

ukw
92.5



Kompass Teil 1

- in der Fassung vom 18. September 2006 -
(Broschürenform)

radio hbw
Herrenbreite 09

06449 Aschersleben

Telefon +49 (3473) 8402-0
Fax +49 (3473) 8402-11

E-Mail: info@radio-hbw.de
Internet: www.radio-hbw.de

Träger Trägerverein Lokalrundfunk
Harz-Börde-Welle e.V.

Bank KSK Aschersleben-Stassfurt
Konto 3034110617
BLZ 81050000

V-Register-Nr. 382
Steuer-Nr.: 117/143/01162

UKW 92,50 MHz
Kabel-Egeln 92,50 MHz
Kabel Stassfurt 96,00 MHz
Kabel Hettstedt 91,15 MHz
Kabel Aschersleben 88,60 MHz

Mitglied im Landesverband NKL-Sachsen-Anhalt

Inhaltsverzeichnis

Kapitel	Seite
Vorwort	3
1 Grundbegriffe aus der Medientheorie	
1.01 Sozialkompetenz	4
1.02 Kommunikation Interaktion	4
1.03 Metakommunikation	7
2 Medien in der Gesellschaft	
2.01 Das Medium	7
2.02 Kommunikationsmittel	7
3 Funktionen der Massenmedien in der Demokratie	
3.01 Demokratie	8
3.02 Übersicht Aufgaben der Massenmedien	9
3.03 Informationsfunktionen	9
3.04 Meinungsbildungsfunktion	9
3.05 Kritik und Kontrollfunktion der Massenmedien	10
3.06 Pressefreiheit	10
3.07 Selbstkontrolle der Presse Pressekodex	11
4 Rolle der Bürgermedien im Rundfunksystem	
4.01 3-Säulenmodell	13
4.02 Bürgerrundfunk	14
4.03 NKL und OK	14
5 radio hbw	
5.01 Ziele des Bürger und Lokalradios hbw	15
5.02 interne Organisationsstruktur des Vereins	15
5.03 Gremien des Vereins	16
5.04 Organe des Vereins	16
5.05 Abteilungen des Vereins	17
5.06 Redaktionen	18
5.07 Geschichte des Vereins	19

Vorwort

Liebe Leserinnen und Liebe Leser, im Namen des gesamten Hauses obliegt es mir, Sie hiermit noch einmal herzlich willkommen zu heißen. Egal, ob sie als neues Mitglied, Praktikant, Auszubildender oder im Rahmen einer Maßnahme der Arbeitsagentur hier tätig sein werden. Das Ihnen hier vorliegende Werk soll sie während Ihrer Tätigkeit hier im Haus begleiten und stellt eine durchaus praxisorientierte Sammlung von Informationen für nahezu alle Lebenslagen dar, mit denen man sich als künftiger Radiomoderator oder redaktioneller Mitarbeiter konfrontiert sieht. Dieses, hier im als Kompass bezeichnete Buch soll auch Ihnen ein Wegweiser durch die wahre Informationsflut darstellen, mit der Sie sich sicherlich bereits jetzt konfrontiert wähen. Gegenstand dieses Leitfadens wird neben einigen notwendigen Begriffsdefinitionen aus der Medienwelt auch eine Anleitung für den Lokaljournalismus, sowie Tipps und rechtliches zur Sendungsgestaltung, als auch praktische Hilfen zur Moderation sein. Das klingt jetzt sicherlich erst einmal sehr trocken und theoretisch, aber um einen Lernprozess in Gang zu setzen, dem sie sich hier notwendigerweise schlicht und ergreifend stellen müs-

sen, ist ein Mindestmaß an Grundkenntnissen notwendig. Sie müssen die Inhalte dieses Buches nicht komplett auswendig beherrschen. Lediglich die wichtigsten Begrifflichkeiten sollten ihnen vertraut sein. Der Rest ergibt sich während der Arbeit hier im Sender dann schon von ganz allein. Dieses Werk soll jedem Mitglied und Radiointeressierten eine Art Wegweiser sein. Sie soll das Radioleben und seine Strukturen schlichtweg transparenter machen.

Doch zunächst steht da dann doch die Frage nach dem Sinn im Raum. Sie haben sicherlich schon einmal unser Programm gehört. Hier sind ja nun einige Dinge ganz anders als bei anderen Radiosendern, und dann wieder überhaupt nicht. Woran das liegt, und mit was für einer speziellen Art Massenmedium sie es hier zu tun haben, gilt es zuerst herauszufinden.

1 Grundbegriffe aus der Medientheorie**1.01 Sozialkompetenz**

Bevor jedoch der praktische Teil angerissen wird, ist es erst einmal wichtig, die Bedeutung zahlreicher Begriffe aus der Theorie zu klären. Der Begriff Soziale Kompetenz ist in den vergangenen Jahren zu einem Schlagwort geworden.

Im Arbeitsleben versteht man darunter unter anderem die Fähigkeit, positiv das Verhalten und die Einstellungen von Mitarbeitern zu beeinflussen (Stichwort Teamfähigkeit).

Der Begriff sozial kann hierbei als zwischenmenschlich, als "gesellschaftlich" oder als moralisch verstanden werden.

Soziale Kompetenz bezeichnet den Komplex all der persönlichen Fähigkeiten und Einstellungen, die dazu beitragen, das eigene Verhalten von einer individuellen auf eine gemeinschaftliche Handlungsorientierung hin auszurichten. "Sozial kompetentes" Verhalten verknüpft die individuellen Handlungsziele von Personen mit den Einstellungen und Werten einer Gruppe.

