

# BÜRGERMEDIEN in Deutschland



Wir möchten darauf hinweisen, dass die meist ausschließliche Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

# Inhaltsverzeichnis

Zur Einführung.....	5
Wir brauchen Bürgermedien .....	12
Radiovielfalt im Ländle.....	14
Zwei starke Schultern tragen und fördern .....	16
Kreative Medienplattform für Berlin .....	18
Bremen, Bremerhaven und umzu .....	20
Immer anders, selbst gestaltet .....	22
Mediale Fitness für Jedermann.....	24
Frisch und munter an der Ostsee .....	27
Vorbildliche Aufgabenerfüllung.....	30
Förderaktivitäten in Düsseldorf.....	32
Attraktiv wie eh und je.....	34
Nicht dem Mainstream verpflichtet .....	37
Erfolgreiche Investitionen.....	40
Auf ganz eigenen Füßen .....	42
Wichtiges Element der Medienlandschaft .....	45



## Zur Einführung

### **Trotz aller Unkenrufe: Der Rundfunk der dritten Art ist gewaltig geworden**

Seit im Kabelpilotprojekt Ludwigshafen im Januar 1984 das erste Bürgermedium in Deutschland an den Start ging, sind nicht nur mehr als 30 Jahre vergangen, sondern mehr als 170 Bürgermedien dazugekommen. Auf 14 Bundesländer sind sie verteilt, zwei Länder haben (noch) keine.

Angefangen hat alles mit drei Offenen Kanälen, die 1984 und 1985 zur Probe in den Kabelpilotprojekten Ludwigshafen, Dortmund und Berlin eingerichtet wurden, dann in den Dauerbetrieb gingen und bis zum Jahr 2000 zigfachen Zuwachs bekamen. Ende der 80er Jahre wurde Radio Dreyeckland als erstes Nichtkommerzielles Lokalradio in Deutschland lizenziert, und in der Folge schrieben mehrere Landesmedienanstalten Frequenzen für Freie Radios aus, auf die sich interessierte Initiativen bewarben. In Nordrhein-Westfalen startete 1990 der Bürgerfunk als Pflichtbestandteil der kommerziellen Lokalradios, und 2001 wurde per Landesmediengesetz in Niedersachsen beschlossen, die Offenen Kanäle und Nichtkommerziellen Lokalradios unter dem Begriff Bürgerrundfunk zusammenzufassen. Bremen folgte damit 2005, und auch in Thüringen gibt es ab 2016 neue Bezeichnungen: Die Hörfunksender (bisläng OK und NKL) heißen dann Bürgerradios, und der Offene Kanal Fernsehen wird zum Bürgerfernsehen. Um den Betrieb von Aus- und Fortbildungskanälen zu organisieren, gründete die bayerische Landesmedienanstalt 1995 die afk GmbH als Träger, und in Sachsen wurde 2002 das SAEK-Förderwerk ins Leben gerufen. Das erste Campusradio mit eigener Frequenz hat die nordrhein-westfälische Landesmedienanstalt 1997 lizenziert. Campusfernsehen ist in den meisten Fällen ausschließlich im Internet präsent. – Dies zur Erklärung der vielen Spalten unten.

Die jeweils zuständigen Landesmedienanstalten in den unten aufgeführten Ländern sind unter anderem damit beschäftigt, die unterschiedlichsten Varianten von Bürgersendern zu lizenzieren, zu beaufsichtigen, zu fördern oder in eigener Trägerschaft zu betreiben. Einzig in Schleswig-Holstein werden die Offenen Kanäle von einer eigens dafür eingerichteten Anstalt des öffentlichen Rechts getragen. Die Mehrzahl der Sender wird von eingetragenen Vereinen betrieben, aber auch gemeinnützige Gesellschaften bürgerlichen Rechts und Universitäten treten als Träger auf.

## Bürgermedien in Deutschland: Stand 15. Oktober 2015

	OK	NKL	SBF	BRF/C	AFEL	CR/CTV	Gesamt
Baden-Württemberg		12			5		17
Bayern		3			4	16	23
Berlin	1	1					2
Bremen				1			1
Hamburg		2		1			3
Hessen	4	7					11
Mecklenburg-Vorpommern	5	1					6
Niedersachsen				15			15
Nordrhein-Westfalen			30		1	13	44
Rheinland-Pfalz	20						20
Sachsen		3			1	4	8
Sachsen-Anhalt	7	2					9
Schleswig-Holstein	4						4
Thüringen				7		3	10
Gesamt	41	31	30	24	11	36	173
OK = Offener Kanal TV und/oder Radio; NKL = Nichtkommerzielles Lokalradio; SBF = Servicestelle Bürgerfunk; BRF/C = Bürgerrundfunk/Communitysender; AFEL = Aus-, Fortbildungs-, Erprobungs-, Lernkanäle; CR/CTV = Campusradio-TV							

Trotz der höchst unterschiedlichen Bezeichnungen und Trägerschaften haben die Bürgersender einige wichtige Gemeinsamkeiten:

- Sie geben Bürgerinnen und Bürgern den chancengleichen und unzensierten Zugang zu Hörfunk und Fernsehen,
- sie bieten gebührenfreie Seminare und Kurse an zum Erlernen der Radio- und TV-Produktion,
- sie stellen die notwendigen Produktionsmittel – auch gebührenfrei – zur Verfügung,
- sie beraten und unterstützen die Bürgerproduzenten bei ihren medialen Vorhaben,
- sie vermitteln Medienbildung mit einer breiten Palette von Workshops, Projekten, Vorträgen und vielem mehr – meist in Kooperation mit Trägern schulischer, außerschulischer und universitärer Bildung, und
- sie tragen zur lokalen Information bei.

Ausgestrahlt werden die Programme lokal/regional sowohl terrestrisch als auch via Kabel; überregionale/weltweite Verbreitung erfolgt mit Smart-TV sowie im Internet. Live-streams, Mediatheken, Apps, Facebook-Profile und YouTube-Channels gehören mittlerweile zum Standard, und auch die technischen Ausstattungen sind auf digitalem Niveau. Im vergangenen Jahr haben die Landesmedienanstalten ihre Rahmenverträge mit den beiden Verwertungsgesellschaften GEMA und GVL so angepasst, dass ein höherer Leistungsumfang bei digitalen Verbreitungsformen besteht.

Dass Deutschland, im europäischen Vergleich, einen Spitzenplatz belegt, wenn es um den gesellschaftlichen Stellenwert von nichtkommerziellen Sendern geht, wurde überdeutlich bei den Fachtagungen in den Jahren 2012 in Kassel und 2013 in Berlin, zu denen Vertreter von Bürgermedien aus vielen Ländern Europas anreisten. Fast nirgends sonst sind die Bürgermedien gesetzlich so verankert und damit institutionalisiert wie in Deutschland. Auch die Höhe der finanziellen Unterstützung spielt eine nicht untergeordnete Rolle im europäischen Vergleich. Die Landesmedienanstalten finanzieren oder fördern die mehr als 170 Einrichtungen jährlich mit insgesamt knapp 25 Millionen Euro – und finanzieren damit gleichzeitig, ohne es gebührend zur Kenntnis zu nehmen, jährlich rund 200 Ausbildungsplätze für junge Menschen, die in den Bürgersendern das notwendige Rüstzeug bekommen, um in nicht unerheblicher Zahl später von den „großen“ Sendern mit Handkuss übernommen zu werden.

Mit ihren vielfältigen Angeboten tragen Bürgermedien zur Partizipation der Bürger bei, zur lokalen Information und Identifikation, zur Integration, zum interkulturellen Dialog. Diese Aspekte der gesellschaftlichen Teilhabe waren und sind den beiden europäischen Gremien Parlament und Ministerrat so wichtig, dass sie in den Jahren 2008 und 2009 eine EntschlieÙung und eine Erklärung veröffentlichten, um die Bürgermedien zu stärken:

Das Europäische Parlament „empfiehlt den Mitgliedstaaten, die Bürgermedien als eigenständige Gruppe neben den kommerziellen und öffentlichen Medien rechtlich anzuerkennen, sofern dies noch nicht geschehen ist und es nicht zu Lasten der traditionellen Medien geht.“<sup>1</sup> Und der Ministerrat „erklärt seine Unterstützung für Bürgermedien und nimmt in Aussicht, ihnen dabei zu helfen, eine positive Rolle hinsichtlich des sozialen

---

<sup>1</sup> Aus: EntschlieÙung des Europäischen Parlaments vom 25. September 2008 zu gemeinnützigen Bürger- und Alternativmedien in Europa

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-%2f%2fEP%2f%2fTEXT%2b-TA%2bP6-TA-2008-0456%2b0%2bDOC%2bXML%2bV0%2f%2fDE&language=DE> (abgerufen am 17. September 2015)

Zusammenhalts und des interkulturellen Dialoges zu spielen.“<sup>2</sup> Diese beiden Papiere wie Fahnen hochhalten – das sollten alle Verantwortlichen in den nichtkommerziellen Medien unermüdlich tun.

Inhalte – Reichweiten – Aus- und Fortbildung – Medienbildung – Vernetzung

Bürgermedien wirken nach außen durch ihr *Programm in Radio und Fernsehen*. Deshalb sind die Inhalte auf die Stärken der Sender und ihrer Produzenten konzentriert: Lokal, authentisch, persönlich, ausführlich, aktuell, experimentell und ungewöhnlich sind die Beiträge, geprägt von kultureller Vielfalt, persönlichen Meinungen und individuellen Umsetzungsformen. Dass dies so ist und von Zuschauern und Zuhörern genau so wahrgenommen wird, belegen mehrere Programmanalysen, die im Auftrag von Landesmedienanstalten vergleichsweise regelmäßig durchgeführt werden und im Internet auf den Seiten der Landesmedienanstalten beispielsweise in Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen nachzulesen sind.

Auch zu den *Reichweiten* gibt es Untersuchungen, denn die quantitative Zuschauer- und Zuhörerakzeptanz gilt auch bei den Bürgermedien als eine der Messlatten für die Existenzberechtigung. Dabei hat die Akzeptanz zwei Dimensionen: Zum einen geht es um die Bereitschaft relevanter lokaler Institutionen und Akteure, ihren Sender – auch finanziell – zu unterstützen. Das ist umso leichter zu erreichen, wenn – zweitens – die Bürgermedien gegenüber ihren (potentiellen) Unterstützern nachweisen können, dass ihre Angebote auch bei Zuschauern und Hörern auf Resonanz stoßen. Vor diesem Hintergrund haben in den vergangenen Jahren mehrere Landesmedienanstalten wiederholt die Reichweiten von Bürgermedien messen lassen. Die Ergebnisse sind in der Gesamtschau ermutigend. Die verschiedenen Studien sind aufgrund unterschiedlicher methodischer Ansätze zwar nicht ohne weiteres miteinander vergleichbar, aber allgemein kann man doch feststellen: Der Bekanntheitsgrad der Sender in den jeweiligen Verbreitungsgebieten liegt bei 60 bis nahezu 100 Prozent.

Der Weitesten Hörer- und Zuschauerkreis, das sind die Personen, die ihren Bürgersender mindestens einmal innerhalb von zwei Wochen sehen bzw. hören, variiert zwischen 15 und 40 Prozent (je nach Messmethode). Wie für Spartenangebote üblich, liegt die

<sup>2</sup> Aus: Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue: „... Declares its support for community media, with a view to helping them play a positive role for social cohesion and intercultural dialogue ...“

<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1409919> (abgerufen am 17. September 2015)



Tagesreichweite eher im einstelligen Bereich. Für die Radioangebote gilt, dass sie i.d.R. eine höhere Reichweite haben als die Angebote öffentlich-rechtlicher Spartensender wie Deutschlandfunk oder NDR Info. Im Einzelfall werden aber auch populäre (auf die Jugend und/oder einen bestimmten Musikstil ausgerichtete) Formatradios übertroffen. Rechnet man die vorliegenden Ergebnisse hoch, dann dürften bundesweit rund eine bis anderthalb Millionen Menschen täglich einen Bürgersender im Land einschalten.

Als Talentschmiede genießen die Bürgersender hohes Ansehen, denn ihre *Aus- und Fortbildung*angebote sind für unzählige Praktikanten, Absolventen von Freiwilligen Jahren und Auszubildende Anziehungspunkte für erste Berufsorientierung – und oftmals Sprungbrett in Medienberufe. In kaum einer anderen Einrichtung kann so vieles gleichzeitig, praxisnah und wirklich berufsorientiert gelernt werden. Neben den technischen, redaktionellen, journalistischen und kommunikativen Fähigkeiten erwerben die jungen Menschen auch Kompetenzen in Teamarbeit, in Organisation (Verwaltung, Büro, Redaktionsmanagement), in Öffentlichkeitsarbeit (Presse, Internet etc.) und im verantwortungsvollen Umgang mit öffentlichem Eigentum. Die beiden Ziele der Qualifizierung des journalistischen Nachwuchses und der Vermittlung von Medienbildung stehen bei allen Bildungsstrategien der Bürgersender im Mittelpunkt.

Dabei unterstützend wirkt das *Bildungszentrum BürgerMedien*, das 1995 mit Sitz in Ludwigshafen gegründet wurde. Zu dessen Mitgliedern zählen auch die Landesmedienanstalten von Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Ziel der vereinsgetragenen Einrichtung ist es, die Fort- und Weiterbildung in und mit Offenen Kanälen und Nichtkommerziellen Radios in den Mitgliedsländern zu vernetzen und weiterzuentwickeln. Dazu bietet das BZBM unterschiedliche Seminare und Workshops an, die auf die Bedürfnisse der jeweiligen Einrichtungen zugeschnitten sind. Neben den jährlich rund 300 durchgeführten Seminaren und Workshops realisiert das Bildungszentrum unterschiedlichste Medienprojekte.

Seit den Anfängen im Jahr 1984 bildet die Programmproduktion von Bürgerinnen und Bürgern mit der *Vermittlung von Medienkompetenz* eine Einheit – obwohl der Begriff Medienkompetenz damals noch nicht in aller Munde war. Durch Kooperationen mit Kindergärten, mit Schulen, mit Jugendbildungswerken, mit Verbänden, mit Institutionen, mit Hochschulen aller Art und allen sonst an Medienbildung ihrer Klientelen interessierten Einrichtungen sind die Bürgersender zu angesehenen Kompetenzzentren geworden, die mit ihren Kooperationspartnern ein jeweils eigenes Bildungsnetzwerk aufgebaut haben, in dem sie die Fäden in der Hand halten. Maßgeschneiderte Bildungsangebote für die

jeweiligen Zielgruppen der Partner sorgen für Kontinuität und Vertrauen. Die Ergebnisse der Zusammenarbeit sind eine Bereicherung für das ausgestrahlte Programm, und wenn bei bundesweiten Wettbewerben Projektergebnisse zunehmend öfter prämiert werden, ist das Beleg für qualitativ hochwertige Arbeit.

Durch die unterschiedlichen Strukturen in den Bundesländern fällt es schwer, ein stabiles und im Dauerbetrieb laufendes bundesweites *Netzwerk* zu unterhalten. Auch die große Zahl der Bürgermedien trägt dazu bei, die „Last“ besser auf mehrere Schultern zu verteilen. In den Ländern selbst sind die Einrichtungen hervorragend vernetzt, sei es durch Landesverbände oder durch übergeordnete Personen in den Landesmedienanstalten. Bundesweit agieren drei Verbände als Interessenvertreter: Der Bundesverband Offene Kanäle (BOK), seit 1988 aktiv, der Bundesverband Freier Radios (BFR), seit 1993 aktiv, und der Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien (bvbam), seit 2007 aktiv. Sie kümmern sich um die Belange nicht nur ihrer Mitglieder, organisieren den Informationsfluss, den Meinungs austausch und stehen als Ratgeber zur Verfügung.

Was die Zukunft bringen mag

Die dritte Säule des Rundfunks als mediale Ausdrucksform der Zivilgesellschaft hat es seit 30 Jahren unverändert schwer und steht ständig unter Rechtfertigungszwang. Dass es dennoch gelungen ist, eine so bunte Bürgermedienlandschaft entstehen zu lassen, ist erstaunlich – und verwunderlich zugleich. Die „zarten Pflänzchen“ aus den 1980er Jahren haben sich zu stabilen Bäumen entwickelt. Sie unterscheiden sich mit dem, was sie tun und veröffentlichen, nach wie vor stark von den kommerziellen Anbietern, bei denen Gewinne oberstes Ziel sind, und auch von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die den Auftrag haben, dem Allgemeinwohl zu dienen.

