

# Zwischen

Aglaja Przyborski, Andrea Schaffar, Thomas Slunecko  
Mit einem Vorwort von Sibylle Moser

# Basisdemokratie und neuen Medienvisionen

Radio hören und Radio machen bei ORANGE 94.0



Aglaja Przyborski, Andrea Schaffar, Thomas Slunecko

# Zwischen Basisdemokratie und neuen Medienvisionen

Radio hören und Radio machen bei ORANGE 94.0

Mit einem Vorwort von Sibylle Moser

Herausgeber

ORANGE 94.0 - Verein Freies Radio Wien

**ikus**

Institut für Kulturpsychologie  
und qualitative Sozialforschung



**ORANGE 94.0**

#### AUTOR\_INNEN

Dr.<sup>in</sup> Aglaja Przyborski, Mag.<sup>a</sup> Andrea Schaffar, Dr. Thomas Slunecko  
Institut für Kulturpsychologie und qualitative Sozialforschung, Wien  
Institute of Cultural Psychology and Qualitative Social Research, Vienna

#### PROJEKTLEITUNG

Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Sibylle Moser unter Mitarbeit von Mag. Pawel Kaminski

#### LAYOUT / UMSCHLAG

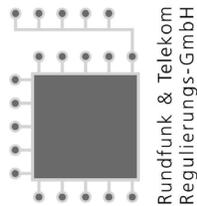
Mag. Alexander Matthias Kosnopfl / Lisa Matzi und Stefanie Schwarzwimmer

#### DRUCK

MBE - Wolfgang Primisser

Gefördert von der RTR – Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

WIEN 2014



RTR

# INHALT

1.	Die Evaluationsstudie zu ORANGE 94.0: Erkenntnisinteresse und Methode	S. 8
2.	Die diskutierenden Gruppen – ein Überblick	S. 12
2.1.	Gruppe International	S. 13
2.2.	Gruppe Milder Mix	S. 19
2.3.	Gruppe Wilder Mix	S. 24
2.4.	Gruppe Musik	S. 29
2.5.	Gruppe TrainerInnen	S. 34
3.	Typologie	S. 39
3.1.	Hörpraktiken: Wie wird ORANGE 94.0 gehört?	S. 39
3.1.1.	Orange hören: Begleitmedium mit Tücken im Alltag	S. 41
3.1.2.	Orange hören aus Verbundenheit	S. 42
3.1.3.	Orange hören: Bewusstes Interesse und aktives Suchen	S. 43
3.2.	Der Medienbegriff von Radiohörenden und -machenden	S. 45
3.3.	Verortung von ORANGE 94.0 in der Medienlandschaft	S. 47
3.3.1.	Lokale vs. globale Ausrichtung	S. 49
3.4.	Funktionen von ORANGE 94.0: Das Voicing	S. 50
3.5.	Partizipation und (politische) Teilhabe	S. 52
3.6.	Übersicht: Typologie	S. 55
3.7.	Organisationeller Wandel: Fluch und Segen der Basisdemokratie	S. 56
4.	Verzeichnis der Zitate und Tabellen, Transkription	S. 61
5.	Literatur	S. 65

# VORWORT

Qualitätsdiskussionen sind notwendiger Teil einer lebendigen Wissenskultur von Organisationen. Sie machen Stärken deutlich und zeigen Entwicklungsmöglichkeiten auf. So war es nahe liegend, Produktions- und Rezeptionsweisen des Freien Radios in Wien zum 15ten Geburtstag in einer Qualitätsstudie evaluieren zu lassen. Einleitend seien an dieser Stelle ein paar Gedanken als Auftraggeberin der Studie aber auch als Medienwissenschaftlerin erlaubt.

Entscheidend für die praktisch effektive Qualitätsbestimmung einer Medienorganisation ist eine Antwort auf die komplexe Frage: Qualität wovon, in welcher Situation und für wen? Statt quantitativer Nutzung von „Inhalten“ geht es in der vorliegenden Analyse entsprechend um Kommunikation und Kompetenz; und statt Werbewirksamkeit und Einschaltquote werden hier nichtkommerzielle Weisen der Sendungsproduktion und des Hörens rekonstruiert. Dass die Erhebung dieser prozessorientierten Qualitätsdimensionen ein adäquates Forschungsdesign erfordert, liegt vor dem Hintergrund aktueller Methodendiskussionen auf der Hand. Die Entscheidung für die Auftragsvergabe fiel deshalb auf das Institut für Kulturpsychologie und qualitative Sozialforschung (IKUS), einem Vorreiter und führenden Innovator qualitativer Kommunikationsforschung in Österreich.

Die Studie bietet eine Bestandsaufnahme zentraler handlungsleitender Orientierungen und Weltsichten von Hörer\_innen, Sendungsmacher\_innen und Radiotrainer\_innen von ORANGE 94.0. Sie portraitiert im Rahmen von fünf Gruppendiskussionen also nicht weniger als die soziale Realität des Programms bzw. der Programminhalte. Die Zusammensetzung der insgesamt 29 Teilnehmer\_innen macht deutlich, dass die Qualität dieser Realität notwendig mehrdimensional ist. Im Jubiläumsjahr 2013 versammelten sich nicht nur Akteur\_innen verschiedener Altersgruppen und Lebenswelten sondern auch verschiedene Mediengenerationen zum Gespräch. Der „Content“ bzw. „die Bedeutung“ des Radioprogramms wird in den fünf Diskussionen als Artikulation diverser, engagierter und kritischer Perspektiven auf Medien und Gesellschaft erkennbar.

So wird etwa die Funktion des „Voicings“, die bereits in einer 2012 durchgeführten Online-Befragung für die Mehrheit der befragten Sendungsmachenden zentral war, in der Studie bestätigt. Diskutant\_innen formulieren als Qualitätskriterium, dass Sendungen bei ORANGE 94.0 zivilgesellschaftlich engagierten Szenen, Migrationsmilieus und musikalischen Subkulturen, die in etablierten Medien (dem „Mainstream“) kaum vorkommen, eine Stimme geben. Weiters wurde und wird die Vermittlung von Medienkompetenzen und medialer Selbstermächtigung als eine Kernqualität der Programmschöpfung bei ORANGE 94.0 genannt. Zentrale Aufgabe der Qualitätssicherung ist es also, diesem Anspruch auf Komplementarität und Medien(fort-)bildung laufend gerecht zu werden. Ein Radioprogramm „abseits des Mainstreams“ stellt aber auch hohe Anforderungen an Themenfindung und Gestaltung. Es braucht konsequenterweise die gemeinsame Reflexion und Entwicklung der Sendungen durch die Radiomachenden. Entsprechend werden 2014 zwei Projekte zur Schärfung von Programmkriterien und zu Feedback- und Lernangeboten durchgeführt, letztere erfreulicherweise mit steigendem Zuspruch – gut Ding braucht Weile.

Der in der Studie gruppenübergreifend artikulierte Anspruch, unterrepräsentierten Positionen, Themen, und Musikstilen im Programm Gehör zu verschaffen, geht mit unterschiedlichen strukturellen Qualitätsansprüchen, also Ansprüchen im Hinblick auf die Medienorganisation einher. Einige Diskutant\_innen verstehen ihre Sendungsproduktion als politischen Aktivismus und verknüpfen diese Handlungsorientierung direkt mit der Teilhabe an der Organisation. Sie empfinden die Differenzierung zwischen ehrenamtlicher Programmschöpfung und professionalisierten Organisationsstrukturen häufig als basisdemokratisches Defizit. Andere, häufig Radiomachende mit Migrationshintergrund, stufen die Möglichkeit zur Teilhabe an medialer Öffentlichkeit als Chance ein. Ein dritte Gruppe scheint politische Teilhabe mit Selbstverwaltung gleichzusetzen und lehnt diese als zermürend und obsolet ab.

Die Studie zeigte damit, dass strukturelle Qualitätsansprüche unterschiedliche Interessen, Lebenswelten und auch Ressourcen der Akteur\_innen widerspiegeln. Sie

gilt es im Licht der Geschichte des Senders zu konkretisieren und auf ihr jeweiliges Entwicklungspotenzial für Programm und Organisation hin zu befragen. So ist es für die Qualität des Radios von zentraler Bedeutung, die Interessen und den Selbsterhalt alteingesessener Szenen mit der Unterstützung von und der Offenheit gegenüber Neueinsteiger\_innen unterschiedlicher Herkunft zu konfrontieren. Diese Konfrontation findet ihren produktivsten Ort in der gemeinsamen Gestaltung innovativer und inklusiver Sendungsformate. So werden 2014 vermehrt gemeinsame Programmschwerpunkte entwickelt und im Austausch von alten und neuen Radiomachenden eine sendungsübergreifende Nachrichtenredaktion aufgebaut.

Neu ist, dass die Untersuchung auch Qualitäten des Hörens thematisiert. Die meisten Diskutant\_innen sind sich einig, dass eine befriedigende Nutzung von ORANGE 94.0 eine bewusste und aktive Auswahl von Sendungen aus Live-Programm oder Online-Archiv erfordert. Dieses Erfordernis scheint insbesondere für Teilnehmer\_innen, für die eine permanente Auswahl aus dem fast grenzenlosen Netzangebot Alltag ist, selbstverständlich. Der ebenfalls formulierte Anspruch, dass das Freie Radio besser als bisher als Begleitmedium funktionieren soll, scheint ihnen nicht mehr wichtig. So konträr diese beiden Ansprüche sind (hier bewusste Auswahl, dort den Alltag strukturierendes Begleitmedium), so klar teilen sie die Orientierung an einem dualen Sender-Empfänger-Modell.

Diesem konventionellen, nach wie dominantem Medienbegriff wird als dritte Option die Grenzüberschreitung von Produktion und Rezeption gegenübergestellt. Aus Radiomachenden können Hörer\_innen werden und umgekehrt. Als zentraler Bedeutungshorizont des Freien Radios erscheint hier seine Rolle als soziales Medium. So wird bei ORANGE 94.0 seit 15 Jahren unaufgeregt von Menschen, die das Radio auch hören, „User-Generated Content“ produziert. Diese Einbindung hängt nicht zuletzt mit dem Selbstverständnis des Radios zusammen, dass die aktive Teilhabe an medialen Öffentlichkeiten direkt mit der Vermittlung medientechnischer Fähigkeiten zusammenhängt. Lag früher der Fokus fast ausschließlich auf der Sendungsproduktion, öffnen die Beiträge der Diskutant\_innen den Blick für die Fähigkeiten die es braucht, um das Radioprogramm terrestrisch, via Livestream oder im Nachhör-Archiv für sich zu entdecken.

Hörqualität bei ORANGE 94.0 bedeutet konkret, unter mehr als 150 Sendungsangeboten Lieblingssendungen zu finden, Sendetermine nicht zu verpassen, die geschätzten Redakteur\_innen on Air zu treffen und die Möglichkeit zu haben, sich potenziell sowohl als Hörer\_in als auch als Produzent\_in direkt ins Programm einzubringen. Diese Qualität erlebt durch die Zeit- und Ortsunabhängigkeit mobiler Kommunikationstechnologien eine entscheidende Weiterentwicklung. Die Gleichsetzung von neuen Technologien mit krudem Kommerz scheint mir – nicht zuletzt angesichts der traditionellen Vorreiterrolle Freier Radios im Bereich digitaler Netzkulturen – für die Entwicklung des Mediums ORANGE 94.0 nicht zukunftsweisend sein. Parallel zu Studie wurde deshalb eine Radio App mit Favoritenverwaltung, Erinnerungsfunktion, Archivangebot und Empfehlungs- und Verbreitungsmöglichkeiten entwickelt. Sie legt die Basis für crossmediale Formen der Beitragsgestaltung und soll die vielfältigen Communities im Radio noch stärker mit der Stadt und ihren Bewohner\_innen verbinden.

Wir können den nächsten 15 Jahren Freies Radio in Wien also optimistisch entgegen blicken. Mit offenen Köpfen, gutem Gesprächsklima und ausreichenden Mitteln sind die Weichen für die qualitative Weiterentwicklung von ORANGE 94.0 gestellt. Dafür sei allen an der Studie Beteiligten – dem Forschungsteam von IKUS, den 29 Diskussionsteilnehmer\_innen, dem Radioteam, 450 Programmschöpfer\_innen und dem Fördergeber RTR herzlich gedankt!

Dr.<sup>in</sup> Sibylle Moser  
Geschäftsführung

# 1.

## DIE EVALUATIONSTUDIE ZU ORANGE 94.0: ERKENNTNISINTERESSE UND METHODE

ORANGE 94.0 vereinbarte mit der der Rundfunk & Telekom Regulierungs GmbH (RTR) als Teil des im Herbst 2012 gestarteten Programmentwicklungsprozesses des Freien Radios in Wien, die Qualität des Senders sowie zentrale Probleme und Chancen der freien Radioproduktion bei ORANGE 94.0 zu evaluieren.

Das Freie Radio gehört zu den noch sehr jungen Feldern auf dem Gebiet der Massenmedien, zu den neusten und innovativsten in der Radiolandschaft. Die Entscheidung ist daher für eine qualitative, bzw. genauer: eine rekonstruktive Methode gefallen. Rekonstruktive Methoden (Bohnsack 2009, Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014) zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihren Gegenstand rekonstruieren. Das bedeutet, dass sie in der Lage sind, Neues zu Tage zu fördern und dies zugleich auch zu überprüfen und zu validieren. Das unterscheidet sie von anderen qualitativen Verfahren, die z.T. nur heuristisch eingesetzt werden, d.h. um Hypothesen zu generieren bzw. auf neue Ideen zu kommen. Zentraler Schritt zur Validierung der Ergebnisse ist die komparative Analyse, d.h. der systematische Vergleich von Einzelfällen und die Erstellung einer Typologie, wie es im vorliegenden Bericht geleistet wurde (weiterführend: Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014).

Konkret wurde mit der dokumentarischen Methode gearbeitet. Sie nimmt ihren Ausgang u.a. bei der Wissenssoziologie von Karl Mannheim (1980) und wurde seit den 1980er Jahren von Ralf Bohnsack (u.a. 2009) und seinem Team (u.a. Loos et al. 2013) zu einer umfassenden Methodologie und Methode empirischer Sozialforschung ausgearbeitet. Ausgangspunkt der Methode ist die Unterscheidung zwischen zwei Formen des Wissens: erstens dem in die Handlungspraxis eingelassenen Wis-

sen, und zweitens dem kommunikativ-generalisierten Wissen. Die erste Form strukturiert unsere Praxis und kann von daher auch als praktischer oder a-theoretischer Sinn verstanden werden. Über die zweite Form können wir leichter Bescheid geben. Hier handelt es sich um unsere Meinungen und Einstellungen, sowie um die Theorien, die wir uns über unser Handeln bilden.

Verdeutlicht kann diese Unterscheidung an dem Begriff des „Studiums“ werden. Er bedeutet für viele eine Zeit der persönlichen Entwicklung, des intensiven Wissenserwerbs, der vertieften Auseinandersetzung mit einem Thema, die Professionalisierung der eigenen Arbeit, eine Zeit mit vielen sozialen Kontakten und entsprechenden Events, etc. Landläufig sagt man „für jeden etwas anderes“. Ganz stimmt das nicht, wenn man sich die (ehemaligen) Studienkollegen und –kolleginnen vergegenwärtigt: Hier gibt es wahrscheinlich deutliche Überschneidungsbereiche bzw. Gemeinsamkeiten in der Bedeutung des Studiums. Das ist die erste Form der Bedeutung. Der sogenannte „Dokumentsinn“. Es ist auch jener Sinn, der uns im alltäglichen Handeln, also auf der Grundlage einer gemeinsamen Praxis miteinander verbindet. In diesem Sinne handelt es sich sowohl um einen praxeologischen als auch um einen kollektiv gegebenen Sinn.

Auf der kommunikativ generalisierten Ebene ist „Studium“ ganz einfach „die Ausbildung an einer Universität oder Hochschule“. Hier handelt es sich also um definitives und lexikalisches Wissen, um institutionalisierte Formen des Wissens, das Wissen über soziale und professionelle Rollen, und – wie bereits erwähnt – die Ebene von Meinungen und Einstellungen.

Große theoretische Gemeinsamkeiten weist die dokumentarische Methode mit dem praxeologischen Zugang von Pierre Bourdieu (u.a. 1980) auf. Der „Habitus“ ist sowohl eine Struktur, die in der Praxis gebildet wird, als auch eine, die die Praxis selbst wiederum strukturiert. Es handelt sich also um ein generisches Prinzip.

Die dokumentarische Methode zielt genau auf dieses generische Prinzip ab, und zwar auf Handlungsorientierungen, die in der Praxis gebildet werden und diese wiederum hervorbringen. Zugang zu diesem Orientierungswissen erlangt man z.B. über Erzäh-

lungen und Beschreibungen, die – möglichst gemeinsam – von Personen gebracht werden, denen eine bestimmte Praxis gemein ist. Ein methodischer Zugang, der sich daher schon als Klassiker der dokumentarischen Methode bezeichnen lässt, ist die Gruppendiskussion.

In Gruppendiskussionen geht es vor allem darum, dass die Teilnehmenden frei miteinander sprechen können. Das hat den Vorteil, dass man die Relevanzsetzungen der Untersuchten rekonstruieren kann und nicht nur die Themen, die von den Forschenden gesetzt wurden, ins Visier bekommt. Man erforscht also das, was das Handeln der Untersuchten strukturiert.

