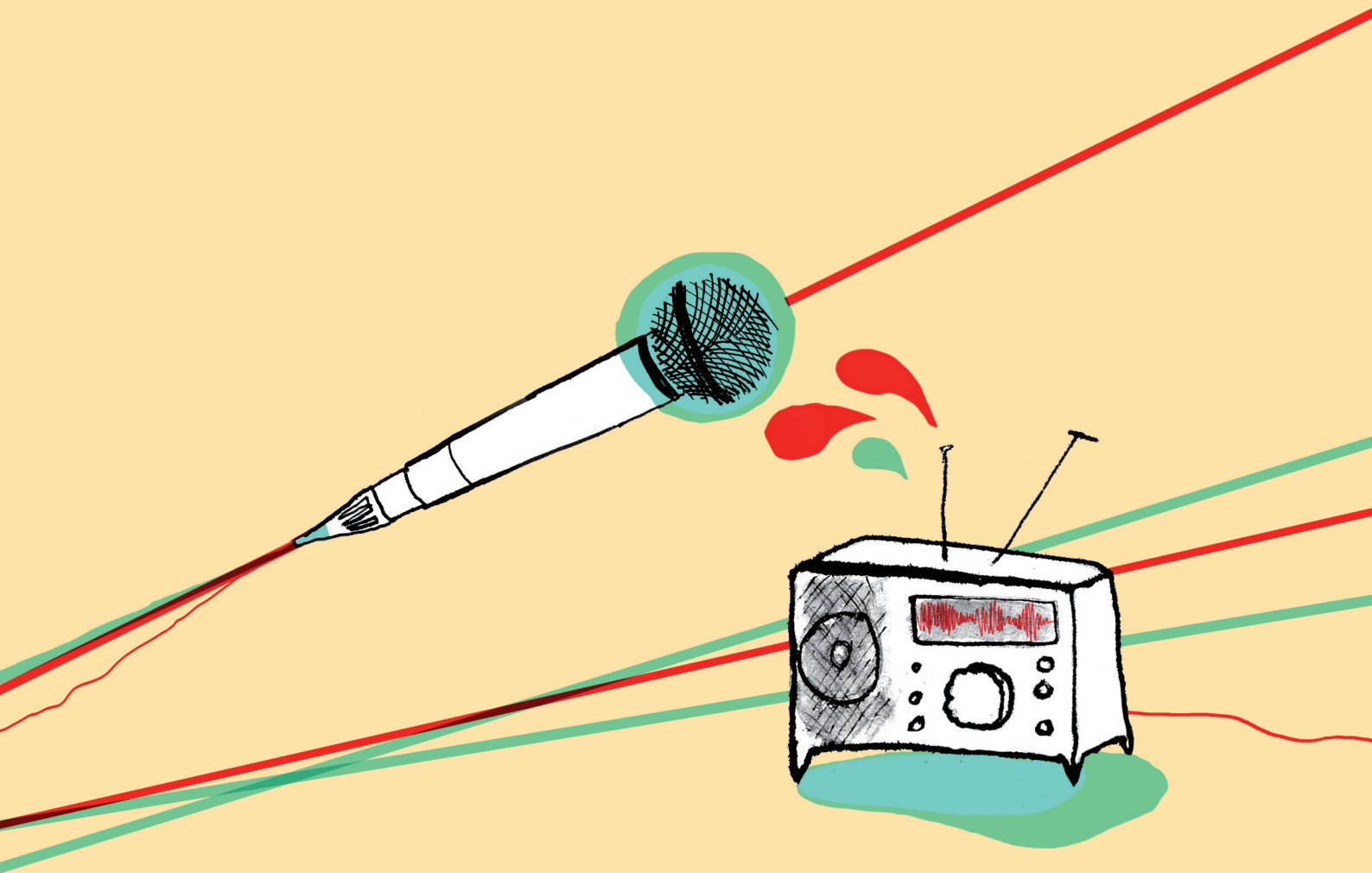


Das Freie Radio 1x1

Basiswissen für RadiomacherInnen
im Nichtkommerziellen Rundfunk



COMMIT

COMMUNITY / MEDIEN / INSTITUT
FÜR WEITERBILDUNG, FORSCHUNG UND BERATUNG

INHALTSVERZEICHNIS – DAS FREIE RADIO 1x1

FREIES RADIO – Modul 1

1. Was ist Freies Radio?	1
2. Freie Radios in Österreich	2
3. Charta und Forderungen der Freien Radios Österreichs	4
4. Geschichte der Freien Radios Österreichs	6
4.1 PiratInnenphase	6
4.2 Legalisierungsphase	8
4.3 Aufbauphase	9
4.4 Expansionsphase und Etablierung der Freien Radios	10
5. Dachverband der Freien Radios Österreichs	11
6. Internationale Interessensvertretung der Freien Radios	11
7. Weiterbildungsorganisation	12

MEDIEN- UND URHEBERRECHT – Modul 2

1. Medienrecht	1
1.1 Ich und die Öffentlichkeit	1
1.2 Journalistische Sorgfalt und Verantwortung	2
1.3 Schutz der Ehre	4
1.4 Schutz der Persönlichkeit	5
1.5 Beurteilungskriterien im Einzelfall	6
1.6 Freiheiten	7
2. Urheberrecht	9
2.1 Aufnahmen machen	9
2.2 Verwendung von existierendem Material	10
2.3 Nutzungsrechten, Bearbeitung	11
2.4 Zitate	12
2.5 Sendungen/Beiträge online verfügbar machen	12
2.6 Creative Commons	13
3. Checklist Medien- und Urheberrecht	14

RADIOJOURNALISMUS – Modul 3

1. Klassische Darstellungsformen im Radio	1
2. Die Moderation	2
2.1 Das Wichtigste zur Moderation	2
2.2 Umgang mit Fehlern und Versprechern	4
2.3 Moderationsformen	4
2.4 Checklist Moderieren	6
3. Das Interview	7
3.1 Fragetypen	8
3.2 Liveinterviews	8
3.3 Checklist Interview	10
3.4 Livegesprächsrunden	11
3.5 Checklist Livegesprächsrunden	12
4. Musik im Freien Radio	13
5. Tipps und Tricks für die Recherche	14

SENDUNGSGESTALTUNG – Modul 4

1. Selbstverständnis	1
2. Sendungsformat	2
3. Sendeplanung	3
4. Reflexion und Feedback	4
4.1 Selbstreflexion	4
4.2 Feedback	5
5. Checklist Sendungsgestaltung oder 7 Tipps für eine schlechte Sendung	6

TECHNIK BASICS – Modul 5

1. Mischpult	1
2. Mikrofonkunde	4
2.1 Richtcharakteristika bei Mikrofonen	5
2.2 Steckverbindungen	6
3. Checklist für Livesendungen	7
4. Checklist mobile Aufnahmetechnik	8

IMPRESSUM

Herausgeber:

COMMIT

Community Medien Institut für Forschung, Weiterbildung und Beratung

Lobnik 16

9135 Bad Eisenkappel

www.commit.at

Projektleitung und Redaktion: Oliver Jagosch, Mirjam Winter (Version 01/2012)

Dank an: Angelika Hödl und Georg Wimmer für redaktionelle Mitarbeit sowie Gudrun Diestler, Michael Gams, Dragan Janjuz, Ruth Kanamüller, Georg Karl, Anna Michalski, Walter Moser, Elisabeth Neubacher, Martin Obert-Hamberger, Simon Olipitz, Helmut Peissl, Robert Suchar, Hilde Unterberger.

Textgrundlagen: „Geschichte der Freien Radios Österreichs“ (Wolfgang Hirner, 2003); „Schriftenreihe RTR, Band 3“ (2008); „Charta der Freien Radios Österreichs“ (Verband Freier Radios Österreich, 2007); Schulungsunterlagen von Radiofabrik (Marcus C. Diess, Iris Köck, Georg Wimmer, Mirjam Winter) und Radio FRO (Daniela Fürst, Sandra Hochholzer, Oliver Jagosch, Roswitha Kröll, Peter Müller, Alexander Vojvoda, Andreas Wolf); „AG Medienrecht“ (David Röhler, Heidi Neuburger-Dumancic, Frank Hagen, Christian Berger für den VFRÖ, 2007); „Unterlagen zum Seminar Medien- und Urheberrecht“ (Maria Windhager, 2011); „Einführung in den praktischen Journalismus“ (Walter La Roche, 2008); „A & F Handreichungen“ (Udo Isreal, Andreas Reimann, 2005); „klipp & klang radiokurse“ (Linda Muscheidt 2008).

Lektorat: Ruth Kanamüller

Illustration und Umschlaggestaltung: © Dipl. Des. Silke Müller, www.silkemüller.de

Gefördert aus Mitteln der RTR Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH / Nichtkommerzieller Rundfunkfonds.

VORWORT

von SendungsmacherInnen österreichischer Freier Radios

„Freies Radio bedeutet nicht nur freien Zugang und eine freie Stimme für jene, die sonst in den Medien nicht zu Wort kommen, sondern auch einen kritischen-beobachtenden Blick auf die jeweiligen Regionen und über diesen Tellerrand hinaus. Freies Radio ist das mediale, von BürgerInnen für BürgerInnen organisierte Netzwerk einer Region.“
Thomas, Radio Freequenns

„Freies Radio ist ein großes Abenteuer im Wort, eine Möglichkeit mich mit der Welt in Verbindung zu setzen. Freies Radio ist ein Ort an dem ich willkommen bin, eine Drehscheibe der Vernetzung, ein dynamisches Soziotop...“
Tanja, Radio B138

„Radio machen bedeutet für mich viel Kreativität, eine ordentliche Dosis Mut, jede Menge Humor und ein kleines bisschen Verrücktheit.“
Dorota, Radio FRO

„Das Freie Radio bietet die Möglichkeit Programm zu machen, das nicht ausschließlich dem Diktat der Ökonomie unterliegt und das fördert die Kunst und die Kultur, speziell die regionale!“
Pete, Proton – das freie Radio

*„Radio ist für mich ein Medium das sehr schnell und informativ sein kann. Und es erzeugt ein "Wir-Gefühl"!
Lois, Freies Radio Salzkammergut*

„Ich mache Radio, weil ich dort meinen Ideen freien Lauf lassen kann.“
Hilde, campus & cityradio 94.4

„Nun, Freies Radio ist für mich: Der Fels in der Brandung der belanglosen Medienwelt, die zentrale Benutzeroberfläche in einer kulturvernetzten Region, ein Ego booster.“
Rudolf, Radio B138

„Das Stadtteilradio ist für mich gelebte Partizipation und gibt allen Menschen im Stadtteil eine Stimme.“
Sarah, Radiofabrik

"Habt ihr Euch schon damit auseinandergesetzt, wie das ist im Rollstuhl durch die Stadt zu fahren? Auf schrägen Gehsteigen? Dann borgen wir uns Rollstühle aus und fahren durch die Stadt und machen eine Sendung daraus!"
Tina, Radio Helsinki

„It's not a one man's work, it's a team-work and I found myself respected by everyone.“
Sunday, radio AGORA 105,5

FREIES RADIO

1. Was ist Freies Radio?

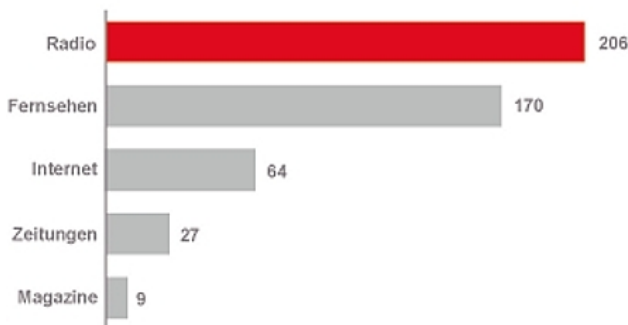


Freie Radios sind unabhängige, gemeinnützige, nichtkommerzielle und nicht auf Profit ausgerichtete Organisationen, die einen allgemeinen und freien Zugang zu Sendeflächen für Rundfunkveranstaltungen garantieren und bereitstellen, um die freie Meinungsäußerung zu fördern. Als drittes Standbein in der Medienlandschaft neben öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen RundfunkveranstalterInnen erweitern Freie Radios die Meinungsvielfalt.

Verband Freier Radios Österreich, VFRÖ

Medien (v. lat. medium = (in der) Mitte, dazwischen) sind die Kommunikationsmittel der Menschen. Medien benutzen Zeichen und Symbole: Schrift, Sprache, Bild, Ton und Musik.

Nach wie vor ist Radio jenes Medium, das am meisten Menschen erreicht. Das Radio erfreut sich aufgrund seiner Mobilität und Flexibilität großer Beliebtheit bei allen Bevölkerungsschichten und ist noch immer das meistgenutzte Medium.



Tägliche Mediennutzung der ÖsterreicherInnen in Minuten. Quelle: Radio: RADIOTEST 2011, GfK, Basis Österreich, Mo-So, Personen 14+. TV: TELETEST, AGTT/GfK, Basis Österreich (alle Haushalte), 2011, Personen 14+. Internet, Zeitungen, Magazine: IAB-Zielgruppenrechner, subjektive Nutzungsdauer, AIM 1. Quartal 2010 / Integral, Personen 14+.

Trotzdem werden Meinungen, Ideen und Wünsche ganzer Bevölkerungsgruppen nie gehört. Denn herkömmliches Radio ist meist kommerziell: gesendet wird, was angepasst ist und gängigen Moden entspricht, damit sich zielgruppenorientierte Werbezeiten an die Wirtschaft verkaufen lassen.

Freie Radios aber gehorchen nicht den Regeln des Marktes

Freies Radio ermöglicht jeder Bürgerin und jedem Bürger an der Medienproduktion und dem dazugehörigen Know-How unmittelbar teilzuhaben, unabhängig von Ausbildung, Ausrüstung, Alter oder finanziellen Möglichkeiten.

Freie Radios stellen Aufnahmegeräte und Schnittplätze zur Verfügung und helfen ihren SendungsmacherInnen bei der Umsetzung von Ideen. So werden aus passiven HörerInnen aktive ProduzentInnen.

Freie Radios leisten durch ihre Arbeit einen wichtigen Beitrag zur Vermittlung von **Medienkompetenz**: wer einmal eine eigene Sendung gestaltet und die damit verbundenen Mechanismen versteht, wird Medieninhalte und Informationsflüsse künftig anders reflektieren.

Massenmedien sind Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, elektronische und digitale Medien. Sie werden technisch vielfältigt und verbreiten Inhalte öffentlich an ein anonymes, räumlich verstreutes Publikum.

Medien werden oft als Vierte Gewalt im Staat bezeichnet. Sie sollen ausgleichend und überwachend wirken, neben der Legislative (Parlament), Exekutive (Regierung) und der Judikative (Gericht).

Freie Radios erweitern die Meinungsvielfalt im lokalen Raum aufgrund ihres **offenen Zugangs**, ihrer **Nichtkommerzialität** und der **Unabhängigkeit** vom medialen Mainstream in ihren Programmen.

Sie sind Orte der Begegnung für Menschen aus den verschiedensten Lebensbereichen und leisten so einen essenziellen Beitrag für eine offene und pluralistische Gesellschaft, in der zivilgesellschaftliches **Engagement** und barrierefreie **Partizipation** gefördert werden.

In dieser Funktion werden im sogenannten dritten Mediensektor auch laufend lokale, nationale und internationale Projekte entwickelt und durchgeführt. Sie aktivieren gezielt Gruppen, die in der Regel von der Medienproduktion ausgeschlossen werden, z.B. Kinder und Jugendliche, SeniorInnen, MigrantInnen, Menschen mit Beeinträchtigung u.v.m.

Die ehrenamtlichen **SendungsmacherInnen** der Freien Radios sind als Einzelpersonen, Gruppen oder in Redaktionsteams Teil einer ständig wachsenden Community. Durch ihr Engagement garantieren sie den HörerInnen Inhalte, Information und Musik, die im öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk der wirtschaftlichen Ausrichtung oftmals zwangsläufig zum Opfer fallen. Daher ist die Nichtkommerzialität im Programm der Freien Radios ein Garant für Unabhängigkeit, kritischen Diskurs und Musik abseits des Pop-Mainstream.

Projekt-Beispiele:

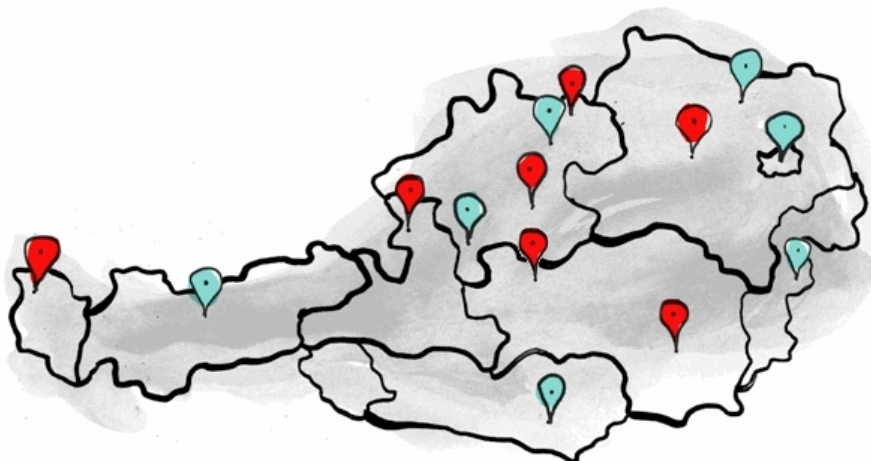
Radiodialoge - Interkulturelles Magazin der Freien Radios in Österreich
<http://radiodialoge.at>

Ohrenblicke – Radiokunst von Blinden und Sehenden
<http://ohrenblicke.eu>

Radiabled – Radio von Menschen mit und ohne Behinderung
<http://fro.at/radiabled>

Talk About It – Radio gegen sexuellen Missbrauch
<http://talkaboutit.eu>

Kinderradio, Jugend- und Schulradioprojekte bei allen Freien Radios Österreichs. u.v.m.



Ein paar Zahlen:

14 Freie Radios sind in Österreich on air.

Über 4 Mio. Menschen in Österreich können Freies Radio empfangen.

Über 2500 aktive RadiomacherInnen gestalten regelmäßig Sendungen.

25 verschiedene Sprachen sind zu hören.

2. Freie Radios in Österreich

Sender	Sitz	Hörfunkzulassung	Website
Orange 94.0	Wien	08. 1998	http://o94.at
Radiofabrik 107,5 MHz	Salzburg	09. 1998	http://radiofabrik.at
Radio FRO	Linz	09. 1998	http://fro.at
radio AGORA 105,5	Klagenfurt	10. 1998	http://agora.at
Freies Radio Salzkammergut	Bad Ischl	03. 1999	http://freiesradio.at
Radio Freequenns	Liezen	04. 1999	http://freequenns.at
Proton – das freie Radio	Dornbirn	04. 1999	http://radioproton.at
Radio Helsinki	Graz	03. 2000	http://helsinki.at
radioYpsilon	Hollabrunn	10. 2000	http://radioypsilon.at
campus- & cityradio	St. Pölten	04. 2002	http://campusradio.at
Freirad	Innsbruck	07. 2002	http://freirad.at
Freies Radio Freistadt	Freistadt	03. 2005	http://frf.at
Freies Radio B138	Kirchdorf a.d. Krems	09. 2008	http://radio-b138.at
Radio OP	Oberpullendorf	10. 2009	http://radioop.at

In der österreichischen Medienlandschaft sprechen wir, ausgehend von wissenschaftlichen Kriterien, von einem **trialen Rundfunksystem**, in dem Freie Radios als Spiegel der Gesellschaft und publizistische Ergänzung im lokalen Raum fungieren.

Typen von Medienorganisationen des trialen Rundfunksystems nach Johanna Dorer:

	Kommerzieller Rundfunk	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	Nichtkommerzieller Rundfunk
Normensystem	Ökonomie	Publizistik	Zivilgesellschaftliche Kultur und Publizistik
Eigentum	Privat	Öffentlich-rechtlich	Gemeinnützig, genossenschaftlich
Organisationszweck	Gewinnmaximierung	Erfüllung einer öffentlichen Aufgabe	Partizipation, Emanzipation und Empowerment durch offenen Zugang für alle
Normative Zielsetzung	Individuelle Nutzenmaximierung bei KonsumentInnen; Gewinnmaximierung beim Anbieter	Gesellschaftliche Nutzenmaximierung (z.B. Qualifizierung im Meinungsbildungsprozess)	Gesellschaftliche Nutzenmaximierung durch Partizipation und Empowerment marginalisierter sozialer Gruppen
Versorgungsgrad	Begrenzt durch einzelwirtschaftliche Rentabilitätskalküle	Theoretisch: Vollversorgung als Teil der öffentlichen Aufgabe; praktisch: Vernachlässigung bestimmter Publikumssegmente	Begrenzt durch Bevorzugung sozial benachteiligter Gruppen und progressiver Subkulturen (i.S. Rolf Schwendters)
Wirtschaftsverständnis	Libérale Marktwirtschaft	Soziale Marktwirtschaft, Wohlfahrtsstaat	Alternative Ökonomie
Finanzierung	Markt (Werbung)	Kollektivform (Gebühren) und Markt (Werbung)	Mischfinanzierung ohne Werbung (staatliche Subventionen, Radiofonds, freiwillige Gebühren, „Selbstaubeutung“ u.a.)
AdressatInnen	KonsumentInnen	BürgerInnen, KonsumentInnen	Zivilgesellschaft und BürgerInnen
Programm	Reichweiten- und werbemarktorientiert	Reichweiten- und werbemarktorientiert; „Programm für alle“ (gesetzl. Bildungs-, Kultur-, Informations- u. Unterhaltungsauftrag)	Minderheitenorientiert; für gesellschaftlich marginalisierte Gruppen, lokale Communities, MigrantInnen und „Nicht“-StaatsbürgerInnen
Vielfaltssicherung	Außenpluralismus	Binnenpluralismus	Außen- und Binnenpluralismus
Demokratieverständnis	Libérale Demokratie	Repräsentative Demokratie	Direkte/radikale Demokratie
Vermitteltes Gesellschaftsbild	Hegemoniale Darstellung/Konstruktion von Konsum- und Leistungsgesellschaft	Hegemoniale Darstellung/Konstruktion von Welt und Nation(en)	Gegen-hegemoniale Darstellung/Konstruktion von Welt
Gesamtgesellschaftliche Auswirkung	Ökonomisierung aller Lebensbereiche	Beitrag zur Produktion von gesellschaftlichem Konsens (i.S. Stuart Halls, Noam Chomskys)	Kritik- und Frühwarnsystem für soziale gesellschaftliche Probleme
Gesellschaftlicher Nutzen	Gering; größere Programmmöglichkeit für werblich interessante Zielgruppe	Öffentliche Aufgabe und Grundversorgung für weite Teile der Bevölkerung	Publizistische Ergänzungsfunktion für nicht erfüllten öffentlich-rechtlichen Auftrag d. öffentlich-rechtlichen Rundfunks

*Johanna Dorer (2004):
Anthere Communication is Possible – Trialen Rundfunksystem und die Geschichte der Freien Radios in Österreich, In: Medien & Zeit 3/2004. Wien, S. 4-15*

3. Charta und Forderungen der Freien Radios Österreichs

In der Charta der Freien Radios Österreich sind die Ansprüche festgelegt, denen sich alle 14 Freien Radios in Österreich verpflichtet fühlen. Die darin genannten Forderungen beziehen sich auf die gesetzlichen, finanziellen und strukturellen Bedingungen, unter denen die Arbeit im Freien Radio stattfinden kann.