Zumindest ausreichende soziale Kompetenzen der Bevölkerung sind damit Voraussetzung für das Funktionieren jeder gesunden Gesellschaft.

1.02 Kommunikation Interaktion**Kommunikation/Interaktion**

Die gerade unter dem Stichwort der Sozialkompetenz noch einmal dargelegte Wichtigkeit, sich gerade hier mit anderen Menschen, seinem Umfeld und auch sich selbst intensiv auseinanderzusetzen, wirft natürlich eine ganze Reihe weiterer Fragen auf. Wenn ich, oder auch Sie mit anderen Menschen zusammenarbeiten, oder einfach nur Brötchen kaufen möchten, müssen wir uns verständigen. Das ist weder etwas Besonderes, noch sonderlich kompliziert. Wenn ich einem anderen Menschen auf welche Art auch immer etwas mitteile, wird er mir zuhören und antworten. Das was wir tun, steht somit in direkter Beziehung. Diesen Vorgang nennt man Interaktion.

Ein wichtiges Mittel um die Interaktion zu koordinieren und teilweise auch erst zu ermöglichen ist die Kommunikation.

Wobei sich hier die Wissenschaftler streiten was zuerst da war, die Kommunikation oder die Interaktion. Ähnlich der Debatte um Henne und Ei. Kommunikation ist als das wechselseitige Übermitteln von Botschaften definiert.

Kommunikation ist das wechselseitige Übermitteln von Daten oder Signalen, die einen festgelegten Bedeutungsinhalt haben, auch zwischen nichtmenschlichen Lebewesen, Objekten oder Systemen.

Und da ja nun die Dinge meist auch noch wissenschaftliche Namen haben, mit denen Sie im Laufe dieser Abhandlung noch konfrontiert werden, ist es an der Zeit auch damit nicht mehr hinter dem Berg zu halten. Denjenigen, der sich gerade mitteilt, nennt man auch Sender. Er übermittelt also eine Information, sendet diese gewissermaßen. Da Sender aber nun doch recht ordinär klingt, nennt man denjenigen, der sich gerade mitteilt auch Kommunikator, den dazugehörigen Empfänger Rezipienten.

Wir "sprechen" und "hören" bei jedem Kontakt zu einem anderen Menschen auf vier verschiedene Weisen:

Der Sachinhalt ist das, was durch gesprochene Worte ausgedrückt wird bzw. beim Gegenüber ankommt.

Der Appell einer Botschaft oder einer Handlung drückt die unausgesprochenen Wünsche und Sehnsüchte aus - bzw. das was der Partner davon auf sich bezieht. Im Beziehungshinweis wird ausgedrückt beziehungsweise aufgenommen, wie das Verhältnis der beiden Personen empfunden wird.

Die Selbstkundgabe umfasst Emotionen Triebe. Dieser Teil der Botschaft ist fast nur nonverbal. Diese "vier Seiten einer Nachricht" machen zwischenmenschliche Kontakte spannend, aber auch spannungsreich und anfällig für Störungen. Darüber hinaus werden die vier Hauptpunkte durch mehrere Unterasspekte ergänzt. Kommunikation ist weder aus unserem Alltag noch aus unserem gesamten Leben wegzudenken.

Alle gemeinschaftlichen Handlungen sind das Ergebnis eines durch Interaktion angetriebenen Interpretationsprozesses.

Das heißt, der Mensch findet durch Wahrnehmung und Kommunikation mit anderen Menschen die spezifische Bedeutung eines Gegenstandes für sich selbst heraus und handelt auf dieser Grundlage. Somit ist das persönliche Bedeutungsempfinden für jeden Menschen Handlungsgrundlage. Soll heißen, wenn mir egal ist, dass das Fenster offen ist, werde ich es nicht schließen.

Wenn ich einer Begebenheit Bedeutung beimesse, werte ich sie auch. Das Ergebnis der Wertung hängt bei Begebenheiten, die nicht unter die Grundbedürfnisse menschlicher Existenz fallen (Wärme, Essen, Triebe, etc.) auch von meinem gesellschaftlichen Umfeld, meinen persönlichen Normen und Wertvorstellung, und somit auch von meiner sozialen/gesellschaftlichen Prägung ab. Ohne Kommunikation kann ich mich nicht sozialisieren und keine Normen und Wertvorstellungen entwickeln. Das heißt, dass es ohne Kommunikation mit meinem Umfeld auch in meinen Handlungen keinen Bezug auf sie nehmen kann.

Interaktion ist somit nicht möglich. Da ich aber ohne vorherige Interaktion mit meinem Umfeld keine Begebenheiten, die über die menschlichen Grundbedürfnisse hinausgehen werten kann, kann der Mensch nicht über seine Grundbedürfnisse hinaus handeln, da ich mir ja der Bedeutung dessen, was ich tun könnte schlicht und ergreifend nicht aktiv werde.

Somit sind nur Ergebnisse von Gruppenarbeit einzigartig, nicht wiederholbar, original, da hier aufgrund der Interaktion der Gruppenmitglieder alle Wertungen des zu bearbeitenden Gegenstands einfließen, und somit die Summe aller Wertungen und Wahrnehmungen im Produkt vorliegt. Einzelarbeiten sind nicht individuell, da nur ein Wertungssystem mit einfließt und sich Wertungen und somit Wahrnehmung eines Gegenstandes nur durch Interaktion ändern kann. Einzelarbeit führt zur permanenten Wiederholung ein und desselben Schemas.