Die Gruppendiskussionen wurden transkribiert und einer dokumentarischen Interpretation unterzogen. Das heißt, dass sowohl der kommunikativ-generalisierte als auch der dokumentarische Sinngehalt systematisch rekonstruiert wurden. Dargestellt wurden die Ergebnisse in Form von Falldarstellungen und einer Typologie. Die Handlungsorientierungen der untersuchten Gruppen werden zunächst in der Logik des einzelnen Falles dargestellt. Die Ergebnisse des systematischen Vergleichs der Gruppen werden in einer Typologie verdichtet.

Zwischen Juni und September 2013 wurden fünf Gruppendiskussionen durchgeführt, in denen HörerInnen und SendungsmacherInnen, die sich auf eine entsprechende Einladung des Senders gemeldet hatten, ihre verschiedenen Praxen des Radiomachens und -hörens, bzw. ihre Erfahrungen mit ORANGE 94.0 diskutierten. Der hier vorliegende Bericht gibt Einblicke in die Alltagspraxen der Radiomachenden und -hörenden, ihre Anliegen und (z.T. offen gebliebenen) Wünsche; er rekonstruiert die handlungsleitenden Orientierungen, die diesen Praxen und Erfahrungen zu Grunde liegen. Die aus den Diskussionen ausgewählten Stellen ermöglichen dem/der LeserIn auch einen Einblick in die hier verfolgte Forschungslogik und die analytische Grundhaltung der dokumentarischen Interpretation.

Ein Aspekt gleich vorweg: Es lässt sich in der Literatur eine erste, vorsichtige Kritik an der klassischen Unterscheidung von Rezeption und Produktion in der Medientheorie

ausmachen (vgl. Przyborski 2013). Wo lässt sich bsp. jener einordnen, der ein Bild aus dem Netz mit dem Handy als screen-shot fotografiert, nachbearbeitet und dann wieder verschickt: Produzent oder Rezipient? Die Feldforschung, die mit den Gruppendiskussionen für ORANGE 94.0 in Verbindung steht, hat schon gezeigt, dass für das Freie Radio auch auf theoretischer (nicht nur auf methodologischer) Ebene ein innovativer Zugang notwendig ist: SendungsmacherInnen und HörerInnen haben sich zu gemeinsamen Diskussionen versammelt, denn das wird der Radiopraxis des Senders ORANGE 94.0 gerecht. Radio machen und Radio hören verschwimmen bei ORANGE 94.0, d.h. die klassische Unterscheidung in „hier Produzenten – da Rezipienten“ bildet die Alltagspraxis des Senders nicht ab, sondern vielmehr eine common-sense Annahme, die sich empirisch nicht bestätigen lässt. ORANGE 94.0 ist eine interaktive Plattform für Radio – jede Person kann prinzipiell hören und machen. Diese Praxis ist uns auch von Social-media-Plattformen wie facebook oder flickr geläufig. Hier ist auch jede/r prinzipiell in beiden Positionen.

Ein wichtiger Hinweis für die Lektüre ebenfalls noch vorweg: Es handelt sich in der gesamten Darstellung um eine Rekonstruktion der Orientierungen der Teilnehmenden an den Gruppendiskussionen. Nur dort, wo extra darauf hingewiesen wird, finden sich einzelne Kommentare, Empfehlungen, oder die Einordnung der Ergebnisse in theoretische Konzepte. Da dies möglicherweise Lesegewohnheiten zuwiderläuft, ist es am besten, sich vorzustellen, dass der vorliegende Text in die verschiedenen Welten bzw. Weltansichten der Gruppen führt.

## 2.

# DIE DISKUTIERENDEN GRUPPEN EIN ÜBERBLICK

Zwischen Juni und September 2013 wurden in den Räumlichkeiten von ORANGE 94.0 fünf Gruppendiskussionen mit vier bis acht TeilnehmerInnen durchgeführt (Gruppe 'International', Gruppe 'Milder Mix', Gruppe 'Wilder Mix', Gruppe 'Musik', Gruppe 'TrainerInnen'). Die Zusammenstellung der Gruppen wurde in enger Kooperation zwischen dem Team von ORANGE 94.0 und jenem des Forschungsprojektes nach den Prinzipien des *theoretical samplings* (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014) durchgeführt. Neben SendungsmacherInnen nahmen an allen Gruppen auch HörerInnen von ORANGE 94.0 teil, die über Aufrufe des Senders und mediale Kanäle wie z.B. Facebook ihren Weg zu den Diskussionen fanden. Der Fokus des Samplings lag darauf, ein umfassendes Bild verschiedener Zugänge und Handlungspraxen, die es im Rahmen von ORANGE 94.0 gibt, und damit ein repräsentatives Bild der Alltagspraxen des Senders zu gewährleisten.

## 2.1. GRUPPE INTERNATIONAL

In der Gruppe International kamen fünf Radiomachende und drei HörerInnen zusammen, deren gemeinsamer Hintergrund die Sendungen von und für unterschiedliche(n) Migrationsmilieus darstellt. Sechs der acht Diskutierenden wurden nicht in Österreich geboren und sind als Radiomachende bzw. im Umfeld von Sendungen tätig – in der Gruppe fanden sich TeilnehmerInnen mit afrikanischen, südamerikanischen und asiatischen Wurzeln. Zwei weitere Teilnehmer, ein Radiomacher und ein Hörer, stammen aus Österreich. Alle sind zwischen 30 und 55 Jahre alt. Einige der Radiomachenden sind schon seit der Gründungszeit dabei, andere kürzer, niemand von ihnen aber ist erst seit kurzem bei ORANGE 94.0.

Zu Beginn aller Gruppendiskussionen wurden die Teilnehmenden gebeten, über ihre Eindrücke und Erfahrungen zu erzählen. Gemeinsam sollte miteinander, d.h. ohne Gesprächsleitung durch die ForscherInnen, darüber diskutiert werden, was für die Gruppe selbst auf der Agenda steht. Auch bei der Gruppe International zielt der Eingangsimpuls der Diskussion umfassend auf die Erfahrungen, Erlebnisse und Eindrücke der TeilnehmerInnen ab. Mit dieser Fokussierung rückt die Handlungspraxis der DiskutantInnen in den Vordergrund, sie ist es, die analytisch rekonstruiert werden soll. Im Eingangsstimulus wird sowohl das Radiomachen als auch das Hören adressiert und die gemeinsame Diskussion aller Anwesenden als Ziel genannt. Die Gruppe soll selbst und selbstläufig die Themen der Diskussion einbringen. Die Forschenden führen kein klassisches Interview, vielmehr stimulieren und begleiten sie die Diskussion zwischen den Teilnehmenden und greifen möglichst nicht in den Ablauf ein.

*Die Umgangsformen innerhalb von ORANGE 94.0 beinhalten eine Anrede per Du, dies wurde zu Beginn der Diskussion mit Bezug auf die den Forschenden bekannten internen Gepflogenheiten abgeklärt. Die TeilnehmerInnen werden durch die direkte Ansprache eingeladen, gestaltend an der Diskussion teilzunehmen. Durch die Fragen und die Schwerpunktsetzung auf die Prioritäten der Gruppe, nicht der Forschenden, wird betont, worum es geht: Was auch immer und wie auch immer diskutiert werden soll, ist die Angelegenheit der Gruppe. Diese*

reagiert – nicht ungewöhnlich – auf den Eingangsimpuls mit einer längeren Pause und nimmt danach das Gespräch auf:

48	<b>Am:</b>	Ah wer is eigentlich alles da dann Radiomacher und wer wer sind alles
49		Zuhörer?
50	<b>Yf:</b>	L mhm
51	<b>Yf:</b>	L Das wär gleich eine Frage (.) wenn ihr vielleicht wollts ihr
52	<b>Am:</b>	L sind Radiomacher
53	<b>Yf:</b>	eine Runde oder so am Anfang machen dass ihr vielleicht ein bissl was
54		(.) sagts oder? das wär eine Idee dass ihr (.)kurz euch gegenseitig
55		auch vorstellts.
56	<b>Am:</b>	L Das wir wissen was welche unsere Verbindung is mit Radio
57		Orantsch wie wir heissen vielleicht Yf:
58		L Genau (2)

*Zitat 1, Gruppe International, Eingangspassage, Zeile 48-58*

Die Gruppe International umfasst acht Personen und ist damit die größte im Rahmen des Projektes. Am<sup>1</sup> stellt die Frage, wer RadiomacherIn bzw. HörerIn ist. Yf, die bei der Diskussion anwesende Forscherin, schlägt deshalb eine Vorstellungsrunde vor. Ein weiterer Diskussionsteilnehmer expliziert nun, was der Fokus der Vorstellung sein soll: Es geht um die Verbindung der jeweiligen Personen zu ORANGE 94.0 und um die Namen der Anwesenden. Dies wird von Yf validiert, d.h. es wird bestätigend zugestimmt. Die Diskussion beginnt nun, was eher selten der Fall ist, mit einer Vorstellung:

60	<b>Cm:</b>	((räuspern)) Ich heisse Tamir Malei ursprünglich stamme aus Yemen
61	<b>Yf:</b>	L mhm
62	<b>Cm:</b>	und mache Radio Yemen// <b>Yf:</b> mhm// und jeden Sonntag 10 bis 11
63		Uhr (.) und ah mit meinem anderen Freund ick hab Radio am Mittwoch 10Uhr
64		30 // <b>Yf:</b> mhm// bis 11 Uhr 30 ((einatmen)) Radio Jemen in
65		jemenitischer Sprache das kommt darauf an ah (.) welche Gäste wir
66		einladn=manchmal in Englisch manchmal in Deutsch und so und so
67		°gemischt° ( öh ) machen wir seit fast Anfang Radio Orantsch seit
68		Beginn von Radio Oran-; und was hat uns zu Radio Orantsch
69		((unverständliches Sprechen im Hintergrund)) gebracht is nicht nur
70		(unsere Sendung) bei uns war Radio Oransch oder ah Okto TeVe waren
71		alternative Möglichkeiten die unterscheiden sich vom Mainstream (.) wie
72		eine Mainstreammeinung haben wir eingeladen wir sind viel freier viel
73		emanzipatorischer @(. )@ ( ) im Sinne da (.) im Sinne der Menschen die
74		unterdrückt worden sind sei es zuhause oder sei es in Europa (.) und

*Zitat 2, Gruppe International, Eingangspassage, Zeile 60-74*

<sup>1</sup>Alle DiskussionsteilnehmerInnen werden mittels Buchstaben und der Beifügung „m“ oder „f“ (männlich/weiblich) maskiert. Die Forschende wird mit dem Buchstaben Y und ebenso einer Geschlechtsbeifügung gekennzeichnet.

Cm nimmt die vorab von drei anderen TeilnehmerInnen verhandelte Vorstellungsrunde auf und beginnt seinen Bezug zu ORANGE 94.0 zu entfalten: Er gestaltet eine regelmäßige Sendung für eine migrantische Community, die – abhängig von den jeweiligen Gästen – teils in der Herkunftssprache, teils in Englisch oder Deutsch durchgeführt wird, sowie eine weitere Sendung mit einem Freund gemeinsam, die nicht genauer benannt wird. Seine Motivation als Radiomacher tätig zu sein, besteht darin, alternative Möglichkeiten abseits des Mainstream zu schaffen bzw. zu nutzen, und für unterdrückte Menschen emanzipatorisch tätig zu sein. Hier lässt sich eine erste Orientierung feststellen: Der primäre Rahmen für das Sendungsmachen liegt in der Möglichkeit, eine Alternative zur Mainstreammeinung transportieren und sich emanzipatorisch äußern zu können. Der politische Aspekt der Tätigkeit rückt so in den Vordergrund und wird im Folgenden weiter ausgeführt.

75	Cm: a:h a:h versuchen wir halt (.) a:h diese nicht freie
76	Meinungsausßerung=und wir sind vielmehr (.) nicht wie wie man sagt da
77	Wertfreiheit schätzen wir (diese Europa ist für sie wertend) aber wir
78	stehen für Menschlichkeit und Solidarität und Humanität das treibt uns
79	eigentlich und Gott sei Dank ist es uns in Wien gelungen nicht nur in
80	Wien auch in anderen europäischen Ländern ist es gelungen dass solch
81	alternative Radio Radios zustande gekommen sind ( ) aber jetzt

*Zitat 3, Gruppe International, Eingangspassage, Zeile 75-80*

Der in Zeile 57-58 vorgeschlagene Inhalt der Vorstellungsrunde – der eigene Bezug zu ORANGE 94.0 und der jeweilige Name – wird so erweitert um eine Verortung bezüglich der Motivation zur eigenen Radiotätigkeit. Bei ORANGE 94.0 eine Sendung zu machen wird im Bereich zivilgesellschaftlicher Aufgaben platziert, es geht um mehr als reine Sendungsgestaltung. Diese Themensetzung wird von der Gruppe aufgenommen. Die darauffolgende ausführliche Vorstellungsrunde dauert fast 40 Minuten. Alle Sendungsmachenden und HörerInnen bekommen dabei Platz, ihre eigene Vorstellung zum Radiomachen bzw. -hören darzulegen. Daran zeigt sich eine Orientierung der Gruppe bezüglich des Umgangs mit in der Gruppe vorhandenen Unterschieden: Alle bekommen Platz, es wird nachgefragt und Verständnis gesucht, um für die Diskussion in einer recht großen Gruppe unbekannter Personen eine gemeinsame Basis zu schaffen.

Aus der Gruppendiskussion International wurden drei Passagen ausgewählt, die für das Erkenntnisinteresse des Projektes relevant sind: In den Passagen „Wer darf kritisieren?“ und „Gesellschaftskritik“ beschäftigt sich die Gruppe mit ihrer eigenen Position im medialen Feld und der damit verbundenen Aufgabe. Zunächst diskutiert die Gruppe die Frage, ob im Bereich klassischer Musik in Österreich häufig genug InterpretInnen aus anderen Ländern zu hören sind, und kommen zu dem Schluss, dass die besten InterpretInnen aus der ganzen Welt bei entsprechenden Veranstaltungen zu hören und zu sehen sind. Wie allerdings die Bewertung dieser Darbietung zu erfolgen hat, darüber gibt es keine Einigkeit. Für den autochthonen Gruppenteilnehmer ist es selbstverständlich, dass die Bewertung und Kritik der Interpretation klassischer Musik eine Zugehörigkeit zur ‚Hochkultur‘ voraussetzt. Die TeilnehmerInnen mit Migrationshintergrund sehen das anders. Damit wird performativ auch der Konflikt zwischen dem Mainstream und einer alternativen Sichtweise deutlich:

42	<b>Gf:</b>	L die Kommenta:r das is ein:e Macht
43		(.) versteh- verstehst das is=äh etwas anders; wie wenn=ma (.) äh
44		interpretie:rt; die Interpretar oder die also Schüler als da
45		Student oder als=a Interpreta, das (.) kann durchaus äh (.)
46		machen lassen,
47	<b>Em:</b>	L Mhm
48	<b>Gf:</b>	L aber als Kommenta:r, als Kritiker,
49	<b>Em:</b>	L Mhm
50	<b>Gf:</b>	L so. (.)
51		dass is wenig-, dass kann man sich wirklich sehr schwer
52		vorstellen in Wien; gerade über mh=@(.)@

*Zitat 4, Gruppe International, Passage "Wer darf kritisieren", Zeile 42-52*

Dass ‚österreichische‘ Musik von Migrantinnen interpretiert werden kann, d.h., dass diese in einem Konzert oder einer Sendung auftreten, ist nicht, worum es den Sendungsmachenden hier geht; für diese steht anderes im Fokus. Die Sendungen ermöglichen ihnen eine andere Funktion zu übernehmen, und zwar jene des Kommentierens und Kritisierens – eine Funktion (und gesellschaftliche SprecherInnenposition), die MigrantInnen, wie exemplarisch für den Bereich der klassischen Musik in Wien ausgeführt wird, sonst nicht zugestanden wird. ORANGE 94.0 eröffnet die Möglichkeit dazu und bietet so eine Plattform für die Stimmen dieser Communities. Anhand weiterer Themen, wie z.B. über die Philosophie Hegels diskutierende Schwarzafrikane-

Innen, elaboriert die Gruppe diese für sie wichtige Funktion von ORANGE 94.0. Sowohl gesellschaftspolitisch als auch für ihre jeweiligen Communities ist dies eine zentrale Aufgabe. Die Ausrichtung der Sendungen ermöglicht es, auch nicht-hegemonialen Stimmen abseits des Mainstreams Gehör zu verschaffen. ORANGE 94.0 wird damit von der Gruppe außerhalb des massenmedialen Kanons und im Vergleich zu anderen Radiosendern mit einer klar anderen, nämlich gesellschaftskritischen Funktion positioniert.

