



Das Hörbare sichtbar machen

Fachtagung: Gesichter des Bürgerfunks in NRW 2013

Mehr als fünfzig Vertreter von Radiowerkstätten und Fördervereinen, die in Nordrhein-Westfalen zum Bürgerfunk beitragen, haben sich am 22./23. April in Bad Honnef zu einer Standortbestimmung getroffen. Gemeinsam suchten sie bei der Fachtagung zum Thema „Gesichter des Bürgerfunks“ nach Lösungen, um den Bürgerfunk zu verbessern und noch bekannter zu machen. Diskutiert wurden auch Online-Optionen und Fragen des Findens und Förderns von Nachwuchs. Außerdem forderten Bürgerfunk-Vertreter vom Gesetzgeber bessere Sendezeiten und mehr Geld.

Nach Bad Honnef eingeladen hatten die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), der Landesarbeitskreis Qualitätsoffensive Lokalfunk (LAK) und das Katholisch-Soziale Institut (KSI). Der „Bürgerfunk-Gipfel“ findet bereits seit 2010 einmal pro Jahr in Bad Honnef statt und ist längst mehr als ein informeller Informationsaustausch. Das Programm setzte unter dem Titel „Gesichter der Bürgerfunks 2013“ auch in diesem Jahr wieder wichtige Impulse. So wurde etwa deutlich, dass der Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen dringend so etwas wie eine gemeinsame Dachmarke braucht, um von sich reden zu machen. Auch wenn noch kein gemeinsames Logo oder ein neuer Slogan gefunden wurde: Mit der Aktualisierung des 2006 erstellten Leitbildes „Gelungener Bürgerfunk“ legten die Tagungsteilnehmer eine Basis für ihre Bürgerfunk-Zukunft.

LfM-Direktor **Dr. Jürgen Brautmeier** bezeichnete die Programme der Bürgerfunker als „große Bereicherung jenseits des Mainstream“, und **Gerd Heistermann** empfahl, respektlos und mutig zu sein. „Das könnte Bürgerradio riskieren“, betonte der Chefredakteur von Radio Lippe Welle Hamm. „Sie müssen keinem gefallen“, schärfte er den Bürgerfunkern

ein und verwies darauf, dass jenseits von kommerziellen Zwängen „authentisches Radio von Überzeugungstätern“ möglich sei. Heistermann unterstrich, Lokalfunk dürfe auch anstrengend und herausfordernd sein. Zugleich müsse das Radio als Medium Begleiter, Unterhalter und wie ein Freund sein, der ehrlich und kritisch sei. Gefragt seien Neuigkeiten mit Gesprächswert sowie Themen und Beiträge, die gesellschaftliche Diskussionsprozesse auslösen könnten.



Kamingespräch: Dr. Brautmeier und Radio-Essen-Chefredakteur Pflug.

„Wir brauchen engagierte Menschen, die Radio machen wollen und sich am gesellschaftlichen Diskurs beteiligen“, formulierte **Peter Schwarz**, der bei dem LfM für den Bereich Bürgermeiden zuständig ist, die aktuelle Herausforderung. Vor allem junge Radiomacher könnten beim Bürgerfunk lernen, Medien nicht nur zu konsumieren, sondern auch selbst zu gestalten, plädierte **Klaus Kriebel** als Mitglied des Landesarbeitskreises Qualitätsoffensive Lokalfunk für Projekte mit Kindern und Jugendlichen. Kriebel leitet in der Medienwerkstatt der Freizeitanlage Aa-See Bocholt e.V. unter anderem Schülerprojekte, deren Beiträge über die Westmünsterlandwelle zu hören sind. Bei Themen, die im Lokalfunk keinen Platz finden könnten, verweise der Bocholter Chefredakteur sogar oft auf den Bürgerfunk, wies der Sozialpädagoge auf wichtige publizistische Spielräume hin.



Debatte im Plenum: Gesichter des Bürgerfunks im KSI.

