

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften,

Fachhochschule Braunschweig/ Wolfenbüttel

Karl-Scharfenberg-Fakultät, Salzgitter

Kommunikationsmanagement

Masterarbeit

Wintersemester 2022

Erstprüfer: Prof. Dr. habil. Harald Rau

Zweitprüfer: Maja Bahrke, M.A.



Ostfalia
Hochschule für angewandte
Wissenschaften

**Ehrenamtliche Mitarbeiter im niedersächsischen Bürgerrundfunk
– ein blinder Fleck im Mediensystem**

Eine empirische Untersuchung zu Motiven, Arbeitsroutinen und der Zufriedenheit der Ehrenamtlichen und zur Zukunft des ehrenamtlichen Engagements in den Bürgermedien

5. Dezember 2022

Naomi Nowak (5. Fachsemester)

Matrikelnummer: 70459741

E-Mail: nao.nowak@ostfalia.de

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
2	Theoretischer Hintergrund.....	4
2.1	Bürgerjournalismus und Partizipation: Versuch einer Begriffsannäherung.....	4
2.2	Bürgermedien in Deutschland.....	6
2.2.1	Entstehungsgeschichte der Bürgermedien in Deutschland.....	6
2.2.2	Unterschiedliche Bürgermedientypen und ihre Gemeinsamkeiten	9
2.2.3	Der niedersächsische Bürgerrundfunk.....	12
2.2.4	Die Bürgermedien heute: Digitalisierung und andere Herausforderungen ...	15
2.3	Das freiwillige Engagement.....	16
2.3.1	Begriffsbestimmung	16
2.3.2	Status Quo des freiwilligen Engagements in Deutschland.....	18
2.3.3	Anstoß und Motivation für das freiwillige Engagement	21
2.3.4	Herausforderungen und Maßnahmen zur Stärkung des Engagements	22
2.3.5	Die Bedeutung des Ehrenamts für die Bürgermedien	23
3	Forschungsstand.....	25
3.1	Der Urknall im Medienlabor: Ehrenamtliche in den 1980/90er Jahren	25
3.2	Im Regelbetrieb angekommen: Ehrenamtliche in den 2000er Jahren.....	27
3.3	Der blinde Fleck: Ehrenamtliche in den Bürgermedien (Heute).....	35
3.4	Zusammenfassung.....	37
4	Forschungsfrage und Hypothesen.....	39
5	Methodische Vorgehensweise	46
5.1	Durchführung einer quantitativen Online-Befragung	46
5.2	Aufbau des Fragebogens	47
5.3	Durchführung eines Pre-Tests und der Befragung.....	53
5.4	Beschreibung der Grundgesamtheit und Stichprobe	54
5.5	Methodische Ergänzung: Qualitative Interviews	56
6	Ergebnisdarstellung	60
6.1	Ergebnisse der quantitativen Online-Befragung	60
6.1.1	Rekrutierung und Ehrenamt.....	60
6.1.2	Vorerfahrungen und Redaktionsalltag.....	62
6.1.3	Motive und publizistische Ziele	65
6.1.4	Betreuung und Arbeitszufriedenheit.....	67
6.1.5	Soziodemographische Merkmale	69
6.2	Ergebnisse der qualitativen Befragung	71
6.2.1	Rekrutierung und Ehrenamt.....	71

6.2.2	Vorerfahrungen, Motive und Redaktionsalltag	73
6.2.3	Betreuung und Arbeitszufriedenheit.....	76
6.2.4	Soziodemographische Merkmale	78
7	Diskussion.....	80
7.1	Interpretation und Hypothesentest	80
7.2	Limitationen	88
8	Fazit: Quo vadis niedersächsischer Bürgerrundfunk?	91
	Literatur	96
	Anhang	107
A.1	Fragebogen der quantitativen Online-Befragung.....	107
A.2	SPSS Auswertung	129
A.3	Leitfaden der qualitativen Befragung	252
A.4	Transkripte	254
A.4.1	Interview 1.....	255
A.4.2	Interview 2.....	273
A.4.3	Interview 3.....	289
A.4.4	Interview 4.....	306
A.4.5	Interview 5.....	320
A.5	Übersicht der Interviewpartner	342
	Eidesstattliche Erklärung.....	343

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entstehung der Bürgermedien in Deutschland.....	9
Abbildung 2: Entstehung der Bürgermedien in Niedersachsen.....	13
Abbildung 3: Übersicht der niedersächsischen Bürgersender	14
Abbildung 4: Engagementbeteiligung nach Bildungsgruppen von 1999 bis 2019	20
Abbildung 5: Motive für das ehrenamtliche Engagement.....	22
Abbildung 6: Ehrenamtliche Mitarbeiter nach Altersklassen.....	56
Abbildung 7: Häufigkeit des Engagements in den niedersächsischen Bürgersendern.....	62
Abbildung 8: Mitbringen journalistischer Vorerfahrungen.....	63
Abbildung 9: Arbeitsorganisation der Ehrenamtlichen	65
Abbildung 10: Spaß an der Produktion als Hauptmotiv der Ehrenamtlichen	67
Abbildung 11: Stellung der Ehrenamtlichen im Erwerbsleben	70

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Stichprobenübersicht quantitative Online-Befragung	54
Tabelle 2: Zeitpunkte der Umfrageabbrüche	58
Tabelle 3: Stichprobenübersicht der qualitativen Interviews	59
Tabelle 4: Chi-Quadrat-Tests: Vorerfahrung Kamera (aV) und Medium (uV)	81
Tabelle 5: Chi-Quadrat-Tests: Motiv: andere unterhalten (aV) und Geschlecht (uV)	83
Tabelle 6: Korrelation: Alter (uV) und Motive: auf Beruf vorbereiten; Gestaltungsformen ausprobieren; mich selber ausprobieren (aV)	84
Tabelle 7: Tests auf Normalverteilung der Variablen Alter und Medium.....	86

Genderhinweis: In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

Zusammenfassung

Der niedersächsische Bürgerrundfunk ist laut §25 des niedersächsischen Mediengesetzes zur Zugangsoffenheit verpflichtet. Interessanterweise haben aber, auch nach mehr als über 30-jährigem Bestehen der Bürgermedien, die Menschen hinter dem Programm bislang kaum Beachtung in der Wissenschaft erfahren. Diese Abschlussarbeit zielt darauf ab, aufzuzeigen, wer im niedersächsischen Bürgerrundfunk tatsächlich zu Wort kommt. Mittels eines Methoden-Mix, aus einer überwiegend quantitativen Online-Befragung und qualitativen Interviews, wird danach gefragt, wer die Ehrenamtlichen Mitarbeiter im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind. Dies geschieht unter Einbezug ihrer Vorerfahrungen, Arbeitsroutinen, motivationalen Beweggründe sowie ihrer Zufriedenheit und ihrer soziodemographischen Merkmale. Damit versucht die vorliegende Arbeit eine Forschungslücke zu schließen und stellt zugleich den Partizipationsauftrag und damit einhergehend auch die Relevanz des niedersächsischen Bürgerrundfunks auf den Prüfstand. Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Ehrenamtlichen durch Freunde, Bekannte oder Verwandte auf ihren Bürgersender aufmerksam geworden ist. Die Ehrenamtlichen sind darüber hinaus Einzelkämpfer, welche ihre Sendungen vorrangig alleine produzieren. Aus den Befunden geht weiter hervor, dass Spaß und Unterhaltung zentrale Motive darstellen. Die Ehrenamtlichen sind eher älter, männlich und hochgebildet und insgesamt sehr zufrieden mit den Arbeitsbedingungen in ihrem Sender. Sie wünschen sich jedoch eine engere Beziehung zu den Hauptamtlichen sowie eine höhere Innovationsbereitschaft der Senderverantwortlichen.

Schlüsselbegriffe: Ehrenamtliche, Bürgerrundfunk, Online-Befragung, Motive, Arbeitsroutinen, Zufriedenheit, qualitative Interviews

1 Einleitung

Durch den Bürgerjournalismus erhalten alle Teile der Gesellschaft einen chancengleichen und unzensierten Zugang zum Diskurs und können ihren individuellen Anliegen Gehör verschaffen (Die Medienanstalten, 2022). Für die nichtkommerziellen Angebote der niedersächsischen Bürgersender, welche vorrangig von der Landesmedienanstalt gefördert werden (ebd.), ist dieser Partizipationsauftrag in §25 des niedersächsischen Mediengesetzes geregelt (NMedienG § 25, 2022). Dort heißt es wörtlich: „Bürgerrundfunk muss den Bürgerinnen und Bürgern den Zugang zum Rundfunk gewähren“ (ebd.). Auch nach mehr als dreißig Jahren Bürgermedien in Deutschland, betonen die Medienanstalten (Förster, 2017, S. 9): „Bürgermedien leben zu einem großen Teil von ehrenamtlichem Engagement. Sie brauchen weiterhin selbstbewusste Macherinnen und Macher, die die Arbeit in den nächsten 30 Jahren mit Herzblut und Engagement [...] weiterführen“.

Die Ehrenamtlichen Mitarbeiter bilden demnach also den Mittelpunkt der Bürgermedien – so zumindest die sinnvolle Schlussfolgerung. Die Realität sieht leider anders aus. Bislang haben die Menschen hinter dem Programm der Bürgersender kaum Beachtung in der Wissenschaft erfahren. Vorangegangene Studien liegen bereits Jahrzehnte zurück (vgl. bspw. Diedrich et al., 1988; Hermann, 1989; Köhler, 1990; Petrich, 1984; Schulte, 1989; Suhr, 1990; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007; Winterhoff-Spurk et al., 1992; Witte & Bendisch, 1986). Die Ergebnisse dieser Untersuchungen sind folglich veraltet und besitzen kaum Aussagekraft in Bezug auf die Ehrenamtlichen Mitarbeiter, die sich im Jahr 2022 in den Bürgermedien engagieren. Speziell für den Untersuchungsgegenstand des niedersächsischen Bürgerrundfunks mangelt es an aktuellen Untersuchungen zum Status Quo der Ehrenamtlichen. Das erste und einzige Mal, dass die Produzenten wissenschaftlich untersucht wurden, ist mittlerweile über zwanzig Jahre her (Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000). Wer heutzutage in den Produktionsräumen der niedersächsischen Bürgersender tätig ist, bleibt somit undurchsichtig, die Ehrenamtlichen unsichtbar. Seit der Gründung der niedersächsischen Bürgermedien vor mehr als zwanzig Jahren, haben sich zudem die gesellschaftlichen und medialen Rahmenbedingungen deutlich gewandelt (Bernhard & Volpers, 2018, S. 157). Der Bürgerjournalismus hat sich im Zuge der Digitalisierung von den traditionellen Massenmedien ins Internet verschoben (Neuberger et al., 2009 S. 16). Dies wirft zudem zwangsläufig die Frage auf, wer von den Bürgermedien heutzutage noch Gebrauch macht und welche Relevanz diese im Zeitalter des Internets noch haben, wenn Partizipationsmöglichkeiten inzwischen nur noch einen Klick weit entfernt sind (Förster, 2017, S. 81; Rager & Sehl, 2010, S. 63). Aktuelle

Untersuchungen bestätigen zudem, dass es für die Verantwortlichen der Bürgersender inzwischen eine große Herausforderung darstellt, Menschen für ein ehrenamtliches Engagement in den Bürgermedien zu gewinnen (Nowak, 2021, S. 14ff.).

Vor diesem Hintergrund und der generellen Zugangsoffenheit der Bürgersender, die zugleich die Basis ihrer Daseinsberechtigung darstellt, ist es aus Sicht der Autorin jedoch höchst problematisch, dass die Ehrenamtlichen in den Bürgermedien bislang so gut wie keine Aufmerksamkeit erfahren haben. Ein Versäumnis, das es aufzuarbeiten gilt. Ziel dieser Untersuchung ist es daher, aufzuzeigen, wer sich im niedersächsischen Bürgerrundfunk ehrenamtlich engagiert. Die Autorin fragt im Rahmen dieser Arbeit danach, was Ehrenamtliche Mitarbeiter antreibt, wie und was diese genau arbeiten, was sie verändern wollen und wie zufrieden sie mit den Produktions- und Arbeitsbedingungen sind. Damit versucht diese Arbeit eine Forschungslücke zu schließen und stellt zugleich den Partizipationsauftrag des niedersächsischen Bürgerrundfunks auf den Prüfstand. Diesem Erkenntnisinteresse nach, ergibt sich die folgende Forschungsfrage:

FF: Wer sind die Ehrenamtlichen Mitarbeiter im niedersächsischen Bürgerrundfunk?

Dieser Frage soll mittels einer quantitativen Online-Befragung von Ehrenamtlichen Mitarbeitern im niedersächsischen Bürgerrundfunk nachgegangen werden. Diese Arbeit ist darüber hinaus als Zeitreihenstudie angelegt, welche zudem mögliche Veränderungen im Hinblick auf die Ehrenamtlichen im Laufe der Jahre erfassen will. Hierzu werden Studien zu den anfänglichen Kabelpilotprojekten und zu Zeiten des Regelbetriebs im Zusammenhang mit den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchung diskutiert. Die Ergebnisse der quantitativen Befragung werden zudem an einen Teil der Verantwortlichen der Bürgersender zurückgespielt. Ziel dieser nachgestellten qualitativen Interviews ist es, zentrale Aspekte aus der Online-Befragung zu vertiefen und neue Erkenntnisse zur Zukunft des ehrenamtlichen Engagements in den Bürgermedien zu generieren. Auf Grundlage der vorangegangenen Argumentation geht die Autorin der vorliegenden Arbeit davon aus, dass die Bürgermedien ihre Position in Folge der sich ständig verändernden Bedingungen neu definieren müssen, um so das Ehrenamt in den Bürgermedien wieder attraktiver zu gestalten (vgl. auch Linke, 2009, S. 3). Die Autorin stellt daher die folgende These auf:

These: Bürgermedien haben heutzutage keine Relevanz mehr

Um sich dem oben geschilderten Erkenntnisinteresse anzunähern, erfolgt im Rahmen der vorliegenden Arbeit zunächst eine intensive Auseinandersetzung mit den Begriffen des Bürgerjournalismus und der Partizipation (siehe Kapitel 2.1). Anschließend wird die Entstehungsgeschichte der Bürgermedien in Deutschland skizziert und unterschiedliche Bürgermedientypen und ihre Gemeinsamkeiten herausgestellt (siehe Kapitel 2.2.1; Kapitel 2.2.2). Auch wird, vor dem Hintergrund des Forschungsinteresses, insbesondere die Entstehung des niedersächsischen Bürgerrundfunks tiefergehend thematisiert (siehe Kapitel 2.2.3). Des Weiteren werden auch die aktuelle Situation der Bürgermedien in Deutschland sowie zentrale Herausforderungen näher beleuchtet (siehe Kapitel 2.2.4). Der theoretische Rahmen schließt mit einer intensiven Auseinandersetzung des freiwilligen Engagements in Deutschland ab (siehe Kapitel 2.3). Hier wird zunächst eine genaue Begriffsdefinition des ehrenamtlichen Engagements herausgearbeitet, auch erfolgt an dieser Stelle eine Auseinandersetzung mit dem Deutschen Freiwilligen Survey, welcher den Satus Quo des freiwilligen Engagements in Deutschland abbildet (siehe Kapitel 2.3.1; Kapitel 2.3.2). Des Weiteren werden Motive für ein ehrenamtliches Engagement sowie aktuelle Herausforderungen aufgezeigt und die Bedeutung des Ehrenamts für die Bürgermedien genauer herausgestellt (siehe Kapitel 2.3.3; Kapitel 2.3.4; Kapitel 2.3.5). Im weiteren Verlauf der Arbeit wird dann der Forschungsstand zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien aufgearbeitet (siehe Kapitel 3). Hier werden wissenschaftliche Untersuchungen aus der Anfangszeit der Bürgermedien (Mitte der 1980er bis Anfang der 1990er Jahre) und aus der Zeit des Regelbetriebs (2000er Jahre) analysiert sowie Ergebnisse aktueller Studien zusammengetragen (siehe Kapitel 3.1; Kapitel 3.2; Kapitel 3.3). Im Anschluss an den Forschungsstand wird die zentrale Forschungsfrage noch einmal hervorgehoben. Auch werden auf Basis vorheriger Untersuchungen Hypothesen aufgestellt (siehe Kapitel 4). Anschließend wird das methodische Vorgehen näher erläutert (siehe Kapitel 5) sowie die zentralen Ergebnisse aus der quantitativen Online-Befragung und den qualitativen Interviews skizziert (siehe Kapitel 6). Diese Ergebnisse werden im Anschluss vor dem Hintergrund des aktuellen Forschungsstands intensiv diskutiert (siehe Kapitel 7). Auch erfolgt an dieser Stelle eine tiefergehende Auseinandersetzung mit den Limitationen der Arbeit. Die vorliegende Untersuchung schließt mit dem Fazit ab (siehe Kapitel 8). An dieser Stelle werden finale Rückschlüsse im Hinblick auf die Forschungsfrage und These gezogen. Auch wird der weitere Forschungsbedarf aufgezeigt und Handlungsempfehlungen abgeleitet.

2 Theoretischer Hintergrund

In diesem Kapitel erfolgt zunächst eine Auseinandersetzung mit den Begriffen *Bürgerjournalismus* und *Partizipation*. Auch wird die Entstehungsgeschichte der Bürgermedien in Deutschland, insbesondere in Niedersachsen, skizziert. Des Weiteren werden die unterschiedlichen Bürgermedientypen und ihre Gemeinsamkeiten herausgestellt. Das Kapitel schließt mit einer Betrachtung des Status Quo der Bürgermedien und aktuellen Herausforderungen ab.

2.1 Bürgerjournalismus und Partizipation: Versuch einer Begriffsannäherung

Aus soziologischer Perspektive bezeichnet der Partizipationsbegriff die Einbeziehung von Individuen oder Gruppen in Entscheidungs- und Willensbildungsprozesse, die in übergeordneten Strukturen stattfinden – das können Parteien, Interessenverbände oder sonstige gesellschaftliche Teilbereiche sein, aber auch Medienorganisationen (Eberwein & Porlezza, 2018, S. 91). Gerade im Kontext von Medien und Journalismus kann die Auseinandersetzung mit Partizipation auf eine lange Geschichte zurückblicken (ebd.). Zentrale Referenz ist dabei meist die „Radiotheorie“ Bertolt Brechts, der bereits 1932 forderte, der Rundfunk müsse von einem Distributions- zu einem Kommunikationsapparat entwickelt werden (Brecht, 2002 [1932], S. 260). Diese explizit emanzipatorische Theorielinie griff Ende der 1960er Jahre auch Hans Magnus Enzensberger für seinen „Baukasten der Medien“ auf (Enzensberger, 1997). Laut seinen Vorstellungen solle jeder Empfänger zum potenziellen Sender werden (ebd.).

Ein Blick auf die Formen der Bürgerbeteiligung in den Medien zeigt, wie vielfältig die Partizipationsmöglichkeiten ausfallen: So unterscheidet Eilders (2011, 166ff.) zwischen einer Beteiligung über den Einschaltknopf, einer institutionellen Gremienbeteiligung über Medienräte und weitere Kontrollmedien, einer direkten inhaltlichen Beteiligung durch Offene Kanäle¹, Stadteilzeitungen oder das Web 2.0 sowie einer indirekt-inhaltlichen Beteiligung der Bürger durch Einbeziehung in die Diskurse etablierter Massenmedien. Auch andere Autoren konnten durch entsprechende Klassifikationen zeigen, dass partizipativer Journalismus äußerst vielfältig sein kann und von Online-Kommentaren, bis zu hybriden Webseiten reichen (Lasica, 2003; Outing, 2005) – sowie in allen Stufen des Produktionsprozesses eine Rolle spielen kann (Domingo et al., 2008). Diese Vielfalt der Partizipationsmöglichkeiten erschwert auch die Definition des partizipativen Journalismus, weshalb Engesser (2008, S. 48) in diesem Zusammenhang von einer „Begriffshyperinflation“ spricht, die sich insbesondere

¹ Offener Kanal = OK

durch die Entstehung des Internets verstärkt habe. Engesser (2008, S. 66) versuchte daher, mit der Methode der Begriffsexplikation, der Begriffsvielfalt entgegenzuwirken und gelangte dadurch zur folgenden Definition: „Partizipativer Journalismus beteiligt die Nutzer zumindest am Prozess der Inhaltsproduktion, wird außerhalb der Berufstätigkeit ausgeübt und ermöglicht die aktive Teilhabe an der Medienöffentlichkeit“. Kritisch anzumerken ist, dass Engessers Definition sehr breit gefasst ist und sich nur auf das Internet bezieht, obwohl das Publikum auch in die Arbeit anderer Medien eingebunden werden kann (Rager & Sehl, 2010, S. 57). Rager & Sehl (2010, S. 57) halten zudem eine Unterscheidung zwischen der Einbindung des Publikums unter dem Dach einer professionellen Medieninstitution und der alleinigen Entscheidungsmacht des Publikums über seine Publikation, unabhängig von Medieninstitutionen, für sinnvoll (vgl. auch Schönhagen & Kopp, 2007, S. 298). Sie definieren partizipativen Journalismus demnach wie folgt (Rager & Sehl, 2010, S. 57):

„Im partizipativen Journalismus binden professionell journalistische Medieninstitutionen ihr Publikum in redaktionelle Prozesse ein und beteiligen es an der Produktion von Inhalten. Die professionellen Journalisten werden dadurch nicht überflüssig, ihre Arbeit wird lediglich unterstützt und ergänzt. Die professionellen Journalisten behalten die Entscheidungsmacht und legen auch fest, wie sich das Publikum einbringen kann und wer, was, wann und in welcher Form publizieren darf. Für partizipativen Journalismus bietet sich das Internet wegen seiner hohen Interaktivität besonders an, aber auch in die Arbeit anderer Medien kann das Publikum stärker einbezogen werden. Die Ausprägungen des partizipativen Journalismus sind dabei äußerst vielfältig.“

Da die Begriffe partizipativer Journalismus und Bürgerjournalismus häufig nicht trennscharf definiert werden und zu Teilen auch überlappen, wird in der vorliegenden Arbeit unter Bürgerjournalismus in Anlehnung an Nip (2006, S. 218) ein Phänomen verstanden, „where the people are responsible for gathering content, visioning, producing and publishing the news product“. Die Produktion und Entscheidungsmacht liegt hier – im Gegensatz zum partizipativen Journalismus – komplett in den Händen der Amateure (vgl. auch Bosshart & Schönhagen, 2011, S. 63). Dies trifft auch für Bürgermedien zu, die den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit bilden (Engesser, 2012, S. 300). Sie wurden in den 1980er Jahren als Einrichtungen des nichtkommerziellen Rundfunks konzipiert, welche allen Bürgern einen direkten Zugang zur Produktion und Verbreitung von Fernseh- und Hörfunkangeboten ermöglichen sollte (ebd.). Durch die Bürgermedien sollten die Bürger von ihrer passiven Konsumentenrolle befreit werden und stattdessen stärker an politischen Prozessen partizipieren – so wie Bertold Brecht es bereits in seiner Radiotheorie gefordert hatte (ebd.).

Im Zuge der Digitalisierung und des Web 2.0 hat der Bürgerjournalismus jedoch inzwischen eine neue Dimension erreicht: „Nahezu jeder, der über eine Internetverbindung verfügt, kann

sich an ein zumindest theoretisch weltweites Publikum wenden“ (Engesser, 2012, S. 345). Zu den Merkmalen der Bürgerjournalisten im Internet zählt, dass sie häufig sich selbst und ihre direkte Lebenswelt thematisieren und wenig Wert auf Gleichheit, Objektivität, Relevanz, Transparenz oder auch die Trennung von Nachricht und Meinung legen (ebd.). Damit unterscheiden sich die Bürgerjournalisten im Internet deutlich von professionellen Journalisten (Haarkötter, 2017, S. 141).

2.2 Bürgermedien in Deutschland

Nachstehend werden die Anfänge der Bürgermedien in Deutschland bis zur Einrichtung der Kabelpilotprojekte Mitte der 1980er Jahre näher skizziert. Auch werden die unterschiedlichen Bürgermedientypen, darunter OKs, nichtkommerzieller Lokalfunk², Bürgerrundfunk, Campusfunk, Schulradio sowie Aus- und Fortbildungskanäle, genauer definiert und Gemeinsamkeiten herausgearbeitet. Mit Blick auf den Untersuchungsgegenstand des niedersächsischen Bürgerrundfunks wird anschließend noch einmal gesondert die Entstehungsgeschichte der Bürgermedien in Niedersachsen nachgezeichnet. Das Kapitel schließt mit einer Betrachtung der aktuellen Situation der Bürgermedien ab. An dieser Stelle werden zudem zentrale Herausforderungen der Bürgersender aufgezeigt.

2.2.1 Entstehungsgeschichte der Bürgermedien in Deutschland

Wie bereits eingangs beschrieben, geht die Einrichtung der Bürgermedien in Deutschland auf die medienpolitische Forderung zurück, aus dem eher passiven Rezipienten einen aktiven Produzenten zu machen (Brecht, 2002 [1932]). Laut Bogen et al. (2009, S. 399) findet diese Forderung in den Bürgermedien praktische Anwendung, „da der Zugang prinzipiell jedem offensteht, unabhängig von Vorbildung, Alter, körperlichen Einschränkungen sowie geschlechtsspezifischen und ethnischen Zugehörigkeiten“.

Die Entstehungsgeschichte der Bürgermedien lässt sich in Deutschland bis in die zweite Hälfte der 1970er Jahre zurückverfolgen, zu einer Zeit als die freien Radios auf Sendebetrieb waren (Buchholz, 2003a, S. 228). Die sogenannten Piratenradios sendeten illegal und verfolgten das Ziel, Themen aufzugreifen, die in den etablierten Medien zu kurz kamen (ebd.). Damit wollten sie eine Art Gegenöffentlichkeit schaffen: „Die Radiopiraten waren Atomkraftgegner, Umweltaktivisten und Globalisierungsgegner, sie waren in der Frauenbewegung oder in der Stadtteilarbeit engagiert [...]“ (ebd.). Später entstand eine andere Form der Bürgermedien: Im Zusammenhang mit der Einführung privat-kommerziellen Rundfunks ab 1984 kam es zum Sendestart der OKs in Deutschland (Linke, 2009, S. 1). Die Kommission für den

² Nichtkommerzieller Lokalfunk = NKL

Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) erhielt in diesem Zusammenhang bereits Ende der 1970er Jahre die Aufgabe, ein gesellschaftlich wünschenswertes Kommunikationssystem der Zukunft zu erarbeiten (Förster, 2017, S. 21). Anfang 1976 legte die Kommission dann ihre Ergebnisse im Rahmen des Telekommunikationsberichts der Bundesregierung vor (ebd.). Da die Kommission für die Errichtung eines bundesweiten Breitbandverteilungsnetzes zu der Zeit noch keinen Bedarf sah, sprach sie die Empfehlung aus, zunächst Kabelpilotprojekte einzuführen, durch welche vorrangig alternative Telekommunikationsformen und Organisationsformen getestet werden sollten (ebd., S. 22). Daraufhin befassten sich nun auch die im Bundestag vertretenen Parteien verstärkt mit den Pilotprojekten und legten erste Positionspapiere dazu vor (ebd.). So erhoffte sich die SPD beispielsweise neue Möglichkeiten der Bürgerbeteiligung, in der CDU erwartete man von den Pilotprojekten eine Erweiterung des Bildungsangebots sowie die Förderung benachteiligter Gruppen und nach den Vorstellungen der FDP sollten alle neuen Kommunikationsformen jedem Bürger zur Mitgestaltung offenstehen (ebd.). In den vom ZDF entwickelten „Grundvorstellungen zu den vorgesehenen Modellversuchen“ wurde als neue Programmform im Rahmen von Lokalprogrammen und Bürgerkommunikation zudem konkret der OK vorgeschlagen (ebd., siehe Abbildung 1).

In einer Sitzung am 10. und 11. Mai 1978 beschlossen die Ministerpräsidenten der Länder dann, der Empfehlung der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems zu folgen und bestimmten für die Durchführung der Kabelpilotprojekte die Standorte Berlin, Ludwigshafen-Mannheim, Nordrhein-Westfalen (Dortmund) und München (Förster, 2017, S. 23). Nach der Entscheidung der Ministerpräsidenten waren bei der Erprobung der Kabelpilotprojekte die Rundfunkanstalten, eine öffentlich-rechtliche Körperschaft, eine öffentlich-rechtliche Anstalt sowie private Veranstalter zugelassen (ebd.). Insbesondere die Bundeszentrale für politische Bildung hat daraufhin mit der im Jahr 1979 gegründeten „Expertengruppe Offener Kanal“ (EOK) und ihrem aufgestellten Forderungskatalog „Regeln für den Offenen Kanal“ maßgeblichen Einfluss darauf genommen, was unter einem OK zu verstehen sei und welche Funktionen und Ziele er in der Gesellschaft erfüllen sollte (Buchholz, 2003a, S. 229).

Trotz anfänglicher Euphorie kam es am 26. September 1979 zunächst zu einem Verkabelungsstopp, da es einigen SPD-Politikern, insbesondere dem ehemaligen Bundeskanzler Helmut Schmidt, zu schnell mit der Verkabelung ging (Sura, 1987, S. 10). Am 4. Dezember 1980 wurde dann jedoch in Mainz das Gesetz über einen Versuch mit Breitbandkabel mehrheitlich von CDU und FDP, trotz Einwände der SPD, verabschiedet (ebd., S. 11). Das Gesetz ermöglichte privaten Programmveranstaltern erstmals in der deutschen Rundfunkgeschichte eine

eigenverantwortliche Betätigung (ebd.). Anders als in den USA, wo der erste OK bereits im Jahr 1962 im Kabelnetz auf Sendung ging, wurden entsprechende Angebote in Deutschland erstmals Mitte der 1980er Jahre realisiert, als im Januar 1984 der erste OK in Ludwigshafen seinen Betrieb aufnahm (Linke, 2009, S. 1). Im Jahr darauf wurden schließlich auch in Dortmund und Berlin OKs eingerichtet (Breunig, 1998, S. 236). Während OKs in den USA jedoch auf Druck von Bürgergruppen von unten entstanden, wurden sie in Deutschland bei der Etablierung des privaten Rundfunks quasi von oben verordnet (Förster, 2017, S. 27). Anders als bei privaten und öffentlich-rechtlichen Programmen, ging es bei der Etablierung der OKs nicht vorrangig um die Resonanz der Zuschauer bzw. Zuhörer oder um die Qualität der Sendungen, „sondern in aller erster Linie um die Frage, ob Personen oder Gruppen, die sonst im Rundfunk und in der Presse nicht zu Wort kommen, dieses Medium nutzen, um eigene Rundfunkbeiträge zu produzieren und zu senden“ (Thüringer Landesmedienanstalt, 2004, S. 93). Um die Chancengleichheit beim Zugang zu Technik und Sendepätzen sicherzustellen, einigte man sich auf das Prinzip der Schlange nach dem Prinzip „first come, first serve“ (Buchholz, 2003a, S. 230).

Die Einführung der OKs in Deutschland wurde zum Teil von kontroversen Diskussionen begleitet und ist von Beginn an bei den relevanten gesellschaftlichen Gruppen umstritten gewesen (Jarren et al., 1994, S. 10). Der Rundfunk der dritten Art wurde lediglich von gesellschaftlichen Minderheiten gewünscht und aktiv gefördert (ebd.). Gegner der OKs befürchteten, dass Extremisten die Bürgersender zur Manipulation der Bürger missbrauchen könnten (Breunig, 1998, S. 244). Die Befürworter erkannten hingegen „den mündigen, kreativen, kompetenten und medienkritischen Bürger am Horizont, der die öffentliche Diskussion und politische Kultur durch das Aufgreifen von vernachlässigten Themen und neuen Darstellungsformen belebt und insgesamt zu einer positiveren gesellschaftlichen Entwicklung beiträgt“ (Förster, 2017, S. 27). Trotz struktureller Gemeinsamkeiten haben die einzelnen Bürgersender über die Jahre durchaus individuelle (Programm-) Profile entwickelt, welche insbesondere auf die verschiedenen Standortbedingungen zurückzuführen sind (Buchholz, 2003a, S. 235). Auch haben sich neben den OKs weitere Bürgermedientypen herausgebildet. Diese werden im nachstehenden Kapitel näher erläutert.

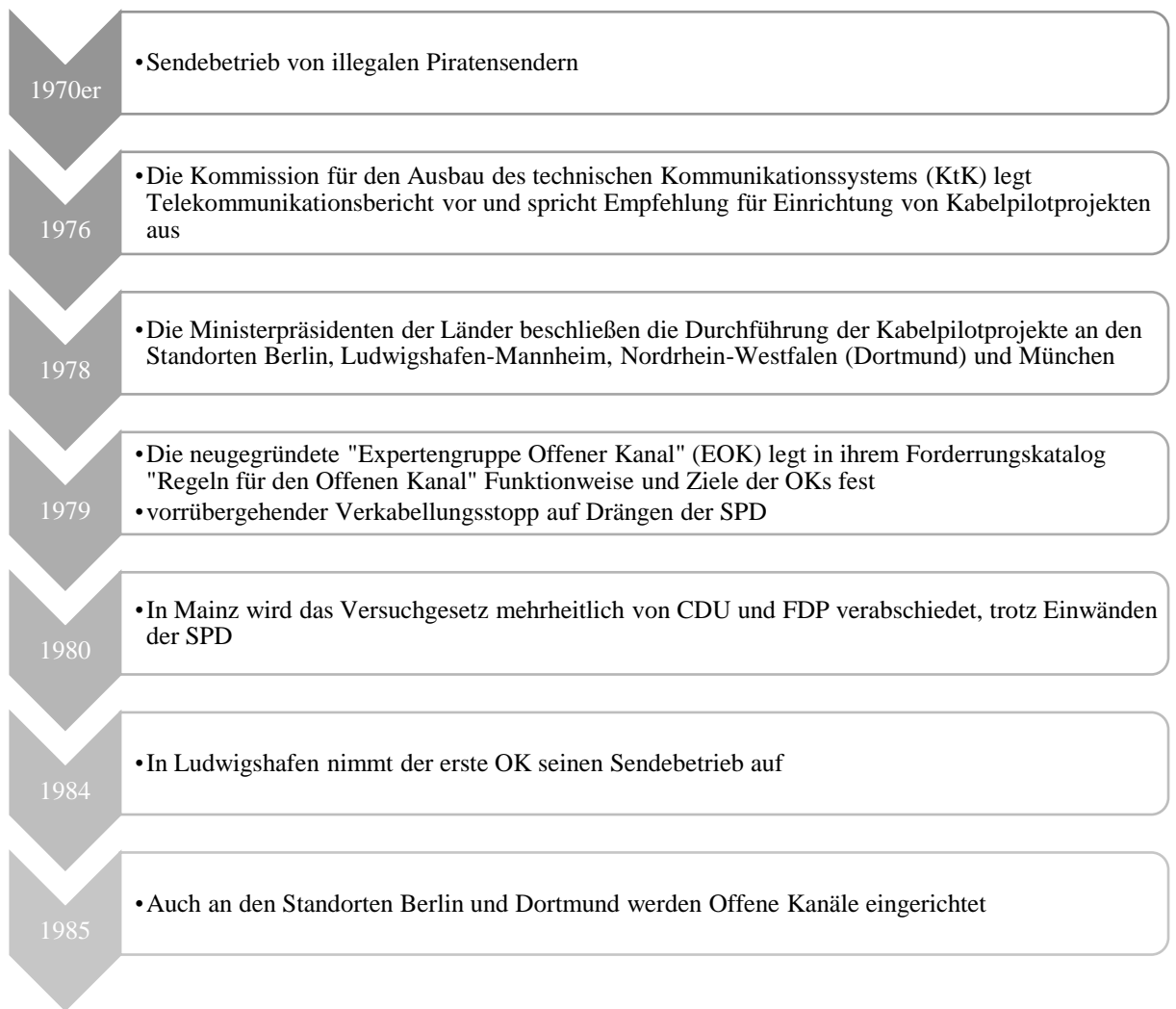


Abbildung 1: Entstehung der Bürgermedien in Deutschland (eigene Darstellung)

2.2.2 Unterschiedliche Bürgermedientypen und ihre Gemeinsamkeiten

Der Begriff „Bürgermedien“ steht für die verschiedenen Formen der direkten Bürgerbeteiligung an den elektronischen Medien und fasst daher als Oberbegriff den Bürgerfunk, Bürgerrundfunk, NKL, Campusrundfunk, das Schulradio sowie die OKs und Aus- und Fortbildungskanäle zusammen (Linke, 2009, S. 2). Diese Bürgermedientypen unterscheiden sich sowohl in ihrer Struktur, als auch in ihrer Finanzierung und ihren Zugangsmöglichkeiten (ebd.). Die unterschiedlichen Formen der Bürgermedien sollen daher nachstehend näher erläutert werden.

Bei den **OKs** handelt es sich zunächst um ein „nichtkommerzielles, werbefreies, lokales oder regionales Radio beziehungsweise Fernsehen, das allen Bürgern den freien und gleichberechtigten Zugang zu diesen elektronischen Medien garantiert“ (Die Medienanstalten, 2022). Betrieben werden die OKs in der Regel von der Landesmedienanstalt, von einem gemeinnützi-

gen Verein oder einem lokalen Trägerverein (ebd.). Grundsätzlich sind die OKs im Allgemeinen durch folgende Merkmale gekennzeichnet (vgl. u.a. Breunig, 1998, S. 236; Gellner & Tiersch, 1993, S. 23f; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 16):

- Lokalität
- Offenheit
- Ausstattung
- Autonomie
- Gesetzliche Verankerung

Lokalität meint dabei, dass das Sendegebiet auf eine bestimmte Region begrenzt ist, da ein zu großer Zugangs- und Verbreitungsraum die Möglichkeit der Identifikation und den Anteil lokaler Themen verringert (Gellner & Tiersch, 1993, 13f; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 16f.). Das Merkmal der *Offenheit* umfasst den freien Zugang aller im Sendegebiet lebenden Bürger zu den OKs (Buchholz, 2000, S. 30). Diese Offenheit sieht weiter vor, dass die Hauptamtlichen der OKs die Bürger zwar bei der Produktion ihrer Beiträge unterstützen, gleichzeitig jedoch so wenig Einfluss wie möglich auf die inhaltlich formalen Vorgaben ausüben (Buchholz, 2003b, S. 76). Offenheit umfasst zudem die Zensurfreiheit und prinzipielle Gleichwertigkeit aller Produktionen (Gellner & Tiersch, 1993, S. 13f.). Damit die Bürger eigene Beiträge produzieren können, stellen die OKs eine entsprechende *Ausstattung* kostenlos zur Verfügung, darunter Studios und Aufnahmegeräte (Die Medienanstalten, 2022). Des Weiteren sind die OKs durch *Autonomie*, sprich einer finanziellen sowie verwaltungs- und sendetechnischen Selbständigkeit, gekennzeichnet (Gellner & Tiersch, 1993, S. 13f.). Eine *Gesetzliche Verankerung* regelt schließlich die Funktionen der OKs (ebd.). Neben diesen allgemeinen Merkmalen der OKs unterscheiden Winterhoff-Spurk et al. (1992, S. 16f.) zwischen gesellschafts- und individuenbezogenen Zielen der OKs. Die gesellschaftsbezogenen Ziele umfassen dabei unter anderem die Diskussion vernachlässigter Themen, die Entwicklung neuer Programmformen sowie die Belebung der politischen Kultur im lokalen und regionalen Bereich (ebd.). Zu den individuenbezogenen Zielen zählen wiederum die Förderung der kreativen Fähigkeiten und Kritikfähigkeit der OK-Produzenten gegenüber den traditionellen Massenmedien sowie die Förderung der kommunikativen Chancengleichheit von vernachlässigten oder benachteiligten Gruppen (ebd.).

Die Bürgermedientypen des **NKLs** oder des OKs werden nicht selten miteinander verwechselt: „Beide Rundfunkformen werden als Bürgerfunk betrachtet, sind lokal begrenzt und in der Regel zugangsoffen“ (Die Medienanstalten, 2022). Die Mitarbeiter des OKs geben den

OK-Produzenten zwar technische und redaktionelle Hilfestellungen, die Programmverantwortung liegt hier jedoch allein bei den OK-Produzenten (ebd.) Anders ist dies beim NKL, denn dort liegt die Verantwortung bei einer Redaktion bestehend aus wenigen Hauptamtlichen Redakteuren, welche zusammen mit vielen Ehrenamtlichen Mitarbeitern Sendungen produzieren (ebd.). Der NKL soll die lokale Medienlandschaft publizistisch ergänzen und damit einen Gegenpool zu lokalen Medienmonopolen schaffen (Buchholz, 2000, S. 30; Buchholz, 2003b, S. 79).

Im Modell **Bürgerrundfunk** werden Elemente der OKs und des NKLs in einer Organisation miteinander vereint (Die Medienanstalten, 2022). „Bürgersender dieses Typs sollen sowohl zur publizistischen Ergänzung der lokalen und regionalen Berichterstattung beitragen als auch einen offenen und diskriminierungsfreien Zugang zum Rundfunk für alle Bürgerinnen und Bürger im Verbreitungsgebiet gewähren und dabei Angebote zur Vermittlung von Medienkompetenz vorhalten“ (ebd.). In Niedersachsen ist der Bürgerrundfunk seit 2001 gesetzlich abgesichert (ebd.).

Journalistische Qualifikationen sowie Fertigkeiten in den Bereichen Redaktionsmanagement, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder Pflege des Internetauftritts, können Studierende und Schüler im **Campusrundfunk**, beziehungsweise im **Schülerradio** erlangen (Die Medienanstalten, 2022). Der Campusrundfunk ist dabei meist an medienwissenschaftliche Studiengänge angebunden und weist stellenweise Ähnlichkeiten zu den **Aus- und Fortbildungskanälen** auf, welche auf die Qualifizierung von journalistischem Nachwuchs und der Vermittlung von Medienkompetenz abzielen (Buchholz, 2000, S. 31). Durch Kooperationen der Aus- und Fortbildungskanäle mit Hochschulen, Fortbildungseinrichtungen oder privaten Sendern „schlagen sie die Brücke zum ‚professionellen Rundfunk‘“ (ebd.).

Innerhalb dieser Pluralität an verschiedenen Bürgermedientypen lassen sich mindestens vier gemeinsame und wesentliche Strukturmerkmale beschreiben, die die Bürgermedien in Deutschland übergreifend kennzeichnen (vgl. u. a. Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten, 2010, S. 328; Buchholz, 2000, S. 31; Buchholz, 2003b, S. 75; Kleinstauber, 2012, S. 277; NOKO Bürgermedien 2000, 128f; Peissl & Tremetzberger, 2020, S. 1551):

- Der offene Zugang zum Sender und zum Programm,
- die lokale, allenfalls regionale Verbreitung der Programme und die damit verbundene Bürgernähe,
- die Vermittlung praktischer Medienkompetenz an Laien sowie
- die Gemeinnützigkeit und Nichtkommerzialisierung.

Im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit wird sich ausschließlich auf den Bürgerrundfunk in Niedersachsen konzentriert. Nachstehend wird seine Entstehungsgeschichte und aktuelle Situation skizziert.

2.2.3 Der niedersächsische Bürgerrundfunk

Die Einführung der ersten Bürgermedien in Niedersachsen kam verhältnismäßig spät, denn obwohl das Land zu Beginn der 1980er Jahre zu den treibenden Kräften bei der Einführung des privaten Rundfunks in Deutschland zählte, wurden erst Mitte der 1990er Jahre die ersten nichtkommerziellen, gemeinnützigen Lokalsender als Pilotprojekte zugelassen (Niedersächsische Landesmedienanstalt, 2010, S. 34).

Alles begann, als SPD und Grüne am 12. Juni 1990 die versuchsweise Einführung des privaten, NKLs in Niedersachsen fixierten (ebd., S. 34f; siehe Abbildung 2). Drei Jahre später, am 6. Oktober 1993, schaffte das novellierte Landesrundfunkgesetz schließlich die Grundlage für einen Versuch mit OKs und NKLs (Volpers & Bernhard, 2017, S. 10). Das Interesse an dem Modellversuch war so überwältigend, dass sich rund einhundert Initiativen zwischen 1994/95 bei der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk meldeten, um eines der anerkannten Modellprojekte zu werden (Lenk et al., 2001, S. 9). Die Förderung des NKLs wurde mit dem achten Rundfunkänderungsstaatsvertrag am 16. März 1995 beschlossen, ein Jahr später ging am 30. November 1996 der Lokalsender Radio aktiv in Hameln auf Sendung (Niedersächsische Landesmedienanstalt, 2010, S. 34f.). Insgesamt gingen landesweit vierzehn Bürgermedienprojekte an den Start: acht Offene Fernseh- und Hörfunkkanäle und sechs nichtkommerzielle Lokalradios (Lenk et al., 2001, S. 9). Die werbefreien und nichtkommerziellen Sender wurden aus den Rundfunkgebühren finanziert (ebd., S. 11).

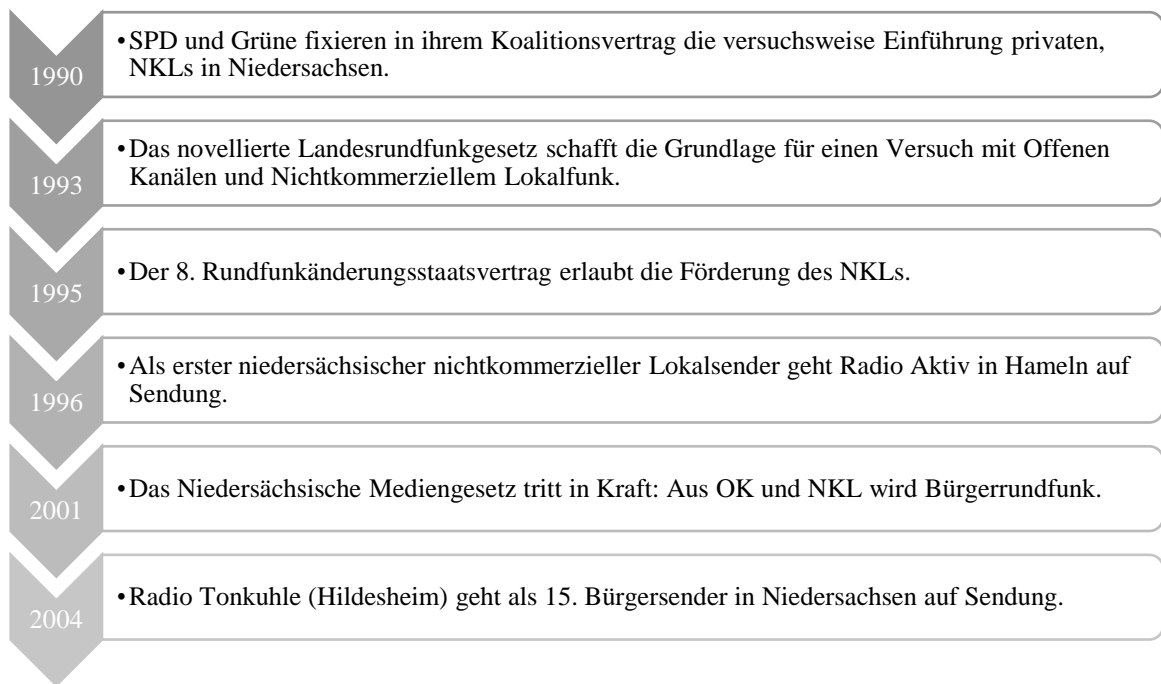


Abbildung 2: Entstehung der Bürgermedien in Niedersachsen (eigene Darstellung)

Am 1. November 2001 trat das Niedersächsische Mediengesetz in Kraft (Niedersächsische Landesmedienanstalt, 2010, S. 34f.). Damit war Niedersachsen das erste Land, welches die Dualität von OKs und NKLs aufgehoben hat (Buchholz, 2003b, S. 81). Aus den beiden Bürgermedientypen wird der Bürgerrundfunk (ebd.). Der Landtag zog damit die Konsequenz aus der Gleichartigkeit beider Bürgerrundfunktypen, die nicht nur in der Sendep Praxis zu beobachten war, sondern auch durch eine umfangreiche Begleitforschung bestätigt werden konnte (Niedersächsische Landesmedienanstalt, 2010, S. 35). Demnach wurden unter anderem Ähnlichkeiten in den thematisch-inhaltlichen Präferenzen und Motiven der Produzenten festgestellt, darunter Freude an der Arbeit mit Gleichgesinnten, Technikinteresse und Veröffentlichung vernachlässigter Themen (Buchholz, 2003b, S. 82). Beide Bürgermedientypen stützten sich zudem auf ehrenamtliche Mitarbeit und bürgerschaftliches Engagement und „auch das Publikum weiß in der Regel nicht zwischen NKL und OK zu differenzieren“ (ebd.). Am 15. August 2004 nahm mit Radio Tonkuhle in Hildesheim der fünfzehnte Bürgersender in Niedersachsen den Sendebetrieb auf (Niedersächsische Landesmedienanstalt, 2010, S. 35).

Heute ist Niedersachsen Standort von vierzehn Bürgerrundfunksendern, darunter zehn Bürgerradios, zwei Bürgerfernsehveranstalter und drei Sender, die sowohl ein Hörfunk- als auch ein Fernsehprogramm bieten (Die Medienanstalten, 2022; siehe Abbildung 3). Die Sender finanzieren sich aus trägereigenen Einnahmen, lokal akquirierten Drittmitteln und aus der Rundfunkgebühr (Niedersächsische Landesmedienanstalt, 2010, S. 35). Das Programm der

Bürgersender wird überwiegend von Ehrenamtlichen und mit Unterstützung weniger Hauptamtlicher gestaltet (Die Medienanstalten, 2022). Trotz formal gleichen Rahmenbedingungen haben sich über die Jahre unterschiedliche Programmprofile herausgebildet, welche eng mit den spezifischen Standortbedingungen verbunden sind (Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten, 2013, S. 17). Der Programmauftrag der Bürgersender ist in § 25 im Niedersächsischen Landesmediengesetz (NMedienG, § 25, 2022) geregelt und sieht drei zentrale Ziele vor:

- Publizistische Ergänzung der lokalen und regionalen Berichterstattung sowie des kulturellen Angebots in der Region,
- Gewährung eines offenen und diskriminierungsfreien Zugangs zum Rundfunk für alle Bürgerinnen und Bürger im Verbreitungsgebiet und
- Vermittlung von Medienkompetenz.

Trotz der gesetzlich verankerten Zugangsoffenheit der Sender, gibt es einige Personen, die nicht nutzungsberechtigt sind und demnach nicht am niedersächsischen Bügerrundfunk partizipieren dürfen, darunter Rundfunkveranstalter und Personen, die innerhalb des Zulassungsgebietes Tageszeitungen verlegen sowie staatliche und kommunale Behörden (mit Ausnahme von Einrichtungen der Aus- und Fortbildung), Parteien und Wählergruppen und Personen, die sich für eine allgemeine Wahl haben aufstellen lassen (bis zum Zeitpunkt der Wahl) (NMedienG, § 29, 2022).



Abbildung 3: Übersicht der niedersächsischen Bürgersender (Niedersächsische Landesmedienanstalt, 2022)

2.2.4 Die Bürgermedien heute: Digitalisierung und andere Herausforderungen

Inzwischen sind die Bürgermedien in Deutschland mehr als dreißig Jahre alt (Förster, 2017, o.S.). Derzeit existieren etwa 180 lokale Bürgersender, die täglich bundesweit rund 1500 Stunden Programm für rund 1,5 Millionen Hörer und Zuschauer senden (Die Medienanstalten, 2022). Die Zugangshürden aus der Entstehungsphase der Bürgermedien konnten durch die Digitalisierung des Mediensystems vollständig abgebaut werden: „Internet und Web 2.0 haben die potenzielle Teilhabe aller am medialen öffentlichen Diskurs ermöglicht und so grundsätzlich zu einer Demokratisierung des Zugangs zur medialen Öffentlichkeit geführt“ (Landesanstalt für Medien NRW, 2020 S. 3ff.). Der User Generated Content wird insbesondere über soziale Medien wie YouTube, Facebook, Twitter, Instagram oder TikTok verbreitet (ebd.). Das Individuum ist damit grundsätzlich nicht mehr auf Institutionen angewiesen, die als Mittler fungieren (ebd.). Zeitgleich sind durch die Digitalisierung jedoch andere Zugangshürden für Bürger entstanden, die deren Partizipationsmöglichkeiten am öffentlichen Meinungsbildungsprozess deutlich erschweren (ebd.). Zu nennen sind in diesem Zusammenhang insbesondere die Unsichtbarkeit der Themen, wenn diese nicht der Logik der Plattformen entsprechen, die Angst vor Hass, Beleidigung und Mobbing sowie die Tatsache, dass Partizipationschancen in hohem Maße von den digitalen Kompetenzen abhängen (z. B. beeinflusst von Alter, Herkunft, Bildung oder einer Behinderung) (ebd.). Ein weiterer Nachteil im Zusammenhang mit den Plattformen liegt laut Volpers (2017, S 80) zudem in der fehlenden redaktionellen Aufbereitung und Struktur sowie Kuratierung: „Die Bürgermedien koppeln jedoch Zugangsoffenheit mit redaktioneller ‚Betreuung‘, das ist ihre Stärke“. Vertreter der Bürgermedien beharren daher auch im digitalen Zeitalter auf die Relevanz der sogenannten dritten Säule im Mediensystem (Landesanstalt für Medien NRW, 2020, S. 3ff.). Man sei der festen Überzeugung, „dass es einen gesellschaftlichen Bedarf an dieser Form der Partizipation gibt“ (Steinbrecher & Malter, 2021, S. 207). Während die Bürgersender hinsichtlich der Produktionstechnik und des Engagements im Bereich Multimedia und Internet bereits weitgehend „up to date“ sind, gibt es im Hinblick auf die Distribution noch immer große Unsicherheiten (AG Bürgermedien, 2005, S. 2ff.).

Doch nicht nur die Digitalisierung stellt die Bürgermedien heute vor große Herausforderungen (AG Bürgermedien, 2005, S. 2ff.). So sehen die Geschäftsführer der Bürgersender derzeit in der finanziellen Ausstattung, der geringen Planungssicherheit, der mangelnde Anerkennung, sowie der Problematik, dass sich immer weniger Menschen ehrenamtlich in den Bürgersender engagieren wollen, die größten Hürden (Nowak, 2021, S. 14ff.). Darüber hinaus zweifeln Kritiker damals wie heute eine nennenswerte Resonanz der Bürgersendungen beim Publikum an und auch ihr Image scheint verbesserungsbedürftig zu sein (AG Bürgermedien,

2005, S. 2ff; Volpers, 2017, S. 81). Die Bürgermedien stehen außerdem auch zukünftig vor der Herausforderung, programmliche Alleinstellungsmerkmale zu erarbeiten, um sich positiv von öffentlich-rechtlichen sowie privat-kommerziellen Angeboten abzugrenzen (AG Bürgermedien, 2005, S. 2ff.). Hierzu bedarf es zudem einer einheitlichen Marketing-Strategie, um trotz der zahlreichen beteiligten Einrichtungen gemeinschaftlich wahrgenommen zu werden (Steinbrecher & Malter, 2021, S. 212). Für ein professionelles Marketing und eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit stehen wiederum kaum Ressourcen zur Verfügung (ebd.). Im Gegensatz zur damaligen Blütezeit der Bürgermedien, Mitte der 1980er bis Anfang der 1990er Jahre, erfahren die lokalen Bürgersender heutzutage insgesamt deutlich weniger Aufmerksamkeit (Jarren et al., 1994, S. 10).

2.3 Das freiwillige Engagement

Dieses Kapitel soll zunächst den Begriff des Ehrenamts im Kontext der Bürgermedien näher definieren. Auch sollen die Ergebnisse des Deutschen Freiwilligen Survey näher skizziert werden, damit die späteren Befunde zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien besser in den gesamtgesellschaftlichen Kontext eingeordnet werden können. Des Weiteren sollen die Motive für ein ehrenamtliches Engagement näher beleuchtet werden, ebenso wie die zentralen Herausforderungen und Maßnahmen, um das Engagement zu stärken. Abschließend wird noch einmal gesondert die Bedeutung des Ehrenamts für die Bürgermedien hervorgehoben.

Freiwilliges Engagement wird in der öffentlichen und wissenschaftlichen Debatte häufig mit Blick auf seine gesellschaftlichen Funktionen diskutiert: Es dient dazu, unterschiedliche Gruppen in die Gesellschaft zu integrieren und wird daher als wichtige Form der sozialen Teilhabe gesehen (Simonson & Vogel, 2020; Tesch-Römer et al., 2017, S. 648). Freiwilliges Engagement kann, als eine der zentralen Formen gesellschaftlicher Partizipation, zum Zusammenhalt der Gesellschaft beitragen und die Demokratie stärken (Alscher et al., 2021; Ebert, 2018; Simonson et al., 2022, S. 16). Vor allem für die Bürgermedien, welche sich über einen offenen Zugang und ein Programm von Bürgern für Bürger legitimieren, ist das freiwillige Engagement daher von wesentlicher Bedeutung (NMedienG § 25, 2022).

2.3.1 Begriffsbestimmung

In der öffentlichen Diskussion werden die Begriffe freiwilliges Engagement, bürgerschaftliches Engagement, Ehrenamt und Freiwilligenarbeit häufig synonym verwendet (Kausmann et al., 2019, S. 55). Obwohl diese Begriffe überlappende Bedeutungen haben, sind doch deutliche Unterschiede erkennbar, die nachstehend näher erläutert werden:

Bürgerschaftliches Engagement: Die Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ legte im Jahr 2002 folgende Kriterien für das bürgerschaftliche Engagement vor (Deutscher Bundestag, 2002, S. 38ff.):

- Die Tätigkeit ist freiwillig: Das Engagement beruht auf einer eigenen, freiwilligen Entscheidung.
- Die Tätigkeit ist öffentlich beziehungsweise findet im öffentlichen Raum statt: Damit ist das Engagement abgrenzbar von Tätigkeiten, die im familiären oder beruflichen Rahmen ausgeübt werden.
- Die Tätigkeit wird in der Regel gemeinschaftlich/kooperativ ausgeübt: Der Bezug zur Gemeinschaft meint hierbei zum einen „das Wohl der Mitglieder einer mehr oder weniger umfassenden Gruppe von Gesellschaftsmitgliedern“ und zum anderen die Tätigkeit selbst, welche in der Regel eine „Tätigkeit mit anderen“ darstellt.
- Die Tätigkeit ist nicht auf materiellen Gewinn gerichtet: Sie dient nicht dazu, ein monetäres Einkommen zu erzielen oder den eigenen Nutzen zu erhöhen. Ein immaterieller persönlicher Nutzen durch das Ausüben einer als sinnvoll empfundenen Tätigkeit kann aber durchaus angestrebt werden.

Ehrenamt: Der Begriff Ehrenamt bezeichnet die Ausübung eines Amtes oder einer Funktion im formalen Rahmen einer zivilgesellschaftlichen Organisation (Roth, 2000; Stricker, 2011). Ehrenamtliches Engagement ist eine Teilmenge bürgerschaftlichen Engagements: Alle ehrenamtlich Engagierten sind bürgerschaftlich engagiert, aber nicht alle bürgerschaftlich engagierten Personen sind im Rahmen eines Ehrenamts tätig (ebd.). Das Ehrenamt bezeichnet „stärker formalisierte, in Regeln eingebundene und dauerhafte Formen des Engagements“ (Deutscher Bundestag, 2002, S. 32).

Freiwilligenarbeit: Der Ausdruck Freiwilligenarbeit bezieht sich auf Tätigkeiten, die als Arbeit bezeichnet werden, im Gegensatz zur Erwerbsarbeit aber ohne finanzielle Vergütung erbracht werden (International Labour Organization, 2011, S. 5). Unter dem Begriff der Freiwilligenarbeit werden alle Arten unbezahlter Tätigkeiten zusammengefasst, sowohl im öffentlichen Raum als auch im privaten, familiären Umfeld (ebd.). Die Konzepte Freiwilligenarbeit und bürgerschaftliches Engagement überlappen zu großen Teilen, aber es gibt Tätigkeiten, die als Freiwilligenarbeit, nicht aber als bürgerschaftliches Engagement (sowie Tätigkeiten, die als bürgerschaftliches Engagement, nicht aber als Freiwilligenarbeit) zu werten sind (Kausmann et al., 2019, S. 56).

Freiwilliges Engagement: Das Konzept „Freiwilliges Engagement“ bildet die Grundlage des Deutschen Freiwilligensurveys, der größten Erhebung zur Situation des freiwilligen Engagements in Deutschland (Kausmann et al., 2019, S. 56). Es orientiert sich ebenfalls an den Kriterien der Enquete-Kommission: Freiwilliges Engagement umfasst Tätigkeiten, die unentgeltlich, freiwillig, im öffentlichen Rahmen und gemeinschaftlich mit anderen Personen ausgeführt werden (Simonson et al., 2017). Das Kriterium der Gemeinwohlorientierung wird in den Erhebungen des Freiwilligensurveys vorausgesetzt, da in der Befragung und der anschließenden Prüfung der Tätigkeiten eine Einschätzung von Nutzen und auch Kosten der freiwilligen Tätigkeit für das Gemeinwohl nicht möglich ist (Kausmann et al., 2019, S. 56). Freiwilliges Engagement kann die unterschiedlichsten Formen annehmen (ebd.).

Im weiteren Verlauf der Arbeit bezieht sich die Autorin auf den Begriff des Ehrenamts, wie er oben definiert wurde. Im Hinblick auf das Ehrenamt in den Bürgermedien ist an dieser Stelle anzumerken, dass sich auch die Hauptamtlichen Mitarbeiter zu Teilen ehrenamtlich für ihren Bürgersender engagieren (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 111). Im folgenden Verlauf der Arbeit soll der Fokus jedoch ausschließlich auf den Aktiven liegen, welche frei und ohne Honorar im niedersächsischen Bürgerrundfunk mitarbeiten (ebd., S. 96). Bei ihrer Mitarbeit handelt es sich zudem um *stärker formalisierte, in Regeln eingebundene* (bspw. in Bezug auf die allgemeinen Nutzungsbedingungen im Bürgerrundfunk (NMedienG § 29, 2022), allerdings nur bedingt um *dauerhafte Formen des Engagements* (vgl. bspw. Fingerling & Jaenicke, 2017, S. 81).

2.3.2 Status Quo des freiwilligen Engagements in Deutschland

Der Deutsche Freiwilligensurvey wurde vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend ins Leben gerufen und ist eine repräsentative telefonische Befragung zum freiwilligen Engagement in Deutschland (Simonson et al., 2022a, S. 12). Die Befragung wird seit 1999 alle fünf Jahre durchgeführt und richtet sich an Personen ab vierzehn Jahren (ebd.). Seit zwei Jahrzehnten gilt der Deutsche Freiwilligensurvey damit als Basis für die Berichterstattung zur Situation und Entwicklung des freiwilligen Engagements in Deutschland (ebd.). Anhand der Erhebung lässt sich beispielsweise überprüfen, welche Unterschiede es hinsichtlich der Beteiligung im Engagement zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen gibt und welche unterschiedlichen Formen freiwilliges Engagement annehmen kann (ebd., S. 13). Darüber hinaus ermöglicht der Freiwilligensurvey auch Aussagen über die Motive und Hinderungsgründe für freiwilliges Engagement (Arriagada & Karnick, 2022; Müller et al., 2017). Zentrale Ergebnisse des Fünften Deutschen Freiwilligensurveys zeigen, dass der Anteil freiwillig engagierter Menschen in den letzten zwanzig Jahren gestiegen ist (Simonson et al.,

2022b, S. 55). Im Jahr 2019 haben sich demnach 28,8 Millionen Menschen freiwillig engagiert (ebd.). Das entspricht einem Anteil von 39,7 Prozent der Bevölkerung ab vierzehn Jahren in Deutschland (ebd.). Auch im europaweiten Vergleich zeigt sich, dass das freiwillige Engagement der Deutschen hoch ist: Deutschland belegt hinter den skandinavischen Ländern einen der vorderen Plätze im europäischen Ranking (Blinkert & Klie, 2017, S. 352).

Die steigenden Anteile des freiwilligen Engagements lassen sich mit verschiedenen gesellschaftlichen Entwicklungen erklären, wie beispielsweise der Bildungsexpansion, der gestiegenen Erwerbsbeteiligung, insbesondere von Frauen, sowie die wachsende Anzahl von Vereinen (Kausmann et al., 2019, S. 59). Allerdings zeigt eine Studie von Alscher et al. (2021, S. 402), dass es für viele Organisationen schwierig ist, freiwillig Engagierte zu erreichen, insbesondere dann, wenn es um ein dauerhaftes Engagement geht. Nur 14 Prozent der Organisationen gaben 2016 an, dass es einfach sei, dauerhaft Engagierte zu gewinnen (ebd.). Auch für ehrenamtliche Leitungspositionen fand nur jede vierte Organisation (25%) genug Freiwillige (ebd.). Ein anderes Bild zeigt sich hingegen beim kurzfristigen Engagement: Hierzu waren deutlich mehr Menschen bereit (ebd.). Für jede zweite Organisation (51%) war es demnach einfach, Freiwillige für ein kurzfristiges Engagement zu gewinnen (ebd.).

Aus den Ergebnissen des aktuellen Deutschen Freiwilligensurvey geht weiter hervor, dass sich bei Frauen und Männer im Jahr 2019 zum ersten Mal seit 1999 kein signifikanter Unterschied hinsichtlich der Engagementquote feststellen lässt (Frauen: 39,2 %; Männer: 40,2%) (Simonson et al., 2022c, S. 2). In der Vergangenheit seit 1999 engagierten sich noch stets Männer zu größeren Anteilen freiwillig (von Rosenblatt, 2009, S. 25).

Im Hinblick auf die Altersverteilung zeigt sich, dass die Anteile freiwillig Engagierter seit 1999 in allen Altersgruppen zugenommen haben (Simonson et al., 2021a, S. 4). Das Ausmaß des Anstiegs unterscheidet sich jedoch zwischen den Altersgruppen (ebd.). Besonders ausgeprägt ist der Anstieg bei den 65-Jährigen und Älteren, in dieser Altersgruppe ist die Engagementquote von 18 Prozent im Jahr 1999 auf 31,2 Prozent im Jahr 2019 gestiegen (ebd.). Der höchste Anteil Engagierter ist 2019 bei den 30- bis 49-Jährigen mit 44,7 Prozent zu finden, bei den 14- bis 29-Jährigen liegt der Anteil bei 42,0 Prozent und bei den 50- bis 64-Jährigen bei 40,6 Prozent (ebd.).

