

# Freie Radios – frei von Staat, Markt und Kapital(ismus)?

## Zur Widersprüchlichkeit Alternativer Medien und Ökonomie

*„Das schlechte Bestehende, die Gesamtgesellschaft, hat die progressiven Subkulturen ins Leben gerufen. Die Praxis, die Normen und Institutionen der Gesamtgesellschaft haben ihre eigene Antithese, die Praxis, Normen und Institutionen der progressiven Subkulturen hervorgebracht [...] Die Gesamtgesellschaften neigen zur Affirmation, die Subkulturen zur Negation; die Synthese, die Aufhebung des Widerspruchs [...] ist selten in Angriff genommen worden.“* (Schwendter 1993, 191–192)

Theorie und Praxis Freier Radios leben grundsätzlich von der Vorstellung der Notwendigkeit und Möglichkeit einer Alternative zu den etablierten Medien, welche generell als „unfrei“, d.h. als abhängig vom Staat und/oder von Markt und Kapital, charakterisiert und deswegen grundlegend kritisiert werden. Kennzeichen eines „freien“ Mediums ist folglich die weitest gehende Unabhängigkeit von Staat, Markt und Kapital. Insbesondere die Kapital- und Marktabhängigkeit gilt in dieser Sichtweise als elementares Hindernis für die Realisierung einer medial vermittelten Kommunikation, die den Ansprüchen an eine freie, demokratische Gesellschaft und an eine Emanzipation der Gesellschaftsmitglieder gerecht werden könnte. Entsprechend ist das idealtypische Gegensatzpaar nicht-kommerzielle (freie) Medien<sup>1</sup> versus kommerzielle (abhängige) Medien in Theorie und Praxis ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal und Abgrenzungskriterium.

Im Kontext dieser grundlegenden Kontrastierung ist der folgende Beitrag der Erörterung von zwei miteinander zusammenhängenden Fragestellungen gewidmet:

- Inwieweit sind bislang diskutierte Modelle und Konzepte für mediale, ökonomische und gesellschaftliche Alternativen – gemessen vor allem an ihrer unterschiedlichen Radikalität, Legitimität und Funktionalität – grundsätzlich in welchem Ausmaß geeignet, die jeweils angestrebten Freiheiten unter den jeweils gegebenen medialen, ökonomischen, sozialen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen zu realisieren (theoretische Realisierbarkeit)?
- Inwieweit werden bei den jeweils praktizierten Modellen („Projekten“) die angestrebten Freiheitsgrade erreicht (praktischer Realisierungsgrad)?

1) Die folgenden Überlegungen beziehen auch Theorie und Praxis der Alternativpresse mit ein.

Diese Problematik kann sinnvoller Weise nur im generelleren Zusammenhang der theoretischen Diskussion und praktischen Entwicklung von Modellen und Konzepten Alternativer Medien und Alternativer Ökonomie diskutiert werden. Denn gerade die Konkretion dieses Zusammenhangs ist ein wesentliches Element der zunächst nur „abstrakten“ (gesellschaftlich-demokratisch begründeten) Freiheitsbestrebungen sowie ein wesentliches Ziel und Motiv der „konkreten“ (subjektiv-individuell-emanzipatorisch begründeten) Befreiungsversuche der Beteiligten. In der verfügbaren wissenschaftlichen Literatur ist – vermutlich insbesondere aufgrund der traditionellen Separierung der Wissenschaftsdisziplinen – dieser Zusammenhang kaum thematisiert worden: „Alternative Medien“ werden als Randgebiet der Kommunikations- und Medienwissenschaft behandelt, „Alternative Ökonomie“ als Randgebiet der Wirtschaftswissenschaften. Deshalb wird hier auf der Basis der kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie der Versuch einer Zusammenführung der genannten Gegenstandsbeiriche unternommen.<sup>2</sup> Die Behandlung der genannten beiden Grund-Fragestellungen soll in zwei Analyse-Schritten erfolgen:

1. Differenzierung verschiedener Konzepte von Alternativen Medien im Kontext der Entwicklung von Theorie und Praxis Alternativer Öffentlichkeit.
2. Charakterisierung der Freiheitsgrade nicht-kommerzieller Medien in Abgrenzung (Gegenüberstellung) zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Medien (fokussiert auf Radios)

## 1 Zur Entwicklung von Theorie und Praxis Alternativer Öffentlichkeit und Alternativer Medien

Zur Beurteilung der theoretischen Realisierbarkeit und des praktischen Realisierungsgrades von gegenwärtig praktizierten Konzepten Freier Radios ist eine entwicklungsgeschichtlich differenzierende Betrachtungsweise von Theorie und Praxis Alternativer Öffentlichkeit bzw. Alternativer Medien vonnöten. Hierdurch wird deutlich, welchen Grad von Freiheit und Alternativität gegenwärtige Freie Radios anstreben bzw. erreichen, verglichen mit den in der Vergangenheit diskutierten und (in der Regel nur kurzzeitig) praktizierten Modellen und Konzepten von Alternativer Öffentlichkeit und Alternativen Medien.

Die bislang umfassendste und kenntnisreichste Arbeit zur „Alternativen Öffentlichkeit“ hat Karl-Heinz Stamm vorgelegt (vgl. Stamm 1988). Vor allem auf Basis dieser Arbeit, aber auch anhand einer aktuelleren Arbeit zu dieser Thematik (vgl. Oy 2001) sowie zu „Alternativer Kommunikation“ (vgl. Eurich 1980; Weichler 1987) und zur Alternativpresse (vgl. Beywl 1982; Beywl/Brombach 1982) lassen sich fünf reale Grundmodelle Alternativer Öffentlichkeit mit entsprechenden Konzepten Alternativer Medien

2) Dieser Ansatz lag bereits dem am Institut für Kommunikationswissenschaft, Abteilung Medienökonomie und empirische Kommunikationsforschung, der Universität Salzburg durchgeführten empirischen Forschungsprojekt „Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich“ zu Grunde (vgl. Knoche et al. 2001).

unterscheiden, die jeweils nach fünf Kriterien differenziert werden können. Diese Unterscheidung stellt gleichzeitig eine Periodisierung der realen Entwicklung von Alternativer Öffentlichkeit/Alternativen Medien seit Ende der 60er Jahre des vergangenen Jahrhunderts (fokussiert auf Europa) dar. Die getroffenen Unterscheidungen und Periodisierungen können aufgrund der realen Entwicklung weder zeitlich noch inhaltlich trennscharf bzw. sich ausschließend sein, da inhaltliche und zeitliche Überlappungen gerade ein Kennzeichen der Entwicklung sind. In einzelnen Fällen haben sich sogar konkrete alternative Medienprojekte im Verlauf der Zeit so gewandelt, dass sie nacheinander verschiedenen Modellen zuzuordnen sind.

Generell lässt sich eine inhaltliche und zeitliche Entwicklung in fünf *reale Grundmodelle (Typen)* und gleichzeitig fünf Phasen nachvollziehen: Von der

- Gegenöffentlichkeit über
- Gegenmedien,
- Alternativmedien (Undergroundmedien) und
- Bewegungs-/Initiativmedien bis zu den heutigen
- Komplementärmedien (Bürgermedien) im Radiosektor.

