

6 Punkte für den Erhalt und die Neudefinition der Veranstaltungsfrequenz in Berlin

Nach Aussage der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB), bzw. Bundesnetzagentur (BNetzA) soll ab September 2009 für Veranstaltungsradios in Berlin keine Frequenz mehr zur Verfügung stehen. Seit 2001 senden in unregelmäßigen Abständen Kulturprojekte, Sportveranstaltungen, Messen und Kongresse bishin zu kommerziellen Anbietern auf den bisher dafür vorgesehenen Frequenzen. Wir fordern nicht nur den Verbleib einer Veranstaltungsfrequenz in Berlin, sondern legen hiermit Eckpunkte für ein Modell zur erweiterten und koordinierten Nutzung einer solchen vor.

1. Radio aus Berlin

Um den Standort Berlin als Metropole in seiner Vielfalt abzubilden, bedarf es nicht nur eines Radios für Berlin, sondern vor allem eines Radios aus Berlin.

Die zahlreichen Veranstaltungen, Messen und Events der Stadt sind ein Grund dafür, dass Berlin ein Kulturstandort internationaler Bedeutung ist. Die Aufgabe, diesen regional zu verankern und gleichzeitig überregional zu bewerben, haben im Radio bisher vor allem die temporären Veranstaltungsradios übernommen.

In Berlin fehlt ein Radioprogramm, das zwischen internationalen Gästen und lokalen Bewohnern, zwischen großen und kleinen Themen, der Hochkultur und der Popkultur, etablierten Institutionen und freien Initiativen, der Diaspora und dem Zentrum vermittelt, also nicht nur multikulturell, sondern interkulturell agiert.

Für die regionale Verankerung mit internationalem Ausstrahlungseffekt, bedarf es eines Radios, das allen Berliner Hörern auf einfachste Art und Weise zugänglich ist, weshalb nur eine UKW-Übertragung dafür in Frage kommt.

2. Vielfalt der Kulturen und Minderheiten

Die existierenden Mischformen des vielfältigen kulturellen Lebens der Stadt bilden sich nicht ausreichend in Redaktionen, Playlisten und Radioprogrammen ab. Ein dafür notwendiges flexibles redaktionelles Format, welches offen ist und sich gezielt mit den Akteuren und Kulturereignissen entwickelt, existiert bis jetzt nur als Notlösung in Form der temporären Veranstaltungsradios.

So spiegeln sich die vielen (sozialen, kulturellen, ethnischen etc.) Minderheiten und Ausdrucksformen nicht genug in Berlins Radiolandschaft wieder. Das gilt ebenso für neue Formen des Zusammenlebens von Jung und Alt oder Trends wie die Patchwork-Familie und wachsende Mobilität. Kosmopolitismus und Internationalität der Stadt sind ein Standortfaktor, der sich durch direkte Beteiligung der Kulturproduzenten in einem gemeinsamen redaktionell gestalteten Vollprogramm für die Allgemeinheit attraktiver vermittelt als allein durch Sparten und Fremdsprachenprogramme. Das Veranstaltungsradioprogramm eröffnet ein akustisches Fenster zur kulturellen Vielfalt der Stadt.

3. Förderung der Kreativwirtschaft

Die Produktivkraft der Kreativwirtschaft Berlins sollte in ihrer Attraktivität besser dargestellt werden. Als Talentschmiede und Forschungswerkstatt eignet sich das Veranstaltungsradioprogramm zur Förderung und Anre-

gung von Vielfalt und Kreativität und arbeitet damit der gesamten Radiolandschaft zu. Dem Interesse zur Werbung für eigene Produktionen und Veranstaltungen im Kulturbereich steht derzeit ein sehr begrenztes Angebot an redaktionell gepflegter Sendezeit gegenüber.

Es gilt, die Entwicklung neuer Sendeformen, z.B. die Integration von Streaming, Podcasts und einer Vielzahl innovativer Webdienste, die damit einhergehende Dezentralisierung des Studios und der Redaktionen, und nicht zuletzt den internationalen Programmaustausch voranzutreiben und dabei mit lokalen Kulturinitiativen, Firmen und Forschungseinrichtungen zusammenzuarbeiten.

4. Medienkompetenz durch Selbstorganisation

Die Beteiligungsstrukturen in unserer demokratischen Gesellschaft sind zunehmend von neuen Medien geprägt. Die dafür erforderliche Medienkompetenz, also der gesellschaftlich konstruktive Umgang mit Medien, bildet sich am einfachsten dort aus, wo Formen der Selbstorganisation es potenziell jedem ermöglichen, Medieninhalte mitzugestalten. Durch die direkte Zusammenarbeit mit den in der Stadt aktiven Veranstaltern und Initiativen der Medienkultur entstehen gemeinsame Lernprozesse.