ORANGE 94.0 wird, das belegt die nächste Passage, als ein „community-Sender“ apostrophiert; gerade damit aber unterläuft es die Polarität von ‚privatem‘ versus ‚staatlichem‘ Radio, es hat keinen in der Medienlandschaft vorgesehenen Platz:

94	Gf:	L Das
95		überhaupt ähh zum Beispiel ORANGE 94.0, das ist eine Community
96		Sendung,
97	?m:	L Ja die-
98	Gf:	L aber als zu (.) zu: private Sendung zugeordnet ist,
99		ich find das ist auch absurd, ich glaub das soll überhaupt eine
100		Sparten geben (.) so,
101	Df:	L na=eben der Privatsendungen kriegen eh
102		von der GIS Geld (.) und so weiter;
103	Gf:	L öffentlich ( ) oder staatliche Sendung @(.)@ oder Teil
104		Community Sendung und dann Privatsendungen; das soll wirklich
105		differenziert werden, aber jetzt die Sendung wird zu einer
106		Privatsendung zugeordnet; das is auch absurd °finde ich°;

*Zitat 5, Gruppe International, Passage "Gesellschaftskritik", Zeile 94-106*

Wie ausgeführt wird, existieren rechtlich gesehen in der österreichischen Medienlandschaft zwei Formen: öffentlich-rechtliche Medien und private Sender. Die derzeitige Praxis, ORANGE 94.0 im rechtlichen Status eines Privatradios zu führen, wird als „absurd“ bewertet. Eigentlich bräuchte es angesichts der spezifischen Aufgabe eine eigene Sparte als Communityradio. Das Radiomachen an sich ist für die Diskutierenden ein positiver Orientierungshorizont (siehe dazu auch Zitat 5), die rechtlichen und auch finanziellen Gegebenheiten stellen demgegenüber einen negativen Horizont für die Gruppe International dar.

Dem, was durch ihre Sendungen zivilgesellschaftlich geleistet wird, kommt nicht die

notwendige und eigentlich zustehende Aufmerksamkeit zu.

67	<b>Cm:</b>	Aufgabe ist wirklich (.) Dank Dank unserer Sendungen (.) dass die
68		Gesellschaft (an sich wirklich) in einer Harmonie lebt kann man
69		wohl sagen. weil wir unsere Sendung verständigt die Menschen
70		miteinander und und wirklich das Manko was diese Kommerziellen
71		nicht tut tun wird; Uns geht da-
72	<b>Df:</b>	L Ja aber die versuchen unsere Leute
73		anzupassen
74	<b>Cm:</b>	L ja ja uns uns geht das uns geht das nicht um ein
75		Gewinnmaximieren sondern wirklich Aufgabe zu erfüllen; is unsere
76		Aufgabenerfüllung ist das indem dass wir (.) unsere Leute
77		wirklich die keine Chance haben (.) dann (.) und das muss in der
78		Gesellschaft geschätzt werden und deswegen appellieren wir auch
79		an die Politiker ne, und leider (.) unsere Politiker sind
80		Opportunisten, und wir haben auch das Ansehenproblem weil
81		Mainstreammedien (.) schauen uns als wären wir auch (.) also wenn
82		ich sage was machst du? Radio @Orange@ da dann aber schmunzeln

*Zitat 6, Gruppe International, Passage "Zivilgesellschaftliche Aufgabe Orange", Zeile 67-82*

Für die Sendungsmachenden der Gruppe International liegt ihre Aufgabe nicht nur darin, für ihre jeweiligen Communities Brücken zur österreichischen Gesellschaft und Kultur jenseits der bloßen Anpassung zu schaffen und ihnen mediales Gehör und mediale Teilhabe zu ermöglichen, sondern zu einer harmonischen Gesellschaft überhaupt beizutragen, zu einer Verständigung und einem Austausch zwischen gesellschaftlichen Segmenten, die sonst voneinander gar nicht Kenntnis hätten. Dass diese so wichtige zivilgesellschaftliche Aufgabe bei PolitikerInnen wie Mainstreammedien auf so wenig Verständnis stößt und die gesellschaftliche, rechtliche, finanzielle (und für einige der TeilnehmerInnen auch organisationsinterne) Anerkennung dieser Arbeit ausbleibt, ist für die Sendungsmachenden ein negativer Horizont.

ORANGE 94.0, das wird an einer anderen Stelle deutlich, dient insofern nur als Feigenblatt für Berufungen auf Diversität und Toleranz, ohne die passenden rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen vorzufinden, um diese wirklich enaktieren zu können.

## 2.2. GRUPPE MILDER MIX

In der Gruppe Milder Mix kommen vier Diskutierende zusammen. Drei davon sind unterschiedlich lange als Radiomachende tätig, eine Person seit der Gründung, eine weitere seit einigen Jahren und die dritte erst seit kurzem. Die Sendungen sind im politischen und kulturellen Bereich angesiedelt. In der Runde ist auch ein Hörer mit schon länger andauerndem Bezug zu ORANGE 94.0 anwesend, seine Erfahrungen reichen bis in die Zeit der Piratensender zurück. Die Gruppe ist bezüglich des Alters heterogen zusammengesetzt, die TeilnehmerInnen sind von Mitte 20 bis 50 in einem Abstand von jeweils circa 10 Jahren gestreut.

Die Gruppe beginnt nach dem Eingangsimpuls ihre Diskussion mit einer Vorstellungsrunde und den eigenen Sendungen bzw. dem Bezug zum Sender an sich. In die Schilderungen eingebettet wird die persönliche Radionutzung im Alltag.

92	<b>Bf:</b>	L@Da ist es angenehm@ und dann
93		hör ich in der Früh einfach zum Aufwachen irgendwie gern
94		(irgendwie) das Morgenjournal, also so (Nachrichten) und
95		ansonsten halt irgendwie dann eher auch Radio Wien oder so aber

*Zitat 7, Gruppe Milder Mix, Eingangspassage, Zeile 92-95*

Radio ist für die Gruppe – Bfs Aussage steht an dieser Stelle auch stellvertretend für die Schilderungen der anderen – ein Begleitmedium. Radio wird, wie in diesem Beispiel, in der Früh begleitend zum Aufwachen gehört. Radio läuft auch unter Tags nebenher, hier ist die Funktion des Radiohörens ebenso im Nebenher verortet. Aus den Schilderungen der Gruppe lässt sich an vielen Stellen der Diskussion eine Dualität zwischen Radio Hören als begleitendes Medium, und dem Radio Machen im Sinne einer aktiven Tätigkeit ableiten. Der Medienbegriff der Gruppe ist demnach stark von den beiden Polen der Rezeption und Produktion geleitet und kann daher im Rahmen einer herkömmlichen, dualen Medienbegriffsdefinition verortet werden. Auf der Seite des Hörens, d.h. der Rezeption, nimmt ORANGE 94.0 für die Gruppe insofern eine eigene Position ein, als es sich nur begrenzt als Begleitmedium im Alltag eignet; es ist, wie eine der TeilnehmerInnen – hier im direkten Vergleich mit den Sendern Radio

Stephansdom und Ö1 – sagt, „für andere Hörer gestaltet ... es ist kein Nebenbeihörn ... für Nebenbei ist Orange halt überhaupt nix“ (Zeile 167ff).

Während der Arbeit werden daher eher andere Sender ausgesucht, die die eigentliche Tätigkeit nicht stören. Radio soll dabei vor allem Unterstützung in Form von Musik bieten, die nicht in den eigentlichen Bezugsrahmen interveniert. Für diese Funktion ist ORANGE 94.0 nicht geeignet, weil es mehr Aktivität bzw. Aufmerksamkeit der Hörenden einfordert, darin ist sich die Gruppe einig. Wenn im Büro ORANGE 94.0 gehört wird, wird an einer anderen Stelle der Diskussion geschildert, dann kann dies bei KollegInnen bzw. BesucherInnen Irritation auslösen.

Nach dem Ende der Vorstellungsrunde beginnt die Gruppe eine Diskussion mit stark biographischem Bezug. Radio ist für die Diskutierenden ein essentieller Teil der eigenen Medienbiographie, und die Tätigkeit bei ORANGE 94.0 eng mit dieser verknüpft.

625	<b>Cf:</b> jedenfalls das war irgendwie sehr angenehm beim (.)
626	beim Mittagessen dabei. (.) abspannen, (.) nach da (.)
627	Schule, und dann (.) so Fixpunkt, (.) ich komm heim, (.)
628	<ea::> ess was, (.) und dann hab ich das Radio
629	nebenbei.(=ja?)=das wa:r (.) wirklich jahrelang mein Begleiter

*Zitat 8, Gruppe Milder Mix, Eingangspassage, Zeile 625-629*

Radio hören (in dem letzten Zitat nicht auf ORANGE 94.0 bezogen) ist ein positiv besetzter Teil der eigenen Geschichte bzw. der eigenen Identität. Radio zu hören vermittelte in der Schulzeit das Gefühl, begleitet zu sein, war mit Entspannung und Geborgenheit verbunden. In der biografischen Erzählung hat das Radio hier die Funktion eines virtuellen Begleiters durch den Nachmittag und wird auch als Sozialisationsinstanz geschildert, die Halt gegeben hat. Radio ist aber auch ein strukturierender „Fixpunkt“ nach der Schule. Während des Mittagessens kompensiert es die Abwesenheit anderer Personen – eine Art sendergestützte Technik zur Einsamkeitsbewältigung. Die an dieser Stelle geschilderte Erfahrung des Radiohörens in der Schulzeit zeigt, wie stark ein Medium in der Biografie verankert sein kann: In der Schulzeit und Kindheit ist das Radio kein bloßes Nebenher, sondern ein zentraler Begleiter, eine Art parasoziales Umfeld, das mit aktiver Aufmerksamkeit verfolgt wird (dies nicht unähnlich einigen Beschreibungen der aktuellen ORANGE 94.0-Nutzung als Erwachsene). In

späteren Phasen kann sich dies ändern, während der Arbeit tritt Radio nun als reines Begleitmedium in den Hintergrund, es haftet ihm allerdings nach wie vor das gute, geborgene, entspannte Gefühl aus der Kindheit an.

Heute bei ORANGE 94.0 tätig zu sein ist als eine logische Fortsetzung der eigenen Medienbiographie interpretierbar. Durch die Tätigkeit wird es möglich, etwas von dem selbst positiv Erfahrenen zurückzugeben. Das verbindende Element für die Gruppe – übergreifend in den unterschiedlichen Gesprächssequenzen – sind die Beziehungen, die durch das Radio gestiftet werden. Als Teil der eigenen Biographie hat das Medium an sich eine starke Beziehungskomponente, insofern es mit anderen Menschen (HörerInnen und nun auch anderen Radiomachenden) verbindet: Für die Gruppe besteht eine Verbundenheit mit dem und über das Medium Radio.

In allen Gruppen, so auch hier, wird die eigene Tätigkeit als Sendungsmachende bei ORANGE 94.0 damit verglichen, wie es wäre bei anderen Sendern – öffentlichen wie privaten – zu arbeiten. Auch wenn dabei manchmal betont wird, dass kein Interesse an Mitarbeit bei den kommerziellen bzw. öffentlichen Sendern besteht, ist das massenmediale Umfeld ein wesentlicher und andauernder Vergleichshorizont:

809	Bf:	Ja das kenn ich auch so irgendwie;=wenn ma (.) ä:h wenn ich
810		
811	Af:	(( ))
812		
813	Bf:	dann irgendwie Nachrichtensendungen auf Öö Eins hör oder
814		sonst was wo ich ma dann denk <ea:::> (.) oke; (.) di:e
815		(ha- ma-) machen jetzt auch genau die selben Fehler.=und
816		
817	Cf:	Mhm,
818		
819	Bf:	die kriegen dafür bezahlt;=und ich mach das irgendwie als
820		
821	Af:	Ja,
822		
823	Bf:	Hobby ehrenamtlich nebenbei,=und irgndwie (.) brauch i ma
824		
825	Af:	Ja:.
826		
827	Bf:	da jetzt kan Stress machen wenn dann einmal irgendwie was
828		
829	Cf:	N:a.

*Zitat 9, Gruppe Milder Mix, Eingangspassage, Zeile 809-828*

ORANGE 94.0 wird von der Gruppe klar in den Kontext eines massenmedialen Feldes gestellt und auch an diesem gemessen. Der Vergleichshorizont für die Beurteilung der eigenen Sendungsqualität ist ein etablierter Sender: Ö1. Da wie dort passieren Fehler, das eigene, bei ORANGE 94.0 erworbene Know How befähigt zur professionellen Beurteilung. Mit dem eigenen Radiomachen ändert sich die Perspektive auf die Qualität von Sendungen. Fehler, die andere machen, fallen auf. Auch wenn selbst „ehrenamtlich“ gearbeitet wird, besteht ein Qualitätsanspruch, dem man auch gerecht werden kann, bzw. ist die aus der eigenen Arbeit resultierende technische Qualität mit der anderer Sender durchaus vergleichbar.

Auch die inhaltliche Relevanz der Sendungen bei ORANGE 94.0 besteht den Vergleich. Für die Gruppe zeigt sich das daran, dass andere Radiosender teils ähnliche Themensetzung wie Orange vornehmen:

831	<b>Bf:</b>	passiert, <ea::> und was ich dann auch- was mich dann
832		auch immer wieder freut is wenn so Themen die wir
833		irgendwann amal in der Sendung hatten ich dann auch
834		auf anderen Stationen hör oder so,
835		
836	<b>Af:</b>	Ja. (.) genau.
837		
838	<b>Cf:</b>	Abgehört.=@(.)@ (.)
839		@(1)@
840		
841	<b>Bf:</b>	Na das (.) also das will ich nicht unbedingt
842		behaupten, (.) also das würd i jetzt so weit würd i do
843		
844	<b>Cf:</b>	@Geklaut@.
845		
846	<b>Bf:</b>	ned gehn;=aber wenn ich mir dann irgendwie denk oke;=
847		=also (.) eigentlich is das was wir machen ja dann
848		doch auch ziemlich interessant,=weil sonst würden
849		sie ja nicht auch auf anderen Stationen irgendwie
850		vorkommen; (1)
851		
852	<b>?f:</b>	Mhm,

Zitat 10, Gruppe Milder Mix, Eingangspassage, Zeile 831-852

Die Relevanz des eigenen Radiomachens wird hier ausgeführt: Themen, die durch ORANGE 94.0 gesetzt werden, werden von anderen Sendern übernommen. Das eigene Sendungsmachen erfährt dadurch eine Aufwertung. Radiomachen bei ORANGE 94.0 wird von der Gruppe also als Avantgarde gerahmt, die Themensetzungen vornimmt und mit etablierten staatlichen Sendern bzw. Massenmedien nicht nur mithalten kann, sondern ihnen in manchen Bereichen sogar voraus ist.

## 2.3.

# GRUPPE WILDER MIX

Der Name der Gruppe Wilder Mix ist Programm: Menschen aus unterschiedlichen Teilbereichen von ORANGE 94.0 treffen bei dieser Diskussion aufeinander. Zwei der Anwesenden sind seit der Gründung von ORANGE 94.0 aktiv, waren bzw. sind in die Organisation von Orange eingebunden und machen schon seit langem Sendungen. Ein weiterer Radiomacher gestaltet eine Sendung mit Technologiebezug und ist seit einigen Jahren engagiert. Diese drei Personen sind in ihren 40ern und miteinander bekannt. Ebenso anwesend sind zwei Radiohörende: Am, Mitte 30, hört seit einigen Jahren ORANGE 94.0. Sie, Anfang 20, befindet sich gerade in einem Entscheidungsprozess, ob sie auf die Seite der Sendungsmachenden wechseln will, und hat den Radiogrundkurs absolviert. Anwesend ist noch ein englischsprachiger Radiomacher, der seit 1-2 Jahren bei ORANGE 94.0 aktiv und in der zweiten Hälfte seiner 20er ist. Nach dem Eingangsimpuls beginnt die Gruppe mit einer Vorstellungsrunde, in die die jeweiligen Zugänge zu ORANGE 94.0 eingebettet werden.

Die Diskussion der Gruppe Wilder Mix eröffnet besonders stark Perspektiven auf die Organisationskultur von Orange. Dabei treffen zwei unterschiedliche Orientierungen aufeinander: Während für die eine Seite ORANGE 94.0 in einem massenmedialen Markt verortet und an diesem gemessen wird, ist dies für die andere undenkbar. Geteilt wird die Orientierung, dass ORANGE 94.0 erhalten bleiben und dafür gearbeitet werden soll, um dies zu gewährleisten (z.B. Zeile 107ff). Das Verschwinden von ORANGE 94.0 ist für beide Seiten ein negativer Orientierungshorizont, der auch Motivation für die eigene Tätigkeit ist. Soweit ist sich die Gruppe einig. Über die Wege zur Zielerreichung, d.h. das ‚Wie‘ der Erhaltung, ist die Gruppe allerdings unterschiedlicher Meinung.

