

Qualitative Studie

Nichtkommerzielle Rundfunkveranstalter

Was sie tun und was sie leisten

Manuela Grünangerl, Felix Kramer, Josef Trappel (Universität Salzburg)

Im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Fachbereich Medien



Nichtkommerzielle Rundfunkveranstalter: Was sie tun und was sie leisten

Eine qualitative Studie zu den Leistungen des Nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich

MMag.^a Manuela Grünangerl, Mag. Dr. Felix Kramer & Univ.-Prof. Dr. Josef Trappel
Universität Salzburg, Fachbereich Kommunikationswissenschaft

Abschlussbericht zur Studie

Im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR)

Vorgeschlagene Zitation:

Grünangerl, M., Kramer, F., & Trappel, J. (2026). *Nichtkommerzielle Rundfunkveranstalter. Was sie tun und was sie leisten. Eine qualitative Studie zu den Leistungen des Nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich*. RTR – Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.18835855>

Herausgeberin und Verlegerin:

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Mariahilfer Straße 77–79 | 1060 Wien | Österreich
T: +43 1 58058-0 | F: +43 1 58058-9191

Inhalt

1	Executive Summary	4
2	Einleitung und Zielsetzung der Studie	5
3	Forschungsstand und Begriffsklärungen	8
4	Methodisches Vorgehen und Forschungsdesign	11
5	Ergebnisse der Studie	15
5.1	Demokratischer Möglichkeitsraum: Selbstermächtigung, Sichtbarkeit und zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit	15
5.2	Praxislabor Medien: Niederschwelliger Zugang und Professionalisierung jenseits kommerzieller Logiken	21
5.3	Bildungs- und Diskursraum: Medienkompetenz, Entschleunigung und Vermittlung kultureller Praktiken	26
5.4	Infrastruktur zivilgesellschaftlicher Vernetzung: Technologische Souveränität und nicht-kommerzielle Plattformlogik	31
5.5	Entschleunigungs- und Tiefenraum: Alternative Zeitlogik als demokratische Ressource	39
5.6	Ästhetischer Experimentierraum: Formatinnovation und mediale Hybridität	44
6	Fazit: Aktivierende Reichweite als demokratische Basisleistung des Nichtkommerziellen Rundfunks	50
7	Quellenverzeichnis	53

1 Executive Summary

Die vorliegende Studie untersucht die gesellschaftliche Wirkung des Nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich und entwickelt ein erweitertes Verständnis von Reichweite. Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass klassische Reichweitenindikatoren – Einschaltquoten, Klickzahlen oder Marktanteile – die demokratische und infrastrukturelle Leistung des Sektors nur unzureichend erfassen. Ziel war es daher, die spezifischen Wirkungsdimensionen des NKR empirisch zu rekonstruieren und konzeptionell zu fassen.

Zentrales Ergebnis ist das Konzept der **aktivierenden Reichweite**. Darunter werden jene Prozesse verstanden, in denen Individuen und Gruppen durch die Strukturen des nichtkommerziellen Rundfunks befähigt werden, sich einen medialen und demokratischen Möglichkeitsraum zu erschließen, der ihnen andernfalls nicht zugänglich wäre. Reichweite wird hier nicht primär als Größe eines Publikums definiert, sondern als Qualität und Dauer von **Beteiligung**, als Erweiterung medialer und sozialer **Kompetenzen** sowie als Stabilisierung eigenständiger **Öffentlichkeiten**.

Die fallübergreifende Analyse der Interviews mit Programmacher:innen zeigt sechs ineinandergreifende Wirkungsräume. Erstens fungiert der Nichtkommerzielle Rundfunk als **demokratischer Möglichkeitsraum**, in dem zivilgesellschaftliche Akteur:innen Öffentlichkeit nicht nur erhalten, sondern selbst herstellen können. Sichtbarkeit ist hier Ergebnis partizipativer Produktionspraxis und institutioneller Unterstützung – nicht marktförmiger Selektion. Zweitens wirkt der Nichtkommerzielle Rundfunk als **Praxislabor Medien**: Medienkompetenz entsteht durch reale Produktionsprozesse, durch kooperative Arbeit und durch durchlässige Übergänge zwischen Amateur:innen und Professionalität. Drittens etabliert er einen **Bildungs- und Diskursraum**, in dem Medien nicht nur genutzt, sondern kritisch reflektiert und kontextualisiert werden. Viertens schafft der Nichtkommerzielle Rundfunk mit eigenen Plattformen und Archivstrukturen eine gemeinnützige, technologisch souveräne **Infrastruktur**, die Inhalte langfristig absichert und von algorithmischen Verwertungslogiken entkoppelt. Fünftens ermöglicht seine **alternative Zeitlogik** vertiefte Auseinandersetzung jenseits beschleunigter Aufmerksamkeitsökonomien. Sechstens eröffnet er **ästhetische Experimentierräume**, in denen hybride und innovative Formate ohne unmittelbaren Marktdruck entstehen können.

In der Zusammenschau wird deutlich: Der Nichtkommerzielle Rundfunk ist nicht lediglich ein alternativer Programmanbieter, sondern eine **demokratisch relevante Medieninfrastruktur**. Seine Leistung reicht über die Produktion von Inhalten hinaus. Er sichert materielle Zugänge zu Medienproduktion, vermittelt Kompetenzen, stabilisiert lokale und thematische Öffentlichkeiten, fördert zivilgesellschaftliche Vernetzung und stärkt technologische Souveränität. Aktivierende Reichweite erweist sich dabei als Strukturprinzip seines Wirkens. Sie manifestiert sich in langfristigen **Beteiligungsprozessen**, in der Befähigung zur eigenen medialen Artikulation und in der **institutionellen Absicherung** partizipativer Praxis. Der Nichtkommerzielle Rundfunk produziert somit nicht nur Programme – er produziert demokratische Handlungsfähigkeit.

Für medienpolitische und förderpolitische Entscheidungen folgt daraus, dass eine Bewertung des Sektors nicht ausschließlich auf quantitativen Reichweitenkennzahlen beruhen kann. Erforderlich ist ein Verständnis, das die demokratiepolitische, kompetenzbildende und infrastrukturelle Funktion des Nichtkommerziellen Rundfunks anerkennt. In einer zunehmend plattformdominierten Medienumgebung stellt er einen strukturell verankerten Möglichkeitsraum dar, in dem **Öffentlichkeit**, **Teilhabe** und **Selbstermächtigung** materiell abgesichert werden.

2 Einleitung und Zielsetzung der Studie

Der nichtkommerzielle Rundfunk stellt seit mehreren Jahrzehnten eine stabile dritte Säule des österreichischen Rundfunksystems dar und wird in medienpolitischen, wie wissenschaftlichen Diskursen häufig als komplementäres Angebot zu öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Medienanbietern verortet.

Besondere Bedeutung wird der Ermöglichung von freiem Zugang zu und Partizipation in Medien sowie lokalen und regionalen Bezugspunkten zugemessen. Die freiwillige Selbstverpflichtung erfolgt dabei vor allem gegenüber jenen gesellschaftlichen Gruppen und deren zentralen Anliegen, die in klassischen Medien unterrepräsentiert sind. Neben diesem offenen Zugang wurden Nichtkommerzialisierung und Werbefreiheit als die drei wesentlichen Charakteristika des Dritten Rundfunksektors in Österreich gesetzlich verankert (Peissl & Tremetzberger, 2020, S. 1537) Seethaler und Beaufort weisen explizit darauf hin, dass zusätzlich zu diesen Spezifika nichtkommerzielle Medien vor allem als soziale Entwicklung begriffen werden müssen, deren Bedeutung stetig zunimmt und von einem Wandel im Demokratieverständnis genährt wird: „Most of all, however, they reflect a social development that is becoming more-and-more significant and that has its origins in changes in the understanding of democracy [...]. (Seethaler & Beaufort, 2017, S. 176) Diese Einschätzung kommt nicht von ungefähr, sie deckt sich mit der allgemein formulierten Aussage von King (2017, S. 20), dass nichtkommerzielle Medien schon immer als „social change communication technology“, also als Kommunikationstechnologien des sozialen Wandels begriffen werden müssen. Dies spiegelt sich in den auf öffentliche und zivilgesellschaftliche Interessen ausgerichteten Organisationszielen wider, welche nur durch die nichtkommerzielle Organisationsstruktur als Garant für die Unabhängigkeit von vorhandenen Machtstrukturen erreicht werden können. Sektorspezifisch findet sich dieses demokratisch dynamische Selbstverständnis explizit auch in den Richtlinien für den Fonds zur Förderung des Nichtkommerziellen Rundfunks wieder, wo explizit eine Beteiligung der Bevölkerung an Medien gefordert und gefördert werden soll.

Diese Ausführungen verdeutlichen, dass eine bloße Einordnung des nichtkommerziellen Rundfunks, als rein komplementäres Angebot zu öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Medienanbietern viel zu kurz greift, wenn sie primär oder sogar ausschließlich entlang klassischer medienökonomischer Kriterien erfolgt, etwa durch den Vergleich von Reichweiten, Marktanteilen oder klar umrissenen Zielgruppen. Diese Perspektive unterstellt implizit, dass nichtkommerzieller Rundfunk nach denselben Funktions- und Wirkungslogiken operiert wie andere Rundfunkanbieter – eine Annahme, die den spezifischen strukturellen und normativen Bedingungen dieser Medienform nur unzureichend Rechnung trägt. Auch für dieses grundsätzliche, aus der wissenschaftlichen Literatur erarbeitete, Postulat findet sich eine explizite Entsprechung in der Förderrichtlinien der RTR wo es in Absatz 6.2. *Bereiche und Kriterien*, Segment g heißt: „Der Inhalt berücksichtigt in seiner inhaltlichen Gestaltung in den Medien ansonsten unterrepräsentierte zivilgesellschaftliche Gruppierungen oder Sprachen, fördert den zivilgesellschaftlichen Diskurs und trägt zum sozialen Zusammenhalt bei;“ *Zielgruppen* des nichtkommerziellen Rundfunks sind also genau jene, die aus klassischer, medienökonomischer Sicht nicht zu den anvisierten Zielgruppen gehören.

Charakteristisch für den nichtkommerziellen Rundfunk in Österreich sind Organisationsstrukturen, die auf Niederschwelligkeit, partizipative Produktionsprozesse, zivilgesellschaftliche Einbindung und den Verzicht auf kommerzielle Verwertungslogiken ausgerichtet sind. Anstelle der

ökonomischen (Mehr)werte wird als Gegenkonzept dazu von *public value* ausgegangen, wie Peissl und Seethaler in ihrer Studie von 2020 ausführlich darlegen (Peissl & Seethaler, 2020, S. 8). Wie in einer weiteren Vorgängerstudie von Grünangerl klar wird, hat spezifisch Medienkompetenzvermittlung bei österreichischen Sendern einen besonders hohen Stellenwert (Grünangerl, 2015, S. 47).

Diese Strukturmerkmale prägen nicht nur die Art der Inhalte, Peissl und Kolleg:innen leisten dazu in der 2010 publizierte RTR-Studie „Mehrsprachig und lokal“ eine profunde Analyse, sondern vor allem die Bedingungen ihrer Entstehung und Verbreitung. Der nichtkommerzielle Rundfunk ist damit nicht allein als Programmveranstalter zu verstehen, sondern zugleich als infrastruktureller, sozialer und pädagogischer Möglichkeitsraum medialer Teilhabe. Sein Wirkungsbereich erschöpft sich folglich nicht in der Ausspielung von Programminhalten an ein externes Publikum, sondern setzt bereits vor und im Produktionsprozess selbst an, in dem Individuen und Gruppen als aktive Akteur:innen medialer Öffentlichkeit auftreten. Der für den nichtkommerziellen Rundfunk bedeutsame Ausbildungs- und Medienkompetenzvermittlungsbereich eröffnet einen weiteren, der eigentlichen Medienproduktion vorgelagerten aber mit ihr direkt verbundenen Aktionsraum, der ein besonderes Spezifikum des dritten Sektors darstellt: „die Ausbildungsangebote der Freien Radios und Community TVs [sind] die Grundlage für die aktive Teilhabe und Partizipation als ehrenamtliche:r Redakteur:in im Offenen Zugang.“ (Friedwagner, 2021, S.20)

Vor diesem Hintergrund verschiebt sich auch der analytische Fokus auf Reichweite und Zielgruppen. Reichweite kann im nichtkommerziellen Rundfunk nicht ausschließlich als quantitative Größe der Inhaltsrezeption begriffen werden, ohne maßgebliche Leistungsbereiche unberücksichtigt zu lassen, sondern muss ebenso die Prozesse der Beteiligung, der Kompetenzvermittlung und der nachhaltigen Nutzung medialer Ausdrucksformen berücksichtigen können. Zielgruppen lassen sich entsprechend weniger als fixe Publikumssegmente bestimmen, sondern als dynamische Konstellationen von Akteur:innen, deren Rollen zwischen Produzent:in, Kommunikator:in und Publikum situativ wechseln. Um das medienpädagogische, demokratiepolitische und gesellschaftlich integrative Potenzial des nichtkommerziellen Rundfunks adäquat erfassen zu können, bedarf es daher eines erweiterten Wirkungs- und Reichweitenbegriffs, der diese spezifischen Produktions- und Partizipationslogiken systematisch mitdenkt. *Reichweite* wird gemeinhin unter der Prämisse einer direkten Verbindung von Rezipient:innen- und Werbemarkt als zweiseitiger Markt definiert, der somit Medien abverlangt, zwei Kundengruppen gleichzeitig zu bedienen, Werber und Mediennutzer. (Dewenter & Rösch, 2015, S. 101). Die Prämisse größtmöglicher Reichweite in einer Zielgruppe führt zu einer Homogenisierung der Ausrichtung von Werbung. (Kiefer & Steininger, 2014, S. 109) Durch den Wegfall dieser quantitativen Parameter bedarf es des erwähnten Verschiebens des analytischen Fokus weg vom „Janusgesicht“ der Medien (Altmeppen, 2025, S. 350). Gerade in Zeiten eines allgegenwärtigen *information overload* und der gefühlten Ubiquität von *fake news* (Matthes et al., 2020) gewinnen diese Qualitäten stetig an Bedeutung.

An dieser Stelle setzt die vorliegende Studie an. Sie geht konkret der Frage nach, welche Leistungen der nichtkommerzielle Rundfunk in Österreich erbringt und wie diese Leistungen jenseits klassischer medienökonomischer Messgrößen analytisch beschrieben und empirisch sichtbar gemacht werden können. Im Zentrum steht dabei die Untersuchung jener Wirkungsräume, die durch die besondere Organisationsstruktur des nichtkommerziellen Rundfunks eröffnet werden und die seine Rolle als gesellschaftlich relevantes Komplementärangebot im österreichischen Mediensystem begründen. Die hier folgenden Kapitel arbeiten dies sukzessive auf: nach einer Beschreibung des Forschungsstandes mit Fokus auf die spezifisch österreichische Situation

erfolgt eine Klärung relevanter Begrifflichkeiten. Insbesondere auf den hier in dieser Studie vorgeschlagenen branchenaquaten Begriff einer aktivierenden Reichweite wird genauer eingegangen. Das anschließende Methodenkapitel umreißt das Forschungsdesign und legt Erhebungs- und Auswertungsstrategien dieser qualitativen Studie dar. Schlussendlich werden im Ergebniskapitel sechs Wirkungsräume des Nichtkommerziellen Rundfunks aus der Sicht der Programmacher:innen, die sich aus den Interviews abstrahieren lassen, vorgestellt und mit exemplarischen Fallporträts angereichert. Am Ende wird mit einem Fazit geschlossen, was dies nun für das Leistungsvermögen des Nichtkommerziellen Rundfunks bedeutet.

3 Forschungsstand und Begriffsklärungen

Nicht erst seit der massenhaften Verbreitung digitaler Kommunikationstechnologien geht ein beispielloser Umbruch in der Medienbranche vor sich. Während die vor der Digitalisierung marktbeherrschenden Medienunternehmen rasant Geschäft, Macht und Reichweite verlieren, übernehmen digitale Kommunikationsplattformen zunehmend die Aufmerksamkeit der Menschen und die Einnahmen der werbungstreibenden Wirtschaft. Dieser irreversible und grundlegende Vorgang wirft zahlreiche Fragen im Hinblick auf die gesellschaftlichen Folgen auf. So besteht die Befürchtung, dass die digitalen Kommunikationsplattformen darin versagen, der Menschheit breitflächige kommunikative Partizipation, den Abbau vermachteter Konzernstrukturen und (basis)demokratische Teilhabe zu ermöglichen (Mansell, 2023). Vielmehr erweisen sich die Digitalkonzerne als machtvolle neue Gatekeeper, die den herkömmlichen Massenmedien die ökonomische Basis abgraben und sich anschicken, die mediale Öffentlichkeit nach den kommerziellen Regeln ihrer proprietären Algorithmen zu strukturieren. „[The digital turn] (...) has also created new forms of discrimination and censorship, high levels of dis/misinformation, and widespread corporate and state surveillance, among other hazards.“ (Pickard, 2020, S. 121)

Ein derartig tiefgreifender Paradigmenwechsel stellt Rolle und Aufgaben der Medien- und Kommunikationslandschaft für ein gedeihliches Zusammenleben nach demokratischen Regeln grundsätzlich in Frage. Ausgehend von einem basalen Demokratieverständnis, wonach die Menschen sich selbst regieren ("people governing themselves"; Keane, 2009, S. xi), und jedermann das gleiche Recht in Anspruch nehmen kann, sich frei zu äußern (eine Demokratiedefinition, die Popper als unrealistisch kritisierte; Popper, 2013, S. 118) ist zu klären, welche Aufgaben nun einer sich verändernden Medien- und Kommunikationslandschaft für den Erhalt und Ausbau der Demokratie zukommen.

Fenton (2025) beobachtet zunächst, dass schon in der Habermas'schen Öffentlichkeit des 20. Jahrhunderts die Massenmedien nicht ein partizipatorisches Demokratieverständnis ermöglicht oder zumindest gestützt haben, sondern in der Regel eingeschränkt neoliberale und repräsentativ-elitäre Demokratieformen. Dieses defizitäre Rollenverhalten der Massenmedien findet sich zugespitzt in dem noch viel elitärerem Gebaren der digitalen Kommunikationsplattformen in neuer Gestalt wieder.

Um dazu beizutragen, die Demokratie aus dieser eingeschränkt demokratischen Umklammerung zu lösen und zum Nutzen und im Interesse der gesamten Bevölkerung (und nicht nur der politischen und wirtschaftlichen Eliten) weiterzuentwickeln, ist eine grundlegend andere Form von Medien und Teilhabe erforderlich, "(...) one that involves building something together in a constant process of reflection and renewal and that involves cooperation among equals who may have deep disagreements about what constitutes the common good." (Fenton, 2025, S. 45)

Im großen Maßstab sind daher sowohl die marktführenden Medien auf ihre gesellschaftliche Reflexionsfähigkeit zu prüfen als auch die entsprechenden Leistungen der digitalen Kommunikationsplattformen. Im kleinen Maßstab sind die demokratischen Ansprüche auch an den hier zur Untersuchung anstehenden nichtkommerziellen Rundfunksektor zu stellen. In der Literatur ist in diesem Zusammenhang von *media commons* die Rede, die gelegentlich mit *Medien-Allmende* übersetzt werden (Schweizer, 2019).

„A media commons speaks to the sharing of resources and services stewarded for the public good rather than for private gain in a manner that is necessarily different from commercial media and offers an alternative value system to capitalism. (...) A media commons is a wholly different way of conceiving of our media and communications systems, and one that would promote an array of alternative media/tech ownership models at different levels: from the hyperlocal to the international. (Fenton, 2025, S. 18)

Auch die *Media Reform Coalition* in Großbritannien fordert die Institutionalisierung von nicht-gewinnorientierten Medien, unabhängig von der Regierung und lediglich den Bedürfnissen ihrer Anspruchsgruppen verpflichtet.

„So it is also crucial to enable, support and sustain forms of media ownership that are not for profit and fully independent of commercial pressures and government preferences, are organized co-operatively and democratically and are responsive to the needs of the communities that they serve rather than at the behest of the market. The principle here is for new models of ownership, fully responsive and accountable to the needs of the communities they serve, that redistribute and circulate wealth rather than extract it.” (Fenton et al., 2020, S. 87)

In der Praxis ist es zweifellos noch ein langer Weg, bis solche Institutionen eine tragende Rolle in den digital geprägten Gesellschaften des 21. Jahrhundert übernehmen können. Öffentlich-rechtliche Medien könnten diesen Ansprüchen tendenziell gerecht werden, sofern sie sich aus der häufig zu konstatierenden politischen Umklammerung zu lösen vermögen. Am ehesten kommen die Institutionen des nicht-kommerziellen Rundfunks den *Digital Commons* nahe. In der Tat werden diese Einrichtungen von den Anspruchsgruppen getragen und sind diesen verantwortlich, sie stehen nicht unter Kommerzialisierungsdruck, und auch nicht im Verdacht, der Regierung nahezustehen. Aus dieser Perspektive sind die Institutionen des nicht-kommerziellen Rundfunks eine Avantgarde des medialen Wandels und (kleine) Versuchslabore für ein ganzheitliches und partizipatorisches Demokratiemodell. Ihre Leistungen sind daher – wir kommen darauf zurück – nicht an den Effizienzkriterien kommerzieller Medien und Plattformen zu messen (Reichweite, Umsatz, Kapitalrendite), sondern an ihrem Beitrag zur Herausbildung vertiefter demokratischer Modelle des Zusammenlebens.

