

Einführung in die Radioarbeit

1. Was ist ein nicht-kommerzielles Lokalradio?

Neben den öffentlich-rechtlichen Anbieter (HR, SWR, YouFM etc.) und den privaten Anbietern (FFH, Big FM, Planetradio etc.) gibt es noch die so genannten nichtkommerziellen Sender.

Nichtkommerzieller Lokalfunk (NKL) ist ein lokal begrenztes, selbst organisiertes, nicht kommerziell ausgerichtetes Hörfunk- Programm. Das bedeutet im Klartext, viele Ehrenamtliche organisieren gemeinsam ein Radioprogramm, das nur in einem kleinen Kreis empfangbar ist und das keine Werbung senden darf. Die meisten NKLs sind in Vereinen organisiert, bei denen eigentlich jeder und jede Mitglied werden kann, um am Radioprogramm mitzuarbeiten. Dabei erhalten die Redakteure kein Geld. Das Radiomachen ist in diesem Fall also ein Hobby – ein arbeitsintensives, aber auch sehr spannendes Hobby. Und einige Radio-Profis begannen ihre Karriere bei einem NKL.

NKL wird oftmals auch als Vielfaltsreserve oder Gegenöffentlichkeit beschrieben, da Bürger (also Laien), die keinen Zugang zum öffentlich-rechtlichen oder privat-kommerziellen Rundfunk haben, die Möglichkeiten erhalten ihre Sicht der Dinge zu veröffentlichen.

Die Aufgaben von Nichtkommerziellem Lokalfunk:

- **Zugangsoffen** (Zugang zum Medium Radio für jeden)
- **Nichtkommerziell** (Werbung + Sponsoring on Air ist verboten)
- **Lokaler Bezug** der Beiträge und Sendungen
- **Publizistische Ergänzung** (Inhaltliche Ergänzung) zu privat-kommerziellem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk
- **Stärkung der Demokratie** von unten (Bürgerfunk, Gegenöffentlichkeit, Vielfaltsreserve)
- **Förderung von Medienkompetenz** (durch bewussten Umgang mit Medien und die Produktion eigener Medienangebote)

Geschichte und Hintergründe zu NKL:

Der Anstoß für nichtkommerzielle Lokalradios kam tatsächlich durch den illegalen Betrieb von Piratensendern Ende der 1970er, Anfang der 1980er Jahre. Damals gab es nur den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und gerade die links-alternative Szene konnte sich in diesen Programmen inhaltlich nicht wiederfinden. So entstanden Piratensender wie zum Beispiel Radio Dreyecksland (Raum Freiburg), das eine rechtliche Grauzone französischen Rechts ausnutzte und illegal im deutschsprachigen Raum sendete.

Die Gesetzgeber verstanden die Botschaft der Piratensender und änderten entsprechend die rechtliche Basis der Landesrundfunkgesetze und fügten auch einen Passus im Rundfunkstaatsvertrag ein der nun den Weg zur Lizenzierung von NKL und offenen Kanälen ebnete. Nach und nach folgten die Bundesländer den verschiedenen Modelversuchen und mittlerweile kann von einer recht guten Präsenz nichtkommerzieller Rundfunkanbieter in Deutschland gesprochen werden.

Nichtkommerzieller Lokalfunk in Hessen:

Radio Darmstadt war das erste NKL in Hessen. Gegenwärtig sind sieben NKL lizenziert.

- RadaR - Radio Darmstadt
- Freies Radio Kassel
- Radio Rüsselsheim
- Radio Rheinwelle (Wiesbaden)
- Radio Unerhört Marburg (RUM)
- Rundfunk Meißner (Eschwege b. Fulda)
- Radio X (Frankfurt a. Main)

Wegbegleiter

Das Radio ist ein Medium mit dem Schwerpunkt auf musikalischer Tagesbegleitung. Während gearbeitet, gefahren oder gegessen wird hört man seine Lieblingsongs im Radio und erfährt vom Moderator jede halbe Stunde oder Stunde die wichtigsten Neuigkeiten aus der Welt. Die Nachrichten sind bewusst so aufgebaut, dass mit „halbem“ Ohr hingehört werden kann ohne den Sinn der Nachricht zu verlieren.

Im Auto ist das Radio an

In fast jedem Auto befindet sich ein Radio und jeder Sender bietet Verkehrsnachrichten an. Dieser Service unterstreicht die Wichtigkeit der Autofahrer als Zielgruppe für die Radiosender.