25	Am:	visualisierte Welt, und es wird sicher auch (.) das Radio
26		ned aussterben, (.) <ea:> aba:: die Frage is, (.) wie kann=ma
27		
28	?m:	L(°@(.)@°)
29		
30	Am:	üba:: (.) über die Konvergenz von Medien (.) wieder (.) nur
31		zum <u>Hörn</u> (.) ver- ah (.) einladen. (.) ja?=und Angebote
32		machen. <ea::> und wenn das: wenn <u>wirs</u> und nicht überlegen;=
33		=wie=s:: geht oder wie=s sein kann, (.) dann werma(=aber das)
34		auch <u>verschlafen</u> . (.) ja, (.) weil das passiert jetzt

Zitat 11, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 25-34

Die in diesem Zitat dokumentierte Orientierung richtet sich auf einen technologischen Wandel in einem konkurrenzgetriebenen Markt. Diesem Markt muss sich ORANGE 94.0 stellen, um auch in Zukunft einen Platz im medialen Feld einzunehmen. Für das weitere Bestehen ist es daher notwendig, die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Technologien zu suchen, neue HörerInnengruppen zu erschließen und die Sichtbarkeit von Orange z.B. in Smartphone-Programmen (Apps) zu steigern. Der Medienwandel, so wird in weiterer Folge ausgeführt, trifft auch Orange. Da die technologischen Veränderungen Fakt sind, muss sich Orange diesen stellen – sich nicht oder zu spät damit auseinanderzusetzen bedeutet an Stellung im großen Ganzen des Medienmarkts zu verlieren und könnte den Untergang bedeuten: „ja?=weil (.) wenn du hier nicht vorkommst, dann (.) bist du auch irgendwann mal: (.) nicht vorhanden.“ (Zeile 289-290). Der Medienmarkt erscheint hier als vor- und übergeordnete Instanz, die eine Orientierung hin auf Wachstum und Selbststeigerung vorgibt. Diese ursprünglich aus dem Wirtschaftlichen kommende Orientierung hat also auch bei ORANGE 94.0 Einzug gehalten.

Demgegenüber steht die Orientierung an einem ORANGE 94.0 als politisches und emanzipatorisches Projekt, dessen Aufgabe es ist, Öffentlichkeit für sonst unterrepräsentierte Gruppierungen und Strömungen zu bieten – etwas, das in Folge mit dem Begriff *Voicing* bezeichnet wird. DiskussionsteilnehmerInnen mit dieser Orientierung haben meist schon lange Bezug zu Orange und waren teils auch für die Organisation des Senders tätig. Auch sie denken an neue HörerInnen, doch liegt die Strategie

dazu nicht im Technischen (wie etwa dem Programmieren von Smartphone-Apps), sondern im Soziotechnischen: in der Verankerung in verschiedenen Subszenen, durch die dann auch neue HörerInnengruppen und in weiterer Folge neue AktivistInnen für das Radio gewonnen werden. Die Rollen von Produzent- und RezipientInnen verschwimmen dabei:

70	<b>Bm:</b>	verschiedenen Märkten und so weiter;=wo ich ma denk (.) da ham
71		wir ungefähr di:e (.) gleichen Chancen (wie ich) jetzt so: auf
72		dem normalen Medienmarkt,=nämlich so gut wie k-(.)ane:;=ich
73		mein da: da da da sind einfach die kommerziellen Player die
74		das:: (.) a::h sich das schon irgendwie z=z:urechtzimmern den
75		Markt und (.) ((        )) (.) wo ich (.) ma denk das: jo:; (.)
76		
77	<b>Am:</b>	Ja,
78		
79	<b>?f:</b>	<<Husten>>
80		
81	<b>Bm:</b>	a:h (.) is jetzt nicht meine Welt, (.) (a:h) (.) währends (.)
82		jetzt (.) @wieder zu meinem@ dem meinem vorigen Punkt (da da)
83		wieder zurückzukommen,=dort die Verankerung in verschiedenen
84		(.) Szenen, Subszenen und so weiter was es gibt, (.) ah das
85		sind auch di:e Orte wo:: halt neue Leute fürs Radio gewonnen
86		werden können.=also wenn quasi dann auch (.) so (.) mehr oder
87		weniger (.) die (.) Grenze zwischen (.) Hören und Machen
88		schwammiger wird, <ea> und: (.) quasi: wos waß ich; (.)

*Zitat 12, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 70-88*

Im Kern der Orientierung stehen hier also soziales Empowerment für Szenen und Subszenen. Neue HörerInnen werden als potentielle AktivistInnen adressiert, die an dem projektierten gesellschaftlichen Wandel teilhaben bzw. ihn enactieren sollen. ORANGE 94.0 wird dabei als ein Freiraum zur zivilgesellschaftlichen Veränderung konzipiert, als eine Plattform, um diese Öffentlichkeit zu erreichen.

Demgegenüber geht es in der Orientierung am technologischen Wandel um ein Erschließen neuer HörerInnen mit dem Mittel neuer Technologien. Dahinter steht die Befürchtung, in einer sich verändernden Welt nicht bestehen zu können. Beide Positionen eint der Gedanke der Erhaltung und möglichen Ausweitung von Orange – die Zielrichtungen sind aber, wie ausgeführt, andere.

Schwierig wird die Verhandlung der beiden eben skizzierten Orientierungen innerhalb

der Gruppe durch ein gegenseitiges Nicht-Verständnis über die Prioritätensetzung: Für die auf Szenen und Subszene orientierten TeilnehmerInnen sind technologische Entwicklungen im Kontext von ORANGE 94.0 weniger relevant, da der Fokus auf einem sozialen Wandel liegt. Massenmedien und Mainstreaminstrumenten steht man deshalb kritisch, skeptisch und teils ablehnend gegenüber. Für die am technologischen Wandel orientierten TeilnehmerInnen steht hauptsächlich dieser selbst im Mittelpunkt bzw. der als Gebot der Stunde formulierte Imperativ, diesbezüglich aktiv zu werden. Soziale oder zivilgesellschaftliche Implikationen sind dieser Position eher fremd.

Mit diesen Positionierungen verbunden ist eine unterschiedliche Ausrichtung bezüglich lokaler oder globaler Inhalte:

284	<b>Cf:</b>	↳Aber für mi is Orange schon in erster Linie ein Lokalradio.
285		(.) zum Beispiel.=ja für mich schon eher.
286		
287	<b>Am:</b>	↳Für mich nicht.
288		
289		↳Also für mich ises ein
290		globales Medium aber (.) oke.
291	<b>Cf:</b>	(1) I man natürlich gibts äh (.) Themen die am- vom andern Ende
292		der Welt spielen auch bei un- (.) bei uns. (.) aber das macht ja
293		nix;=i hab trotzdem s=Gfühl dass e- (.) mir intressiert des ned
294		ob (.) ob Orange jetzt ein Massenmedium wird oder <ea:>
295		massentauglich wird. i find des ned so wichtig. (.) i find
296		
297	<b>Am:</b>	↳Oke.
298		
299	<b>Cf:</b>	wichtig dass die Leute Zu- (.) Zugang finden und (.)

*Zitat 13, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 284-299*

Die Orientierung auf Szenen und Subszene ist auf lokale Kontexte gerichtet, globale Themen kommen zwar vor, werden aber in einen lokalen Bezug gesetzt. Die Orientierung auf den technologischen Wandel ist mit einer massenmedialen und damit auch globalen Ausrichtung verbunden, mit einer Ausrichtung am ‚Markt‘ und am Bestehen unter Konkurrenzbedingungen.

Die Gruppe Wilder Mix bleibt in ihrem Verlauf in einem oppositionellen Diskurs: Die Gespräche finden zwar einen rituellen Abschluss, auf inhaltlicher Ebene finden die GesprächspartnerInnen allerdings nicht zueinander. Die Gruppe kann sich bezüglich ORANGE 94.0 und den Massenmedien nicht einigen, daher bleiben die Orientierungen nebeneinander stehen und es kommt zu keinem gemeinsamen Schluss. Dass die technologische Orientierung mit einer kommerziellen Orientierung einhergeht, ist v.a. eine Zuschreibung derjenigen, die technologiefeindlich orientiert sind. Letztlich setzt der internationale Teilnehmer dieser Gruppe in Zeile 431-432 einen Schlusspunkt: Die Debatten seien vielerorts obsolet, da das terrestrische Signal von ORANGE 94.0 an vielen Orten von Wien sehr schlecht ist.

## 2.4. GRUPPE MUSIK

Die Gruppe Musik kommt über musikalische Bezüge zueinander: Unter den sechs Diskutierenden sind zwei RadiohörerInnen und vier Radiomachende, die unterschiedlich lange bei ORANGE 94.0 tätig sind – von letzteren sind zwei Personen auch im Rahmen der Organisation bei Orange tätig. Eine der Radiomachenden ist seit der Gründung an Orange beteiligt, die anderen gehören einer jüngeren Generation von Sendungsmachenden an. Alle TeilnehmerInnen verbindet ihr starker Bezug zu Musik, ihre Sendungen zeichnen sich durch einen Musikschwerpunkt bzw. einen bewussten Einsatz von ausgewählten bzw. zum Sendungsthema passenden Stücken aus.

Nach dem Eingangsimpuls zur Diskussion beginnt die Gruppe ein Thema rund um Verwertungsrechte und -gesellschaften, die Verteilung von AKM<sup>2</sup>-Geldern, die Archivierung von Musik und die Struktur der österreichischen Musiklandschaft. Im Anschluss an diese Passage setzt sich die Gruppe mit Qualitätsansprüchen im Rahmen von Sendungen auseinander. Ähnlich wie bei der Gruppe Milder Mix wird klar, dass es Ansprüche auf Sendungsqualität gibt, diese aber von den TeilnehmerInnen der Gruppe Musik stark auf den Einsatz von Musikstücken im Rahmen von Sendungen fokussiert wird. Der Vergleichshorizont der Gruppe liegt dabei wieder im massenmedialen Bereich; betont wird, dass Tantiemen aufgrund von Verteilungsschlüsseln der kommerziell orientierten Radios – zu denen die Gruppe auch die öffentlich-rechtlichen zählt – vergeben werden. Kommerzielle Medien sind deshalb als Orientierungshorizont nicht vernachlässigbar, für jene ist Musik allerdings Mittel zum Zweck, um die HörerInnen zum Durchhören zu bewegen.

135	Bf: mir ist) noch (.) immer der Punkt (.) a:h wo ich mir denk die
136	(.) so wie du sogst du hörst gern durch, (.) du host gern wänn
137	do (.) wänn do (.) bs- ä- m- d- Dinge passiern (.) dass das auch
138	das is wie Formatradios funktioniern, (.) natirlich (.) s- pt-
139	äh so wenig redn ois möglich, (.) Öö Drei mit (.) waaß i net
140	V:ier Gewinnt mittlerweile;=vier Liada hinteranānda und bla, (.)

*Zitat 14, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 135-140*

<sup>2</sup>Die AKM ist die Verwertungsgesellschaft der „Autoren, Komponisten, Musikverleger“ und vertritt deren Urheberrechte. Siehe auch: [http://www.akm.at/Ueber\\_uns/](http://www.akm.at/Ueber_uns/)

Die kommerzielle Zielrichtung der privaten und auch öffentlich-rechtlichen Radios wird von der Gruppe – wie auch in der Gruppe International – als ein trennendes Element zu ORANGE 94.0 identifiziert. Die eigentlichen KundInnen dieser Sender sind nicht die Hörenden, sondern die (Werbe)Industrie, der es um einen Konsum ihrer Werbungen bzw. Produkte geht. Der Weg, dies zu erreichen, ist die Formatierung des Programms mit dem Ziel einer hohen Bindung der Hörenden. Einheitliche/r und gut wiedererkennbare/r Musikauswahl und Präsentationsstil spielen dabei wichtige Rollen – auch, um das Radio zum Begleitmedium für den Alltag werden zu lassen. Gesprochene Inhalte treten in den Hintergrund bzw. übernehmen Funktionen als strukturierende Elemente im Radioalltag, die von ihnen transportierten inhaltlichen Impulse spielen demgegenüber eine untergeordnete Rolle.

Für die Gruppe „Musik“ spielt Musik eine gänzlich andere Rolle. Der Mainstream in den kommerziellen Radios stellt, musikalisch gesehen, einen negativen Orientierungshorizont dar. Der positive Horizont sind die Möglichkeiten, die sich im Rahmen von ORANGE 94.0 bieten. MusikerInnen, die in den kommerziellen Radios keinen Platz finden, wird hier eine Plattform geboten. Sowohl in den Musiksendungen, als auch im o94-Musikprogramm, das läuft, wenn keine Sendungen stattfinden, liegt der Fokus auf musikalischer Diversität.

Musik bzw. der Einsatz von Musik in Sendungen auf ORANGE 94.0 ist der Gruppe ein großes Anliegen: Allerdings gibt es Radiomachende mit wenig Bezug zu Musik, die inhaltlich großartige Sendungen machen (mögen), darin aber Musik rein zur Auflockerung verwenden. Oftmals gibt es keinen Zusammenhang zwischen dem Gesprochenen und der gespielten Musik bzw. ergibt sich die Musik beliebig aus während der Sendungsproduktion ‚zufällig‘ vorhandenen CDs.

144	Bf: <u>diese</u> Geschichte (.) <ea:> wie kann ich (.) Radiomacherinnen
145	di:e äh (.) viel Wortanteil <u>haben</u> in ihrer Sendung, (.) die dann
146	aber dazwischen zur Auflockerung so zwaa drei Liada
147	eineschmeißn, (.) <ea:> und die dann meistens mit dem Inhalt des
148	Gesprochenen no mit <u>irgendwos</u> wos zu tun habm, (.) <ea:> ah
149	zämmhängan; (.) des dänn meistens für jemand der si mit Musik a

150	bisl auskennt a bisl abtörnend is, (.) wie bring ich die
151	Radiomacherinnen; (.) die auf
152	<b>Ef:</b>   °@(.)@°
153	
154	<b>Bf:</b> ihr(m) Gebiet (.) Spitznorweit leistn, (.) und de
155	Sendung durch Musik aufpimpen woin dazua sich
156	beraten zu lassen. (.) das wäre für <u>mich</u> ein großes Anliegen.

*Zitat 15, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 144-156*

Unterteilt wird in Menschen mit Musikwissen, wie die Diskutierenden selbst, und Radiomachenden, „die drei CeDees daham hãm“ (Zeile 168-169). Diesen Radiomachenden sollte eine musikalische Beratung zuteil werden, ohne in deren Sendungsautonomie zu intervenieren. Der Gruppe Musik ist es ein großes und geteiltes Anliegen, dass gute Sendungen auch mit Musik gut unterstützt werden. Diese ‚Musikberatung‘ von Radiomachenden wird allerdings differenziert gesehen. ‚Musikberatung‘ soll jedenfalls nicht heißen, dass Radiomachenden Vorschriften gemacht werden. Dies nicht zu tun ist die „heilige Kuh, (.) des freien Radios und solls auch sein“ (Zeile 180-184). ORANGE 94.0 fehlt aber doch Vision und Identität im musikalischen Bereich. Zwar stellt das o94-Musikprogramm inzwischen eine musikalische Klammer rund um den Sender dar, die Sendungen und Radiomachenden sind in diese Ausrichtung aber nicht eingebunden, da es auf musikalischer Ebene keinen Austausch gibt.

251	<b>Fm:</b> (.) is n bisschen enger musikalisch aber ich (.) hab auch das
252	Gefühl die [ein Sender] habn ne gemeinsam Idee, (.) <ea:> und (.) das wär
253	schon was was ich mir wünschen würde auch für Orange dass da (.)
254	n bisschen mehr (ge-)
255	<b>Af:</b>   Mhm,
256	
257	<b>Fm:</b> (1) ja n- (.) ne gemeinsame Identität zustandekommt; (.) äh und
258	ich glaub das is kein Prozess den man jetzt irgendwie von obm
259	draufpappen kann und sagen (.) nh; (.) jetzt niederschreibm wir
260	sind Orange,=das (.) is so und so; (.) sondern man muss einfach
261	(.) Räume schaffen wo man sich austauscht darüber,=was man

*Zitat 16, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 251-162*

Den Diskutierenden geht es nicht um eine von oben durchgesetzte Definition des Mu-

sikeinsatzes, sondern um einen Prozess des Austausches über die gespielte Musik. Wie genau dieser Austausch bzw. die dafür notwendigen Räume geschaffen werden können, ist für die Gruppe allerdings nicht in Reichweite.

Beide Ansprüche – den der musikalischen Erkennbarkeit der Gesamtunternehmung und den der Autonomie der Sendungsmachenden – unter einen Hut zu bringen, ist eine große und permanente Herausforderung. Letztlich ist jede Form von Feedback bzw. jede Erörterung qualitativer Aspekte so zwischen dem Anspruch auf gestalterische Unabhängigkeit auf der einen Seite, und den Anforderungen an die Gesamtorganisation auf der anderen Seite positioniert. Dass dies ein ‚heißes Eisen‘ ist, dafür spricht die Art und Weise, wie das Thema eingebracht wird: Vorsichtig und behutsam nähert sich die Gruppe dem Thema, bettet es in ihre persönlichen Geschichten ein, verbeugt sich vor der inhaltlichen Kompetenz der SendungsmacherInnen und nimmt differenzierend etwaige Kritik am eigenen Vorschlag der Musikberatung vorweg.

Dann wird das Dilemma von der Spezifik der Musikberatung auf die Ebene der Organisationskultur von ORANGE 94.0 ausgeweitet.

455	<b>Cm:</b> Ja ich mein es hat Vor und Nachteile;=ich mein das ganz
456	
457	<b>Af:</b>   Mhm,
458	
459	<b>Cm:</b> basisdemokratische Ding das kann auch ziemlich zermürend
460	sein;=ja, (.) also: (.)
461	
462	<b>Ef:</b> Leider;=weil der Regelfall wenn wir Radiomacher irgendwie für
463	was brauchn oder einen Aufruf machen is dass wir halt relativ
464	wenig Feedback von ihnen kriegen; (.)