Ergänzend zu dieser theoretischen Einbettung mit Fokus auf Medienorganisation und Medieninhalte ist es von Bedeutung, explizit auch auf den partizipativen und niederschweligen Charakter des Nichtkommerziellen Rundfunks in den Blick zu nehmen. Dieser entspricht geradezu idealtypisch dem bildungspragmatischen Verständnis John Deweys von Demokratie als Lebensform. Der Erwerb von Kompetenzen erscheint somit als Voraussetzung für eine Betätigung als aktives Mitglied der (demokratischen) Gemeinschaft (Dewey, 1993, S. 257). Vor diesem Hintergrund ermöglicht nicht zuletzt der Netzwerkgedanke, der dem Nichtkommerziellen Rundfunk inhärent ist (Peissl & Temetzberger, 2020, S. 1558), in der Sichtweise von Demokratie als Prozess den Dewey als *search for the great community* beschreibt (Dewey & Rogers, 2012, S. 143) ein Voranschreiten in diese Richtung: „[...] the cure for the ills of democracy is more democracy.“ (Dewey & Rogers, 2012, S. 144) Das Ermöglichen und Erfahrbarmachen demokratischer Strukturen konstituiert zugleich das Ausleben demokratischer Praxis und kann als Garant für nachhaltiges Handeln gelten.

Kompetenzorientierung, kommunikative Orientierung, Problemorientierung sowie Lebensweltorientierung sind zentrale Fähigkeiten, die für die aktive Partizipation am Nichtkommerziellen Rundfunk notwendig sind. Sie sind auch Grundpfeiler dessen, was auf Policy-Ebene mit dem

Konzept des *Lebenslangen Lernens* verbunden ist. Diese Qualifikationen sind in der Fachliteratur sowohl in der gegenwärtig diagnostizierten Wissensgesellschaft bezüglich Kreativität und damit einhergehender Problemlösungskompetenz als auch dem Zugang der Risikogesellschaft als Stabilisierungsfaktor zur Identitätsbildung flexibel gewordener Biografien gefährdeter Gruppen besonders relevant (Tippelt, 2018, S. 107).

Nicht unerwähnt bleiben darf in diesem Zusammenhang auch der Kernaspekt der Vermittlung von Medienkompetenz (zum Begriff der Medienkompetenz im Allgemeinen siehe etwa Baacke, 1996) als elementarem Bestandteil des Nichtkommerziellen Rundfunks, der vor allem bei den Programmschaffenden durch den niederschweligen und partizipativen Charakter in hohem Ausmaß gefördert wird (Wimmer, 2021). Qua intrinsischer Motivation und selbst organisierter Lernprozesse gilt das Arbeiten an eigenen Medieninhalten unter dem Stichwort der Medienprojektarbeit als *der* Schlüsselweg zur Medienkompetenz (Hugger, 2022, S. 73). Die für den Kompetenzerwerb notwendigen Aspekte von Partizipation, Aus- und Weiterbildung werden in Vorgängerstudien zum Nichtkommerziellen Rundfunk in Österreich explizit als zentrale Qualitäten von diesem benannt (Peissl & Lauggas, 2016, S.17).

So wird folgerichtig in den Richtlinien für den Fonds zur Förderung des Nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich im Punkt 6.1 die Vermittlung von Medienkompetenz als grundsätzliche Anforderung explizit angeführt. Weiters, Absatz a) und b) im selben Punkt 6.1, muss das Programm der Rundfunkveranstalter:innen überwiegend im offenen Zugang produziert werden und das Publikum nachweislich zur aktiven Beteiligung eingeladen werden, mitsamt der Bereitstellung von Plattformen sowie Trainings-, Produktions- und Verteilungsmöglichkeiten. Dies stellt, wie oben ausgeführt, den Schlüsselweg zum Erwerb von Medienkompetenz dar. Der weiter oben bereits zitierte Band 2/2016 aus der Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH widmet sich den Bildungsleistungen und Beiträgen zum lebensbegleitenden Lernen des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich unter dem pointierten Titel: „Ich lerne mit jeder Sendung!“ (Peissl & Lauggas, 2016). Auch unter anderem Fokus der Analyse auf den Public Value von Nichtkommerziellem Rundfunk in Österreich im Band 4/2010 aus der Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH wird dennoch explizit auf Medienkompetenz als besondere Leistung im öffentlichen Interesse hingewiesen (Peissl et al., 2010, 130).

4 Methodisches Vorgehen und Forschungsdesign

Die vorliegende Studie geht von der übergeordneten Fragestellung aus, welche Leistungen der nichtkommerzielle Rundfunk (NKR) in Österreich erbringt und wie diese angemessen beschrieben werden können. Sie folgt einem qualitativ-empirischen Forschungsansatz, der nicht primär auf die Analyse von Programminhalten oder auf die Messung quantifizierbarer Nutzung abzielt, sondern auf die Rekonstruktion von Praktiken, Organisationslogiken und Wirkungszusammenhängen. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Reichweite, Zielgruppenansprache und Wirkung im Kontext des nichtkommerziellen Rundfunks nicht als bloße Resultate medialer Outputs verstanden werden können. Vielmehr sind sie als prozesshafte Phänomene zu begreifen, die sich im Zusammenspiel von institutionellen Rahmenbedingungen, Produktionsweisen und partizipativen Aneignungsformen entfalten.

Vor diesem Hintergrund wird sowohl auf eine klassische Inhaltsanalyse des Programmoutputs als auch auf eine standardisierte Rezeptionsstudie verzichtet, da diese den organisationalen Besonderheiten des Nichtkommerziellen Rundfunks nicht gerecht würden. Der analytische Fokus richtet sich stattdessen auf jene Akteur:innen, die den nichtkommerziellen Rundfunk in seiner alltäglichen Praxis gestalten, organisieren und nutzen.

Konkret geht die Studie somit auch der Frage nach, wie Akteur:innen des nichtkommerziellen Rundfunks ihre Tätigkeit, ihr Selbstverständnis und die von ihnen wahrgenommenen Wirkungen beschreiben. Damit verbunden ist die Frage, wie sich das für den nichtkommerziellen Rundfunk charakteristische, volatile Rollenverständnis zwischen Produzent:in, Kommunikator:in und Publikum empirisch fassen lässt und welche Bedeutung diese Rollenwechsel für die Erschließung medialer Öffentlichkeiten haben. Ziel ist es, jene Strategien, Dynamiken und organisationalen Rahmenbedingungen zu identifizieren, die es Individuen und Gruppen ermöglichen, eigene Medienöffentlichkeiten aufzubauen, diese langfristig zu gestalten und mediale Handlungsspielräume nachhaltig zu nutzen.

Im Forschungsdesign der vorliegenden Studie wird diese Fragestellung strategisch auf zweierlei Weise in Form von semi-strukturierten qualitativen Leitfadeninterviews (vgl. hierzu Loosen, 2015 und Krell & Lamnek, 2024) umgesetzt. Erstens, indem der Leitfaden für die Interviews mit den Programmacher:innen der verschiedenen Plattformen genau diese Aspekte in den Blick nimmt. Und zweitens, indem mit den Senderverantwortlichen in den durchgeführten Interviews dazu ergänzend Best-Practice-Beispiele für die Öffnung dieser Handlungsspielräume und Medienöffentlichkeiten und deren organisatorischen Voraussetzungen ergänzt werden.

Zur Bearbeitung dieser Fragestellungen basiert die Studie in Anlehnung an Yin (2009, S. 46) auf einem *multiple-case-design*, das aus sieben Fallbeispielen nichtkommerzieller Rundfunkanbieter:innen in Österreich und einem zusätzlichen Kontextinterview mit dem nichtkommerziellen Plattformanbieter CBA (*cultural broadcasting archive*) besteht. Die Auswahl der Fälle erfolgte kontrastierend nach den Grundsätzen theoretischer Replikation (Yin, 2009, S. 54-56), also nach Festlegung geeigneter kontextbezogener Kriterien um eine möglichst große Bandbreite an Rundfunkanbieter:innen abdecken zu können. Dies soll sicherstellen, dass sowohl die strukturelle als auch die praktische Vielfalt des nichtkommerziellen Rundfunks in seiner Breite abgebildet werden kann. Berücksichtigt wurden dabei regionale Unterschiede, unterschiedliche Urbanitätsgrade, verschiedene Mediengattungen (Radio, Fernsehen sowie plattformübergreifende Angebote) sowie spezifische communitybezogene Ausrichtungen der Organisationen (siehe hierzu untenstehende Tabelle). Ziel dieser Fallauswahl ist es nicht, Repräsentativität im statistischen

Sinn herzustellen, sondern kontrastierende Konstellationen zu analysieren, um Gemeinsamkeiten, Unterschiede und wiederkehrende Muster im Leistungsvermögen des nichtkommerziellen Rundfunks herausarbeiten zu können. Mit Ausnahme des Kontextinterviews mit dem CBA wurden bei allen Sendern jeweils ein Interview mit ein bis zwei Personen aus der Geschäftsführung des Senders (GF) und mit ein bis zwei Programmacher:innen (PM) geführt.

Sender	Interviewpartner:in	Interviewdatum	Interviewdauer
Agora 105/5	Claudia Eherer (PM)	13.11.2025	52min:36sec
Agora 105/5	Gabriel Lipuš (GF)	13.11.2025	1h:13min:32sec
CBA	Alexander Baratsits (GF)	09.09.2025	56min:46sec
Dorf TV	Gabriele Kepplinger (GF)	04.11.2025	1h:05min:38sec
Dorf TV	Bibi Finster & Georg Ritter (PM)	04.11.2025	1h:26min:03sec
Freies Radio Salzkammergut	Julia Müllegger (GF)	11.12.2025	53min:45sec
Freies Radio Salzkammergut	Valerie Sperrer und Gustav Mauringer (PM)	11.12.2025	53min:05sec
FREIRAD	Bettina Lutz und Eva-Maria Sonderegger (GF)	28.08.2025	1h:16min:49sec
FREIRAD	Dominik Unterthiner (PM)	28.08.2025	57min:56sec
FS1	Alf Altendorf und Sophie Huber-Lachner (GF)	25.09.2025	1h:14min:25sec
FS1	Susanne Lipinski (PM)	25.09.2025	29min:30sec
OKTO	Christian Jungwirth (GF)	09.09.2025	1h:14min:41sec
OKTO	Alejandro Peña (PM)	09.09.2025	45min:11sec
Proton – das freie Radio	Monika Gantioler und Rainer Roppele (GF)	27.07.2025	1h:26min:54:sec
Proton – das freie Radio	Gerardo Rojas Toledo & Nidia Bonnet Wdowik (PM)	27.07.2025	56min:16sec

Zur Auswertung und Ergebnisdarstellung der Interviewdaten wird eine fokussierte Analyse nach Kuckartz (2018) verwendet und somit ein inhaltlich strukturierender qualitativer Ansatz nach Kuckartz & Rädiker (2024b, S. 129-156) gewählt. Die Analyse orientiert sich am mehrstufigen Vorgehen dieser Form der qualitativen Inhaltsanalyse, die eine systematische, kategoriengeleitete Auswertung qualitativer Daten vorsieht (vgl. auch Kuckartz 2018; Kuckartz & Rädiker 2024a).

„Bei der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse wird mittels Kategorien und Subkategorien eine inhaltliche Strukturierung der Daten erzeugt. Dabei werden häufig Themen und Subthemen als Auswertungskategorien verwendet. [...] Für die Hauptkategorien gilt, dass sie häufig mehr oder weniger direkt aus den Forschungsfragen abgeleitet werden können und die damit verbundenen Themen bereits bei der Erhebung der Daten leitend waren.“ (Kuckartz & Rädiker, 2024b, S. 133)

Charakteristisch ist dabei die Kombination aus deduktiv aus Theorie und Forschungsstand entwickelten Hauptkategorien (u.a. auch aus den Leitlinien zur Selbstverpflichtung des nichtkommerziellen Rundfunks) sowie induktiv am Material ausdifferenzierten Subkategorien. Das Verfahren zielt auf eine thematische Strukturierung des Datenmaterials ab, die Transparenz, intersubjektive Nachvollziehbarkeit und systematische Vergleichbarkeit gewährleistet.

Die Auswertung folgt einer bewusst umgekehrten analytischen Sequenz. Anders als in klassischen Fallstudien, die zunächst einzelne Fälle rekonstruieren und erst im Anschluss vergleichend verdichten, setzt die vorliegende Analyse mit einer fallübergreifenden Perspektive an. Dieses Vorgehen entspricht der von Kuckartz und Rädiker (2024a, S. 132-156) beschriebenen Logik einer thematisch orientierten Kategorienbildung, bei der zunächst zentrale inhaltliche Dimensionen materialübergreifend identifiziert und der gesamte Korpus in einem ersten Codierdurchgang entlang dieser Hauptkategorien strukturiert wird. Ziel dieses ersten Analyseschrittes ist es, aus dem Material abstrahierte Wirkungsräume zu rekonstruieren, die das Leistungsvermögen des nichtkommerziellen Rundfunks sektorübergreifend beschreiben. Auf Grundlage einer systematischen Kodierung, die Rollenverständnisse, Programm- und Produktionspraktiken, organisationale Kontexte sowie adressierte Handlungsfelder in Beziehung setzt, werden wiederkehrende Muster identifiziert und zu übergeordneten Wirkungsdimensionen gebündelt. Der Analyseprozess folgt dabei der von Kuckartz und Rädiker (2024a und b) vorgeschlagenen sequenziellen Struktur: Nach einer initialen Textarbeit und der Entwicklung thematischer Hauptkategorien erfolgt eine erste Codierung des gesamten Materials, anschließend die Ausdifferenzierung von Subkategorien sowie ein zweiter, differenzierter Codierdurchgang. Durch diese iterative Kategorienentwicklung wird sichergestellt, dass theoretische Vorannahmen mit empirischen Befunden vermittelt werden und das Kategoriensystem schrittweise präzisiert wird.

Die so rekonstruierten Wirkungsräume verweisen auf gesellschaftliche, demokratische und kulturelle Effekte, die über eine rein medienökonomische Betrachtung hinausgehen. Sichtbar werden insbesondere Formen partizipativer Mediengestaltung, Prozesse des Kompetenzerwerbs und Empowerments, die Herausbildung eigenständiger Öffentlichkeiten sowie Beiträge zu sozialer Integration und demokratischer Teilhabe. Partizipative Medienproduktion erscheint dabei nicht nur als technischer Herstellungsprozess, sondern als demokratische Ausdruckspraxis, die zur Konstitution einer kritischen und handlungsfähigen Öffentlichkeit beiträgt.

Erst in einem zweiten Schritt werden diese abstrahierten Wirkungsräume durch fallspezifische Analysen empirisch angereichert. Im Sinne der kategorienbasierten Fallzusammenfassungen nach Kuckartz und Rädiker (2024a, S. 21-22) werden einzelne Fälle entlang der zuvor entwickelten Kategorien verdichtet und vergleichend kontrastiert. Im Zentrum steht dabei die Rekonstruktion von Best-Practice-Beispielen, verstanden als längerfristige Entwicklungsverläufe individueller oder kollektiver Medienpraktiken im nichtkommerziellen Rundfunk. Analysiert wird, unter welchen Bedingungen Akteur:innen dauerhaft aktiv bleiben, ihre Kompetenzen ausbauen, Rollen zwischen Produzent:in, Kommunikator:in und Publikum wechseln und eigenständige mediale Öffentlichkeiten etablieren können. Diese fallspezifische Perspektive erlaubt es, die zuvor identifizierten Wirkungsräume in konkreten biografischen und organisationalen Konstellationen zu verorten und ihre Genese nachvollziehbar zu machen. Ergänzende Fact Sheets verdichten exemplarische Praxisbeispiele und dienen der Illustration der unterschiedlichen Ausprägungen der Wirkungsräume im österreichischen Kontext. Sie fungieren zugleich als verdichtete Fallporträts, wie sie im Rahmen strukturierender Inhaltsanalysen zur anschaulichen Ergebnisdarstellung empfohlen werden (vgl. Kuckartz & Rädiker 2022, 2024a und b).

Ein zentrales Ziel der Untersuchung besteht darin, auf Grundlage dieser Analysen einen branchenadäquaten Reichweitenbegriff zu entwickeln. Das für den nichtkommerziellen Rundfunk charakteristische, volatile Rollenverständnis zwischen Produzent:in, Kommunikator:in und Publikum unterläuft eine trennscharfe Segmentierung in Sender und Empfänger. Reichweite kann daher nicht ausschließlich als quantitative Größe im Sinne einer ökonomisch verwertbaren Kontaktzahl bestimmt werden. Vielmehr verweist die empirische Analyse auf eine Form von Reichweite, die sich in Aktivierung, Handlungsmächtigkeit und demokratischer Teilhabe manifestiert. Der hier entwickelte Begriff einer „aktivierenden Reichweite“ bezeichnet jene Prozesse, in denen Individuen und Gruppen durch die Angebote des nichtkommerziellen Rundfunks in die Lage versetzt werden, sich einen medialen und demokratischen Möglichkeitsraum zu erschließen, der ihnen andernfalls nicht zugänglich wäre.

Aktivierende Reichweite ist demnach prozesshaft, relational und kompetenzorientiert. Sie lässt sich nicht allein über die Größe eines Publikums erfassen, sondern über Kriterien wie Dauer und Intensität der Beteiligung, die Erweiterung medialer und sozialer Kompetenzen, die Stabilisierung eigener Öffentlichkeiten sowie die institutionelle Unterstützung partizipativer Praktiken. Die Studie versteht diese Kriterien als empirisch begründete Ansatzpunkte zur Operationalisierung eines Reichweitenkonzepts, das der spezifischen Logik des nichtkommerziellen Rundfunks gerecht wird.

Insgesamt verbindet das Forschungsdesign eine kontrastierende Fallauswahl mit einer analytisch umgekehrten Auswertungsstrategie, die zunächst sektorale Wirkungsräume abstrahiert und diese anschließend fallspezifisch verdichtet. Auf diese Weise wird eine systematische Beschreibung des Leistungsvermögens des nichtkommerziellen Rundfunks ermöglicht, die zugleich die Grundlage für die Entwicklung eines differenzierten, demokratieorientierten Reichweitenbegriffs bildet.

5 Ergebnisse der Studie

Im Folgenden werden auf Basis der kodierten Transkriptstellen in der fallübergreifenden Analyse der Interviews mit den Sendungsmacher:innen sechs prägnante Wirkungsräume des Nichtkommerziellen Rundfunks aus Sicht der Programmmacher:innen herausgearbeitet. Die an die Beschreibung anschließenden Fact Sheets stellen Fallporträts dar, die verdeutlichen, wie die jeweilige Umsetzung dieses Wirkungsraums in einem konkreten Anwendungsfall aussehen kann.

5.1 Demokratischer Möglichkeitsraum: Selbstermächtigung, Sichtbarkeit und zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit

Die fallübergreifende Analyse der Interviewtranskripte zeigt, dass der Nichtkommerzielle Rundfunk von den Programmmacher:innen als genuin demokratischer Möglichkeitsraum erfahren wird. Dieser Raum ist durch Praktiken der Selbstermächtigung, der Herstellung von Sichtbarkeit sowie der Konstitution einer alternativen, zivilgesellschaftlich getragenen Öffentlichkeit charakterisiert. Zentral ist dabei die Erfahrung, sich medial artikulieren und gesellschaftlich positionieren zu können – jenseits hegemonialer Logiken kommerzieller Medien. Der Nichtkommerzielle Rundfunk erscheint hier als infrastrukturell und normativ abgesicherter Raum, in dem zivilgesellschaftliche Akteur:innen Öffentlichkeit herstellen, eigene Themen setzen und mediale Selbstrepräsentation erproben und ebenso wieder verwerfen können. In diesem sehr ursprünglichen Wirkungsraum wirkt das aktivistische Potenzial der Piratensenderzeit nach, wie ein langjähriger Programmmacher seine Intentionen beschreibt und betont, die frühe Auseinandersetzung mit medialer Öffentlichkeit sei eine bewusste Intervention in bestehende Öffentlichkeitsordnungen gewesen:

„Wir haben in den 80ern begonnen, im Zug auf die Frage, was ist öffentlicher Raum, haben wir den medialen Raum auch miteingeschlossen. Und uns hat damals interessiert: die TV-Kamera. Weil die die einzige Kamera war, die live aufnehmen und senden konnte. Uns hat dieser Sende-Aspekt gefesselt und wir haben begonnen, Lücken zu finden, zu senden.“
(Interview PM Dorf TV, Pos. 9)

Hier wird der mediale Raum explizit als politisch zu gestaltender öffentlicher Raum begriffen. Die Praxis des Sendens erscheint als Akt demokratischer Aneignung, als Schaffung von Gegenöffentlichkeit durch das bewusste Besetzen von Lücken. Zentral ist dabei die Idee eines offenen, nicht exklusiven Zugangs. So wird etwa explizit betont, dass sich Angebote nicht nur an eine bestimmte Sprach- oder Bevölkerungsgruppe richten, sondern stark divers angelegt sind mit dem einzigen Verbindungspunkt der Ermöglichung von Teilhabe. Eng damit verbunden ist die individuelle Dimension von Sichtbarkeit und Selbstpositionierung. So formuliert etwa eine Person im Interview: „Das hat mich total ambitioniert, dass ich sage, hey, da lade ich hoch, da habe ich nichts verloren. Und da mache ich mich sichtbar.“ (Interview PM, Dorf TV, Pos. 19) Sichtbarkeit wird hier nicht als Nebenprodukt, sondern als bewusst hergestellter Akt verstanden. Die Möglichkeit, eigene Inhalte ohne Gatekeeping-Strukturen zu publizieren, wird als emanzipatorisch erlebt. Dies gilt einerseits für einzelne Individuen, aber auch auf organisationaler Ebene, in Bereichen wo Ressourcen für die mediale Repräsentation nicht unbedingt bereitgestellt werden können.

Besonders darin zeigt sich, dass demokratische Teilhabe im nichtkommerziellen Rundfunk auch als kontinuierliche Unterstützungs- und Ermöglichungsstruktur gedacht wird. Die Arbeit mit freien Sendungsmacher:innen wird als Begleitung und Befähigung beschrieben:

„Beim Freien Radio, wir haben über 100 freie Sendungsmacher, die einfach viel Hilfe brauchen. Und wenn es manchmal Kleinigkeiten, manchmal größere Geschichten, das heißt, da bin ich jetzt auch immer da für die Leute und helfe ihnen.“ (Interview PM, Radio Agora, Pos. 13)

Demokratischer Möglichkeitsraum bedeutet somit nicht nur Zugang, sondern auch institutionalisierte Solidarität. Demokratie manifestiert sich in der alltäglichen Praxis der Unterstützung, Beratung und kollektiven Aushandlung ebenso wie im niederschweligen Austausch. Öffentlichkeit wird hier als inklusiver, diverser Raum konzipiert, der Differenz nicht verfestigen, sondern produktiv integrieren soll.