Spartenprogramme

Was war zuerst da? Die Hörer, die nur Musik und ein paar News hören möchten oder Sender die das als Konzept angeboten haben?

Wäre das Programm inhaltlich zu anspruchsvoll und weniger durchhörbar würden auch weniger Menschen weniger lange Radio hören.

Klare Frage von: Mehr Qualität oder mehr Quantität im Hörfunk?

Vorteil für NKL

Nichtkommerzielle Lokalradios können durch vielschichtiges, abwechslungsreiches Programm mit lokalem Bezug ganz klar punkten und stellen somit eine Bereicherung in der Radiolandschaft dar.

Und ein weiterer Vorteil für den Hörer: es gibt absolut keine Werbung.

Finanzierung von NKL

Jede Person die Rundfunkgebühren zahlt, finanziert damit indirekt die nicht-kommerziellen Sender und somit auch RadaR.

Aufsichtsbehörde

Die „Landesanstalt für privaten Rundfunk und neuen Medien in Hessen“ kurz LPR Hessen ist die Aufsichtsbehörde von Radio Darmstadt. Gleichzeitig erteilt die LPR auch die Lizenz zum Senden und gibt uns rund 100.000 Euro pro Jahr, damit wir Räume mieten, Personal bezahlen und die technische Struktur bereitstellen können.

2. Der Radiomacher und Gesetze

Da der Radiomacher mit seinen Sendungen und Beiträgen ziemlich viele Menschen erreichen kann, hat er auch eine sehr große Verantwortung. Stell dir vor, ein Moderator würde Lügen on Air verbreiten und die Menschen glauben es und handeln danach. Nicht auszumalen was dann alles passieren könnte.

Staatlich garantierte Meinungsfreiheit

Grundsätzlich darf nach Artikel 5 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland jeder seine Meinung frei äußern, solange dabei bestimmte Rahmenbedingungen eingehalten werden.

Allerdings hat nicht jeder den Zugang zu einem Medium, wie zum Beispiel einem Radiosender, mit dem man sehr leicht Botschaften an viele Menschen schicken kann. Um der hohen Verantwortung gerecht zu werden gibt es verschiedene Gesetze, die die rechtlichen Rahmenbedingungen des Medienbetriebs klären und dafür sorgen, dass die Medien ihre Meinungsmacht nicht einseitig missbrauchen.

Bundesländer sind zuständig für Radio und Fernsehen

Zunächst muss man wissen, dass der Rundfunk, also Radio und Fernsehen, politisch bzw. rechtlich der Kultur zugeordnet wird. Kultur ist Sache der Bundesländer. Das bedeutet also, die Kompetenz zur Gesetzgebung für den Rundfunk liegt bei den Ländern. Bei uns in Hessen ist somit der hessische Landtag in Wiesbaden zuständig für die Rundfunkgesetze in Hessen.

Rundfunkstaatsvertrag

Da es aber ein ziemlich heftiges Chaos gäbe, wenn alle Bundesländer verschiedene Regelungen für Radio und Fernsehen beschließen würden, gibt es den so genannten Rundfunkstaatsvertrag. In diesem Staatsvertrag zwischen den Bundesländern werden wichtige länderübergreifende Bedingungen festgelegt. Zum Beispiel:

- Vorschriften für den öffentlich-rechtlichen u. privaten Rundfunk
- Sicherung der Meinungsvielfalt
- Organisation der Medienaufsicht, Überwachung der Medien
- Programmgrundsätze, Sendezeit für Dritte
- Form und Dauer der Werbung
- Einführung neuer (digitaler) Übertragungstechniken

Hessisches Privatrundfunkgesetz

Das Hessische Privatrundfunkgesetz (kurz: HPRG) ist die gesetzliche Grundlage zum Betrieb eines nichtkommerziellen Lokalradios in Hessen. Auf Basis des §40 des HPRG ist Radio Darmstadt, aber auch die sechs anderen hessischen NKLs lizenziert. Übrigens gilt das HPRG auch für alle anderen Privatradios wie z.B. „Hit Radio FFH“ oder auch „Planet Radio“.

Urheberrechte beachten

Bei der Verwendung von fremden Materialien sind die Urheberrechte der jeweiligen Urheber zu beachten und ggf. eine Sendegenehmigung einzuholen. Sofern fremde Beiträge gesendet werden, muss die Quelle und/oder der Urheber genannt werden.