Alleinstellungsmerkmale wie Zugang für alle, programmliche Besonderheiten, lokale Verankerung und Medienbildung reichen aber nicht aus, um den Bestand zu garantieren. Es verändert sich nicht nur die Medienwelt mit immer neuen konkurrierenden Angeboten. Auch die Ansprüche der Gesellschaft sowie Hör- und Sehgewohnheiten wandeln sich kontinuierlich – und die Bürgermedien müssen sich all diesen Herausforderungen nicht nur stellen, sondern rechtzeitig dafür gewappnet sein. Dazu brauchen sie Gespür, Kreativität, Experimentierfreudigkeit, Mut und natürlich die rechtlichen und finanziellen Grundlagen.

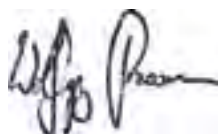
Wie und wie viele Radio- und Fernsehangebote, ob groß oder klein, in zehn Jahren verbreitet und rezipiert werden – und was von wem rezipiert werden wird – ist schwer abzusehen. Absehbar ist aber doch, dass Bürgermedien nicht mehr wegzudenken oder gar wegzuwischen sind. Als Institutionen vor Ort sind sie bekannt, gut vernetzt, fester Bestandteil der lokalen Kommunikation und Bildungsarbeit. Sie werden gebraucht von all denen, die mit ihren Anliegen in die Öffentlichkeit möchten, und sie sind als Knotenpunkte in Sachen Medienbildung unersetzbar. Für Einzelpersonen und Gruppen jeden Alters und jedweder Herkunft sind sie ein leicht zugänglicher, dennoch geschützter Lernort für erste Erfahrungen in demokratischem Handeln, in sozialem Miteinander und in produktiver Zusammenarbeit. Teilhabe an Gesellschaft und gesellschaftlichen Prozessen, Verarbeitung eigener Ideen in Rundfunkbeiträge, verbunden mit quasi nebenher erworbenen nicht nur medialen Kompetenzen – wo, außer in den Bürgermedien, wird das geboten?

Die Bürgersender sind aktuell hervorragend aufgestellt, und sie entwickeln sich ständig weiter, um in der von immer rascher erfolgenden Neuerungen betroffenen Medienwelt ihren Platz zu behaupten. Auch wenn sie nicht mehr als originäre Aufgabe der Gemeinschaft der Landesmedienanstalten gesehen werden (oder noch nie gesehen wurden), sind und bleiben die Bürgermedien einer ihrer Arbeitsschwerpunkte. Unabhängig von möglichen Entwicklungen im Bereich der Medienaufsicht muss es gemeinsam gelingen, eine politisch abgesicherte Bestands- und Entwicklungsgarantie zu erreichen. Die europäischen Gremien haben dafür Unterstützung zugesagt.

Auch wir Verbände versprechen, alles in unserer Macht Stehende zu tun, um die Vielfalt der Einrichtungen zu erhalten, den Weg in die Zukunft zu ebnen und beratend zur Seite zu stehen.



Bundesverband Offene Kanäle



Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien

## **Thomas Krüger, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung**

### **Wir brauchen Bürgermedien –**

- als dritte Säule der Medienvielfalt, als Projektionsfläche für Bürgermeinungen, als Stachel im Fleisch, als Einflugschneise anderer Wirklichkeiten, als Stimme unter den Stimmen der großen Synchronisations- und Aufmerksamkeitsmaschinerien der „klassischen“ Massenmedien. Das macht die Bürgermedien zu einer medienpolitischen Erregungenschaft – die sich eine demokratische Gesellschaft nicht nehmen lassen darf.
- weil sie mit ihren Sendungen einen unschätzbaren Reichtum erzeugt haben und weiter erzeugen, der für das Mediengefüge insgesamt unverzichtbar ist und gesellschaftlich Relevanz hat. Die Präsenz der Bürger in der Medienlandschaft ist wichtig, um die dualen Pole von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern als „Fleck auf der Linse“ zu irritieren.
- und zwar nicht weniger, sondern in allen Medien. Wir brauchen Bürgermedien, die trimedial agieren! Es ist absolut sinnlos, eine Ersatzdebatte zu führen – entweder Bürgermedien online oder offline. Wir brauchen liberale, universale, in der Zivilgesellschaft aktiv lokale und im Medienverbund maximal transversale Bürgermedien.
- die liberal sind, also weitestgehend offen für alles, was „von außen“ kommt, und die den Zuhörern und Zuschauern das Filtern zutrauen. Das Potential liegt darin, sich zu trauen, alle Themen – auch vermeintliche Nischenthemen - anzubieten und so eine Öffentlichkeit für Unpopuläres zu erschaffen. Das Rauschen der Bürgermedien ist asynchron zu dem ihrer großen Brüder. Die inhaltliche Vielfalt, die oft als Belanglosigkeit kritisiert wird, ist eine permanente Herausforderung an die Filtersysteme der klassischen Massenmedien. Wir sollten sie deshalb als ein hohes mediales Gut achten und bewahren und auf ihre Weiterentwicklung drängen.
- die in den Formaten universal sind. Es ist ja gerade das prinzipiell Unformatierte, was das Potenzial der Bürgermedien ausmacht. Was uns in diesen Medien begegnet, sollte weit gefächert sein: Von nah am „Original“ der klassischen Massenmedien bis an deren Nullpunkt – die Eins-zu-Eins-Kommunikation, das audiovisuelle Zwiegespräch.
- die in den lokalen Netzwerken der Zivilgesellschaft aktiv sind. Weil Bürgermedien meistens ein Medium von Einigen für Einige sind, kommt es darauf an, dass möglichst viele „Einige“ sich daran aktiv beteiligen. Das Credo „jeder kann mitmachen“ ist meist keine leere Worthülse. Weil sie offenen Zugang für alle gewährleisten und eine andere Wirklichkeit als die Mainstream-Medien bieten, können sie die Brückenfunktion für den interkulturellen Dialog einnehmen. Sie haben alle Voraussetzungen dafür, dass ein Dialog überhaupt zustande kommen kann.

- die in den Netzwerken der Medien maximal transversal sind. Sie brauchen im Medienverbund der lokal medial aktiven Communities und Gemeinschaften einen strategisch guten Platz. Wenn es den Bürgermedien gelingt, sich an dieser Stelle selbst zu öffnen, wird ihre Unverzichtbarkeit – meine Prognose – auf absehbare Dauer mehrheitsfähig. Sie werden immer wichtiger bei der Vernetzung der Bürger vor Ort. Das gesellschaftliche Wissen „der Vielen vor Ort“ bekommt durch lokal vernetzte Bürgermedien eine noch nie dagewesene Möglichkeit der öffentlichen Präsenz: Es bleibt mit diesem sich herausbildenden Medienverbund in den dafür aufmerksamen Öffentlichkeiten. Es bleibt der offenen Diskussion ausgesetzt und erhalten. Das massenmedial organisierte Verschwinden lokaler, singulärer Erfahrungen, Meinungsbildungen und Ästhetiken hat so ein öffentlich und intelligent gestaltetes Gegengewicht auf der Höhe der Zeit. Auf der Höhe der Zeit zu sein, um auch junge Leute dort abzuholen, wo sie sich aufhalten.
- um jungen Menschen eine verwertungsfreie Plattform zu geben, damit sie ihre Meinung, ihre Perspektive und ihre eigene Geschichte ohne ökonomische Domestizierung erzählen können. Wir sollten nicht den Fehler begehen, junge Menschen zu unterschätzen und ihnen durch unsere Formate eine Stimme aufzuzwingen, sondern sie selbst reden lassen. Bürgermedien tun das – und gleichzeitig, das haben hoffentlich meine acht Thesen deutlich gemacht, hat damit aber die Zukunft vor ihrer Haustür und an ihren medialen Grenzen gerade erst begonnen. Lassen Sie sich von den rasanten Entwicklungen unserer Zeit nicht entmutigen, sondern machen Sie weiter so!





## Radiovielfalt im Ländle

In Baden-Württemberg senden seit 1995 an neun Standorten insgesamt zwölf *Nicht-kommerzielle Lokalradios*. Sie sollen durch Zugangsoffenheit in ihren Programmen zur Meinungsvielfalt in der Hörfunklandschaft von Baden-Württemberg beitragen. Seit der Änderung des Landesmediengesetzes im Jahr 2012 stehen den NKL-Veranstaltern wesentlich mehr Mittel für die Sockelförderung zur Verfügung (von 960.000 Euro im Jahr 2012 auf knapp 1,5 Millionen Euro in den Jahren seitdem). Für die Verteilung der Mittel wurde das Förderkonzept im Bereich NKL insofern verändert, als unter anderem jetzt auch Maßnahmen zur Digitalisierung der Sender gefördert werden können. Dadurch gingen hier wesentliche Investitionen der Radios in den Bereich Online-Präsenz und in die nutzerfreundliche Gestaltung der eigenen Webplattformen. Daneben wurden wieder zahlreiche Projekte mit Einrichtungen und Initiativen aus den lokalen Räumen verwirklicht. Eine besondere Rolle spielten und spielen dabei auch Projekte mit Schulen und Sendungen zum Thema Integration und Partizipation.

Die Neuausschreibung der UKW-Frequenzen und die Erfahrungen mit dem IP-Streaming-Versuch beim Freien Radio für Stuttgart waren die Hauptthemen auf dem letzten NKL-Medientag. Thematisiert wurde auch die Option, gemeinsam mit den Lernradios einen DAB+-Kanal zu nutzen.

Seit 2004 erhalten die NKLs für lokale Projekte jährlich insgesamt 100.000 Euro. Diese Projektförderung der LFK hat mit dazu beigetragen, dass die NKL-Veranstalter sich stärker in ihrem lokalen Umfeld orientieren, sei es durch regelmäßige Berichterstattung in lokalen Magazinsendungen oder Kooperationen mit lokalen Partnern.

Bei der Zusammenarbeit der NKLs mit Schulen und Schülern reicht das Spektrum von Projekten im Rahmen der Ganztagschule über Schulradio-AGs bis zu Angeboten im Rahmen der Ferienbetreuung. Menschen mit Migrationshintergrund sind bei den NKLs mit ihren jeweiligen muttersprachlichen Sendungen stark vertreten. Schließlich kommen auch viele lokale Nachwuchskünstler (Musikbands, Autoren etc.) hier zu ihrem ersten öffentlichen Auftritt. In den Programmen der NKLs gibt es auch Beiträge von Menschen mit Handicaps.

Die LFK unterstützt darüber hinaus seit 2008 die Aus- und Fortbildung der ehrenamtlichen Radiomacher bei den NKLs mit 60.000 Euro pro Jahr. Dies führte zu einer deutlichen Steigerung sowohl der Anzahl der Seminare als auch der Qualität der angebotenen Fort-

bildungsmaßnahmen. Im Schnitt werden 120 Workshops mit rund 1.100 Teilnehmern pro Jahr durchgeführt; demzufolge nimmt ein Drittel der in Radiovereinen organisierten NKL-Mitglieder an diesen Bildungsmaßnahmen teil. Die Nichtkommerziellen Radios produzieren 61 Prozent ihrer Sendezeit, insgesamt wöchentlich 660 Stunden Programm, in Erstausstrahlung – live oder vorproduziert. Rechnerisch sind das täglich 10,5 Stunden neues Programm pro Standort.

Nach einer LFK-Erhebung von 2014 zur *Integrationsleistung* gestalten bei den Nichtkommerziellen Radios in Baden-Württemberg 95 Redaktionen mit Radiomachern mit Migrationshintergrund Sendungen. Hier laufen wöchentlich über 80 Sendestunden im unterschiedlichen Rhythmus von einmal pro Monat bis wöchentlich. Einmal pro Woche senden über 40 Redaktionen. Zu hören sind mehr als 30 Sprachen.

In Baden-Württemberg gibt es insgesamt vier lizenzierte *Lernradios*, die in die Lehre von Hochschulen integriert sind und deren Programme über jeweils eine UKW-Frequenz verbreitet werden. Schwerpunkt der Lernradios ist die Förderung von Medienkompetenz mit den entsprechenden Aus- und Fortbildungsmaßnahmen im Medienbereich.

Die UniWelle in Tübingen und das LernRadio der Hochschule für Musik in Karlsruhe sind bereits seit 20 Jahren auf Sendung. Seit 2006 teilen sich die Universität Freiburg (echo-fm 88,4) und die Pädagogische Hochschule Freiburg (PH 88,4) eine Frequenz. Den Studierenden wird die Mitarbeit bei echo-fm 88,4 als Prüfungsleistung angerechnet. Ein Schwerpunkt der PH Freiburg ist die Einbeziehung von örtlichen Schulen, bei denen Kinder und Jugendliche unter Anleitung von Studierenden Sendungen produzieren können. Seit 2013 besteht zwischen den beiden Freiburger Lernradios echo-fm 88,4 und PH 88,4 ein Kooperationsvertrag, wodurch die Universität Freiburg nun alleinige Lizenzinhaberin ist.

Schließlich sendet seit Herbst 2009 horads 88,6 (Hochschulradio Stuttgart) ein 24-stündiges Programm auf einer eigenen UKW-Frequenz. horads 88,6 bietet Studierenden der Stuttgarter und Ludwigsburger Hochschulen die Möglichkeit, das Medium Radio praxisnah kennenzulernen und eigene Sendungen zu gestalten.

Der 3. Lernradiotag im November 2014 fand unter dem Motto „Aufbruch in das crossmediale Produzieren“ statt. Dazu gab es eine Präsentation zu „Musikdesign in Bewegbildenhalten“. Mit „detektor.fm“ und „Krautreporter“ wurden zwei ambitionierte journalistische Ansätze vorgestellt. Auch beim Lernradiotag wird die Option thematisiert, gemeinsam mit den Nichtkommerziellen Lokalradios (NKLs) einen DAB+-Kanal zu nutzen.



## Zwei starke Schultern tragen und fördern

Die bayerischen *Nichtkommerziellen Lokalradios* Radio Z in Nürnberg, Radio Lora und Radio Feuerwerk in München finanzieren ihr Programm vor allem über Mitgliedsbeiträge der Vereinsmitglieder. An den Programmen können sich unter der redaktionellen Verantwortung des Anbieters auch Bürgerinnen und Bürger beteiligen.



Das Bayerische Mediengesetz (BayMG Art. 11 Satz 2 Nr. 13) schreibt der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien auch die Aufgabe zu, „zur Ausbildung von Fachkräften für den Medienbereich einen Beitrag zu leisten“. Neben der Förderung bzw. Beteiligung an Aus- und Fortbildungsinstitutionen sowie der Veranstaltung von BLM-Workshops für Lokalradio-Journalisten tragen auch die *afk-Kanäle zur Aus- und Fortbildung* im Radio- und Fernsbereich bei. Die Grundlage dafür ist die „Satzung über die Nutzung von Sende- und Übertragungskapazitäten für Zwecke der Aus- und Fortbildung nach dem Bayerischen Mediengesetz“ (afk-Satzung), die der Medienrat der BLM im April 1994 beschlossen hat. Seit 1996 sind in Bayern Aus- und Fortbildungskanäle zweimal im Radio (afk m94.5 und afk max) und einmal im Fernsehen (afk tv) auf Sendung.

Das Programm der afk-Kanäle wird von angehenden Journalisten unter professioneller Anleitung eines hauptamtlichen Programmkoordinators erstellt. Ziel ist dabei die Vermittlung von Fachkompetenz und die Möglichkeit, neue Formate zu testen. Neben angehenden Medienprofis haben auch medienpädagogische Initiativen und Jugendverbände Programmplätze, in denen neue Ideen umgesetzt werden. Die afk-Kanäle vermitteln somit auch Medienkompetenz, gerade durch die Einbeziehung von medienpädagogischen Instituten und Verbänden.