Der Nichtkommerzielle Rundfunk fungiert dabei für viele Sendungsmacher:innen zugleich als Gegenmodell zu etablierten, ökonomisch strukturierten Medienöffentlichkeiten – egal ob öffentlich-rechtlich oder privat. Die mangelnde Sichtbarkeit in klassischen, vor allem am Werbemarkt agierenden Medien, wird als strukturelles Problem benannt. Der NKR eröffnet demgegenüber einen Raum, in dem Themen unabhängig von Werbeinteressen oder Marktlogiken artikuliert werden können. Er wirkt damit nicht zuletzt als Korrektiv hegemonialer Öffentlichkeitsstrukturen, aus Sicht der Programmacher:innen stellt dies eine entscheidende Komplementärleistung des Nichtkommerziellen Rundfunks dar. Besonders deutlich wird dieser Aspekt in der Beschreibung konkreter Kooperationen mit zivilgesellschaftlichen Initiativen. Benannt wurde hier etwa exemplarisch eine Gesprächsreihe zur Stadtentwicklung in Linz:

„Die machen eine Gesprächsreihe, wem gehört die Stadt, da wird mit aufgezeichnet. [...] Die würden es nicht machen, in dem Ausmaß, wenn sie es nicht medial gleichzeitig zugänglich machen können. Weil dann würden sieben Hansel oder zehn Hanseln zuschauen, [...] und so haben sie aber die Möglichkeit, eine Öffentlichkeit für ihre Arbeit herzustellen, und eine Zugänglichkeit herzustellen, die sie sonst nicht organisieren könnten.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 111)

Ähnliche Bedeutung wird dieser niederschweligen Möglichkeit Öffentlichkeit herzustellen auch aus dem Kunst- und Kultursektor im untenstehenden Fact-Sheet berichtet (siehe Fact Sheet 1). Der demokratische Möglichkeitsraum geht somit über den medialen Raum hinaus und ermöglicht zivilgesellschaftlichen Initiativen und ihren Themen einen breiteren Handlungs- und Wirkungskreis zu erschließen. Der Sender ermöglicht hier Reichweite für jene, die diese über klassische Medienkanäle kaum erreichen können, oder auch sonst die notwendigen Ressourcen dafür nicht mobilisieren könnten und verleiht somit lokalen Diskursen eine breitere gesellschaftliche Relevanz. Öffentlichkeit wird nicht nur abgebildet, sondern aktiv ko-produziert.

Der demokratisch ebenso wichtige Begriff der Selbstermächtigung wird dabei auch als individueller Entwicklungsprozess beschrieben: Medienarbeit im Nichtkommerziellen Rundfunk fördere somit auch Persönlichkeitsentwicklung.

„Diese Wirksamkeit auf mich selbst zurückgeworfen zu werden, [...] nämlich ein Souverän in der Gesellschaft zu werden, ein mitgestaltendes, nicht nur initiierendes, sondern gestaltendes Wesen, hat mich sehr entwickelt als Person.“ (Interview PM, Dorf TV, Pos. 27)

Der Sender wird somit als Raum erfahren, in dem sich Subjekte als handlungsfähig und wirksam erleben und dies vor allem für jene Individuen und Gruppen ermöglicht werden kann, denen dies in der klassischen medialen Öffentlichkeit sonst kaum bis gar nicht gelingt.

„Sie [die Nichtkommerziellen Rundfunksender] leisten die Sichtbarmachung von unterrepräsentierten Gruppen, Personen, Initiativen, die es sich einfach nicht leisten könnten, dass sie mediale Aufmerksamkeit finden oder wo einfach durch die Medien nicht hingeschaut wird. Und da schauen wir hin.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 197)

Dieses Empowerment ist nicht nur rhetorischer Natur, sondern infrastrukturell unterlegt: Die Sender des NKR in Österreich verstehen sich als Ermöglicher, der Ressourcen bereitstellt und Menschen unterstützt, Inhalte nach ihren Möglichkeiten produzieren und verbreiten zu können. Besonders im audiovisuellen Bereich beinhaltet diese Ermöglicherrolle oft eine breite, auch technische Unterstützung, die von den drei Nichtkommerziellen TV-Anbietern in Österreich auf unterschiedliche Art und Weise etabliert wurde.

„Der Sender hat tendenziell das Verständnis des Ermöglichers oder Ermöglicherin möglichst, (.) Sachen zu unterstützen und jetzt weniger zu sagen, du musst jetzt alles selber machen, sondern du kannst natürlich alles selber machen, ja. Und hochladen kannst du jederzeit und das Studio in Anspruch nehmen. Aber wir unterstützen sehr viele Menschen, die auch aus Zeitproblematik heraus, weil das alles in einer gewissen Freiwilligkeit unterliegt.“ (Interview PM, Dorf TV, Pos. 99)

Insgesamt konstituiert der Nichtkommerzielle Rundfunk einen geschützten, aber öffentlich wirksamen Raum – einen „safe space“ im politischen Sinn –, in dem zivilgesellschaftliche Artikulation institutionell abgesichert wird. Er verbindet Offenheit, Diversität und institutionelle Anbindung zu einer demokratischen Infrastruktur der Sichtbarkeit. Zahlreiche Wortmeldungen zeigen, dass insbesondere diese institutionelle Anbindung für die Programmacher:innen wichtig ist und einen zentralen Grund darstellt, ihre Inhalte gerade im NKR zu verbreiten. Diesem ist es somit gelungen durch institutionelle Vernetzung eine entscheidende und niederschwellige Infrastruktur zur Verbreitung gesellschaftlich marginalisierter Inhalte zu schaffen. Darüber hinaus fungieren die Sender als Beschleuniger sozialer Prozesse. Initiativen würden bestimmte Veranstaltungsreihen oder Diskursformate in diesem Ausmaß nicht durchführen, wenn sie es nicht medial gleichzeitig zugänglich machen könnten. Öffentlichkeit wird somit als gemeinschaftlich erzeugte Ressource erfahrbar. Ein demokratischer Wirkungsraum stellt somit stets auch einen kollektiven Entwicklungsraum dar, der mehr als Kooperation umfasst; er stabilisiert lokale Ökosysteme kultureller und gesellschaftspolitischer Produktion. In einer Medienlandschaft, die zunehmend globalisiert agiert, entstehen hier dichte lokale Netzwerke. Der Nichtkommerzielle Rundfunk wirkt dadurch als sozialer Resonanzraum, in dem Beziehungen, Initiativen und kollektive Handlungsfähigkeit wachsen können.

Somit lässt sich der Nichtkommerzielle Rundfunk in dieser Dimension als Infrastruktur demokratischer Artikulation begreifen: Er bietet nicht nur technisches Equipment und zeitliche Sendeplätze an, sondern fungiert als sozialer Resonanzraum, in dem sich Menschen als handlungsfähige Subjekte erfahren. Der demokratische Möglichkeitsraum ist damit sowohl strukturell (Zugang, Plattform, Öffentlichkeit) als auch subjektiv (Selbstwirksamkeit, Sichtbarkeit, politische Sozialisation) verankert.

Fact Sheet: Das KULT-Magazin auf FS1

Kontextbedingungen und grundlegende Eckdaten

Das [KULT-Magazin auf FS1](#) ist ein monatlich ausgestrahltes Kulturmagazin im nichtkommerziellen Rundfunk in Salzburg. Auf der Website des Senders können knapp 100 Sendungen der letzten Jahre via Link angesehen werden. Inhaltlich widmet sich die Sendung kunst- und kulturpolitischen Themen und stellt Kulturveranstaltungen in Form von Vorschauen, Rückblicken, Features und thematischen Beiträgen in den Mittelpunkt. Es versteht sich als TV-Version des „KULT-Plans“ und ist eng mit dem Dachverband Kultur Salzburg sowie der Sendung KULTRadio in der Radiofabrik verbunden. Der Dachverband repräsentiert rund 90 Kulturinstitutionen und -initiativen in Stadt und Land Salzburg – von etablierten Einrichtungen wie dem Rockhouse oder Nexus bis hin zu freien Initiativen und experimentellen Projekten.

Die Sendungsverantwortliche agiert in einer Doppelrolle: als Medienbeauftragte des Dachverbands und als Redakteurin bzw. Produzentin des KULT-Magazins. Diese strukturelle Verschränkung ermöglicht eine direkte Anbindung an das breite Netzwerk der Salzburger Kulturszene. Die Sendung wird seit mehreren Jahren kontinuierlich produziert; im redaktionellen Selbstverständnis besteht der Anspruch, die gesamte Vielfalt der Salzburger Kulturarbeit nicht nur abzubilden, sondern erlebbar zu machen.

Zentral ist dabei der partizipative Charakter des Formats. Bereits auf der Website von FS1 wird explizit zur Mitarbeit eingeladen; interessierte Kulturakteur:innen können direkt mit der Redaktion Kontakt aufnehmen. Das Magazin ist damit nicht bloß ein journalistisches Berichtsformat, sondern eine offene Produktionsplattform innerhalb des nichtkommerziellen Rundfunks.

Öffentlichkeit und Reichweite für die Kulturorganisationen

Das KULT-Magazin fungiert als mediale Schnittstelle zwischen den im Dachverband organisierten Kulturinstitutionen und der regionalen Öffentlichkeit. Die rund 90 Mitgliedsorganisationen erhalten über die Sendung regelmäßig die Möglichkeit, ihre Projekte, Anliegen und Positionen im Fernsehen zu präsentieren. Dabei geht es nicht allein um Ankündigungen oder Berichterstattung, sondern um eine aktive Erschließung von Öffentlichkeit.

Sichtbarkeit wird hier nicht als passiver Abbildungsprozess verstanden, sondern als partizipativ organisierter Gestaltungsraum. Die Kulturakteur:innen treten nicht nur als Interviewgäste auf, sondern erhalten die Möglichkeit, Formate mitzugestalten, Themen einzubringen oder neue Präsentationsformen auszuprobieren. Die Sendungsverantwortliche achtet darauf, auch weniger sichtbare Initiativen einzubeziehen und so strukturelle Ungleichheiten innerhalb des Kulturbetriebs auszugleichen. Das Attribut „klein“ wird explizit nicht mit geringer Wirkung gleichgesetzt – vielmehr soll gerade jenen Initiativen Raum gegeben werden, die im kommerziellen Medienumfeld kaum vorkommen.

Das KULT-Magazin wirkt damit gegen eine wahrgenommene „Ent-Regionalisierung“ im digitalen Medienumfeld. Während globale Plattformen eine enorme Fülle an Inhalten bereitstellen, entsteht laut den Interviewaussagen ein Gefühl des „Versinkens im Medienschwung“. Dem setzt

FS1 einen klar regional verankerten Resonanzraum entgegen. Hier können kulturelle Themen mit direktem Bezug zur eigenen Lebenswelt sichtbar und diskutierbar gemacht werden.

Zur Reichweitenstrategie gehört auch eine kluge Nutzung kommerzieller Plattformen wie YouTube, Instagram oder Facebook. Diese dienen als Wegweiser und Distributionskanäle, um Menschen dort abzuholen, wo sie sich medial bewegen. Die eigentliche Produktion und redaktionelle Hoheit verbleibt jedoch im nichtkommerziellen Rahmen von FS1. Kommerzielle Plattformen fungieren somit als Vehikel zur Auffindbarkeit, nicht als inhaltlich bestimmende Instanzen. Bei der Themenauswahl steht im Vordergrund, wen es gelingt, in das Programm hereinzuholen und wer durch die Beteiligung am Sender ermächtigt wird.

Das KULT-Magazin trägt damit zur Stabilisierung eigener kultureller Öffentlichkeiten bei und wirkt als Multiplikator innerhalb der Salzburger Kulturszene.

Unterstützungsleistung für Programm und Produktion durch FS1

Der Dachverband der Salzburger Kulturstätten stellt bei FS1 einen Kooperationspartner dar, somit muss nicht jede Kulturorganisation oder Künstler:in individuelles Mitglied im Verein der Sendungsmacher:innen sein. Alle unter der Dachorganisation vernetzten Organisationen profitieren von den bereits abseits des medialen Raums vorhandenen Vernetzungsstrukturen. FS1 ermöglicht Kooperationspartnern, redaktionelle und technische Unterstützungsleistungen des Senders nach ihren Bedürfnissen zu nutzen, um so ihre inhaltlichen Ziele optimal verfolgen zu können. Im Fallbeispiel des Kultmagazins stellt der Dachverband eine Sendungsverantwortliche, die die inhaltlichen und redaktionellen Themenschwerpunkte setzt und ausarbeitet und in technischen bzw. produktionsbezogenen Belangen von FS1-internem Personal (z.B. Praktikant:innen) unterstützt wird.

Die Senderverantwortlichen von FS1 betonen explizit, dass es ihnen nicht um klassische Broadcasting-Logiken geht, sondern um Aktivierung. Die Community-Medien verstehen sich als Projekte, die Menschen befähigen, selbst Inhalte zu produzieren. Dass dabei ein beachtlicher Output entsteht – quantitativ teilweise höher als bei öffentlich-rechtlichen Regionalanbietern – wird als Ergebnis dieser kooperativen Produktionsweise interpretiert: Nicht wenige professionelle Produzent:innen, sondern eine große Szene trägt zur Content-Produktion bei. Die Unterstützungsleistung von FS1 schafft somit einen institutionell abgesicherten Möglichkeitsraum, in dem Kulturakteur:innen mediale Praxis erproben, verstetigen und professionalisieren können.

Das KULT-Magazin auf FS1 lässt sich exemplarisch als Realisierung „aktivierender Reichweite“ verstehen. Reichweite wird hier nicht über Einschaltquoten definiert, sondern über Prozesse der Ermächtigung, Beteiligung und Kompetenzentwicklung. Individuen und Gruppen aus dem Kunstbereich, ohnehin bereits vernetzt durch den Dachverband, erhalten durch das Format Zugang zu einem medialen und demokratischen Möglichkeitsraum, der ihnen im kommerziellen Rundfunk weitgehend verschlossen bliebe.

Die Beteiligung ist prozesshaft und relational: Kulturinstitutionen treten nicht nur als Rezipient:innen oder Interviewpartner:innen auf, sondern als Mitgestalter:innen von Öffentlichkeit. Über Jahre hinweg entsteht so eine stabile Infrastruktur, die kontinuierliche Beteiligung ermöglicht und mediale Kompetenzen erweitert.

Aktivierende Reichweite für kleine Kulturinstitutionen

Die aktivierende Reichweite zeigt sich konkret in der Dauerhaftigkeit der Beteiligung zahlreicher Kulturinstitutionen, der Intensität der Mitgestaltungsmöglichkeiten, der Erweiterung medialer und sozialer Kompetenzen, der Stabilisierung eigenständiger kultureller Öffentlichkeiten, sowie der Profitierung aller Initiativen durch den mit institutioneller Unterstützung von FS1 geschaffenen gemeinsamen Diskursrahmens. Das KULT-Magazin fungiert somit nicht als Nischenprodukt, sondern als aktivierender Knotenpunkt im regionalen Kulturfeld. Es integriert Akteur:innen in öffentliche Diskurse, die ohne diese Struktur kaum mediale Präsenz hätten. In dieser Verbindung von struktureller Offenheit, regionaler Verankerung und partizipativer Medienpraxis materialisiert sich das Konzept aktivierender Reichweite in besonderer Deutlichkeit.

5.2 Praxislabor Medien: Niederschwelliger Zugang und Professionalisierung jenseits kommerzieller Logiken

Ein zweiter zentraler Wirkungsraum kann als Praxislabor Medien beschrieben werden. Der Nichtkommerzielle Rundfunk wird als Lern- und Erprobungsraum gesehen, in dem niederschwelliger Zugang mit realer Professionalisierung verbunden ist – jedoch ohne die Selektions- und Verwertungslogiken kommerzieller Medienorganisationen. Der Nichtkommerzielle Rundfunk ermöglicht praktische Medienerfahrung, die zugleich individuumszentriert und qualifizierend ist. Charakteristisch ist der offene Zugang, der sich oft auch durch persönliche Kontakte als Ausgangspunkt des eigenen Schaffens manifestiert:

„Ich hab dann, glaube ich bei einer Party eine Mitarbeiterin von DorfTV kennengelernt, die mir das erklärt hat und gesagt, hey, jeder kann eine Sendung machen, auch du kannst eine Sendung machen. Und ich hab dann gleich einmal das Video von meiner Diplomarbeit hochgeladen und hab angefangen, dass ich den Sender nutze. Und hab mir dann gedacht, ja, das macht mir schon Spaß, auch so ein eigenes Format machen.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 17)

Diese Aussage markiert einen sehr grundlegenden Unterschied zum professionalisierten, stark vorselektierten Zugang zur Produktionsarbeit in klassischen, gewinnorientierten Medienorganisationen und zeigt, dass der Beginn der Produzierenden im nichtkommerziellen Rundfunk oft stark in einer persönlichen, inhaltlichen Motivation und im eigenen Lebensumfeld verankert ist und erst nachrangig professionelle Ansprüche mit sich bringt. Gerade persönliche Kontakte und Erfahrungen auf institutioneller Ebene außerhalb des Medienbereichs sind hierbei zentral:

„Der René, der war da und hat die Lehrredaktion gemacht, der ist über die Uni zum Freirad gekommen, weil die Uni ja Kooperation da gehabt hat, und hat mir das dann erzählt, und dann hab ich so gesagt: ‚Ma, Radio, das hört sich volle cool an, und ich höre eigentlich gerne Radio und mal selber Radio machen, das wär schon total toll.‘ und dann hat er gesagt, ja, du musst ja nur einmal den Kurs machen, und dann kannst du selber mal eine Radiosendung machen, und so bin ich ins Freirad eigentlich.“ (Interview PM Radio Freirad, Pos. 22)

Der Sender fungiert schließlich als Lernort, an dem technisches, redaktionelles und performatives Wissen erworben wird, um der eigenen Idee Ausdruck zu verleihen und so medienbezogene Praxis zu erlangen. Mehrere Interviewpassagen betonen gerade diese Möglichkeit, Kompetenzen praxisnah und im Austausch mit anderen zu erwerben als bedeutsame Leistung des nichtkommerziellen Rundfunks:

„Ich habe erstmals die Möglichkeit gehabt, mich weiterbilden zu dürfen und ich habe auch sehr viel selbst mir angeeignet. (.) Also ich habe schon unsere hauseigenen Weiterbildungsangebote genutzt. Ich habe auch viel mit unserer Ausbildungschefin, mit der Vianney zusammengearbeitet, die mir auch alles beigebracht hat, was ich wissen muss. Zum Beispiel die technischen Geschichten, Audioschnitt, Montage und so weiter. Und habe dann selber, aber sehr viel auch in der Freizeit geübt und daran gearbeitet und mich wirklich reingehängt.“ (Interview PM, Radio Agora, Pos. 17)

Kompetenzerwerb erscheint hier als selbstgesteuerter, durch institutionelle Angebote flankierter Prozess. Lernen erfolgt sowohl formal (Workshops, Kurse) als auch informell durch den Austausch untereinander bzw. mit institutionell Verantwortlichen. Die Grenze zwischen Amateur:innen und Professionalität wird dabei bewusst durchlässig gehalten. Gleichzeitig wird eine institutionelle Vernetzungsfunktion hervorgehoben. Die Verschränkung von Praxis, Ausbildung und Organisationsentwicklung verdeutlicht, dass Professionalisierung im Nichtkommerziellen Rundfunk nicht hierarchisch exklusiv organisiert ist, sondern in kollektiven Lernprozessen stattfindet.

Zugleich wird Nichtkommerzialität als Bedingung dieser Praxis verstanden. Der Sender bietet eine werbefreie Plattform, bestenfalls mit Archivfunktion, bei der Produzent:innen selbst entscheiden können was sie ausprobieren und sich somit auch in ihrem individuellen Tempo weiterentwickeln können. Besonders im Fernsehbereich erstreckt sich dies auch zum Teil auf einzelne Aspekte des Produktionsprozesses, die an Senderverantwortliche ausgelagert werden können bzw. wo eine breitere Unterstützung durch den Sender erfolgt, um den größeren produktionstechnischen Anforderungen und Hürden im audiovisuellen Bereich zu entgegenen:

„Das Technische macht FS1. Da kann ich mich darauf verlassen, dass sie das perfekt macht. [...] Das ist eine Vereinbarung zwischen Dachverband und FS1. Ich habe eine Assistentin für die Kultmagazin-Sendungen.“ (Interview PM, FS1, Pos. 39-41)

„Da gibt es einen, der uns im Studio betreut, [...] es muss immer eigentlich jemand vom Sender dabei sein, der das Ganze mitbetreut. Und die machen das dann mit, die Lichtsetzung und Ton zum Beispiel, obwohl wir ein Kernteam haben von fünf, sechs Leuten, die immer wieder zum Studiodreh kommen, die auch provozieren und so weiter, und die auch einmal unterstützen, mit Gewand oder mit Schminken und solche Sachen [...] Also Studiokamera regeln, das mache ich selber. Ton habe ich nie gelernt, das ist das Einzige. Ich glaube, ich würde es hinkriegen, aber ich mach das nie, ich habe immer gesagt, macht ihr das. Und die Lichtsetzung macht einer vom Team, sozusagen gemeinsam mit einem vom Sender.“ (Interview PM Okto TV, Pos. 20).

