der sendefrequenz in der man frf hören kann überall grün gewählt wurde rundherum blau...	30.07.2016 07:11
52	schafft Initiativgruppen Öffentlichkeit	29.07.2016 22:10
53	durch viele Sendungen/Beiträge mit Regionalbezug; überregionale Sender (Ö1/Ö3 mit abstrichen auf Radio OÖ) haben nur oberflächlich und nur bedingt Regionalbezug	29.07.2016 21:48
54	sie dienen als Informationsträger für Kultur und Veranstaltungen	29.07.2016 21:38
55	keine Ahnung	29.07.2016 21:02
56	Weil Menschen vor Ort ihre Beiträge gestalten und diese logischer Weise aus der Region kommen.	29.07.2016 20:48
57	zeitnahe Berichterstattung und Erfassen vieler Themen, die sonst nicht gesendet werden	29.07.2016 19:43
58	weil sie echt sind	29.07.2016 19:27
59	Innovation, Ideenschmiede, Künstler	29.07.2016 18:14
60	Zeit und Ortsnahe Info, Möglichkeit zur Gestaltung und Mobilisierung, Veranstaltungen promoten, Detail-Infos zu lokalen Themen wie Atom, Kultur, Projekte, Umweltrelevantes aber auch globale Themen können in angemessener Tiefe beleuchtet werden, weil die Sprechzeiten lang genug sind.	29.07.2016 17:58

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

61	Hier wird Programm aus der Region für die Region gemacht. Hier bin ganz direkt am Puls der Region. Ich spüre, was vorgeht vor Ort. Unersetzlich für uns!	29.07.2016 17:33
62	Bekanntmachung von regionalen Initiativen, Provinzmief gegenwirken, Stärkung der alternativen Kräfte	29.07.2016 16:39
63	Durch ausführliche Gespräche mit engagierten Menschen aus der Region, durch das Aufgreifen von langfristig wirkenden Themen und durch die Ermöglichung von Medienöffentlichkeit .	29.07.2016 15:54
64	Information darüber, wer- was- wo- alles in unserer Region passiert	29.07.2016 14:44
65	Durch Informationen, die über die Sender weitergegeben werden	29.07.2016 14:05
66	man könnte das Gefühl haben, dass man etwas mitreden kann, wenn man will	29.07.2016 12:11
67	durch keines Team flexibel, kann schnell auf regionale Ereignisse reagieren/berichten. Regionale Themen > gesteigertes Interesse	29.07.2016 12:09
68	Bericht über aktuelle Themen in der Region	29.07.2016 11:51
69	Unabhängigkeit, Nähe zu den Konsumenten, regionale Themen	29.07.2016 11:40
70	Die Basis wird betreut	29.07.2016 11:28
71	Austauschplattform Treffpunkt Sprachrohr	29.07.2016 11:23
72	Engagement in fast allen Bereichen (Kultur, Soziales, Bildung, Ökologie, usw) wird hörbar und verstärkt durch die Radiosendungen. Themen werden aufgegriffen, die in den Mainstream-Medien nicht behandelt werden und erhalten im Freien Radio großzügig Sendezeiten und eine Plattform. Lokale Themen erhalten überhaupt erst eine mediale Präsenz durch Freie Radios. Vernetzung mit dem Radio und unter den Engagierten in der Region findet statt. Durch die intensive Auseinandersetzung mit der Region und die Verbreitung lokaler Themen im Radio findet Bildung der Bevölkerung statt (=identitätsstiftend). Die gleichen Informationen über die Region wirken imagebildend für Menschen, die außerhalb der Region leben.	29.07.2016 10:49
73	durch Berichterstattung, Vorschau/Ankündigungen und teils partnerschaftliche Programme (meist Live-Übertragungen)	29.07.2016 10:40
74	sie aktivieren die Region, sie bringen Menschen, die in der Region leben dazu sich mit der Region auseinanderzusetzen, es wird etwas gemacht mit und für die Region	29.07.2016 09:58
75	Indem Sie verschiedene Interessensgruppen miteinander Vernetzen und den Blickwinkel der einzelnen Gruppen erweitern und so die Region weiterentwickeln.	29.07.2016 08:55
76	Aktuelle Berichte	28.07.2016 09:15
77	Regionale Themen werden diskutiert. Partner und Unterstützer von Regional- und Schulprojekten.	28.07.2016 07:49
78	Regionale Beiträge, Musikgruppen, Chöre, Veranstaltungen werden bekannt	28.07.2016 01:04
79	Indem sie regionale Themen aufgreifen und regionalen Initiativen eine Plattform bieten	27.07.2016 17:40
80	Informationsträger, Entwicklungskooperationen	27.07.2016 16:20
81	Info Austausch, gezielte regionale Infos und Angebote, Zusammenarbeit mit lokalen Vereinen	27.07.2016 06:24

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

82	Als Plattform für Kommunikation, Anregung, Information, Austausch, Ideen	26.07.2016 22:59
83	kulturell, bildungstechnisch, unmittelbar durch die Möglichkeit der Mitarbeit	26.07.2016 21:48
84	Sendungen zu aktuellen Themen wie z.B. Asylwerber in der Region. Vorstellung von besonderen Menschen, Projekten und Leistungen in der Region. Traditionelle und neue Musik aus der Region.	26.07.2016 21:43
85	Starthilfe für junge Künstler	26.07.2016 19:31
86	Sie geben potentiell allen eine Stimme, die normalerweise nicht gehört werden. Oft braucht es natürlich mehr als nur das Angebot selber Radio machen zu können. Die Radios sind meist wichtige Kristallisationspunkte an denen sich Menschen treffen und Ideen spinnen und aktiv werden. Diese Form der Partizipation ist wichtig für eine lebendige Demokratie im lokalen Kontext und ein wichtiger Ausgangspunkt für weitergehende Engagements.	26.07.2016 19:08
87	zb Vorortsendungen/-beiträge bei Theatertagen, Veranstaltungen	26.07.2016 16:52
88	Information; Thematisierung weiterführender, notwendiger Angelegenheiten	26.07.2016 15:14
89	durch Berichterstattung in der Region und dadurch auch als Identitätgeber	26.07.2016 13:10
90	Spezielle Themensendungen	25.07.2016 15:17
91	Beiträge über regionale Initiativen Agieren von regionalen menschen bei sendungsinhalten	22.07.2016 12:47
92	lokale Infos- verbunden mit der Gesamtregion-	21.07.2016 19:10
93	Durch Partizipation , kritische Information, breite Themenfelder, Weiterverbreitung von Veranstaltungsinfos, Informationsverbreitung über regionale Initiativen und Problemfelder, Format Mitmachradio, Veranstaltungen	21.07.2016 12:15
94	Vielleicht: So weit der Empfang reicht....	20.07.2016 22:42
95	durch kulturelle Beiträge und Unterstützung der örtlichen Vereine. Plattform für viele kulturelle Veranstaltungen	20.07.2016 20:40
96	Vernetzung von Menschen auf lokaler Ebene	20.07.2016 09:08
97	bieten die Möglichkeit sich zu engagieren und gestalterisch tätig zu werden.	19.07.2016 18:20
98	Ich glaube, dass es kein Zufall ist, dass in OÖ im Sendebereich der Freien Radios Wahlen - knapp, aber doch - eher links ausfallen, da eine freundlichere und offenere Perspektive geboten wird.	19.07.2016 15:47
99	Regionale Themen stehen im Vordergrund, Bekannte aus dem Ortsgebiet gestalten mit und tragen dazu bei das es am Land auch "lebenswert" ist bzw. bleibt.	19.07.2016 11:46
100	sie liefern Beiträge zu aktuellen Themen, z.B.: Gewerkschaften, Arbeitsrecht, Weinviertel Tabak als Ein-Mann-Firma	18.07.2016 14:16
101	keine	18.07.2016 11:34
102	Regionen abseits der Ballungszentren finden nur geringe Beachtung der großen Medienplayer, daher sind Regionalberichte und Liveübertragungen aus der Region enorm wichtig.	18.07.2016 11:15
103	Eröffnung neuer Denkräume/Horizonte, regt an über Grenzen hinweg zu sehen	18.07.2016 11:08