Charta und Forderungen in der Fassung vom 12. Mai 2007, Generalversammlung des Verbandes Freier Radios Österreich in Dornbirn.

Grundsätze des Verbandes Freier Radios Österreich

Offener Zugang/Public Access

Freie Radios geben allen Personen und Gruppen innerhalb des gesetzlichen Rahmens die Möglichkeit zur unzensurierten Meinungsäußerung und Informationsvermittlung. Vorrang haben dabei soziale, kulturelle und ethnische Minderheiten sowie solche Personen und Gruppen, die wegen ihrer gesellschaftlichen Marginalisierung oder sexistischen oder rassistischen Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht zu Wort kommen.

Partizipation

Freie Radios stellen Trainings-, Produktions- und Verteilungsmöglichkeiten zur Verfügung. Sie bilden Plattformen lokaler und (über-)regionaler Musik-, Kunst- und Kulturproduktion für gesellschaftspolitische Initiativen und für gesellschaftlich oder medial marginalisierte Communities. Sie laden ihre HörerInnen zur aktiven Beteiligung ein, spiegeln die gesellschaftliche, kulturelle und sprachliche Vielfalt ihrer Ausstrahlungsgebiete wider und fördern den interkulturellen Dialog.

Gemeinnützigkeit/Nichtkommerzialität

Freie Radios sind kein Privateigentum eines/r Einzelnen, sondern sind gemeinsam von ihren NutzerInnen getragene Organisationsformen, die vor allem dem Prinzip der Gemeinnützigkeit unterliegen. Ihre Tätigkeit ist nicht auf Gewinn ausgerichtet und verfolgt das Prinzip eines werbefreien Radios ohne kommerzielle Produktwerbung.

Um die Existenz und Unabhängigkeit gewährleisten zu können, braucht es eine Diversifizierung der Einnahmequellen. Die Finanzierung erfolgt durch Eigenleistungen wie Projekte oder Kooperationen, öffentliche Förderungen, Mitgliedsbeiträge und Spenden oder auch Sponsoring.

Transparenz/Organisation

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

Unabhängigkeit

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

Freie Radios erbringen Public-Service-Leistungen:
Lokaler, niederschwelliger Zugang zum Massenmedium Radio für lokale ProgrammmacherInnen Ausstrahlen von Programmen unterrepräsentierter Gruppierungen und von Integrationsprogrammen Programme, die das lokale Kulturspektrum und Musik abseits des Mainstreams berücksichtigen Produktion mehrsprachiger bzw. nichtdeutschsprachiger Programme Förderung politischer Partizipation Entwicklung und Durchführung innovativer lokaler, nationaler und internationaler Projekte Ausbildungsmaßnahmen

Lokalbezug/Regionalentwicklung

Freie Radios verstehen sich als Kommunikationsmittel im lokalen und regionalen Raum und unterstützen die regionale Entwicklung. Damit fungieren Freie Radios auch als fördernde Plattformen für regionalbezogene Kunst- und Kulturschaffende, in denen es für KünstlerInnen Auftritts- und Verbreitungsmöglichkeiten gibt. Darüber hinaus findet eine Auseinandersetzung mit überregionalen und internationalen Themen statt. Freie Radios arbeiten aktiv zusammen, z.B. durch Programmaustausch oder die gemeinsame Realisierung von medialen, kulturellen, künstlerischen oder gesellschaftspolitischen Projekten.

Anspruch

Freie Radios fördern eine selbstbestimmte, solidarische und emanzipatorische Gesellschaft. Sie wenden sich gegen jede Form der Diskriminierung aufgrund von Geschlecht oder sexueller Orientierung, Herkunft, Abstammung, Hautfarbe oder Ethnie, religiöser oder politischer Anschauung, aufgrund körperlicher oder geistiger Fähigkeiten, sozialer Herkunft, Sprache oder Alter. Sie treten für freie Meinungsäußerung, Meinungsvielfalt, Gleichberechtigung, Menschenwürde und Demokratie ein.

Forderungen des Verbandes Freier Radios Österreich

Gesetzliche Anerkennung

Aufgrund ihrer Leistungen im öffentlichen Interesse müssen Freie Radios im Privatradiogesetz und KommAustria-Gesetz als eigene Kategorie anerkannt werden. Diese Leistungen sind insbesondere der offene Zugang zu Sende Flächen im Rundfunk, die publizistische Ergänzung im lokalen und regionalen Bereich sowie die Vermittlung von Medienkompetenz.

Freie-Radios-Fonds

Die Leistungen im öffentlichen Interesse, die die Freien Radios erfüllen, müssen öffentlich gefördert werden. Die Freien Radios fordern die Einrichtung eines "Freie-Radios-Fonds", der aus jenem Teil der Rundfunkgebühren gespeist wird, der nicht dem ORF zufließt (Gebührensplittung). Bezüglich der urheberrechtlichen Abgaben genießen Freie Radios einen Sonderstatus, der ihrem gemeinnützigen Charakter entspricht.

Triales Rundfunksystem und BeauftragteR für Freie Medien

Die Dreiteilung des Rundfunksystems in öffentlich-rechtliche, privat-kommerzielle und gemeinnützige freie Rundfunkveranstalter (trales Rundfunksystem) muss sich (strukturell in der Konstruktion) in der Struktur der Medienbehörde sowie bei der Lizenzvergabe widerspiegeln. In Sendegebieten, wo Bedarf vorhanden ist, muss die Versorgung mit Freiem Radio durch Vorrang bei der Lizenzvergabe gewährleistet sein. Als AnsprechpartnerIn für Forschung und Entwicklung im Dritten Rundfunksektor muss in der Medienbehörde einE BeauftragteR für Freie Medien installiert werden. Die Medienforschung muss künftig verstärkt auf die gesellschaftlichen Leistungen zugangsoffener Freier Radios eingehen.

Journalistische Gleichberechtigung

MitarbeiterInnen Freier Radios sind frei in ihrer Recherche und sind JournalistInnen anderer Medien gleichgestellt.

Mitbestimmung und Stellungnahme

Bei Erarbeitung von Gesetzen, Gesetzesänderungen und internationalen Verträgen, die das Medien- und Fernmeldewesen betreffen, haben die VertreterInnen der Freien Radios das Recht auf Mitbestimmung und Stellungnahme.

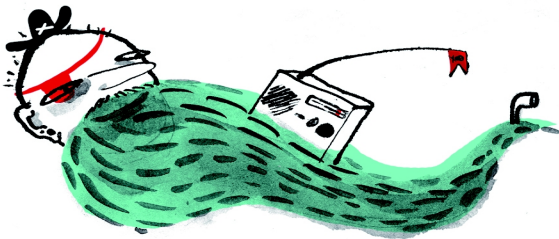
4. Geschichte der Freien Radios Österreichs

Mit Inkrafttreten des Regionalradiogesetzes 1994 war es in Österreich erstmals möglich, nichtkommerzielles Freies Radio (wie auch kommerzielle Pivatradios) zu betreiben. Bis dahin war es nur dem ORF erlaubt Radio und Fernsehen zu senden. Österreich war damit das letzte europäische Land, das am staatlichen Rundfunkmonopol festhielt. Denn während sich in anderen Ländern teilweise seit Jahrzehnten privat-kommerzielle und nichtkommerzielle freie Radioanbieter in der Medienszene etablierten, war in Österreich der Rundfunkbetrieb abseits des ORF gesetzlich verboten und mit hohen Strafen belegt. Der Weg zum Erhalt einer Sendelizenz war lang...

Die Entstehung der Freien Radios in Österreich kann (nach Wolfgang Hirner, 2003) in vier Phasen eingeteilt werden, wobei es dabei teilweise zeitliche Überschneidungen gibt:

PiratInnenphase	1987 – 1993
Legalisierungsphase	1991 – 1997
Aufbauphase	1998 – 1999
Etablierung und Expansionsphase	ab 1999

4.1 PiratInnenphase



- 1979 Die ersten RadiopiratInnen der 2. Republik sind die MacherInnen von „Ö-Frei“ in Graz. Sie sendeten ab Dezember 1979 vier Sendungen à 15 Minuten.
- 1987 Die erste intensive RadiopiratInnenphase beginnt: „Radio Sozialfriedhof“ und „Radio Sprint“ sendet in Wien über StudentInnenstreiks und die Demonstration gegen Sozialabbau. „Radio ÖGB-Österreich geht's blendend“ berichtet über die Situation der verstaatlichten Industrie in Linz sowie in der Obersteiermark.
- 1988 „Radio Rücktritt“ berichtet im Februar unter dem Motto „Go, Kurti, go“ über die Anti-Waldheim-Kundgebung am Wiener Stephansplatz.
- 1989 Im Februar veranstaltet die FERL (Fédération Européenne des Radios Libres) ein Roundtable-Gespräch zum Thema Medienfreiheit in Österreich und Europa. Dieses Gespräch wird auch über die Frequenz 103,5 MHz unter dem Sendungsnamen „Radiofrühling“ live übertragen, allerdings nur wenige Minuten. Der Sender wird von der eintreffenden Funküberwachung beschlagnahmt. Im Herbst erfolgt die Gründung des Vereins AGORA in Kärnten. In der Folge bringt AGORA eine Beschwerde beim Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte gegen das Rundfunkmonopol in Österreich ein.

Die Anfänge des Freien Radios:

Schon in der 1. Republik gibt es **1924** aufgrund der Unzufriedenheit mit der RAVAG (Radioverkehrs AG, Vorgängerin des ORF) PiratInnenradios des sozialdemokratischen Freien Radiobundes. Deren Forderungen nach Legalisierung proletarischer Radiosender wird von der SPÖ aber wieder fallen gelassen, da sie auf eine stärkere Einbindung in die RAVAG setzt.

KPFA Radio in Berkeley/**Kalifornien** nimmt den Sendebetrieb **1949** auf und ist weltweit einer der Frühstarter im Freien Radio-Sektor.

Als erstes Community Radio in Europa sendet Radio Student **1969** in Ljubljana, **Slowenien**.

1977 fällt das Rundfunkmonopol in **Italien**.

In **Frankreich** beginnt **1981** die große Stunde der radios libres. Dort werden im Rahmen der Rundfunkliberalisierung vorerst sogar nur nichtkommerzielle Sender zugelassen.

Seit Anfang der **80er-Jahre** werden in den meisten westeuropäischen Staaten **Community-Radios** als eigene Kategorie innerhalb der Mediengesetzgebungen verankert oder zumindest zugelassen.

- 1991 Mit dem so genannten „PiratInnenstag“ am 31. März in Wien gehen gleich mehrere PiratInnensender on air.
- 1992 Ende des Jahres verschärft sich die Verfolgungssituation durch die Funküberwachung dramatisch. Dies steht in Zusammenhang mit dem Regionalradiogesetzesentwurf, in dem Freie Radios nicht vorgesehen sind.
- 1993 Im März finden österreichweit mehrere Hausdurchsuchungen bei mutmaßlichen RadioaktivistInnen statt. Häufig wird das technische Equipment beschlagnahmt. Im Fernmeldegesetz wird die Höchststrafe für illegales Senden von 5.000 auf 100.000 ATS hinauf gesetzt und damit werden die RadioaktivistInnen an ihre finanziellen Grenzen gebracht.

In der Zeit von 1991 bis 1993 werden allein in Wien insgesamt 34 Sendeanlagen beschlagnahmt. Der regelmäßige Sendebetrieb muss im Juli 1993 eingestellt werden.

Den PiratInnen geht es von Anfang an um die **Durchsetzung politischer Ziele**. So wird schon im Dezember 1991 ein mit der FERL und den Grünen ausgearbeiteter alternativer Gesetzesentwurf für das Privatradiogesetz präsentiert: Nach Vorbild anderer europäischer Länder sollen vorhandene freie Frequenzen zwischen kommerziellen und Freien Radios gleich aufgeteilt werden. Ein Fonds aus 3% der Werbeeinnahmen von ORF und kommerziellen Radios soll die Finanzierungsbasis sein.

PiratInnensender in den Bundesländern

Kärnten: Unter dem Namen „Drugačni radio za Koroška/Das Andere Radio für Kärnten/“ sendet der Verein AGORA vor den Landtagswahlen im März 1989 von Italien aus täglich ein achtstündiges Programm. Danach wird nach italienischem Recht um eine Lizenz angesucht und zwei Jahre lang jeden Sonntag ein zweisprachiges Programm nach Kärnten ausgestrahlt.

Oberösterreich: Seit Herbst 1991 sendet die „Offene Radio Frequenz“ in Linz und die „Joseph K. Noyce Radio Show“ im Bezirk Perg je eine Viertelstunde pro Woche. 1992 nehmen „Radio Schtarkschtrum“ in Steyr, „Radio Understone“ in Gmunden und „Radio Wurschtinsel“ in Wels ihren Betrieb auf.

Salzburg: In Salzburg geht am 23.11.1992 „Radio Bongo 500“ wöchentlich mit einem halb- bis einstündigen Programm auf Sendung. Die AktivistInnen kommen durchwegs vom Publizistik-Institut der Uni Salzburg, den technischen Support für den Senderbau liefern Wiener KollegInnen. Im Sommer 1993 kommt es zur endgültigen Beschlagnahmung des Senders, woraufhin der Radiobetrieb eingestellt werden muss.

Steiermark: 1992 starten die beiden PiratInnensender „Radio ZARG“ und „Radio Dauerwelle“. Beide Sender können als Wurzeln von Radio Helsinki bezeichnet werden. Kurz darauf sendet im Mürztal „Radio Flor“, das bei seiner Premiere Ende März gleich von der Funküberwachung erwischt wird. Von September 1995 bis Herbst 1997 wird ein fünfstündiges, unabhängiges Programmfenster auf der Antenne Steiermark gesendet. Radio Helsinki wird geboren und ist somit das erste Freie Radio in Österreich, das legal sendet.

Tirol: 1991 ist in Innsbruck der PiratInnensender „Radio Radiator“ unregelmäßig zu hören. Mitglieder von „Radio Radiator“ schließen sich mit AktivistInnen der anderen PiratInnensender in Österreich zusammen und gründen die „Pressure-Group Freies Radio“. 1993 suchen die Radiator-AktivistInnen, organisiert als Verein FREIRAD, um eine Regionalradiolizenz für Tirol an. Als dieses Ansuchen abgelehnt, bzw. die Lizenz an einen kommerziellen Betreiber vergeben wird, reicht FREIRAD eine Beschwerde beim Verfassungsgerichtshof ein. Der Beschwerde wird Recht gegeben: Die Lizenzen und Teile des Regionalradiogesetzes werden als verfassungswidrig aufgehoben.

Radio Bongo 500:
Bereits am zweiten Sendetag, dem 30.11.1992, wird mit einem Polizeieinsatz gegen die RadiomacherInnen vorgegangen: ein zwanzig Mann starkes Einsatzteam beschlagnahmt eine Antenne, eine Autobatterie, Ausweise und „diverses Kleinzeug“.

Vorarlberg: Anfang der 90er Jahre existieren bis zu fünf PiratInnen-sender. Sie heißen u.a. „Radio Free Xiberg“, „Radio Föhn“, „Radio Mikrowelle“ oder „Radio Lästig“ und sind in allen vier politischen Bezirken als unabhängige Gruppen tätig. Nach der österreichweiten Niederschlagung der PiratInnenradios durch den Meinungsverfolgungsapparat erfolgt die Gründung des Vereins zur Förderung der Medienvielfalt, einem Trägerverein für freie Medien in Vorarlberg.

Wien: Im Juni 1992 gibt es in Wien 25 Radiogruppen, die insgesamt 40 Stunden Programm pro Woche gestalten, z.B. „Radio Boiler“, „Radio Hotzenplotz“, „Radio Filzlaus“ oder „Radio Breifrei“. Es gibt ein tägliches Kulturveranstaltungsprogramm, ein Frühstücksradio und sonntags eine Gemeinschaftssendung der Radiopiratinnen.

Von Seiten des Staates wird von Anfang an **mit unverhältnismäßigen Mitteln auf die PiratInnen reagiert** und gegen diese z.B. mit einem Hubschraubereinsatz vorgegangen. Gemeinsam ist allen PiratInnen-sendern, dass sie spätestens im Sommer bzw. Herbst 1993 ihren Betrieb einstellen und ihre Energien auf die Legalisierung, d.h. die Bewerbung um Sendelizenzen, konzentrieren. Als politisches Ziel fordern die PiratInnen, dass im Zuge der Liberalisierung auch nichtkommerzielle Radios und deren finanzielle Förderung gesetzlich festgeschrieben werden.

4.2 Legalisierungsphase

1992 Die PiratInnen gründen in den Jahren 1992 und 1993 Vereine mit dem Ziel, nichtkommerzielle Radios zu betreiben, sobald es nach der österreichischen Gesetzeslage möglich ist. Diese Vereinsgründungen werden von den Behörden massiv behindert, vor allem in Wien.

1993 Ende des Rundfunkmonopols durch das Urteil im „Fall Lentia“ vom 24. November: Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) verurteilt die Republik Österreich einstimmig wegen Verletzung von Artikel 10 „Freiheit der Meinungsäußerung“ und Artikel 14 „Nichtdiskriminierung“ der Europäischen Menschenrechtskonvention. Die Monopolstellung des ORF stelle einen Eingriff in die **Ausübung des Rechts auf Verbreitung von Informationen und Ideen** dar.

Die Klage beim EGMR bringen die Freie-Radio-Initiative AGORA, der „Informationsverein Lentia 2000“ und drei weitere Beschwerdeführer ein.

Damit wird der Grundstein für das **triale Rundfunksystem** in Österreich gelegt, bestehend aus öffentlich-rechtlichem und privat-kommerziellem Rundfunk sowie nichtkommerziellen Freien Radios.

Der **Verband Freier Radios Österreich** (VFRÖ) wird gegründet. Da die Behörden in Wien die Vereinsgründung erschweren, wird der Verein in Graz angemeldet.

Ebenfalls 1993 erfolgt die Gründung des Verbandes Österreichischer Privatradiosender: <http://voep.at>

1994 Das vom Nationalrat beschlossene Regionalradiogesetz tritt mit 1. Jänner in Kraft. Es wird die zwanzigköpfige Regionalradiobehörde eingerichtet, die über die Lizenzvergaben entscheidet. Das ORF-Monopol ist damit teilweise aufgehoben.

1995 Der österreichische Verfassungsgerichtshof erklärt das Verbot der Ausstrahlung privater, lokaler Rundfunkanbieter grundsätzlich für verfassungswidrig. Erste kommerzielle Privatsender gehen on air, („Antenne Steiermark“, „Radio Melody“ in Salzburg) und in Graz und Salzburg können Freie Radios im Rahmen eines Sendefensters bei kommerziellen Radios nunmehr legal auf Sendung gehen.

1997 Durch das novellierte Regionalradiogesetz, das am 1. Mai 1997 in Kraft tritt, wird privater Hörfunk in Österreich erst in umfassender Weise Realität. Die Regionalradiobehörde wird zur „Regionalradio- und Kabelrundfunkbehörde“ und ist seither auch für Kabelrundfunk und die Vergabe von Satellitenzulassungen für Radio und Fernsehen zuständig.

Nach Start der sechswöchigen Antragsfrist werden bis zum 15. Juni 1997 über 300 Lizenzansuchen gestellt. Beim Kampf um die Regionalradiolizenzen setzen sich aber erwartungsgemäß wieder die Bewerber mit Beteiligungen der jeweiligen Tageszeitungen durch.

Weiters vergibt die Behörde 42 Lokalfrequenzen. Und dabei sind die Freien Radios überaus erfolgreich: von zwölf beantragenden Freien Radios erhalten acht eine Lizenz oder werden in Form eines Sendefensters integriert.

4.3 Aufbauphase

In den Jahren 1998 und 1999 gehen mit **Volllizenzen** on air:

- Orange 94.0, Wien
- Radio FRO, Linz
- Freies Radio Salzkammergut, Bad Ischl
- Proton – das freie Radio, Bludenz
- Radio Freequenns (vormals Radio CCW), Ennstal

Mit **Teillizenzen** senden

- MORA, Burgenland (bis 2001)
- AGORA, Kärnten (ab Juni 2011 mit Volllizenz)

Mit einem **Sendefenster** beginnen

- Radiofabrik, Salzburg (ab Jänner 2004 mit Volllizenz)
- Radio Helsinki, Graz (bereits seit 1995; ab 1998 mit Bildungslizenzen und ab 2002 mit Volllizenz)

Ausschließlich **via Internet** sendet

- radio aufdraht in Niederösterreich, das seit 1997 besteht.

Die Innsbrucker und Waldviertler Radioinitiativen, die keine Lizenz erhalten hatten, legen beim Verfassungsgerichtshof erneut Beschwerde ein.

Das nun betriebene Lobbying fokussiert auf Kooperationen und Förderung durch die öffentliche Hand. Bei der Kunstsektion des Bundeskanzleramts (BKA) werden dadurch Projektförderungen erreicht, die aber die Existenz der Radios bei Weitem nicht sichern können und die mit dem Regierungswechsel im Jahr 2000 wiederum gänzlich gestrichen werden.