Die „afk Aus- und Fortbildungs-GmbH für elektronische Medien“ in München ist als Träger nicht gewinnorientiert, sie verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke. Hauptgesellschafter der afk GmbH ist die BLM, die die afk-Kanäle sowohl konzeptionell als auch finanziell fördert. Daneben gehören bayerische Aus- und Fort-



bildungsinstitutionen, alle wesentlichen nationalen und regionalen Fernsehveranstalter, regionale sowie lokale Radioanbieter und schließlich die Landeshauptstadt München der afk GmbH an.

In Bayern existieren als *Hochschulfunk* mehrere Universitätsradios bzw. Sendungen aus Hochschulen, die in Fensterprogrammen kommerzieller Lokalradios oder im Rahmen der afk-Kanäle ausgestrahlt werden. Hochschulradio veranstalten beispielsweise die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg mit dem Programm „Bit eXpress“ sowie die Universität Bayreuth mit Radio „Schallwerk“, die Hochschule Deggendorf mit Radio „Webwelle“ oder die Otto-Friedrich-Universität Bamberg mit „uni-vox“, dem Radio für Bamberger Studenten.

Da es für neue Bürgerradioprogramme wegen der UKW-Frequenzknappheit und der Verbreitungskosten nur eingeschränkte Möglichkeiten gibt, hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) für radiointeressierte Bürger die *Bürgerradioplattform* [www.machdeinradio.de](http://www.machdeinradio.de) ins Leben gerufen. Die Plattform soll zum Hören, Mitmachen, Teilen,



aber auch zum gegenseitigen Austausch anregen. Hier können Radiofans selbst senden und über Themen und Anliegen aus ihrer Region informieren. Die Webplattform ermöglicht interessierten Bürgern, kostenfrei und datenneutral eigene Radiobeiträge zu veröffentlichen und diese mit anderen zu teilen. Sie können eigene Profile und Radiokanäle anlegen und sie über die Social Media-Plattformen zusätzlich bewerben. Zudem bietet die Bürgerradioplattform Live-Streaming und eine Mediathek. Durch responsives Design, also einem Layout, das sich jedem Bildschirm – von PC über Tablet und Smartphone – anpasst, ist die Radioplattform unterwegs mobil nutzbar. Die Bündelung der bayerischen Bürgerradio-Inhalte auf der BLM-Webplattform und die Entwicklung einer App sollen die Aufmerksamkeit und die Auffindbarkeit der Beiträge im Internet erhöhen.



## Kreative Medienplattform für Berlin

Am 27. Mai 2009 ist ALEX, der neue Offene Kanal Berlin, an den Start gegangen. Seitdem wurden die Strukturen immer weiter modernisiert und den Herausforderungen der heutigen medialen Lebenswelt unter Einbeziehung der Zuschauererwartungen stetig angepasst. ALEX ist heute eine regional relevante Kreativplattform in den Bereichen TV, Radio, Online, die die Vielfalt ihres Standorts abbilden kann, sich explizit moderner Techniken bedient, sich neuen Formaten öffnet und dabei dem Ausbildungsauftrag gerecht wird.

Die Idee von ALEX beruht *auf drei Pfeilern*:

- ALEX begleitet als Ereignis- und Ausbildungssender Berliner Veranstaltungen im politischen, kulturellen und gesellschaftlichen Bereich und ermöglicht jungen Medienmachern praktische Erfahrungen bei der Produktion von Medieninhalten.
- Bürgern wird die Möglichkeit geboten, Inhalte im Fernsehen, im Radio und im Internet (vor allem über den Livestream von ALEX) darzustellen (qualifizierte Partizipation).
- ALEX ist Plattform für gesellschaftlich relevante Berliner Inhalte der vorprofessionellen Stufe sowohl in der Produktion als auch in der Distribution.

ALEX vermittelt erweiterte Medienkompetenz in Fernsehen, Radio und Internet nicht nur an externe Interessierte, sondern auch intern an Praktikanten, Hospitanten und Werkstudierende. Gemeinsam mit zahlreichen Partnern wie Schulen, Universitäten und Medienkompetenzzentren realisierte ALEX in den Jahren 2011 bis 2015 mehr als 100 Einzelprojekte zur Vermittlung von Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche. Damit ist ALEX ein wichtiges Sprungbrett für den Mediennachwuchs aus Berlin und Brandenburg. Zentrales Ziel ist dabei die bessere Auffindbarkeit förderungswürdiger Inhalte in der digitalen Welt. Gerade im Zeitalter des Internets ist es notwendig, moderne Gestaltungsmittel anzubieten und somit Inhalte zu fördern und für deren Auffindbarkeit zu sorgen. Durch die erfolgreiche Förderung qualifizierter Inhalte ist ALEX zu einem anerkannten und verlässlichen Partner im Berliner Raum geworden. Dank der hohen technischen Standards ist ALEX ein gern gesehener Medien- und Kooperationspartner für Veranstalter. Als Beispiele aus einer Vielzahl sind hier erfolgreiche Kooperationen mit dem Abgeordnetenhaus Berlin, dem Karneval der Kulturen, dem Filmfestival achtung berlin und der Kulturprojekte Berlin GmbH zu nennen.

ALEX bedient neben der Website mit Schwerpunkt auf Inhalten (Mediathek, Livestream) verschiedene Community-Kanäle (YouTube, mixcloud, Facebook, Twitter, Instagram) und steht so in direktem Kontakt zu seinen Nutzern und Konsumenten. Mit diesen Maß-

nahmen konnte ALEX die Herausforderung, die Auffindbarkeit der sowohl intern produzierten als auch nutzergenerierten Inhalte in der *digitalen Welt* zu fördern, erfolgreich meistern. ALEX ist zur Dachmarke geworden, die Berliner Inhalte unabhängig vom Mainstream abbildet. Der Erfolg zeigt sich auch online: Mittlerweile erreichten die Abrufzahlen auf dem ALEX-YouTube-Kanal die drei Millionen. Auch die Fan- und Follower-Zahlen auf Facebook und Twitter wachsen stetig.

In *Zukunft* wird ALEX seinen Fokus auf crossmediale Produktion verstärken. ALEX wird mit modularen und mobilen Produktionsmitteln und gut geschulten Crews lokal agieren und Arbeitsprozesse komplett in digitale Workflows umwandeln. Mit einer Multiplattformstrategie für die Veröffentlichung von Inhalten erzeugt ALEX die Reichweite, bietet aber auch mit der Entwicklung einer eigenständigen Mediathek (unabhängigere) Alternativen zu den globalen Playern. So stellt sich ALEX der Herausforderung, ein höheres Maß an Auffindbarkeit für relevante Inhalte zu erreichen. Neben der reinen Produktionsunterstützung sowie der Ausbildung versteht ALEX sich auch als Ort, an dem Menschen zusammenkommen, um Medienarbeit miteinander zu erleben.





## Bremen, Bremerhaven und umzu

1992 startete der Offene Kanal in Bremen und ein Jahr später der in Bremerhaven. Seitdem können sich die Bürger im kleinsten Bundesland Deutschlands aktiv und selbstbestimmt am medialen Geschehen beteiligen. Die Bürgersender des niedersächsischen Umlands in Delmenhorst und Nordenham verfügen wöchentlich über eigene Sendezeiten im Programm. 2009 haben sich die Offenen Kanäle in „Radio Weser.TV“ umbenannt mit dem Slogan: *Vier Sender – ein Programm*.

Im Sendegebiet mit rund 314.000 angeschlossenen Haushalten gibt es im Fernsehbereich einen gemeinsamen digitalen Kabelkanal, der das Fernsehprogramm zwölf Stunden täglich ausstrahlt. Im Radiobereich stehen je eine eigene UKW- und eine Kabelfrequenz zur Verfügung, die rund um die Uhr an sieben Wochentagen Radiosendungen übertragen. Die Gema/GVL-Gebühren werden von der Trägerin der beiden Bürgersender, der Bremischen Landesmedienanstalt (bre(ma)) übernommen, sodass die Partizipationsmöglichkeiten für Nutzer, eine der Grundideen von Bürgersendern, nicht an finanziellen Möglichkeiten scheitern müssen. Auch die Teilnahme an Kursen und das Ausleihen von Produktionsmitteln sind gebührenfrei.

Eine weitere Aufgabe der Sender ist der Ereignisrundfunk, die Aufzeichnung und Übertragung in Radio und Fernsehen von örtlichen Veranstaltungen in eigener redaktioneller Verantwortung, z.B. die Sitzungen der Bremischen Bürgerschaft Stadt und Land und die der Stadtverordneten in Bremerhaven. Weitere Informationen über die Sender sind unter [www.radioweser.tv](http://www.radioweser.tv) zu finden.



Die *Förderung der Medienkompetenz* der Bürger durch Projekte und Schulungen nimmt in beiden Städten eine wichtige Rolle ein. In Bremerhaven und Bremen haben sich die Anbieter von Veranstaltungen im Bereich Medienbildung zu „Medienkompetenznetzwerken“ zusammengeschlossen. Der Bürgerrundfunk ist in diesen Netzwerken ein verlässlicher Partner, und die Zusammenarbeit mit Schulen und Anbietern außerschulischer Maßnahmen hat sich verstetigt.

In Bremerhaven werden regelmäßig „Medienfachtage“ für Bremerhavener Schulen angeboten. Schüler und Lehrer können ein breites Angebot an Medienworkshops wahrnehmen und praktisches Wissen für die Produktion eigener Filme erlernen. Ein Angebot, das sich seit Jahren bewährt, sind Workshops rund um das iPad. Inzwischen sind über 500 iPads an Bremerhavener Schulen im Einsatz, und der Bedarf an Fortbildungen mit

dem Schwerpunkt Medienproduktion hat deutlich zugenommen. Ein Praxisbeispiel: Im Rahmen der Kampagne „Bürgermedien gegen Rechtsextremismus“ des Bundesverbands Bürger- und Ausbildungsmedien (bvbam) und der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) fand am 15. und 16. April 2015 ein Seminar bei Radio Weser.TV in Bremerhaven statt. Am ersten Tag hielten vier Referenten Vorträge über den Stand rechtsextremer Aktivitäten in Bremerhaven, Bremen und umzu.<sup>3</sup> Am zweiten Tag ging es nach einer technischen Einführung darum, mit dem iPad die Informationen vom Vortag in kurze thematische Videoclips umzusetzen.

Die Seminarteilnehmer hatten bisher keine praktischen filmischen Vorkenntnisse und waren jetzt mit der Aufgabe konfrontiert, am Abend einen eigenen Videoclip präsentieren zu müssen. Sie mussten also zügig an Drehbüchern, Kameraaufnahmen und dem Bildschnitt arbeiten. Dabei bewährte sich die unkomplizierte Handhabung der iPads. Natürlich waren die Videoclips nicht perfekt, besonders beim Ton (externes Mikrofon ist wichtig!) und der Nachvertonung gab es noch Verbesserungspotential. Aber die filmischen Ideen und die Möglichkeiten der schnellen Visualisierung auch durch Laien beeindruckten bei der Filmvorführung. Neben dem Spaß beim Produzieren der Videos vor und hinter den iPads boten sich für die Teilnehmer immer wieder Gelegenheiten, über eigene Erfahrungen und Positionen zu den Themen Rechtsextremismus und Toleranz zu sprechen. Vier Videoclips sind produziert worden. Sie sollen technisch noch ein wenig nachbearbeitet und zum Wettbewerb 2015 „Bürgermedien gegen rechts“ eingereicht werden.



<sup>3</sup> Wer, wie die Redaktion dieses Textes, von einem Schreibfehler in der Überschrift ausgegangen ist, hat sich getäuscht: „umzu“ ist Bremer Dialekt und bedeutet „in der Umgebung“. So heißt einer der vier Sender von Radio Weser.TV „Bremer Umland“.



## Immer anders, selbst gestaltet

Bei TIDE, Hamburgs *Communitysender und Ausbildungskanal*, kann jede und jeder selbst Radio und Fernsehen machen. Egal ob Talk, Dokumentarfilm oder regelmäßige Radioshow: Wer eine Idee für eine Sendung hat, kann sie mit Hilfe von festangestellten Redakteuren sowie engagierten TV-Studienkräften entwickeln, umsetzen und am Ende mit technisch und inhaltlich sendefähigen Beiträgen „on air“ gehen. So unterschiedlich die Radio- und Fernsehmakerinnen und -macher bei TIDE sind, so abwechslungsreich ist auch das Programm. Das reicht von Kurzfilmen, Radiofeatures und interkulturellen Alltagsreportagen bis hin zu Berichten über Stadtteilkultur, Kommunalpolitik, inklusive Gesellschaft, Umweltthemen und Musiksessions. Die Jugendredaktion „SchnappFisch“ hat im Fernsehen und im Radio eigene Sendepplätze. TIDE ist mit zehn Festangestellten, rund dreihundert Bürgerproduzentinnen und -produzenten, einem Fernsehstudio, einer mobilen Regie und zwei Radiostudios gut aufgestellt. Als Tochter der Hamburg Media School (HMS) sitzt der gemeinnützige Lokalsender auf dem Kunst- und Mediacampus – quasi im Herz des kreativ-akademischen Labors der HMS, der Hochschule für Angewandte Wissenschaften und der Hochschule für Bildende Künste in Hamburg.

Wer eine Sendung bei TIDE machen möchte, muss weder journalistisch noch technisch vorgebildet sein. Denn die rund 50 *Kurse der TIDE Akademie* vermitteln allen Interessierten die wichtigsten journalistischen Grundlagen sowie den Umgang mit Kamera, Mikrofon und Schnittprogrammen. Spezielle Medienkompetenztrainings wenden sich an Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen: Bei kostenlosen Infoabenden geben Elternmedienslotsen Orientierung im Umgang mit Games, Social Media, Smartphones; von TIDE trainierte Medienscouts beraten Gleichaltrige; TIDE-Medienpädagoginnen und -pädagogen arbeiten mit Kindern und Jugendlichen in Workshops an Schulen. Für Schülerinnen und Schüler bietet der Sender darüber hinaus die sogenannte Ferienakademie an, in der junge Menschen ab zwölf Jahren fünf Tage lang eigene Beiträge für Fernsehen, Radio und Internet-Blog machen können.

In den beiden *Ausbildungsredaktionen Radio und Fernsehen* produzieren pro Jahr rund 90 Praktikanten, Volontäre und Kurz-Auszubildende eigene Sendungen, vor allem das fast tägliche Radiomagazin „TIDE aktuell“ und das alle drei Wochen ausgestrahlte Fernsehmagazin „Hamburg immer anders“. Nur über die Schulter schauen ist bei TIDE nicht angesagt. Vom ersten Tag an üben die jungen Medienmacher, wie Beiträge professionell produziert werden – vom Themen finden, Recherchieren, Interviewen über den dramaturgischen Aufbau bis hin zum Einsprechen und Schneiden. Berufserfahrene Redakteu-

rinnen und Redakteure begleiten sie bei der täglichen Arbeit. Auch für die Studiokräfte, in der Regel Studierende aus medienaffinen Fachbereichen des Campus, ist der Job ständiges Lernen: Kameraleute, Cutterinnen, Lichtexperten aus der Praxis begleiten besonders aufwendige Produktionen mit ihrer Fachkenntnis und schulen die Crew am Set bzw. in der Postproduktion. Für alle ist das ein perfektes Sprungbrett fürs Durchstarten in einen Medienberuf.

Durch zahlreiche Kooperationen ist TIDE *eng vernetzt* in der Stadt. Mit Stadtteilstesten und Kulturinstitutionen pflegt TIDE kontinuierliche Kontakte: So entstehen Livemitschnitte von Konzerten und Theaterproduktionen, eigene Bühnenprogramme bei Festivals und in Kooperation entwickelte, eigenständige Fernsehformate, wie zum Beispiel Hamburgs Straßenmagazin „Hinz & Kunzt“.

All dies schultert TIDE mit einem Gesamtbudget von rund einer Million Euro aus dem Rundfunkbeitragsaufkommen. Zum Vergleich: Eine einzige Folge des „Tatort“ kostet durchschnittlich 1,5 Millionen Euro. TIDE sendet mit zwei Dritteln des Kuchens nicht nur 90 Minuten, sondern an 365 Tagen fast rund um die Uhr. Mit Blick auf die Zukunft hat TIDE nun auch begonnen, crossmedial zu denken und zu arbeiten.