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

104	als Sprachrohr, das jede/r nutzen kann; und das mer genutzt werden sollte	18.07.2016 10:10
105	politische Diskussionen, Berichterstattung über lokale Probleme	18.07.2016 08:38
106	Information, Vernetzung und Terminaustausch lokaler Veranstaltungen	16.07.2016 18:58
107	Verbreitung kultureller Inhalte (Literatur, Musik) Integration	16.07.2016 12:53
108	Infodrehscheibe, Veranstaltungsankündigung	16.07.2016 11:55
109	Vernetzung von Menschen, die an einem Thema, wie z.B Hilfe für Flüchtende, nachhaltige Ernährung, Kultur(schaffen)	15.07.2016 19:52
110	Man hört Stimmen, die man sonst nicht hören würde. Mangelhaft ist leider die Durchhörbarkeit und die Tonqualität	15.07.2016 15:29
111	Thematisierung von Problemen Infos über Veranstaltungen	15.07.2016 10:54
112	indem sie aktuelle Themen aufgreifen und diskutieren	15.07.2016 08:38
113	Sie sind themenbestimmend.	14.07.2016 20:29
114	Sie beschäftigen sich u.a. mit tagesaktuellen Themen.	14.07.2016 17:46
115	Sie bieten eine große Vielfalt, jeder darf zu Wort kommen und so ,Themen, die andere Sender nie senden würden, der Öffentlichkeit präsentieren. So kommen Themen ins Spiel, die sehr wohl der Entwicklung in vielen Bereichen dienen können.	14.07.2016 17:41
116	- Möglichkeit der Partizipation von marginalisierten Gruppen. - Informations-Fokus auf zahlreiche regionale Themen (auch solche, die sonst wenig aufgegriffen werden). - Z.T. auch ein anderer Blickwinkel auf populäre regionale Themen. - Weiterbildungs-, politische Aktions- und Freizeitangebote. - Treffpunkt- und Vernetzungsmöglichkeiten für zahlreiche regionale Gruppen. - Nicht zuletzt (und basierend auf den genannten Punkten) eine schätzenswerte Wertevermittlung im Sinne einer gelingenden Praxis von offener Gesellschaft.	14.07.2016 17:21
117	Geben Regionalem eine Plattform	14.07.2016 16:22
118	Sie bieten unterschiedlichsten Initiaiven, Vereinen und Privatpersonen ein Forum, ihre Aktivitäten und Veranstaltungen und bekannt zu machen.	14.07.2016 15:38
119	sie lassen Kleinaktivisten an die Öffentlichkeit	14.07.2016 15:10
120	Musik aus der Region, Veranstaltungen zum Miteinander (Hörertreffen).	14.07.2016 14:47
121	Durch die Verbreitungsmöglichkeit anderer Formen der Entwicklung, durch einfacheren Zugang, um an Prozessen der Entwicklung teilzunehmen, seine Meinung einfließen zu lassen, durch Freie Radios als Schnittstelle verschiedener Initiativen usw.	14.07.2016 14:47
122	Bewerben von Veranstaltungen und Initiativen, Vernetzung von Initiativen, Übertragen von Veranstaltungen, Information zu Regionalpolitik und Regionalkultur	14.07.2016 14:18
123	Entwicklung einer Gemeinschaft, Integration, Diversität	14.07.2016 14:09
124	Ankündigungen und Wiedergabe von Veranstaltungen, Portraits von lokalen/regionalen Persönlichkeiten, lokale/regionale Musik, diverse Nachrichten	14.07.2016 13:50

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

125	Sie tragen erheblich zur Steigerung der Medienvielfalt bei und machen Rundfunkmedien zugänglich durch den offenen Zugang.	14.07.2016 13:50
126	sind Plattform freier Meinungsbildung und -äußerung, sind Koordinationsstelle und Denkwerkstätten	14.07.2016 13:19
127	vielfältigkeit	14.07.2016 13:04
128	Freie Radios geben der Zivilgesellschaft eine Stimme. So können Menschen, die sich nicht in bestehende politische Seilschaften einhängen wollen sichtbar und hörbar machen, welche Visionen und Ideen es für die eigene Region abseits der Herrschaftsdiskurse gibt.	14.07.2016 12:55
129	In ihnen kann jede/r vorkommen und sich äußern, nicht nur das Establishment oder zahlungskräftige Inserenten. FRs sind Brutstätten neuer Trends, Medium für junge Bands und Initiativen. Der Verzicht auf Werbung garantiert Anwaltschaft für den Bürger. FRs schaffen Vernetzung, stärken das Image Engagierter und regionale Identität.	14.07.2016 12:16
130	Als Medienpartner, Archivar, Netzwerk-Knoten, Projektplattform, Bürgerbeteiligungseinrichtung, Veranstalter, Kulturarbeiterin,	14.07.2016 12:14
131	Problembehandlungsmehr	13.07.2016 17:09
132	Sendungen und Veranstaltungen	13.07.2016 16:31
133	zB Sendungen passend zu regionalen Veranstaltungen	13.07.2016 10:35
134	Durch Ankündigungen von und Berichte über diverse (Kultur)Veranstaltungen	13.07.2016 09:00
135	liefern Information; Projekte, unterschiedlichster Art; Treffpunkt-soziales Miteinander-verbindet;	12.07.2016 19:50
136	Als Treffpunkt für aktive Menschen. Als Leuchtturm der aktiven alternativen Szene	12.07.2016 17:23
137	Treffpunkt, Ideenraum, Projektentwickler- und Umsetzer, Sprachrohr für ALLE,...	12.07.2016 17:08
138	regionale Info	12.07.2016 07:19
139	Freie Radios sind bei regionalen Events zur Berichterstattung vor Ort und laden zum Interview, ...ein	11.07.2016 16:19
140	Treffpunkt engagierter Menschen; Offenheit gegenüber Ideen	11.07.2016 14:42
141	Ganz ehrlich tu ich mir da schwer das zu beurteilen, da ich mir diesbzgl. nicht zutraue, hier eine repräsentative Beurteilung zu treffen.	11.07.2016 11:45
142	Inputgeber, Treffpunkt und Begegnungsort	11.07.2016 11:45
143	Information&Musik aus der Region,	11.07.2016 09:42
144	information über Veranstaltungen, wissensvermittlung, Radiofest, Treffpunkt	11.07.2016 09:11
145	durch kulturelle Veranstaltungen usw	11.07.2016 08:51
146	Mediale Vernetzung, Berichterstattung aus der Region	11.07.2016 00:10

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

147	Gerade den Freien Radios im ländlichen Raum wird die wichtige Aufgabe zuteil regionale Themen aufzugreifen, in die Diskussion und somit unter die BürgerInnen zu bringen. Freies Radio bedeutet aktives Gestalten durch ehrenamtliche SendungsmacherInnen und dient zugleich als Plattform für Austausch und Vernetzung, was wiederum für die regionale Entwicklung einer Region förderlich ist.	10.07.2016 19:27
148	Durch Beiträge in den burgenländischen Volkssprachen	10.07.2016 11:47
149	Mit Beiträgen über aktuelle Themen in der Region. Flüchtlinge, Festivals,... Diskussionen	10.07.2016 11:43
150	Als Plattform für "kleine" kulturelle und gesellschaftliche (auch gesellschaftspolitische) Anliegen	10.07.2016 11:12
151	Weiß nicht	10.07.2016 09:29
152	Durch die Abbildung gesellschaftspolitischer und kultureller Diskurse in der Region/im Lokalraum. Darstellung zivilgesellschaftlicher Aktivitäten. Durch integrative Maßnahmen, wie die Beteiligung von Flüchtlingen, usw.	09.07.2016 22:09
153	Treffpunkt einer bunt gemischten Communiy; Vernetzung von diversen "Szenen2 der Region; greifen regionale Themen auf, diskutieren diese; als Interessensvertretung von (Rand-)Gruppen,	09.07.2016 17:35
154	Persönlichkeitsentwicklung, Werbung für regionale Veranstaltungen,	09.07.2016 17:07
155	Kann ich nicht beurteilen	09.07.2016 14:45
156	Als Ort zur Vernetzung (der Sendungsmacher/innen und Aktivist/innen der Region). Freie Radios nehmen Themen ernst, die im Tagesgeschehen der "großen" Politik untergehen. Insofern nehmen Freie Radios die Region selbst ernst und verleihen ihr Bedeutung.	09.07.2016 14:23
157	Thematisieren von Problemen	09.07.2016 14:18
158	Parteiübergreifende Informationen, Veranstaltungen, Ideen.....	09.07.2016 10:24
159	kontaktoberfläche und medium um inhalte zu transportieren, veranstaltungen durchzuführen,	09.07.2016 07:45
160	Austausch, Ideenbörse, Motivation, Menschen sind in einem Beziehungsnetz, das die Möglichkeit für Neues schafft,....	08.07.2016 22:44
161	Vernetzung durch Mitgestalten und hören, was "der Nachbar sagt"	08.07.2016 20:20
162	Durch den Bezug auf regionale Themen und die Schaffung kommunalpolitischer Diskurse	08.07.2016 17:35
163	sie können lokale und regionale Themen aufgreifen, Hintergrundinfos bieten, Qualität bieten, gute Recherche,	08.07.2016 16:46
164	Vernetzung v. Gruppen/ Ideen	08.07.2016 12:44
165	lassen löeute aktiv werden, zugang zu mitarbeit ist leicht	08.07.2016 12:41
166	Information über Projekten und Themen aus der Region.	08.07.2016 09:58
167	Keine Ahnung	08.07.2016 08:11
168	Gute Frage	07.07.2016 22:14
169	immer wieder Veranstaltungen und Hinweise auf kulturelle Veranstaltungen	07.07.2016 22:09

