

Stellungnahme zum "Siebtes Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den 'Westdeutschen Rundfunk Köln' und des Rundfunkgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen (7. Rundfunkänderungsgesetz)"

Zu den in Ihrem Schreiben besonders angesprochenen Punkten, den §§ 2, 41 und 71 aus Artikel 2 können wir leider nicht Stellung nehmen, da unser Verband hiervon nur sehr am Rande berührt ist.

Neben diesen drei Regelungsbereichen erscheint es uns geboten, Ihre Aufmerksamkeit auch noch auf einen weiteren wichtigen innovativen Teil des Landesrundfunkgesetzes zu lenken, nämlich auf das Lokalradio und den in ihm integrierten Bürgerfunk (Offener Kanal im lokalen Rundfunk).

Fünf Jahre Erfahrung mit diesem Partizipationsmodell liegen mittlerweile vor.

Grundsätzlich muß festgestellt werden, daß das Modell sich bewährt hat. Das die ein oder andere Regelung zu Problemen führt und unterschiedliche Ideologien über Details des Modells bestehen, kann und sollte das Modell nicht grundsätzlich in Frage stellen.

Noch nie in der Geschichte des Rundfunks hat eine derart breit gefächerte aktive Teilhabe der Rezipienten (Hörer/Bürger) stattgefunden. Im Gegensatz zu den kabelgebundenen Offenen Kanälen können alle Einwohner Nordrhein-Westfalens an dem Modell aktiv und passiv teilhaben, d.h. sowohl als Macher und Zuhörer. Das Angebot wurde von allen Schichten der Bevölkerung genutzt und ist somit Spiegel der Gesellschaft.

Dieser Bürgerfunk muß zwangsläufig seine "Heimat" beim Lokalfunk haben; Nur auf einer lokalen Frequenz macht er Sinn, da Bürgerfunk sehr oft ein Stück "Nahraum" widerspiegelt bzw. selber Nahraum ist.

Der Bürgerfunk bereichert das Lokalradio insbesondere durch seine Themenvielfalt. Im Programm des Bürgerfunks finden Themen statt, die im Lokalfunkprogramm sonst nicht berücksichtigt werden. Dadurch trägt der Bürgerfunk auch zur Verankerung des Lokalradios im jeweiligen Verbreitungsgebiet bei.

Der wichtigste Punkt ist jedoch, daß Bürgerfunk nicht isoliert im Getto stattfindet, sondern in das binnenplurale Zweisäulen-Modell des Lokalfunks integriert ist. Bürgerfunk hat somit die einmalige Chance, mit Zuhörergruppen in Verbindung zu treten, die er selber auf einer eigenen Frequenz nie erreichen würde. Dieses Modell kann somit in bescheidenem Rahmen dazu beitragen, vor Ort Diskussions- und Beteiligungsprozesse auszulösen. Erfahrungen zeigen, daß dies auch passiert; daß tatsächlich Bürger unterschiedlichster politischer und weltanschaulicher Richtungen, die sich normalerweise nie an einen Tisch setzen würden, zusammen Bürgerfunksendungen gestalten.

Die Mitgestaltung auf lokaler Ebene ist durch den Bürgerfunk um einen wesentlichen Bereich erweitert worden. Vereine, Initiativen und Bürgergruppen haben ein neues Feld der Öffentlichkeit. Da dieser medienpolitische Aspekt für den Bürgerfunk wesentlich ist, kann nicht einfach von einer "Bereicherung" im hörfunkjournalistischen Sinne gesprochen werden. Bürgerfunk stiftet Kommunikation, er regt zur lokalen Diskussion an.

Dies läßt sich aber nicht mit der kommerziellen Zielsetzung eines Lokalprogrammes vergleichen. Deshalb wäre die Frage nach der "Bereicherung des Programms" zu eng gefaßt. Bürgerfunk kann nicht mit Programmelementen des privaten Hörfunks verglichen werden.

Bürgerfunk ist aber trotzdem keinesfalls das störende Element, für das er oft noch gehalten wird. Es finden auch nicht die "Extremformen" statt, die immer noch von Gegnern zitiert werden (Klospülung). Der Bürgerfunk ist in der Lage, Hörer an den Lokalfunk zu binden, da er sich um Zielgruppen kümmert, die vom Lokalfunk nicht "bedient" werden. Lokalfunk wird für viele dieser Menschen dadurch erst interessant, daß sie eine Möglichkeit der Mitgestaltung haben. Es hat sich herausgestellt, daß die Nutzer und Gruppen durch ihre konkrete Arbeit gelernt haben, sich auch gegenüber anderen Gruppen und Themen offener und toleranter zu verhalten; ähnliches Verhalten ist auch bei den Zuhörern des Bürgerfunks zu beobachten.