*Zitat 17, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 455-464*

Die Organisationskultur von ORANGE 94.0 hat sich im Lauf der Jahre gewandelt, die Organisation ist älter geworden und mit ihr die AkteurInnen. Basisdemokratische Elemente sind Teil der Geschichte des Senders, aber in der originalen Form nicht mehr zugänglich bzw. nicht mehr effizient. In elektronischen Formaten (Blogs und E-Mails) lassen sie sich nicht einfach wieder errichten. Die neuen Organisationsstrukturen er-

scheinen noch nicht transparent bzw. gefestigt, diesbezüglich sind noch Fragen offen. Stellvertretend für diese stehen in dieser Gruppendiskussion die Themen Feedback und das Format der Feedbackräume, die für den internen Austausch zwischen Radio-machenden eingeführt wurden. Eine Lösung für die Problematik scheint nicht greifbar. Die alte Form des basisdemokratischen Plenums scheint jedenfalls nicht mehr zugänglich zu sein, neue Formate der Kooperation und des Austausches sind ein Prozess mit noch offenem Ausgang.

## 2.5. GRUPPE TRAINERINNEN

Als zusätzliche Gruppe zu den Radiomachenden und -hörenden nahmen fünf der bei Orange tätigen TrainerInnen an einer Gruppendiskussion teil. Die TeilnehmerInnen halten zu unterschiedlichen Themen Seminare für angehende und aktive RadiomacherInnen, haben selbst Erfahrung im Sendungsmachen und sind in ihren 30ern bzw. 40ern. Manche der Anwesenden sind seit der Gründung dabei, andere erst kürzer. Nach dem Eingangsimpuls beginnt die Gruppe eine Auslotung der Inhalte und Qualitäten von ORANGE 94.0. Der Sender stellt für die Gruppe eine große Vielfalt dar, Themen und Menschen, die in anderen Medien keinen Platz finden, haben hier eine Plattform. ORANGE 94.0 unterscheidet sich für die Gruppe grundlegend von anderen Sendern und fordert seine HörerInnen bezüglich der Hörgewohnheiten.

Wenn sich die Gruppe über die verschiedenen Zugänge zum Radio Hören austauscht, wird auch hier die Verbundenheit der TeilnehmerInnen mit ORANGE 94.0, die schon in der Gruppe Milder Mix Thema war, deutlich: Radio kann so stark zu einem Teil des eigenen Erlebens werden, dass es in die Alltagspraxis der Radiohörenden nahezu automatisch integriert wird. Diese Orientierung wird allerdings nicht von der gesamten Gruppe geteilt, es zeigen sich auch andere Praktiken des Radiokonsums. Entgegen einem der Gruppe bekannten Vorurteil kann ORANGE 94.0 – wenn auch mit gewissen Einschränkungen – durchaus begleitend gehört werden:

22	<b>Cf:</b> Also ich gher zu <u>denen</u> übrigens die=s Radio afoch (.) laufen hom;	
23		
24	<b>Am:</b>	L Okay.
25		
26	<b>Cf:</b>	L Und
27		
28	waunn net wirklich wos <u>voi</u> nerviges kummt auf Orange, wo i daunn	
29	wirklich odrah, oiso es gibt a poar so Punkte wo i wirklich obdrah (.)	
	drah is eigentlich fost net ob (.) oder wenig, °sötn° (.)	

*Zitat 18, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 22-29*

Sender gewechselt wird nur dann, wenn der sekundäre Handlungsrahmen des Radiohörens den primären Handlungsrahmen, d.h. die eigentliche Tätigkeit, zu der nebenher Radio gehört wird, stört. Ansonsten ist es auch im Alltag gut möglich, ORANGE 94.0 als Begleitmedium zu nutzen, auch wenn es zu gewissen Zeiten von den ZuhörerInnen einen höheren Grad an Involviertheit abverlangt als andere Sender.

Doch auch diese Orientierung wird von der restlichen Gruppe nur zum Teil geteilt, es offenbart sich eine weitere Orientierung, die der Idee von ORANGE 94.0 als Begleitmedium nicht viel abgewinnen kann.

42	Am:	L also beim Autofohrn hob=i hoit
43		daunn eher, irgendwie Musik d-=a:h flotte Musik und in dem Moment wor hoit
44		sehr vü Gespräch (.) daunn hob i wieder amoi zehn Minuten nix verstaunden,
45		also des wor eher ermüdend;
46		
47	Df:	L Mhm
48		
49	Am:	L Also beim Autofohn, würd is net (.)
50		empfehlen wohrscheinlich;

*Zitat 19, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 42-50*

Autofahren ist in diesem Beispiel der primäre Rahmen der Tätigkeit, das Radiohören dazu sekundär. Der hohe Gesprächsanteil bei Orangesendungen ist hinderlich für das Zuhören im Auto, da die Inhalte nicht verstanden werden können. Als Begleitmedium für das Autofahren lässt sich ORANGE 94.0 daher nicht empfehlen. Wenn die Frequenz 94.0 gewählt wird, dann wird bewusst eingeschaltet und nach Sendungen bzw. Inhalten gewählt.

Diese drei unterschiedlichen Positionen (Begleitmedium/parasozialer Begleiter/aktives Hören) des Radiohörens bleiben in der Gruppe nebeneinander stehen. Einig ist sich die Gruppe, dass ORANGE 94.0 als Medium Ansprüche stellt, die andere Sender nicht haben. Nicht enig ist sich die Gruppe, welche Konsequenzen aus diesen Ansprüchen gezogen werden; die Nutzungspraktiken der Diskutierenden unterscheiden sich im Alltag.

Als fehlendes Element, um ORANGE 94.0 als Begleitmedium hören zu können, erörtert die Gruppe folgendes:

166	Df:		L Mir es es zu unstrukturiert
167		ein bissl für meinen Ta:g	
169	Am:		L Mhm
171	Df:		L muss ich sagen; komischerweise;
173	Am:		L Ja
175	Cf:		L Des
176		gleiche how=i a	
178	Am:		L Ja
180	Df:		L I krieg nämlich a gor net oft mit wenn zwa Sendungs-
181		fenster hintranaund Musik sind das des jetzt scho wieder Stund vorbei is	
182		oder so; und irgendwie hob i des gern;	
184	Am:		L Ja
186	Df:		L i wü gern wissen wo i bin;

*Zitat 20, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 166-186*

ORANGE 94.0 ist für den Alltag zu wenig strukturiert. Gewisse Angebote von kommerziellen Sendern, wie Nachrichten oder Uhrzeitansagen, fehlen bei ORANGE 94.0. Wenn Orange gehört wird, fehlt deshalb der Überblick über den zeitlichen Ablauf, den z.B. Nachrichten in den Alltag einbringen. Orange ist demnach kein externer Impuls- bzw. Rhythmusgeber, der Strukturierungsleistungen für Alltagsroutinen übernimmt. Die Strukturierung und Information, die andere – kommerzielle – Sender liefern, ist für den Arbeitsalltag besser passend.

Die Diskutierenden teilen offenbar die Erwartungshaltung, dass das Radio sie bei ihrer Tagesstrukturierung unterstützt. Wenn Nachrichten stündlich ohne eigenes Zutun von selbst kommen, dann strukturiert das Medium den Alltag und entlastet die Hörenden von dieser Aufgabe. Bei ORANGE 94.0 kann man sich auf solche Impulse nicht verlassen bzw. gibt es diese nicht, die Strukturierungsleistung liegt dann bei den Hörenden und erfordert Aufwand.

Diesem negativen Orientierungshorizont der Gruppe steht eine positiver gegenüber: die formale und auch thematische Offenheit des Senders. ORANGE 94.0 ist kein tagesakuelles Medium, sondern deckt andere Aspekte als kommerzielle Radios ab. Als

Metapher wird das Bild eines Fleckerlteppichs (Zeile 341) eingebracht und übergeleitet zu einem gänzlich anderen Thema, das ORANGE 94.0 nicht in einen Vergleich zu Massenmedien bringt, sondern ihm einen eigenen Platz im medialen Zirkus zuweist. Vom Vergleichshorizont Massenmedien wird abstrahiert und eine ganz andere Funktion von ORANGE 94.0 in den Vordergrund gerückt. Einer „der essentiellsten Momente dieses Mediums“ (Zeile 367) ist,

371	Em:	L	dass es so quasi
372			eine Mitmach(.)gelegenheit vor allem für junge Leute gibt; (.)
373			
374	Am:	L	Mhm
375			
376	Em:	L	und
377			da halt (relativ) oft passiert dass o-oft erlebt was passiert wenn sie
378			quasi die Chance haben ein Produkt ein: Medienprodukt wenns jetzt
379			irgendwie ein Audiobeitrag oder sonst irgendwas eine Diskussion, im (.)
380			in der Öffentlichkeit (.) quasi (.) auszustrahlen; und deswegen (.)
381			wollt ich das jetzt auch schon @rechtzeitig einbringen@ weil weil ich
382			denk mal oft gehts (.) nicht nur darum quasi was (.) wie das jetzt i:s
383			oder wie das jetzt quasi a:nkommt oder ob das jetzt den (.)
384			journalistischen Kriterien quasi entspricht (.) sondern dass sie
385			überhaupt quasi sich (.) äußern können oder in einen (.) medialen
386			öffentlichen Kommunikations(.)prozess da teilnehmen können.

*Zitat 21, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 371-386*

ORANGE 94.0 hat eine andere Aufgabe als andere Sender, nämlich eine medienpädagogische Rolle, die wertvoll für Jugendliche und deren Teilhabe an Medien bzw. Mediengestaltung ist. Um ein Bestehen im Vergleich zur üblichen journalistischen Praxis (Zeile 383-384) geht es bei ORANGE 94.0 nicht, sondern um das gesellschaftspolitische Anliegen, Menschen am öffentlichen Kommunikationsprozess teilhaben zu lassen.

Da ORANGE 94.0 also andere Aufgaben hat, ist es letztlich auch anders zu betrachten. Auch wenn manche Vorurteile nicht stimmen, Orange zu hören fällt nicht immer leicht, es bedarf einiger Fähigkeiten und v.a. eigener Aktivität, da es sich nicht routinisieren lässt. Dies schlägt sich z.T. mit einer in der Gruppe ebenfalls vorhandenen Mediensozialisation in Bezug auf die vom Radio zu erbringenden Strukturierungsleis-

tungen und dem Anspruch, von Radio im alltäglichen Leben unterstützend begleitet zu werden.

Demgegenüber stehen inhaltliche bzw. gesellschaftspolitische Werte und Qualitäten: Orange bringt Vielfalt und Diversität ein. Zwar ist es ein Fleckerlteppich unterschiedlichster Formate, liefert aber genau dadurch eine inhaltliche Bandbreite, mit der kommerzielle Radios nicht mithalten können. Orange verleiht Menschen eine Stimme, was hier anhand von Jugendlichen und deren Teilhabe an öffentlichen Kommunikationsprozessen ausgeführt wird. Hier ist sich die Gruppe der TrainerInnen mit anderen Gruppen einig: Auch in allen anderen Gruppen wurde die Funktion des Voicings, d.h. das Anbieten eines medialen Platzes und einer Stimme, als zentrale Funktion von ORANGE 94.0 benannt. Den individuellen Alltagsschwierigkeiten des Orangehörens stehen also gesellschaftspolitische Möglichkeiten gegenüber, die ORANGE 94.0 einzigartig machen: ORANGE 94.0 eröffnet Teilhabe!

# 3.

## TYPOLOGIE

Im nun folgenden Teil des Berichts werden die Ergebnisse des fallübergreifenden Vergleichs dargestellt. Die Orientierungen der einzelnen Gruppen wurden im Rahmen der Analyse in den Kontext des Gesamtprojektes gestellt, und auf deren Basis mehrdimensionale Typiken erarbeitet. Die Orientierung der *Teilnehmenden* werden hier in hoch verdichteter und abstrahierter Form gezeigt.

### 3.1.

#### HÖRPRAKTIKEN:

#### WIE WIRD ORANGE 94.0 GEHÖRT?

In den Gruppendiskussionen fanden sich drei unterschiedliche, einander nicht ausschließende Ausprägungen von Hörpraktiken: ORANGE 94.0 als Begleitmedium mit spezifischen Anforderungen; die Verbundenheit im Sinne einer parasozialen Beziehung mit dem Sender oder auch im Sinne eines Senders für spezifische Communities; und Radiohören in Form einer bewussten und aktiven Auswahl von Sendungen. Im Material finden sich auch Mischformen, die in sich Aspekte von z.B. der Nutzung als Begleitmedium mit einer starken Verbundenheit zum Sender vereinen.

ORANGE 94.0 zu hören unterscheidet sich stark vom Hören anderer Radiosender. Gruppenübergreifend sind sich die Diskutierenden einig, dass der Sender Anforderungen an seine HörerInnen stellt.

209	<b>Fm:</b>	L da muss ma sich
210	hinsetzen, wos ein Kollege moi gsogt hot amoi, bei Radio Orange,	
211	da weiß ich (.) da muss i mich hinsetzen, da muss ich mich	
212	auseinandersetzen mit dem; (.) was hier gebracht wird. (.)	

*Zitat 22, Gruppe International, Passage Zivilgesellschaftliche Aufgabe Orange, Zeile 209-212*

Die Inhalte und auch die Gestaltung der Sendungen fordern von den Zuhörenden Konzentration und Auseinandersetzung. Nicht alle sind der Meinung, dass dies immer der Fall ist, doch zeigt sich im Material eine große Übereinstimmung darüber, dass eine höhere Involviertheit notwendig ist. Der Sender erbringt keine Strukturierungsleistungen für den Alltag, d.h. er unterstützt nicht durch z.B. Zeitansagen oder aktuelle Informationen die Routinen von Arbeitsprozessen. ORANGE 94.0 bedingt manches Mal auch eine Involviertheit in die Themen der Sendungen und lädt zum Mitmachen ein: „u:nd des kann ma sie jo net (.) fast nur nebenbei im Auto anhörn sondern (.) da wärs am besten ma (benutzt) a Instrument und kann glei mitmochen“ (Zitat 23, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 85-87). Der Sender wird als vielfältiger Fleckerlteppich beschrieben, den zu erschließen den Zuhörenden eine aktive Leistung abverlangt; darin liegt ein klarer Unterschied zu kommerziellen Radios, die einfach und ohne großen Aufwand nebenbei gehört werden können.

Die Konsequenzen, die aus den Anforderungen an das Radiohören bei Orange gezogen werden, sind unterschiedlich und hängen auch stark von beruflichen Bedingungen ab. Ist Radio als Begleitmedium vorgesehen (z.B. im Fitnesscenter, vgl. dazu Gruppe Milder Mix), so kann nicht Orange eingeschaltet werden. Im Büro bzw. während der Arbeit ist der Sender abhängig vom Level der Konzentration bzw. auch den jeweils laufenden Sendungen hörbar. Während dies für einige gut möglich ist und auf die gefällige Musik während des Tages bzw. die angenehme Musikschiene von o94 verwiesen wird, fühlen sich andere in ihren primären Tätigkeiten gestört. Die vielfältigen Anforderungen werden durchgängig als eine Qualität des Senders angeführt, dieser hat für einen großen Teil der Diskutierenden eine andere Funktion als kommerzielle Radios und damit auch die ‚Berechtigung‘, andere Ansprüche an Hörpraktiken zu stellen.

### 3.1.1.

## ORANGE 94.0 HÖREN: BEGLEITMEDIUM MIT TÜCKEN IM ALLTAG

Für eine Gruppe an Radiohörenden ist der Sender für eine Alltagsnutzung praktischer als häufig gedacht und wird auch so genutzt – die Unhörbarkeit im Alltag wird als ein Vorurteil gerahmt. Auch im Büroalltag kommt ORANGE 94.0 durchaus als Begleitmedium zum Einsatz. Jenen, die ORANGE 94.0 in dieser Form nutzen, ist aber bewusst, dass dies speziell ist bzw. eben auch seine Tücken hat. ORANGE 94.0 fehlen strukturierende Elemente, die eine leitende Funktion durch den Alltag bieten. Herkömmliche Radiosender machen durch Nachrichten, Wetter, Uhrzeitsansage und andere Strukturelemente das Radiohören zu einem routinestützenden Aspekt des Alltags. Wird ORANGE 94.0 gehört, fehlen diese Elemente und mit diesen eine zeitliche Orientierung oder z.B. notwendige Informationen über das Wetter.

Die Sendungsstruktur von ORANGE 94.0 bietet einen starken Kontrast zu sonst üblichen Formatradios. Da diese allerdings den einzigen Vergleichshorizont für OrangehörerInnen darstellen, wird ORANGE 94.0 an diesen gemessen. ORANGE 94.0 wurde dabei vor allem von älteren Diskussionsteilnehmern, die noch ohne Internet und social media aufgewachsen sind, als Begleitmedium thematisiert.

Die gezielte Integration strukturierender Elemente in den Sendeablauf wäre ein Ansatz für mögliche Veränderungen, um solche HörerInnen zu unterstützen. Auch wenn stündliche Nachrichten aufgrund der Senderstruktur und des Budgets kaum machbar wären, könnte zur Alltagsstrukturierung stündlich die Uhrzeit in einen Jingle von ORANGE 94.0 eingebunden werden.