1999 Die Regionalradio- und Kabelrundfunkbehörde wird in „Privatrundfunkbehörde“ umgetauft. In der Folge wird die Grundlage geschaffen, ein jeweils zeitlich limitiertes Event- und Ausbildungsradio zu beantragen und lokal zu betreiben.

4.4 Expansionsphase und Etablierung der Freien Radios

- 2000 radio Ypsilon (vormals GymRadio Hollabrunn) erhält 1999 die Zulassung und geht am 14. Oktober 2000 on air.
- 2001 Mit den Stimmen von ÖVP und FPÖ beschließt der Nationalrat im März mit einfacher Mehrheit die „Kommunikationsbehörde Austria“ (KommAustria) und den „Bundeskommunikationssenat“ (BKS) einzurichten. Am 1. April treten das Privatradiogesetz (PrRG) und das KommAustria-Gesetz in Kraft. Im PrRG wird erstmals die Möglichkeit geschaffen, bundesweite Zulassungen zu beantragen. Ab diesem Zeitpunkt können Lizenzen zusammengelegt und österreichweite Ketten geschaffen werden.
- 2002 FREIRAD in Innsbruck und campus- & city radio in St. Pölten nehmen ihre Sendetätigkeit auf. Die Freien Radios konzentrieren sich nun intensiv auf ihre Funktion als publizistische Ergänzung, steigern Qualität und Umfang des Programms, führen nationale und internationale Kooperationsprojekte durch (z.B. „LiteRadio“, „Babelingo“) und starten einen internen Programmaustausch (Online-Audiodatenbank Cultural Broadcasting Archive). Der in der europäischen Szene vernetzte Dachverband VFRÖ lobbyiert für eine gesetzlichen Anerkennung des Dritten Sektors und eine finanzielle Basis.
- 2003 Die Zahl der Freien Radios steigt ständig, während die Zahl der kommerziellen Radios sinkt. Waren es beim Start im Jahr 1998 noch 45, so existieren 2003 nur mehr die Hälfte von ihnen und diese gehören zum Großteil wenigen Sendeketten an, wie z.B. „KRONEHIT“, „HitFM“ oder „Arabella“.
- 2004 In Kärnten verständigen sich das Radio AGORA und das kommerzielle 2Radio Dva“, die sich seit dem Sendestart 1998 je zur Hälfte die Lizenz teilen und als Fixpunkt ein tägliches Programmangebot für die slowenischsprachige Bevölkerung senden, auf eine Kooperation mit dem ORF. Dem ORF werden täglich 8 Stunden Sendezeit eingeräumt, um sein öffentlich-rechtliches Programmangebot für die slowenischsprachige Bevölkerung, zu dem er gesetzlich verpflichtet ist, auszustrahlen. Damit sendet der ORF erstmals ein von ihm produziertes Programm über einen Privatsender. Der ORF spricht von einem medienpolitischen Meilenstein; die KommAustria hat vor dem Hintergrund, dass damit ein spezifisches Angebot für die slowenische Volksgruppe realisiert wird, keine Einwände.
- 2005 Das Freie Radio Freistadt nimmt seine Sendetätigkeit auf.
- 2008 Mit Radio B138 geht das 13. Freie Radio als Ausbildungsradio auf Sendung und erhält im Frühjahr 2012 die Volllizenz. Das Europäische Parlament spricht sich mit großer Mehrheit für die Unterstützung von Community Medien aus.
- 2009 Dem im Gymnasium Oberpullendorf beheimateten Radio OP wird eine Ausbildungsfrequenz zugesprochen. Im April 2010 wird die Sendetätigkeit aufgenommen. Das bundesweite kommerzielle Radio „KRONEHIT“ erhebt Einspruch gegen die erneute Lizenzvergabe an das Freie Radio Salzkammergut. Der Verfassungsgerichtshof lehnt den Einspruch ab und begründet seine Entscheidung mit der vom Freien Radio Salzkammergut gewährleisteten Programmvielfalt.

***Rückschläge:** MORA, das Freie Radio im Burgenland, muss aufgrund von Kürzungen durch das BKA im Jahr 2001 seinen Sendebetrieb einstellen. Auch AGORA gerät in finanzielle Nöte und sendet zwischenzeitlich in Kooperation mit dem ORF.*

*Schon zu dieser Zeit fallen Freie Radios immer öfter mit **nationalen und internationalen Auszeichnungen** für Sendungen und Projekte auf u.a. zahlreiche Ehrungen mit dem Radiopreis der Erwachsenenbildung. Dort gehören sie inzwischen zur etablierten Preisträgerriege neben dem ORF.*

Die erste und bisher einzige bundesweite Zulassung für ein Privatradio wird im Dezember 2004 „KRONEHIT“ erteilt.

In der „Declaration on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue“ unterstreicht das Ministerkomitee des Europarates 2009 den Beitrag Freier Radios sowie des nichtkommerziellen Rundfunksektors zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts. Die Mitgliedsstaaten werden aufgerufen den Sektor als solchen anzuerkennen und stärker zu unterstützen.

- 2010 Die Förderung des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich durch Gebührensplitting wird umgesetzt und damit eine (teilweise) Finanzierung ermöglicht. Die langjährig angestrebte gesetzliche Verankerung der gesellschaftlichen Bedeutung von Freien Radios und Community TV als **dritter Rundfunksektor** rückt damit ein Stück näher.

*Ein weiterer Meilenstein für den Dritten Sektor ist die Lizenzierung für **Freies Community-Fernsehen**:*

*2006 startet **Okto** in Wien
<http://okto.tv>*

*2010 **dorf tv** in Linz
<http://dorf.tv> und*

*2012 **FS1** in Salzburg
<http://fs1.tv>*

5. Dachverband der Freien Radios Österreichs



Der Verband Freier Radios Österreich (VFRÖ) wurde 1993 gegründet und ist der Dachverband der derzeit bestehenden 14 österreichischen Freien Radios. Als solcher vertritt er die Anliegen der Freien Radios u.a. gegenüber der Politik, den Rundfunkbehörden und den Verwertungsgesellschaften.

Der VFRÖ war maßgeblich an der Ermöglichung der Vergabe von Lizenzen an Freie Radios und der Durchsetzung bundesweiter Fördermodelle für den nichtkommerziellen Rundfunk beteiligt. Zu seinen politischen Kernforderungen zählen weiterhin das Erreichen einer stärkeren gesetzlichen Verankerung und Anerkennung des dritten Rundfunksektors, die Absicherung bestehender und die Vergabe neuer terrestrischer Lizenzen, die Erhöhung der finanziellen Fördermittel sowie gerechtere Urheberrechtsverwertungsbedingungen für Freie Radios.

Der VFRÖ unterstützt u.a. durch Projekte, Veranstaltungen und Workshops aktiv den Austausch und die Zusammenarbeit der Freien Radios und deren SendungsmacherInnen untereinander. Er betreibt mit dem Cultural Broadcasting Archive (CBA) seit 10 Jahren ein Online-Sendungsarchiv mit freien Radiobeiträgen.

Auf europäischer Ebene ist der VFRÖ aktives Mitglied des Community Media Forum Europe (CMFE) und von AMARC Europe.

Weiterführende Links:
*Verband Freier Radios
Österreich
<http://freie-radios.at>*

*Cultural Broadcasting Archive
<http://cba.fro.at>*

6. Internationale Interessensvertretungen der Freien Radios

AMARC, AMARC-Europe und **CMFE** sind Interessensvertretungen auf internationaler Ebene. Im Zentrum ihrer Aktivitäten stehen die Koordination und Vernetzung der Mitglieder, die Stärkung der Positionierung und Entwicklung des dritten Mediensektors in der europäischen Diskussion sowie Forschung und Beratung.



AMARC

Die AMARC (Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires) ist der weltweite Dachverband der Freien Radios mit ungefähr 4000 Mitglieder in 130 Ländern.

1983 veranstaltete sie die erste Weltkonferenz der Freien Radios, 1988 erfolgte die Vereinsgründung. Sitz der

AMARC ist in Montreal, Kanada. Sie ist eine internationale NGO, die auch im Umfeld der UNESCO tätig ist. Alle 3 Jahre veranstaltet die AMARC eine Weltkonferenz für Freie Radios.

AMARC-Europe

AMARC-Europe (Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires – Europe) ist der europäische Dachverband der Freien Radios mit 1500 Mitglieder in 40 europäischen Ländern. 1994 gegründet, ist sie in Ljubljana, Slowenien und Sheffield, Vereinigtes Königreich Großbritannien und Nordirland beheimatet.

CMFE

Der CMFE (Community Media Forum Europe) ist der europäische Verband von Community Radios und TVs mit 101 Mitgliedern in 25 europäischen Ländern mit Sitz in Belgien. Gegründet wurde das CMFE 2004 in Halle, Deutschland. Die Arbeitsschwerpunkte sind die Vernetzung von Community Medien und gemeinsames Lobbying gegenüber europäischen Institutionen. Seit 2009 hat sie Beobachterstatus beim Europarat.

Weiterführende Links:

<http://amarc.org>
<http://europe.amarc.org>
<http://cmfe.eu>

7. Weiterbildungsorganisation



Das Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung, kurz COMMIT, wurde 2010 als bundesweite Weiterbildungseinrichtung an der Schnittstelle zwischen nichtkommerziellem Rundfunk, Erwachsenenbildung und Forschung in Österreich gegründet.

Der Verein gestaltet Weiterbildungsangebote für ehrenamtliche und angestellte MitarbeiterInnen des nichtkommerziellen Rundfunks und betreibt Projekte sowie Begleitforschung in Zusammenarbeit mit nichtkommerziellen Medien, Instituten der Erwachsenenbildung und der Wissenschaft.

Ein wichtiges Anliegen von COMMIT ist die öffentliche Anerkennung nichtkommerzieller Medien und ihrer gesellschaftlichen Leistungen zu verbreitern.

Informationen zu den Bildungsangeboten von COMMIT sind zu finden unter <http://commit.at>

MEDIEN- UND URHEBERRECHT

1. Medienrecht

Das **Medienrecht** schützt die Rechte der Menschen, über die in Medien berichtet wird. Es beschreibt den Rahmen, in dem wir uns im Freien Radio bewegen können/sollen/dürfen/müssen. Es gibt uns gewisse Spielregeln vor, die natürlich auch einzuhalten sind.

Welche Themen und Inhalte ich behandle und wie ich meine Sendung gestalte bleibt aber mir überlassen. Hier habe ich ziemlich große Freiheiten.

Im Umgang mit dem Medienrecht kann ein altes Sprichwort herangezogen werden: *Was du nicht willst, das man dir tut, das füg' auch keinem/r Anderen zu!*

*Neben den gesetzlichen Vorgaben gibt es auch radiointerne Richtlinien. Diese **Senderichtlinien** stehen in der Vereinbarung zwischen Programmmachenden und dem Freien Radio und sind unbedingt einzuhalten.*



1.1 Ich und die Öffentlichkeit

Als RadiomacherIn bewege ich mich in einem Massenmedium und damit in einem öffentlichen Raum. Das heißt, dass meine Sendungsinhalte für viele Menschen wahrnehmbar sind. Es ist wichtig, sich darüber klar zu sein, dass ich als RadiomacherIn für alle Inhalte meiner Sendung selbst verantwortlich bin!

Wenn ich öffentlich kommuniziere, bewege ich mich also im Spannungsfeld verschiedener Faktoren:

- **Gesetzgebung:** Zivil-, Straf-, Medien- und Urheberrecht
- **Senderichtlinien:** Vereinbarungen zwischen Freiem Radio und Programmmachenden
- **Journalistischer Ehrenkodex:** ethische Richtlinien
- **Ethik:** was ich veröffentlichen und vertreten kann und möchte
- **Publikum:** wie das Publikum meine Sendung wahrnimmt
- **Gesellschaft:** aktuelle Normen bestimmt durch Kultur, Traditionen, Religionen, Subkulturen in einem Land
- **Politische Verhältnisse:** In manchen Ländern und Systemen wäre eine Existenz von Freien Radios undenkbar (Zensur)

HINWEIS! Wenn ich in anderen Ländern Aufnahmen machen möchte, sollte ich mich über die dortigen politischen Verhältnisse informieren. Dies gilt ebenso, wenn ich Gäste aus dem Ausland interviewe.

Die Basis für die Arbeit in Freien Medien bildet der **Artikel 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK)**, der in Absatz 1 das Recht auf freie Meinungsäußerung festschreibt und in Absatz 2 Einschränkungen dazu auflistet:

Die vollständige Fassung der EMRK ist auf <http://ris.bka.gv.at> veröffentlicht.

Artikel 10 - Freiheit der Meinungsäußerung

(1) Jedermann hat Anspruch auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Freiheit der Meinung und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten oder Ideen ohne Eingriffe öffentlicher Behörden und ohne Rücksicht auf Landesgrenzen ein. Dieser Artikel schließt nicht aus, daß die Staaten Rundfunk-, Lichtspiel- oder Fernsehunternehmen einem Genehmigungsverfahren unterwerfen.

(2) Da die Ausübung dieser Freiheiten Pflichten und Verantwortung mit sich bringt, kann sie bestimmten, vom Gesetz vorgesehenen Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafdrohungen unterworfen werden, wie sie in einer demokratischen Gesellschaft im Interesse der nationalen Sicherheit, der territorialen Unversehrtheit oder der öffentlichen Sicherheit, der Aufrechterhaltung der Ordnung und der Verbrechensverhütung, des Schutzes der Gesundheit und der Moral, des Schutzes des guten Rufes oder der Rechte anderer unentbehrlich sind, um die Verbreitung von vertraulichen Nachrichten zu verhindern oder das Ansehen und die Unparteilichkeit der Rechtsprechung zu gewährleisten.

1.2 Journalistische Sorgfalt und Verantwortung

Für die journalistische Arbeit gelten grundsätzlich die gesetzlich festgehaltenen Vorgaben, die Charta der Freien Radios, die jeweiligen Senderichtlinien der Radiostation sowie die Eigenverantwortung der SendungsmacherInnen.

Der **Österreichische Presserat** definiert die **Pflichten und Rechte** von JournalistInnen auf Basis der Presse- und Meinungsfreiheit folgendermaßen:

Journalismus bedingt Freiheit und Verantwortung. ZeitungsherausgeberInnen, VerlegerInnen, Hörfunk- und Fernsehverantwortliche sowie Journalisten und Journalistinnen tragen in besonderer Weise Verantwortung für die in einer Demokratie lebensnotwendige Freiheit der Massenmedien.

Wer in den Medien arbeiten will, betritt ein Feld aus alten und neuen Traditionen, aus Blatt- und Senderausrichtung, Ehrenkodex und (Markt-) Gesetzen. In Freien Radios ist das ein wenig anders: Hier gelten neben den gesetzlich festgehaltenen Vorgaben, der Charta der Freien Radios und den jeweiligen Senderichtlinien der Station auch Eigenverantwortung und Engagement zwischen Hobby und Profession.

Egal in welchem Sektor, journalistisch Tätige müssen unabhängig arbeiten und wahrheitsgemäß berichten. Durch sorgfältige Recherche sollen sie vermeiden, dass unrichtige oder unnötig verletzendende Berichte verbreitet werden. **Journalistische Sorgfalt** ist dabei ein entscheidendes Kriterium für die Strafbarkeit bei Medienrechtsdelikten.

Wer nachweisen kann journalistisch sorgfältig gearbeitet und recherchiert zu haben, verringert in einem Rechtsstreit die Wahrscheinlichkeit einer Verurteilung.

*Der **Österreichische Presserat** versteht sich als moderne Selbstregulierungseinrichtung im Pressebereich, die auf dem Prinzip der Freiwilligkeit beruht und der redaktionellen Qualitätssicherung sowie der Gewährleistung der Pressefreiheit dient:*
<http://presserat.at>

Grundsätze journalistischer Sorgfaltspflicht

- Keine heimlichen Tonaufnahmen von Gesprächen Dritter
- Keine Verfälschung von Aussagen durch Schnitt
- Objektivität, Vermeidung von Parteinahme
- Berichterstattung als Ergebnis einer gründlichen Recherche
- Keine Veröffentlichung von Behauptungen über Personen oder Institutionen ohne vorhergehende Rückfrage bei den Betroffenen

*Die Grundsätze journalistischer Sorgfaltspflicht sind auch im § 29 Mediengesetz geregelt:
<http://bka.gv.at>*

Ehrenkodex für die österreichische Presse (Auszug)

- **Genauigkeit:** Die Berichterstattung muss wahrheitsgemäß sein und Stellungnahmen aller Beteiligten berücksichtigen. Zitate sind exakt zu führen, falsche Berichterstattung muss unverzüglich richtig gestellt werden.
- **Das Publikum muss unterscheiden können:** was ist ein Tatsachenbericht und wann werden Meinungen wiedergegeben, egal ob die eigene oder von anderen.
- **Einflussnahmen Außenstehender** auf Inhalt oder Form eines redaktionellen Beitrags sowie die Vorteilsnahme von JournalistInnen sind unzulässig. Beeinflussung der Berichterstattung durch finanzielle Interessen von JournalistInnen oder des Verlags ist zu vermeiden.
- **Der Persönlichkeitsschutz ist zu wahren.** Persönliche Diffamierungen, Verunglimpfungen und Verspottungen sollen genauso vermieden werden wie Pauschalverdächtigungen und Pauschalverunglimpfungen, ebenso Diskriminierung aus rassistischen, religiösen, nationalen, sexuellen, oder sonstigen Gründen.
- **Die Intimsphäre jedes Menschen**, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, ist grundsätzlich geschützt.
- **Bei der Materialbeschaffung und Recherche** sind unlautere Methoden wie z.B. Irreführung, Druckausübung, Einschüchterung, brutale Ausnützung emotionaler Stress-Situationen und die Verwendung geheimer Abhörgeräte verboten.
- **Das öffentliche Interesse an einer Veröffentlichung oder Nichtveröffentlichung ist abzuwägen.** Dies gilt insbesondere, wenn es um die Aufklärung schwerer Verbrechen, den Schutz der öffentlichen Sicherheit oder Gesundheit oder um die Verhinderung einer Irreführung der Öffentlichkeit geht.

Was kann ich tun, wenn ich mir nicht sicher bin?

Recherche: Mehrere Quellen für einen Bericht heranziehen (abhängig von der Glaubwürdigkeit der Quelle). Abwägen zwischen Interesse der Öffentlichkeit nach rascher Information und Interesse von möglicherweise unrichtigen Meldungen Betroffener: also Rückfrage bei den Betroffenen! Die Entscheidung fälle ich als sendungsverantwortliche Person selbst.

Bei heiklen Fällen kann ich mit Programmverantwortlichen im Sender Rücksprache halten und die Sendung bzw. beabsichtigte Aussagen im Sender vor ihrer Ausstrahlung besprechen.

Bei besonders brisanten Fällen im Sender nach rechtlich gut informierten Personen fragen oder eine/n JuristIn kontaktieren. Abwägen zwischen öffentlichem Interesse und Risiken bei Veröffentlichung des Materials.

1.3 Schutz der Ehre

Der Begriff der Ehre ist sehr schwer zu definieren. In Verbindung mit Medien, Ethik und Recht bekommt Ehre eine wichtige Bedeutung, wenn es um die Verantwortung der Sendenden und den Umgang mit Menschen in den Medien geht. Strafrecht (Strafgesetzbuch = StGB), Zivilrecht (Allgemeines bürgerliches Gesetzbuch = ABGB) und das Mediengesetz (MedienG) schützen diese Menschen.

Nachfolgend werden exemplarisch die für RadiomacherInnen in der Praxis relevantesten Paragraphen angeführt:

ACHTUNG! Bei strafrechtlich relevanten Delikten werde ich von der Staatsanwaltschaft (als Vertretung der Republik Österreich) zur Verantwortung gezogen. Zusätzlich können die Geschädigten in einem zivilrechtlichen Verfahren Schadensersatzforderungen stellen.

Üble Nachrede (siehe § 111 StGB)

- Übel Nachreden heißt jemandem in einer für andere Menschen wahrnehmbaren Weise ein Verhalten vorzuwerfen, das unehrenhaft bzw. unsittlich ist (Verhaltensvorwurf).
- Es kann aber auch heißen, jemanden als einen unehrenhaften Charakter darzustellen (Charaktervorwurf).
- Der Täter ist jedoch nicht zu bestrafen, wenn der Vorwurf als wahr erwiesen wird.

Der Vorwurf einer schon abgetanen, gerichtlich strafbaren Handlung (siehe § 113 StGB)

- Diese Bestimmung dient der strafrechtlichen Absicherung der Resozialisierungschance, die erfahrungsgemäß gefährdet wäre, wenn StraftäterInnen bei jeder Gelegenheit die „abgetane“ Straftat und damit das frühere „Versagen“ vorgehalten werden könnte.

Verleumdung (siehe § 297 StGB)

- Wird eine Person wissentlich einer strafbaren Handlung verdächtigt, obwohl es unwahr ist, wird ihr Leumund geschädigt. Die Strafdrohung für die Verleumdung orientiert sich an der Strafdrohung der fälschlich angelasteten Handlung.

Beleidigung (siehe § 115 StGB)

- **Beschimpfung:** Eine Beschimpfung ist, wenn eine Person ohne Begründung durch derbe Ausdrücke herabgesetzt wird. Ab wann eine Begründung gegeben ist und wann nicht, ist eine Frage der Auslegung und nicht allgemeingültig. Das wird je nach Einzelfall neu entschieden. In Österreich ist die Judikatur diesbezüglich relativ streng, da Beschimpfungen generell gesellschaftlich nicht sehr geschätzt sind. (Bsp.: „Du Trottel“, „Sie sind ja bescheuert!“)
- **Verspottung:** Menschen werden auf Grund von körperlichen, geistigen oder anderen Eigenschaften lächerlich gemacht, also für etwas verspottet wofür sie „nichts können“.
- **Körperliche Misshandlung/Bedrohung:** Die körperliche Misshandlung ist ebenso wie die Androhung einer körperlichen Misshandlung ein Ehrenbeleidigungsdelikt.