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

170	keine ahnung	07.07.2016 15:46
171	Meinungsvielfalt der Menschen, die in öffentlich-rechtlichen oder privaten Radios niemals vorkommen würden, kann so Einiges bewegen, wenn wir beharrlich dran bleiben und immer wieder einladen!	07.07.2016 15:17
172	hab keine Erfahrung mit freiem Radio	07.07.2016 14:45
173	durch Projektarbeit, Bewusstseinsbildung - Gestaltung anderer - offensivere - Projekte;	07.07.2016 14:26
174	Sensibilisierung zu Themen, Ideenschmiede, Ort der Begegnung	07.07.2016 14:18
175	kann ich nicht sagen, höre kein Radio	07.07.2016 13:27
176	Förderung vieler Altersschichten & Interessensgruppen	07.07.2016 13:26
177	Treffpunkt, Partizipation	07.07.2016 12:15
178	aktuelle Themen, die in den anderen Medien keinen Eingang finden. Sprachrohr für Randgruppen	07.07.2016 11:19
179	Sie sprechen Themen an, die sonst nur am Rand vorkommen oder gar nicht.	07.07.2016 11:18
180	Veranstaltungen, Integration, Generationenübergreifende Arbeit, Unterstützung regionaler Projekte (Musik, Kunst etc.), Treffpunkt, Vernetzung	07.07.2016 10:42
181	Treffpunkt engagierter Menschen Projekte (Schüler, Flüchtlinge, Frauen...)	07.07.2016 10:29
182	Vernetzung & Koordination, Medienkompetenz und Unterstützung bei Projekten, die zu großen Teilen innovativ sind und meist sozial und auf das (Zusammen-)Leben in der Region bezogen	07.07.2016 10:20
183	Kleinere Projekte bekannt machen, Aktivitäten mit Jugendlichen,	07.07.2016 09:24
184	gute Musik, Informationen, Diskussionen,	07.07.2016 08:15
185	Berichterstattung und Sendungen von regionalen Themen und Veranstaltungen	07.07.2016 07:35
186	Tradition leben lassen - Vereine und Organisation in einer breiteren Öffentlichkeit bekannt machen - Kinder und Jugend mit den Medien unbeschwert umgehen lehren, uvm.	07.07.2016 07:34
187	indem es berichtet, was in anderen medien nicht berichtet wird. idem die musik, die läuft, von allen richtungen kommt, indem sich menschen aus vielen unterschiedlichen "schichten" treffen und austauschen (zum beispiel bei sendungsmacherInnentreffen oder ausbildungsangeboten), indem platz für entwicklungen ist, indem es ein ort ist, der fehlerfreundlich ist.	07.07.2016 07:21
188	Meinungsvielfalt, Präsenz der Volksgruppen in den Medien	07.07.2016 06:40
189	-informationen über konzerte/veranstaltungen -vorstellen regionaler Bands Vorwiegend durch Informationen!	06.07.2016 23:17
190	Als Plattform und Sprachrohr für aktive Menschen. Durch Berichterstattung über regionale Ereignisse, Projekte. Vermittlerinnen von Kompetenzen...	06.07.2016 22:56
191	Keine Ahnung. Bin mir nicht mal sicher, ob es in meiner Region (Bezirk Schärding) überhaupt ein Freies Radio gibt	06.07.2016 22:33

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im SurveyMonkey ländlichen Raum

192	gibt Raum für verschiedenen Themen und Gruppierungen, auch altersdifferenziert	06.07.2016 22:14
193	Frei Radios sind ein Medium, durch das Einwohnerinnen und Einwohner zum einen lokale Themen ansprechen können, zum anderen gesellschaftlich relevante Themen ansprechen können und auch als Treffpunkt und Werbeplattform (wirtschaftlich, Veranstaltungen) dient.	06.07.2016 22:09
194	Sie lancieren Diskussionen zu Themen die in der Region relevant sind. Sie geben Profis in jeweiligen Themen die Möglichkeit selbstständig entsprechende Materialien inhaltlich aufzubereiten und unkonventionell an die HörerInnen zu bringen.	06.07.2016 21:22
195	Um auf regionale Themen aufmerksam zu machen Diskussionsplattform	06.07.2016 20:27
196	ortsbezogene Berichte und Themen	06.07.2016 20:09
197	Schnellstes Medium für regionale schwerpunkthemen, Facebook und soziale Medien sind nur eingeschränkt öffentlich	06.07.2016 19:37
198	randthemen finden raum	06.07.2016 19:36
199	Veranstaltungen, Öffentlicher Raum den ich auch hin und wieder nutze.	06.07.2016 19:29
200	Durch Beiträge über relevante Themen.	06.07.2016 19:17
201	kritische lokale Beiträge, Einbindung Bevölkerung (Schulen, Jugendzentren, ...), Diskussionsforen	06.07.2016 19:01
202		06.07.2016 18:09
203	Sie sind regionale Think-Tanks und fungieren als soziale Räume	06.07.2016 18:04
204	Berichterstattung zu regionalen Ereignissen, Einbindung der Bevölkerung in Sendungen, Diskussions- und Gesprächsreihen über aktuelle regionale Themen; Förderung der Mehrsprachigkeit in den Programmen...	06.07.2016 17:49
205	Raum für lokale Themen; Sprachrohr für Viele.	06.07.2016 16:45
206	Information, Inspiration, Ideenpool	06.07.2016 16:42
207	Sie geben Menschen die Möglichkeit sich zu ihren Themen zu äußern. Dadurch ermutigen Sie Menschen mit ähnlichen Gedanken zum Weiterdenken oder geben Denkanstöße. Sie organisieren Menschen zum gemeinsamen Tun.	06.07.2016 16:32
208	Sehr großer Medienantrag in unserer Gemeinde .. da viele Vereine dem Freien Radio großen Stellenwert geben	06.07.2016 16:10
209	Kenne ich nicht	06.07.2016 15:36
210	Schafft angenehme Stimmung vor den Radiogeräten durch qualitativ hochwertige Musikauswahl! Informiert: BBC World News, "Was ist los im Kremstal"-Beiträge, Interviews mit interessanten Persönlichkeiten aus diversen Kultur- und Expertenkreisen --> lernen durch hören, Aufwertung der gesamten Kultur-Szene im Bezirk z.B. durch mobiles Außenstudio, Festivalsupport, Reportagen über aktuelle Veranstaltungen, Schulklassenkooperationen,...	06.07.2016 15:02
211	Möglichkeit der aktiven Teilnahme der Mediengestaltung. Kleine Projekte, Experimente etc. können ohne großen Aufwand verwirklicht werden. Die Barrieren zur aktiven Teilnahme sind gering. Unabhängigkeit.	06.07.2016 14:48
212	Eine wichtige Diskursplattform für die Gesellschaft.	06.07.2016 13:59

Wirkungsradios. Mögliche Wirkungen Freier Medien auf die Regionalentwicklung im
SurveyMonkey ländlichen Raum

213	Sie bilden alternative Projekte ab und bilden eine Gegenöffentlichkeit zum Mainstream	05.07.2016 08:39
214	Informieren was im regionalen Raum passiert. Meinungsbildner	04.07.2016 15:36

215	Sie machen die Themen der Region publik.	04.07.2016 13:31
216	keine Ahnung	04.07.2016 09:27
217	indem sie Leute einladen, von (Radio-)KonsumentInnen zu -AktivistInnen zu werden, indem sie Themen aufgreifen, die in anderen Medien oft kaum vorkommen, indem sie durch entsprechende Angebote die Medienkompetenz der Bevölkerung erhöhen, überhaupt Orte des Lernens (auch sozialen!) und Treffpunkte für verschiedene Gruppen aus der Bevölkerung sind	04.07.2016 07:47
218	als Kooperationspartner für Schulen, Kulturvereine und andere Projekte; Sprachrohr für Minderheiten, Bewerbung lokaler Veranstaltungen	30.06.2016 11:51
219	spezifische Informationen...	30.06.2016 11:46

Q9 Wie könnte das Freie Radio Ihre Region noch mitgestalten?

Beantwortet: 167 Übersprungen: 157

Nr.	Beantwortungen	Datum
1	Mehr Öffentlichkeitsarbeit.	07.09.2016 19:39
2	Breiteres Publikum und objektive Berichterstattung, was bei kaum einem Radio-/Fernsehsender der Fall ist.	04.09.2016 13:39
3	Mehr Veranstaltungen	22.08.2016 17:13
4	Diskussion wichtiger gesellschaftskritischer Themen, Politiker, Entscheidungsträger interviewen, Medienkompetenz entwickeln helfen,	21.08.2016 15:18
5	Projektbegleitung von AGENDA21-Prozessen	19.08.2016 15:47
6	Indem es eine Frequenz gibt.	19.08.2016 10:19
7	Mehr Kooperationen mit Schulen, Betrieben, bildungsfernen Schichten	19.08.2016 10:14
8	Eventuell über Beiträge zur aktuellen Regionalpolitik oder auch indem es sich aktuellen Themen und Problemen in der ganzen Region widmet und aufzeigt, damit diese "öffentlich" diskutiert werden (z.B.: In XY gibt es ein Müllproblem, weil am Weg zu einem See viel Müll herumliegt --> Nachfragen, wie andere "betroffene" Menschen das sehen, was die Zuständigen dazu sagen, warum das so ist, warum sich keiner darum kümmert, wie man das Problem lösen könnte, etc.)	19.08.2016 08:45
9	Verbreitung des Sendegebietes auf die südlichen Teile der Region.	19.08.2016 07:37
10	Z.B.: durch Nachrichten aus den Bereichen Bildung, regionale Veranstaltungen, Kultur,	18.08.2016 23:21
11	Mehr Veranstaltungen beim Radio!!!	18.08.2016 16:09
12	Mehr öffentliche Auftritte bei Veranstaltungen und Festen.	18.08.2016 14:05
13	Berichterstattung von Ereignissen in der Region	12.08.2016 12:34
14	Ideen einbringen	11.08.2016 13:40
15	siehe oben ;) im städtischen raum, in dem ich derzeit agiere, ist die situation verschieden. hier würde ein unabhängiges nachrichtenmagazin von/für bürger_innen viel bringen sowie eine vermehrte einbindung von hörer_innen ins sendungsgeschehen (portraits etc.)	10.08.2016 22:09
16	öfters Außenauftritte veranstalten	10.08.2016 18:18
17	Noch mehr Veranstaltungen im Radiofoyer, um den Ort noch bekannter für die Bevölkerung zu machen. Das Radio als Ort für Kompetenzerwerb (technisch, soziale Kompetenzen, in Dialog treten), Kooperationen mit Schulen u. Uni's verstärken.	10.08.2016 16:05
18	Durch noch stärkere Einbeziehung regionaler Künstlerinnen und Künstler und Initiativen.	10.08.2016 15:35
19	Als Mitveranstalter (Konzert, Theater, ...)	10.08.2016 14:41