Der Produktionsprozess an sich ist somit – vor allem im audiovisuellen Bereich – ein kooperativer, die Rolle zwischen Kompetenzvermittelnden und Lernenden schwimmt ebenso wie jene zwischen Amateur:innen und Profis dabei in der produktionspraktischen Handlung. Diese Autonomie und die fehlenden Zwänge durch kommerzielle Produktions- und Verbreitungslogiken stärkt nach Ansicht der Programmschaffenden die Experimentierbereitschaft. Fehler und Imperfektion werden nicht sanktioniert, sondern als Teil kreativer Prozesse akzeptiert, sie sind unerlässlich für die eigene Weiterentwicklung und schaffen Raum für Wege abseits klassischer Formatlogiken. So betont eine Interviewpartnerin, dass auch auf inhaltlicher Ebene die intensive Recherche- und Vorbereitungsarbeit als Teil professioneller Praxis verstanden wird und das eigentlich klassische Genre der Musiksending so um zusätzliche Aspekte erweitert wird:

„Speziell bei unserem Format da lernt man auch sehr viel, weil wir haben jeden Song durchrecherchiert. Es gibt viele Infos damit man sich was vorstellen kann wie die Bands früher gearbeitet haben. Wie das war mit den Auftritten und mit der damaligen Technik und mit dem Management [...]. Also die Musikgeschichte ist, glaube ich, das, was man in unserer Sendung sehr, sehr viel und sehr detailliert, vor allem vom Herrn Kollegen, lernen und erfahren kann. Und das sind wir eigentlich immer recht gut vorbereitet.“ (Interview PM, Radio Agora, Pos. 27)

Professionelles Arbeiten wird nicht über Marktlogiken, sondern über inhaltliche Sorgfalt und intrinsische Motivation definiert. Das nichtkommerzielle Praxislabor Medien ist somit ein Raum, in dem mediale Kompetenzen durch die Programmschaffenden erworben, erprobt und reflektiert werden können. Wo im Ausprobieren aber auch bekannte Strukturen aufgebrochen und Neues ausprobiert wird, das ebenso gut wieder verworfen werden kann. Es verbindet Offenheit mit Qualitätsanspruch und ermöglicht medienbezogene Professionalisierung für das Individuum ohne ökonomischen Verwertungsdruck. Dennoch erfolgt oft eine Professionalisierung abseits klassischer Ausbildungspfade im Medienbereich. Dies hat teilweise auch zur Folge, dass Programmacher:innen sich so neue Möglichkeiten im Feld medialer Produktion erschließen und diese schlussendlich doch im beruflichen Sinne verfolgen können, wie ein Interviewpartner exemplarisch betont:

„ (...) am Anfang war es so, dass wir sehr viele junge, engagierte Kolleginnen hatten, auch Journalisten aus Spanien zum Beispiel oder aus Mexiko, die eigentlich dort im Fernsehen gearbeitet haben und damit Geld verdient haben und in Österreich sie nicht anerkannt waren. Und ich habe gesagt, Latino TV ist eine Plattform genau für diese Personen, damit sie eben sagen können: ‚Ich arbeite eben bei einer Sendung, die für einen österreichischen Sender, nämlich OKTO gemacht wird.‘ Wo sie auch ein bisschen Praxis haben können. Und tatsächlich war es so, dass die eine dann für Televisa, das ist einer der größten in Mexiko, gearbeitet hat, dann zwei Mädels waren dann bei der Deutschen Welle [...] und ein Kameramann, der war dann bei RTL Kameramann.“ (Interview PM, OKTO TV, Pos. 10)

Somit wird Medienproduktion als kollektiver, ressourcenschonender und individuell anpassbarer Prozess erfahrbar. Der Nichtkommerzielle Rundfunk wirkt somit als geschütztes Praxisfeld, das Medienkompetenz durch tatsächliche Produktion vermittelt. Er ermöglicht biografische Entwicklung, berufliche Neuorientierung und Selbstwirksamkeitserfahrungen. Nichtkommerzialisierung ist dabei kein Defizit, sondern Voraussetzung für Offenheit, Lernorientierung und partizipative Produktionsweisen.

Fact Sheet: Die Ausbildungsredaktion von FS1 als Praxislabor

Kontextbedingungen des Praktikant:innen-Systems bei FS1

Die [Academy von FS1](#) bildet seit ihrer Gründung im Jahr 2012 einen zentralen Ausbildungscluster für Medienkompetenz im nichtkommerziellen Rundfunk in Salzburg. Generell nehmen pro Jahr rund 600 bis 700 Personen an unterschiedlichen Bildungsformaten teil; insgesamt wurden seit Bestehen über 8.000 Teilnehmer:innen erreicht. Neben modular aufgebauten Workshops bietet FS1 aber auch ein [studienbegleitendes Praktikum](#) mit einem Zeitaufwand von etwa 10 bis 15 Wochenstunden bei freier Zeiteinteilung an. Mehr als 100 Praktikant:innen haben ein Produktionspraktikum bereits absolviert. Die Programme für ein solches Praktikum starten zweimal jährlich (März und Oktober) und sind in ein strukturiertes Bewerbungsverfahren eingebettet.

Das Praktikum ist curricular organisiert und durch einen „Ausbildungspass“ dokumentiert, der Lernfortschritte und Ausbildungsinhalte festhält. Nach einer zwei- bis dreiwöchigen Workshopphase folgt eine intensive Praxisphase, in der alle Schritte der TV-Produktion – von Recherche über Interviewführung, Kameraführung und Live-Schnitt bis hin zu Postproduktion – vermittelt werden. Die Ausbildung erfolgt in enger Kooperation mit rund 40 Salzburger Kultureinrichtungen sowie zivilgesellschaftlichen Organisationen.

Im aktuellen Durchgang (von den Senderverantwortlichen im Interview als „Umlaufbahn“ bezeichnet) sind rund 30 Praktikant:innen aktiv; insgesamt umfasst das Produktionsteam inklusive Praktikant:innen somit über 40 Personen. Das Praktikum ist unbezahlt, wird jedoch als hochgradig praxisrelevant beschrieben und fungiert für viele als Einstieg oder Orientierung für eine spätere Tätigkeit im Medienbereich.

Ausgestaltung des Wirkungsraums Praxislabor Medien im konkreten Beispielfall

Der Wirkungsraum Praxislabor Medien beschreibt den nichtkommerziellen Rundfunk als offenen Lern- und Erprobungsraum mit niederschwelligem Zugang. Genau diese Charakteristika werden in der Lehrredaktion von FS1 besonders deutlich. Erstens entfällt eine strenge ökonomische Vorauswahl. Während kommerzielle Medienunternehmen redaktionelle Verantwortung, technische Zugänge und Bildschirmpräsenz über lange Hierarchieewege regulieren (müssen), ermöglicht FS1

bereits nach kurzer Zeit unmittelbare praktische Erfahrung: Praktikant:innen arbeiten an der Kamera, sitzen im Live-Schnitt oder moderieren Sendungen – Tätigkeiten, für die in kommerziellen Strukturen oft Jahre erforderlich sind. Die Grenze zwischen Amateur:innentum und Professionalität bleibt bewusst durchlässig und wird im Produktionsprozess kollektiv verhandelt.

Zweitens fungiert FS1 als institutionell abgesicherter Lernort. Kompetenzentwicklung erfolgt formal durch Workshops und curricular strukturierte Ausbildungselemente, zugleich aber informell durch „Hands-on“-Erfahrung, Feedbackprozesse und kollektive Produktion. Eine ausgeprägte Feedbackkultur begleitet die Entwicklung der Teilnehmenden kontinuierlich. Fehler werden nicht sanktioniert, sondern als Teil kreativer Lernprozesse verstanden – ein zentrales Merkmal nicht-kommerzieller Medienpraxis, die oben bereits beschrieben wurde.

Drittens wird Experimentierfreude strukturell gefördert. Praktikant:innen entwickeln gemeinsam mit der Redaktion Formate zu gesellschaftspolitischen, nachhaltigkeitsorientierten, musikalischen oder queer-feministischen Themen. Die Möglichkeit, tabuisiertes oder marginalisiertes Themenspektrum zu bearbeiten, zeigt die programmatische Offenheit des Praxislabors. Professionelles Arbeiten definiert sich hier nicht primär über Marktanforderungen oder Einschaltquoten, sondern über inhaltliche Sorgfalt, gesellschaftliche Relevanz und intrinsische Motivation.

Schließlich zeigt sich der kooperative Charakter des Wirkungsraums: Die Lehrredaktion ist kein isoliertes Ausbildungsmodul, sondern integraler Bestandteil der Programmarbeit. Praktikant:innen tragen substantiell zum Output des Senders bei. Der hohe Produktionsumfang von FS1 wird explizit auf die breite Szene an Mitwirkenden zurückgeführt – eine Produktionslogik, die ohne die nichtkommerzielle Struktur nicht denkbar wäre. Insgesamt fungiert die Lehrredaktion als geschütztes Praxisfeld, in dem technische, redaktionelle und performative Kompetenzen praxisnah erworben und biografisch wirksam werden können.

Zielgruppen und erreichte Akteur:innen dieser Strukturen bei FS1

Das Praktikant:innen-System richtet sich insbesondere an Studierende – etwa der Universitäten oder Fachhochschule in Salzburg –, aber auch an kulturinteressierte junge Erwachsene, zivilgesellschaftlich Engagierte sowie Personen ohne klassische mediale Ausbildung. Die Zugangshürden sind vergleichsweise niedrig; entscheidend sind Motivation und Interesse, nicht formale Vorkenntnisse oder ökonomische Verwertbarkeit.

Erreicht werden damit Zielgruppen, die im kommerziellen Mediensektor häufig keinen unmittelbaren Zugang zu professioneller Produktionspraxis erhalten würden. Besonders hervorzuheben ist die Möglichkeit, innerhalb weniger Wochen unterschiedliche mediale Rollen kennenzulernen – von redaktioneller Arbeit bis hin zur Moderation vor der Kamera. Dies eröffnet berufliche Perspektiven jenseits klassischer Ausbildungswege oder langjähriger Volontariate, für die in Österreich auch eine geeignete rechtliche Struktur fehlt.

Die Lehrredaktion schafft somit alternative Qualifizierungsräume: Medienkompetenz wird nicht ausschließlich über institutionalisierte Hochschulstudiengänge oder kommerzielle Trainee-Programme erworben, sondern über partizipative, projektbasierte Praxis. Für viele Teilnehmende fungiert das Praktikum als Sprungbrett in die Medienbranche oder als nachhaltige Erweiterung ihres Kompetenzprofils im Kultur- und Kommunikationsbereich. Darüber hinaus stabilisiert das Modell eine kontinuierliche Szene von Mitwirkenden, da viele Absolvent:innen dem Sender auch nach Abschluss des Praktikums verbunden bleiben. Beteiligung ist damit nicht punktuell, sondern potenziell langfristig angelegt.

Fazit: Aktivierende Reichweite im Praxislabor Medien

Die Lehrredaktion von FS1 veranschaulicht in paradigmatischer Weise, was unter „aktivierender Reichweite“ verstanden werden kann. Reichweite bemisst sich hier nicht in Zuschauerzahlen, sondern in der Anzahl und Intensität jener Personen, die in mediale Produktionsprozesse eingebunden werden und dadurch Handlungsmächtigkeit gewinnen.

Individuen erhalten Zugang zu einem medialen und demokratischen Möglichkeitsraum, der ihnen ohne die nichtkommerzielle Struktur von FS1 kaum offen stünde. Die Beteiligung ist prozesshaft – sie beginnt mit Workshops, intensiviert sich in praktischer Mitarbeit und kann in langfristige Kooperationen münden. Sie ist relational, da sie in kollektiven Produktionsprozessen entsteht. Und sie ist kompetenzorientiert, weil sie technische, redaktionelle, performative und soziale Fähigkeiten systematisch erweitert. Aktivierende Reichweite manifestiert sich hier konkret in:

- der Dauer und Intensität der Beteiligung von Praktikant:innen,
- der Erweiterung medialer und sozialer Kompetenzen,
- der Durchlässigkeit zwischen Ausbildung und Programmarbeit,
- der Stabilisierung eines kooperativen Produktionsnetzwerks und
- der Ermöglichung beruflicher Perspektiven jenseits klassischer Ausbildungspfade.

Das Praxislabor Medien bei FS1 wirkt damit als strukturell abgesicherter Erprobungsraum, der nicht nur Inhalte produziert, sondern Menschen befähigt, selbst Teil medialer Öffentlichkeit zu werden. In dieser Verbindung von Kompetenzentwicklung, institutioneller Unterstützung und offener Produktionskultur materialisiert sich aktivierende Reichweite als zentrales Strukturprinzip des nichtkommerziellen Rundfunks.

5.3 Bildungs- und Diskursraum: Medienkompetenz, Entschleunigung und Vermittlung kultureller Praktiken

Der dritte Wirkungsraum des Nichtkommerziellen Rundfunks lässt sich als Bildungs- und Diskursraum fassen und beschreibt eine zentrale Dimension seiner gesellschaftlichen Funktion. Eng mit dem zweiten Wirkungsraum verbunden und daran anschließend erweist sich der Bildungs- und Diskursraum als ein Ort, der formelle und informelle Lernprozesse verbindet. Hier steht erneut die Vermittlungsfunktion des NKR im Vordergrund – sowohl im Sinne klassischer Medienkompetenz als auch im Sinne kultureller und politischer Bildung. Bildung wird hier nicht zwangsläufig als curricular strukturierte Maßnahme verstanden, sondern als kontinuierliche, dialogische Praxis. Die Sender werden so zu einem Ort vertiefter Auseinandersetzung, der Wissen nicht nur transportiert, sondern kontextualisiert. Bildung wird als Beziehungsarbeit konzipiert – als dauerhafte Begleitung und Ermöglichung.

In diesem Verständnis von Bildung geht Medienkompetenzvermittlung über die reine Aneignung technischer Fertigkeiten hinaus. Zwar erhalten Interessierte mit unterschiedlichen Vorerfahrungen Zugang zu Studios, Technik und Produktionswissen, doch wird Medienkompetenz nicht abstrakt vermittelt, sondern in konkreten Produktionszusammenhängen praktisch erprobt und kann dabei auch stets kritisch hinterfragt und verworfen werden. Der Nichtkommerzielle Rundfunk fungiert somit als Lernumgebung, in der technisches Handwerk, ästhetische Gestaltung und inhaltliche Reflexion ineinandergreifen. Die Auseinandersetzung mit medialen Darstellungsformen erfolgt dabei stets im Kontext gesellschaftlicher Machtverhältnisse. Medienkompetenz umfasst folglich auch eine kulturelle und politische Dimension, indem sie zur kritischen Analyse von Repräsentationen befähigt und das Bewusstsein für hegemoniale Erzählweisen schärft.

Ein zentrales Motiv dieses Wirkungsraums ist die Kategorie Zeit. Im Gegensatz zu stark verdichteten Nachrichtenformaten marktwirtschaftlich orientierter Medien bietet der Nichtkommerzielle Rundfunk Raum für längere, differenzierte Darstellungen, ohne an klassische Formate oder Sendelogiken gebunden zu sein, wie in den Interviews anschaulich dargelegt wurde:

„Wir waren da mit einem kleinen Team und haben sieben Stunden live gesendet und zusätzlich noch Aufzeichnungen von Veranstaltungen, von Rahmenprogrammen gemacht. Also wir machen eher, wir sind eher die, die mit wenig ganz viel machen.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 95)

Zeitliche Flexibilität wird hier als demokratische Qualität sichtbar: Sie ermöglicht es, Themen in ihrer Komplexität zu erfassen, Perspektiven auszudifferenzieren und alternative Sichtweisen ausführlich zu Wort kommen zu lassen. Diese zeitliche Offenheit schafft zugleich einen Raum für experimentelle und alternative Darstellungsformen. Der Nichtkommerzielle Rundfunk ermöglicht auf inhaltlicher Ebene alternative Formen der Darstellung, etwa satirische oder performative Formate, die komplexe Inhalte zugänglicher machen. Exemplarisch zeigt sich dies in einer Senderreihe des Fernsehsenders FS1:

„[...] ich habe zu Corona, mit einem Arbeitsstipendium den Hermann Kolinski entwickelt, [...] der wollte der Bürgermeister von Salzburg werden. Und hat damit eben [...] gewonnen, für die Frauen in der Welt Gutes zu leisten. [...] Also das war ein Versuch. Das waren zwei, drei Sendungen, aber das ist irgendwie drinnen. Und da komme ich gleich zu den Möglichkeiten, die beide Medien bringen, nämlich, die Möglichkeit, einfach was auszuprobieren, was zu entwickeln, was man dann irgendwann auch wieder aufgreifen kann.“ (Interview PM, FS1, Pos. 25)

Die Verbindung von Diskurs, Kunst und Unterhaltung erweitert klassische Bildungsbegriffe und integriert emotionale sowie ästhetische Dimensionen in die Wissensproduktion. In der Praxis eröffnet dies die Möglichkeit, dominante Deutungsmuster nicht nur analytisch zu hinterfragen, sondern auch performativ zu unterlaufen. Der Bildungs- und Diskursraum des Nichtkommerziellen Rundfunks wird so zu einem Ort, an dem kritische Öffentlichkeit hergestellt und hegemoniale Erzählweisen zur Debatte gestellt und potenziell aufgebrochen werden können.

Neben individuellen Lern- und Empowerment-Prozessen wird der NKR von den Programmacher:innen dabei auch als ein kollektiver Entwicklungsraum beschrieben. Der Sender agiert nicht nur als Plattform, sondern als sozialer Knotenpunkt, an dem Netzwerke entstehen und kooperative Produktionsformen etabliert werden. Kooperationen mit Universitäten, Theatern, zivilgesellschaftlichen Initiativen oder Festivals sind wiederkehrend präsent. Diese institutionelle Kultur ist durch Ko-Produktion, Netzwerkbildung und soziale Dynamiken geprägt.

Dabei werden die Sender nicht als redaktionelle Kontrollinstanzen beschrieben, sondern als unterstützende Struktur. Diese Haltung verschiebt die Produktionslogik von hierarchischer Redaktion hin zu koproduktiver Zusammenarbeit. Zugleich wird die Bedeutung des Austauschs und des voneinander Lernens hervorgehoben:

„Ich habe dann auch von anderen RadiomacherInnen dazugelernt, also weil ich auch natürlich über die Community dann Leute schrittweise kennengelernt habe, also Menschen, die vor mir Sendungen oder nach mir Sendungen gehabt haben, mit denen ratscht man jetzt, es gibt auch immer wieder Community-Events und dann spricht man mit Leuten, zum Beispiel ein Event, wo ich gerne dabei bin und auch mitgemacht habe, war das Radio im Park. Das ist ein Event beim Walter Park da in Innsbruck und da werden Radiomacher:innen eingeladen, eine kurze Zeit zu senden und dann ist man dort und da gibt es etwas zum Essen, etwas zum Trinken und es wird live gesendet. Ja, das finde ich ganz cool.“ (Interview Radio Freirad, Pos. 42)

Die kollektive Dimension medialen Handelns verweist somit auf eine soziale Dynamik, in der individuelle Entwicklung untrennbar mit gemeinschaftlicher Praxis verbunden ist. Das Hinterfragen eigener Darstellungsweisen und Produktionsroutinen erfolgt nicht isoliert, sondern eingebettet in kooperative Prozesse, in denen Kritik, Feedback und Weiterentwicklung kollektiv ausgehandelt werden. Der Nichtkommerzielle Rundfunk ist in diesem Sinne nicht nur Produktionsort, sondern sozialer Organismus – ein Raum gemeinsamer Entwicklung, in dem demokratische, professionelle und ästhetische Prozesse ineinandergreifen.

Im Unterschied und oft gerade in Abgrenzung zu marktwirtschaftlich agierenden Medien wird auch die Produktionslogik anders gestaltet. Während große Sender mit umfangreichen Teams kurze, stark verdichtete Beiträge produzieren, arbeiten NKR-Akteur:innen häufig mit kleinen Teams und erzeugen dennoch umfangreiche Inhalte:

„Der ORF ist gekommen mit einem riesigen Team, drei Tage lang, und rausgekommen ist ein Fünf-Minuten-Beitrag. Wir waren da mit einem kleinen Team und haben sieben Stunden live gesendet und zusätzlich noch Aufzeichnungen von Veranstaltungen, von Rahmenprogrammen gemacht.“ (Interview PM, Dorf TV, Pos. 95)

Diese Praxis verweist nicht nur auf alternative Ressourcenstrukturen, sondern auch auf ein anderes Verständnis von Öffentlichkeit, Qualität und Relevanz.

Zusammenfassend lässt sich der dritte Wirkungsraum des Nichtkommerziellen Rundfunks als Bildungs- und Diskursraum beschreiben, in dem Medienkompetenz als kritische, kulturelle und politische Praxis verstanden wird. Entschleunigung, dialogische Wissensproduktion und kooperative Strukturen bilden die Grundlage für eine reflektierte Auseinandersetzung mit medialen Darstellungsformen. In dieser Praxis können hegemoniale Narrative hinterfragt und alternative Erzählweisen erprobt werden – eingebettet in einen kollektiven Prozess, der Bildung als gemeinsame, relationale und demokratische Praxis begreift.

Fact Sheet: Ein Radiomacher und Lehrer bei Radio Freirad als Multiplikator im Bildungs- und Diskursraum

Kontextbedingungen: Biografische Einbettung und mediale Praxis

Bei Radio Freirad ist ein Lehrer aktiv, der parallel zu seinen pädagogischen Aufgaben als Programmacher aktiv ist. Sein Zugang zum nichtkommerziellen Rundfunk (NKR) erfolgte über die regulären, niederschweligen Strukturen des Senders: Vor Aufnahme einer eigenen Sendetätigkeit absolvierte er die erforderliche Basisausbildung und übernahm dann die Sendungsverantwortung. Diese Kombination aus strukturiertem Einstieg und offener Beteiligungsmöglichkeit entspricht den Qualitätsansprüchen des NKR, ohne formale Zugangshürden wie spezifische Studienabschlüsse oder berufliche Vorqualifikationen vorauszusetzen.

Im schulischen Kontext unterrichtet der Lehrer und Radiomacher kreative Fächer und ist im Medienzweig seiner Schule tätig. Seine medienpraktischen Kompetenzen – insbesondere im Bereich Audioproduktion und Schnitt – hat er primär über seine Tätigkeit im nichtkommerziellen Rundfunk erworben und vertieft. Eine formale Lehramtsausbildung mit Schwerpunkt Audioschnitt existiert in dieser Kombination nicht; die Qualifikation entstand somit außerhalb klassischer Bildungswege.