1.3 Metakommunikation

Alles, was man in einem Radiosender tut, hat im weitesten Sinne mit Kommunikation zu tun, da alles darauf hinausläuft über ein Medium (in diesem Falle die Sendefrequenz, oder ganz streng genommen die elektromagnetische Welle) dem Rezipienten Inhalte zu vermitteln.

Um reflektieren, was dort im Programm läuft, beziehungsweise laufen soll, spricht selbstverständlich über die Inhalte. Kommunikation über die Kommunikation mit dem Hörer. Diesen Vorgang bezeichnet man auch als Metakommunikation. Hier verlagern die Gesprächspartner ihre Aufmerksamkeit auf eine höhere Ebene der Betrachtung und sprechen darüber, wie sie miteinander umgehen oder was sie im Moment stark beschäftigt. Dies verlangt von allen Beteiligten der Kommunikation Mut und auch die Bereitschaft sich selbst wahrzunehmen. Metakommunikation findet somit in jeder Redaktionssitzung statt. Darüber hinaus sollte man sich aber auch Zeit für den Austausch über zu sendende, oder bereits gesendete Inhalte nehmen. Doch dazu später mehr.

2 Medien in der Gesellschaft

2.01 das Medium

Um eine Information vom Sender zu Empfänger zu übermitteln bedarf es immer eines Mediums, also eines Kommunikationsmittel. Wenn ich mit meinem Gegenüber spreche, ist die Sprache, genau genommen der Schall das Medium. Sollten mein Kommunikationspartner und ich nicht miteinander sprechen können, und ich ihm deshalb einen Brief schreibe, ist das Papier das Medium.

Umgangssprachlich ist der Begriff Medien jedoch vor allem mit den Massenmedien: Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk und Fernsehen verbunden.

2.02 Kommunikationsmittel

Kommunikationsmittel sind die Mittel, mit deren Hilfe sich Menschen untereinander verständigen können. Sie lassen sich in 3 Gruppen unterteilen. Man unterscheidet: natürliche Kommunikationsmittel: Sprache und andere durch den Mund geformte Laute Zeichensprache durch Hand- oder Körperbewegungen, z.B. Augenzwinkern;

technische Kommunikationsmittel: Mit der Hand geschriebene Schrift und Schriftzeichen auf Papier oder einem anderen Untergrund als Schriftträger; Abspielen von Tönen oder Bildern durch Abspielgeräte und Vorführgeräte wie Tonbandgeräte und Projektoren Übertragung von Sprache durch das Telefon oder der Schrift durch Telegraphie, meist nur an einen einzigen Adressaten; Satellitenfunk Kommunikation über technische Mittel ist reproduzierbar.

Soziale Kommunikationsmittel: Dieser Begriff wird für alle jene Kommunikationsmittel verwendet, die in ihrer Eigenart nicht nur den einzelnen Menschen, sondern die ganze menschliche Gesellschaft erreichen und beeinflussen können: die Presse, der Film, der Rundfunk, das Fernsehen und andere gleicher Art.

Massenkommunikationsmittel: Durch Massenkommunikationsmittel können Inhalte von einem oder wenigen Absendern sehr viele Adressaten gleichzeitig oder fast gleichzeitig erreichen. Beispiele sind unter anderem Bücher, Zeitungen, aber auch der Hörfunk und das Fernsehen.

3 Funktionen der Massenmedien in der Demokratie

3.1 Demokratie

Das folgende Kapitel soll klären, welche Rolle die Medien in der Demokratie spielen, und welche Aufgaben ihnen zuteil werden. Wenn in diesem Kapitel von Medien gesprochen wird, sind in allererster Linie Massenmedien gemeint.

Doch zuallererst stellt sich hier die Frage nach der genauen Definition des Begriffs Demokratie.

Sie lässt sich im weitesten Sinne als Volksherrschaft definieren. Alle Macht geht vom Volke aus. In den so genannten Repräsentativen Demokratien werden hierzu von den Bürgern eines Staates Repräsentanten gewählt, die Herrschaft ausüben sollen. Merkmal der repräsentativen Demokratie ist, dass durch gesetzliche Verfahren - in der Regel Wahlen - die Regierung ohne Revolution wechseln kann.

3.2. Übersicht Aufgaben der Massenmedien

In der Demokratie werden den Massenmedien Presse, Hörfunk und Fernsehen drei einander zum Teil stark überschneidende Funktionen zugeordnet:

Information, Mitwirkung an der Meinungsbildung, Kontrolle und Kritik. Zu den weiteren Aufgaben zählen aber natürlich auch Unterhaltung und Bildung.

3.3 Informationsfunktion

Da unsere Gesellschaft viel zu großräumig geworden ist, kommen wir mit dem direkten Gespräch, der unmittelbaren Kommunikation, nicht mehr aus. Wir als einzelne und die vielfältigen Gruppen, die in dieser Gesellschaft bestehen, sind darauf angewiesen, miteinander ins Gespräch gebracht zu werden - dafür sollen die Massenmedien sorgen.

Dabei müssen wir uns der Tatsache bewusst sein, dass wir die Welt zum großen Teil nicht mehr unmittelbar erfahren; es handelt sich überwiegend um eine durch Medien vermittelte Welt.