Trotz und vielleicht gerade wegen seiner besonderen Form der Akzeptanz bei den Hörern muß sich der Bürgerfunk mit der ablehnenden Haltung Verantwortlicher des Lokalfunks auseinandersetzen. Sie empfinden die Bürger-/Hörerbeteiligung als "Zwangsent eignung" und monieren, daß sie zu wenig Einfluß auf Programminhalte und das Musikformat der Bürgerfunksendungen haben. Meist ist diese Kritik aber eher eine Ablenkung von der Tatsache, daß der Gestaltungsspielraum der Lokalredaktionen sich auf 4-5 Minuten Wortanteil pro eigener Sendestunde beschränkt und sie deshalb mit Neidgefühlen auf den unkonventionellen Bürgerfunk blicken. Vielfach wird dem Bürgerfunk von den Lokalsendern vorgeworfen, er sei zu unprofessionell; tatsächlich gemeint ist aber, daß er sich zu wenig formatkonform verhält. Der Ausbildungsstandard und die Qualität der Studios, in denen Bürgerfunk produziert wird, übertreffen öfters das Level der Lokalsender; bei der LFR-Hörfunkpreisverleihung der letzten Jahre wurde gerade von der Jury die schlechte Qualität der von Lokalredaktionen eingereichten Beiträge im Verhältnis zu den Beiträgen der Bürgerfunker mehrfach gerügt.

Das von den Entscheidungsträgern der Lokalsender forcierte Spannungsfeld gegenüber dem Bürgerfunk führte oft genug dazu, daß bei Änderungen von Programmschemata, die Sendeplätze des Bürgerfunks möglichst weit in unattraktive Sendezeiten geschoben wurden.

Generell findet der Bürgerfunk meist zur klassischen "Fernsehzeiten" statt. Er hat dadurch gegen die "natürliche Abschaltquote" des Hörfunks zu dieser Uhrzeit zu kämpfen. Die Reichweiten belegen jedoch, daß sich der Bürgerfunk hier durchaus behaupten kann; er erzielt vielfach die gleiche Reichweite wie alle 5 WDR-Programme zusammen. Und er hat in vielen Gebieten eine Reichweite, die selbst das Rahmenprogramm von Radio NRW um diese Zeit nicht erreichen würde. Daher hat auch folgerichtig Radio NRW im Rahmen der jetzt stattfindenden Programmreform den Lokalradios empfohlen, Bürgerfunk generell ab 18:04 Uhr zu beginnen; und nicht später. Begründung: Auch Bürgerfunk ist lokaler Rundfunk, aber eher zielgruppenorientiert und daher richtig an der "Schnittstelle" zwischen Nachmittags-Prime-Time und Hauptfernsehzeit als Zusatzangebot placiert.

Soweit die Zustandsbeschreibung.

Für uns stellen sich folgende regelungsbedürftige Problembereiche:

- A. Definition der Bürgerfunksendeplätze für das Programmschema
 - Uhrzeit
 - Länge
 - Unterbrechungen durch Verkehrshinweise und Werbeinseln der VG
 - Live-Sendungen
- B. Ablehnung von Bürgerfunkbeiträgen durch die Veranstaltergemeinschaften
 - Gründe (genauere Eingrenzung der LRG-Bestimmungen)
 - Laufzeit der Verfahrensdauer
 - Was ist ein Bürgerfunkbeitrag - Anteil der Selbstgestaltung
- C. Finanzierung der Beratung und Betreuung bei Bürgerfunkbeiträgen
 - Notwendigkeit von Beratung und Betreuung
 - Produktionshilfe
 - zusätzliches Finanzierungsmodell: begrenztes Sponsoring

Die Problembereiche im Einzelnen:

Zu A.

Uhrzeit - Länge

Schon bei der Frage der Aufstellung der Programmschemata zeigte sich deutlich, daß nur wenige Verbreitungsgebiete den Bürgerfunk als integrativen Bestandteil des Lokalfunks begriffen hatten. Schnell war sich die Mehrzahl der Sender einig, die Sendepunkte nur am Abend stattfinden zu lassen. Einige "Hardliner" wollten den Bürgerfunk hinter die 21:00 Uhr Grenze gelegt wissen; andere zogen dem Bürgerfunk die "Zähne" durch eine Zerstückelung in kleinste Sendeblocke von 3, 4 oder 6 Minuten. Hier wäre eine präzisierende Bestimmung im Gesetz sehr hilfreich, die Mindestlängen und Uhrzeiten definiert.

Im Zusammenhang mit der Programmreform der NRW-Lokalradios als Antwort auf die WDR-Reformen wurden auch die Bürgerfunksendeplätze neu diskutiert. Schnell stellte sich bei der Landesanstalt für Rundfunk (LfR) heraus, daß es keine gesetzliche Handhabe gibt, die den Bürgerfunk vor der Willkür der Veranstaltergemeinschaften bei der Festlegung der Sendepunkte schützt. Eine vollkommene Streichung z.B. der Mittagssendeplätze und Verlagerung in den Abend mit Beginn ab 18:20 Uhr in Köln kann die LfR trotz "Veto-Recht" bei Programmschemaänderungen nicht verhindern.

Unterbrechungen durch Werbe- und/oder Verkehrshinweise etc.

Ebensowenig sieht die LfR die Möglichkeit, Werbeinseln des Lokalsenders im Bürgerfunk zu untersagen. In Köln startet der Bürgerfunk derzeit noch um 14:04 Uhr und dauert bis 14:16 Uhr. Dann folgt eine 3 Minuten lange Werbeinsel der VG. Ab 14:19 Uhr geht es weiter mit dem Bürgerfunk bis 14:37 Uhr. Hiernach folgt eine weitere Werbeinsel.