## Mediale Fitness für Jedermann

Seit 1992 sendet der *Offene Kanal* Kassel, und er bekam Brüder 1996 in Gießen, 1997 in Offenbach und 1998 in Fulda. Allesamt sind sie Einrichtungen der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, und das bedeutet, dass sie einer der drei Arbeitsbereiche der LPR Hessen sind und von ihr voll finanziert werden. Im Jahr 2015 sind – mit Jahrespraktikanten, Praktikanten und Freiwilligen – 35 Menschen in den LPR-Filialen beschäftigt.



Obwohl die Offenen Kanäle schon immer Angebote der Medienbildung für ihre Nutzerschaften vorhielten, führte die gesetzliche Aufgabenerweiterung der LPR Hessen um „Förderung der Medienkompetenz“ zu einer Namensänderung der Bürgersender: Medienprojektzentren Offener Kanal (MOK) heißen sie seit Januar 2006, und entsprechend erweitert hat sich das Spektrum der Kurse, Seminare, Workshops und sonstigen Fachveranstaltungen. Allerdings ist dieser Zuwachs an Medienbildung nicht allein dem Aufgabenzuwachs des Mutterhauses geschuldet, sondern auch und nicht zuletzt dem rasanten technischen Fortschritt.

Angefangen haben die hessischen OKs mit dem Produktionssystem VHS, Kassel sogar noch mit DOS-PCs. Auch vom Internet war nicht die Rede. Heute hat fast jedes Kind schon ein Smartphone und/oder Tablet, also Internetzugang und weltweit „Freunde“. Auch die Offenen Kanäle sind nun voll digital ausgestattet, bis auf Kassel senden alle nur noch im



digitalen Kabel – es hat sich viel getan in den Jahren von VHS-Kassetten bis heute. Aber nicht nur technisch.

Auch die Nutzerschaften haben sich verändert, denn mit der Ausweitung der Bildungsangebote auf alles, womit man vorzeigbares, also sendefähiges Material produzieren kann, fühlten und fühlen sich Zielgruppen angesprochen, die in den Anfängen nicht ganz so häufig in den OKs präsent waren: Lehrkräfte mit ihren Schülern, Erzieherinnen mit ihren Zöglingen, Referenten von Jugendbildungswerken mit ihren Gruppen und jede Menge Organisationen von AWO über Feuerwehr, Polizei und Rotem Kreuz bis zu Zentren für Weiterbildung, die ihre Zielgruppen mit Medien arbeiten und ihnen Medienbildung zugutekommen lassen möchten.

Hauptanziehunggrund für all diese Menschen, Gruppen und Organisationen ist und bleibt die Tatsache, dass alle – weil ja immer medialen – Ergebnisse der Bildungsmaßnahmen im Fernsehen ausgestrahlt werden und unter [www.mediathek-hessen.de](http://www.mediathek-hessen.de) abrufbar sind. Ohne das äußerst wichtige Standbein des Senders wären die MOKs ebenso attraktiv wie ein roter Apfel unter tausend roten Äpfeln.



Die Zweigstellen der LPR Hessen verfolgen eine für alle Beteiligten gesunde Mischung aus *Bürgerplattform und Medienbildung*, denn beides bedingt einander und verschmilzt nahtlos. An allen MOK-Standorten wird seit vielen Jahren mit den Hochschulen zusammengearbeitet – am längsten in Fulda, wo im Fachbereich Sozialwesen die Studierenden, die später mit Kindern und Jugendlichen arbeiten, zu Medienpädagogen ausgebildet werden. In Kassel, Gießen und Offenbach sind andere Studiengänge, auch Lehramt, in Kooperationen einbezogen. Die Kooperationsvereinbarung mit der Hessischen Lehrkräfteakademie umfasst mittlerweile alle drei Phasen der Lehrerbildung.

Während also gezielt diejenigen medienfit gemacht werden, deren Aufgabe es ist, Kinder und Jugendliche lebensfit zu machen, sind ebenfalls gezielt Jedermann und Jedefrau jeden Alters eingeladen, selbständig und selbstverantwortlich am gesellschaftlichen Diskurs teilzunehmen, indem sie ihre Meinungen, Vorlieben, Wünsche und Kritiken im Offenen Kanal verbreiten. Und so laden die MOKs Jahr für Jahr zu mehr als 350 verschiedenen Mitmach- und Bildungsaktionen ein, von denen eine im Herbst 2015 wieder Jugendliche in ganz Hessen aufruft zu „Wir mischen mit! Jugendliche als Wahlforscher und Wahlberichterstatter“. Im März 2016 sind Kommunalwahlen, und erfahrungsgemäß sind wieder rund 250 junge Menschen begeistert dabei, sich „medial“ mit Politik zu beschäftigen.

Regional über das Land Hessen verteilt senden sieben *Nichtkommerzielle Lokalradios*, die von der LPR Hessen zugelassen sind und mit 76.500 Euro pro Jahr pro Standort gefördert werden. Die Sender in Kassel, Eschwege, Marburg, Frankfurt, Rüsselsheim, Wiesbaden und Darmstadt starteten ihren Sendebetrieb alle im Jahr 1997 und sind über UKW zu empfangen; aber natürlich auch per Livestream.

NKLs bieten Gruppen der Gesellschaft ein Forum, die im dualen Rundfunk kaum Gehör finden, und greifen in ihrer Berichterstattung Themen auf, die in den etablierten Medien weniger Beachtung finden. Damit sind sie zu einer festen Säule in der hessischen Medienlandschaft geworden. Dies bestätigen die regelmäßig durchgeführten Programmanalysen, aus denen deutlich hervorgeht, dass die Radios ein vielfältiges Programm ausstrahlen, das sich regional unterscheidet und sowohl einzeln als auch in der Summe der publizistischen Ergänzung dient.

Als Bürgermedien sind die NKLs eine ideale Plattform für die praktische Medienarbeit von Kindern, Jugendlichen und Multiplikatoren. Die Lokalradios sind dabei in das Medienkompetenznetzwerk der LPR Hessen eingebunden, bieten aber auch Projekte mit anderen Kooperationspartnern an.

Mit großer Regelmäßigkeit lädt die LPR Hessen zum „Runden Tisch“ ein, bei dem alle Radioinitiativen Gelegenheit zum Austausch haben und Anliegen vortragen können.



## Frisch und munter an der Ostsee

In Mecklenburg-Vorpommern bietet eine Reihe von Bürgermedien bunte und abwechslungsreiche Programme sowie Sendemöglichkeiten, die gern und oft genutzt werden. An der Spitze stehen die Offenen Kanäle der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern, die an fünf Standorten Bürgerfunk und Medienbildung betreiben. Die Programme der Offenen Kanäle werden derzeit von etwa 600 aktiven Nutzerinnen und Nutzern gestaltet, zwei Medientrecker (Kleinbusse, ausgestattet mit Produktionstechnik für Radio- und TV-Sendungen) führen außerdem jährlich etwa 40 Medienprojekte vor allem im ländlichen Raum durch. Daneben gibt es ein Nichtkommerzielles Lokalradio sowie vier nicht-kommerzielle lokale Fernsehsender.

Der Offene Hörfunkkanal in Neubrandenburg **NB-Radiotreff 88,0** ist der „älteste“ Bürger-sender im Land. Sendestart war der 20. Januar 1996. Der Offene Kanal stellt insgesamt vier Studios in Neubrandenburg zur Verfügung. Mit moderner Technik wird das Produzieren von Sendungen zum Kinderspiel. Gesendet wird ganztägig an sieben Tagen in der Woche. Der Sender ist – auch mit seinen Veranstaltungen zu Smartphones, Datenschutz und Mediensucht – ein zentraler Medienbildungs- und Kommunikationsort.

Das **Studio Malchin**, eröffnet 2003, gehört zu NB-Radiotreff 88,0 und liefert regelmäßige Radiosendungen für das Hauptprogramm nach Neubrandenburg. Im ländlichen Gebiet um Malchin sind plattdeutsche Sendungen, Berichte über Stadt- und Museumsfeste und auch Countrymusik sehr beliebt. Auch hier gibt es Workshops über Kommunikationsmedien wie Facebook, Twitter, Instagram und YouTube.

Der Offene Hörfunkkanal **radio 98eins** in Greifswald, dauerhaft auf Sendung seit 2005, gehört ebenfalls zu NB-Radiotreff 88,0. Das Programm, vor allem von Studierenden produziert, ist täglich von 19 bis 23 Uhr in der Hansestadt und Umgebung zu hören. Die Sendungen werden im Hauptprogramm von NB-Radiotreff 88,0 wiederholt und sind – wie alle anderen Sendungen der Offenen Kanäle – online in der Mediathek der Medienanstalt ([www.mmv-mediathek.de](http://www.mmv-mediathek.de)) abrufbar.



Im Rostocker Offenen Kanal Fernsehen, **rok-tv**, gestartet am 15. November 1997, können alle Einwohnerinnen und Einwohner aus Mecklenburg-Vorpommern gebührenfrei eigene TV-Beiträge produzieren und senden. Für die Produktion der Filme stellt rok-tv die nötige Technik zur Verfügung. Daneben ist der Sender, der über ein eigenes großes TV-Studio verfügt, ein Garant für Medienbildungs-Projekte im gesamten Bundesland:

rok-tv initiiert und begleitet Medienprojekte in Kitas, Schulen, außerschulischen Einrichtungen, Fach- und Hochschulen sowie für Seniorinnen und Senioren.



Der Offene Kanal *Fernsehen in Schwerin*, seit 2005 auf Sendung, ist ein verlässlicher Kooperationspartner für Vereine, Schulen und Träger außerschulischer Jugendarbeit. Längst werden hier nicht mehr „nur“ Filme und TV-Magazine produziert, sondern auch Hörspiele, Filmkritiken und Machinimas. Referenten klären – wie bei allen anderen Offenen Kanälen – auf Bildungsabenden auch über Internet, Datenschutz und soziale Netzwerke auf.

Neben den Offenen Kanälen gibt es folgende vereinsgetragene – und von der Medienanstalt geförderte – Bürgermedien im Land: Das *Lokalradio Rostock* (Bürgerfunk, u.a. von Studierenden), *Grevesmühlen TV* (Kinder- und Jugendfilm-Projekte), *Grimmen TV* (Bürgerfunk in Vorpommern), *lokal tv* (Kinder- und Jugendfilm-Projekte) sowie den *Jugend TV-Sender ELF* in Laage bei Rostock.

Laut der „Funkanalyse Mecklenburg-Vorpommern 2015“, durchgeführt von der INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung aus Berlin im Auftrag der Medienanstalt, sind die Bürgermedien insgesamt 437.000 Personen (Mindestalter 14 Jahre) im Land bekannt. 263.500 Personen können mindestens einen Bürgersender technisch empfangen, 80 Prozent dieser Empfänger, das heißt rund 210.500 Personen, nutzen dies auch tatsächlich.

## Bürgermedien in Mecklenburg-Vorpommern zum 15. Oktober 2015:

<b>Programm</b>	<b>Verbreitungsgebiet</b>
NB-Radiotreff 88,0	Region Neu Brandenburg, Malchin und Greifswald
Studio Malchin	Region Malchin
radio 98eins	Region Greifswald
Rostocker Offener Kanal Fernsehen (rok-tv)	Region Rostock
Fernsehen in Schwerin	Region Schwerin
Lokalradio Rostock (LOHRO)	Region Rostock
Grevesmühlen TV	Grevesmühlen
Grimmen TV	Grimmen
lokal tv	Bad Kleinen und Umgebung
Jugend TV-Sender ELF	Laage und Umgebung



## Vorbildliche Aufgabenerfüllung

Gemeinnützigen und nichtkommerziellen Rundfunk gibt es in Niedersachsen seit Mitte der 1990er Jahre. Zunächst starteten die Sender als Offene Kanäle und Nichtkommerzielle Lokalradios. 2002 wurden beide Organisationsmodelle im Rahmen einer Mediengesetznovelle zum *Bürgerrundfunk* verschmolzen. Mit der Novelle sind den Sendern drei Aufgaben zugewiesen worden:

- Sie sollen zur publizistischen Ergänzung der Lokalberichterstattung beitragen und das kulturelle Angebot in der Region erweitern. Das ist ihr Informationsauftrag.
- Zugleich müssen sie eine offene und unzensurierte Programmbeteiligung ermöglichen. Das ist ihre Partizipationsverpflichtung.
- Schließlich sollen sie – der Bildungsauftrag – zur Vermittlung von Medienkompetenz beitragen.

Mit der Reform des Mediengesetzes im Jahr 2010, die die Zulassung werbefinanzierter Lokalfunks ermöglichte, ist dem Bürgerrundfunk zudem die *Funktion der „Vielfaltsreserve“* zugewiesen worden. Insgesamt ist Niedersachsen die Heimat von 15 Veranstaltern von Bürgerrundfunk. Es gibt zehn Bürgerradios, zwei TV-Veranstalter und drei Bürgersender, die Programmangebote in beiden Medien gestalten.

In der Sendepraxis haben sich in Niedersachsen unterschiedliche Programmschienen herausgebildet. So stellt der Veranstalter (in der Regel ein eingetragener Verein oder eine gemeinnützige GmbH als Träger) in eigener redaktioneller Verantwortung die gesetzlich geforderte Lokalberichterstattung sicher. Gleichzeitig werden offene Sendeplätze für Bürgerinnen und Bürger bereitgestellt. Durch die redaktionelle Zusammenarbeit von haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitern verschwimmen in der Praxis die formalen Grenzen zwischen den verschiedenen Programmschienen.

Verschiedene *Evaluationen* der letzten Jahre dokumentieren, dass die Bürgersender ihre Aufgaben vorbildlich erfüllen. Ihr Informationsangebot ist in der Regel deutlich höher als bei anderen Rundfunkveranstaltern. Sendungen – zum Beispiel auf Plattdeutsch – und Musik, die man woanders vergeblich sucht, haben hier ihren festen Platz. Dass dabei die Qualität stimmt, bestätigen unter anderem die erfolgreichen Wettbewerbsteilnahmen: Seit 1998 wurden die von der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) jährlich ausgelobten Niedersächsischen Medienpreise 51-mal an Bürgersender vergeben. Im Jahr 2014 gingen alle sieben Hörfunkpreise ausschließlich an Bürgerradios.

Regelmäßig sind viele tausend Bürgerinnen und Bürger an der Programmproduktion beteiligt, und sie engagieren sich ehrenamtlich für „ihren“ Sender. Viele hundert Jugendliche nutzen jedes Jahr die Möglichkeit, hier Medienluft „zu schnuppern“. Es gibt unzählige Schulkooperationen. Jedes Jahr werden zwischen 40 bis 60 junge Menschen bei den niedersächsischen Bürgersendern in einem Medienberuf ausgebildet.

Vier von fünf Niedersachsen können mindestens einen der 15 lokalen Bürgersender im Land empfangen. Die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) hat in den vergangenen Jahren mehrfach die *Reichweiten* des niedersächsischen Bürgerrundfunks messen lassen. Die jüngste Studie hat ermittelt, dass landesweit mehr als 16 Prozent der Bevölkerung (Personen ab 14 Jahren) in den Verbreitungsgebieten zum „Weitesten Hörerkreis“ gehören. Der Spitzenwert beträgt 44 Prozent. Die Tagesreichweite liegt landesweit bei durchschnittlich drei bis vier Prozent, in der Spitze bei elf Prozent. Zum „weitesten Seherkreis“ des Bürgerfernsehens in Niedersachsen gehören durchschnittlich 13 Prozent der Bevölkerung in den Sendegebieten. Die Bandbreite reicht von sieben bis über 24 Prozent. Die aktuellen Werte dokumentieren eine stabile Akzeptanz bei Hörern und Zuschauern mit insgesamt leicht steigender Tendenz.