Im Kontext der Fragestellungen dieses Beitrags interessiert vorrangig, wie sich der Typus des Komplementärmediums (Ergänzungsmediums), den die Freien Radios in Österreich gemäß ihrer eigenen Zielsetzung verkörpern, von den anderen vier Modellen unterscheidet und in welcher Weise gleiche Merkmale relevant sind. Es handelt sich dabei um einen analytischen Vergleich ohne Bewertungen.

Hinsichtlich des Kriteriums *Trägerschaft* unterscheiden sich Freie Radios von den übrigen Modellen in erheblichem Maße dadurch, dass sie in der Regel ohne Bewegungs-, Organisations- oder Parteihintergrund von engagierten Individuen oder Gruppen von Individuen initiiert wurden. Am ehesten gleichen sie damit noch der Alternativpresse, die allerdings in der Regel zumindest aus dem Kreis „undogmatischer linker Gruppen“ entstanden ist. Auch hinsichtlich des Kriteriums *Öffentlichkeits- bzw. Kommunikationsmodell* unterscheiden sich Freie Radios, da sie am Konsequenztesten eine „partizipatorische Öffentlichkeit“ über einen Public Access ermöglichen. Produziert wird wie bei den Alternativmedien für eine lokale Öffentlichkeit, also eine räumlich gesehen partikulare Öffentlichkeit. Im Gegensatz zu den anderen geht es Freien Radios dabei weniger um eine kritische als vielmehr um eine pluralistische Öffentlichkeit.

Nach dem Kriterium des *Selbstverständnisses bzw. der inhaltlichen Ziele* unterscheiden sich Freie Radios entsprechend ihrer Ungebundenheit in der Trägerschaft durch das Ziel der Bürgernähe, genau gesagt der Nähe zu den Bürgern, die in den etablierten Medien benachteiligt werden und zu wenig zu Wort kommen. Insofern handelt es sich auch um eine Art von „Betroffenenjournalismus“, wie er auch – allerdings in ausgeprägterer Form – bei den Alternativmedien zu finden ist. Nach dem Kriterium *Organisation zur Umsetzung der Ziele* sind Freie Radios zwischen „Laien-Journalismus“ und Semiprofessionalität angesiedelt, ähnlich wie bei den Bewegungs- und Alternativmedien.

Ein entscheidender Unterschied ist jedoch hinsichtlich des Kriteriums *Verhältnis zu den etablierten Medien* erkennbar: Die Skala dieses Verhältnisses reicht von Kritik, Gegnerschaft, Widerstand, Kontrolle und Abgrenzung bei den anderen Modellen bis zu Ergänzung, Korrektiv und Kooperation bei den Freien Radios.<sup>3</sup> In der Art des Verhältnisses zu den anderen Medien wird ein unterschiedlicher Grad an Radikalität des Alternativen deutlich, der konstituierend für die verschiedenen Medientypen und damit auch für die aufeinander folgenden Entwicklungsphasen Alternativer Medien ist. Es ist un schwer zu erkennen, dass Freie Radios sich vergleichsweise wenig als Kritiker, Kontrolleure oder Gegner der etablierten Medien begreifen, was nicht heißt, dass sie kein alternatives Programm anbieten. Ihr Verhältnis zu den etablierten Medien ist auch deshalb „entspannter“, weil sie nicht mit diesen auf einem gemeinsamen Markt konkurrieren, sondern einen gesonderten („Minderheiten“-)Markt bedienen wollen.

## 2 Freiheitsgrade von Freien Radios im Vergleich zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Radios

Gemeinsamer Ausgangspunkt der theoretischen und praktischen Ansätze für Alternativmedien ist die Überzeugung, dass sowohl privatwirtschaftliche als auch öffentlich-rechtliche Medien grundsätzlich nicht oder nicht ausreichend in der Lage sind, die für Medien-Produzenten und -Rezipienten angestrebten Freiheiten zu realisieren bzw. die propagierten gesamtgesellschaftlichen Funktionen zu erfüllen. In dieser Sichtweise werden – im Gegensatz zur verbreiteten politischen Auffassung – auch Reformen des etablierten Mediensystems als nicht oder nur wenig zielführend bzw. als nicht durchsetzbar angesehen. Stattdessen wird zur Problemlösung der Aufbau eines möglichst autonomen „Dritten Sektors“ (neben Markt und Staat) bzw. einer „Dritten Säule“ im Rundfunksystem für nicht-kommerzielle freie Medien als notwendig erachtet, deren besonderes Merkmal eine möglichst weitgehende Freiheit (Unabhängigkeit) von Staat, Markt und Kapital sein soll.

Abbildung 1: Idealtypische Freiheit/Unabhängigkeit nicht-kommerzieller Radios in Abgrenzung zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Radios

	nicht-kommerziell	öffentlich-rechtlich	kommerziell
Freiheit/Unabhängigkeit von			
Staat	maximal	minimal	partiell
Markt	maximal	partiell	minimal
Kapital	maximal	partiell	minimal

Das auf diesem elementaren Freiheitsmodell basierende legitimierende Selbstverständnis von Freien Radios lebt demnach von der Abgrenzung bzw. Profilierung nach zwei Richtungen: gegenüber den kommerziellen und den öffentlich-rechtlichen Radios. *Idealtypisch* ergibt sich eine Freiheits-Skala, in der nicht-kommerzielle Radios sowohl gegenüber dem

3) Auch die GRÜNEN in Deutschland haben ihr Verhältnis zu den Massenmedien zeitlich parallel dazu in gleicher Weise entwickelt (vgl. Knoche/Lindgens 1993, 765-766).

Staat als auch gegenüber Markt und Kapital maximale Freiheiten erreichen oder zumindest anstreben (vgl. Abb. 1). Entsprechend nehmen öffentlich-rechtliche Radios eine Mittelposition ein: Sie sind sichtbar nur partiell frei von Markt und Kapital, kennzeichnend ist eine zunehmende Marktabhängigkeit (Kommerzialisierung); grundlegend ist vor allem eine minimale Staatsfreiheit. Kennzeichen kommerzieller Radios dagegen sind minimale Markt- und Kapitalfreiheit (d.h. maximale Abhängigkeit) und nur partielle Staatsfreiheit aufgrund der bestehenden indirekten Staatsabhängigkeit (vgl. Knoche 1999b, 180-188).

Die Abgrenzung Freier Radios gegenüber kommerziellen Radios fällt dabei relativ leicht, da es sich dabei um die Konstruktion eines Gegensatzpaares auf der Basis einer fast ausschließlichen Negativ-Abgrenzung handelt, die allerdings positiv inhaltlich gefüllt wird. Dies kommt auch in der geläufigen Selbst- und Fremdbezeichnung als „nicht-kommerziell“ zum Ausdruck. Die vorrangige Ambition ist also, etwas zu vermeiden, was als *grundsätzlich* negativ und deshalb nicht reformierbar kritisiert wird. Die Abgrenzung gegenüber den kommerziellen Radios ist insofern nicht eine graduelle, sondern eine *prinzipielle* (von daher kommt ursprünglich auch die Propagierung von Alternativ-Medien bezogen auf einen ausschließlich kommerziellen Bereich, die Presse). Zur Begründung und Konkretisierung dieser Abgrenzung können sich Freie Radios einerseits auf wissenschaftliche Literatur, andererseits auf Praxis-Berichte zu alternativen „Vorläufermedien“ (Alternativpresse, Alternative Videoarbeit) beziehen. Insbesondere in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur gehören Ansatzpunkte einer Kritik der Ökonomisierung oder Kommerzialisierung heutzutage fast schon zum „guten Ton“, in der Regel allerdings kaum grundsätzlich, sondern eher unter moralisierenden „kulturpessimistischen“ Aspekten und fast ausnahmslos völlig ohne Bezug zu Theorie und Praxis von Alternativmedien (vgl. hierzu beispielhaft: Jarren/Meier 2001).