Außerdem unterbricht der Lokalsender "Radio Köln" noch zusätzlich das Bürgerfunkprogramm regelmäßig mit Verkehrshinweisen, die einfach über die laufende Bürgerfunksendung hinweggeblendet werden; teilweise selbst über Beiträge oder Moderationen der Bürgerfunkbeiträge.

Die LfR wurde in dieser Angelegenheit ebenfalls um Klärung gebeten. Sie stellt sich auf den Standpunkt, daß der Bürgerfunk im Sinne der gesetzlich kooperativ angelegten Situation des Verhältnisses Bürgerfunk zu Lokalsender, auch diese Einschränkungen hinzunehmen habe. Die LfR geht sogar soweit, sich auf den Standpunkt zu stellen, daß es zwischen VG und Bürgerfunk ein Gebot der Kooperation, des vertrauensvollen Zusammenwirkens und gegenseitiger Rücksichtnahme rechtsverbindlich gibt. So wurde in Köln den von Werbeunterbrechungen und Verkehrshinweisen betroffenen Bürgerfunkern diese Rechtsauffassung mit rechtsmittelfähigem Bescheid mitgeteilt. Die LfR wendet diese Rechtsauffassung aber interessanterweise immer nur dann an, wenn die Bürgerfunker Nachteile hinnehmen sollen.

Hingegen ist uns kein Fall bekannt, wo die LfR im umgekehrten Sinn, einen Lokalsender auffordert, Bürgerfunkern mehr Rechte einzuräumen, als sie wortwörtlich im Gesetz niedergelegt sind.

Live-Sendungen

Ein gutes Beispiel ist die immer wiederkehrende Frage nach Live-Sendungen. Die meisten Lokalradios stellen sich auf den Standpunkt, daß es keinen Rechtsanspruch auf Bürgerfunk Live-Sendungen gibt. Somit lehnen sie grundsätzlich diese Sendeformen ab; oder aber sie berechnen den Bürgerfunkern horrende Studiobenutzungsgebühren: Im Kreis Aachen wollte der Sender Antenne AC für zwei Stunden Live-Nutzung des Sendestudios 700,00 DM Kostenersatz haben. Die Bürgerfunkgruppe war nicht in der Lage die Summe aufzubringen und sagte ab.

Gerade aber Live-Sendungen sind wichtig für den Bürgerfunk. In Berlin hatte "Bürgerradio Berlin" große Erfolge: In der zweistündigen Sendung über die kommerzielle Frequenz von "100,6" wurde im ersten Teil ein vorproduzierter Beitrag einer Gruppe gesendet. Anschließend konnten die Zuhörer anrufen und live über den Sender mit der Gruppe über den eben gehörten Beitrag diskutieren.

Solche Partizipationsmodelle sind in NRW bislang überhaupt noch nicht ausprobiert worden. Sie werden mit Hinweis auf die unklare Gesetzeslage abgeblockt.

Zu B.

Ablehnungen von Bürgerfunkbeiträgen

Gründe

Nach Paragraph 24 Abs. 5 LRG NW ist die Veranstaltergemeinschaft für den Inhalt der Programmbeiträge nach Absatz 4 Satz 1, also für Bürgerfunkbeiträge, verantwortlich. Sie lehnt Programmbeiträge ab die

1. den in Absatz 4 genannten Anforderungen nicht entsprechen - soweit unproblematisch - und
2. (hier kommt das Problem) den übrigen Bestimmungen dieses Gesetzes nicht entsprechen.

Als übrige Bestimmungen des Gesetzes wurden von vielen VG's vor allem die Grundsätze für lokalen Rundfunk zitiert und als Begründung für Ablehnungen eingesetzt.

Nach Ansicht der VG's müßte auch der Bürgerfunk demnach grundsätzlich so produziert sein, daß er von den Rundfunkteilnehmern angenommen wird und sich an keine Zielgruppe richtet. Bürgerfunk müßte journalistisch gestaltet sein und "ausgewogen" berichten.

Fast zwangsläufig drängt sich die Frage auf: Warum dann noch überhaupt Bürgerfunk, wenn er den gleichen Grundsätzen wie der professionelle Rundfunk unterläge?

Mit der o.g. Gesetzesformulierung wurden oft Ablehnungen für Bürgerfunkbeiträge und -sendungen begründet, die dann jedoch nach jahrelangem Rechtsstreit vor Gericht nicht haltbar waren. Die Gerichte entschieden hier in Anlehnung an die Tendenzen des Karlsruher Verfassungsgerichtsurteils pro Bürgerfunk; Tenor: für den Bürgerfunk gelten keine journalistischen Grundsätze. Im Streitfall wird der Absatz von den VG's trotzdem immer wieder zitiert. Hintergrund: Die Gestaltungsmöglichkeiten des Bürgerfunks sollen per Gerichtsbeschuß eingeschränkt werden.