LfM-Direktor Brautmeier und auch Chefredakteur Heistermann warnten davor, das Lokale dürfe nicht zur Restgröße von Hörfunkprogrammen werden. Der Bürgerfunk biete Beiträge, die sonst keiner sende, unterstrich Brautmeier und nannte einen wesentlichen Unterschied zu vielen Online-Inhalten: „Das Radio bringt Inhalte, nach denen ich nicht gesucht habe“. Solche Überraschungseffekte lobte auch Heistermann und kritisierte zugleich Programmstrategien, die nur auf ein Kopieren des Marktführers hinausliefen. Bürgerfunk, so lautete Heistermanns These, müsse ansteckend und anstiftend sein. Ziele müsse es sein, „etwas Unerhörtes zu hören“, weil es Menschen aus der Seele komme.

Wie eine stromlinienförmige Austauschbarkeit der Inhalte verhindert werden kann, beschrieben in Bad Honnef Geschäftsführer **Christian Bollert** und Redaktionsleiter **Marcus Engert** vom Leipziger Internetradio detektor.fm. Beide erklärten, es gehe darum, anspruchsvoll die Zusammenhänge hinter den Nachrichten zu erklären und Radio nachhaltig zu entwickeln. Dass dies in Lokalfunk viel zu selten geschehe, kritisierte **Dr. Stephan Eisel**. Der Leiter des Projekts „Internet und Demokratie“ der Konrad-Adenauer-Stiftung bemängelte, er höre beim Lokalfunk zu viel Musik und zu wenig Informationen. Hinzu komme, dass 99 Prozent der Hörer den Bürgerfunk nicht vom übrigen Programm unterscheiden könnten. Für den Kampf mit der Politik um bessere Sendezeiten riet Eisel dazu, Bürgerfunker müssten eine stärkere Lobby aufbauen und noch mehr ihr ehrenamtliches Engagement betonen. „Hier schlummert sehr viel Potenzial“, lobte der Chefredakteur von Radio Essen, **Christian Pflug**, die Bürgerfunker. Allerdings müssten sie sich stärker vernetzen. Beispielsweise könnten alle Akteure gemeinsam im Internet über Qualifizierungsangebote informieren.

Dass es angesichts der ungünstigen Sendezeit (ab 21.04 Uhr) und nach der Schließung zahlreicher Radiowerkstätten sowie der Streichung von Fördermitteln immer schwieriger wird, Nachwuchs zu begeistern, schilderten während der Tagung gleich mehrere Vertreter von Radiovereinen. **Stephan Tarnow** empfahl deshalb eine Marketing- und Image-Kampagne für den Bürgerfunk. Wichtig sei es, das Hörbare sichtbar zu machen, lautete der Vorschlag des Geschäftsführers der auf Pressearbeit spezialisierten planpunkt: PR GmbH. Ziel müsse es sein, mehr Präsenz in der öffentlichen Wahrnehmung zu schaffen. „Bürgerfunk ist kein Name, Bürgerfunk ist eine Beschreibung“, forderte Tarnow die Verantwortlichen auf, nach einem neuen Kommunikationskonzept mit pointierten Begriffen und Beschreibungen zu suchen. Nur so lasse sich der Bürgerfunk bekannter machen.



PR-Plädoyer: Planpunkt-Experte Tarnow.

Tarnow monierte, der Bürgerfunk wirke in seiner Außendarstellung zu kompliziert und brauche ein neues „Look and Feel“, zum Beispiel in Form eines Logos, das auch in Googles PageRank ganz vorne auftauchen müsse. Dabei gelte das Rezept „Keep it short and simple“. Aus seiner Sicht sei der Bürgerfunk innovativ, kreativ und trage zur Medienkompetenz-Vermittlung bei. Allerdings wirke das Modell auch sehr kompliziert und müsse zu viel Energie in das Überleben gesteckt werden. Das Ergebnis sei dann oft zu ambitioniert, zu lokal und manchmal auch zu unprofessionell. Deshalb müsse das Image des Bürgerfunks „neu aufgeladen“ werden, schlug Tarnow vor. Am besten geeignet dafür seien Informationen, die sich leicht – etwa in Form von Geschichten – weitererzählen lassen. So eine Kampagne brauche eine Dramaturgie sowie eine „erzählbare und fühlbare Botschaft“.