ACHTUNG! Auch Behörden (Nationalrat, Bundesheer etc.) können beleidigt werden, da sie auch ein Recht auf Ehre besitzen. Unternehmen allerdings nicht.

Eine Regelung im § 6 MedienG besagt, dass der Betroffene bei übler Nachrede, Beschimpfung, Verspottung oder Verleumdung auch Anspruch auf Entschädigung gegen den Medieninhaber geltend machen kann.

Kreditschädigung (siehe § 152 StGB)

- Eine Kreditschädigung liegt vor, wenn einer Person unrichtige Tatsachen vorgeworfen werden, wodurch ihr berufliches Weiterkommen, ihr Erwerb oder ihre Glaubwürdigkeit geschädigt oder gefährdet wird.

Missbrauch von Tonaufnahme- und Abhörgeräten (siehe § 120 StGB)

- Wer ein Tonaufnahme- oder Abhörgerät benützt, um sich oder anderen Unbefugten von einer nichtöffentlichen und nicht zu seiner Kenntnisnahme bestimmten Äußerung eines Anderen Kenntnis zu verschaffen, ist zu bestrafen.
- Ebenso ist zu bestrafen, wer ohne Einverständnis des Sprechenden die Tonaufnahme einer nichtöffentlichen Äußerung eines Anderen einem Dritten, für den sie nicht bestimmt ist, zugänglich macht oder eine solche Aufnahme veröffentlicht.

So muss z.B. jede/r TelefonanruferIn darüber aufgeklärt werden, ab wann sie on air geschaltet oder aufgenommen wird.

Der zivilrechtliche Ehrenschutz (siehe § 1330 ABGB)

- Wenn jemandem durch Ehrenbeleidigung ein wirklicher Schaden oder Entgang des Gewinns verursacht worden ist, ist er berechtigt, dafür Ersatz zu fordern.
- Dies gilt auch, wenn jemand unwahre Tatsachen verbreitet, die den Kredit, den Erwerb oder das Fortkommen eines Anderen gefährden. In diesem Fall kann auch der Widerruf und die Veröffentlichung einer Richtigstellung verlangt werden.

1.4 Schutz der Persönlichkeit

Der Schutz der Persönlichkeit wird durch das **Mediengesetz (MedienG)** geregelt. Er soll verhindern, dass Menschen durch die Berichterstattung in Massenmedien Schaden erleiden. Die Wirksamkeit dieses Schutzes ist in unserer vernetzten Bilder- bzw. Medienwelt allerdings fragwürdig geworden.

Der **Persönlichkeitsschutz** kann in folgenden Bereichen verletzt werden:

Schutz des privaten Lebensbereichs (siehe § 7 MedienG):

- Die Privatsphäre eines Menschen wird verletzt, wenn sein/ihr Familienleben und Privatleben in den Medien behandelt wird, ohne dass ein direkter Zusammenhang mit dem öffentlichen Leben besteht. Der/Die Betroffene hat gegenüber dem Medieninhaber Anspruch auf eine Entschädigung finanzieller und moralischer Natur (Zahlung, Widerruf).

Identitätsschutz (siehe § 7a MedienG):

- Der Identitätsschutz soll verhindern, dass Opfer, Verdächtige und verurteilte TäterInnen durch ihren Namen, ihr Bild oder andere Merkmale bekannt werden. Kinder und Jugendliche genießen einen besonderen, erhöhten Identitätsschutz.

WICHTIG! Bei Kindern und Jugendlichen, also Minderjährigen, gilt ein **erhöhter Persönlichkeitsschutz!**

Dem gegenüber steht ein etwas **gelockerter Persönlichkeitsschutz** bei Personen des öffentlichen Interesses in Zusammenhang mit ihrer öffentlichen Tätigkeit.

Unschuldsvermutung (siehe § 7b MedienG):

- Eine Verletzung der Unschuldsvermutung besteht, wenn Verdächtige ohne rechtskräftiges Urteil zu Tätern gemacht werden. Ohne Urteil müssen alle in Medien als mutmaßliche TäterInnen oder Tatverdächtige bezeichnet werden. Ebenso ist in der Berichterstattung unbedingt der Konjunktiv zu verwenden.

Schutz der Interessen und vor Selbstgefährdung:

- Der Schutz der Interessen soll das Veröffentlichende von Berufs- und Betriebsgeheimnissen und privaten Interessen verhindern. Das soll u.a. verhindern, dass Aufnahmen von Überwachungen veröffentlicht werden. Auch Aufnahmen, die Betroffene in einer ihren Interessen entgegen stehenden Situation zeigen, sind unzulässig.
- Der Schutz vor Selbstgefährdung soll verhindern, dass sich Menschen durch Aussagen selbst belasten oder gefährden.

1.5 Beurteilungskriterien im Streitfall

Bei medienrechtlichen Vergehen entscheiden Gerichte zuallererst nach der Wahrheit. Kann ich den Wahrheitsbeweis erbringen, handelt es sich um eine **wahre Tatsachenbehauptung**.

Wenn ich aber nicht bloß Tatsachen wiedergebe, sondern meine Meinung zu etwas zum Ausdruck bringen will, muss ich meine Meinung als solche kenntlich machen, etwa wie die Kommentarspalte eines Printmediums. Die Tatsachen, auf die ich diese begründe, müssen aber trotzdem wahr sein. Meine freie Meinung wird rechtlich als **Werturteil** bezeichnet. Dieses kann ich ohne weiteres abgeben, solange die Begründung nachprüfbar und die Argumentation sachlich ist und nicht exzessiv. Sonst spricht man von einem Wertungsexzess.

*Man kann nicht immer eine scharfe Trennung zwischen Werturteil und Wertungsexzess vornehmen. Bei einer rechtlichen Auseinandersetzung wird immer **von Fall zu Fall** entschieden. Der gleiche Fall kann je nach RichterIn ganz verschieden beurteilt werden.*

Für die Urteilsfindung werden in der Rechtsprechung folgende **zusätzliche Faktoren** herangezogen:

Zitat

Wenn jemand etwas Beleidigendes über jemanden Dritten sagt und ich möchte das in meiner Sendung verwenden, zitiere ich eine ehrenrührige Äußerung. Um mich nicht strafbar zu machen, muss ich folgendes beachten:

- Diese zitierte Aussage ist deutlich von meiner eigenen Position zu trennen. Sie darf nicht als meine Meinung überkommen.
- Die Quelle ist korrekt anzugeben.
- Es muss ein öffentliches Interesse an der Äußerung bestehen.
- Der betroffenen dritten Person ist die Möglichkeit zu einer Stellungnahme zu geben.

Live-Situation

Bei Livesendungen besteht oft keine Eingriffsmöglichkeit auf inkriminierende Äußerungen. Voraussetzung ist aber, dass die gebotene journalistische Sorgfalt nicht außer Acht gelassen wurde. Wird eine solche Äußerung gemacht, ist es ratsam, sich davon zu distanzieren und klar zu machen, dass diese Meinung weder der eigenen noch der des Senders entspricht. Es ist weiters die Auswahl der Gäste und die Art der Fragestellung zu berücksichtigen. Ebenso sollte man sich bei AnruferInnen vergewissern, wen man da eigentlich on air schaltet.

***Logging:** Die Freien Radios sind wie alle anderen Medien verpflichtet, das gesamte Programm über einen Zeitraum von drei Monaten zu **archivieren** und bei rechtlicher Beanstandung diese Aufzeichnungen den Behörden weiterzugeben.*

Milieu

Bei Beschimpfungen kommt der Faktor Milieu zum Tragen: Wer sagt was zu wem in welchem Kontext und welcher Sprachgebrauch ist dabei üblich?

Gegenschlag

„Wer austeiilt sollte auch einstecken können.“ Es können unter Umständen auch dem Streitfall vorangegangene verbale Aggressionen in die Beurteilung miteinbezogen werden.

Freiheit der Kunst

Kunst bedeutet im Fall Freier Medien meistens Satire, Kabarett oder Karikatur und „darf“ wesentlich mehr als „objektive“ Berichterstattung, aber auch nicht alles. Auch hier gelten, aber eben eingeschränkt, die Bestimmungen zum Schutz der Ehre/Persönlichkeit.

Öffentliches Interesse

Ein heikler Punkt! Die Öffentlichkeit - und damit die Quoten - werden häufig als Argument benutzt: Aber die Leute wollen das sehen! Die rechtliche Frage lautet hier aber: Besteht ein berechtigtes Interesse der Öffentlichkeit an der Berichterstattung?

1.6 Freiheiten

Das Grundrecht auf Meinungsfreiheit

Den klassischen Massenmedien Zeitung, Zeitschrift, Radio und Fernsehen ist in der **Demokratie** eine wichtige Aufgabe zugeordnet: Sie sollten unabhängig und vielfältig die Öffentlichkeit über Vorgänge in Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur informieren.

Presse und Rundfunk werden in diesem Zusammenhang als „vierte Gewalt“ im Staat bezeichnet. Das meint, dass Medien in demokratischen Systemen neben den klassischen Staatsgewalten **Legislative, Exekutive** und **Judikative** eine sogenannte „**Publikative**“ darstellen. Als solche sollen sie dem Gesetzgeber, der Regierung und den ausführenden Organen des Staates sowie den Instanzen der Rechtsprechung gegenüber wichtige Kontrollaufgaben wahrnehmen. In Zeiten von zunehmender Medienkonzentration und Kommerzialisierung privater Medien ist dieser Ansatz zunehmend zu hinterfragen, vor allem hinsichtlich der Unabhängigkeit der Medien.

Das Recht auf freie Meinungsäußerung ist eines der elementaren Grundrechte in der Demokratie und im Artikel 10 der Europäischen Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten festgelegt.

Die Rolle der Medien als „Publikative“

Die Kontrollaufgaben sind bei öffentlich-rechtlichen Medien und privatwirtschaftlichen Medien verschieden definiert. Um Informations- und Meinungsvielfalt zu gewährleisten, sind die öffentlich-rechtlichen Medien zum „Binnenpluralismus“ verpflichtet. Sie müssen also eine große Bandbreite an unterschiedlichen Sendungen und Formaten bieten. Bei den privatwirtschaftlichen Medien geht man davon aus, dass durch eine Vielzahl von Medien („Außenpluralismus“) auch eine Vielfalt von Informationen und Meinungen gesichert sei. Ob diese beiden Mediensektoren das auch jeweils halten (können) ist eine andere Frage.

Der dritte Sektor, die sogenannten „Freien Medien“, sind unabhängige, selbstbestimmte, offene Medien, die nichtkommerziellen Gesellschaftsrundfunk betreiben, der sich kritisch mit den bestehenden gesellschaftlichen Verhältnissen auseinandersetzt und die freie Meinungsäußerung fördert. Die Freien Medien sorgen für eine vielfältigere Medienlandschaft.

Durch den offenen Zugang erfüllen Freie Medien eigene öffentliche Aufgaben (Public Value): Medienkompetenzvermittlung, eine alternative mediale Sicht im lokalen und regionalen Raum und ein Abbild der Gesellschaft durch ihre aktive Teilnahme.

Das Redaktionsgeheimnis

Das **Aussageverweigerungsrecht** bedeutet im Rahmen des Redaktionsgeheimnisses das Recht von MedienherausgeberInnen und -mitarbeiterInnen vor Gericht oder Verwaltungsbehörden als Zeugin, die InformantInnen nicht nennen oder Unterlagen nicht vorlegen zu müssen. Beschuldigte können sich nicht auf das Redaktionsgeheimnis berufen. Derzeit gelten nur Menschen, die ihr Haupteinkommen aus journalistischer Tätigkeit beziehen, als MedienmitarbeiterInnen.

ACHTUNG! Die freiwillige Aussage des Zeugen muss trotzdem richtig sein! Wer z.B. den Verfasser eines Artikels kennt, aber nicht nennen will, kann jede Aussage darüber unter Berufung auf das Redaktionsgeheimnis verweigern. Er darf aber nicht fälschlich angeben, dass er nicht weiß, wer der Verfasser ist. Das wäre eine falsche Zeugenaussage und gerichtlich strafbar!

Die **Meinungs- und Pressefreiheit** gehört zu den elementaren Grund- und Freiheitsrechten. Sie ist zur Wahrung einer funktionstüchtigen Demokratie unentbehrlich, weil Medien kompetent über das politische Geschehen informieren, die politischen Institutionen kontrollieren und oft durch Recherchen Missstände aufdecken. Das Redaktionsgeheimnis ist ein Eckpfeiler dieser Pressefreiheit. Wer also den Schutz des Redaktionsgeheimnisses einschränkt, bedroht die Pressefreiheit.

Kann sich ein/e Informant/in auf die Wahrung des Redaktionsgeheimnisses verlassen, wird er/sie brisante Informationen weitergeben. Der Informant muss also dem/r Medien-HerausgeberIn und -MitarbeiterIn so vertrauen können, wie ein/e PatientIn auf die ärztliche Schweigepflicht.

Die Freiheit der Kunst

„Das künstlerische Schaffen, die Vermittlung von Kunst sowie deren Lehre sind frei.“ (Staatsgrundgesetz, Artikel 17a)

Am 12. Mai 1982 wurde die **Freiheit der Kunst** durch einen einstimmigen parlamentarischen Beschluss gesetzlich verankert. Doch wie frei ist die Kunst tatsächlich? Wo werden ihr Grenzen gesetzt? Kunst bietet jedenfalls Angriffsfläche für politische, rechtliche und moralische Querelen. Eine Fülle von Erlässen, Verordnungen und Gesetzen sorgt dafür, dass die gewährten Freiheiten nicht „in Freiheit“ ausarten. Was erlaubt und was verboten ist, ist Aufgabe der Rechtsprechung.

So ist die Verhinderung von pornographischen Inhalten in Kunstwerken dem österreichischen Rechtssystem eine ganze Menge Papier wert. Zensurbestrebungen beziehen sich immer wieder gerne auf das Pornographiegesetz, um kritische oder politisch unerwünschte Werke aus dem Verkehr ziehen zu lassen. Kunstwerke dürfen jedenfalls keine Verhetzung oder rassistische Diskriminierung enthalten.

Wie es KünstlerInnen in Österreich letztlich ergeht, hängt aber nicht nur von der Rechtslage ab. Denn Kunst, die politisch Stellung bezieht, braucht ein liberales gesellschaftspolitisches Klima. Ihr Nährboden ist die Konfliktfreudigkeit. So bleibt das Ringen um die Freiheit der Kunst ein permanenter Prozess, der die Provokation zur "Kunst der Stunde" erklärt.

Satire/Karikatur/Parodie

Die Karikatur (Zeichnung) hat gegenüber der Satire (Wort und Bild) einen Vorteil: sie wird nicht für echt gehalten. **Satire** hingegen muss als solche erkennbar sein und einen **wahren Kern** enthalten. Das ist besonders im Radio nicht immer ganz leicht. Aber anstatt zu sagen „Achtung Satire!“ kann z.B. in der Sendungssignation oder mit Jingles das Format erkennbar gemacht werden.

Parodie und Ironie können aber auch in viel weniger sensiblen Bereichen zum Verhängnis werden. So findet sich im österreichischen Strafgesetzbuch der § 248: "(1) Wer auf eine Art, daß die Tat einer breiten Öffentlichkeit bekannt wird, in gehässiger Weise die Republik Österreich oder eines ihrer Bundesländer beschimpft oder verächtlich macht, ist mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr zu bestrafen." Wer sich also in seiner künstlerischen Arbeit mit der österreichischen Fahne, der Bundeshymne oder dem Bundeswappen auseinandersetzt, läuft Gefahr, sich strafbar zu machen.

Senden im Team

Falls in Redaktionsteams gesendet wird, empfiehlt es sich, medienrechtlich immer die **für den Inhalt verantwortlichen Personen** zu nennen und urheberrechtlich abzuklären, wer an der Produktion beteiligt war und wie. So kann es bei Streitigkeiten nicht zu unklaren Haftungen kommen.

Das kann nicht nur bei rechtlichen Fragen wichtig werden, sondern auch bei Einreichungen, beispielsweise für Wettbewerbe, Festivals, andere Veröffentlichungen in Medien oder Ausstellungen, bei denen es auch um Geld gehen könnte.

Außerdem muss dem Sender gegenüber eine sendungsverantwortliche Person, die auch den Sendevertrag unterzeichnet, genannt werden.

2. Urheberrecht



Das vollständige
Urheberrechtsgesetz kann
unter <http://ris.bka.gv.at>
nachgelesen werden.

Das Urheberrecht, geregelt im Urheberrechtsgesetz, ist in Österreich immer an die Person gebunden, die eine bestimmte (kreative) Leistung oder ein (kreatives) Werk geschaffen hat und regelt deren Ansprüche und Rechte daran.

Teile dieser Ansprüche wie z.B. Werknutzungsrechte können verkauft werden, die UrheberInnenschaft selbst bleibt aber immer am/an der ursprünglichen UrheberIn haften (z.B. im Gegensatz zur Rechtslage in den USA, wo auch die UrheberInnenschaft verkauft werden kann). Ohne Zustimmung von UrheberIn oder HerstellerIn darf ein Werk weder veröffentlicht noch in anderer Form (z.B. Bearbeitung) verwendet werden.

Als **geistiges Eigentum** gelten, vereinfacht gesagt, kreative Leistungen und deren Produkte, also z.B. Filme, Radiosendungen, Bilder, Literatur, Fotos, (bildende) Kunstinstallationen, Computerspiele, Schriften, etc. Dieses geistige Eigentum gehört immer seinem/r ErschafferIn, also UrheberIn. Die kreative Leistung hinter diesem geistigen Eigentum genießt vor dem Gesetz besonderen Schutz.

Für Radioschaffende gilt: Einerseits produzieren sie Sendungen und schaffen so geistiges Eigentum, das durch das Urheberrecht geschützt wird, andererseits verwenden sie geistiges Eigentum anderer Personen und müssen daher bestimmte Gesetze beachten.

2.1 Aufnahmen machen

Bei der Schaffung von Audio-, Video- und Fotomaterial gibt es ein paar Dinge zu beachten, die Interessen anderer betreffen können.

Aufnahmen im öffentlichen Raum sind erlaubt

Öffentlicher Raum definiert sich als jeder Freiraum, an dem niemand ein Hausrecht besitzt. Dazu gehören z.B. öffentliche Straßen, Plätze, Parks u.ä. Graubereiche zwischen öffentlichem und privatem Raum sind z.B. Eingangsbereiche von Lokalen und Geschäften.

Grundsätzlich dürfen im öffentlichen Raum Audio-, Video- und Fotoaufnahmen ohne Genehmigung gemacht werden, solange dadurch keine Behinderungen entstehen (z.B. wenn ich auf der Straße mit der Videokamera Aufnahmen machen will, darf ich das, solange ich die Straße nicht absperre oder den Verkehr behindere, also das „touristische Ausmaß“ nicht überschreite).

ACHTUNG! Ämter, Bahnhöfe, U-Bahn-Stationen, Straßenbahnen, Friedhöfe u.ä. sind keine öffentlichen Räume. Sie unterstehen (öffentlichen) Einrichtungen, bei denen Genehmigungen eingeholt werden müssen, wie z.B. Gemeinde, Magistrat, ÖBB etc.

Bei Veranstaltungen im öffentlichen Raum müssen RednerInnen/KünstlerInnen davon ausgehen, dass sie aufgenommen werden. In der Regel brauche ich also z.B. für die Aufnahme und Veröffentlichung der Ansprache einer Politikerin auf dem Hauptplatz einer Gemeinde keine Genehmigung.

Wann müssen Aufnahmen genehmigt werden?

Befinde ich mich nicht im öffentlichen Raum, muss eine Genehmigung für Aufnahmen bei der Person eingeholt werden, die das Hausrecht besitzt. In einem Lokal ist das der/die BesitzerIn oder PächterIn, im Geschäft der/die zuständige MitarbeiterIn (z.B. GeschäftsführerIn), bei einem Konzert oder einem Festival ist das der/die VeranstalterIn. Auftretende Musikgruppen sind UrheberInnen und durch das Urheberrecht geschützt. Auch sie müssen eine Aufnahme genehmigen.

Verbreitung/Sendung einer Audio-Aufnahme

Sobald ich eine Tonaufnahme in irgendeiner Form öffentlich verbreiten will, gibt es Folgendes zu beachten:

- **Offenlegung:** Schon bei der Aufnahme lege ich offen, wer ich bin bzw. von welchem Medium ich komme, wofür ich die Aufnahmen verwenden will, ob ich sie durch Schnitt noch leicht kürze und wann voraussichtlich die Aufnahmen wo gesendet werden.
- Eine **Autorisierung** können InterviewpartnerInnen nur **vor der Aufnahme** des Interviews verlangen, alles andere wäre ja Zensur!
- Selbstverständlich dürfen aber dennoch keine sinnentstellenden Bearbeitungen gesendet werden; d.h. ich darf durch den Audioschnitt nicht den Sinn dessen, was der/die InterviewpartnerIn gesagt hat, verdrehen. Das würde der **journalistischen Sorgfaltspflicht** widersprechen.

***TIPP!** Bei Interviews kann ich mir die Zustimmung zur Aufnahme und Veröffentlichung gleich direkt auf Band sprechen lassen, bevor ich mit dem eigentlichen Interview beginne.*

***Autorisierung:**
Die Autorisierung eines Interviews meint die nachträgliche Zustimmung des Interviewten zu einer bearbeiteten Fassung des Gesprächs und deren Veröffentlichung.*

Recht des/der Abgebildeten

Auch wenn wie oben beschrieben das Fotografieren ohne Zustimmung der abgebildeten Person erlaubt ist, ist die Veröffentlichung der Bilder nicht ohne weiteres möglich. Ähnlich wie im Medienrecht werden auch im Urheberrecht das Recht am eigenen Bild und die damit verbundenen Interessen als schützenswert erachtet. Ich muss also nicht um Erlaubnis fragen, um jemanden fotografieren oder filmen zu dürfen (außer ich nehme auch seinen/ihren Ton auf), aber ich muss sehr wohl fragen, ob ich das Bild veröffentlichen darf.

