

Hermann-Dieter Schröder (Hrsg.): Finanzierung lokaler Hörfunkprogramme.-

Baden-Baden, Hamburg: Nomos Verlagsgesellschaft 1990 (Symposien des Hans-Bredow-Instituts, Bd. 11), 124 S., DM 39,-

Anfang März 1989 veranstaltete das Hans-Bredow-Institut ein Symposium zu Fragen der Finanzierung lokaler Hörfunkprogramme, das

sowohl eine Bestandsaufnahme zur Entwicklung des lokalen, vor allem privatwirtschaftlich betriebenen Hörfunks in der Bundesrepublik unternahm, wie auch Fragen nach Entwicklungsansätzen, Alternativen und Zukunftschancen stellte. Versammelt sind 13 inhaltlich auf Fragen der lokalen Hörfunkentwicklung bezogene Referate, ferner die Kurzfassung einer Podiumsdiskussion zu Entwicklungsperspektiven des lokalen Hörfunks in Hamburg. Die Zusammenstellung der Referate erfolgte in der Weise, daß zunächst Ertragspotentiale lokalen Hörfunks untersucht werden, sodann Programmgestaltung und Kosten, schließlich Programmgestaltung und Erträge. Erörtert werden ferner Alternativen zur Werbefinanzierung. Der Band verfügt über eine Auswahlbibliographie und ein Verzeichnis der Veranstaltungsteilnehmer und Autoren.

W. Hoffmann-Riem untersucht eingangs die wichtigsten Ausgangsbedingungen für das Finanzierungsdilemma lokalen Hörfunks. Dabei wird aufgrund des Ausgangsmaterials der Hamburger Lizenzierungsverfahren die Kontur einer Fallstudie geliefert. Der Verfasser plädiert u.a. für Finanzierungsalternativen, die auch gemeinnützigen lokalen Hörfunk in der Bundesrepublik möglich machen. Er meint, die Medienpolitik der Bundesrepublik habe sich in der Form des Gegeneinander von öffentlich-rechtlichem und kommerziellem Rundfunk eine Polarisierung aufdrängen lassen, die das Denken in Zwischenlösungen erschwere und Alternativen verschüttet habe. Grundsätzlich hält er den Bereich des lokalen Hörfunks für das Feld, in dem noch der größte Gestaltungsraum für die Medienpolitik bestehe.

U. Saxer untersucht aufgrund des Schlußberichtes der Arbeitsgruppe RVO-Begleitforschung am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich die Werbeerträge der Lokalradios in der Schweiz. Es handelt sich um eine Zusammenfassung der dort vorgelegten Befunde. Eine der zentralen Erfahrungen aus diesem Untersuchungsvorhaben geht dahin, daß auch mit vergleichsweise kleinen Budgets publikumsattraktive lokale Hörfunkprogramme gestaltet werden können. - Werbepotentiale für lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen werden durch K. Brepohl bewertet. Vorgetragen werden hier nur Eckwerte. Die zu diesem Zeitpunkt mögliche Wiedergabe der umfangreichen und außerordentlich detaillierten Berechnungen aus dem Gutachterverfahren der Landesanstalt für Rundfunk in Nordrhein-Westfalen zur Festsetzung der Verbreitungsgebiete für lokalen Hörfunk wurden hier nur marginal genutzt. Die Veranstalter mochten auf diesen Fundus offenbar direkt nicht zugreifen. Als Marginalie aus der Werbepraxis muß das Referat von R. Schnuit zur Attraktivität lokalen Hörfunks für die Werbetreibenden bewertet werden.

Kostenmodelle für lokalen Hörfunk werden aufgrund der schon genannten Einzeluntersuchungen im Verfahren der Festlegung der Verbrei-

tungsgebiete für lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen durch K. Schrape zusammengefaßt. Die zugrundeliegende wichtige Ausgangserhebung von G. Rager und B. Weber aus dem NRW-Gutachterverfahren taucht hier nur als Daten-Steinbruch auf. Tatsächlich hat die fortgeschrittene Realisierung lokaler Hörfunkangebote in Nordrhein-Westfalen gezeigt, daß die Budgetpläne sich an den Kostenrechnungen des Gutachtens Rager/Weber orientieren. Bedauerlich bleibt, daß die methodische Innovation, die durch diese erstmalige produktionsanalytisch abgestützte Kostenrechnung durch Rager/Weber vorgenommen wurde, hier nur in Form der Sekundäraufbereitung erkennbar wird. Einen ähnlichen Überblick über Ausgangsberechnungen aus dem Gutachterverfahren des Jahres 1988 zur Festlegung der Hörfunk-Verbreitungsgebiete NRW liefert das Referat von H. Gläsmann zu Personalkosten lokaler Hörfunkprogramme. Hier hat die Übersicht allerdings den Vorteil, daß die methodischen Ausgangsüberlegungen der einzelnen Untersuchungsmodelle präzise herausgearbeitet werden.

Der Leiter der Hamburger Medienanstalt, H. Haeckel, befaßt sich mit Fragen der Programmkooperation. In seinem Beitrag "Außenseiter auf einem besetzten Hörfunkmarkt" berichtet F. Otto über die Markteinführungsphase des Senders "OK-Radio", der auf der Basis eines Zwei-Säulen-Modells operiert. Aus der Zwischenwelt zwischen öffentlich-rechtlichem Rundfunk und kommerziellen Privatsendern stammt der Bericht über *Radio 107* von C. Felixmüller. Hinweise zu "Programmformat und wirtschaftlichem Erfolg" gibt R. Klausnitzer. Einen Überblick über Entwicklungsspielräume von Lokalprogrammen liefert W. Teichert. W. Möller befaßt sich mit der Finanzierung des nicht-kommerziellen Hörfunks in den USA am Beispiel der Community-Sender sowie des gesamten Bereiches Public Radio. Am Beispiel des Senders "Radio Dreyeckland" schildert T. Günnel die Finanzierung eines gemeinnützigen Programms durch freiwillige Beiträge und die damit einhergehenden Schwierigkeiten der Realisierung von Mitgliederfunk.

Der Band führt insgesamt eine Momentaufnahme zum Stand der Diskussion im Frühjahr 1989 vor. Einzelne Beiträge sind besonders dort anregend, wo sie auf konzeptionelle und perspektivische Probleme hinweisen. Der fachliche Teil, der sich mit einer Präzisierung der Finanzierungsplanung lokaler Hörfunkangebote befaßt, leidet überwiegend unter der von den Veranstaltern gewählten Form der übersichtlichen Berichterstattung aus zweiter Hand. Medienpolitisch verdeutlicht der Band, in welchem Maße eine alternative Diskussion über Realisierungschancen lokaler Hörfunkprogramme nahezu ausgeschlossen ist. Dieser Aspekt

wird mit Sicherheit beim Aufbau des lokalen Rundfunks in den neuen Bundesländern im Gebiet der vormaligen DDR erneut eine wichtige Rolle spielen.

Gerd G. Kopper (Dortmund)