Die *Finanzierung* des Bürgerrundfunks in Niedersachsen stützt sich auf verschiedene Standbeine. Es gibt einen Finanzierungsmix aus trügereigenen Einnahmen, lokal akquirierten Drittmitteln und öffentlichen Zuschüssen aus dem Rundfunkbeitrag. Werbung und Sponsoring sind ebenso wie Teleshopping in den Programmen der niedersächsischen Bürgersender nicht erlaubt. Der niedersächsische Bürgerrundfunk ist nichtkommerziell. Die NLM vergibt ihre Zuschüsse auf Basis einer spezifischen Förderrichtlinie. Der grundsätzlich gemeinnützigen und am Gemeinwohl orientierten Tätigkeit des Bürgerrundfunks wird durch eine für jeden Sender- bzw. Medientyp gleiche Sockelfinanzierung Rechnung getragen. Im Sinne lokaler Verankerung und als Anreiz für kommunales Engagement kann diese Grundförderung um einen Bonus erhöht werden, sofern der zusätzliche NLM-Zuschuss durch eine lokale oder kommunale Co-Finanzierung in gleicher Höhe, also im Verhältnis eins zu eins, ergänzt wird.





## Förderaktivitäten in Düsseldorf

Medien organisieren nicht nur den Zugang zu Wissen und Information einer Gesellschaft. Die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Werten und die Entwicklung von politischen Zielen – das Herausbilden von öffentlicher Meinung – finden im Wesentlichen über Medien statt. Die selbstbestimmte Begleitung dieser Prozesse sowie deren aktive Mitgestaltung setzen demnach den kompetenten Umgang mit Medien voraus: Die Fähigkeit zur kritischen Reflexion von Medieninhalten, das Wissen um die Wirkungsstrukturen von Medien und insbesondere die eigene Kompetenz, sich (medien-)öffentlich zu artikulieren.

Bürgermedien in Nordrhein-Westfalen sollen entsprechend § 40 des Landesmediengesetzes (LMG NRW) Bürgern ermöglichen, sich an der Schaffung und Veröffentlichung von Inhalten in Medien zu beteiligen und so zur Ausbildung ihrer Medienkompetenz beitragen. Durch innovative, kreative und vielfältige Inhalte sollen Bürgermedien das publizistische Angebot für Nordrhein-Westfalen ergänzen und einen Beitrag zur gesellschaftlichen Meinungsbildung leisten.

Bürger in NRW können zwischen verschiedenen Möglichkeiten wählen, eigene Themen in Medien zu publizieren. So eröffnet der *Bürgerfunk* grundsätzlich jedem den Zugang zu einem der 44 lokalen Hörfunkprogramme in NRW. Jeden Tag können dort Bürger zwischen 20 und 21 Uhr (sonn- und feiertags zwischen 19 und 21 Uhr) eigene Beiträge ausstrahlen. Das im digitalen Kabel landesweit verbreitete *Bürgerfernsehen nrwision* ermöglicht es den Bürgern, Fernsehbeiträge zu publizieren. Darüber hinaus existieren an 13 Standorten in NRW *Campus-Radios*. Studierende können jeweils über eine eigene terrestrische Frequenz im Umfeld der Hochschule ihr hochschulspezifisches Programm verbreiten. Mit diesen bürgermedialen Plattformen sind spezielle Vorteile verbunden: Sie bieten ein lokales bzw. landesweites Publikum über alle Altersgruppen hinweg und ein professionelles Programmumfeld, das Zuhörer und Zuschauer an die bürgermedialen Programmangebote heranführt.

Grundsätzlich ist das Produzieren und Veröffentlichen in den Bürgermedien auch ohne besondere Kompetenzen möglich. Für die Umsetzung des Funktionsauftrages der Bürgermedien, für das potenzielle Wirksamwerden des medialen Beitrags im Sinne der öffentlichen Meinungsbildung ist jedoch die Qualifikation bürgermedialer Produzenten der Schlüssel zum Erfolg. Vor diesem Hintergrund hat die Vermittlung von *medienbezogener Qualifizierung* einen besonderen Stellenwert.



Es gibt Ziele und konzeptionelle Ansätze, die allen drei Systemen der Bürgermedien – Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und Campus-Rundfunk – zugrunde liegen. Sie werden im Folgenden kurz skizziert:

Damit Bürgermedien ihre Aufgaben für den einzelnen Bürger sowie für die Gesellschaft auch zukünftig und zunehmend erfolgreich wahrnehmen können, ist deshalb sicherzustellen, dass Bürgermedien auf die Veränderungsprozesse bezüglich der Technik und der Angebots- und Nutzungsweisen, die durch die Digitalisierung der Medien bedingt sind, zeitgemäß und flexibel reagieren können. Nur so kann gewährleistet werden, dass sie an den neuen Partizipationspotenzialen digitaler Medien teilhaben können.

Deshalb hat die Landesanstalt für Medien (LfM) die Absicht, die Bürgermedien in NRW dabei zu unterstützen, sich diesen Veränderungen so zu stellen, dass bürgermediale Partizipation gestärkt wird.

Die Aktivitäten der LfM zur Förderung der Bürgermedien, also von Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und Hochschulrundfunk, orientieren sich an diesen Bestimmungen. Zu den zentralen Aktivitäten der LfM bei der Förderung der Bürgermedien gehören insbesondere:

- Förderung von Schul- und Radioprojekten (Bürgerfunk)
- Förderung von Lehr- und Lernredaktionen im Bürgerfernsehen NRW
- Konzeptionelle Entwicklung und Förderung von Qualifizierungsmaßnahmen für Bürger, Auszubildende und Studierende
- Konzeptionelle Entwicklung und Förderung von Fortbildungsangeboten für Medientrainer und Multiplikatoren
- Aktivitäten zur Förderung der Programmqualität
- Bereitstellung von Technik
- Entwicklung von Grundlagen für ein Qualitätsmanagementsystem
- Förderung von Aktivitäten zur Vernetzung der Akteure der unterschiedlichen Formen von Bürgermedien
- Förderung bzw. Durchführung von Veranstaltungen.





## Attraktiv wie eh und je

Auch nach 30 Jahren hat das *Bürgerfernsehen (OK-TV)* in Rheinland-Pfalz nichts von seiner Attraktivität verloren: Am 1. Januar 1984 ging der Standort Ludwigshafen als erster Offener Kanal in Deutschland auf Sendung. Somit feierte das Bürgerfernsehen im Jahr 2014 seinen 30. Geburtstag. Aktuell gibt es 20 ehrenamtlich organisierte OK-TV Trägervereine im Land, die an insgesamt 20 Standorten über 2.000 Mitglieder haben. Deren Produktionsteams eingerechnet, arbeiten in Rheinland-Pfalz rund 5.000 aktive und kreative Bürgerinnen und Bürger, die pro Jahr etwa 4.500 neue Sendebeiträge mit einem lokalen, regionalen oder rheinland-pfälzischen Bezug produzieren.

Inhaltlich thematisieren die Sendebeiträge die unterschiedlichsten Rubriken und Geschichten aus dem Lokalen und Regionalen. Für Themen gibt es im OK-TV mehr Freiraum als bei den privat-kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Sendern, es werden Geschichten aus der Nähe und aus dem Alltag erzählt. Bürgerinnen und Bürger produzieren ambitionierte und hochprofessionelle Sendebeiträge, darunter Experimentelles und Unerwartetes. Nicht immer entsprechen die Beiträge den Fernsehgewohnheiten der Zuschauer, dies ist jedoch als Zugewinn an inhaltlicher und gestalterischer Vielfalt zu verstehen.



Die Versammlung der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) verabschiedete im Mai 2014 das Konzeptpapier „*Bürgermedien 3.0* – Regionale Medienplattformen in Rheinland-Pfalz“. Sechs Kernthemen stellen dabei die Rahmenbedingungen für Qualität und Vielseitigkeit im rheinland-pfälzischen OK-TV: Medienpolitische Basis auf Ehrenamtlichkeit, 2013er Status und längerfristige Perspektive, kreatives Programm, junger „Journalismus“ im „peer-to-peer“ Ansatz, vielfältige Distributionswege und die regionale Medienplattform im Internet.

Die Beibehaltung des ehrenamtlich geprägten Bürgermedienkonzepts in Rheinland-Pfalz ist der zentrale Baustein für die Aktivitäten der OK-TV. Das freiwillige Engagement schafft eine besondere lokale Identität und Authentizität. Jeder kann sich mit seinen Anliegen und Meinungen an die Öffentlichkeit wenden, kann lokale und regionale Ereignisse direkt zu den Menschen vor Ort bringen. Im globalen Informationszeitalter bieten Bürgermedien eine gute Möglichkeit zur Partizipation: Ob Einzelperson oder Gruppe – jeder kann auf eigene Initiative und in eigener Verantwortung Fernsehsendungen produzieren und ausstrahlen. Ehrenamt bringt zudem innovative Vielfalt. Dieses Konzept hat zu einer lebendigen, jungen Bürgermedienlandschaft geführt, die gleichzeitig akzeptiert und bezahlbar geblieben ist.

Bürgerfernsehen in Rheinland-Pfalz birgt nicht nur ein enormes kreatives Film- und Fernsehpotential, sondern produziert auch einen entsprechenden Programm-Output. Immer mehr junge Menschen übernehmen beim Bürgerfernsehen eine aktive Rolle. Ob zur Berufsorientierung, als Sprachrohr oder als Experimentierfeld – Bürgermedien sind junge Medien geworden. Und sie gewinnen in Deutschland, insbesondere in Rheinland-Pfalz, zunehmend an Bedeutung für die demokratische Gesellschaft.

Bei den Produktionen spielen junge Menschen eine nicht unerhebliche Rolle, und strukturell wird die Einrichtung entsprechender Ausbildungsmöglichkeiten durch die LMK gefördert. Bei den Standorten (OK-TV) in Rheinland-Pfalz starteten im September 2015 elf Jugendliche ihr FSJ im Bereich Kultur und ein Freiwilliges Ökologisches Jahr (FÖJ), daneben werden aktuell sechs junge Menschen zum Mediengestalter Bild und Ton ausgebildet. Die Ausbildung im rheinland-pfälzischen Bürgerfernsehen zeichnet sich durch ein hohes Maß an TV-Praxisnähe sowie ein breites Aufgabenspektrum bei der Produktion von Fernsehbeiträgen aus – von der Konzeption bis zum fertigen Film.

Längst hat sich Fernsehen zu einer Aktivität entwickelt, die einen crossmedialen Charakter hat: Programminformationen werden im Internet abgerufen, das Sendeprogramm

via Kabelübertragung verfolgt und Kommentare dazu via Twitter oder Facebook veröffentlicht. Mit den 2015 begonnenen Überlegungen zur Schaffung einer Online-Plattform für Bürgermedien in Rheinland-Pfalz wird eine zentrale Anlaufstelle für den Bereich OK-TV geschaffen, die diesen Entwicklungen Rechnung trägt: Neben einem breiten Informationsangebot rund um das Bürgerfernsehen und die kreative Mediengestaltung werden die Bündelung und Vernetzung der bisherigen Angebote, die Bereitstellung einer Mediathek sowie eine attraktive Einbindung von Social Media zentrale Funktionen dieses neuen Angebots sein. Natürlich bleiben die 20 Trägervereine erhalten, denn die zentrale Plattform ist nur eine Ergänzung zur bisherigen OK-TV-Struktur in Rheinland-Pfalz.





## Nicht dem Mainstream verpflichtet

Die Bürger- und Ausbildungsmedien in Sachsen sind auf insgesamt acht eigenständige oder zuliefernde Programme verteilt, von denen sich drei dem nichtkommerziellen Rundfunk und fünf dem Bereich Ausbildungs- und Hochschulrundfunk zuordnen lassen.

Die drei *nichtkommerziellen lokalen Hörfunkveranstalter* in Dresden (coloRadio), Chemnitz (Radio T) und Leipzig (Radio Blau) veranstalten ihre Programme seit Mitte der 1990er Jahre und unterscheiden sich deutlich von den privat-kommerziellen Programmen. Auch dadurch, dass sie nicht dem „Mainstream“ verpflichtet sind, können sie Themen aufgreifen, die in anderen Medien kaum oder gar keine Beachtung finden.

Gegenwärtig sendet jeder dieser Veranstalter ein wöchentliches 49-stündiges Programm, das auf einer gemeinsamen UKW-Frequenz mit dem jazz- und klassikorientierten Programm (apollo radio))) verbreitet wird.

Die Bürgerradios stehen in Kooperation miteinander, sind aber alle eigenständig und in verschiedenen Vereinen organisiert. Im Mittelpunkt steht der partizipatorische Gedanke. Dabei sind die Themen, mit denen sie sich auseinandersetzen, vielfältig:

Neben der Musik, die auch bei den Bürgerradios ein wichtiger Bestandteil des Programmes und – im Rahmen von Musiksendungen – oft auch im Zentrum der Beiträge steht, findet die lokale Berichterstattung über die jeweilige Stadt und die Beteiligung an Projekten mit einem unmittelbaren Bezug zum jeweiligen städtischen (Kultur-)Leben statt. Nicht zuletzt deshalb wurde beispielsweise Radio T vom Stadtmagazin 371 erneut zum Lieblingsradio der Chemnitzer benannt.

Die Radiomacher engagieren sich zudem häufig auch gesellschaftlich und sind nicht zuletzt mit Projekten und Kursen für verschiedenste Alters- und Interessengruppen medienpädagogisch aktiv.

Hinsichtlich ihrer Struktur und ihrem Professionalisierungsgrad sind die drei Radios unterschiedlich aufgestellt. Während bei Radio T in Chemnitz drei festangestellte Mitarbeiter tätig sind, die von öffentlicher Hand im Rahmen von Projektförderungen finanziert werden, arbeiten Radio Blau und coloRadio weitestgehend mit ehrenamtlichen Mitarbeitern.

Darüber hinaus sind an den Standorten Leipzig, Mittweida und Chemnitz *Hochschulradios* angesiedelt, deren Programm von Studenten gestaltet wird. mephisto 97.6, das Lokalradio der Universität Leipzig, sendet mit eigener Lizenz als lokales Hörfunk-Vollprogramm bereits seit 20 Jahren aus Leipzig. Studierende verschiedener Fachrichtungen erlernen durch ihre Mitwirkung, durch Unterstützung von Tutoren und dem Prinzip Handelndes Lernen das journalistische Handwerk. Unterstützt wird der Sender dabei von den Professuren des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Der Sender strahlt Montag bis Freitag täglich vier Stunden Programm aus, das auf einer gemeinsam genutzten Frequenz mit dem landesweiten Hörfunkprogramm R.SA ausgestrahlt wird.

Der Sender 99drei Radio Mittweida ist an der Hochschule Mittweida ansässig. Hier erhalten angehende Medienmanager im Rahmen von Praxismodulen die Gelegenheit, sich mit der Arbeit im Hörfunk vertraut zu machen. Gesendet wird täglich rund um die Uhr, das Programm wird unter anderem mit einer eigenen Morningshow, einem Kinomagazin und dem „Soundcheck“ angereichert. Da das Programm ausdrücklich die Menschen in Mittweida und Umgebung ansprechen soll, sind auch Lokalnachrichten fester Bestandteil des Programms. Ergänzend wurde unter dem Namen Sachsen Gold Plus ein ausschließlich über DVB-T zu verbreitendes Hörfunkprogramm lizenziert. In Chemnitz wiederum liefern Studenten des Uniradios UNICC der Technischen Universität täglich eine Stunde Programm für das dortige nichtkommerzielle Radio T.



Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) unterstützt die vorgenannten Aktivitäten durch die Finanzierung der Sende- und Leitungskosten und gelegentliche Förderungen von technischer Ausstattung.

Letztlich veranstalten die derzeit neun Sächsischen *Ausbildungs- und Erprobungskanäle* (SAEK) ein crossmediales und ausschließlich im Internet verbreitetes Gemeinschafts-Hörfunkprogramm, das in Leipzig zusammengestellt und unter dem Namen SAEK Webradio verbreitet wird.