Laufzeit der Verfahrensdauer

Ein weiteres Problem bei Ablehnungen und daraus resultierender Meinungsverschiedenheiten stellt die Verfahrensdauer dar. Widerspruch der Bürgerfunkgruppe, Bescheid der LfR, Widerspruch der VG gegen den Bescheid nehmen Monate und Jahre in Anspruch. Schließt sich ein Gerichtsverfahren an, dauert die Entscheidung weitere Jahre. Die abgelehnten Beiträge sind meist nach Ablauf des "normalen" Widerspruchsverfahren schon völlig überholt und vielfach nicht mehr sendbar. Die VG hat, selbst bei einer Entscheidung der LfR pro Bürgerfunkgruppe, in vielen Fällen ihr Ziel erreicht: Der Beitrag wird nicht mehr ausgestrahlt.

Was ist ein Bürgerfunkbeitrag?

Laut Gesetz ist er erst einmal ein Programmbeitrag von Gruppen, insbesondere kultureller Zielsetzung. Fraglich ist jetzt wie man einen Programmbeitrag definiert. In der Vergangenheit wurden im Bürgerfunk auch Beiträge eingereicht, die im Wesentlichen eine Aneinanderreihung von Tonträgern waren. Private Schallplatten- oder CD-Sammlungen wurden abgespielt.

Das dies nicht Sinn und Zweck des Bürgerfunks sein kann, liegt auf der Hand. Das Problem wurde inzwischen von der LfR erkannt. Das LRG-NW müßte derart geändert werden, daß "Bürgerfunkbeiträge eigenständig gestaltet werden müssen." Diese Bestimmung hilft, den Mißbrauch zu verhindern. Eigengestaltete Beiträge erfordern Arbeit und Auseinandersetzung. Diesen Aufwand nehmen in der Regel nur solche Gruppen wahr, die ein wirkliches Interesse am Bürgerfunk haben.

Zu C.

Notwendigkeit von Beratung und Betreuung

An dieser Stelle taucht erst einmal die Frage auf: Warum überhaupt Beratung und Betreuung von Bürgerfunkbeiträgen? Im Gesetz steht davon nichts. Der Gesetzgeber wollte nur eine Möglichkeit der Artikulation schaffen.

Jeder Bürger und jede Bürgerin Nordrhein-Westfalens soll die Möglichkeit haben, ohne jegliche Beratung und Betreuung ans Mikrophon zu kommen (so der "Vater" des Modells). Grundsätzlich ist dies natürlich die theoretisch ursprünglichste Form der Beteiligung und Meinungsäußerung; sie führt aber nicht zwangsläufig zum Erfolg - sprich zur Auseinandersetzung mit dem Medium und mit Themen.

Bürger, die Hörfunk bisher nur aus der passiven Konsumentenhaltung kennen, springen nicht sofort auf und ergreifen die Mikrofone. Im Gegenteil - es bestehen Ängste, die abgebaut werden müssen. Bürgergruppen müssen behutsam an das Medium und seine Elemente herangeführt werden. Fragen müssen beantwortet werden: wie setze ich das Thema am besten um, wie funktioniert das Aufnahmegerät, kann ich das überhaupt, wie bringe ich mein Anliegen rüber?

Bleiben diese Fragen unbeantwortet - und damit Erfolgserlebnisse aus - können keine Gruppen an den Bürgerfunk gebunden werden, wird der Bürgerfunk nie ein Spiegel der Gesellschaft und ein Sprachrohr für Randgruppen sein, sondern Spielwiese für Selbstdarsteller. Denn gerade soziale Randgruppen müssen erst Vertrauen in sich und ihre Artikulationsfähigkeit gewinnen.

Produktionshilfe

Zu einem gewissen Grad hatte der Gesetzgeber auch erkannt, wenn auch in eingeschränktem Maße, daß Produktionshilfen unumgänglich sind. So wurde den Sendern und deren VG's aufgetragen, Produktionshilfen zu leisten.

Die Veranstaltergemeinschaften haben von Anfang an den Auftrag der Produktionshilfe nicht erfüllt.

Diese Arbeit wurde in fast jedem Verbreitungsgebiet von senderungebundenen "Radiowerkstätten" geleistet. Ohne diese Betreuungs- und Beratungsarbeit gäbe es vermutlich kaum Gruppen wie Amnesty International, BUND, Strafgefangene, Obdachlose, Greenpeace, Antifa und viele mehr, die sich aktiv am Bürgerfunk beteiligen.

Der Bürgerfunk befindet sich zudem in einer besonderen Situation. Durch die Einbettung in ein kommerzielles, professionelles Programm muß er bestimmte Standards erfüllen. Ein Bürgerfunk der z.B. in technischer Hinsicht völlig gegen den Lokalsender abfällt wird kaum gehört werden. Bürgerfunk ist deshalb heute so erfolgreich, weil Betreuungs- und Beratungsarbeit schon über Jahre hinweg ehrenamtlich geleistet wird.