### 3.1.2.

## ORANGE 94.0 HÖREN AUS VERBUNDENHEIT

Einige Radiomachende und -hörende sind mit dem Sender primär als einem sozialen Medium verbunden. Interessanterweise beobachten wir bei dieser Form des Hörens besonders eine Auflösung eines dualen Medienbegriffs, der gekennzeichnet ist von Rezeption auf der einen und Produktion auf der anderen Seite.

Es gibt Hörende, bei denen die Verbindung mit dem Sender und ihre Identifikation damit so stark ist, dass sie sich gar nicht nur auf der Seite der Hörenden wahrnehmen, sondern in ihrem Hören praktisch auch schon mit produzieren; der Wechsel auf die Seite des Radiomachens fällt von daher leicht. Oft wird die eigene Interessenslage mit jener des Senders als derartig überlappend erlebt, dass weder Abstimmung noch Intention beim Hören notwendig sind; die Inhalte von ORANGE 94.0 werden so als übereinstimmend mit der eigenen Alltagspraxis erlebt. Bei solchen Hörenden ist das Hören von ORANGE 94.0 tief in diese Alltagspraxis integriert.

Eine weitere Facette dieser Verbundenheit lässt sich aus der Mediensozialisation heraus erklären. Von Kindheitstagen an spielt das Medium Radio eine wichtige Rolle im Alltag und steht als eine Art Wohlfühlbegleiter für den Alltag bereit. Die Verbundenheit ist damit auch biographisch gewachsen, das aktuelle und aktive Radiomachen entspringt hier einer zunächst für die Hörenden bestehenden parasozialen Verbindung. Durch das eigene Radiomachen wird so an das Medium etwas, das selbst positiv erfahren wurde, zurückgegeben bzw. die Beziehung zum Medium aktiv fortgesetzt. Konsequenterweise ist, dass die Orientierung hier keine des professionellen Radiomachens ist, geschätzt wird vielmehr die familienähnliche Eingebundenheit.

In einer dritten Facette der Verbundenheit werden Sendungen zu einem medialen Raum für unterschiedliche Communities mit Migrationsbezug. Die Beteiligten erfahren hier die gemeinsame Gestaltung eines medialen Raumes, der gleichzeitig eine Plattform zur öffentlichen Teilhabe darstellt.

### 3.1.3.

## ORANGE 94.0 HÖREN: BEWUSSTES INTERESSE UND AKTIVES SUCHEN

ORANGE 94.0 zu hören fordert aktives Zuhören, worin sich alle Diskutierenden grundsätzlich einig sind. Nicht für alle ist ORANGE 94.0, wie ausgeführt, als konventionell begleitendes Medium möglich. Die Konsequenz, die einige daraus ziehen, ist Radiosendungen bewusst auszuwählen. ORANGE 94.0 wird für diese Situationen des Hörens gezielt angesteuert. Das Radio einfach so im Alltag auf Orange zu stellen geschieht dabei eher selten. Die Gründe dafür liegen in den Strukturierungsbedürfnissen des Alltags und auch in der Mediensozialisation der TeilnehmerInnen. Diese Orientierung findet sich v.a. dort, wo – wie in den Gruppen Milder Mix und TrainerInnen – Hörgewohnheiten im Rahmen einer klassischen Mediensozialisation, mit einer Trennung zwischen Rezeption und Produktion im Sinne von Konsum vs. Aktivität, ausgebildet wurden. Hier werden z.B. gewisse Sendungen zu Fixpunkten im wöchentlichen Ablauf. Veränderung von Rahmenbedingungen, wie z.B. Arbeitszeitveränderungen, stören solche Routinen des Hörens: „i hob meine Orweitstog gwechsell, [...] jetzt kumm=i min Programm nimma zaum“ (Zitat 24, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 323-328).

Insbesondere stimmt dies für jüngere und *lean forward* orientierte<sup>3</sup> HörerInnen in den

---

<sup>3</sup>*Lean forward* und *lean backward* sind zwei Begrifflichkeiten, die auf Jakob Nielsen zurückgehen: „On the Web, users are engaged and want to go places and get things done. The Web is an active medium. While watching TV, viewers want to be entertained. They are in relaxation mode and vegging out; they don't want to make choices. TV is a passive medium“ (Nielsen, 2008. Writing Style for Print vs. Web. [Online] Available at: <http://www.nngroup.com/articles/writing-style-for-print-vs-web/> [Zugriff am 15 12 2013]). Während *lean backward* also die klassische Berieselung meint, ist *lean forward* eine dazu gegensätzliche Orientierung bzgl. Mediennutzung: Der selbst zusammengestellte Medienkonsum aus einer Auswahl an Medieninhalten. Ein aktueller Vergleich wäre Fernsehen vs. der Konsum von Youtube-Videos. Die dominante Orientierung des Medienkonsums wird heute zunehmend das *lean forward* mit seinem Anspruch auf gestaltendes Eingreifen auch während des Medienkonsums. *Lean-forward*-Orientierte machen die selbstgesteuerte Auswahl zu einem grundsätzlichen Prinzip, Berieselung rückt in den Hintergrund. Nach Medieninhalten wird aktiv gesucht und so die individuelle Mediennutzung zusammengesetzt. Interaktionen mit AutorInnen von Medieninhalten z.B. gehören hier ebenso dazu, für die meisten *lean-forward*-Orientierten sind auch Kommentare bzw. der Akt des Kommentierens ein üblicher Bestandteil des Instrumentariums.

Gruppendiskussionen: Die aktive Medienauswahl ist für sie eine grundsätzliche Strategie, der Medienkonsum in Form von Berieselung – das *lean backward* – nur in geringem Ausmaß Teil der medialen Alltagspraktiken. Sendungen werden systematisch gesucht und je nach Interesse und Zeitbudget gehört, ebenso gerne werden der Livestream bzw. das Archiv von Orange genutzt. Das Radiohören im Sinne eines aktiven Suchens fügt sich so passend in die persönlichen – aktiven – Rezeptionsgewohnheiten ein.

## 3.2.

# DER MEDIENBEGRIFF VON RADIOHÖRENDEN UND -MACHENDEN

Das Material fördert zwei unterschiedliche Strukturen der Wahrnehmung von Medien bzw. Radio zu Tage: Im Diskurs der Gruppen Milder Mix und TrainerInnen dokumentiert sich ein dualer Medienbegriff, der mit einer Polarität zwischen Produktion und Rezeption und klaren Rollenverteilungen zwischen Produzent- und KonsumentInnen einhergeht. In der Gruppe Wilder Mix zeigt sich ebenfalls ein dualer Medienbegriff, aus der primären Orientierung an politischer Teilhabe heraus – siehe dazu Kapitel 3.3., Partizipation und politische Teilhabe – speist sich hier allerdings eine Auflösung aller Dualität und ordnet sich das Medium in seiner Funktion der politischen Rahmung unter: Potentiell sind wir alle politisch, haben alle eine Stimme und sind deswegen potentiell auch alle Radiomachende. Radiohörende werden als potentielle AktivistInnen zu potentiell künftigen Radiomachenden, ORANGE 94.0 wird dabei – seit den Gründungszeiten – als eine Plattform mit Aktivierungspotential konzipiert. Der Fokus dieser Orientierung liegt im politischen und sozialen Bereich, Massenmedien und Mainstream – und damit verbunden auch der technologische Wandel – sind ein negativer Orientierungshorizont.

Demgegenüber steht eine zweite Struktur der Wahrnehmung von Medien, ein zweiter Medienbegriff: Es existiert dabei keine starke Unterscheidung zwischen Produktion und Rezeption, diese Pole verschmelzen bedingt durch mediale Formen wie social-media-Plattformen ineinander. Aus der Perspektive eines klassischen dualen Medienverständnisses haben wir es hier mit einer hybriden Wahrnehmung zu tun.

Die Ausprägung eines hybriden Medienbegriffs zeigt sich eher bei den jüngeren TeilnehmerInnen der verschiedenen Gruppen. Bei diesen dokumentiert sich auch eine *lean forward* orientierte Haltung z.B. bzgl. Handlungspraktiken zur Musikauswahl

oder Hörpraktiken im Sinne des aktiven Suchens von Sendungen. Die gewünschte Auswahl wird aktiv und selbstgesteuert zusammengestellt, Begleitmedien treten in den Hintergrund. Eine *lean forward* Orientierung geht nicht automatisch mit einem partizipativen Anspruch an Mediengestaltung einher. Auch wenn die eigene Medienutzung stärker *lean forward* orientiert ist, müssen die Ansprüche bzgl. Medienproduktion nicht partizipativ sein.

Wenn ein partizipativer Anspruch besteht, liegt der Kern der Orientierung im Politischen: Existiert der Anspruch, politisch und gesellschaftlich zu verändern bzw. ist die Triebfeder für die eigene Radio-Aktivität eine veränderungsorientierte, dann findet sich in den Materialien häufig der Hinweis auf ebenso partizipative Ansprüche. Liegt die Motivation außerhalb eines politischen Anspruchs – wie im Fall der Gruppe Musik, der es um Vielfalt und Repräsentation von Musikstilen und -richtungen geht – ist die Partizipation von NutzerInnen kein verfolgter bzw. inkludierter Aspekt. Hier liegt die Orientierung im Bereitstellen von Vielfalt im musikalischen Bereich.

### 3.3.

## VERORTUNG VON ORANGE 94.0 IN DER MEDIENLANDSCHAFT

Die kommerziellen Sender stellen für alle Gruppen einen Vergleichshorizont dar. ORANGE 94.0 befindet sich in ihrer Perspektive in der österreichischen Medienlandschaft (gemeinsam mit einigen wenigen anderen Initiativen) in einer besonderen Nische oder, wie in der Gruppe International formuliert wird: „wir sind eigentlich Feigenblatt“ für die implizite Politik der Massenmedien (Zitat 25, Gruppe International, Passage „Gesellschaftskritik“, Zeile 57-59). Die Orientierungen bezüglich der Medienlandschaft unterschieden sich darin, inwiefern Massenmedien als positiver oder negativer Vergleichshorizont dienen.

Wird Orange als Teil des massenmedialen Marktes platziert, so wird oft mit Konkurrenz und einem Sich-behaupten-Müssen argumentiert. In dieser Orientierung muss sich ORANGE 94.0 mit der Konkurrenz auseinandersetzen, auf neue Marketingstrategien setzen und darauf achten, am Markt bestehen zu können. Die Umgebung wird als bedrohlich eingestuft und ein möglicher Untergang droht. Im Rahmen dieser Orientierung wird in der Logik eines hegemonialen Marktes argumentiert.<sup>4</sup>

Demgegenüber steht die Orientierung, dass Sender wie ORANGE 94.0 eine andere Aufgabe und gesellschaftliche Funktion haben.<sup>5</sup> Orange hat ein Sprachrohr zu sein, medial unterrepräsentierten Gruppen Öffentlichkeit zu bieten bzw. medienpädagogisch zu wirken. Schon seine pure Existenz hat demokratiepolitische Bedeutung. Die Maßstäbe, die an Massenmedien angelegt werden, greifen dieser Orientierung nach ins Leere – sie haben keine Bedeutung für diesen gesellschaftlichen Raum. Dieser Position zuzuzählen sind Teile der Gruppen International, Wilder Mix und Milder Mix. Einen weiteren Aspekt bringt die Gruppe International bezüglich der rechtlichen Situation von ORANGE 94.0 als Privatrado ein. Eigentlich gehört ORANGE 94.0 zu einer eigenen oder dritten ‚Sparte‘, die sich sowohl von privaten als auch von öffentlich-rechtlichen Sendern unterscheidet.<sup>6</sup> Denn beide werden im Gegensatz zu

<sup>4</sup>Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen)Medium Orange?“, Zeile 25-31 und Zeile 329-331

<sup>5</sup>Siehe dazu Zitat 17 (Gruppe Wilder Mix) und 26 (Gruppe TrainerInnen)

<sup>6</sup>Siehe dazu Zitat 8 (Gruppe International)

ORANGE 94.0 als kommerziell wahrgenommen. Gesellschaftlicher Wandel braucht begleitende, nicht-kommerzielle Instanzen, um Reflexion und damit Weiterentwicklung zu ermöglichen. Diese Chancen eröffnen partizipative Initiativen. Wichtig ist, dass es diese gesellschaftlichen Räume gibt, wird von Radiohörenden und -machenden betont.

Im Gegensatz zum öffentlichen Diskurs z.B. zu Migration, in dessen Rahmen Unterschiede als Bedrohung mit einem Effekt der Abgrenzung erlebt werden, werden unterschiedliche Sichtweisen und andere Perspektiven im Rahmen des freien Radios als Ressource erlebt. Sie werden öffentlich zugänglich und nutzbar gemacht. Die Sendungen auf ORANGE 94.0 übernehmen so eine wichtige gesellschaftliche Funktion, wie die Gruppe International, beispielhaft auch für andere Gruppen, dazu formuliert (vgl. Zitat 6, auf S. 18 dieses Berichtes).

### 3.3.1.

## LOKALE VS. GLOBALE AUSRICHTUNG

Die Orientierungen bezüglich der Ausrichtung von ORANGE 94.0 fanden sich im Material in drei Ausprägungen wieder: lokal, hybrid und global. Orange wird vorrangig von Radiomachenden mit einer Orientierung zu einer Partizipation für (Sub)Szenen (siehe Kapitel 3.5) als ein lokales, in Wien verankertes Medium mit dem Blick auf unterschiedliche Szenen verstanden. Themen ohne Wienbezug kommen in den Sendungen auch vor, der hauptsächliche Fokus aber liegt beim Großraum Wien, wie sich in den Gruppen Wilder Mix und Milder Mix zeigt.

Eine hybride Form mit sowohl lokalen als auch globalen Aspekten findet sich bei jenen mit einer Orientierung zu Partizipation als öffentliche politische Teilhabe: RadiomacherInnen, die sich in einer Brückenfunktion für Migrations-Communities sehen, setzen in ihren Sendungen lokale Themen mit Themen ihrer Herkunftsregionen in Verbindung. Die Sendungen werden so zur Brücke zwischen lokalen und globalen Themen.

Eine dritte Orientierung in Richtung eines globalen Mediums fand sich in zwei Ausprägungen wieder: Wird Orange im Kontext von Massenmedien verortet und mit diesen verglichen, so war auch die Orientierung in Richtung globaler Zusammenhänge – der Blick geht in Richtung eines massenmedialen Marktes. Gänzlich anders, global orientiert, sieht das ein nicht aus Österreich stammender, junger Radiomacher: Seine Motivation Radio zu machen sind seine Freunde, d.h. seine private Community, für die er seine Sendung in die ganze Welt strahlt. Radio wird so als ein verbindendes Element über Kontinente hinweg konzipiert, das dazu dient, konkrete Kontakte zu halten. (Gruppe Wilder Mix, Min. 43:32-48:06).

## 3.4.

# FUNKTIONEN VON ORANGE 94.0: DAS VOICING

Ist das Radiomachen bei Orange stark in den eigenen Alltag integriert, entsteht – wie schon ausgeführt – eine Verbundenheit mit dem Sender, den radiomachenden KollegInnen und jenen gesellschaftlichen Substrukturen, die damit in Zusammenhang stehen. Diese Verbundenheit hat unterschiedliche Ausprägungen, abhängig von den jeweiligen Sendungspositionierungen bzw. der habituellen Ausrichtung der Radiomachenden, verbindend ist aber über alle Gruppen hinweg die Motivation, für gesellschaftliche Gruppierungen eine mediale Plattform zur Verfügung zu stellen und diesen damit eine öffentliche Stimme zu verleihen.

Für die Diskutierenden der Gruppe International stellt der Sender eine Verbundenheit bzw. auch Brücke zu den eigenen Communities dar. Im Sinne des *Voicings* geben die jeweiligen Sendungen marginalisierten gesellschaftlichen Positionen von Migrationsmilieus Stimme und Öffentlichkeit. Das konnten wir aus dem Material erarbeiten, passt aber auch mit theoretischen Konzepten, die diesen Begriff verwenden, zusammen.

Etwas anders gelagert sind Positionen im Rahmen der Gruppe Wilder Mix: Innerhalb von Orange gibt es Gruppen, die schon lange als Radiomachende aktiv sind, damit gewisse Traditionen und Aufgaben verbinden und die Rolle von Orange stark aus einem partizipativ-organisatorischen Aspekt heraus betrachten. VertreterInnen dieser Orientierung finden sich in mehreren Diskussionen: Milder und Wilder Mix sowie auch in der Gruppe Musik. Diesen geht es nicht in erster Linie um die Einbindung migrantischer Milieus, wie im Fall der Gruppe International, sondern um politische Strukturen außerhalb von Parteipolitik. Politische Bewegungen, Bürgerinitiativen, sowie andere partizipativ getragene Organisationsformen wie z.B. NGOs, die in Mainstreammedien schwer bis gar nicht eine Stimme bekommen, finden hier Öffentlichkeit im Sinne des *Voicings*.