20	Bessere Frequenz für Irdning wäre gefragt	10.08.2016 13:16
21	Gestreutere Themenauswahl	10.08.2016 13:10
22	medienpartnerschaften	08.08.2016 13:52
23	läuft gut	07.08.2016 22:15
24	bessere finanzielle Unterstützung = mehr Projekte	06.08.2016 09:00
25	regional aktuelle Themen-Diskussionen-Problem-Lösungen	03.08.2016 10:20
26	Mehr Veranstaltungen. Vernetzungen.	02.08.2016 19:24
27	Informationen über Feuerwehr veranstaltungen, Sportveranstaltungen udg.	02.08.2016 09:15
28	???????	01.08.2016 20:04
29	Jeden Ort mit Schwerpunkten vorstellen, besondere Themen der Region in den Mittelpunkt stellen,	01.08.2016 16:58
30	?	01.08.2016 15:42
31	?	01.08.2016 09:57
32	Durch höhere Reichweitendurchdringung, durch Sozialkompetenz und Thematisierung Regionaler Problemstellungen und eigenständiger sowie unabhängiger Entwicklungen von Sozialkompetenzen	01.08.2016 06:36
33	Diskussionsveranstaltungen zu regionalen Themen moderieren; Radio als Plattform für regionale Akteure stärken	31.07.2016 23:28
34	Meinungsumfragen mit dem Microphon über aktuelle Themen machen. Darstellung darüber wie die Menschen auf der Strasse denken. Als Meinungsspiegel.	31.07.2016 22:37
35	Dazu fällt mir grad nichts ein.	31.07.2016 19:57
36	Weiß nicht recht. Sende/Empfängerbereich erweitern damit man Kanal besser empfangen kann. Ankündigen und Berichte von regionalen Aktivitäten forcieren.	31.07.2016 10:53
37	Schaffung von Arbeitsgruppen für Ortsentwicklung und Vorstellung von Pest Praxis Projekten	30.07.2016 09:43
38	übertragungen von veranstaltungen mit rein sozialem charakter innerhalb einer sendung	30.07.2016 07:11
39	Berichte über die vielen Vereine und die möglichen Freizeitaktivitäten (und damit die Vorzüge) der Region;	29.07.2016 21:48
40	gewisse freie Radios sollten es überhaupt mal schaffen ihre Technik in den Griff zu bekommen, denn tw. unhörbar!	29.07.2016 21:02
41	?	29.07.2016 20:48
42	tut es schon	29.07.2016 19:27
43	Live Sendungen vor Ort	29.07.2016 18:14

44	Interviews mit Leuten im Ort, im Gasthaus, Vereinslokal, A7 Stau Unterhaltungsprogramm morgens von 6:30-8	29.07.2016 17:58
45	Viel intensivere Vernetzung mit den Freien Medien der Region brächte eine größere Plattform, als "Gegenpol" zu den Öffentlichen..	29.07.2016 17:33
46	noch bekannter werden, auf Qualität der Beiträge achten, mehr Jugendthemen	29.07.2016 16:39
47	Fette multimediale Kampagnen: aktive Unterstützung von bürgerInnengesellschaftlichem Engagement. Enthysterisierung durch tiefeschürfende, langwierige Betrachtungen und nuancierte Reflexion	29.07.2016 15:54
48	als "Kulturhaus" mit Veranstaltungen (wie etwa in Wien in der Argentinierstraße)	29.07.2016 14:44
49	Größerer Bekanntheitsgrad	29.07.2016 14:05
50	Mehr Kooperationen mit Gemeinde-Projekten	29.07.2016 14:01
51	noch mehr unter die Leute gehen, liveÜbertragungen, Diskussionsrunden, etc	29.07.2016 12:11
52	regionale , kleine Veranstaltungen die es ja schon gibt. Neues??	29.07.2016 12:09
53	weiss nicht	29.07.2016 11:51
54	Durch Themenvielfalt und breite Streuung	29.07.2016 11:28
55	siehe oben	29.07.2016 11:23
56	Durch Angebote wir Nachrichten oder Verkehrsmeldungen. Als Infodrehscheibe (Webplattform) für alle Veranstaltungen in der Region. Durch verstärkte Angebote in den Pflichtschulen und berufsbildenden Schulen. Beispielsweise wenn Freie Radios in Schulen Workshops anbieten, die Medienkompetenz vermitteln und auch Teil des Stundenplans sind.	29.07.2016 10:49
57	durch Diskussions/Interviewsendungen über Gemeindeentwicklungen, Vorkommnisse darin, einschließlich BürgerInnenbefragungen zu aktuellen/relevanten Themen	29.07.2016 10:40
58	mehr aktive Aktivierung von neuen SendungsmacherInnen	29.07.2016 09:58
59	Weiß ich nicht. Das ist eie Frage der Ressourcen, aber ich würde behaupten, dass immer ein bisschen mehr geht, wobei ein gutes Fundament für mich wichtiger ist als ständige "Expansion".	29.07.2016 08:55
60	Verbesserten Empfang des Senders	28.07.2016 09:15
61	Gegengewicht zu politischer Macht darstellen, Bekanntheit weiter erhöhen	26.07.2016 21:48
62	Noch verstärkter als Partner im Tourismus.	26.07.2016 21:43
63	Öffentliche Veranstaltungen	26.07.2016 19:31

64	Das Radio sollte sich systematisch mit der Bevölkerungsstruktur auseinandersetzen und bewußt auf benachteiligte Gruppen aber auch auf MultiplikatorInnen und lokale AkteurInnen zugehen. Das Radio könnte zb systematisch Themen erheben und moderieren, die Menschen in der Region beschäftigen. Dabei wäre es wichtig aktuelle Machtstrukturen (Einfluss der regionalen, wirtschaftlichen MacherInnen) zu hinterfragen. Wie wär es mit einer "lokalen Zukunftswerkstatt on Air". Beispiele und spannende Akteure aus andern Regionen könnten dabei eine Rolle spielen. Gelegenheiten können unterschiedliche Formen von offAir und onAir Aktivitäten sein. Filmabende, Diskussionsrunden, Feste, Studio im Gasthaus, ... Auch das regelmäßige Berichten aus Gemeinderatssitzungen und anderen Gremien der lokalen Machtausübung könnte Leute anregen selber aktiv zu werden. Generell können die Freien Radios im ländlichen Raum viel von den Praktiken des "Community Development" lernen. Und wenn es gelingt wichtige Themen zu identifizieren ist es wichtig auch langfristig dran zu bleiben und sich als Freies Radio einen Namen als lokalem Akteur zu machen, der nicht locker läßt bis solche Themen auch in der Politikgestaltung ihren Platz finden - oder die Leute sich selbst helfen.	26.07.2016 19:08
65	sind vorort	26.07.2016 16:52
66	Erweiterung des Empfangsbereiches	26.07.2016 15:14
67	s.o.	26.07.2016 13:10
68	aktive Teilnahme an Pressegesprächen, Pressekonferenzen interessante Sendungen zum Nachhören (z. B. das Freie Radio Salzkammergut macht mit Frau Haischberger eine tolle Serie zur Gesundheit, die man auch ganz toll nachhören kann)	26.07.2016 13:03
69	Durch Flash-mobs auf Plätzen, Plakatieren, Flyer- Werbung,	25.07.2016 15:17
70	Kooperative projekte mit versch. partnern Bsp. Schulen mit sendungsinhalten mit regionsbezug - fachlich mit geschichte geografie und deutsch verbunden + jugendkultur/musik	22.07.2016 12:47
71	Mehr Sendungen	22.07.2016 10:24
72	Jugend zum Sendung machen animieren	21.07.2016 19:10
73	Mehr öffentliche Diskussionsveranstaltungen oder öffentliche Gesprächsreihen	21.07.2016 12:15
74	Weiss nicht	20.07.2016 22:42
75	Weiter so wie bisher	20.07.2016 20:40
76	Ich bin zufrieden mit dem, was sich tut. Allerdings werde ich versuchen, in Zukunft in meiner Region mehr Wochenend-Veranstaltungen für Jugendliche zu organisieren.	19.07.2016 15:47
77	empfangsmöglichkeit realisieren	18.07.2016 11:34
78	Entsprechend empfangbar sein und mit Liveberichten Anreize setzen	18.07.2016 11:15
79	dazu würde ich einen workshop machen (wollen)	18.07.2016 10:10
80	Breiteres Musikspektrum.	16.07.2016 18:58
81	objektive Information und Aufklärung niveauvolle Unterhaltung	16.07.2016 12:53
82	Mehr für Bauern und Handwerker da sein und nicht nur für (pseudo) Intellektuelle	15.07.2016 15:29