Das Thema Produktionshilfe ist dennoch ein leidiges Thema. Es wurde seitens der LfR von Anfang an versäumt, die gesetzlich festgeschriebene Produktionshilfe einzufordern. Die Veranstaltergemeinschaften konnten sich zu leicht aus der Verantwortung stehlen. Jetzt wird die Produktionshilfe zum letzten "Rettungsversuch der Finanzmisere". Wäre die Produktionshilfe gleich eingefordert worden, hätte sich die Lage der Radiowerkstätten gar nicht erst so zugespitzt. So haben die Veranstaltergemeinschaften die Arbeit der Radiowerkstätten über Jahre hinweg "kostenlos" in Anspruch genommen. In fast allen Verbreitungsgebieten mußten sich die Redaktionen und VG's nie um praktische Probleme des Bürgerfunks kümmern. Interessierte Bürger werden direkt an die "Radiowerkstätten" verwiesen.

Auch mit der gültigen Produktionshilfesatzung versuchen sich die VG's aus der Verantwortung zu stehlen.

Die Möglichkeit der "Zahlung an die LfR" wird nach unserem Wissen nicht in Anspruch genommen; die VG hofft vor Ort "billiger davonzukommen", d.h., man hofft die "Radiowerkstätten" mit relativ geringen Zahlungen zufriedenzustellen. Die Produktionshilfe wird als notwendiges Übel gesehen.

Auf den "Radiowerkstätten" hingegen liegt ein immenser "Existenz-Druck", der sich nicht gerade fördernd auf die Qualität der Arbeit auswirkt. Die Fördermittel reichen "hinten und vorne" nicht aus. Desweiteren haben die Radiowerkstätten keine Planungssicherheit; der Fördersatz der Minutenförderung variiert von Quartal zu Quartal.

In Zukunft muß der "betreute Bürgerfunk" finanziell besser gesichert werden; er braucht Planungssicherheiten. Der Bürgerfunk befindet sich in einem Stadium, das ihn vor Ort Zuspruch durch die Bevölkerung finden und viele Randgruppen binden läßt. Die medienpädagogische Arbeit in einer Radiowerkstatt kann unter den jetzigen Bedingungen jedoch kaum noch geleistet werden. Ehrenamtler, die eigentlich "Radio machen wollen", kämpfen fast nur noch gegen die Rahmenbedingungen. Hauptamtliches Personal können sich nur wenige "Radiowerkstätten" leisten. Für freie Träger besteht die Möglichkeit nur durch eine AB-Maßnahme. Aber auch hier wird die Situation immer schwieriger.

Die eigentliche Arbeit und Qualifizierung findet inzwischen vor Ort, in den "Radiowerkstätten" statt. Hier müssen die Strukturen gesichert werden. Landesweite Projekte sind in diesem Stadium nicht weiter sinnvoll.

Ein Problem stellt die jetzige Förderungspraxis durch die LfR dar. Zum einen sinkt der Fördersatz für die einzelne "Radiowerkstatt", je stärker der Bürgerfunk genutzt wird. Zum anderen bietet die Minutenförderung absolut keine Planungssicherheit. Die "Radiowerkstätten" erfahren den Fördersatz erst, wenn er ausgezahlt wird. Ein seriöser Haushaltsplan läßt sich auf dieser Grundlage kaum erstellen.

Desweiteren müssen die Kriterien zur Anerkennung strikter formuliert und kontrolliert werden. Es kann nicht Sinn der Sache sein, daß letztendlich jedes "Wohnzimmer-Studio" und jeder "Küchentischfunker" als Radiowerkstatt anerkannt wird. Dies geht nur zu Lasten der Radiowerkstätten, die neue Gruppen für den Bürgerfunk qualifizieren und medienpädagogisch arbeiten. Hier müssen durch Kontrollen vor Ort die Kriterien überprüft und den "Bonsai-Radiowerkstätten" gegebenenfalls die Anerkennung entzogen werden.

Sponsoring

Eine Überlegung am Fall des Verbreitungsgebietes Dortmund

Einerseits bietet sich mit Sponsoring im Bürgerfunk und/oder dem Offenen Kanal in Kabelanlagen sicher eine Möglichkeit, die in den letzten Jahren immer geringer gewordene Finanzierung der Einrichtungen durch Mittel der Landesanstalt für Rundfunk (LfR) aufzustocken. Andererseits stecken im "unkontrollierten" Sponsoring auch Gefahren, vor allem dann, wenn die Aquis durch die Produzenten selbst vorgenommen wird. Dann nämlich ist es wahrscheinlich, daß Gelder nicht den Produktionsstätten zugute kommen, sondern von den Produzenten selbst "eingestrichen" werden. Dies kontaktiert nicht nur die Idee, mittels Sponsoring die Produktionsstätten zu sichern, sondern führt schlimmstenfalls zu einer direkten Beeinflussung des Programmes.

Vereinzelte Anfragen von Produzenten beim Dortmunder Bürgerfunk zeigen, daß eventuelle Produzenten nicht mehr um der Produktion willen den Bürgerfunk nutzen wollen, sondern zunächst überlegen, wie und wo am meisten "Geld mit einer Produktion zu machen ist", bzw. an wen sich eine fertige Sendung verkaufen läßt.