Um den Bürgerfunk transparenter, bekannter und vor allem zukunftssicher zu machen, erarbeiteten die Tagungsteilnehmer in mehreren Workshops eine ganze Reihe von Vorschlägen. Das Spektrum dabei reichte von Konzepten für eine aktive Pressearbeit über Forderungen für die Vereinfachung der umfangreichen Förderungsrichtlinien und -satzungen bis zur Überarbeitung der Leitlinie für einen „gelungenen Bürgerfunk“. Dieses Papier war vor sieben Jahren von 92 Verantwortlichen aus Radiowerkstätten aus ganz Nordrhein-Westfalen verabschiedet worden. Ziel ist die Fortführung und Anpassung eines Qualitätsmanagement-Prozesses.

LfM-Direktor Brautmeier sicherte zu, die Landesmedienanstalt werde sich aktiv daran beteiligen, den Ordnungsrahmen zu vereinfachen. Verantwortlich sei am Ende aber – ebenso wie bei der Sendezeit – die Politik. In Bezug auf eine geforderte Sockelförderung für Radiowerkstätten gab Brautmeier zu bedenken, in diesem Fall ergäben sich Probleme einer gerechten Verteilung.

Die Bürgerfunk-Leitlinie, die auf Vorschlag der Tagungsteilnehmer in Kürze redaktionell an die aktuellen Rahmenbedingungen (weniger Radiowerkstätten, digitale Medienangebote etc.) angepasst werden soll, beschreibt den Bürgerfunk in erster Linie als lokalpublizistische Ergänzung, als Plattform für Partizipation und Institution der Vermittlung von Medienkompetenz. Vieles davon aber gerate in Gefahr, wenn die Qualität bedroht werde, warnten einige Diskussionsteilnehmer. Sie befürchteten eine „Atomisierung“ oder „Entpolitisierung“ des Bürgerfunks. Zugleich aber wurden im Vergleich zu anderen Medien auch die Vorteile betont. So seien etwa die Partizipationspotenziale des Internets lange überschätzt worden. Der Bürgerfunk hingegen biete aktive Mediengestaltung unter Anleitung und eine große Reichweite. Nun gehe es darum, solche Alleinstellungsmerkmale zu unterstreichen.



Engagierte Debatte: Aktualisierung der Bürgerfunk-Leitlinie.

Im Anschluss an die Veranstaltung verabschiedeten Vertreter der unterschiedlichen Bürgerfunk-Initiativen eine Resolution, mit der die Unterzeichner die Landesregierung auffordern, im neuen Landesmediengesetz drei Forderungen zu erfüllen: erstens eine bessere Ausstattung des Bürgerfunks mit Geld und Ressourcen, zweitens hörerefreundlichere Sendezeiten vor 20 Uhr und drittens einen Sitz in der Medienkommission der LfM. Der Text der Resolution wird in Kürze auch auf der Internetseite des Landesverbandes Bürgerfunk NRW e. V. (<http://blog.lbf-nrw.de/>) veröffentlicht.

Text: Dr. Matthias Kurp/Alle Fotos: KSI

Die Tagung „Gesichter des Bürgerfunks in NRW“ wurde gemeinsam von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), dem Katholisch-Sozialen Institut (KSI) und dem Landesarbeitskreis Qualitätsoffensive Lokalfunk (LAK) veranstaltet.

► Ausschnitte der Tagung stehen in Kürze als [Audio-Files online](#) zur Verfügung.