Des Weiteren zeigen die Ergebnisse, dass die Unterschiede in der Engagementbeteiligung zwischen den Bildungsgruppen zwischen 1999 und 2019 zugenommen haben (Simonson et al., 2021a, S. 4f.). Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Anstieg der Engagementquote bei Personen, die noch zur Schule gehen, sowie bei Personen mit hoher Schulbildung, deutlich

stärker ausgefallen ist, als bei Personen mit mittlerer Bildung (ebd.). Bei Personen mit niedriger Bildung unterscheiden sich hingegen die Engagementquoten von 1999 und 2019 nicht statistisch signifikant (ebd.). Im Jahr 2019 engagieren sich Personen mit hoher Schulbildung zu 51,1 Prozent, mit mittlerer Bildung zu 37,4 Prozent, mit niedrigem Bildungsstand zu 26,3 Prozent (Simonson et al., 2021b, S. 74; siehe Abbildung 4).

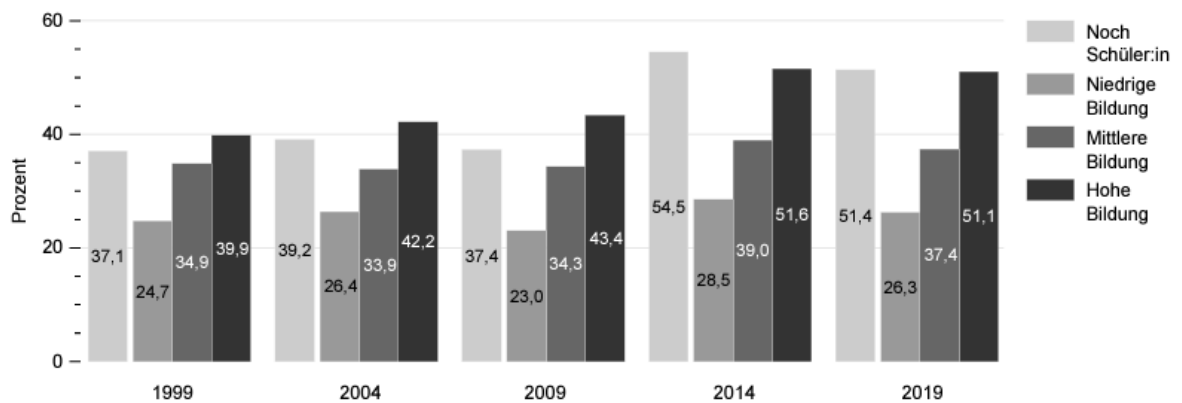


Abbildung 4: Engagementbeteiligung nach Bildungsgruppen von 1999 bis 2019 (Simonson et al., 2021b, S. 74)

Ein Zusammenhang zwischen ehrenamtlichem Engagement und dem Bildungshintergrund konnte auch in anderen Studien nachgewiesen werden (vgl. bspw. Shye, 2009, o.S.). Darüber hinaus hat auf der individuellen Ebene auch das ökonomische Kapital (Haushaltseinkommen, beruflicher Status) und Sozialkapital (Häufigkeit Kontakt zu Freunden, Anzahl der im Haushalt lebenden Kinder) einen positiven Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit eines freiwilligen Engagements (Enjolras, 2021, S. 1203).

Das Engagement von Menschen mit Migrationshintergrund hat sich zwischen 2014 und 2019 nicht verändert (Simonson et al., 2021a, S. 5). Sowohl 2014 als auch 2019 engagieren sich Personen mit Migrationshintergrund zu geringeren Anteilen als Personen ohne Migrationshintergrund (ebd.). Während sich 2019 Personen ohne Migrationshintergrund zu 44,4 Prozent freiwillig engagieren, engagieren sich Personen mit Migrationshintergrund zu 27 Prozent (ebd.).

Die Daten des Deutschen Freiwilligensurvey zeigen auch, dass freiwillig Engagierte in Deutschland die unterschiedlichsten freiwilligen Tätigkeiten ausüben (ebd., S. 21). So gibt es über 25.000 Tätigkeitsangaben der freiwillig Engagierten (ebd.). Freiwilliges Engagement wird anteilig am häufigsten in den Bereichen Sport und Bewegung (13,5%), Kultur und Musik (8,6%) oder im sozialen Bereich (8,3%) ausgeübt (ebd., S. 21f.)

Wie sich freiwilliges Engagement in den nächsten Jahren entwickeln wird und welchen Einfluss gesellschaftliche Trends sowie einschneidende Ereignisse, wie etwa die Corona-Pandemie, auf das freiwillige Engagement haben werden, lässt sich erst in der Zukunft beantworten (Simonson et al., 2022b, S. 64).

2.3.3 Anstoß und Motivation für das freiwillige Engagement

Direkte soziale Interaktionen sind die häufigsten Anstöße zum Engagement (Müller et al., 2017, S. 413). Dies zeigt eine Untersuchung von Müller et al. (2017, S. 413): Die Ansprache durch leitende Personen der Gruppe oder Organisation oder durch Familienmitglieder, Freunde oder Bekannte werden von fast der Hälfte der Engagierten als ausschlaggebend für die Aufnahme ihres Engagements genannt.

Während in der Literatur verschiedene Möglichkeiten diskutiert werden, Motive zu kategorisieren, darunter die Einordnung in altruistische und egoistische Motive, die das Handeln für den Nutzen anderer vom Handeln für einen persönlichen Nutzen unterscheidet oder aber die Einteilung in intrinsische versus extrinsische Motivation, die sich darauf bezieht, ob die Motivation aus dem Selbst heraus oder von außen kommt, findet sich im Zusammenhang mit freiwilligem Engagement jedoch häufig der Hinweis auf die Vielfältigkeit der Motive (Bierhoff et al., 2007; Moschner, 2002). Viele Menschen sind nicht nur engagiert, weil sie anderen helfen möchten, sondern auch, weil ihnen die Tätigkeit Freude bereitet, weil sie Menschen treffen können, weil sie Qualifikationen erwerben möchten (Haumann, 2014). Daher werden die Motive für Engagement häufig auch als „Motivbündel“ bezeichnet (Hackett & Mutz, 2002) und können am besten gemeinsam und ohne die Aufspaltung in abstrakte Kategorien betrachtet werden (Braun & Bischoff, 1999). Im Deutschen Freiwilligensurvey stellt das Motiv Spaß haben mit 93,9 Prozent das häufigste Motiv für ein Ehrenamt dar (Simonson et al., 2021b, S. 120; siehe Abbildung 5). Es zeigt sich zudem, dass Motive für das Engagement durch sozioökonomische Merkmale beeinflusst werden (Müller et al., 2017, S. 413). Soziale, vor allem auf zwischenmenschliche Kontakte bezogene Motive werden eher von Frauen und Älteren genannt (ebd.). Motive, die sich auf den eigenen Nutzen richten, sind hingegen eher für Männer und jüngere Personen wichtig (ebd.). Mit Blick auf den Bildungshintergrund zeigt sich, dass insbesondere hochgebildete Personen sich zutrauen, mit ihrem Engagement die Gesellschaft mitgestalten zu können (Böhnke & Dathe, 2010). Es lässt sich also schlussfolgern, dass es komplexe Motivbündel sind, die Menschen dazu bewegen, sich zu engagieren (Müller et al., 2017, S. 415).

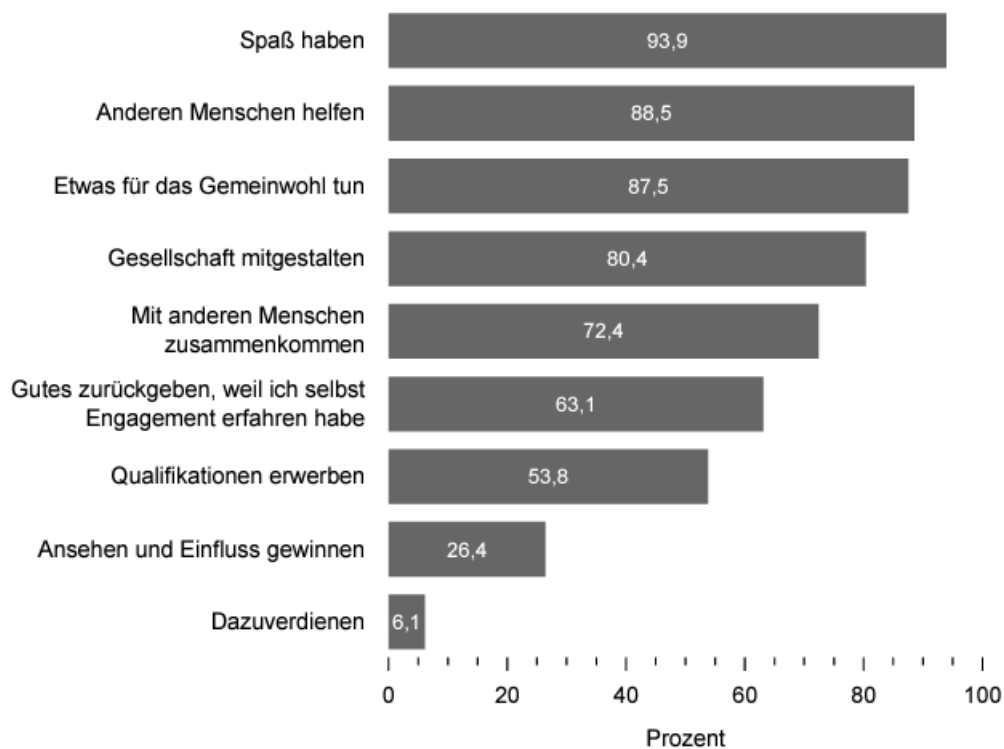


Abbildung 5: Motive für das ehrenamtliche Engagement (Simonson et al., 2021b, S. 120)

Im Hinblick auf Beendigungs- und Hinderungsgründe für das Engagement werden häufig Gründe genannt, die nicht direkt mit dem Engagement zusammenhängen, sondern aus anderen Lebenslagen resultieren (Arriagada & Karnick, 2022, S. 144). Hier werden vorrangig berufliche und zeitliche Gründe als Hauptursachen genannt (ebd.). Zugleich stellen zeitliche Gründe auch den mit Abstand am häufigsten genannten Grund dar, weshalb ehemals Engagierte ihr Engagement beenden und Menschen, die noch nie engagiert waren, gar nicht erst ein Engagement aufnehmen (ebd., S. 145).

2.3.4 Herausforderungen und Maßnahmen zur Stärkung des Engagements

Im Hinblick auf die aktuellen Herausforderungen für das ehrenamtliche Engagement, zeigt sich, dass vor allem die Anwerbung von Freiwilligen ein Problem für die Freiwilligenorganisationen darstellt (GHK, 2010, S. 9). Viele ziehen das kurzfristige Engagement einer langfristigen Verpflichtung vor (Alscher et al., 2021, S. 402). Die Hauptschwierigkeit scheint zudem mit „der Diskrepanz zwischen den Bedürfnissen von Freiwilligenorganisationen und den Erwartungen der neuen Generationen von Freiwilligen zusammenzuhängen“ (GHK, 2010, S. 9). Lassen sich die eigenen Bedürfnisse befriedigen und die eigenen Ziele verwirklichen, fördert dies wiederum die Bereitschaft, sich zu engagieren und dabei zu bleiben (Moschner, 2002, S. 9). Die Förderung der Freiwilligentätigkeit im Bildungssystem und eine

systematische Integration in die Bildungslaufbahn, könnten zudem das Engagement junger Menschen verstärken (GHK, 2010, S. 14).

Eine weitere Herausforderung stellt die Professionalisierung des Freiwilligensektors dar: Durch die zunehmende Beschäftigung von Fachkräften werden neue Anforderungen an das Personalmanagement der Organisationen gestellt, während die Freiwilligen sich wiederum mit zunehmend anspruchsvollen Aufgaben konfrontiert sehen, welche ihnen spezielle Kompetenzen und Fertigkeiten abverlangen (GHK, 2010, S. 9f.). Des Weiteren stellen auch eine nachhaltige Finanzierung und eine mangelnde Anerkennung der Freiwilligentätigkeit entscheidende Herausforderungen dar (ebd., S. 10).

Wie also kann die Motivation zum Ehrenamt geweckt, gefördert und gestärkt werden? Hierzu braucht es unter anderem ein breites Informationsangebot über Engagementgelegenheiten, welches sowohl online als auch offline bereitgestellt wird, um auf diese Weise auch diejenigen Personengruppen zu erreichen, die keinen Zugang zu Internet haben oder aber nicht über die entsprechenden Kompetenzen verfügen (Arriagada & Karnick, 2022, S. 145). Wer Freiwillige für ein Projekt gewinnen will, der sollte zudem die Selbstbestimmung und Autonomie der Ehrenamtlichen fördern und Raum für eigene Ideen und Vorstellungen schaffen (GHK, 2010, S. 9ff.). Dies kann den Spaß an der Tätigkeit erhöhen, welcher laut aktuellen Befunden des Deutschen Freiwilligensurvey das zentrale Motiv für ein ehrenamtliches Engagement darstellt (Simonson et al., 2021b, S. 120). Immer wieder wird auch die Schaffung materieller Anreize, beispielsweise in Form von Aufwandsentschädigungen, Fahrgeld, Unfall-, Haftpflicht- und Rentenversicherung diskutiert, um Menschen für ein ehrenamtliches Engagement zu motivieren (GHK, 2010, S. 14; Moschner, 2002, S. 9ff.).

2.3.5 Die Bedeutung des Ehrenamts für die Bürgermedien

Wie bereits an vielen Stellen dieser Arbeit argumentiert wurde, hat das Ehrenamt insbesondere für die Bürgermedien eine zentrale Bedeutung: Die Zugangsoffenheit der Sender und die Vermittlung von Medienkompetenz ist gesetzlich verankert und stellt ihre Existenzberechtigung dar (NMedienG § 25, 2022). Ohne die Partizipation der Ehrenamtlichen würden die Bürgermedien diesem Auftrag nicht nachkommen (ebd.). Mit Unterstützung weniger Hauptamtlicher produziert eine große Zahl von Ehrenamtlichen täglich das Programm (Die Medienanstalten, 2022; Möhring & Köpke, 2016, S. 122). Während die Ehrenamtlichen zu Beginn der Kabelpilotprojekte in den 1980er Jahren und zum späteren Sendestart von vorrangig OKs in weiteren Bundesländern Deutschlands noch eine hohe Aufmerksamkeit seitens der Wissenschaft erhielten (Linke, 2009, S. 1; Winterhoff-Spurk et al., 1992), so ist heute wenig bis nichts darüber bekannt, wer sich in den Bürgermedien ehrenamtlich engagiert und

was Ehrenamtliche zu ihrem Engagement bewegt. Dies scheint überraschend, angesichts der Tatsache, dass das Engagement der Ehrenamtlichen zurückgegangen ist und es für die Bürgermedien eine immer größere Herausforderung darstellt, Ehrenamtliche zu gewinnen (Nowak, 2021, S. 14ff.). Die Gründe für den Rückgang des Engagements decken sich mit den Befunden von Arriagada & Karnick (2022, S. 144). Demnach werden vor allem berufliche und zeitliche Gründe als ausschlaggebende Faktoren genannt, um eine ehrenamtliche Tätigkeit in den Bürgermedien aufzugeben (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 43).

Ähnlich wie beim Deutschen Freiwilligensurvey, wurden auch in Bezug auf die Ehrenamtlichen in den Bürgermedien, umfassende Untersuchungen zu deren soziodemographischen Merkmalen und motivationalen Beweggründe durchgeführt (vgl. Bogen et al., 2009; Diedrich et al., 1988; Gellner & Schrader, 1999; Hasebrink et al., 1986; Hermann, 1989; Horz, 2014; Köhler, 1990; Landesanstalt für das Rundfunkwesen Saarland, 1990; Landesregierung Nordrhein-Westfalen, 1987; Lenk et al., 2001; Nowak, 2021; Offener Kanal Hamburg, 1990; Petrich, 1984; Rager & Rinsdorf, 2000; Rauch, 1991; Schulte, 1989; Sehl & Steinbrecher, 2014; Suhr, 1990; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007; Winterhoff-Spurk et al., 1992; Witte & Bendisch, 1986). Die zentralen Ergebnisse dieser Erhebungen sollen im nachstehenden Forschungsstand näher beleuchtet werden.

3 Forschungsstand

Da es sich bei der vorliegenden Arbeit um eine Zeitreihenstudie handelt, soll in diesem Kapitel zunächst der Forschungsstand zu den Ehrenamtlichen in den damaligen Kabelpilotprojekten und zum Sendestart weiterer OKs aufgearbeitet werden. Anschließend sollen Untersuchungen zum Regelbetrieb in den Bürgerfunksendern und Bürgerfernsehsender in den 2000er Jahren nähere Beachtung finden. Im Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand Niedersachsen soll insbesondere hier eine detaillierte Betrachtung der Ehrenamtlichen in den OKs und NKLs erfolgen. Abschließend soll die aktuelle Situation der Ehrenamtlichen in den Bürgermedien skizziert werden. Das Kapitel schließt zur besseren Übersichtlichkeit mit einer Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse ab.

3.1 Der Urknall im Medienlabor: Ehrenamtliche in den 1980/90er Jahren

Insbesondere zum Start der Kabelpilotprojekte und der darauffolgenden Hochzeit, erfuhren die Ehrenamtlichen große Aufmerksamkeit in der Wissenschaft: In einer umfangreichen Literaturarbeit tragen Winterhoff-Spurk et al. (1992) die wichtigsten Erkenntnisse zu den Ehrenamtlichen in den OKs Ludwigshafen (Hermann, 1989; Petrich, 1984), Berlin (Diedrich et al., 1988; Schulte, 1989; Suhr, 1990; Witte & Bendisch, 1986), Dortmund (Köhler, 1990; Landesregierung Nordrhein-Westfalen, 1987), Hamburg (Offener Kanal Hamburg, 1990) und dem Saarland (Landesanstalt für das Rundfunkwesen Saarland, 1990; Rauch, 1991) zusammen.

Im Hinblick auf die soziodemographischen Merkmale der Ehrenamtlichen zeigen die Ergebnisse über alle Untersuchungen hinweg eine enorme Streuweite beim Lebensalter der Produzenten (11- bis 70-Jahre) (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 28). Jedoch überwiegen die Ehrenamtlichen in der Altersklasse der 20- bis 30-Jährigen (ebd.). In allen OKs lässt sich zudem eine ausgeprägte Dominanz der männlichen Ehrenamtlichen von bis zu 90 Prozent feststellen (ebd., S. 32). Jüngere Untersuchungen deuten jedoch darauf hin, dass der Anteil der weiblichen Ehrenamtlichen langsam ansteigt (ebd.). Die Ergebnisse zeigen weiter, dass Schüler, Auszubildende oder Studenten mit rund 40 Prozent die größte Gruppe unter den Ehrenamtlichen bilden (ebd., S. 35), gefolgt von Angestellten (mit ca. 10% bis 25%) sowie Freiberuflern und Selbständigen (je nach Studie etwa 10% bis 20%). Unterrepräsentiert sind in den Kabelpilotprojekten hingegen die Arbeiter (10%), Rentner (2% bis 8%) und Arbeitslosen (Ludwigshafen 4% bis 6%, Berlin: 8% bis 10%, Saarland: 9%) (ebd.). Über alle Untersuchungen hinweg zeigt sich zudem, dass rund die Hälfte der Ehrenamtlichen eine höhere formale Bildung aufweist und mindestens das Abitur besitzt (je nach Studie ca. 39% bis 66%), gefolgt von den Realschülern (ca. 20% bis 25%) und den Hauptschülern (etwa 10% bis 20%) (ebd.,

S. 39). Diese Befunde zu den soziodemographischen Merkmalen decken sich auch mit Ergebnissen einer Untersuchung von Hasebrink et al. (1986), die ebenfalls begleitend zu den Kabelpilotprojekten durchgeführt wurde. Spätere Untersuchungen deuten jedoch darauf hin, dass das Durchschnittsalter der Ehrenamtlichen über die Jahre hinweg einen Anstieg verzeichnet: Während bereits 1992/93 ein Durchschnittsalter von 39 Jahren festgestellt wurde, waren die Ehrenamtlichen 1995/96 im Schnitt schon 46 Jahre alt (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 28). Einen möglichen Erklärungsansatz bietet der Innovationsverlauf bei der Nutzung neuer Medien, wonach sich zunächst vorrangig die jüngeren und technikaffinen Innovatoren diesen Medien zuwenden (Gellner & Schrader, 1999, o.S.). Im weiteren Verlauf kommt es schließlich zu einer Normalisierung des Nutzungsalters, da sich die jüngeren wieder neueren Medien zuwenden (ebd.).

Der Weg der Ehrenamtlichen zum OK führt in allen Untersuchungen mit 40 Prozent bis über 50 Prozent über Freunde und Bekannte, gefolgt von Hinweisen aus den Medien und der eigenen Produktion der OK-Sendungen (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 68). Außerdem bringen zum Einstiegszeitpunkt in den OK maximal die Hälfte der Ehrenamtlichen inhaltliche oder technische Vorkenntnisse im Medienbereich mit (ebd., S. 48). Die Ergebnisse zeigen zudem über alle Untersuchungen hinweg, dass rund ein Viertel bis über die Hälfte der Ehrenamtlichen, durch ihre Mitarbeit im OK, die Vorbereitung auf einen Beruf in den Medien anstrebt (ebd., S. 50). Ein wesentliches Motiv für das Engagement im OK besteht darüber hinaus in der Freude am Umgang mit dem Medium und seiner Technik (ebd., S. 63). Die Ehrenamtlichen arbeiten mehrheitlich in (Freundes-) Gruppen (ebd., S. 71) und verfolgen das Ziel, ihr Publikum zu unterhalten und zu informieren (ebd., S. 63). Politische Motive und Ziele spielen hingegen eine untergeordnete Rolle (ebd.).

Angesichts der Betreuung sowie Arbeits- und Produktionsbedingungen geben die Ehrenamtlichen über alle Studien hinweg an, mit der Unterstützung durch die Medienassistenten³ zufrieden zu sein (ebd., S. 86), von welchen sie sich vor allem technische Unterstützung erhoffen (ebd., S. 76). Im Hinblick auf Probleme bei der Produktion geben zwei Drittel der Ehrenamtlichen an, dass sie mit Zeitproblemen zu kämpfen haben (ebd.). Zwischen einem Drittel und der Hälfte der Ehrenamtlichen beklagten zudem Probleme mit der Technik, wobei vor allem Mischpulte, Schnittplätze und allgemein defekte Geräte genannt wurden (ebd.). Das Gesamturteil der OKs durch die Ehrenamtlichen fällt insgesamt sehr positiv aus und wird vor

³ Hinweis: Die Hauptamtlichen wurden früher häufig als Medienassistenten bezeichnet (vgl. Winterhoff-Spurk et al., 1992).

allem mit den erweiterten politischen und lokalen Kommunikationsmöglichkeiten sowie der kostenlosen Nutzung begründet (ebd., S. 89).

3.2 Im Regelbetrieb angekommen: Ehrenamtliche in den 2000er Jahren

Nach der Blütezeit der OKs von 1984 bis 1991, gab es in den 2000ern vor allem Studien zu den Bürgersendern in Nordrhein-Westfalen (Sehl & Steinbrecher, 2014; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007). Dies erscheint angesichts des Kabelpilotprojekts in Dortmund und der damit einhergehenden zentralen Bedeutung des Bundeslandes NRW für die Entwicklungsgeschichte der Bürgermedien kaum überraschend (Breunig, 1998, S. 236).

Eine Befragung der Ehrenamtlichen im Bürgerfunk NRW ergab einen Anteil von rund 60 Prozent männlicher Bürgerfunker (Volpers et al., 2006, S. 82). Zudem zeigte sich, dass im Bürgerfunk alle Altersklassen vertreten sind (ebd., S. 83). Eine spezifische Dominanz bestimmter Altersgruppen ließ sich nicht feststellen, lediglich die Gruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis neunzehn Jahre waren deutlich überrepräsentiert, ebenso wie Personen mit einem Hochschulabschluss (ebd.). Rund 46 Prozent verfügten außerdem über eine Fachhochschulreife oder Abitur (ebd., S. 84). Die Gruppe der nicht erwerbstätigen Bürgerfunker setzte sich zudem vorrangig aus Schülern und Studierenden sowie Senioren und Arbeitslosen zusammen (ebd.). Damit stimmen die Befunde mit den oben skizzierten Untersuchungen in den OKs Mitte der 1980er bis Anfang der 1990er Jahre überein, wonach die Ehrenamtlichen vor allem männlich, jung und hochgebildet sind (Winterhoff-Spurk et al., 1992; siehe Kapitel 3.1). Im Hinblick auf die motivationalen Beweggründe identifiziert die Studie darüber hinaus fünf verschiedene Nutzertypen⁴ im Bürgerfunk NRW: Die Musikenthusiasten, die Berufseinsteiger, die Partizipationsorientierten, die Vereinsaktivisten und die Hedonisten (Volpers et al., 2006, S. 90f.). Die Musikenthusiasten stellen die größte Gruppe innerhalb der Bürgerfunker dar (ebd.). Ihr Beweggrund für ein Engagement in ihrem Bürgersender besteht vor allem darin, selbst eigene Musik in den Sendungen zu spielen (ebd.). Die Gruppe der Berufseinsteiger sieht die Mitarbeit im Bürgersender wiederum als Chance, sich für einen Medienberuf zu qualifizieren (ebd.). So haben sich in NRW „insbesondere an Universitätsstandorten mit Medienstudiengängen etliche Kooperationen zwischen dem Bürgerfunk und den entsprechenden Instituten entwickelt“ (ebd.). Der Typus des Partizipationsorientierten entspricht am ehesten den ursprünglichen Vorstellungen eines Bürgerfunk-Aktivisten, für den das soziale Engagement im Vordergrund steht und der über Personen und Themen berichten möchte, die in der Gesellschaft zu kurz kommen (ebd.). Der Partizipationsorientierte

⁴ Hinweis: Die Ehrenamtlichen wurden früher als Nutzer bezeichnet (vgl. bspw. Winterhoff-Spurk et al., 1992).

möchte mit seiner Arbeit im Bürgerfunk Gegenöffentlichkeit herstellen und im „politisch-gesellschaftlichen lokalen Geschehen“ etwas bewirken (ebd.). Das Hauptmotiv des Vereinsaktivisten liegt hingegen darin, den eigenen Verein über den Hörfunk bekannt zu machen (ebd., S. 91). Für die Hedonisten steht wiederum eine sinnvolle Freizeitgestaltung, beziehungsweise der soziale Kontakt und der Spaß an der Arbeit im Vordergrund (ebd.). Ein Großteil dieser Motive, wie etwa Spaß an der Produktion oder die Vorbereitung auf einen Beruf in den Medien, konnte auch bereits in früheren Studien identifiziert werden (Winterhoff-Spurk et al., 1992). Jedoch wurde im Rahmen der Befragung in NRW erstmals eine Clusteranalyse nach verschiedenen Nutzertypen durchgeführt (Volpers et al., 2006, S. 90f.).

Ergänzend zu der Befragung der Ehrenamtlichen im Bürgerfunk NRW wurde zudem eine gesonderte Erhebung für das Bürgerfernsehen in NRW durchgeführt (Volpers & Werner, 2007). Auch hier zeigt sich: Die Ehrenamtlichen sind zu knapp drei Vierteln männlich, zwischen 18 und 34 Jahren alt und besitzen eine formal höhere Bildung (ebd., S. 59f.). Allerdings zeigt sich hier, dass die Ehrenamtlichen im Bürgerfernsehen älter zu sein scheinen, als die Ehrenamtlichen im Bürgerfunk (Volpers et al., 2006, S. 83). Zu diesem Ergebnis kommt auch eine Studie zu den OK-Mitarbeitern in Thüringen (Thüringer Landesmedienanstalt, 2004, S. 108). Darüber hinaus konnte die Studie auch wichtige Erkenntnisse zu der Betreuung der Ehrenamtlichen durch die Hauptamtlichen hervorbringen (Volpers & Werner, 2007, S. 65). Während die Ehrenamtlichen im Alter zwischen 40 und 59 Jahren größtenteils selbstständig arbeiten und sich bei der Produktion ihrer Beiträge nur selten betreuen lassen, nehmen die Jüngsten (unter 20 Jahre) die Betreuung durch die Hauptamtlichen regelmäßig in Anspruch (ebd.). Die überwiegende Mehrheit der Befragten gibt zudem an, mit der Betreuung zufrieden zu sein (ebd.). Unzufriedenheit wurde hingegen in Bezug auf die Öffnungszeiten des Bürgerfernsehens geäußert (ebd., S. 66). Die Ergebnisse zeigen weiter, dass knapp die Hälfte der Ehrenamtlichen das Programm des eigenen Senders regelmäßig rezipiert (ebd.). Im Hinblick auf die Ziele im Zusammenhang mit dem ehrenamtlichen Engagement im Bürgerfernsehen, ließen sich auch in dieser Untersuchung verschiedene Motivbündel herausfiltern, die anschließend anhand einer quantitativen Clusteranalyse zu fünf Nutzertypen verdichtet werden konnten, darunter die Diffusen, die Bürgerschaftlich Engagierten, die qualifizierungswilligen Freizeitfilmer, die Berufseinsteiger sowie die Hobby-Filmer (ebd., S. 70f.). In der Gruppe der Diffusen (29%) spielen verschiedene Motive eine Rolle, jedoch ist keines der Motive besonders stark ausgeprägt (ebd.). Die Bürgerschaftlich Engagierten (27%) wollen vorrangig über solche Themen und Personen berichten, die in der allgemeinen Medienberichterstattung zu kurz kommen (ebd.). Für die Qualifizierungswilligen Freizeitfilmer (22%) steht die professionelle Fernseharbeit und der Erwerb neuer Kompetenzen im Vordergrund (ebd.). Zeitgleich

sehen sie in ihrer Arbeit im Bürgerfernsehen eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung sowie die Möglichkeit sich selbst zu verwirklichen (ebd.). Die Berufseinsteiger (12%) wiederum wollen sich durch ihre Arbeit im Bürgerfernsehen vor allem auf eine Berufstätigkeit in den Medien vorbereiten und die Hobby-Filmer (11%) nutzen den Sender vor allem, um ihre eigenen Filme einem möglichst breiten Publikum zugänglich zu machen (ebd.).

Auch einige Jahre später ließen sich die Befunde zu den Ehrenamtlichen im Bürgerfunk und Bürgerfernsehen NRW, anhand einer Studie zum damals neu gegründeten partizipativem Fernsehsender nrwision, in großen Teilen erneut bestätigen (Sehl & Steinbrecher, 2014, S. 171). Anders als bei den OKs setzte der TV-Lernsender auf eine Programmredaktion aus professionellen Journalisten, welche die publizistische Vielfalt der Medienlandschaft und die Medienkompetenz der (Laien-)Zulieferer stärken sollten (ebd., S. 172). Die Befunde zeigen auch hier, dass der Anteil der jungen Erwachsenen mit einem Durchschnittsalter von 30 Jahren überwiegt (ebd., S. 180). Eine genauere Auswertung deutete darauf hin, dass dies vor allem mit dem hohen Anteil der Studierenden und Berufsschüler bei nrwision zusammenhängt (ebd.). Dies spiegelt sich auch im Hinblick auf den Bildungsabschluss wieder: Fast drei Viertel aller Befragten besitzen das Abitur oder sogar einen Universitätsabschluss (ebd., S. 181). Bezüglich der Geschlechterverteilung zeigt sich hier überraschenderweise, dass die angehenden Medienprofis bei nrwision mehrheitlich weiblich sind (74% Frauen; 26% Männer) (ebd.). Journalistische Merkmale wie Neutralität, Relevanz der Informationen, Richtigkeit der Informationen, Kontinuität der Berichterstattung, Tiefe der Themenbehandlung oder Aktualität, schreiben die Befragten eher dem professionellen Journalismus zu (ebd., S. 183). Sie selbst sehen die Stärke der Bürgersendungen eher mit Blick auf die persönliche Perspektive (ebd.). Hinsichtlich der motivationalen Beweggründe gaben die Befragten an, dass es vor allem der Spaß an der Kreativität ist, der sie motiviert, bei nrwision mitzuwirken (ebd., S. 181). Für mehr als die Hälfte der Befragten ist zudem motivierend, über Themen zu berichten, die in anderen Medien zu wenig Berücksichtigung finden (ebd.). Gleichzeitig spielen jedoch, wie in den früheren Erhebungen auch (vgl. Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007), professionelle und berufliche Aspekte eine wichtige Rolle, denn die Mehrheit der Befragten „möchte auch ihre journalistischen Kompetenzen stärken, sich berufliche Perspektiven eröffnen oder sich ganz konkret auf einen Beruf in den Medien vorbereiten“ (ebd., S. 182). Die Befunde verdeutlichen einmal mehr, dass die Motive für die Beteiligung in den Bürgermedien vielfältig sind, Spaß und Freude an der Arbeit, Berufliche Qualifizierung und der Erwerb von Kompetenzen sowie das Aufgreifen vernachlässigter Themen aber über die Jahre hinweg konstant zu den zentralsten Motiven zu gehören schein - nicht nur in NRW, sondern auch in anderen Ländern wie beispielsweise Berlin, Hamburg, Rheinland-Pfalz oder dem Saarland

(vgl. u. a. Steinbrecher & Malter, 2021; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007; Winterhoff-Spurk et al., 1992).

Mit Blick auf den Untersuchungsgegenstand der niedersächsischen Bürgermedien zeigen sich auch hier Ende der 1990er, Anfang der 2000er Jahre, Bestrebungen einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den Ehrenamtlichen (Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000). Es wurde jeweils eine Studie zu den OKs und den NKLs durchgeführt (ebd.). Im Herbst 1997 und im Herbst 1998 wurden jeweils umfangreiche, stark strukturierte Fragebögen an die Mitarbeiter der damaligen NKLs Radio Jade, Okerwelle, Radio Flora, Radio Zusa, Radio aktiv und Stadtradio Göttingen verschickt (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 27ff.). Zu den Untersuchungsdimensionen zählten unter anderem *Integration von Vereinen und Initiativen*, *Rekrutierung einzelner Mitarbeiter*, *Motivation der Akteure*, *publizistische Ziele und redaktionelle Konzepte*, *Arbeitsbedingungen und Arbeitszufriedenheit*, *Qualifikation und Qualifizierung* und *Partizipation* (ebd., S. 19ff.). In der ersten Welle wurden Personen aus den Redaktionen, den Vereinen und dem Umfeld der Sender befragt: An der Befragung nahmen 194 Personen teil (ebd., S. 29). Die zweite schriftliche Befragungswelle war als Vollerhebung angelegt und bot allen Aktiven die Gelegenheit, sich zu beteiligen (ebd., S. 30). Von dieser Möglichkeit machten 353 Personen Gebrauch (ebd.). Jeweils im Anschluss an die schriftlichen Befragungswellen wurden zusätzliche Intensivinterviews mit Schlüsselpersonen aus den NKLs geführt (1. Welle = 45 Personen; 2. Welle = 16 Personen) (ebd., S. 30f.).

Im Hinblick auf die soziodemographischen Merkmale bestätigen die Ergebnisse, was sich auch in den anderen Bundesländern zuvor feststellen ließ: Die Ehrenamtlichen im NKL sind eher jung (Durchschnittsalter von 29 Jahren), männlich (65% der Befragten) und formal hoch gebildet (35% der Befragten haben als höchsten Schulabschluss das Abitur, 33% einen Hochschulabschluss angegeben) (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 41). Dies lässt sich größtenteils auch für die Ehrenamtlichen in den ehemaligen niedersächsischen OKs, darunter OK Hannover, OKTV (Wolfsburg-Braunschweig), okol (Oldenburg), OK Umland (Umland der Stadt Bremen), OK-W (Wesermündung), OK Osnabrück, Ems-Vechte-Welle (EVW), okc (Cloppenburg) bestätigen (Lenk et al., 2001, S. 22). Methodisch wurden auch hier eine schriftliche Befragung (N = 1.464) sowie qualitative Interviews (N = 40) unter Berücksichtigung der folgenden Forschungsdimensionen geführt (ebd., S. 22ff.): *Zugang zum Offenen Kanal und Voraussetzungen der Produktion*, *Arbeitsweisen und Erfahrungen im Offenen Kanal*, *Motivation und Ziele des eigenen Engagements*, *Beurteilung des OKs* und *Fragen zur Person*. Hinsichtlich soziodemographischer Merkmale zeigt sich auch hier, dass Frauen in den OKs in Niedersachsen mit einem Anteil von einem Viertel unterrepräsentiert sind und die Ehrenamtlichen über relativ hohe Bildungsabschlüsse verfügen (ebd., S. 107). Rund 58 Prozent

aller Produzenten besitzen das Abitur, ein Drittel von ihnen studiert zurzeit (ebd.). Dagegen ist insbesondere die Gruppe der Hauptschulabsolventen ohne Berufsausbildung in den OKs klein (ebd.). Ebenfalls klein ist die Gruppe von Personen ohne Schulabschluss, in der sich vor allem auch Schüler befinden (ebd.). Es bleibt allerdings festzuhalten, dass die niedersächsischen OKs durchaus Personen mit niedrigen oder mittleren Bildungsabschlüssen oder einer Berufsausbildung ansprechen (ebd.). Die Ergebnisse zeigen weiter, dass auch in den niedersächsischen OKs die eher jüngeren Produzenten überwiegen (ebd., S. 106). Die Altersgruppe bis 25 Jahre ist mit 40,2 Prozent ebenso groß wie die Gruppe der 26- bis 45-Jährigen mit 39,8 Prozent (ebd.). Während das Durchschnittsalter im Hörfunk bei 29 Jahren liegt, ist das Alter der Ehrenamtlichen im Fernsehen mit 36 Jahren bedeutend höher (ebd.). Diese Unterschiede in der Altersstruktur von Ehrenamtlichen in Bürgerfunk und Bürgerfernsehen reihen sich damit in die Ergebnisse aus NRW (Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007) und Thüringen (Thüringer Landesmedienanstalt, 2004) ein, wo dieser Unterschied ebenfalls herausgestellt werden konnte. Deutlich wird auch, dass die Älteren, insbesondere die Senioren, den OK bisher nur selten nutzen (Lenk et al., 2001, S. 106). Als mögliche Hürden für diese Altersklasse werden neben kulturellen Barrieren auch der schwierige Umgang mit den technischen Geräten bei der Produktion gesehen (ebd., S. 106f.). Unterschiede zeigen sich auch hinsichtlich der Erwerbsstruktur der Ehrenamtlichen: Während im niedersächsischen Bürgerfunk Schüler und Studenten rund 30 Prozent ausmachen, sind die Angestellten mit einem geringeren Anteil von 21 Prozent vertreten (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 42). In den OKs in Niedersachsen stellt die Gruppe der Berufstätigen mit 40,7 Prozent jedoch die Mehrheit dar, während Schüler, Auszubildende und Studierende insgesamt 37,9 Prozent der Ehrenamtlichen darstellen (Lenk et al., 2001, S. 109). Arbeitslose und Migranten sind mit jeweils 7 Prozent vertreten (ebd., S. 109f.).

Im Hinblick auf journalistische Vorerfahrungen zeigt sich, dass sowohl in den NKLs (41%), als auch in den OKs (42%), viele Ehrenamtliche bereits vor ihrer Tätigkeit im Bürgersender journalistische Erfahrungen gesammelt haben (Lenk et al., 2001, S. 120; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 44). Im NKL wurden diese journalistischen Vorerfahrungen „vor allem als freie Mitarbeiter oder Praktikanten von Tageszeitungen oder als Mitarbeiter in einem alternativen Medienprojekt“ gemacht (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 44). In den OKs sind darüber hinaus vor allem technische Vorerfahrungen im Videobereich weit verbreitet (58,4%) (Lenk et al., 2001, S. 118). Des Weiteren deuten die Befunde darauf hin, dass persönliche Kontakte zentral für den Einstieg in den OK oder das NKL sind (ebd.). So gibt fast die Hälfte der OK-Mitarbeiter an, durch Freunde, Bekannte oder Verwandte von der Existenz des Bürgersenders erfahren zu haben (Lenk et al., 2001, S. 116), bei den NKL-Mitarbeitern sind es immerhin 36

Prozent (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 46). Die Ergebnisse zeigen weiter, dass der Zeitaufwand als zentrale Hürde sowohl bei der Radio- als auch bei der Fernsehproduktion gilt (Lenk et al., 2001, S. 122; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 42). Im Hinblick auf Betreuung und Arbeitszufriedenheit geben die Ehrenamtlichen in den OKs zudem an, mit der Betreuung durch die Medienassistenten eher zufrieden (47,6%) beziehungsweise sehr zufrieden (35,8%) zu sein (Lenk et al., 2001, S. 133).

Für die Mitarbeit in den NKLs gibt es zahlreiche Beweggründe (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 63):

„Medienpolitische Beweggründe stehen nur bei einem Teil der Aktiven im Vordergrund, andere wollen ihre eigenen journalistischen Ziele umsetzen. Etliche Mitarbeiter sehen das Radiomachen als sinnvolle Freizeitbeschäftigung an, noch anderen kommt es vor allem darauf an, über sich selbst und die eigene Nahwelt zu berichten. Nicht zuletzt sieht manch ein Aktiver das NKL als erste Stufe auf der eigenen journalistischen Karriereleiter an.“

Trotzdem sticht vor allem der Spaß an der Zusammenarbeit, beziehungsweise der Spaß an der Radiotechnik, besonders stark heraus (ebd., S. 65). Auch andere individuumsbezogene Motive, wie die eigene Freizeit sinnvoll gestalten, über Themen berichten, die einem persönlich wichtig sind, die eigene Meinung äußern, aber auch Themen aufgreifen, die woanders fehlen, scheinen eine große Bedeutung für die Ehrenamtlichen zu haben (ebd., S. 67). Mit Hilfe einer nicht-hierarchischen Clusteranalyse der Teilnahmemotive, konnten verschiedene Typen von NKL-Mitarbeitern identifiziert werden, darunter „die Partizipationsorientierten“, „die Berufseinsteiger“, „die Gegenöffentlichkeitsarbeiter“, „die Egozentriker“ und „die Lokalfunk-Manager“ (ebd., S. 72). „Die Partizipationsorientierten“ bilden das größte Cluster und empfinden das Radiomachen vor allem als sinnvolle Freizeitbeschäftigung, die ihnen großen Spaß bereitet (ebd., S. 68). Sie wollen zudem über Themen berichten, die woanders fehlen und die ihnen persönlich wichtig sind (ebd.). Bei Mitarbeitern, die dem zweitgrößten Cluster angehören, lautet das zentrale Motiv hingegen: „Den Einstieg in den Journalismus schaffen“ (ebd., S. 69). Sie sehen das NKL als einen Lernort an und wollen durch ihre Tätigkeit im Bürgersender den Grundstein für die eigene Karriere im Hörfunk legen (ebd.). „Die Gegenöffentlichkeitsarbeiter“ bilden das dritte Cluster und betonen wiederum „die Rolle des NKL als Gegengewicht zu den Medien vor Ort“ (ebd., S.70). Sie engagieren sich im NKL, um Beiträge zu senden, die in anderen Medien keine Beachtung finden (ebd.). Der vierte Idealtyp setzt sich auch den „Egozentrikern“ zusammen, welche ein breites Publikum mit ihren Inhalten erreichen wollen, ganz nach dem Motto „alle sollen hören, was mir wichtig ist“ (S. 70). Das fünfte Cluster setzt sich aus den „Lokalfunk-Managern“ zusammen (ebd., S.

72). Hier zeigt sich, dass alle Motive deutlich schwächer ausgeprägt sind, als in den vorherigen Clustern (ebd.). Die „Lokalfunk-Manager“ scheinen ihre Tätigkeit im Bürgersender vor allem als Job anzusehen, „der professionell und erfolgreich ausgefüllt wird“ (ebd.). Es zeigte sich darüber hinaus, dass die Ehrenamtlichen mit ihrer Arbeit im Bürgersender das Ziel verfolgen, ihr Publikum zu unterhalten und zu informieren und politische Motive und Ziele hingegen eher eine untergeordnete Rolle spielen (ebd., S. 86).

Interessanterweise zeigt sich, dass sich die NKL-Mitarbeiter, abhängig von ihrem Status in der Redaktion, unterschiedlichen Idealtypen zuordnen lassen (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 73). Während die Ehrenamtlichen eher den Idealtypen der Partizipationsorientierten, der Gegenöffentlichkeitsarbeiter sowie der Egozentriker entsprechen, wollen die Hauptamtlichen sich auf einen journalistischen Beruf vorbereiten oder werbefreien Lokalfunk managen (ebd.).

Vergleicht man die Motive der Ehrenamtlichen der NKLs mit den Ehrenamtlichen der OKs, so zeigt sich auch hier, dass in den OKs der Spaß an erster Stelle steht (Lenk et al., 2001, S. 147). Auch das Ziel, Medientechnik besser kennenzulernen, scheint für die Ehrenamtlichen im OK ein zentrales Motiv zu sein (ebd., S. 148). Ebenso wie die NKL-Mitarbeiter wollen sie vernachlässigte Themen und Missstände aufgreifen und eine Gegenöffentlichkeit schaffen (ebd.). Viele wollen darüber hinaus ihre eigene Meinung zum Ausdruck bringen und sich selbst darstellen (ebd.). Interessanterweise scheint für OK-Mitarbeiter jedoch der Erwerb berufsbezogener Qualifikationen deutlich weniger wichtig zu sein, als für NKL-Mitarbeiter (ebd.). Insgesamt wird auch hier deutlich, dass eher von einem Motivbündel auszugehen ist (ebd.). Die Motive der Ehrenamtlichen in den OKs und NKLs scheinen zudem recht ähnlich zu sein, sie sind jedoch abhängig vom Medium unterschiedlich stark ausgeprägt (ebd.). Eine Untersuchung zu den OKs in Thüringen kam zudem zu der Erkenntnis, dass es auch hinsichtlich des Geschlechts, Unterschiede in den motivationalen Beweggründen zu geben scheint (Thüringer Landesmedienanstalt, 2004, S. 119):

„Während die Männer als Grund für die OK-Nutzung häufiger das Interesse an der Medientechnik sowie an der Produktion einer eigenen Sendung, aber auch den Wunsch, die eigene Meinung zu sagen, ein Thema öffentlich zu machen oder eine Gegenöffentlichkeit zu stärken nennen, spielt die Berufsvorbereitung bei den Frauen als Nutzungsmotiv eine wesentlich größere Rolle.“

Des Weiteren zeigte sich, dass Motive auch von der Altersklasse abhängig waren: Ältere Menschen engagierten sich vor allem in den OKs, um ihre eigene Meinung zu sagen, Öffentlichkeit für ein Thema herzustellen oder eine Gegenöffentlichkeit zu schaffen (ebd.). Für die

Jüngeren spielte hingegen die Berufsvorbereitung sowie das Interesse an der Medientechnik eine größere Rolle (ebd., S. 120).

Weitere Unterschiede ließen sich auch zwischen Hörfunk und Fernsehen feststellen. Die skizzierten Studien aus NRW, Niedersachsen und Thüringen kamen jeweils übereinstimmend zu der Erkenntnis, dass ein Unterschied in der Altersstruktur der Mitarbeiter im Bürgerfunk und Bürgerfernsehen besteht, wonach die Mitarbeiter im Bürgerfernsehen durchschnittlich älter sind (Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000; Thüringer Landesmedienanstalt, 2004; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007). Für Niedersachsen zeigt sich zudem, dass die beiden Medien jeweils stärker die Menschen ansprechen, deren Vorerfahrungen besser zu ihnen passen: So sind unter den Ehrenamtlichen im Bürgerfernsehen die Vorerfahrungen in den Bereichen Videotechnik, Regie, Dramaturgie und Konzeption stärker vertreten, während im Bürgerfunk vor allem Erfahrungen mit Audiotechnik und Moderation überwiegen (Lenk et al., 2001, S. 151). Auch zeigten sich Unterschiede bei den Themenschwerpunkten, mit denen sich die Ehrenamtlichen im Bürgerfunk und Bürgerfernsehen befassen (ebd.). Themen wie Ökologie, allgemeine Politik, Kirche/Glauben, Kinder- und Jugendkultur, Migranten, Geschlechterverhältnis und Wirtschaft finden demnach prozentual eher im Hörfunk statt (ebd.). Demgegenüber sind traditionelle Kultur, Vereinsleben, Reise, Natur/Tiere, Hochkultur und Sport eher im Bürgerfernsehen zu finden (ebd.).

Zusätzlich zu den sehr allgemein gehaltenen Studien zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien, gab es in den 2000er Jahren zudem Untersuchungen, welche sich auf spezielle Zielgruppen fokussierten (Bogen et al., 2009; Horz, 2014). So wurde 2008 beispielsweise die Partizipation älterer Menschen im Alter von 50+, beziehungsweise 55+ an Bürgermedien in Sachsen-Anhalt untersucht (Bogen et al., 2009). Ziel der Untersuchung war es, die Gruppe der Älteren hinsichtlich ihrer Rolle, ihres Selbstverständnisses sowie ihrer Motivation umfassend zu beschreiben (ebd.). Hinsichtlich ihrer soziodemographischen Merkmale zeigte sich zunächst, dass die männlichen Ehrenamtlichen mit einem Anteil von 75 Prozent stark überwiegen (ebd., S. 396). Die älteren Ehrenamtlichen sind zudem hochgebildet: Zwei Drittel haben mindestens die Fachhochschul- beziehungsweise Hochschulreife (ebd.). Hier decken sich die Befunde mit den allgemeinen Untersuchungen zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien (vgl. u. a. Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007; Winterhoff-Spurk et al., 1992). Die Motivation der Älteren „ging in der Regel von dem Wunsch aus, die eigenen Erlebnisse und persönlichen Erinnerungen medial zu verarbeiten und im öffentlichen Raum zu artikulieren“ (Bogen et al., 2009, S. 396). Der Spaß an der Produktion, die Möglichkeit eigene Ideen zu verwirklichen und kreativ zu sein, wurden als Hauptgründe für ein dauerhaftes Engagement genannt (ebd.). Insbesondere das

erste Motiv konnte auch in den vorangegangenen Untersuchungen als zentraler Beweggrund für ein ehrenamtliches Engagement in den Bürgermedien herausgestellt werden (vgl. Lenk et al., 2001, S. 147; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 65; Sehl & Steinbrecher, 2014, S. 181; Volpers et al., 2006, S. 90f; Winterhoff-Spurk et al., 1992). In einer Untersuchung von Horz (2014) wurden zudem speziell Migranten in den Bürgermedien beleuchtet. Hintergrund für die Untersuchung war ein Forschungsdefizit im Bereich selbständig hergestellter Medien von Migranten (ebd.). Die Ergebnisse geben interessante Einblicke in die Produktionsprozesse, Themen und Inhalte der lokal ausgestrahlten, mehrsprachigen Fernsehsendungen, zeigen jedoch gleichzeitig strukturell bedingte Defizite von Oks in der Migrationsgesellschaft auf (ebd.). Da die vorliegende Studie jedoch alle Ehrenamtlichen in den Blick nehmen will, werden die konkreten Ergebnisse an dieser Stelle nicht weiter thematisiert.

3.3 Der blinde Fleck: Ehrenamtliche in den Bürgermedien (Heute)

Ein Blick auf den aktuellen Forschungsstand zu den Ehrenamtlichen Mitarbeitern in den Bürgermedien zeigt deutlich: Wir wissen weder, wer die Ehrenamtlichen sind, noch was sie zu ihrem Engagement bewegt (siehe Kapitel 3.1 & Kapitel 3.2). Vielmehr lässt sich nach den oben skizzierten Untersuchungen in den 2000er Jahren über alle Bundesländer hinweg ein Forschungsdesiderat feststellen (mit Ausnahme der OKs in Hessen: vgl. dazu Fingerling & Jaenicke, 2017). Insbesondere für den Untersuchungsgegenstand Niedersachsen bedeutet das, dass zwar Untersuchungen zu den OKs und den NKLs vorliegen (Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000), jedoch nicht für die Zeit nach der Überführung in den Bürgerrundfunk.

Dies hat die Autorin der vorliegenden Arbeit bereits 2021 dazu veranlasst, eine eigene Erhebung zu den Mitarbeitern im niedersächsischen Bürgerrundfunk durchzuführen (Nowak, 2021). Das Erkenntnisinteresse der Arbeit lag auf der Diversität der Mitarbeiter und berücksichtigte erstmals auch Aspekte wie die Herkunft, sexuelle Orientierung sowie körperliche oder geistige Beeinträchtigungen der Produzenten (ebd.). Methodisch basierte die Untersuchung auf qualitativen Experteninterviews mit Redaktionsleitern und Geschäftsführern, die von Ende Mai bis Mitte Juli 2021 in fünf niedersächsischen Bürgersendern (Radio Tonkuhle, Radio Okerwelle, Stadtradio Göttingen, h1, Tv38) und einem bayrischen Bürgersender (Radio Lora) durchgeführt wurden (ebd., S. 11). Die Gesprächspartner wurden gebeten, Fragen zu soziodemographischen Merkmalen, dem Status Quo, der Rekrutierung und Kommunikation sowie zum Zukunftsausblick zu beantworten (ebd.). Außerdem sollten sie auch Angaben zu den Ehrenamtlichen Mitarbeitern machen, ohne, dass diese durch die Autorin gesondert befragt wurden (ebd.). Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die befragten Hauptamtlichen mit einem Durchschnittsalter von 48 Jahren insgesamt eher älter sind (ebd., S. 11f.). Jedoch

zeigte sich gleichzeitig eine hohe Spannweite über mehrere Altersklassen hinweg: Der jüngste Befragte war 33 Jahre alt, der älteste Befragte 64 Jahre alt (ebd.). Alle Hauptamtlichen waren zudem hoch gebildet und verfügten über ein abgeschlossenes Studium in den Bereichen Sozialpädagogik, Politikwissenschaften, Geschichte, Germanistik und Journalistik (ebd., S. 12). Aus den Gesprächen mit den Hauptamtlichen geht weiter hervor, dass alle Befragten das Thema Diversität in den Medien einheitlich für sehr wichtig erachten (ebd., S. 14). Die Hauptamtlichen weisen jedoch auf die Problematik hin, dass sich immer weniger Menschen ehrenamtlich engagieren wollen und die Bürgersender daher meist andere Schwerpunkte, wie die generelle Beteiligung und Partizipation von Bürgern, stärker priorisieren, als personelle Vielfaltsdimensionen (ebd.). Gerade in Bezug auf die Vielfaltsdimensionen Herkunft und Geschlecht, wünschen sich die Befragten noch eine buntere Zusammensetzung innerhalb der Redaktionen (ebd., S. 19). So hätten die Sender häufig große Probleme, junge Frauen in das Radio zu holen und würden stattdessen eher über eine relative „Rentnerredaktion“ verfügen (ebd.). Allerdings sei es laut Angaben eines Hauptamtlichen auch immer abhängig vom jeweiligen Medium, was für Menschen beim Bürgersender tätig sind (ebd.):

„Meine Beobachtung aus der hannoverschen Szene ist, das Radio noch mal ganz andere Leute anzieht, aber wie jetzt genau, kann ich da gar nicht sagen so. Also [...] Radio Leute scheinen mir irgendwie ein bisschen anders drauf zu sein als Fernsehleute. Ich weiß nicht warum.“

Als häufigste Motivationsgründe für eine ehrenamtliche Tätigkeit beim Bürgerrundfunk, nennen die Hauptamtlichen Selbstdarstellung, Faszination und Leidenschaft für Fernsehen oder Radio, journalistisches oder technisches Interesse, Berufsorientierung, Themengründe, die Suche nach Öffentlichkeit, eine geregelte Tagesstruktur bei Menschen im Rentenalter, soziale Aspekte sowie musikalisches Interesse (ebd., S. 21). Mit Blick auf die Entwicklung des Bürgerrundfunks in den nächsten fünf Jahren, würden die Hauptamtlichen die Redaktionsteams gerne breiter aufgestellt sehen, betonen jedoch gleichzeitig, dass man auf die Zusammensetzung der Redaktion häufig keinen Einfluss habe (ebd., S. 25). Insbesondere die Altersstruktur der Sender wird vielfach kritisch gesehen (ebd.). Die Hauptamtlichen machen sich große Gedanken darum, wer die Positionen der älteren Ehrenamtlichen eines Tages ersetzen soll (ebd.). Weitere Herausforderungen werden auch in den Anforderungen an Medienmacher gesehen, denn sie müssen heute auf eine viel schnellere Welt reagieren (ebd.). Ein Hauptamtlicher geht daher davon aus, dass der Bürgerrundfunk auch in fünf Jahren noch mit dem Personal arbeiten wird, „was ihm vor die Füße fällt“ (ebd.).

Im Zeitvergleich zeigt sich, dass auch heutzutage von einem nicht ausgeglichenen Geschlechterverhältnis in den Bürgermedien auszugehen ist und sich Frauen wohlmöglich noch immer

zu geringeren Anteilen ehrenamtlich in den Bürgermedien engagieren (Nowak, 2021, S. 19). Auch im Hinblick auf die Motive scheinen im Jahr 2021 noch immer der Spaß, die Berufsorientierung und das Interesse an vernachlässigten Themen im Vordergrund zu stehen, auch wenn neue Motive hinzugekommen sind, wie beispielsweise eine geregelte Tagesstruktur (ebd., S. 21). Unterschiede zu vorherigen Untersuchungen lassen sich hingegen hinsichtlich der Altersstruktur feststellen: Im Gegensatz zu älteren Erhebungen (vgl. u. a. Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007; Winterhoff-Spurk et al., 1992) deuten die Ergebnisse der Studie darauf hin, dass sich vorwiegend ältere Menschen ehrenamtlich in den Bürgermedien engagieren und die Rekrutierung von jüngeren Produzenten inzwischen eine wesentliche Herausforderung darstellt (Nowak, 2021, S. 25). Abschließend ist jedoch anzumerken, dass die Ehrenamtlichen in dieser Studie selbst nicht zu Wort gekommen sind und die Untersuchung auch keinen Anspruch an Repräsentativität erhebt (ebd.). Sie wagt damit nur einen kleinen Einblick hinter die Kulissen der niedersächsischen Bürgermedien, die Ausgangslage bleibt jedoch nach wie vor dieselbe: Die Ehrenamtlichen erfahren heutzutage keine wissenschaftliche Beachtung mehr, was Aussagen zu ihren soziodemographischen Merkmalen oder Beweggründen für ihr Engagement unmöglich macht. Vielmehr handelt es sich bei den Ehrenamtlichen um einen blinden Fleck. Eine Tatsache, die vor dem Hintergrund des Auftrags der Bürgermedien (NMedienG § 25, 2022), aus Sicht der Autorin nicht haltbar ist. Genau deshalb zielt diese Arbeit darauf ab, diese identifizierte Forschungslücke empirisch aufzuarbeiten.

3.4 Zusammenfassung

Zusammenfassend zeigt sich, dass die Ehrenamtlichen in den Bürgermedien vor allem zum Start der Kabelpilotprojekte in Ludwigshafen, München, Dortmund und Berlin, Mitte der 1980er Jahre und der darauffolgenden Hochzeit der OKs bis Anfang der 1990er Jahre, die größte Aufmerksamkeit seitens der Wissenschaft erfuhren (Winterhoff-Spurk et al., 1992). Dieses anfängliche Interesse für die Ehrenamtlichen nahm jedoch im Zeitverlauf stetig ab. Während in den 2000er Jahren noch einige Studien, vorrangig jedoch in NRW (Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007), durchgeführt wurden, lässt sich für die Zeit danach bis heute ein bundesweites Forschungsdesiderat feststellen. Stattdessen bilden Reichweitenstudien, Programmanalysen und Untersuchungen zur Medienkompetenz gegenwärtig den Schwerpunkt wissenschaftlicher Bemühungen zu den Bürgermedien (vgl. bspw. Bernhard & Volpers, 2018; Die Medienanstalten – ALM, 2021; GfK Media & Communication Research, 2016; Volpers & Bernhard, 2018). Dies verdeutlicht an dieser Stelle einmal mehr die Relevanz der vorliegenden Arbeit.

Interessanterweise kommen die Untersuchungen im Zeitvergleich und über alle untersuchten Bundesländer hinweg zu einheitlichen Ergebnissen: Die Ehrenamtlichen sind demnach jung, männlich und hochgebildet (vgl. Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007; Winterhoff-Spurk et al., 1992). Die Motive für ihr Engagement sind vielschichtig, weshalb häufig von einem Motivbündel gesprochen wird (ebd.). Jedoch lassen sich einzelne Motive besonders hervorheben: Spaß an der Produktion, eine sinnvolle Freizeitgestaltung, das Sammeln von Berufserfahrung, das Aufgreifen von vernachlässigten Themen und das Schaffen einer Gegenöffentlichkeit (ebd.). Außerdem deuten alle Untersuchungen darauf hin, dass es einen Unterschied zwischen den Ehrenamtlichen in Bezug auf die Altersstruktur, die Vorerfahrungen und die Themenpräferenzen gibt, die sich im Hörfunk engagieren und denen, die im Bürgerfernsehen tätig sind (vgl. Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000, Thüringer Landesmedienanstalt, 2004; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007). Im Zeitvergleich und ebenfalls über alle Bundesländer hinweg zeigt sich zudem eine insgesamt hohe Zufriedenheit der Ehrenamtlichen im Hinblick auf die Betreuung durch die Hauptamtlichen und die Arbeitsbedingungen, wie etwa Öffnungszeiten, Sendeplatzvergabe oder Lage des Senders (ebd.). Mit Blick auf den skizzierten Forschungsstand zeigt sich weiter, dass die Clusteranalyse unter Verwendung der Motive als clusterbildendes Merkmal, als häufiges Verfahren angewandt wurde, um die Ehrenamtlichen in verschiedene Nutzertypen zu unterteilen (ebd.). Dies hält auch die Autorin der vorliegenden Arbeit für vielversprechend. Die Clusteranalyse soll daher zentraler Bestandteil der späteren Auswertung sein, auch um frühere Nutzertypen mit den heutigen vergleichen zu können.

Abschließend zeigt sich über alle Studien hinweg, dass es den Bürgermedien bisher nicht gelungen ist, alle Bevölkerungsgruppen zu integrieren und sie daher ihre Daseinsberechtigung kaum legitimieren dürften (vgl. Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000; Volpers et al., 2006; Volpers & Werner, 2007; Winterhoff-Spurk et al., 1992). Vor allem das bundesweite Forschungsdesiderat ist diesbezüglich aus Sicht der Autorin kritisch zu sehen, denn, wir wissen nicht, wer die Ehrenamtlichen in den Bürgermedien sind oder was sie zu ihrem Engagement bewegt.

4 Forschungsfrage und Hypothesen

Der vorangegangene Forschungsstand hat gezeigt, dass wissenschaftliche Untersuchungen zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien bereits über zwanzig Jahre zurückliegen (siehe Kapitel 3). Obwohl die Ehrenamtlichen ein wesentlicher Bestandteil der Bürgersender sind und die Zugangsoffenheit der Sender für alle Bevölkerungsgruppen gesetzlich geregelt ist (NMedienG § 25, 2022), liegen keine aktuellen Daten über die Ehrenamtlichen und ihre Zusammensetzung vor. Insbesondere für Niedersachsen existieren nach der Überführung der NKLs und OKs in den Bürgerrundfunk keine Untersuchungen mehr, weshalb der niedersächsische Bürgerrundfunk den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit darstellt. Ob die Bürgermedien ihren Auftrag erfüllen und wer tatsächlich in den Sendungen zu Wort kommt, ist damit ungeklärt. Vor dem Hintergrund dieses Forschungsdesiderats zielt die vorliegende Arbeit auf die Beantwortung der folgenden Forschungsfrage ab:

FF: Wer sind die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk?

Praktische Relevanz dürfte diese Frage nicht nur für die Verantwortlichen der niedersächsischen Bürgermedien haben, sondern auch für die niedersächsische Landesmedienanstalt, welche die Förderung der Sender übernimmt (Die Medienanstalten, 2022). Um die Forschungsfrage messbar zu machen, wurden verschiedene Forschungsdimensionen herausgearbeitet, darunter *Rekrutierung und Ehrenamt, Vorerfahrungen und Redaktionsalltag, Motive und publizistische Ziele, Betreuung und Arbeitszufriedenheit* sowie *Soziodemographische Merkmale*. Auch weisen die von der Autorin berücksichtigten Forschungsdimensionen eine große Ähnlichkeit zu den untersuchten Dimensionen aus vorangegangener Forschung zu Ehrenamtlichen in den niedersächsischen Bürgermedien auf (vgl. Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000). Somit ist schließlich auch eine bessere Vergleichbarkeit der Ergebnisse der vorliegenden Arbeit mit vorangegangenen Untersuchungen gewährleistet.

Auf der Grundlage des in dem vorangegangenen Kapitel beschriebenen Forschungsstandes (siehe Kapitel 3) können zur Beantwortung der Forschungsfrage deduktiv Annahmen operationalisiert werden, welche in der vorliegenden Arbeit getestet werden sollen. Die Hypothesen werden nachstehend näher erläutert und innerhalb der einzelnen Forschungsdimensionen verortet.

Rekrutierung und Ehrenamt

Untersuchungen zu den Kabelpilotprojekten und zu der darauffolgenden Hochzeit der Bürgermedien (Mitte der 1980er bis Anfang der 1990er Jahre) zeigen, dass Ehrenamtliche mit 40 bis zu über 50 Prozent über Freunde und Bekannte den Weg in ihren Bürgersender finden

(Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 68). Dies konnte auch in Untersuchungen zu den niedersächsischen Ehrenamtlichen, Anfang der 2000er Jahre, bestätigt werden (Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000). Demnach scheinen persönliche Kontakte zentral für den Einstieg in den OK oder das NKL gewesen zu sein: Die Hälfte der OK-Mitarbeiter gibt an, durch Freunde, Bekannte oder Verwandte von der Existenz des Bürgersenders erfahren zu haben (Lenk et al., 2001, S. 116), bei den NKL-Mitarbeitern sind es immerhin 36 Prozent (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 46). Vor diesem Hintergrund ergibt sich folgende erste Hypothese:

H1: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk gelangen mehrheitlich über Freunde, Bekannte oder Verwandte zu ihrem Bürgersender.

Vorerfahrungen und Redaktionsalltag

Im Hinblick auf die Vorerfahrungen der Ehrenamtlichen konnten anfängliche Untersuchungen zu den Kabelpilotprojekten zeigen, dass zum Einstiegszeitpunkt in die OKs maximal die Hälfte der Ehrenamtlichen über inhaltliche oder technische Vorkenntnisse im Medienbereich verfügte (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 48). Auch die Untersuchungen zu den Ehrenamtlichen in den niedersächsischen OKs und NKLs belegten, dass rund 40 Prozent der Produzenten bereits vor ihrer Tätigkeit im Bürgersender journalistische Erfahrungen gesammelt haben (Lenk et al., 2001, S. 120; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 44). Für Niedersachsen zeigt sich zudem, dass Bürgerfunk und Bürgerfernsehen jeweils stärker die Menschen ansprechen, deren Vorerfahrungen besser zu ihnen passen: So sind unter den Ehrenamtlichen im Bürgerfernsehen die Vorerfahrungen in den Bereichen Videotechnik, Regie, Dramaturgie und Konzeption stärker vertreten, während im Bürgerfunk vor allem Erfahrungen mit Audiotechnik und Moderation überwiegen (Lenk et al., 2001, S. 151). Basierend auf diesen Erkenntnissen ergeben sich folgende Hypothesen:

H2a: Die Mehrheit der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk kommt ohne journalistische Vorerfahrungen in den Bürgersender.