Die Biografie des Programmachers ist exemplarisch für eine Verschränkung von zivilgesellschaftlichem Engagement und beruflicher Tätigkeit: Das im Radio erworbene Wissen fließt unmittelbar in seine pädagogische Praxis ein und erweitert sein professionelles Profil.

Die Ausgestaltung des Bildungs- und Diskursraums im konkreten Fall

Versteht man den Bildungs- und Diskursraum als einen sozial eingebetteten Raum, in dem formelle und informelle Lernprozesse ineinandergreifen und Medienkompetenz als demokratische Praxis verstanden wird, so wird dies im vorliegenden Fall in mehrfacher Hinsicht sichtbar.

Erstens zeigt sich Bildung als kontinuierlicher, dialogischer Prozess. Die Basisausbildung bei Radio Freirad vermittelt nicht nur technische Fertigkeiten, sondern auch redaktionelle Verantwortung und medienethische Standards. Medienkompetenz wird dabei nicht auf technische Bedienkompetenz reduziert, sondern umfasst ästhetische und politische Dimensionen: Wie wirkt ein Schnitt? Welche Bedeutung haben Pausen, Betonungen oder Hintergrundgeräusche? Wie kann ein Interview durch Storytelling in unterschiedliche Deutungsrichtungen gelenkt werden? Diese Reflexion über mediale Konstruktion ist integraler Bestandteil der Praxis.

Zweitens entsteht so ein offener Diskursraum. Im Gegensatz zu stark formatierten kommerziellen Medien erlaubt der nichtkommerzielle Rundfunk vertiefte, differenzierte Auseinandersetzungen. Diese Offenheit schafft Raum für alternative Perspektiven und ermöglicht es, hegemoniale Deutungsmuster kritisch zu hinterfragen. Der Radiomacher erfährt diese Praxis nicht nur als

Produzent, sondern internalisiert sie als Haltung – eine Haltung, die später in den schulischen Unterricht einfließt.

Drittens wird der nichtkommerzielle Rundfunk als kollektiver Entwicklungsraum erfahrbar. Austausch, Feedback und gemeinsames Lernen prägen die Produktionsprozesse. Aus der aktiven Programmarbeit entsteht nicht nur individuelles Wissen, sondern eine geteilte Kompetenz, die über das Sendungsformat hinauswirkt. Bildung wird hier als gemeinschaftliche, demokratische Praxis realisiert.

Multiplikatorfunktion für eine erweiterte Zielgruppe

Besonders deutlich wird der Wirkungsraum im Übergang vom Radiostudio in den schulischen Kontext. Der Radiomacher fungiert als Multiplikator: Die im nichtkommerziellen Rundfunk erworbenen Kompetenzen werden an Schüler:innen weitergegeben und dort kritisch reflektiert.

Im Unterricht lernen Schüler:innen, Interviews zu führen, Beiträge zu schneiden und mediale Wirkung bewusst zu gestalten. Sie erfahren unmittelbar, wie durch Schnittentscheidungen, das Einfügen oder Entfernen von Denkpausen oder das Unterlegen von Geräuschen Bedeutungen konstruiert werden. Diese praktische Erfahrung bildet eine zentrale Grundlage für kritische Medienkompetenz: Medien werden nicht nur konsumiert, sondern als gestaltbare Konstruktionen verstanden. In der kritischen Auseinandersetzung und Reflektion der eigenen Radiobeiträge des Programmmachers mit seinen Schüler:innen bietet er diesen nicht nur einen unmittelbaren „hands-on“ Einblick in das mediale Schaffen, er motiviert sie auch, selbst aktiv zu werden und das eigene mediale Handeln zu hinterfragen. Darüber hinaus eröffnet diese Praxis möglicherweise konkrete berufliche Perspektiven. Schüler:innen, die im Medienzweig Erfahrungen sammeln, können sich bei klassischen Radiosendern bewerben oder erste Schritte in die Medienbranche setzen, sie haben bereits vorab in die Radiowelt hineingeschnuppert und ihre Erwartungshaltungen dementsprechend erweitert. Der Lehrer vermittelt somit Kompetenzen, die über den schulischen Kontext hinauswirken und strukturelle Defizite in der formalen Lehrer:innen-ausbildung und des klassischen schulischen Unterrichtssettings teilweise kompensieren.

Die Multiplikatorfunktion beschränkt sich jedoch nicht auf den schulischen Bereich. Auch im Publikum entstehen Anschlussaktivitäten: Eine Hörerin, inspiriert durch eine Sendung, erkundigte sich nach den Produktionsbedingungen und realisierte wenig später selbst eine Live-Sendung einer Veranstaltung. Hier wird deutlich, wie aus Rezeption aktive Teilhabe wird – ein zentrales Merkmal partizipativer Medienpraxis. Der Radiomacher versteht seine Tätigkeit explizit auch als Aufgabe, andere Menschen für das Radio und das Medienmachen zu begeistern. Seine eigene Begeisterung wirkt dabei authentisch und überzeugend – sowohl im beruflichen als auch im sozialen Umfeld.

Fazit: Aktivierende Reichweite über das Radiostudio hinaus

Im vorliegenden Fall zeigt sich aktivierende Reichweite in besonderer Intensität. Reichweite manifestiert sich hier als Prozess der Befähigung, der über institutionelle Grenzen hinauswirkt. Der Radiomacher erschließt sich durch seine Tätigkeit bei Radio Freirad einen medialen und demokratischen Möglichkeitsraum, der jenseits klassischer Ausbildungswege liegt. Die dort erworbenen Kompetenzen fließen in seine pädagogische Arbeit ein und erweitern den schulischen Bildungsraum um eine kritisch-reflexive Medienpraxis. Seine Schüler:innen profitieren von dieser Weiterqualifizierung und entwickeln ihrerseits Kompetenzen, die sie in berufliche und gesellschaftliche Kontexte tragen können.

Aktivierende Reichweite manifestiert sich hier:

- in der Erweiterung individueller Medienkompetenz,
- in der Weitergabe dieser Kompetenzen an Schüler:innen,
- in der Entstehung neuer Beteiligungsprozesse im Publikum,
- in der Verschränkung von zivilgesellschaftlichem Engagement und institutioneller Bildung.

Der Wirkungsraum des Bildungs- und Diskursraums überschreitet somit die Grenzen des Radios. Er wirkt in schulische, berufliche und gesellschaftliche Sphären hinein. Die aktivierende Reichweite zeigt sich gerade darin, dass das Handeln eines einzelnen Programmmachers Ketten von Lern-, Beteiligungs- und Reflexionsprozessen auslöst – Prozesse, die ohne die Struktur des nichtkommerziellen Rundfunks in dieser Form nicht möglich wären.

5.4 Infrastruktur zivilgesellschaftlicher Vernetzung: Technologische Souveränität und nicht-kommerzielle Plattformlogik

Der vierte Wirkungsraum beschreibt aus Sicht der Programmacher:innen die infrastrukturelle und technologische Dimension des nichtkommerziellen Rundfunks. Auf Basis der Interviews werden die Nichtkommerziellen Sender an sich nicht nur als reine Verbreitungsinstanzen, sondern als eigenständige, zivilgesellschaftlich verankerte Medieninfrastruktur wahrgenommen. Zwar mag die Idee, Programme dauerhaft zugänglich zu machen und untereinander zu teilen, der Ausgangspunkt gewesen sein, technologische Wege abseits der klassischen Rundfunkverbreitung zu beschreiten. In der praktischen Entwicklung habe sich daraus jedoch eine vernetzte Infrastruktur herausgebildet, die zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit in den digitalen Raum verlängert und absichert. Im Sinne einer branchenadäquaten Reichweite des Nichtkommerziellen Rundfunks zeigt sich hier die Möglichkeit eines erweiterten Wirkungsbereichs über den eigenen klassischen Verbreitungsweg des Rundfunks hinaus und hinsichtlich der Zielgruppenansprache auch ein erweitertes Potenzial kuratorischer Programmgestaltungsmöglichkeiten.

„[...] also wir haben gerade so Programmlücken, zum Beispiel Nachrichtenmagazine haben wir nicht im Haus. Wir haben keine Nachrichtenredaktion. Da strahlen wir zum Beispiel von Helsinki das Nachrichtenmagazin aus oder die Stimmlagen, dieses gemeinsame Magazin von den Freien Radios. Und das funktioniert über das CBA auch. Also das ist extrem praktisch. Das erleichtert mir persönlich auch die Arbeit. [...] Eben dadurch, dass man halt einen Zugang zum RSS-Feed hat, kann man dann halt auch über andere Podcatcher erreichbar sein. Also das ist auch so ein Streuungseffekt, der sich ergibt. Die Daten liegen in Österreich. Man hat in Österreich AnsprechpartnerInnen, also dass man sagt: ‚Hey, ich kann der CBA direkt schreiben, da ist ein Bug drinnen oder irgendwas ist da komisch, kannst du mir helfen?‘ Gleich so wie die Radiomachenden sich direkt an die CBA wenden können. Also das ist ein extremer Mehrwert. Wenn es das nicht geben würde, müsste man das wieder an irgendeine komische externe Firma auslagern, wenn man so einen Service bieten will.“ (Interview GF, Radio Freirad, Pos. 148)

Im Zentrum dieser Wahrnehmung steht somit auch die Erfahrung technologischer Souveränität. Diese wird von den Programmacher:innen nicht allein als technische Frage verstanden, sondern als notwendige Voraussetzung gesellschaftlicher Selbstermächtigung in einer digitalisierten Gesellschaft. So werden der Aufbau und die Nutzung eigener Infrastrukturen als Prozess beschrieben, Souveränität über die eigenen Inhalte zu erlangen und behalten. Technische Unabhängigkeit erscheint hier als Bedingung dafür, aktiv an Öffentlichkeit teilzunehmen und diese mitgestalten zu können. Konkret manifestiert sich diese Souveränität in einer bewusst verfolgten und gelebten „own your own data“-Logik. Ein Interviewpartner beschreibt dies rückblickend als zentralen Entwicklungsschritt:

„Das ist ganz wichtig. Ich meine, wir haben dieses Prinzip, also „own your own data“. [...] Wir haben von Anfang an auf eigene Server gesetzt, um einen eigenen Knoten tatsächlich zu haben und nicht in diese ganzen Blasen von Clouds. Wir haben unsere eigene Cloud [...] In der Zwischenzeit haben wir eine eigene Cloud, wo wir zumindest das alles bündeln können, unseren ganzen Apparat abarbeiten können und zugänglich halten können.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 159)

Diese Entscheidung für eigene Server- und Cloudstrukturen wird als bewusste Abgrenzung gegenüber globalen stark kommerziell agierenden Plattform- und Cloudanbietern dargestellt. Aus

Perspektive der Beteiligten bedeutet dies, Datenhoheit zu sichern, Produktionsprozesse zu bündeln und Inhalte dauerhaft zugänglich zu halten.

Eng damit verbunden ist die Kontrolle über Inhalte und Veröffentlichungsprozesse. Die Plattformlogik des nichtkommerziellen Rundfunks wird von den Programmacher:innen als werbefrei und nicht algorithmisch gesteuert beschrieben.

„Man kann das auf einer werbefreien Plattform speichern. [...] man hat immer selber die Entscheidung bei dem Sender, will man es zeigen, oder ist es nach ein paar Jahren vielleicht peinlich.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 16)

Sichtbarkeit folgt hier – so die Wahrnehmung – nicht einer ökonomischen Verwertungs- oder Aufmerksamkeitslogik, sondern der Entscheidung der Produzent:innen selbst. Die Möglichkeit, Rechte an den eigenen Inhalten zu behalten und über deren langfristige Präsenz zu bestimmen, wird als wesentlicher Unterschied zu kommerziellen Plattformen hervorgehoben und als zentral im eigenen Schaffensprozess betrachtet.

Eine besondere zusätzliche Bedeutung kommt dabei der Archivfunktion zu. Das Archiv wird als „größter Schatz“ und „absolutes Nachschlagewerk“ charakterisiert:

„Wahnsinnig [wichtig]. Also das ist unser größter Schatz. Das ist das absolute Nachschlagewerk. Und wir sehen ja, dass laufend auch uralte Beiträge immer mehr und mehr erhitzen können. Und, ähm, es dokumentiert auch, weil es weltweit abrufbar ist.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 152)

Aus Sicht der Programmacher:innen fungiert das Archiv nicht nur als Speicher, sondern als lebendiges Wissensreservoir. Beiträge bleiben über ihre punktuelle Ausstrahlung hinaus auffindbar und können neue Relevanz gewinnen.

„[...] wir haben durch die CBA, unser Online-Archiv, eine extreme Dokumentation, was passiert eigentlich alles in Innsbruck und Umland. Also von Veranstaltungen, von Personen. Also da sind wir auch ein bisschen Archivarin geworden als Gesamtverein.“ (Interview GF Radio Freirad, Pos. 44)

Dadurch werde nachhaltige Sichtbarkeit für Themen, Gruppen und Akteur:innen ermöglicht, die über die unmittelbare Rundfunkausstrahlung hinaus gehen und somit in ihrer gesellschaftlichen Artikulation nachhaltiger Wirkung entfalten können. Zugleich wird das Archiv als Arbeitsinstrument und als kollektives Gedächtnis einer lokalen Öffentlichkeit beschrieben.

„Zeitgleich ist es natürlich ein wesentliches Tool auch für meine Recherchearbeit, dass ich beispielsweise auf die CBA gehen kann und mir ein Thema aussuche und dann möglichst viele Sendungen zu einem Thema finde, beispielsweise. (...) die abseits von Standardartikeln und ORF Nachrichten funktionieren.“ (Interview PM FS1, Pos. 83)

Die Infrastruktur eröffnet damit sogar medienübergreifend zwischen Fernsehen und Radio alternierend alternative Wissensbestände jenseits etablierter Leitmedien und stabilisiert eine eigenständige zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit. Nichtkommerzialisierung wird in den Interviews explizit als strukturelle Gegenposition zur dominanten Plattformökonomie interpretiert, kommerzielle Plattformen und Ausspielkanäle wie Spotify oder Youtube nicht als adäquate Alternative

gesehen, um die eigenen Ziele realisieren zu können, soll nicht alles einer kommerziellen Verwertungslogik unterworfen werden.

„(...) die Nicht-Kommerzialität, ist die einzige Option in dieser Verwertungslogik, eine Opposition darzustellen. Oder wie es früher in einer Metapher gesagt wurde: wie es früher die Drei-Felder-Wirtschaft gegeben hat, ein Feld ist immer brachgelegen, um zu regenerieren. Und wenn eine Gesellschaft keine Regenerationsbereiche hat und nur mit einer Verwertung beschäftigt ist, dann erstickt die Gesellschaft.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 88)

In dieser Metapher erscheint der nichtkommerzielle Rundfunk als „Regenerationsbereich“ innerhalb eines kapitalisierten Mediensystems. Die dezentrale, gemeinnützige Infrastruktur wird als bewusster Gegenentwurf zu algorithmisch gesteuerten, global operierenden Plattformen verstanden, deren Logik primär auf Datenextraktion und Monetarisierung beruhe.

Gleichzeitig reflektieren die Nichtkommerziellen Rundfunksender, unter ihnen vor allem jener im TV-Bereich, dass gerade die technologische Infrastruktur im digitalen Wandel den größten Kostenfaktor und das größte Risiko darstellt. Der Aufbau und Erhalt eigener Server- und Archivstrukturen erfordert kontinuierliche Ressourcen und Expertise. Dass dennoch eine eigenständige, lokale und gemeinnützige Infrastruktur etabliert werden konnte, wird umso mehr als zentrale Leistung wahrgenommen.

Zusammenfassend zeigt sich aus Sicht der Programmacher:innen, dass sich die ursprüngliche Idee des Programmteilens zu einer demokratischen Medieninfrastruktur entwickelt hat, die eine zivilgesellschaftliche Entsprechung zur kommerziellen Plattformökonomie bildet. Der nichtkommerzielle Rundfunk wird als alternatives Plattformangebot beschrieben, das technologische Souveränität ermöglicht, Daten- und Inhaltskontrolle sichert, nachhaltige Sichtbarkeit gewährleistet und als kollektives Gedächtnis lokaler Öffentlichkeit fungiert. In dieser Wahrnehmung schafft er die infrastrukturellen Voraussetzungen dafür, dass zivilgesellschaftliche Akteur:innen auch im digitalen Raum unabhängig von globalen, algorithmisch gesteuerten Plattformen agieren können. Die folgenden beiden Fact Sheets verdeutlichen diesen Infrastrukturaspekt exemplarisch aus Sicht des Nichtkommerziellen Radios am Beispiel des Cultural Broadcasting Archives (CBA) und für den Fernsehbereich durch die Bedeutung multipler Verbreitungswege bei OKTO TV und geben somit einen kurzen Einblick, was Reichweite und Zielgruppenansprache unter einem infrastrukturellen Blickwinkel aus Sicht des nichtkommerziellen Rundfunks bedeutet.

Fact Sheet: Das Cultural Broadcasting Archive (CBA) als zivilgesellschaftliche Infrastruktur im digitalen Raum

Kontextbedingungen: Entstehung und alternativer Infrastrukturaufbau

Das [Cultural Broadcasting Archive \(CBA\)](#) entstand aus einem praktischen Bedürfnis freier Radios nach Austausch und gemeinsamer technischer Infrastruktur. In den späten 1990er Jahren bestand bereits ein Netzwerk von acht bis neun freien Radiostationen, die ihre Sendungen über physische Kassetten verschickten. Mit der Digitalisierung wurde zunächst auf FTP-Server umgestellt, bevor bei Radio FRO eine erste Datenbanklösung entwickelt wurde. Im Jahr 2000 erfolgte die offizielle Gründung als eigenständiges Archiv. War die Anfangsphase auch von finanzieller Unsicherheit geprägt, so wurde das Projekt dennoch konsequent weitergeführt, da es als „Überlebensstrategie“ für freie Radios verstanden wurde: Das Archiv sollte von vornherein die lokale Reichweitenbegrenzung überwinden und Programme über den unmittelbaren Sendebereich hinaus zugänglich machen.

Was als Projekt eines einzelnen Senders begann, entwickelte sich zu einem Gemeinschaftsprojekt des Verbandes Freier Rundfunk Österreich (VFRÖ) und schließlich zu einer eigenständigen, gemeinnützigen Plattform. Heute ist das CBA nach eigenen Aussagen Österreichs größter Podcastprovider mit freiem Zugang und fungiert als multimediale Infrastruktur für Audios, Videos, Bilder und Dokumente.

Die aktuellen Eckdaten (die auf der Webseite der CBA und im aktuellsten Nutzungsbericht veröffentlicht) unterstreichen die Dimension dieser Entwicklung:

- 3.900 Podcasts mit rund 178.700 Episoden
- über 187.000 Audios, 300 Videos, 17.900 Bilder und 900 Dokumente
- allein 2024: 13.718 neu veröffentlichte Beiträge (Ø 37,6 pro Tag)
- 3,1 Mio. unique visitors und 7,1 Mio. visits im Jahr 2024
- über 200 Mio. aufgerufene Seiten
- 2.291 aktive Uploader:innen

Das CBA versteht sich als gemeinnützige, werbefreie und politisch wie technisch unabhängige Plattform. Es nutzt Open-Source-Software, betreibt eigene Serverstrukturen und setzt auf freie Lizenzen wie Creative Commons. Die Plattform ist somit nicht nur Archiv, sondern technologische Infrastruktur mit explizit zivilgesellschaftlichem Anspruch.

Ausgestaltung des Wirkungsraums: Technologische Souveränität und digitale Selbstermächtigung

Das CBA verkörpert die Struktur einer zivilgesellschaftlich verankerten Medieninfrastruktur in paradigmatischer Weise. Das CBA agiert als eigenständige Plattform jenseits kommerzieller Distributionskanäle. Programme können nicht nur archiviert, sondern systematisch vernetzt, geteilt und langfristig zugänglich gemacht werden. Über RSS-Feeds, APIs, Player-Embeds und Schnittstellen können Inhalte in Websites, mobile Apps oder Podcastverzeichnisse integriert werden. Die Plattformlogik ist dabei nicht algorithmisch gesteuert; Sichtbarkeit unterliegt keinen kommerziellen Rankingmechanismen, sondern wird von den Produzent:innen selbst bestimmt.

Insbesondere die technologische Souveränität im Mittelpunkt. Das CBA betreibt eine gemeinnützige Infrastruktur mit eigener Server- und Cloudarchitektur im Sinne einer „own your own data“-Logik. Persönliche Daten werden nicht verkauft; Inhalte verbleiben im Eigentum der Produzent:innen. Datenhoheit und Selbstbestimmungsrechte sind strukturell abgesichert. Diese technologische Unabhängigkeit wird explizit als Voraussetzung gesellschaftlicher Selbstermächtigung verstanden.

Darüber hinaus erfüllt das CBA eine zentrale Archivfunktion. Seit 2000 ist ein umfangreiches Zeitdokument entstanden, das gesellschaftliche, politische und kulturelle Entwicklungen einzelner Regionen Österreichs dokumentiert. Dieses Archiv fungiert als kollektives Gedächtnis lokaler Öffentlichkeit. Beiträge bleiben langfristig auffindbar und sind für Bildungszwecke, Recherche oder zivilgesellschaftliche Arbeit nutzbar. Auch auf europäischer Ebene entwickelt sich das CBA zu einer zentralen Austauschplattform, über 35.000 dokumentierte Sendungsübernahmen seit 2004 belegen die transnationale Vernetzungsfunktion.

Mit Projekten wie [Display Europe](#) wird zudem eine europäische, quelloffene Alternative zu kommerziellen Plattformen aufgebaut. Insgesamt materialisiert sich hier eine dezentrale, gemeinnützige Infrastruktur, die Broadcasting in eine nachhaltige digitale Öffentlichkeit verlängert.

Nichtkommerzialisierung als Gegenmodell zur Plattformökonomie

Die Relevanz des nichtkommerziellen Anspruchs – konkret realisiert durch Werbefreiheit, dem Fehlen algorithmischer Priorisierung nach Marktlogiken, der Ablehnung von Monetarisierung persönlicher Daten sowie der Verwendung von Open-Source-Software und Förderung freier Lizenzen – wird im digitalen Kontext besonders deutlich. Globale Plattformen wie Spotify oder YouTube operieren nach einer algorithmisch gesteuerten Sichtbarkeitslogik, die auf Verwertung, Datenextraktion und Werbeeinnahmen ausgerichtet ist. Das CBA positioniert sich explizit als Gegenmodell.