Gerade beim Bürgerfunk wäre die Eigenaquisierung durch Produzenten besonders problematisch, weil diese mit den Verkaufs-Abteilungen der Sender in unmittelbare Konkurrenz treten müßten und würden. Laien ohne kaufmännischen Hintergrund gegen die Profis der Sender mit festen Sekundenpreisen: Das muß zwangsläufig zu Irritationen bei den Werbekunden führen. Dumping-Preisangebote durch Bürgerfunker an potentielle Kunden der Sender wären ein weiterer möglicher Streitpunkt. Kurz: Der Zoff wäre vorprogrammiert.

Ebenso ist der Streit zwischen Bürgerfunk-Produzenten untereinander abzu- sehen. Lohnt sich Sponsoring für den Geldgeber doch nur, wenn er in einer garantierten Regelmäßigkeit und zu bestimmten Sendezeiten seinen Spot plazieren kann. Im Bürgerfunk gilt aber bekanntermaßen das Prinzip der Schlange. Ebenso ist bekannt, daß es Gruppen gibt, die auf Sponsoring nicht nur verzichten, sondern dieses sogar kategorisch ablehnen. Schon jetzt gibt es in einigen Verbreitungsgebieten - vor allem in solchen mit einer Bürgerfunk-Vollauslastung - häufig Streit um Sendeplätze und/oder die Einreihung in die Warteschlange.

Wenn es dabei auch noch um Drittfinanzierung durch Sponsoren ginge, wären die Folgen - auch die juristischen - unabsehbar.

Die derzeitige Formulierung im Landesrundfunkgesetz (LRG) für Nordrhein-Westfalen läßt Sponsoring beim Bürgerfunk nur in Ausnahmefällen zu. (Sponsoring im Bürgerfunk ist grundsätzlich nicht möglich - über Ausnahmen entscheidet die LfR auf Antrag). Für jede potentielle Sponsor-Sendung muß also zunächst ein Antrag bei der LfR eingereicht werden, über den - auf langem, bürokratischem Weg - entschieden wird. Außerdem läßt die jetzige LRG-Regelung Sponsoring nur für einzelne Sendungen zu, nicht aber für den Bürgerfunk insgesamt. Eine einheitliche, landesweit gültige Regelung für Sponsoring, die die o.g. Problemfälle ausschließt ist nach dem derzeitigen LRG nicht möglich.

Im folgenden sollen einige Lösungsmöglichkeiten erörtert werden, die auf ein Sponsoring im Bürgerfunk eingehen, das einerseits zur finanziellen Absicherung von anerkannten Radiowerkstätten dienen kann, andererseits auch den Betriebsgesellschaften der Sender nicht nur keine Konkurrenz bereitet, sondern diesen sogar weitere Kunden erschließen kann.

Sponsoring im Bürgerfunk ist derzeit nur "in begründeten Ausnahmefällen und auf Einzel-Antrag bei der LfR" möglich. Im derzeitigen Stadium der Entwicklung des Bürgerfunks (BF) ist dies auch gut so, denn die grundsätzliche Erlaubnis, Bürgerfunk zu versponsern würde

- zu einem "Run" auf mögliche Sponsoren seitens einzelner BF-Gruppen führen
- einen "zweiten Werbemarkt" auf lokaler Ebene einführen
- den "kalten Krieg" zwischen Bürgerfunkern und VG/BG's zu einem "heißen" werden lassen
- die Qualität des BF mindern
- einzelne BF-Gruppen benachteiligen und schließlich
- die Idee des "werbefreien" BF ad absurdum führen.

Trotzdem sollte im Zusammenhang mit neuen Wegen der finanziellen Absicherung des BF auch über Sponsoring nachgedacht werden. Auch wenn dies die denkbar ungünstigste Alternative ist, sie ist die einzige, von der sowohl die Bürgerfunker als auch die VG's und BG's profitieren können; vorausgesetzt, die nachfolgend beschriebenen Grundsätze werden berücksichtigt:

1. Der BF darf nicht generell versponsert werden, sondern es muß "Freiräume" für solche BF-Gruppen geben, die absolut ohne "wirtschaftliche Unterstützung" auskommen wollen.
2. Es dürfen nicht einzelne Sendungen versponsert werden, sondern nur ganze "BF-Strecken".
3. Die Akquisition darf nicht durch die Bürgerfunker selbst erfolgen.
4. Sponsoring im BF ist nur nach Absprache mit der VG und BG möglich.
5. Es sollten möglichst Sponsoren-Pools gebildet werden.
6. Die Einnahmen müssen zum größten Teil dem BF direkt und unmittelbar zugute kommen!

Zu 1.:

Wann immer im Land die Frage des Sponsoring im BF diskutiert wurde, war auch die Kritik solcher Gruppen sehr laut, die mit "Werbung im weitesten Sinne" nichts zu tun haben wollen. Diese Gruppen sind zumeist auch mit jenen Bürgerfunkern identisch, die das private, werbefinanzierte Radio generell ablehnen, dabei aber offensichtlich verkennen, daß auch ihre Sendungen gerade diese Form des Hörfunks als 'Vehikel' nutzen. Den BF gibt es nun mal nur innerhalb des privaten Lokalfunks.