Die SAEK sind derzeit in Dresden, Leipzig, Chemnitz, Bautzen, Görlitz, Riesa, Torgau, Plauen und Zwickau aktiv. Neben ihrer hauptsächlichen medienpädagogischen Kurs- und Projektarbeit vermitteln sie auch das Wissen und die Handhabung, wie Hörfunk- und Fernsehsehsendungen produziert und verbreitet werden. In zahlreichen Redaktionen, an denen jedermann mitwirken kann, werden regelmäßig unterschiedlichste Beiträge und Sendungen erarbeitet, die als Programm oder zugelifertes Magazin unter [www.saek.de](http://www.saek.de) oder in lokalen und regionalen Fernsehprogrammen in Sachsen ausgestrahlt werden. Die SAEK beruhen auf einer Initiative der sächsischen Landesmedienanstalt, die auch die maßgeblichen finanziellen Mittel für das Gesamtprojekt bereitstellt.





## Erfolgreiche Investitionen

In Sachsen-Anhalt ist seit dem Jahr 1997 die Zulassung Offener Kanäle und Nichtkommerzieller Lokalradios möglich. An sieben Standorten (Dessau, Magdeburg, Merseburg, Salzwedel, Stendal, Wernigerode und Wettin) verbreiten *Offene Kanäle* seitdem Fernsehprogramme, die von Bürgerinnen und Bürgern in Eigenverantwortung konzipiert und produziert werden. Zwei *Nichtkommerzielle Lokalradios* in Aschersleben (Radio HBW) und Halle (Radio Corax) ergänzen das Fernsehangebot um die Möglichkeit eines selbstgestalteten Radioprogramms jenseits von kommerziellen Interessen.

Während die Fernsehsender nach wie vor dem gleichberechtigten Zugang aller Interessierten verpflichtet und dem rechtlichen Rahmen nach als Plattformen für engagierte Laien zu sehen sind, verstehen sich die Radios als Ergänzung der publizistischen Vielfalt im lokalen Raum und arbeiten an einer organisatorischen und programmlichen Struktur, die ein durchhörbares 24-Stunden-Programm ermöglicht.

Nicht nur über ihre Grundfunktion als *publizistische Vielfaltsreserve* und ihre Rolle als ernstzunehmende Faktoren in den lokalen Kommunikationsstrukturen lassen sich Offene Kanäle und Nichtkommerzielle Lokalradios in Sachsen-Anhalt beschreiben, sondern auch über die Erfüllung der Aufgaben, die sie im weiten Themenfeld der Medienkompetenz einnehmen. Die lokalen Akteure verstehen sich zu Recht als idealer Partner bei Aufgaben und Lernprozessen, die der Vermittlung von praktischer Medienkompetenz dienen. Theoretisch Erarbeitetes kann in die Praxis umgesetzt werden, ohne auf externe oder interne Konventionen Rücksicht nehmen zu müssen oder wirtschaftlichen Zwängen zu unterliegen. Sachkompetenz vermittelt grundlegende Kenntnisse der Medien, Rezeptionskompetenz sichert die angemessene Aufnahme der Medien beim Zuhörer oder Zuschauer ab, Partizipationskompetenz ermöglicht die selbst gestaltete Teilhabe. Eine Vorzensur der Beiträge findet nicht statt.

Die generationenübergreifende, aktive und selbstverantwortete Teilnahme an medialen Produktions- und Distributionsprozessen spielt nicht nur im Zusammenhang mit der Freizeitgestaltung, sondern auch bei der Interpretation der eigenen Lebenswirklichkeit eine besondere Rolle. Quantitative und qualitative Beobachtungen zeigen, dass in sachsen-anhaltischen Offenen Kanälen und Nichtkommerziellen Lokalradios nicht nur junge Menschen außerordentlich kreativ sein können und mit Ausdauer und Professionalität an ihre Arbeit herangehen. Junge und ältere Menschen setzen sich mit ihrer Umwelt auseinander, entwickeln eigene Meinungen und Ansichten und finden dabei die unter-



schiedlichsten Wege, dies zum Ausdruck zu bringen. Mit ihren Werken beweisen sie, dass sie fähig sind, ein technisch und mental aufwendiges Projekt in einem kleinen Team zu entwickeln und durchzuführen – eine Fähigkeit, die jedem von ihnen auch im Alltag zugutekommt.

Die Sicherstellung der betrieblichen Rahmenbedingungen erfolgt über *jährliche Förderungen* durch die Medienanstalt Sachsen-Anhalt. Grundsätzlich werden pro Standort zwei feste Stellen inklusive aller Sozialabgaben sowie an allen Standorten die kompletten Miet-, Energie- und Telekommunikationskosten in voller Höhe sowie Sachkosten übernommen. Einen Eigenanteil von mindestens zehn Prozent bis über 100 Prozent erwirtschaften die Standorte über weitere Projektförderungen. Darüber hinaus ist die Realisierung der technischen Rahmenbedingungen für den Produktions- und Sendebetrieb von Offenen Kanälen für die Medienanstalt Sachsen-Anhalt von besonderer Bedeutung. So wurden allein in den Jahren 2013 und 2014 mehr als 260.000 Euro für den Ersatz und die Ergänzung von Studio- und mobiler Fernsehtechnik der Offenen Kanäle aufgewendet.

Ein Blick auf die Angebote des Internet-Medienportals [www.medienportal-isa.de](http://www.medienportal-isa.de) zeigt neben der Themen- und Umsetzungsvielfalt eindrucksvoll, dass diese Investitionen in den technischen Sektor erfolgreich waren. Die Bild- und Tonqualität der OK-Beiträge ist bemerkenswert hoch, natürlich nicht zuletzt dank der Kenntnisse über moderne Bildbearbeitung, die von den Verantwortlichen in ausgezeichneter Weise an die Nutzerinnen und Nutzer weitergegeben werden.





## Auf ganz eigenen Füßen

Seit 1991 sendet der Offene Kanal im nördlichsten Bundesland. Seitdem hat sich viel getan im OKSH – organisatorisch, technisch und konzeptionell. Seit 2006 ist er als „*Offener Kanal Schleswig-Holstein*“ (OKSH) eine eigenständige Anstalt öffentlichen Rechts, Rechtsgrundlage ist das „OK-Gesetz“. Diese Trägerschaft ist bundesweit einmalig.

Der OKSH hat *vier Hauptstandorte*, hinzu kommen (Stand 31. Dez. 2014) 27 Außenstudios, überwiegend im Hörfunk:

- OK Kiel – OKK (TV & Radio) mit zwei TV-Live-Sendemöglichkeiten sowie zwei Radio-Außenstudios,
- OK Lübeck – OKL (Radio) mit acht Außenstudios,
- OK Flensburg – OKF (TV), mit einer Live-Sendemöglichkeit,
- OK Westküste - OKWK (Radio) mit Sitz in Heide und mit zehn Außenstudios.
- Hinzukommen vier Radio-Außenstudios des OKSH im Hamburger Randgebiet, die bei TIDE 96.0 in Hamburg senden.

*Konzeptionell* ist der OKSH ein „Sender auf zehn Säulen“. An der Vielfalt der Möglichkeiten, die alle die Rundfunkoberfläche konstruktiv reflektieren, zeigt sich, wie unverzichtbar die konventionelle Sendemöglichkeit für den Betrieb des Offenen Kanals ist.

- Die wichtigste und stärkste OK Säule *BürgerSender* wirkt ähnlich der anderer OKs. Bürgersendungen finden auf festen und offenen Sendeplätzen statt.
- Der OK als *LokalSender* ergänzt die Berichterstattung von Presse und professionellem Rundfunk im lokal-regionalen Bereich. Eine besondere Rolle spielen die Live-Übertragungen von Landtag, Ratsversammlungen und Kreistag.
- Der *EreignisSender* zeigt Mitschnitte lokaler Veranstaltungen. Deren ungekürzte Ausstrahlung verstärkt die Veranstaltungen medial und spiegelt zugleich das Leben im Sendegebiet wider.
- Der OK gibt als *ServiceSender* Informationen anderer Stellen und Einrichtungen neutral weiter, etwa Hinweise auf Veranstaltungen.
- Der OK dient als *AusbildungsSender* der beruflichen Qualifizierung, etwa in der Kooperation mit Berufsschulen, Hochschulen, Fachhochschulen oder anderen. Im OK sammeln zukünftige „Profis“ Erfahrungen und testen Konzepte, ohne Werbekunden zu vergraulen. Aktiv sind sowohl Studierende verschiedener Medienstudiengänge als auch professionelle Pädagogen in Kita, Schule und außerschulischer Bildung. Der OKSH engagiert sich bei der Integration von Medienbildung in die Ausbildung der

Erzieher (MedienErzieher.de). Hinzu kommt die Ausbildung von Mediengestaltern Bild und Ton.

- Der OK ist *SchulSender* und unterstützt die Medienbildung in der Schule, auch mit besonderen Schulprojekten, etwa der Schulfernsehwoche SchOKK, Lehrkraftausbildungen oder Ausbildungen von Schülerinnen und Schülern zu „SchülerMedienLotsen“.
- Der OK trägt als *WerkstattSender* dazu bei, dass bei seinen Aus- und Fortbildungsangeboten die Theorie durch Praxis vertieft werden kann, und zwar in seinen Räumen, aber auch vor Ort, z.B. beim rollenden Mediacamp „Fischauge“.
- *MinderheitenSender* (siehe letzter Absatz am Ende)
- Zu Schulungszwecken in den Medienfachbereichen und als eine Möglichkeit, den eigenen Campus der Öffentlichkeit zu präsentieren, wurden in Kiel und Lübeck Radiostudios als *CampusSender* an Uni und FH eingerichtet.
- Im OK, dem *ExperimentalSender*, sind in TV und Radio alle möglichen Experimente gestalterischer, journalistischer und technischer Art denkbar.

Der OKSH hat einen ausdrücklichen Auftrag zur *Vermittlung von Medienkompetenz*. Die Angebote des OKSH finden zum Teil bei der Vorbereitung und Durchführung von TV- und Radiosendungen statt, zum Teil eigenständig.

Angebote	Aktivitäten
rundfunkorientiert (führen direkt oder indirekt zu Sendungen)	1 Seminare im OK 2 Projekte mit Schülerinnen und Schülern im OK oder in der Schule
nicht-rundfunkorientiert (führen nicht immer zu Sendungen)	3 Schüler und Eltern werden medienkompetent 4 Beruflich verwertbare Aus- und Fortbildung für Medienarbeiter und Pädagogen
Mobile Projekte und Kooperationen	5 Projekte zusammen mit anderen, oft im ländlichen Raum
Workshops	6 Projekte auf Veranstaltungen, die andere organisiert haben



Beispielsweise

- besucht das rollende Mediencamp Fischauge seit 1996 im Sommer vier bis sechs Dörfer und ermöglicht Jugendlichen dort Medienerfahrungen.
- lernen Schüler von zehnten Klassen als SchülerMedienLotsen Medienfertigkeiten und Gruppenleitung, um dann selbst eine Medien-AG zu leiten.
- erleben Eltern und Lehrkräfte beim GameTreff Computerspiele und erfahren, wie sie mit den PC-spielenden Anvertrauten umgehen können.
- informiert der OKSH beim SchulMedienTag Schüler, Eltern und Lehrkräfte mit und über Medien.
- erforschen beim WebTreff Referenten gemeinsam mit den Eltern aktuelle Internetanwendungen, Onlinegames und Handyphänomene.
- führte der OKSH 2014 mehr als 1.450 Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz durch.

Der OKSH fördert medial auch *Minderheitensprachen*. Seit September 2010 werden beim „FriiskFunk“, einem Radio-Außenstudio in Alkersum/Föhr, auf einem täglichen Sende-fenster Beiträge auf Friesisch über den gesamten OK Westküste verbreitet. Bei FriiskFunk kooperieren der OKSH, die Ferring Stiftung und der Friesenrat. Die Sendezeit von Friisk-Funk konnte seit dem Sendestart erheblich ausgeweitet werden. FriiskFunk begann 2010 mit einer einstündigen Sendung jeden Werktag, seit dem 3. Juni 2014 sendet die Redaktion zweistündig. Seit August 2014 wird dieser Block täglich wiederholt. Resultat: täglich vier Stunden FriiskFunk! Es entstehen jährlich etwa 300 Beiträge zu etwa 200 Themen, die sämtlich online zum Nachhören („on demand“) zur Verfügung stehen.



## Wichtiges Element der Medienlandschaft

Seit knapp 25 Jahren lizenziert und beaufsichtigt die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) private Rundfunkveranstalter im Freistaat. Fast genauso lang ist sie für nichtkommerzielle, lokale Bürgermedien zuständig. Die Thüringer Bürgersender sichern neben den öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogrammen des MDR und den landesweiten Privatradioprogrammen als eines von drei Lokalmedien die pluralistische Berichterstattung in den Städten und Gemeinden des Landes.

Unter dem Begriff Bürgermedien verbirgt sich in Thüringen seit 1996 ein bunter Strauß unterschiedlicher Formen und Ausrichtungen. So wurden Bürgermedien als Radio- und Fernsehsender in Form von *Offenen Kanälen*, *Nichtkommerziellen Lokalradios* sowie als *Einrichtungs- und Ereignisrundfunk* initiiert. Die TLM sichert dabei den Bestand und die Weiterentwicklung der Thüringer Bürgermedien. Annähernd die Hälfte des jährlichen Haushaltsvolumens der TLM wird für die Verwirklichung der Bürgermedien und die Förderung von Medienkompetenz verwendet: Dies entspricht aktuell einer Summe von rund zwei Millionen Euro.

Vor vier Jahren erschien in der TLM-Schriftenreihe im Band 21 die Studie „*Bürgermedien im Wandel*“. Die Erfurter Forschungsgruppe „diskursiv“ um Friedrich Krotz untersuchte im Umfeld des medialen Wandels, wie die künftigen Entwicklungspfade der Bürgermedien geplant werden sollten. Die Ergebnisse dokumentieren den zentralen demokratischen Beitrag, indem die Bürgermedien gesellschaftliche Teilhabe in der Zivilgesellschaft zu organisieren helfen.

Die mit den Bürgermedien verbundenen Ziele der Partizipation, der lokalen Information und der Medienbildung sind demnach gut begründet und haben auch unter gewandelten technologischen Bedingungen Relevanz. Bürgermedien sind die Partizipationsmedien der Zivilgesellschaft, die ihre Stärken – die lokale Bekanntheit und Anbindung – mit den übergreifenden Möglichkeiten der digitalen Medien verbinden werden.

Der thüringer Gesetzgeber hat dieser Bedeutung für die thüringer Medienlandschaft mit Blick auf die Weiterentwicklung der Bürgermedien Rechnung getragen. In dem im Sommer 2014 novellierten Landesmediengesetz wird den Bürgermedien ein *Funktionsdreiklang*, bestehend aus Partizipation, lokaler Information und Medienbildung, fest zugeschrieben. Ein zentrales Argument der Bürgermedien wird künftig noch stärker hervortreten, das Programm. Akzeptanz und Unterstützungsbereitschaft vor Ort werden

von den Inhalten bestimmt sein. Die Herausforderung besteht darin, die Programme systematisch zu entwickeln und die Relevanz der Beiträge stärker in den Blick zu nehmen. Hierbei wird auch in Zukunft der Entstehungsprozess in den Bürgermedien von Ehrenamtlichkeit und Freiwilligkeit gekennzeichnet sein.

Diese neue Schwerpunktsetzung spiegelt sich in einer zukünftig veränderten Struktur der Bürgermedien in Thüringen wider. Im Rahmen der 2015 – an den Bürgermedienstandorten Erfurt, Weimar, Jena, Eisenach, Nordhausen und Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg – durchgeführten Neulizenzierungen werden aus einstigen Offenen Kanälen (OK) und Nichtkommerziellen Lokalradios (NKL) *zukünftig Bürgerradios*. Bürgerradios tragen in einer Mischform Elemente eines Programmradios sowie einer offenen partizipativen Medienplattform in sich. Einrichtungs- und Ereignisrundfunk sind auch weiterhin vorgesehen.



Das Thüringer Medienbildungszentrum der TLM (TMBZ) am Standort Erfurt arbeitet schwerpunktmäßig im Bereich der aktiven Medienarbeit und der Multiplikatorenfortbildung und ist Partner der thüringer Bürgerradios. Der ehemalige, von der TLM getragene Offene Fernsehkanal in Gera bietet nun als zweiter Teil des TMBZ weiterhin für Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, Fernsehen zu machen und die Sendungen thüringenweit auszustrahlen.