H2b: Die Vorerfahrungen der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind abhängig vom Medium.

Motive und publizistische Ziele

Die Motive und Ziele der Ehrenamtlichen sind durch vorangegangene Studien gut erforscht, da sie in jeder Untersuchung zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien eine zentrale Stellung eingenommen haben (siehe Kapitel 3). Es zeigt sich, dass die Motive der Ehrenamtlichen

vielschichtig sind, und sie sich nicht nur aus einem, sondern aus mehreren Gründen ehrenamtlich engagieren (ebd.). Daher wird in diesem Zusammenhang auch oftmals von einem Motivbündel gesprochen (Müller et al., 2017, S. 415). Über alle Untersuchungen hinweg und auch im Zeitvergleich zeigt der Forschungsstand, dass trotzdem einige Motive immer wieder hervorstechen, dazu zählen Spaß; das Sammeln von Berufserfahrung; über Themen berichten, die in der Gesellschaft zu kurz kommen; Gegenöffentlichkeit herstellen sowie Selbstdarstellung (Lenk et al., 2001, S. 147f; Nowak, 2021, S. 21; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 65ff; Sehl & Steinbrecher, 2014, S. 181f; Volpers et al., 2006, S. 90f; Volpers & Werner, 2007, S. 71; Winterhoff-Spurk et al., 1992., S. 50ff.). Eine Untersuchung zu den OKs in Thüringen kam zudem zu der Erkenntnis, dass die motivationalen Beweggründe sowohl von dem Geschlecht, als auch vom Alter der Ehrenamtlichen abhängig zu sein scheinen (Thüringer Landesmedienanstalt, 2004). Männer äußerten demnach häufiger den Wunsch, mit ihrer Tätigkeit im OK ihre eigene Meinung zum Ausdruck zu bringen, ein Thema öffentlich zu machen oder eine Gegenöffentlichkeit herzustellen, wohingegen Frauen die Berufsvorbereitung als zentrales Nutzungsmotiv betonten (ebd., S. 119). Auch zeigte sich, dass sich vor allem ältere Ehrenamtliche im OK engagierten, um ihre eigene Meinung zu sagen, Öffentlichkeit für ein Thema herzustellen oder eine Gegenöffentlichkeit zu schaffen (ebd.). Für die Jüngeren spielte hingegen die Berufsvorbereitung sowie das Interesse an der Medientechnik eine größere Rolle (ebd., S. 120). Letzteres konnte auch eine Studie zum Sender nrwision belegen (Sehl & Steinbrecher, 2014, S. 181f.). Zudem zeigt sich sowohl in der Anfangs- und Hochphase der Bürgermedien, Mitte der 1980er bis Anfang der 1990er Jahre, als auch Anfang der 2000er Jahre, dass die Ehrenamtlichen mit ihrer Arbeit im Bürgersender das Ziel verfolgen, ihr Publikum zu unterhalten und zu informieren und politische Motive und Ziele hingegen eher eine untergeordnete Rolle spielen (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 86; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 63). Vor diesem Hintergrund ergeben sich die folgenden Hypothesen:

H3a: Spaß ist das Hauptmotiv der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk.

H3b: Die Motive der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind abhängig vom Geschlecht.

H3c: Die Motive der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind abhängig vom Alter.

H3d: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk wollen mit ihrer Arbeit mehrheitlich neutral und präzise informieren sowie unterhalten, politische Ziele stehen nicht im Vordergrund.

Betreuung und Arbeitszufriedenheit

Angesichts der Betreuung sowie Arbeits- und Produktionsbedingungen geben die Ehrenamtlichen in den Kabelpilotprojekten über alle Studien hinweg an, mit der Unterstützung durch die Medienassistenten zufrieden zu sein (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 86). Diese Zufriedenheit bleibt zudem im Zeitverlauf konstant, dies belegt beispielsweise eine Untersuchung zu den Ehrenamtlichen im nordrheinwestfälischen Bürgerfernsehen Mitte der 2000er Jahre (Volpers & Werner, 2007). Auch hier gibt die überwiegende Mehrheit der Befragten an, mit der Betreuung zufrieden zu sein (ebd., S. 65). Gleiches gilt auch für die Ehrenamtlichen in den niedersächsischen OKs (Lenk et al., 2001). Sie geben an, mit der Betreuung durch die Medienassistenten eher zufrieden (47,6%) beziehungsweise sehr zufrieden (35,8%) zu sein (ebd., S. 133). Im Hinblick auf Probleme bei der Produktion werden von den Ehrenamtlichen in Niedersachsen und NRW an erster Stelle zeitliche Aspekte genannt (Lenk et al., 2001, S. 122; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 42; Volpers & Werner, 2007, S. 76). Die vorangegangene Argumentation führt zu den folgenden Hypothesen:

H4a: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind zufrieden mit der Betreuung durch die Hauptamtlichen.

H4b: Für die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk stellen zeitliche Aspekte die größte Hürde im Hinblick auf die Produktion dar.

Soziodemographische Merkmale

Im Hinblick auf die soziodemographischen Merkmale der Ehrenamtlichen zeigen die Ergebnisse in den Kabelpilotprojekten und der darauffolgenden Hochzeit der Bürgermedien, Mitte der 1980er bis Anfang der 1990er Jahre, über alle Untersuchungen hinweg eine enorme Streubreite beim Lebensalter der Produzenten (11 bis 70 Jahre) (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 28). Jedoch überwiegen die Ehrenamtlichen in der Altersklasse der 20- bis 30-Jährigen (ebd.). Dass es sich bei den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien vorrangig um jüngere Produzenten handelt, bestätigt auch eine Befragung der Ehrenamtlichen im Bürgerfunk NRW Mitte der

2000er Jahre (Volpers et al., 2006). Auch hier ließ sich zwar eine hohe Spannweite über alle Altersklassen hinweg feststellen, jedoch zeigte sich, dass auch hier Jugendliche und junge Erwachsene bis 19 Jahre, im Gegensatz zum Bevölkerungsdurchschnitt in NRW, deutlich überrepräsentiert waren (ebd., S. 83). Auch eine Befragung der Ehrenamtlichen im Bürgerfernsehen NRW (ebenfalls Mitte der 2000er) ergab, dass sich hier hauptsächlich junge Erwachsene zwischen 18 und 34 Jahren engagieren (Volpers & Werner, 2007, S. 59f.). Allerdings zeigt sich hier, dass die Ehrenamtlichen im Bürgerfernsehen älter zu sein scheinen, als die Ehrenamtlichen im Bürgerfunk (ebd.; Volpers et al., 2006, S. 83). Diese Beobachtung ließ sich auch für die niedersächsischen NKLs und OKs bestätigen: Während zwar auch hier die Ehrenamtlichen mehrheitlich jung waren, zeigte sich doch eine erkennbare Verschiebung in den dominierenden Altersklassen abhängig vom Medium (Lenk et al., 2001, S. 106; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 41). Während das Durchschnittsalter der Ehrenamtlichen in den NKLs 29 Jahre betrug, waren die Ehrenamtlichen in den niedersächsischen OKs im Schnitt 36 Jahre alt und damit bedeutend älter, als die Produzenten in den NKLs (ebd.). Auch eine Untersuchung in Thüringen konnte diesen Altersunterschied in Abhängigkeit von dem Medium, in dem sich die Ehrenamtlichen engagierten, erneut bestätigen (Thüringer Landesmedienanstalt, 2004, S. 108). Allerdings deuten jüngere Untersuchungen darauf hin, dass sich das Durchschnittsalter der Ehrenamtlichen inzwischen weiter nach hinten verschoben haben dürfte (Nowak, 2021). So sehen es viele Sender mittlerweile als Herausforderung an, junge Menschen für ein Ehrenamt in den Bürgermedien zu gewinnen und beklagen stattdessen einen Überhang an „Rentnerredaktionen“ (ebd., S. 14ff.). Eine Tendenz einer aktuell in den Bürgermedien überwiegenden Altersklasse, kann an dieser Stelle jedoch aufgrund fehlender und ausreichend fundierter Daten nicht erfolgen. Einen möglichen Erklärungsansatz für einen möglichen Altersanstieg bei den Ehrenamtlichen bietet der Innovationsverlauf bei der Nutzung neuer Medien, wonach sich zunächst vorrangig die jüngeren und technikaffinen Innovatoren den damals neuen Bürgermedien zugewandt haben (Gellner & Schrader, 1999, o.S.). Im weiteren Verlauf kam es dann schließlich zu einer Normalisierung des Nutzungsalters, da sich die jüngeren wieder neueren Medien zugewandt haben (Social Media, etc.) (ebd.). Auch der soziodemographische Wandel unserer Gesellschaft stützt die Annahme, dass sich das Durchschnittsalter in den Bürgermedien inzwischen gewandelt haben dürfte (Statistisches Bundesamt, 2019). Auf Grundlage der vorangegangenen Argumentation ergeben sich die folgenden Hypothesen:

H5a: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind mehrheitlich älter.

H5b: Ehrenamtliche im Bürgerfernsehen unterscheiden sich hinsichtlich des Alters von Ehrenamtlichen im Bürgerradio.

Im Hinblick auf das Geschlecht zeigen Untersuchungen in den Kabelpilotprojekten und der Hochzeit der Bürgermedien eine ausgeprägte Dominanz der männlichen Ehrenamtlichen von bis zu 90 Prozent (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 32). Jüngere Untersuchungen deuten jedoch darauf hin, dass der Anteil der weiblichen Ehrenamtlichen langsam ansteigt (ebd., S. 32), jedoch überwiegen auch in den Untersuchungen in den 2000er Jahren noch immer die männlichen Ehrenamtlichen (siehe Kapitel 3). Im Bürgerfunk NRW konnte ein Anteil von rund 60 Prozent männlicher Bürgerfunker festgestellt werden (Volpers et al., 2006, S. 82). Auch eine Befragung unter den Ehrenamtlichen im Bürgerfernsehen NRW konnte zeigen, dass die Produzenten zu knapp drei Vierteln männlich waren (Volpers & Werner, 2007, S. 59f.). Zum selben Ergebnis kam auch eine Befragung unter Ehrenamtlichen in den niedersächsischen OKs (Lenk et al., 2001, S. 107). In den niedersächsischen NKLs betrug der Männeranteil 65 Prozent (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 41). Vor diesem Hintergrund ergibt sich folgende weitere Hypothese:

H5c: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind mehrheitlich männlich.

Der Forschungsstand deutet außerdem darauf hin, dass die Ehrenamtlichen in den Bürgermedien über eine formal höhere Bildung verfügen (siehe Kapitel 3). Dies konnte bereits für die Kabelpilotprojekte und die Hochzeit der Bürgermedien bestätigt werden (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 39). Je nach Studie besaßen 39 bis 66 Prozent der Ehrenamtlichen mindestens das Abitur (ebd.). Auch die Befragungen in den 2000er Jahren kommen zu diesem Ergebnis: Die Studie zu den Ehrenamtlichen im nordrheinwestfälischen Bürgerfunk belegt demnach, dass Personen mit einem Hochschulabschluss in den Sendern überrepräsentiert sind und rund 46 Prozent über eine Fachhochschulreife oder das Abitur verfügten (Volpers et al., 2006, S. 84). Auch die Ehrenamtlichen im nordrheinwestfälischen Bürgerfernsehen weisen eine formal höhere Bildung auf (Volpers & Werner, 2007, S. 59f.). Dies zeigen auch Untersuchungen in Niedersachsen: In den NKLs haben 35 Prozent das Abitur und 33 Prozent einen Hochschulabschluss (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 41). In den OKs besitzen wiederum rund 58 Prozent aller Produzenten das Abitur, ein Drittel von ihnen studierte zum Erhebungszeitpunkt (Lenk et al., 2001, S. 107). Auf dieser Grundlage ergibt sich folgende Annahme:

H5d: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind mehrheitlich formal hoch gebildet.

Des Weiteren deuten die Ergebnisse der Untersuchung zu den Ehrenamtlichen in den niedersächsischen OKs darauf hin, dass Menschen mit Migrationshintergrund sowie Arbeitslose nur mit einem geringen Anteil von rund 7 Prozent in den Sendern vertreten sind (Lenk et al., 2001, S. 109f.). Dies zeigen auch Ergebnisse einer jüngeren Untersuchung, welche belegt, dass sich die Hauptamtlichen hinsichtlich der Herkunft der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk eine buntere Zusammensetzung wünschen (Nowak, 2021, S. 19). Daher stellt die Autorin der vorliegenden Arbeit zusätzlich folgende Hypothese auf:

H5e: Menschen mit Migrationshintergrund und Arbeitslose stellen eine Minderheit im niedersächsischen Bürgerrundfunk dar.

Abschließend soll im Hinblick auf die Hypothesengenerierung an dieser Stelle noch einmal kritisch angemerkt werden, dass die vorangegangenen Annahmen auf dem mittlerweile über zwanzig Jahre alten Forschungsstand zu den Ehrenamtlichen beruhen. Dies hat zur Folge, dass die Hypothesen teilweise nur sehr vage formuliert werden konnten. Die von der Autorin aufgestellten Hypothesen sind daher mit Vorsicht zu betrachten.

5 Methodische Vorgehensweise

In diesem Kapitel wird die methodische Vorgehensweise näher erläutert. Hierzu wird zunächst die Wahl der quantitativen Online-Befragung begründet sowie der genaue Aufbau des Fragebogens beschrieben. Zudem erfolgt eine detaillierte Erläuterung der Durchführung der quantitativen Befragung. Des Weiteren werden die Grundgesamtheit und Stichprobe erläutert, ebenso wie die methodische Ergänzung dieser Arbeit durch qualitative Interviews der Senderverantwortlichen sowie einem Mitglied der NLM.

5.1 Durchführung einer quantitativen Online-Befragung

Zur Beantwortung der Forschungsfrage und zur Überprüfung der aufgestellten Hypothesen (siehe Kapitel 4) wurde in der vorliegenden Arbeit eine überwiegend quantitative Online-Befragung als Erhebungsinstrument eingesetzt. Die Methode wurde hier gewählt, da dieser Arbeit bereits in der Vergangenheit quantitative Untersuchungen vorangegangen sind (Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000), welche unter anderem erste Anhaltspunkte zu den soziodemographischen Merkmalen, motivationalen Beweggründen oder der Arbeitszufriedenheit der Ehrenamtlichen Mitarbeiter im niedersächsischen Bürgerrundfunk geben konnten. Trotz des nach wie vor sehr explorativen Charakters des Untersuchungsgegenstandes, aufgrund des veralteten Forschungsstandes (siehe Kapitel 3), erscheint hier aus Sicht der Autorin also eine quantitative Folgestudie durchaus sinnvoll, auch weil der Fragebogen durch die Verwendung offener Textfelder sicherstellt, dass weitere aufschlussreiche qualitative Daten nicht verloren gehen (siehe Kapitel 5.2). Auch wurde hier die quantitative Online-Befragung als Erhebungsinstrument gewählt, damit die Ergebnisse im Zeitverlauf miteinander verglichen werden können. Methodisch ist die vorliegende Arbeit also als Zeitreihenstudie angelegt, welche die Ehrenamtlichen Mitte der 1980er bis Anfang der 1990er Jahre, Anfang der 2000er Jahre und schließlich 2022 unter die Lupe nimmt. Was hat sich im Laufe der Jahre verändert, was ist gleichgeblieben?

Die quantitative Online-Befragung weist darüber hinaus viele Vorteile gegenüber anderen Befragungsmodi auf: Zunächst sind Online-Befragungen zeitlich und räumlich unabhängig, wodurch potenzielle Teilnehmer über große Entfernungen hinweg kontaktiert werden können (Blasius & Brandt, 2009, S.158). Bei Online-Befragungen werden zudem, im Gegensatz zu telefonischen oder persönlich-mündlichen Erhebungen, keine Interviewer eingesetzt, wodurch Interviewer-Effekte und Effekte sozialer Erwünschtheit entfallen (Hlawatsch & Krickl, 2019, S. 358). Auch bieten Online-Befragungen gegenüber anderen Befragungsmodi den Vorteil, dass die von den Teilnehmern online eingegebenen Antworten direkt auf dem

Umfrage-Server gespeichert werden und so Fehler durch manuelle Datenerfassung ausgeschlossen sind (Wagner-Schelewsky & Hering, 2019, S. 798). Des Weiteren gehen Online-Befragungen mit einem geringen finanziellen Aufwand einher (ebd.). Allerdings stellt sich bei der Online-Befragung stets die Frage, ob die Zielgruppe der Umfrage auch tatsächlich online erreichbar ist (ebd.). Eine weitere Hürde besteht zudem darin, die Zielgruppe zur Teilnahme zu motivieren, „daher sind ein seriöses Auftreten, informative Ankündigungsschreiben sowie motivierende Anschreiben und Reminder für die Durchführung einer Online-Befragung unerlässlich“ (ebd.).

5.2 Aufbau des Fragebogens

Bei der Erstellung des Fragebogens hat sich die Autorin der vorliegenden Arbeit stark an dem Aufbau der beiden vorangegangenen Erhebungen zu den OKs und NKLs in Niedersachsen orientiert (Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000). Viele Fragen wurden eins zu eins übernommen, andere wiederum um weitere Items ergänzt, welche zum Zeitpunkt der damaligen Erhebungen noch keine Relevanz hatten (bspw. Rekrutierung der Ehrenamtlichen über Social Media). Auch wurden teilweise neue Fragen in den Fragebogen integriert. Diese Vorgehensweise wurde hier gewählt, da die vorliegende Arbeit als Zeitreihenstudie angelegt ist und darauf abzielt, die empirischen Befunde zu den Ehrenamtlichen in den Bürgersendern zu der Zeit der Kabelpilotprojekte, in den 2000er Jahren und heute miteinander zu vergleichen (siehe Kapitel 3). Der Fragebogen wurde mit dem Umfragetool Unipark erstellt. Es handelte sich zudem um eine anonyme Befragung. Der vollständige Fragebogen inklusive der wörtlichen Formulierungen, Codierung und richtigen Reihenfolge ist dem Anhang dieser Arbeit zu entnehmen (siehe Kapitel A.1).

Wie bereits im vorangegangenen Kapitel erläutert (siehe Kapitel 4), wurden verschiedene Forschungsdimensionen herausgestellt, um die Forschungsfrage messbar zu machen, darunter *Rekrutierung und Ehrenamt, Vorerfahrungen und Redaktionsalltag, Motive und publizistische Ziele, Betreuung und Arbeitszufriedenheit* sowie *Soziodemographische Merkmale*. Auch der Aufbau des Fragebogens orientierte sich an diesen Forschungsdimensionen und lässt sich im Detail wie folgt beschreiben:

Rekrutierung und Ehrenamt

Die Umfrageteilnehmer wurden auf der Startfolie der Umfrage zunächst in das Untersuchungsthema eingeführt und auf die Anonymität ihrer Daten hingewiesen. Anschließend wurden ihnen Fragen zu der Forschungsdimension *Rekrutierung und Ehrenamt* gestellt. Hier wurden die Umfrageteilnehmer gebeten, zunächst das Medium auszuwählen, in dem sie sich

ehrenamtlich engagieren (1 = Bürgerradio, 2 = Bürgerfernsehen, 3 = Bürgerradio und Bürgerfernsehen). Anschließend wurden die Befragten nach dem Bürgersender gefragt, in welchem sie sich ehrenamtlich engagieren. Hier wurde je nach Medium mit entsprechenden Filterfragen gearbeitet (Medium = 1 Bürgerradio: 1 = Radio Jade, 2 = Radio ZuSa, 3 = Radio Ostfriesland, 4 = ems-vechte-welle, 5 = osradio 104.8, 6 = Radio Tonkuhle, 7 = Radio Okerwelle, 8 = radio aktiv, 9 = StadtRadio Göttingen; Medium = 2 Bürgerfernsehen: 1 = h1, 2 = tv38; Medium = 3 Bürgerradio und Bürgerfernsehen: 1 = Radio Weser.TV, 2 = oldenburg eins). Diese Frage wurde in den Fragebogen integriert, um im Rahmen der Auswertung verschiedene Senderprofile erstellen zu können, wie es auch Rager & Rinsdorf (2000) für die Sender in Niedersachsen bereits viele Jahre zuvor gemacht hatten. Um die Anonymität der Befragten zu wahren, konnte die Frage nach dem Bürgersender jedoch übersprungen werden. In der nächsten Frage wurden die Ehrenamtlichen dann gebeten, ihr Beitrittsjahr anzugeben. Hierzu wurde ein offenes Textfeld integriert. Auch hier hatten die Befragten die Möglichkeit, die Frage unbeantwortet zu lassen. In einem nächsten Schritt wurden die Ehrenamtlichen dazu befragt, wie sie von der Existenz ihres Bürgersenders erfahren haben. Hier war eine Mehrfachauswahl möglich (1 = Freunde, Bekannte, 2 = Traditionelle Medien (Tageszeitung, Fernsehen, Radio), 3 = Broschüren, Plakat, 4 = Vereine, Gruppen, 5 = Veranstaltungen, Messen, 6 = Schule, Hochschule, 7 = Social Media, 8 = Programm des Bürgersenders, 9 = Internetseite des Bürgersenders, 10 = Sonstiges: (offenes Textfeld)). Des Weiteren wurden die Ehrenamtlichen dazu befragt, wer oder was sie zum Bürgersender gebracht hat. Hier war ebenfalls eine Mehrfachauswahl möglich (1 = das war Eigeninitiative, 2 = Freunde, Bekannte, Verwandte, 3 = Mitarbeiter des Bürgersenders, 4 = Sonstiges: (offenes Textfeld)). In einem nächsten Schritt sollten die Ehrenamtlichen dann mittels einer fünfstufigen Skala angeben, wie oft sich ehrenamtlich in ihrem Bürgersender engagieren (1 = mehrmals in der Woche, 2 = einmal in der Woche, 3 = mehrmals im Monat, 4 = einmal im Monat, 5 = mehrmals im Jahr) und ob sie sich außerhalb des Bürgerrundfunks noch auf eine andere Art und Weise ehrenamtlich engagieren (1 = ja, 2 = nein). Auch hier wurde im Anschluss wieder mit einer entsprechenden Filterfrage gearbeitet (Ehrenamtliches Engagement außerhalb des Bürger- rundfunks = 1 ja) und konkret danach gefragt, um welches zusätzliche Engagement es sich genau handelt (offenes Textfeld). Des Weiteren wurden alle Befragten gebeten, anzugeben, ob sie schon einmal überlegt haben, das Ehrenamt in ihrem Bürgersender aufzugeben (1 = ja, 2 = nein). Falls die Befragten hier 1 = ja ausgewählt haben, wurden sie über einen entsprechenden Filter zu der Frage weitergeleitet, warum sie überlegt haben, ihre ehrenamtliche Tätigkeit im Bürgersender aufzugeben. Hierzu wurden verschiedene Beendigungsgründe aufgeführt (Beruf und Privatleben sind wichtiger, Unzufriedenheit mit Arbeitsklima oder Abläufen, andere Ehrenamtliche haben meine Arbeit abgenommen, andere zeitliche Gründe (bspw.

Neue Hobbys), aufgrund anderer ehrenamtlicher Tätigkeiten, mir sind die Themenideen ausgegangen, zu große Konkurrenz um Sendeplätze, Sonstiges: (offenes Textfeld)), welche mittels einer fünfstufigen Likert-Skala bewertet werden sollten (1 = stimme zu, 2 = stimme eher zu, 3 = teils-teils, 4 = stimme eher nicht zu, 5 = stimme nicht zu).

Vorerfahrungen und Redaktionsalltag

Die darauffolgenden Fragen im Fragebogen bezogen sich auf die Forschungsdimension *Vorerfahrungen und Redaktionsalltag*. Hier wurden die Befragten zunächst gebeten, Angaben zu ihren Vorerfahrungen zu machen. An dieser Stelle war wieder eine Mehrfachauswahl möglich (1 = Schnitt, 2 = Kamera, 3 = Studiotechnik, 4 = Tonaufnahme und Bearbeitung, 5 = vor Publikum musizieren, 6 = Moderation, 7 = Konzept, 8 = Schauspiel, 9 = Regie, 10 = keine). In einer nächsten Frage wurde dann danach gefragt, ob die Ehrenamtlichen journalistische Vorerfahrungen mitbringen (1 = ja, 2 = nein). Bei einer Angabe von 1 = ja, wurden die Befragten über eine Filterfrage weitergeleitet. Sie wurden mittels einer Mehrfachauswahl gebeten, anzugeben, welche journalistischen Vorerfahrungen sie mitbringen (1 = Schülerzeitung/ Unizeitung, 2 = Praktikum/ Hospitanz, 3 = Volontariat, 4 = Journalistenschule, 5 = Studium im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft, Journalistik oder verwandten Fächern, 6 = Redakteur, 7 = journalistische Seminare und Weiterbildungen, 8 = freie Mitarbeit für ... (offenes Textfeld), 9 = Sonstiges: (offenes Textfeld)). In einem nächsten Schritt wurden die Ehrenamtlichen zudem nach den Tätigkeiten gefragt, welche sie regelmäßig in ihrem Sender ausüben (1 = Moderieren, 2 = Recherchieren, 3 = Nachrichtenauswahl, 4 = Organisation, 5 = Schneiden, 6 = Tonaufnahme/ Bildaufnahme, 7 = Sonstiges: (offenes Textfeld)). Auch hier konnten die Befragten mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen. Außerdem wurden die Ehrenamtlichen dazu befragt, ob sie selbst eigene Inhalte in ihrem Bürgersender produzieren (1 = ja, 2 = nein) und falls 1 = ja, woher sie Anregungen für ihre Beiträge bekommen (Hobby, Interessen; Geschehen in der Region; Gespräche mit Freunden; Berichte in traditionellen Medien (Tageszeitung, Fernsehen, Radio); Fachkenntnisse, Bücher; Beiträge auf Social Media; Erlebnisse, Erinnerungen; Vorbilder in den Medien, politische Überzeugung; religiöse Weltanschauung; andere Bürgermedienbeiträge; Vereinsgeschehen; Sonstiges: (offenes Textfeld)). Hier konnten die Befragten mittels einer fünfstufigen Likert-Skala (1 = stimme zu, 2 = stimme eher zu, 3 = teils-teils, 4 = stimme eher nicht zu, 5 = stimme nicht zu) Stellung nehmen. Auch wurden alle Befragten, die eigne Inhalte in ihrem Bürgersender produzieren (Filter: 1 = ja), zu ausgewählten Problemen bei der Produktion befragt (Zeitaufwand; Technikaufwand; Wartezeiten für Geräte; Gestaltung; Anfahrt; defekte Technik; Pla-

nung, Organisation; Gruppenmitglieder; Hauptamtliche des Bürgersenders; andere Ehrenamtliche; Sonstiges: (offenes Textfeld)), welche ebenfalls mittels einer fünfstufigen Likert-Skala bewertet werden sollten (1 = stimme zu, 2 = stimme eher zu, 3 = teils-teils, 4 = stimme eher nicht zu, 5 = stimme nicht zu). Alle Ehrenamtlichen, welche eigene Inhalte produzieren (Filter: 1 = ja), wurden außerdem dazu befragt, ob sie ihre Beiträge vorrangig alleine oder in der Gruppe produzieren (1 = alleine, 2 = in der Gruppe, 3 = beides). Bei einer Auswahl der Antwortoptionen 2 = in der Gruppe oder 3 = beides, wurden die Befragten über einen Filter zur nächsten Frage weitergeleitet. Hier sollten die Ehrenamtlichen nun mit Hilfe einer Mehrfachauswahl angeben, wie sich die Produzentengruppen zusammensetzen (1 = Bekannten oder Freunden, 2 = meinem Verein, 3 = Mitschülern, Kommilitonen, 4 = einer Interessenorganisation/ Initiative, 5 = Ehrenamtlichen und Hauptamtlichen, 6 = Arbeitskollegen, 7 = Verwandten, 8 = Sonstiges: (offenes Textfeld)). Im Rahmen der Forschungsdimension *Vorerfahrungen und Redaktionsalltag* wurden die Ehrenamtlichen abschließend mittels einer fünfstufigen Likert-Skala (1 = stimme zu, 2 = stimme eher zu, 3 = teils-teils, 4 = stimme eher nicht zu, 5 = stimme nicht zu) nach ihren Themenpräferenzen (Kultur; Soziales; Szene, Party; Service; Politik; Comedy; Natur, Tiere; Geschichte; Reisen; Diskriminierung; Geschlechterverhältnis; Kirche, Glaubensfragen; Wirtschaft; Sport; Kriminalität, Justiz; Ökologie, Klimaschutz, Umwelt; Gesundheit, Pflege; Migration, Zusammenleben; Sonstiges: (offenes Textfeld)) gefragt und ob sie gelegentlich Sendungen ihres Bürgersenders hören, beziehungsweise sehen (1 = ja, 2 = nein). Bei 1 = ja wurden die Ehrenamtlichen zudem mittels einer fünfstufigen Skala gefragt, wie oft sie Sendungen ihres Bürgersenders sehen, beziehungsweise hören (1 = mehrmals in der Woche, 2 = einmal in der Woche, 3 = mehrmals im Monat, 4 = einmal im Monat, 5 = mehrmals im Jahr).

Motive und publizistische Ziele

Im darauffolgenden Abschnitt des Fragebogens wurden die Ehrenamtlichen zu ihren Motiven und publizistischen Zielen befragt. Hierzu wurde zunächst danach gefragt, welche persönlichen Erwartungen die Ehrenamtlichen an ihren Bürgersender haben (offenes Textfeld). Im Anschluss wurden verschiedene Motive (Spaß an der Produktion; andere unterhalten; Medientechnik kennenlernen; Fähigkeiten trainieren; vernachlässigte Themen, Missstände aufgreifen; Gestaltungsformen ausprobieren; über Lokales/ Regionales berichten; sinnvolle Freizeitgestaltung; eigene Meinung, Gruppenziele bekanntmachen; Gegenöffentlichkeit schaffen; mich selber ausprobieren; Leute kennenlernen, Kontakt zu anderen haben; auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen; über Themen berichten, die mir wichtig sind; Gesellschaft mitgestalten; Ansehen und Einfluss gewinnen) mittels einer fünfstufigen Likert-Skala

(1 = sehr wichtig, 2 = eher wichtig, 3 = teils-teils, 4 = eher unwichtig, 5 = unwichtig) abgefragt. Auch hatten die Befragten hier die Möglichkeit über ein offenes Textfeld weitere Motive zu ergänzen, sollten diese in der vorangegangenen Abfrage nicht berücksichtigt worden sein. Sollten die Ehrenamtlichen angegeben haben, dass sie selbst eigene Inhalte für ihren Bürgersender produzieren (Filter: 1 = ja), dann wurden sie im Anschluss außerdem danach gefragt, an welches Publikum sich ihre Inhalte richten (1 = Ich möchte ein möglichst breites Publikum erreichen, 2 = Ich möchte ein bestimmtes Publikum erreichen, 3 = Es ist mir nicht so wichtig, jemanden mit meiner Sendung zu erreichen). Bei der Antwortoption 2 = Ich möchte ein bestimmtes Publikum erreichen wurden die Befragten zudem gebeten, mittels einer Mehrfachauswahl die konkreten Zielgruppen ihrer Inhalte zu bestimmen (1 = eher junge Leute, 2 = Menschen aus Stadtteil/ Region, 3 = spezielle Interessengruppen, 4 = Freunde, Bekannte, Verwandte, 5 = kulturell Interessierte, Künstler, 6 = Gruppen-, Vereins-, Initiativmitglieder, 7 = lokale Politiker, Verwaltung, 8 = sozial Schwache, 9 = Frauen, 10 = eher ältere Leute, 11 = vernachlässigte Minderheiten, 12 = Männer, 13 = Sonstiges: (offenes Textfeld)). Des Weiteren enthielt der Fragebogen auch Fragen zu den publizistischen Zielen der Ehrenamtlichen. Falls die Ehrenamtlichen selbst eigene Inhalte in ihrem Sender produzieren (Filter: 1 = ja), wurden sie daraufhin gebeten verschiedene Ziele (neutral und präzise informieren, Spannung und Unterhaltung bieten, komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln, Serviceangebote machen, mich für Benachteiligte einsetzen, zum politischen Engagement anregen, positive Ideale vermitteln, meinen Verein vorstellen, Politiker kritisieren und kontrollieren, die politische Tagesordnung beeinflussen, Kontakte entschärfen, Sonstiges: (offenes Textfeld)) mittels einer fünfstufigen Likert-Skala zu bewerten (1 = stimme zu, 2 = stimme eher zu, 3 = teils-teils, 4 = stimme eher nicht zu, 5 = stimme nicht zu).

Betreuung und Arbeitszufriedenheit

Im weiteren Verlauf des Fragebogens wurden den Ehrenamtlichen Fragen rund um die Betreuung und ihre Arbeitszufriedenheit gestellt. Hierzu wurden zunächst die Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen (Einweisung in die Technik, Unterstützung im technischen Bereich, Öffentlichkeitsarbeit, Angebot von vertiefenden Kursen, kritische Anregungen, Gewinnung von weiteren Ehrenamtlichen, Unterstützung bei der Gestaltung, Unterstützung bei Text/ Sprache, Unterstützung beim Inhalt, Unterstützung bei der Themenfindung, Zusammenstellung von Teams/ Gruppen, Sonstiges: (offenes Textfeld)) mittels einer fünfstufigen Likert-Skala abgefragt (1 = stimme zu, 2 = stimme eher zu, 3 = teils-teils, 4 = stimme eher nicht zu, 5 = stimme nicht zu). Als nächstes wurden die Ehrenamtlichen, ebenfalls mit einer fünfstufigen Likert-Skala (1 = stimme zu, 2 = stimme eher zu, 3 = teils-teils, 4 = stimme eher nicht zu, 5 = stimme nicht zu), danach gefragt, welche Bilanz sie sich hinsichtlich ihrer

Erfahrungen im Bürgersender ziehen (Ich konnte Ideen verwirklichen; Ich kann besser mit Radio- oder Fernsehtechnik umgehen; Ich habe neue Leute kennengelernt; Ich sehe/ höre herkömmliche Medien mit anderen Augen/ Ohren; Ich bin selbstbewusster geworden; Ich konnte etwas bewirken; Ich habe gelernt, deutlicher zu sprechen; Ich bin bekannter geworden; Ich engagiere mich noch stärker; Ich bin besser über kulturelle Ereignisse vor Ort informiert; Mir fällt es leichter, meine Meinung öffentlich zu äußern; Ich kann besser mit anderen in der Gruppe zusammenarbeiten; Ich weiß über meinen Wohnort besser Bescheid; Ich habe über die Bürgersender-Arbeit einen Job gefunden; Sonstiges: (offenes Textfeld)). Außerdem wurden die Ehrenamtlichen gebeten, mit Hilfe einer fünfstufigen Likert-Skala (1 = sehr zufrieden, 2 = eher zufrieden, 3 = teils-teils, 4 = eher unzufrieden, 5 = sehr unzufrieden), Angaben zu ihrer Arbeitszufriedenheit zu machen (Lage des Studios/ Senders, Betreuung, Umgang der Hauptamtlichen mit den Ehrenamtlichen, Qualität der Technik, Qualifikationen der Hauptamtlichen, Zugang zu Geräten, Sendezeiten, Gleichbehandlung der Ehrenamtlichen, Öffnungszeiten, Zugang zu Einführungskursen, Zugang zu Sendeplätzen, Anzahl digitaler Schnitttechnik, weiterführenden Kursangeboten, Öffentlichkeitsarbeit). Des Weiteren wurde die Zufriedenheit der Ehrenamtlichen im Hinblick auf das Programm über verschiedene Items (Aktualität, Vielfalt der Themensendungen, Informationsqualität, technische Qualität, Programmschema, Vielfalt der Darstellungsformen, Sprache/ Spreche) mittels einer fünfstufigen Likert-Skala abgefragt (1 = sehr zufrieden, 2 = zufrieden, 3 = teils-teils, 4 = unzufrieden, 5 = sehr unzufrieden). Anschließend wurden die Ehrenamtlichen gebeten, das Sendeangebot ihres Bürgersenders insgesamt zu beurteilen (1 = sehr gut, 2 = eher gut, 3 = mittel, 4 = eher nicht gut, 5 = überhaupt nicht gut). In einem nächsten Schritt wurden die Befragten dann mit Hilfe einer dreistufigen Skala gefragt, wie sie auf die Nachricht einer möglichen Abschaffung ihres Bürgersenders reagieren würden (1 = wäre mir egal, 2 = würde ich bedauern, 3 = würde ich begrüßen). Bei einer Antwortauswahl von 2 = würde ich bedauern, wurden die Ehrenamtlichen zu einer Filterfrage weitergeleitet, in der die Ehrenamtlichen danach gefragt wurden, ob sie sich auch an Aktivitäten zum Erhalt ihres Bürgersenders beteiligen würden (1 = ja, 2 = nein). Bei einer Antwortauswahl von 3 = würde ich begrüßen, wurden die Ehrenamtlichen ebenfalls zu einer entsprechenden Filterfrage weitergeleitet und mittels eines offenen Textfeldes danach gefragt, warum sie die Abschaffung ihres Bürgersenders begrüßen würden. Abschließend wurden alle Teilnehmer zu allgemeinen Verbesserungsvorschlägen befragt (offenes Textfeld).

Soziodemographische Merkmale

Der Fragebogen schließt mit den soziodemographischen Merkmalen der Ehrenamtlichen ab. Hierzu wurden die Teilnehmer zunächst zu ihrem Geschlecht (1 = männlich, 2 = weiblich, 3

= divers), Alter (offenes Textfeld) und Bildungsabschluss (1 = kein Abschluss, 2 = Hauptschulabschluss, 3 = Realschulabschluss, 4 = Fachhochschulreife, 5 = Abitur, 6 = Fachhochschul- oder Hochschulabschluss, 7 = Berufsausbildung, 8 = Andere: (offenes Textfeld)) befragt. Im Anschluss wurden die Ehrenamtlichen gebeten, ihre Stellung im Erwerbsleben anzugeben (1 = in Ausbildung (Schule, Studium, Beruf), 2 = erwerbstätig, 3 = arbeitslos, 4 = Rentner, 5 = Hausfrau/-mann)). Bei der Antwortoption 1 = in Ausbildung (Schule, Studium, Beruf), wurden die Ehrenamtlichen über einen entsprechenden Filter zu der Frage weitergeleitet, welchen konkreten Ausbildungsstatus sie besitzen (1 = Schüler, 2 = Student, 3 = Auszubildender). Bei der Antwortoption 1 = Schüler wurde zudem nach der Schulform gefragt (1 = Hauptschule, 2 = Realschule, 3 = Gymnasium, 4 = Fachoberschule, 5 = Gesamtschule). Bei der Antwortoption 2 = Student wurden die Ehrenamtlichen über einen Filter zu der Frage nach dem Studiengang (offenes Textfeld) weitergeleitet. Bei der Antwortoption 3 = Auszubildender wurde im Anschluss wiederum nach dem genauen Ausbildungsberuf gefragt (offenes Textfeld). Alle Teilnehmer, die angegeben hatten, erwerbstätig zu sein, wurden anschließend über verschiedene Items (1 = Angestellter, 2 = leitender Angestellter, 3 = Beamter, 4 = höherer Beamter, 5 = Selbstständiger, 6 = Facharbeiter, 7 = Freiberufler, 8 = freiberufliche + abhängige Berufstätigkeit) zu ihrer Tätigkeit befragt und hatten zudem die Möglichkeit, über ein offenes Textfeld ihre genaue Berufsbezeichnung anzugeben. Alle Teilnehmer wurden zudem nach einem möglichen Migrationshintergrund (1 = ja, 2 = nein, 3 = keine Angabe) sowie ihrer Religionszugehörigkeit (1 = Christentum, 2 = Buddhismus, 3 = Hinduismus, 4 = Islam, 5 = Judentum, 6 = ich bin nicht religiös, 7 = keine Angabe) gefragt. Am Ende der Umfrage konnten alle Teilnehmer, die Interesse an den Ergebnissen hatten, ihre E-Mail-Adresse in einem offenen Textfeld hinterlassen.

5.3 Durchführung eines Pre-Tests und der Befragung

Um die Anwendbarkeit des Erhebungsinstruments zu prüfen, wurde vorab ein Pretest ($n = 4$) durchgeführt, um zu überprüfen, ob einzelne Fragen missverständlich oder nicht ausreichend konkret formuliert waren. Der Pre-Test führte schließlich zu einzelnen Korrekturen am Fragebogen. Beispielsweise wurden einige veraltete Formulierungen und Items, die aus vorangegangenen Studien übernommen wurden (Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000), ersetzt sowie weitere relevante Items ergänzt. Auch wurden komplizierte Fachbegriffe ausgetauscht oder sensible Fragen zur Sexualität oder geistigen Gesundheit der Ehrenamtlichen aus dem Fragenkatalog gestrichen, da hier die Gefahr einer hohen Abbruchquote vermutet wurde. Außerdem wurden nachträglich noch einmal Korrekturen am Aufbau des Fragebogens vorgenommen: Anstatt mit den soziodemographischen Merkmalen zu beginnen, wurde der direkte inhaltliche Einstieg mit der Kategorie *Rekrutierung und Ehrenamt* gewählt, um

die Motivation der Ehrenamtlichen zu erhöhen. Auch wurde nachträglich ein offenes Feld am Ende der Umfrage eingerichtet, damit die Ehrenamtlichen bei Interesse an den Studienergebnissen die Möglichkeit haben, ihre E-Mail-Adresse zu hinterlassen.

Der finale Fragebogen wurde schließlich in allen vierzehn Bürgersendern in Niedersachsen gestreut, darunter Radio Jade, Radio Ostfriesland, Radio ZuSa, ems-vechte-welle, osradio 104.8, Radio Tonkuhle, Radio aktiv, Radio Okerwelle, StadtRadio Göttingen, h1, tv38, oldenburg eins, Radio Weser.TV (Norderham und Bremer Umland). Dazu wurde der Umfragelink per E-Mail an die Geschäftsführer der Sender und an die ehemaligen Ansprechpartner aus der Erhebung von Nowak (2021) verschickt. Die Feldphase der Erhebung erstreckte sich vom 21.09.2022 bis zum 15.10.2022. Nachdem der Fragebogen bereits eine Woche im Feld war, wurden alle Sender zudem telefonisch kontaktiert und an die Umfrage erinnert, da sich die anfängliche Rückläuferquote als sehr gering erwies. Auf diesem Wege konnten schließlich nochmal eine Reihe von Teilnehmern zur Umfrage motiviert werden. Insgesamt haben 120 Ehrenamtliche an der Befragung teilgenommen. Davon haben 68 die Umfrage vollständig beendet (siehe Tabelle 1).

Niedersächsische Bürgersender	Medium	Ausgefüllte Fragebögen
Radio Jade	Radio	2
Radio Ostfriesland	Radio	/
Radio ZuSa	Radio	1
ems-vechte-welle	Radio	18
osradio 104.8	Radio	17
Radio Tonkuhle	Radio	7
Radio aktiv	Radio	4
Radio Okerwelle	Radio	/
StadtRadio Göttingen	Radio	12
h1	Fernsehen	2
tv38	Fernsehen	5
Oldenburg eins	Radio- und Fernsehen	/
Radio Weser.TV (Norderham + Bremer Umland)	Radio- und Fernsehen	/
Gesamt		68

Tabelle 1: Stichprobenübersicht quantitative Online-Befragung (eigene Darstellung)

5.4 Beschreibung der Grundgesamtheit und Stichprobe

Im Zuge der Beschreibung der Stichprobe der vorliegenden Arbeit ist zunächst darauf hinzuweisen, dass sich die Grundgesamtheit der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerfunk im Vorfeld nicht bestimmen ließ. Dies liegt darin begründet, dass es schlichtweg

keine aktuellen und öffentlich zugänglichen Daten darüber gibt, wie viele Menschen sich derzeit ehrenamtlich in den niedersächsischen Bürgersendern engagieren. In einer älteren Untersuchung heißt es diesbezüglich: „an der weitgehend ehrenamtlichen Programmproduktion beteiligen sich im gesamten Bundesgebiet regelmäßig mindestens 20.000 bis 30.000 Personen“ (AG Bürgermedien, 2005, S. 1). Diese Daten beziehen sich jedoch auf alle Bürgermedien in Deutschland, ohne dabei nach einzelnen Bundesländern zu differenzieren (ebd.). Außerdem sind die Daten mittlerweile veraltet. Auch auf der aktuellen Internetseite der Niedersächsischen Landesmedienanstalt, lassen sich keine Rückschlüsse auf die konkrete Grundgesamtheit der Ehrenamtlichen ziehen (Niedersächsische Landesmedienanstalt, 2022). Dort heißt es: „Mit Unterstützung weniger Hauptamtlicher produziert eine große Zahl von Ehrenamtlichen täglich das Programm“ (ebd.). Eine Möglichkeit, die aktuelle Grundgesamtheit der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk zu erfassen, besteht darin, die Daten bei den jeweiligen Bürgersendern direkt über die entsprechenden Nutzerkarteien zu erfragen. So gab Radio aktiv auf Nachfrage der Autorin an, etwa zwanzig Ehrenamtliche zu beschäftigen (Klimasch, 2022), bei osradio 104.8 seien es aktuell etwa 120 aktive Ehrenamtliche (Wölfel, 2022). Andreas Goos ist für den Bereich Bürgerfunk bei StadtRadio Göttingen verantwortlich und äußert sich in Bezug auf die Anzahl der Ehrenamtlichen wie folgt: „Wir haben aktuell etwa 45 Aktive, das schwankt immer etwas, weil es ein paar Redaktionen gibt, die 3 oder mehr Aktive haben, dort gibt es aber auch mehr Fluktuation“ (Goos, 2022). Auch von dem Geschäftsführer von Bei ems-vechte-welle, Jan Schenkewitz, hat die Autorin eine Rückmeldung bezüglich der eingetragenen Ehrenamtlichen erhalten. Er gibt an: „Wir gehen insgesamt von etwa 100 Aktiven aus, von den Schulradios mal abgesehen, die teilweise in Klassenstärke auftauchen“ (Schenkewitz, 2022). Des Weiteren meldete sich Karsten Hoeft, Geschäftsführer von Radio Jade, mit folgender Aussage zurück: „Hier bei Radio Jade sind derzeit ca. 50 Ehrenamtliche im Einsatz. Allerdings sind das im Großen und Ganzen Einzelkämpfer*innen, deren Identifikation mit der Idee der Bürgermedien und ihrem Sender leider recht gering ist“ (Hoeft, 2022). Auch die anderen Bürgersender in Niedersachsen wurden bezüglich der Anzahl der bei ihnen beschäftigten Ehrenamtlichen kontaktiert, jedoch blieben die Anfragen, mit Ausnahme der fünf oben genannten Sender, unbeantwortet. Aus den genannten Gründen sind daher an dieser Stelle abschließend keine Angaben zur Grundgesamtheit der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk möglich.

Wie bereits oben erwähnt, konnten insgesamt 120 ausgefüllte Fragebögen realisiert werden. Da jedoch ausschließlich vollständig ausgefüllte Fragebögen in der Auswertung berücksichtigt und unvollständig ausgefüllte Fragebögen entsprechend exkludiert wurden, liegt die end-

gültige Stichprobengröße bei N = 68 Befragten. Diese Stichprobe lässt sich anhand der soziodemographischen Merkmale genauer beschreiben. Es zeigt sich, dass die Befragten mehrheitlich männlich (72,1%) sind. Befragte Personen, die sich als divers identifizieren, sind hingegen unterrepräsentiert (1,5%). Unter den Befragten sind zudem alle Altersgruppen (20 bis 70+) vertreten, wobei die älteren Altersklassen der 50- bis 60-Jährigen (30,9%), der 60- bis 70-Jährigen (22,1%) sowie der Altersgruppe 70+ (17,6%) deutlich stärker in der Stichprobe repräsentiert sind, als die jüngeren Altersklassen (siehe Abbildung 6).

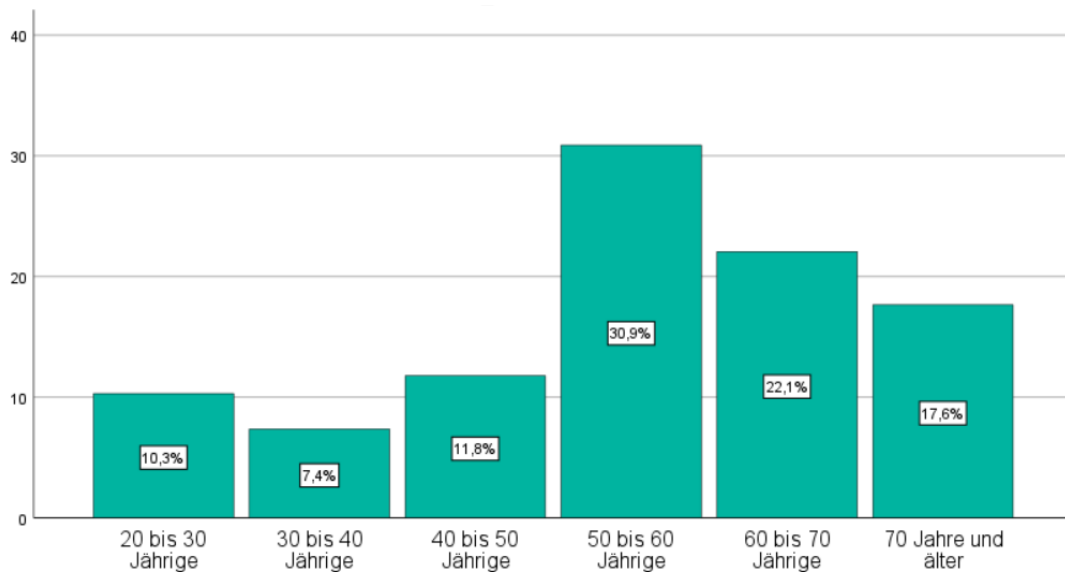


Abbildung 6: Ehrenamtliche Mitarbeiter nach Altersklassen (SPSS)

Es zeigt sich außerdem, dass die Befragten mehrheitlich formal hoch gebildet sind und mindestens die Fachhochschulreife (13,2%) oder das Abitur (14,7%) besitzen. Die Mehrheit der Befragten gibt an, einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss zu haben (51,5%). 11,8 Prozent der Befragten haben eine Berufsausbildung, 5,9 Prozent einen Realschulabschluss und 1,5 Prozent keinen Abschluss. Hinsichtlich der Stellung der Befragten im Erwerbsleben zeigt sich, dass die Mehrheit der Befragten erwerbstätig (44,1%) oder in Rente (41,2%) ist. Befragte, die derzeit in einer schulischen oder beruflichen Ausbildung befinden sowie Studierende (10,3%), sind in der Stichprobe hingegen unterrepräsentiert, ebenso wie Personen, die nicht erwerbstätig sind und sich zu Hause um den Haushalt kümmern (4,4%). Eine detaillierte Beschreibung aller soziodemographischer Merkmale erfolgt in der Ergebnisdarstellung (siehe Kapitel 6.1.5).

5.5 Methodische Ergänzung: Qualitative Interviews

Aufgrund der geringen Rücklaufquote und der damit einhergehenden geringen Stichprobengröße (N = 68 Befragte), waren die mittels der Online-Befragung erhobenen Daten zum Groß-

teil nicht für eine statistische Analyse geeignet. Damit konnte auch die von der Autorin angedachte Clusteranalyse zur Identifizierung verschiedener Typen von Ehrenamtlichen nicht realisiert werden, ebenso wenig wie die Erstellung verschiedener Senderprofile. Auch die im Vorfeld an die Untersuchung aufgestellten Hypothesen, ließen sich aufgrund dieser unzureichenden Daten nicht, beziehungsweise nur bedingt, überprüfen. Sie bieten an dieser Stelle vorrangig Ansatzpunkte für weitere Forschung. Insgesamt erheben die Ergebnisse der quantitativen Befragung folglich keinen Anspruch an Repräsentativität.

Die Ursache für die geringe Beteiligung an der Umfrage ist schwer zu identifizieren. Die Ehrenamtlichen hatte die Möglichkeit, die Autorin per E-Mail zu kontaktieren, sollten Sie Fragen oder Anmerkungen zur Umfrage haben. Von dieser Möglichkeit machte jedoch lediglich eine befragte Person Gebrauch. Sie gab an (Liening, 2022):

„Bei der Umfrage hätte ich mir öfter die Möglichkeit gewünscht x keine Angabe ankreuzen zu können. Auch wenn z.B. die Antwort auf die Frage der Gleichbehandlung der Ehrenamtlichen von Bedeutung ist, sollte dies noch kein Grund sein, den Befragten zur Beantwortung zu ‚zwingen‘. In meinem Falle kann ich z.B. die Frage mangels Kenntnis der Behandlung anderer Ehrenamtlicher überhaupt nicht beantworten. Ich habe nun teils/teils angekreuzt, auch wenn ich überhaupt keinen Abwägungsprozess vorgenommen habe“.

Die Tatsache, dass die Ehrenamtlichen sich jeweils zu unterschiedlichen Zeiten und an unterschiedlichen Tagen in den Bürgersender engagieren, macht eine direkte Ansprache kaum möglich (Bauer, 2022). Auch haben die Geschäftsführer der Bürgersender der Autorin zurückgespiegelt, dass es auch für sie eine Herausforderung darstelle, alle Ehrenamtlichen über einen zentralen Kommunikationsweg zu erreichen (Schenkewitz, 2022). Ein Blick auf die Umfragestatistik zeigt zudem, dass die meisten Teilnehmer bereits nach den ersten Fragen ausgestiegen sind, in denen es um die Art des Mediums ging, in dem sie sich ehrenamtlich engagieren sowie das Beitrittsjahr und andere ehrenamtliche Tätigkeiten außerhalb des Bürgersenders (siehe dazu Kapitel 5.2). Interessant ist jedoch, dass die meisten Teilnehmer bereits nach der Startseite die Umfrage beendet haben, ohne eine einzelne Frage zu beantworten (siehe Tabelle 2). Danach nimmt die Anzahl der Teilnehmer nur noch sehr schleichend und nicht mehr so rapide ab. Dies lässt vermuten, dass die Umfrage weder zu lang, noch inhaltlich zu komplex gestaltet war. Warum die Mehrheit der Befragten direkt am Anfang der Umfrage ausgestiegen ist, bleibt somit unklar.

Zeitpunkt der Umfrage	Anzahl der Teilnehmer
Startseite	122 Teilnehmer
Frage 1	91 Teilnehmer
Frage 2	86 Teilnehmer
Frage 3	84 Teilnehmer

Tabelle 2: Zeitpunkte der Umfrageabbrüche (eigene Darstellung)

Aufgrund der geschilderten Problematik in Bezug auf die geringe Rücklaufquote der quantitativen Online-Befragung, hat sich die Autorin daher für einen Methoden-Mix entschieden und die vorliegende Arbeit um eine qualitative Erhebung ergänzt. Hierzu wurden zentrale Aspekte aus den Ergebnissen der Online-Befragung noch einmal vertiefend untersucht. Methodisch wurden insgesamt fünf qualitative Interviews mit Vertretern von Bürgerradio- und Bürgerfernsehsendern, darunter Geschäftsführer und Redaktionsleiter sowie einem Vertreter der Niedersächsischen Landesmedienanstalt, geführt (siehe Tabelle 3). Eine detaillierte Auflistung der Befragten ist dem Anhang dieser Arbeit beigelegt (siehe Kapitel A.5). In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass in einem Sender zwei Personen befragt wurden. Die Autorin der vorliegenden Arbeit hat sich für diese Vorgehensweise entschieden, da die Befragten jeweils unterschiedliche Perspektiven auf den Forschungsgegenstand ermöglicht haben: Einmal die Sichtweise eines erfahrenen Journalisten, mittleren Alters, und einmal die Sichtweise einer jungen Masterabsolventin, die erst vor kurzem die Verantwortung im Bürgersender übernommen hat.

Die befragten Personen wurden mittels einer bewussten Stichprobenauswahl ausgewählt (Häder, 2019, S. 185). Befragt wurden demnach Personen, aus deren Sendern sich die meisten Ehrenamtlichen an der quantitativen Online-Umfrage beteiligt hatten. Damit sollte sichergestellt werden, dass die Ergebnisse der Online-Umfrage eine gewisse Relevanz, beziehungsweise Gültigkeit, für die Gesprächspartner und das ehrenamtliche Engagement in ihrem Sender haben. Die Autorin hat daher davon abgesehen, Geschäftsführer oder Redaktionsleiter von Sendern zu befragen, die sich gar nicht an der Online-Befragung beteiligt hatten. Auch sollte eine übergeordnete Sichtweise miteinbezogen werden, weshalb zudem ein Gesprächspartner aus der Niedersächsischen Landesmedienanstalt kontaktiert wurde. Alle Gesprächspartner wurden per E-Mail rekrutiert. Die Interviews fanden im Zeitraum von Anfang bis Mitte November 2022 online über die Videotelefonkonferenz-Softwareprogramme Zoom und BigBlueButton statt. Der Leitfaden der Interviews orientierte sich dabei an den Forschungsdimensionen der quantitativen Befragung. Den Teilnehmern wurden somit Fragen aus den Kategorien *Rekrutierung und Ehrenamt; Vorerfahrungen, Motive und Redaktionsalltag; Betreuung und Arbeitszufriedenheit* sowie *soziodemographische Merkmale* gestellt.

Auch wurden die Interviewteilnehmer mit kritischen Äußerungen der Ehrenamtlichen konfrontiert und gebeten, Stellung zu den jeweiligen Aussagen zu beziehen. Der vollständige Leitfaden findet sich im Anhang der vorliegenden Arbeit (siehe Kapitel A.3). Die Länge der Interviews betrug zwischen 45 und 80 Minuten. Die Gespräche wurden mit dem Einverständnis der Befragten aufgezeichnet und anschließend transkribiert. Die Auswertung der Interviews fand mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse und einem deduktiven Vorgehen statt, bei dem konkrete Textstellen vorab aufgestellten Kategorien zugeordnet wurden (Mayring & Fenzl, 2014, S. 546). Die Kategorien entsprachen dabei den Kategorien, die zuvor im Leitfaden aufgestellt wurden. Die entsprechende Auswertungstabelle der qualitativen Inhaltsanalyse ist dem separaten Angang dieser Arbeit zu entnehmen (siehe digitale Abgabe).

Teilnehmer	Geschlecht	Position	Organisation
T1	Weiblich	Redaktionsleitung	Bürgerfernsehen
T2	Männlich	Geschäftsführung	Bürgerfernsehen
T3	Weiblich	Geschäftsführung	Bürgerradio
T4	Männlich	Mitarbeiter	NLM
T5	Männlich	Redaktionsleitung	Bürgerradio

Tabelle 3: Stichprobenübersicht der qualitativen Interviews (eigene Darstellung)

6 Ergebnisdarstellung

Nachstehend werden die zentralen Ergebnisse der quantitativen Online-Befragung sowie der qualitativen Interviews näher beschrieben. Die Ergebnisdarstellung erfolgt unter Berücksichtigung der zuvor aufgestellten Forschungskategorien *Rekrutierung und Ehrenamt, Vorerfahrungen und Redaktionsalltag, Motive und publizistische Ziele, Betreuung und Arbeitszufriedenheit* sowie *soziodemographische Merkmale*.

6.1 Ergebnisse der quantitativen Online-Befragung

Die Auswertung der überwiegend quantitativen Befragung wurden mit SPSS Statistics 29 durchgeführt. Die Auswertung beschränkt sich aufgrund der geringen Stichprobengröße vorrangig auf eine deskriptive Beschreibung der Daten. Die unten aufgeführten Häufigkeitsauszählungen beziehen sich dabei auf die Prozente und nicht auf die gültigen Prozente, da der Datensatz bereits im Vorfeld um ungültige Fälle bereinigt wurde. Da sich die Grafiken jedoch ausschließlich auf die gültigen Prozente beziehen, kann es hier an einigen Stellen zu Abweichungen der im Text genannten Werte kommen. Dies ist an den entsprechenden Stellen gekennzeichnet.

6.1.1 Rekrutierung und Ehrenamt

Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen zunächst, dass sich die Mehrheit der Teilnehmer im Bürgerradio engagiert (89,7%). Die Rücklaufquote von Ehrenamtlichen, die sich im Bürgerfernsehen engagieren, ist mit 8,8 Prozent hingegen deutlich geringer. Ehrenamtliche, die sich beim Bürgerradio und Bürgerfernsehen engagieren, sind in der Umfrage nicht vertreten. Die Befragten hatten zudem die Möglichkeit ihren Sender anzugeben. Hier zeigt sich für das Bürgerradio, dass sich die Mehrheit der Teilnehmer in den Sendern *ems-vechte-welle* (26,5%), *osradio 104.8* (25%) und *StadtRadio Göttingen* (17,6%) engagieren, gefolgt von *Radio Tonkuhle* (10,3%). In der Stichprobe unterrepräsentiert sind hingegen die Ehrenamtlichen von *Radio aktiv* (5,9%), *Radio Jade* (2,9%) und *Radio ZuSa* (1,5%). Ehrenamtliche aus den Sendern *Radio Weser.TV*, *Radio Ostfriesland*, *Radio Okerwelle* und *oldenburg eins* sind gar nicht in der Stichprobe präsent. Im Bürgerfernsehbereich engagieren sich 7,4 Prozent der Teilnehmer bei *tv38* und 2,9 Prozent bei *h1*. Die Befragten wurden zudem gebeten, das Beitrittsjahr in ihren Bürgersender anzugeben. Hier zeigt sich, dass von 1997 bis 2022 (fast) jedes Jahr Ehrenamtliche ihrem Sender beigetreten sind. Insgesamt 36 Personen, also mehr als die Hälfte der Befragten, sind seit mindestens 10 Jahren im Sender, viele davon deutlich länger. In den Corona-Jahren von 2019 bis 2022 haben außerdem insgesamt 14 Personen ein Ehrenamt in den Bürgersendern aufgenommen. Das stärkste Beitrittsjahr ist 2022 (n = 8).

Des Weiteren wurden die Ehrenamtlichen dazu befragt, wie sie von der Existenz ihres Bürgersenders erfahren haben. Hier geben 36,8 Prozent an, dass sie über Freunde und Bekannte auf ihren Bürgersender aufmerksam geworden sind, gefolgt von traditionellen Medien, wie Tageszeitung, Fernsehen und Radio (27,9%) und dem Programm des Bürgersenders (22,1%). Im Gegensatz dazu scheint Social Media in diesem Zusammenhang keine Rolle zu spielen: Lediglich 2,9 Prozent der Befragten geben an, durch Social Media von der Existenz ihres Bürgersenders erfahren zu haben. Im Hinblick auf den tatsächlichen Zugang zum Bürgersender zeigt sich, dass die Mehrheit der Befragten durch Eigeninitiative zu ihrem Sender gefunden hat (60,3%). Der Zugang über Freunde, Bekannte oder Verwandte (20,6%) sowie über Mitarbeiter des Bürgersenders (16,2%) scheint hingegen eher eine untergeordnete Rolle zu spielen.

Im weiteren Verlauf des Fragebogens wurden die Teilnehmer zu ihrem Ehrenamt in den Bürgermedien befragt. Im Hinblick auf die Häufigkeit des Engagements zeigt sich, dass sich die Mehrheit der Befragten einmal im Monat engagiert (36,8%). 23,5 Prozent engagieren sich zudem mehrmals im Monat und 22,1 Prozent einmal in der Woche (siehe Abbildung 7). Die Mehrheit der Teilnehmer (66,2%) engagiert sich zudem auch außerhalb des Bürgerrundfunks ehrenamtlich. Die Formen des Engagements sind dabei äußerst vielfältig und lassen sich grob in folgende Bereiche unterteilen:

- Freiwillige Feuerwehr
- Verkehrswacht
- Parteilarbeit und andere Formen des politischen Engagements
- Kirchliches Engagement
- Selbsthilfegruppe
- Sportverein
- Flüchtlingshilfe
- Heimatverein
- Tierheim
- Nachbarschaftshilfe
- Jugendzentrum
- Natur- und Umweltschutz

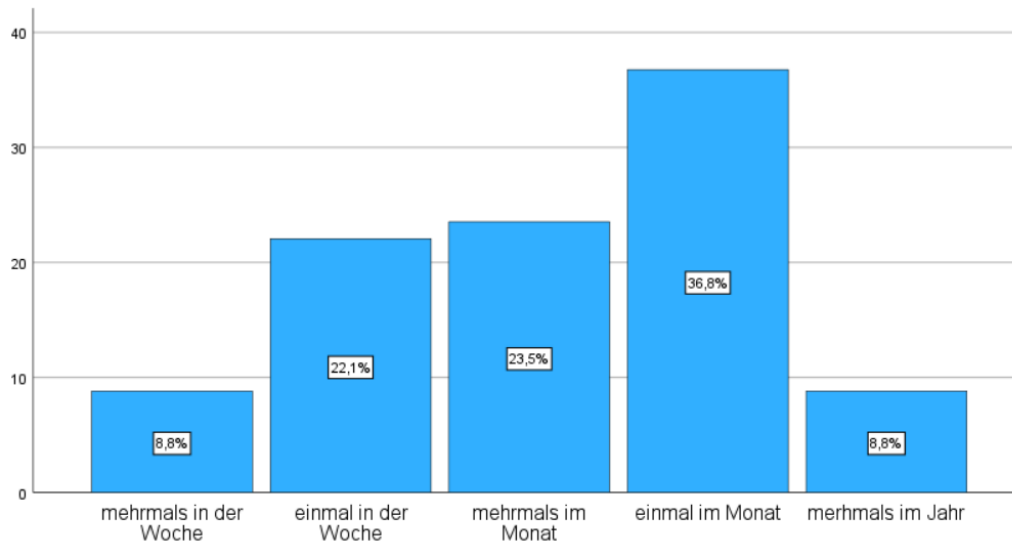


Abbildung 7: Häufigkeit des Engagements in den niedersächsischen Bürgersendern (SPSS)

Auf die Frage, ob die Teilnehmer schon einmal darüber nachgedacht hätten, das Ehrenamt in ihrem Bürgersender aufzugeben, antworteten 32,4 Prozent mit „ja“. Als Grund geben die Befragten am ehesten an: „Beruf und Privatleben sind wichtiger“. Dieser Aussage stimmen sie zu (7,4%), beziehungsweise eher zu (5,9%). Dem Grund „zu große Konkurrenz um Sendeplätze“ stimmen sie hingegen mehrheitlich nicht zu (30,9%), ebenso wie dem Grund „andere Ehrenamtliche haben meine Arbeit abgenommen“ (29,4%). Des Weiteren stimmen die Ehrenamtlichen dem Grund „mir sind die Themenideen ausgegangen“ nicht zu (27,9%), ebenso wie dem Grund „aufgrund anderer ehrenamtlicher Tätigkeiten“ (23,5%).