5. Redaktion und Organisation

Die Redaktion eines solchen Sendemodells zeichnet sich durch Reduktion, Flexibilität und Effektivität aus. Sie wird nach den Regeln demokratischer Beteiligung und Transparenz verlaufen und im Ergebnis nachprüfbar sein. Es empfiehlt sich eine Orientierung an ähnlichen bereits existierenden Radiosendern wie Resonance FM (London), Radio Grenouille (Marseille), WFMU (New York), Tilos Radio (Budapest) oder Radio Orange (Wien).

Für eine flexible und gerechte Integration der Veranstaltungsinhalte in den Programmplan sorgt ein Ausschreibungsverfahren, welches durch ein von der MABB bestätigtes Gremium kuratiert werden kann. Auf diese Weise haben auch kleinere oder nur kurze Veranstaltungen die Möglichkeit, vom Radio zu profitieren.

6. Finanzierungsmodell

Um das Veranstaltungsradio auf beschriebene Art über einen mindestens einjährigen Projektzeitraum hinweg zu betreiben, bietet sich eine Mischfinanzierung aus Stiftungen, Mitgliedsgebühren, Programmlicenzierung und -Partnerschaften, Sponsoring, bis hin zu Förderungen aus öffentlicher Hand an. Zusätzlich sind Einnahmen von kommerziellen Veranstaltern zu erwarten. Das Finanzierungsmodell wird sich vor allem durch seine Kosteneffektivität auszeichnen und im internationalen Vergleich weniger durch Üppigkeit, sondern vielmehr durch Innovationskraft hervortreten.

Die Unterstützer auf nachfolgender Liste bieten der MABB an, innerhalb von drei Monaten ein gemeinsames Konzept zur Umsetzung eines mindestens einjährigen Pilotprojekts vorzulegen. Dazu gehören neben einem detaillierten Businessplan auch Modalitäten zur Konstituierung eines entsprechenden Radio-Dienstleisters.

Berlin, Mai 2009, initiiert von Klubradio und Radiopiloten

Veranstaltungsradio in Berlin 2009 - 2001

Zeitraum	Name	Beschreibung	Frequenz
09.09. - 22.11.2009	Berlin macht Radio	Internationales Literaturfestival, Berliner Märchentage, Schulradio	
01.09. - 30.11.2009	Rewind 2020	20 Jahre „Oral History“ Erzählen erlebter Geschichten, in Diskussionsrunden, Telefonkonferenzen, Themensendungen, Interviews	
15. - 23.08. 2009	Leichtathletik WM Berlin	Leichtathletik WM Berlin	88,4 MHz
05.04. - 07.04.09	Filmpromotion	Filmpromotion zum Spielfilm „Radio Rock Revolution“	88,4 MHz
24.07.2008	Barack Obama	Dt. Übersetzung der Rede von Herrn Hussein Barack Obama	88,4 MHz
21.7. - 17.8.2008	Funkwelle FM	Freies Kulturradio zur Pro Artis Sommerakademie	95,2 MHz
24.06.2008	Bauhaus-Universität Weimar	Bauhaus-Universität Weimar	95,2 MHz
27.05. - 01.06.2008	piradio	„Freiraum-Aktionstage“	95,2 MHz
15.07. - 22.07.06	Bluradio	Prideweek	95,2 MHz
01.06. - 14.07.06 + 23.07. - 31.07.06	Radio 1:1	Veranstaltungsradio zur WM	95,2 MHz
14.04. – 14.05.2006	Freies Radio Potsdam	„dazwischenfunk“	95,2 MHz
01. - 31.12.2005	Radio Copernikus	Deutsch –polnisches Kulturradio	95,2 MHz
09. - 11.12.2005	Radioherbst FM	Theaterhaus Mitte	88,4 MHz
07.07. - 02.08.2005	Freies Radio Potsdam	Internetplattform Inforiot	95,2 MHz
10. - 12.06.2005	Say What!	Projekt P - Berlin 05 - Festival für Junge Politik im FEZ Wuhlheide	95,2 MHz
08.05.2005	Freies Radio in der Innenstadt Berlin	60. Jahrestag der Befreiung Berlins	95,2 MHz
26.04. - 10.05.2005	Das Begräbnis oder DIE HIMMLISCHEN VIER	Berthold Brecht im Radio	95,2 MHz
01. 02. - 01.05. 2004	REBOOT.FM	offenes Kulturradio – mit ca. 600 Teilnehmerinnen in Berlin	104,1 MHz
18.12.03 - 10.01.2004	Radio RIFF	Dezentrales Kulturradio aus Prenzlauer Berg und Mitte	104,1 MHz
01.06. – 30.06.2003	Ersatzradio + Juniradio	Raumkontrolle, Prater / Volksbühne	104,1 MHz
Mai 2003	Radio deGUT	Existenzgründerradio	104,1 MHz
September 2001	Young.fm	offene Kanäle und freie Radios aus Deutschland auf der IFA	104,1 MHz
31.05 – 04.06.2001	HipHop Sommerschule Volksbühne	HipHop Sommerschule Volksbühne	104,1 MHz