Entsprechend wurden 2014 letztmalig OK-Trägerschaften an die Offenen Kanäle in Jena, Nordhausen und Eisenach bis Ende 2015 vergeben. Ziel ist, dass alle sechs thüringer Bürgerradios bis Ende 2015 ihre „Bürgerradio-Lizenz“ erhalten und das neue thüringer Bürgermedienmodell am 1. Januar 2016 umgesetzt ist.

Die TLM veröffentlicht jährlich den umfangreichen Rechenschaftsbericht der Thüringer Bürgersender, der auf der Internetseite der TLM eingesehen werden kann ([www.tlm.de/tlm/buergerrundfunk/PR-ArchivBM/index.php](http://www.tlm.de/tlm/buergerrundfunk/PR-ArchivBM/index.php)).



*Bürgermedien in Thüringen zum 15. Oktober 2015:*

<b>Programm</b>	<b>Verbreitungsgebiet</b>	<b>Erreichbare Einwohner</b>
Radio F.R.E.I.	Region Erfurt	200.000
Radio LOTTE Weimar	Region Weimar	60.000
Bauhaus FM	Region Weimar	60.000
radio okj 103,4	Region Jena	82.000
Offener Hörfunkkanal Nordhausen	Region Nordhausen	30.000
Wartburg-Radio 96,5	Region Eisenach	30.000
SRB – Das Bürgerradio im Städtedreieck	Saalfeld, Rudolstadt, Bad Blankenburg	110.000
hsf Studentenradio	Ilmenau	30.000
iSTUFF – Ilmenauer Studentenfernsehfunk	Ilmenau	30.000
Thüringer Medienbildungszentrum der TLM	thüringenweit mit Standorten in Erfurt und Gera	250.000

## ADRESSEN DER BÜRGER- UND AUSBILDUNGSMEDIEN IN DEUTSCHLAND

### BADEN-WÜRTTEMBERG

Nichtkommerzielle Lokalradios

bermuda.funk  
Brückenstr. 2–4 | 68167 Mannheim  
Tel.: 0621/3009797  
info@bermudafunk.org | www.bermudafunk.org

Radio FreeFM  
Platzgasse 18 | 89073 Ulm  
Tel.: 0731/9386284  
radio@freefm.de | www.freefm.de

Freies Radio Freudenstadt  
Forststr. 23 | 72250 Freudenstadt  
Tel.: 07441/88221  
team@radio-fds.de | www.radio-fds.de

Freies Radio für Stuttgart  
Stöckachstr. 16a | 70190 Stuttgart  
Tel.: 0711/6400442 | info@freies-radio.de  
www.freies-radio.de

Radio helle welle  
Eisenbahnstr. 128/1 | 72072 Tübingen  
Tel.: 07071/8690894  
info@hellewelle.de | www.hellewelle.de

Freies Radio Wiesental (Kanal Ratte)  
Hauptstr. 82 | 79650 Schopfheim  
Tel.: 07622/669253  
info@freies-radio-wiesental.de  
www.freies-radio-wiesental.de

QUERFUNK  
Steinstr. 23 | 76133 Karlsruhe  
Tel.: 0721/387858  
info@querfunk.de | www.querfunk.de

radioaktiv  
L 15/14 | 68161 Mannheim  
Tel.: 0621/1811831  
vorstand@radioaktiv.org | www.radioaktiv.org

Radio Dreyeckland  
Adlerstr. 12 | 79098 Freiburg  
Tel.: 0761/30407  
verwaltung@rdl.de | www.rdl.de

Radio fips  
Eberhardstr. 22 | 73033 Göppingen  
Tel.: 07161/9142424  
office@radiofips.de | www.radiofips.de

StHörfunk  
Haalstr. 9 | 74523 Schwäbisch Hall  
Tel.: 0791/973344  
info@sthoerfunk.de | www.sthoerfunk.de

Wüste Welle  
Hechinger Str. 203 (Südhaus) | 72072 Tübingen  
Tel.: 07071/760337  
buero@wueste-welle.de | www.wueste-welle.de

### BADEN-WÜRTTEMBERG

Lernradios

LernRadio  
Hochschule für Musik Karlsruhe, Institut Lernradio  
Am Schloss Gottesau 7 | 76131 Karlsruhe  
Tel.: 0721/6629104  
lernradio@hfm-karlsruhe.de | www.lernradio.de

echo-fm 88,4 c/o Uniradio Freiburg  
Georges-Köhler-Allee Geb. 076 | 79110 Freiburg  
Tel.: 0761/2038888  
info@echo-fm.uni-freiburg.de | www.echo-fm.de

horads – Hochschulradio Stuttgart  
Nobelstr. 10 | 70569 Stuttgart  
Tel.: 0711/89232898  
redaktion@horads.de | www.horads.de

PH 88,4 – Radio der Pädagogischen  
Hochschule Freiburg  
Kunzenweg 21 | 79117 Freiburg  
Tel.: 0761/682387 | radio@ph-freiburg.de  
www.ph-freiburg.de/radio



UniWelle  
Wilhelmstr. 50 | 72074 Tübingen  
Tel.: 07071/2972514  
uniradio@uni-tuebingen.de  
www.uni-tuebingen.de/uniradio

**BADEN-WÜRTTEMBERG**  
Aus- und Fortbildungs-TV

HD Campus-TV  
Institut LernRadio | Am Schloss Gottesau 7  
76131 Karlsruhe | Tel.: 0721/6629106  
juergenchrist@web.de

**BAYERN**  
Aus- und Fortbildungskanäle

afk GmbH  
Aus- u. Fortbildungs GmbH für elektronische Medien  
Rosenheimer Str. 145 | 81671 München  
Tel.: 089/4274080  
info@afk.de | www.afk.de

afk tv  
Rosenheimer Str. 145 | 81671 München  
Tel.: 089/42740886 | info@afktv.de  
www.afktv.de

afk M94.5  
Rosenheimer Str. 145 | 81671 München  
Tel.: 089/94599945 | studio@m945.de  
www.m945.de

afk max  
Hermannstr. 33 | 90439 Nürnberg  
Tel.: 0911/931840  
redaktion@afkmax.de | www.afkmax.de

**BAYERN**  
Nichtkommerzielle Lokalradios

LORA München  
Schwanthalerstr. 81 | 81667 München  
Tel.: 089/4802851 | info@lora924.de  
www.lora924.de

Radio Feierwerk  
Hansastr. 39 | 81373 München  
Tel.: 089/724880 | culture@feierwerk.de  
www.feierwerk.de

Radio Z  
Kopernikusplatz 12 | 90459 Nürnberg  
Tel.: 0911/450060 | info@radio-z.net  
www.radio-z.net

**BAYERN**  
Hochschulrundfunk

Digitales Uniradio bit eXpress  
Am Wolfsmantel 33 | 91058 Erlangen  
Tel.: 09131/8525139  
info@bitexpress.de | www.bitexpress.de

Radio Fine Tune  
Technische Universität München  
Arcisstr. 21 | 80333 München  
finetune@mhn.radio.de | www.radio.mhn.de

Campus Crew  
Innstr. 40 | 94032 Passau  
Info@campuscrew-passau.de  
www.campuscrew-passau.de

fh-radio.de  
Hochschule für angewandte Wissenschaften  
Würzburg-Schweinfurt  
Münzstr. 12 | 97070 Würzburg  
Tel.: 0931/3511162  
info@fh-radio.de | www.fh-radio.de

Kanal C – Campusradio der Universität Augsburg  
Eichleitnerstr. 30 | 86159 Augsburg  
info@kanal-c.de | www.kanal-c.de

Netradio Kulmbach on air  
Akademie für Neue Medien  
Rentamtsgässchen 2 | 95326 Kulmbach  
anm@bayerische-medienakademie.de  
www.netradio-kulmbach.de

Radio Leporello  
Hochschule Rosenheim  
Hochschulstr. 1 | 83024 Rosenheim  
www.radio-leporello.de

Schallwerk on Galaxy  
Universität Bayreuth  
Universitätsstr. 30 | 95440 Bayreuth  
www.schallwerk.org  
medienwissenschaft@uni-bayreuth.de

UR Würzburg  
Junge Presse Würzburg  
Am Studentenhäus | 97072 Würzburg  
info@jpwuerzburg.de | www.jpwuerzburg.de

Radio Pegasus  
Kath. Universität Eichstätt-Ingolstadt  
Ostenstr. 28 | 85072 Eichstätt  
Tel.: 08421/931577  
kontakt@pegasus.de | www.radiopegasus.de

Radio-Webwelle.de  
Hochschule Deggendorf  
Edlmaistr. 6 + 8 | 94469 Deggendorf  
Tel.: 0991/36150  
info@th-deg.de | www.radio-webwelle.de

Studentenfunk Regensburg  
Lehrstuhl für Medienwissenschaft der  
Universität Regensburg  
Universitätsstr. 31 | 93053 Regensburg  
info@stufentenfunk-regensburg.de  
www.studentenfunk-regensburg.de

unimax  
Institut für Theater- und Medienwissenschaft  
der Universität Nürnberg-Erlangen  
Bismarckstr. 1 | 91054 Erlangen  
uniradiounimax@googlemail.com  
www.uniradiounimax.de

Uni-Vox  
Otto-Friedrich-Universität Bamberg  
Kapuzinerstr. 16 | 96047 Bamberg  
info@univox.de | www.uni-vox.de

## BERLIN

OK-Fernsehen und -Hörfunk

ALEX Offener Kanal Berlin  
Voltastr. 5 | 13355 Berlin  
Tel.: 030/4640050  
info@alex-berlin.de | www.alex-berlin.de

## BERLIN/BRANDENBURG

Nichtkommerzielles Lokalradio

88vier  
c/o Medienanstalt Berlin-Brandenburg  
Kleine Präsidentenstr. 1 | 10178 Berlin  
Tel.: 030/2649670  
88vier@mabb.de | www.88vier.de | www.mabb.de

## BREMEN

Bürgerrundfunk Fernsehen und Hörfunk

Radio Weser.TV Bremen und Bremerhaven  
Hafenstr. 156 | 27576 Bremerhaven  
Tel.: 0471/9549595  
bremerhaven@radioweser.tv | www.radioweser.tv  
Nutzerbetreuung Bremen:  
c/o (bre)ma | Richtweg 14 | 28195 Bremen  
Tel.: 0421/33659790 | bremen@radioweser.tv

## HAMBURG

Nichtkommerzielle Lokalradios

Freies Sender Kombinat (FSK)  
Anbieterinnengemeinschaft im FSK e.V.  
Zusammenschluss mehrerer Vereine  
und Arbeitsgemeinschaften  
Eimsbütteler Chaussee 21  
20259 Hamburg | Tel.: 040/434324  
postbox@fsk-hh.org | www.fsk-hh.org

Hamburger Lokalradio (HLR)  
Hamburger Lokalradio e.V.  
Max-Eichholz-Ring 18 | 21031 Hamburg  
Redaktion: Tel.: 040/7382417  
redaktion@hamburger-lokalradio.de www.hhrlr.de

TIDE 96,0  
Bürger- und Ausbildungskanal TIDE gGmbH  
Finkenau 35 | 22081 Hamburg  
Tel.: 040/32599030  
info@tidenet.de | www.tidenet.de

## HAMBURG

Nichtkommerzielles Fernsehen

### TIDE TV

Bürger- und Ausbildungskanal TIDE gGmbH  
Finkenau 35 | 22081 Hamburg  
Tel.: 040/32599030  
info@tidenet.de | www.tidenet.de

## HESSEN

Medienprojektzentren OK-Fernsehen

### Medienprojektzentrum

Offener Kanal Fulda  
Bahnhofstr. 26 | 36037 Fulda  
Tel.: 0661/9013055  
kontakt@mok-fulda.de | www.mok-fulda.de

### Medienprojektzentrum

Offener Kanal Gießen  
Unterer Hardthof 19 | 35398 Gießen  
Tel.: 0641/9605007  
info@mok-giessen.de | www.mok-giessen.de

### Medienprojektzentrum

Offener Kanal Kassel  
Rainer-Dierichs-Platz 1 | 34117 Kassel  
Tel.: 0561/9200920  
info@mok-kassel.de | www.mok-kassel.de

### Medienprojektzentrum

Offener Kanal Rhein-Main  
Berliner Str. 175 | 63067 Offenbach  
Tel.: 069/82369100  
info@mok-rm.de | www.mok-rm.de

## HESSEN

Nichtkommerzielle Lokalradios

### Freies Radio Kassel

Opernstr. 2 | 34117 Kassel  
Tel.: 0561/578063  
verein@freies-radio.org | www.freies-radio-kassel.de

### Radio Darmstadt

Steubenplatz 12 | 64293 Darmstadt  
Tel.: 06151/8700101  
buero@radiodarmstadt.de | www.radiodarmstadt.de

### Radio RheinWelle 92,5

Unter den Eichen 7 | 65195 Wiesbaden  
Tel.: 0611/6099335  
info@radio-rheinwelle.de | www.radio-rheinwelle.de

### Radio Rüsselsheim

Ludwigstr. 13–15 | 65428 Rüsselsheim  
Tel.: 06142/12500  
info@radio-r.de | www.radio-r.de

### Radio Unerhört Marburg

Rudolf-Bultmann-Str. 2b | 35039 Marburg  
Tel.: 06421/683265  
mail@radio-rum.de | www.radio-rum.de

### radio x

Kurfürstenstr. 18 HH | 60486 Frankfurt  
Tel.: 069/29971222  
office@radiox.de | www.radiox.de

### Rundfunk Meißen

Mangelgasse 19 | 37269 Eschwege  
Tel.: 05651/95900  
mail@rundfunk-meissner.org  
www.rundfunk-meissner.org

## MECKLENBURG-VORPOMMERN

OK-Fernsehen

### rok-tv

Grubenstr. 47 | 18055 Rostock  
Tel.: 0381/4919898  
info@rok-tv.de | www.rok-tv.de

### Fernsehen in Schwerin

Dr.-Martin-Luther-King-Str. 1–2 | 19061 Schwerin  
Tel.: 0385/5559993  
mail@fernsehen-in-schwerin.de  
www.fernsehen-in-schwerin.de

## MECKLENBURG-VORPOMMERN

OK-Hörfunk

### NB-Radiotreff 88,0

Treptower Str. 9 | 17033 Neubrandenburg  
Tel.: 0395/581910  
880@nb-radiotreff.de | www.nb-radiotreff.de

Studio Malchin Bürgerradio  
Goethestr. 5 | 17139 Malchin  
Tel.: 03994/238881  
info@studio-malchin.de | www.studio-malchin.de

radio 98eins  
Friedrich-Loeffler-Str. 28 | 17489 Greifswald  
Tel.: 03834/861785  
chefredaktion@98eins.de | www.98eins.de

### MECKLENBURG-VORPOMMERN

Nichtkommerzielles Lokalradio

Lokalradio Rostock  
Kulturnetzwerk e.V.  
Friedrich-Str. 23 | 18057 Rostock  
Tel.: 0381/6665741  
kulturnetzwerk@lohero.de | www.lohero.de

### NIEDERSACHSEN

Bürgerrundfunk Fernsehen

h1-Fernsehen aus Hannover  
Landschaftstr. 7  
30159 Hannover  
Tel.: 0511/367010  
info@h-eins.tv | www.h-eins.tv

TV 38 – Fernsehen zw. Harz und Heide  
Halberstädter Str. 30 | 38444 Wolfsburg  
Tel.: 05361/775775  
info@tv38.de | www.tv38.de

### NIEDERSACHSEN

Bürgerrundfunk Fernsehen und Hörfunk

oldenburg eins  
Bleicherstr. 8-10 | 26122 Oldenburg  
Tel.: 0441/218880  
info@oeins.de | www.oeins.de

Radio Umland TV  
Am Turbinenhaus 11 | 27749 Delmenhorst  
Tel.: 04221/915811  
info@bfbu.de | www.radioweser.tv

Radio Weser.TV  
Walter-Rathenau-Str. 25 | 26945 Nordenham  
Tel.: 04731/923407  
nordenham@radioweser.tv | www.radioweser.tv