Schwieriger ist dagegen die legitimierende Abgrenzung gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Hörfunk. Denn dieser wird zu Recht auch grundsätzlich mit Nicht-Kommerzialität legitimiert, und zwar im grundlegenden Sinne der Nicht-Privatwirtschaftlichkeit der Organisationsform. Zusätzlich bestehen in Theorie und Praxis einige Gleichheiten in den allgemeinen Zielsetzungen Freier und öffentlich-rechtlicher Radios. Folgerichtig wird deshalb von Seiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks oftmals argumentiert, Freie Radios seien insofern „überflüssig“, als auf der Basis von öffentlich-rechtlicher Organisationsform und gesetzlich verankerter Aufgabenstellung (Programmauftrag, Pluralismus u.ä.) Funktionen eines „Public Service“ effektiver wahrgenommen würden als durch Freie Radios.

Eine überzeugende Abgrenzung kann hierbei jedoch gelingen, wenn realitätsgerecht weniger die *prinzipiellen* oder *formalen* Gleichheiten und Unterschiede zum Maßstab genommen werden, sondern die praktisch vorhandenen *qualitativen* bzw. *graduellen* Unterschiede im Rahmen der prinzipiellen Gleichheiten. Dies gelingt schon hinsichtlich der (so gesehen angeblichen) Nicht-Kommerzialität öffentlich-rechtlicher Radios. Prinzipiell gleich ist die Orientierung am Kostendeckungs-Prinzip (keine Gewinnerzielungsabsicht). Qualitativ zeigt sich jedoch bei Freien Radios nach dem Maßstab der Fi-

nanzierungsformen ein entscheidender Unterschied: Durch den prinzipiellen Verzicht auf Werbung wird von Freien Radios etwas vermieden, was als eines der „Grundübel“ der kommerziellen Medien jenseits der Gewinnerzielungsabsicht und als „Sündenfall“ öffentlich-rechtlicher Medien gesehen wird. Als ein weiteres entscheidendes Unterscheidungsmerkmal können unter anderem – bei prinzipieller Gleichheit der Nicht-Kommerzialität der Organisationsform – die tatsächlichen Kommerzialisierungstendenzen öffentlich-rechtlicher Radios herangezogen werden, die sich aufgrund ihrer partiellen Marktabhängigkeit (Quotenorientierung) ergeben und sich insbesondere in ihren Programmen („Formaten“) sichtbar praktisch niederschlagen.

Auf der anderen Seite darf nicht verkannt werden, dass die für die Freien Radios idealtypisch als vergleichsweise maximal eingestufte Staats-, Markt- und Kapital-Unabhängigkeit in mehrfacher Weise real nicht im gewünschten bzw. propagierten Ausmaß gegeben ist. Im Gegenteil: Es ist zu berücksichtigen, „dass Alternative Ökonomie bei Strafe ihres Untergangs entweder an den Markt, oder an den Staat, oder an umzuverteilende Revenuen (außerhalb des alternativ-ökonomischen Produktionsprozesses erzielte Einkünfte, deren Umverteilungsorgan keine staatliche Instanz ist), oder auch an eine wie immer geartete Mischung jener drei Momente gebunden ist“ (Schwendter 1986b, 259). Da Freie Radios ihre Produkte in der Regel unentgeltlich verbreiten, ergibt sich zwar eine geringere direkte Marktabhängigkeit als bei anderen alternativen Projekten, wie auch bei der Alternativpresse. Aber dafür ist dann die Abhängigkeit gegenüber Staat und „Revenue“-Umverteilung (Spenden, Kredite von privatem Kapital) umso größer.

Durch die weitgehende Angewiesenheit auf staatliche Subventionierung beispielsweise besteht sogar eine existentielle Abhängigkeit vom Staat, insbesondere wenn er sich, wie derzeit in Österreich, als wenig subventionswillig zeigt. Aber auch bei einem subventionsfreudigen Staat ist eine elementare Staatsabhängigkeit gegeben, und zwar hinsichtlich der realisierbaren Radikalität des „Alternativen“ in Zielsetzung und Programmgestaltung. Wie die Beispiele in Deutschland zeigen, garantiert nur optimale „Normalisierung“ („Bürgerradio“), d.h. der weitgehende Verzicht auf „Alternativität“, optimale staatliche Subventionierung (siehe dazu den Beitrag von Jürgen Buchholz in diesem Heft). Auch für Freie Radios besteht in dreifacher Weise eine gewisse Marktabhängigkeit, allerdings wesentlich schwächer als für öffentlich-rechtliche und kommerzielle Radios: hinsichtlich des Arbeits-, des Produzenten- und des Rezipientenmarktes.

Hier liegt meines Erachtens sogar eines der größten, bisher wenig kritisch thematisierte Problem, mit dem Freie Radios zu kämpfen haben, ein Problem, dessen Ausmaß stets proportional zur „Radikalität“ ihrer alternativen Zielsetzung ist: Freie Radios wollen – bildlich ausgedrückt – mit äußerst geringen Mitteln eine sehr kleine nicht-kommerzielle Insel in einem sehr großen kommerziellen Meer erstehen lassen und vor dem ständig drohenden Untergang durch Überschwemmung bewahren. Denn Freie Radios agieren in einer permanent zunehmenden kommerzialisierten Gesellschaft mit kommerzialisierter Politik und nahezu perfekt kommerzialisierter Wirtschaft, insbesondere in Medienmärkten.



Im Vergleich zu früheren gesellschaftlichen Entwicklungsphasen (mit jeweils kurzzeitigen gesellschaftlichem Umfeld von Studentenbewegung, Alternativbewegung, Bürgerinitiativen, Neue soziale Bewegungen) mangelt es gegenwärtig noch mehr an einem gesellschaftlichen Umfeld, welches in nennenswertem Umfang Bedürfnisse und Bedarf nach alternativen Medien erkennen oder erhoffen lässt. Insofern mangelt es auch auf Dauer an Arbeitskräften, die genügend motiviert sind und es sich bei schlechter Bezahlung und ungesicherten, physisch wie psychisch belastenden Arbeitsverhältnissen auf Dauer leisten können (wollen), dem (so gesehen „idealistischen“) Ziel der Alternativität zu dienen. Des Weiteren mangelt es auf Dauer an Produzenten, die über den angebotenen Public Access „ehrenamtlich“ mit *alternativen* Inhalten füllen (können, wollen). Dieses Problem wird dadurch verschärft, dass politisch oder kulturell im alternativen Sinne Aktive (Grün-Alternative, ATTAC, Greenpeace u.ä.) aus verständlichen Gründen, um in nennenswertem Umfang in die Gesellschaft hineinwirken zu können, eine maximale Präsenz in *etablierten* Medien anstreben. Und schließlich mangelt es vor allem an interessierten Menschen (traditionell Medienrezipienten genannt), die ein Bedürfnis nach *alternativen* Medien zeigen (haben) bzw. bei vorhandenem Bedürfnis dieses durch Rezeption von Programmen Freier Radios befriedigen. Dieses Problem kann deshalb gegenwärtig nur auf die Weise entschärft werden, wie es die Freien Radios derzeit auch in Österreich versuchen: durch weitest gehenden Verzicht auf „Radikalität“ des Alternativen in Form eines Komplementärmediums oder eines Bürgerradios.

