

Christian Köllmer

Bürgermedien als die mediale Freiwillige Feuerwehr

Es kann ganz schön verwirrend sein, wenn man nach den einzelnen Bürgermedientypen und -arten in Deutschland recherchiert, sie zu verstehen und zu guter Letzt sie noch in ihren Feinheiten auseinanderzuhalten ist dann noch einmal eine analytische Herausforderung. Community Media oder Bürgermedien als Oberbegriff, als die dritte Säule neben öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Anbietern – so werden sie oft bezeichnet. Vereinfacht betrachtet gibt es im Lokalen, also innerhalb der Ländergrenzen, aber unterhalb der Kreise, in Städten und Kommunen unterschiedliche Formen und Facetten von Medienangeboten, die nicht kommerziell oder öffentlich-rechtlich agieren, Radio oder Fernsehen produzieren, auf verschiedenen Kanälen im Netz präsent sind und irgendwie auch mit den Landesmedienanstalten zu tun haben – in Form von Lizenzierung, Förderung und Finanzierung.

Bürgermedien können eigentlich als eine große Familie mit unterschiedlichen Zweigen verglichen werden. Die Ursprungsidee im Bereich Fernsehen stammt übrigens aus den USA mit der Idee des „public-access television“ (PEG channels). Über Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen und Berlin ist dann vor 30 Jahren das Bürgerfernsehen (Offene Kanäle) entstanden. Ein weiterer Startschuss für die Bürgermedien im Radio ist die politische Friedensbewegung der 70er-Jahre, die wiederum der Nukleus der Freien Radios in Deutschland ist, ihre DNA ist in Freiburg zu lokalisieren. Bleibt man bei dem Bild mit der Familie: Freie Radios sind frei und unabhängig, kritisch und politisch, kein Mainstream, und meistens auch basisdemokratisch organisiert. Jetzt darf man nur nicht den Fehler machen, dass alle Freien Radios die gleiche Geschichte, den gleichen Habitus, das gleiche Image etc. haben. Nein, es gibt auch in diesem Sektor eine breite Palette von links- bis konservativ organisierten Sendern mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Alle unterliegen jedoch gemeinsamen Richtlinien, die in einer Charta festgelegt sind. Und wichtig: Bei den Freien Radios verantwortet der Verein das Gesamtprogramm und nicht der Einzelne, wie im Gegensatz zu der anderen Verwandtschaftslinie des Bürgerfernsehens. Fernsehen ist etwas komplizierter und aufwendiger zu produzieren im Vergleich zum Radio. Der Zuschauer vor einem Endgerät merkt auch viel schneller die Unterschiede zu vergleichbaren Angeboten als im Hörfunk. Die Akteure im Bürgerfernsehen – ob ehrenamtlich oder hauptamtlich – sind im Vergleich zu den Akteuren der Freien Radioszene als eher gemäßigt, bürokratisch und angepasst zu bezeichnen, der Wille zum „Umsturz“ im positiven Sinne, obliegt den eher angepassten Offenen Kanälen definitiv nicht. Was aber nicht bedeutet, dass der Fernsehbereich langweilig ist. Wie bei den Schwestern, den Freien Radios, gibt es eine breite Palette an Ausprägungsformen: von bieder-konservativ,