Trotzdem muß aber auch diesen Gruppen weiterhin die Möglichkeit, Sendungen im Bürgerfunk zu 'plazieren' offen bleiben. Sie können dann allerdings nur auf die "öffentliche Finanzierung" durch LFR-Fördermittel (also die Gebührenfinanzierung) zurückgreifen. Sponsoring für den Bürgerfunk sollte demnach nur an drei Tagen innerhalb der Woche möglich sein, - Wochenenden sind generell Sponsoring-frei.

Zu 2.:

Versponsert wird generell die gesamte BF-Strecke pro Tag. Jeder Sender "trennt" den Bürgerfunk durch Jingles vom eigenen redaktionellen Programm oder vom NRW-Mantel sowie von der Werbung. In diesem Jingle könnten die Sponsoren genannt werden. Beispiel:

"Es folgt nun eine Sendung im Bürgerfunk. Die Stadtparkasse Dortmund unterstützt den Bürgerfunk bei Radio 91,2"

Dieser Jingle leitet eine Bürgerfunk-Strecke ein. Werden während eines Tages mehrere BF-Blocks gesendet (in Dortmund gibt es z.B. maximal vier Blöcke, die durch die lokale Werbung, die NRW-Werbung und die Weltnachrichten voneinander getrennt sind, demnach wird also bis zu acht Mal "gejingtelt"), so darf nur der jeweils erste Block mit dem Sponsoring-Jingle eingeleitet und der jeweils letzte Block mit dem Sponsoring-Jingle beendet werden. Das entspricht einer maximalen Schaltung des Sponsoring-Jingles von zwei Mal täglich.

Das Bürgerfunk-Outro könnte in unserem Beispiel dann wie folgt lauten:
"Das war Bürgerfunk bei Radio 91,2 - der Bürgerfunk wird unterstützt von der Stadtparkasse Dortmund".

Gibt es an einem Tag nur einen BF-Block (was durchaus vorkommt), so wird eben dieser eine Block mit dem Sponsoring-Jingle eingeleitet und beendet. Für den Sponsor ergibt sich hieraus die Sicherheit, an dem von ihm gewünschten Tag zwei Mal genannt zu werden. Nachfolgend "Modelle" für denkbare Konstellationen am Beispiel Dortmund.

In Dortmund verteilt sich in der zweiten zwischen 18:04 Uhr und 19:56 Uhr auf die Blöcke

1. 18:04 bis 18:27 Uhr = 23 Minuten
2. 18:30 bis 18:56 Uhr = 26 Minuten
3. 19:04 bis 19:27 Uhr = 23 Minuten
4. 19:30 bis 19:56 Uhr = 26 Minuten

jeweils um 18:27 Uhr wird der BF abgejingt und - so vorhanden - lokale Werbung eingespielt und durch einen sogenannten "Back-Timer" bis an 18:30 Uhr herangefahren.

Dann wird der BF erneut angejingt. Um 18:55:48 Uhr wird der BF abgejingt und auf NRW umgeschaltet. Dieses Verfahren wiederholt sich in der zweiten Stunde ab 19:04 Uhr.

Sieht der Schaltplan um 18:27 Uhr und/oder 19:27 Uhr keine lokale Werbung vor, so wird der BF an dieser Stelle nicht abgejingt, sondern lediglich ein Back-Timer bis 18/19:30 Uhr gefahren, um dem Techniker die Möglichkeit zu bieten, die Bänder oder MD's mit den Beiträgen zu wechseln. Um 18/19:30 Uhr wird dann lediglich noch einmal das neutrale BF-Intro wiederholt ("Sie hören den BF auf Radio 91,2").

Es gibt aber Tage, an denen nicht alle BF-Blöcke gefüllt sind. Sind nur zwei Blöcke vorhanden, so ist das Verfahren relativ unproblematisch. Sie werden in der Regel in einer Stunde zusammengefaßt, also von 18/19:04 Uhr bis 18/19:56 Uhr, davor oder danach läuft eine Stunde lang die "Passage". Ebenso läßt sich verfahren, wenn nur ein Block vorhanden ist, denn dann wird die "Passage" lediglich für eine 1/2 Stunde unterbrochen. Gibt es aber drei Blöcke oder sind zwei belegte Blöcke auf beide Stunden verteilt, dann fährt der BF-Beauftragte in der Regel in der Zwischenzeit Musik nach NRW-Laufplan und nutzt die Zwischenzeit für die Schaltung eigener Trailer und Station-ID's. Diese Blöcke werden aber nicht als BF-gekennzeichnet sondern mit eigenen Station-ID's eingeleitet und beendet.

Diese Regelungen läßt es zu, daß bei jeder denkbaren Konstellation jeweils der erste BF-Block mit einem Sponsoring - Jingle eingeleitet; und der jeweils letzte Block damit beendet wird.

Die Regelung, den Bürgerfunk als "Sendeform" zu versponsorn, hat zwei entscheidende Vorteile:

1. Es wird eben der "Bürgerfunk" mit allen unterschiedlichen Elementen und Sendungen unterschiedlicher Gruppen versponsert, nicht aber eine einzelne Sendung. Damit ist eine größtmögliche Gleichbehandlung aller Gruppen möglich. Zumal dann auch keine Gruppe auf die Idee kommen kann, speziell für ihre Sendung nach einem Sponsor zu suchen.