Verbotene Inhalte bzw. rechtliche Stolpersteine:

- Aufhetzung / Ermunterung zu Straftaten
- Rassistische Inhalte
- Antisemitische Inhalte (judenfeindliche Inhalte)
- Sexistische Inhalte
- Gewalt verherrlichende Inhalte
- Beleidigung, üble Nachrede, Verleumdung
- verfassungsfeindliche Einwirkung auf Bundeswehr und öffentliche Sicherheitsorgane
- Verunglimpfung des Staates und seiner Symbole
- verfassungsfeindliche Verunglimpfung von Verfassungsorganen

Keine Werbung?

Nichtkommerzielle Lokalradios sind die einzigen Radios die frei von Werbung sind. Selbst bei öffentlich-rechtlichen Sendern wird Werbung gesendet und private Sender finanzieren sich in der Regel nur durch Werbung.

Keine Quote - keine Werbung!

Hauptgrund für das Prinzip der Werbefreiheit ist aber, dass NKL frei sein soll von Programmzwängen, die sich durch Zielgruppen oder Quoten ergeben. Die Sendenden von NKL sind ungebunden und frei in ihrer Berichterstattung und müssen keine Quote erfüllen um wettbewerbsfähig zu bleiben – da kein Wettbewerb herrscht.

Weiterhin sind NKL-Sendende an keine Weisungen durch Intendanten, Werbetreibende oder Geschäftsführer gebunden.

Kritische Recherche erwünscht

Ideale Voraussetzung um wirklich genau hinzusehen und auch mal eine unangenehme Frage zu stellen, die ein Redakteur beim HR oder bei Hit Radio FFH nicht stellen könnte – denn man will ja nicht den Intendanten oder den Geschäftsführer verärgern und vor allem will man nicht an Quote verlieren. Diese Probleme hat NKL nicht.

NKL hat somit wie kein anderes Radiomedium das Recht kritisch und unabhängig zu sein! Dieses Recht sollte auch genutzt werden.

3. Werberichtlinien

Alle Formen von Werbung und Sponsoring sind in nichtkommerziellen Lokalradios wie Radio Darmstadt verboten. Es gibt lediglich einige Ausnahmen, die sich meistens auf das eigene Programm beziehen. Die Details zur Definition von Werbung und Sponsoring findet ihr in den Werberichtlinien der Landesmedienanstalten.

Werbeformen die verboten sind:

- Gewerbliche
- Weltanschauliche
- politische Werbung
- religiöse Werbung
- redaktionell anmutende Werbung
- Schleichwerbung

Werbeformen die erlaubt sind:

- Werbung für das eigene Programm und die eigene Sendung
- Soziale Appelle (Bsp: Keine Macht den Drogen)
- Hinweise (aber keine Werbung!) auf Bezugsmöglichkeiten zu Begleitmaterialien der Sendung (Bücher, CDs & DVDs, Filme, Musik)
- Bei Gewinnspielen darf der Name der Firma oder des Produkts (Gewinns) dreimal pro Stunde genannt werden. Auch eine kleine Preisbeschreibung ist zulässig.

4. Journalistische Grundsätze & Sorgfaltspflicht

Die journalistische Sorgfaltspflicht ist eine in den Presse- und Mediengesetzen verbriefte Berufspflicht für alle Journalisten. Journalisten sind demnach verpflichtet, sämtliche Informationen sorgfältig auf Inhalt, Herkunft und Wahrheitsgehalt zu prüfen. Als Maßstab für eine sorgfältige Recherche dient der vom Presserat veröffentlichte Presserkodex. Die wesentlichsten Merkmale zur journalistischen Sorgfaltspflicht im Überblick:

Informationen auf Wahrheitsgehalt prüfen

Sämtliche Nachrichten und Informationen sind vom Journalist auf den Wahrheitsgehalt zu prüfen. Ausschlaggebend für die Authentizität und somit den Wahrheitsgehalt einer Information ist hierbei die Quelle. Daher wird sich ein guter Journalist immer mehrerer Quellen bedienen und diese Quellen miteinander vergleichen, um so zu einem objektiveren Gesamtbild zu kommen oder auch mögliche Widersprüche zwischen Quellen aufzudecken. Weiterhin darf der Sinn einer Information durch Bearbeitung o.ä. weder entstellt noch verfälscht werden.