Dadurch entsteht eine Plattform, deren Sichtbarkeit nicht ökonomischen Interessen unterliegt, sondern inhaltlichen und demokratischen Kriterien folgt. Special-Interest-Programme, Minderheitenpodcasts oder mehrsprachige Inhalte erhalten eine dauerhafte Präsenz, die in kommerziellen Umgebungen kaum erreichbar wäre. Die starke Zunahme der Nutzung – 41 % mehr unique visitors und 49 % mehr visits im Jahr 2024 – zeigt, dass dieses Alternativangebot gesellschaftlich angenommen wird. Gleichzeitig verweist die kontinuierlich steigende Zahl an Uploader:innen auf die Funktion als bottom-up gewachsene Infrastruktur, die Produzent:innen eigenständig erweitern. Das CBA wird somit zu einem gewichtigen Alternativangebot innerhalb der digitalen Medienlandschaft. Es überträgt die demokratischen Grundprinzipien des Nichtkommerziellen Rundfunks – Offenheit, Partizipation, Gemeinnützigkeit – in den digitalen Raum.

Fazit: Demokratische Infrastruktur und erweiterte aktivierende Reichweite

Mit dem Cultural Broadcasting Archive ist ein beispielloser Transfer des zivilgesellschaftlichen Grundgedankens des Nichtkommerziellen Rundfunks in den digitalen Raum gelungen. Broadcasting wird hier nicht ersetzt, sondern strukturell erweitert: Inhalte werden archiviert, vernetzt, international zugänglich gemacht und langfristig gesichert. Aktivierende Reichweite zeigt sich in diesem Fall nicht nur in der Zahl der Zugriffe, sondern in der nachhaltigen digitalen Verfügbarkeit und Selbstbestimmung über Inhalte. Produzent:innen behalten Datenhoheit, Communities gewinnen einen stabilen Verbreitungsraum, und lokale Öffentlichkeit wird dauerhaft dokumentiert.

Angesichts der zunehmenden Problematiken algorithmisch gesteuerter Plattformökonomien – Intransparenz, Datenextraktion, Aufmerksamkeitsökonomie – erweist sich das CBA als essenzielle Infrastruktur demokratischer Medienpraxis. Es schafft technologische Unabhängigkeit, nachhaltige Sichtbarkeit und zivilgesellschaftliche Vernetzung über reines Broadcasting hinaus. Die aktivierende Reichweite des Nichtkommerziellen Rundfunks wird hier in eine digitale Dimension überführt: als dauerhafte, selbstbestimmte und gemeinnützige Öffentlichkeit im Netz.

Fact Sheet: OKTO TV – Multiple Ausspielkanäle als zivilgesellschaftliche Infrastruktur im digitalen Raum

Kontextbedingungen der Verbreitungswege von OKTO TV

OKTO TV ist eines der frühesten Community-Fernsehprojekte in Österreich und startete 2005 in einer medienpolitischen Situation, die durch Pionierstimmung und ein noch vergleichsweise offenes Feld geprägt war. Zum Sendestart fehlten viele jener Akteure, die heute die audiovisuelle Öffentlichkeit dominieren: Plattformen wie YouTube standen noch am Anfang ihrer Entwicklung, ServusTV und ORF III existierten nicht, und auch die privaten Fernsehstrukturen waren anders organisiert. In diesem Umfeld wurde deutlich, wie stark der ORF als Qualitäts- und Produktionsstandard die Erwartungen an „Fernsehen“ prägte – Community-TV musste sich gegenüber dem reflexhaften Vergleich („verwackelte Bilder“, „Amateurfernsehen“) behaupten und zugleich seine eigene Logik erklären: offener Zugang, communitybasierte Produktion und nichtkommerzielle Programmarbeit.

Gleichzeitig setzte OKTO von Beginn an nicht ausschließlich auf einen konventionellen linearen Verbreitungsweg, sondern – „intuitiv richtigerweise“ – auf eine konsequent digitale Produktionskette. Der Sender startete zu einem Zeitpunkt, an dem erstmals eine vollständig bandlose Produktion realistisch war: von der Aufnahme in der Kamera über die Bearbeitung bis zum Payout. Dieser technologische Startvorteil bildete die Grundlage dafür, sehr früh zusätzliche digitale Verbreitungswege aufzubauen: ein eigenes Online-Archiv („Oktothek“) als Video-on-Demand-Angebot sowie ein 1:1-Livestream des Programms im Netz. Gerade weil OKTO überwiegend Eigenproduktionen aus Communities sendet und kaum Kauf- oder Fremdproduktionen nutzt, konnte die digitale Bereitstellung des Programms früh breit umgesetzt werden.

Die Verbreitung entwickelte sich damit von Anfang an „hybrid“: klassische Ausspielung über Kabel und (digital-)terrestrische Wege (u. a. SimpliTV) bei gleichzeitiger Ergänzung durch Online-Livestream und Video-on-Demand. Diese Mehrgleisigkeit ist nicht nur ein technisches Detail, sondern Teil der strategischen Grundlogik: Reichweite und Sichtbarkeit sollen nicht an einen einzigen Trägerkanal gebunden sein.

Ausgestaltung einer zivilgesellschaftlichen Infrastruktur im digitalen Raum

Im Fall von OKTO TV zeigt sich dieser Wirkungsraum vor allem als Infrastruktur- und Anschlussfähigkeitspolitik: Nichtkommerzielles Programm wird so organisiert, dass es mit veränderten Nutzungsgewohnheiten nicht verschwindet, sondern „mitwandern“ kann.

Im Fernsehbereich ist diese Frage besonders zugespitzt, weil technologische Trendbrüche den öffentlichen Zugang zu Inhalten rasch verschieben: von linearem Konsum hin zu mobilen und on-demand-orientierten Praktiken, von Kabelhaushalten hin zu Plattform-Ökosystemen, von einmaliger Ausstrahlung hin zu dauerhafter Verfügbarkeit. Die OKTO-Geschäftsführung beschreibt diese Entwicklungen als veränderte Rahmenbedingungen, die Reaktionen erzwingen: Aus dem frühen Erkennen einer „schönen neuen Welt“ folgt ein organisatorischer Imperativ, neue Angebote zu formulieren und technische Innovationen nicht als Luxus, sondern als Bedingung für gesellschaftliche Wirksamkeit zu begreifen.

Die zivilgesellschaftliche Infrastruktur manifestiert sich hier in drei miteinander verbundenen Aspekten:

- Digitale Produktions- und Distributionssouveränität im Rahmen des Machbaren: Durch die frühe vollständige Digitalisierung der Produktionskette wurde eine Grundlage geschaffen, Inhalte ohne Medienbruch in unterschiedliche Kanäle zu übertragen. Infrastrukturelle Entscheidungen (Archiv, Livestream) werden nicht nach Werterlösen optimiert, sondern nach Zugänglichkeit und Anschlussfähigkeit.
- Mehrkanaligkeit als Sicherung nichtkommerzieller Sichtbarkeit: Die parallele Nutzung konventioneller und digitaler Ausspielwege wird explizit als Strategie verstanden, Reichweite auch dann zu halten, wenn einzelne Verbreitungsformen an Bedeutung verlieren. Das ist im NKR-Kontext zentral, weil die gesellschaftliche Funktion – marginalisierten Gruppen Raum zu geben – nicht an einem „sterbenden“ Kanal hängen darf.
- Monitoring und lernende Organisation: Die Infrastruktur ist nicht statisch. OKTO baut systematische Beobachtungs- und Auswertungsroutinen auf, etwa über regelmäßiges Performance Reporting (Teletest, Streaming-Reports, Web-Analytics, Social-Media- und Presseclippings). Damit wird Sichtbarkeit nicht algorithmisch „zugeteilt“, sondern aktiv, dateninformiert und zugleich programmatisch reflektiert bearbeitet. Entscheidend ist: Diese Nutzung von Kennzahlen dient nicht der Kommerzialisierung, sondern der Sicherung zivilgesellschaftlicher Wirksamkeit unter veränderten Distributionsbedingungen.

Insgesamt wird der Wirkungsraum sichtbar als praktische Antwort auf ein Kernproblem des digitalen Zeitalters: Öffentlichkeiten entstehen nicht mehr automatisch über einen stabilen Broadcast-Kanal, sondern müssen technisch, organisatorisch und strategisch abgesichert werden.

Technische Verbreitung über mehrere Standbeine und ihre Relevanz

Die aktuelle Verbreitungssituation macht die Relevanz der Mehrgleisigkeit empirisch fassbar. Nach Angaben der Geschäftsführung entfällt weiterhin ein großer Anteil der linearen Nutzung (rund 80 %) auf konventionelle Verbreitungswege über Kabel und digital-terrestrische Ausspielung. Zugleich werden gegenläufige Trends beschrieben: Während OKTO im Kabel- und terrestrischen Bereich seit Jahren stagniert, wächst die lineare Online-Verbreitung Jahr für Jahr. Insbesondere der OKTO-eigene Live-Stream weist steigende Relevanz auf ebenso die Ausspielung des Livestreams auf JOYN wird ein positiver Trend beobachtet, obwohl dafür laut Geschäftsführung bislang keine Online-Marketingmaßnahmen gesetzt wurden. Daraus leitet OKTO eine strategische Erwartung ab: Ein Teil der Einbußen im konventionellen Bereich könnte mittelfristig über Online-Verbreitung kompensiert werden.

Zugleich verschiebt sich die Aufmerksamkeit deutlich vom linearen Stream hin zu Video-on-Demand. Für mobile und onlinebasierte Nutzung wird die On-Demand-Bereitstellung als „um ein Vielfaches wichtiger“ beschrieben als Live-Ausspielung. Vor diesem Hintergrund steht OKTO beim VoD-Angebot vor einem Neustart: ein strategischer Schwerpunkt für 2026 wird auf den VoD-Ausbau auf JOYN gelegt. Hier wird das eigene Handeln als Lern- und Entwicklungsfeld beschrieben, in dem neue Möglichkeiten digitaler Promotion für spezifische Programme entstehen sollen.

Ein weiterer, für Community-TV bemerkenswerter Punkt ist die neue Form von Mess- und Steuerungsfähigkeit, die digitale Plattformen liefern: Statt in einer „Blackbox“ der Kabelverbreitung zu operieren, erhält OKTO über JOYN ein regelmäßiges Performance-Reporting mit Echtzeitdaten (Zeitpunkte der Nutzung, Sehdauer etc.). Diese Daten eröffnen nicht nur Komfort, sondern eine strategische Handlungsfähigkeit: Programme und Ausspielentscheidungen können zielgruppen-

sensibler getroffen, Testphasen dokumentiert und Wirkungsannahmen überprüft werden. Dass OKTO dafür eine interne Arbeitsgruppe („Performance Reporting“) etabliert, zeigt die Institutionalisierung dieser neuen Infrastrukturkompetenz.

Gleichzeitig wird die finanzielle Asymmetrie benannt, die diese digitale Notwendigkeit begleitet: Digitalisierung ist nicht aus Content-Förderung allein finanzierbar und auch nicht über eigenwirtschaftliche Erlöse – eine besonders zugespitzte Lage für nichtkommerzielle Akteure mit begrenzten Ressourcen. Die Mehrgleisigkeit ist damit nicht nur technisches Ideal, sondern permanenter Aushandlungsprozess zwischen Notwendigkeit, Machbarkeit und politisch-finanziellen Rahmenbedingungen (z. B. Förderlogiken, die lineares Programm privilegieren und VoD strukturell nachrangig behandeln).

Fazit: Technische Innovation als Bedingung zivilgesellschaftlicher Legitimation

Das Fallbeispiel OKTO TV zeigt, dass sich Rundfunk als gesellschaftliche Infrastruktur mit der Zeit verändert – und dass der Nichtkommerzielle Rundfunk diese Veränderung aktiv bearbeiten muss, um seinen Wirkungsradius nicht zu verlieren. Die zentrale Einsicht lautet: Technische Innovationen dürfen der eigentlichen Aufgabe des Nichtkommerziellen Rundfunks – marginalisierten Gruppen Raum und Öffentlichkeit zu eröffnen – nicht im Wege stehen, sondern müssen diese Aufgabe stützen.

OKTOs Strategie multipler Verbreitungspfade (Kabel/terrestrisch, eigener Livestream, JOYN, Ausbau von VoD, perspektivisch auch ORF ON) ist damit weniger als „Digitalisierung um der Digitalisierung willen“ zu verstehen, sondern als Sicherung einer zivilgesellschaftlichen Legitimation unter veränderten Rezeptionsbedingungen. Sichtbarkeit wird nicht ausschließlich durch Inhalte erzeugt, sondern auch durch die Frage, wo und wie diese Inhalte erreichbar sind – insbesondere dann, wenn sich Publika in Richtung plattformbasierter Nutzung verschieben.

Die zivilgesellschaftliche Infrastruktur im digitalen Raum zeigt sich hier als pragmatische Plattformpolitik: mehrere Standbeine aufbauen, ihre Nutzung konsequent monitoren, aus Daten lernen, ohne die nichtkommerzielle Programmlogik aufzugeben. Gerade für den Nichtkommerziellen Rundfunk mit begrenzten Mitteln wird damit strategische Selektion entscheidend: Nicht jeder technische Trend kann und soll mitgegangen werden, aber die zentralen Verbreitungsräume, in denen Öffentlichkeit heute entsteht, müssen so bespielt werden, dass nichtkommerzielle Inhalte und Communities dauerhaft auffindbar bleiben.

In diesem Sinn erschließt OKTO eine erweiterte Reichweite, die über reines Broadcasting hinausgeht: als kontinuierliche, technisch abgesicherte Zugänglichkeit communitybasierter Programme – eine Voraussetzung, die im digitalen Zeitalter umso essenzieller wird, je stärker algorithmisch gesteuerte Ausspielmechanismen öffentliche Sichtbarkeit strukturieren.

5.5 Entschleunigungs- und Tiefenraum: Alternative Zeitlogik als demokratische Ressource

Der fünfte Wirkungsraum des Nichtkommerziellen Rundfunks lässt sich als Entschleunigungs- und Tiefenraum beschreiben und verweist auf eine eigenständige, strukturell verankerte Zeitlogik, die sich deutlich von marktwirtschaftlich organisierten Medien unterscheidet. Zeit erscheint hier nicht lediglich als organisatorische Rahmenbedingung oder als ökonomisch zu optimierende Größe, sondern als normative und demokratisch bedeutsame Ressource. Im empirischen Material wird wiederholt deutlich, dass zeitliche Strukturen im Nichtkommerziellen Rundfunk nicht zufällig entstehen, sondern bewusst gestaltet und verteidigt werden. Die spezifische Temporalität des Nichtkommerziellen Rundfunks kann somit als Ausdruck einer alternativen Medienpraxis verstanden werden, die sich gegen Verdichtungs-, Beschleunigungs- und Aufmerksamkeitslogiken positioniert, wie sie klassische Medien im Besonderen und digitale Plattformökonomien im Allgemeinen prägen.

Diese Gegenposition wird von Programmacher:innen explizit formuliert und als Motivation des eigenen Handelns beschrieben. So heißt es etwa im Interview:

„Mir kommt auch vor, dass die Leute durch die sozialen Medien ein wenig was anderes suchen, was länger anhaltend ist, oder wo ich mehr Zeit investieren kann, und nicht so schnelllebig, durchipfeif.“ (Interview PM Radio Salzkammergut, Pos. 220).

In dieser Aussage verdichtet sich eine grundlegende Bestandsaufnahme gegenwärtiger Medienverhältnisse: Die zunehmende Beschleunigung digitaler Öffentlichkeiten führt zu fragmentierten Informationsflüssen, verkürzten Darstellungen und einer Tendenz zur Oberflächlichkeit. Die schnelle Zirkulation von Schlagzeilen und algorithmisch optimierten Kurzformaten begünstigt eine Rezeption, die auf unmittelbare Reize ausgerichtet ist, jedoch selten Raum für vertiefte Auseinandersetzung bietet. Verkürzung erscheint im Material daher nicht als Effizienzgewinn, sondern als Problem, weil sie Komplexität reduziert, Sinnzusammenhänge fragmentiert und gesellschaftliche Konfliktlagen simplifiziert. Demgegenüber wird die eigene Praxis als bewusste Entzerrung und Entschleunigung beschrieben. Ein Programmacher formuliert dies folgendermaßen:

„Beim nicht-kommerziellen Rundfunk hat man Zeit, sich wirklich über etwas zu informieren, weil da ist es ja wurscht, wenn eine Sendung einmal eine Stunde dauert. Und ja, vielleicht sind da ein paar, ähm, und äh, und Überlegungen drinnen, aber das ist wichtig zur Entschleunigung. Und damit ich ein Thema richtig verstehe, brauche ich nicht nur Headlines und eine Kurzzusammenfassung von irgendwem, sondern lieber das Material in Summe, da verstehe ich wahrscheinlich mehr, wenn ich mir Zeit nehme, und ich glaube, Zeit ist unser Hauptfaktor, den wir irgendwie nutzen können. Man muss sagen, nein, es muss nicht alles so schnell sein. Man kann die Sendung schauen, und wir zeigen das auch eine Stunde im Fernsehen. Und nachher, wenn man keine Zeit gehabt hat zum Schauen, kann man es noch immer nachschauen. Also auch dieses, dass man Zeit hat sogar, wenn man etwas versäumt hat, noch einmal eine Chance kriegt, finde ich auch wichtig bei uns.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 88).

In dieser Selbstbeschreibung wird Zeit explizit als zentraler Produktions- und Rezeptionsfaktor markiert. Die Länge einer Sendung gilt nicht als Defizit gegenüber kürzeren, vermeintlich effizienteren Formaten, sondern als Voraussetzung für das Verstehen des behandelten Anliegens. Information wird nicht als komprimierte Schlagzeile begriffen, sondern als Prozess der Annäherung an ein Thema. Entschleunigung ermöglicht dabei nicht nur ausführlichere Darstellungen, sondern auch Reflexionsräume, in denen Unsicherheiten, Denkpausen oder Suchbewegungen sichtbar bleiben dürfen. Gerade diese Offenheit – etwa in Form von „ähm“ und Überlegungen – wird nicht als professioneller Mangel gewertet, sondern als Ausdruck einer dialogischen und nicht vollständig durchformatierten Kommunikationsweise.

Die alternative Zeitlogik des Nichtkommerziellen Rundfunks wirkt sich so auf unterschiedlichen Ebenen aus. Auf der Ebene der Recherche eröffnet sie die Möglichkeit, Themen über längere Zeiträume hinweg zu verfolgen, Hintergrundgespräche zu führen und komplexe Sachverhalte kontextreich aufzubereiten. Recherche ist hier nicht primär durch Aktualitätsdruck bestimmt, sondern kann als vertiefter Prozess angelegt sein. Auf der Ebene der Produktion bedeutet dies, dass Inhalte nicht zwingend auf enge Sendeplätze oder starre Formatvorgaben zugeschnitten werden müssen. Dauer wird als Ausdruck von Präsenz und diskursiver Offenheit verstanden. Während große marktwirtschaftlich orientierte Sender mit erheblichem personellem und technischem Ressourceneinsatz häufig kurze Beiträge produzieren, beschreibt eine Programmacherin die eigene Praxis gerade in Abgrenzung dazu als Möglichkeit, Inhalten und jenen Gruppen, über die berichtet wird, ausreichend Zeit einzuräumen, um ihre Anliegen ausführlich darzulegen. Die zeitliche Ausdehnung wird damit zu einem Mittel, um Stimmen nicht nur symbolisch einzubinden, sondern ihnen tatsächlich Raum zur Artikulation zu geben.

Auch auf der Ebene der Ausstrahlung und Distribution manifestiert sich diese Zeitlogik. Sendungen sind nicht ausschließlich an einen flüchtigen Ausstrahlungszeitpunkt gebunden, sondern werden über digitale Plattformen dauerhaft zugänglich gemacht. Damit verschiebt sich das Verständnis von Öffentlichkeit grundlegend. Öffentlichkeit wird nicht als punktuelles Ereignis organisiert, das mit dem Ende einer Sendung verpufft, sondern als fortlaufendes, potenziell wiederholbares Angebot. Beiträge können zeitversetzt rezipiert, erneut angesehen oder angehört und in neue Kontexte eingebettet werden. Diese Archivfunktion verleiht Inhalten eine zeitliche Tiefe, die über die Logik des einmaligen Events hinausgeht. Alte Beiträge gewinnen retrospektiv neue Relevanz, werden erneut zirkuliert und unter veränderten gesellschaftlichen Bedingungen neu gelesen.

Der Entschleunigungs- und Tiefenraum ist somit nicht nur eine Frage individueller Arbeitsstile, sondern eine strukturelle Alternative zur dominanten Aufmerksamkeitsökonomie. In einer Medienumgebung, die auf Reichweitenmaximierung, Klickzahlen und algorithmische Sichtbarkeit ausgerichtet ist, etabliert der Nichtkommerzielle Rundfunk eine Gegenlogik. Diese Gegenlogik beruht auf der Annahme, dass demokratische Verständigung Zeit benötigt: Zeit für Recherche, Zeit für Darstellung, Zeit für Rezeption und Zeit für nachträgliche Reflexion. Länge und Intensität der Auseinandersetzung werden nicht als Hemmnis ökonomischer Effizienz interpretiert, sondern als demokratische Qualität.