***Genehmigung für die Veröffentlichung**
Am besten lässt man sich das Einverständnis für alle Kontexte geben, in denen das Bild verwendet werden soll (Print-Produkt, Internet, TV) und legt den Zusammenhang offen.*

2.2 Verwendung von existierendem Material

Bei der Verwendung von bereits existierendem Material, wie z.B. Bilder, Musik, Radiosendungen, Hörspiele, Filme, Bauwerke, Grafiken etc. für die Produktion neuer Werke muss immer abgeklärt werden, wer die RechteinhaberInnen sind.

Es gibt eine Reihe verschiedener Rechte, die für den jeweiligen Kontext eingeholt werden müssen. Das hat den Hintergrund, dass die Produktion von (kreativen) Werken oft beschwerlich ist und die damit erbrachte Leistung wenig lukrativ ist. So will der Gesetzgeber die HerstellerInnen und ihre MitarbeiterInnen bzw. auch ihre Nachkommen entschädigen und absichern.

Verwertungsgesellschaften, Nutzung von Musik

Verwertungsgesellschaften erteilen **Werknutzungsbewilligungen** für die bei ihnen unter Vertrag stehenden KünstlerInnen, Labels, usw.

Auch Freie Medien sind Vertragspartner von Verwertungsgesellschaften (wie z.B. AKM und Austro Mechana) und gelten diesen alle **Musikrechte** zur Ausstrahlung von Musik im Radio und per Stream im Internet finanziell ab. Die Bereitstellung von Daten im Internet, (z.B. über das Cultural Broadcast Archive) ist darin nicht enthalten.

Für die Musik, die in einer Sendung gespielt wird, gilt Folgendes: Grundsätzlich kann jede Musik, die legal erworben wurde und deren Werknutzungsrechte einer Verwertungsgesellschaft eingeräumt wurden, abgespielt werden. Der Großteil der am Markt erhältlichen Musik ist vertraglich mit einer Verwertungsgesellschaft verbunden.

Im Falle von Creative-Commons-Musik sind immer die jeweiligen Lizenzmodule zu beachten.

Verwendung von Material aus anderen Medien

Radios und Fernsehsender genießen für die Ausstrahlung ihrer Programme **Leistungsschutz**. Man kann also nicht Material, das in einem anderen Medium, beispielsweise ORF, ATV u.ä., gesendet wird, aufnehmen und für die eigene Sendung verwenden. Es bedarf der Genehmigung durch das entsprechende Medium (RechteinhaberIn). Bei kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Sendern ist dafür mit Kosten zu rechnen. Die unautorisierte Verwendung von Sendungsausschnitten aus anderen Medien ist untersagt.

Auch die Freien Medien genießen Leistungsschutz. Im Regelfall ist aber davon auszugehen, dass Genehmigungen relativ einfach und kostenlos zu erhalten sind. Sendungen von anderen Freien Medien kann man sich beispielsweise über das CBA (Cultural Broadcasting Archive) besorgen. Hier gebieten es der Anstand und der Vernetzungsgedanke aber trotzdem nachzufragen bzw. sich abzusprechen.

Eine sehr fragwürdige Quelle für Musik und Videos stellt die Internetplattform **youtube** dar. Hier ist höchste Vorsicht geboten, da die Rechtfragen in überwiegendem Maße von den Usern ignoriert werden und es permanent zu Urheberrechts- bzw. Leistungsschutzverletzungen kommt. Darüber hinaus gebieten es der Respekt den KünstlerInnen gegenüber, keine qualitativ minderwertigen Dateien, wie sie oft auf youtube zu finden sind, abzuspielen. Das schadet den KünstlerInnen, und auch der Qualität der Radiosendung!

2.3 Nutzungsrechte, Bearbeitung

In den **Nutzungsrechten** ist eine Vielzahl von speziellen Verwendungsmöglichkeiten geregelt. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass man sich am besten immer möglichst viele Rechte für die Verwendung von Fremdmaterial geben lassen sollte und zwar schriftlich. Es gilt also alle möglichen Veröffentlichungskontexte schon vorher zu bedenken und in die schriftliche Vereinbarung aufzunehmen. Dazu gehört z.B. das Recht der Ausstrahlung via Radio und per Internet-Stream oder des Downloads im Internet.

Wichtig ist auch, dass man sich die Anzahl der Ausstrahlungen genehmigen lässt. Aber Achtung, es gibt keine Generalklausel, mit der man sich einfach alle Rechte übertragen lassen kann.

ACHTUNG! Das bezieht sich nicht auf die Garagenband des Teenagers von nebenan! Hier muss ich persönlich nachfragen!

WICHTIG! In meiner Sendung darf ich nur legal erworbene Musik verwenden. **Illegale Downloads oder unautorisierte Konzertmitschnitte, etc. sind tabu!**

Weitere Informationen zu den österreichischen Verwertungsgesellschaften gibt's unter <http://verwges-aufsicht.justiz.gv.at>

Das **Leistungsschutzrecht** schützt Leistungen, die in Zusammenhang mit Werken, die schutzwürdig sind, erbracht werden. Dies sind die Leistungen von Tonträger- und Filmproduzenten sowie die Leistungen von Interpreten.

Nutzungsrechte, oftmals auch **Lizenzen** genannt, sind Rechte am geistigen Eigentum. Die Einräumung von Nutzungsrechten gestattet es dem Vertragspartner das Werk auf eine bestimmte Art und Weise zu nutzen.

Werein Musikstück selbst bearbeiten und für die Sendung verwenden möchte, braucht die Zustimmung zur **Bearbeitung!**

Eine sogenannte **freie Bearbeitung** ist nur dann möglich, wenn das Schaffen derart künstlerisch wertvoll und kreativ ist, dass ein völlig neues Werk entsteht, das mit dem Ursprungsmaterial nur noch wenig zu tun hat.

ACHTUNG! Es gibt keine genauen Maßgaben zur Bewertung der Originalität eines Werkes. Im Zweifelsfall entscheidet die Interpretation des Gerichts.

Dauer des Urheberrechts und des Nutzungsrechts

Die Urheberrechte gelten bis 70 Jahre nach dem Tod des/der Urhebers/in, die Nutzungsrechte bis 50 Jahre nach Leistung. D.h. man kann die Aufnahme eines Liedes verwenden, wenn der Komponist bereits mehr als 70 Jahre tot und die Aufnahme älter als 50 Jahre ist.

Achtung: Wenn die Originalaufnahme zwar älter als 50 Jahre, aber kürzlich neu aufgelegt (weil z.B. digitally remastered) ist, kann man sie nicht verwenden, da neue Leistungsschutzrechte gegenüber dem Label anfallen.

2.4 Zitate

Ein Zitat ist das wörtliche Wiedergeben eines Auszugs aus einem Text. Zitate sind urheberrechtlich zulässig, wenn die Wiedergabe zurückhaltend gestaltet ist, sich also in Aufmachung und Größe auf das beschränkt, was zur Dokumentation der Angelegenheit erforderlich ist. Ebenso verhält es sich, wenn Artikel und Fotos aus Printmedien im Ausriss wiedergegeben werden.

Auch die direkte Wiedergabe von wörtlichen Zitaten aus fremden Artikeln und Interviews ist urheberrechtlich zulässig, wenn das Zitat dem Verständnis des eigenen Beitrags dient (Zitatzweck) und der eigene Beitrag einen selbstständigen Inhalt hat, also nicht nur offenkundig als „Deckmäntelchen“ für die Selbstbedienung an fremdem Geistesgut dient. Das Wiedergeben des gesamten Textes ist nicht zulässig.

Die Frage des Filmzitates ist rechtlich nicht ganz eindeutig. Jedenfalls kann man nicht ganze Passagen eines Films einfach so verwenden.

2.5 Sendungen/Beiträge online verfügbar machen

Für ProgrammmacherInnen in den Freien Radios gibt es die Möglichkeit, ihre Sendungen auf dem Cultural Broadcasting Archive (CBA), online als Stream und Download zur Verfügung zu stellen. Wichtig dabei ist, dass in den Sendungen keine urheberrechtlich geschütztes Material enthalten sein darf, z.B. Musik.

Link: <http://cba.fro.at>

Die Freien Radios in Österreich haben Verträge mit den einzelnen Verwertungsgesellschaften. Freie Radios dürfen mit Genehmigung der Verwertungsgesellschaften urheberrechtlich geschützte Inhalte auf terrestrischer Ebene, d.h. über einen Sender, und via Web-Livestream senden. Die Zurverfügungstellung im Internet ist aufgrund anderer gesetzlicher Rahmenbedingungen (noch) nicht vertraglich mit den Verwertungsgesellschaften geregelt. Hier wird jedoch in näherer Zukunft eine Vereinbarung angestrebt.

2.6 Creative Commons



Creative Commons (CC) ist eine weltweite Bewegung, die UrheberInnen dazu ermutigt, ihre Werke rechtefrei der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Das soll den freien Fluss von Kreativpotential begünstigen und dessen unbürokratische und kostenlose Verwendung ermöglichen. Die Verwendung von CC-Musik bietet eine Reihe von Vorteilen:

- Der Download ist gratis und legal
- Neue, noch nicht „verbrauchte“ Musik aus verschiedensten Stilrichtungen und Ländern kann entdeckt werden
- Aneignung von Musik(wissen) abseits des Mainstream
- Unterstützung eines offenen und freien Zugang zu Kunst und Kultur
- Einfache Musik-Suche über verschiedene Plattformen wie

<http://jamendo.com/de>

<http://audioagency.de/gemafreie-musik>

<http://dig.ccmixter.org/>

<http://beatpick.com>

<http://opsound.org>

<http://audiofarm.org>

Man kann als KünstlerIn das eigene Werk freiwillig zur Nutzung zugänglich machen, hat aber auch die Möglichkeit sich bestimmte Rechte (z.B. auf Bearbeitung) vorzubehalten ("some rights reserved").

Es ist so beispielsweise dem/der KomponistIn eines Musikstücks möglich, das Werk unter eine Creative Commons Lizenz zu stellen, die es allen ermöglicht, das Werk kostenlos zu nutzen, zu verbreiten, zu bearbeiten - solange die Lizenzbedingungen nicht geändert werden und der Name des/der UrheberIn genannt wird.

Die wichtigsten **Lizenzmodelle** sind:



BY Namensnennung

Der Name des Autors/der Autorin muss genannt werden.



SA Weitergabe unter gleichen Bedingungen

Das Werk muss unter der gleichen Lizenz weitergegeben werden, auch wenn es verändert wurde.



NC nicht kommerziell

Das Werk darf nur zu nicht-kommerziellen Zwecken genutzt werden.



ND Keine Bearbeitung

Das Werk darf nicht verändert werden.

Diese Lizenzmodule können auch kombiniert werden und sind dann natürlich in der jeweiligen Kombination zu beachten (z.B. by-nc-sa = Namensnennung, nichtkommerziell, Weitergabe unter gleichen Bedingungen).

*Nicht nur Musikstücke können unter Creative-Commons-Lizenz stehen, sondern auch **Bilder, Videos, Texte**, etc.*

Wie Creative Commons genau funktionieren und wie man selbst eigene Musikstücke, Bilder oder Videos unter CC lizenzieren kann, ist ausführlich erklärt unter www.creativecommons.de

3. Checklist Medien- und Urheberrecht



Ich darf als Radiomacher/in on air nicht:

- rassistische, sexistische, homophobe, pornographische, gewaltverherrlichende oder demokratiefeindliche Inhalte verbreiten, Werbung oder religiöse Propaganda on air bringen.
- Das Recht von Personen verletzen durch üble Nachrede, unwahre Behauptungen und Verdächtigungen, Beleidigung, Kreditschädigung, Weitergabe von Informationen zu Identität oder Privatsphäre (Kinder), Interessenschädigung, Vorverurteilungen (Unschuldsvormutung).

Bei Aufnahmen zu beachten:

- Grundsätzlich sind heimliche Tonaufnahmen verboten!
- Bei Telefoninterviews/Interviews/Umfragen immer auf Aufzeichnung, eventuelle Bearbeitung, Medium und Ausstrahlung hinweisen!
- Aufnahmen im öffentlichen (Frei-)Raum sind erlaubt. In Ämtern, Einkaufszentren, Bahnhöfen etc. brauche ich aber eine Genehmigung.
- Bei Aufnahmen im nichtöffentlichen Raum Genehmigung einholen! Bei der Person, die das Hausrecht und/oder das Urheberrecht hat.

In Livesendungen zu beachten:

- Studiogäste im Vorfeld auf medienrechtliche Regelungen hinweisen.
- AnruferInnen sagen, wenn sie live on air geschaltet werden.
- Sollten Gäste oder AnruferInnen on air Medienrechtsverstöße begehen, so sollte ich mich als Sendungsverantwortliche/r und ModeratorIn davon distanzieren.

Bei der Verwendung von existierendem Material zu beachten:

- Musik: Ausstrahlung/Stream vertraglich mit AKM geregelt.
- Musik, die in der Sendung gespielt wird, muss legal erworben worden sein. Keine illegale Downloads, Konzertmitschnitte etc.!
- Unauthorisierte Nutzung von Fremdbeiträgen ist untersagt!
- Zitate dürfen nicht in anderen Sinnzusammenhang gestellt werden.

Ich soll als Radiomacher/in mit journalistischer Sorgfalt arbeiten:

- Wahrung der Würde des Menschen
- Keine heimlichen Tonaufnahmen von Gesprächen Dritter
- Keine Verfälschung von Aussagen durch Schnitt
- Objektivität, Vermeidung von Parteinahme
- Berichterstattung als Ergebnis einer gründlichen Recherche
- Keine Behauptungen über Personen, Institutionen ohne vorhergehende Rückfrage bei den Betroffenen

Meine Rechte als Radiomacher/in:

- Du kannst on air deine Meinung äußern!
- Radiosendungen sind dein geistiges Eigentum! Man kann sie unter einer Creative-Commons-Lizenz schützen lassen und freiwillig zur Nutzung und Verwendung zugänglich machen, unter Vorbehalt von Rechten: z.B. Namensnennung, Weitergabe unter gleichen Bedingungen, nicht kommerzielle Verwendung etc.

Du kannst deine Sendung anderen Freien Radios zur Wiederausstrahlung und Personen zum Nachhören zur Verfügung stellen unter <http://cba.fro.at>, sofern keine urheberrechtlich geschützte Musik enthalten ist.

RADIOJOURNALISMUS

1. Klassische Darstellungsformen im Radio

Über hundert Jahre gibt es bereits Radio. Seit der ersten Rundfunkübertragung im Jahr 1906 haben sich verschiedene Formen für die Gestaltung von Radiosendungen und -beiträgen entwickelt. Auch im Freien Radio werden wir den Rundfunk nicht neu erfinden, sondern uns an diesen klassischen journalistischen Darstellungsformen orientieren. Hier sind einige davon:

Nachricht

Das Wichtigste kommt kurz und prägnant zu Beginn der Nachricht, das Unwichtigere folgt. Der erste Satz muss die HörerInnen aufmerksam machen und zum Weiterhören animieren.

Beitrag

Der gebaute Beitrag erweitert die Nachricht durch sachliche, nicht wertende Hintergrundinformationen. Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Diese klassischen W-Fragen sollten beantwortet werden. Dramaturgische Kreativität durch z.B. verschiedene Sprechstimmen, O-Töne, Musik, Atmo etc. ist möglich.

Reportage

Sie soll die Informationen möglichst plastisch, in akustischen Szenen und Bildern, an die HörerInnen vermitteln. Die Reportage geschieht vor Ort, z.B. von einer Demonstration, und ist immer in gewisser Form auch eine persönliche Beschreibung.

Kommentar

Im Kommentar wird die persönliche Meinung zu einem aktuellen Thema oder Ereignis vermittelt. Er ist strikt von der Sachanalyse zu trennen. Objektive und subjektive Berichterstattung müssen klar erkennbar sein.

Analyse

Hier werden Sachverhalte über den Mindestbedarf an Grundinformation hinaus erläutert. Subjektive Meinungseinflüsse sollten weitgehend vermieden werden. Aufbau und Entstehungsprozess der Analyse sollten für die HörerInnen nachvollziehbar sein.

Feature

Das Feature ist eine Montage aus O-Tönen und eigenen Texten, aus Geräuschen, Zitaten. Es ist ein akustischer, auf Fakten basierender Spielfilm.

Interview

Zweck des Interviews ist es, Meinungen von Personen zu einem Thema einzuholen, ExpertInnen in einem Fachgebiet zu befragen oder authentische Information betroffener AkteurInnen zu vermitteln. „Gute“ Interviews möchten auch gut erarbeitet und vorbereitet werden.

Jingle

Der Jingle, auch Senderplatzkennung genannt, dient wie ein Werbespot dem schnellen Wiedererkennen einer Sendung. Er wird auch zur Gliederung einer Sendung in einzelne Rubriken verwendet.



Atmo werden Aufnahmen von Geräuschen genannt, die die **Atmosphäre** eines (Frei-)Raums wiedergeben, z.B. Geräusche in einem Hallenbad oder im Wald.
O-Ton steht für **Original-Ton** und bezeichnet authentische Wort-Aufnahmen, wie z. B. eine Befragung von Passanten oder Sprachfetzen im öffentlichen Raum oder Ausschnitte einer Pressekonferenz.

Soundcollage/Hörspiel

Wie bei einem Theaterstück oder Film werden hier Texte in Hör-Szenen umgesetzt. Mit Dramaturgie und Regie werden den ZuhörerInnen Hör-Bilder vermittelt.

Kritik/Rezension

Der/die KritikerIn/RezensentIn gibt seine/ihre Meinung zu einer künstlerischen Leistung, also einem Buch, Film o.ä. bekannt. Sie kann positiv oder negativ ausfallen, soll sich aber auf nachvollziehbare Fakten stützen.

Diskussion

Ein Thema in einem Gespräch zu diskutieren, ist ein gutes Instrument um verschiedene und/oder kontroverse Meinungen zu erläutern.

Wer sich für ein bestimmtes Sendungsformat interessiert, sollte einfach Sendungen bewusst anhören und analysieren. Auf der Austauschplattform der Freien Radios, CBA <http://cba.fro.at>, stehen verschiedenste Formate zum Nachhören bereit.

2. Die Moderation



Versuche **Bilder im Kopf** der HörerInnen zu erzeugen! Dazu gehört ein spannender Einstieg und eine entsprechende Gestaltung.

Über die Moderation nimmt der/die ModeratorIn die ZuhörerInnen akustisch bei der Hand und führt sie durch die Sendung. Sie ist **roter Faden**, baut Brücken und Spannungsbögen zwischen den einzelnen Sendungselementen, wie etwa Musik oder Beiträge.

Die Moderation soll das kommende Programm verkaufen, also Interesse für die künftigen Themen wecken und die HörerInnen zum dran bleiben animieren.

Der/die ModeratorIn prägt mit seiner/ihrer Persönlichkeit wesentlich den Stil und die Atmosphäre der Sendung.

2.1 Das Wichtigste zur Moderation

Moderationssprache

Radiosprache ist Sprechsprache bzw. **Alltagssprache**, aber keine Schriftsprache! Im Freien Radio kann in Mundart oder im Dialekt gesprochen werden. Wichtig ist jedenfalls, dass die **Aussprache** gut und verständlich ist. Vokale und Konsonanten sollten sauber artikuliert werden. Hilfreich ist, wenn der Mund offen und beweglich bleibt!

*Aussprache und Klang ist eine Frage des Trainings, eine **Radiostimme** hat man nicht von heute auf morgen. Also Korken in den Mund und deutlich Sprechen üben!*

Sprechhaltung

Damit ist gemeint, wie ich meine HörerInnen anspreche. „Sie“ ist die höflichste Form, aber passt diese Anrede für ein Freies Radio? Ist meine Sendung für Jugendliche bestimmt, ist „Du“ angebracht. Eine weitere Möglichkeit ist, die HörerInnen mit „Ihr“ anzusprechen. Natürlich kann die direkte Anrede auch vermieden werden. Wichtig ist, sich für eine Linie zu entscheiden und diese durchziehen!

Körpereinsatz

Bei der Moderation ist ein guter Körpereinsatz hilfreich. Achte auf eine gerade **Sitzhaltung**, Einhaltung von rechten Winkeln (Kinn/Hals, Hüfte, Knie) und eine ruhige **Atmung!** Atme vor Beginn der Moderation nochmals tief durch und bleibe ruhig und gelassen! Viele ModeratorInnen unterstreichen Gesagtes gerne mit **Gesten**.

Moderationsdauer

Eine allgemeine Regel im Radio besagt, dass nach **drei Minuten** Wortbeitrag die Aufmerksamkeit der HörerInnen sinkt. Daran muss man sich aber nicht sklavisch halten. Denn andererseits kann auch eine besonders langweilige oder ungeschickte Moderation dazu führen, dass die HörerInnen schon nach einer Minute abschalten.

SprecherInnenwechsel

Doppelmoderation oder Interviews bringen Abwechslung und machen die Sendung interessant. Vorsicht vor allzu langen Monologen! Eine zu lange Moderation kann einen Beitrag „erschlagen“, eine zu kurze Moderation lässt die HörerInnen „im Regen stehen“.

Anregungen für eine gute Moderation

- Das eigene **Moderationstempo** finden (weder zu schnell oder zu langsam)
- Der Stimme **Ausdruck** verleihen (Modulation)
- **Dynamisch** und **rhythmisch** sprechen
- Den **Ton** dem Thema anpassen (ernst/lustig)
- **Moderationstexte** sollten gut vorbereitet und in **Stichworten** vorgeschrieben sein
- **Natürlich** und **authentisch** bleiben

Vorsicht ist geboten bei

- **Gags und Pointen:** Diese können nämlich auch leicht nach hinten los gehen und HörerInnen vergraulen
- **Selbstüberschätzung:** Sich selbst nicht so wichtig nehmen. Ein wenig **Selbstironie** hat noch nie geschadet
- Nicht-**Identifikation** mit dem Sender und der Sendung: Die HörerInnen merken, wenn man sich z.B. durch einen Nebensatz vom Musikprogramm oder einem Beitrag distanziert
- **Verliebtheit** in die eigene Sprache: Das wirkt schnell überheblich und kann den HörerInnen zu viel werden
- **Monotonie:** Abwechslungsreich sein und bei der An- oder Abmoderation unterschiedliche Varianten verwenden

2.2 Umgang mit Fehlern und Versprechern

Auch im „professionellen“ Radio kommen Fehler und Versprecher vor. Der Unterschied ist bloß, dass man im Freien Radio für Fehler nicht bezahlt wird. Wichtig ist, dass man sich nicht aus der Ruhe bringen lässt. Ein kurzes „Pardon“ genügt in der Regel und es kann weiter moderiert werden. Eine zusätzliche Entschuldigung ist unangebracht und würde nur die Aufmerksamkeit auf die wenigen Fehler einer insgesamt guten Sendung lenken.