6.1.2 Vorerfahrungen und Redaktionsalltag

Im Hinblick auf die Vorerfahrungen der Ehrenamtlichen, deuten die Ergebnisse darauf hin, dass diese im Zusammenhang mit dem Medium stehen, in dem sie sich engagieren. Demnach geben 47,1 Prozent der Befragten an, dass sie bereits Vorerfahrungen in dem Bereich Tonaufnahme und Bearbeitung mitbringen. Zudem haben 36,8% der Ehrenamtlichen bereits Vorerfahrungen mit Moderation und 30,9 Prozent mit Studioteknik. Über Vorerfahrungen in den Bereichen Regie (13,2%) und Kamera (11,8%) verfügen hingegen nur wenige Ehrenamtliche, was vermutlich darauf zurückzuführen ist, dass sich die Mehrheit der Befragten im Bürgerradio (89,7%) engagiert. Des Weiteren zeigen die Ergebnisse der Online-Befragung, dass die Mehrheit der Teilnehmer (69,1%) ohne journalistische Vorerfahrungen in den Sender kommt (siehe Abbildung 8). Von denjenigen, die angeben, über journalistische Vorerfahrungen zu verfügen (29,4%), gibt die Mehrheit an, dass diese im Rahmen von journalistischen Seminaren und Weiterbildungen (14,7%) erworben wurden, gefolgt von einer freien Mitarbeit (13,2%) für diverse Medien, darunter:

- Neue Osnabrücker Zeitung

- Stadtteilzeitung in Hildesheim
- Verschiedene Sender der ARD
- Kulturmagazine
- Musikfachzeitschriften
- Gewerkschaftszeitung

ja
nein

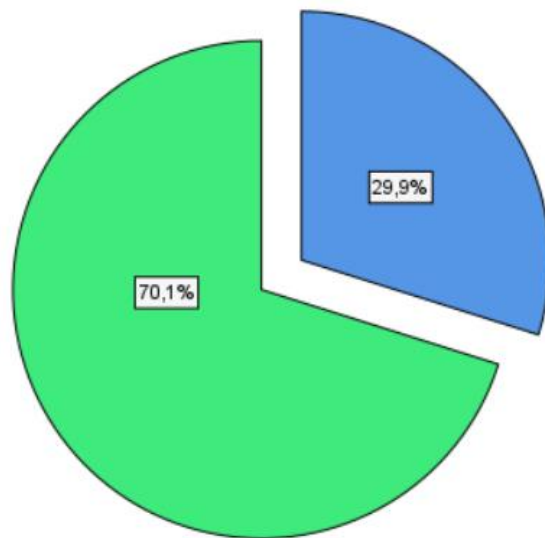


Abbildung 8: Mitbringen journalistischer Vorerfahrungen (SPSS/ gültige Prozente)

Journalistische Vorerfahrungen in Form einer journalistischen Ausbildung, wie dem Volontariat (2,9%) oder dem Besuch einer Journalistenschule (1,5%), bringen nur wenige Ehrenamtliche mit.

Hinsichtlich des Redaktionsalltags der Ehrenamtlichen zeigt sich, dass Moderieren (77,9%) die mit Abstand häufigste Tätigkeit ist, gefolgt von Ton- oder Bildaufnahme (42,6%) und Schnitt (39,7%). Die Tätigkeit „Nachrichtenauswahl“ (1,5%) scheint hingegen keine Rolle zu spielen. Im offenen Textfeld wurde in diesem Zusammenhang zudem häufig die Musikauswahl genannt. Die Ergebnisse zeigen weiter, dass 89,7 Prozent der Befragten eigene Inhalte produzieren und ihre Anregungen dafür vor allem durch Hobby's und eigene Interessen (stimme zu = 69,1%; stimme eher zu = 13,2%) bekommen. Aber auch das Geschehen in der Region (stimme zu = 36,8%; stimme eher zu = 10,3%), Fachkenntnisse und Bücher (stimme zu = 35,3%; stimme eher zu = 13,2%) sowie Erlebnisse und Erinnerungen (stimme zu = 30,9%; stimme eher zu = 17,6%) geben den Ehrenamtlichen Inspiration für ihre Beiträge.

Andere Bürgermedienbeiträge (stimme eher nicht zu = 25%; stimme nicht zu = 36,8%), religiöse Weltanschauungen (stimme eher nicht zu = 22,1%; stimme nicht zu = 52,9%) oder politische Überzeugungen (stimme eher nicht zu = 20,6%; stimme nicht zu = 35,5%) scheinen hingegen eine untergeordnete Rolle bei der Produktion zu spielen. Überraschend ist, dass auch das Vereinsgeschehen (stimme nicht zu = 48,5%) kaum als Inspiration für Beiträge dient, und das obwohl ein Großteil der Befragten ein zusätzliches Ehrenamt neben der Tätigkeit im Bürgerrundfunk ausübt.

Im Hinblick auf ausgewählte Probleme bei der Produktion zeigt sich, dass die Ehrenamtlichen allen vorgegebenen Antwortoptionen im Fragebogen überwiegend nur teils-teils, beziehungsweise eher nicht oder nicht zustimmen, darunter Zeitaufwand (teils-teils = 23,5%; stimme eher nicht zu = 19,1%; stimme nicht zu = 16,2%), Technikaufwand (teils-teils = 17,6%; stimme eher nicht zu = 22,1%; stimme nicht zu = 33,8%), Wartezeiten für Geräte (stimme eher nicht zu = 20,6%; stimme nicht zu = 63,2%), Gestaltung (stimme eher nicht zu = 23,5%; stimme nicht zu = 50%), Anfahrt (stimme eher nicht zu = 17,6%; stimme nicht zu = 51,5%), defekte Technik (stimme eher nicht zu = 16,2%; stimme nicht zu = 50%), Planung, Organisation (stimme eher nicht zu = 29,4%; stimme nicht zu 44,1%), Gruppenmitglieder (stimme eher nicht zu = 14,7%; stimme nicht zu = 64,7%), Hauptamtliche des Bürgersenders (stimme eher nicht zu = 14,7%; stimme nicht zu = 64,7%), andere Ehrenamtliche (stimme eher nicht zu 13,2%; stimme nicht zu = 67,6%). In dem offenen Textfeld äußerte sich ein Befragter in Bezug auf ausgewählte Probleme bei der Produktion stattdessen wie folgt:

„früher war die Betreuung der Technik im Sender eine reine Katastrophe, ich produziere ausschließlich zu Hause“.

Auch andere Befragte geben an, dass sie ausschließlich zu Hause produzieren würden. Des Weiteren wurden die Ehrenamtlichen zu ihrer Arbeitsorganisation befragt. Hier zeigt sich, dass die Mehrheit der Ehrenamtlichen alleine (63,2%) produziert, anstatt in der Gruppe mit anderen (5,9%) oder einer Mischung aus beidem (20,6%) (siehe Abbildung 9). Diejenigen, die in der Gruppe produzieren, geben an, dass sich diese hauptsächlich aus Bekannten oder Freunden zusammensetzen (16,2%). Die Themenpräferenzen der Ehrenamtlichen liegen mehrheitlich in den Bereichen Kultur (stimme zu = 73,5%; stimme eher zu = 14,7%) und Soziales (stimme zu 47,1%; stimme eher zu = 25%), aber auch Politik (stimme zu = 32,4%; stimme eher zu = 25%) und Ökologie, Klimaschutz, Umwelt (stimme zu = 30,9%; stimme eher zu = 26,5%) werden häufig genannt. Weniger interessant scheinen hingegen Themen aus den Bereichen Kirche und Glaubensfragen (stimme eher nicht zu = 20,6%; stimme nicht zu = 47,1%) sowie Sport (stimme eher nicht zu = 20,6%; stimme nicht zu = 39,7%) zu sein.

Die Teilnehmer wurden zudem gefragt, ob sie selbst Sendungen ihres Bürgersenders hören, beziehungsweise sehen. Diese Frage bejahte die Mehrheit der Ehrenamtlichen (88,2%). Die Mehrheit rezipiert die Sendungen des eigenen Bürgersenders mehrmals in der Woche (39,7%), gefolgt von mehrmals im Monat (23,5%).

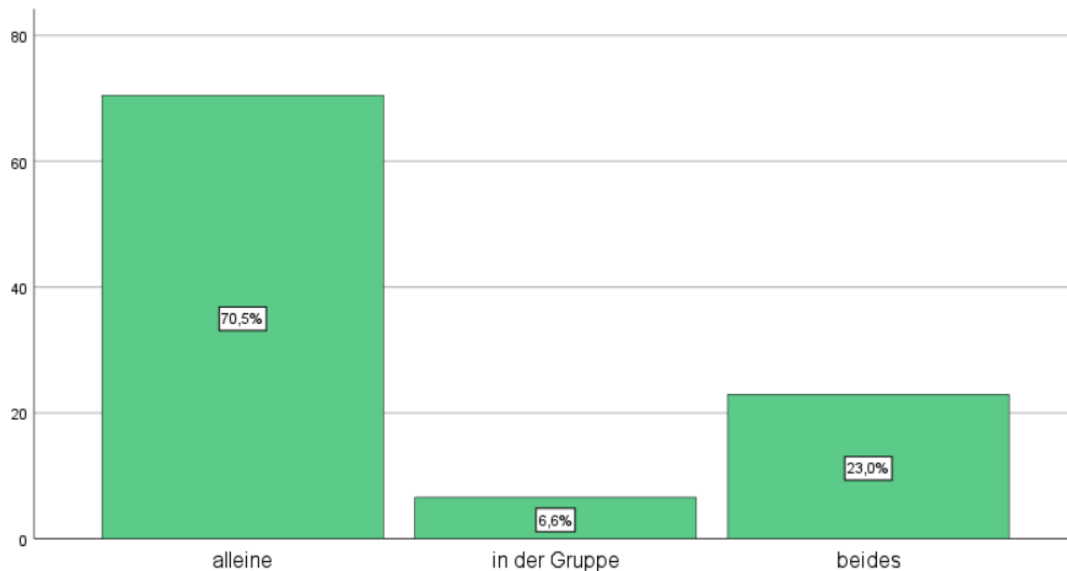


Abbildung 9: Arbeitsorganisation der Ehrenamtlichen (SPSS/ gültige Prozente)

6.1.3 Motive und publizistische Ziele

Im Rahmen der Online-Befragung wurden die Ehrenamtlichen auch nach ihren Erwartungen an den Bürgersender gefragt. Hier zeigt sich, dass sich die Erwartungen stark mit den gesetzlich verankerten Funktionen im niedersächsischen Mediengesetz decken. So gibt ein Befragter an: *„Das, was vielleicht aus Quotengründen bei den Öffentlich-Rechtlichen und Kommerziellen zu kurz kommt, ausführlicher behandeln. Das gilt für Wort und Musik.“* Andere Teilnehmer erwarten ein *„Programm nah am Bürger, abseits des Mainstreams“* und, dass die Bürgersender *„den Bürgern einen Zugang zu Medien und Mitgestaltungsmöglichkeiten bieten.“* Neben diesen neutralen Antworten gibt es auch einige sehr kritische Äußerungen. Sie beziehen sich vor allem auf die geringe Innovationsbereitschaft der Sender und den Umgang der Hauptamtlichen mit den Ehrenamtlichen. Ein Befragter gibt diesbezüglich an: *„Interessierte Bürger zur Mitarbeit ermutigen und unterstützen. War bei mir nicht der Fall – der Leiter des Bürgerfunks hat mich immer wieder niedergemacht.“* Ein anderer Teilnehmer stellt folgende Erwartungen an seinen Bürgersender: *„Sich intensiver um die Ehrenamtlichen kümmern, viel innovativer sein und mehr Ideen in den Sender einbringen und weniger einfach nur verwalten“.* Hierzu passt auch ein Statement eines anderen Befragten, der sich hinsichtlich seiner Erwartungen an den Bürgersender wie folgt äußert:

„[...] Ich würde mir mehr Interesse des Vereins für die Nutzer:innen wünschen. Der Verein ist sehr starr und (nennen wir es politisch korrekt und freundlich) traditionell ausgerichtet. Ideen und Modernisierung werden beinahe gänzlich ausgegrenzt. Das ist meines Erachtens das Gegenteil von Medienkompetenz und ‚Bürgernähe‘.“

Im Hinblick auf die motivationalen Beweggründe der Ehrenamtlichen zeigt sich ein vielschichtiges Motivbündel. Das stärkste Motiv stellt dabei der Spaß an der Produktion (sehr wichtig = 85,3%; eher wichtig 11,8%) dar (siehe Abbildung 10), gefolgt von den Motiven andere unterhalten zu wollen (sehr wichtig = 61,8%; eher wichtig = 26,5%) und über Themen zu berichten, die einem persönlich wichtig sind (sehr wichtig = 47,1%; eher wichtig = 29,4%). Des Weiteren werden das Trainieren von Fähigkeiten (sehr wichtig = 32,4%; eher wichtig = 32,4%), eine sinnvolle Freizeitgestaltung (sehr wichtig = 30,9%; eher wichtig = 38,2%) sowie das Berichten über Lokales/ Regionales (sehr wichtig = 30,9%; eher wichtig = 27,9%) von den Befragten als Gründe für ihr ehrenamtliches Engagement genannt. Zu den weniger relevanten Motiven zählen hingegen die Berufsvorbereitung und das Erlangen von Qualifikationen (eher unwichtig = 30,9%; unwichtig = 42,6%) sowie das Gewinnen von Ansehen und Einfluss (eher unwichtig = 27,9%; unwichtig = 44,1%). Weiteren Motiven, die von den Ehrenamtlichen im offenen Textfeld genannt wurden, sind:

- Plattform für Kulturschaffende der Region bilden
- Bürgerfunk für Menschen attraktiv machen
- Bürgerfunk bekannter machen
- Die Kirche auf andere, moderne Art ins Gespräch bringen
- Gemeinschaft pflegen
- Kreative Beschäftigung nach der Pensionierung

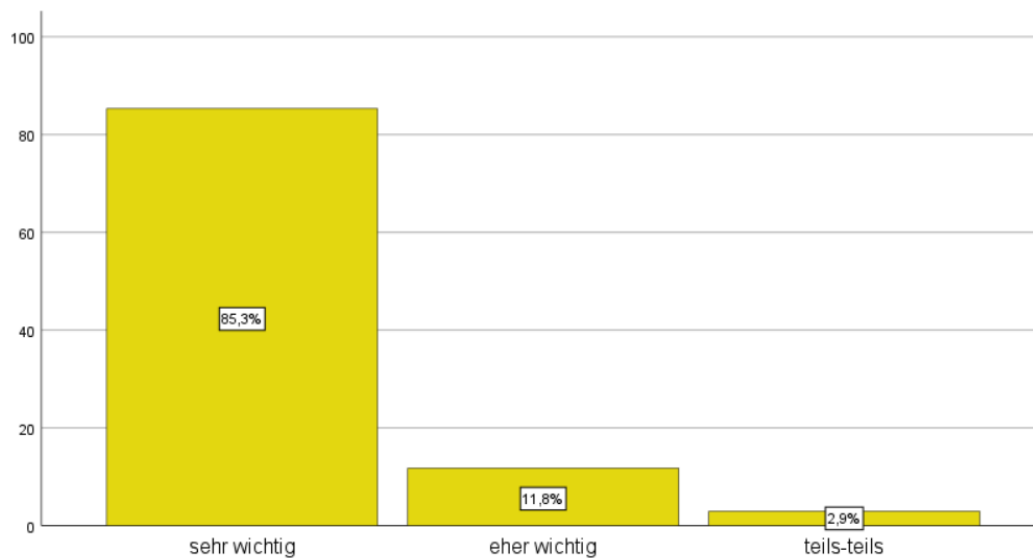


Abbildung 10: Spaß an der Produktion als Hauptmotiv der Ehrenamtlichen (SPSS)

Die Mehrheit der Befragten möchte ein möglichst breites Publikum erreichen (63,2%). 23,5 Prozent wollen zudem ein bestimmtes Publikum erreichen. Nur 2,9 Prozent der Befragten ist es nicht so wichtig, jemanden mit der eigenen Sendung zu erreichen. Diejenigen, die ein bestimmtes Publikum erreichen wollen, geben vorrangig spezielle Interessengruppen (17,6%) sowie kulturell Interessierte/Künstler (17,6%) als Zielgruppe an. Die Ehrenamtlichen wollen mir ihrer Arbeit vor allem neutral und präzise informieren (stimme zu = 45,6%; stimme eher zu = 20,6%) sowie Spannung und Unterhaltung bieten (stimme zu = 41,2%; stimme eher zu = 26,5%). Politisch motivierte Ziele, darunter Politiker kontrollieren und kritisieren (stimme eher nicht zu = 20,6%; stimme nicht zu = 44,1%) oder die politische Tagesordnung beeinflussen (stimme eher nicht zu = 19,1%; stimme nicht zu = 47,1%), scheinen hingegen keine nennenswerte Rolle zu spielen. Überraschend scheint, wie auch zuvor bereits angemerkt, dass auch das Ziel, den eigenen Verein vorzustellen (stimme eher nicht zu = 20,6%; stimme nicht zu = 45,6%), keine Rolle zu spielen scheint, obwohl sich 66,2 Prozent der Befragten auch außerhalb des Bürgerfunks ehrenamtlich engagieren.

6.1.4 Betreuung und Arbeitszufriedenheit

Im weiteren Verlauf der Online-Befragung wurden die Ehrenamtlichen zudem zu ihren Erwartungen und ihrer Arbeitszufriedenheit befragt. Die Befragten geben in diesem Zusammenhang an, dass sie von den Hauptamtlichen vor allem eine Einweisung in die Technik (stimme zu = 70,6%; stimme eher zu = 11,8%) und Unterstützung im technischen Bereich (stimme zu 69,1%; stimme eher zu 11,8%) erwarten. Jegliche Unterstützung, die einen direkten Einfluss auf die eigene Produktion hat, darunter Unterstützung bei der Themenfindung (stimme eher nicht zu = 30,9; stimme nicht zu = 33,9%), beim Inhalt (stimme eher nicht zu

32,4%; stimme nicht zu = 29,4%) und im Bereich Text/Sprache (stimme eher nicht zu = 22,1%; stimme nicht zu = 26,5%), wird von den Ehrenamtlichen hingegen nicht erwartet oder gewünscht. Im weiteren Verlauf des Fragebogens wurden die Ehrenamtlichen zudem danach gefragt, welche Bilanz sie im Hinblick auf ihre Arbeit in den Bürgersendern ziehen. Hier zeigt sich, dass die Befragten vor allem Ideen verwirklichen konnten (stimme zu = 86,8%), neue Leute kennengelernt haben (stimme zu 69,1%) und besser mit Radio- oder Fernsehtechnik umzugehen wissen (stimme zu = 66,2%).

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Online-Befragung eine hohe Zufriedenheit der Ehrenamtlichen des niedersächsischen Bürgerrundfunks mit den Arbeitsbedingungen, darunter beispielsweise Lage des Studios, beziehungsweise Senders (sehr zufrieden = 64,7%; eher zufrieden = 25%), Zugang zu Geräten (sehr zufrieden = 54,4%; eher zufrieden = 32,4%), Sendezeiten (sehr zufrieden = 52,9%; eher zufrieden = 30,9%), Umgang der Hauptamtlichen mit den Ehrenamtlichen (sehr zufrieden = 47,1%; eher zufrieden = 38,2%) sowie Betreuung (sehr zufrieden = 45,6%; eher zufrieden = 38,2%). Weniger zufrieden sind die Ehrenamtlichen hingegen mit den weiterführenden Kursangeboten (sehr zufrieden = 13,2%; eher zufrieden = 20,6%) und der Öffentlichkeitsarbeit (sehr zufrieden = 14,7%; eher zufrieden = 30,9%) der Bürgersender. Des Weiteren zeigt sich eine insgesamt hohe Zufriedenheit mit dem Programm in Bezug auf Aktualität (sehr zufrieden = 36,8%; eher zufrieden = 50%), Vielfalt der Themensendungen (sehr zufrieden = 32,4%; eher zufrieden = 48,5%) und Informationsqualität (sehr zufrieden = 27,9%; eher zufrieden = 51,5%). Die Mehrheit der Ehrenamtlichen bewertet das Sendeangebot zudem als eher gut (57,4%). 98,5 Prozent der Befragten würden die Abschaffung ihres Bürgersenders bedauern, weshalb sich auch 94,1% an Aktivitäten zum Erhalt des Senders beteiligen würden.

Nichtsdestotrotz haben die Ehrenamtlichen zahlreiche Verbesserungsvorschläge in dem offenen Textfeld geäußert, darunter:

- bessere Aus- und Weiterbildung
- bessere Bewerbung der Sendungen
- bessere Geräte
- digitale Transformation
- mehr Hauptamtliche
- mehr Kontakt zu anderen Ehrenamtlichen
- den Sender inklusiver und barrierefreier machen
- jüngere Menschen gewinnen, mehr Diversität
- mehr Social Media Präsenz, bessere Homepage

In Bezug auf die Innovationsbereitschaft der Bürgersender äußerte sich ein Teilnehmer wie folgt: *„Das Problem ist [...], dass der Sender/Verein offenkundig kein Interesse hat, den Bürgerfunk präserter darzustellen [...] heutzutage benutzt jeder Smartphone und Internet. Dort sollten Informationen bereitgestellt werden.“* Und führt weiter aus *„als wären sie gestern erst vom Baum gefallen und nicht seit über 25 Jahren auf Sendung. Die Internetseite ist weit davon entfernt, irgendeine ‚Aufgabe‘ zu erfüllen – und Hilfe wird abgelehnt [...]“*. Auch wenn die Mehrheit der Befragten mit dem Umgang der Hauptamtlichen mit den Ehrenamtlichen sehr zufrieden (47,1%) oder eher zufrieden (38,2%) ist, so bezieht sich doch ein Großteil der Verbesserungsvorschläge auf die Beziehung zwischen den Hauptamtlichen und den Ehrenamtlichen. Ein Teilnehmer wünscht sich diesbezüglich *„ein besseres Miteinander zwischen Hauptamtlichen Redakteuren und Ehrenamtlichen“*, andere Teilnehmer zeigen sich zudem frustriert: *„Was nützt der Einsatz, wenn er ignoriert und abgelehnt wird?“* oder beklagen, *„dass die Hauptamtlichen einen nicht so arrogant behandeln“* sollten. Um ein besseres Miteinander zwischen den Haupt- und Ehrenamtlich zu fördern, schlägt ein Teilnehmer vor *„Eventuell mal gemeinsame Veranstaltungen der Ehrenamtlichen und der Hauptamtlichen – sicherlich aufgrund einer Terminfindung schwierig – aber man sollte sich etwas kennen, wenn man regelmäßig für den Sender produziert“*.

6.1.5 Soziodemographische Merkmale

Im Hinblick auf die soziodemographischen Merkmale der Ehrenamtlichen zeigen die Ergebnisse der Online-Befragung ein ungleiches Geschlechterverhältnis (männlich = 72,1%; weiblich = 26,5%). Hinsichtlich der Altersverteilung zeigt sich eine große Spannweite: Der jüngste Befragte ist 20 Jahre alt, der älteste Befragte 85 Jahre alt. Die meisten Befragten stammen aus der Altersklasse der 50- bis 60-Jährigen (30,9%), gefolgt von den 60- bis 70-Jährigen (22,1%). Auch die Altersklasse 70+ ist mit 17,6 Prozent vertreten. Die 20- bis 30-Jährigen machen hingegen nur 10,3 Prozent der Befragten aus. Die Befragten sind zudem mehrheitlich formal hoch gebildet. 13,2 Prozent besitzen die Fachhochschulreife, 14,7 Prozent das Abitur und 51,5% haben Fachhochschul- oder Hochschulabschluss. Der Großteil der Ehrenamtlichen ist zudem erwerbstätig (44,1%) oder in Rente (41,2%) (siehe Abbildung 11). Lediglich 10,3 Prozent befinden sich in einer schulischen oder beruflichen Ausbildung oder einem Studium der folgenden Fachrichtungen:

- Geschichte
- Kulturwissenschaften
- Digital Humanities
- Maschinenbau

- Politikwissenschaften
- Soziologie
- Germanistik

Interessanterweise ist unter den Studierenden niemand dabei, der für einen Studiengang im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft oder Journalistik eingeschrieben ist. Unter den Erwerbstätigen arbeitet die Mehrheit in einem angestellten Verhältnis (26,5%). Die Befragten hatten zudem die Möglichkeit ihre genau Job-Bezeichnung in einem offenen Textfeld anzugeben. Auffällig ist hier, dass besonders viele angeben, im sozialpädagogischen Bereich zu arbeiten. Andere Berufe sind:

- Ingenieur
- Lehrer
- PR- und Marketing-Mitarbeiter
- Informatiker
- Industriekaufmann
- Musiker
- Podcast-Produzent

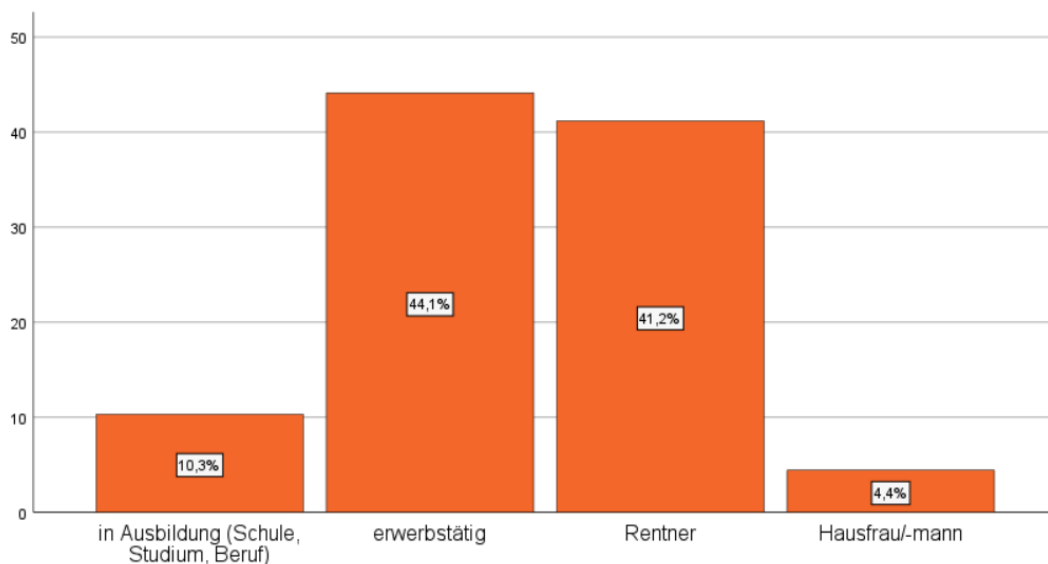


Abbildung 11: Stellung der Ehrenamtlichen im Erwerbsleben (SPSS)

Die Ergebnisse zeigen weiter, dass Menschen mit Migrationshintergrund in den Bürgersendern unterrepräsentiert sind (2,9%), ebenso wie Arbeitslose. Sie waren gar nicht in der Stichprobe enthalten. Die Mehrheit der Ehrenamtlichen gibt im Hinblick auf die Religionszugehörigkeit an, dem Christentum (47,1%) anzugehören.

6.2 Ergebnisse der qualitativen Befragung

Im Nachgang an die überwiegend quantitative Online-Befragung wurden insgesamt fünf qualitative Interviews mit Geschäftsführern und Redaktionsleitern niedersächsischer Bürgersender sowie einem Mitarbeiter der Niedersächsischen Landesmedienanstalt geführt. Den Teilnehmern wurden in den Gesprächen die relevantesten Erkenntnisse aus der Online-Befragung zurückgespiegelt. Nachstehend werden nun die zentralsten Ergebnisse aus den qualitativen Interviews dargestellt und den Befunden aus der Online-Befragung gegenübergestellt.

6.2.1 Rekrutierung und Ehrenamt

Im Rahmen der qualitativen Befragung wurden die Teilnehmer zunächst dazu befragt, warum es aus ihrer Sicht seit mehr als zwanzig Jahren keine Forschung mehr zu den Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk gegeben hat. T1 gibt diesbezüglich an, dass die Bürgersender vor zwanzig Jahren ihre Hochzeit gehabt hätten und danach niemand mehr die Strukturen hinterfragt hätte (Z. 15-18). Laut T3 (Z. 1174), T4 (Z. 1762-1764) und T5 (Z. 2243-2245) könnten zudem die hohen Kosten ein Grund dafür sein, warum bislang nicht wieder zu den Ehrenamtlichen geforscht wurde. T3 betont zudem, dass die Niedersächsische Landesmedienanstalt, im Hinblick auf die publizistischen Ziele des Gesetzgebers, im Laufe der Zeit andere Forschungsschwerpunkte gesetzt habe und sich, anstatt auf die Ehrenamtlichen, mehr auf das Produkt in Form von Programm- und Reichweitenanalysen fokussiert habe (Z. 1167-1172). Auf die Frage, wie gut die Teilnehmer die Ehrenamtlichen in ihrem Sender kennen, geben alle Gesprächspartner an, die Ehrenamtlichen persönlich zu kennen (T1, Z. 34-36; T2, Z. 634-638; T4, Z. 1767-1769; T5, Z. 2254-2256).

Außerdem zeigen sich Übereinstimmungen mit den Ergebnissen der quantitativen Online-Befragung im Hinblick auf das ehrenamtliche Engagement: 1/3 der Befragten hat demnach schon einmal darüber nachgedacht, dass Ehrenamt in den Bürgermedien wieder aufzugeben (siehe Kapitel 6.1.1). T4 stellt fest, dass es im Grunde drei unterschiedliche Gruppen von Ehrenamtlichen gibt: Die erste Gruppe bestehe dabei aus Ehrenamtlichen, die schon immer dabei waren und sehr engagiert seien, die zweite Gruppen würde zwar eine Zeit lang aktiv Sendungen produzieren, dann aber nach einer Weile wieder aufhören und die dritte Gruppe würde bereits nach einer Sendung merken, wie viel Aufwand dahintersteckt und die Produktion deshalb nicht fortführen (Z. 1794-1803). Diese Beobachtungen kann auch T5 bestätigen (Z. 282-2284). Solch ein kurzfristiges Engagement sei laut Aussagen von T1 (Z. 79-81) und T5 (Z. 2288-2292) vor allem bei Studierenden zu beobachten, da diese nach dem Studium häufig die Stadt verlassen und damit einhergehend auch ihre Sendung im Bürgersender aufgeben würden. T2 (Z. 652-661) und T3 (Z. 1225-1231) geben an, auch in anderen Bereichen

außerhalb der Bürgermedien einen Rückgang des langfristigen Engagements zu beobachten. Sie würden stattdessen einen Trend zum temporären, projektbezogenen Engagements wahrnehmen. Für T3 ist es demnach ausschlaggebend, dass sich die Ehrenamtlichen mit der Institution der Bürgermedien identifizieren, damit es gelingt, sie langfristig an den Sender zu binden (Z. 1225-1231). Im Zusammenhang mit dem ehrenamtlichen Engagement in den Bürgersendern, schildern T2 (Z. 652-661) und T5 (Z. 2328-2334) zudem die Problematik, dass es schwierig sei, Menschen für andere Tätigkeiten als das Moderieren zu gewinnen, sprich für all diejenigen Dinge, die eher im Hintergrund laufen, wie beispielsweise Schnitt oder Veranstaltungstechnik:

„[...] da müssen wir tatsächlich zum Beispiel, würde ich sagen, bei uns sehr stark ansetzen, dass wir einfach gezielter noch Leute bekommen, die jetzt sich nicht in einer Sendung produzieren wollen, sondern die auch bereit dazu sind, etwas anderes ganz anderes zu machen, zum Beispiel Veranstaltungstechnik oder sowas.“ (T5, Z. 2331-2334).

Dies zeigte sich auch in der quantitativen Online-Befragung: Hier gaben 77,9 Prozent der Befragten an, dass das Moderieren ihre häufigste Tätigkeit darstellt (siehe Kapitel 6.1.2). Um das Ehrenamt in den Bürgermedien attraktiver zu machen, bieten T1 (Z. 40-43), T4 (Z. 1778-1783) und T5 (Z. 2263-2268) daher sogenannte „Nutzertreffen“ an, zu denen alle Ehrenamtlichen eingeladen werden und bei denen sie ihre Themen besprechen können. Auch seien diese Treffen dazu da, um in den Austausch mit den Ehrenamtlichen zu gelangen und um sich darüber zu erkundigen, was gut und was schlecht läuft. Bei T1 (Z. 332-333) finden diese Treffen monatlich, bei T4 (Z. 1778-1783) hingegen nur einmal jährlich statt. Im Sender von T5 gibt es darüber hinaus auch „Aktiventreffen“ bei denen alle Haupt- und Ehrenamtlichen zusammenkommen, darunter auch Vereinsmitglieder (Z. 2263-2268). Im Sender von T1 (Z. 85-89) und T2 (Z. 698-710) gibt es zudem seit kurzem „Zukunftsworkshops“, zu denen sich Haupt- und Ehrenamtliche treffen, um darüber zu diskutieren, wie man den Sender gemeinsam neu erfinden und weiter vorantreiben kann. Als weitere Maßnahmen, um die Attraktivität der Bürgersender wieder zu steigern, nennen T1 (Z. 109-111) und T2 (Z. 713-716) Sommer- oder Weihnachtsfeste. Zudem versuche man durch eine Social Media Initiative im Sender von T1 auch jüngere Menschen auf sich aufmerksam zu machen (Z.119-120). Neuerdings würden laut T1 auch die Ehrenamtlichen fest in die Social Media Kanäle integriert und dort in kurzen Videos vorgestellt werden. Damit wolle man den Ehrenamtlichen ein Gesicht geben:

„[...] wir wollen halt Social Media komplett neu denken und tatsächlich wollen wir ja auch neue Leute werben, damit das auch für Jüngere attraktiver wird, die vielleicht auch

gar nicht wissen, dass es die Möglichkeit gibt zum Bürgerfernsehen zu gehen und da haben wir das quasi so gemacht, dass wir auch unsere Ehrenamtlichen vorstellen. Also immer, wenn die hierherkommen oder mit uns drehen oder wie auch immer, dass wir die dann direkt quasi mitnehmen und sagen: Okay hier warum machst du eigentlich das Ehrenamt bei uns? Und da sind in den letzten Wochen und Monaten viel Material zusammengekommen und ja die Leute haben halt auch ein Gesicht. Ich finde das ist immer wichtig diese persönliche Ebene auch zu erreichen, so ey da macht so eine mit wie du und ich. [...] Ich glaube das ist halt auch noch so eine Sache sich damit zu identifizieren und zu sagen Ah cool, die kenn ich sogar oder so.“ (T1, Z. 119-130)

Der Sender von T2 befindet sich zudem gerade in der Neuausrichtung, die sowohl inhaltlich, konzeptionell, strukturell und personell vollzogen wird (Z. 668-673). Um neue Anreize für ein Ehrenamt im Bürgersender zu setzen, sei ein sogenanntes „Tutorial-Studio“ in der Planung, in welchem die Ehrenamtlichen Aufnahmen von sich mit dem Handy produzieren können (Z. 675-689). Man wolle sich durch diese Maßnahme also an die heutigen Mediennutzungsgewohnheiten anpassen. Auf die Frage, warum die Bürgermedien auch in Zeiten von YouTube noch ihre Daseinsberechtigung haben, gibt T1 an, dass die Bürgermedien Hilfestellungen bei der Medienproduktion sowie Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen bieten würden und zudem ein wichtiger Teil der Demokratie seien (Z.139-165). Auch T2 (Z. 720-725) und T3 (Z. 1259-1264) weisen auf die Wichtigkeit der Kompetenzvermittlung der Sender hin. T3 hebt zusätzlich die Bildungsfunktion der Bürgermedien hervor und betont, dass viele Bürgersender inzwischen auch Ausbildungssender seien (Z. 1283-1291). Für T4 schaffen die Bürgermedien zudem eine Verbindlichkeit für die Produzenten (durch feste Sendeplätze), sie es so bei YouTube nicht gäbe (Z. 1829-1833). Außerdem argumentiert T4 zusätzlich aus Sicht der älteren Hörschaft und gibt diesbezüglich an, dass es für diese Zielgruppe niederschwelliger sei, das Radio einzuschalten, anstatt Inhalte im Internet zu rezipieren (Z. 1838-1843).

6.2.2 Vorerfahrungen, Motive und Redaktionsalltag

Da die zuvor aufgestellte Hypothese *H2b: Die Vorerfahrungen der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind abhängig vom Medium*, im Rahmen der statistischen Auswertung der überwiegend quantitativen Online-Befragung nicht überprüft werden konnte (siehe Kapitel 7), wurde sie zusätzlich mit in den Leitfaden der qualitativen Interviews aufgenommen. Es wurde konkret danach gefragt, ob Radio und Fernsehen jeweils unterschiedliche Typen von Ehrenamtlichen anziehen. Hier zeigt sich, dass sowohl T1 (Z. 207), T4 (Z. 1853-1855) und T5 (Z. 2558-2563) keine Beobachtungen diesbezüglich machen konnten. T2 vermutet jedoch, dass man beim Fernsehen ein höheres Sendebewusstsein braucht (Z. 757-

767) und möglicherweise eher in der Gruppe zusammenarbeiten müsse, um die Technik bedienen zu können, die es für solch einen Fernsehbeitrag braucht (T5, Z. 2558-2563). Im Radio komme es hingegen mehr auf die Stimme an (T5, Z. 2558-2563).

Im Hinblick auf die motivationalen Beweggründe der Ehrenamtlichen, zeigen die Ergebnisse der quantitativen Online-Befragung, dass der Spaß an der Produktion (sehr wichtig = 85,3%; eher wichtig 11,8%) das stärkste Motiv der Ehrenamtlichen darstellt, gefolgt von dem Motiv, andere unterhalten zu wollen (sehr wichtig = 61,8%; eher wichtig = 26,5%). Die Ehrenamtlichen wollen mir ihrer Arbeit zudem neutral und präzise informieren (stimme zu = 45,6%; stimme eher zu = 20,6%) sowie Spannung und Unterhaltung bieten (stimme zu = 41,2%; stimme eher zu = 26,5%). Politisch motivierte Ziele spielen hingegen kaum eine Rolle (siehe Kapitel 6.1.3). Diese Motive konnten alle Teilnehmer im Rahmen der qualitativen Interviews bestätigen (T1, Z. 223; T2, Z.828; T3, Z. 1401-1405; T4, Z. 1988; T5, Z. 2432).

Da die Ergebnisse der quantitativen Online-Befragung zeigen, dass die Mehrheit der Ehrenamtlichen (69,1%) ohne journalistische Vorerfahrungen in den Sender kommt und (siehe Kapitel 6.1.2) und in diesem Zusammenhang interessanterweise auch bei den teilnehmenden Studierenden niemand für einen Studiengang im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft oder Journalistik eingeschrieben war (siehe Kapitel 6.1.5), hat die Autorin der vorliegenden Arbeit in den qualitativen Interviews noch einmal vertiefend danach gefragt, ob die Bürgermedien von jungen Erwachsenen heutzutage noch als Sprungbrett in den professionellen Journalismus genutzt werden. Hier zeigt sich, dass im Sender von T1 und T2 die wenigsten nach einer Karriere im professionellen Journalismus streben, sondern sich vor allem junge Menschen mit einem technischen Interesse, beispielsweise Studierenden aus dem IT-Bereich, für die Arbeit in den Bürgermedien interessieren:

„Wir haben auch Studenten von der TU, die kommen aus allen möglichen Fachrichtungen tatsächlich. Bereich IT, Technik, Elektrotechnik, wie auch immer. Die kommen aus ganz unterschiedlichen Fachbereichen und die finden sich in einer AG zusammen, die dann quasi Produktionen macht, Live-Veranstaltungen mitnimmt und das ist auch super cool, weil deren Knowhow ist in verschiedenen Bereichen und es bündelt sich halt einfach in der Medienproduktion“ (T1, Z. 281-286).

Mögliche Gründe für ein Ausbleiben des journalistischen Nachwuchses sieht T3 darin, dass die Bürgermedien bei den Jüngeren heutzutage ein schlechtes Image hätten (Z. 1316-1322). Einige Teilnehmer geben wiederum an, dass sie Kooperationen mit Hochschulen pflegen würden (T4, Z. 1947; T5, Z. 2382-2385), weshalb Studierende den Sender durch Praktika oder eine freie Mitarbeit als Sprungbrett in den professionellen Journalismus nutzen würden. Interessanterweise arbeiten die Studierenden laut Aussagen von T4 (Z. 1952-1956) und T5

(Z. 2387-2391) jedoch fast ausschließlich in der Hauptamtlichen Redaktion und gehen keiner ehrenamtlichen Tätigkeit im Bereich der offenen Sendeplätze nach.

Im weiteren Verlauf der qualitativen Interviews ließen sich weitere Übereinstimmungen mit den Ergebnissen der quantitativen Online-Befragung feststellen, wonach die Ehrenamtlichen mehrheitlich alleine produzieren (siehe Kapitel 6.1.2). Anders als durch T3 (Z. 1421-1425) angenommen, zeigt sich, dass die Gruppenarbeit trotz der arbeitsteiligen Produktion, auch im Bürgerfernsehen eher selten stattfindet (T1, Z. 307-314; T2, Z. 842-849). Laut der Teilnehmer seien die Ehrenamtlichen größtenteils Einzelkämpfer (T1, Z. 330-338; T3, Z. 1436-1444; T4, Z. 2005-2007; T5, Z. 2458-2459), die sich entweder nicht in ihr Konzept reinreden lassen wollen oder aber sich nicht für den Sender als Institution interessieren würden. T5 gibt in diesem Zusammenhang an:

„das war ja auch im Grunde meine eigene Einstellung, als ich angefangen habe. Also bevor ich hier gearbeitet habe, war ich auf den offenen Sendeplätzen und es hat mich auch nur so mäßig interessiert tatsächlich. Also mich hat Radio interessiert, mich hat das Produzieren interessiert und auch Sendung zu machen, aber ich habe tatsächlich so in den ersten Jahren nicht viel mitbekommen von dem, was drum herum war“ (Z. 2539-2543)

Zudem sieht T3 auch in dem Individualisierungstrend eine mögliche Ursache dafür, dass die meisten Ehrenamtlichen ihre Sendungen alleine produzieren wollen (Z. 1431-1433). Um eine Zusammenarbeit im Sender zu stärken, gibt T2 an, dass es sogenannte Co-Produktionen zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen geben würde (Z. 854-870). Laut T1 versuche man zudem über die „Zukunftsworkshops“ die Menschen zusammenzubringen (Z. 439-447).

Weitere Gemeinsamkeiten zwischen den Ergebnissen der quantitativen Online-Befragung und der qualitativen Interviews zeigen sich auch im Hinblick auf die Produktionsroutinen der Ehrenamtlichen. Die Befunde der Online-Befragung deuten darauf hin, dass viele Ehrenamtliche von zu Hause produzieren (siehe Kapitel 6.1.2). Dies bestätigen auch T1 (Z. 351-352) und T2 (Z. 898-902). Laut T2 seien die früheren Arbeitsplätze im Sender wenig einladend gewesen. Auch Zeitersparnis, hohe Spritkosten und die Corona-Pandemie werden als Gründe für das Produzieren zu Hause genannt, ebenso wie fehlende Mobilität älterer Produzenten. T3 gibt zudem an: *„Man nimmt diese Institution wohl als Dienstleister wahr, aber ansonsten will man da gar nichts mit zu tun haben“ (Z. 1641-1642)*. T5 betont jedoch, dass es dennoch Ehrenamtliche gebe, die immer in den Sender kommen würden, da sie den Kick von Live-Sendungen erleben wollen würden (Z. 2354-2362). Auch T4 weist darauf hin, dass viele Ehrenamtliche auch die Infrastruktur des Senders vor Ort nutzen würden. Dies wurde insbesondere durch eine Vertrauenskultur gefördert: *„Also wir haben unheimlich viele Schlüssel auch*

vergeben, also da ist ein unheimliches Vertrauensverhältnis, so, dass sie hier dann abends und auch am Wochenende, wenn wir Festangestellten hier nicht sind, hier quasi rein und rausgehen und die ganze Infrastruktur benutzen“ (T4, Z. 2033-2036).

6.2.3 Betreuung und Arbeitszufriedenheit

Die Teilnehmer der qualitativen Interviews wurden im weiteren Verlauf des Gesprächs auch dazu befragt, wie das Betreuungsangebot in ihren Sendern gestaltet ist. Hier geben die Befragten an, dass sie die Ehrenamtlichen bei der Aufzeichnung ihrer Sendungen unterstützen sowie eine technische und inhaltliche Betreuung gewährleisten (T2, Z. 908-912; T4, Z. 2048-2050; T5, Z. 2594-2599). Zum Betreuungsangebot der Bürgersender gehört auch, dass neue Ehrenamtliche angeleitet werden (T2, Z. 915-921; T5, Z. 2594-2599) und im weiteren Verlauf durch regelmäßige Schulungen die Möglichkeit zur Weiterbildung erhalten (T5, Z. 2590-2591). Ein Anreiz stellt hier das Bürgerfunkzertifikat dar, welches Ehrenamtliche nach der Teilnahme an einer gewissen Anzahl von Schulungen erhalten. Im Zusammenhang mit der Betreuung in den Bürgersendern wurden die Teilnehmer auch mit den kritischen Äußerungen der Ehrenamtlichen konfrontiert (siehe Kapitel 6.1.3) und gebeten, Stellung zu diesen Aussagen zu beziehen. Ein Umfrageteilnehmer hatte beispielsweise geäußert: *„Ich würde mir mehr Interesse des Vereins für die Nutzer:innen wünschen“*. Laut einem anderen Teilnehmer solle der Bürgersender: *„Interessierte Bürger zur Mitarbeit ermutigen und unterstützen. War bei mir nicht der Fall – der Leiter des Bürgerfunks hat mich immer wieder niedergemacht“*. Ein anderer wünscht sich: *„[...] , dass die Hauptamtlichen einen nicht so arrogant behandeln“*. Gründe für derartige Äußerungen sieht T2 in der fehlenden Empathie seitens der Hauptamtlichen oder dem Fehlen einer zwischenmenschlichen Chemie begründet (Z. 934-950). Allerdings gäbe es laut T2 auch beratungsresistente und nicht kritikfähige Ehrenamtliche. T1 betont zudem, dass mangelnde Ressourcen möglicherweise den Anschein von mangelndem Interesse erwecken könnten (Z. 409-411). Oftmals fehle zudem ein gegenseitiges Verständnis (T1, Z. 424-438). Daher sei laut Aussagen von T1 (Z. 457-461), T2 (Z. 934-939) und T4 (Z. 2079-2084) die Kommunikation zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen zentral. Diese wolle man durch die sogenannten „Zukunftswerkshops“ stärken, in denen man gemeinsame Überlegungen zur Zukunft des Bürgersenders anstellt und somit die Verbesserungsvorschläge der Ehrenamtlichen berücksichtigt (T1, Z. 439-447). Laut T3 (Z. 1573-1576) und T5 (Z. 2650-2655) handle es sich bei diesen kritischen Äußerungen jedoch um Einzelaussagen, welche mit Vorsicht zu genießen seien: *„Das sind halt Einzelaussagen, und um sie qualifiziert kommentieren zu können, müsste man wissen, was ist eigentlich der Hintergrund. Was war der Konflikt, dass man zu solchen Einschätzungen kommt“ (T3, Z. 1574-1576).*

Im Rahmen der quantitativen Online-Befragung wurden die Ehrenamtlichen zudem nach allgemeinen Verbesserungsvorschlägen gefragt (siehe Kapitel 6.1.4). Ein Wunsch, der in diesem Zusammenhang häufig genannt wurde, war, dass sich die Ehrenamtlichen einen engeren Kontakt zu den Hauptamtlichen wünschen (siehe Kapitel 6.1.4). Die Teilnehmer der qualitativen Interviews wurden daher auch mit diesem zentralen Wunsch konfrontiert. T1 (Z. 478-485) und T4 (Z. 2113-2116) geben diesbezüglich an, diesen Wunsch auch wahrzunehmen. T1 (Z. 494-499) und auch T5 (Z. 2698-2700) veranstalten daher regelmäßige Sommer- oder Weihnachtsfeste in ihrem Sender, um eine engere Bindung zu den Ehrenamtlichen aufzubauen. Sehr innovativ erscheint zudem ein Ansatz aus dem Sender von T1 und T2. Hier plane man die Errichtung eines Newsdesk, um Haupt- und Ehrenamtliche zusammenzubringen:

„Was wir aktuell machen, was so auch bei keinem anderen Bürgerfernsehsender passiert ist, dass wir ein News Room einrichten, wie es halt in klassischen Nachrichtenredaktionen der Fall ist, um hier einfach vernetzter sein zu können und was das schon gezeigt hat, ist zum einen, dass hier auch Ehrenamtliche reinkommen und sagen ah das ist ja cool was hier passiert, das ist interessant, ich würde hier gerne mitarbeiten und gucken wie das funktioniert. Also die Leute auch von zuhause rausholen und bei uns reinnehmen und denen zeigen, okay wie arbeiten wir.“ (T1, Z. 354-361)

Auch T2 ergänzt diesbezüglich: *„[...] ich gehe nur dahin, um etwas zu machen, wo ich mich wohlfühle, und wo es mir Freude macht und wo ich einen Mehrwert habe“ (Z. 894-895)*. In diesem Zusammenhang betonen insbesondere T4 und T5 (Z. 2714-2719), dass es keine zeitliche Schnittmenge zwischen den Hauptamtlichen und den Ehrenamtlichen geben würde, was persönliche Begegnungen im Sender erschweren würde:

„Den Wunsch nach mehr Kontakt zu Redaktion - das kann ich nachvollziehen, das ist aber einfach auch zeitliche Frage. Also wir haben da keine zeitliche Schnittmenge. Die Redaktion hat ja Schichtbetrieb, fängt morgens um 06:00 Uhr an und hört abends um 18:00 Uhr auf, dann fängt der Bürgerfunk an, also man begegnet sich da selten.“ (T4, Z. 2113-2116)

Trotz Unternehmungen seitens der Hauptamtlichen, den Kontakt zu den Ehrenamtlichen zu stärken, merken jedoch T1 (Z. 494-499), T4 (Z. 2120) und T5 (Z. 2703-2706) an, dass viele dieser Angebote schlussendlich nicht von den Ehrenamtlichen wahrgenommen werden würden, oder aber immer dieselben Leute daran teilnehmen würden. T2 äußert sich zudem wie folgt: *„Es gibt viele Menschen, die Anschluss suchen und gerne Kaffee trinken wollen und bei uns ist jeder Bürger und jede Bürgerin willkommen. Wir müssen aber den Fokus auch darauflegen, was unser Programmauftrag von uns verlangt, wofür wir da sind“ (Z. 986-989)*.

Ein weiterer Wunsch, den die Ehrenamtlichen im Rahmen der quantitativen Online-Befragung äußerten, war, dass die Sender ihre Innovationsbereitschaft und insbesondere ihre Social Media Präsenz erhöhen sollen (siehe Kapitel 6.1.4). Als Gründe, warum sich die Bürgermedien bislang nicht auf ihren Social Media Auftritt konzentriert haben, nennen T1 (Z. 520-525) und T5 (Z. 2764-2765) sowohl finanziellen als auch personellen Ressourcenmangel. Laut T2 hätten viele Sender zudem eine traditionelle Sichtweise:

„Ich war, ich glaube es war im Mai, bei der Jahrestagung des Bundesverbands Bürgermedien in Berlin und ja es gibt da solche Sender, die sich auch offensiv so dargestellt haben und gesagt haben, wir bleiben bei unserer traditionellen Sichtweise, wir strahlen nur im Kabelfernsehen aus, dafür werden wir gefördert und unterstützt, dafür bekommen wir Geld und wir haben zwar einen Facebook Account, aber wir konzentrieren uns nicht darauf, das ist uns egal.“ (Z. 1026-1031)

T1, T2 und T3 fordern jedoch ein Umdenken in den Bürgersendern. Im Sender von T1 und T2 erarbeite man daher gerade eine Social Media Agenda: *„Wir haben die Highlights der Woche, wir posten Teaser, auch von den Leuten, was machen wir hier eigentlich? Welche Beiträge gibt es?“* (T1, Z. 531-532). Auch der Sender von T4 ist im Social Media Bereich bereits breit aufgestellt und bespielen bereits die Kanäle Facebook und Instagram (Z. 2173-2175). Im Zusammenhang mit dem Social Media Auftritt der Sender, merken T4 (Z. 2163-2166) und T5 (Z. 2773-2776) jedoch an, dass von den Ehrenamtlichen kaum Content käme. Auch T1 äußert, dass die Ehrenamtlichen nicht nur Forderungen aufstellen können, sondern sich in der Konsequenz auch aktiv daran beteiligen mögen (Z. 538-545). T2 (Z. 1085-1088) und T3 verweisen zudem auf die Relevanz des Trägervereins und deren personelle Zusammensetzung, da von dieser die Innovationsbereitschaft der Sender abhängig sei. T3 gibt an:

„Wer sich da einen frischen Verein wünscht, sollte sich dann doch einfach mal überlegen: Hilfe ich nicht mit, diesen Verein zu organisieren? Ich glaube, so manch ein Vorstandsmitglied wäre vielleicht sogar froh, wieder rausgehen zu können und jüngeren Leuten auch mal das Feld zu überlassen, aber dazu muss man natürlich auch Bereitschaft haben.“ (Z. 1671-1675)

6.2.4 Soziodemographische Merkmale

Die Ergebnisse der quantitativen Online-Befragung zeigen, dass die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk mehrheitlich männlich und eher älter sind sowie eine formal höhere Bildung besitzen (siehe Kapitel 6.1.5). Dies bestätigen auch die Teilnehmer der qualitativen Interviews größtenteils (T1, Z. 575-581; T2, Z. 1117-1122; T5, Z. 2843-2847). Jedoch widersprechen sie diesem Befund insofern, als dass sie angeben, durchaus eine Vielfalt

unter den Ehrenamtlichen wahrzunehmen (T1, Z. 575-581; T2, Z. 1117-1122; T4, Z. 1884-1891; T5, Z. 2843-2847). Diese äußert sich insbesondere durch eine große Altersspanne der Ehrenamtlichen. Der Großteil der Teilnehmer gibt jedoch an, dass es für sie eine große Herausforderung darstelle, insbesondere Jugendliche für ein Engagement in den Bürgermedien zu gewinnen (T2, Z. 1128-1130; T4, Z. 1915-1916; T5, Z. 2848-2851). Mögliche Gründe werden unter anderem darin gesehen, dass die Jugendlichen Ganztagsunterricht haben, kein lineares Fernsehen rezipieren und zudem eine andere Art der Betreuung brauchen. Laut T4 könne man diese Zielgruppe daher nur über Projekte oder in ihrer Lebenswelt Schule erreichen (Z. 1921-1926). Eine mögliche Maßnahme, um diese Zielgruppe zu gewinnen, läge laut T1 daher in der Zusammenarbeit mit Schulen (Z. 606-612). T2 gibt zudem an, dass es wichtig sei, sich an das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen anzupassen (Z. 1143-1157). Der Sender plane daher ein „Tutorial-Studio“, wo Ehrenamtliche Aufnahmen mit dem Handy produzieren können:

„[...] wir richten ein Tutorial Studio ein. Das wird auch gerne als YouTube-Studio oder salopp formuliert auch als Quick and Dirty Studio betitelt bei uns intern. Da werden Ringlichter genutzt, da werden einfache Apparaturen benutzt, wo sie ihr Handy einklinken können, denn das Handyfilmen wollen wir forcieren und fokussieren.“ (T2, Z. 686-689)

Auch Menschen mit einer Behinderung seien nur schwer in den Sender zu integrieren, da keine Barrierefreiheit gegeben sei und auch Menschen mit Migrationshintergrund könne man, wenn überhaupt, nur durch eine direkte Ansprache gewinnen (T4, Z. 1921-1934). Insbesondere der Sender von T1 und T2 hat es sich daher zur Aufgabe gemacht, die Diversität im Sender zukünftig zu stärken. Sie haben die Charta der Vielfalt unterschrieben, um sich aktiv für die Vielfaltsförderung in ihrem Sender einzusetzen (T1, Z. 620-622). Allerdings sei es schwierig, bestimmte Gesellschaftsgruppen anzusprechen, ohne, dass dies plakativ wirke. Diese Problematik sieht auch T5:

„Ich habe mich jetzt aber mehr mit dieser Diversitätsgeschichte auseinandergesetzt und überlege und versuche da einfach mehr reinzubringen und das ist aber was, was auch einfach eine ganz andere Ansprache erfordert glaube ich. Also, dass wir konkret gucken müssen, wo sind denn - also das klingt ja natürlich ein bisschen blöd - wo sind denn diverse Leute, die wir ansprechen können, die vielleicht Interesse haben und die sollen ja auch bei uns mitmachen, weil sie Spaß haben und nicht, weil sie anders aussehen oder eine andere Hautfarbe haben oder so, sondern einfach nur gerne Radio machen“ (Z. 2864-2870)

Laut T3 (Z. 1742-1746) und T5 (Z. 2861-2874) sei die personelle Zusammensetzung in den Sendern insgesamt nur schwer steuerbar.

7 Diskussion

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der quantitativen Online-Befragung vor dem Hintergrund des aktuellen Forschungsstands diskutiert und eingeordnet. Im Rahmen dieser Diskussion werden zudem die von der Autorin aufgestellten Hypothesen auf ihre Gültigkeit überprüft und in der Folge entweder vorläufig verifiziert oder falsifiziert. Das Kapitel schließt mit einer kritischen Reflexion der vorliegenden Arbeit ab.

7.1 Interpretation und Hypothesentest

Mit Blick auf den Forschungsstand zeigt sich, dass die Befunde der vorliegenden Arbeit stark mit den Ergebnissen vorangegangener Untersuchungen übereinstimmen. Demnach erhalten die Ehrenamtlichen damals wie heute über soziale Kontakte, darunter Freunde, Bekannte oder Verwandte, Zugang zu ihrem Bürgersender (Lenk et al., 2001, S. 116; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 42; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 68; siehe Kapitel 6.1.1). Dies konnten bereits die Begleitstudien zu den damaligen Kabelpilotprojekten sowie die Untersuchungen in den 2000ern bestätigen (ebd.). Auch Untersuchungen zum ehrenamtlichen Engagements außerhalb der Bürgermedien konnten zeigen, dass soziale Interaktion den häufigsten Anstoß für ein Ehrenamt darstellt (Müller et al., 2017, S. 413). Die Hypothese *H1: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk gelangen mehrheitlich über Freunde, Bekannte oder Verwandte zu ihrem Bürgersender* kann daher vorläufig angenommen werden. Aufgrund der geringen Datengrundlage (N = 68) ist jedoch eine Überprüfung der Hypothese durch Anschlussforschung zwingend notwendig und eine vorläufige Verifizierung der Hypothese an dieser Stelle mit äußerster Vorsicht zu interpretieren. Diese Vorsicht gilt für alle nachstehenden Hypothesentests und wird daher im Folgenden nicht mehr gesondert erwähnt.

Zudem zeigen sich weitere Parallelen zu vorherigen Studien, die im Zeitverlauf beständig geblieben zu sein scheinen. Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit decken sich demnach mit den Befunden von Lenk et al. (2001, S. 120) sowie Rager & Rinsdorf (2000, S. 44), wonach weniger als die Hälfte der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk journalistische Vorerfahrungen mitbringt. Dies trifft auch auf die Ehrenamtlichen in dieser Ehrhebung zu (siehe Kapitel 6.1.2). Demnach geben rund 69 Prozent an, noch keine journalistischen Vorerfahrungen vor ihrer Tätigkeit im Bürgersender gesammelt zu haben. Die Hypothese *H2a: Die Mehrheit der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk kommt ohne journalistische Vorerfahrungen in den Bürgersender* kann daher vorläufig angenommen werden. Während eine frühere Studie zu den Ehrenamtlichen in Niedersachsen darüber hinaus zu dem Ergebnis kam, dass die Vorerfahrungen der Ehrenamtlichen sich je nach dem Medium

unterscheiden (Lenk et al., 2001, S. 151), kommt die vorliegende Arbeit hier zu keinem Ergebnis. Die Hypothese *H2b: Die Vorerfahrungen der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind abhängig vom Medium* konnte im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht überprüft werden. Zwar wurden entsprechende Kreuztabellen und Chi-Quadrat-Tests berechnet, um einen möglichen Zusammenhang zwischen den beiden Variablen zu identifizieren, es zeigte sich allerdings in allen Fällen, dass 2 Zellen (50%) eine erwartete Häufigkeit kleiner als 5 haben. Da jedoch maximal 20% zulässig sind, konnten an dieser Stelle die Voraussetzungen für einen Chi-Quadrat-Test nicht erfüllt werden. Zwar konnte ein hoch signifikanter Zusammenhang zwischen Vorerfahrungen im Bereich Kamera und dem Medium ($p = 0,003$) festgestellt werden (siehe Tabelle 4), auch hier hatten jedoch 25% der Zellen eine erwartete Häufigkeit kleiner als 5. Die Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests sind damit an dieser Stelle nicht verwertbar. Es lässt sich nur sagen, dass sich hier erste Anzeichen für einen möglichen Zusammenhang zwischen der Vorerfahrung Kamera und dem Medium Bürgerfernsehen erkennen lassen. Die dazugehörige Kreuztabelle zeigt demnach, dass 8,2 Prozent der Ehrenamtlichen aus dem Bürgerradio Vorerfahrungen im Bereich Kamera mitbringen (siehe Kapitel A.2). Bei den Ehrenamtlichen in den Bürgerfernsehsendern sind es hingegen 50 Prozent. Dieser mögliche Zusammenhang sollte jedoch zwingend durch Anschlussforschung überprüft werden und kann an dieser Stelle nicht bestätigt werden.

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	9,079 ^a	1	,003		
Kontinuitätskorrektur ^b	5,538	1	,019		
Likelihood-Quotient	6,098	1	,014		
Exakter Test nach Fisher				,019	,019
Zusammenhang linear-mit-linear	8,943	1	,003		
Anzahl der gültigen Fälle	67				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,72.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Tabelle 4: Chi-Quadrat-Tests: Vorerfahrung Kamera (aV) und Medium (uV) (SPSS)

Im Zeitvergleich und über alle vorangegangenen Untersuchungen hinweg, deuten die Ergebnisse darauf hin, dass die Ehrenamtlichen in den Bürgermedien aus verschiedensten Beweggründen ein ehrenamtliches Engagement aufnehmen (Lenk et al., 2001, S. 147; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 65; Sehl & Steinbrecher, 2014, S. 181; Volpers et al., 2006, S. 90f; Volpers & Werner, 2007, S. 66; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 63). Oft wird in der Forschung in diesem Zusammenhang daher von einem „Motivbündel“ gesprochen (Hacket & Mutz, 2002; Müller et al., 2017, S. 415). Trotz der Vielschichtigkeit der Motive kamen damalige Untersuchungen zu dem Schluss, dass insbesondere der Spaß an der Produktion das Hauptmotiv der Ehrenamtlichen darstellt (Lenk et al., 2001, S. 147; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 65; Sehl & Steinbrecher, 2014, S. 181; Volpers et al., 2006, S. 90f; Volpers & Werner, 2007, S. 66; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 63). Dies konnte auch in der vorliegenden Arbeit erneut bestätigt werden (siehe Kapitel 6.1.3). Die Hypothese *H3a: Spaß ist das Hauptmotiv der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk* kann daher vorläufig angenommen werden. Damit ergeben sich jedoch nicht nur Parallelen zu früheren Studien in den Bürgermedien, sondern auch zu den Ergebnissen des aktuellen Deutschen Freiwilligensurvey, denn auch in anderen Bereichen des Ehrenamts steht der Spaß an erster Stelle (Simonson et al., 2021b, S. 120). Anders als in vorherigen Untersuchungen hat jedoch das Motiv der Berufsvorbereitung für die Ehrenamtlichen im Zeitvergleich an Bedeutung verloren, wie die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen (siehe Kapitel 6.1.3). Im Gegensatz zu früheren Studien, welche belegen konnten, dass Männer und Frauen sich jeweils aus unterschiedlichen Gründen ehrenamtlich engagieren (Thüringer Landesmedienanstalt, 2004, S. 119) und auch andere Untersuchungen außerhalb der Bürgermedien auf einen entsprechenden Unterschied in den motivationalen Beweggründen hindeuten (Müller et al., 2017, S. 413), konnte die Hypothese *H3b: Die Motive der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind abhängig vom Geschlecht* konnte im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht überprüft werden. Zwar wurden auch für diese Hypothese entsprechende Kreuztabellen und Chi-Quadrat-Tests berechnet, um einen möglichen Zusammenhang zwischen den beiden Variablen zu identifizieren, es zeigte sich allerdings in allen Fällen, dass bis zu 10 Zellen (66,7%) eine erwartete Häufigkeit kleiner als 5 haben. Da jedoch maximal 20% zulässig sind, konnten an dieser Stelle die Voraussetzungen für einen Chi-Quadrat-Test nicht erfüllt werden. Zwar deutete die Kreuztabelle auf einen möglichen Zusammenhang zwischen dem Motiv andere zu unterhalten und dem Geschlecht hin (Männer: sehr wichtig = 67,3%; Frauen: sehr wichtig = 50%; Divers: sehr wichtig = 0%) (siehe Kapitel A.2), welcher sich im Rahmen des Chi-Quadrat-Tests auch als statistisch signifikant ($p = 0,043$) herausstellte (siehe Tabelle 5), da jedoch auch hier die Voraussetzungen nicht erfüllt werden konnten (66,7% der Zellen hatten eine erwartete Häufigkeit kleiner 5), ist dieses Ergebnis nicht verwertbar.

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	13,008 ^a	6	,043
Likelihood-Quotient	8,878	6	,181
Zusammenhang linear-mit-linear	1,544	1	,214
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 8 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,01.