Keine unlauteren Methoden bei der Recherche

Bei der Informationsbeschaffung dürfen keine unlauteren Methoden angewendet werden. Hierzu zählen grundsätzlich alle Handlungen die nach dem Strafgesetzbuch geahndet werden. Beispiele: Erpressung, Folter, Gewalt, Aufforderung zu Straftaten (Stehlen Sie mir die Unterlagen aus dem Büro ihres Chefs) etc.

Informanten schützen

Der Journalist ist verpflichtet seine Informanten zu schützen und hat Zeugnisverweigerungsrecht – muss also gegenüber Behörden seine Informanten nicht nennen.

Persönlichkeitsrechte beachten

Die Persönlichkeitsrechte jedes Menschen sind zu berücksichtigen. Insbesondere die Rechte auf informelle Selbstbestimmung, das Recht am eigenen Bild, die Wahrung der Ehre und der redaktionelle Datenschutz sind vom Journalisten zu gewährleisten. Solange das Privatleben und die Intimsphäre eines Menschen das öffentliche Interesse nicht berühren, darf darüber auch nicht berichtet werden.

Soziale Appelle

sind zum Beispiel die „Gib Aids keine Chance“-Spots oder die „Keine Macht den Drogen“-Spots der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

Werbung bei anderen Sender

Bei öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk ist Werbung zwar erlaubt, aber auch mit sehr vielen Auflagen und Richtlinien zum Schutze des Verbrauchers verbunden.

Sorgfaltspflicht:

- Inhalt
 - Herkunft
 - Wahrheitsgehalt
- jeder Nachricht ist sorgfältig zu prüfen.

Gegenrecherche

Ein guter Journalist publiziert eine ankommende Meldung nicht einfach, sondern prüft durch Gegenrecherche mit anderen Quellen, den Wahrheitsgehalt der Meldung. Oftmals deckt der Journalist bei der Gegenrecherche neue und ergänzende Fakten auf, die den Zusammenhang einer Meldung ändern können.

Gegendarstellung

Wenn jemand nachweisen kann, dass er oder sie von einer Zeitung, einem Radiosender etc. in der Berichterstattung benachteiligt worden ist, kann eine Gegendarstellung verlangen. Bei einer Gegendarstellung müssen die Verantwortlichen eines Mediums ein Erklärung des Geschädigten veröffentlichen.

Redaktions- und Anzeigenteil voneinander trennen

Die Medien sind aufgrund ihrer öffentlichen Verantwortung verpflichtet Redaktions- und Anzeigenteil (Werbung) strikt voneinander zu trennen. Private oder geschäftliche Interessen Dritter, oder des Journalisten selbst, dürfen die Berichterstattung nicht beeinflussen. Journalisten sind verpflichtet, Versuche der Vermischung von redaktionellem Bericht und Werbung abzuwehren.

Kommentar und Bericht voneinander trennen

Der Journalist ist verpflichtet die Berichterstattung von Kommentaren oder anderen meinungsäußernden Darstellungsformen (Glosse, Feuilleton) zu trennen und den Unterschied zwischen persönlicher Meinung des Journalisten und einem Bericht für den Leser, Hörer etc. nachvollziehbar zu machen.

Keine Vorverurteilung von Angeklagten

Solange die Schuld eines Angeklagten nicht durch ein Gerichtsurteil bestätigt wurde, darf der Angeklagte auch nicht als Verurteilter/Verbrecher in der Öffentlichkeit dargestellt werden. Der Journalist hat demnach im Konjunktiv zu berichten. (Der Angeklagte *soll/könnte/dürfte* etwas gemacht haben)

Keine Vorteile für Journalisten

Journalisten dürfen keine Geschenke oder Vorteile annehmen, die sie in ihrer Entscheidungsfreiheit beeinträchtigen könnten. Wer sich für eine vorteilhafte Darstellung/Berichterstattung Dritter o.ä. bestechen lässt, handelt laut Pressekodex unehrenhaft und berufswidrig.

5. Journalistische Fragen

Die journalistischen Grundfragen sind die Basis für jede journalistische Publikation (mit Ausnahme der künstlerischen und meinungsäußernden Darstellungsformen).