2. Das Sponsoring ist vom Inhalt getrennt. Der Sponsor weiß nicht, was für eine Sendung folgt. Er kann also auch keinen Einfluß auf die Gruppe oder den Inhalt der Sendungen nehmen. Umgekehrt kann kein Bürgerfunker mit seiner speziellen Sendung mögliche Sponsoren "anbetteln".

Zu 3. und 4.:

Nach dem o.g. Modell besteht voraussichtlich auch kein Interesse der Bürgerfunker selbst, nach Sponsoren zu suchen. Anerkannte Radiowerkstätten könnten aber die Verkaufsabteilungen der Sender bei der Akquise unterstützen. Die Erfahrung in Dortmund hat gezeigt, daß z.B. der Allgemeine Rundfunkverein Dortmund, ard e.V., häufiger von möglichen "Sponsoren" angesprochen wurde. Dieser hat dann entweder an die Werbeabteilung verwiesen oder die Produktion einer Sendung mit oder für den Sponsor abgelehnt. Auf der anderen Seite sind in Dortmund aber auch schon potentielle Sponsoren an die Verkaufsabteilung herangetreten, die entweder nicht im "normalen Werbeblock" werben wollten (zu teuer, Schaltzeiten belegt usw.), oder gezielt im Bürgerfunk auftauchen wollten (z.B. bei einer Sparten-Sendung).

Daraus läßt sich der Ansatz ableiten, daß "anerkannte Radiowerkstätten" oder eine "Arbeitsgemeinschaft anerkannter Radiowerkstätten" gemeinsam mit der Verkaufsabteilung für die Akquisition des Sponsorings im Bürgerfunk zuständig sein könnte. Die Radiowerkstätten hätten eine Möglichkeit, zum Beispiel Einrichtungen, die bereits "Sozial-Sponsoring" betreiben und hierzu auch verpflichtet sind (Sparkassen, Verbände), eine Art "Gegenleistung" anzubieten.

Die Verkaufsabteilung könnten mit dem "Sponsoring" skeptischen Kunden oder solchen mit geringerem Werbetat eine Art "Schnupper-Werbeform" anbieten.

Zu 5.:

Dabei sind dann auch sogenannte "Sponsoren-Pools" denkbar. Wenn sich zum Beispiel die Dortmunder Stadtwerke, die Entsorgung Dortmund GmbH und die Stadtsparkasse zu einem Pool zusammenschließen, dann mindert das die Kosten der einzelnen Sponsoren, ohne auf der anderen Seite den Aufwand merklich zu erhöhen.

Zu 6.:

Damit die Einnahmen aus dem BF-Sponsoring den Bürgerfunkern direkt und unmittelbar zugute kommen, müssen entsprechende Verträge zwischen "anerkannten Radiowerkstätten" oder einer AG der Radiowerkstätten und den BG's geschlossen werden. Die Preise für das Sponsoring werden von beiden gemeinsam festgelegt. Darin enthalten sind der Aufwand für die Akquise und eventuell die Provisionen der BG-Mitarbeiter und die Kosten der Jingle-Produktion (die von den Radiowerkstätten übernommen werden könnte). Alle "Überschüsse" sollten direkt und unmittelbar an die Radiowerkstätten weitergeleitet werden.

Denkbar wäre auch eine Lösung, nach der die BG's die Radiowerkstätten generell mit einem jährlichen oder vierteljährlichen "Sockelbetrag" ausstatten und versuchen, diese Kosten über das von ihnen akquirierte Sponsoring wieder 'hereinholen'.

Fazit:

Sponsoring im Bürgerfunk ist eine Möglichkeit, zur finanziellen Konsolidierung und langfristigen Absicherung des BF beizutragen. Hierzu müssen zunächst vom Gesetzgeber die Voraussetzungen geschaffen werden, indem das LRG im entsprechenden Passus dahingehend geändert wird, daß "Sponsoring im Bürgerfunk generell möglich ist, sofern es sich nicht auf einzelne Sendungen bezieht, sondern den Bürgerfunk als Sendeform meint."

Die LfR muß beauftragt werden, die "Produktionshilfe-Satzung" und die Fördersatzung" für den BF entsprechend zu ergänzen.

Anerkannte Radiowerkstätten - oder, noch besser: eine Arbeitsgemeinschaft anerkannter Radiowerkstätten - handelt mit den BG's vor Ort entsprechende Verträge über die Akquisition, die Kosten, die Verteilung der Mittel und die Lizenzierung durch die LfR aus.

Zwei Wochentage bleiben - so vor Ort gewünscht - Sponsoring-frei. Diese Sendeplätze bleiben solchen Bürgerfunk-Gruppen vorbehalten, die eine "Verzichts-Erklärung" unterschreiben und auch nicht von den erwirtschafteten Mitteln profitieren können und dürfen.

Das Sponsoring-Modell entbindet weder die VG's von ihrem gesetzlichen Produktionshilfe-Auftrag, noch die LfR von ihrer Pflicht zur Förderung des Bürgerfunks aus den Einnahmen der LfR.