Zeit strukturiert in diesem Wirkungsraum auch das Verhältnis zwischen Produzierenden, Themen und Publikum neu. Produzierende können sich Themen langfristig widmen und

Beziehungen zu Interviewpartner:innen oder Initiativen kontinuierlich pflegen. Publikum wiederum wird nicht als flüchtige Klickgemeinschaft adressiert, sondern als potenziell dauerhaft interessierte und aktive Öffentlichkeit. Das wiederholte Aufgreifen von Themen, das Nachfassen und die langfristige Begleitung gesellschaftlicher Prozesse ermöglichen eine Form von medialer Kontinuität, die im schnelllebigem Nachrichtenzyklus häufig verloren geht. Insgesamt zeigt sich, dass der Entschleunigungs- und Tiefenraum weit mehr ist als eine bloße Produktionsbedingung. Er konstituiert eine medienkulturelle Praxis, in der Zeit explizit politisch aufgeladen wird. Indem Beschleunigung nicht als naturgegebene Entwicklung akzeptiert, sondern als gestaltbare Struktur verstanden wird, eröffnet der Nichtkommerzielle Rundfunk Handlungsspielräume. Zeit wird zur Ermöglichungsstruktur demokratischer Verständigung: Sie schafft Raum für Kontext, für Widerspruch, für Wiederholung und für Lernen.

Resümierend lässt sich festhalten, dass der fünfte Wirkungsraum des Nichtkommerziellen Rundfunks in seiner alternativen Zeitlogik eine zentrale demokratische Funktion erfüllt. Zeit wird nicht als knappe, zu rationalisierende Ressource behandelt, sondern als Voraussetzung für Verstehen, Beteiligung und kritische Öffentlichkeit. Indem der Nichtkommerzielle Rundfunk Entschleunigung, Vertiefung und langfristige Zugänglichkeit strukturell verankert, etabliert er Zeit explizit als demokratische Ressource – als Ermöglichungsstruktur für differenzierte Verständigung, nachhaltige Wissensproduktion und selbstermächtigende Medienpraxis.

Fact Sheet: 15 Stunden „Radical Broadcast“ – Das Jubiläumsfest von DORFTV als Entschleunigungs- und Tiefenraum

Kontextbedingungen: Ein Live-Format der besonderen Art

Im Herbst 2025 feierte DORFTV sein 15-jähriges Bestehen im Linzer Theater Phönix mit einer 15-stündigen Live-Sendung unter dem Titel [Radical Broadcast](#). Der gesamte Tag war dem gewachsenen Netzwerk und den Communities des Senders gewidmet. Das Format verband ein Publikum vor Ort mit einem medialen Publikum und inszenierte eine durchgehende Live-Übertragung ohne Unterbrechung.

Das Programm setzte sich aus einer Vielzahl unterschiedlicher Elemente zusammen: Festreden, politische Talks, Performances, Kochshows, Konzerte, Lesungen und künstlerische Interventionen. Dabei wurde das Studio auf die Bühne verlegt; mobile und stationäre Einheiten, Hauptbühne und Nebenräume wurden medientechnisch verknüpft. Insgesamt wirkten 99 Communities mit, darunter politische Initiativen wie MAIS, migrantische Organisationen sowie internationale Aktivist:innen im Exil.

Die Sendung war als kollektives Happening konzipiert: fließende Übergänge zwischen den Formaten, parallele Ereignisse, die Zusammenführung von Theaterraum und medialem Raum. Die 15 Stunden stellten keine bloße Verlängerung eines regulären Programms dar, sondern waren bewusst als radikale Zeitstruktur angelegt – als Demonstration dessen, was DORFTV als nicht-kommerzielles Community-Medium auszeichnet.

Ausgestaltung des Entschleunigungs- und Tiefenraums

Die alternative Zeitstruktur wird im Fall von *Radical Broadcast* in exemplarischer Weise gut sichtbar. Zunächst widerspricht das Format explizit der Verdichtungslogik kommerzieller Medien. Eine 15-stündige Live-Sendung stellt keine ökonomisch optimierte Programmform dar; sie

ist vielmehr Ausdruck einer Zeitauffassung, die Dauer als demokratische Ressource begreift. Statt verkürzter Beiträge und fragmentierter Informationsflüsse entsteht ein kontinuierlicher Prozess, der unterschiedliche Perspektiven in ihrem eigenen zeitlichen Kontext zur Geltung kommen lässt.

Entschleunigung bedeutet hier nicht Reduktion von Dynamik, sondern Ausdehnung von Kontext. Durch die chronologische Weite des Formats konnten Themen vertieft, Stimmen ausführlich gehört und Zusammenhänge sichtbar gemacht werden. Politische Initiativen, künstlerische Gruppen und Aktivist:innen erhielten Raum, ihre Anliegen differenziert darzustellen – jenseits von dramaturgischer Zuspitzung.

Ein zentrales Merkmal ist die Verknüpfung paralleler Ereignisse. Theaterraum und medialer Raum wurden verschränkt; mobile Einheiten führten unterschiedliche Orte zusammen. Diese komplexe Materialverarbeitung ermöglichte eine vielschichtige Darstellung, in der nicht einzelne Beiträge dominieren, sondern Beziehungen zwischen Akteur:innen und Themen sichtbar werden. Öffentlichkeit erscheint dadurch nicht als punktuellere Ereignis, sondern als vielstimmiger Prozess.

Darüber hinaus zeigt sich der Entschleunigungsraum als Regenerationsraum. Die Nichtkommerzialisierung des Senders schafft Freiräume, die sich bewusst der kapitalistischen Verwertungslogik entziehen. Zeit wird nicht als Ressource zur Maximierung von Klicks oder Werbeeinnahmen genutzt, sondern als Raum für gesellschaftliche Verständigung.

Die Sendung fungiert damit als symbolischer und praktischer Gegenentwurf zu beschleunigten Medienumgebungen.

Demokratische Ressource: Dialog, Reflexion und Vernetzung

Die Länge des Formats erzeugte nicht nur inhaltliche Tiefe, sondern auch dialogische Offenheit. Die 15 Stunden ermöglichten es, unterschiedliche Communities nacheinander, aber auch ineinander übergehend zu Wort kommen zu lassen. Gespräche konnten sich entwickeln, Perspektiven konnten aufeinander reagieren, und spontane Begegnungen wurden Teil des medialen Geschehens.

Diese zeitliche Offenheit schuf Reflexionsräume – sowohl für das Publikum als auch für die beteiligten Akteur:innen. Die Sendungsmacher:innen selbst wurden aus ihren gewohnten Formaten herausgelöst und waren eingeladen, neue Beiträge zu entwickeln. Dadurch entstand eine produktive Irritation, die Kreativität und Initiative neu aktivierte. Das Ereignis wirkte als interner Impulsgeber für zukünftige Projekte und verstärkte die Vernetzung innerhalb der Communities.

Gleichzeitig ermöglichte das Format eine außergewöhnliche Bündelung von Stimmen. 99 Communities arbeiteten konzertiert zusammen. Politische Migrant:innen-Initiativen, künstlerische Gruppen, Aktivist:innen und Kulturschaffende wurden in einem gemeinsamen medialen Raum sichtbar. Eine solche Verdichtung heterogener Akteur:innen über einen so langen Zeitraum wäre in kommerziellen Medienformaten kaum realisierbar.

Die demokratische Ressource liegt somit in der Kombination aus Dauer, Offenheit und Archivierung. Die Sendung ist nicht nur als Live-Ereignis wirksam, sondern bleibt als dokumentiertes Material verfügbar. Öffentlichkeit wird dadurch als fortlaufender Prozess mit Tiefenschärfe konzipiert – nicht als flüchtige Aufmerksamkeitsspitze.

Fazit: Aktivierende Reichweite im Prozess des Sendens

Im Fall von Radical Broadcast liegt die aktivierende Reichweite nicht primär in der quantitativen Größe des Publikums, sondern im Prozess des Sendens selbst. Die 15-stündige Dauer erzeugte einen kollektiven Erfahrungsraum, in dem Beteiligte und Publikum gleichermaßen neue Impulse erhielten.

Aktivierende Reichweite manifestiert sich hier:

- in der Intensität und Dauer der Beteiligung zahlreicher Communities,
- in der Erweiterung von Netzwerken zwischen sehr unterschiedlichen Akteur:innen,
- in der gemeinsamen Produktion eines vielschichtigen medialen Ereignisses,
- in der nachhaltigen Inspiration für zukünftige Initiativen.

Die Fülle an Material, die Gleichzeitigkeit von Bühnen- und Medienraum sowie die dialogische Offenheit führten zu einer Vernetzung, die über herkömmliche mediale Darstellungs- und Verbreitungsformen kaum möglich wäre. Unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen wurden nicht nur repräsentiert, sondern aktiv in einen gemeinsamen Produktions- und Diskursprozess eingebunden.

Der Entschleunigungs- und Tiefenraum von DORFTV zeigt damit exemplarisch, wie Zeit als demokratische Ermöglichungsstruktur wirkt. Die aktivierende Reichweite entsteht im kollektiven Vollzug – in der langen, offenen, dialogischen Praxis des Sendens selbst.

5.6 Ästhetischer Experimentierraum: Formatinnovation und mediale Hybridität

Der sechste Wirkungsraum des Nichtkommerziellen Rundfunks lässt sich als ästhetischer Experimentierraum beschreiben. In ihm verdichtet sich eine weitere zentrale Besonderheit dieser Medienform: die Möglichkeit, mediale Darstellungsweisen jenseits standardisierter Formatlogiken zu erproben und weiterzuentwickeln. Während klassische Rundfunkanbieter ihre Programme in stark normierten, wiedererkennbaren Formaten organisieren, die sowohl inhaltlich als auch formal klar definierten Mustern folgen, zeichnet sich der Nichtkommerzielle Rundfunk oft durch eine vergleichsweise offene Struktur aus. Diese Offenheit bezieht sich nicht nur auf Themen, sondern insbesondere auf Formen der Aufbereitung, Inszenierung und Darstellung. Der Sender steckt dabei einen institutionellen Rahmen ab, innerhalb dessen vielfältige Ausdrucksformen möglich sind. Seine kuratierende Aufgabe besteht weniger in einer restriktiven thematischen oder formattechnischen Selektion als vielmehr in der Schaffung eines geschützten Möglichkeitsraums, in dem individuelle und kollektive Artikulationsformen erprobt werden können.

Interviewpartner:innen betonen wiederholt die Freiheit, neue Formate auszuprobieren und neue Ausdrucksformen zu entwickeln. So ermöglicht der Nichtkommerzielle Rundfunk experimentelle, hybride und performative Formen medialer Darstellung. Diese Offenheit wird explizit benannt:

„Ich komm da auch eher aus dem Trash-Bereich und denk mir: ‚Hey, warum nicht Sachen einmal anders machen?‘ Uns wird Gott sei Dank nicht vorgeschrieben, dass jedes Format gleich ausschauen muss, wir können wirklich experimentieren und ich probiere das auch umzusetzen, in Form von verschiedenen Formaten, die auch immer wieder ich selber dann mitmache, gemeinsam mit anderen, weil es lustig ist.“ (Interview PM, Dorf TV, Pos. 35).

In dieser Aussage wird deutlich, dass Abweichung von Konventionen nicht als Risiko im negativen Sinne gilt, sondern als produktiver Impuls. Der Verzicht auf formale Gleichförmigkeit eröffnet einen Raum, in dem journalistische, künstlerische und performative Praktiken ineinander übergehen können.

Die Abwesenheit rigider Standardisierung birgt das Potenzial, mediale Formen nicht auf klar voneinander getrennte Kategorien wie Information, Kunst oder Unterhaltung zu reduzieren. Vielmehr entstehen hybride Formate, die unterschiedliche Ebenen miteinander verschränken. Formate wie das bereits zuvor angesprochene *Radical Broadcast* werden als Verdichtung verschiedener Elemente beschrieben:

„(...) Dieses Format ist das Lebendigste. Da ist Politik drin, da ist Diskurs drin, da ist alles untergebracht. Da ist die ganze breite Palette. Und Offenheit und Zugänglichkeit ist da gewährleistet. Gleichzeitig entspricht das meinem Verständnis von Raum und Zeit und von Gleichzeitigkeit und Verbindlichkeit, alles verknüpfend.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 138)

Diese Beschreibung verweist auf ein erweitertes Formatverständnis, das nicht auf Eindeutigkeit und klare Genrezuordnung abzielt, sondern auf Vielstimmigkeit und Überlagerung. Der ästhetische Experimentierraum ist somit zugleich ein Raum der Grenzüberschreitung zwischen Diskurs, Aktivismus, Kunst und Unterhaltung.

Zentral für diesen Wirkungsraum ist auch die Niederschwelligkeit des Zugangs. Interviewpartner:innen beschrieben, dass die Vorstellung, dass jede:r eine Sendung machen könne, eigene Formate entwickeln könne individuell motivierend und ermächtigend zugleich ist. Die Möglichkeit, ohne hohe Eintrittsbarrieren eigene Formate zu entwickeln, eröffnet Raum für kreative Exploration. Experimentelle Praxis wird dabei nicht nur toleriert, sondern institutionell legitimiert, die Sendungsmacher:innen in ihren individuellen Ausdrucksformen unterstützt:

„Ich bin einfach, glaube ich, im Lauf der Jahre immer sicherer geworden mit dem, was ich machen darf. Nämlich, relativ viel. Und es wird auch gutgeheißen, auch wenn es experimentell ist, auch wenn es ein bisschen anders ist als ein klassisches Format. Sodass ich quasi im Lauf der Zeit immer mehr Sicherheit gewonnen habe.“ (Interview PM Dorf TV, Pos. 23)

Experiment wird somit nicht sanktioniert, sondern als integraler Bestandteil der Programmkultur verstanden. Diese Haltung verschiebt das Qualitätsverständnis grundlegend. Qualität wird nicht primär an formaler Perfektion, normgerechter Dramaturgie oder marktförmiger Verwertbarkeit gemessen, sondern an Ausdruckskraft, Innovationspotenzial und inhaltlicher Relevanz.

Besonders deutlich wird dies an Formaten, die mit Irritation, Humor und performativer Überspitzung arbeiten. Ein Beispiel hierfür ist die beschriebene *Moving Exhibition*:

„*Moving Exhibition*, da bin ich von der Kunstuni angefragt worden. (...) ob nicht Bibi und Sigi bei der Kunstuni, *Moving Exhibition* mit machen kann. Das war einfach ein Kunstuni-Projekt, wo es so einen Marsch gegeben hat über die Landstraße bis zum Hauptplatz. (...) Und ich bin da mitgegangen mit meiner Sigi, mit meiner Kamerafrau und wir haben da gefilmt mit den Studenten geredet, mit den Lehrpersonen geredet und es war so absurd, dass man nachher nicht gewusst hat, ist das jetzt echt passiert? Ist das ein Mockumentary? Weil es schräg war. Und ich lieb's, wenn es einfach schräg ist, ja, wenn man sich nachher nicht ganz auskennt. Aber es war wirklich alles wahr, es war kein Mockumentary.“ (Interview PM, DorfTV, Pos. 144).

Hier verschwimmen dokumentarische und fiktionale Elemente bewusst. Das „Schräge“, das Moment der Irritation, wird nicht als Störung, sondern als ästhetisches Mittel eingesetzt, um Wahrnehmungsgewohnheiten zu irritieren und neue Zugänge zu eröffnen. Humor fungiert dabei als Werkzeug der Brechung und Reflexion.

Auch Imperfektion erhält in diesem Kontext eine neue Bedeutung. Eine, wie von einem Interviewpartner so benannte, „punkige Auffassung“ des Kamergebrauchs, bei der Perfektion zugunsten von Ausdruckskraft relativiert wird, verweist auf ein Qualitätsverständnis, das sich bewusst von Hochglanzästhetiken distanziert. Entscheidend ist nicht formale Glätte und Perfektion, sondern Mitteilungskraft und Authentizität. Risiko wird nicht durch Marktdruck bestimmt, sondern als notwendiger Bestandteil kreativer Praxis akzeptiert. Der ästhetische Experimentierraum erlaubt es, Formen zu testen, zu verwerfen, weiterzuentwickeln und neu zu kombinieren.

Formate sind dabei nicht statisch, sondern unterliegen kontinuierlicher Veränderung. Sie können sich über Jahre hinweg weiterentwickeln und an veränderte Ressourcen, Interessen oder Produktionsbedingungen angepasst werden. So wird beschrieben:

„Anna-Maria, unsere Moderatorin, hat dann Gäste im Studio und interviewt sie. Am Anfang war es ein bisschen anders, da hatten wir auch Außendrehes (...) und das ganze haben wir dann gezeigt. (...) am Anfang war es immer so aufgebaut, zwei, drei Außendrehes und ein Studiogast. Und mit der Zeit hat sich das immer wieder geändert (...) weil ich immer der Meinung bin, (...) wenn es mir fad wird beim Schneiden, wird es dem Zuseher auch fad. Daher muss ich was Neues machen, muss ich was Neues probieren und austesten und so weiter. Und jetzt sind wir dann übergegangen zu mehr Studiogästen, keine Außendrehes, weil wir auch tatsächlich keine Zeit mehr haben (...)“ (Interview PM OKTO, Pos. 10).

Diese Interviewpassage verdeutlicht, dass Formate als lebendige Strukturen begriffen werden, die sich dynamisch anpassen und verändern dürfen. Innovation entsteht hier nicht durch strategische Marktanalyse, sondern aus praktischer Erfahrung und kontinuierlicher Reflexion.

Strukturell ist dieser ästhetische Experimentierraum wiederum stark an die Nichtkommerzialisierung der Sender gebunden. Da Formate nicht primär marktförmig kalkuliert werden müssen, entsteht Raum für Risiko, Hybridität und Innovation. Experimente müssen sich nicht verkaufen oder in Konkurrenz um Werbeeinnahmen bestehen. Gerade darin liegt die bedeutsame Abgrenzung zu plattformbasierten Video- und Audioangeboten im digitalen Raum, die trotz formaler Offenheit vehement algorithmischen Sichtbarkeitslogiken und Monetarisierungsdruck unterliegen. Der Nichtkommerzielle Rundfunk fungiert demgegenüber als Versuchslabor medialer Formen, in dem neue Ausdrucksweisen erprobt werden können, ohne unmittelbar ökonomischer Verwertbarkeit unterworfen zu sein.

Die inhaltliche Begrenzung dieses Möglichkeitsraums bilden lediglich die Grundsätze der Charta des nichtkommerziellen Rundfunks. Sie definieren einen normativen Rahmen, innerhalb dessen individuelle und kollektive Gestaltungsfreiheiten ermöglicht werden. Innerhalb dieser Leitlinien entfaltet sich jedoch ein breites Spektrum ästhetischer Praktiken. Der sechste Wirkungsraum des Nichtkommerziellen Rundfunks ist somit vorrangig als Laboratorium medialer, ästhetischer und inhaltlicher Innovation zu verstehen. Er schafft einen *safe space*, in dem Ausdruck vor Perfektion steht, Risiko ohne Marktdruck möglich wird und hybride neue Formen entstehen können, die journalistische, künstlerische und performative Elemente miteinander verschränken. In dieser Funktion leistet der Nichtkommerzielle Rundfunk einen eigenständigen Beitrag zur Weiterentwicklung medialer Kultur und Praxis jenseits der Logiken ökonomischer Verwertung.

Fact Sheet: Ästhetischer Experimentierraum im nichtkommerziellen Radio – drei Musikformate als Labor medialer Innovation

Kontextbedingungen: Drei Musikformate, drei Umsetzungen

Musiksendungen gelten im klassischen Rundfunk oft als stark formatierter Programmbereich: musikalische Auswahl, Moderation und Dramaturgie folgen meist standardisierten Logiken, die Reichweite sichern und Zielgruppen stabil bedienen sollen. Im nichtkommerziellen Radio zeigt sich hingegen, dass gerade das vermeintlich „konventionelle“ Genre Musikprogramm als Raum ästhetischer Innovation genutzt werden kann. Dieses Fallporträt verdichtet drei Beispiele, die jeweils unterschiedliche Wege einschlagen und dabei den ästhetischen Experimentierraum des Nichtkommerziellen Rundfunks sichtbar machen.

Das Format #whathappenedto bei Radio Freirad steht für eine kuratierende und zugleich erzählende Auseinandersetzung mit Popkultur. Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass kommerzielle Sender bestimmte Künstler:innen „fallen lassen“, sobald sie nicht mehr in aktuelle Marktlogiken passen. Der Impuls, „mehr Kylie Minogue im Radio“ hören zu wollen, markiert hier nicht bloß persönliche Präferenz, sondern eine programmatische Gegenbewegung: Relevanz wird nicht als Marktindikator verstanden, sondern als kulturell-biografische und diskursive Größe.

Anders zeigt Der Soundtrack meines Lebens bei Radio AGORA eine musikgeschichtliche und gesellschaftskritische Herangehensweise. Songs werden nicht isoliert als Unterhaltung präsentiert, sondern in Kontexte eingebettet: Produktionsbedingungen, Auftrittspraxen, Technikgeschichte, Managementstrukturen und kulturhistorische Entwicklungen werden in die Sendung integriert. Musik wird so zum Ausgangspunkt eines breiteren Bildungs- und Deutungsangebots.

Beim Freien Radio Salzkammergut steht das Format Baking Bad für ein dezidiert zielgruppenbezogenes Alternativangebot: Es richtet sich an Menschen, die „nicht Ö3 hören wollen“ und versteht sich als „service“ für ein anderes Publikum. Der Anspruch liegt weniger in einem kanonischen Musikverständnis als in der Erfahrung, etwas erstmals zu hören oder über Musik affektiv berührt und verändert zu werden.

Gemeinsam ist den drei Formaten, dass sie Musik nicht als standardisiertes Formatfeld behandeln, sondern als Ausgangspunkt eigenständiger, persönlicher und gesellschaftlich anschlussfähiger Erzähl- und Vermittlungsweisen.