Tabelle 5: Chi-Quadrat-Tests: Motiv: andere unterhalten (aV) und Geschlecht (uV) (SPSS)

Im Hinblick auf die Motive von Ehrenamtlichen konnten frühere Studien zudem einen Zusammenhang zwischen den Beweggründen für ein Engagement und dem Alter attestieren (Thüringer Landesmedienanstalt, 2004, S. 120). Demnach verfolgen die Älteren durch ihre Arbeit das Ziel, ihre eigene Meinung zu sagen und Gegenöffentlichkeit herzustellen, während für die Jüngeren vor allem die Berufsvorbereitung und das Interesse an der Medientechnik im Vordergrund steht (ebd.). Die Hypothese *H3c: Die Motive der Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind abhängig vom Alter* konnte im Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch nicht, beziehungsweise nur teilweise, überprüft werden. Zwar wurden zunächst Kreuztabellen und Chi-Quadrat-Tests zur Identifizierung eines möglichen Zusammenhangs zwischen den Variablen erstellt, diese ließen sich aber aufgrund der Tatsache, dass bis zu 28 Zellen (93,3%) eine erwartete Häufigkeit kleiner als 5 hatten, nicht weiter interpretieren. Allerdings bot sich hier aufgrund des Skalenniveaus der Variablen zusätzlich die Möglichkeit für eine Korrelation. Es ergab sich demnach einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang nach Kendall-Tau-b ($p = 0,005$) und Spearman-Rho ($p = 0,004$) zwischen dem Alter der Ehrenamtlichen und dem Motiv, Gestaltungsformen auszuprobieren (siehe Tabelle 6). Die Betrachtung des Korrelationskoeffizienten nach Kendall-Tau-b ($r = 0,277$) und Spearman-Rho ($r = 0,343$) deuten hier zudem darauf hin, dass es sich um einen schwachen, positiven Zusammenhang handelt. Auch zeigte sich ein signifikanter, schwacher Zusammenhang nach Kendall-Tau-b ($p = 0,026$; $r = 0,219$) und Spearman-Rho ($p = 0,025$; $r = 0,272$) zwischen dem Alter der Ehrenamtlichen und dem Motiv, sich selbst ausprobieren zu wollen. Ein hoch signifikanter, schwacher Zusammenhang konnte zudem auch zwischen dem Alter der Ehrenamtlichen und dem Motiv, sich durch das Engagement in den Bürgermedien auf den Beruf vorbereiten zu wollen, nach Kendall-Tau-b ($p = 0,003$; $r = 0,302$) und Spearman-Rho ($p = 0,003$; $r = 0,360$) festgestellt werden. Die dazugehörigen Kreuztabellen deuten darauf hin,

dass es sich hierbei um Motive handelt, die eher für die jüngeren Ehrenamtlichen, vorrangig im Alter zwischen 20 und 30 Jahren, von Relevanz sind und mit zunehmendem Alter an Bedeutung verlieren (siehe Kapitel A.2).

Korrelationen

		Alter_umcodiert	Motive: auf Beruf vorberei- ten, Qualifika- tionen erlangen	Motive: Gestal- tungsformen ausprobieren	Motive: mich selber auspro- bieren
Kendall-Tau- b	Korrelationskoeffi- zient	1,000	,302**	,277**	,219*
	Sig. (2-seitig)	.	,003	,005	,026
	N	68	68	68	68
Spearman- Rho	Korrelationskoeffi- zient	1,000	,360**	,343**	,272*
	Sig. (2-seitig)	.	,003	,004	,025
	N	68	68	68	68

** . Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

* . Die Korrelation ist auf dem 0,05 Niveau signifikant (zweiseitig).

Tabelle 6: Korrelation: Alter (uV) und Motive: auf Beruf vorbereiten; Gestaltungsformen ausprobieren; mich selber ausprobieren (aV) (SPSS)

Vor dem Hintergrund des Forschungsstands kommt auch diese Untersuchung zu dem Ergebnis, dass die Ehrenamtlichen vorrangig neutrale und präzise informieren wollen und politische Ziele so gut wie keine Rolle spielen (siehe Kapitel 6.1.3). Die Hypothese *H3d: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk wollen mit ihrer Arbeit mehrheitlich neutral und präzise informieren sowie unterhalten, politische Ziele stehen nicht im Vordergrund* kann daher an dieser Stelle vorläufig angenommen werden. Im Gegensatz zu früheren Arbeitsroutinen der Ehrenamtlichen (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 71), zeigen die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit, dass die Ehrenamtlichen heutzutage hauptsächlich alleine, anstatt in der Gruppe produzieren und damit zum Großteil Einzelkämpfer darstellen (siehe Kapitel 6.1.2). Dieses Ergebnis ist deshalb so interessant, weil ein Großteil der Ehrenamtlichen sehr engagiert ist, also sich noch zusätzlich zu dem Ehrenamt in den Bürgermedien in anderen Gesellschaftsbereichen engagiert (siehe Kapitel 6.1.1) und zudem sehr häufig einen sozialpädagogischen Berufshintergrund hat (siehe Kapitel 6.1.5), es sich also demnach eigentlich um sehr soziale Menschen handelt.

Die im Zeitverlauf über alle Untersuchungen hinweg identifizierte hohe Arbeitszufriedenheit und der hohe Anspruch der Ehrenamtlichen (Lenk et al., 2001, S. 133; Volpers & Werner,

2007, S. 65; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 86), konnte auch in dieser Arbeit bestätigt werden. Die Ehrenamtlichen sind ihrem Bürgersender treu und würden eine Abschaffung sehr bedauern (siehe Kapitel 6.1.4). Viele von ihnen engagieren sich seit mehr als zehn Jahren ehrenamtlich in ihrem Bürgersender (siehe Kapitel 6.1.1). Dies steht im Widerspruch zu aktuellen Studien, die zeigen, dass ein langfristiges Engagement stark rückläufig ist und sich die meisten Menschen heutzutage eher für ein kurzfristiges Engagement entscheiden (Alscher et al., 2021, S. 402). Die Hypothese *H4a: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind zufrieden mit der Betreuung durch die Hauptamtlichen* kann daher an dieser Stelle vorläufig angenommen werden. Trotz dieser hohen Zufriedenheit, nennen die Ehrenamtlichen im Zeitverlauf immer wieder eine zentrale Hürde, die sie bei der Produktion stark einschränkt – Zeit (Lenk et al., 2001, S. 122; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 42; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 76). Dieses Problem beklagen die Ehrenamtlichen noch heute (siehe Kapitel 6.1.1). Die Hypothese *H4b: Für die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk stellen zeitliche Aspekte die größte Hürde im Hinblick auf die Produktion dar* kann daher an dieser Stelle vorläufig angenommen werden. Darüber hinaus deuten auch andere Untersuchungen außerhalb der Bürgermedien darauf hin, dass Zeitprobleme einen bedeutsamen Hinderungs- oder Beendigungsgrund für ein ehrenamtliches Engagement darstellen (Arriagada & Karnick, 2022, S. 144).

Im Hinblick auf die soziodemographischen Merkmale der Ehrenamtlichen stehen die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit in einem Punkt im Widerspruch mit den Befunden vorangegangener Untersuchungen. Während sich in älteren Studien mehrheitliche junge Erwachsene, meist im Alter zwischen 20 und 30 Jahren, engagierten, ist das Durchschnittsalter im Zeitverlauf stark angestiegen (Rager & Rinsdorf, 2000, S. 41; Sehl & Steinbrecher, 2014, S. 180; Volpers & Werner, 2007, S. 59f; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 28). Laut den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit sind die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk mehrheitlich 50 Jahre oder älter (siehe Kapitel 6.1.5). Ein Trend, der zu erwarten war und auf den auch in früheren Studien bereits hingewiesen wurde (Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 28). Wenn man bedenkt, dass viele der Befragten in dieser Arbeit angegeben haben, bereits seit Jahrzehnten im Sender tätig zu sein (siehe Kapitel 6.1.1), ist an dieser Stelle als logische Konsequenz davon auszugehen, dass sie über die Jahre mit dem Sender mitgealtert sind. Im Vergleich zu damals ist die Gruppe der Schüler, Auszubildenden und Studierenden im Jahr 2022 deutlich zurückgegangen, während die Gruppe der Erwerbstätigen und Rentner einen starken Anstieg verzeichnet (Nowak, 2021, S. 19; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 42; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 35; siehe Kapitel 6.1.5). Die Hypothese *H5a: Die Ehrenamtlichen im*

niedersächsischen Bürgerrundfunk sind mehrheitlich älter kann daher an dieser Stelle vorläufig angenommen werden. Damit sind die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerfunk älter, als der Durchschnitt der Ehrenamtlichen in Deutschland (Simonson et al., 2021a, S. 4). Der Deutschen Freiwilligen survey kommt demnach zu dem Ergebnis, dass die 30- bis 49-Jährigen die engagierteste Altersklasse darstellen (ebd.).

Im Gegensatz zu früheren Untersuchungen, welche einen Altersunterschied der Ehrenamtlichen im Bürgerfernsehen und Bürgerradio bestätigten (Lenk et al., 2001, S. 106; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 41; Thüringer Landesmedienanstalt, 2004, S. 108; Volpers et al., 2006, S. 83; Volpers & Werner, 2007, S. 59f.), konnte die Hypothese *H5b: Ehrenamtliche im Bürgerfernsehen unterscheiden sich hinsichtlich des Alters von Ehrenamtlichen im Bürgerradio* in der vorliegenden Arbeit nicht überprüft werden, da die Voraussetzungen für den T-Test nicht erfüllt werden konnten. Die Tests auf Normalverteilung der Variablen Alter und Medium nach Kolmogorov-Smirnov^a ($p = 0,020$; $p < 0,001$) und Shapiro-Wilk ($p = 0,015$; $p < 0,001$) ergaben demnach jeweils signifikante, beziehungsweise für die Variable Medium sogar höchst signifikante Werte, was wiederum attestiert, dass keine Normalverteilung der Daten vorliegt (siehe Tabelle 7). Dies zeigten auch die zuvor erstellten Histogramme (siehe Kapitel A.2) sowie die Betrachtung der Werte der Schiefe und Kurtosis, die bei beiden Variablen weit entfernt von dem Wert 0 lagen (Medium Schiefe = 2,941, Medium Kurtosis = 6,854; Alter Schiefe = -,584, Alter Kurtosis = -,090), welcher wiederum auf eine Normalverteilung der Daten hinweist. Durch die nichtgegebene Normalverteilung der Daten konnte eine wesentliche Voraussetzung zur Durchführung des T-Tests bei unabhängigen Stichproben nicht erfüllt werden. Der T-Test wurde in der Folge nicht durchgeführt, weshalb die Hypothese im Rahmen dieser Arbeit nicht überprüft werden konnte.

Tests auf Normalverteilung

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
Alter	,119	67	,020	,954	67	,015
Medium	,533	67	<,001	,322	67	<,001

a. Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

Tabelle 7: Tests auf Normalverteilung der Variablen Alter und Medium (SPSS)

Wie auch in vorangegangenen Studien, deuten die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit darauf hin, dass sich im niedersächsischen Bürgerrundfunk auch nach mehr als zwanzig Jahren noch immer hauptsächlich Männer engagieren (Lenk et al., 2001, S. 107; Rager & Rinsdorf, 2000,

S. 41; Volpers et al., 2006, S. 82; Volpers & Werner, 2007, S. 59f; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 32; siehe Kapitel 6.1.5). Jedoch ist im Zeitvergleich ein deutlicher Zuwachs von weiblichen Ehrenamtlichen zu erkennen (ebd.). Die Hypothese *H5c: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind mehrheitlich männlich* kann damit an dieser Stelle vorläufig angenommen werden. Im Gegensatz zu den Befunden des aktuellen Deutschen Freiwilligensurveys, herrscht in den Bürgermedien noch immer kein ausgewogenes Geschlechterverhältnis (Simonson et al., 2022c, S. 2).

Des Weiteren decken sich die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit mit früheren Untersuchungen, die belegen, dass Menschen, die sich in den Bürgermedien engagieren in der Mehrheit über eine formal höhere Bildung verfügen und mindestens über das Abitur oder einen Hochschulabschluss verfügen (Lenk et al., 2001, S. 107; Rager & Rinsdorf, 2000, S. 41; Sehl & Steinbrecher, 2014, S. 181; Volpers et al., 2006, S. 83; Volpers & Werner, 2007, S. 59f; Winterhoff-Spurk et al., 1992, S. 39; siehe Kapitel 6.1.5). Die Hypothese *H5d: Die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk sind mehrheitlich formal hoch gebildet* kann an dieser Stelle vorläufig angenommen werden. Dieser Befund entspricht auch dem, was unter anderem der Deutsche Freiwilligensurvey attestiert (Simonson et al., 2021b, S. 74) und was auch andere Studien belegen (Shye, 2009, o.S.). Darüber hinaus zeigt sich im Zeitverlauf, dass sich Menschen mit Migrationshintergrund und Arbeitslose noch immer kaum an der Idee der Bürgermedien partizipieren (Lenk et al., 2001, S. 109f; Nowak, 2021, S. 19; siehe Kapitel 6.1.5). Eine Beobachtung, die auch für andere Engagementbereiche in Deutschland bestätigt werden konnte (Simonson et al., 2021a, S. 5). Die Hypothese *H5e: Menschen mit Migrationshintergrund und Arbeitslose stellen eine Minderheit im niedersächsischen Bürgerrundfunk dar* kann an dieser Stelle vorläufig angenommen werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich im Zeitverlauf so gut wie keine nennenswerten Veränderungen im Hinblick auf die Rekrutierung, Vorerfahrungen, Arbeitsalltag, Motive und Ziele sowie soziodemographische Merkmale der Ehrenamtlichen in den Bürgersendern feststellen lassen. Das Bild, welches wissenschaftliche Untersuchungen vor Jahrzehnten von den Ehrenamtlichen gezeichnet haben, trifft auch im Jahr 2022 im Wesentlichen auf die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk zu, wie diese Arbeit zeigen konnte. Die Befunde zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien spiegeln sich zudem in vielen Punkten in den Erkenntnissen des aktuellen Deutschen Freiwilligensurveys wider, welcher den allgemeinen Status Quo des ehrenamtlichen Engagements in Deutschland abbildet.

7.2 Limitationen

Diese Arbeit kommt nicht ohne Limitationen aus. Zunächst einmal konnte die von der Autorin angestrebte Vollerhebung aller niedersächsischer Bürgersender im Rahmen dieser Arbeit nicht realisiert werden. Vier Bürgersender, darunter Radio Ostfriesland, Radio Okerwelle, Radio Weser.TV (Norderham) und Radio Weser.TV (Bremer Umland), beteiligten sich demnach gar nicht an der quantitativen Online-Befragung (siehe Kapitel 5.3). In anderen Sendern war die Teilnahme wiederum so gering, dass die erhobenen Daten an dieser Stelle kaum aussagekräftig sind. Insbesondere zu den Ehrenamtlichen, die sich in einem Bürger- und Fernsehsender engagieren, konnten in dieser Arbeit keine Aussagen getroffen werden. Die entsprechenden Sender waren nicht in der Stichprobe enthalten (siehe Kapitel 5.3). Auch konnte diese Studie nur wenige Erkenntnisse über die Ehrenamtlichen in den niedersächsischen Bürgerfernsehsender hervorbringen, da stattdessen die Ehrenamtlichen aus den Bürgerradiosendern eine deutliche Mehrheit (89,7%) innerhalb der Stichprobe darstellen (siehe Kapitel 6.1.1). In diesem Zusammenhang ist generell die geringe Beteiligung der Ehrenamtlichen an der quantitativen Umfrage kritisch anzumerken. Allerdings beklagen auch Autoren vorangegangener Untersuchungen in den Bürgermedien eine geringe Rücklaufquote sowie Motivation bei den Ehrenamtlichen, weshalb es sich hierbei um ein generelles Problem zu handeln scheint (vgl. bspw. Jarren et al., 1994, S. 20; Thüringer Landesmedienanstalt, 2004). Damit stellt sich jedoch auch die Frage, inwiefern sich die Zielgruppe der Ehrenamtlichen Mitarbeiter der Bürgersender überhaupt für empirische Untersuchungen eignet, wenn diese kaum zugänglich zu sein scheint. In diesem Zusammenhang ist an dieser Stelle auch eine Methodenkritik vorzunehmen, denn obwohl sich insgesamt 122 Personen an der Umfrage beteiligt haben, konnten am Ende nur 68 ausgefüllte Fragebögen realisiert werden (siehe Kapitel 5.3). Laut Auswertung der Umfragestatistik, hat die Mehrheit der Teilnehmer die Umfrage direkt nach der Startseite verlassen, ohne eine einzige Frage beantwortet zu haben. Es ist daher kritisch zu reflektieren, ob die Methode der quantitativen Online-Befragung das richtige Erhebungsinstrument für die Zielgruppe der Ehrenamtlichen Mitarbeiter im niedersächsischen Bürgerrundfunk darstellt. Möglicherweise hätte eine direkte, persönliche Ansprache der Ehrenamtlichen zu einer höheren Beteiligung geführt. So hätte die Autorin beispielsweise ein persönliches Briefing zum Forschungsvorhaben in den einzelnen Bürgersendern veranstalten und im Anschluss die Befragung vor Ort durchführen können. Jedoch fehlten der Autorin hierzu die zeitlichen Ressourcen. Stattdessen war die Autorin in der vorliegenden Untersuchung auf die Unterstützung der Geschäftsführer angewiesen und damit in gewissermaßen auch von ihrer jeweiligen Motivation abhängig. Besonders problematisch ist

in diesem Zusammenhang, dass es selbst für die Geschäftsführer der Sender eine Herausforderung darstelle, den Kontakt zu ihren Ehrenamtlichen herzustellen (Schenkewitz, 2022). Hier bedarf es also aus Sicht der Autorin besserer Kommunikationswege- und Tools sowie aktualisierter Datenbanken, um aktive Ehrenamtliche schneller und effektiver identifizieren und kontaktieren zu können. Des Weiteren ist im Zuge der Methodenkritik anzumerken, dass möglicherweise auch eine qualitative Untersuchung der Ehrenamtlichen die Methode der Wahl hätte darstellen oder aber der quantitativen Befragung vorangestellt werden können. Denn obwohl es in der Vergangenheit bereits quantitative Befragungen zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien gab (vgl. bspw. Lenk et al., 2001; Rager & Rinsdorf, 2000), hat dieser Untersuchungsgegenstand aufgrund des veralteten Forschungsstands inzwischen erneut einen durchaus explorativen Charakter angenommen. Ebenfalls kritisch zu beleuchten ist der von der Autorin vorgenommene Hypothesentest auf Grundlage der statistischen Auswertung der quantitativen Online-Befragung. Aufgrund der nicht repräsentativen Daten sind die Ergebnisse des Hypothesentests nur mit äußerster Vorsicht zu betrachten und besitzen in der Folge nur eine relativ geringe Aussagekraft. Einige Hypothesen konnte zudem gar nicht statistisch überprüft werden. Die Hypothesen sollten daher im Rahmen von Anschlussforschung (erneut) überprüft werden. Eine weitere Limitation dieser Arbeit ist zudem, dass es sich bei der Erhebung lediglich um eine Momentaufnahme handelt. Die Untersuchung ist daher in regelmäßigen Abständen zu wiederholen.

Mit Blick auf die Gütekriterien ist an dieser Stelle hervorzuheben, dass die interne Validität im Vorfeld an die Befragung durch einen Pre-Test ($n = 4$) überprüft wurde und so Missverständnisse bereinigt werden konnten (siehe Kapitel 5.3). Damit wurde sichergestellt, dass der Fragebogen tatsächlich das misst, was er messen soll (Krebs & Menold, 2019). Kritisch anzumerken ist hingegen, dass die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung nicht generalisierbar sind. Da ausschließlich die Bürgersender in Niedersachsen betrachtet wurden, lassen sich demnach keine allgemeingültigen Schlussfolgerungen für die Ehrenamtlichen in den Bürgersendern anderer Bundesländer oder gar deutschlandweit ableiten. Die Ergebnisse der Untersuchung erheben daher keinen Anspruch an Repräsentativität. Aufgrund der geringen Rücklaufquote sind die Ergebnisse selbst für die niedersächsischen Bürgersender nicht repräsentativ. Das Gütekriterium der externen Validität kann daher nicht hinreichend erfüllt werden (Krebs & Menold, 2019). Im Hinblick auf die Reliabilität kann angemerkt werden, dass allen Befragten dieselben Fragen im Rahmen eines standardisierten Fragebogens gestellt wurden (siehe Kapitel 5.2). Auch die Auswertung des Fragebogens erfolgte nach standardisierten statistischen Verfahren, weshalb davon auszugehen ist, dass bei einer Wiederholung

ähnliche Ergebnisse produziert werden. Allerdings ist an dieser Stelle auf die Gefahr des Effekts der sozialen Erwünscht hinzuweisen, da im Rahmen der Befragung Meinungen, Einstellungen sowie Bewertungen gemessen wurden (siehe Kapitel 5.2). Dies könnte wiederum die Reliabilität der Forschung beeinträchtigen (Krebs & Menold, 2019). Durchführung, Auswertung und Interpretation der vorliegenden Untersuchung wurde zudem nach bestem Wissen und Gewissen der Autorin nach dem Gütekriterium der Objektivität vorgenommen (ebd.). Zusammenfassend erfüllt die vorliegende Arbeit erfüllt damit im Wesentlichen die Anforderungen an Reliabilität und Objektivität, jedoch nur eingeschränkt an die (externe) Validität (ebd.).

8 Fazit: Quo vadis niedersächsischer Bürgerrundfunk?

Die dieser Arbeit zugrundeliegende Forschungsfrage: *Wer sind die Ehrenamtlichen Mitarbeiter im niedersächsischen Bürgerrundfunk?* konnte im Rahmen der vorangegangenen Ausarbeitung nicht final beantwortet werden. Vielmehr erwiesen sich die Ehrenamtlichen in den niedersächsischen Bürgersendern als schwer zugängliche Gruppe, die in der Folge nur begrenzt für diese empirische Untersuchung gewonnen werden konnte. Insbesondere die geringe Stichprobengröße, lässt am Ende keine allgemeingültigen Aussagen zu. Diese Arbeit bietet daher lediglich erste Hinweise, um wen es sich bei den Ehrenamtlichen handeln könnte.

Zusammenfassend deuten die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit darauf hin, dass die Ehrenamtlichen vor allem durch Freunde, Bekannte und Verwandte auf die Bürgersender aufmerksam werden (siehe Kapitel 6.1.1). Die Ehrenamtlichen scheinen zudem allgemein sehr engagiert sowie äußert sozial zu sein. 66,2 Prozent gehen demnach noch einer weiteren ehrenamtlichen Tätigkeit neben ihrer Arbeit im Bürgersender nach (siehe Kapitel 6.1.1). Viele Befragte arbeiten zudem in sozialpädagogischen Berufen (siehe Kapitel 6.1.5). Des Weiteren kann abschließend festgehalten werden, dass Spaß und Unterhaltung zentrale Motive der Ehrenamtlichen darstellen, die darüber hinaus vor allem neutral und präzise informieren wollen (siehe Kapitel 6.1.3). Die Ehrenamtlichen scheinen zudem insgesamt sehr zufrieden mit den Arbeitsbedingungen in ihrem Sender zu sein. Sie wünschen sich jedoch eine engere Beziehung zu den Hauptamtlichen sowie eine höhere Innovationsbereitschaft der Senderverantwortlichen (siehe Kapitel 6.1.4). Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit deuten auch darauf hin, dass die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk in der Regel Einzelkämpfer zu sein scheinen, welche sich kaum mit ihrem Sender identifizieren (siehe Kapitel 6.2.2). Dies äußert sich unter anderem darin, dass die Ehrenamtlichen vorrangig allein produzieren und ihre Sendungen bei sich zu Hause aufnehmen (siehe Kapitel 6.1.2). Im Hinblick auf die soziodemographischen Merkmale deuten die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit darauf hin, dass die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk eher älter, männlich und hoch gebildet sind (siehe Kapitel 6.1.5). Andere Gesellschaftsgruppen, wie Jugendliche, Migranten oder auch Menschen mit einer Behinderung, kommen in den niedersächsischen Bürgersendern hingegen kaum vor (siehe Kapitel 6.2.4). Damit lässt sich an dieser Stelle auch die zuvor aufgestellte These bestätigen, die da lautet: *Bürgermedien haben heutzutage keine Relevanz mehr*. Sie werden nur von einem kleinen Teil der Gesellschaft genutzt und haben für andere Gesellschaftsgruppen keine Relevanz. Selbst diejenigen, die von den Bürgermedien Gebrauch machen, können sich in der Regel nicht mit der Institution identifizieren.

Diese Befunde sind jedoch ausschließlich als erste Indizien zu handhaben, die an dieser Stelle keineswegs repräsentativ für alle Ehrenamtlichen sind. Es gilt vielmehr die Ausgangslage dieser Arbeit: Nach wie vor wissen wir kaum etwas über die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk. Sie sind vielmehr ein blinder Fleck im Mediensystem – und werden es vermutlich auch bleiben. Aller Vorrausicht nach wird es seitens der Niedersächsischen Landesmedienanstalt in naher Zukunft keine neuen Untersuchungen zu den Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk geben (T3, Z. 1167-1172). Die Forschungsschwerpunkte liegen hier stattdessen auf Programmanalysen sowie Reichweitenstudien (vgl. bspw. Bernhard & Volpers, 2018).

Die vorliegende Arbeit bietet verschiedene Ansätze für weiterführende Auseinandersetzungen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung könnten beispielsweise im Rahmen einer Gruppendiskussion mit Geschäftsführern und Ehrenamtlichen der Bürgersender erneut diskutiert werden, um einen Dialog herzustellen und gemeinsam an zukunftsorientierten Ansätzen zu arbeiten. Da eine Vollerhebung aller niedersächsischer Bürgersender im Rahmen dieser Untersuchung nicht realisiert werden konnte, sollten Anschlussforschungen zudem versuchen, repräsentative Daten zu den Ehrenamtlichen in Niedersachsen zu erheben. In diesem Zusammenhang sollten auch die von der Autorin in dieser Arbeit aufgestellten Hypothesen erneut auf ihre Gültigkeit überprüft werden. Dies konnte aufgrund der unzureichenden Datengrundlage in dieser Untersuchung nur bedingt geleistet werden. Da der aktuelle Forschungsstand zudem ein Forschungsdesiderat für alle Bundesländer zeigt, ist auch eine deutschlandweite Untersuchung zu den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien aus Sicht der Autorin erstrebenswert. In diesem Zusammenhang könnte man beispielsweise auch untersuchen, ob die verschiedenen Bürgermedientypen (siehe Kapitel 2.2.2) einen Einfluss auf die Zusammensetzung der Ehrenamtlichen, ihre Arbeitsroutinen oder Arbeitszufriedenheit haben, da insbesondere in den OKs der Einfluss der Hauptamtlichen Mitarbeiter sehr begrenzt ist und die Programmverantwortung allein bei den Ehrenamtlichen liegt (Die Medienanstalten, 2022). Hier bietet sich den Ehrenamtlichen also ein anderes Arbeitsumfeld als im Bürgerrundfunk, wo es eine feste Redaktion aus Hauptamtlichen Mitarbeitern gibt (ebd.). Darüber hinaus könnte mögliche Anschlussforschung insbesondere die Standorte der ehemaligen Kabelpilotprojekte in den Blick nehmen und auch hier Entwicklungen in den letzten Jahrzehnten nachzeichnen. Besonders interessant scheint in diesem Zusammenhang zudem die Frage, ob die Bürgermedien an den Standorten der ehemaligen Kabelpilotprojekte möglicherweise einen höheren Stellenwert bei den Bürgern haben, als an anderen Standorten. Des Weiteren könnte untersucht werden, inwiefern die Ehrenamtlichen in den Bürgermedien ein Abbild ihrer Stadtgemeinschaft, beziehungsweise der Gesellschaft im jeweiligen Bundesland darstellen. Hierzu

könnten beispielsweise Daten der Landesdatenbanken hinzugezogen werden. Darüber hinaus wäre auch ein internationaler Vergleich der Ehrenamtlichen in den Bürgermedien, unter Berücksichtigung verschiedener Mediensysteme und entstehungsgeschichtlicher Aspekte, denkbar. Im Hinblick auf das ehrenamtliche Engagement in den Bürgermedien bietet zudem nach wie vor die Frage, wie man das Ehrenamt wieder attraktiver gestalten kann, Raum für weitere Forschungen. Da in der vorliegenden Arbeit auch fehlende personelle Ressourcen in der Hauptamtlichen Redaktion beklagt wurden, gilt es in diesem Zusammenhang auch zu untersuchen, mit welchen Maßnahmen man Hauptamtliche Mitarbeiter für die Arbeit in den Bürgermedien gewinnen kann. Auch ist bisher unklar, inwiefern sich die Ehrenamtlichen in den Bürgermedien von anderen Bürgerjournalisten auf verschiedenen Plattformen im Internet, wie beispielsweise YouTube, unterscheiden. Auch hier könnte man zunächst im Rahmen einer qualitativen Befragung nach den jeweiligen Motiven, Zielen und Arbeitsroutinen fragen. Abgesehen von den Ehrenamtlichen, weiß man auch über die Hauptamtlichen in den Bürgermedien bislang so gut wie kaum etwas (vgl. bspw. Nowak, 2021). Auch diese verdienen daher eine tiefergehende Auseinandersetzung im Rahmen von Anschlussforschung. Im Hinblick auf die Zukunft der Bürgermedien ist es aus Sicht der Autorin zudem interessant zu untersuchen, wer wiederum die Hörer der Bürgersender sind, wer also die Angebote der Bürgermedien heutzutage noch aktiv rezipiert, denn „Fernseh- und Hörfunkkanäle, die aufgrund unattraktiver Inhalte weitgehend unter Ausschluß der Öffentlichkeit ihre Programme verbreiten, dürften weder im Sinne der Produzenten noch des Publikums sein“ (Breunig, 1998, S. 248). In diesem Kontext gilt es zudem auch zu untersuchen, welche allgemeine Akzeptanz die Bürgermedien in der Gesellschaft erfahren und wie ihr Bekanntheitsgrad gesteigert werden kann. Neben dem oben skizzierten weiteren Forschungsbedarf, braucht es jedoch vor allem strategische Überlegungen, wie sich die Bürgermedien in Zukunft positionieren wollen. Auf Grundlage der Ergebnisse der vorliegenden Arbeit, lassen sich folgende Handlungsempfehlungen ableiten, um das Ehrenamt in den Bürgermedien in Zukunft wieder attraktiver zu gestalten:

1. **Kommunikation:** Haupt- und Ehrenamtliche sollten in regelmäßigen Abständen gemeinsam in den Dialog kommen, um ihre Bedürfnisse zu kommunizieren und um gemeinsam Ideen zur Zukunft des Bürgersenders zu entwickeln. Zudem sollten zusätzliche Kommunikationstools zur Vernetzung über diese Treffen hinaus eingerichtet werden.
2. **Arbeitsorganisation:** Bislang arbeiten Haupt- und Ehrenamtlich in unterschiedlichen Räumen und zu unterschiedlichen Uhrzeiten. Es gilt daher zeitliche Schnittmengen zu schaffen und die strikte räumliche Trennung des Haupt- und

Ehrenamtlichen Arbeitsbereichs aufzuheben. Ein möglicher Lösungsansatz wäre hier die Errichtung eines Newsdesk, sprich ein Ort, an dem gemeinsam Inhalte produziert werden. Auch gelegentliche Co-Produktionen zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen stellen einen ersten Schritt in die richtige Richtung dar.

3. **Teambuilding:** Um nicht nur auf der Arbeits-, sondern auch auf der persönlichen Ebene näher zusammenzuwachsen, sollten die Bürgersender private Veranstaltungen wie Sommer- oder Weihnachtsfest veranstalten, um so das gemeinschaftliche Miteinander zu fördern. Diese Maßnahme trägt zudem unmittelbar zum nächsten Punkt bei.
4. **Identifikation:** Um die Identifikation mit dem Bürgersender zu stärken, gilt es, den Ehrenamtlichen ein Gesicht zu geben und diese und ihre Tätigkeiten auf der Website oder den Social Media Kanälen präsent darzustellen. Dies kann die Rekrutierung neuer Ehrenamtlicher erleichtern, da sie sich möglicherweise selbst mit den aktuellen Produzenten identifizieren können.
5. **Vertrauenskultur:** Um die Attraktivität des Ehrenamts zu erhöhen, sollten Hauptamtliche bereit dazu sein, Verantwortung abzugeben und die Ehrenamtlichen mehr in die Arbeitsbereiche der Hauptamtlichen integrieren. Bisher liegen beispielsweise die Social Media Kanäle in der alleinigen Verantwortung der Hauptamtlichen. Hier sollte man gemeinsam an einer Agenda arbeiten und den Ehrenamtlichen dadurch signalisieren, dass man ihnen die Mitarbeit zutraut.
6. **Lebenswelt:** Die niedersächsischen Bürgersender sollten die unterschiedlichen Lebenswelten und damit einhergehend insbesondere das Mediennutzungsverhalten der Ehrenamtlichen berücksichtigen. Da die Mediennutzung bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen fast ausschließlich über das Smartphone erfolgt, sollten Bürgersender auch diesen Produktions- und Ausspielweg mitdenken. In diesem Zusammenhang sollten die niedersächsischen Bürgersender sich auch an journalistische Trends und neuen Darstellungsformen anpassen.
7. **Benefit:** Die niedersächsischen Bürgersender sollten Anreize für ein bürgerschaftliches Engagement schaffen und den Ehrenamtlichen einen Mehrwert bieten. Ein möglicher Ansatz wäre beispielsweise, dass man den Ehrenamtlichen die Teilnahme an Schulungen mit einem Zertifikat bescheinigt. Auch eine Kooperation mit Hochschulen wäre denkbar, um Jüngere in den Sender zu holen. Hier könnte man beispielsweise durch den Erwerb von zusätzlichen Credit Points, Anreize für ein ehrenamtliches Engagement von Studierenden schaffen.
8. **Führung:** Um einen Wandel in den niedersächsischen Bürgersender vollziehen zu können, sollte zwingend ein Generationswechsel in der Personalstruktur der

Hauptamtlichen erfolgen. Im Vorstand und auch in anderen führenden Positionen sollten junge, innovationstreibende Menschen die Entscheidungsmacht besitzen.

9. **Ressourcen:** Die Niedersächsische Landesmedienanstalt ist dazu aufgefordert, die nötigen finanziellen Ressourcen für diesen Wandel bereitzustellen.
10. **Transparenz:** Während all der zuvor geschilderten Maßnahmen, sollten die niedersächsischen Bürgersender stets im gegenseitigen Austausch stehen und Misserfolge sowie Erfolgsrezepte miteinander teilen.

Aus Sicht der Autorin bleibt abschließend nur zu hoffen, dass sich die Bürgersender diese Maßnahmen auf ihre Agenda schreiben werden, um auch in Zukunft ihre Daseinsberechtigung rechtfertigen zu können. Denn, und auch das möchte die Autorin an dieser Stelle noch einmal betonen, es braucht weiterhin Medienkompetenzvermittlung. Diese war wahrscheinlich nie wichtiger, als in Zeiten von Fake News (vgl. bspw. Freiling et al., 2021; Hohlfeld, 2020; Van Bavel, 2021). Die jetzigen Bürgermedien als starre, traditionelle Institutionen sind jedoch nicht mehr zeitgemäß. Höchste Zeit also, um endlich aus dem Dornröschenschlaf aufzuwachen.

Literatur

- AG Bürgermedien (2005). *Positionspapier der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM): Zur Konsolidierung der Bürgermedien in Deutschland. Gemeinsame Herausforderungen von Bürgermedien und Landesmedienanstalten*. Online verfügbar unter: <http://www.igr-nrw.de/gefahr/rettung/2006/Sonstige/DLM%20zur%20Konsolidierung%20der%20Buergermedien%20in%20Deutschland.pdf> [23.07.2022].
- Alscher, M., Priller, E., & Burkhardt, L. (2021). Zivilgesellschaftliches Engagement. In: Statistisches Bundesamt (Destatis), Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) & Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (BiB) (Hrsg.), *Datenreport 2021. Ein Sozialbericht für die Bundesrepublik Deutschland* (S. 399-407). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (2010). *Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Jahrbuch 2009/2010*. Berlin: VISTAS Verlag.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (2013). *Bürger- und Ausbildungsmedien in Deutschland*. Online verfügbar unter: https://www.nlm.de/fileadmin/dateien/buergersender/pdf/Sonderdruck_B%C3%BCrger- und Ausbildungsmedien.pdf [20.08.2022].
- Arriagada, C., & Karnick, N. (2022). Motive für das freiwillige Engagement, Beendigungsgründe, Hinderungsgründe und Engagementbereitschaft. In J. Simonson, N. Kelle, C. Kausmann & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019* (S. 125-149). Wiesbaden: Springer VS.
- Bauer, S. (2. November 2022). [Persönliche Kommunikation].
- Bernhard, U., & Volpers, H. (2018). *Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017. Hauptbericht*. Köln: Institut für Medienforschung.
- Bierhoff, H. W., Schülken, T., & Hoof, M. (2007). Skalen der Einstellungsstruktur ehrenamtlicher Helfer (SEEH). *Zeitschrift für Personalpsychologie*, 6(1), 12-27.
- Blasius, J., & Brandt, M. (2009). Repräsentativität in Online-Befragungen. In M. Weichbold, J. Bacher & C. Wolf (Hrsg.), *Umfrageforschung. Herausforderungen und Grenzen* (S. 157-177). Wiesbaden: Springer VS.

- Blinkert, B., & Klie, T. (2017). Zivilgesellschaftliches Engagement in Deutschland und Europa. In T. Klie & A. W. Klie (Hrsg.), *Engagement und Zivilgesellschaft. Expertisen und Debatten zum zweiten Engagementbericht* (S. 339-424). Wiesbaden: Springer VS.
- Bogen, C., Pabst, S., & Viehoff, R. (2009). Partizipation älterer Menschen an Bürgermedien. In B. Schorb, A. Hartung & W. Reißmann (Hrsg.), *Meiden und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis* (S. 393-406). Wiesbaden: Springer VS.
- Böhnke, P., & Dathe, D. (2010). Rückzug der Armen. Der Umfang freiwilligen Engagements hängt von der materiellen Lage ab – und von der Bildung. *WZB Mitteilungen*, 2010 (128), 14-17.
- Bosshart, S., & Schöngagen, P. (2011). Kollaborative Nachrichtenproduktion durch Laien: Was leistet der sogenannte Citizen Journalism im Internet? In J. Wolling, A. Will & C. Schumann (Hrsg.), *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern* (S. 61–81). Konstanz: UVK.
- Braun, J., & Bischoff, S. (1999). *Bürgerschaftliches Engagement älterer Menschen: Motive und Aktivitäten. Engagementförderung in Kommunen – Paradigmenwechsel in der offenen Altenarbeit*. Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.
- Brecht, B. (2002 [1932]). Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks. In C. Pias, J. Vogl, C. Engeil, O. Fahle & B. Neitzel (Hrsg.), *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht und Baudrillard* (S. 259-263). Stuttgart: DVA.
- Breunig, C. (1998). Offene Fernseh- und Hörfunkkanäle in Deutschland. *Media Perspektiven*, 25(5), 236-249.
- Buchholz, K. J. (2000). Beteiligung durch Bürgermedien. In Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (Hrsg.), *Bürgerbeteiligung und Medien: Dokumentation des Bürgermedienkongress im Dezember* (S. 29-36). Berlin: VISTAS Verlag.
- Buchholz, K. J. (2003a). Profiarbeit und Laienspiel. Status und Perspektiven des Bürgerrundfunks in Deutschland. In L. Rinsdorf (Hrsg.), *Journalismus mit Bodenhaftung: Annäherungen an das Publikum* (S. 227-241). Münster: LIT Verlag.
- Buchholz, K. J. (2003b). Vielfalt gegen Einfachheit – Bürgermedien in Deutschland. *Medienjournal*, 27(4), 75-84.

- Deutscher Bundestag (2002). *Bericht der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“*. *Bürgerschaftliches Engagement: auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft*. Berlin: Deutscher Bundestag.
- Die Medienanstalten – ALM (Hrsg.). (2021). *Fakt oder Fake? Jugendschutz, Medienkompetenz und Desinformation. Maßnahmen, Projekte und Forderungen aus Sicht der Landesmedienanstalten*. Online verfügbar unter: https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/jugendschutz-medienkompetenzbericht?tx_news_pi1%5Bnews%5D=4993&cHash=dfa3746fda02c81526576324fb012b0b [05.07.2022].
- Die Medienanstalten (2022). *Bürgermedien*. Online verfügbar unter: <https://www.die-medienanstalten.de/themen/buergermedien> [18.06.2022].
- Diedrich, S., Lehmann, A., Mikus, R., Stelter, D., & Uhle, T. (1988). *Kommunikationsprojekt: Der Offene Kanal Berlin, Bereich TV*. Berlin: Fachbereich Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Hochschule der Künste.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. *Journalism Practice*, 236-342.
- Eberwein, T., & Porlezza, C. (2018). Integration durch Partizipation? Funktionen (und Fehlleistungen) des digitalen Bürgerjournalismus. In M. Prinzing, N. Köberer & M. Schröder (Hrsg.), *Migration, Integration, Inklusion. Medienethische Herausforderungen und Potenziale für die digitale Mediengesellschaft* (S. 89-104). Baden-Baden: Nomos.
- Eilders, C. (2011). Zivilgesellschaftliche Beteiligung im Medienbereich. In H. J. Kleinstaub & S. Nehls (Hrsg.), *Media Governance in Europa. Regulierung – Partizipation – Mitbestimmung* (S. 159-181). Wiesbaden: Springer VS.
- Engesser, S. (2008). Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In A. Zerfaß, M. Welker, J. Schmidt (Hrsg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web* (S. 47-71). Köln: Herbert von Halem.
- Engesser, S. (2012). *Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web. Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explorative empirische Analyse*. Wiesbaden: Springer VS.

- Enjolras, B. (2021). Explaining the Varieties of Volunteering in Europe: A Capability Approach. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32, 1187-1212.
- Enzensberger, H. M., & Glotz, P. (Hrsg.). (1997). *Baukasten zu einer Theorie der Medien: kritische Diskurse zur Pressefreiheit*. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Fingerling, M., & Jaenicke, A. (Hrsg.). (2017). *Rundfunk für alle: die Bürgermedien in Hessen – eine Bestandsaufnahme*. München: kopaed.
- Förster, S. (2017). *Vom Urknall zur Vielfalt. 30 Bürgermedien in Deutschland*. Online verfügbar unter: https://www.nlm.de/fileadmin/dateien/aktuell/Publikationen/Vom_Urknall.pdf [30.06.2022].
- Freiling, I., Krause, N. M., Scheufele, D. A., & Brossard, D. (2021). Believing and sharing misinformation, fact-checks, and accurate information on social media: The role of anxiety during COVID-19. *New Media & Society*. Online verfügbar unter: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14614448211011451> [25.11.2022].
- Gellner, W., & Schrader, H. (1999). Eigenständig mit Defiziten: Den offenen Kanälen fehlen Produzenten. In: *EPD-Medien*, 51, S. 6-10.
- Gellner, W., & Tiersch, S. (1993). *Offene Kanäle in Rheinland-Pfalz. Ergebnisse empirischer Forschung*. Ludwigshafen: LPR-Schriftenreihe.
- GfK Media & Communication Research (2016). *Reichweiten lokaler Hörfunk- und Fernsehangebote in Niedersachsen 2016*. Online verfügbar unter: https://www.nlm.de/fileadmin/dateien/infothek/pdf/Pr%C3%A4sentation_NLM_Reichweiten_lokaler_H%C3%B6rfunk_und_TV_Angebote_in_Niedersachsen_2.6.2016.pdf [13.09.2022].
- GHK (2010). *Study on volunteering in the european union – Executive Summary DE*. Online verfügbar unter: https://ec.europa.eu/citizenship/pdf/executive_summary_volunteering_de.pdf [30.07.2022].
- Goos, A. (10. Oktober 2022). [Persönliche Kommunikation].
- Haarkötter, H. (2017). YouTuber als Gatekeeper? Empirische Analysen zum Partizipationspotenzial von Online-News-Videos im Vergleich zu klassischen Fernsehnachrichten. In R. Biermann, & D. Verständig (Hrsg.), *Das umkämpfte Netz. Macht- und medienbildungs-theoretische Analysen zum Digitalen* (S. 129-146). Wiesbaden: Springer VS.

- Hacket, A., & Mutz, G. (2002). Empirische Befunde zum bürgerschaftlichen Engagement. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 52(9), 39-46.
- Häder, M. (2019). *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hasebrink, U., Kessel, G., & Weiß, R. (1986). *Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten. Überblick über den bisherigen Forschungsstand*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Haumann, W. (2014). *Motive des bürgerschaftlichen Engagements. Kernergebnisse einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung durch das Institut für Demoskopie Allensbach 2013*. Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.
- Hermann, D. (1989). „Ich hätte ja nie gedacht, daß ich das kann.“ *Der Offene Kanal in Ludwigshafen und seine Nutzer – Ergebnisse einer Befragung*. Ludwigshafen: Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz.
- Hlawatsch, A., & Krickl, T. (2019). Einstellungen zur Befragungen. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 357-364). Wiesbaden: Springer VS.
- Hoefl, K. (10. Oktober 2022). [Persönliche Kommunikation].
- Hohlfeld, R. (2020). Wahr oder falsch? Eine empirische Untersuchung zur Wahrnehmung von "Fake News" und echten Nachrichten in der politischen Kommunikation. In R. Hohlfeld, M. Harnischmacher, E. Heinke, L. Lehner & M. Sengl (Hrsg.), *Fake News und Desinformation* (179-202). Baden-Baden: Nomos.
- Horz, C. (2014). *Medien – Migration – Partizipation*. Bielefeld: transcript-Verlag.
- International Labour Organization (ILO). (2011). *Manual on the Measurement of Volunteer work*. Genf: International Labour Office.
- Jarren, O., Grothe, T., & Müller, R. (1994). *Bürgermedium Offener Kanal. Der Offene Kanal Hamburg aus der Sicht von Nutzern und Experten. Eine empirische Studie von Otfried Jarren, Thorsten Grothe und Roy Müller*. Berlin: VISTAS Verlag.
- Kausmann, C., Burkhardt, L., Rump, B., Kelle, N., Simonson, J., & Tesch-Römer, C. (2019). Zivilgesellschaftliches Engagement. In H. Krimmer (Hrsg.), *Datenreport Zivilgesellschaft* (S. 55-92). Wiesbaden: Springer VS.
- Kleinsteuber, H. J. (2012). Community radio. In H. J. Kleinsteuber (Hrsg.), *Radio. Eine Einführung* (S. 269-293). Wiesbaden: Springer VS.

- Klimasch, J. S. (10. Oktober 2022). [Persönliche Kommunikation].
- Köhler, J. (1990). *Sozial-integrative und kulturelle Funktion von offenen Kanälen – untersucht am Beispiel des OK Dortmund*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Hildesheim.
- Krebs, D., & Menold, N. (2019). Gütekriterien quantitativer Sozialforschung. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 549-565). Wiesbaden: Springer VS.
- Landesanstalt für das Rundfunkwesen Saarland (1990). *Offener Kanal Saarland, Saarbrücken*. Landesanstalt für das Rundfunkwesen: Referat Presse und Öffentlichkeitsarbeit.
- Landesanstalt für Medien NRW (2020). *Positionspapier „Zukunft der Bürgermedien“*. Online verfügbar unter: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Themen/Buergermedien/Positionspapier-Buergermedien_Oktober-2020.pdf [13.07.2022].
- Landesregierung Nordrhein-Westfalen (1987). *Der Offene Kanal im Kabelpilotprojekt Dortmund*. Band 3 der Begleitforschung des Landes Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund. Düsseldorf: Presse- und Informationsamt der Landesregierung.
- Lasica, J. D. (2003). *What is Participatory Journalism?* Online Journalism Review.
- Lenk, W., Hilger, P., & Tegeler, S. (2001). *Offene Kanäle in Niedersachsen. Eine Organisations-, Produzenten- und Programmanalyse*. Berlin: VISTAS Verlag.
- Liening, M. (11. Oktober 2022). [Persönliche Kommunikation].
- Linke, J. (2009). *Bürgermedien. Versuch einer Definition*. Online verfügbar unter: https://www.buergergesellschaft.de/fileadmin/pdf/gastbeitrag_linke_090227_01.pdf [01.07.2022].
- Möhring, W., & Köpke, W. (2016). Zwischen Auftrag und ökonomischer Notwendigkeit. Ausbildung und ausbildungsähnliche Leistungen des niedersächsischen Bürgerrundfunks. In J. Wimmer & M. Hartmann (Hrsg.), *Medien-Arbeit im Wandel. Theorie und Empirie zur Arbeit mit und in Medien* (S. 115-134). Wiesbaden: Springer VS.

- Moschner, B. (2002). *Altruismus und Egoismus: Was motiviert zum Ehrenamt?* (Diskussionspapier 20). Bielefeld: Universität Bielefeld.
- Müller, D., Hameister, N., & Lux, K. (2017). Anstoß und Motive für das freiwillige Engagement. In J. Simonson, C. Vogel & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2014* (S. 413-435). Wiesbaden: Springer VS.
- Neuberger, C., Nuernbergk, C., & Rischke, M. (2009). Journalismus im Internet. Zur Einführung. In C. Neuberger, C. Nuernbergk & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung* (S. 9-18). Wiesbaden: Springer VS.
- Niedersächsische Landesmedienanstalt (2022). *Bürgersender*. Online verfügbar unter: <https://www.nlm.de/buergersender> [25.06.2022].
- Niedersächsische Landesmedienanstalt (Hrsg.). (2010). *Zukunft begleiten – Zukunft formen: 25 Jahre niedersächsische Landesmedienanstalt*. Online verfügbar unter: https://www.nlm.de/fileadmin/dateien/pdf/NLM_25Jahre_Endfassung.pdf [01.09.2022].
- Nip, J. Y. M. (2006). Exploring the second Phase of public Journalism Studies. *Journalism studies*, 7(2), 212-236.
- NMedienG § 25 (2022). *Grundlagen und Aufgaben des Bürgerrundfunks*. Online verfügbar unter: <https://www.nds-voris.de/jportal/;jsessionid=4FF5864DFCFF46BF07EAF9A69D291F51.jp14?quelle=jlink&query=MedienG+ND&psml=bsvorisprod.psml&max=true&aiz=true#jlr-Medien-GND2022pP25> [02.08.2022].
- NMedienG § 29 (2022). *Nutzungsbedingungen im Bürgerrundfunk*. Online verfügbar unter: <https://www.nds-voris.de/jportal/;jsessionid=4FF5864DFCFF46BF07EAF9A69D291F51.jp14?quelle=jlink&query=MedienG+ND&psml=bsvorisprod.psml&max=true&aiz=true#jlr-Medien-GND2022pP25> [02.08.2022].
- NOKO Bürgermedien (2000). Bürgermedien in der Kommunikationsgesellschaft. In: Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (Hrsg.), *Bürgerbeteiligung und Medien. Dokumentation des Bürgermedienkongress im Dezember 1999 in Hannover* (S. 128-133). Berlin: Schriftenreihe der NLM.

- Nowak, N. (2021). *Die Repräsentation marginalisierter Gruppen in den Redaktionsteams deutscher Bürgermedien* (Unveröffentlichte Forschungsarbeit). Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, Salzgitter.
- Offener Kanal Hamburg (1990). *Statistik der Nutzungsstruktur. Stichtag 31. März 1990*. Hamburg: Unveröffentlichtes Arbeitspapier des OK Hamburg.
- Outing, S. (2005). *The 11 Layers of Citizen Journalism. A resource guide to help you figure out how to put this industry trend to work for you and your newsroom*. Online Verfügbar unter: <https://new.waccglobal.org/wp-content/uploads/2020/05/1-11-Layers-of-Citizen-Journalism-POYNTER2006.pdf> [23.07.2022].
- Peissl, H., & Tremetzberger, O. (2020). Nichtkommerzieller Rundfunk. In J. Krone & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie* (S. 1535-1562). Wiesbaden: Springer VS.
- Petrich, G. (1984). Die Entwicklung des Offenen Kanals in Ludwigshafen. *Media Perspektiven*, 11, 871-878.
- Rager, G., & Rinsdorf, L. (2000). *Kommunikatoren im nichtkommerziellen lokalen Hörfunk in Niedersachsen. Eine Organisationsanalyse*. Berlin: VISTAS Verlag.
- Rager, G., & Sehl, A. (2010). Leserreporter – Volkskorrespondent revisited? Wie Bürgerjournalismus den heutigen partizipativen Journalismus beeinflusst. In M. Friedrichsen, J. Wendland, G. Woronenkova (Hrsg.), *Medienwandel durch Digitalisierung und Krise. Eine vergleichende Analyse zwischen Russland und Deutschland* (S. 55-67). Baden-Baden: Nomos.
- Rauch, T. (1991). *Aktive Medienarbeit und Fernsehen*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Fachrichtung Psychologie der Universität des Saarlandes, Saarbrücken.
- Roth, R. (2000). Bürgerschaftliches Engagement – Formen, Bedingungen, Perspektiven. In A. Zimmer & S. Nährlich (Hrsg.), *Engagierte Bürgerschaft. Traditionen und Perspektiven* (S. 25-48). Opladen: Leske + Budrich.
- Schenkewitz, J. (10. Oktober 2022). [Persönliche Kommunikation].
- Schönhagen, P. & Kopp, M. (2007). Bürgerjournalismus – eine publizistische Revolution? *Zeitschrift für Politik* (S. 296 – 323).
- Schulte, H. J. (1989). *Untersuchung und Analyse der Nutzerstruktur des Offenen Kanals Berlin*. Berlin: Projektbericht.

- Sehl, A., & Steinbrecher, M. (2014). Der Bürger als Programmierer – der Journalist als Ratgeber. Eine Befragung von Zulieferern und Programmredakteuren zum TV-Sender nrwision. In W. Loosen & M. Dohle (Hrsg.), *Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung* (S. 171-189). Wiesbaden: Springer VS.
- Shye, S. (2009). *The Motivation to Volunteer: A Systematic Quality of life Theory*. Online verfügbar unter: https://www.researchgate.net/profile/Samuel-Shye/publication/225481095_The_Motivation_to_Volunteer_A_Systemic_Quality_of_Life_Theory/links/54dcef7f0cf28a3d93f882c5/The-Motivation-to-Volunteer-A-Systemic-Quality-of-Life-Theory.pdf [03.09.2022].
- Simonson, J., & Vogel, C. (2020). Freiwilliges Engagement im Alter. In K. R. Schroeter, C. Vogel & H. Künemund (Hrsg.), *Handbuch Soziologie des Alter(n)s*. Wiesbaden: Springer VS.
- Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C., & Tesch-Römer, C. (2021b). Unterschiede und Ungleichheiten im freiwilligen Engagement. In J. Simonson, N. Kelle, C. Kausmann & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland: Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019* (S. 67-94). Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.
- Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C., & Tesch-Römer, C. (2022a). Einleitung: zwanzig Jahre Deutscher Freiwilligensurvey. In J. Simonson, N. Kelle, C. Kausmann & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019* (S. 11-28). Wiesbaden: Springer VS.
- Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C., & Tesch-Römer, C. (2022b). Freiwilliges Engagement im Zeitvergleich. In J. Simonson, N. Kelle, C. Kausmann & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019* (S. 53-66). Wiesbaden: Springer VS.
- Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C., & Tesch-Römer, C. (2022c). Zentrale Ergebnisse des Deutschen Freiwilligensurveys 2019. In J. Simonson, N. Kelle, C. Kausmann & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019* (S. 1-10). Wiesbaden: Springer VS.

- Simonson, J., Kelle, N., Kausmann, C., Karnick, N., Arriagada, C., Hagen, C., Hameister, N., Huxhold, O., & Tesch-Römer, C. (2021a). *Freiwilliges Engagement in Deutschland: Zentrale Ergebnisse des Fünften Deutschen Freiwilligensurveys (FWS 2019)*. Berlin: Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend.
- Simonson, J., Vogel, C., & Tesch-Römer, C. (Hrsg.). (2017). *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2014*. Wiesbaden: Springer VS.
- Statistisches Bundesamt (Destatis). (Hrsg.). (2019). *Bevölkerung im Wandel. Annahmen und Ergebnisse der 14. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung*. Online verfügbar unter: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressekonferenzen/2019/Bevoelkerung/pressebroschuere-bevoelkerung.pdf;jsessionid=5BFA7FCD32860EA137B95BC5BFFAF3F5.live721?_blob=publication-File [01.08.2022].
- Steinbrecher, M., & Malter, S. (2021). Ein Baustein der zukünftigen Kommunikationsarchitektur. Sieben Thesen zur Zukunft der Bürgermedien. In M. Kurp, B. Lenzian & U. Milbret (Hrsg.), *Journalismus auf zwei Säulen. Drei Jahrzehnte Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen* (S. 201-216). Wiesbaden: Springer VS.
- Stricker, M. (2011). Ehrenamt. In T. Olk & B. Hartnuß (Hrsg.), *Handbuch Bürgerschaftliches Engagement* (S. 163-171). Weinheim: Beltz Juventa.
- Suhr, H. (1990). *Der Offene Kanal in Theorie und Praxis*. Berlin: Unveröffentlichte Magisterarbeit im Fachbereich Kommunikationswissenschaften am Institut für Informationswissenschaft der FU Berlin.
- Sura, R. (1987). Entstehungsgeschichte eines Kabelpilotprojektes. In S. Ory & R. Sura (Hrsg.), *Der Urknall im Medienlabor. Das Kabelpilotprojekt Ludwigshafen* (S. 9-44). Berlin: VISTAS Verlag.
- Tesch-Römer, C., Simonson, J., Vogel, C., & Ziegelmann, J. P. (2017). Ergebnisse des Deutschen Freiwilligensurveys 2014: Implikationen für die Engagementpolitik. In J. Simonson, C. Vogel & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2014* (S. 647-662). Wiesbaden: Springer VS.
- Thüringer Landesmedienanstalt (Hrsg.). (2004). *Formenreichtum als Erfolgsprinzip. Organisation, Nutzer und Beiträge in den Offenen Kanälen in Thüringen*. München: Kopaed.

- Van Bavel, J.J., Harris, E.A., Pärnamets, P., Rathje, S., Doell, K.C., & Tucker, J.A. (2021). Political Psychology in the Digital (mis)Information age: A Model of News Belief and Sharing. *Social Issues and Policy Review*, 15(1), 84-113.
- Volpers, H. (2017). Interview mit Helmut Volpers. In S. Förster (Hrsg.), *Vom Urknall zur Vielfalt. 30 Jahre Bürgermedien in Deutschland* (S. 77-81). Berlin: VISTAS Verlag.
- Volpers, H., & Bernhard, U. (2017). *Nahraumfernsehen in Niedersachsen – eine Inhaltsanalyse lokal und regional verbreiteter Fernsehangebote. Mit einem Exkurs zu den TV-Regionalfensterangeboten in Niedersachsen*. Köln: Institut für Medienforschung.
- Volpers, H., & Bernhard, U. (2018). *Die Bürgerradios in Niedersachsen – Programmanalyse 2017. Teilbericht zur „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“*. Köln: Institut für Medienforschung.
- Volpers, H., & Werner, P. (Hrsg.). (2007). *Bürgerfernsehen in Nordrhein-Westfalen. Eine Organisations- und Programmanalyse*. Schriftenreihe Medienforschung der LfM. Band 56. Online verfügbar unter: <https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/LfM-Band-56.pdf> [28.06.2022].
- Volpers, H., Schnier, D., & Salwiczek, C. (2006). *Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. Eine Organisations- und Programmanalyse*. Schriftenreihe Medienforschung der LfM. Band 51. Online verfügbar unter: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien_Forschung/LfM-Band-51.pdf [28.06.2022].
- Von Rosenblatt, B. (2009). *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Freiwilligensurvey 1999: Ergebnisse der Repräsentativerhebung zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und bürgerschaftlichem Engagement*. Wiesbaden: Springer VS.
- Wagner-Schelewsky, P., & Hering, C. (2019). Online-Befragung. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 787-800). Wiesbaden: Springer VS.
- Winterhoff-Spurk, P., Heidinger, V., & Schwab, F. (1992). *Der Offene Kanal in Deutschland. Ergebnisse empirischer Forschung*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Witte, M., & Bendisch, R. (1986). Der Offene Kanal im Kabelpilotprojekt Berlin. *Rundfunk und Fernsehen*, 34(2), 209-219.
- Wölfel, S. (20. Oktober 2022). [Persönliche Kommunikation].

Anhang

Im nachstehenden Anhang der Arbeit sind neben dem Fragebogen der quantitativen Online-Befragung auch die dazugehörigen SPSS Auswertungen enthalten. Des Weiteren kann diesem Anhang der detaillierte Leitfaden der qualitativen Befragung sowie die dazugehörigen Transkripte und eine Übersicht über die fünf Interviewpartner entnommen werden.