83	bei kontroversiellen Themen - alle Seiten beleuchten.	15.07.2016 08:38
84	Weiter so	14.07.2016 20:29
85	Es müsste in der Öffentlichkeit noch viel präsenter werden. Man sieht ja wie die "Öffentlichen" um jeden Hörer kämpfen, mit Außenstationen und Festen usw... Ist nicht leicht, ich weiß....	14.07.2016 17:41
86	Naja, ich denke, viele sinnvolle Projekte und Ideen sind bereits da und werden umgesetzt. Strategien, eine größere Reichweite zu gewinnen/ein größeres Publikum zu erreichen, sind natürlich immer interessant. Aber nicht unbedingt entscheidend, da ja bereits für jenen Teil, der erreicht wird, sinnvolle und schätzenswerte Leistungen erbracht werden. (Ein großes Publikum mit "schlechtem Angebot" zu erreichen, erscheint da vergleichsweise wenig erstrebenswert.)	14.07.2016 17:21
87	k.A.	14.07.2016 16:22
88	Eventuell durch die Ausrichtung diverser literarischer und musikalische Wettbewerbe, bzw Ausschreibungen...	14.07.2016 15:38
89	Sendegebiet erweitern, derzeit nur 50 %	14.07.2016 15:10
90	Noch mehr publikumswirksame Sendungen und Veranstaltungen. Nicht NUR Minderheitenprogramme !	14.07.2016 14:47
91	Durch noch stärkere Kooperation mit lokalen Initiativen, die sich für eine andere Stadtplanung, Raumplanung, Verkehrsplanung und Verkehrspolitik einsetzen	14.07.2016 14:47
92	evtl. Programmschwerpunkte zu Themen, Orten	14.07.2016 14:18
93	mehr Veranstaltungen, Konzerte	14.07.2016 14:09
94	Mehr Partnerschaften bei Veranstaltungen	14.07.2016 13:50
95	Wenn Menschen den offenen Zugang noch stärker für die politische Positionierung nützen.	14.07.2016 13:50
96	noch mehr Präsenz	14.07.2016 13:04
97	Mit einer größeren finanziellen Ausstattung hätten die hauptamtlich Arbeitenden größere Ressourcen, um die öffentliche Sichtbarkeit zu verstärken und das Freie Radio noch wirksamer als Megafon für alle zu positionieren.	14.07.2016 12:55
98	Erfinden von Cross-Media-Formaten, um den in ihre Smartphones und ins Social Web vernarrten Jungen einen zeitgemäßen Speakers Corner zu geben.	14.07.2016 12:16
99	Diskursmedium: Organisation regelmäßiger Diskussionsrunden zu regionalen Fragestellungen im öffentlichen Raum	14.07.2016 12:14
100	mehr Nähe zu den Orten	13.07.2016 17:09
101	Weniger Asyl-Themen, mehr über die Bürger...	13.07.2016 16:31
102	Durch mehr Werbung für sich selbst. Die Existenz der freien Radios ist in den Köpfen der regionalen Bevölkerung noch nicht vorhanden.	13.07.2016 09:00
103	mehr Breitenwirkung?	12.07.2016 17:23
104	weitere Standorte	12.07.2016 17:08

105	noch mehr bei Veranstaltungen anwesend sein	12.07.2016 07:19
106	mehr Engagement zur politischen Berichterstattung aus der Region	11.07.2016 16:19
107	wenn ich das wüsste, würde ich aktiv mitarbeiten	11.07.2016 14:42
108	Es braucht infrastrukturelle Voraussetzungen in noch unterversorgten Regionen wie dem Unteren Mühlviertel	11.07.2016 00:10
109	Da unser Freies Radio bereits so umfassend vielfältig und innovativ tätig ist, gibt es keine Wünsche... außer: weiter so!	10.07.2016 19:27
110	durch aktuelle Berichte über die kulturellen und gesellschaftlichen Veranstaltungen der Volksgruppen.	10.07.2016 11:47
111	Bessere Werbung für Beiträge/Treffen/Feste usw. damit eine breitere Masse erreicht wird Aktionen: Müllsammeln, Streuobst klauben,... unterstützen/organisieren und eventuell musikalisch untermalen und/oder dann einen Beitrag dazu senden	10.07.2016 11:43
112	Durch mehr Reichweite und größere HörerInnenschaft	10.07.2016 11:12
113	Weiß nicht	10.07.2016 09:29
114	Durch weitere Bürgerbeteiligung und Bündelung von deren und gemeinsamen Interessen, auch über das Radio in Form politischer Kampagnen hinaus.	09.07.2016 22:09
115	Indem es von der Bevölkerung mehr angenommen wird	09.07.2016 17:07
116	Kann ich nicht beurteilen	09.07.2016 14:45
117	Durch mehr bezahlte Redakteur/innen und Koordinator/innen. Deren Aufgabe sollte sein, die Beiträge besser zu verbreiten und die Sendungsmacher/innen (nicht nur bei der Verbreitung) zu unterstützen, sowie neue Sendungsmacher/innen anzuwerben und zu betreuen. Die Freien Radios sollten meiner Meinung nach bessere Online-Auftritte und bessere Social-Media Betreuung implementieren, hier sehe ich teilweise einen großen Schwachpunkt. Online-Kampagnen sichern die Zukunft der Freien Radios, davon bin ich überzeugt.	09.07.2016 14:23
118	Anregung und Durchführung von Diskussionen	09.07.2016 14:18
119	Regionen switchen	08.07.2016 20:20
120	Fällt mir grade nichts ein	08.07.2016 17:35
121	freies Radio ist in unserer Gegend nur über das Internet empfangbar, es gehörte dringend eine Frequenz dafür zur Verfügung gestellt	08.07.2016 16:46
122	so wies sies eh machen	08.07.2016 12:41
123	In dem mehr gesprochen wird	08.07.2016 08:11
124	Empfangbar sein	07.07.2016 22:14
125	mehr Berichterstattung bei diversen Kulturveranstaltungen	07.07.2016 22:09
126	kenne ich nicht	07.07.2016 15:46

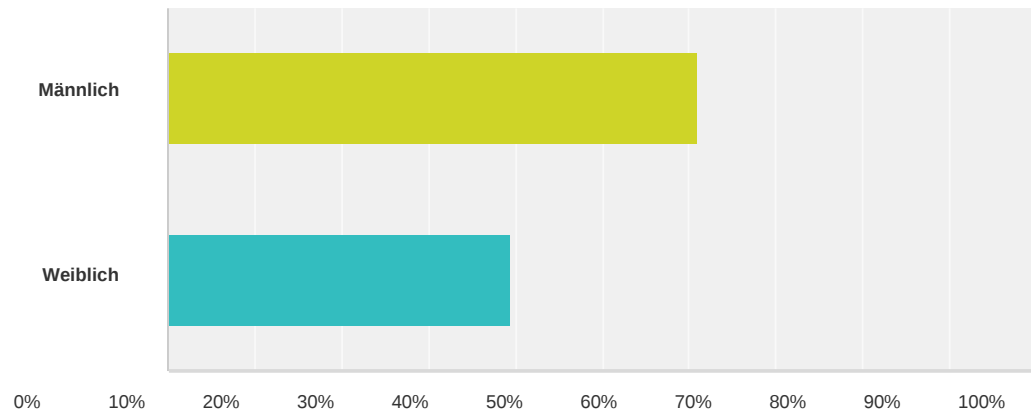
127	Vielleicht mit regelmäßigem "Jetzt red' I"-Format, wo sich Jung & Alt zu gesellschaftspolitischen Themen in Diskussionsrunden austauschen und über gemeinsame Lösungen nachdenken.	07.07.2016 15:17
128	Vorerst einmal mehr Werbung und Auslobung der Frequenz an den Straßen	07.07.2016 14:45
129	ist eine Frage der Verbreitungsmöglichkeit; sicherlich als gesellschaftliche Ebene als "Hörbar" der Region	07.07.2016 14:26
130	?	07.07.2016 14:18
131	Angesichts von social media, Internet etc. hat Radio praktisch keine Schlagkraft mehr.	07.07.2016 13:27
132	Mehr aus dem Studio hinaus, in Orte direkt. Angreifbar.	07.07.2016 13:26
133	.	07.07.2016 12:15
134	Aktive Medienpolitik, Entwicklung eines Demokratiebewusstseins	07.07.2016 11:19
135	Mehr aktive Präsenz in der Bevölkerung, lokaler Politik mehr auf den Zahn fühlen, lästigeren Journalismus (im besten Sinn!) betreiben.	07.07.2016 11:18
136	Den Erwachsenen zeigen, dass das Radio ein Ort für Jeden und jedes Alter ist. Ich denke mir, hier wäre noch sehr viel Potenzial drinnen, würde sich dann auch besonders im ländlichen Raum sehr stark verankern.	07.07.2016 10:42
137	?	07.07.2016 10:29
138	Die Kapazitäten des Freien Radios / des Teams sind begrenzt - mehr MitarbeiterInnen könnten mehr Projekte betreuen, mehrere SendungsmacherInnen akquirieren, etc.	07.07.2016 10:20
139	Menschen zusammenbringen, innovative Aktivitäten hervorheben, Kinder und Jugendliche einbinden	07.07.2016 09:24
140	weiß nicht	07.07.2016 08:15
141	Mehr Infos über Newsletter und Soziale Medien mit Call to Action	07.07.2016 07:35
142	Lifeberichte von Veranstaltungen in der Region - jede Gemeinde kommt einmal dran	07.07.2016 07:34
143	mehr diskursive veranstaltungen - um themen in die region zu bringen, über die wenig bis nicht gesprochen wird.	07.07.2016 07:21
144	Mehr fin. Mittel, Technische Reichweitenerweiterungen	07.07.2016 06:40
145	Luuuustig sein ! :) (Und spaaaß verbreiten) Und zwar wirklich lustig, nicht mit so aufgesetzten "haahaa ich bin im Radio witze" Vorwiegend mangelts an guten moderatoren. Dir sollten sich ne Scheibe von Howard Stern abschneiden. Und ein paar verrückte sachen machen :) Und dann sollten in diesen ganzen Späßen noch konstruktive, kritische, ehrliche Denkansätze drinn sein. Quasi Radio mit Message, was sich selbst aber nicht zu ernst nimmt. Aber naja. Vielleicht kenn ich die guten freien Radios einfach nicht..	06.07.2016 23:17
146	Kleine Kulturinitiativen begleiten, Menschen aus der Region vorstellen, gemeinsame Projekte (shared economy, ...) initiieren	06.07.2016 22:33
147	Je mehr Menschen die Möglichkeit zur Teilhabe bekommen, desto vielfältiger und inhaltlich qualitativer können Freie Radios arbeiten.	06.07.2016 21:22
148	?	06.07.2016 20:09