Für Freie Radios als Nonprofit-Organisationen (NPO), die zum Nonprofit-Sektor als „Drittem Sektor“ neben Wirtschaft und Staat gehören (siehe auch Beitrag von Andrea Grisold in diesem Heft), wird sich höchstwahrscheinlich im Zuge der internationalen Weiterentwicklung der neoliberalen, fast ausschließlich marktfixierten Wirtschaftspolitik eine größere Abhängigkeit vom Markt nicht vermeiden lassen. Nach den Ergebnissen eines groß angelegten internationalen Forschungsprojekts zur Entwicklung des „Dritten Sektors“ kann weltweit auch für diesen Sektor gelten: „Der Markt ist auf dem Vormarsch“ (Anheier 2001, 59), d.h. die Ökonomisierung/Kommerzialisierung von weiten Teilen dieses Sektors wird nach Erkenntnissen der beteiligten Forscher kaum aufzuhalten sein. Dies kann nicht weiter überraschen, berücksichtigt man die nunmehr schon seit einigen Jahrzehnten extrem betriebene neoliberale Wirtschaftspolitik mit der Verabsolutierung des Marktes. Organisationen des Dritten Sektors haben zukünftig nur zwei Möglichkeiten: Entweder sie entwickeln sich zu (gemeinnützigen) Unternehmen oder sie bleiben gesellschaftspolitisch bedeutungslose „Nonprofit-Dogs“ (Anheier 2001, 70).

Für Freie Radios bedeutet dies, dass zukünftig sowohl die Abhängigkeit vom Staat als auch von Markt und Kapital existenzbedrohend zunimmt: vom Staat, weil er – gerade auch für geringfügige Subventionen – angesichts der strukturell bedingten Schwierigkeiten der Freien Radios, sich ausreichend „eigenwirtschaftlich“ über Markt und Kapital finanzieren zu können, seine (inhaltlich-politisch-kulturellen) Bedingungen mehr noch als bisher durchsetzen kann. Für Markt und Kapital sind Freie Radios kaum attraktiv, so dass Finanzierungsversuche in diesen Bereichen erhöhte Abhängigkeiten

schaffen und Anpassungsleistungen erforderlich machen. Entsprechend der herrschenden Wirtschaftspolitik wird den Nonprofit-Organisationen beim Weg in die Markt- und Kapitalabhängigkeit sowie in die Abhängigkeit von privatwirtschaftlichen Produktionsweisen und -verhältnissen schon seit einiger Zeit tatkräftige Hilfe von WissenschaftlerInnen und Ratschlag-AutorInnen in Massen angeboten: Fundraising ist eines der vielversprechenden „Zaubermittel“ (vgl. z.B. Haibach 2002, darin auch ein kleines Kapitel zu Fundraising in Österreich), ein weiteres der „Spendenknighte“ (vgl. Burens 1998) oder das Management von Nonprofit-Organisationen (vgl. Simsa 2001, darin die „Zivilgesellschaft als Hoffnungsträger“). Die Entwicklung hin zur Markt- und Kapitalabhängigkeit wird für die Freien Radios aus mindestens zwei Gründen „begünstigt“: aufgrund der objektiven Notwendigkeit wegen Kürzung oder Entfall staatlicher Subventionen sowie aufgrund der nach meinem Eindruck unter „RadiomacherInnen“ vorherrschenden Auffassung, dass eine Staatsabhängigkeit grundsätzlich nachteiliger als eine Markt- und Kapitalabhängigkeit sei und dass letztere gar nicht so sehr negativ wirksam werde, wie mancherorts „übertrieben“ gefürchtet werde.

### 3 Normen/Merkmale von Freiheit und Alternativität Freier Radios

Allgemein ausgedrückt ist ein „Anders Sein(-Wollen)“ und „Anders Handeln(-Wollen)“<sup>4</sup> als Gegenmodell zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Radios das generelle Ziel der InitiatorInnen, OrganisatorInnen und „MacherInnen“ Freier Radios. Die konkreten Zielsetzungen orientieren sich hauptsächlich an der „Negation des Status Quo“ (Dorer 1992, 83), sind aber auch durch eigenständige (positive) „Visionen“ und „konkrete Utopien“ angeleitet. Zur spezifischeren Charakterisierung dieses Anders-Seins und -Handelns hinsichtlich seiner spezifischen „Alternativität“ zum kommerziellen Mediensystem erscheint es als zielführend, eine vergleichende Differenzierung nach Wirtschaften, Arbeiten, Produzieren und Kommunizieren vorzunehmen<sup>5</sup> (vgl. Abb. 2). Anhand dieser Hauptkriterien können nach diversen Einzel-Merkmalen die wesentlichen Alternativ-Merkmale Freier Radios identifiziert werden (vgl. eine ähnliche Vorgehensweise für die Alternativpresse bei Eurich 1980, 26-34).

Generell lassen sich für „Alternative Projekte“ mindestens sechs Grundzielsetzungen bzw. Funktionszuweisungen identifizieren, welche je nach Projekt jeweils unterschiedliche Grade an angestrebter und/oder realisierter Radikalität der Alternativität aufweisen und auch unter unterschiedlichen Prioritätensetzungen realisiert werden können (vgl. dazu auch Beywl 1991, 281, der drei Hauptfunktionen der Alternativen Ökonomie

4) Es wird hier bewusst zunächst einmal nur von „Anders“ im Sinne von „Unterscheiden“ gesprochen; die Frage nach der „Radikalität“, dem Grad der Abweichung oder des Gegensatzes zum Status Quo, dieses „Anderen“ im Sinne von Freiheit und Alternativität wird in diesem Beitrag vor allem auch unter dem Gesichtspunkt äußerer und innerer Widersprüchlichkeit behandelt.

5) Die für das Konzept von Alternativmedien grundlegende Zielsetzung eines anderen/alternativen Lebens (vgl. z.B. Schwendter 1993) und einer anderen/alternativen Gesellschaft (vgl. z.B. Hollstein 1981) wird hierbei mitgedacht, kann aber im Rahmen dieses Beitrags nicht behandelt werden.

für die Neuen Sozialen Bewegungen nennt). Schwendter, der den Begriff „Alternative Ökonomie“ den für ihn zu emphatischen Begriffen „Gegenökonomie“ oder „Eigenökonomie“ vorzieht, sieht deren Zielsetzungen bzw. Funktionen in äußerst eingeschränkter und skeptischer Weise: „als Reproduktionsbasis subkultureller Individuen, im günstigsten Falle mit dem Zweck, Gebrauchswerte für subkulturelle (politische, religiöse etc.) Arbeit zur Verfügung zu stellen“ (Schwendter 1986a, 62).