A.1 Fragebogen der quantitativen Online-Befragung

Forschungsdimension	Konstrukt	Frageformulierung & Items	Skala & Codierung	Quelle	
	Startfolie der Umfrage	<p>Ohne Ehrenamtliche sind Bürgermedien nicht denkbar. Sie engagieren sich ehrenamtlich in Ihrem Bürgersender? Das finden wir gut und wichtig! Aber was treibt Sie an? Das würden wir im Rahmen einer Studie der Ostfalia Hochschule gerne herausfinden, denn die letzten wissenschaftlichen Untersuchungen zu Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk liegen bereits mehr als 20 Jahre zurück und wurden begleitend zum damaligen Sendestart durchgeführt.</p> <p>Wir möchten daher mehr über</p>	Text	Basiert auf eigenen Überlegungen	

		<p>Ihre persönliche Motivation für ein ehrenamtliches Engagement in den Bürgermedien, Ihre Ziele, Ihre Arbeitszufriedenheit und auch über mögliche Verbesserungsvorschläge erfahren. Dafür hätten wir gerne 15 Minuten Ihrer Zeit.</p> <p>Hinterlassen Sie uns am Ende der Umfrage gerne Ihre E-mail Adresse, um zu erfahren, was andere Ehrenamtliche in Niedersachsen antreibt. Alle Daten werden streng anonym behandelt.</p> <p>Vielen Dank, dass Sie dabei sind!</p>			
Rekrutierung und Ehrenamt	Medium	Bitte wählen Sie das Medium aus, in dem Sie ehrenamtlich tätig sind	<ul style="list-style-type: none"> (1) Bürgerradio (2) Bürgerfernsehen (3) Bürgerradio und Bürgerfernsehen 	Basiert auf eigenen Überlegungen	
	<p>Medium</p> <p><u>Filterfrage:</u> Medium = (1) Bürgerradio</p>	Bitte wählen Sie den Sender aus, in dem Sie sich ehrenamtlich engagieren	<ul style="list-style-type: none"> (1) Radio Jade (2) Radio ZuSa (3) Radio Ostfriesland (4) ems-vechtewelle 	Basiert auf eigenen Überlegungen	

			(5) osradio 104.8 (6) Radio Ton- kuhle (7) Radio Oker- welle (8) radio aktiv (9) StadtRadio Göttingen		
	Medium <u>Filterfrage:</u> Medium = (2) Bürgerfernse- hen	Bitte wählen Sie den Sender aus, in dem Sie sich ehrenamtlich engagieren	(1) h1 (2) tv38	Basiert auf ei- genen Über- legun- gen	
	Medium <u>Filterfrage:</u> Medium = (3) Bürgerradio und Bürger- fernsehen	Bitte wählen Sie den Sender aus, in dem Sie sich ehrenamtlich engagieren	(1) Radio We- ser.TV (2) oldenburg eins	Basiert auf ei- genen Über- legun- gen	
	Beitrittsjahr	Bitte geben Sie das Jahr an, in welchem Sie Ihre ehrenamtli- che Tätigkeit im Bürgersender aufgenommen haben (also bspw. 2022). Falls Sie sich bereits seit meh- reren Jahren en- gagieren, reicht hier auch eine grobe Schät- zung.	Offenes Textfeld (Zahleneingabe)	Basiert auf ei- genen Über- legun- gen	
	Existenz	Wie haben Sie von der Exis- tenz Ihres Bür- gersenders er- fahren? Hin-	(1) Freunde, Be- kannte (2) Traditionelle Medien (Tages- zeitung, Fernse- hen, Radio)	In An- leh- nung an Lenk et al. (2001, S.	

		weis: Mehrfachauswahl möglich	<p>(3) Broschüren, Plakat</p> <p>(4) Vereine, Gruppen</p> <p>(5) Veranstaltungen, Messen</p> <p>(6) Schule, Hochschule</p> <p>(7) Social Media</p> <p>(8) Programm des Bürgersenders</p> <p>(9) Internetseite des Bürgersenders</p> <p>(10) Sonstiges: (Offenes Textfeld)</p>	117); In Anlehnung an Jarren et al. (1994, S. 145)	
	Zugang zum Bürgersender	Wer oder was hat Sie zum Bürgersender gebracht? Hinweis: Mehrfachauswahl möglich	<p>(1) das war Eigeninitiative</p> <p>(2) Freunde, Bekannte, Verwandte</p> <p>(3) Mitarbeiter des Bürgersenders</p> <p>(4) Sonstiges: (Offenes Textfeld)</p>	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 118)	
	Häufigkeit des Engagements	Wie oft engagieren Sie sich ehrenamtlich in Ihrem Bürgersender?	<p>(1) mehrmals in der Woche</p> <p>(2) einmal in der Woche</p> <p>(3) mehrmals im Monat</p> <p>(4) einmal im Monat</p>	Basiert auf eigenen Überlegungen	

			(5) mehrmals im Jahr		
	Ehrenamtliches Engagement außerhalb des Bürgerrundfunks	Engagieren Sie sich außerhalb des Bürgerrundfunks noch auf eine andere Art und Weise ehrenamtlich?	(1) ja (2) nein	Basiert auf eigenen Überlegungen	
	Ehrenamtliches Engagement außerhalb des Bürgerrundfunks <u>Filterfrage:</u> Ehrenamtliches Engagement außerhalb des Bürgerrundfunks = (1) ja	Wie sieht dieses zusätzliche Engagement aus?	Offenes Textfeld	Basiert auf eigenen Überlegungen	
	Überlegung Ehrenamt zu beenden	Haben Sie schon einmal überlegt, das Ehrenamt in Ihrem Bürgersender aufzugeben?	(1) ja (2) nein	Basiert auf eigenen Überlegungen	
	Gründe für Beendigung des Ehrenamts <u>Filterfrage:</u> Überlegung Ehrenamt zu beenden = (1) ja	Warum haben Sie überlegt, Ihre ehrenamtliche Tätigkeit im Bürgersender aufzugeben? ...Beruf und Privatleben sind wichtiger ...Unzufriedenheit mit Arbeitsklima oder Abläufen ...andere Ehrenamtliche haben meine Arbeit abgenommen	(1) stimme zu (2) stimme eher zu (3) teils-teils (4) stimme eher nicht zu (5) stimme nicht zu	In Anlehnung an Rager & Rinsdorf (2000, S. 43)	

		<p>...andere zeitliche Gründe (bspw. Neue Hobbys)</p> <p>...aufgrund anderer ehrenamtlicher Tätigkeiten</p> <p>...mir sind die Themenideen ausgegangen</p> <p>...zu große Konkurrenz um Sendeplätze</p> <p>...Sonstiges: (offenes Textfeld)</p>			
Vorerfahrungen und Redaktionsalltag	Vorerfahrungen der Produzenten	Welche Vorerfahrungen mitbringen Sie mit? Hinweis: Mehrfachauswahl möglich	<p>(1) Schnitt</p> <p>(2) Kamera</p> <p>(3) Studioteknik</p> <p>(4) Tonaufnahme und Bearbeitung</p> <p>(5) vor Publikum musizieren</p> <p>(6) Moderation</p> <p>(7) Konzept</p> <p>(8) Schauspiel</p> <p>(9) Regie</p> <p>(10) keine</p>	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 131)	
	Mitbringen journalistischer Vorerfahrungen	Bringen Sie journalistische Vorerfahrungen mit?	<p>(1) ja</p> <p>(2) nein</p>	In Anlehnung an Rager & Rinsdorf (2000, S. 45)	

	<p>Journalistische Vorerfahrungen</p> <p><u>Filterfrage:</u> Mitbringen journalistischer Vorerfahrungen = (1) ja</p>	<p>Welche journalistischen Vorerfahrungen bringen Sie mit? Hinweis: Mehrfachauswahl möglich</p>	<p>(1) Schülerzeitung/Unizeitung</p> <p>(2) Praktikum/Hospitanz</p> <p>(3) Volontariat</p> <p>(4) Journalistenschule</p> <p>(5) Studium im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft, Journalistik oder verwandten Fächern</p> <p>(6) Redakteur</p> <p>(7) journalistische Seminare und Weiterbildungen</p> <p>(8) freie Mitarbeit für... (offenes Textfeld)</p> <p>(9) Sonstiges: (offenes Textfeld)</p>	<p>Rager & Rinsdorf (2000, S. 45)</p>	
	<p>Tätigkeiten</p>	<p>Welche Tätigkeiten üben Sie regelmäßig in Ihrem Sender aus? Hinweis: Mehrfachauswahl möglich</p>	<p>(1) Moderieren</p> <p>(2) Recherchieren</p> <p>(3) Nachrichtenauswahl</p> <p>(4) Organisation</p> <p>(5) Schneiden</p> <p>(6) Tonaufnahme/ Bildaufnahme</p> <p>(7) Sonstiges: (offenes Textfeld)</p>	<p>In Anlehnung an Rager & Rinsdorf (2000, S. 103)</p>	

	Produktion eigener Inhalte	Produzieren Sie selbst eigene Inhalte in Ihrem Bürgersender?	(1) ja (2) nein	Basiert auf eigenen Überlegungen	
	Anregungen zur Produktion <u>Filterfrage:</u> Produktion eigener Inhalte = (1) ja	Woher bekommen Sie Anregungen für Ihre Beiträge? ...Hobby, Interessen ...Geschehen in der Region ...Gespräche mit Freunden ...Berichte in traditionellen Medien (Tageszeitung, Fernsehen, Radio) ...Fachkenntnisse, Bücher ...Beiträge auf Social Media ...Erlebnisse, Erinnerungen ...Vorbilder in den Medien ...politische Überzeugung ...religiöse Weltanschauung ...andere Bürgermedienbeiträge ...Vereinsgeschehen ...Parteien/ Interessengruppen	(1) stimme zu (2) stimme eher zu (3) teils-teils (4) stimme eher nicht zu (5) stimme nicht zu	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 128)	

		...Sonstiges: (offenes Textfeld)			
	<p>Ausgewählte Probleme bei der Produktion</p> <p><u>Filterfrage:</u> Produktion eigener Inhalte = (1) ja</p>	<p>Wo sehen Sie Probleme im Hinblick auf die Produktion?</p> <p>...Zeitaufwand</p> <p>...Technikaufwand</p> <p>...Wartezeiten für Geräte</p> <p>...Gestaltung</p> <p>...Anfahrt</p> <p>...defekte Technik</p> <p>...Planung, Organisation</p> <p>...Gruppenmitglieder</p> <p>...Hauptamtliche des Bürgersenders</p> <p>...andere Ehrenamtliche</p> <p>...Sonstiges: (offenes Textfeld)</p>	<p>(1) stimme zu</p> <p>(2) stimme eher zu</p> <p>(3) teils-teils</p> <p>(4) stimme eher nicht zu</p> <p>(5) stimme nicht zu</p>	<p>In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 123)</p>	
	<p>Arbeitsorganisation</p> <p><u>Filterfrage:</u> Produktion eigener Inhalte = (1) ja</p>	<p>Produzieren Sie Ihre Beiträge vorrangig alleine oder in der Gruppe?</p>	<p>(1) alleine</p> <p>(2) in der Gruppe</p> <p>(3) beides</p>	<p>Jarren et al. (1994, S. 147)</p>	
	<p>Entstehung der Produzentengruppen</p>	<p>Diese Produzentengruppen bestehen aus...Hinweis: Mehrfachauswahl möglich</p>	<p>(1) Bekannten oder Freunden</p> <p>(2) meinem Verein</p>	<p>In Anlehnung an Lenk et al.</p>	

	Filterfrage: Arbeitsorganisation \geq (2) in der Gruppe		(3) Mitschülern, Kommilitonen (4) einer Interessenorganisation/ Initiative (5) Ehrenamtlichen und Hauptamtlichen (6) Arbeitskollegen (7) Verwandten (8) Sonstiges: (offenes Textfeld)	(2001, S. 124)	
	Themenpräferenz der Ehrenamtlichen	Die folgenden Themenbereiche interessieren mich... ...Kultur ...Soziales ...Szene, Party ...Service ...Politik ...Comedy ...Natur, Tiere ...Geschichte ...Reisen ...Diskriminierung ...Geschlechterverhältnis ...Kirche, Glaubensfragen ...Wirtschaft ...Sport ...Kriminalität, Justiz	(1) stimme zu (2) stimme eher zu (3) teils-teils (4) stimme eher nicht zu (5) stimme nicht zu	Lenk et al. (2001, S. 127)	

		<p>...Ökologie, Klimaschutz, Umwelt</p> <p>...Gesundheit, Pflege</p> <p>...Migration, Zusammenleben</p> <p>...Sonstiges: (offenes Text- feld)</p>			
	Hören/ Sehen von Sendungen	Hören bzw. sehen Sie gelegentlich Sendungen Ihres Bürgersenders?	<p>(1) ja</p> <p>(2) nein</p>	Jarren et al. (1994, S. 149)	
	<p>Gelegentliche Rezeption von Sendungen des Bürgersenders</p> <p><u>Filterfrage:</u> Hören/ Sehen von Sendungen = (1) ja</p>	Wie oft sehen bzw. hören Sie Sendungen Ihres Bürgersenders?	<p>(1) mehrmals in der Woche</p> <p>(2) einmal in der Woche</p> <p>(3) mehrmals im Monat</p> <p>(4) einmal im Monat</p> <p>(5) mehrmals im Jahr</p>	Basiert auf eigenen Überlegungen	
Motive und publizistische Ziele	Erwartungen an den Bürgersender	Was sind Ihre persönlichen Erwartungen an den Bürgersender? Was soll er aus Ihrer Sicht leisten?	Offenes Textfeld	Jarren et al. (1994, S. 148)	
	Motive	<p>Wie wichtig sind Ihnen die nachstehenden Ziele in Bezug auf Ihre Tätigkeit?</p> <p>...Spaß an der Produktion</p>	<p>(1) sehr wichtig</p> <p>(2) eher wichtig</p> <p>(3) teils-teils</p> <p>(4) eher unwichtig</p> <p>(5) unwichtig</p>	Rager & Rinsdorf (2000, S. 66); Lenk et al. (2001, S. 147);	

		<p>...andere unterhalten</p> <p>...Medientechnik kennenlernen</p> <p>...Fähigkeiten trainieren</p> <p>...vernachlässigte Themen, Missstände aufgreifen</p> <p>...Gestaltungsformen ausprobieren</p> <p>...über Lokales/Regionales berichten</p> <p>...sinnvolle Freizeitgestaltung</p> <p>...eigene Meinung, Gruppenziele bekanntmachen</p> <p>...Gegenöffentlichkeit schaffen</p> <p>...mich selber ausprobieren</p> <p>...Leute kennenlernen, Kontakt zu anderen haben</p> <p>...auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen</p> <p>...über Themen berichten, die mir wichtig sind</p> <p>...Gesellschaft mitgestalten</p>		<p>Jarren et al. (1994, S. 146)</p>	
--	--	--	--	-------------------------------------	--

		...Ansehen und Einfluss gewinnen			
	Motive	Gibt es weitere Ziele, die Sie mit Ihrem ehrenamtlichen Engagement im Bürgersender erreichen möchten, welche oben noch nicht genannt wurden?	Offenes Textfeld	Basiert auf eigenen Überlegungen	
	Publikum (allgemein) <u>Filterfrage:</u> Produktion eigener Inhalte = (1) ja	An welches Publikum denken Sie, wenn Sie im Bürgersender produzieren?	(1) Ich möchte ein möglichst breites Publikum erreichen (2) Ich möchte ein bestimmtes Publikum erreichen (3) Es ist mir nicht so wichtig, jemanden mit meiner Sendung zu erreichen	Jarren et al. (1994, S. 151)	
	Zielgruppe <u>Filterfrage:</u> Publikum (allgemein) = (2) Ich möchte ein bestimmtes Publikum erreichen	Welche Zielgruppe möchten Sie mit Ihren Inhalten ansprechen? Hinweis: Mehrfachauswahl möglich	(1) eher junge Leute (2) Menschen aus Stadtteil/Region (3) spezielle Interessengruppen (4) Freunde, Bekannte, Verwandte (5) kulturell Interessierte, Künstler (6) Gruppen-, Vereins-, Initiativenmitglieder	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 149); In Anlehnung an Jarren et al. (1994, S. 151)	

			<p>(7) lokale Politiker, Verwaltung</p> <p>(8) sozial Schwache</p> <p>(9) Frauen</p> <p>(10) eher ältere Leute</p> <p>(11) vernachlässigte Minderheiten</p> <p>(12) Männer</p> <p>(13) Sonstige: (offenes Textfeld)</p>		
	<p>Ziele</p> <p><u>Filterfrage:</u> Produktion eigener Inhalte = (1) ja</p>	<p>Im Rahmen meiner Arbeit möchte ich...</p> <p>...neutral und präzise informieren</p> <p>...Spannung und Unterhaltung bieten</p> <p>...komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln</p> <p>...Serviceangebote machen</p> <p>...mich für Benachteiligte einsetzen</p> <p>...zum politischen Engagement anregen</p> <p>...positive Ideale vermitteln</p> <p>...meinen Verein vorstellen</p>	<p>(1) stimme zu</p> <p>(2) stimme eher zu</p> <p>(3) teils-teils</p> <p>(4) stimme eher nicht zu</p> <p>(5) stimme nicht zu</p>	<p>Rager & Rinsdorf (2000, S. 86); Lenk et al. (2001, S. 145)</p>	

		<p>...Politiker kritisieren und kontrollieren</p> <p>...die politische Tagesordnung beeinflussen</p> <p>...Konflikte entschärfen</p> <p>...Sonstiges: (offenes Textfeld)</p>			
Betreuung und Arbeitszufriedenheit	Erwartungen der Produzenten an die Hauptamtlichen	<p>Welche Erwartungen haben Sie an die Hauptamtlichen?</p> <p>...Einweisung in die Technik</p> <p>...Unterstützung im technischen Bereich</p> <p>...Öffentlichkeitsarbeit</p> <p>...Angebot von vertiefenden Kursen</p> <p>...Kritische Anregungen</p> <p>...Gewinnung von weiteren Ehrenamtlichen</p> <p>...Unterstützung bei der Gestaltung</p> <p>...Unterstützung bei Text/Sprache</p> <p>...Unterstützung beim Inhalt</p>	<p>(1) stimme zu</p> <p>(2) stimme eher zu</p> <p>(3) teils-teils</p> <p>(4) stimme eher nicht zu</p> <p>(5) stimme nicht zu</p>	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 140); Jarren et al. (1994, S. 149)	

		<p>...Unterstützung bei der Themenfindung</p> <p>...Zusammenstellung von Teams/ Gruppen</p> <p>...Sonstiges: (offenes Textfeld)</p>			
	Bilanz	<p>Welche Bilanz ziehen Sie hinsichtlich Ihrer Erfahrungen im Bürgersender?</p> <p>...Ich konnte Ideen verwirklichen</p> <p>...Ich kann besser mit Radio- oder Fernseh-technik umgehen</p> <p>...Ich habe neue Leute kennengelernt</p> <p>...Ich sehe/höre herkömmliche Medien mit anderen Augen/ Ohren</p> <p>...ich bin selbstbewusster geworden</p> <p>...Ich konnte etwas bewirken</p> <p>...Ich habe gelernt, deutlicher zu sprechen</p> <p>...Ich bin bekannter geworden</p>	<p>(1) stimme zu</p> <p>(2) stimme eher zu</p> <p>(3) teils-teils</p> <p>(4) stimme eher nicht zu</p> <p>(5) stimme nicht zu</p>	Lenk et al. (2001, S. 136)	

		<p>...Ich engagiere mich noch stärker</p> <p>...Ich bin besser über kulturelle Ereignisse vor Ort informiert</p> <p>...Mir fällt es leichter, meine Meinung öffentlich zu äußern</p> <p>...Ich kann besser mit anderen in der Gruppe zusammenarbeiten</p> <p>...Ich weiß über meinen Wohnort besser Bescheid</p> <p>...Ich habe über die Bürgersender-Arbeit einen Job gefunden</p> <p>...Sonstiges: (offenes Textfeld)</p>			
	Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen	<p>Wie zufrieden sind Sie mit den Arbeitsbedingungen in Ihrem Bürgersender?</p> <p>...Lage des Studios/Senders</p> <p>...Betreuung</p> <p>...Umgang der Hauptamtlichen mit den Ehrenamtlichen</p> <p>...Qualität der Technik</p>	<p>(1) sehr zufrieden</p> <p>(2) eher zufrieden</p> <p>(3) teils-teils</p> <p>(4) eher unzufrieden</p> <p>(5) sehr unzufrieden</p>	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 142)	

		<p>...Qualifikationen der Hauptamtlichen</p> <p>...Zugang zu Geräten</p> <p>...Sendezeiten</p> <p>...Gleichbehandlung der Ehrenamtlichen</p> <p>...Öffnungszeiten</p> <p>...Zugang zu Einführungskursen</p> <p>...Zugang zu Sendepätzen</p> <p>...Anzahl digitaler Schnitttechnik</p> <p>...weiterführenden Kursangeboten</p> <p>...Öffentlichkeitsarbeit</p>			
	Zufriedenheit mit dem Programm	<p>Wie zufrieden sind Sie mit dem Programm Ihres Bürgersenders im Hinblick auf folgende Punkte?</p> <p>...Aktualität</p> <p>...Vielfalt der Themensendungen</p> <p>...Informationsqualität</p> <p>...technische Qualität</p>	<p>(1) sehr zufrieden</p> <p>(2) zufrieden</p> <p>(3) teils-teils</p> <p>(4) unzufrieden</p> <p>(5) sehr unzufrieden</p>	Jarret et al. (1994, S. 149)	

		<p>...Programmschema</p> <p>...Vielfalt der Darstellungsformen</p> <p>..Sprache/Sprache</p>			
	Beurteilung des Sendeangebots insgesamt	Wie beurteilen Sie das Sendeangebot Ihres Bürgersenders insgesamt?	<p>(1) sehr gut</p> <p>(2) eher gut</p> <p>(3) mittel</p> <p>(4) eher nicht gut</p> <p>(5) überhaupt nicht gut</p>	Lenk et al. (2001, S. 138)	
	Abschaffung des Bürgersenders	Wenn Sie erfahren würden, dass Ihr Bürgersender abgeschafft werden soll, wie würden Sie reagieren?	<p>(1) wäre mir egal</p> <p>(2) würde ich bedauern</p> <p>(3) würde ich begrüßen</p>	Jarren et al. (1994, S. 153)	
	<p>Erhalt des Bürgersenders</p> <p><u>Filterfrage:</u> Abschaffung des Bürgersenders = (2) würde ich bedauern</p>	Würden Sie sich auch an Aktivitäten zum Erhalt Ihres Bürgersenders beteiligen?	<p>(1) ja</p> <p>(2) nein</p>	Jarren et al. (1994, S. 153)	
	<p>Abschaffung begrüßen</p> <p>Filterfrage: Abschaffung des Bürgersenders = (3) würde ich begrüßen</p>	Warum würden Sie die Abschaffung des Bürgersenders begrüßen?	Offenes Textfeld	Basiert auf eigenen Überlegungen	
	Allgemeine Verbesserungsvorschläge	Wenn Sie über Veränderungen in Ihrem Bürgersender nachdenken, für welche Verbesserungen würden	Offenes Textfeld	Jarren et al. (1994, S. 153)	

		Sie sich einsetzen?			
Soziodemographische Merkmale	Geschlecht	Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?	(1) männlich (2) weiblich (3) divers	In Anlehnung an Jarren et al. (1994, S. 155)	
	Alter	Wie alt sind Sie? Bitte geben Sie Ihr Alter ausschließlich in Zahlen an (also bspw. 22, 40, 51 usw.) Später umcodiert in Altersklassen	Offenes Textfeld (1) 20 bis 30 Jährige (2) 30 bis 40 Jährige (3) 40 bis 50 Jährige (4) 50 bis 60 Jährige (5) 60 bis 70 Jährige (6) 70 Jahre und älter	In Anlehnung an Jarren et al. (1994, S. 155)	
	Bildungsabschluss	Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?	(1) kein Abschluss (2) Hauptschulabschluss (3) Realschulabschluss (4) Fachhochschulreife (5) Abitur	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 107)	

			<p>(6) Fachhochschul- oder Hochschulabschluss</p> <p>(7) Berufsausbildung</p> <p>(8) Andere: (offenes Textfeld)</p>		
	Stellung der Ehrenamtlichen im Erwerbsleben	Sie sind...	<p>(1) in Ausbildung (Schule, Studium, Beruf)</p> <p>(2) erwerbstätig</p> <p>(3) arbeitslos</p> <p>(4) Rentner</p> <p>(5) Hausfrau/-mann</p>	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 108)	
	<p>Status (in Ausbildung)</p> <p><u>Filterfrage:</u> Stellung der Ehrenamtlichen im Erwerbsleben = (1) in Ausbildung (Schule, Studium, Beruf)</p>	Sie befinden sich derzeit in einer Ausbildung als ...	<p>(1) Schüler</p> <p>(2) Student</p> <p>(3) Auszubildender</p>	In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 108)	
	<p>Schulform</p> <p><u>Filterfrage:</u> Status (in Ausbildung) = (1) Schüler</p>	Welche Schule besuchen Sie aktuell?	<p>(1) Hauptschule</p> <p>(2) Realschule</p> <p>(3) Gymnasium</p> <p>(4) Fachoberschule</p> <p>(5) Gesamtschule</p>	Basiert auf eigenen Überlegungen	
	<p>Studiengang</p> <p><u>Filterfrage:</u> Status (in Ausbildung) = (2) Student</p>	Wie lautet Ihr Studiengang?	Offenes Textfeld	Basiert auf eigenen Überlegungen	

	<p>Ausbildungsberuf</p> <p><u>Filterfrage:</u> Status (in Ausbildung) = (3) Auszubildender</p>	<p>Welchem Ausbildungsberuf gehen Sie nach?</p>	<p>Offenes Textfeld</p>	<p>Basiert auf eigenen Überlegungen</p>	
	<p>Erwerbstätigkeit</p> <p><u>Filterfrage:</u> Stellung der Ehrenamtlichen im Erwerbsleben = (2) erwerbstätig</p>	<p>Sie sind derzeit erwerbstätig als...</p>	<p>(1) Angestellter (2) leitender Angestellter (3) Beamter (4) höherer Beamter (5) Selbstständiger (6) Facharbeiter (7) Freiberufler (8) Arbeiter (9) freiberufliche + abhängige Berufstätigkeit</p>	<p>In Anlehnung an Lenk et al. (2001, S. 108)</p>	
	<p>Job-Bezeichnung</p> <p><u>Filterfrage:</u> Stellung der Ehrenamtlichen im Erwerbsleben = (2) erwerbstätig</p>	<p>Wie lautet Ihre genaue Berufsbezeichnung?</p>	<p>Offenes Textfeld</p>	<p>Basiert auf eigenen Überlegungen</p>	
	<p>Migrationshintergrund</p>	<p>Haben Sie einen Migrationshintergrund?</p>	<p>(1) ja (2) nein (3) keine Angabe</p>	<p>Basiert auf eigenen Überlegungen</p>	
	<p>Religion</p>	<p>Welcher Religion fühlen Sie sich zugehörig?</p>	<p>(1) Christentum (2) Buddhismus (3) Hinduismus</p>	<p>Basiert auf eigenen Überlegungen</p>	

			(4) Islam (5) Judentum (6) ich bin nicht religiös (7) keine Angabe	Überlegungen	
	E-Mail	Wenn Sie an den Ergebnissen der Umfrage interessiert sind, dann hinterlassen Sie uns bitte hier Ihre E-Mail Adresse:	Offenes Textfeld	Basiert auf eigenen Überlegungen	

A.2 SPSS Auswertung

Häufigkeitstabelle

Medium

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Bürgerradio	61	89,7	91,0	91,0
	Bürgerfernsehen	6	8,8	9,0	100,0
	Gesamt	67	98,5	100,0	
Fehlend	0	1	1,5		
Gesamt		68	100,0		

Medium (Bürgerradio)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Radio Jade	2	2,9	3,3	3,3
	Radio ZuSa	1	1,5	1,6	4,9
	ems-vechte-welle	18	26,5	29,5	34,4
	osradio 104.8	17	25,0	27,9	62,3
	Radio Tonkuhle	7	10,3	11,5	73,8

	radio aktiv	4	5,9	6,6	80,3
	StadtRadio Göttingen	12	17,6	19,7	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Medium (Bürgerfernsehen)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	h1	2	2,9	28,6	28,6
	tv38	5	7,4	71,4	100,0
	Gesamt	7	10,3	100,0	
Fehlend	-77	61	89,7		
Gesamt		68	100,0		

Medium (Bürgerradio und Bürgerfernsehen)

		Häufigkeit	Prozent
Fehlend	-77	67	98,5
	0	1	1,5
	Gesamt	68	100,0

Beitrittsjahr

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	1997	5	7,4	7,5	7,5
	1998	4	5,9	6,0	13,4
	1999	3	4,4	4,5	17,9
	2000	4	5,9	6,0	23,9

2001 beim Offenen Kanal Umland in Delmenhorst	1	1,5	1,5	25,4
2002	1	1,5	1,5	26,9
2004	2	2,9	3,0	29,9
2005	2	2,9	3,0	32,8
2007	2	2,9	3,0	35,8
2010	5	7,4	7,5	43,3
2012	4	5,9	6,0	49,3
2013	1	1,5	1,5	50,7
2014	1	1,5	1,5	52,2
2015	4	5,9	6,0	58,2
2016	1	1,5	1,5	59,7
2017	4	5,9	6,0	65,7
2018	3	4,4	4,5	70,1
2019	2	2,9	3,0	73,1
2019 (davor 9 Jahre Radio Leinehertz)	1	1,5	1,5	74,6
2020	4	5,9	6,0	80,6
2021	1	1,5	1,5	82,1
2022	8	11,8	11,9	94,0
24 Jahre	1	1,5	1,5	95,5
August 2000	1	1,5	1,5	97,0
mehr als 10 Jahre	1	1,5	1,5	98,5
Seit ca 7 Jahren	1	1,5	1,5	100,0
Gesamt	67	98,5	100,0	
Fehlend -99	1	1,5		
Gesamt	68	100,0		

Existenz: Freunde, Bekannte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	43	63,2	63,2	63,2
	ausgewählt	25	36,8	36,8	100,0
Gesamt		68	100,0	100,0	

Existenz: Traditionelle Medien (Tageszeitung, Fernsehen, Radio)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	49	72,1	72,1	72,1
	ausgewählt	19	27,9	27,9	100,0
Gesamt		68	100,0	100,0	

Existenz: Broschüren, Plakat

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	65	95,6	95,6	95,6
	ausgewählt	3	4,4	4,4	100,0
Gesamt		68	100,0	100,0	

Existenz: Vereine, Gruppen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	60	88,2	88,2	88,2
	ausgewählt	8	11,8	11,8	100,0
Gesamt		68	100,0	100,0	

Existenz: Veranstaltungen, Messen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	nicht ausgewählt	63	92,6	92,6	92,6
	ausgewählt	5	7,4	7,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Existenz: Schule, Hochschule

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	61	89,7	89,7	89,7
	ausgewählt	7	10,3	10,3	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Existenz: Social Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	66	97,1	97,1	97,1
	ausgewählt	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Existenz: Programm des Bürgersenders

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	53	77,9	77,9	77,9
	ausgewählt	15	22,1	22,1	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Existenz: Internetseite des Bürgersenders

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	59	86,8	86,8	86,8

	ausgewählt	9	13,2	13,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zugang: Das war Eigeninitiative

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	27	39,7	39,7	39,7
	ausgewählt	41	60,3	60,3	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zugang: Freunde, Bekannte, Verwandte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	54	79,4	79,4	79,4
	ausgewählt	14	20,6	20,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zugang: Mitarbeiter des Bürgersenders

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	57	83,8	83,8	83,8
	ausgewählt	11	16,2	16,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Häufigkeit des Engagements

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	mehrmals in der Woche	6	8,8	8,8	8,8
	einmal in der Woche	15	22,1	22,1	30,9
	mehrmals im Monat	16	23,5	23,5	54,4
	einmal im Monat	25	36,8	36,8	91,2
	mehrmals im Jahr	6	8,8	8,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Ehrenamtliches Engagement außerhalb des Bürgerrundfunks

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	45	66,2	66,2	66,2
	nein	23	33,8	33,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Überlegung Ehrenamt zu beenden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	22	32,4	32,4	32,4
	nein	46	67,6	67,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Gründe: Beruf und Privatleben sind wichtiger

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	5	7,4	22,7	22,7
	stimme eher zu	4	5,9	18,2	40,9
	teils-teils	1	1,5	4,5	45,5
	stimme eher nicht zu	2	2,9	9,1	54,5
	stimme nicht zu	10	14,7	45,5	100,0

	Gesamt	22	32,4	100,0
Fehlend	-77	46	67,6	
	Gesamt	68	100,0	

Gründe: Unzufriedenheit mit Arbeitsklima oder Abläufen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	3	4,4	13,6	13,6
	stimme eher zu	3	4,4	13,6	27,3
	teils-teils	2	2,9	9,1	36,4
	stimme eher nicht zu	2	2,9	9,1	45,5
	stimme nicht zu	12	17,6	54,5	100,0
	Gesamt	22	32,4	100,0	
Fehlend	-77	46	67,6		
	Gesamt	68	100,0		

Gründe: andere Ehrenamtliche haben meine Arbeit abgenommen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	1	1,5	4,5	4,5
	stimme eher nicht zu	1	1,5	4,5	9,1
	stimme nicht zu	20	29,4	90,9	100,0
	Gesamt	22	32,4	100,0	
Fehlend	-77	46	67,6		
	Gesamt	68	100,0		

Gründe: andere zeitliche Gründe (bspw. Neue Hobbys)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	1	1,5	4,5	4,5

	stimme eher zu	4	5,9	18,2	22,7
	teils-teils	1	1,5	4,5	27,3
	stimme eher nicht zu	6	8,8	27,3	54,5
	stimme nicht zu	10	14,7	45,5	100,0
	Gesamt	22	32,4	100,0	
Fehlend	-77	46	67,6		
Gesamt		68	100,0		

Gründe: aufgrund anderer ehrenamtlicher Tätigkeiten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	1	1,5	4,5	4,5
	stimme eher zu	1	1,5	4,5	9,1
	teils-teils	2	2,9	9,1	18,2
	stimme eher nicht zu	2	2,9	9,1	27,3
	stimme nicht zu	16	23,5	72,7	100,0
	Gesamt	22	32,4	100,0	
Fehlend	-77	46	67,6		
Gesamt		68	100,0		

Gründe: mir sind die Themenideen ausgegangen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	1	1,5	4,5	4,5
	teils-teils	1	1,5	4,5	9,1
	stimme eher nicht zu	1	1,5	4,5	13,6
	stimme nicht zu	19	27,9	86,4	100,0
	Gesamt	22	32,4	100,0	
Fehlend	-77	46	67,6		

Gesamt		68	100,0
--------	--	----	-------

Gründe: zu große Konkurrenz um Sendeplätze

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme eher zu	1	1,5	4,5	4,5
	stimme nicht zu	21	30,9	95,5	100,0
	Gesamt	22	32,4	100,0	
Fehlend	-77	46	67,6		
Gesamt		68	100,0		

Vorerfahrungen: Schnitt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	52	76,5	76,5	76,5
	ausgewählt	16	23,5	23,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: Kamera

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	60	88,2	88,2	88,2
	ausgewählt	8	11,8	11,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: Studiotechnik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	47	69,1	69,1	69,1

	ausgewählt	21	30,9	30,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: Tonaufnahme und Bearbeitung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	36	52,9	52,9	52,9
	ausgewählt	32	47,1	47,1	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: vor Publikum musizieren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	50	73,5	73,5	73,5
	ausgewählt	18	26,5	26,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: Moderation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	43	63,2	63,2	63,2
	ausgewählt	25	36,8	36,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: Konzept

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	50	73,5	73,5	73,5

	ausgewählt	18	26,5	26,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: Schauspiel

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	56	82,4	82,4	82,4
	ausgewählt	12	17,6	17,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: Regie

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	59	86,8	86,8	86,8
	ausgewählt	9	13,2	13,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Vorerfahrungen: keine

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	47	69,1	69,1	69,1
	ausgewählt	21	30,9	30,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Mitbringen journalistischer Vorerfahrungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	ja	20	29,4	29,9	29,9

	nein	47	69,1	70,1	100,0
	Gesamt	67	98,5	100,0	
Fehlend	0	1	1,5		
Gesamt		68	100,0		

Journalistische Vorerfahrungen: Schülerzeitung/ Unizeitung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	19	27,9	95,0	95,0
	ausgewählt	1	1,5	5,0	100,0
	Gesamt	20	29,4	100,0	
Fehlend	-77	48	70,6		
Gesamt		68	100,0		

Journalistische Vorerfahrungen: Praktikum/ Hospitanz

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	15	22,1	75,0	75,0
	ausgewählt	5	7,4	25,0	100,0
	Gesamt	20	29,4	100,0	
Fehlend	-77	48	70,6		
Gesamt		68	100,0		

Journalistische Vorerfahrungen: Volontariat

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	18	26,5	90,0	90,0
	ausgewählt	2	2,9	10,0	100,0
	Gesamt	20	29,4	100,0	
Fehlend	-77	48	70,6		

Gesamt		68	100,0
--------	--	----	-------

Journalistische Vorerfahrungen: Journalistenschule

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht ausgewählt	19	27,9	95,0	95,0
	ausgewählt	1	1,5	5,0	100,0
	Gesamt	20	29,4	100,0	
Fehlend	-77	48	70,6		
Gesamt		68	100,0		

Journalistische Vorerfahrungen: Studium im Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft, Journalistik oder verwandten Fächern

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht ausgewählt	16	23,5	80,0	80,0
	ausgewählt	4	5,9	20,0	100,0
	Gesamt	20	29,4	100,0	
Fehlend	-77	48	70,6		
Gesamt		68	100,0		

Journalistische Vorerfahrungen: Redakteur

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht ausgewählt	14	20,6	70,0	70,0
	ausgewählt	6	8,8	30,0	100,0
	Gesamt	20	29,4	100,0	
Fehlend	-77	48	70,6		
Gesamt		68	100,0		

Journalistische Vorerfahrungen: journalistische Seminare und Weiterbildungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	10	14,7	50,0	50,0
	ausgewählt	10	14,7	50,0	100,0
	Gesamt	20	29,4	100,0	
Fehlend	-77	48	70,6		
Gesamt		68	100,0		

Tätigkeiten: Moderieren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	15	22,1	22,1	22,1
	ausgewählt	53	77,9	77,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Tätigkeiten: Recherchieren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	44	64,7	64,7	64,7
	ausgewählt	24	35,3	35,3	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Tätigkeiten: Nachrichtenauswahl

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	67	98,5	98,5	98,5
	ausgewählt	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Tätigkeiten: Organisation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	54	79,4	79,4	79,4
	ausgewählt	14	20,6	20,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Tätigkeiten: Schneiden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	41	60,3	60,3	60,3
	ausgewählt	27	39,7	39,7	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Tätigkeiten: Tonaufnahme/ Bildaufnahme

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	39	57,4	57,4	57,4
	ausgewählt	29	42,6	42,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Produktion eigener Inhalte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	ja	61	89,7	89,7	89,7
	nein	7	10,3	10,3	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Anregungen zur Produktion: Hobby, Interessen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	47	69,1	77,0	77,0
	stimme eher zu	9	13,2	14,8	91,8
	teils-teils	1	1,5	1,6	93,4
	stimme eher nicht zu	2	2,9	3,3	96,7
	stimme nicht zu	2	2,9	3,3	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Geschehen in der Region

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	25	36,8	41,0	41,0
	stimme eher zu	7	10,3	11,5	52,5
	teils-teils	12	17,6	19,7	72,1
	stimme eher nicht zu	8	11,8	13,1	85,2
	stimme nicht zu	9	13,2	14,8	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Gespräche mit Freunden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	12	17,6	19,7	19,7
	stimme eher zu	14	20,6	23,0	42,6
	teils-teils	18	26,5	29,5	72,1

	stimme eher nicht zu	11	16,2	18,0	90,2
	stimme nicht zu	6	8,8	9,8	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Berichte in traditionellen Medien (Tageszeitung, Fernsehen, Radio)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	17	25,0	27,9	27,9
	stimme eher zu	7	10,3	11,5	39,3
	teils-teils	15	22,1	24,6	63,9
	stimme eher nicht zu	13	19,1	21,3	85,2
	stimme nicht zu	9	13,2	14,8	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Fachkenntnisse, Bücher

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	24	35,3	39,3	39,3
	stimme eher zu	9	13,2	14,8	54,1
	teils-teils	14	20,6	23,0	77,0
	stimme eher nicht zu	6	8,8	9,8	86,9
	stimme nicht zu	8	11,8	13,1	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Beiträge auf Social Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	7	10,3	11,5	11,5
	stimme eher zu	12	17,6	19,7	31,1
	teils-teils	13	19,1	21,3	52,5
	stimme eher nicht zu	12	17,6	19,7	72,1
	stimme nicht zu	17	25,0	27,9	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Erlebnisse, Erinnerungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	21	30,9	34,4	34,4
	stimme eher zu	12	17,6	19,7	54,1
	teils-teils	14	20,6	23,0	77,0
	stimme eher nicht zu	8	11,8	13,1	90,2
	stimme nicht zu	6	8,8	9,8	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Vorbilder in den Medien

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	4	5,9	6,6	6,6
	stimme eher zu	8	11,8	13,1	19,7

	teils-teils	11	16,2	18,0	37,7
	stimme eher nicht zu	25	36,8	41,0	78,7
	stimme nicht zu	13	19,1	21,3	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: politische Überzeugung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	9	13,2	14,8	14,8
	stimme eher zu	6	8,8	9,8	24,6
	teils-teils	8	11,8	13,1	37,7
	stimme eher nicht zu	14	20,6	23,0	60,7
	stimme nicht zu	24	35,3	39,3	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: religiöse Weltanschauung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	6	8,8	9,8	9,8
	stimme eher zu	1	1,5	1,6	11,5
	teils-teils	3	4,4	4,9	16,4
	stimme eher nicht zu	15	22,1	24,6	41,0
	stimme nicht zu	36	52,9	59,0	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: andere Bürgermedienbeiträge

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	2	2,9	3,3	3,3
	stimme eher zu	4	5,9	6,6	9,8
	teils-teils	13	19,1	21,3	31,1
	stimme eher nicht zu	17	25,0	27,9	59,0
	stimme nicht zu	25	36,8	41,0	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Vereinsgeschehen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	9	13,2	14,8	14,8
	stimme eher zu	4	5,9	6,6	21,3
	teils-teils	8	11,8	13,1	34,4
	stimme eher nicht zu	7	10,3	11,5	45,9
	stimme nicht zu	33	48,5	54,1	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Anregungen zur Produktion: Parteien/ Interessengruppen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	2	2,9	3,3	3,3
	stimme eher zu	1	1,5	1,6	4,9

	teils-teils	11	16,2	18,0	23,0
	stimme eher nicht zu	14	20,6	23,0	45,9
	stimme nicht zu	33	48,5	54,1	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: Zeitaufwand

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	8	11,8	13,1	13,1
	stimme eher zu	13	19,1	21,3	34,4
	teils-teils	16	23,5	26,2	60,7
	stimme eher nicht zu	13	19,1	21,3	82,0
	stimme nicht zu	11	16,2	18,0	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: Technikaufwand

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	2	2,9	3,3	3,3
	stimme eher zu	9	13,2	14,8	18,0
	teils-teils	12	17,6	19,7	37,7
	stimme eher nicht zu	15	22,1	24,6	62,3
	stimme nicht zu	23	33,8	37,7	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: Wartezeiten für Geräte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	1	1,5	1,6	1,6
	stimme eher zu	1	1,5	1,6	3,3
	teils-teils	2	2,9	3,3	6,6
	stimme eher nicht zu	14	20,6	23,0	29,5
	stimme nicht zu	43	63,2	70,5	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: Gestaltung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme eher zu	4	5,9	6,6	6,6
	teils-teils	7	10,3	11,5	18,0
	stimme eher nicht zu	16	23,5	26,2	44,3
	stimme nicht zu	34	50,0	55,7	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: Anfahrt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	1	1,5	1,6	1,6
	stimme eher zu	5	7,4	8,2	9,8
	teils-teils	8	11,8	13,1	23,0

	stimme eher nicht zu	12	17,6	19,7	42,6
	stimme nicht zu	35	51,5	57,4	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: defekte Technik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	3	4,4	4,9	4,9
	stimme eher zu	4	5,9	6,6	11,5
	teils-teils	9	13,2	14,8	26,2
	stimme eher nicht zu	11	16,2	18,0	44,3
	stimme nicht zu	34	50,0	55,7	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: Planung, Organisation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	1	1,5	1,6	1,6
	stimme eher zu	4	5,9	6,6	8,2
	teils-teils	6	8,8	9,8	18,0
	stimme eher nicht zu	20	29,4	32,8	50,8
	stimme nicht zu	30	44,1	49,2	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: Gruppenmitglieder

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	1	1,5	1,6	1,6
	stimme eher zu	2	2,9	3,3	4,9
	teils-teils	4	5,9	6,6	11,5
	stimme eher nicht zu	10	14,7	16,4	27,9
	stimme nicht zu	44	64,7	72,1	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: Hauptamtliche des Bürgersenders

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	1	1,5	1,6	1,6
	stimme eher zu	3	4,4	4,9	6,6
	teils-teils	3	4,4	4,9	11,5
	stimme eher nicht zu	10	14,7	16,4	27,9
	stimme nicht zu	44	64,7	72,1	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ausgewählte Probleme bei der Produktion: andere Ehrenamtliche

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme eher zu	1	1,5	1,6	1,6
	teils-teils	5	7,4	8,2	9,8
	stimme eher nicht zu	9	13,2	14,8	24,6

	stimme nicht zu	46	67,6	75,4	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Arbeitsorganisation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	alleine	43	63,2	70,5	70,5
	in der Gruppe	4	5,9	6,6	77,0
	beides	14	20,6	23,0	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Entstehung der Produzentengruppen: Bekannten oder Freunden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht ausgewählt	7	10,3	38,9	38,9
	ausgewählt	11	16,2	61,1	100,0
	Gesamt	18	26,5	100,0	
Fehlend	-77	50	73,5		
Gesamt		68	100,0		

Entstehung der Produzentengruppen: meinem Verein

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht ausgewählt	14	20,6	77,8	77,8
	ausgewählt	4	5,9	22,2	100,0

	Gesamt	18	26,5	100,0
Fehlend	-77	50	73,5	
Gesamt		68	100,0	

Entstehung der Produzentengruppen: Mitschüler, Kommilitonen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	17	25,0	94,4	94,4
	ausgewählt	1	1,5	5,6	100,0
	Gesamt	18	26,5	100,0	
Fehlend	-77	50	73,5		
Gesamt		68	100,0		

Entstehung der Produzentengruppen: einer Interessenorganisation/ Initiative

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	12	17,6	66,7	66,7
	ausgewählt	6	8,8	33,3	100,0
	Gesamt	18	26,5	100,0	
Fehlend	-77	50	73,5		
Gesamt		68	100,0		

Entstehung der Produzentengruppen: Ehrenamtlichen und Hauptamtlichen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	15	22,1	83,3	83,3
	ausgewählt	3	4,4	16,7	100,0
	Gesamt	18	26,5	100,0	
Fehlend	-77	50	73,5		

Gesamt	68	100,0
--------	----	-------

Entstehung der Produzentengruppen: Arbeitskollegen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	18	26,5	100,0	100,0
Fehlend	-77	50	73,5		
Gesamt		68	100,0		

Entstehung der Produzentengruppen: Verwandten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	15	22,1	83,3	83,3
	ausgewählt	3	4,4	16,7	100,0
	Gesamt	18	26,5	100,0	
Fehlend	-77	50	73,5		
Gesamt		68	100,0		

Themenpräferenz: Kultur

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	50	73,5	73,5	73,5
	stimme eher zu	10	14,7	14,7	88,2
	teils-teils	7	10,3	10,3	98,5
	stimme eher nicht zu	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Soziales

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	32	47,1	47,1	47,1
	stimme eher zu	17	25,0	25,0	72,1
	teils-teils	14	20,6	20,6	92,6
	stimme eher nicht zu	5	7,4	7,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Szene, Party

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	10	14,7	14,7	14,7
	stimme eher zu	9	13,2	13,2	27,9
	teils-teils	17	25,0	25,0	52,9
	stimme eher nicht zu	14	20,6	20,6	73,5
	stimme nicht zu	18	26,5	26,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Service

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	3	4,4	4,4	4,4
	stimme eher zu	11	16,2	16,2	20,6
	teils-teils	17	25,0	25,0	45,6
	stimme eher nicht zu	17	25,0	25,0	70,6
	stimme nicht zu	20	29,4	29,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Politik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	22	32,4	32,4	32,4
	stimme eher zu	17	25,0	25,0	57,4
	teils-teils	14	20,6	20,6	77,9
	stimme eher nicht zu	7	10,3	10,3	88,2
	stimme nicht zu	8	11,8	11,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Comedy

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	9	13,2	13,2	13,2
	stimme eher zu	13	19,1	19,1	32,4
	teils-teils	19	27,9	27,9	60,3
	stimme eher nicht zu	11	16,2	16,2	76,5
	stimme nicht zu	16	23,5	23,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Natur, Tiere

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	14	20,6	20,6	20,6
	stimme eher zu	15	22,1	22,1	42,6
	teils-teils	7	10,3	10,3	52,9
	stimme eher nicht zu	17	25,0	25,0	77,9
	stimme nicht zu	15	22,1	22,1	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Geschichte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	15	22,1	22,1	22,1
	stimme eher zu	17	25,0	25,0	47,1
	teils-teils	16	23,5	23,5	70,6
	stimme eher nicht zu	14	20,6	20,6	91,2
	stimme nicht zu	6	8,8	8,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Reisen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	9	13,2	13,2	13,2
	stimme eher zu	11	16,2	16,2	29,4
	teils-teils	18	26,5	26,5	55,9
	stimme eher nicht zu	11	16,2	16,2	72,1
	stimme nicht zu	19	27,9	27,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Diskriminierung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	11	16,2	16,2	16,2
	stimme eher zu	19	27,9	27,9	44,1
	teils-teils	18	26,5	26,5	70,6
	stimme eher nicht zu	6	8,8	8,8	79,4
	stimme nicht zu	14	20,6	20,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Geschlechterverhältnis

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	8	11,8	11,8	11,8
	stimme eher zu	13	19,1	19,1	30,9
	teils-teils	17	25,0	25,0	55,9
	stimme eher nicht zu	13	19,1	19,1	75,0
	stimme nicht zu	17	25,0	25,0	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Kirche, Glaubensfragen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	6	8,8	8,8	8,8
	stimme eher zu	6	8,8	8,8	17,6
	teils-teils	10	14,7	14,7	32,4
	stimme eher nicht zu	14	20,6	20,6	52,9
	stimme nicht zu	32	47,1	47,1	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Wirtschaft

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	5	7,4	7,4	7,4
	stimme eher zu	11	16,2	16,2	23,5
	teils-teils	23	33,8	33,8	57,4
	stimme eher nicht zu	11	16,2	16,2	73,5
	stimme nicht zu	18	26,5	26,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Sport

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	5	7,4	7,4	7,4
	stimme eher zu	8	11,8	11,8	19,1
	teils-teils	14	20,6	20,6	39,7
	stimme eher nicht zu	14	20,6	20,6	60,3
	stimme nicht zu	27	39,7	39,7	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Kriminalität, Justiz

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	4	5,9	5,9	5,9
	stimme eher zu	10	14,7	14,7	20,6
	teils-teils	14	20,6	20,6	41,2
	stimme eher nicht zu	12	17,6	17,6	58,8
	stimme nicht zu	28	41,2	41,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Ökologie, Klimaschutz, Umwelt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	21	30,9	30,9	30,9
	stimme eher zu	18	26,5	26,5	57,4
	teils-teils	16	23,5	23,5	80,9
	stimme eher nicht zu	5	7,4	7,4	88,2
	stimme nicht zu	8	11,8	11,8	100,0

	Gesamt	68	100,0	100,0
--	--------	----	-------	-------

Themenpräferenz: Gesundheit, Pflege

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	7	10,3	10,3	10,3
	stimme eher zu	15	22,1	22,1	32,4
	teils-teils	21	30,9	30,9	63,2
	stimme eher nicht zu	10	14,7	14,7	77,9
	stimme nicht zu	15	22,1	22,1	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Themenpräferenz: Migration, Zusammenarbeit

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	14	20,6	20,6	20,6
	stimme eher zu	21	30,9	30,9	51,5
	teils-teils	13	19,1	19,1	70,6
	stimme eher nicht zu	9	13,2	13,2	83,8
	stimme nicht zu	11	16,2	16,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Hören/Sehen Sendungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	ja	60	88,2	88,2	88,2
	nein	8	11,8	11,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Gelegentliche Rezeption

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	mehrmals in der Woche	27	39,7	45,0	45,0
	einmal in der Woche	10	14,7	16,7	61,7
	mehrmals im Monat	16	23,5	26,7	88,3
	einmal im Monat	2	2,9	3,3	91,7
	mehrmals im Jahr	5	7,4	8,3	100,0
	Gesamt	60	88,2	100,0	
Fehlend	-77	8	11,8		
Gesamt		68	100,0		

Motive: Spaß an der Produktion

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	58	85,3	85,3	85,3
	eher wichtig	8	11,8	11,8	97,1
	teils-teils	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: andere unterhalten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	42	61,8	61,8	61,8
	eher wichtig	18	26,5	26,5	88,2
	teils-teils	7	10,3	10,3	98,5
	eher unwichtig	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: Medientechnik kennenlernen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	16	23,5	23,5	23,5
	eher wichtig	15	22,1	22,1	45,6
	teils-teils	20	29,4	29,4	75,0
	eher unwichtig	11	16,2	16,2	91,2
	unwichtig	6	8,8	8,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: Fähigkeiten trainieren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	22	32,4	32,4	32,4
	eher wichtig	22	32,4	32,4	64,7
	teils-teils	10	14,7	14,7	79,4
	eher unwichtig	11	16,2	16,2	95,6
	unwichtig	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: vernachlässigte Themen, Missstände aufgreifen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	19	27,9	27,9	27,9
	eher wichtig	18	26,5	26,5	54,4
	teils-teils	14	20,6	20,6	75,0
	eher unwichtig	8	11,8	11,8	86,8
	unwichtig	9	13,2	13,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: Gestaltungsformen ausprobieren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	18	26,5	26,5	26,5
	eher wichtig	21	30,9	30,9	57,4
	teils-teils	15	22,1	22,1	79,4
	eher unwichtig	8	11,8	11,8	91,2
	unwichtig	6	8,8	8,8	100,0
	Gesamt		68	100,0	100,0

Motive: über Lokales/ Regionales berichten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	21	30,9	30,9	30,9
	eher wichtig	19	27,9	27,9	58,8
	teils-teils	9	13,2	13,2	72,1
	eher unwichtig	12	17,6	17,6	89,7
	unwichtig	7	10,3	10,3	100,0
	Gesamt		68	100,0	100,0

Motive: sinnvolle Freizeitgestaltung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	21	30,9	30,9	30,9
	eher wichtig	26	38,2	38,2	69,1
	teils-teils	13	19,1	19,1	88,2
	eher unwichtig	4	5,9	5,9	94,1
	unwichtig	4	5,9	5,9	100,0
	Gesamt		68	100,0	100,0

Motive: eigene Meinung, Gruppenziele bekanntmachen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	11	16,2	16,2	16,2
	eher wichtig	13	19,1	19,1	35,3
	teils-teils	17	25,0	25,0	60,3
	eher unwichtig	17	25,0	25,0	85,3
	unwichtig	10	14,7	14,7	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: Gegenöffentlichkeit schaffen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	11	16,2	16,2	16,2
	eher wichtig	14	20,6	20,6	36,8
	teils-teils	14	20,6	20,6	57,4
	eher unwichtig	11	16,2	16,2	73,5
	unwichtig	18	26,5	26,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: mich selber ausprobieren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	16	23,5	23,5	23,5
	eher wichtig	19	27,9	27,9	51,5
	teils-teils	17	25,0	25,0	76,5
	eher unwichtig	9	13,2	13,2	89,7
	unwichtig	7	10,3	10,3	100,0

	Gesamt	68	100,0	100,0
--	--------	----	-------	-------

Motive: Leute kennenlernen, Kontakt zu anderen haben

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	13	19,1	19,1	19,1
	eher wichtig	20	29,4	29,4	48,5
	teils-teils	19	27,9	27,9	76,5
	eher unwichtig	13	19,1	19,1	95,6
	unwichtig	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	4	5,9	5,9	5,9
	eher wichtig	5	7,4	7,4	13,2
	teils-teils	9	13,2	13,2	26,5
	eher unwichtig	21	30,9	30,9	57,4
	unwichtig	29	42,6	42,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: über Themen berichten, die mir wichtig sind

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr wichtig	32	47,1	47,1	47,1
	eher wichtig	20	29,4	29,4	76,5

	teils-teils	11	16,2	16,2	92,6
	eher unwichtig	3	4,4	4,4	97,1
	unwichtig	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: Gesellschaft mitgestalten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr wichtig	21	30,9	30,9	30,9
	eher wichtig	17	25,0	25,0	55,9
	teils-teils	16	23,5	23,5	79,4
	eher unwichtig	8	11,8	11,8	91,2
	unwichtig	6	8,8	8,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Motive: Ansehen und Einfluss gewinnen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr wichtig	2	2,9	2,9	2,9
	eher wichtig	7	10,3	10,3	13,2
	teils-teils	10	14,7	14,7	27,9
	eher unwichtig	19	27,9	27,9	55,9
	unwichtig	30	44,1	44,1	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Publikum

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ich möchte ein möglichst breites Publikum erreichen	43	63,2	70,5	70,5

	Ich möchte ein bestimmtes Publikum erreichen	16	23,5	26,2	96,7
	Es ist mir nicht so wichtig, jemanden mit meiner Sendung zu erreichen	2	2,9	3,3	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: eher junge Leute

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht ausgewählt	12	17,6	75,0	75,0
	ausgewählt	4	5,9	25,0	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: Menschen aus Stadtteil/ Region

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht ausgewählt	12	17,6	75,0	75,0
	ausgewählt	4	5,9	25,0	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: spezielle Interessengruppen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht ausgewählt	4	5,9	25,0	25,0
	ausgewählt	12	17,6	75,0	100,0

	Gesamt	16	23,5	100,0
Fehlend	-77	52	76,5	
Gesamt		68	100,0	

Zielgruppe: Freunde, Bekannte, Verwandte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	10	14,7	62,5	62,5
	ausgewählt	6	8,8	37,5	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: kulturell Interessierte, Künstler

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	4	5,9	25,0	25,0
	ausgewählt	12	17,6	75,0	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: Gruppen-, Vereins-, Initiativenmitglieder

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	14	20,6	87,5	87,5
	ausgewählt	2	2,9	12,5	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		

Gesamt		68	100,0
--------	--	----	-------

Zielgruppe: lokale Politiker, Verwaltung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	15	22,1	93,8	93,8
	ausgewählt	1	1,5	6,3	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: sozial Schwache

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	15	22,1	93,8	93,8
	ausgewählt	1	1,5	6,3	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: Frauen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	15	22,1	93,8	93,8
	ausgewählt	1	1,5	6,3	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: eher ältere Leute

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	14	20,6	87,5	87,5
	ausgewählt	2	2,9	12,5	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: vernachlässigte Minderheiten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	14	20,6	87,5	87,5
	ausgewählt	2	2,9	12,5	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Zielgruppe: Männer

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	nicht ausgewählt	15	22,1	93,8	93,8
	ausgewählt	1	1,5	6,3	100,0
	Gesamt	16	23,5	100,0	
Fehlend	-77	52	76,5		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: neutral und präzise informieren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	stimme zu	31	45,6	50,8	50,8
	stimme eher zu	14	20,6	23,0	73,8
	teils-teils	11	16,2	18,0	91,8
	stimme eher nicht zu	4	5,9	6,6	98,4
	stimme nicht zu	1	1,5	1,6	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: Spannung und Unterhaltung bieten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	28	41,2	45,9	45,9
	stimme eher zu	18	26,5	29,5	75,4
	teils-teils	11	16,2	18,0	93,4
	stimme eher nicht zu	3	4,4	4,9	98,4
	stimme nicht zu	1	1,5	1,6	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	14	20,6	23,0	23,0
	stimme eher zu	18	26,5	29,5	52,5
	teils-teils	14	20,6	23,0	75,4
	stimme eher nicht zu	9	13,2	14,8	90,2
	stimme nicht zu	6	8,8	9,8	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	

Fehlend	-77	7	10,3
Gesamt		68	100,0

Ziele: Serviceangebote machen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	4	5,9	6,6	6,6
	stimme eher zu	16	23,5	26,2	32,8
	teils-teils	14	20,6	23,0	55,7
	stimme eher nicht zu	17	25,0	27,9	83,6
	stimme nicht zu	10	14,7	16,4	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: mich für Benachteiligte einsetzen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	15	22,1	24,6	24,6
	stimme eher zu	15	22,1	24,6	49,2
	teils-teils	7	10,3	11,5	60,7
	stimme eher nicht zu	14	20,6	23,0	83,6
	stimme nicht zu	10	14,7	16,4	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: zum politischen Engagement anregen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	7	10,3	11,5	11,5
	stimme eher zu	13	19,1	21,3	32,8
	teils-teils	9	13,2	14,8	47,5
	stimme eher nicht zu	18	26,5	29,5	77,0
	stimme nicht zu	14	20,6	23,0	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: positive Ideale vermitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	23	33,8	37,7	37,7
	stimme eher zu	15	22,1	24,6	62,3
	teils-teils	16	23,5	26,2	88,5
	stimme eher nicht zu	2	2,9	3,3	91,8
	stimme nicht zu	5	7,4	8,2	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: meinen Verein vorstellen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	6	8,8	9,8	9,8
	stimme eher zu	4	5,9	6,6	16,4

	teils-teils	6	8,8	9,8	26,2
	stimme eher nicht zu	14	20,6	23,0	49,2
	stimme nicht zu	31	45,6	50,8	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: Politiker kritisieren und kontrollieren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	3	4,4	4,9	4,9
	stimme eher zu	7	10,3	11,5	16,4
	teils-teils	7	10,3	11,5	27,9
	stimme eher nicht zu	14	20,6	23,0	50,8
	stimme nicht zu	30	44,1	49,2	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: die politische Tagesordnung beeinflussen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	2	2,9	3,3	3,3
	stimme eher zu	7	10,3	11,5	14,8
	teils-teils	7	10,3	11,5	26,2
	stimme eher nicht zu	13	19,1	21,3	47,5
	stimme nicht zu	32	47,1	52,5	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Ziele: Konflikte entschärfen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	4	5,9	6,6	6,6
	stimme eher zu	13	19,1	21,3	27,9
	teils-teils	8	11,8	13,1	41,0
	stimme eher nicht zu	13	19,1	21,3	62,3
	stimme nicht zu	23	33,8	37,7	100,0
	Gesamt	61	89,7	100,0	
Fehlend	-77	7	10,3		
Gesamt		68	100,0		

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Einweisung in die Technik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	48	70,6	70,6	70,6
	stimme eher zu	8	11,8	11,8	82,4
	teils-teils	6	8,8	8,8	91,2
	stimme eher nicht zu	3	4,4	4,4	95,6
	stimme nicht zu	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Unterstützung im technischen Bereich

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	47	69,1	69,1	69,1
	stimme eher zu	8	11,8	11,8	80,9
	teils-teils	9	13,2	13,2	94,1

	stimme eher nicht zu	1	1,5	1,5	95,6
	stimme nicht zu	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Öffentlichkeitsarbeit

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	22	32,4	32,4	32,4
	stimme eher zu	20	29,4	29,4	61,8
	teils-teils	16	23,5	23,5	85,3
	stimme eher nicht zu	7	10,3	10,3	95,6
	stimme nicht zu	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Angebot von vertiefenden Kursen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	25	36,8	36,8	36,8
	stimme eher zu	13	19,1	19,1	55,9
	teils-teils	22	32,4	32,4	88,2
	stimme eher nicht zu	2	2,9	2,9	91,2
	stimme nicht zu	6	8,8	8,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Kritische Anregungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	21	30,9	30,9	30,9
	stimme eher zu	20	29,4	29,4	60,3
	teils-teils	16	23,5	23,5	83,8

	stimme eher nicht zu	6	8,8	8,8	92,6
	stimme nicht zu	5	7,4	7,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Gewinnung von weiteren Ehrenamtlichen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	17	25,0	25,0	25,0
	stimme eher zu	19	27,9	27,9	52,9
	teils-teils	20	29,4	29,4	82,4
	stimme eher nicht zu	5	7,4	7,4	89,7
	stimme nicht zu	7	10,3	10,3	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Unterstützung bei der Gestaltung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	11	16,2	16,2	16,2
	stimme eher zu	9	13,2	13,2	29,4
	teils-teils	21	30,9	30,9	60,3
	stimme eher nicht zu	14	20,6	20,6	80,9
	stimme nicht zu	13	19,1	19,1	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Unterstützung bei Text/ Sprache

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme zu	8	11,8	11,8	11,8
	stimme eher zu	7	10,3	10,3	22,1

	teils-teils	20	29,4	29,4	51,5
	stimme eher nicht zu	15	22,1	22,1	73,5
	stimme nicht zu	18	26,5	26,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Unterstützung beim Inhalt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	5	7,4	7,4	7,4
	stimme eher zu	3	4,4	4,4	11,8
	teils-teils	18	26,5	26,5	38,2
	stimme eher nicht zu	22	32,4	32,4	70,6
	stimme nicht zu	20	29,4	29,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Unterstützung bei der Themenfindung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	3	4,4	4,4	4,4
	stimme eher zu	4	5,9	5,9	10,3
	teils-teils	17	25,0	25,0	35,3
	stimme eher nicht zu	21	30,9	30,9	66,2
	stimme nicht zu	23	33,8	33,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Erwartungen der Ehrenamtlichen an die Hauptamtlichen: Zusammenstellung von Teams/Gruppen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	5	7,4	7,4	7,4

	stimme eher zu	9	13,2	13,2	20,6
	teils-teils	9	13,2	13,2	33,8
	stimme eher nicht zu	20	29,4	29,4	63,2
	stimme nicht zu	25	36,8	36,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich konnte Ideen verwirklichen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	59	86,8	86,8	86,8
	stimme eher zu	5	7,4	7,4	94,1
	teils-teils	3	4,4	4,4	98,5
	stimme eher nicht zu	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich kann besser mit Radio- oder Fernsehtechnik umgehen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	45	66,2	66,2	66,2
	stimme eher zu	11	16,2	16,2	82,4
	teils-teils	8	11,8	11,8	94,1
	stimme nicht zu	4	5,9	5,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich habe neue Leute kennengelernt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	47	69,1	69,1	69,1

	stimme eher zu	15	22,1	22,1	91,2
	teils-teils	5	7,4	7,4	98,5
	stimme eher nicht zu	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich sehe/ höre herkömmliche Medien mit anderen Augen/ Ohren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	31	45,6	45,6	45,6
	stimme eher zu	16	23,5	23,5	69,1
	teils-teils	14	20,6	20,6	89,7
	stimme eher nicht zu	3	4,4	4,4	94,1
	stimme nicht zu	4	5,9	5,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich bin selbstbewusster geworden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	19	27,9	27,9	27,9
	stimme eher zu	18	26,5	26,5	54,4
	teils-teils	13	19,1	19,1	73,5
	stimme eher nicht zu	10	14,7	14,7	88,2
	stimme nicht zu	8	11,8	11,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich konnte etwas bewirken

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	15	22,1	22,1	22,1

	stimme eher zu	20	29,4	29,4	51,5
	teils-teils	22	32,4	32,4	83,8
	stimme eher nicht zu	9	13,2	13,2	97,1
	stimme nicht zu	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich habe gelernt, deutlicher zu sprechen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	14	20,6	20,6	20,6
	stimme eher zu	20	29,4	29,4	50,0
	teils-teils	18	26,5	26,5	76,5
	stimme eher nicht zu	7	10,3	10,3	86,8
	stimme nicht zu	9	13,2	13,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich bin bekannter geworden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	8	11,8	11,8	11,8
	stimme eher zu	11	16,2	16,2	27,9
	teils-teils	24	35,3	35,3	63,2
	stimme eher nicht zu	13	19,1	19,1	82,4
	stimme nicht zu	12	17,6	17,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich engagiere mich noch stärker

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	9	13,2	13,2	13,2

	stimme eher zu	19	27,9	27,9	41,2
	teils-teils	16	23,5	23,5	64,7
	stimme eher nicht zu	15	22,1	22,1	86,8
	stimme nicht zu	9	13,2	13,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich bin besser über kulturelle Ereignisse vor Ort informiert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	11	16,2	16,2	16,2
	stimme eher zu	20	29,4	29,4	45,6
	teils-teils	18	26,5	26,5	72,1
	stimme eher nicht zu	10	14,7	14,7	86,8
	stimme nicht zu	9	13,2	13,2	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Mir fällt es leichter, meine Meinung öffentlich zu äußern

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	7	10,3	10,3	10,3
	stimme eher zu	13	19,1	19,1	29,4
	teils-teils	18	26,5	26,5	55,9
	stimme eher nicht zu	16	23,5	23,5	79,4
	stimme nicht zu	14	20,6	20,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich kann besser mit anderen in der Gruppe zusammenarbeiten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	5	7,4	7,4	7,4

	stimme eher zu	14	20,6	20,6	27,9
	teils-teils	14	20,6	20,6	48,5
	stimme eher nicht zu	21	30,9	30,9	79,4
	stimme nicht zu	14	20,6	20,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich weiß über meinen Wohnort besser Bescheid

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	7	10,3	10,3	10,3
	stimme eher zu	19	27,9	27,9	38,2
	teils-teils	16	23,5	23,5	61,8
	stimme eher nicht zu	13	19,1	19,1	80,9
	stimme nicht zu	13	19,1	19,1	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich weiß besser über Politik Bescheid

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	5	7,4	7,4	7,4
	stimme eher zu	10	14,7	14,7	22,1
	teils-teils	12	17,6	17,6	39,7
	stimme eher nicht zu	23	33,8	33,8	73,5
	stimme nicht zu	18	26,5	26,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Bilanz: Ich habe über die Bürgersender-Arbeit einen Job gefunden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	stimme zu	2	2,9	2,9	2,9

	teils-teils	4	5,9	5,9	8,8
	stimme eher nicht zu	4	5,9	5,9	14,7
	stimme nicht zu	58	85,3	85,3	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Lage des Studios/ Senders

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	44	64,7	64,7	64,7
	eher zufrieden	17	25,0	25,0	89,7
	teils-teils	3	4,4	4,4	94,1
	eher unzufrieden	4	5,9	5,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Betreuung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	31	45,6	45,6	45,6
	eher zufrieden	26	38,2	38,2	83,8
	teils-teils	7	10,3	10,3	94,1
	eher unzufrieden	1	1,5	1,5	95,6
	sehr unzufrieden	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Umgang der Hauptamtlichen mit den Ehrenamtlichen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	sehr zufrieden	32	47,1	47,1	47,1
	eher zufrieden	26	38,2	38,2	85,3
	teils-teils	4	5,9	5,9	91,2
	eher unzufrieden	4	5,9	5,9	97,1
	sehr unzufrieden	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Qualität der Technik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	23	33,8	33,8	33,8
	eher zufrieden	27	39,7	39,7	73,5
	teils-teils	13	19,1	19,1	92,6
	eher unzufrieden	5	7,4	7,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Qualifikationen der Hauptamtlichen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	33	48,5	48,5	48,5
	eher zufrieden	25	36,8	36,8	85,3
	teils-teils	8	11,8	11,8	97,1
	eher unzufrieden	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Zugang zu den Geräten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	sehr zufrieden	37	54,4	54,4	54,4
	eher zufrieden	22	32,4	32,4	86,8
	teils-teils	7	10,3	10,3	97,1
	eher unzufrieden	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Sendezeiten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	36	52,9	52,9	52,9
	eher zufrieden	21	30,9	30,9	83,8
	teils-teils	9	13,2	13,2	97,1
	eher unzufrieden	1	1,5	1,5	98,5
	sehr unzufrieden	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Gleichbehandlung der Ehrenamtlichen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	29	42,6	42,6	42,6
	eher zufrieden	22	32,4	32,4	75,0
	teils-teils	9	13,2	13,2	88,2
	eher unzufrieden	3	4,4	4,4	92,6
	sehr unzufrieden	5	7,4	7,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Öffnungszeiten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	sehr zufrieden	25	36,8	36,8	36,8
	eher zufrieden	30	44,1	44,1	80,9
	teils-teils	9	13,2	13,2	94,1
	eher unzufrieden	4	5,9	5,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Zugang zu Einführungskursen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	22	32,4	32,4	32,4
	eher zufrieden	20	29,4	29,4	61,8
	teils-teils	17	25,0	25,0	86,8
	eher unzufrieden	6	8,8	8,8	95,6
	sehr unzufrieden	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Zugang zu Sendeplätzen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	32	47,1	47,1	47,1
	eher zufrieden	21	30,9	30,9	77,9
	teils-teils	10	14,7	14,7	92,6
	eher unzufrieden	3	4,4	4,4	97,1
	sehr unzufrieden	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Anzahl digitaler Schnitttechnik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	sehr zufrieden	20	29,4	29,4	29,4
	eher zufrieden	28	41,2	41,2	70,6
	teils-teils	16	23,5	23,5	94,1
	eher unzufrieden	1	1,5	1,5	95,6
	sehr unzufrieden	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: weiterführenden Kursangeboten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	9	13,2	13,2	13,2
	eher zufrieden	14	20,6	20,6	33,8
	teils-teils	29	42,6	42,6	76,5
	eher unzufrieden	9	13,2	13,2	89,7
	sehr unzufrieden	7	10,3	10,3	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen: Öffentlichkeitsarbeit