TIPP! Für alle Fälle einen Satz zu recht legen, der in solchen Situationen angewendet werden kann. Danach läuft alles wieder normal weiter.

Dasselbe gilt für technische Probleme bzw. Bedienungsfehler, wenn jemand z.B. die falsche CD abspielt.

2.3 Moderationsformen

Anmoderation und Abmoderation

Die Anmoderation vermittelt den HörerInnen, was in der Sendung auf sie zukommt. Sie soll Orientierung geben und Interesse wecken. Und natürlich werden auch Sendungstitel und der Name des Moderators oder der Moderatorin genannt.

Das gleiche gilt auch für die Abmoderation. Wenn ich eine gute Sendung gehört habe, möchte ich wissen, wer sie gemacht hat bzw. wie diese Sendung heißt.

Drei-Schritt-Moderation

Die Drei-Schritt-Moderation (oder Three-Element-Break) ist eigentlich die Basis jeder Moderation und besteht zumeist aus drei Angaben:

1. die Leadzeile
2. zusätzliche Informationen
3. die Überleitung zum nachfolgenden Sendungsinhalt, z.B. auf GesprächspartnerInnen

Bsp.: In Freistadt gibt es immer mehr Freie RadiomacherInnen. Ihr Zentrum ist das Freie Radio Freistadt. Wie die Gemeinde die AktivistInnen in Zukunft besser unterstützen möchte, erfahren Sie nun von Bürgermeister Max Mustermann, der dazu heute eine Pressekonferenz gegeben hat.

Gerade Moderation

Die Information baut logisch auf die nächste Information auf. Am häufigsten werden fünf aufeinander folgende Informationsschritte gemacht.

Bsp.: Zur Zeit ist Linz noch die drittgrößte Stadt Österreichs. Aber das könnte sich bald ändern. Denn derzeit diskutiert man in Oberösterreich über die Eingemeindung von insgesamt 8 kleineren Nachbarorten. Ein künftiges „Groß-Linz“ würde dann rund 275.000 EinwohnerInnen zählen. Obwohl man durch die Eingemeindung Verwaltungskosten sparen würde, regt sich bereits Widerstand.

Fokussierende Moderation

Schritt für Schritt nähert man sich dem Beitragsthema an. Am Beginn steht (oft) eine allgemeine Feststellung, die dann (meist in fünf Schritten) präzisiert wird.

Bsp.: Glücklich ist, wer vergisst. Ob diese alte Binsenweisheit tatsächlich gilt, darf bezweifelt werden – vor allem dann, wenn hinter dem Vergessen eine Krankheit steckt. Im schlimmsten Fall heißt sie Alzheimer. Allein in Österreich erkranken daran jährlich 10.000 Menschen. Im niederösterreichischen Ort Hollabrunn diskutieren derzeit Ärzte Strategien – gegen das Vergessen.

Aufziehende Moderation

Steigt mit einer provokante Frage, witzigen Bemerkung oder einem markanten Zitat ein. Satz um Satz eröffnet sich der Fokus auf das Thema.

Bsp.: Autofahren ist Scheiße! So sieht es zumindest der Bike-Kitchen-Aktivist Bernhard Kohl. Medienwirksam hat er heute auf der Südosttangente für deutlich höhere Benzinpreise demonstriert. Dabei sind auch einige Windschutzscheiben zu Bruch gegangen.

Die Analogie

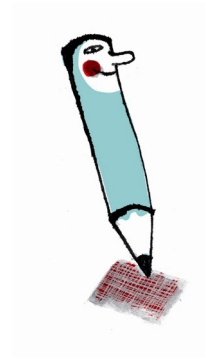
Wenn ein Thema für HörerInnen schwer verständlich ist, z.B. zu abstrakt, werden Analogien eingesetzt. Eine Analogie zeigt die Ähnlichkeit zwischen einem allgemein bekannten und einem schwer verständlichen Sachverhalt. In einem ersten Schritt wird das Prinzip erklärt und vertraut gemacht, in einem zweiten Schritt nähert man sich dem eigentlichen Thema.

Bsp.: Eine Erbse wird von einer anderen Erbse umkreist. Allerdings nicht im Kochtopf, sondern im Abstand Wien – New York. In etwa so groß wäre nämlich der Abstand zwischen einem Atomkern und seiner Hülle. Vorausgesetzt eben, man könnte einen Atomkern auf die Größe einer Erbse aufblasen.

2.3 Checklist Moderation

Faktoren, die sich negativ auf Sprechen und Stimme auswirken können

- **Vorbereitungszeit** (Text nicht gelesen)
- emotionale **Verfassung**
- Abstand zum Mikro
- zu enge, atmungsbehindernde **Kleidung**
- zu niedrige/hohe **Sitzposition**
- kein Warming-up
- Krümel im Hals, Kaffee (austrocknend), Milch (verschleimend)
- zu wenig konkrete Vorstellung vom **Textinhalt**



Beim Vortexten ist zu beachten

- Radiosprache ist **Alltagssprache** bzw. gesprochene Sprache (kein Imperfekt)
- Die HörerInnen „**abholen**“, für das Zielpublikum formulieren
- Nach dem Motto „**kurz und knackig**“: kurze, klare Sätze mit fünf bis sieben Wörtern bilden
- Text mit Überschriften **strukturieren**
- **Pausen** schaffen durch Musik, Stimmwechsel, akustische Elemente
- **W-Fragen** gleich zu Beginn klären: Wer spricht/handelt? Was passiert? Wo? Warum? Wann? Wie, unter welchen Umständen?
- **Wiederholungen** im Text und innerhalb der Sendung sind erlaubt und erwünscht (Hörer kann nicht nachlesen)
- **Verben** machen Texte lebendig (gehen, schlendern, bummeln, traben...); Aktiv statt Passiv verwenden
- **Bilder** in den Köpfen der HörerInnen erzeugen
- **Füllwörter** geschickt, aber nicht inflationär einsetzen:
ja, und, einfach, wie gesagt.
aber: wenn möglich das „böse ja“ vermeiden
- **Fremdwörter**, komplizierte Zahlen etc. meiden. Hier empfiehlt es sich z.B. statt „Es ist jetzt 09:28 Uhr“ zu sagen „kurz vor halb zehn“
- **Dauer des Moderationstextes** checken. Als Faustregel gilt, dass 15 Zeilen mit je 60 Zeichen, also ca. 900 Zeichen, ungefähr eine Sendeminute ergeben

3. Das Interview

Ein Interview ist mehr als nur das Stellen vorbereiteter Fragen! Gute Interviews zu führen ist eine Kunst, die erlernt werden kann.

Je nach Art der Information, die man von den GesprächspartnerInnen erhalten will, benötigt ein Interview mehr oder weniger intensive Vorrecherche, dramaturgische Planung und Ausführungszeit.



Die nachfolgenden Bausteine helfen bei der Interview-Vorbereitung:

Recherche

Interviews sollten immer gut vorbereitet sein. Neben der inhaltlichen Recherche zum eigentlichen Thema sollten auch Informationen über die zu interviewende Person vorhanden sein.

Konzept

Der Interviewablauf sollte in einem Leitfaden ungefähr skizziert sein. Dabei sollte wie bei einem spannenden Film vorgegangen werden: Leichter Einstieg mittels guter „Eisbrecherfrage“, Spannungsaufbau mit inhaltlich präzisen Fragen, gezielte Fragen zum Thema und eine kurze, abrundende Abschlussfrage.

Antworten vordenken

Beim Schreiben des Entwurfs wird bereits überlegt, welche Antworten vom Gegenüber gebraucht oder erwartet werden.

Fragestellung

Fragen so kurz und verständlich wie möglich formulieren, wenn nötig kurz einleitend erklären. Keine Frageketten aus mehreren aneinander gereihten Fragen, sondern immer nur eine Frage stellen.

Offenen Fragestellungen bevorzugen, da das Gespräch sonst sehr einsilbig wird.

Vorgespräch

In einem kurzen Vorgespräch kann für ein kommunikatives Klima gesorgt und auch kurz Ausblick auf die Interviewinhalte gegeben werden. Aber keine Fragen vorweg nehmen, sonst geht die Spontaneität verloren!

Aufgabe des Interviewenden

Die eigene Rolle des/der Interviewenden soll nicht verlassen werden, denn ein Interview ist keine Plauderei: Höflich, aber wenn nötig auch bestimmt agieren und die Leitung des Interviews nicht aus der Hand geben.

*Natürlich ist eine Vorbereitung bei einem kurzfristigen Reportage-Interview nicht möglich. Dort helfen die klassischen W-Fragen: **Wer? Was? Wann? Wo? Warum? Wodurch?***

Läuft ein Interview aus welchen Gründen auch immer aus dem Ruder, hat man jederzeit die Möglichkeit es höflich zu beenden.

Nonverbale Kommunikation

Nur dreißig Prozent der Kommunikation erfolgt über Worte! Daher auf die nonverbale Kommunikation achten! **Gesichtsausdruck** und **Gesten** verraten viel über die Gedanken!

Aufnahmegerät prüfen

Ein Interview kann nicht wiederholt werden, die einmalige Gesprächssituation ist unwiederbringlich. Deshalb das Gerät unbedingt vor dem Interview auf Aufnahmekapazität und Batteriestand prüfen und Mikrofon- und Aufnahmetests durchführen. Das permanente Tragen eines Kopfhörers ist ein Muss, um Kontrolle über die Aufnahmequalität zu haben.

Kopfhörer tragen! Nur so kann der Interviewende hören was das Gerät tatsächlich aufnimmt.

3.1 Fragetypen

Die Frage ist das Um und Auf eines Interviews. Um die gewünschten Informationen zu bekommen, müssen auch die „richtigen“ Fragen gestellt werden. Hierzu stehen verschiedene **Fragetypen** zur Verfügung:

Offene Fragen

Das sind Frageformulierungen, die nach mehr als einem Ja oder Nein als Antwort verlangen. In Interviews sollte diese Frageform bevorzugt werden.

Geschlossene Fragen

Sie benötigen nur ein Ja oder Nein als Antwort. Solche Fragen werden auch als Entscheidungsfragen bezeichnet und vorzugsweise am Ende eines Interviews gestellt.

Offene und geschlossene (W-)Fragen

Hier zielt die Antwort auf z.B. eine Ortsangabe, einen Namen, die Uhrzeit oder eine Mengenangabe ab: Wer meldet? Wo ist es passiert? Was ist passiert? Wie viele verletzte Personen? Welche Verletzungen? Solche Fragen dienen bei Reportage-Interviews der Erfassung der Basisinformationen zum Geschehen.

Alternativfragen

Als Alternativfrage wird die Kombination von zwei (oder selten mehr) Wahlmöglichkeiten bezeichnet. Eine Alternativfrage lässt dem Befragten nur die Möglichkeit, mit einer der angebotenen Möglichkeiten zu antworten. Solche Fragen erhöhen die Effizienz bei der Gewinnung der gewünschten Infos, da sie Ausflüchte erschweren.

Unterbrechende Fragen

Dienen dem Verhindern von Abschweifungen und sollen wieder zur ursprünglich gestellten Frage zurückführen oder diese einfach wiederholen.

Provokante Fragen

Sollen den/die InterviewpartnerIn "reizen" oder Aussagen zuspitzen. Aber Vorsicht: schnell ist die Person gegenüber irritiert und ein gutes Gesprächsklima gestört, was sich auf die Qualität der Informationen auswirkt.

Suggestivfragen

Diese legen der Person bestimmte Antworten in den Mund und sollten daher vermieden werden.

3.2 Live-Interviews

Interviews gehören geplant und strukturiert. Man kann sich nicht darauf verlassen, dass der/die Interview-PartnerIn die Live-Sendung rettet, wenn man selbst nicht vorbereitet ist. Wenn das Interview nicht gut strukturiert wird, könnte sich das Gespräch sehr bald im Kreis drehen und die HörerInnen langweilen. Also: planen, wie viele „Einstiege“ (Interview-Teile) es geben soll und wie sie thematisch gegliedert werden.

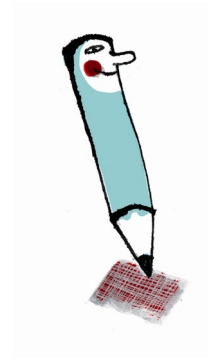
In einer einstündigen Sendung muss nicht zwangsläufig nach jeder Musiknummer ein Interview-Teil folgen, es können auch zwei Musiknummern hintereinander kommen. Oder nur eine kurze Zwischenmoderation mit den wichtigsten Infos (W-Fragen).

Die Gäste in einer Anmoderation vorzustellen ist die elegantere Lösung als die Formulierung: „Stelle dich bitte selber vor.“ Die Aufgabe der Moderation liegt darin, den/die Interview-PartnerIn aufzuwerten, den HörerInnen zu erklären, warum dieser Gast heute im Studio ist, warum er/sie wichtig ist etc.

Bsp.: Ihr hört die Sendung „Musikalische Reisen“. Zu Gast ist heute Walter Huber, Lateinamerika-Experte mit einem besonderen Faible für kubanische Songs. Was er auf seiner letzten Reise nach Cuba erlebt hat, das hören wir gleich hier in unserer Sendung.

3.3 Checklist Interview

- **Vorbereitung** auf das Thema und die Person
- Einen **Leitfaden/Plan** haben, wie das Interview ablaufen soll
- **Gegencheck** der Fragen: Was interessiert mich an dem Thema
- Kurze, offene, **verständliche Fragen** formulieren
- Sich genügend **Zeit** für das Interview nehmen
- Die **Technik** überprüfen (Aufnahmegerät, Mikro, Batterien, ...)
- Es gebietet der **Respekt** und zeugt von **Professionalität** das Interview gut vorzubereiten und freundlich in das Interview zu gehen
- Ein **Vorgespräch** mit dem Gegenüber führen und auch auf Ausstrahlung und Schnitt hinweisen
- Eine **angenehme Situation** schaffen
- **Kommunikation** auf gleicher Augenhöhe (geistig und physisch)
- Auf die **non-verbale** Kommunikation (Gestik, Mimik) achten
- Die **Kontrolle** behalten
- Man sieht sich immer zweimal im Leben; führe das Interview so, dass das Gegenüber auch in **Zukunft** für Interviews zur Verfügung steht



3.4 Livegesprächsrunden



Die Besonderheit von Gesprächs- und Diskussionsrunden liegt wie bei allen Live-Situationen in der Einmaligkeit und Nicht-Wiederholbarkeit.

Das Thema

Grundsätzlich eignet sich jedes Thema für eine Gesprächsrunde, aber es kommt darauf an, wie viel Sendezeit zur Verfügung steht. Auch wenn die Thematik nicht erschöpfend besprochen werden kann, sollte die Runde einen guten Abschluss finden, der nicht allzu viele aufgeworfene Fragen unbeantwortet lässt.

Wichtig ist im Vorfeld abzuklären, welche Aspekte angesprochen und welche Fragen beantwortet werden sollen. Wie tief soll in das Thema eingedrungen werden? Welche Bereiche sollen außen vor bleiben? Letzteres ist vor allem wichtig, um später im Gespräch das Abdriften in einen unerwünschten Themenbereich rechtzeitig unterbinden zu können.

*Manchmal macht es Sinn, das Thema in einem kurzen Text oder einem **vorproduzierten Beitrag** aufzubereiten. So schafft man zu Beginn der Runde eine gemeinsame Basis, von der aus die Studiogäste und die HörerInnen sich auf das Thema einlassen können.*

Die Moderation

Der/die ModeratorIn leitet und strukturiert die Gesprächsrunde. Die Qualität der Moderation entscheidet letztendlich auch über die Qualität des gesamten Gesprächs. Aufgaben der Redaktion bzw. Moderation sind:

Im Vorfeld:

- Auswahl des Themas
- Aussuchen und Einladen der Gäste
- Formales klären (Themen, Vorgehensweisen)
- Bei der Eröffnung Übersicht schaffen (Einleitungstext, Beitrag,...)
- Regeln vereinbaren (Studioordnung, Sprachform,...)

Während der Gesprächsrunde:

- Gespräche anstoßen und beleben, den roten Faden beibehalten
- Nachfragen und Unklarheiten auflösen
- Alle Gäste mit einbeziehen
- Zeit managen
- Prozesse und Ergebnisse transparent machen
- Für angenehmes Gesprächsklima sorgen
- Regeln durchsetzen, bei Störungen intervenieren
- KEIN Durcheinanderreden zulassen und bei Konflikten vermitteln
- Zusammenfassen, Ziel erreichen, positiv abschließen
- TeilnehmerInnen mit Namen ansprechen, das schafft Orientierung für die HörerInnen

Die Gäste

Wie viele und welche Personen eingeladen werden, hängt von den räumlichen und zeitlichen Gegebenheiten ab, aber auch von der Art des gewünschten Gesprächs: eine Aneinanderreihung von Kurzinterviews mit mehreren Personen zum Thema oder eine Diskussionsrunde, in der die Gäste auch miteinander diskutieren.

*Selbstverständlich sollte auf ein **ausgewogenes Verhältnis** zwischen weiblichen und männlichen Gästen geachtet werden.*

3.5 Checklist Livegesprächsrunden



Im Vorfeld zu beachten

- **Gute inhaltliche Vorbereitung des Gespräches:** Was weiß ich selbst zu dem Thema? Wer sind meine Gäste? Was genau machen oder vertreten sie? Wie passen deren Schwerpunkte zum Thema?
- **Ablaufplan:** Je nach Länge der Gesamtgesprächszeit sollte das Thema in sinnvolle Blöcke unterteilt werden. Überlegen, wer der Gäste welche Fragen gestellt bekommt. Musikalische „Verschnaufpausen“ für die Gäste und HörerInnen einplanen.
- **Vorbereitung der Gesprächssituation:** Eine klimatisch (lüften) wie atmosphärisch gute Situation schaffen! Sessel/Hocker und Mikros so positionieren, dass alle miteinander Blickkontakt halten können.
- **Vorgespräch:** Die Gäste etwas früher bestellen, um Verspätungen zu vermeiden und damit sie die Möglichkeit haben, sich noch vorher kennen zu lernen, auszutauschen, vorzubereiten und mit den räumlichen und technischen Gegebenheiten vertraut zu machen. Wichtig ist es auch, dass sich alle über die Anredeform während des Gesprächs einigen. Die TeilnehmerInnen sollten sich alle in der gleichen Form ansprechen.
- **Reservemusikstücke** bereithalten, um auf mögliche eintretende Pausen reagieren zu können.
- Für jeden Themenblock zusätzliche **Reservefragen** vorbereiten.

Während des Gesprächs zu beachten

- **Aufmerksamkeit:** Dem Inhalt aufmerksam folgen und den Gesamttablauf kontrollieren. Bei Studiogesprächsrunden empfiehlt es sich, extra jemanden für die Technik zu haben, um sich ganz dem Gespräch widmen zu können.
- **Verteilung der Gesprächszeit:** Allen TeilnehmerInnen der Runde etwa gleich viel und gleich gewichtete Gesprächszeit geben.
- **Wiedereinstieg:** Nach Musik-Pausen die HörerInnen wieder kurz in das Thema einführen: Sendungsname, Thema, Gäste nochmal kurz namentlich vorstellen und, wenn es passt, einen kurzen Abriss über die bereits diskutierten Aspekte geben.

Das sollte vermieden werden

- **Zu große Dominanz der Moderation:** Die Moderation sollte sich immer auf das Nötigste beschränken.
- **Rollenwechsel:** Die eigene Rolle als ModeratorIn NIE verlassen, weder parteiisch werden noch zu stark die persönliche Meinung zum Thema einbringen. Sich die Moderation nicht „wegnehmen“ oder als „ZuhörerIn“ den Dingen freien Lauf lassen.
- **Frageketten:** Mehrere Fragen auf einmal überfordern die gefragte Person nicht nur, sondern geben ihr auch die Möglichkeit, sich die leichteste und angenehmste Frage auszusuchen.
Also: eine Frage nach der anderen stellen.

4. Musik im Freien Radio



*Freie Radios sind eine ideale Plattform für **lokale Bands und Muskschaffende!***

Gerade im Freien Radio geht die Diskussion über Musik über die reine Geschmacksfrage hinaus. Musik ist nicht nur Unterhaltung oder Beiwerk, sondern auch Teil der Kultur. Dabei geht es nicht um Kriterien wie „gute“ und „schlechte“ Musik oder eine Einteilung in kommerziell und independent.

Vielmehr bedarf es einer kritischen Auseinandersetzung mit Musik: Für welche Kultur mit welchen Zusammenhängen steht diese Musik? Wer ist die Band und zu welcher Community kann sie gezählt werden? Was genau wollen die MusikerInnen textlich zum Ausdruck bringen?

Nicht immer ist die Ankündigung eines Musiktitels notwendig, während es manchmal einer genaueren Erläuterung der Musikwahl bedarf.

Musik kann auf verschiedene Arten und Weisen in das Gestaltungskonzept meiner Radiosendung Einzug finden: Hier einige Beispiele:

Als „Lückenfüller“ und/oder Strukturierungsmittel

Gerade wenn viel Information vermittelt werden soll, kann Musik den HörerInnen eine Verschnaufpause bieten. Hier eignet sich z.B. unaufdringliche (Instrumental-)Musik.

Als integrierter Bestandteil des Gesamtkonzeptes

Was bei Musiksendungen Programm ist, kann in anderen Sendungsformen als unterstützendes Element eingebaut werden. Musiktitel, Lyrics oder InterpretInnen können Themenaspekte und Inhaltliches betonen, brechen oder neu aufturn. Außerdem kann Musik Atmosphäre entstehen lassen, die ein Thema in seiner Aussage und Wirkung unterstützen kann.

Als Musikbett

In gewissen Situationen macht es Sinn, die Moderation mit einem Musikbett, also leiser Hintergrundmusik, zu unterlegen.