### NIEDERSACHSEN

Bürgerrundfunk Hörfunk

Ems-Vechte-Welle  
Kaiserstr. 10a | 49809 Lingen/Ems  
Tel.: 0591/916540  
info@ems-vechte-welle.de  
www.emsvechtewelle.de

leinehertz 106,5  
Hildesheimer Str. 29 | 30169 Hannover  
Tel.: 0511/2707220  
info@leinehertz.de | www.leinehertz.de

Radio Okerwelle  
Karlstr. 35 | 38106 Braunschweig  
Tel.: 0531/244410  
radio@okerwelle.de | www.radiookerwelle.de

osradio 104,8  
Lohstr. 45a | 49074 Osnabrück  
Tel.: 0541/750400  
info@osradio.de | www.osradio.de

radio aktiv  
Deisterallee 3 | 31785 Hameln  
Tel.: 05151/555555  
radio-aktiv@web.de | www.radio-aktiv.de

Radio Jade  
Kieler Str. 31 | 26382 Wilhelmshaven  
Tel.: 04421/99855  
redaktion@radio-jade.de | www.radiojade.de

Radio Ostfriesland  
An der Berufsschule 3 | 26721 Emden  
Tel.: 04921/915570  
info@radio-ostfriesland.com  
www.radio-ostfriesland.com

Radio Tonkuhle  
Andreaspassage 1 | 31134 Hildesheim  
Tel.: 05121/296090  
info@tonkuhle.de | www.tonkuhle.de

Radio ZuSa  
Ilmenauufer 47 | 29525 Uelzen  
Tel.: 0581/90540  
ue@zusa.de | www.zusa.de

StadtRadio Göttingen  
Groner Str. 2 | 37073 Göttingen  
Tel.: 0551/38481071  
redaktion@stadtradio-goettingen.de  
www.stadtradio-goettingen.de

### NORDRHEIN-WESTFALEN

Bürgerfernsehen

nrwision  
Technische Universität Dortmund  
Otto-Hahn-Str. 18–20 | 44227 Dortmund  
Tel.: 0231/755-8380  
info@nrwision.de | www.nrwision.de

### NORDRHEIN-WESTFALEN

Bürgerfunk

Informationen zum Bürgerfunk in NRW:  
www.lfm-nrw.de

### NORDRHEIN-WESTFALEN

Hochschulrundfunk

bonnFM  
Poppelsdorfer Allee 47 | 53115 Bonn  
Tel.: 0228/737777  
studio@bonn.fm | www.bonn.fm

Hochschulradio Aachen  
Wüllnerstr. 5 | 52056 Aachen  
Tel.: 0241/8093751  
redaktion@hochschulradio-aachen.de  
www.hochschulradio-aachen.de

HERTZ 87.9  
Universitätsstr. 25 | 33615 Bielefeld  
Tel.: 0521/9114511  
info@radiohertz.de | www.radiohertz.de

CT das radio  
Ruhr-Universität Bochum  
Universitätsstr. 150 | 44801 Bochum | ICN 02/648  
Tel.: 0234/3210900  
info@radioct.de | www.radioct.de

eldorado\*  
Vogelpothsweg 74 | 44227 Dortmund  
Tel.: 0231/7557475  
redaktion@eldorado.de | www.eldorado.de

hochschulradio düsseldorf  
Universitätsstr. 70 | App. 66022–24  
40225 Düsseldorf  
Tel.: 0211/349424  
info@hochschulradio.de | www.hochschulradio.de

CampusFM  
Universitätsstr. 2 R09 T03 D46 | 45141 Essen  
Tel.: 0201/1832315  
campusfm@campusfm.info | www.campusfm.info

Köln campus  
c/o Universität zu Köln  
Albertus-Magnus-Platz | 50923 Köln  
Tel.: 0221/4704831  
redaktion@koelncampus.com  
www.koelncampus.com

Radio Triquency  
c/o FH Lippe und Höxter  
FB Medienproduktion | Liebigstr. 87 | 32657 Lemgo  
Tel.: 05261/702525  
info@triquency.de | www.triquency.de

Radio Q  
Bismarckallee 3 | 48151 Münster  
Tel.: 0251/8379090  
info@radioq.de | www.radioq.de

Radius 92,1  
Universität Siegen | H-A 6114/15 | Hölderlinstr. 3  
57068 Siegen  
Tel.: 0271/7402066  
info@radius921.de | www.radius921.de

radioFH!  
Abt. Meschede | Jahnstr. 23 | 59872 Meschede  
Tel.: 0291/9910164  
www.radiofh.de

L'UniCo  
Warburger Str. 100 | 33098 Paderborn  
Tel.: 05251/602814  
kontakt@l-unico.de | www.l-unico.de

**RHEINLAND-PFALZ**  
OK-Fernsehen

OK4 – Adenau  
Hauptstr. 288 | 53518 Adenau  
Tel.: 02691/8558  
adenau@ok4.tv | www.ok4.tv

OK4 – Andernach  
Koblenzer Str. 22 | 56626 Andernach  
Tel.: 02632/46300 | andernach@ok4.tv  
www.ok4.tv

naheTV – Studio Bad Kreuznach  
Mannheimer Str. 54 | 55543 Bad Kreuznach  
Tel.: 0671/4836767  
info@nahetv.de | www.nahetv.de

OK-TV Bitburg  
Denkmalstr. 6 | 54634 Bitburg  
Tel.: 06561/7067616  
info@ok-bitburg.de | www.ok-bitburg.de

OK Weinstraße – Studio Haßloch  
Leo-Loeb-Str. 4 | 67454 Haßloch  
Tel.: 06324/9298915  
hassloch@ok-weinstrasse.de | www.ok-weinstrasse.de

naheTV – Studio Idar-Oberstein  
Wilhelmstraße 22 | 55743 Idar-Oberstein  
Tel.: 06781/6654090  
post@ok-nahetv.de | www.ok-nahetv.de

OK Kaiserslautern  
Pariser Str. 23 | 67655 Kaiserslautern  
Tel.: 0631/62498373 | Fax: 0631/62498379  
post@ok-kl.de | www.ok-kl.de

OK-TV Kirchheimbolanden  
Gasstr. 4 | 67292 Kirchheimbolanden  
Tel.: 06352/7117790  
info@okk-tv.de | www.okk-tv.de

OK-TV Kisselbach  
Poststr. 8 | 56291 Kisselbach  
Tel.: 06766/8277

OK4 – Koblenz  
Hofstr. 257c | 56077 Koblenz  
Tel.: 0261/32853  
koblenz@ok4.tv | www.ok4.tv

OK Weinstraße – Studio Landau  
Mahlastr. 3 | 76829 Landau  
Tel.: 06341/20011  
landau@ok-weinstrasse.de  
www.ok-weinstrasse.de/landau

:OKTV Ludwigshafen  
Prinzregentenstr. 48 | 67063 Ludwigshafen  
Tel.: 0621/524063  
mail@ok-lu.de | www.ok-lu.de

OK:TV Mainz  
Wallstr. 11 | 55122 Mainz  
Tel.: 06131/3931742  
info@ok-mainz.de | www.ok-mainz.de

OK Weinstraße – Studio Neustadt  
Von-Hartmann-Str. 11a | 67433 Neustadt/Weinstraße  
Tel.: 06321/7877  
neustadt@ok-weinstrasse.de  
www.ok-weinstrasse.de/neustadt

OK4 – Neuwied  
Heddesdorferstr. 35 | 56564 Neuwied  
Tel.: 02631/896543  
neuwied@ok4.tv | www.ok4.tv

Offener Kanal Speyer  
Neufferstr. 1 | 67346 Speyer  
Tel.: 06232/28307  
info@okspeyer.de | www.okspeyer.de

:OKTV Südwestpfalz  
Am Rathaus 9 | 66976 Rodalben  
Tel.: 06331/1410410  
info@oktv-suedwestpfalz.de  
www.suedwestpfalz-tv.de

OK54 Bürgerrundfunk Trier  
Fort-Worth-Platz 1 | 54292 Trier  
Tel.: 0651/9762951  
mail@ok54.de | www.ok54.de

OK-TV Wittlich  
Kirchstr. 13 | 54516 Wittlich  
Tel.: 06571/9006306  
info@ok-wittlich.com | www.ok-wittlich.com

:OK Worms  
Karmeliterstr. 3 | 67547 Worms  
Tel.: 06241/305216  
info@ok-worms.de | www.ok-worms.de

## SACHSEN

Ausbildungs- und Erprobungskanäle

SAEK-Webradio  
edmedien GmbH  
Listhaus Rosa-Luxemburg-Str. 29 | 04103 Leipzig  
Tel.: 0341/5194363  
leipzig@saek.de | www.saek.de

## SACHSEN

Nichtkommerzielle Radios

coloRadio  
Radio-Initiative Dresden  
Jordanstr. 5 | 01099 Dresden  
Tel.: 0351/32054710  
info@coloradio.org | www.coloradio.org

Radio Blau  
Radio Verein Leipzig  
Paul-Gruner-Str. 62 | 04107 Leipzig  
Tel.: 0341/3010006  
radioblau@radioblau.de | www.radioblau.de

Radio T  
Karl-Liebknecht-Str. 19 | 09111 Chemnitz  
Tel.: 0371/350235  
info@radiot.de | www.radiot.de

## SACHSEN

Hochschulradio und -fernsehen

mephisto 97.6  
Universitätsstr. 3 | 04109 Leipzig  
Tel.: 0341/9737951  
hefredaktion@mephisto976.de  
www.mephisto976.de

99drei Radio Mittweida  
AMAK AG  
Bahnhofstr. 15 | 09648 Mittweida  
Tel.: 03727/581022  
programm@radio-mittweida.de  
www.radio-mittweida.de

Sachsen Gold Plus  
AMAK AG  
Technikumplatz 17 | 09648 Mittweida  
Tel.: 03727/581725  
info@amag.de

Mw digital – Fernsehen für Mittweida  
AMAK AG  
Technikumplatz 17 | 09648 Mittweida  
Tel.: 03727/581725  
info@mw-digital.de

## SACHSEN-ANHALT

OK-Fernsehen

Offener Kanal Dessau  
Poststr. 6 | 06844 Dessau  
Tel.: 0340/2208530  
ok@ok-dessau.de | www.ok-dessau.de

Offener Kanal Magdeburg  
Olvenstedter Str. 10 | 39108 Magdeburg  
Tel.: 0391/7391327  
info@ok-magdeburg.de | www.ok-magdeburg.de

Offener Kanal Merseburg-Querfurt  
Geusaer Str. 88 | 06217 Merseburg  
Tel.: 03461/525222  
info@okmq.de | www.okmq.de

Offener Kanal Salzwedel  
Altperver Str. 23 | 29410 Salzwedel  
Tel.: 03901/472950  
info@ok-salzwedel.de | www.ok-salzwedel.de

Offener Kanal Stendal  
Bruchstr. 1 | 39576 Stendal  
Tel.: 03931/700033  
info@ok-stendal.de | www.ok-stendal.de

Offener Kanal Wernigerode  
Rudolf-Breitscheid-Str. 19 | 38855 Wernigerode  
Tel.: 03943/606808  
tv@okwernigerode.de | www.okwernigerode.de

WTV – Der Offene Kanal aus Wettin  
Lange Reihe 49 | 06198 Wettin  
Tel.: 034607/21738  
nestwettin@t-online.de | www.wettintv.de

### SACHSEN-ANHALT

Nichtkommerzielle Radios

Radio Corax  
Unterberg 11 | 06108 Halle/Saale  
Tel.: 0345/4700745  
info@radiocorax.de | www.radiocorax.de

Radio hbw  
Herrenbreite 9 | 06449 Aschersleben  
Tel.: 03473/84020  
info@radio-hbw.de | www.radio-hbw.de

### SCHLESWIG-HOLSTEIN

OK Fernsehen

Offener Kanal Flensburg  
Medienzentrum  
St.-Jürgen-Str. 95 | 24937 Flensburg  
Tel.: 0461/140621  
info@okflensburg.de | www.okflensburg.de

Offener Kanal Kiel  
Hamburger Chaussee 36 | 24113 Kiel  
Tel.: 0431/640040  
info@okkiel.de | www.okkiel.de

### SCHLESWIG-HOLSTEIN

OK Hörfunk

Offener Kanal Kiel  
s. oben

Offener Kanal Lübeck  
Kanalstr. 42–48 | 23552 Lübeck  
Tel.: 0451/7050020  
info@okluebeck.de | www.okluebeck.de

Offener Kanal Westküste  
Landvogt-Johannsen-Str. 11 | 25746 Heide  
Tel.: 0481/3333  
info@okwestkueste.de | www.okwestkueste.de

Alle vier Sender haben Außenstudios, siehe  
www.oksh.de

### THÜRINGEN

Bürgerradios

Radio okj 103,4  
Helmboldstr. 1 | 07749 Jena  
Tel.: 03641/52220  
info@radio-okj.de | www.radio-okj.de

Offener Kanal Nordhausen  
August-Bebel-Platz 6 | 99734 Nordhausen  
Tel.: 03631/466090  
info@ok-nordhausen.de | www.ok-nordhausen.de

SRB – Das Bürgerradio im Städtedreieck  
Alte Marktgasse 5 | 07318 Saalfeld  
Tel.: 03671/88330  
info@srb.fm | www.srb.fm

Wartburg-Radio 96.5  
Offener Hörfunkkanal Eisenach  
Georgenstr. 43 | 99817 Eisenach  
Tel.: 03691/881883  
info@wartburgradio.com | www.wartburgradio.com

Radio F. R. E. I.  
Gotthardtstr. 21 | 99084 Erfurt  
Tel.: 0361/7467421  
mail@radio-frei.de | www.radio-frei.de



Radio LOTTE Weimar  
Goetheplatz 12 | 99423 Weimar  
Tel.: 03643/401000  
info@radiolotte.de | www.radiolotte.de

## THÜRINGEN

Hochschulrundfunk

Experimentelles Radio  
Bauhaus-Universität Weimar  
Marienstr. 5 | 99423 Weimar  
Tel.: 03643/581066  
info@bauhaus.fm | www.bauhaus.fm

Radio hsf  
TU Ilmenau | Postfach 100565 | 98684 Ilmenau  
Tel.: 03677/694222  
info@radio-hsf.de | www.radio-hsf.de

ISTUFF – Ilmenauer Studentenfernsehfunk  
Forschungsgemeinschaft elektronische Medien e.V.  
Max-Planck-Ring 6d | 98683 Ilmenau  
Tel.: 03677/691929 | Fax: 03677/692358  
chefred@istuff.de | www.istuff.de

## THÜRINGEN

Thüringer Medienbildungszentrum der TLM

Standort Erfurt  
Steigerstr. 9-10 | 99096 Erfurt  
Tel.: 0361/2117756  
medienbildungszentrum@tlm.de  
www.thueringer-medienbildungszentrum.de

Standort Gera  
Webergasse 6-8 | 07545 Gera  
Tel.: 0365/201020  
info@tlm-okgera.de | www.tlm-okgera.de

## BILDUNGSEINRICHTUNGEN UND VERBÄNDE

Bildungszentrum BürgerMedien  
Turmstr. 10 | 67059 Ludwigshafen  
Tel.: 0621/5202248  
info@bz-bm.de | www.bz-bm.de

Bundesverband Offene Kanäle (BOK)  
c/o Medienprojektzentrum Offener Kanal Kassel  
Rainer-Dierichs-Platz 1 | 34117 Kassel  
Tel.: 0561/9200920  
info@mok-kassel.de | www.bok.de

Bundesverband Freier Radios (BFR)  
c/o Radio CORAX  
Unterberg 11 | 06108 Halle/Saale  
Tel.: 0345/4700745  
bfr@freie-radios.de | www.freie-radios.de

Bundesverband Bürger- und  
Ausbildungsmedien (bvbam)  
c/o OK-TV Ludwigshafen  
Prinzregentenstrasse 48 | 67063 Ludwigshafen  
Tel.: 0621/524063  
info@bvbam.de | www.bvbam.de





Herausgeber: Bundesverband Offene Kanäle  
Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien  
Redaktion: Angelika Jaenicke  
Gestaltung: Daphnis Georghiou  
Druck: ausDRUCK  
© BOK e.V. Kassel, Oktober 2015

Einen Druckkostenzuschuss gaben medienanstalten <sup>die</sup> 