Für wen schreibe ich? - Zielgruppe festlegen:

Die Zielgruppenfrage ist eine Leitfrage, die die notwendige inhaltliche Tiefe festlegt und somit über den anderen W-Fragen steht und die W-Fragen näher beschreibt. Schließlich macht es einen Unterschied ob ihr einen Beitrag für Spezialisten oder für normale Menschen vorbereitet. Doch auch wenn man manchmal ins Detail gehen muss, soll sich der Journalist nicht in unnötigen Details verlieren – zumal lange Recherchezeiten teuer sind und viel Zeit kosten.

Die sechs journalistischen W´s befinden sich auf zwei verschiedenen Ebenen, der Sachebene und der Deutungsebene.

Sachebene (Was, Wer, Wann, Wo):

Jeder Bericht etc. sollte mindestens die vier Fragen der Sachebene klären, also die Antworten auf folgende Frage geben können: **Wer** genau hat **was** eigentlich, **wann** und **wo** gemacht / durchgeführt / veranlasst / behauptet etc.? Die Sachebene gibt exakte, objektiv überprüfbare Informationen wieder und ist in der Regel auch unstrittig.

Deutungsebene (Wie und Warum):

Als nächstes folgt die schwieriger zu recherchierende Deutungsebene. Die Überprüfung der Fragen „Wie“ und „Warum“ erfolgt unter Umständen nur mit erheblichem Rechercheaufwand und ist noch dazu nie wertungsfrei, demnach also auch nicht wirklich objektiv. Daher ist es oft sehr schwierig den Sachen wirklich auf den Grund zu gehen.

Quellen:

Das siebte W – Welche Quelle? - sagt es aus über die Qualität der Informationen die ich erhalten haben. Als Faustregel gilt: umso größer die Distanz der Quelle zum berichteten Sachverhalt ist, desto objektiver und zuverlässiger ist die Quelle.

Für wen oder welche Zielgruppe schreibe oder produziere ich den Beitrag/Artikel?

Weitere wichtige Fragen:

- ➔ Ist die Information wichtig für die Hörer? (Relevanz)
- ➔ Ist die Information zutreffend? (Gültigkeit)
- ➔ Ist die Information umfassend? (Erweiterung bzw. Vollständigkeit)
- ➔ Ist die Information erklärend? (Sinn)

Frageebenen und deren Fragen:

Sachebene	➔Wer? ➔Was? ➔Wann? ➔Wo?
Deutungsebene	➔Wie? ➔Warum?



**Welche Quelle?
Welches Zitat?**

6. Weitere Tipps und Tricks aus der Praxis

Texte für das Hören schreiben:

- Für den Hörer schreiben, im Sinne von Verständnis des Hörers.
- Kurze Sätze, die nicht verschachtelt sind und schnell zum Punkt kommen. Als Faustregel nicht mehr als 13 Wörter pro Satz.
- Eine Kernaussage pro Satz.
- Aktiv statt passiv benutzen.
- Verben statt Substantive verwenden.
- Unwichtige Füllwörter und Floskeln weglassen.
- Wichtiges mehrfach wiederholen.
- Synonyme vermeiden
- Zahlenangaben aufrunden oder mit Beispielen veranschaulichen.
- Fremdwörter sparsam einsetzen.
- Keine Rückbezüge zu vorherigen Inhalten.

Tipps zur Moderation:

- In das Mikrofon sprechen
- Deutliche Aussprache der Sätze, Wörter und Silben
- Optimale Sprechgeschwindigkeit, die sich an der Komplexität/Schwierigkeit des Textes/Themas und an den Hörern orientiert
- Nicht trinken und/oder essen beim Sprechen (generell im Studio verboten!)

Eine kleine Auflistung von sinnlosen Füllwörtern:

- ähm, öhm, so, ja (usw.)
- an und für sich, eben, gewissermaßen, irgendwie, quasi, sozusagen, praktisch,
- ich würde (sagen, glauben, meinen etc.)
- weiter geht es mit Musik

Wichtige Tipps zur Vorbereitung eines Interviews:

- Was will ich mit dem Interview erreichen?
- Inhaltliche Vorbereitung, Themenkenntnis
- Fragenvorbereitung (Fragen, Frageplan, Fragetechnik)
- Doppelte Rolle des Interviewenden
- Für das Publikum fragen
- Einleitende und grundlegende Worte vor einem Interview, Vorbereitung auf die Thematik