Creative-Commons-Musik kann man tonnenweise legal und gratis als mp3-Files aus dem Internet herunterladen. Da man sich hier in einem Bereich bewegt, der (noch) abseits des Mainstream ist, kann man sich durch die Beschäftigung damit auch zum/r Experten/in entwickeln und den eigenen HörerInnen neue und andere Musik anbieten.

Downloadportale für Creative-Commons-Musik:
<http://jamendo.de>
<http://starfrosch.ch>
<http://freemusicarchive.org>
<http://commons.wikimedia.org>

ACHTUNG! Kein Gesang und keine starken Bässe für ein **Musikbett** verwenden! Das lenkt stark von der Moderation ab!

5. Tipps und Tricks für die Recherche

Die journalistische Recherche ist das eigenständige Beschaffen von Informationen im Gegensatz zum bloßen Verarbeiten von Pressemitteilungen, Agenturmaterial oder Pressekonferenzen. Die gute journalistische Recherche geht in die Tiefe. Für eine ausgewogene Berichterstattung sammelt sie möglichst **vielfältige Informationen**, die ein bestimmtes Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchten. Im Idealfall sollte jede Information, die in die journalistische Arbeit einfließt, durch Recherche abgesichert werden.

Die Recherche ist nicht dann zu Ende, wenn man alles weiß - das würde ewig dauern - sondern, wenn alle naheliegenden Fragen beantwortet und die Zusammenhänge plausibel gemacht werden können. Idealerweise erfolgt die Recherche in drei Schritten:

1. **Eröffnen des Themas:** Vor der Recherche kann das Thema in einem **Brainstorming** oder **Mindmapping** aufgemacht werden. Das heißt, es wird versucht, sämtliche Aspekte des Themas anzudenken.
2. **Nutzung gängiger Recherchequellen:**
 - Internet (Suchmaschinen, Datenbanken, etc.)
 - ExpertInnen (von außen)
 - Beteiligte, Betroffene, Verantwortliche
 - Literatur
 - Printmedien
 - Behörden (Ämter, Polizei, RessortsprecherInnen, Ministerien, etc.)
 - Bibliotheken und Archive (öffentliche, Zeitungen, etc.)
 - Presseagenturen (APA, DPA, Reuters, etc.)
3. **Mehrfache Überprüfung der Quellen:** Ist die Quelle glaubwürdig und seriös? Welche anderen Positionen gibt es? Bei Überprüfung einer vermeintlich behördlichen oder offiziellen Aussage ist ein Anruf bei den Verantwortlichen/der Pressestelle angebracht.

Bei Gesprächen zu Recherchezwecken zählt die gute Vorbereitung: Was will ich wissen? Eine freundliche Atmosphäre trägt dazu bei, dass ein gutes Gespräch zustande kommt.

Bei der **Internet-Recherche** zählt die Fähigkeit Informationsmüll von relevanter Info zu trennen. Ein Problem stellt die Qualitätsbeurteilung im Netz dar. Das Internet sollte nicht als einzige Quelle verwendet werden, sondern auch offizielle, direkte Quellen.

- **Wikipedia** wird kollektiv von interessierten BesucherInnen erstellt und kontinuierlich erweitert. Durch die große Anzahl an UserInnen steigt die Qualität der Beiträge, Fehler können schnell durch „Besserwissende“ ausgeglichen werden. Dennoch kann Wikipedia eine qualitativ abgesicherte (Print-)Publikation nicht ersetzen.
- **Suchmaschinen** durchkämmen sämtliche Webseiten und deren Verweise. Dabei speichern sie standardisiert Dateninhalte: sie „indizieren“ das Netz. So werden bei einer Suchanfrage Übereinstimmungen verglichen und nach unterschiedlichen Kriterien sortiert. Bei einer Google-Suche durchsucht man also nicht das Netz an sich, sondern die Google-Datenbank, die keinen Anspruch an Aktualität stellt. Denn oft dauert es Wochen, bis neueste Inhalte indiziert werden.

„Die Recherche ist die Kür des Journalismus: Nur so erfahren die Menschen die Ereignisse, die ohne die Mühe der JournalistInnen niemals ans Licht gekommen wären. Keine journalistische Aufgabe ist schwieriger, aber auch so abhängig von Zufällen, vom Glück – und von einer detektivischen Kleinarbeit. Nur die Fleißigen und Couragierten nehmen sie auf sich.“ (aus: Wolf Schneider, Paul-Josef Raue: Handbuch des Journalismus)

Ein häufiger Fehler ist das Recherchieren in die Breite: Materialien über das Umfeld, die Vor- und Vorgeschichte, alle möglichen Folgen werden gesammelt. Bald kommt man drauf, dass alles mit allem zusammenhängt – und die Geschichte wächst einem über den Kopf...

Die Reihung eines Suchmaschinen-Eintrags sagt nichts über die Qualität der Information aus!

SENDUNGSGESTALTUNG

1. Selbstverständnis

Einen wunderschönen Tag! Sie lesen Ihre Hit-Kolumne mit den Superworten der 80er und 90er. Viel Spaß und allzeit Sonne im Nacken bei jedem Wetter und den geilsten Ortstemperaturen der letzten 2000 Jahre! Na, war dieses Intro nicht cool? Also, ich persönlich fand es richtig scheiße, aber wenn man den gewitzten Medienprofis der modernen Hit-and-Fun-Rundfunkanstalten glauben mag, so sollte es Ihnen eigentlich supergut gefallen haben, oder?

aus „Was ist Formatradio?“ von Oliver Kalkofe, deutscher Satiriker und Kolumnist, www.kalkofe.de.

Die oberste Regel vorweg

Im Nichtkommerziellen Rundfunk sind RadiomacherInnen in der Gestaltung ihrer Sendung vollkommen frei. Sie können und sollen **kreativ** und gegen die Regeln des Formatradio-Breises denken und experimentieren. Freies Radio darf anders sein! Nütze diese Freiheit und drücke deiner Sendung deinen persönlichen Stempel auf! Oberstes Ziel bleibt, dass die ZuhörerInnen dranbleiben und auch beim nächsten Mal wieder zuhören wollen. Daher ist Folgendes zu berücksichtigen:

Die Kraft des Radios

Radiohören ist mit dem Lesen vergleichbar. Beim Lesen eines Buchs beispielsweise haben wir einen visuellen Input und beim Radiohören haben wir einen auditiven Input. Beides lässt Raum für das Entstehen von Bildern oder ganzen Geschichten in der Phantasie: das **Kopfkino**. Diese Kraft ist wohl das Spannendste und die Besonderheit am Medium Radio.

Bildhafte Sprache, der Einsatz von Atmo und Geräuschen fördert die Vorstellungskraft bei den HörerInnen und gehört ins Radio! Das Fernsehen bietet uns dafür keinen Raum. Es berieselt uns mit Bildern und Geräuschen und bietet keinen Platz für die eigene Vorstellungskraft.

Spannung halten und für Abwechslung sorgen

Eine gute Sendung fesselt ihre HörerInnen auch über längere Zeit an das Radiogerät und hält ihre Aufmerksamkeit aufrecht. Das kann durch eine geschickte **Dramaturgie** erreicht werden, z.B. durch gezielten dynamischen Wechsel von unterschiedlichen akustischen Formen wie Moderation, O-Tönen, Musik, oder durch spannende Sendungsinhalte, wie Interview, Beitrag etc.

Was? Wer? Wie?

Grundsätzlich solltest du noch überlegen und festlegen:

- **Was** will ich mit meiner Sendung kommunizieren?
- **Wen** will ich erreichen? Wer ist Zielpublikum?
- Welche **Qualitätsstandards** bestimme ich für die Radioshow?
- Welchen **Stil** soll meine Sendung haben?



*Ein Thema kann allein durch **ausgewählte Aspekte** oder die Mischung aus Fakten und Beispielen interessant werden und Plastizität vermitteln.*

WICHTIG! Lass deutlich und authentisch erkennen, dass du das Thema spannend und interessant findest. Langeweile ist im Radio hörbar!

2. Sendungsformat

Das **Format** prägt den Stil der Sendung. Wird es eine Magazin-, Musik-, eine Informations- oder Nachrichtensendung, eine Talkshow? Oder etwas ganz anderes?

Kriterien und Fragen für die Formatfindung können sein:

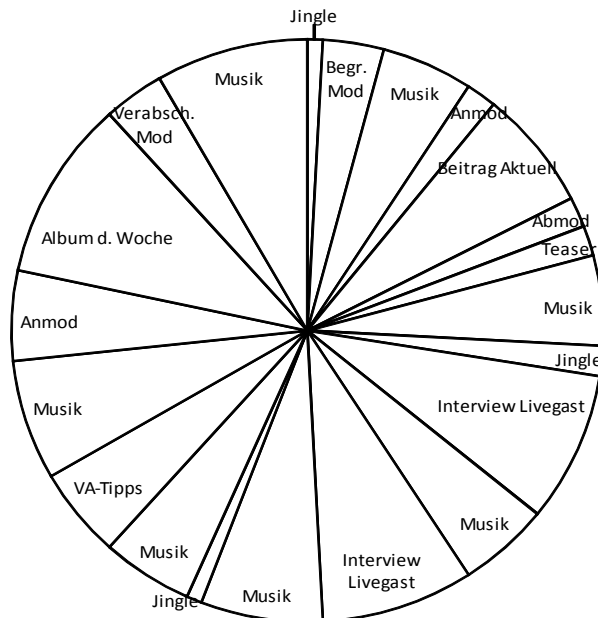


- ◆ **Anspruch**
 - Möchte ich in meiner Sendung informieren, unterhalten oder beides?
 - Was höre ich selber gerne? Von welchen Radiosendungen fühle ich mich angesprochen und vor allem: warum?
- ◆ **Zielgruppe**
 - Wem will ich eigentlich was erzählen?
 - Wie bereite ich Infos auf, damit sie auch für HörerInnen spannend sind, die nichts mit der Sache zu tun haben?
- ◆ **Wort- und Musikanteil**
 - Wie viel Musik spiele ich in der Sendung
 - Wie viel Wortanteil habe ich?
 - Wann und wie setze ich Wort und Musik ein?
- ◆ **Musikauswahl und -einsatz**
 - Welche Musikfarbe soll die Sendung haben?
 - Kann ich zum Thema passende Musik einsetzen?
 - Wie stelle ich ein ausgewogenes Verhältnis aller Stilrichtungen her (außer bei Spezial-Musiksendungen)?
- ◆ **Informationsanteil**
 - Wie informiere ich: möchte ich ein Thema erläutern, kommentieren oder diskutieren?
- ◆ **Art der Präsentation**
 - Wie spreche ich meine HörerInnen an? Du/Sie?
 - Wähle ich Hoch- oder Umgangssprache?
 - Wie ist meine Haltung: locker, informierend, ernst etc.
 - Was passt zu der Uhrzeit, zu der die Sendung läuft?
- ◆ **Rubriken**
 - Gibt es Inhalte, die in jeder Sendung ähnlich sein sollen?
 - Kann ich diese mit z.B. Rubriken-Jingles einleiten und somit Wiedererkennungswert schaffen?
- ◆ **Dramaturgie**
 - Soll meine Sendung dicht und fesselnd oder eher locker und beiläufig sein?
 - Wie gestalte ich den roten Faden durch die Sendung, damit die HörerInnen dranbleiben?
- ◆ **Machbarkeit**
 - Ideen gibt es viele, aber kann ich alles organisieren und umsetzen?
 - Wenn ja, wie?

3. Sendeplanung

Das Um und Auf neben einer guten Sendungsidee ist die Planung: Welche Bausteine hat die Sendung und wie ist die **Abfolge der wesentlichen Elemente** Jingles, Moderation, Musik, Inhalte, Infos etc.

Beispiel einer Sendeuhr für eine Magazinsendung mit 60 Minuten



Element	Dauer/Min
Jingle	0,5
Begr. Mod	2
Musik	3
Anmod Beitrag	1
Beitrag Aktuell	4
Abmod Beitrag	1
Teaser Gast	1
Musik	3
Jingle Livegast	1
Interview Gast	5
Musik	3
Interview Gast	5
Musik	4
Jingle	0,5
Musik	4
VA-Tipps	3
Musik	4
Anmod	3
Album d. Woche	6
Verabsch. Mod	2
Musik	5

Beispiel eines Sendungsablaufs in Tabellenform

Element	Vorproduziert/Livemoderation	Min
Jingle	Vorproduziert mit Musikbett	0,5
Begr. Mod	Hallo und herzlich Willkommen zum Magazin X! Am Mikro begrüßt euch Anna Mustermann. Und das sind unsere Themen... (...)	2
Musik	Interpret, Titel, Track-Nummer	3
Anmod Beitrag	Kein Thema bewegt die Studentische Szene so wie der Vorstoß der Bundesregierung (...)	1
Beitrag	vorproduziert	4
Abmod Beitrag	Das war ein Beitrag von Sabine Maier. Mehr Infos zur Initiative „Uni Neu“ gibt's unter ... (...)	1
Teaser Gast	Student war einst auch unser heutiger Studiogast. (...) Was Karl Huber dazu sagt und was er uns von seinen Reisen mitgebracht hat, erfahrt ihr nach der neuen Nummer von (...)	1
Musik	Interpret, Titel, Track-Nummer	3
Jingle	Vorproduziert mit Musikbett	1
Interview Livegast	Zu Fuß durch die Welt. Karl Huber hat in den letzten 3 Jahren 20.000 Kilometer zurückgelegt. Gelernt und gelebt hat er dabei Konsumverzicht, ein einfaches und ökologisches Leben. Karl, wir freuen uns, dass du heute bei uns bist. Meine erste Frage... (...)	5
Musik	Interpret, Titel, Track-Nummer	3
Interview Livegast	Wir sind zurück im Studio, ihr hört das Magazin X, zu Gast ist heute der Weltenbummler Karl Huber. Wir haben uns soeben über deine beeindruckendsten Reiseerlebnisse unterhalten und du hast gesagt, nichts hat dich so bewegt wie... Hat das dein Leben verändert? (...)	5

Gute Vorbereitung ist die halbe Miete!

Eine ausführliche Planung der Sendung erleichtert den Start ins Radiomachen! Zu Beginn der Radiotätigkeit kann der Plan ruhig ausführlicher ausfallen. Mit der Routine wird die Planung zügiger und automatisierter voran gehen.

Schreibe dir Moderationstexte zumindest in Stichworten vor. Probe die Sendung vorher (Trockentraining) und sei früh genug beim Sender oder im Studio. So wirkst du der Nervosität in der Livesituation entgegen.

4. Reflexion und Feedback



Im Radio spricht man ein unsichtbares Gegenüber an. Reaktionen, wie es sie sonst in der mündlichen Kommunikation gibt, bleiben aus. Reflexion und Feedback sind aber wichtig, um selbst in der eigenen Arbeit weiterzukommen und die Qualität der Sendung sicherzustellen.

4.1 Selbstreflexion

SendungsmacherInnen können die Sendung direkt nach Ausstrahlung mit nach Hause nehmen, anhören und analysieren. So wird er/sie selbst mit der Zeit zum/r Experten/in. Dabei sollte man nicht zu selbstkritisch sein! Radiomachen ist „learning by doing“ und erfordert Übung. Kleine technische Missgeschicke oder Versprecher sind kein Beinbruch, sie machen sympathisch. Wenn man richtig mit ihnen umgeht, wird niemand deswegen weiterzappen!

*Wichtig ist, nicht taub gegenüber **Gewohnheiten** (Schmatzen, „Ja“, „Ähm“ etc.) oder technischen Fehlerchen (schlecht ausgepegelte Mikros, leise Moderation, laute Musik, Studiogeräusche etc.) zu werden.*

Kriterien für die Selbstreflexion können sein:

- **Technische Umsetzung**
 - Lautstärkewechsel bei Übergängen
 - Talk-Over-Music
 - Umgang mit Fehlern und Missgeschicken
- **Moderation**
 - Sprachliche Verständlichkeit
 - Inhaltliche Verständlichkeit
- **Inhaltliche Aufbereitung**
 - Präsentation von Themen
 - Recherche
 - Vorbereitung
 - Musikauswahl
 - Einbindung von Studiogästen
 - Spannungsbogen
- **Gesamteindruck**

4.2 Feedback

Feedback von außen kann sehr hilfreich sein, um eigene „blinde Flecken“ erkennen zu können. Diese zwei Feedback-Methoden sind schnell anwendbar und einfach zu merken:



Feedback gibt es in jedem Radio auf Wunsch durch die MitarbeiterInnen. Manche Radios bieten auch eigene Feedback-Workshops an.

Kurz-Feedback in vier Schritten

- **Gesamt-Rückmeldung:** zur Gesamtleistung oder Gesamtsituation
- **Positive Beobachtungen:** Ich-Botschaften, begründen
- **Negative Beobachtungen:** Ich-Botschaften, begründen
- **Empfehlungen:** Wünsche, Hinweise, Anregungen

Das Carmen-Thomas-Fenster

Das Carmen-Thomas-Fenster ist ein gutes Modell für angeleitetes Feedback durch andere. Es kann das einfach und schnell in vielen Bereichen eingesetzt werden.

Was mir besonders auffällt und wichtig ist: !	Was mir einfällt, was offen ist: ?
Was mir gefällt 	Was mir missfällt, was mir nicht gefällt 

Wie mit Feedback umgehen?

Feedback soll **bestärken** und **motivieren!** Dabei ist zu beachten, dass Feedback immer **subjektiv** ist. Es ist also der Ausdruck einer persönlichen Meinung und keine objektive Kritik.

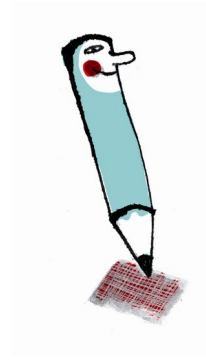
Damit Feedback funktioniert, muss die eigene Meinung in **Ich-Botschaften** formuliert und begründet werden, z.B. „Für mich wirkt das...“

Feedback ist etwas, worum eine Person bitten kann oder das eine Person anbieten kann. Als Angebot sollte es auch kommuniziert werden.

Wer Feedback erhält, sollte es überdenken, muss es aber nicht annehmen. Er/sie muss nichts dazu sagen, sich vor allem nicht verteidigen oder rechtfertigen.

5. Checklist Sendungsgestaltung oder 7 Tipps für eine schlechte Sendung

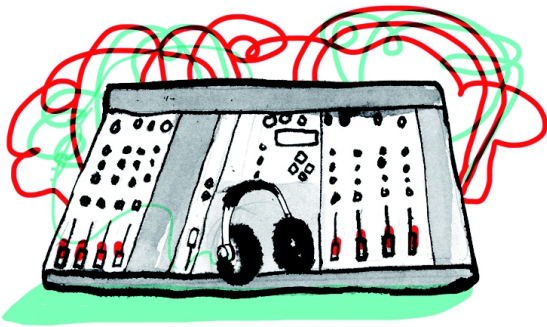
- **Bleib anonym**
Verrate am Beginn der Sendung nicht wer du bist. Sag auch nicht, was in der kommenden Stunde passieren wird. Und wenn du ausnahmsweise nicht vorbereitet bist, dann lasse das die HörerInnen gleich wissen, die finden das sicher spannend.
- **Denke nicht an die HörerInnen**
Du bist jetzt im Radio und wahrscheinlich hört eh niemand zu. Rede einfach drauflos und grüße vorweg gleich deine besten Freunde.
- **Rede viel über Fehler**
Eine technische Panne allein macht noch keine schlechte Sendung. Du musst nur oft genug darüber reden. Wenn's passiert ist, entschuldige dich mehrmals dafür und sprich von technischen Problemen. Dann entschuldigst du dich nochmal. Am besten entschuldigst du dich gleich in der Anmoderation für die „technischen Probleme“ der letzten Sendung.
- **Bei Interviews immer improvisieren**
Stelle deine Interview-PartnerInnen nicht vor, erkläre den HörerInnen auch nicht, warum er/sie gerade jetzt im Studio ist. Denke nie an eine thematische Gliederung und befrage deine Interview-PartnerInnen kreuz und quer so lange, bis dir definitiv nichts mehr einfällt.
- **Telefoniere mit deinen FreundInnen**
Radio wird dann interessant, wenn die HörerInnen mitreden können. Also fordere sie auf, in der Sendung anzurufen. Sage ihnen aber nicht warum und zu welchem Thema. Falls sich niemand meldet, rufe die Nummer eines Freundes an und frage ihn on air, was er gerade tut.
- **Verwende Superlative**
Versuche das Massenradio (zum Beispiel Ö3) zu kopieren. Verwende Superlative wie wir sind "die Besten", "die Schönsten", "die Größten", etc. Die HörerInnen werden es dir glauben.
- **Abmoderieren ist uncool**
Auch am Ende der Sendung ist Anonymität gefragt. Sag nicht, wer du bist. Besser auch kein Hinweis auf die Website deines Freien Radios. Wenn du schon zum Schluss noch etwas sagen möchtest, dann entschuldige dich nochmal für "technische Probleme".



TECHNIK BASICS

Radiomachen ist nicht schwer. Man muss kein Tontechnikstudium absolviert haben, um eine gute Sendung zu produzieren. Mischpult, Mikros und Aufnahmegeräte machen es möglich, ein gutes Programm zu produzieren, mit dem man sich im Radio Gehör verschaffen kann. Die Qualität der Sendung hat man dabei selbst in der Hand! Einige technische Basics dazu sollten angehende RadiomacherInnen unbedingt wissen.

1. Mischpult



Das Mischpult ist das Herzstück eines jeden Radiostudios. Es vereint und steuert alle Komponenten, die zur Produktion von Radiosendungen notwendig sind. Das sind z.B. Zuspielgeräte wie Mikros, Studio-PC, CD-Player, Plattenspieler, Studiotelefon etc. Alle diese Geräte sind an die Kanäle des Mischpults angeschlossen.

Kanal über das Mischpult on air schicken

Erstens Kanal über einen ON-Button einschalten und zweitens Lautstärke mit dem „Fader“ auf z.B. 0 dB regeln. Je nach Stimmlautstärke oder Sprechabstand zum Mikro bzw. Musikintensität (Drum'n'Bass ist z.B. anders produziert als Klassische Musik) müssen die dB erhöht oder reduziert werden, sodass bei der HörerInnenschaft ein **gleichmäßiges Signal** ankommt. Moderationen, Musik, Studiogäste etc. sollten in ihrer Lautstärke nicht stark variieren. Denn das müssten die ZuhörerInnen am Radiogerät selbst mit dem Volume-Regler ausgleichen.