Es ist meines Erachtens aber angemessen, für den Medienbereich von einem breiten Spektrum von Zielsetzungen/Funktionen auszugehen, zumindest der deklarierten, was noch nichts über ihre tatsächliche Realisierung sagt. Gemeinsam ist den im Folgenden genannten miteinander zusammenhängenden Grundzielsetzungen, dass sie – allerdings in oftmals sehr unterschiedlichem Ausmaß – auf Veränderungen des gesellschaftlichen Status Quo abzielen. Es ist ein vielfach zu beobachtendes Phänomen, dass der Grad der Radikalität und die Prioritätensetzung im Verlauf der Entwicklungsgeschichte eines alternativen Projekts verändert wird, zumeist in Richtung weniger Radikalität und größere Priorität für individuelle Zielsetzungen. Man kann die Grundzielsetzungen und angestrebten Funktionserfüllungen danach unterteilen in:

- *sozial-gesellschaftlich-demokratisch-emanzipatorisch-„idealistisch“* begründete Ziele
  - o Produktherstellung oder Dienstleistung als „Gebrauchswert“ für Bedürfnisse von Gesellschaftsmitgliedern
  - o Produktherstellung oder Dienstleistung als Basis sozialer und gesellschaftlicher Veränderungen
  - o Infrastruktur und Ressourcenausstattung für den jeweiligen Alternativ-Bereich
- *individuell-subjektiv-emanzipatorisch-existenziell-„egoistisch“* begründete Ziele
  - o Arbeitsplatz als Reproduktionsbasis (Lebensunterhalt) für die Beteiligten
  - o Berufliches Tätigkeitsfeld als Befreiung von Zwängen des „normalen“ Arbeitslebens und des gesellschaftlichen Lebens
  - o Berufliches Tätigkeitsfeld als Möglichkeit der Selbstverwirklichung und Emanzipation der Beteiligten.

Unschwer ist zu erkennen, welche Vielzahl von Widersprüchen diese Zielsetzungen enthalten, so dass sie in der Praxis ein ständiger Herd für Spannungen und Konflikte unter den Beteiligten sind. Konfliktlinien ergeben sich vor allem aus dem Spannungsfeld von gesellschaftlichen versus individuellen, ideellen versus materiellen Zielsetzungen (Vorwurf des „Verrats“), aus dem Konkurrenzkampf um die Realisierung individueller Ziele bei knappen Ressourcen (Vorwurf der „Unsolidarität“) usw. Die in den Zielsetzungen angelegten Widersprüche sind auch Anlass zu grundsätzlichen wissenschaftlichen und politischen Diskussionen sowie zu Kritik von nicht unmittelbar Beteiligten, aber wissenschaftlich und/oder politisch Interessierten. Je nach Standpunkt werden der Grad der Radikalität des alternativen Projekts und die vorgenommene Prioritätensetzung mehr oder weniger stark in verschiedenen Spielarten kritisiert,

- entweder als zu wenig radikal und/oder zu individuell
- oder als zu radikal und/oder zu wenig individuell

- oder als zu wenig „idealistisch“ oder zu „idealistisch“ und dergleichen mehr.

Wie im „Motto“ zu Beginn dieses Beitrags ausgedrückt, ist auch für die Freien Radios wie für andere progressive Subkulturen die Negation des Bestehenden der Ausgangspunkt, was zwangsläufig zu einem dauerhaften spannungsgeladenen Widerspruch von Affirmation (*These*) und Negation (*Antithese*) führt. Die radikale Antithese ist die totale Negation, das „Alles-total-Anders-Sein- und -Handeln-Wollen“. Dies führt im bestehenden gesellschaftlichen System regelmäßig in eine Sackgasse bzw. zum Scheitern des alternativen Projekts. Deshalb weist z.B. Rolf Schwendter, einer der profiliertesten Subkultur-Forscher, den Weg zur *Synthese*, der Aufhebung des Widerspruchs durch produktive Entwicklung der Negation unter Beibehaltung progressiver Aspekte der Affirmation (vgl. Schwendter 1993, 192). Gemessen daran kann man konstatieren, dass die Freien Radios in Österreich seit ihrem Bestehen hinsichtlich ihrer Normen, ihrer Institutionen und ihrer Praxis von Anfang an auf dem Weg zur Synthese sind.

Abbildung 2: Normen/Merkmale von Freiheit/Alternativität nicht-kommerzieller Radios als Negation von Normen/Merkmalen kommerzieller Radios

	Kommerzielle Normen	Nicht-kommerzielle Normen
<b>Wirtschaften</b>		
Unternehmensform	Privateigentum an Produktionsmitteln, Unternehmen, Konzern	Entkoppelung von Eigentum und Verfügungsgewalt, Verein, Genossenschaft
Unternehmensziele	Private Profitmaximierung, Warenproduktion, Konsumförderung im Interesse Werbewirtschaft	Kostendeckungsprinzip, Gebrauchswertproduktion, Herstellung von Öffentlichkeit für unterrepräsentierte Interessen/Bedürfnisse, Beitrag zur Emanzipation der Gesellschaft
Finanzierung	Werbung	Mischfinanzierung ohne Werbung
<b>Arbeiten</b>		
Produktionsweise	Arbeitsteilung, Ressorts, Trennung Hand- und Kopfarbeit	Geringer Grad Arbeitsteilung, Rotation, Keine Trennung Hand- und Kopfarbeit
Produktionsverhältnisse	Hierarchisch, Leistungsdruck, Konkurrenz, fremdbestimmt, nicht-kreativ, undemokratisch, intransparent, Kollektivverträge, teilweise prekäre Arbeitsverhältnisse	Nicht-hierarchisch, Minimierung Leistungsdruck, Kooperation/Kollektiv, selbstbestimmt, kreativ, demokratisch, transparent, teilweise Kollektivverträge, teilweise prekäre Arbeitsverhältnisse
<b>Produzieren</b>		
Produkte	Warenproduktion, Formate, Zielgruppenorientierung	keine Warenproduktion, offen-pluralistisch, Minderheiten-Orientierung, Lokalbezug, Kulturbefug, Mehrsprachigkeit
<b>Kommunizieren</b>		
Produzenten – Rezipienten	kein Public Access, keine Aufhebung Trennung Produzent – Rezipient	Public Access, Aufhebung Trennung Produzent – Rezipient

Deshalb wird auch in Abb. 2 die Antithese, die totale Negation, ausgespart und die Darstellung auf die Gegenüberstellung von Affirmation (kommerzielle Radios) und die Verbindung von teilweiser Negation und teilweiser Affirmation (nicht-kommerzielle Radios) konzentriert. Aber auch die aufgeführten nicht-kommerziellen Normen sind zunächst einmal nur idealtypisch im Sinne von „hehren“ Zielen. Deren mehr oder weniger weitgehende Umsetzung in die Praxis steht ständig (zumindest latent) zur Disposition, weil sie unter dem Druck der Widersprüchlichkeit dieser Normen im medialen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfeld steht. Es besteht letztendlich ständig die grundsätzliche Gefahr, dass es zu einem Umschlag durch Anpassung/Integration ins „Establishment“ oder in die „kompakte Majorität“ der Nicht-Alternativität kommt (vgl. Schwendter 1993, 59-62).