Die Massenmedien sollen so vollständig, sachlich und verständlich wie möglich informieren. Die Rezipienten sollen dadurch in die Lage

versetzt werden, das öffentliche Geschehen zu verfolgen.

Die Massenmedien sollen dabei wirtschaftliche, soziale und politische Zusammenhänge vermitteln. Der Bürger soll soweit informiert werden, dass er aktiv an politischen Prozess teilnehmen kann- als Wähler ebenso wie als Mitglied einer Partei, oder auch in einer Bürgerinitiative.

3.4 Meinungsbildungsfunktion

Bei der Meinungsbildung fällt den Massenmedien ebenfalls eine bedeutsame Rolle zu. In der Demokratie werden alle Fragen von öffentlichem Interesse in freier und offener Diskussion erörtert.

Es besteht dann die Hoffnung, dass im Kampf der Meinungen das Vernünftige die Chance hat, sich durchzusetzen. Auch hier ist natürlich wieder zu bedenken: Die Meinungen, die sich bilden kommen nicht in erster Linie auf Grund von Wirklichkeitserfahrung, sondern auf Grund von Wirklichkeitsvermittlung durch die Medien zustande. Medien vermitteln Wirklichkeit.

Was heutzutage nicht in den Medien auftaucht, ist im öffentlichen Bewusstsein meist nie passiert. Medien können jedoch immer nur

Abstraktionen der Wirklichkeit wiedergeben. Ausschnitte der Wirklichkeit, durch das Auge des Kameramannes betrachtet, ausgesucht vom Redakteur und mitgeteilt vom Moderator bleibt von der Wirklichkeit meist nur eine abstrakte, von Menschen gemachte und mehrere male weitergereichte Abbildung.

Da in einer modernen, differenziert strukturierten Gesellschaft eine Vielzahl von mehr oder weniger großen, zum Teil in Konkurrenz zueinander stehenden Interessengruppen existieren, gehört es auch zu den Aufgaben der Massenmedien, diesen Meinungspluralismus in einem angemessenen Verhältnis wiederzuspiegeln.

3.5 Kritik und Kontrollfunktion der Massenmedien

Im parlamentarischen Regierungssystem obliegt in erster Linie der Opposition die Aufgabe der Kritik und Kontrolle. Diese wird unterstützt und ergänzt durch die Kritik- und Kontrollfunktion der Medien. Ohne Presse, Hörfunk und Fernsehen, die Missstände aufspüren und durch ihre Berichte unter anderem parlamentarische Anfragen und Untersuchungsausschüsse anregen, liefe die Demokratie Gefahr, der

Korruption oder der bürokratischen Willkür zu erliegen.

Die Medien sind jedoch nicht nur entscheidend dafür verantwortlich, welche Themen auf der Tagesordnung stehen, sondern sie legen auch fest, in welcher Rangfolge der Dringlichkeit diese Themen behandelt werden.

3.6 Pressefreiheit

Damit die Massenmedien ihren Aufgaben gerecht werden können, gilt die so genannte Pressefreiheit. Der Begriff bezeichnet das Recht der Presse auf freie Ausübung ihrer Tätigkeit, vor allem das unzensurierte Veröffentlichen von Informationen und Meinungen.

In Deutschland ist die Pressefreiheit im Grundgesetz in Art.5 verankert: "Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten."

Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt."

Der Begriff der Presse umfasst dabei alle Druckerzeugnisse, die sich zur Verbreitung eignen, unabhängig von Auflage oder Umfang.

Die Pressefreiheit bedeutet deshalb auch, dass Ausrichtung, Inhalt und Form des Presseerzeugnisses frei bestimmt werden können, aber auch, dass Informanten geschützt werden und das Redaktionsgeheimnis gewahrt bleibt.

Anders als die Meinungsfreiheit umfasst die Pressefreiheit nicht den Schutz von Meinungsäußerungen an sich.

Die Pressefreiheit konkretisiert sich zum Beispiel in einem eigenen Zeugnisverweigerungsrecht für Journalisten, die auch nur unter erschwerten Bedingungen abgehört werden dürfen. Auch ist der Zugang zum Beruf des Journalisten nicht staatlich reglementiert - private Journalistenschulen bilden in eigener Regie und ohne staatlichen Einfluss Journalisten aus.

3.7 Selbstkontrolle der Presse Pressekodex

Da Pressearbeit vor dem Hintergrund der Aufgaben und der Pressefreiheit große Verantwortung in sich birgt, verpflichten sich die Mas-

senmedien einheitlich im so genannten Pressekodex zur:

1. Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse,
2. Zur Veröffentlichung bestimmte Nachrichten und Informationen in Worte und Bild sind mit der den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Dokumente müssen sinngetreu wiedergegeben werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen. Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder gemacht werden.
3. Veröffentlichte Nachrichten oder Behauptungen, die sich nachträglich als falsch erweisen, hat das Publikationsorgan, das sie gebracht hat, unverzüglich von sich aus in angemessenerweise richtig zu stellen.
4. Bei der Beschaffung von Nachrichten, Informationsmaterial und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.

5. Die bei einem Informations- oder Hintergrundgespräch vereinbarte Vertraulichkeit ist grundsätzlich zu wahren.

6. Jede in der Presse tätige Person wahrt das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien sowie das Berufsgeheimnis, macht vom Zeugnisverweigerungsrecht Gebrauch und gibt Informanten ohne deren ausdrückliche Zustimmung nicht preis.

7. Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellen Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken.

8. Die Presse achtet das Privatleben und die Intimsphäre des Menschen. Berührt jedoch das private Verhalten öffentliche Interessen, so kann es auch in der Presse erörtert werden. Dabei ist zu prüfen, ob durch eine Veröffentlichung Persönlichkeitsrechte Unbeteiligter verletzt werden.

9. Es widerspricht journalistischem Anstand, unbegründete Behauptungen und Beschuldigungen, insbesondere ehrverletzender Natur, zu veröffentlichen.

10. Veröffentlichungen in Worten und Bild, die das sittliche oder religiöse Empfinden einer Personengruppe nach Form und Inhalt wesentlich verletzen können, sind mit der Verantwortung der Presse nicht zu vereinbaren.

11. Die Presse verzichtet auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt und Brutalität. Der Schutz der Jugend ist in der Berichterstattung zu berücksichtigen.

12. Niemand darf wegen seines Geschlechts oder seiner Zugehörigkeit zu einer rassistischen, ethnischen, religiösen, sozialen oder nationalen Gruppe diskriminiert werden.

13. Die Berichterstattung über schwebende Ermittlungs- und Gerichtsverfahren muss frei von Vorurteilen erfolgen. Die Presse vermeidet deshalb vor Beginn und während der Dauer eines solchen Verfahrens in Darstellung und Überschrift jede einseitige oder präjudizierende Stellungnahme.

Ein Verdächtiger darf vor einem gerichtlichen Urteil nicht als Schuldiger hingestellt werden. Über Entscheidungen von Gerichten soll nicht ohne schwerwiegende Rechtfertigungsgründe vor deren Bekanntgabe berichtet werden.

14. Bei Berichten über medizinische Themen ist eine unangemessene sensationelle Darstellung zu vermeiden, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen beim Leser erwecken könnte. Forschungserkenntnisse, die sich in einem frühen Stadium befinden, sollten nicht als abgeschlossen oder nahezu abgeschlossen dargestellt werden.

15. Die Annahme und Gewährung von Vorteilen jeder Art, die geeignet sein könnten, die Entscheidungsfreiheit von Verlag und Redaktion zu beeinträchtigen, sind mit dem Ansehen, der Unabhängigkeit und der Aufgabe der Presse unvereinbar. Wer sich für die Verbreitung oder Unterdrückung von Nachrichten bestechen lässt, handelt unehrenhaft und berufswidrig.

16. Es entspricht fairer Berichterstattung, vom Deutschen Presserat öffentlich ausgesprochene Rügen abzdrukken, insbesondere in den betroffenen Publikationsorganen.

4 Die Rolle der Bürgermedien im Rundfunksystem

4.1 3-Säulenmodell

„Aller guten Dinge sind drei, sagt der Volksmund und hat natürlich recht, weil ein dreibeiniger Stuhl nicht kippt. Das soll auch für das Rundfunkwesen gelten. Zwar wird dort meist vom dualen Rundfunksystem gesprochen, über die Ausgewogenheit von öffentlich-rechtlichen zu privatem Hörfunk und Fernsehen gestritten und dabei die dritte, vielleicht zukünftig stabilisierende Säule vergessen.

1. Öffentlich-Rechtliche Radioprogramme

Diese Programme werden aus Rundfunkgebühren und Werbung finanziert. Sie bestehen aus Information und Unterhaltung. Zu diesen Gruppen gehören z. B. Programme des MDR (MDR 1 Radio Sachsen-Anhalt, Jump, MDR Sputnik)

2. Private Radiostationen

Sie werden ausschließlich durch Werbung und Sponsoring finanziert. Man hört es z. B. durch „und diese Sendung wurde Ihnen präsentiert von...“, und dient der Unterhaltung. Zu den privaten Rundfunkprogrammen zählen u. a. Radio SAW und Antenne Sachsen.

3. Offene Kanäle und nicht kommerzieller Bürgerfunk

Die Finanzierung erfolgt im Bundesland Sachsen-Anhalt durch die Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA). Die Arbeit wird hauptsächlich durch ehrenamtliche Mitarbeiter ausgeführt. Der Bürgerfunk hat eine ergänzende Funktion gegenüber den privaten Radiostationen und den öffentlich-rechtlichen Radioprogrammen.

Der Bürgerfunk zählt auf Bürgerbeteiligung und arbeitet völlig werbefrei und nicht gewinnorientiert.

4.2 Bürgerrundfunk

Bürgerrundfunk ist ein Modell der Bürgerbeteiligung in der deutschen Rundfunklandschaft. Circa 70 Offene Kanäle und ca. 30 nichtkommerzielle Lokalradios, also freie Radios, gibt es schon länger in Deutschland, dies reicht von dem 1.000 Einwohner zählenden Ort Eichtershausen bis zur Millionenstadt Berlin.

Es wird in Eigeninitiative und Eigenverantwortung Radio gemacht. Die Finanzierung erfolgt durch Rundfunkgebühren, lokale Förderer, Spenden und Mitgliedsbeiträge. Es sollen vor allem diejenigen zum Zuge kommen, die zu speziellen

Gruppen gehören und bei den großen Radiostationen nicht zu Worte kommen.

4.3 NKL und OK

In Sachsen Anhalt gibt es 2 Arten von Bürgermedien, den offenen Kanal und den so genannten Nichtkommerziellen Lokalrundfunk.