149	vergrößertes Sendegebiet	06.07.2016 19:37
150	Stärkere Information und Diskussion über kontroverse Themen.	06.07.2016 19:17
151	Befragungen der Bevölkerung zu konkreten lokalen Themen	06.07.2016 19:01
152		06.07.2016 18:09
153	Das Freie Radio könnte sich noch mehr in der regionalpolitischen Berichterstattung und vor allem im gesellschaftsund kulturpolitischen Diskurs einbringen.	06.07.2016 18:04
154	Mehr Öffentlichkeitsarbeit; grenzüberschreitende Aktivitäten, noch mehr Menschen und soziale Initiativen als aktive SendungsmacherInnen einbeziehen; mehr finanzielle Mittel nötig!!!	06.07.2016 17:49
155	Themen und Diskurse eröffnen und verstärken.	06.07.2016 16:45
156	im Kommunalbereich - zb. Berichterstattung aus dem Gemeindebereich, ...	06.07.2016 16:42
157	Es könnte mehr Aktionen machen oder Projekte der Regionalentwicklung stärker unterstützen.	06.07.2016 16:32
158	Noch aktiver bei Veranstaltungen teilnehmen .. livesendungen etc.	06.07.2016 16:10
159	Kenne ich nicht	06.07.2016 15:36
160	durch Live-Telephonate Regionalität erkennbar machen, durch ein umfangreicheres Musikarchiv (Aktualität), durch Kooperationen mit jeglichen Berufsexperten --> Zukunfts-Möglichkeiten präsentieren (neue Entwicklungen,...)	06.07.2016 15:02
161	Mehr Radios, besserer Empfang, größere Empfangsgebiete.	06.07.2016 13:59
162	macht bereits tolle arbeit	05.07.2016 08:39
163	Vielleicht mit mehr eigenen Aktivitäten und mehr Werbung, was aber wieder mit Kosten verbunden ist.	04.07.2016 15:36
164	Mit Umfragen/Interviews der BewohnerInnen dieser Region, welche Themen beschäftigen die Leute dort.	04.07.2016 13:31
165	keine Ahnung	04.07.2016 09:27
166	sich mehr in zivilgesellschaftliche Themen einmischen, noch stärker zu Diskussion über Themen der Regionalentwicklung mit kompetenten PartnerInnen einladen	04.07.2016 07:47
167	?	30.06.2016 11:51

Q10 Geschlecht?

Beantwortet: 276

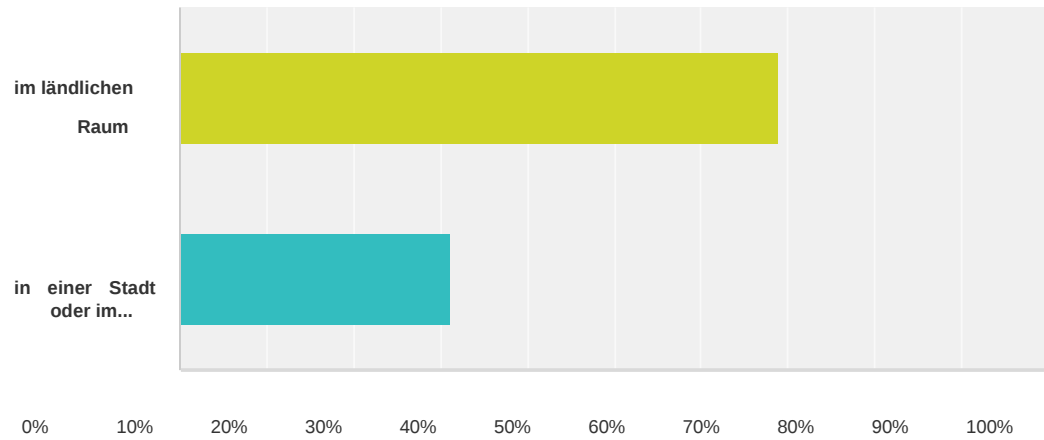
Übersprungen: 48



Antwortoptionen	Beantwortungen	
Männlich	60,87%	168
Weiblich	39,49%	109
Befragte gesamt: 276		

Q11 Wo wohnen Sie?

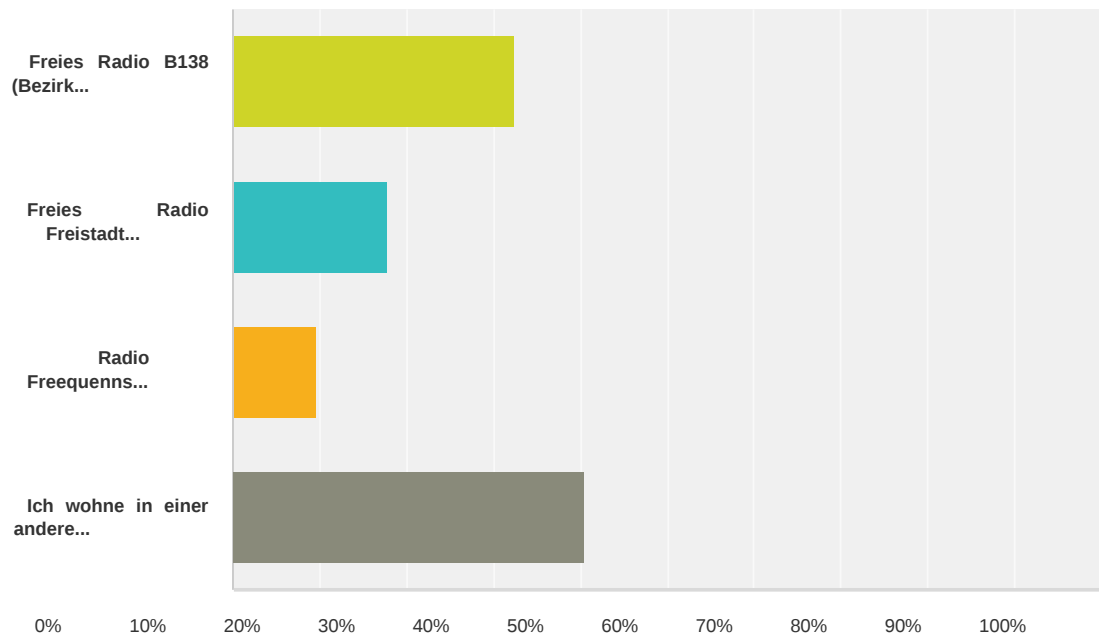
Beantwortet: 276 Übersprungen: 48



Antwortoptionen	Beantwortungen
im ländlichen Raum	68,84% 190
in einer Stadt oder im Stadtumland	31,16% 86
Gesamt	276

Q12 Wohnen Sie in einem Sendegebiet der folgenden Freien Radios?