„Freies/alternatives Wirtschaften“ etc. soll paradoxerweise trotz privatrechtlicher/-wirtschaftlicher Unternehmens- bzw. Organisationsform möglich sein, die ansonsten mehr oder weniger gut begründet zu Recht prinzipiell als ein „Grundübel“ des kommerziellen Mediensystems kritisiert wird. Vorrangiges Ziel Freier Radios ist es deshalb, das Privatwirtschaftliche in seinen bekannten negativen Auswirkungen für die freie Radioarbeit möglichst auszuschalten, zumindest aber abzumildern, indem zum einen gemeinnützige Organisationsformen wie Verein oder Genossenschaft gewählt werden, zum anderen eine „Kapitalneutralisierung“ durch Entkoppelung von Eigentum und Verfügungsmacht über das Eigentum angestrebt wird (vgl. Beywl/Brombach 1982, 556).

Es wird also versucht, in der großen Wüste der kommerziellen Medien eine Art von paradiesischer kleiner Oase aufzubauen und zu erhalten, in der die mit der privatwirtschaftlichen Organisationsform konstitutiv verbundenen, rechtlich zwingenden Grundelemente des kapitalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftssystems „negiert“ oder „umgangen“ werden, damit sie nicht in kontraproduktiver Weise hinsichtlich der angestrebten Freiheit und Alternativität wirksam werden. Prinzipielle Grundelemente, an denen sich die Freien Radios „abarbeiten“ müssen, sind in diesem Zusammenhang:

- die privatwirtschaftliche Produktionsweise mit dem (verfassungs)rechtlich geschützten Privateigentum an den Produktionsmitteln,
- die daraus abgeleitete Verfügungsmacht der EigentümerInnen über die abhängig Beschäftigten (Produktionsverhältnisse als Herrschaftsverhältnisse, Arbeitskraft als Ware) sowie
- das Recht der Bestimmung der Produktionsziele und
- das Recht der Verwertung der Produkte durch die EigentümerInnen (vgl. Knoch 2001, 183-191).

Dass Freie Radios schon allein aufgrund der Organisationsform mit elementaren Widersprüchen konfrontiert sind, ist leicht nachvollziehbar und deshalb schwer zu leugnen. Es soll nicht bestritten werden, dass in der Praxis der Freien Radios diese Widersprüche tendenziell erheblich abgemildert werden, im Gegenteil, dies ist als deren besondere Leistung anzuerkennen, wenn es funktioniert. Dennoch sollte nicht übersehen werden, dass dazu auch eine ständige kraftraubende „Verdrängungsleistung“ zur Aufrechterhaltung

einer „Illusion“ notwendig ist. Dies zeigt sich stets in Konfliktsituationen, in denen die real vorhandenen elementaren Widersprüche zum Vorschein kommen. Wenn also im folgenden die Widersprüchlichkeit von Theorie und Praxis alternativer Radios in den Mittelpunkt gestellt wird, so soll dies nicht Resignation oder Hoffnungslosigkeit fördern, sondern der Bewahrung vor Illusionen und damit einer adäquaten Problemlösung dienen (vgl. dazu „Beispiele gegen die Resignation“ in Hollstein/Penth 1980). Das unvermeidbare Aufbrechen dieser Widersprüche durchzieht nicht zufällig die gesamte Geschichte alternativer Medien. Dies kann nicht überraschen, wenn man die Grundsätzlichkeit und Schwergewichtigkeit dieser Widersprüche ernst nimmt. Denn es gibt viele Belege für die Erkenntnis, dass jede noch so ehrenwerte Intention und jeder noch so entschlossene Umsetzungsversuch eines alternativen Projekts über kurz oder lang bis zur existenzbedrohenden Zerreißprobe z.B. mit dem Widerspruch von Marktmechanismen und Emanzipationsansprüchen konfrontiert wird (vgl. Kraushaar 1986, 88). Nach Schwendter „ist dies keinesfalls zufällig: kaum ein Punkt im Alltagsleben alternativer Projekte, der nicht umstritten prekär, in sich widersprüchlich wäre“ (Schwendter 1986b, 259).

Ebenfalls nicht zufällig haben gerade Versuche der realen Bewältigung des in der Regel verdrängten Grundwiderspruchs der „Privatwirtschaftlichkeit“ – im Zusammenwirken mit den daraus folgenden weiteren Widersprüchen – in der Praxis in den meisten Fällen zu einer von zwei „Lösungen durch Scheitern“<sup>6</sup> geführt: Entweder gänzliche Aufgabe des nicht-kommerziellen Projekts durch Beendigung desselben oder durch Übergang zur Kommerzialisierung, auch verharmlosend Professionalisierung genannt (vgl. u.a. zur diesbezüglichen Entwicklung der Alternativpresse Beywl 1982, 30-31).

#### Exkurs: Beispielhafter aktueller Konflikt bei Radio Orange Wien

Die grundlegende Problematik kann hier kurz anhand eines aktuellen Konflikts bei Radio Orange 94.0 (Wien) beispielhaft aufgezeigt werden, bei dem die mit der privatwirtschaftlichen Organisationsform verbundenen freiheitsbeschränkenden Abhängigkeiten sichtbar werden<sup>7</sup> (vgl. eine Dokumentation der „Betroffenen“ hierzu bei <http://www.orange.or.at/feature/konflikt>, aufgerufen am 26. 1. 2004). Dieser Konflikt entzündete sich gerade am aufgezeigten Grundwiderspruch der privatwirtschaftlichen Organisationsform: Der Vorstand des vierköpfigen HerausgeberInnenvereins (HGV), der TrägerIn der Sendelizenz und EigentümerIn der Radio-Infrastruktur ist, will mit Hinweis auf sein „Eigentümer-Risiko“ (u.a. Kredithaftung) seine daraus rechtmäßig abgeleitete Verfügungsmacht über die abhängig Beschäftigten einsetzen sowie die Produktionsziele und die Organisation der Produktion bestimmen. In bestimmter Weise in Frage gestellt sind also die in Abb. 2 aufgeführten Essentials für Freiheit und Alternativität eines Freien Ra-

<sup>6</sup>) Das Scheitern soll hier nicht resignativ als zwangsläufig dargestellt werden; positiv gewendet kann das reale vielfache Scheitern als Maßstab für die große Leistung derer genommen werden, die als alternatives Projekt „überleben“.

<sup>7</sup>) Es handelt sich hierbei um einen prototypischen Konflikt von grundsätzlicher Bedeutung, der in ähnlicher Weise in der Geschichte alternativer Medienprojekte häufig aufgebrochen ist.



dios: die alternativen Produktionsziele, Produktionsweisen, Produktionsverhältnisse und Produktionsinhalte. Vom HGV wird mit Hinweis auf die mangelnde „operative Handlungsfähigkeit“ und deshalb zu befürchtende Gefährdung des gesamten Projekts „Professionalität“ eingefordert, was im Klartext nichts Anderes heißt als eine gewisse Unterordnung unter die „normalen“ Bedingungen privatwirtschaftlicher Unternehmen bzw. Betriebe.