Beide Radiosysteme sind völlig werbefrei und nicht gewinnorientiert. Es herrscht Meinungsfreiheit (nach Artikel 5 Grundgesetz) für Radiomitglieder (NKL) und Nutzer (OK).

Die Radiomitglieder und Nutzer erhalten Grundkenntnisse über elektronische Medien und durchlaufen einen intensiven Bildungsprozess. Auch lernen sie die Möglichkeiten des Mediums Radio kennen und sich mit eventuell entstehenden Problemen auseinander zusetzen.

Dadurch werden die kreativen Fähigkeiten geschult. So leisten die lokalen Radiosender einen spezifischen Beitrag zur Meinungsvielfalt und fördern die Medienkompetenz der Bürger.

Im Offenen Kanal sollen und dürfen alle Bürger ans Mikrofon. Das Sendekonzept unterliegt keiner redaktionellen Kontrolle und die Verant-

wortung liegt bei demjenigen, welcher die Sendung gestaltet. Es gibt bei nahezu jedem OK hauptamtliche Mitarbeiter, die journalistische und technische Unterstützung anbieten.

5 radio hbw

5.1 Ziele des Bürger und Lokalradios hbw

Das Programm wendet sich an alle Bürgerinnen und Bürger im Landkreis Aschersleben-Staßfurt, und sollte einen möglichst umfassenden Blick auf das lokale Geschehen im Sendegebiet zu vermitteln.

Das Radio nimmt eine große öffentliche Aufgabe wahr. Es muss sich an folgende Richtlinien halten:

1. Schutz der persönlichen Ehre
2. Richtlinien der Medienanstalt
3. Vereinssatzung
4. Statuten des Radios

Die Würde des Menschen, sowie die sittlichen, religiösen und weltanschaulichen Überzeugungen müssen beachtet werden. Auch der Schutz der Menschen, insbesondere von Kindern und Jugendlichen wird berücksichtigt. Die Toleranz gegen-

über anderen Kulturen und Nationalitäten findet die nötige Beachtung.

Faschistische, antidemokratische und extremistische Aussagen und Tendenzen haben im Programm keinen Platz. Das Radio und sein Förderverein werden den beständigen Kontakt mit Menschen unterschiedlicher Kultur und Religion suchen und pflegen, um diese Menschen zur Mitgestaltung des Programms aufzufordern. Somit heißt das Motto "Bürger ans Mikrophon"!! Kinder und Jugendliche lernen mit der Hilfe des Radios im schulischen und außerschulischen Bereich den praktischen, verantwortungsbewussten und kritischen Umgang mit den Medien.

5.2 interne Organisationsstruktur des Vereins

Damit der Sender in sich funktioniert, und am Ende ein buntes, abwechslungsreiches, informatives und unterhaltsames Programm steht, gibt es Vereinsintern eine feste Struktur aus Organen und Gremien und Abteilungen.

5.3 Gremien des Vereins

Der Programmausschuss: Der Programmausschuss besteht aus maximal drei Redakteuren, drei Mitgliedern und einem Vorstandsmitglied. Er entscheidet über die Vergabe und den Entzug des Redakteurstatus, das globale Programm-schemata sowie über Vergabe und Entzug fester Sendeplätze. Dabei sollten Empfehlungen des Programmbeirates berücksichtigt werden. Programmausschusssitzungen sind öffentlich und finden in der Regel alle 14 Tage statt. Beschlüsse werden bei Anwesenheit von mindestens der Hälfte der Programmausschuss-Mitglieder mit der einfachen Mehrheit gefasst.

Alle Angehörigen einer Gruppe haben das Recht, gegen diese Beschlüsse Einspruch zu erheben. Auf der nächsten Programmausschusssitzung werden diese dann erneut zur Abstimmung gebracht.

Beschlüsse des Programmausschusses können in der Mitgliederversammlung mit einer 75%igen Mehrheit aufgehoben werden. Über jede Programmausschusssitzung wird ein Protokoll geführt und den Mitgliedern zugänglich gemacht.

5.4 Organe des Vereins

1. Die Mitgliederversammlung ist das wichtigste Organ des Vereins und damit des Radios. Mindestens einmal im Jahr sollte eine Mitgliederhauptversammlung stattfinden. Unter Einhaltung einer Mindestfrist von zwei Wochen und Bekanntgabe der Tagesordnung sind Hauptversammlungen schriftlich durch den Vorstand einzuberufen.

Der Vorstand kann die Frist in dringenden Fällen verkürzen. Außerordentliche Mitgliederversammlungen haben stattzufinden, wenn der Vorstand dies im Vereinsinteresse für notwendig hält oder ein Antrag von mindestens 10% der Mitglieder vorliegt. Stimmberechtigt sind aktive Mitglieder und Ehrenmitglieder, wenn sie volljährig und voll geschäftsfähig sind. Anträge zur Tagesordnung und Kandidatur sind mindestens 5 Tage vor der Mitgliederversammlung an den Vorstand zu stellen. Beschlüsse in der Mitgliederversammlung sind mit einfacher Mehrheit der anwesenden stimmberechtigten Mitglieder zu fassen.