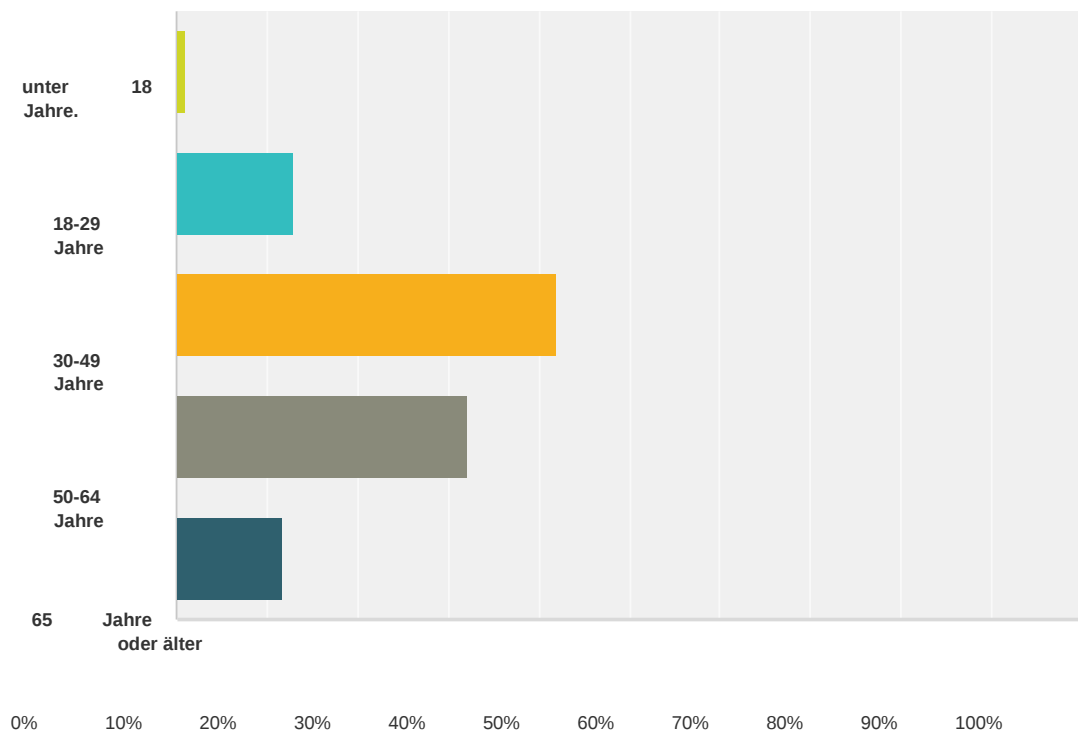
Beantwortet: 272 Übersprungen: 52



Antwortoptionen	Beantwortungen	
Freies Radio B138 (Bezirk Kirchdorf/ Krems)	32,35%	88
Freies Radio Freistadt (Bezirk Freistadt)	17,65%	48
Radio Freequenns (Bezirk Liezen)	9,56%	26
Ich wohne in einer anderen Region.	40,44%	110
Gesamt		272

Q13 Wie alt sind Sie?

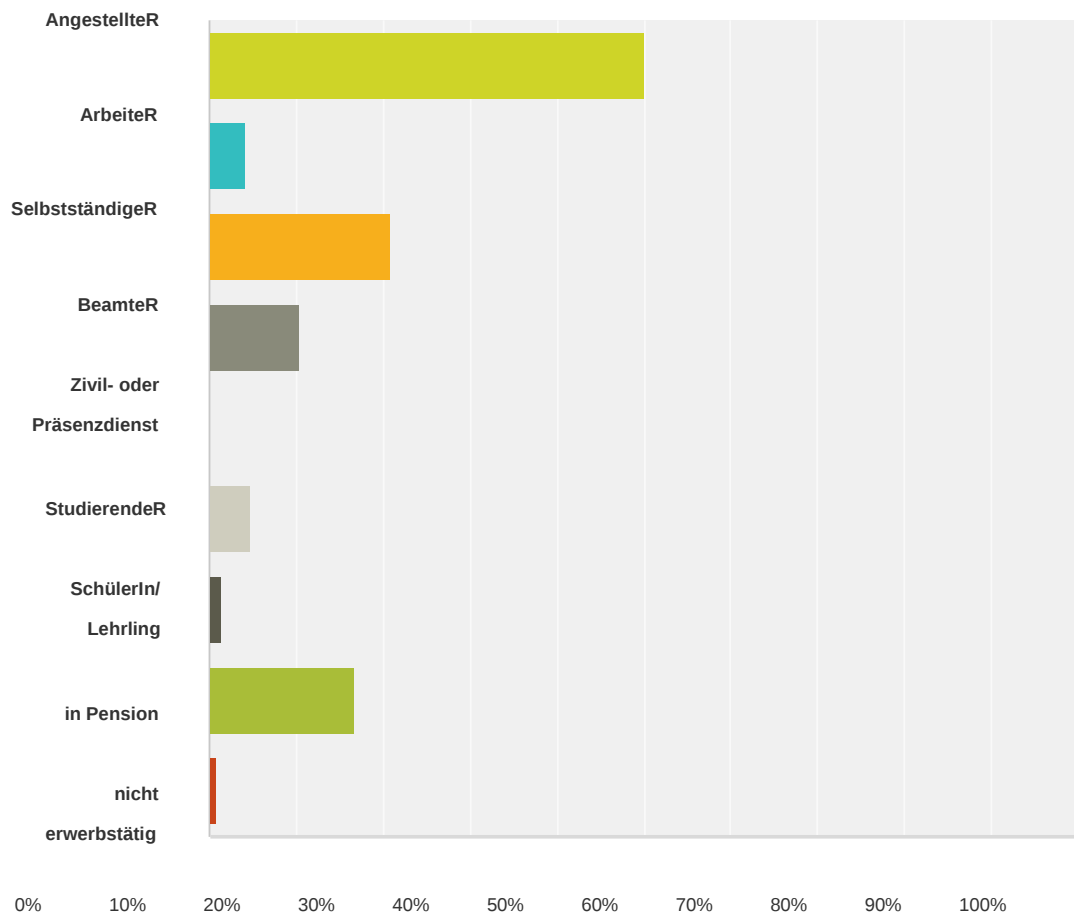
Beantwortet: 276 Übersprungen: 48



Antwortoptionen	Beantwortungen	
unter 18 Jahre.	1,09%	3
18-29 Jahre	13,04%	36
30-49 Jahre	42,03%	116
50-64 Jahre	32,25%	89
65 Jahre oder älter	11,59%	32
Gesamt		276

Q14 Was machen Sie hauptberuflich?

Beantwortet: 269 Übersprungen: 55



Antwortoptionen	Beantwortungen	
AngestellteR	50,19%	135
ArbeiterR	4,09%	11
SelbstständigeR	20,82%	56
BeamteR	10,41%	28
Zivil- oder Präsenzdienst	0,00%	0
StudierendeR	4,83%	13
SchülerIn/ Lehrling	1,49%	4
in Pension	16,73%	45
nicht erwerbstätig	0,74%	2

Befragte gesamt: 269		
Nr.	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
1	Zwischen Zivildienst und Studium	22.08.2016 17:16
2	ehrenamtlich im freien Radio 20 - 40 Wochenstunden ;)	10.08.2016 22:11
3	ehrenamtlicher Friedensarbeiterin	01.08.2016 09:59
4	ich betreibe eine galerie	18.07.2016 11:35
5	freischaffend	17.07.2016 21:00
6	Familienmanagerin	16.07.2016 18:59
7	Ich bin zur Zeit geringfügig bei dort tv angestellt. Habe zuvor als Bühnenbildner gearbeitet, bin bildender Künstler und verstehe mich als Regionalentwickler.	11.07.2016 00:12
8	und Mutter	07.07.2016 22:10
9	Landwirt	07.07.2016 21:56
10	Gemeindebedienstete (VB)	07.07.2016 07:34
11	Karenzzeit	06.07.2016 22:57

Anhang Q – Dokumentation Forschungswerkstatt

Die Forschungswerkstatt wurde als Learning Village konzipiert und fand am 29. und 30. September 2016 in Kirchdorf an der Krems statt.

Nach einer ersten Vorstellungsrunde wurden erste Ergebnisse aus den qualitativen Befragungen und der quantitativen Umfrage präsentiert. Im Anschluss berichteten die TeilnehmerInnen einander in Gruppen zu dritt von ihren persönlichen Zugängen zum Freien Radio ausgehend von der Überschrift **„Mein prägendes Erlebnis mit dem Freien Radio ...“**. Aus diesen Geschichten wurden jene Fragen gesammelt, die wir uns stellen müssen um den nächsten Schritt gehen zu können.

- Wie schafft man das was Radio „KANN“ sichtbar zu machen und die Begeisterung dafür spürbar zu machen?
- Wie kann man das Bild vom Radio in der Öffentlichkeit korrigieren – also dieses vorurteilsbehaftete Bild – weg von „linke Schickeria“ zu „Plattform der Vielfalt“
- Frequenzen: privat –frei –kommerziell; Technik – Faszination; Zielgruppe – Jugend; Rollenbilder: Frauen/ Mädchen
- Wie kann Radio zum „Wissenspool“ bzw. „Kompetenzzentrum“ werden? Wie kann es das transportieren, dass es den Leuten bewusst wird?
- Wie kann Radio fördern? Zum einen im Speziellen individuelle Personen durch Empowerment, aber auch lokale, regionale Initiativen.
- Welche Projekte, Ideen und Aktivitäten sind entstanden (in der Region), an denen das Freie Radio einen (konkreten) Beitrag leisten konnte?
- Wir verstärken medial regionales Engagement. Es gibt keine Alternative. Ausser uns.
- Machen wir uns selbst bzw. den RadiomacherInnen unsere Leistungen sichtbar! Empowerment
- (Gesamt)Leistungen sichtbar machen → Und wie stellen wir diese (nach außen) dar?
- Wie kann man politisch den Focus auf den Prozess anstatt auf das Produkt lenken?
- Wie kann man das Identitätsstiftende an freien Radios in Worte fassen?
- „Ventil“ für lokalpolitische Diskussion

Das Hosting Team hat anschließend Fragen ausgewählt, an denen im Format Kontext-Café weitergearbeitet wurde.