Dabei wird vom HGV das „Ende der GründerInnenzeit“ ausgerufen, verbunden mit der „Vision“, mit Hilfe einer gründlichen Veränderung der bisherigen „operativen Organisation“ ein auf Dauer überlebens- und arbeitsfähiges Projekt zu befestigen. Ziel ist es, eine insbesondere von den abhängig Beschäftigten ausgeübte und nach wie vor eingeforderte alternative Praxis zu beenden, zumindest zu modifizieren, die von Seiten der EigentümerInnen als Ursache für ein zu befürchtendes Scheitern des Projekts genannt wird. Dagegen und besonders gegen die vom HGV ausgesprochene aktuelle Kündigung eines Mitarbeiters wehren sich die beim Radio bezahlt Beschäftigten, die sich in der Tat in mehrfacher Weise in „prekären Arbeitsverhältnissen“ befinden. Es kommt also bei diesem Konflikt alles, was permanent negiert, verleugnet oder verdrängt wird, zum Vorschein: Rechtlich abgesicherte „Eigentümergehalt“, Unterbezahlung, Arbeitsbelastung, „Selbstausschöpfung“, informelle Hierarchien, Probleme der Aufhebung der Arbeitsteilung, Intransparenz der Entscheidungsstrukturen, Durchsetzung von Einzel-/Partikular-Interessen, Abhängigkeiten, Finanzierungsprobleme etc.

Auch wenn hier anhand des aktuellen Konflikts die grundsätzliche Widersprüchlichkeit diskutiert wird, die sich aus der privatwirtschaftlichen Organisationsform der Freien Radios ergibt, so soll damit nicht eine prinzipielle „Gleichheit“ mit kommerziellen Radios ausgedrückt werden. Im Unterschied zu den EigentümerInnen kommerzieller Radios sind die EigentümerInnen Freier Radios (jedenfalls bisher auch bei Radio Orange) als gewählte Vereinsmitglieder<sup>8</sup> ehrenamtlich tätig und profitieren nicht im Sinne der privaten Gewinnerzielung. Außerdem gibt es interne Partizipations- und Mitbestimmungsstrukturen (auch von außen in Form eines MitarbeiterInnen/AbonnentInnen-Vereins). Grundsätzlich ist es jedoch auf Basis der privatwirtschaftlichen Organisationsform rechtlich jederzeit möglich, dass die Lizenzträger und Vereinsvorsitzenden zu „richtigen“ MedienunternehmerInnen mutieren und das Freie Radio in ein „richtiges“ Medienunternehmen umwandeln. Dies soll nicht als Ziel des HGV im gegenwärtigen Radio Orange-Konflikt unterstellt, sondern nur als prinzipielle Möglichkeit aufgezeigt werden. Konkrete Beispiele dafür gibt es allerdings in der Entwicklungsgeschichte alternativer Projekte zur Genüge.

8) Allerdings besteht der Verein nur aus sechs Mitgliedern, von denen vier den Vorstand bilden; weitere Mitglieder werden nicht aufgenommen.

## 4 Zusammenfassung und Ausblick

Zusammenfassend kann man feststellen, dass der Grad der Radikalität der Alternativität Freier Radios gemessen an allen genannten Kriterien fast ausnahmslos gering ist im Vergleich zu den bislang praktizierten Modellen Alternativer Öffentlichkeit und Alternativer Medien, die historisch gesehen durch eine Entwicklung von Modellen der Gegenöffentlichkeit, der Gegenmedien, der Bewegungsmedien, der Alternativmedien bis hin zu den Freien Radios als Komplementärmedien gekennzeichnet sind. Dies kann aus einer Position, die einen hohen Grad an Radikalität als erforderlich, legitim und zielführend erachtet und dementsprechend einen geringen Grad an Radikalität als „Verrat“ und/oder „Anpassung“ einstuft, fundamental kritisiert werden. Aus einer Position dagegen, die unter Berücksichtigung der gegenwärtigen gesellschaftlichen Verhältnisse (Macht, Bewusstseinsstrukturen, Bedürfnisse etc.) einen geringeren Grad an Radikalität für erforderlich, legitim und zielführend hält, kann das gegenwärtige Konzept der Freien Radios als ein gangbarer Weg „des Machbaren“ im Sinne der Zielerreichung oder sogar als einzig möglicher Weg gelobt werden. Die Grenze der zweitgenannten Position ist allerdings dann erreicht, wenn sichtbar wird, dass der gangbare Weg nicht oder nur minimal zur Erreichung der deklarierten Ziele führt. Der Druck in Richtung „Aufgeben der ursprünglichen Ziele“ kommt von zwei entgegengesetzten Seiten: von Seiten der „Alternativen“ selber, die aufgrund der Nicht-Bewältigung der Widersprüche und fehlender Existenzsicherung aufgeben (müssen), und von Seiten der „Etablierten“, die mit allen Mitteln ständig auf (Re)integration der „Alternativen“ drängen (vgl. dazu Beispiele bei Schwendter 1993, 67-75) oder, wenn dies nicht gelingt, deren „Eliminierung“ oder Isolierung betreiben (am Beispiel der GRÜNEN in Deutschland vgl. Knoche 1999a, 429-434).

Es zeigt sich bei genauerer Analyse, dass es auch für nicht-kommerzielle Radios, soweit sie privatwirtschaftlich organisiert sind, im bestehenden Medien-, Wirtschafts- und Gesellschaftsumfeld keine prinzipielle, schon gar nicht maximale Staats-, Markt- und Kapitalunabhängigkeit (wie idealtypisch oft angenommen) gibt und auch nicht geben kann. Da Märkte gegenwärtig grundsätzlich als nahezu alleinige Regulative für wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen gelten, ist mit der Kommerzialisierung auch das Prinzip der Quantität (Mehrheit, Quote) als alles beherrschendes Lenkungsinstrument, auch für die Demokratie, verankert. Ohne Legitimierung durch eine „große Zahl“ ist kaum noch etwas möglich, schon gar nicht die Sicherung einer ökonomischen Existenz. Als Überlebensstrategien für Freie Radios bieten sich deshalb theoretisch drei, zum Teil entgegengesetzte Vorgehensweisen an:

- entweder eine weitgehende *Anpassung* (unter weitgehendem Verzicht auf „Alternativität“) an die bestehenden und sich weiter entwickelnden stark kommerziell geprägten Marktverhältnisse („Selbstkommerzialisierung“); einem Erfolg steht hier allerdings die Marktmacht kommerzieller Medien im Weg;

- oder eine *Veränderung der Marktverhältnisse* durch Vergrößerung der Märkte für „Alternativen“; diese „Eroberung“ der Märkte ist bei nüchterner Betrachtungsweise in absehbarer Zeit nicht als erfolgsversprechend anzusehen;
- oder eine *partielle Marktanpassung an Minderheiten-Märkte* (unter weitest möglicher Beibehaltung von „Alternativität“) mit Nischen-Dasein und Nischen-Produktion; dann stellt sich jedoch verstärkt die Finanzierungs- und damit die Existenzfrage.