Stimmhaltungen werden nicht gezählt und bei Stimmgleichheit ist der Antrag abgelehnt. Einberufene Mitgliederversammlungen sind

ohne Rücksicht auf die Anzahl der erschienenen Mitglieder grundsätzlich beschlussfähig. Schriftliche Abstimmungen erfolgen nur auf Verlangen von mindestens 25 % der anwesenden Mitglieder. Beschlüsse zur Änderung der Satzung, über die Auflösung des Vereins oder die Abwahl einzelner Mitglieder des Vorstandes bedürfen einer 75-prozentigen Mehrheit der Teilnehmenden.

An einem solchen Beschluss müssen mindestens 75 % der stimmberechtigten Mitglieder an der Abstimmung teilgenommen haben. Über jede Mitgliederversammlung wird ein Protokoll geführt und allen Mitgliedern zugänglich gemacht.

2. Der Vorstand besteht aus dem Vorsitzenden, stellvertretenden Vorsitzenden und dem Schatzmeister. Jedes Vorstandsmitglied wird für vier Jahre von der Mitgliederversammlung gewählt. Wiederwahlen der Vorstandsmitglieder sind zulässig.

Der Vorstand ist für die Gesamtleitung des Vereins zuständig und vertritt die Mitglieder zwischen den Mitgliederversammlungen und gegenüber der Öffentlichkeit. Vom Vorsitzenden wird in der Regel ein-

mal monatlich eine Vorstandssitzung einberufen.

Beschlüsse auf den Vorstandssitzungen werden mit einfacher Stimmenmehrheit gefasst. Über den öffentlichen Teil jeder Vorstandssitzung wird ein Protokoll geführt und allen Mitgliedern zugänglich gemacht. Die Beschlüsse des Vorstandes haben sofortige Gültigkeit. Wenn binnen 14 Tagen mindestens 25 % der stimmberechtigten Mitglieder gegen den Beschluss sind, wird dieser bei der nächsten Mitgliederversammlung erneut beraten und beschlossen.

Der Vorstand hat das Recht, alle Beschlüsse, außer die der Mitgliederversammlung, aufzuheben und neu zu beschließen. Der Vorsitzende kann keine weiteren leitenden Funktionen innerhalb des Vereins und damit auch des radio hbw übernehmen.

5.5 Abteilungen des Vereins

Abteilung Promotion

Diese Abteilung hat die Aufgabe, Werbung für den Verein in eigener Sache, z. B. Mitgliederwerbung, durchzuführen. Ihr obliegt gleichzeitig die Gestaltung aller Radioveranstaltungen. Auch die Gestaltung

der Homepage wird von dieser Abteilung gesteuert.

Zu den einzelnen Aufgaben der Abteilung Promotion gehören:

- Vorbereitung und Erstellen von Handzetteln (Flyern) und Plakaten
 - Verteilung dieser in den Städten und Gemeinden der Region und auf Veranstaltungen
 - Informationen und Bekanntmachung des Vereins über die Presse
 - Vorbereitung und Ausführung von Informationsveranstaltungen, Umzügen u.s.w.
 - Organisation von Radiofesten und Radiopartys
 - Erstellen von Graphiken, Schemen und Aufklebern
 - Alle Aktivitäten, welche den Verein nach außen hin präsentieren
 - Kontakt zu Partnerradios bzw. befreundeten Lokalradios
 - Bekanntgabe des Radioprogramms
 - Entwicklung von Jingles für das Radio Abteilung Technik
- Die Abteilung Technik ist für die gesamte Sende- und Technikverwaltung und die damit zusammenhängenden Arbeiten verantwortlich. Im Einzelnen sehen die Aufgaben wie folgt aus:
- Aufbau und Betreuung der Technik
 - Einarbeitung und Betreuung von anderen Personen an dieser Technik

- Aufzeichnen von Sendungen
- Übertragen von Sendungen aus dem Studio sowie von Übertragungswagen
- Auf- und Abbau der Sendetechnik bei Veranstaltungen
- Schnitt- und Kopierarbeiten von Sendungen
- Hilfe bei der Gestaltung von Sendbeiträgen
- Wartung aller technischen Anlagen
- Einführung in die Studioteknik im Grundkurs

5.6 Redaktionen

Die journalistische, musikalische und inhaltliche Gestaltung des Radioprogrammes unterliegt den Redaktionen. Redaktionen sind Zusammenschlüsse mindestens zweier Redakteure, die ein bestimmtes Themengebiet bearbeiten. Es gibt im Haus 2 ständige Redaktionen. Die Newsredaktion ist für die Erstellung der Serviceelemente im Tagesprogramm zuständig. Die Mitarbeiter der Redaktion produzieren unter anderem die Nachrichten und das Wetter. In der Newsredaktion ist auch der so genannte Redakteur vom Dienst beschäftigt. Ein Vereinsmitglied mit Redakteursstatus, das die Inhalte der Serviceelemente verantwortet.

Der Redakteur vom Dienst wird vom Redaktionsleiter bestimmt. Mitarbeiten können in der Service-redaktion selbstverständlich alle Mitglieder.

Die zweite ständige Redaktion im Haus ist die Kulturredaktion. Hier werden alle Redakteure und Mitglieder betreut, die allein eine Sendung betreuen. Somit ist die Kulturredaktion gewissermaßen ein Sumpul. Es wird jedoch angestrebt, Mitglieder, deren Sendungen ähnliche Themengebiete und Musikfarben haben in eigenständigen Redaktionen zu organisieren.