Die VertreterInnen des Voicings für Migrationsmilieus agieren stark veränderungs- und in Richtung einer massenmedialen Öffentlichkeit orientiert, und ordnen ihre Prioritätensetzung dieser Orientierung unter. Jene, denen es im Rahmen von Orange um ein Voicing für politische Gruppierungen geht, agieren hingegen in Richtung gesellschaftlicher Teilöffentlichkeiten. Der Fokus liegt auf dem Voicing für Szenen und Subszenen: Massenmedien sind dabei kein bzw. ein negativ besetzter Orientierungshorizont, es geht um „die Verankerung in verschiedenen (.) Szenen, Subszenen und so weiter was es gibt, (.) ah das sind auch die Orte wo: halt neue Leute fürs Radio gewonnen werden können.“ (Zitat 26, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 83-86).<sup>7</sup>

*Voicing* mit anderer Ausprägung ist für die Gruppe Musik die treibende Kraft: Für sie geht es um das Sichtbar-machen von marginalisierten Musikstilen und –bands. MusikerInnen, die in den Mainstreammedien kaum oder nur schwer unterkommen, bekommen via ORANGE 94.0 eine Stimme. Sowohl im Rahmen von Sendungen mit Musikschwerpunkt, als auch im Musikmix, der läuft, wenn keine Sendung stattfindet, geht es um die Präsentation von unbekanntem Bands, Musik kleiner Labels und/oder abseits des Mainstreams.

Eine weitere Ausrichtung des *Voicings* mit einer emanzipatorischen Orientierung findet sich in der Gruppe der TrainerInnen. ORANGE 94.0 wird hier vor allem in den Kontext medialer Selbstermächtigungsstrategien gesetzt und als Mittel zur Entwicklung von Medienkompetenzen genutzt. Selbst Radio zu machen wird dabei als Aufhänger für die Auseinandersetzung mit Medien an sich bzw. als Teil eines pädagogischen Konzepts zur Bewusstseinsbildung, aber auch als Strategie zur Sichtbarmachung z.B. von Jugendlichen betrachtet (vgl. Zitat 21, S. 37 in diesem Bericht).

---

<sup>7</sup>Modernisierungen und Veränderungen sind im Rahmen dieser Orientierung, die sich hauptsächlich bei Menschen findet, die seit der Gründung bei Orange sind, ein negativer Gegenhorizont. Sowohl technische Entwicklungen als auch gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen werden als Einschränkung der Wirkmächtigkeit politischer Initiativen wahrgenommen. Die Reaktionen bezüglich der erlebten Veränderung bei Orange sind skeptisch bis kritisch. Die basisdemokratische Vergangenheit und die davon noch erhaltenen Elemente im Rahmen von Orange sind ein positiver Horizont.

## 3.5.

# PARTIZIPATION UND (POLITISCHE) TEILHABE

In allen untersuchten Gruppen werden (gesellschafts-)politische Orientierungen deutlich. Sie sind umfassender als das Radiomachen und -hören, strukturieren dieses allerdings und werden oft hauptsächlich durch das Radio in die Praxis gebracht. Sie lassen sich entlang verschiedener Auffassungen im Zusammenhang mit Partizipation ausbuchstabieren. Allen gemeinsam ist, dass das Radio genutzt wird zwecks eines Anliegens, das sich um die Veränderung des Zusammenlebens und den Umgang miteinander und mit der Welt dreht. Es geht also letztlich um politische Anliegen, die sich demokratiepolitisch kaum abbilden lassen, durch das freie Radio aber praktisch umgesetzt werden können, und zwar durch das Ansprechen einer mehr oder weniger breiten Öffentlichkeit, durch das Ansprechen ganz bestimmter Gruppen, durch das Aufzeigen, dass alle grundsätzlich etwas machen können, durch einen emanzipatorischen Seitenwechsel und durch Formate, die weder in öffentlich-rechtlichen noch in kommerziellen Sendern möglich sind. Ansatzweise wurden die Orientierungen, die hier verdichtet sind, bereits bei der Diskussion des Voicings formuliert.

Das Themenfeld der Partizipation und Teilhabe umfasst drei Ausprägungen:

1. Partizipation als gesellschaftliches und organisatorisches Grundprinzip mit dem Schwerpunkt, (politischen) Sub-Szenen und AktivistInnen ein Forum für ihren – öffentlichen – Austausch zu geben.
2. Partizipation im Dienst von gesellschaftlichen und politischen Veränderungen mit dem Schwerpunkt politische Teilhabe und Diversität.
3. Partizipation wird als nicht notwendig oder zielführend eingestuft, bzw. als ineffizient und nicht mehr zeitgemäß.

Ad 1. **Partizipation für (Sub)Szenen** kommt in Teilen der Gruppen Wilder Mix, Milder Mix und Musik vor: gewissen Gruppen soll Zugriff zu medialer Repräsentation ermöglicht werden. Partizipation wird hier im Sinne von kleinräumlicher Beteiligung und als gelebtes Organisationsprinzip, z.B. eines Vereins, verstanden. In diesem Sinne geht es neben dem Beispiel einer politischen Teil- bzw. auch Gegenöffentlichkeit, auch um die Zukunft der eigenen Gruppierungen. Die Sendungsmachenden rekrutieren sich aus den HörerInnen. Die politische Fahne wird hochgehalten, ein weiterer Fokus liegt dabei auch auf der Selbsterhaltung. VertreterInnen dieser Ausrichtung sind meist seit den Gründungszeiten dabei, haben oftmals Funktionen im Verein inne (gehabt) und sind ORANGE 94.0 als Organisation verbunden. Ihre Perspektive auf ORANGE 94.0 ist häufig eine auch historisch geprägte und eng verwoben mit ähnlichen zivilgesellschaftlichen Initiativen: Es geht neben dem Voicing auch um die Erhaltung und Verteidigung zivilgesellschaftlicher Freiräume für politische AktivistInnen und Initiativen. Das Engagement richtet sich vor allem an die eigene Gruppierung.

83	<b>Bm:</b> wieder zurückzukommen, =dort die Verankerung in verschiedenen
84	(.) Szenen, Subszenen und so weiter was es gibt, (.) ah das
85	sind auch die Orte wo:: halt neue Leute fürs Radio gewonnen
86	werden können.=also wenn quasi dann auch (.) so (.) mehr oder
87	weniger (.) die (.) Grenze zwischen (.) Hören und Machen
88	schwammiger wird, <ea> und: (.) quasi: wos waß ich; (.)

*Zitat 27, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 83-88*

Ad 2. Eine etwas andere Schwerpunktsetzung beinhaltet **Partizipation als öffentliche politische Teilhabe**. Unterschiedlichen Gruppen soll medialer Zugriff verschafft werden, womit eine starke Veränderungsorientierung in Hinblick auf aktuelle, gesellschaftliche Zustände verbunden wird. Kulturelle Diversität ist hier per se politisch relevant. Idealtypisch findet sich diese Orientierung in der Gruppe International, jenen RadiomacherInnen, die sich als Brücke zu ihren jeweiligen Communities verstehen. Die Tätigkeit bei ORANGE 94.0 wird, wie auch von den partizipativ für (Sub)Szenen Agierenden, als eine politische gesehen. Die Differenz der beiden Orientierungen liegt in der Ausrichtung, bedingt durch unterschiedliche biographische Lagerungen. Die Gruppe International teilt Marginalisierungserfahrungen in Österreich. Die Radiomachenden arbeiten aktiv an der Veränderung einer derartigen Situation von Mig-

rantInnen in Österreich und leisten Empowerment ihrer jeweiligen Communities u.a. durch das bereits diskutierte *Voicing*. Als positive Horizonte werden Anerkennung und Wertschätzung der eigenen Tätigkeit in gesellschaftlicher Hinsicht, z.B. von Seiten der österreichischen Politik und von der Geschäftsführung und Organisation von ORANGE 94.0 artikuliert. Der Partizipationsbegriff dieser Ausrichtung fokussiert auf die Situation von MigrantInnen und ihrer konkreten, gesellschaftlichen Beteiligung. In dieser Weise wahrnehmen zu können, hängt mit biografischen Brüchen und den damit einhergegangenen Erfahrungen zusammen. Migrationserleben<sup>8</sup> bringt Umgangsformen mit Unterschieden mit sich und führt zu einer Differenzierung und einem Verstehen von gesellschaftlichen Zusammenhängen. Aus diesen Erfahrungen heraus sind Orientierungen wie Diversität und Vielfalt entwickelbar. Aus ihrer eigenen Lebenserfahrung heraus sind diese Radiomachenden SpezialistInnen im Umgang mit Unterschieden, wissen Bescheid um Strategien und möchten diese sichtbar machen. Ihre Communitysendungen lenken die Blicke auf die blinden Flecken der Gesellschaft.

Ad 3. Eine weitere Form, die sich an einigen Stellen des Materials findet, ist jene, die **Partizipation als veraltetes, kaum zielführendes Instrument** früherer Organisationsformen einstuft. Die alten Traditionen der Basisdemokratie haben in dieser Perspektive mit den Jahren einen Imageverlust erfahren: Beteiligung und demokratische Mitbestimmung in Organisationen wird so auch im Rahmen von ORANGE 94.0 von einigen Personen als ineffizient oder zermürend gerahmt.<sup>9</sup> Die Perspektive auf Partizipation als ein veraltetes Instrument ist damit stark vom gegenwärtigen Zeitgeist geprägt.

---

<sup>8</sup>Auch andere Thematiken können ähnliche Dynamiken entfalten: Gender, sexuelle Orientierung, usw., d.h., Marginalisierungserfahrungen im Sinne eines Erlebens von Differenz zu hegemonial vorherrschenden Stereotypen kann als Katalysator für das Ausbilden von Verständnis für gesellschaftliche Strukturen und Bedingungen wirken.

<sup>9</sup>Siehe dazu Zitat 17 der Gruppe Musik.

# 3.6. ÜBERSICHT: TYPOLOGIE

In der folgenden tabellarischen Übersicht fassen wir die einzelnen Typiken noch einmal tabellarisch zusammen:

TYPIKEN			
„Partizipation“	<p>Partizipation für (Sub)Szenen</p> <p>Partizipative Selbstverwaltung als Teil der politischen Kultur – Radioaktivistinnen: Primäre politische Aktivität ist das Radiomachen</p>	<p>Partizipation als öffentliche politische Teilhabe und Instanz für Diversität</p> <p>Der hegemoniale Habitus der Mehrheitskultur wird durchschaut, auch dort, wo er sich für einen der Gleichberechtigung hält. Die Kritik, die hier geübt wird, funktioniert nur durch das Sendungsformat. Beispiel: Kritiken zu Performances europäischer Kunst durch außereuropäische KritikerInnen</p>	<p>Partizipation als veraltetes Instrument</p> <p>Partizipation wird als veraltet und ineffizient gerahmt und oft mit Selbstverwaltung verwechselt</p>
<p>„Voicing“ (medien bzw. gesellschafts-politische Funktion von Orange)</p>	<p>Öffentlichkeit und Voicing für politische Gruppierungen, Szenen und Subszenen</p> <p>Rekrutierung von neuen HörerInnen als potentielle neue AktivistInnen</p> <p>Blick ist auf Teilöffentlichkeiten gerichtet</p>	<p>Voicing für (migrantische) Subszenen</p> <p>Voicing und Platz in der Öffentlichkeit, Vielfalt und Diversität für die Medienlandschaft: Orange als Community-Medium</p>	<p>Voicing für musikalische und technologieaffine Subszenen</p> <p>Unterrepräsentierten Strömungen einen medialen Platz verschaffen</p>
„Verortung von Orange in der Medienlandschaft“	<p>Negativ und skeptisch, betrachtet Massenmedien als eine andere Welt ohne Gültigkeit für Orange</p> <p>Mainstream als negativer Orientierungshorizont</p>	<p>Negativ, wird kritisch gesehen, aber als Vergleichshorizont herangezogen</p> <p>Mainstream als negativer Orientierungshorizont</p>	<p>Orange soll (technisch) aufschließen und sich massenmedialen Formen annähern</p> <p>Ohne Mainstream gibt es keine Alternativmusik: Verlässt zweiwertige Logik des Entweder-Oder</p>

Tabelle 1, Orientierungen im Rahmen von ORANGE 94.0

### 3.7.

## ORGANISATIONELLER WANDEL: FLUCH UND SEGEN DER BASISDEMOKRATIE

Unser letzter Blick auf das Material gilt dem organisationalen Wandel von ORANGE 94.0. Dieser lässt sich in der typologischen Übersicht insofern nicht verorten, als die Dimension Zeit eine dreidimensionale Tabelle erfordern und zu einer Unübersichtlichkeit führen würde.

Folgende Auffassung findet sich bei jenen, die die Gründungszeiten hinter sich gelassen haben:

392	<b>Bf:</b> (.) u:nd (.) und da (.) do wor echt (.) oiso do worn aa
393	Diskussionen mit (auf) (.) a:::h (.) is is is
394	chauvinistisch;=geht gor ned und dann mit e- extreme (.)
399	Diskussionen dazu;=oiso des wor echt (.) oiso des wor domois wor
396	des schon so; (.) <ea:> i waaß ned ob des wos is wos si einfach
397	mit der Zeit (.) <ea::> min Lauf der Dinge; (.) oiso i- i man
398	jetz auch an an meiner Person gemessen (.) i bin hoid domois
399	aamoi in der Wochn hergfohrn und hob ma (.) die Diskussion im
400	Köller gebm; (.) des tät i jetz nimmer; (.) oiso erstens wohn i
401	nimmer in Wien sondern am Land, (.) und und zweitens deng i
402	ma i hob scho diskutiert @jetz soin die ändern diskutiern@,

*Zitat 28, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 392-402*

Die Orientierung bezüglich der eigenen partizipativen Beteiligung an ORANGE 94.0 hat sich gewandelt. Die Aktivitäten, die früher wöchentlich unternommen wurden – am Plenum von ORANGE 94.0 teilzunehmen – wären heute nicht mehr vorstellbar. Sowohl die Zeiten als auch die Personen haben sich verändert. Die Validierung dieser Aussage durch die anderen zeigt: Bestimmte Organisationsstrukturen gehören in die Anfangszeit von Orange, jetzt hat man sie hinter sich gelassen. Sie werden also historisch gerahmt.

Über alle Gruppen hinweg dokumentiert sich ein derartiger Wandel der Organisationsstruktur. Die basisdemokratischen Strukturen der ersten Jahre haben sich verändert, das wöchentliche Plenum, bei dem Radiomachende zusammenkamen, existiert nicht mehr. Der technologische Wandel tat ein Übriges: Sendungen können heute zuhause am eigenen Computer produziert werden. Beide Entwicklungen führen dazu, dass die physische Anwesenheit vor Ort bei ORANGE 94.0 wenig bis kaum mehr notwendig ist. Die (neuen) Radiomachenden haben bedingt durch diese Entwicklungen einen gänzlich anderen Bezug zu Orange als frühere Generationen, die sich aus politischen AktivistInnen diverser Initiativen rekrutierten. Exemplarisch für diese Entwicklungen stehen die Gruppen Wilder Mix und Musik: In diesen Gruppen treffen der partizipativ-politische Hintergrund der Gründungsgeneration auf die Perspektive von Partizipation als veraltetem Instrument. Die Orientierung ersterer zeichnet sich dadurch aus, dass partizipative Radiogestaltung und partizipative Organisationsform miteinander verknüpft sind und einander bedingen. Das Radio ist beides gleichzeitig: Ein Ort der Mitgestaltung und Produktion ebenso wie ein Ort der Mitgestaltung und Rezeption. Die Rollen zwischen den Polen Rezeption und Produktion verschwimmen, das Ziel ist eine Aktivierung und damit – wie oben ausgeführt – auch die Rekrutierung von AktivistInnen.

Durch den Wandel der Organisationskultur gingen partizipative Elemente der Beteiligung und Involvierung verloren. Die Lücke, die dadurch hinterlassen wurde, zeigt sich am Beispiel des Problems der Feedbackräume, die in den Gruppen Musik und TrainerInnen zum Thema werden. Anhand der Sprachlosigkeit im Umgang mit dem Problem des Aktivierungspotentials von Radiomachenden offenbart sich in der Gruppe Musik ein Dilemma:

311	<b>Fm:</b>	Äh ich (.) hab einfach das Gefühl (.) also ich (.)
312		ich kenn jetzt nich viele (.) andere Radiomacher (.)
313		Innen; (1) also ich (.) treff manchmal die die direkt
314		
315	<b>Cm:</b>	Mhm;
316		
317	<b>Fm:</b>	nach mir sind, (1) und ähm (.) das wars eigentlich; (.)
318		
319	<b>Cm:</b>	Ja,

320	
321	<b>Fm:</b> also (.) äh (.) hängt auch damit zusammen dass man=s halt
322	
323	<b>Cm:</b>  Ja eh,
324	
325	<b>Fm:</b> (.) bequem von zuhause machn kann; (.) mach ich auch (.)
326	
327	<b>Cm:</b>  Ja;
328	
329	<b>Fm:</b> größtenteils eigentlich;=aber (.) <ea:> nich:: (.)
330	<u>n:ur</u> (nah) dran; (1) n- (.) ich weiß nicht wie man das
331	(.) wie man das machen kann; (.) (immer) (1) das (.)
332	wär für mich schon n Punkt;

*Zitat 29, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 311-332*

Die Diskutierenden ringen an mehreren Stellen der Debatte um eine Antwort auf die Frage, wie Radiomachende zur Beteiligung aktiviert werden können, wissen aber keine Lösung, wie die interne Kommunikation mit den Radiomachenden verändert werden kann. Die Aufrufe und Bitten um Beteiligung verhallen ungehört. Radiomachende für Feedbacks oder auch Gruppendiskussionen zu motivieren ist schwierig. Über eine – politische – Sozialisation in partizipativen Strukturen, die auch Antworten auf diese Fragen bereithält, verfügt die Gruppe nicht. Durch den Wegfall der wöchentlichen Plena und der Notwendigkeit im Studio zu produzieren, wurde der Kontakt zu ORANGE 94.0 als Gesamtprojekt geringer. Damit einhergehend wird die Identifikation mit dem Sender schwächer. Radiomachende kennen sich inzwischen untereinander kaum, d.h. das soziale Eingebunden-Sein nimmt ab.