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	10	14,7	14,7	14,7
	eher zufrieden	21	30,9	30,9	45,6
	teils-teils	24	35,3	35,3	80,9
	eher unzufrieden	8	11,8	11,8	92,6
	sehr unzufrieden	5	7,4	7,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit dem Programm: Aktualität

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	sehr zufrieden	25	36,8	36,8	36,8
	eher zufrieden	34	50,0	50,0	86,8
	teils-teils	8	11,8	11,8	98,5
	eher unzufrieden	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit dem Programm: Vielfalt der Themensendungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	22	32,4	32,4	32,4
	eher zufrieden	33	48,5	48,5	80,9
	teils-teils	10	14,7	14,7	95,6
	eher unzufrieden	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit dem Programm: Informationsqualität

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	19	27,9	27,9	27,9
	eher zufrieden	35	51,5	51,5	79,4
	teils-teils	11	16,2	16,2	95,6
	eher unzufrieden	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit dem Programm: technische Qualität

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	sehr zufrieden	17	25,0	25,0	25,0
	eher zufrieden	31	45,6	45,6	70,6
	teils-teils	17	25,0	25,0	95,6
	eher unzufrieden	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit dem Programm: Programmschema

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	13	19,1	19,1	19,1
	eher zufrieden	34	50,0	50,0	69,1
	teils-teils	15	22,1	22,1	91,2
	eher unzufrieden	6	8,8	8,8	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit dem Programm: Vielfalt der Darstellungsformen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr zufrieden	11	16,2	16,2	16,2
	eher zufrieden	37	54,4	54,4	70,6
	teils-teils	15	22,1	22,1	92,6
	eher unzufrieden	4	5,9	5,9	98,5
	sehr unzufrieden	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Zufriedenheit mit dem Programm: Sprache/ Sprechere

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
--	--	------------	---------	------------------	--------------------------

Gültig	sehr zufrieden	10	14,7	14,7	14,7
	eher zufrieden	37	54,4	54,4	69,1
	teils-teils	19	27,9	27,9	97,1
	eher unzufrieden	2	2,9	2,9	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Beurteilung des Sendeangebots insgesamt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr gut	16	23,5	23,5	23,5
	eher gut	39	57,4	57,4	80,9
	mittel	10	14,7	14,7	95,6
	eher nicht gut	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Abschaffung des Bürgersenders

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	wäre mir egal	1	1,5	1,5	1,5
	würde ich bedauern	67	98,5	98,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Aktivitäten zum Erhalt des Bürgersenders

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	ja	64	94,1	95,5	95,5
	nein	3	4,4	4,5	100,0
	Gesamt	67	98,5	100,0	
Fehlend	-77	1	1,5		

Gesamt	68	100,0
--------	----	-------

Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	männlich	49	72,1	72,1	72,1
	weiblich	18	26,5	26,5	98,5
	divers	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	20	1	1,5	1,5	1,5
	22	1	1,5	1,5	2,9
	24	2	2,9	2,9	5,9
	26	1	1,5	1,5	7,4
	27	1	1,5	1,5	8,8
	30	1	1,5	1,5	10,3
	32	1	1,5	1,5	11,8
	36	1	1,5	1,5	13,2
	38	2	2,9	2,9	16,2
	40	1	1,5	1,5	17,6
	42	1	1,5	1,5	19,1
	43	1	1,5	1,5	20,6
	46	1	1,5	1,5	22,1
	49	3	4,4	4,4	26,5
	50	2	2,9	2,9	29,4
	51	1	1,5	1,5	30,9
	52	1	1,5	1,5	32,4

53	1	1,5	1,5	33,8
54	1	1,5	1,5	35,3
55	2	2,9	2,9	38,2
56	4	5,9	5,9	44,1
57	3	4,4	4,4	48,5
58	3	4,4	4,4	52,9
59	4	5,9	5,9	58,8
60	1	1,5	1,5	60,3
61	1	1,5	1,5	61,8
62	2	2,9	2,9	64,7
64	1	1,5	1,5	66,2
65	1	1,5	1,5	67,6
66	2	2,9	2,9	70,6
67	3	4,4	4,4	75,0
68	2	2,9	2,9	77,9
69	1	1,5	1,5	79,4
70	2	2,9	2,9	82,4
71	1	1,5	1,5	83,8
72	3	4,4	4,4	88,2
73	3	4,4	4,4	92,6
74	1	1,5	1,5	94,1
76	1	1,5	1,5	95,6
81	1	1,5	1,5	97,1
85	2	2,9	2,9	100,0
Gesamt	68	100,0	100,0	

Bildungsabschluss

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	kein Abschluss	1	1,5	1,5	1,5
	Realschulabschluss	4	5,9	5,9	7,4
	Fachhochschulreife	9	13,2	13,2	20,6
	Abitur	10	14,7	14,7	35,3
	Fachhochschul- oder Hoch- schulabschluss	35	51,5	51,5	86,8
	Berufsausbildung	8	11,8	11,8	98,5
	Andere	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Stellung im Erwerbsleben

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	in Ausbildung (Schule, Stu- dium, Beruf)	7	10,3	10,3	10,3
	erwerbstätig	30	44,1	44,1	54,4
	Rentner	28	41,2	41,2	95,6
	Hausfrau/-mann	3	4,4	4,4	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Status: Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	Student	6	8,8	85,7	85,7
	Auszubildender	1	1,5	14,3	100,0
	Gesamt	7	10,3	100,0	
Fehlend	-77	61	89,7		
Gesamt		68	100,0		

Status: erwebstätig

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Angestellter	18	26,5	60,0	60,0
	leitender Angestellter	3	4,4	10,0	70,0
	Beamter	2	2,9	6,7	76,7
	höherer Beamter	1	1,5	3,3	80,0
	Selbstständiger	2	2,9	6,7	86,7
	Facharbeiter	1	1,5	3,3	90,0
	Freiberufler	2	2,9	6,7	96,7
	freiberufliche + abhängige Berufstätigkeit	1	1,5	3,3	100,0
	Gesamt	30	44,1	100,0	
Fehlend	-77	38	55,9		
Gesamt		68	100,0		

Migrationshintergrund

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	2	2,9	2,9	2,9
	nein	65	95,6	95,6	98,5
	keine Angabe	1	1,5	1,5	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Religionszugehörigkeit

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Christentum	32	47,1	47,1	47,1
	Hinduismus	1	1,5	1,5	48,5
	Judentum	1	1,5	1,5	50,0
	keine Angabe	25	36,8	36,8	86,8

8	9	13,2	13,2	100,0
Gesamt	68	100,0	100,0	

Alter_umcodiert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	20 bis 30 Jährige	7	10,3	10,3	10,3
	30 bis 40 Jährige	5	7,4	7,4	17,6
	40 bis 50 Jährige	8	11,8	11,8	29,4
	50 bis 60 Jährige	21	30,9	30,9	60,3
	60 bis 70 Jährige	15	22,1	22,1	82,4
	70 Jahre und älter	12	17,6	17,6	100,0
	Gesamt	68	100,0	100,0	

Kreuztabellen

*Vorerfahrungen: Schnitt * Medium Kreuztabelle*

		Medium		Gesamt	
		Bürgerradio	Bürgerfernsehen		
Vorerfahrungen: Schnitt	nicht ausgewählt	Anzahl	48	3	51
		Erwartete Anzahl	46,4	4,6	51,0
		% von Medium	78,7%	50,0%	76,1%
	ausgewählt	Anzahl	13	3	16
		Erwartete Anzahl	14,6	1,4	16,0
		% von Medium	21,3%	50,0%	23,9%
Gesamt	Anzahl	61	6	67	
	Erwartete Anzahl	61,0	6,0	67,0	
	% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	2,473 ^a	1	,116		
Kontinuitätskorrektur ^b	1,147	1	,284		
Likelihood-Quotient	2,139	1	,144		
Exakter Test nach Fisher				,142	,142
Zusammenhang linear-mit-linear	2,436	1	,119		
Anzahl der gültigen Fälle	67				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,43.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

*Vorerfahrungen: Kamera * Medium Kreuztabelle*

		Medium		Gesamt	
		Bürgerradio	Bürgerfernsehen		
Vorerfahrungen: Kamera	nicht ausgewählt	Anzahl	56	3	59
		Erwartete Anzahl	53,7	5,3	59,0
		% von Medium	91,8%	50,0%	88,1%
	ausgewählt	Anzahl	5	3	8
		Erwartete Anzahl	7,3	,7	8,0
		% von Medium	8,2%	50,0%	11,9%
Gesamt	Anzahl	61	6	67	
	Erwartete Anzahl	61,0	6,0	67,0	
	% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	9,079 ^a	1	,003		
Kontinuitätskorrektur ^b	5,538	1	,019		

Likelihood-Quotient	6,098	1	,014		
Exakter Test nach Fisher				,019	,019
Zusammenhang linear-mit-linear	8,943	1	,003		
Anzahl der gültigen Fälle	67				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,72.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

*Vorerfahrungen: Studioteknik * Medium Kreuztabelle*

		Medium			
			Bürgerfernse-Bürgerradiohen		Gesamt
Vorerfahrungen: Studio-technik	nicht ausge-wählt	Anzahl	41	5	46
		Erwartete An-zahl	41,9	4,1	46,0
		% von Medium	67,2%	83,3%	68,7%
	ausgewählt	Anzahl	20	1	21
		Erwartete An-zahl	19,1	1,9	21,0
		% von Medium	32,8%	16,7%	31,3%
Gesamt	Anzahl	61	6	67	
	Erwartete An-zahl	61,0	6,0	67,0	
	% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	,660 ^a	1	,417		
Kontinuitätskorrektur ^b	,123	1	,726		
Likelihood-Quotient	,733	1	,392		

Exakter Test nach Fisher			,657	,382
Zusammenhang linear-linear	,650	1	,420	
Anzahl der gültigen Fälle	67			

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,88.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

*Vorerfahrungen: Tonaufnahme und Bearbeitung * Medium Kreuztabelle*

		Medium			
		Bürgerfernse- Bürgerradiohen			Gesamt
Vorerfahrungen: Tonaufnahme und Bearbeitung	nicht ausgewählt	Anzahl	31	4	35
		Erwartete Anzahl	31,9	3,1	35,0
		% von Medium	50,8%	66,7%	52,2%
	ausgewählt	Anzahl	30	2	32
		Erwartete Anzahl	29,1	2,9	32,0
		% von Medium	49,2%	33,3%	47,8%
Gesamt	Anzahl	61	6	67	
	Erwartete Anzahl	61,0	6,0	67,0	
	% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	,550 ^a	1	,458		
Kontinuitätskorrektur ^b	,098	1	,754		
Likelihood-Quotient	,562	1	,454		
Exakter Test nach Fisher				,675	,381

Zusammenhang linear-mit-linear	,542	1	,462	
Anzahl der gültigen Fälle	67			

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,87.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Vorerfahrungen: vor Publikum musizieren * Medium Kreuztabelle

		Medium			
		Bürgerfernse- Bürgerradiohen		Gesamt	
Vorerfahrungen: vor Publi- kum musizieren	nicht ausge- wählt	Anzahl	43	6	49
		Erwartete An- zahl	44,6	4,4	49,0
		% von Medium	70,5%	100,0%	73,1%
	ausgewählt	Anzahl	18	0	18
		Erwartete An- zahl	16,4	1,6	18,0
		% von Medium	29,5%	0,0%	26,9%
Gesamt		Anzahl	61	6	67
		Erwartete An- zahl	61,0	6,0	67,0
		% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	2,421 ^a	1	,120		
Kontinuitätskorrektur ^b	1,152	1	,283		
Likelihood-Quotient	3,967	1	,046		
Exakter Test nach Fisher				,181	,140
Zusammenhang linear-mit-linear	2,385	1	,123		

Anzahl der gültigen Fälle 67

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,61.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Vorerfahrungen: Moderation * Medium Kreuztabelle

		Medium			
		Bürgerfernse- Bürgerradio hen		Gesamt	
Vorerfahrungen: Modera- tion	nicht ausge- wählt	Anzahl	38	5	43
		Erwartete Anzahl	39,1	3,9	43,0
		% von Medium	62,3%	83,3%	64,2%
	ausgewählt	Anzahl	23	1	24
		Erwartete Anzahl	21,9	2,1	24,0
		% von Medium	37,7%	16,7%	35,8%
Gesamt	Anzahl	61	6	67	
	Erwartete Anzahl	61,0	6,0	67,0	
	% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	1,052 ^a	1	,305		
Kontinuitätskorrektur ^b	,336	1	,562		
Likelihood-Quotient	1,175	1	,278		
Exakter Test nach Fisher				,408	,293
Zusammenhang linear-mit- linear	1,036	1	,309		
Anzahl der gültigen Fälle	67				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,15.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Vorerfahrungen: Konzept * Medium Kreuztabelle

		Medium		Gesamt	
		Bürgerradio	Bürgerfernsehen		
Vorerfahrungen: Konzept	nicht ausgewählt	Anzahl	44	5	49
		Erwartete Anzahl	44,6	4,4	49,0
		% von Medium	72,1%	83,3%	73,1%
	ausgewählt	Anzahl	17	1	18
		Erwartete Anzahl	16,4	1,6	18,0
		% von Medium	27,9%	16,7%	26,9%
Gesamt		Anzahl	61	6	67
		Erwartete Anzahl	61,0	6,0	67,0
		% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	,349 ^a	1	,555		
Kontinuitätskorrektur ^b	,012	1	,914		
Likelihood-Quotient	,382	1	,537		
Exakter Test nach Fisher				1,000	,484
Zusammenhang linear-mit-linear	,344	1	,558		
Anzahl der gültigen Fälle	67				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,61.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Vorerfahrungen: Schauspiel * Medium Kreuztabelle

	Medium	Gesamt
--	--------	--------

		Bürgerfernse- Bürgerradio hen			
Vorerfahrungen: Schau- spiel	nicht ausgewählt	Anzahl	50	5	55
		Erwartete Anzahl	50,1	4,9	55,0
		% von Medium	82,0%	83,3%	82,1%
ausgewählt		Anzahl	11	1	12
		Erwartete Anzahl	10,9	1,1	12,0
		% von Medium	18,0%	16,7%	17,9%
Gesamt		Anzahl	61	6	67
		Erwartete Anzahl	61,0	6,0	67,0
		% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	,007 ^a	1	,934		
Kontinuitätskorrektur ^b	,000	1	1,000		
Likelihood-Quotient	,007	1	,933		
Exakter Test nach Fisher				1,000	,709
Zusammenhang linear-mit- linear	,007	1	,934		
Anzahl der gültigen Fälle	67				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,07.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

*Vorerfahrungen: Regie * Medium Kreuztabelle*

	Medium	Gesamt
--	--------	--------

		Bürgerradio	Bürgerfernsehen		
Vorerfahrungen: Re- gie	nicht ausgewählt	Anzahl	53	5	58
		Erwartete Anzahl	52,8	5,2	58,0
		% von Medium	86,9%	83,3%	86,6%
	ausgewählt	Anzahl	8	1	9
		Erwartete Anzahl	8,2	,8	9,0
		% von Medium	13,1%	16,7%	13,4%
Gesamt		Anzahl	61	6	67
		Erwartete Anzahl	61,0	6,0	67,0
		% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Sig. (zweiseitig)	Exakte Sig. (einseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	,059 ^a	1	,808		
Kontinuitätskorrektur ^b	,000	1	1,000		
Likelihood-Quotient	,056	1	,813		
Exakter Test nach Fisher				1,000	,594
Zusammenhang linear-mit- linear	,058	1	,809		
Anzahl der gültigen Fälle	67				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,81.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

*Motive: Spaß an der Produktion * Geschlecht Kreuztabelle*

	Geschlecht	Gesamt
--	------------	--------

			männlich	weiblich	divers	
Motive: Spaß an der Produktion	sehr wichtig	Anzahl	42	15	1	58
		Erwartete Anzahl	41,8	15,4	,9	58,0
		% von Geschlecht	85,7%	83,3%	100,0%	85,3%
	eher wichtig	Anzahl	6	2	0	8
		Erwartete Anzahl	5,8	2,1	,1	8,0
		% von Geschlecht	12,2%	11,1%	0,0%	11,8%
	teils-teils	Anzahl	1	1	0	2
		Erwartete Anzahl	1,4	,5	,0	2,0
		% von Geschlecht	2,0%	5,6%	0,0%	2,9%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68	
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0	
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	,751 ^a	4	,945
Likelihood-Quotient	,826	4	,935
Zusammenhang linear-mit-linear	,066	1	,797
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 6 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,03.

Motive: andere unterhalten * Geschlecht Kreuztabelle

		Geschlecht				
		männlich	weiblich	divers	Gesamt	
Motive: andere unterhalten	sehr wichtig	Anzahl	33	9	0	42
		Erwartete Anzahl	30,3	11,1	,6	42,0
		% von Geschlecht	67,3%	50,0%	0,0%	61,8%
	eher wichtig	Anzahl	10	8	0	18
		Erwartete Anzahl	13,0	4,8	,3	18,0
		% von Geschlecht	20,4%	44,4%	0,0%	26,5%
	teils-teils	Anzahl	5	1	1	7
		Erwartete Anzahl	5,0	1,9	,1	7,0
		% von Geschlecht	10,2%	5,6%	100,0%	10,3%
eher unwichtig	Anzahl	1	0	0	1	
	Erwartete Anzahl	,7	,3	,0	1,0	
	% von Geschlecht	2,0%	0,0%	0,0%	1,5%	
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68	
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0	
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	13,008 ^a	6	,043
Likelihood-Quotient	8,878	6	,181

Zusammenhang linear-mit-linear	1,544	1	,214
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 8 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,01.

*Motive: Medientechnik kennenlernen * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht				
		männlich	weiblich	divers	Gesamt	
Motive: Medientechnik kennenlernen	sehr wichtig	Anzahl	12	4	0	16
		Erwartete Anzahl	11,5	4,2	,2	16,0
		% von Geschlecht	24,5%	22,2%	0,0%	23,5%
	eher wichtig	Anzahl	11	4	0	15
		Erwartete Anzahl	10,8	4,0	,2	15,0
		% von Geschlecht	22,4%	22,2%	0,0%	22,1%
	teils-teils	Anzahl	16	3	1	20
		Erwartete Anzahl	14,4	5,3	,3	20,0
		% von Geschlecht	32,7%	16,7%	100,0%	29,4%
eher unwichtig	Anzahl	7	4	0	11	
	Erwartete Anzahl	7,9	2,9	,2	11,0	
	% von Geschlecht	14,3%	22,2%	0,0%	16,2%	
unwichtig	Anzahl	3	3	0	6	
	Erwartete Anzahl	4,3	1,6	,1	6,0	
	% von Geschlecht	6,1%	16,7%	0,0%	8,8%	
Gesamt		Anzahl	49	18	1	68

Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	5,780 ^a	8	,672
Likelihood-Quotient	5,756	8	,675
Zusammenhang linear-mit-linear	1,008	1	,315
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,09.

*Motive: Fähigkeiten trainieren * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht				
		männlich	weiblich	divers	Gesamt	
Motive: Fähigkeiten trainieren	sehr wichtig	Anzahl	16	6	0	22
		Erwartete Anzahl	15,9	5,8	,3	22,0
		% von Geschlecht	32,7%	33,3%	0,0%	32,4%
eher wichtig		Anzahl	17	4	1	22
		Erwartete Anzahl	15,9	5,8	,3	22,0
		% von Geschlecht	34,7%	22,2%	100,0%	32,4%
teils-teils		Anzahl	6	4	0	10
		Erwartete Anzahl	7,2	2,6	,1	10,0
		% von Geschlecht	12,2%	22,2%	0,0%	14,7%

eher unwichtig	Anzahl	8	3	0	11
	Erwartete Anzahl	7,9	2,9	,2	11,0
	% von Geschlecht	16,3%	16,7%	0,0%	16,2%
unwichtig	Anzahl	2	1	0	3
	Erwartete Anzahl	2,2	,8	,0	3,0
	% von Geschlecht	4,1%	5,6%	0,0%	4,4%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	3,714 ^a	8	,882
Likelihood-Quotient	3,863	8	,869
Zusammenhang linear-mit-linear	,085	1	,771
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 9 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,04.

Motive: vernachlässigte Themen, Missstände aufgreifen * Geschlecht Kreuztabelle

		Geschlecht		
		männlich	weiblich	divers
sehr wichtig	Anzahl	13	5	1
				19

Motive: vernachlässigte Themen, Missstände aufgreifen	Erwartete Anzahl	13,7	5,0	,3	19,0
	% von Geschlecht	26,5%	27,8%	100,0%	27,9%
	<hr/>				
eher wichtig	Anzahl	14	4	0	18
	Erwartete Anzahl	13,0	4,8	,3	18,0
	% von Geschlecht	28,6%	22,2%	0,0%	26,5%
<hr/>					
teils-teils	Anzahl	9	5	0	14
	Erwartete Anzahl	10,1	3,7	,2	14,0
	% von Geschlecht	18,4%	27,8%	0,0%	20,6%
<hr/>					
eher unwichtig	Anzahl	6	2	0	8
	Erwartete Anzahl	5,8	2,1	,1	8,0
	% von Geschlecht	12,2%	11,1%	0,0%	11,8%
<hr/>					
unwichtig	Anzahl	7	2	0	9
	Erwartete Anzahl	6,5	2,4	,1	9,0
	% von Geschlecht	14,3%	11,1%	0,0%	13,2%
<hr/>					
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	3,506 ^a	8	,899

Likelihood-Quotient	3,445	8	,903
Zusammenhang linear-mit-linear	,336	1	,562
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 9 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,12.

*Motive: Gestaltungsformen ausprobieren * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht				
		männlich	weiblich	divers	Gesamt	
Motive: Gestaltungsformen ausprobieren	sehr wichtig	Anzahl	13	5	0	18
		Erwartete Anzahl	13,0	4,8	,3	18,0
		% von Geschlecht	26,5%	27,8%	0,0%	26,5%
	eher wichtig	Anzahl	14	6	1	21
		Erwartete Anzahl	15,1	5,6	,3	21,0
		% von Geschlecht	28,6%	33,3%	100,0%	30,9%
	teils-teils	Anzahl	12	3	0	15
		Erwartete Anzahl	10,8	4,0	,2	15,0
		% von Geschlecht	24,5%	16,7%	0,0%	22,1%
	eher unwichtig	Anzahl	6	2	0	8
		Erwartete Anzahl	5,8	2,1	,1	8,0
		% von Geschlecht	12,2%	11,1%	0,0%	11,8%
unwichtig	Anzahl	4	2	0	6	
	Erwartete Anzahl	4,3	1,6	,1	6,0	
	% von Geschlecht	8,2%	11,1%	0,0%	8,8%	
Gesamt		Anzahl	49	18	1	68

Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	2,885 ^a	8	,941
Likelihood-Quotient	3,008	8	,934
Zusammenhang linear-linear	,050	1	,824
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,09.

*Motive: über Lokales/ Regionales berichten * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	divers	Gesamt
Motive: über Lokales/ Regionales berichten	Anzahl	16	5	0	21
	Erwartete Anzahl	15,1	5,6	,3	21,0
	% von Geschlecht	32,7%	27,8%	0,0%	30,9%
eher wichtig	Anzahl	13	6	0	19
	Erwartete Anzahl	13,7	5,0	,3	19,0
	% von Geschlecht	26,5%	33,3%	0,0%	27,9%
teils-teils	Anzahl	7	2	0	9
	Erwartete Anzahl	6,5	2,4	,1	9,0
	% von Geschlecht	14,3%	11,1%	0,0%	13,2%

eher unwichtig	Anzahl	8	3	1	12
	Erwartete Anzahl	8,6	3,2	,2	12,0
	% von Geschlecht	16,3%	16,7%	100,0%	17,6%
unwichtig	Anzahl	5	2	0	7
	Erwartete Anzahl	5,0	1,9	,1	7,0
	% von Geschlecht	10,2%	11,1%	0,0%	10,3%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	5,167 ^a	8	,740
Likelihood-Quotient	3,964	8	,860
Zusammenhang linear-linear	,361	1	,548
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 8 Zellen (53,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,10.

Motive: sinnvolle Freizeitgestaltung * Geschlecht Kreuztabelle

		Geschlecht			Gesamt	
		männlich	weiblich	divers		
Motive: sinnvolle Freizeitgestaltung	sehr wichtig	Anzahl	15	5	1	21
		Erwartete Anzahl	15,1	5,6	,3	21,0

	% von Geschlecht	30,6%	27,8%	100,0%	30,9%
eher wichtig	Anzahl	20	6	0	26
	Erwartete Anzahl	18,7	6,9	,4	26,0
	% von Geschlecht	40,8%	33,3%	0,0%	38,2%
teils-teils	Anzahl	9	4	0	13
	Erwartete Anzahl	9,4	3,4	,2	13,0
	% von Geschlecht	18,4%	22,2%	0,0%	19,1%
eher unwichtig	Anzahl	3	1	0	4
	Erwartete Anzahl	2,9	1,1	,1	4,0
	% von Geschlecht	6,1%	5,6%	0,0%	5,9%
unwichtig	Anzahl	2	2	0	4
	Erwartete Anzahl	2,9	1,1	,1	4,0
	% von Geschlecht	4,1%	11,1%	0,0%	5,9%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	3,714 ^a	8	,882
Likelihood-Quotient	3,684	8	,884

Zusammenhang linear-mit-linear	,107	1	,743
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,06.

*Motive: eigene Meinung, Gruppenziele bekanntmachen * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht			Gesamt	
		männlich	weiblich	divers		
Motive: eigene Meinung, Gruppenziele bekanntmachen	eher wichtig	Anzahl	5	5	1	11
		Erwartete Anzahl	7,9	2,9	,2	11,0
		% von Geschlecht	10,2%	27,8%	100,0%	16,2%
eher wichtig	Anzahl	8	5	0	13	
	Erwartete Anzahl	9,4	3,4	,2	13,0	
	% von Geschlecht	16,3%	27,8%	0,0%	19,1%	
teils-teils	Anzahl	15	2	0	17	
	Erwartete Anzahl	12,3	4,5	,3	17,0	
	% von Geschlecht	30,6%	11,1%	0,0%	25,0%	
eher unwichtig	Anzahl	14	3	0	17	
	Erwartete Anzahl	12,3	4,5	,3	17,0	
	% von Geschlecht	28,6%	16,7%	0,0%	25,0%	
unwichtig	Anzahl	7	3	0	10	
	Erwartete Anzahl	7,2	2,6	,1	10,0	
	% von Geschlecht	14,3%	16,7%	0,0%	14,7%	
Gesamt		Anzahl	49	18	1	68

Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	11,475 ^a	8	,176
Likelihood-Quotient	10,137	8	,256
Zusammenhang linear-mit-linear	4,090	1	,043
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,15.

*Motive: Gegenöffentlichkeit schaffen * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	divers	Gesamt
Motive: Gegenöffentlichkeit schaffen	Anzahl	9	2	0	11
	Erwartete Anzahl	7,9	2,9	,2	11,0
	% von Geschlecht	18,4%	11,1%	0,0%	16,2%
eher wichtig	Anzahl	9	4	1	14
	Erwartete Anzahl	10,1	3,7	,2	14,0
	% von Geschlecht	18,4%	22,2%	100,0%	20,6%
teils-teils	Anzahl	11	3	0	14
	Erwartete Anzahl	10,1	3,7	,2	14,0
	% von Geschlecht	22,4%	16,7%	0,0%	20,6%

eher unwichtig	Anzahl	8	3	0	11
	Erwartete Anzahl	7,9	2,9	,2	11,0
	% von Geschlecht	16,3%	16,7%	0,0%	16,2%
unwichtig	Anzahl	12	6	0	18
	Erwartete Anzahl	13,0	4,8	,3	18,0
	% von Geschlecht	24,5%	33,3%	0,0%	26,5%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	5,042 ^a	8	,753
Likelihood-Quotient	4,363	8	,823
Zusammenhang linear-linear	,093	1	,760
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,16.

Motive: mich selber ausprobieren * Geschlecht Kreuztabelle

		Geschlecht			Gesamt	
		männlich	weiblich	divers		
Motive: mich selber ausprobieren	sehr wichtig	Anzahl	11	4	1	16
		Erwartete Anzahl	11,5	4,2	,2	16,0

	% von Geschlecht	22,4%	22,2%	100,0%	23,5%
eher wichtig	Anzahl	13	6	0	19
	Erwartete Anzahl	13,7	5,0	,3	19,0
	% von Geschlecht	26,5%	33,3%	0,0%	27,9%
teils-teils	Anzahl	13	4	0	17
	Erwartete Anzahl	12,3	4,5	,3	17,0
	% von Geschlecht	26,5%	22,2%	0,0%	25,0%
eher unwichtig	Anzahl	5	4	0	9
	Erwartete Anzahl	6,5	2,4	,1	9,0
	% von Geschlecht	10,2%	22,2%	0,0%	13,2%
unwichtig	Anzahl	7	0	0	7
	Erwartete Anzahl	5,0	1,9	,1	7,0
	% von Geschlecht	14,3%	0,0%	0,0%	10,3%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	7,661 ^a	8	,467
Likelihood-Quotient	8,908	8	,350

Zusammenhang linear-mit-linear	1,274	1	,259
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 9 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,10.

*Motive: Leute kennenlernen, Kontakt zu anderen haben * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht			Gesamt	
		männlich	weiblich	divers		
Motive: Leute kennenlernen, Kontakt zu anderen haben	sehr wichtig	Anzahl	10	3	0	13
		Erwartete Anzahl	9,4	3,4	,2	13,0
		% von Geschlecht	20,4%	16,7%	0,0%	19,1%
eher wichtig	Anzahl	13	7	0	20	
	Erwartete Anzahl	14,4	5,3	,3	20,0	
	% von Geschlecht	26,5%	38,9%	0,0%	29,4%	
teils-teils	Anzahl	17	2	0	19	
	Erwartete Anzahl	13,7	5,0	,3	19,0	
	% von Geschlecht	34,7%	11,1%	0,0%	27,9%	
eher unwichtig	Anzahl	8	4	1	13	
	Erwartete Anzahl	9,4	3,4	,2	13,0	
	% von Geschlecht	16,3%	22,2%	100,0%	19,1%	
unwichtig	Anzahl	1	2	0	3	
	Erwartete Anzahl	2,2	,8	,0	3,0	
	% von Geschlecht	2,0%	11,1%	0,0%	4,4%	
Gesamt		Anzahl	49	18	1	68

Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	10,388 ^a	8	,239
Likelihood-Quotient	9,525	8	,300
Zusammenhang linear-mit-linear	1,176	1	,278
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 9 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,04.

*Motive: auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht				
		männlich	weiblich	divers	Gesamt	
Motive: auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen	sehr wichtig	Anzahl	2	2	0	4
		Erwartete Anzahl	2,9	1,1	,1	4,0
		% von Geschlecht	4,1%	11,1%	0,0%	5,9%
eher wichtig		Anzahl	3	1	1	5
		Erwartete Anzahl	3,6	1,3	,1	5,0
		% von Geschlecht	6,1%	5,6%	100,0%	7,4%
teils-teils		Anzahl	7	2	0	9
		Erwartete Anzahl	6,5	2,4	,1	9,0
		% von Geschlecht	14,3%	11,1%	0,0%	13,2%

eher unwichtig	Anzahl	17	4	0	21
	Erwartete Anzahl	15,1	5,6	,3	21,0
	% von Geschlecht	34,7%	22,2%	0,0%	30,9%
unwichtig	Anzahl	20	9	0	29
	Erwartete Anzahl	20,9	7,7	,4	29,0
	% von Geschlecht	40,8%	50,0%	0,0%	42,6%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	14,923 ^a	8	,061
Likelihood-Quotient	7,445	8	,490
Zusammenhang linear-linear	,861	1	,353
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,06.

Motive: über Themen berichten, die mir wichtig sind * Geschlecht Kreuztabelle

		Geschlecht				
		männlich	weiblich	divers		
Motive: über Themen berichten, die mir wichtig sind	sehr wichtig	Anzahl	21	10	1	32
		Erwartete Anzahl	23,1	8,5	,5	32,0

	% von Geschlecht	42,9%	55,6%	100,0%	47,1%
eher wichtig	Anzahl	14	6	0	20
	Erwartete Anzahl	14,4	5,3	,3	20,0
	% von Geschlecht	28,6%	33,3%	0,0%	29,4%
teils-teils	Anzahl	9	2	0	11
	Erwartete Anzahl	7,9	2,9	,2	11,0
	% von Geschlecht	18,4%	11,1%	0,0%	16,2%
eher unwichtig	Anzahl	3	0	0	3
	Erwartete Anzahl	2,2	,8	,0	3,0
	% von Geschlecht	6,1%	0,0%	0,0%	4,4%
unwichtig	Anzahl	2	0	0	2
	Erwartete Anzahl	1,4	,5	,0	2,0
	% von Geschlecht	4,1%	0,0%	0,0%	2,9%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	3,987 ^a	8	,858
Likelihood-Quotient	5,650	8	,686

Zusammenhang linear-mit-linear	3,130	1	,077
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,03.

*Motive: Gesellschaft mitgestalten * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht			Gesamt	
		männlich	weiblich	divers		
Motive: Gesellschaft mitgestalten	sehr wichtig	Anzahl	14	6	1	21
		Erwartete Anzahl	15,1	5,6	,3	21,0
		% von Geschlecht	28,6%	33,3%	100,0%	30,9%
eher wichtig	Anzahl	13	4	0	17	
	Erwartete Anzahl	12,3	4,5	,3	17,0	
	% von Geschlecht	26,5%	22,2%	0,0%	25,0%	
teils-teils	Anzahl	14	2	0	16	
	Erwartete Anzahl	11,5	4,2	,2	16,0	
	% von Geschlecht	28,6%	11,1%	0,0%	23,5%	
eher unwichtig	Anzahl	4	4	0	8	
	Erwartete Anzahl	5,8	2,1	,1	8,0	
	% von Geschlecht	8,2%	22,2%	0,0%	11,8%	
unwichtig	Anzahl	4	2	0	6	
	Erwartete Anzahl	4,3	1,6	,1	6,0	
	% von Geschlecht	8,2%	11,1%	0,0%	8,8%	
Gesamt		Anzahl	49	18	1	68

Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	6,513 ^a	8	,590
Likelihood-Quotient	6,591	8	,581
Zusammenhang linear-linear	,011	1	,918
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,09.

*Motive: Ansehen und Einfluss gewinnen * Geschlecht Kreuztabelle*

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	divers	Gesamt
Motive: Ansehen und Einfluss gewinnen	Anzahl	2	0	0	2
	Erwartete Anzahl	1,4	,5	,0	2,0
	% von Geschlecht	4,1%	0,0%	0,0%	2,9%
eher wichtig	Anzahl	4	2	1	7
	Erwartete Anzahl	5,0	1,9	,1	7,0
	% von Geschlecht	8,2%	11,1%	100,0%	10,3%
teils-teils	Anzahl	6	4	0	10
	Erwartete Anzahl	7,2	2,6	,1	10,0
	% von Geschlecht	12,2%	22,2%	0,0%	14,7%

eher unwichtig	Anzahl	15	4	0	19
	Erwartete Anzahl	13,7	5,0	,3	19,0
	% von Geschlecht	30,6%	22,2%	0,0%	27,9%
unwichtig	Anzahl	22	8	0	30
	Erwartete Anzahl	21,6	7,9	,4	30,0
	% von Geschlecht	44,9%	44,4%	0,0%	44,1%
Gesamt	Anzahl	49	18	1	68
	Erwartete Anzahl	49,0	18,0	1,0	68,0
	% von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	10,925 ^a	8	,206
Likelihood-Quotient	7,210	8	,514
Zusammenhang linear-linear	,773	1	,379
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 9 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,03.

Motive: Spaß an der Produktion * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert							
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter	Gesamt	
Motive: Spaß an der Produktion	sehr wichtig	Anzahl	5	4	6	19	14	10	58
		Erwartete Anzahl	6,0	4,3	6,8	17,9	12,8	10,2	58,0
		% von Alter_umcodiert	71,4%	80,0%	75,0%	90,5%	93,3%	83,3%	85,3%
		Anzahl	2	1	2	2	0	1	8

eher wichtig	Erwartete Anzahl	,8	,6	,9	2,5	1,8	1,4	8,0
	% von Alter_umcodiert	28,6%	20,0%	25,0%	9,5%	0,0%	8,3%	11,8%
	Anzahl	0	0	0	0	1	1	2
teils-teils	Erwartete Anzahl	,2	,1	,2	,6	,4	,4	2,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	8,3%	2,9%
	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
Gesamt	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Anzahl	0	0	0	0	1	1	2

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	8,693 ^a	10	,561
Likelihood-Quotient	10,278	10	,416
Zusammenhang linear-mit-linear	,125	1	,723
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 13 Zellen (72,2%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,15.

Motive: andere unterhalten * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert							
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter	Gesamt	
Motive: andere unterhalten	sehr wichtig	Anzahl	3	3	4	14	10	8	42
		Erwartete Anzahl	4,3	3,1	4,9	13,0	9,3	7,4	42,0
		% von Alter_umcodiert	42,9%	60,0%	50,0%	66,7%	66,7%	66,7%	61,8%
eher wichtig		Anzahl	2	2	5	4	4	3	18
		Erwartete Anzahl	1,9	1,3	2,1	5,6	4,0	3,2	18,0
		% von Alter_umcodiert	28,6%	40,0%	37,5%	19,0%	26,7%	25,0%	26,5%
teils-teils		Anzahl	2	0	1	3	1	0	7
		Erwartete Anzahl	,7	,5	,8	2,2	1,5	1,2	7,0
		% von Alter_umcodiert	28,6%	0,0%	12,5%	14,3%	6,7%	0,0%	10,3%

eher unwichtig	Anzahl	0	0	0	0	0	1	1
	Erwartete Anzahl	,1	,1	,1	,3	,2	,2	1,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	1,5%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	11,189 ^a	15	,739
Likelihood-Quotient	10,999	15	,753
Zusammenhang linear-linear	,953	1	,329
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 20 Zellen (83,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,07.

Motive: Medientechnik kennenlernen * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert						Gesamt	
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter		
Motive: Medientechnik kennenlernen	sehr wichtig	Anzahl	4	1	1	3	5	2	16
		Erwartete Anzahl	1,6	1,2	1,9	4,9	3,5	2,8	16,0
		% von Alter_umcodiert	57,1%	20,0%	12,5%	14,3%	33,3%	16,7%	23,5%
	eher wichtig	Anzahl	2	2	2	6	2	1	15
		Erwartete Anzahl	1,5	1,1	1,8	4,6	3,3	2,6	15,0
		% von Alter_umcodiert	28,6%	40,0%	25,0%	28,6%	13,3%	8,3%	22,1%
teils-teils		Anzahl	0	0	3	9	4	4	20
		Erwartete Anzahl	2,1	1,5	2,4	6,2	4,4	3,5	20,0
		% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	37,5%	42,9%	26,7%	33,3%	29,4%
eher unwichtig		Anzahl	1	0	2	3	1	4	11
		Erwartete Anzahl	1,1	,8	1,3	3,4	2,4	1,9	11,0

	% von Alter_umcodiert	14,3%	0,0%	25,0%	14,3%	6,7%	33,3%	16,2%
unwichtig	Anzahl	0	2	0	0	3	1	6
	Erwartete Anzahl	,6	,4	,7	1,9	1,3	1,1	6,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%	20,0%	8,3%	8,8%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	28,447 ^a	20	,099
Likelihood-Quotient	31,729	20	,046
Zusammenhang linear-linear	2,787	1	,095
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 29 Zellen (96,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

Motive: Fähigkeiten trainieren * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert							
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter	Gesamt	
Motive: Fähigkeiten trainieren	sehr wichtig	Anzahl	5	1	2	5	6	3	22
		Erwartete Anzahl	2,3	1,6	2,6	6,8	4,9	3,9	22,0
		% von Alter_umcodiert	71,4%	20,0%	25,0%	23,8%	40,0%	25,0%	32,4%
eher wichtig	Anzahl	2	2	3	9	4	2	22	
	Erwartete Anzahl	2,3	1,6	2,6	6,8	4,9	3,9	22,0	
	% von Alter_umcodiert	28,6%	40,0%	37,5%	42,9%	26,7%	16,7%	32,4%	
teils-teils	Anzahl	0	1	2	3	2	2	10	
	Erwartete Anzahl	1,0	,7	1,2	3,1	2,2	1,8	10,0	
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	25,0%	14,3%	13,3%	16,7%	14,7%	
	Anzahl	0	1	1	4	1	4	11	

eher unwichtig	Erwartete Anzahl	1,1	,8	1,3	3,4	2,4	1,9	11,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	12,5%	19,0%	6,7%	33,3%	16,2%
	Anzahl	0	0	0	0	2	1	3
unwichtig	Erwartete Anzahl	,3	,2	,4	,9	,7	,5	3,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	13,3%	8,3%	4,4%
	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
Gesamt	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	17,645 ^a	20	,611
Likelihood-Quotient	19,554	20	,486
Zusammenhang linear-linear	4,850	1	,028
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 28 Zellen (93,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,22.

Motive: vernachlässigte Themen, Missstände aufgreifen * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert						Gesamt	
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter		
Motive: vernachlässigte Themen, Missstände aufgreifen	sehr wichtig	Anzahl	1	0	1	8	6	3	19
		Erwartete Anzahl	2,0	1,4	2,2	5,9	4,2	3,4	19,0
		% von Alter_umcodiert	14,3%	0,0%	12,5%	38,1%	40,0%	25,0%	27,9%
eher wichtig		Anzahl	3	3	2	2	3	5	18
		Erwartete Anzahl	1,9	1,3	2,1	5,6	4,0	3,2	18,0
		% von Alter_umcodiert	42,9%	60,0%	25,0%	9,5%	20,0%	41,7%	26,5%
teils-teils		Anzahl	2	1	2	5	2	2	14
		Erwartete Anzahl	1,4	1,0	1,6	4,3	3,1	2,5	14,0
		% von Alter_umcodiert	28,6%	20,0%	25,0%	23,8%	13,3%	16,7%	20,6%

eher unwichtig	Anzahl	1	0	2	4	1	0	8
	Erwartete Anzahl	,8	,6	,9	2,5	1,8	1,4	8,0
	% von Alter_umcodiert	14,3%	0,0%	25,0%	19,0%	6,7%	0,0%	11,8%
unwichtig	Anzahl	0	1	1	2	3	2	9
	Erwartete Anzahl	,9	,7	1,1	2,8	2,0	1,6	9,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	12,5%	9,5%	20,0%	16,7%	13,2%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	17,868 ^a	20	,596
Likelihood-Quotient	21,802	20	,351
Zusammenhang linear-linear	,223	1	,637
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 28 Zellen (93,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,59.

Motive: Gestaltungsformen ausprobieren * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert							
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter	Gesamt	
Motive: Gestaltungsformen ausprobieren	sehr wichtig	Anzahl	5	1	1	5	5	1	18
		Erwartete Anzahl	1,9	1,3	2,1	5,6	4,0	3,2	18,0
		% von Alter_umcodiert	71,4%	20,0%	12,5%	23,8%	33,3%	8,3%	26,5%
eher wichtig	Anzahl	1	2	4	9	4	1	21	
	Erwartete Anzahl	2,2	1,5	2,5	6,5	4,6	3,7	21,0	
	% von Alter_umcodiert	14,3%	40,0%	50,0%	42,9%	26,7%	8,3%	30,9%	
teils-teils	Anzahl	1	1	2	5	2	4	15	
	Erwartete Anzahl	1,5	1,1	1,8	4,6	3,3	2,6	15,0	

	% von Alter_umcodiert	14,3%	20,0%	25,0%	23,8%	13,3%	33,3%	22,1%
eher unwichtig	Anzahl	0	0	1	2	1	4	8
	Erwartete Anzahl	,8	,6	,9	2,5	1,8	1,4	8,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	12,5%	9,5%	6,7%	33,3%	11,8%
unwichtig	Anzahl	0	1	0	0	3	2	6
	Erwartete Anzahl	,6	,4	,7	1,9	1,3	1,1	6,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%	16,7%	8,8%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	27,468 ^a	20	,123
Likelihood-Quotient	29,302	20	,082
Zusammenhang linear-linear	8,401	1	,004
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 28 Zellen (93,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

Motive: über Lokales/ Regionales berichten * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert							
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter	Gesamt	
Motive: über Lokales/ Regionales berichten	sehr wichtig	Anzahl	2	1	1	4	6	7	21
		Erwartete Anzahl	2,2	1,5	2,5	6,5	4,6	3,7	21,0
		% von Alter_umcodiert	28,6%	20,0%	12,5%	19,0%	40,0%	58,3%	30,9%
eher wichtig	Anzahl	3	1	2	8	4	1	19	
		Erwartete Anzahl	2,0	1,4	2,2	5,9	4,2	3,4	19,0
		% von Alter_umcodiert	42,9%	20,0%	25,0%	38,1%	26,7%	8,3%	27,9%
teils-teils	Anzahl	0	0	3	2	2	2	9	

	Erwartete Anzahl	,9	,7	1,1	2,8	2,0	1,6	9,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	37,5%	9,5%	13,3%	16,7%	13,2%
eher unwichtig	Anzahl	2	2	2	5	0	1	12
	Erwartete Anzahl	1,2	,9	1,4	3,7	2,6	2,1	12,0
	% von Alter_umcodiert	28,6%	40,0%	25,0%	23,8%	0,0%	8,3%	17,6%
unwichtig	Anzahl	0	1	0	2	3	1	7
	Erwartete Anzahl	,7	,5	,8	2,2	1,5	1,2	7,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	0,0%	9,5%	20,0%	8,3%	10,3%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	23,220 ^a	20	,278
Likelihood-Quotient	27,325	20	,126
Zusammenhang linear-mit-linear	1,257	1	,262
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 28 Zellen (93,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,51.

Motive: sinnvolle Freizeitgestaltung * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert							
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter	Gesamt	
Motive: sinnvolle Freizeitgestaltung	sehr wichtig	Anzahl	1	1	2	8	4	5	21
		Erwartete Anzahl	2,2	1,5	2,5	6,5	4,6	3,7	21,0
		% von Alter_umcodiert	14,3%	20,0%	25,0%	38,1%	26,7%	41,7%	30,9%
eher wichtig	Anzahl	4	3	3	9	5	2	26	
		Erwartete Anzahl	2,7	1,9	3,1	8,0	5,7	4,6	26,0
		% von Alter_umcodiert	57,1%	60,0%	37,5%	42,9%	33,3%	16,7%	38,2%

teils-teils	Anzahl	2	1	1	2	3	4	13
	Erwartete Anzahl	1,3	1,0	1,5	4,0	2,9	2,3	13,0
	% von Alter_umcodiert	28,6%	20,0%	12,5%	9,5%	20,0%	33,3%	19,1%
eher unwichtig	Anzahl	0	0	1	1	2	0	4
	Erwartete Anzahl	,4	,3	,5	1,2	,9	,7	4,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	12,5%	4,8%	13,3%	0,0%	5,9%
unwichtig	Anzahl	0	0	1	1	1	1	4
	Erwartete Anzahl	,4	,3	,5	1,2	,9	,7	4,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	12,5%	4,8%	6,7%	8,3%	5,9%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	12,495 ^a	20	,898
Likelihood-Quotient	14,254	20	,817
Zusammenhang linear-mit-linear	,047	1	,829
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 27 Zellen (90,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,29.

Motive: eigene Meinung, Gruppenziele bekanntmachen * Alter_umcodiert Kreuztabelle

	Alter_umcodiert						Gesamt	
	20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter		
Motive: eigene Meinung, Gruppenziele bekanntmachen	Anzahl	0	2	1	3	2	3	11
	Erwartete Anzahl	1,1	,8	1,3	3,4	2,4	1,9	11,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	40,0%	12,5%	14,3%	13,3%	25,0%	16,2%
eher wichtig	Anzahl	0	0	2	6	3	2	13
	Erwartete Anzahl	1,3	1,0	1,5	4,0	2,9	2,3	13,0

	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	25,0%	28,6%	20,0%	16,7%	19,1%
teils-teils	Anzahl	5	1	1	3	5	2	17
	Erwartete Anzahl	1,8	1,3	2,0	5,3	3,8	3,0	17,0
	% von Alter_umcodiert	71,4%	20,0%	12,5%	14,3%	33,3%	16,7%	25,0%
eher unwichtig	Anzahl	2	1	3	4	3	4	17
	Erwartete Anzahl	1,8	1,3	2,0	5,3	3,8	3,0	17,0
	% von Alter_umcodiert	28,6%	20,0%	37,5%	19,0%	20,0%	33,3%	25,0%
unwichtig	Anzahl	0	1	1	5	2	1	10
	Erwartete Anzahl	1,0	,7	1,2	3,1	2,2	1,8	10,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	12,5%	23,8%	13,3%	8,3%	14,7%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	19,469 ^a	20	,492
Likelihood-Quotient	21,266	20	,382
Zusammenhang linear-linear	,309	1	,578
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 28 Zellen (93,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,74.

Motive: Gegenöffentlichkeit schaffen * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert						Gesamt
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter	
Motive: Gegenöffentlichkeit schaffen	Anzahl	3	0	0	3	4	1	11
	Erwartete Anzahl	1,1	,8	1,3	3,4	2,4	1,9	11,0
	% von Alter_umcodiert	42,9%	0,0%	0,0%	14,3%	26,7%	8,3%	16,2%
eher wichtig	Anzahl	1	2	2	4	2	3	14

	Erwartete Anzahl	1,4	1,0	1,6	4,3	3,1	2,5	14,0
	% von Alter_umcodiert	14,3%	40,0%	25,0%	19,0%	13,3%	25,0%	20,6%
teils-teils	Anzahl	1	1	1	3	4	4	14
	Erwartete Anzahl	1,4	1,0	1,6	4,3	3,1	2,5	14,0
	% von Alter_umcodiert	14,3%	20,0%	12,5%	14,3%	26,7%	33,3%	20,6%
eher unwichtig	Anzahl	2	1	2	4	1	1	11
	Erwartete Anzahl	1,1	,8	1,3	3,4	2,4	1,9	11,0
	% von Alter_umcodiert	28,6%	20,0%	25,0%	19,0%	6,7%	8,3%	16,2%
unwichtig	Anzahl	0	1	3	7	4	3	18
	Erwartete Anzahl	1,9	1,3	2,1	5,6	4,0	3,2	18,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	37,5%	33,3%	26,7%	25,0%	26,5%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	15,545 ^a	20	,744
Likelihood-Quotient	18,346	20	,565
Zusammenhang linear-linear	,313	1	,576
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 29 Zellen (96,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,81.

Motive: mich selber ausprobieren * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert						Gesamt	
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter		
Motive: mich selber ausprobieren	sehr wichtig	Anzahl	3	0	2	4	4	3	16
		Erwartete Anzahl	1,6	1,2	1,9	4,9	3,5	2,8	16,0
		% von Alter_umcodiert	42,9%	0,0%	25,0%	19,0%	26,7%	25,0%	23,5%

eher wichtig	Anzahl	3	1	4	9	2	0	19
	Erwartete Anzahl	2,0	1,4	2,2	5,9	4,2	3,4	19,0
	% von Alter_umcodiert	42,9%	20,0%	50,0%	42,9%	13,3%	0,0%	27,9%
teils-teils	Anzahl	1	3	1	5	5	2	17
	Erwartete Anzahl	1,8	1,3	2,0	5,3	3,8	3,0	17,0
	% von Alter_umcodiert	14,3%	60,0%	12,5%	23,8%	33,3%	16,7%	25,0%
eher unwichtig	Anzahl	0	1	1	1	1	5	9
	Erwartete Anzahl	,9	,7	1,1	2,8	2,0	1,6	9,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	12,5%	4,8%	6,7%	41,7%	13,2%
unwichtig	Anzahl	0	0	0	2	3	2	7
	Erwartete Anzahl	,7	,5	,8	2,2	1,5	1,2	7,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	0,0%	9,5%	20,0%	16,7%	10,3%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	28,792 ^a	20	,092
Likelihood-Quotient	32,688	20	,036
Zusammenhang linear-mit-linear	5,491	1	,019
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 28 Zellen (93,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,51.

Motive: Leute kennenlernen, Kontakt zu anderen haben * Alter_umcodiert Kreuztabelle

	Alter_umcodiert						Gesamt	
	20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter		
Motive: Leute kennenlernen, Kontakt zu anderen haben	Anzahl	2	0	2	3	4	2	13
	Erwartete Anzahl	1,3	1,0	1,5	4,0	2,9	2,3	13,0

	% von Alter_umcodiert	28,6%	0,0%	25,0%	14,3%	26,7%	16,7%	19,1%
eher wichtig	Anzahl	3	1	2	6	4	4	20
	Erwartete Anzahl	2,1	1,5	2,4	6,2	4,4	3,5	20,0
	% von Alter_umcodiert	42,9%	20,0%	25,0%	28,6%	26,7%	33,3%	29,4%
teils-teils	Anzahl	1	3	2	8	3	2	19
	Erwartete Anzahl	2,0	1,4	2,2	5,9	4,2	3,4	19,0
	% von Alter_umcodiert	14,3%	60,0%	25,0%	38,1%	20,0%	16,7%	27,9%
eher unwichtig	Anzahl	1	0	2	4	2	4	13
	Erwartete Anzahl	1,3	1,0	1,5	4,0	2,9	2,3	13,0
	% von Alter_umcodiert	14,3%	0,0%	25,0%	19,0%	13,3%	33,3%	19,1%
unwichtig	Anzahl	0	1	0	0	2	0	3
	Erwartete Anzahl	,3	,2	,4	,9	,7	,5	3,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	13,3%	0,0%	4,4%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	17,195 ^a	20	,640
Likelihood-Quotient	18,353	20	,564
Zusammenhang linear-linear	,182	1	,670
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 28 Zellen (93,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,22.

Motive: auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen * Alter_umcodiert Kreuztabelle

	Alter_umcodiert						Gesamt	
	20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter		
sehr wichtig	Anzahl	2	0	0	0	1	1	4

Motive: auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen	Erwartete Anzahl	,4	,3	,5	1,2	,9	,7	4,0
	% von Alter_umcodiert	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	8,3%	5,9%
	ehrer wichtig Anzahl	0	0	1	3	1	0	5
	Erwartete Anzahl	,5	,4	,6	1,5	1,1	,9	5,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	12,5%	14,3%	6,7%	0,0%	7,4%
teils-teils	Anzahl	3	1	1	3	1	0	9
	Erwartete Anzahl	,9	,7	1,1	2,8	2,0	1,6	9,0
	% von Alter_umcodiert	42,9%	20,0%	12,5%	14,3%	6,7%	0,0%	13,2%
ehrer unwichtig	Anzahl	2	1	3	10	3	2	21
	Erwartete Anzahl	2,2	1,5	2,5	6,5	4,6	3,7	21,0
	% von Alter_umcodiert	28,6%	20,0%	37,5%	47,6%	20,0%	16,7%	30,9%
unwichtig	Anzahl	0	3	3	5	9	9	29
	Erwartete Anzahl	3,0	2,1	3,4	9,0	6,4	5,1	29,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	60,0%	37,5%	23,8%	60,0%	75,0%	42,6%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	31,333 ^a	20	,051
Likelihood-Quotient	34,293	20	,024
Zusammenhang linear-linear	6,688	1	,010
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 26 Zellen (86,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,29.

Motive: über Themen berichten, die mir wichtig sind * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert						Gesamt
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter	
Motive: über Themen berichten, die mir wichtig sind	Anzahl	2	2	3	9	9	7	32
	Erwartete Anzahl	3,3	2,4	3,8	9,9	7,1	5,6	32,0
	% von Alter_umcodiert	28,6%	40,0%	37,5%	42,9%	60,0%	58,3%	47,1%
eher wichtig	Anzahl	4	2	0	7	4	3	20
	Erwartete Anzahl	2,1	1,5	2,4	6,2	4,4	3,5	20,0
	% von Alter_umcodiert	57,1%	40,0%	0,0%	33,3%	26,7%	25,0%	29,4%
teils-teils	Anzahl	1	0	4	3	1	2	11
	Erwartete Anzahl	1,1	,8	1,3	3,4	2,4	1,9	11,0
	% von Alter_umcodiert	14,3%	0,0%	50,0%	14,3%	6,7%	16,7%	16,2%
eher unwichtig	Anzahl	0	0	0	2	1	0	3
	Erwartete Anzahl	,3	,2	,4	,9	,7	,5	3,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	0,0%	9,5%	6,7%	0,0%	4,4%
unwichtig	Anzahl	0	1	1	0	0	0	2
	Erwartete Anzahl	,2	,1	,2	,6	,4	,4	2,0
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	25,502 ^a	20	,183
Likelihood-Quotient	25,236	20	,193
Zusammenhang linear-linear	2,187	1	,139
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 26 Zellen (86,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,15.

Motive: Gesellschaft mitgestalten * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert						Gesamt	
		20 bis 30 Jäh- rige	30 bis 40 Jäh- rige	40 bis 50 Jäh- rige	50 bis 60 Jäh- rige	60 bis 70 Jäh- rige	70 Jahre und älter		
Motive: Gesellschaft mitgestalten	sehr wichtig	Anzahl	2	2	2	6	4	5	21
		Erwartete Anzahl	2,2	1,5	2,5	6,5	4,6	3,7	21,0
		% von Alter_umcodiert	28,6%	40,0%	25,0%	28,6%	26,7%	41,7%	30,9%
	eher wichtig	Anzahl	2	2	2	5	2	4	17
		Erwartete Anzahl	1,8	1,3	2,0	5,3	3,8	3,0	17,0
		% von Alter_umcodiert	28,6%	40,0%	25,0%	23,8%	13,3%	33,3%	25,0%
	teils-teils	Anzahl	3	0	1	5	5	2	16
		Erwartete Anzahl	1,6	1,2	1,9	4,9	3,5	2,8	16,0
		% von Alter_umcodiert	42,9%	0,0%	12,5%	23,8%	33,3%	16,7%	23,5%
eher unwichtig	Anzahl	0	0	1	3	3	1	8	
	Erwartete Anzahl	,8	,6	,9	2,5	1,8	1,4	8,0	
	% von Alter_umcodiert	0,0%	0,0%	12,5%	14,3%	20,0%	8,3%	11,8%	
unwichtig	Anzahl	0	1	2	2	1	0	6	
	Erwartete Anzahl	,6	,4	,7	1,9	1,3	1,1	6,0	
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	25,0%	9,5%	6,7%	0,0%	8,8%	
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68	
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0	
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zwei- seitig)
Pearson-Chi-Quadrat	13,375 ^a	20	,861
Likelihood-Quotient	16,362	20	,694
Zusammenhang linear-mit-linear	,063	1	,802
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 28 Zellen (93,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

Motive: Ansehen und Einfluss gewinnen * Alter_umcodiert Kreuztabelle

		Alter_umcodiert						Gesamt	
		20 bis 30 Jährige	30 bis 40 Jährige	40 bis 50 Jährige	50 bis 60 Jährige	60 bis 70 Jährige	70 Jahre und älter		
Motive: Ansehen und Einfluss gewinnen	sehr wichtig	Anzahl	1	0	0	1	0	0	2
		Erwartete Anzahl	,2	,1	,2	,6	,4	,4	2,0
		% von Alter_umcodiert	14,3%	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	2,9%
eher wichtig	Anzahl	0	1	0	3	1	2	7	
	Erwartete Anzahl	,7	,5	,8	2,2	1,5	1,2	7,0	
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	0,0%	14,3%	6,7%	16,7%	10,3%	
teils-teils	Anzahl	0	1	4	2	2	1	10	
	Erwartete Anzahl	1,0	,7	1,2	3,1	2,2	1,8	10,0	
	% von Alter_umcodiert	0,0%	20,0%	50,0%	9,5%	13,3%	8,3%	14,7%	
eher unwichtig	Anzahl	5	0	1	8	3	2	19	
	Erwartete Anzahl	2,0	1,4	2,2	5,9	4,2	3,4	19,0	
	% von Alter_umcodiert	71,4%	0,0%	12,5%	38,1%	20,0%	16,7%	27,9%	
unwichtig	Anzahl	1	3	3	7	9	7	30	
	Erwartete Anzahl	3,1	2,2	3,5	9,3	6,6	5,3	30,0	
	% von Alter_umcodiert	14,3%	60,0%	37,5%	33,3%	60,0%	58,3%	44,1%	
Gesamt	Anzahl	7	5	8	21	15	12	68	
	Erwartete Anzahl	7,0	5,0	8,0	21,0	15,0	12,0	68,0	
	% von Alter_umcodiert	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Pearson-Chi-Quadrat	28,318 ^a	20	,102
Likelihood-Quotient	28,416	20	,100
Zusammenhang linear-mit-linear	1,295	1	,255
Anzahl der gültigen Fälle	68		

a. 26 Zellen (86,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,15.

Nichtparametrische Korrelationen

Korrelationen

		Alter_umcodiert	Motive: auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen	Motive: Gestaltungsformen ausprobieren	Motive: mich selber ausprobieren
Kendall-Tau-b	Alter_umcodiert	1,000	,302**	,277**	,219*
	Korrelationskoeffizient				
	Sig. (2-seitig)	.	,003	,005	,026
	N	68	68	68	68
Motive: auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen	Alter_umcodiert	,302**	1,000	,430**	,429**
	Korrelationskoeffizient				
	Sig. (2-seitig)	,003	.	<,001	<,001
	N	68	68	68	68
Motive: Gestaltungsformen ausprobieren	Alter_umcodiert	,277**	,430**	1,000	,547**
	Korrelationskoeffizient				
	Sig. (2-seitig)	,005	<,001	.	<,001
	N	68	68	68	68
Motive: mich selber ausprobieren	Alter_umcodiert	,219*	,429**	,547**	1,000
	Korrelationskoeffizient				
	Sig. (2-seitig)	,026	<,001	<,001	.
	N	68	68	68	68
Spearman-Rho	Alter_umcodiert	1,000	,360**	,343**	,272*
	Alter_umcodiert				
	Sig. (2-seitig)	.	,003	,004	,025
	N	68	68	68	68
Motive: auf Beruf vorbereiten, Qualifikationen erlangen	Alter_umcodiert	,360**	1,000	,500**	,487**
	Korrelationskoeffizient				
	Sig. (2-seitig)	,003	.	<,001	<,001
	N	68	68	68	68
Motive: Gestaltungsformen ausprobieren	Alter_umcodiert	,343**	,500**	1,000	,623**
	Korrelationskoeffizient				
	Sig. (2-seitig)	,004	<,001	.	<,001
	N	68	68	68	68
Motive: mich selber ausprobieren	Alter_umcodiert	,272*	,487**	,623**	1,000
	Korrelationskoeffizient				
	Sig. (2-seitig)	,025	<,001	<,001	.
	N	68	68	68	68

** . Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

* . Die Korrelation ist auf dem 0,05 Niveau signifikant (zweiseitig).