über lokal modern und relevant bis hin zu avantgardistisch. Ein dritter Familienzweig sind Bürgerfunkangebote. Diese haben publizistische Vorgaben, die einzuhalten sind. Dann gibt es noch viele Neffen und Nichten, die Bürgerfunkgruppen in NRW, Cousins und Cousins von Campus Radio oder Fernsehen und Ausbildungs- und Lernsender wie in Bayern oder Sachsen. Bei 16 Bundesländern und 14 Landesmedienanstalten gibt es insgesamt über 140 Bürgermedieneinrichtungen, die den verzweigten Familienstammbaum komplettieren. Das Gemeinsame ist, dass die Macherinnen und Macher der Bürgermedien, die Inhalte, die Themen, die Ansätze und Ziele im Vergleich zu den etablierten audiovisuellen Medien aus anderer Motivation heraus produzieren. Normativ betrachtet ist es gut, dass diese Formen der Medienbeteiligung eingerichtet wurden, sie sich stetig weiterentwickeln, um auf dem „Markt“ der Zuhörer / Zuschauer / Nutzer auch zukünftig bestehen zu können. Der „Markt“ ist jedoch ein anderer als vielleicht spontan vermutet. Es geht nicht direkt um Einschaltquoten, die mit Werbeflächen verbunden den Wert ausmachen. Es geht erstens um die Akzeptanz unter den Bürgern, sich auch in dieser Form zu engagieren, zweitens geht es um Inhalte, die relevant sein müssen und darum, dass die Sendungen auch gehört bzw. gesehen werden. Wird eine dieser beiden Faktoren für einen längeren Zeitraum generell grob vernachlässigt, ist es ein Zeichen dafür, dass die internen Strukturen des Bürgermediums verändert werden müssen. Kommen also immer weniger Menschen zu den unterschiedlichen Formen der Bürgermedien, dann liegt es nicht daran, dass das Medium an Attraktivität verloren hat, sondern dass die Rahmenbedingungen nicht überzeugen. Verfolgt keiner oder verfolgen zu wenige die Fernseh- oder Radioangebote, dann ist zu prüfen, welche Gründe dafür verantwortlich sind. Nicht zu unterschätzen ist auch die Tatsache, dass Bürgermedien ein sozialer Ort sind, der anziehend wirkt, wo sich Gleichgesinnte generationsübergreifend treffen, um gemeinsam Sendeprogramm zu gestalten. Apropos Rahmenbedingungen und Verbreitungsstrukturen: Die Nutzung von Social Media ist so normal, wie das übliche Senden von Radioprogramm via UKW bzw. im Kabelfernsehen. Jedes Bürgermedium kommuniziert über Social-Media-Kanäle mit seiner Community und – ob beim Radio oder beim Fernsehen – ist auch das zeitversetzte Hören oder Sehen in Form von Mediatheken oder Podcast seit Jahren übliche Alltagspraxis.

Bürgermedien haben sich an ihrem Standort, in ihrer Stadt zu fest verankerten Institutionen etabliert, die einen hohen Mehrwert für die Gemeinschaft bereitstellen. Ob Bildungsstätte, Ausbildungsstätte, Trainingslabor, gesuchter Kooperationspartner, Ursprung und Quelle einer anderen Sichtweise, Perspektive, Haltung, Überzeugung, agieren Bürgermedien wie die freiwillige Feuerwehr. Die Menschen vor Ort – die Produzentinnen von Fernseh- und Radiobeiträgen – arbeiten überwiegend ehrenamtlich und erstellen so interessante Inhalte, die zugegeben manchmal auch etwas ungewohnt und unkonventionell wirken und natürlich auch in der Qualität differieren. Es ist unbestritten und schon hunderte Mal wissenschaftlich untersucht und bewiesen, welche Auswirkung das redaktionelle Arbeiten auf die Macherinnen und Macher, ob jung oder alt, hat. In der Regel sind Bürgermedien oftmals immer einen Schritt voraus, was gesellschaftliche Teilhabe angeht. Das Bearbeiten unterschiedlichster

gesellschaftlicher Themen und das Bereitstellen von Angeboten der einzelnen Bürgermedi-
enplattformen sind einzigartig und fördern den demokratischen Gedanken auf ganz pragma-
tischer Art und Weise: Hier wird nicht nur darüber geredet, sondern auch etwas konkret
produziert, was der Nachwelt erhalten bleibt und bestenfalls zum Mitmachen anregt. Oft-
mals werden in Bürgermedien Strömungen sichtbar, die mit zeitlicher Verspätung die Ge-
samtgesellschaft erreichen. Bevor die Flüchtlingsflut auch den letzten besorgten Angstbürger
2016 erreicht hat, arbeiten beispielsweise die Freien Radios schon seit über 15 Jahren mit
Flüchtlingen und Migranten zusammen. Deshalb sind ganz konkrete Hilfsprojekte im Bür-
germediensektor gestartet, die bis heute auch ehrenamtlich weitergeführt werden.

Bürgermedien haben gerade in der heutigen unsicheren Zeit eine demokratiestärkende
Funktion und bleiben auch zukunftsfähig, wenn folgendes eingehalten wird: die Verbrei-
tungswege müssen gesichert und erweitert werden, sie müssen über ausreichend technische
Hardware vor Ort verfügen, sie benötigen engagierte und gut ausgebildete Menschen vor
Ort und sie müssen regelmäßig ihren Status neu definieren, überdenken und bei Bedarf auch
den gegebenen Umständen anpassen.

Autor

*Christian Köllmer ist Geschäftsführer des Bildungszentrums BürgerMedien und Referent bei
der Landeszentrale für Medien und Kommunikation. Seit 20 Jahren hat er in verschiedenen
Arbeitsbereichen mit Bürgermedien zu tun.*

Kontakt: koellmer@lmk-online.de

Redaktion

BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Michaelkirchstr. 17/18

10179 Berlin

Tel: +49 30 62980-115

newsletter@b-b-e.de

www.b-b-e.de