Wie laut bzw. ausgewogen die Sendung im Radio ankommt, kontrolliert man einerseits über die **Kopfhörer**, die wiedergeben, wie sich die Sendung im Radio anhört. Andererseits über den **Master-Pegel**, eine Anzeige am Kopf des Mischpults, der anzeigt wie stark das Signal (Moderation, Musik...) ist, das on air geht. Die Nadel des Master-Pegels sollte den roten Bereich nicht für längere Zeit überschreiten, da sich sonst eine dauerhafte Übersteuerung ergibt.



Auch wenn das **Hören der eigenen Stimme** anfänglich noch ungewohnt ist, sollte während der Sendung immer der Kopfhörer aufgesetzt werden, angenehm laut eingestellt. Das hilft, sich an die eigene Stimme zu gewöhnen und Kontrolle über die Lautstärke der Sendung zu behalten! Studiogäste ohne Erfahrung irritiert der Kopfhörer aber meist.

Radio (v. lat.: radius = der Strahl), kurz für Radio- oder Rundfunkempfangsgerät, bezeichnet einen Apparat zum Empfang von Hörfunksendungen. Diese werden bei herkömmlichen Radios von einem terrestrischen Rundfunksender über elektromagnetische Wellen oder als hochfrequente elektrische Signale über Kabel ausgesendet. Die empfangene Information wird im Wesentlichen in Schall umgewandelt; zu einem kleinen Teil enthält sie RDS-Daten, die Zusatzinfos (z.B. Sendernamen) übertragen. Hörfunk kann auch mit Computern (Streaming Audio, Internetradio) und Satellitenempfängern gehört werden.

dB ist die Abkürzung für **Dezibel**. dB ist keine Maßeinheit, sondern eine Verhältniszahl. Sie bezieht z.B. das Verhältnis zwischen Distanz und Schalldruck.

Wie kommt das Signal vom Studio ins Radiogerät?

Im Mischpult werden die elektrischen Audiosignale von den Mikros und diversen Zuspielgeräten gesammelt und zu einem Stereosignal gemischt. Dieses geht vom Mischpult in einen Signalprozessor, wo es zu einem rundfunktauglichen Signal konditioniert wird. Dabei werden z.B. Pegelspitzen abgeschnitten und zu leise Signale angehoben. Dann wird das Signal in drei Signale gesplittet:

- Eines geht in das gesetzlich vorgeschriebene Logging (Aufnahme des Programms zu Archivierungszwecken),
- eines in den Internet-Stream,
- das dritte Signal wird in einen Codec geschickt, der das analoge Audiosignal in ein digitales wandelt.

Über eine Telefonleitung oder Funkverbindung wird dieses digitale Signal zum Sender geschickt und von einem HF-Modulator in ein Hochfrequenzsignal (HF) mit z.B. 105 Megahertz (MHz) ummoduliert. Mit rund 250 Watt geht das Signal dann in die Sendeantenne.

Im Radioempfänger wird das HF-Signal wieder in ein analoges gewandelt und über einen Audioverstärker an den Lautsprecher geschickt.



Wichtige Mischpult-Funktionen



1. MONO: Durch das Aktivieren des Mono-Knopfes wird aus einem Stereo- ein Mono-Signal erzeugt. Es wird auf beiden Ausgangskanälen dasselbe Signal ausgegeben.

2. GAIN: Gain kontrolliert die Vorverstärkung am Eingang des Mischpultkanals. Jedes Mikrofon und jedes Gerät, das am Mischpult angeschlossen ist, liefert unterschiedliche Signalpegel. Mit Gain kann das Signal lauter gestellt, „aufgefettet“ werden.

3. LINE B: An das Mischpult können neben dem Mikrofon auch noch zwei Wiedergabegeräte pro Kanal angeschlossen werden. Somit muss entsprechend den Einstellungen Line A oder Line B aktiviert werden.

4. MIC: Dieser Schalter muss aktiv sein, wenn das Mikrofon verwendet wird. Das Drücken dieses Schalters deaktiviert Line A und B.

5., 6., 7. Filter oder Equalizer: Steht der Regler in der Mittelposition, bleibt das Signal unverändert. Eine Drehung nach links senkt die Einstellung, eine Drehung nach rechts hebt sie.

5. HIGH: Hier können die Höhen des Signals verändert werden. Bei einer sehr höhenlastigen Stimme kann dieser Regler leicht in den Minus-Bereich gedreht werden, z.B. bei starken Zischlauten.

6. MID: Die mittlere Tonhöhe kann verändert werden.

7. LOW: Hier können die Tiefen verändert werden. Bei sehr hoher Stimme kann dieser Regler leicht in den Plus-Bereich gedreht werden.

8. SUB: Wird aktiviert, wenn am PC aufgenommen werden soll.

9. PAN = Panorama/Balance: Dieser Regler platziert das Signal zwischen linkem und rechtem Tonkanal.

10. CUE/SELECT: Durch das Drücken des Cue-Knopfes kann während einer Livesendung ein zweiter Output Kanal zum Vorhören geöffnet werden, ohne dass dieses Signal on air geht. Wenn also live gerade ein mp3 über den Studio-PC abgespielt wird, kann gleichzeitig durch das Drücken des Cue-Knopfes beim CD-Kanal eine CD vorgehört werden, ohne dass das Signal übertragen wird. Solange der Cue-Knopf aktiviert ist, hört man am Kopfhörer das sogenannte Cue-Signal.

11. ON: Drücken des ON-Knopfes aktiviert (grünes Leuchten) bzw. deaktiviert den jeweilige Kanal.

12. FADER: Regelt den Pegel des Kanals. Je weiter oben der Regler, umso lauter das Signal. Dabei muss auf die Anzeige des Mastersignals am Mischpult geachtet werden. Die Anzeige sollte nicht in den roten Bereich ausschlagen. 0 dB ist der Richtwert.

HIGH: Hat der Sprecher eine sehr tiefenlastige Stimme, dann den Regler leicht in den Plus-Bereich drehen und Höhen künstlich anheben.

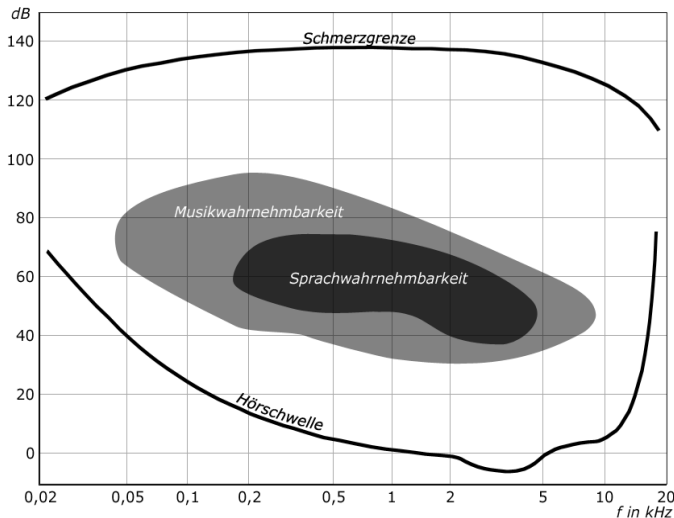
LOW: Bei sehr tiefer Stimme bzw. starken Atemgeräuschen diesen Regler in den Minus-Bereich (links) drehen.

ACHTUNG! Bei den High-, Mid- und Low-Reglern ist Millimeterarbeit gefragt! Werden die Regler zu weit verstellt, wirkt die Stimme verzerrt und künstlich. Wer sich nicht auskennt, sollte unbedingt Finger davon lassen!

2. Mikrofondkunde

Hörfläche

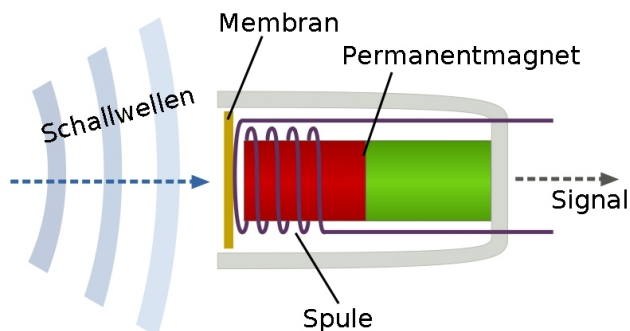
Das menschliche Gehör kann akustische Ereignisse nur innerhalb eines bestimmten Frequenz- und Schalldruckpegelbereichs wahrnehmen.



Die **Hörschwelle** ist derjenige Schalldruck bzw. Schalldruckpegel, bei dem unser Gehör Töne oder Geräusche gerade noch wahrnimmt.

Als **Hörgrenze** werden die untere und obere Grenzfrequenz des Hörbereichs bezeichnet.

Das dynamische Mikrofon

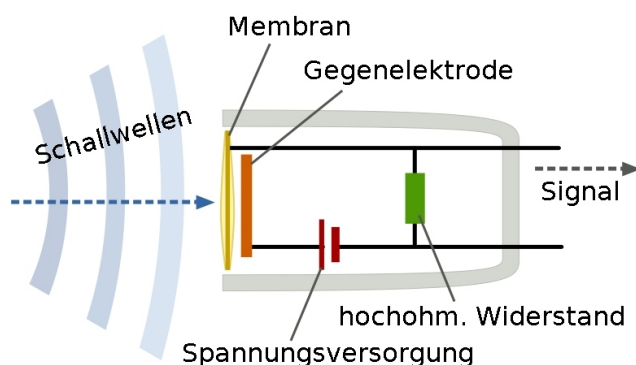


Das **Dynamische Mikrofon** ist ein elektroakustischer Wandler, der Schallereignisse als Schalldruckimpulse nach dem Prinzip der elektromagnetischen Induktion in elektrische Spannungsimpulse wandelt.

Vorteile: unempfindlich gegen unsanfte Behandlung, sehr laute Töne führen nicht zu Verzerrungen, keine Batterie notwendig.

Nachteile: leise Töne werden nur schlecht aufgenommen.

Das Kondensatormikrofon



Das **Kondensatormikrofon** ist ein elektroakustischer Wandler, der Schall in ein entsprechendes elektrisches Signal wandelt. Es benötigt elektrische Energie, die sogenannte Phantomspeisung.

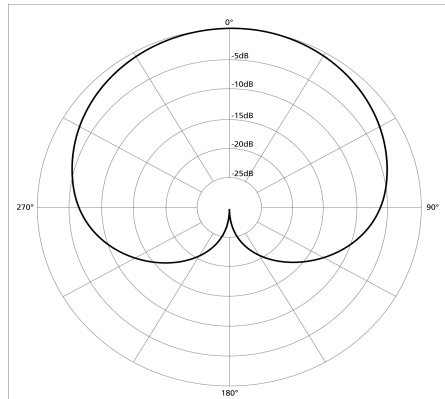
Vorteile: Geräusche und leise Töne können damit gut aufgenommen werden, klingt neutraler als ein dynamisches Mikro.

Nachteile: laute Töne können zu Verzerrungen im Mikro führen, mechanisch (Membran) nicht so stabil wie dynamische Mikros.

2.1 Richtcharakteristika bei Mikrofonen

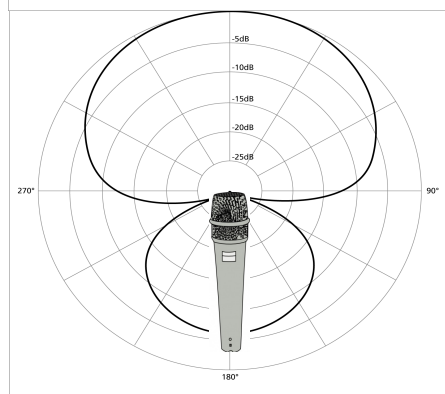
Die Richtcharakteristik beschreibt die Empfindlichkeit eines Mikrofons im Hinblick auf den Schalleinfallswinkel. 0° gibt die Richtung an, in die das Mikrophon gehalten wird. Richtcharakteristika werden grafisch zweidimensional dargestellt, man muss sie sich aber dreidimensional vorstellen.

Niere



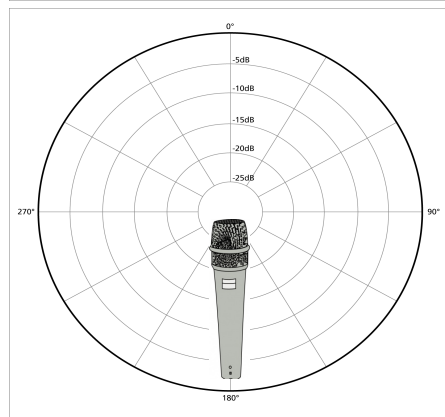
Mikrofone mit **Nierencharakteristik** werden im Radiobereich am meisten verwendet und sind eigentlich der gängige Standard. Sie eignen sich für Aufnahmen aller Art, z.B. für Interviews, Reportageaufnahmen etc.

Hypernieren



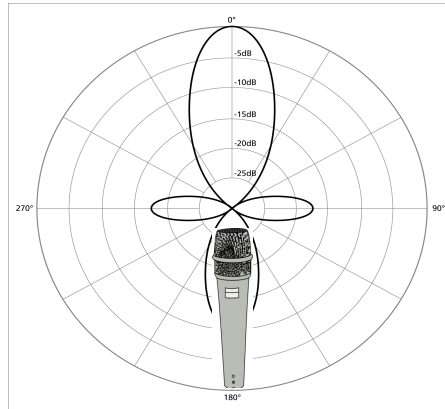
Die **Hypernieren** ist eine erweiterte Form der Niere. Im Unterschied zur Niere werden Umgebungsgereusche etwas stärker ausgeblendet. Sie ist für Aufnahmen aller Art geeignet.

Kugel



Mikrofone mit **Kugelcharakteristik** verwendet man hauptsächlich, um Raumschall von rundum aufzunehmen, egal ob es sich um Musik, Sprache oder Geräusche handelt.

Keule



Mikrofone mit einer **Keulencharakteristik** werden meist zur Aufnahme aus größerer Entfernung verwendet (Richtmikrofone). Sie fokussieren den Punkt der Schallquelle und blenden Nebengeräusche aus.

2.2 Steckverbindungen

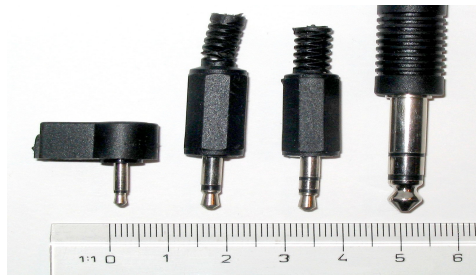
Die gebräuchlichsten Steckverbindungen im Audibereich sind:

XLR



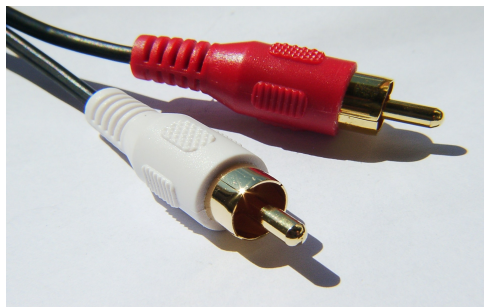
XLR (Xscreen Live Return) ist die weltweit am meisten verbreitete Steckverbindung im Bereich der Audioproduktion. Es gibt 3-, 5- und 7-polige XLR-Stecker. Am gebräuchlichsten sind 3-polige XLR-Buchsen (female; Weibchen) oder XLR-Stecker (male; Männchen).

Klinke



Klinkenstecker gibt es in verschiedenen Größen. Hauptsächlich werden „kleine Klinken“ (3,5 mm; 3-polig) oder „große Klinken“ (6,3 mm; 2- oder 3-polig) verwendet.

Cinch



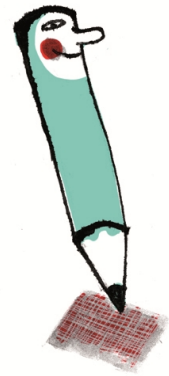
Cinch-Stecker werden hauptsächlich im Hifi-Bereich (Stereosystemen, ...) verwendet. Das linke Signal wird durch einen weißen oder schwarzen Stecker markiert, das rechte Signal ist rot markiert.

Grundsätzlich empfiehlt es sich bei Aufnahmen außerhalb des Radiostudios immer, Kabel mit verschiedenen Steckverbindungen und/oder Adapter mitzunehmen, um rasch auf die Situation vor Ort reagieren zu können.

So haben beispielsweise Veranstaltungshäuser unterschiedliche Audioanlagen, an denen man das Aufnahmegerät nach Rücksprache mit den dortigen TontechnikerInnen meistens auch zum Aufzeichnen anstecken kann.

ACHTUNG! Niemals ein Audiogerät ohne Nachfrage und Erlaubnis an ein fremdes Mischpult anstecken! Hier sind TontechnikerInnen besonders sensibel!

3. Checklist für Livesendungen



Vor der Sendung

- **Vorbereitung ist die halbe Miete!** Mit vorbereiteter Moderation, Musik und Timetable fällt es leichter sich während der Sendung zu orientieren und sich auf die Technik zu konzentrieren.
- **Pünktlichkeit:** Erscheine früh genug, um dich in Ruhe auf deine Sendung vorzubereiten.
- Welche **Geräte/Kanäle** werden benötigt? Sind alle Regler in der richtigen Ausgangsposition?
- **Mp3-Audiofiles** vorbereiten: Scheinen am PC die richtigen Files auf und sind sie im Abspielprogramm richtig platziert?
- **CD1/CD2** einlegen und richtigen Track anwählen
- **Sendungsablauf** auf Pult/gut sichtbar platzieren
- **Lärmquellen** ausschließen (Fenster schließen, Handy ausschalten)
- **Essen und Trinken** haben im Studio bzw. in Mischpultnähe nichts verloren!
- **Studiogäste** einführen: Vorgespräch führen, Zeichen vereinbaren, Abstand zum Mikro zeigen, Thema durchgehen, etc...
- **Kopfhörer** aufsetzen und Lautstärke regeln
- Wenn möglich, immer vorab einen **Sprechtest** machen (Lautstärkeregelung/Master)
- **Stimmblätter** aufs Sprechen vorbereiten! (Summen)
- **Körperhaltung** kontrollieren (Beine am Boden, gerade Haltung)
- Kurz vor der Sendung **tiiiiiiiiief durchatmen, Freude haben, authentisch sein!**

Auf Sendung

- **Pegelanzeige** permanent beobachten und Kopfhörer benutzen! Nur so können Fehler in der Aussteuerung ausgeglichen werden!
- **Uhr beobachten:** Wie viel Sendezeit bleibt mir? Was kommt nach mir (Livesendung/Playlist)?
- **Falls ein Fehler passiert:** Ruhe bewahren! Ein Musikstück später weiß das niemand mehr... Außer, man weist die HörerInnen dreimal darauf hin!
- **Immer einen Schritt voraus denken!** Während der Moderation sind das nachfolgende Lied und der Beitrag am besten schon abspielbereit. So entstehen keine Pausen.
- **Gegen Ende der Sendung:** Plane genügend Zeit für die Sendungsübergabe an den/die nächste/n ProgrammacherIn ein. Verabschiede dich und lege ein langes Lied ein.

Nach der Sendung

- **Mischpult:** Standardeinstellungen wiederherstellen
- **Ordnung:** Studio so verlassen, wie man es selbst vorfinden möchte.

4. Checklist mobile Aufnahmetechnik

Jedes Freie Radio bietet ein Pool an verschiedenen mobilen Aufnahmegeräten an. Die Einführung dazu bekommt man im jeweiligen Radio selbst. Jedenfalls sind aber vor, während und nach der Aufnahme einige Dinge zu beachten, die die Qualität der Aufnahme sicherstellen:



Vor der Aufnahme

- Gerät und Equipment der geplanten **Aufnahmesituation anpassen**: passendes Stativ, Kabellänge, Steckverbindungen, Adapter etc.
- Aufnahmegerät nochmal **durchchecken**: Ist alles da? Batterien in Reserve? Kurzen Funktionstest machen.
- Setting wählen: Auf möglichst **ruhige Gesprächsumgebung** ohne Hintergrundgeräusche achten.
- **Windschutz/Poppschutz** für Mikro Indoor und Outdoor verwenden.
- Beim Outdoor-Interview: Stark befahrene Straßen, Baustellen, Menschenmengen und andere unerwünschte **Lärmquellen meiden** bzw. nicht in deren Richtung Interviews oder Aufnahmen machen.
- Beim Indoor-Interview: Auf ruhige Gesprächsumgebung ohne **Hintergrundgeräusche** achten, z.B. von Computer, Kühlschrank, Neonlicht, Kaffeemaschine etc.
- Dem Gegenüber in einem **Vorgespräch** die Nervosität und die Angst vor dem Mikro nehmen.
- Mikro fest in der Hand halten; Mikroschleife binden, damit das Kabel nicht schlackert.

Während der Aufnahme

- **Kopfhörer** unbedingt aufsetzen für optimale Kontrolle über die Aufnahme! Nebengeräusche o.ä. sind nur so hörbar.
- Kontrollieren, ob das Gerät auch wirklich aufnimmt.
- Immer auf Technik, Tonqualität und Pegelanzeige achten!
Zu laut: die Aufnahme übersteuert und ist **unbrauchbar**
Zu leise: bei der Nachbearbeitung entsteht **Rauschen** durch Verstärkung
- Mikro niemals aus der Hand geben.
- **Blickkontakt** halten und nicken o.ä.; keine hörbaren Kommentare abgeben: mmmh, ja genau, echt?
- Jeder Raum hat seine eigene Atmosphäre! Daher kann es für die Nachbearbeitung hilfreich sein für 30 Sekunden mit dem Mikro den Raumklang aufzunehmen.

Nach der Aufnahme:

- Speichern der Aufnahme und Mikro ausschalten.
- Vor Geräterückgabe: **Speichern** der Daten auf dem eigenen PC.
- Kontrollieren, ob das ausgeliehene Equipment komplett ist (Kabel, Adapter, ...)

ACHTUNG! Die Daten nicht direkt vom Aufnahmegerät ins Schnittprogramm ziehen. Es droht Datenverlust!