Die letztgenannte Überlebensstrategie ist diejenige, die von den Freien Radios in Österreich zur Zeit und wohl auch noch in nächster Zukunft angewandt wird. Damit ein wenigstens marginales Überleben gesichert werden kann, muss aus den genannten Gründen ungefähr in dem Ausmaß wie bisher eine wohlkalkulierte und wohldosierte Freiheitsbeschränkung und Abhängigkeit von Staat, Markt und Kapital, gleichzeitig aber auch eine weitgehende Marginalisierung „in Kauf genommen“ werden. Im herrschenden politischen Kontext werden jedoch höchstwahrscheinlich über kurz oder lang auch die Freien Radios von den alles beherrschenden „Marktzwängen“ eingeholt werden, d.h. eine Berufung auf Minderheiten-Märkte und Nischen-Dasein ist auf Dauer kaum eine sichere Legitimationsgrundlage zur Erlangung von staatlichen Subventionen und keine ausreichende wirtschaftliche Basis für ein erfolgreiches Fundraising.

Dies alles ist sicherlich nicht förderlich für die Erfüllung von noch vorhandenen individuell-subjektiven Bedürfnissen und gesellschaftlich-objektivierbarem Bedarf nach radikalerer, „rücksichtsloserer“, nach gesellschaftlicher Veränderung strebender Alternativität. Aber jedes „alternative Projekt“ bedarf einer Anpassung an die gesellschaftlichen Verhältnisse und das heißt derzeit: an eine durch und durch kapitalisierte Gesellschaft neoliberaler Prägung. Die „systemadäquate“ Alternative wäre, dass das „alternative Projekt“ Selbstzweck ist. Dies mag unter dem Anspruch einer (Selbst)verpflichtung zur Initiierung von gesellschaftlichen Veränderungsprozessen negativ beurteilt werden. Unter dem Gesichtspunkt, dass es wenigstens für die Beteiligten – Radio-Produzenten und -Rezipienten – einen („guten“, z.B. Existenz sichernden und vielleicht sogar emanzipatorischen) Zweck erfüllte, könnte es jedoch durchaus positiv bewertet oder wenigstens akzeptiert werden. Eine bessere Alternative wäre eine veränderte Gesellschaft als Basis für das Gedeihen Freier Radios [...], aber damit ist die leidige „Henne-Ei-Problematik“ angesprochen.

## Literatur

- Anheier**, Helmut K. (2001): Der Dritte Sektor in Europa: Wachstum und Strukturwandel. In: **Priller**, Eckhard/**Zimmer**, Annette (Hg.). Der Dritte Sektor international: mehr Markt – weniger Staat? Berlin: Sigma, 57-74.
- Beywl**, Wolfgang (1982): Die Alternativpresse – ein Modell für Gegenöffentlichkeit und seine Grenzen. In: Politik + Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung „Das Parlament“, B 45 v. 13.11.1982, 18-31.
- Beywl**, Wolfgang (1991): Selbstorganisierte Betriebe im Kontext neuer sozialer Bewegungen. Zum sichtbaren Teil der alternativen Ökonomie. In: **Roth**, Roland/**Rucht**, Dieter (Hg.). Neue soziale Bewegungen in der

- Bundesrepublik Deutschland. 2., überarb. u. erw. Aufl., Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 280-297.
- Beywl**, Wolfgang/**Brombach**, Hartmut (1982): Kritische Anmerkungen zur Theorie der Alternativpresse. In: Publizistik, 27, 551-569.
- Burens**, Peter-Claus (1998): Der Spendenknigge. Erfolgreiches Fundraising für Kultur, Sport, Wissenschaft, Umwelt und Soziales. München: Beck.
- Dorer**, Johanna (1992): Autonome Medien. Medienvielfalt ohne Lobby. In: Medien Journal, 2, 82-91.
- Eurich**, Claus (1980): Gegen- oder Komplementär-Medien? Zu Gegenstand, Funktion und Ursache „Alternativer“ Kommunikation. In: Jarren, Otfried (Hg.). Stadtteilzeitung und lokale Kommunikation. München/New York/London/Paris: Saur, 13-37.
- Haibach**, Marita (2002): Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, völlig überarb. u. akt. Neuaufl., Frankfurt aM./New York: Campus.
- Hollstein**, Walter (1981): Die Gegengesellschaft. Alternative Lebensformen. Hamburg: Rowohlt.
- Hollstein**, Walter/**Penth**, Boris (1980): Alternativ-Projekte. Beispiele gegen die Resignation. Hamburg: Rowohlt.
- Jarren**, Otfried/**Meier**, Werner A. (Hg.) (2001): Ökonomisierung der Medienindustrie: Ursachen, Formen und Folgen. Themenheft Medien & Kommunikationswissenschaft, H.2, 49.
- Knoche**, Manfred (1999a): Symbiotisch-strategische Realitätskonstruktion. Der erstmalige Einzug der GRÜNEN in den Deutschen Bundestag 1983 als zeitgeschichtliches Schlüsselereignis für Politik und Medien. In: **Wilke**, Jürgen (Hg.). Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz: UVK Medien, 427-441.
- Knoche**, Manfred (1999b): Das Kapital als Strukturwandler der Medienindustrie – und der Staat als sein Agent? Lehrstücke der Medienökonomie im Zeitalter digitaler Kommunikation. In: **Knoche**, Manfred/**Siebert**, Gabriele (Hg.). Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation. München: R. Fischer, 149-193.
- Knoche**, Manfred (2001): Kapitalisierung der Medienindustrie aus politökonomischer Perspektive. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 49, 177-194.
- Knoche**, Manfred/Lindgens, Monika (1993): Grüne, Massenmedien und Öffentlichkeit. In: **Raschke**, Joachim (Hg.). Die Grünen. Wie sie wurden, was sie sind. Köln: Bund-Verlag, 742-768.
- Knoche**, Manfred/**Grisold**, Andrea/**Hirner**, Wolfgang/**Lauggas**, Meike/**Wagner**, Ulrike (2001): Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich. Unveröffentl. Forschungsbericht. Salzburg: Institut für Kommunikationswissenschaft.
- Kraushaar**, Wolfgang (1986): Thesen zum Verhältnis von Alternativ- und Fluchtbewegung. In: **Schwendter**, Rolf (Hg.). Die Mühen der Berge. Grundlegungen zur alternativen Ökonomie, Teil 1. München: AG Spak, 88-94.
- Oy**, Gottfried (2001): Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Schwendter**, Rolf (1986a): Notate zur Kritik der alternativen Ökonomie. In: **Schwendter**, Rolf (Hg.). Die Mühen der Berge. Grundlegungen zur alternativen Ökonomie, Teil 1. München: AG SPARK Bücher, 61-83.
- Schwendter**, Rolf (1986b): Notate zu den Mühen der Ebenen. In: **Schwendter**, Rolf (Hg.). Die Mühen der Ebenen. Grundlegungen zur alternativen Ökonomie, Teil 2. München: AG-SPARK, 259-267.
- Schwendter**, Rolf (1993): Theorie der Subkultur. 4. Aufl. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt.
- Simsa**, Ruth (Hg.) (2001): Management der Nonprofit Organisation. Gesellschaftliche Herausforderungen und organisationale Antworten. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Stamm**, Karl-Heinz (1988): Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Weichler**, Kurt (1987): Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation. Berlin: Vistas.



27. Jahrgang • Nr. 4/2003

# MedienJournal

Freie Radios als Alternative

**OGK**

Zeitschrift für Kommunikationskultur