Jede Redaktion hat einen Redaktionsleiter. Der Redaktionsleiter wird vom Programmausschuss bestimmt. Die Mitglieder der Redaktion können dem Programmausschuss jedoch Vorschläge unterbreiten. Der Redaktionsleiter ist direkter Ansprechpartner des Programmausschusses. Er bestimmt die Inhalte der Sendung und den dafür verantwortlichen Redakteur. Die Redaktionsinterne Arbeit ist an keine Formvorschriften gebunden.

Redaktionssitzungen sollten jedoch in regelmäßigen Abständen stattfinden. Innerhalb der Redaktionen sollten Konflikte demokratisch und

fair ausgetragen werden. Vernünftige Redaktionelle Arbeit spiegelt sich Maßgeblich im Programm wieder.

Die ständige inhaltliche Auseinandersetzung mit den Sendehalten und deren umfassende Planung sind existentiell für ein ausgewogenes, informatives und unterhaltsames Radioprogramm.

5.7 Geschichte des Vereins

Der Verein Lokalrundfunk „Harz-Börde-Welle“ e. V. wurde am 24. Oktober 1997 aus dem Förderverein NKL-ASL von 8 Mitgliedern gegründet. Im Folgejahr wurden dann Kontakte zu Institutionen und Förderern im Landkreis geknüpft.

Diese sollten Unterstützung im Hinblick auf die Antragsstellung an den Landesrundfunkausschuss als nicht kommerzielles Lokalradio leisten. Weiterhin waren die Mitglieder eifrig bemüht, Verbindungen zu eventuellen Partnerradios herzustellen, um mit diesen Erfahrungen auszutauschen. Durch zahlreiche Besuche, wie z. B. bei Radio Okerwelle oder dem „Offenen Kanal Osnabrück“, wurde uns bei der Erarbeitung eines Radiokonzepts sehr unter die Arme gegriffen.

Um den Sender im Landkreis bekannt zu machen wurden zahlreiche Promotionsaktionen durchgeführt, wie u.a Umzüge, Informationsveranstaltungen und Verteilung von Radio-Flyer. Im Januar 1999 wurde der Lizenzantrag beim Landesrundfunkausschuss eingereicht und im Juli desselben Jahres erhielten wir die lang ersehnte Lizenz. 2 Monate später, also im November 1999, wurde der Standort für das Funkhaus gewählt. Die Entscheidung fiel auf die zweite Etage des Kreativhauses in der Herrenbreite 9 in Aschersleben.

Insgesamt verfügt radio hbw dort über eine Fläche von etwa 320 Quadratmetern.

Von diesem Zeitpunkt an waren alle Hände voll zu tun. Der Umbau der Räume im Kreativhaus dauerte von November 99 bis einschließlich April 2000. Durch die ehrenamtliche Arbeit vieler Mitglieder und großer Unterstützung des Handwerkerbildungszentrums (kurz: BTZ) ist es gelungen, optimale Voraussetzungen für ein erfolgreiches Radioprojekt zu schaffen.

Im Mai 2000 wurde mit der Errichtung des Funkhauses und dem Aufbau des Computernetzes im Bürobereich begonnen.

Aber auch in der Vereinsstruktur ging man mit großen Schritten voran. So wurden z. B. die Leiter der Abteilungen Promotion, Verwaltung und Technik, sowie deren Stellvertreter gewählt. Weiterhin wurde der Redakteurstatus an 14 Mitglieder des Vereins radio hbw verliehen. In Zusammenarbeit mit der Kreisvolkshochschule werden Schulungen für Radiomacher angeboten. Die Teilnehmer können sich darin über rechtliche Belange informieren.

In der Zeit zwischen dem 15. September bis zum offiziellen Sendestart sendete radio hbw Musik nonstop und viele Informationen zum neuen Programmformat auf seiner Frequenz (Probetrieb).

Am 28. Oktober 2000 startete radio hbw seinen offiziellen Sendebetrieb. Der Sender konnte von nun an in allen Teilen des Kreisgebietes auf der UKW-Frequenz 92,5 empfangen werden. Das Programm wird von Bürgern für Bürger gestaltet und soll Unterhaltung, Bildung und Informationen rund um das Sendgebiet bieten.

Bei der Suche nach einem Namen für unser Lokalradio spielte sicherlich die territoriale Lage von A-

schersleben zwischen Harz und Börde eine Rolle.

Durch eine große Umfrageaktion in den regionalen Zeitschriften und Zeitungen baten die Radiomacher um Vorschläge für einen Namen und ein Logo für das zukünftige Bürgerradio. In der Mitgliederversammlung wurden 47 Namensvorschläge für den Sender vorgestellt. Wie, z.B. Radio Asphalt, Radio Blau, Lausehügel, Radio ASL, Las Radios AS 99, Radiowelle und radio hbw, um nur einige zu nennen. Die Mitglieder entschieden sich, als Vorauswahl, für drei Namen.

Diese hießen: AS 99, Radio Welle und radio hbw. Von diesen Namen hat radio hbw den meisten Zuspruch erhalten. So entstand der Name radio hbw.

Notizen:

Notizen

radio hbw
Herrenbreite 09

06449 Aschersleben

Dieser Kompass gilt unter Vorbehalt ab dem 20. September. Änderungen erfolgen im Rahmen der Vorstandssitzung des Trägerverein Lokalrundfunk Harz-Börde-Welle e.V.. Änderungen nach dem Druck werden durch Protokolle bekannt gegeben. Bitte erkundigen Sie sich beim Vorstand des Vereins nach aktualisierten Ausgaben dieser Satzung.