Kontext-Café

1. Runde: Wie schafft man, das was Radio „KANN“ sichtbar zu machen und die Begeisterung dafür spürbar zu machen?
 - Über Personen (SendungsmacherInnen) Begeisterung ausstrahlen
 - Analysieren was wir am besten können und nach außen kommunizieren
 - Medienpräsenz (Projekte, ...)
 - Präsenz bei (Eigen-) Veranstaltungen
 - Projektpartner suchen
 - „sichtbares Wohnzimmer“ → öffentlichen Raum bespielen
 - Interventionen im öffentlichen Raum (EKZ, Schulen, Fußgängerzonen,...) Freies Radio = Dialog
 - Überzeugung „leben“ – nach außen tragen

- Formate und Räume schaffen, wo EntscheidungsträgerInnen erleben können was wir tun und sind! (Sendungen, Veranstaltungen, ...)
2. Wie kann Radio die lokalen/ regionalen Initiativen fördern?
- Radio lässt beim Reden Ideen entstehen
 - Radio gibt Raum, ist Knotenpunkt für verschiedene Initiativen – sozial und kulturell
 - Mit Ressourcen: Equipment, Know-How (medienrechtl., technisch, Workshops) und Räumlichkeiten
 - Mediale Öffentlichkeit, Niederschwelligkeit
 - Bühne/Möglichkeiten geben, sich zu präsentieren (Sendungen, Veranstaltungen etc.)
 - Communities und Netzwerke auf- und ausbauen – Aktives Einladen! – Informationsflow!
 - Regionale Initiativen (längerfristig) aktiv begleiten und zu Beteiligten machen
3. Was brauchen wir – Freie Radios, RegionalentwicklerInnen, RTR, KUPF, COMMIT,... - dazu?
- Mehr Ressourcen
 - Budgetäre Rahmenbedingungen
 - Ressourcen (Zeit, Geld, Raum) die nicht ursächlich an Radioproduktion gebunden sind: 80% Community, 20% Programm
 - Zeit & Raum für produktive Reflexion z.B.: Team-Supervision, Bewusstsein für die Kraft der Vielfalt, auch mit SendungsmacherInnen
 - Auseinandersetzung mit dem Medienwandel
 - Gezielt auf MultiplikatorInnen zugehen (mit Beharrlichkeit)
 - Vernetzen:
 - Radio – Radio (TV)
 - Außerhalb
 - Partner

Diskussion im Anschluss an den Auftritt von Frau Landeshauptmann

- Nichtkommerzielle Radios ohne Werbung = gesetzliche Grundlage für Förderfähigkeit durch Bund (KommAustriaG)
- Alle Kulturinitiativen sind Förderfälle von Start bis Ende (z.B. auch Theater)
- Wie viel steckt Land in andere Medien?
- Kommerzielle Bewerber würden so ein kleines Sendegebiet nicht bekommen
- Rentiert sich Landesregierung in so einem kleinen Land ;)
- Aktuelle Förderquote von 2006, aber 2006 waren es 3 Freie Radios, jetzt 5
- Ja als Antwort
- Touch-Turn-Tell
- Reichweite: warum versteckt man sich da? Es gibt eine oö. Studie
- Konkrete Beispiele fordern
- 80:20 nachweisen, messbar machen
- 4 Stunden RTR-Regelung für kleine Freie Radios schwierig
- „wir haben keine Zahlen“

- Zahlen sind da: Personen, die bei Workshops waren, im Radio gesprochen haben,...
- Public Value-Studie vorbereiten, Selbstbewusstsein und sich auf andere Zahlen stützen
- Mediennutzung findet ganz anders statt heutzutage
- Redaktion auf Medienbetrieb – geht nicht! Wo wird Mehrwert der Freien Medien gesehen?
- Können wir unsere lokalen und regionalen PolitikerInnen um Unterstützung bitten?
- Relevanz durch Themen zeigen – bissiger/ politischer werden
- Lokalpolitik (im Kremstal) sieht Wirkung der Freien Radios, aber wenig Glaube an eigene Wirkmacht
- Was sind Sachen, die euch unverwechselbar machen? Stories landen vielleicht leichter, nur was landet, wird weitergeleitet
- Name für „soft facts“ (er)finden
- Radio gibt viel mehr Platz als Print und andere Medien
- Selbstbewusstsein von uns FR selber! Nicht zu bescheiden auftreten! Logo einfordern!
- Grund für Studie und Dialog mit RTR: Analyse FR am Land → unsere Stärken bewusst und sichtbar machen; auf was ich mich berufen kann
- Wir sind wichtiger Beitrag im ländlichen Raum
- Wenn wir weg sind, macht das Riesen-Unterschied!
- Mikrofon als Türöffner: für mehr Selbstbewusstsein, Empowerment
- In Zusammenhang mit Politik funktioniert Mikro nicht
- In Zusammenhang mit Politik sich nicht klein machen; qualitative gute Interviews konsequent machen, das wird nicht unbemerkt bleiben (ev. Gemeinsam mit anderen Freien Radios jemanden ausbilden/ etablieren)
- Was ist unser Auftrag? Was können wir mit unseren Kapazitäten leisten? Und was können wir verkaufen?
- Niedersächsischer Zugang
- Lokales Freies Radio macht lokalen Content
- Journalismus (Mikro) ins Land (zu Treffen) mitnehmen! Selbstbewusst, Selbstverständnis!
- Wer zwingt wem welches Bild auf? Bild wird in Raum gestellt, Erklärungsnot warum was nicht erfüllt wird, was gar nicht der Auftrag ist → Klares Selbstbild, das nach außen vertreten wird!
- Steiermark: Geld kommt aus Kulturressort
- Beim Reden kommen die Ideen: es gibt Bild, das die Landesregierung vom Radio hat, es gibt ein Bild, das wir vom Radio haben – bei Treffen am Land glauben wir, dass wir das Bild verkaufen müssen, das die Landesregierung vom Radio hat – wie können wir das da reinpacken? → Was sind wir? Und wie können wir diese Bilder transportieren – Diese Frage mit zu Workshop oö. Freier Radios bzgl. gemeinsamem Wording nehmen
- Wo sind Synergie-Effekte mit Regionalentwicklung
- Es geht schon: Dorf wird von Linz-Politik wahrgenommen als was es ist
- Mehrere Ebenen von Regionalentwicklung klar machen:
 - Strukturelle Regionalentwicklung, die von den Ländern, von der EU ausgeht, wo es Vorgaben gibt, wo es Kriterienkataloge gibt, wo es Regionsstrategien gibt, die tw. eh mit der Bevölkerung erarbeitet werden – politische Ebene
 - Eigenständige Regionalentwicklung: es gibt Rahmen, das sollten Länder, Regionalmanager und -entwickler anbieten, in dem sich genau das entwickelt, was gerade Sache ist; eigenständige Regionalentwicklung = Faden wird in gesättigte

Flüssigkeit getaucht und wenn etwas kristallisiert, dann ist das super und wenn keine Kristalle entstehen, dann nicht dann ist etwas gescheitert

- Freies Radios machen das: Faden reinhängen und es kristallisiert → ihr macht genau eigenständige Regionalentwicklung; es passiert was, es werden Projekte angeregt; das ist Regionalentwicklung in ursprünglicher Form

→ Für sich selber sichtbar machen: was alles schon angeboten wird um Projekte und Initiativen zu unterstützen

- 2 Ansätze: Bottom Up – Top Down

Eigenständige Regionalentwicklung in Waldviertel und Stmk. entstanden ausgehend von rückkehrenden Entwicklungshelfern; Strukturschwache Regionen brauchen Menschen als Experten für ihr Lebensumfeld; sie sind nicht Betroffene, sie sind Teil der Lösung und sie haben das Know-how diese Lösungen zu erarbeiten; Stärke von Top-Down schwankt nach gesellschaftlichen und politischem Umfeld: Regionsplan mit Schwerpunkten – wie stark sind Menschen da eingebunden? – Gratwanderung

1:14

- Empowerment
- Was wollen die Leute? Ohne Leute keine Zugkraft – Regionalentwicklung funktioniert nur gemeinsam
- Schrauben nicht weiter anziehen: 50% der FR sind gefährdet

Diskussion nach Präsentation 2. Teil Studienergebnisse (Empfehlungen zur Wirkungserhöhung)

Ideen und Maßnahmen

- Pool aufbauen an ehrenamtlichen SendungsmacherInnen, die journalistisch/ redaktionell arbeiten (um diese bei Anfragen zB zu Vorträgen zu entsenden, ggf. gg gratis Eintritt)
- Palette an möglichen Formen der Beteiligung formulieren
- Schärfen der eigenen Strategie in den Bereichen Community (80%) und Programm (20%)
- Programmwegweiser machen

Transfer der Studienergebnisse

- Studie online stellen und bewerben
- Presseaussendung?
- Transfer-Workshop
- Präsentation verfügbar machen
- Teile der Studie gezielt verwerten (Gesamte Studie ist eher intern interessant)
- Zielgruppenspezifische Folder und Broschüren
- Kurzzusammenfassung
- Regionalentwicklungsfolder
- Ähnliches wie „ich bin im Radio“-Aufkleber (comicartig, kurze Statements zB aus Interviews)
- Jingles dazu produzieren (Audio-Sticker)
- Für internationale Auseinandersetzung: englische Version
- Mit Extrakt in Gremien gehen um Angst vor FR zu nehmen

- Soziale Medien nützen
- Wer gibt's wem in die Hand?
- Radiosendungen dazu machen
- Studien-Release-Day (Info etc.)
- Transfer individuell denken (je Freies Radio)