Und auch der Bezug zur Organisation an sich nimmt durch die geringe Anwesenheitsfrequenz, wie in Zitat 27 dokumentiert, ab. Die nicht angenommenen Feedbackräume sind insofern ein Symptom für diese Entwicklungen: Die Anreize zur Partizipation an der Organisation von ORANGE 94.0 waren durch eine höhere Frequenz der sozialen Bezüge und Kontakte stärker. Oder anders gesagt: Das Gemeinschaftliche ergab sich (stark) durch die gemeinsame Zeit, die miteinander verbracht wurde. Die vielen Kontakte brachten auch soziale Verbindlichkeiten mit sich. Als die technischen

Entwicklungen die Notwendigkeit, vor Ort zu produzieren, obsolet gemacht haben, und diese neue Option von den Radiomachenden wahrgenommen wurde, haben sich parallel dazu die Organisationsstrukturen verändert. Der Prozess der Identifikation mit ORANGE 94.0, der früher durch den zeitlichen Anwesenheitsgrad quasi nebenher geschah, existiert heute in dieser Form nicht mehr: Für diejenigen Diskutierenden, die die Organisation von Orange repräsentieren, stellt dieser Wandel eine Herausforderung dar. Es müssen aktiv Räume für Begegnung geschaffen werden. An der Identität des Senders muss, wie sich in der Gruppe Musik zeigt und wie sich auch in anderen Gruppen dokumentiert, nun *gearbeitet* werden<sup>10</sup>.

**Fazit:** ORANGE 94.0 als Organisation steckt aus der Sicht der Diskutierenden in einer dilemmatischen Situation, die typisch für Schwierigkeiten (ursprünglich) basisdemokratisch ausgerichteter Organisationsstrukturen ist. Einerseits soll ORANGE 94.0 eine gemeinsame Plattform für unterschiedlichste Sendungen bieten. Dafür sind eine Corporate Identity und auch ein Corporate Design notwendig, um in der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. Ebenso sind gewisse Standards bzgl. Qualität notwendig, wie sich in mehreren Gruppen dokumentiert. Geht es bei der Gruppe Musik um den Musikeinsatz, wurde in anderen Gruppen ähnlich z.B. die Qualität des terrestrischen Signals in Zusammenhang mit den Audioqualitäten mancher Sendungen diskutiert – es gibt also klare Qualitätsansprüche an Orange.

Andererseits soll ORANGE 94.0 eine Plattform sein, auf der SendungsmacherInnen möglichst autonom agieren können. Diese Autonomie äußert sich unter anderem auch in der medienrechtlichen Situation, da die Sendungsmachenden für ihre Inhalte selbst verantwortlich zeichnen und auch rechtlich belangt werden können. In die Inhalte und auch in die Musikauswahl kann und soll nicht interveniert werden.

Die eigene basisdemokratische Vergangenheit ist, bedingt durch den Entwicklungsprozess der Organisationsstruktur, nicht mehr zugänglich, d.h. aus dieser Tradition heraus können keine Optionen für die Lösung dieses (oder anderer) Probleme bezogen werden. Dieser verlorenen organisationalen Orientierung steht derzeit kein positiver Orientierungshorizont bezüglich der Organisation und ihrer Strukturen gegenüber;

---

<sup>10</sup>Siehe Zitat 21, Gruppe Musik.

eine Vision über die Organisationsform von ORANGE 94.0 ist für die Diskutierenden nicht identifizierbar. Dies führt zu Orientierungslosigkeit, die in den Suchbewegungen z.B. der Gruppe Musik um eine Lösung, und auch in ihrer Vorsicht, greifbar wird.

Das **Dilemma**, das sich hier entfaltet, ist Teil der Entwicklungsprozesse vieler NGOs: Die intensiven Anfangsjahre werden (häufig, aber nicht immer) getragen von basisdemokratischen Strukturen, die für die TeilnehmerInnen der Organisation große zeitliche Aufwände bedeuteten. Beginnt ein Umbau der Organisation, der mit stärkerer Strukturierung und anderen Hierarchien einhergeht, sinkt der Grad der Beteiligung. Grund dafür ist, dass die emotionale Involviertheit der Organisationsmitglieder mit dem Grad der Beteiligung steht oder fällt. Sinken die Möglichkeiten zur Partizipation und Mitgestaltung, so sinkt auch die Identifikation mit der Organisation an sich und damit auch das Bedürfnis, eigene Positionen einzubringen. Der technologische Wandel spielt dabei auch für ORANGE 94.0 eine zentrale Rolle, da die Anwesenheit vor Ort im Studio aufgrund neuer technischer Möglichkeiten inzwischen nicht mehr notwendig ist. Insbesondere Organisationen, deren Output stark auf der Leistung von ehrenamtlicher Arbeit aufbaut, sind damit konfrontiert, Lösungen für das Dilemma der organisationalen Beteiligung aller in einer ausdifferenzierten Organisationsstruktur zu finden.

# 4.

## VERZEICHNIS DER ZITATE UND TABELLEN, TRANSKRIPTION

Zitat 1, Gruppe International, Eingangspassage, Zeile 48-58	S. 14
Zitat 2, Gruppe International, Eingangspassage, Zeile 60-74	S. 14
Zitat 3, Gruppe International, Eingangspassage, Zeile 75-80	S. 15
Zitat 4, Gruppe International, Passage „Wer darf kritisieren“, Zeile 42-52	S. 16
Zitat 5, Gruppe International, Passage „Gesellschaftskritik“, Zeile 94-107	S. 17
Zitat 6, Gruppe International, Passage „Zivilgesellschaftliche Aufgabe Orange“, Zeile 67-82	S. 18
Zitat 7, Gruppe Milder Mix, Eingangspassage, Zeile 92-95	S. 19
Zitat 8, Gruppe Milder Mix, Eingangspassage, Zeile 625-629	S. 20
Zitat 9, Gruppe Milder Mix, Eingangspassage, Zeile 809-828	S. 21
Zitat 10, Gruppe Milder Mix, Eingangspassage, Zeile 831-852	S. 22
Zitat 11, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 25-34	S. 25
Zitat 12, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 70-88	S. 26
Zitat 13, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 284-299	S. 27
Zitat 14, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 135-140	S. 29
Zitat 15, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 144-156	S. 31
Zitat 16, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 251-162	S. 31
Zitat 17, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 455-464	S. 32
Zitat 18, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 22-29	S. 34
Zitat 19, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 42-50	S. 35
Zitat 20, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 166-186	S. 36
Zitat 21, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 371-386	S. 37
Zitat 22, Gruppe International, Passage Zivilgesellschaftliche Aufgabe Orange, Zeile 209-212	S. 40

Die Inhalte und auch die Gestaltung der Sendungen fordern von den Zuhörenden Konzentration und Auseinandersetzung. Nicht alle sind der Meinung, dass dies immer der Fall ist, doch zeigt sich im Material eine große Übereinstimmung darüber, dass eine höhere Involviertheit notwendig ist. Der Sender erbringt keine Strukturierungsleistungen für den Alltag, d.h., er unterstützt nicht durch z.B. Zeitansagen oder aktuelle Informationen die Routinen von Arbeitsprozessen. Radio Orange bedingt manches Mal auch eine Involviertheit in die Themen der Sendungen und lädt zum Mitmachen ein: „u:nd des kann ma sie jo net (.) fast nur nebenbei im Auto anhörn sondern (.) da wärs am besten ma (benutzt) a Instrument und kann glei mitmochen“ (Zitat 23, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 85-87). Der Sender wird als vielfältiger Fleckerlteppich beschrieben, den zu erschließen den Zuhörenden eine aktive Leistung abverlangt; darin liegt ein klarer Unterschied zu kommerziellen Radios, die einfach und ohne großen Aufwand nebenbei gehört werden können.

S. 40

Diese Orientierung findet sich v.a. dort, wo – wie in den Gruppen Milder Mix und TrainerInnen – Hörgewohnheiten im Rahmen einer klassischen Mediensozialisation, mit einer Trennung zwischen Rezeption und Produktion im Sinne von Konsum vs. Aktivität, ausgebildet wurden. Hier werden z.B. gewisse Sendungen zu Fixpunkten im wöchentlichen Ablauf. Veränderung von Rahmenbedingungen, wie z.B. Arbeitszeitveränderungen, stören solche Routinen des Hörens: „i hob meine Orweistog gwechselt, [...] jetzt kumm=i min Programm nimma zaum“ (Zitat 24, Gruppe TrainerInnen, Passage „Eigener Zugang“, Zeile 323-328).

S. 43

Die kommerziellen Sender stellen für alle Gruppen einen Vergleichshorizont dar. Radio Orange befindet sich in ihrer Perspektive in der österreichischen Medienlandschaft (gemeinsam mit einigen wenigen anderen Initiativen) in einer besonderen Nische oder, wie in der Gruppe International formuliert wird: „wir sind eigentlich Feigenblatt“ für die implizite Politik der Massenmedien (Zitat 25, Gruppe International, Passage „Gesellschaftskritik“, Zeile 57-59). Die Orientierungen bezüglich der Medienlandschaft unterschieden sich darin, inwiefern Massenmedien als positiver oder negativer Vergleichshorizont dienen.

S. 47

Die VertreterInnen des Voicings für Migrationsmilieus agieren stark veränderungs- und in Richtung einer massenmedialen Öffentlichkeit orientiert, und ordnen ihre Prioritätensetzung dieser Orientierung unter. Jene, denen es im Rahmen von Orange um ein Voicing für politische Gruppierungen geht, agieren hingegen in Richtung gesellschaftlicher Teilöffentlichkeiten. Der Fokus liegt auf dem Voicing für Szenen und Subszenen: Massenmedien sind dabei kein bzw. ein negativ besetzter Orientierungshorizont, es geht um „die Verankerung in verschiedenen (.) Szenen, Subszenen und so weiter was es gibt, (.) ah das sind auch di:e Orte wo: halt neue Leute fürs Radio gewonnen werden können.“ (Zitat 26, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 83-86).

S. 51

Zitat 27, Gruppe Wilder Mix, Passage „(Massen?)Medium Orange“, Zeile 83-88

S. 53

Zitat 28, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 392-402

S. 56

Zitat 29, Gruppe Musik, Passage „Orange im Vergleich“, Zeile 311-332

S. 58

## TRANSKRIPTION

Zum Transkriptionssystem „TiQ“ (Talk in Qualitative Research) finden sich ausführliche Erläuterungen in Przyborski/Wohlrab-Sahr (2007) sowie Bohnsack (2007). Hier erfolgt lediglich eine Zeichenerklärung:

- L Das ‚Häkchen‘ markiert den Beginn einer Überlappung bzw. den direkten Anschluss beim Sprecherwechsel.
- (.) Kurzes Absetzen, Zeiteinheiten bis knapp unter einer Sekunde
- (3) Anzahl der Sekunden, die eine Pause dauert. Ab 4 Sekunden Pause erfolgt die Notation in einer Extrazeile. Auf diese Weise wird beim Lesen des Transkripts das Schweigen allen an der Interaktion Beteiligten zugeordnet (dem Interviewer und den Interviewten gleichermaßen oder etwa der ganzen Gesprächsgruppe), was bei längeren Pausen meist dem Eindruck des Gehörten entspricht. Ein technischer Vorteil liegt darin, dass Verschiebungen durch Korrekturen nur bis zu diesen Pausen Veränderungen bei den Häkchen nach sich ziehen.
- nein Betonung.
- Nein Laut in Relation zur üblichen Lautstärke des/der Sprecher/in.
- °nee° Sehr leise in Relation zur üblichen Lautstärke des/der Sprecher/in.

- . Stark sinkende Intonation.
- ; Schwach sinkende Intonation.
- ? Deutliche Frageintonation.
- , Schwach steigende Intonation.
- brau- Abbruch eines Wortes. So wird deutlich, dass man hier nicht einfach etwas vergessen hat.
- oh=nee Zwei oder mehr Worte, die wie eines gesprochen werden (Wortverschleifung).
- nei:n
- ja:: Dehnung von Lauten. Die Häufigkeit der Doppelpunkte entspricht der Länge der Dehnung.
- (doch) Unsicherheit bei der Transkription und schwer verständliche Äußerungen.
- ( ) Unverständliche Äußerungen. Die Länge der Klammer entspricht etwa der Dauer der unverständlichen Äußerungen.
- ((hustet)) Kommentar bzw. Anmerkungen zu parasprachlichen, nicht-verbalen oder gesprächsexternen Ereignissen. Soweit das möglich ist, entspricht die Länge der Klammer etwa der Dauer des lautlichen Phänomens.
- @nein@ Lachend gesprochene Äußerungen.
- @(.)@ Kurzes Auflachen.
- @(3)@ Längeres Lachen mit Anzahl der Sekunden in Klammern.
- //mhm// Hörsignale, „mhm“ der Interviewerin werden ohne Häkchen im Text des Interviewten notiert, vor allem, wenn sie in einer minimalen Pause, die ein derartiges Hörerinnensignal geradezu erfordert, erfolgen.

### Groß- und Kleinschreibung

Nach Satzzeichen wird klein weiter geschrieben, um deutlich zu machen, dass Satzzeichen die Intonation anzeigen und nicht grammatikalisch gesetzt werden. Hauptwörter werden groß geschrieben. Beim Neuansetzen eines Sprechers oder einer Sprecherin, d.h. unmittelbar nach dem „Häkchen“, wird das erste Wort mit Großbuchstaben begonnen.

### Maskierung

Allen Personen, die an einer Erhebung teilnehmen, wird (zumindest) ein Buchstabe zugewiesen. Um deutlich zu machen, dass es sich dabei um eine Maskierung handelt, kann man alphabetisch mit „A“ beginnen. Diesem Buchstaben wird je nach Geschlecht ein „f“ (für feminin) oder ein „m“ (für maskulin) hinzugefügt. Dieser Buchstabe bleibt bei allen Erhebungen (z.B. Beobachtungsprotokollen) bestehen, an denen die Person beteiligt ist. Die Zuteilung von erdachten Namen, beginnend mit den zugeordneten Buchstaben, erleichtert die Lesbarkeit von Interpretationen und Ergebnisdarstellungen. Kann eine Äußerung keinem/kei-

ner Gesprächsteilnehmer/in eindeutig zugeordnet werden, wird dies mit einem Fragezeichen (?) an Stelle des Buchstabens notiert. Wenn das Geschlecht zuordenbar ist, kann dem Fragezeichen der entsprechende Buchstabe für das Geschlecht folgen (?m). Die Interviewer/innen erhalten die Maskierung Y1 und Y2 etc. Namen, die von Teilnehmern oder Teilnehmerinnen genannt werden, werden durch erdachte Namen ersetzt. Bei allen Namen wird versucht, den kulturellen Kontext, aus dem ein Name stammt, beizubehalten, bspw. kann Mehmet zu Kamil oder Nadine zu Juliette werden.

Ortsangaben und Jahreszahlen werden im Regelfall ebenfalls – sanft – maskiert, es sei denn, dass der historische Sachbezug eine genaue Orts- oder Zeitangabe erfordert.

## 5. LITERATUR

BOURDIEU, Pierre (1980): Die feinen Unterschiede. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

MANNHEIM, Karl (1980): Strukturen des Denkens. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

LOOS, Peter et al. (Hg.) (2013): Dokumentarische Methode: Grundlagen – Entwicklungen – Anwendungen. Opladen: Budrich.

PRZYBORSKI, Aglaja/WOHLRAB-SAHR, Monika (2014): Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. München: Oldenbourg.

BOHNSACK, Ralf (2009): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in die Methodologie und Praxis qualitativer Forschung. Opladen: UTB/Leske+Budrich.

# NOTIZEN

# NOTIZEN

**direkt ins Archiv**  
MIT ERINNERUNGSFUNKTION

aktuelles Tagesprogramm  
im Überblick

NEWSLETTER  
ABONNIEREN



Die o94 App für Android ist da!

ORANGE 94.0 live  
auf dem Smartphone  
empfangen!

Kontakt zu Radiomacher\_innen  
und Anmeldung für Kurse

Die vorliegende Studie steht unter einer »Creative Commons (CC)«  
Lizenz, die bei Namensnennung der Quelle und Weitergabe unter  
gleichen Bedingungen eine freie Nutzung erlaubt.

Auf der Webseite von ORANGE 94.0 wird diese Studie auch als  
pdf-Dokument zum Download angeboten.  
Besuchen Sie uns unter [www.o94.at](http://www.o94.at)

Medieninhaber und Herausgeber:  
Verein Freies Radio Wien  
Klosterneuburger Straße 1, 1200 Wien  
ZVR-Zahl: 563964285

+43-1-319 0999  
[www.O94.at](http://www.O94.at)