Manifestation des ästhetischen Experimentierraums im „klassischen“ Radioformat Musik

Die drei Musikformate zeigen, wie sich diese Experimentierlogik gerade dort entfaltet, wo kommerzieller Rundfunk besonders normiert ist. Im Format #whathappenedto wird Experiment zunächst als Umwertung von Relevanz sichtbar. Künstler:innen, die im Mainstream als „zu alt“ gelten oder aus ökonomischer Sicht nicht mehr verwertbar erscheinen, werden bewusst in den Mittelpunkt gerückt. Zugleich nutzt das Format eine hybride Dramaturgie: Ein Intro mit Soundpad, ein „Signature Song“ als Einstieg, danach eine chronologische Rekonstruktion von Karrieren bis in die Gegenwart (oder bis zum Tod und zum „Echo“, das bleibt). Diese Struktur ist nicht bloß Moderationsroutine, sondern eine eigens entwickelte narrative Form, die Musikjournalismus, Biographiearbeit und kulturkritische Analyse miteinander verschränkt. Entscheidend ist: Der „Fahrplan“ gilt nicht als fix, sondern als über Zeit entstandenes, weiterentwickeltes Set ästhetischer Entscheidungen – typisch für ein Laborformat, in dem sich Qualität über Ausdruckskraft und Reflexionspotenzial definiert. Das Experimentelle zeigt sich hier zudem in der bewussten

Perspektivierung: Künstler:innen werden aus queerfeministischer Sicht betrachtet, problematische Aspekte werden nicht ausgespart, sondern kontextualisiert. Das Musikprogramm wird dadurch zu einem Ort der Irritation und der kritischen Neulesbarkeit popkultureller Phänomene. Gerade diese Grenzüberschreitung – zwischen Musiksendung, gesellschaftspolitischer Analyse und biografischem Erzählen – entspricht dem Wirkungsraum: Hybridität und Risiko sind nicht Störung, sondern Programmkultur.

Bei Radio AGORA manifestiert sich der Experimentierraum weniger über performative Grenzüberschreitungen, sondern über eine holistische Tiefenlogik. Die Sendung verbindet Musik mit detaillierter Recherche: Wie arbeiteten Bands „früher“? Wie unterschieden sich Technik, Auftrittspraxen, Management, Produktionslogiken? Diese Perspektive verschiebt das Musikprogramm von einer Abspiel-Logik zu einem Wissensformat. Gleichzeitig wird Musik als gesellschaftlicher Text gelesen: Songtexte werden kritisch im Hinblick auf Geschlechterbilder und historische Kontexte interpretiert. Damit entsteht eine ästhetische Form, die Unterhaltung und kritische Bildung nicht trennt, sondern verschränkt – ein typisches Merkmal nichtkommerzieller Offenheit gegenüber komplexen Darstellungen.

Im Beispiel Baking Bad wird ästhetisches Experiment vor allem über Zielgruppen- und Erlebnisorientierung sichtbar. Das Format setzt nicht auf chartbasierte Wiedererkennbarkeit, sondern auf kuratierte Vielfalt („not all the same“) und auf den Moment des Erstkontakts: auch ein „altes Lied“ kann „zum ersten Mal“ gehört werden. Ästhetische Qualität wird hier nicht an formaler Perfektion oder Marktgängigkeit gemessen, sondern an der Fähigkeit, Hörer:innen zu überraschen, emotional zu bewegen oder eine Stimmung zu verändern. Das Musikprogramm wird damit als affektive und soziale Praxis verstanden – als Angebot an Menschen, die in kommerziellen Programmen keine Resonanz finden.

Zusammen zeigen die drei Beispiele: Der ästhetische Experimentierraum bedeutet nicht „Beliebigkeit“, sondern die Möglichkeit, eigene Formen zu entwickeln – sei es als erzählerische Dramaturgie, als wissensbasierte Tiefenrecherche oder als kuratorisch-affektive Vielfalt gegen standardisierte Playlists.

Besonderheiten nichtkommerzieller Formate und Fazit zur aktivierenden Reichweite

Die Besonderheiten dieser Musikformate sind ohne den nichtkommerziellen Rahmen kaum erklärbar. Entscheidend ist die Abwesenheit unmittelbaren ökonomischen Verwertungsdrucks: Inhalte müssen nicht primär „funktionieren“ im Sinne von Marktlogiken, sondern können kulturelle, biografische oder politische Relevanz entfalten, auch wenn sie nicht massenattraktiv sind. Daraus entsteht eine Programmkultur, in der ein Experiment nicht sanktioniert wird, sondern institutionell möglich ist. Qualität verschiebt sich von formaler Normtreue zu Ausdruckskraft, Innovationspotenzial und Authentizität; auch Imperfektion kann Teil eines eigenständigen Stils sein.

Diese Logik animiert Programmschaffende dazu, Bekanntes zu verwerfen und neue Wege zu erproben: Musiksendungen werden zu diskursiven Formaten, zu kleinen Archiven, zu queerfeministischen Lesarten von Popgeschichte, zu kulturkritischen Zeitdiagnosen oder zu kuratierten Gegenöffentlichkeiten für Publika jenseits des Mainstreams. Zugleich entstehen Formen der Zielgruppenansprache, die nicht auf demografische Marktsegmente zielen, sondern auf geteilte Interessen, Bedürfnisse und ästhetische Zugehörigkeiten.

Aktivierende Reichweite zeigt sich in diesem Wirkungsraum vor allem auf inhaltlicher und gestalterischer Ebene: Nicht die Größe des Publikums ist zentral, sondern die Qualität der Resonanz, die Erweiterung von Perspektiven und die Ermöglichung alternativer ästhetischer Erfahrungen. Die Programme aktivieren, indem sie Hörer:innen neue Deutungsangebote machen (z. B. kritische Lesarten von Songtexten), bislang marginalisierte Künstler:innen sichtbar halten, oder indem sie Musik als emotional wirksames Medium einsetzen, das Menschen in ihrer Lebenslage erreicht. Gleichzeitig aktivieren sie auch die Programmmacher:innen selbst: Sie entwickeln Formate über Zeit weiter, verhandeln Qualität neu und bauen eigenständige, nicht standardisierte Erzählweisen aus.

Damit wird der ästhetische Experimentierraum als Kernidee des Nichtkommerziellen Rundfunks greifbar: Ein Agieren abseits der Marktlogik ermöglicht nicht nur andere Inhalte, sondern andere Formen. Gerade im scheinbar klassischen Genre „Musikprogramm“ entsteht so ein Labor medialer Innovation, dessen Reichweite weniger in Zahlen als in der Fähigkeit liegt, kulturelle Möglichkeiten zu erweitern, Irritation zuzulassen und neue ästhetische Öffentlichkeiten herzustellen.

6 Fazit: Aktivierende Reichweite als demokratische Basisleistung des Nichtkommerziellen Rundfunks

Die vorliegende Studie hat in der fallübergreifenden Analyse sechs zentrale Wirkungsräume des Nichtkommerziellen Rundfunks gezeigt und diese in der Folge dargestellt: demokratischer Möglichkeitsraum, Praxislabor Medien, Bildungs- und Diskursraum, infrastrukturelle Vernetzungsstruktur, Entschleunigungs- und Tiefenraum sowie ästhetischer Experimentierraum. In ihrer Gesamtschau wird deutlich, dass der Nichtkommerzielle Rundfunk nicht primär als alternativer Programmanbieter zu verstehen ist, sondern als eigenständige demokratische Medieninfrastruktur. Seine Leistung erschöpft sich nicht in der Produktion und Verbreitung von Inhalten, sondern besteht in der strukturellen Ermöglichung von Öffentlichkeit, Kompetenzaufbau, technologischer Souveränität und zivilgesellschaftlicher Vernetzung. Dies bringt für die Frage, welche Leistungen der Nichtkommerzielle Rundfunk zu erbringen vermag und wie diese nachvollziehbar und branchenadäquat gemessen werden können, unterschiedliche Implikationen, die in der Folge entlang mehrerer Denkanstöße resümiert werden.

Reichweite neu denken: Von passiver Erreichbarkeit zu aktivierender Reichweite

Eine branchenadäquate Differenzierung von Reichweite muss zwischen passiver Erreichbarkeit und aktivierender Reichweite unterscheiden. Während klassische Reichweitenmessungen ausschließlich auf quantitativen Indikatoren wie Einschaltquoten, Visits oder Klickzahlen basieren, zeigen die empirischen Ergebnisse dieser Studie, dass sich die gesellschaftliche Wirksamkeit des Nichtkommerziellen Rundfunks nur unzureichend über solche Kennzahlen erfassen lässt.

Aktivierende Reichweite bezeichnet Prozesse, in denen Individuen und Gruppen durch Angebote des nichtkommerziellen Rundfunks in die Lage versetzt werden, sich einen medialen und demokratischen Möglichkeitsraum zu erschließen, der ihnen andernfalls strukturell verschlossen bliebe. Sie ist prozesshaft, relational und kompetenzorientiert. Sie misst sich an der Dauer und Intensität der Beteiligung, an der Erweiterung medialer und sozialer Kompetenzen, an der Stabilisierung eigenständiger Öffentlichkeiten sowie an der institutionellen Absicherung partizipativer Praktiken.

In allen untersuchten Wirkungsräumen zeigt sich diese aktivierende Dimension deutlich:

- Im demokratischen Möglichkeitsraum werden marginalisierte Gruppen nicht nur dargestellt, sondern befähigt, selbst Öffentlichkeit herzustellen. Sichtbarkeit ist hier kein Nebenprodukt redaktioneller Auswahl, sondern Ergebnis partizipativer Produktionspraxis.
- Im Praxislabor Medien wird Reichweite zur Befähigungsstruktur: Personen erwerben technische, redaktionelle und performative Kompetenzen durch tatsächliche Produktion. Reichweite entsteht hier als Einbindung in Produktionsprozesse.
- Im Bildungs- und Diskursraum wird Medienkompetenz als kritische, kulturelle und politische Praxis vermittelt – formal wie informell, individuell wie kollektiv.
- In der infrastrukturellen Dimension wird Reichweite technologisch abgesichert und von algorithmischen Verwertungslogiken entkoppelt.
- Der Entschleunigungs- und Tiefenraum etabliert Zeit als demokratische Ressource und ermöglicht vertiefte Auseinandersetzung jenseits verkürzter Aufmerksamkeitsökonomien.
- Der ästhetische Experimentierraum erweitert mediale Ausdrucksformen und schafft Innovationsräume ohne unmittelbaren Marktdruck.

Reichweite im Nichtkommerziellen Rundfunk bedeutet somit nicht primär Publikumskontakt, sondern Aktivierungspotenzial. Sie zeigt sich in zivilgesellschaftlicher Vernetzung, in der Herausbildung stabiler lokaler Öffentlichkeiten und in der langfristigen Entwicklung partizipativer Medienpraxen.

Medienkompetenzvermittlung als strukturelle Kernleistung

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Leistung des Nichtkommerziellen Rundfunks über die mediale Dimension im engeren Sinne hinausgeht. Bedingt durch seine besondere Organisationsstruktur – Gemeinnützigkeit, offene Zugänge, kooperative Produktionsweisen – fungiert der Nichtkommerzielle Rundfunk als kontinuierlicher Vermittlungs- und Lernraum.

Medienkompetenzvermittlung ist dabei keine additive Bildungsmaßnahme, sondern integraler Bestandteil der Produktionslogik. Lernen erfolgt im Vollzug medialer Praxis: durch Mitgestaltung von Sendungen, durch Feedbackkultur, durch kooperative Produktionsprozesse und durch institutionelle Begleitung. Die Grenze zwischen Amateur:innentum und Professionalität bleibt bewusst durchlässig.

Die Fallbeispiele – von der Lehrredaktion bei FS1 über die Multiplikatorfunktion eines Radiomachers im schulischen Kontext bis hin zu Community-Produktionen im Fernsehen – zeigen, dass der Nichtkommerzielle Rundfunk nachhaltige Kompetenzketten erzeugt. Individuelle Lernerfahrungen werden in berufliche, pädagogische und zivilgesellschaftliche Kontexte übertragen. Aktivierende Reichweite wirkt hier über das Medium hinaus in gesellschaftliche Institutionen hinein.

Der Nichtkommerzielle Rundfunk produziert damit nicht nur Inhalte – er produziert demokratische Handlungsfähigkeit.

Ressourcenschonendes Innovationspotenzial in Zeiten aktueller demokratischer Herausforderungen

Ein weiteres zentrales Ergebnis ist das über Jahre hinweg gezeigte ressourcenschonende Innovationspotenzial des Nichtkommerziellen Rundfunks. Trotz strukturell begrenzter finanzieller Mittel wurden dezentrale Plattformstrukturen aufgebaut, journalistische Ausbildungsangebote etabliert und hybride Distributionsmodelle entwickelt.

Mit dem Cultural Broadcasting Archive (CBA) wurde eine gemeinnützige, technologisch souveräne Plattform geschaffen, die Datenhoheit, langfristige Archivierung und transnationale Vernetzung ermöglicht. Sender wie OKTO TV reagieren mit Mehrkanalstrategien und systematischem Performance-Monitoring auf veränderte Rezeptionsgewohnheiten, ohne ihre nichtkommerzielle Programmlogik aufzugeben.

Diese Entwicklungen zeigen: Der Nichtkommerzielle Rundfunk ist kein statischer „Restbereich“ des Mediensystems, sondern ein dynamischer Innovationsakteur. Er schafft niederschwellige Infrastrukturen, die das Potenzial haben, aktuellen Herausforderungen moderner Demokratien – Fragmentierung von Öffentlichkeit, algorithmische Sichtbarkeitssteuerung, Vertrauensverlust in Medien, Entpolitisierung durch Beschleunigung – strukturell zu begegnen.

Insbesondere die dezentrale Plattformlogik und die bewusste Entscheidung für „own your own data“-Strategien stärken technologische Souveränität als demokratische Ressource. Der

Nichtkommerzielle Rundfunk bietet damit eine zivilgesellschaftliche Entsprechung zur kommerziellen Plattformökonomie.

Demokratische Öffentlichkeit strukturell ermöglichen

In der Gesamtschau wird deutlich: Der Nichtkommerzielle Rundfunk ist nicht nur ein alternativer Programmanbieter neben öffentlich-rechtlichen und privaten Medien. Er ist eine demokratisch relevante Medieninfrastruktur. Seine zentrale Leistung liegt darin, demokratische Öffentlichkeit nicht nur abzubilden, sondern strukturell zu ermöglichen. Er sichert so materielle Zugänge zu Produktionsmitteln, institutionelle Unterstützung partizipativer Praxis, dauerhafte Archivierung zivilgesellschaftlicher Inhalte, Vernetzung lokaler und transnationaler Akteur:innen, Räume für Experiment, Vertiefung und Dissens.

Öffentlichkeit entsteht hier nicht als Nebenprodukt von Marktprozessen, sondern als bewusst gestalteter Möglichkeitsraum. Der Nichtkommerzielle Rundfunk fungiert als sozialer Resonanzraum, als kollektives Gedächtnis, als Ausbildungsfeld und als technologische Infrastruktur zugleich.

Gerade in einer Medienumgebung, die zunehmend von globalen Plattformen, datengetriebener Aufmerksamkeitsökonomie und ökonomischer Konzentration geprägt ist, stellt der Nichtkommerzielle Rundfunk einen demokratischen Regenerationsbereich dar. Er schafft jene brachliegenden Felder, die gesellschaftliche Selbstreflexion und Erneuerung ermöglichen.

Der Nichtkommerzielle Rundfunk entfaltet somit seine gesellschaftliche Wirkung nicht primär über maximale Publikumszahlen, sondern über die oben skizzierte aktivierende Reichweite. Diese manifestiert sich in langfristigen Beteiligungsprozessen, Kompetenzentwicklung, infrastruktureller Absicherung zivilgesellschaftlicher Öffentlichkeit und technologischer Selbstbestimmung. Er wirkt als demokratischer Möglichkeitsraum, als Praxislabor, als Bildungs- und Diskursraum, als dezentrale Plattforminfrastruktur, als Entschleunigungsraum und als ästhetisches Innovationslabor. In der Verbindung dieser Wirkungsräume entsteht ein integriertes System demokratischer Medienpraxis. Der Nichtkommerzielle Rundfunk produziert nicht nur Programme. Er produziert Teilhabe, Kompetenz, Vernetzung und Selbstermächtigung.

Aktivierende Reichweite ist dabei nicht Nebenprodukt, sondern Strukturprinzip. Sie beschreibt die Fähigkeit des Nichtkommerziellen Rundfunks, Menschen in die Lage zu versetzen, selbst Öffentlichkeit zu gestalten – und damit demokratische Handlungsfähigkeit zu entwickeln. Für medienpolitische und förderpolitische Entscheidungen bedeutet dies: Eine Bewertung des Nichtkommerziellen Rundfunks darf sich nicht ausschließlich an quantitativen Reichweitenindikatoren orientieren. Erforderlich ist eine differenzierte Betrachtung, die seine infrastrukturelle, kompetenzbildende und demokratiepolitische Funktion anerkennt.

Der Nichtkommerzielle Rundfunk ist als demokratische Basisinfrastruktur zu verstehen – als materiell abgesicherter Möglichkeitsraum, in dem Öffentlichkeit, Teilhabe und mediale Selbstermächtigung nicht nur repräsentiert, sondern strukturell hervorgebracht werden.

7 Quellenverzeichnis

Altmeppen, K.-D. (2025). Medienökonomie und öffentliche Kommunikation. In: U. Röttger, K.-D. Altmeppen, & E. Klaus (Hrsg.), *Kommunikationswissenschaft. Eine Einführung in die kommunikativen und medialen Grundlagen der Gesellschaft* (S. 331-387). Springer VS.

https://doi.org/10.1007/978-3-658-44284-2_8

Baacke, D. (1996). Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In A. von Rein (Hrsg.), *Medienkompetenz als Schlüsselbegriff* (S. 112-124). Deutsches Institut für Entwicklungspolitik.

Dewenter, R., & Rösch, J. (2015). *Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte: Eine wettbewerbsökonomische Betrachtung aus Sicht der Theorie der zweiseitigen Märkte*. Springer.

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-04736-8>

Dewey J. (1993). *Demokratie und Erziehung. Eine Einleitung in die philosophische Pädagogik*. Beltz.

Dewey, J., & Rogers, M. L. (2012). *The public and its problems: An essay in political inquiry*. Pennsylvania University Press.

Fenton, N. (2025). *Democratic Delusions: How the media hollows out democracy and what we can do about it*. Polity.

Fenton, N., Freedman, D., Schlosberg, J., & Dencik, L. (2020). *The media manifesto*. Polity.

Friedwagner, M. (2021). *Kooperationsbeziehungen des Nichtkommerziellen Rundfunks mit Einrichtungen der Erwachsenenbildung in Österreich*. [Masterarbeit, Donau-Universität Krems]

<https://www.commit.at/materialien/studien/kooperationsbeziehungen-des-nichtkommerziellen-rundfunks-mit-einrichtungen-der-erwachsenenbildung-in-oesterreich>

Grünangerl, M. (2015). *Internationale Erfahrungen mit Community Fernsehen: Verbreitung, Konzepte und Organisationsformen im Kontext unterschiedlicher Medienlandschaften*. Rundfunk und Telekomregulierungs-GmbH. https://www.rtr.at/medien/aktuelles/veranstaltungen/Gruenangerl_Community_TV_im_internationalen_Vergleich.pdf

Hugger, K.-U. (2022). Medienkompetenz. In U. Sander, F. von Gross, & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 67–80). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9_9

Keane, J. (2009). *The Life and Death of Democracy*. Simon & Schuster.

Kiefer, M. L., & Steininger, C. (2014). *Medienökonomik* (3. Aufl.). De Gruyter.

King, G. (2017). History of Struggle: The Global Story of Community Broadcasting Practices, or a Brief History of Community Radio. *Westminster Papers in Communication and Culture*. 12(2), 18–36. <https://doi.org/10.16997/wpcc.227>

Krell, C. & Lamnek, S. (2024). *Qualitative Sozialforschung*. (7. Aufl.). Beltz.

- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. (4. Aufl.). Beltz.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2024a). *Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA. Schritt für Schritt* (2. Aufl.). Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-40212-9>
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2024b). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Umsetzung mit Software und künstlicher Intelligenz* (6. Aufl.). Beltz.
- Loosen, W. (2015). *Das Leitfadeninterview – eine unterschätzte Methode*. In S. Averbek-Lietz & M. Meyen (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 139–155). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-01656-2_9
- Mansell, R. (2023). Digital Technology Innovation: Mythical Claims about Regulatory Efficacy. *Javnost - The Public*, 30(2), 145–160. <https://doi.org/10.1080/13183222.2023.2198933>
- Matthes, J., Karsay, K., Schmuck, D., & Stevic, A. (2020). “Too much to handle”: Impact of mobile social networking sites on information overload, depressive symptoms, and well-being. *Computers in Human Behavior*, 105. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106217>
- Peissl, H., & Lauggas, M. (2016). “Ich lerne mit jeder Sendung!” Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (Band 2/2016). <https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Band2-2016.pdf>
- Peissl, H., & Seethaler, J. (2020). *Public Value des Nichtkommerziellen Rundfunks*. Rundfunk und Telekomregulierungs-GmbH. <https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Publikationen/epaper/StudiePublicValue-2020-ePaper.de.html>
- Peissl, H., & Tremetzberger, O. (2020). Nichtkommerzieller Rundfunk. In J. Krone, & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie* (S. 1535–1561). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09560-4_68
- Peissl, H., Pfisterer, P., Purkarthofer, J., & Busch, B. (2010). *Mehrsprachig und lokal. Nichtkommerzieller Rundfunk und Public Value in Österreich*. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (Band 4/2010). <https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Band4-2010.pdf>
- Pickard, V. W. (2020). *Democracy without journalism? Confronting the misinformation society*. Oxford University Press.
- Popper, K. (2013). *The open society and its enemies*. Princeton University Press.
- Schweizer, C. (2019). *Öffentliche Rundfunkorganisationen als Media Commons? Nomos*. <https://doi.org/10.5771/9783748901471>
- Seethaler, J., & Beaufort, M. (2017). Community media and broadcast journalism in Austria: Legal and funding provisions as indicators for the perception of the media's societal roles. *Radio Journal*, 15, 173–194. https://doi.org/10.1386/rjao.15.2.173_1

Tippelt, R. (2018). *Lebenslanges Lernen als Kompetenzentwicklung*. In C. Hof, & H. Rosenberg (Hrsg.). *Lernen im Lebenslauf. Theorie und Empirie Lebenslangen Lernens* (S. 105-120). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-19953-1_6

Wimmer, J. (2021). Nichtkommerzieller lokaler Rundfunk und Partizipation im Wandel. In M. Behmer, & V. Katzenberger (Hrsg.), *Vielfalt vor Ort. Die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern* (S. 521-530). University of Bamberg Press.

Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods* (4. Aufl.). Sage.