Überprüfung der Voraussetzungen zur Durchführung eines T-Tests (Test auf Normalverteilung)

Medium

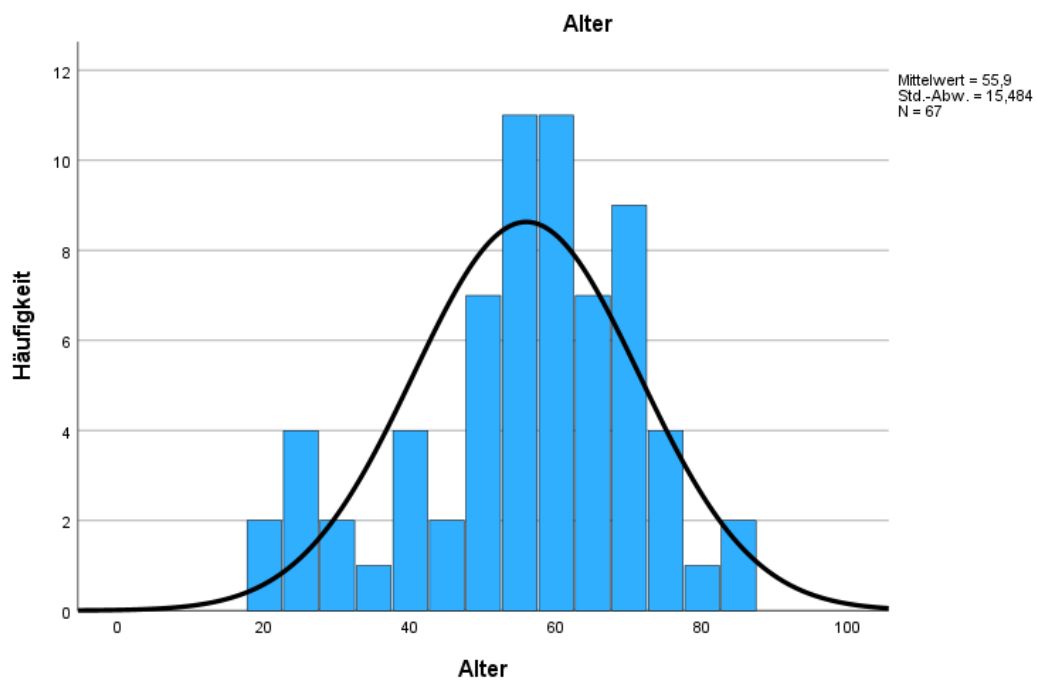
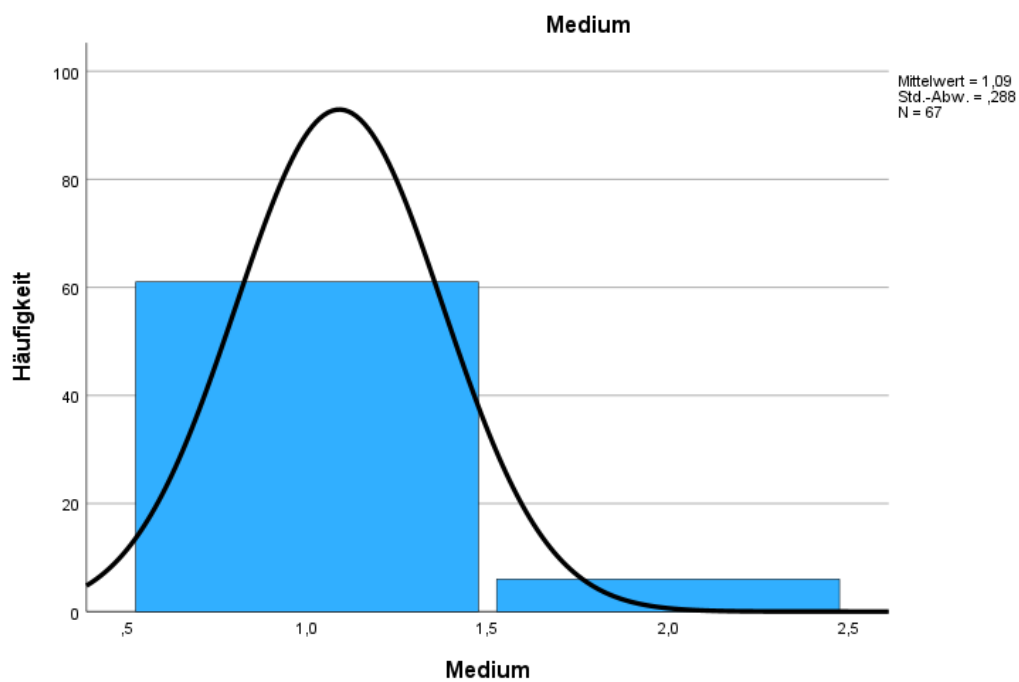
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Bürgerradio	61	91,0	91,0	91,0
	Bürgerfernsehen	6	9,0	9,0	100,0
	Gesamt	67	100,0	100,0	

Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	55	1	1,5	1,5	1,5
	57	1	1,5	1,5	3,0
	59	2	3,0	3,0	6,0
	61	1	1,5	1,5	7,5
	62	1	1,5	1,5	9,0
	66	1	1,5	1,5	10,4
	68	1	1,5	1,5	11,9
	72	1	1,5	1,5	13,4
	74	2	3,0	3,0	16,4
	81	1	1,5	1,5	17,9
	42	1	1,5	1,5	19,4
	43	1	1,5	1,5	20,9
	46	1	1,5	1,5	22,4

49	3	4,5	4,5	26,9
50	2	3,0	3,0	29,9
51	1	1,5	1,5	31,3
52	1	1,5	1,5	32,8
53	1	1,5	1,5	34,3
54	1	1,5	1,5	35,8
55	2	3,0	3,0	38,8
56	4	6,0	6,0	44,8
57	3	4,5	4,5	49,3
58	3	4,5	4,5	53,7
59	4	6,0	6,0	59,7
60	1	1,5	1,5	61,2
61	1	1,5	1,5	62,7
62	2	3,0	3,0	65,7
64	1	1,5	1,5	67,2
65	1	1,5	1,5	68,7
66	2	3,0	3,0	71,6
67	3	4,5	4,5	76,1
68	2	3,0	3,0	79,1
69	1	1,5	1,5	80,6
70	2	3,0	3,0	83,6
71	1	1,5	1,5	85,1
72	3	4,5	4,5	89,6
73	3	4,5	4,5	94,0
76	1	1,5	1,5	95,5
81	1	1,5	1,5	97,0
85	2	3,0	3,0	100,0
Gesamt	67	100,0	100,0	

Histogramm



Explorative Datenanalyse

Deskriptive Statistik

		Statistik	Standard Fehler	
Alter	Mittelwert	55,90	1,892	
	95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	52,12	
		Obergrenze	59,67	
	5% getrimmtes Mittel	56,27		
	Median	58,00		
	Varianz	239,762		
	Standard Abweichung	15,484		
	Minimum	20		
	Maximum	85		
	Spannweite	65		
	Interquartilbereich	18		
	Schiefe	-,584	,293	
	Kurtosis	-,090	,578	
Medium	Mittelwert	1,09	,035	
	95% Konfidenzintervall des Mittelwerts	Untergrenze	1,02	
		Obergrenze	1,16	
	5% getrimmtes Mittel	1,04		
	Median	1,00		
	Varianz	,083		
	Standard Abweichung	,288		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Spannweite	1		
	Interquartilbereich	0		

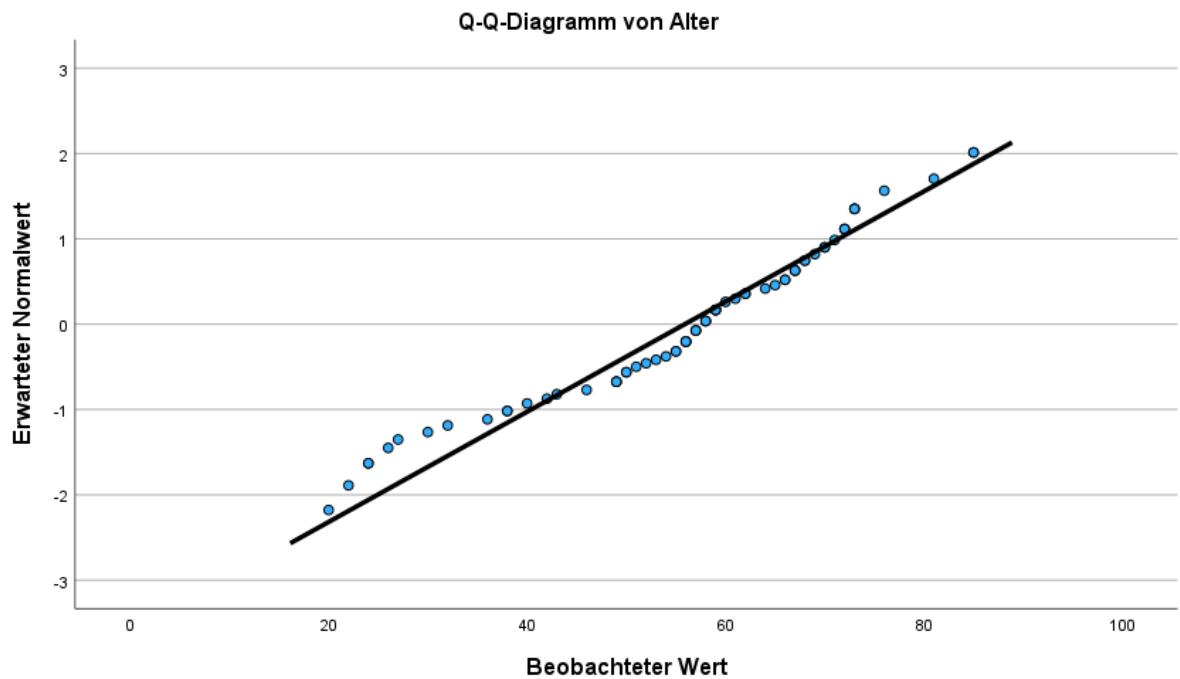
Schiefe	2,941	,293
Kurtosis	6,854	,578

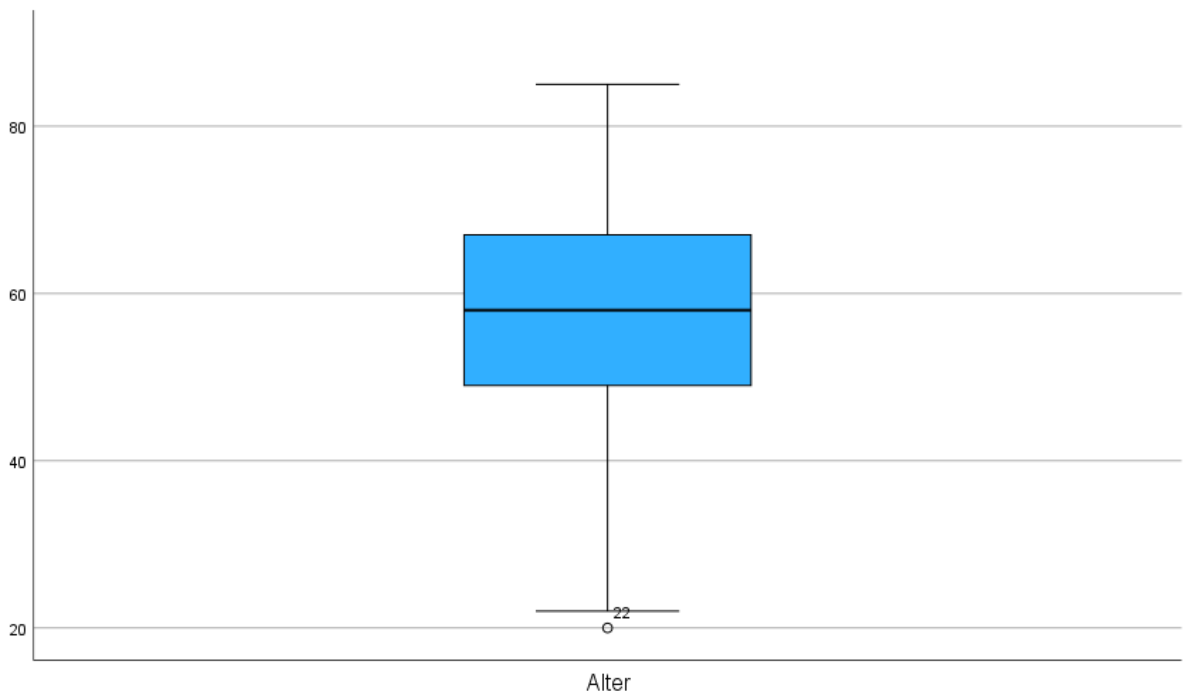
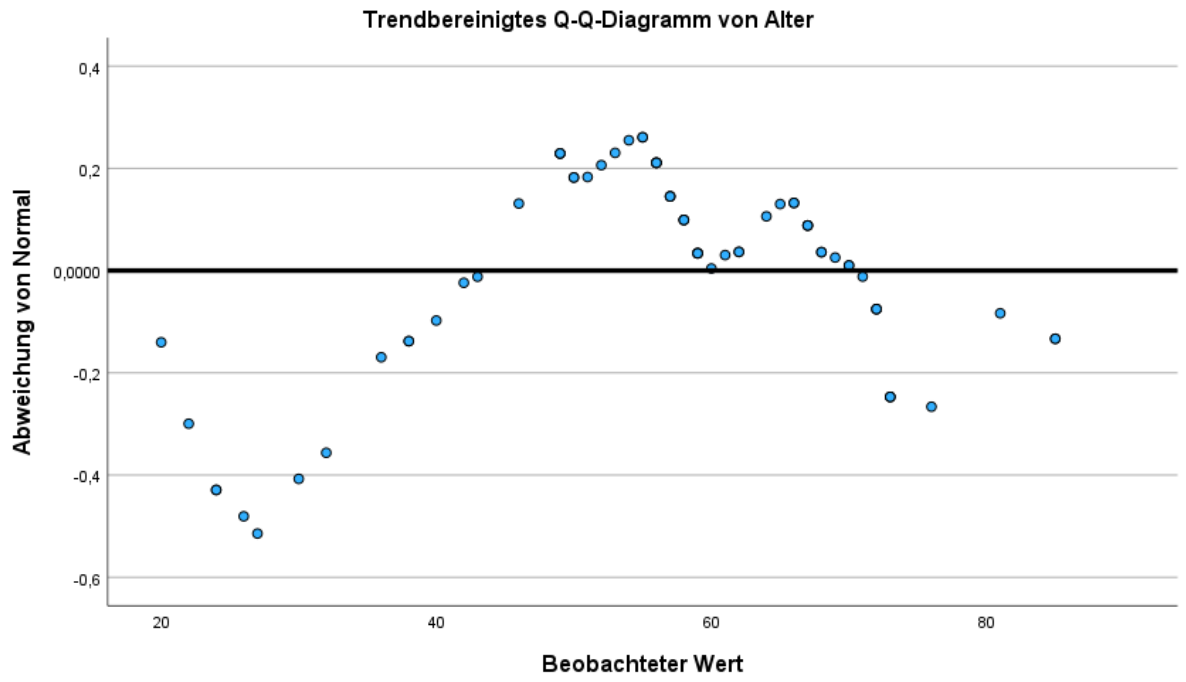
Tests auf Normalverteilung

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
Alter	,119	67	,020	,954	67	,015
Medium	,533	67	<,001	,322	67	<,001

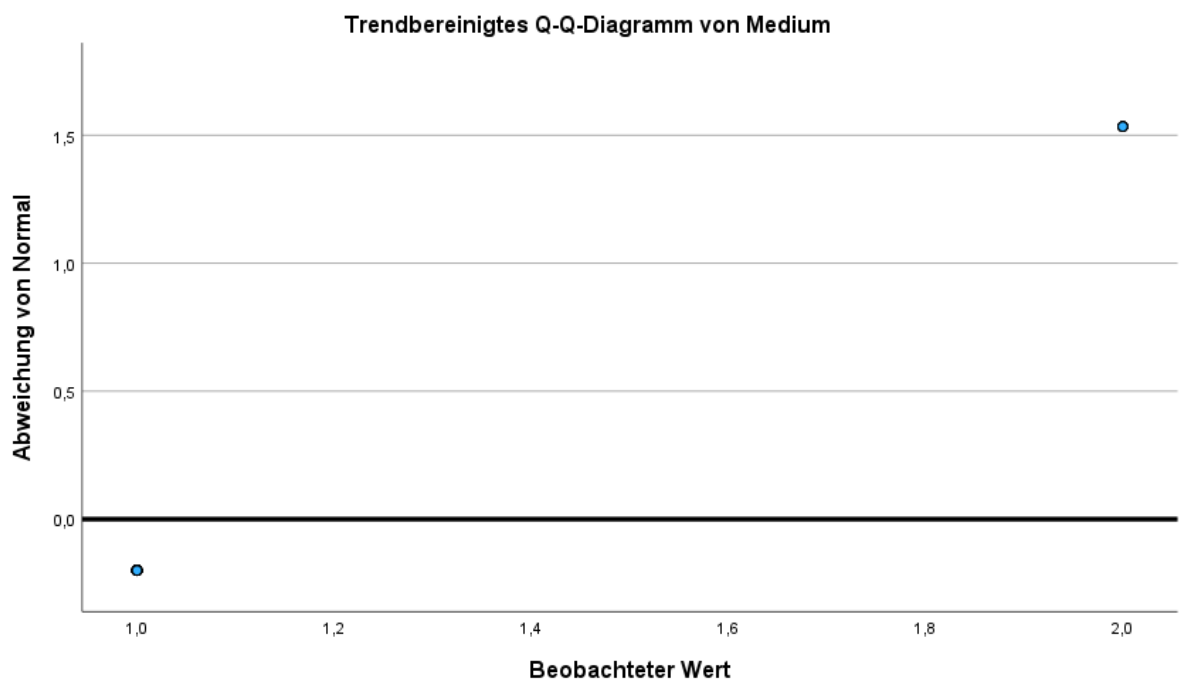
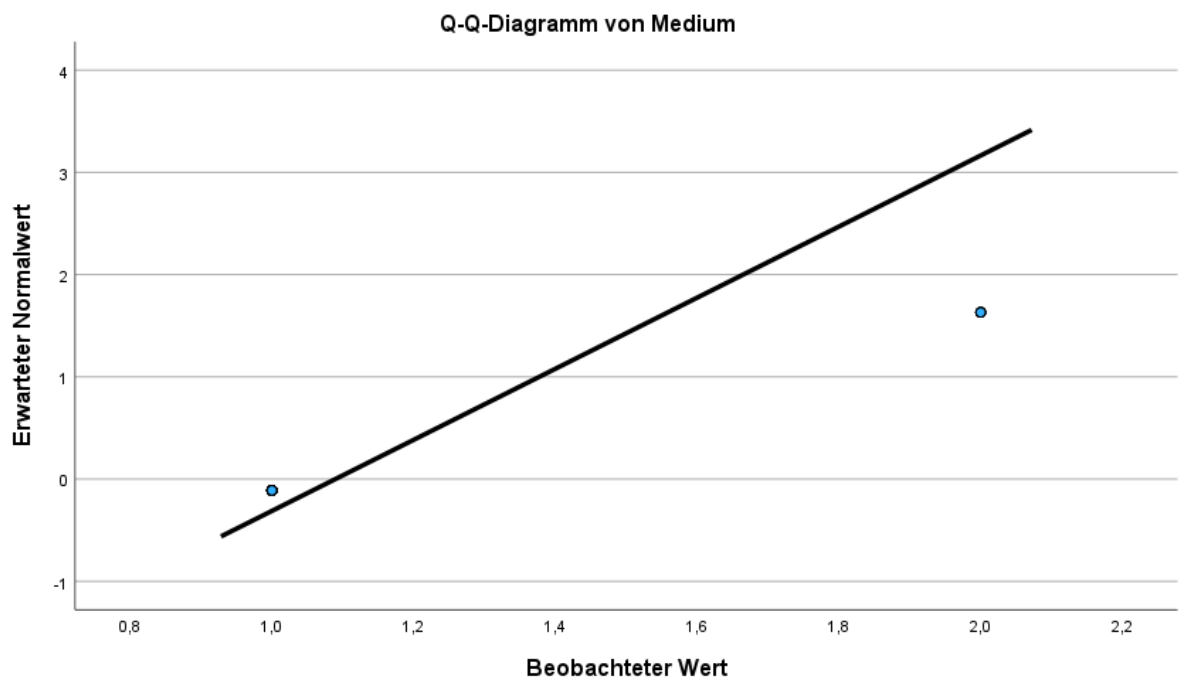
a. Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

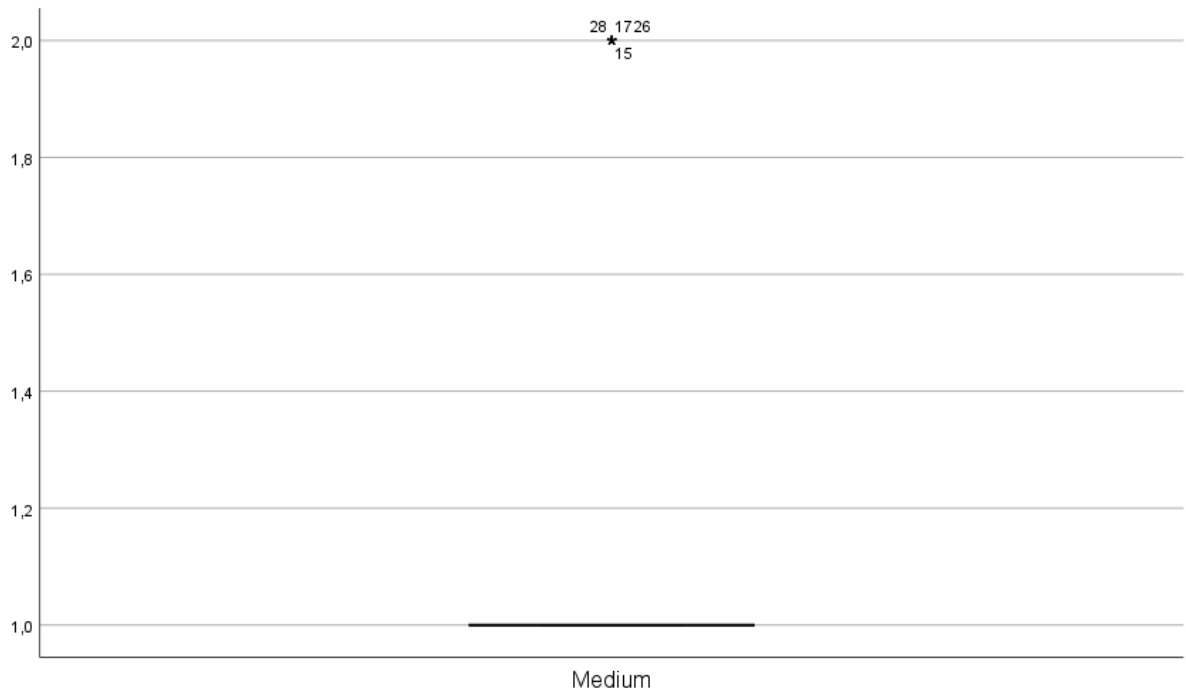
Alter





Medium





A.3 Leitfaden der qualitativen Befragung

[Begrüßung]

Inzwischen liegen die Ergebnisse der Umfrage zu den Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk vor. Herzlichen Dank an dieser Stelle für Ihre Unterstützung und Ihr Engagement! Insgesamt haben 122 Ehrenamtliche an der Online-Befragung teilgenommen, 68 von ihnen haben die Umfrage vollständig beendet. Die Stichprobe setzt sich mehrheitlich aus Bürgerfunkern zusammen. Sie alle wurden zu verschiedenen Forschungsdimensionen befragt, darunter *Rekrutierung & Ehrenamt*, *Vorerfahrungen & Redaktionsalltag*, *Motive & publizistische Ziele* sowie *Betreuung & Arbeitszufriedenheit*. Auch wurden die *soziodemographischen Merkmale* der Ehrenamtlichen erhoben.

Gerne würde ich nun die spannendsten Erkenntnisse im Rahmen dieses Interviews vertiefen und Sie auch mit der ein oder anderen kritischen Äußerung konfrontieren. Zu Auswertungszwecken werde ich das Gespräch aufzeichnen. Sind Sie damit einverstanden?

[Klärung von offenen Fragen, Start der Aufzeichnung]

Rekrutierung und Ehrenamt

1. Die letzten wissenschaftlichen Untersuchungen zu den Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk liegen mehr als 20 Jahre zurück. Wir wissen also heute so gut wie nichts darüber, wer sich in den Bürgersender ehrenamtlich engagiert. Woran liegt das geringe Interesse Ihrer Meinung nach?

2. Wie gut kennen Sie Ihre Ehrenamtlichen? (Formulierung für Klaus-Jürgen Buchholz: Was wissen Sie über die Ehrenamtlichen?)
3. Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen, dass fast 1/3 der Ehrenamtlichen bereits darüber nachgedacht hat, dass Ehrenamt im Bürgersender aufzugeben. Wie erleben Sie das in Ihrem Sender? (Formulierung für Klaus-Jürgen Buchholz: Wie ist da Ihre Wahrnehmung?)
4. Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um das Ehrenamt in den Bürgermedien wieder attraktiver zu gestalten? (Formulierung für Klaus-Jürgen Buchholz: Nehmen Sie Maßnahmen der Sender wahr, die von den Verantwortlichen unternommen werden, um das Ehrenamt in den Bürgermedien wieder attraktiver zu machen?)
5. Was zeichnet Bürgermedien Ihrer Meinung nach aus und warum sind diese auch in Zeiten von YouTube nicht überflüssig?

Vorerfahrungen, Motive & Redaktionsalltag

1. Die Ergebnisse zeigen, dass die Vorerfahrungen der Ehrenamtlichen zu dem Medium passen, welches sie mit ihrer ehrenamtlichen Arbeit bedienen. Wie sind da Ihre Erfahrungen, ziehen Radio und Fernsehen jeweils unterschiedliche Typen von Ehrenamtlichen an?
2. Als Motive für ihr ehrenamtliches Engagement geben die Ehrenamtlichen mehrheitlich den Spaß an der Produktion an. Zudem wollen sie andere mit ihrer Arbeit unterhalten sowie neutral und präzise informieren. Politisch motivierte Ziele spielen hingegen so gut wie keine Rolle. Nehmen Sie das auch so wahr?
3. Die Ergebnisse der Online-Befragung geht hervor, dass die Mehrheit der Befragten ohne journalistische Vorerfahrungen in den Sender kommt. Auch zeigt sich, dass alle Studierenden, die an der Umfrage teilgenommen haben, aus einer anderen Fachrichtung als dem Journalismus oder der Medien- und Kommunikationswissenschaft kamen. Werden die Bürgermedien von jungen Ehrenamtlichen heutzutage noch als Sprungbrett in den professionellen Journalismus genutzt oder gibt es aus Ihrer Sicht andere Motive innerhalb dieser Zielgruppe?
4. Im Gegensatz zu damaligen Untersuchungen produzieren Ehrenamtliche heutzutage eher alleine, anstatt in der Gruppe. Dabei ist die Gemeinschaftlichkeit ein entscheidendes Merkmal bei der Ausübung eines Ehrenamts. Welche Gründe sehen Sie für diese Entwicklung?

a. Zitat einer Geschäftsführung: „...die meisten sind Einzelkämpfer, die sich nicht mit der Idee der Bürgermedien identifizieren“

5. Im Hinblick auf die Produktion eigener Beiträge geben einige Ehrenamtliche an, dass sie ausschließlich bei sich zu Hause produzieren würden. Ist das ein Trend, den Sie bei sich auch beobachten? (Formulierung für Klaus-Jürgen Buchholz: Wie bewerten Sie diese Entwicklung?)

Betreuung und Arbeitszufriedenheit

1. Wie sieht die Betreuung der Ehrenamtlichen aus?
2. Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen, dass die Ehrenamtlichen mit der Betreuung durch die Hauptamtlichen sehr zufrieden (45,6%), beziehungsweise eher zufrieden (38,2%) sind. Allerdings gibt es auch einige kritische Stimmen, die ich Ihnen kurz vorstellen möchte:

- a. *„Ich würde mir mehr Interesse des Vereins für die Nutzer:innen wünschen.“*
- b. *„Interessierte Bürger zur Mitarbeit ermutigen und unterstützen. War bei mir nicht der Fall – der Leiter des Bürgerfunks hat mich immer wieder niedergemacht.“*
- c. *„[...] , dass die Hauptamtlichen einen nicht so arrogant behandeln“*
- d. *„Was nützt der Einsatz, wenn er ignoriert und abgelehnt wird?“*

Was sagen Sie zu diesen Äußerungen?

3. Die Ehrenamtlichen hatten im Rahmen der Befragung die Möglichkeit, allgemeine Verbesserungsvorschläge zu äußern. Es zeigt sich, dass sich viele Ehrenamtliche einen engeren Kontakt zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen wünschen. Wie würden Sie die Beziehung zwischen den Haupt- und Ehrenamtlichen beschreiben? Welche Maßnahmen fallen Ihnen spontan ein, um das Verhältnis zu stärken?
4. Die Ehrenamtlichen wünschen sich, dass ihr Bürgersender innovationsbereiter wird und insbesondere die Social Media Präsenz erhöht. Ich habe Ihnen dazu folgende Zitate mitgebracht:
 - a. *„Der Verein ist sehr starr und (nennen wir es politisch korrekt und freundlich) traditionell ausgerichtet. Ideen und Modernisierung werden beinahe gänzlich ausgegrenzt. Das ist meines Erachtens das Gegenteil von Medienkompetenz und ‚Bürgernähe‘.“*
 - b. *„Das Problem ist [...], dass der Sender/Verein offenkundig kein Interesse hat, den Bürgerfunk präsenter darzustellen [...] heutzutage benutzt jeder Smartphone und Internet. Dort sollten Informationen bereitgestellt werden [...] als wären sie gestern erst vom Baum gefallen und nicht seit über 25 Jahren auf Sendung.“*

Was sagen Sie zu diesen Äußerungen?

Soziodemographische Merkmale

1. Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen, dass die Ehrenamtlichen im niedersächsischen Bürgerrundfunk eher männlich, älter sowie formal hoch gebildet sind und keinen Migrationshintergrund besitzen. Entspricht das auch dem Eindruck, den Sie selber von Ihren Ehrenamtlichen haben? (Formulierung für Klaus-Jürgen Buchholz: Entspricht das auch dem Eindruck, den Sie selber von den Ehrenamtlichen haben?)
2. Woran liegt es Ihrer Meinung nach, dass sich andere gesellschaftliche Gruppen nicht in den Bürgermedien engagieren?
3. (Was unternehmen Sie konkret, um auch andere Zielgruppen in den Sender zu holen?)

[Zeit für Fragen und Anmerkungen, Verabschiedung und Beendigung der Aufzeichnung.]

A.4 Transkripte

Nachstehend können die Transkripte der fünf qualitativen Interviews eingesehen werden.

A.4.1 Interview 1

Selina Bauer (Tv38) (Interview am 02.11.2022 um 14:00 Uhr/ Dauer des Interviews 63:57 Minuten)

1 [Begrüßung und Erläuterung der Umfrage].

2 **Naomi Nowak:** Dann starten wir mal mit der ersten Frage und zwar ist es das, was gerade
3 auch schon ein bisschen angeteasert wurde und zwar, dass der Forschungsstand zu den Eh-
4 renamtlichen mittlerweile zwanzig Jahre zurückliegt und wir heute also nicht wirklich wis-
5 sen, wer sich in den Bürgermedien ehrenamtlich engagiert und die Frage wäre, was du
6 glaubst, woran das vielleicht liegen könnte, das da so ein geringes Interesse besteht?

7 **Selina Bauer:** Am Forschungsstand oder jetzt am Ehrenamt an sich?

8 **Naomi Nowak:** Das das nicht weiter untersucht wird in der Wissenschaft, wer das eigentlich
9 ist.

10 **Selina Bauer:** Ich glaube das könnte einerseits mit dem Hinzukommen von Plattformen wie
11 YouTube zusammenhängen, weil wir einfach jetzt in der Zeit soweit sind, dass viele sagen,
12 okay Bürgerfernsehen ist irgendwie überflüssig geworden, warum machen wir das überhaupt
13 noch, wenn wir YouTube haben, wenn Menschen mit Handys selbst aufnehmen können und
14 das selbständig veröffentlichen können? Also warum gehen wir dann irgendwie den Umweg
15 über das Bürgerfernsehen? Und andererseits: OK-TV oder Bürgerfernsehen, wie auch immer,
16 hatte vor zwanzig Jahren so deren große Zeit. Und danach war das dann so. So war das und
17 so wurde es genommen. Aus meiner Perspektive wurden keine Mühen mehr gemacht, das
18 nochmal zu hinterfragen. Und jetzt zwanzig Jahre später, stellt man sich dann ja oftmals die
19 Frage, okay es wird ja über Kabel ausgestrahlt, warum brauchen wir Bürgerfernsehen über-
20 haupt noch und wie kann man es zukunftsfähig machen? Und da ist natürlich auch oft die
21 Frage, wie überleben Bürgerfernsehsender überhaupt noch? Weil wir ja für Ehrenamtliche da
22 sind, das ist ja eine unserer Säulen, dass jeder sich hier ehrenamtlich betätigen kann und hier
23 Medien schaffen kann. Und das es uns gibt, dass wissen viele einfach nicht. Oder das es
24 Bürgerfernsehen gibt. Viele kennen das nicht. Das gehört dann täglich zur Aufgabe irgendwie
25 zu sagen: Das und das machen wir. Das heißt vor zwanzig Jahren war die Berechtigung ir-
26 gendwie noch mehr da würde ich sagen, das Interesse mehr da und jetzt zwanzig Jahre später
27 fragt man sich so ein bisschen, wo ist die Berechtigung. Aber das ist nochmal ein ganz anderes
28 Themenfeld.

29 **Naomi Nowak:** Ja. Und wir kommen auch später nochmal auf die Frage der Berechtigung
30 zu sprechen. Genau, jetzt bleiben wir aber erstmal noch ein bisschen bei den Ehrenamtlichen

31 und da wäre meine nächste Frage: Wie gut kennst du eigentlich persönlich die Ehrenamtli-
32 chen, die bei euch arbeiten und die bei euch im Sender sind?

33 **Selina Bauer:** Also wir haben in der Kartei 200 Ehrenamtliche und Nutzenden-Anmeldungen
34 und man kann immer PI mal Daumen sagen, dass davon 10% aktiv sind. Das heißt 20 Leute.
35 Ich habe auch nochmal durchgezählt und die kenne ich alle. Also ich kenne deren Namen,
36 die kommen hier täglich rein. Ich habe am Anfang immer gedacht Oh Gott wer ist der und
37 der und der, aber nach der Zeit... man hat einfach den persönlichen Kontakt zu den Men-
38 schen. Das heißt in manchen Fällen trifft man sich auch privat mit denen, wenn man sich so
39 gut versteht. In anderen Fällen ist es einfach, dass man sagt, man kommt ganz gut mit denen
40 klar und man sieht die dann halt auf den Nutzendentreffen auf den wir sind. Also wir haben
41 sogenannte Nutzendentreffen - ich finde den Begriff ganz unhandlich – wir nennen das jetzt
42 ganz neu Bürgerredaktion, sowohl eine in Braunschweig als auch eine in Salzgitter und dort
43 kommen Leute hin und können quasi ihre Themen besprechen, die sie haben. In Braun-
44 schweig ist die Gruppe relativ jung und neu, also wir haben das jetzt im September gestartet
45 und hatten jetzt zwei Treffen, nachdem wir halt gemerkt haben, dass in Braunschweig halt
46 ein großer Bedarf da ist oder dass viele unserer Ehrenamtlichen aus Braunschweig kommen
47 und wir dann gesagt haben: okay da ist halt viel Leben, da wollen wir uns auch hin platzieren
48 wieder, nachdem wir vor ein paar Jahren das Studio dort geschlossen haben aus strategischen
49 Gründen. Das heißt wir haben schon täglich Kontakt zu Ehrenamtlichen, auch gerade, wenn
50 es um Sendungen geht, die sie einreichen. Ich habe auch das Angebot gemacht, dass sie ihre
51 Sendung im Vorfeld bei mir abgeben können, wenn sie Feedback haben wollen, wir geben
52 denen Rückmeldungen, wir sprechen Themen ab. Also generell dürfen Ehrenamtliche alles
53 machen was möchten bei uns. Also das ist überhaupt kein Problem, aber es gibt halt immer
54 eine Absprache bei uns. Also die kommen dann zu uns und sagen ich lade demnächst den und
55 den ein und das gehört ja dann auch dazu, also sich darüber zu unterhalten, was machen die,
56 damit ich auch weiß, womit kann ich rechnen? Kann ich die irgendwo unterstützen? Also es
57 gab auch schon jetzt den Fall das ein Ehrenamtlicher gesagt hat: ja ich würde gerne auf das
58 und das Event gehen, aber ich kriege keine Antwort und dann hatte ich eben einen persönli-
59 chen Kontakt und konnte dann eben das für den herstellen und sagen: hey der möchte da
60 filmen, ist das okay? Genau und somit stehen wir eigentlich täglich in Kontakt mit Ehrenamt-
61 lichen.

62 **Naomi Nowak:** Okay. Dann vielleicht zu einem Ergebnis, was ein bisschen auch zum Nach-
63 denken anregen soll und zwar zeigen die Ergebnisse der Umfrage, dass fast ein Drittel der
64 Ehrenamtlichen bereits darüber nachgedacht hat, das Ehrenamt im Bürgersender aufzugeben.
65 Da wäre jetzt meine Frage: wie erlebst du das bei euch im Sender, also gibt es da auch? Es

66 ist da vielleicht auch ein Thema das manche vielleicht sagen: okay ich glaub ich hör jetzt
67 wieder auf? Kriegst du da irgendwas mit?

68 **Selina Bauer:** Bei den aktiven Ehrenamtlichen nicht. Das sind wie gesagt so zwanzig Leute,
69 die auch regelmäßig kommen und auch wirklich monatlich hier irgendwas abgeben. Wir ha-
70 ben natürlich auch Leute die jetzt nicht so regelmäßig kommen, die vielleicht noch alle paar
71 Monate reinkommen oder wie auch immer. Mit den habe ich dann aber auch den Kontakt,
72 die sagen halt ganz oft liegt es an der Zeit. Also die finden halt die Zeit nicht neben dem
73 Studium. Also ganz häufig sind es Leute die irgendwie im Studium sind, also eher jüngere
74 Menschen oder es sind dann eben etwas älteren Menschen so von der Struktur. Wir haben
75 natürlich auch Berufstätige dabei, bei denen ist das auch nochmal anders. Die haben Kinder,
76 die gehen ihrem Job nach. Die machen das ehrenamtlich nebenbei. Regelmäßige Sendungen
77 bekommen wir dann eben gerade auch von Rentnern ganz häufig, die auch mit OK-TV ir-
78 gendwie aufgewachsen sind, die daran gewöhnt sind. Genau und dann kommt genau irgend-
79 wie das Problem dazu. Also gerade bei Studenten sehen wir das ganz häufig und auch bei den
80 Berufstätigen, dass sie dann sagen ja wir können nicht so ad hoc produzieren oder jetzt auch
81 nicht so Langstrecken mäßig, sondern wir müssen schauen was wir produzieren können, wir
82 haben prinzipiell darauf Lust, aber dann kommt auch ganz häufig dieses oh ich muss mir
83 selbst mal wieder mehr in den Hintern treten das ich dem ganzen nachgehe. Aber ich glaube,
84 dass sind so die Hauptgründe, dass sie sagen Zeitprobleme, da kommen wir irgendwie nicht
85 mehr mit und auch dieses in Fahrt kommen, also ich glaube eine ganz große Aufgabe von
86 Bürgerfernsehen oder Bürgersendern ist es, die Leute auch zu motivieren dranzubleiben. Das
87 machen wir beispielsweise durch unsere Zukunftswshops, dass wir die Leute einfangen
88 und dann sind die auch alle total motiviert und haben Tausende Ideen, aber wie sie oft bleiben
89 diese Ideen dann ganz oft im luftleeren Raum rumhängen. Das ist irgendwie ein bisschen
90 schade, weil die Ideen sind super. Es mangelt dann einfach an der Motivation, die umzuset-
91 zen, also diesen Schritt zu gehen und zu sagen: okay ich möchte das jetzt wirklich konkret
92 umsetzen, wie kann ich das machen?

93 **Naomi Nowak:** Okay, also du hast jetzt grad schon die Zukunftswshops angesprochen,
94 um einfach die Leute, ja motiviert zu halten, was macht ihr denn oder welche Maßnahmen
95 ergreift ihr denn noch, um allgemein das Ehrenamt in den Bürgersendern wieder aktiver zu
96 machen? Auf euch aufmerksam zu machen? Gibt es da Maßnahmen, die ihr ergreift?

97 **Selina Bauer:** Also zum einen holen wir uns wöchentlich Moderatoren quasi hier her nach
98 Wolfsburg, das ja so unser Hauptstandort. Insbesondere Moderatoren, die Lust haben zu mo-
99 derieren, die irgendwie sagen ich habe Lust mich vor der Kamera auszuprobieren. Die rufen

100 wie dann an, die sagen wir sind abrufbereit, fragt einfach nach und die fragen wir dann immer
101 an, ob sie unsere noch genannte Kompakt-Sendung moderieren möchten, unsere wöchentli-
102 che Sendung und die kommen dann einmal die Woche hier rein abwechselnd und moderieren
103 dann die Sendung. So bleiben sie halt quasi uns hier erhalten. Wir sehen die, wir haben den
104 persönlichen Kontakt. Dann haben wir natürlich die Bürgerredaktion, wo wir die Möglichkeit
105 geben irgendwie ja mit uns in Kontakt zu treten oder wir haben auch relativ kurze Wege, also,
106 wenn wir irgendwie eine Sendung haben oder wenn mal irgendwas ansteht, dann können die
107 jederzeit uns anrufen oder wir rufen sie zwecks Sendungen an und wir bekommen tatsächlich
108 auch täglich Anrufe von Ehrenamtlichen oder Nachrichten oder wie auch immer. Das sind so
109 die Möglichkeiten, ansonsten haben wir auch sowas wie Weihnachtsfeiern, Sommerfeiern
110 wie auch immer. Es gibt auch die Möglichkeit für Ehrenamtliche, das ist allerdings von der
111 NLM, an Seminarangeboten teilzunehmen, die organisiert werden. Die sind für das haupt-
112 amtliche Team. Letztens hatten wir hier einen Moderationsworkshop, da konnten auch Eh-
113 renamtliche dran teilnehmen. Natürlich auch nochmal cool, dass Haupt- und Ehrenamtliche
114 dort zusammenarbeiten und zusammen lernen und es gibt natürlich auch die Möglichkeit,
115 dass man mit Ehrenamtlichen zusammen rausgeht und filmt, also das Haupt- und Ehrenamt-
116 liche sich zusammentun und filmen oder an einem Projekt arbeiten oder wie auch immer.
117 Genau ansonsten versuchen wir oder gehen wir diesen Weg, dass wir sagen... wir machen
118 ganz viel über Social Media tatsächlich. Also das ist so eine Initiative, dass wir gesagt haben,
119 wir wollen halt Social Media komplett neu denken und tatsächlich wollen wir ja auch neue
120 Leute werben, damit das auch für Jüngere attraktiver wird, die vielleicht auch gar nicht wis-
121 sen, dass es die Möglichkeit gibt zum Bürgerfernsehen zu gehen und da haben wir das quasi
122 so gemacht, dass wir auch unsere Ehrenamtlichen vorstellen. Also immer, wenn die hierher-
123 kommen oder mit uns drehen oder wie auch immer, dass wir die dann direkt quasi mitnehmen
124 und sagen: okay hier warum machst du eigentlich das Ehrenamt bei uns und da sind in den
125 letzten Wochen und Monaten viel Material zusammengekommen und ja die Leute haben halt
126 auch ein Gesicht. Ich finde das ist immer wichtig diese persönliche Ebene auch zu erreichen,
127 so ey da macht so eine mit wie du und ich. Ich wusste gar nicht, dass die Möglichkeit besteht
128 und ich habe aber Bock zu moderieren, also warum gehe ich da nicht hin. Ich glaube das ist
129 halt auch noch so eine Sache sich damit zu identifizieren und zu sagen Ah cool, die kenn ich
130 sogar oder so.

131 **Naomi Nowak:** Okay klingt auf jeden Fall spannend. Jetzt so ein bisschen nochmal zu der
132 Frage mit der Daseinsberechtigung der Bürgermedien so ein bisschen und zwar, was zeichnet
133 Bürgermedien deiner Meinung nach aus und warum sind sie auch in Zeiten von YouTube
134 nicht überflüssig?

135 **Selina Bauer:** Auf YouTube kann jeder ungefiltert alles hochladen und das ist auch bis zu
136 einem gewissen Maß gut und da sind auch viele Leute, die sehr professionell arbeiten, insbe-
137 sondere sehr modern mit einfachen Cuts und sowas, kurzen Aufmerksamkeitsphasen, coolen
138 Grafiken und so weiter und sofort und das funktioniert, das haben wir gesehen, es funktioniert
139 sehr gut. Bürgerfernsehen ist nicht überflüssig, weil es eben diese Hilfestellung noch bietet
140 für alle die nicht motiviert sind, sich da alleine rein zu fuchsen oder irgendwie dieses Ge-
141 meinschaftsgefühl noch haben wollen, ist Bürgerfernsehen einfach der Ansprechpartner. Also
142 wenn ich jetzt nicht weiß, wie ich eine Kamera bediene und ich habe da auch absolut keine
143 Lust drauf, ich möchte nur moderieren. Dann geh ich zum Bürgerfernsehen und wir können
144 halt die Vernetzung schaffen und sagen hey aber wir haben ein Filmteam, die stellen wir dir
145 an die Seite. Da gibt es durchaus Leute, die hier bei uns auch moderieren die sagen ich habe
146 keine Ahnung, ich würde einmal die Woche vorbeikommen und ich würde moderieren und
147 würde gleichzeitig Leute mit hierherbringen, aber ich brauch halt Unterstützung im Bereich
148 Kameratechnik und Schnitt und so weiter und sofort, also, wenn ihr das machen würdet. Das
149 sind halt so die Hilfestellungen, die wir bieten können. Gleichermaßen können wir Vernet-
150 zungsmöglichkeiten bieten, man hat einfach ein größeres Netzwerk. Viele Leute wollen jetzt
151 auch nach Corona einfach dieses Gemeinschaftsgefühl wiederhaben. Das hat man insbeson-
152 dere auch beim Zukunftsworkshop gesehen, der Ende März bei uns stattgefunden hat.
153 Nächste Woche findet wieder einer statt und dann sind die Leute auch einfach motiviert zu
154 kommen, weil sie halt die anderen auch sehen wollen, die anderen kennenlernen wollen und
155 das kommt auch bei der Bürgerredaktion durch, dass die Leute sagen ich habe nicht nur Inte-
156 resse daran, meine eigenen Sachen zu machen, sondern ich möchte auch andere Leute ken-
157 nenlernen die das machen und vielleicht mit denen Projekte gemeinsam gestalten. Weil dar-
158 aus ergeben sich immer Synergien, die dann irgendwie für größere Sachen auch nützlich sind.
159 Warum verliert es nicht seine Daseinsberechtigung? Weil wir eben die Möglichkeit haben,
160 dass über eine andere Plattform auszuspielen. Na klar kann es auch als einzelnes YouTube
161 Video erfolgreich werden, keine Frage. Warum Bürgerfernsehen? Weil wir halt immer noch
162 Teil der Demokratie sind und das darf man nicht vergessen, wie wichtig Bürgerfernsehen
163 dafür auch ist. Also die Grundsäulen des Bürgerfernsehens. Also Medienkompetenzvermitt-
164 lung zum einen, aber auch Leuten die Möglichkeit geben, sich aktiv an den Medieninhalten
165 quasi zu beteiligen.

166 **Naomi Nowak:** Dann hätte ich jetzt noch ein paar Fragen zu diesem zweiten Block, also
167 Vorerfahrungen und Redaktionsalltag, also wie ist der Alltag der Ehrenamtlichen im Sender
168 so aufgebaut und da wäre die erste Frage... die Ergebnisse haben quasi gezeigt, dass die
169 Vorerfahrungen der Ehrenamtlichen zu dem Medium passen, in dem sie sich ehrenamtlich

170 engagieren. Also jetzt beispielsweise dann im Fernsehen eben das manche schon Vorerfah-
171 rungen in Kamera haben und da wäre jetzt meine Frage, also gut kannst du wahrscheinlich
172 nur bedingt beantworten, aber wie ist da deine Erfahrung? Also ziehen Radio und Fernsehen
173 jeweils unterschiedliche Typen an oder wie sind da deine Beobachtung oder kannst du da
174 überhaupt was zu sagen?

175 **Selina Bauer:** Also ich kann es prinzipiell so beantworten – ich weiß es allerdings nur anhand
176 von Okerwelle, das da beispielsweise eine gute Kultur mit Ehrenamtlichen gepflegt wird und
177 Ehrenamtliche bevor sie ihre eigene Sendung machen so einen Workshop durchlaufen, wo
178 sie dann auch mit Schnitt und wie macht man das nochmal macht und so durchlaufen. Bei
179 uns ist es so, jeder kann hierherkommen und sagen ich habe die und die Interessen und wir
180 schauen was wir draus machen können. Das heißt wenn jetzt jemand kommt und sagt ich
181 kann gut kochen, okay so das kann wir gut gebrauchen, dann bringen wir das Kamerateam
182 mit und begleiten dich beim Kochen und die Person investiert dann Zeit und Aufwand natür-
183 lich auch und ja dann gibt es andere Leute, die sagen hier wir haben unsere Sendung, strahlt
184 die einfach aus. Dann wieder andere sagen, wir möchten moderieren, habt ihr die Möglich-
185 keit? Das heißt Vorerfahrungen sind durchaus gut, aber nicht notwendig. Also gerade auch
186 bei Moderatoren oder sowas ist das nicht notwendig. Wir brauchen keine professionell aus-
187 gebildeten Moderatoren oder so. Wie bieten halt einfach die Möglichkeit für Leute, die Lust
188 darauf haben, dass die hier vorbeikommen können und ihre Themen einbringen können. Ich
189 weiß jetzt nicht von jedem einzelnen, ob die Vorerfahrungen haben oder nicht. Ich glaube das
190 wichtigste ist einfach auch, Interesse daran zu haben aktiv sein zu wollen. /Also im Rahmen
191 von diesem Imagefilm, den wir für Radio Okerwelle gemacht haben im Frühjahr, habe ich
192 auch mit ganz vielen Ehrenamtlichen von Radio Okerwelle gesprochen und die waren dann
193 so: Oh Gott, Fernsehen könnte ich mir niemals vorstellen! Also das ist einfach nochmal eine
194 ganz andere Ebene, weil sie eben auch die Bilder mitbedenken müssen und da fällt dann auch
195 häufig auf – ich meine, selbst wenn man Vorerfahrungen mit Kamera hat und die bedient und
196 so, das heißt halt noch lange nicht, dass man irgendwie einen richtig guten Beitrag bauen
197 kann, aber dafür sind wir ja da. Dafür sind wir da, zu unterstützen und zu sagen okay, du
198 kannst es aber auch so und so denken und ich glaube das ist einfach auch das, was viele
199 wertschätzen daran und es vielleicht auch gar nicht alleine machen wollen und können.

200 **Naomi Nowak:** Du hast ja gesagt, dass ihr diesen Imagefilm für Radio Okerwelle gemacht
201 habt und deswegen nochmal so ein bisschen mit Rückbezug auf die Frage, also würdest du
202 von den Erfahrungen her, die dort gemacht hast sagen, dass im Radio grundsätzlich andere
203 Ehrenamtliche arbeiten, als im Fernsehen? Also Studien haben zum Beispiel auch gezeigt,
204 dass im Fernsehen die Leute durchschnittlich ein bisschen älter sind. Also würdest du sagen

205 das kann man klar trennen oder gibt's da keine Beobachtungen, die du in die Richtung ge-
206 macht hast?

207 **Selina Bauer:** Das könnte ich jetzt von meinen Beobachtungen nicht unterstützen, wobei ich
208 aber auch sagen muss, dass ich nicht genug Erfahrung in dem Bereich habe. Also ich war
209 glaube ich zwei Tage bei Radio Okerwelle und da habe ich natürlich nicht jeden Ehrenamtli-
210 chen kennengelernt. Ich würde das jetzt insoweit nicht unterstützen, weil die Leute, die ich
211 kennengelernt habe, ungefähr in dem Alter waren, in dem unsere Ehrenamtlichen auch sind
212 und wir ja auch durch Projekte, durch Filme, die wir gemacht haben und so auch nochmal
213 deutlich Jüngere dazugewonnen haben. Also nein das könnte ich jetzt glaube ich nicht teilen,
214 aber ich würde mich auch ein bisschen zurückhalten mit einer Vermutung, weil ich glaube
215 das könnte eventuell in die Irre führen.

216 **Naomi Nowak:** Okay gut, dann gehen wir mal weiter und zwar geht es jetzt so ein bisschen
217 auch um die Motive fürs Ehrenamt. Genau da hat sich halt ergeben, dass die meisten Ehren-
218 amtlichen gesagt haben, okay ich mache bei den Bürgermedien mit, weil ich eben Spaß an
219 der Produktion habe. Also das war so das Hauptmotiv und sie wollen auch andere mit ihrer
220 Arbeit unterhalten sowie neutral und präzise informieren, also so in Richtung publizistische
221 Ziele. Und es zeigt sich aber, dass so politisch motivierte Ziele hingegen eigentlich so gut
222 wie gar keine Rolle spielen. Nimmst du das auch so wahr?

223 **Selina Bauer:** Tatsächlich ja. Also ich lerne das auch so, oder habe es auch so kennengelernt,
224 dass viele es aus dem Grund machen, dass sie... wie nennt man das jetzt? Vielleicht Selbst-
225 verwirklichung auch ein Stück. Also da muss man jetzt auch ganz klar trennen, wer steht vor
226 der Kamera, wer hinter der Kamera, aber ich habe hier unterschiedliche Typen kennengelernt.
227 Das heißt du musst quasi bei jedem einzelnen Ehrenamtlichen erfragen, was ist dein Zweck,
228 was ist dein Ziel, weshalb machst du das hier? Und so kannst du natürlich dann auch dem
229 jeweiligen Ehrenamtlichen auf den Zahn fühlen, wofür interessierst du dich. Das heißt wenn
230 ich hier Anfragen rein bekomme und jemand sagt boah, ich interessiere mich so ziemlich für
231 alles, außer Sport, dann wäre das natürlich das letzte, was ich ihm geben würde irgendwie ein
232 Sportevent. Das heißt, man muss die Ziele und die Motive auch wissen und da kann ich halt
233 gerade in Richtung Moderatoren sagen, dass viele das vor allem auch aufgrund von Selbst-
234 verwirklichungszielen machen, die also Spaß haben vor der Kamera zu stehen und sagen ich
235 möchte jetzt die Leitung hier übernehmen und die Leute führen und irgendwie ein Anker-
236 punkt für die sein und das ist natürlich dann auch nochmal was ganz anderes, ob du das mit
237 der Stimme machst oder dann auch tatsächlich irgendwie zu sehen bist und da würde ich auch

238 sagen, dass da Unterhaltung und publizistische Ziele eher im Vordergrund stehen, als politi-
239 sche Ziele. Also bei den aller meisten. Weil sie eben auch mit eigenen Interessen hierherkom-
240 men, sei es Lesezirkel oder Kochen oder wie auch immer. Wir haben die verschiedensten
241 Ideen gehabt, wie gesagt und das hat man dann eben auch gemerkt an diesen Zukunfts-
242 workshop, wenn es um Programminhalte geht, dass jeder mit unterschiedlichen Ideen hier-
243 herkommt. Und das ist auch gut so, weil es eben diese Vielfalt, die Bürgerfernsehen und auch
244 die Region 38 bietet, ausmacht. [kurze Unterbrechung des Gesprächs aufgrund eines Anrufs].

245 **Naomi Nowak:** Also du sagst ja, wir erleben das auch so und für politische Ziele werden die
246 Bürgersendungen eher nicht gebraucht oder für aktivistische Ziele kann es ja vielleicht auch
247 sein?

248 **Selina Bauer:** Ich glaube in der heutigen Zeit vermischt das auch immer mehr miteinander.
249 Also, wenn jetzt jemand einen Beitrag darübermacht, dass in der Braunschweiger Innenstadt
250 die CSD Parade war, dann ist das auch irgendwo politisch. Wenn jemand eine Demo
251 über...das war als der Krieg ausgebrochen ist, da gab es so Anteilsbekundungen in Braun-
252 schweig, wo ganz viele Menschen auf die Straße gegangen sind. Das wurde auch gefilmt.
253 Also ich glaube heutzutage ist nicht mehr so, dass man das klar abgrenzen kann, sondern dass
254 sowas auch immer weiter miteinander vermischt wird. Also auch wenn wir hier uns Leute
255 einladen zu Talks, dann sind das natürlich auch irgendwo politische Figuren, sei es der Leiter
256 der Polizeiinspektion oder so. Das ist auch eine politische Form, aber trotzdem hat Bürger-
257 fernsehen halt die Macht, den Menschen dahinter auch noch kennenzulernen. Also ich möchte
258 mir hier auch Leute einladen, die ich auch privat kennenlernen möchte. Wer ist denn eigent-
259 lich für uns verantwortlich und so. Ich glaube das, das nicht mehr ganz so einfach voneinander
260 abzutrennen ist. Und auch bei der Motivation von Ehrenamtlichen, worum es hier ja eigent-
261 lich geht, auch nicht mehr ganz klar abzugrenzen ist, weil jeder trotzdem irgendwo auch eine
262 politische Motivation hat würde ich sagen.

263 **Naomi Nowak:** Dann geht's nochmal so ein bisschen um die speziell journalistischen Vor-
264 erfahrungen und da hat sich gezeigt, dass die Mehrheit der Ehrenamtlichen eigentlich in der
265 Regel ohne journalistische Vorerfahrung in den Sender kommt und es hat sich auch gezeigt,
266 dass unter all den Studierenden, die an der Umfrage teilgenommen haben, auch niemand spe-
267 ziell aus dem Bereich Journalismus oder Medien- und Kommunikationswissenschaft kam.
268 Das waren immer andere Fachrichtungen. Deshalb noch mal die Frage an dich, wie nimmst
269 du das wahr, also werden die Bürgermedien heutzutage noch von jüngeren Ehrenamtlichen
270 noch als Sprungbrett in den professionellen Journalismus genutzt oder gibt es aus deiner Sicht
271 da andere Motive für diese Zielgruppe?

272 **Selina Bauer:** Teils-teils. Also wir haben durchaus Ehrenamtliche aus dem, ich sag jetzt mal,
273 größeren Bereich PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus auch. Die dann sagen okay hier
274 in der Region bietet sich halt nichts Anderes an. Das nächste wäre halt Hannover, NDR, ist
275 ja aber auch ein bisschen weiter weg. Also hier direkt vor der Tür ist dann quasi halt TV38
276 und na klar gibt's in Hannover dann auch h1. Das würde natürlich auch gehen, als Kollegen
277 sag ich mal. Aber um dann auch nochmal zurückzukommen, die Mehrheit kommt schon ab-
278 seits vom Journalistenumfeld. Ist aber auch überhaupt nicht schlimm. Das war jetzt aber nicht
279 die Frage. Also ich nehme das auch so wahr, dass viele keine journalistische Vorerfahrung
280 haben, aber verwandte Berufe. Das heißt irgendwo aus dem Bereich Medien, Öffentlichkeits-
281 arbeit, vielleicht Gestaltung. Wir haben auch Studenten von der TU, die kommen aus allen
282 möglichen Fachrichtungen tatsächlich. Bereich IT, Technik, Elektrotechnik, wie auch immer.
283 Die kommen aus ganz unterschiedlichen Fachbereichen und die finden sich in einer AG zu-
284 sammen, die dann quasi Produktionen macht, Live-Veranstaltungen mitnimmt und das ist
285 auch super cool, weil deren Knowhow ist in verschiedenen Bereichen und es bündelt sich halt
286 einfach in der Medienproduktion. Total spannend auch, das habe ich vorher noch nie gesehen.
287 Die sagen selbst von sich aus, wir haben keine redaktionelle Vorerfahrung, das müsstet ihr
288 uns liefern, aber wir können euch so die Technik dafür liefern oder das Knowhow und euch
289 so ein cooles Bild schaffen. Das ist natürlich auch eine Möglichkeit, so daran zu gehen.

290 **Naomi Nowak:** Ja, absolut. Ich weiß nicht, ob das nur mir angezeigt wurde, aber das Meeting
291 endet tatsächlich in zehn Minuten, weil dann eben diese vierzig Minuten vorbei sind. Ich
292 glaube wir werden auf jeden Fall noch ein bisschen länger als zehn Minuten brauchen. Das
293 heißt, wir gehen dann einfach wieder in den Raum rein. Ah, jetzt wird's hier oben auch an-
294 gezeigt. Ich glaube ich muss dann einmal vorher die Aufnahme speichern. Also nur das du
295 Bescheid weisst. Also es wird ja automatisch beendet, wenn das Meeting vorbei ist. Ich glaube
296 aber eine Frage schaffen wir jetzt vorher noch und es ist ganz interessant, weil du hast am
297 Anfang gesagt, dass ihr das bei euch erlebt, dass halt viele auch dieses Gemeinschaftsgefühl
298 gerade auch nach Corona durch die Arbeit in den Bürgermedien wieder suchen und tatsäch-
299 lich hat sich in der Umfrage gezeigt, dass die Mehrheit der Ehrenamtlichen, also deutlich über
300 50 Prozent heutzutage eher alleine, anstatt in der Gruppe produziert und ja das ist ja genau
301 das Gegenteil, was eigentlich so ein Ehrenamt ausgezeichnet. Das zeichnet sich ja eigentlich
302 nämlich durch diese Gemeinschaftlichkeit eher aus und das Zitat würde ich jetzt einfach vor-
303 lesen und es nicht zeigen und zwar hat eine Geschäftsführung, die jetzt hier mal anonym
304 bleibt, „die meisten sind Einzelkämpfer, die sich nicht mit der Idee der Bürgermedien identi-
305 fizieren.“ Welche Gründe siehst du vielleicht darin, dass die Leute sagen ne ich produziere
306 eher alleine? Und wie ist das bei euch? Kannst du ja auch nochmal gerne schildern.

307 **Selina Bauer:** Ja ich finde es super spannend. Ich würde da aber nochmal eine Unterschei-
308 dung treffen, zwischen viele produzieren alleine und bei einigen ist aber auch der Wunsch
309 vorhanden durchaus mit anderen zu kooperieren. Nur manchmal ist es nicht möglich und da
310 kommt wieder dieser Zeitaspekt rein. Also es gibt durchaus Leute, die zu uns kommen und
311 sagen wir wollen mit anderen zusammen produzieren. Aber dadurch, dass jeder irgendwie
312 seinem Beruf nachgeht, seinem Studiengang, wie auch immer, ist halt manchmal nicht die
313 Zeit da. Das heißt Leute nehmen das dann eher alleine auf, obwohl der Wunsch da gewesen
314 wäre, das mit anderen zu produzieren. Ich glaube das liegt vor allem auch an den nötigen
315 Tools. Das heißt und das ist glaube ich auch nochmal eine wichtige Sache, um das anzuspre-
316 chen, der Wunsch und das kam auch nochmal bei unseren Zukunftworkshops raus und das
317 ist auch unser Wunsch hier intern, wäre theoretisch ein Organisationstool, was uns ermöglicht
318 irgendwie mit den Ehrenamtlichen in Kontakt zu treten und da sind wir einfach noch nicht
319 soweit, weil solche Organisationstools auch sehr teuer sind. Also da kommt wieder der As-
320 pekt Finanzen ins Spiel und dann müsste das natürlich auch wieder gepflegt werden, also
321 Stichwort Datenpflege Und das würde natürlich auch wieder einen Aufwand bedeuten für uns
322 und Ressourcentechnisch ist das dann wahrscheinlich auch wieder nicht möglich, weil wir
323 wieso ein sehr kleines Team sind, das eine sehr große Fläche abdeckt. Also die Grundprob-
324 lematik, um die sich das hier immer dreht, ist eigentlich Zeit, Ressourcenaufwand und Tools,
325 die wir zur Verfügung stehen haben und für mich wäre es zum Beispiel super einfach, ich
326 kriege hier Presseanfragen rein, wenn ich einfach sagen könnte, ich hätte hier ein zentrales
327 Tool, wo ich alles hochladen könnte und weiß ich nicht, wie so eine Art Pinnwand oder Wiki
328 oder so und jeder der neu dazukommt, hat dann so ein Wiki, was dann gelesen werden kann.
329 Dann kommt aber Thema Datenschutz wieder. Also das sind Themen, mit denen wir uns auch
330 durchaus beschäftigen. Und ja, ich würde auch sagen, dass es durchaus Einzelkämpfer gibt,
331 die kommen hier regelmäßig rein und liefern ihre Sendung ab, aber nichtsdestotrotz schätzen
332 sie das Miteinander sehr. Also die haben das durchaus in ihrem festen Plan, dass sie monatlich
333 zu diesen Bürgeraktionssitzungen kommen. Die machen halt ihre Beiträge gerne alleine, aber
334 trotzdem mögen sie halt das Miteinander in der Gruppe. Die kommen auch zu diesen Zu-
335 kunftworkshops und was durch diese Zukunftworkshops bei uns entstanden ist, sind halt
336 viele Kooperationen, also Leute, Kameramänner und Moderatoren, die sich zusammengefun-
337 den haben, einfach durch diese Zukunftworkshops und das ist total cool zu sehen, dass das
338 halt möglich ist. Das ist jetzt kein Einzelfall, so ich sagen würde, ok das ist einmalig passiert
339 oder so, sondern die gehen regelmäßig los. Die haben sich da gefunden, die haben sich da
340 vernetzt, weil sonst kommen die immer einzeln hier rein und man sagt mal, ah geh doch mal
341 vielleicht mit dem, aber die haben sich da gefunden, haben sich vernetzt auf einer persönli-
342 chen Ebene auch und die gehen regelmäßig los und drehen ihre Beiträge. Wie gesagt das ist

343 kein Einzelfall, sondern das ist jetzt schon seit diesen Zukunftsworkshops vermehrt auch auf-
344 getreten. Deshalb würde ich die Aussage nicht komplett unterstützen.

345 [Unterbrechung des Gesprächs und Speicherung der Aufnahme].

346 **[ZWEITER TEIL: Beginn neuer Aufzeichnung]**

347 **Naomi Nowak:** Okay, um diesen Block mit Arbeitsalltag abzuschließen, was ich auch noch
348 ganz interessant fand, war, dass die Ergebnisse auch gezeigt haben oder einige Ehrenamtliche
349 haben dort angegeben, dass sie ausschließlich bei sich zu Hause produzieren würden und
350 daher meine Frage: Ist das ein Trend, den ihr bei euch auch beobachtet?

351 **Selina Bauer:** Ja, die produzieren ausschließlich bei sich zu Hause, weil es einfacher ist,
352 nicht so zeitaufwändig, weil sie nicht gebunden sind. Viele haben sich das schon angeschafft
353 irgendwie in irgendeiner Form einen Schnitt-Tool quasi, um damit weiterzuarbeiten und da-
354 mit kommen sie auch gut klar. Hier müssten sie sich natürlich an ein anderes gewöhnen. Was
355 wir aktuell machen, was so auch bei keinem anderen Bürgerfernsehsender passiert ist, dass
356 wir ein News Room einrichten, wie es halt in klassischen Nachrichtenredaktionen der Fall
357 ist, um hier einfach vernetzter sein zu können und was das schon gezeigt hat, ist zum einen,
358 dass hier auch Ehrenamtliche reinkommen und sagen ah das ist ja cool was hier passiert, das
359 ist interessant, ich würde hier gerne mitarbeiten und gucken wie das funktioniert. Also die
360 Leute auch von zuhause rausholen und bei uns reinnehmen und den zeigen okay wie arbeiten
361 wir. Vielleicht noch ein paar Kniffe bei irgendwelchen Tools, die sie noch nicht kennen, wie
362 können sie mit Übergängen arbeiten und so weiter und sofort. Da gab es auch schon einige
363 Ehrenamtliche, die gesagt haben wir finden das gut was ihr macht, wir wollen den Weg mit-
364 gehen und wir kommen auf jeden Fall sobald der Newsroom komplett eingeweiht und aus-
365 gestattet ist und wollen uns das mal angucken, wie ihr arbeitet und das kam jetzt schon ein
366 paar Mal, was wir so gehört haben und die werden natürlich nicht jeden Tag Teil der festen
367 Reaktion sein. Da ist vielleicht auch wieder das Problem da, Zeit und Job und Kinder, aber
368 ich glaube in mancherlei Hinsicht kann das wirklich hilfreich sein hinter die Kulissen zu gu-
369 cken und zu schauen, welche Dinge müssen hier beachtet werden oder so.

370 **Naomi Nowak:** Also ist es so, dass der Großteil der Ehrenamtlichen zu Hause produziert?

371 **Selina Bauer:** Also momentan produzieren alle zu Hause, außer sie kommen hier als ehren-
372 amtliche Moderatoren her, dann produzieren wir. Dann sind das sogenannte Hybrid-Produk-
373 tionen oder sie laufen unter unserer Verantwortung. Aber im Großteil alle, die sage ich mal
374 filmen und auch selbst schneiden, machen das von zu Hause aus.

375 **Naomi Nowak:** Okay. Dann würde ich nochmal gerne in die Richtung Betreuung gehen. Da
376 hattest du jetzt auch schon gesagt, dass ihr mal die Möglichkeit anbietet Feedback zu geben,
377 die Themen zu besprechen. Deswegen wäre meine Frage nochmal: Wie sieht die Betreuung
378 der Ehrenamtlichen bei euch aus?

379 **Selina Bauer:** Also die Betreuung der Ehrenamtlichen ist jetzt nicht auf eine Person verteilt,
380 also das mach ich jetzt nicht alleine, sondern das betrifft mehrere Personen. Das heißt, je
381 nachdem welcher Ansprechpartner gerade vorhanden ist, also, wenn hier gerade Moderati-
382 onsaufzeichnungen sind, dann ist unser Azubi dafür verantwortlich, der die Moderationsauf-
383 zeichnungen macht. Wenn jetzt Talks oder sonst irgendwas sind, dann ist das unser Azubi
384 und unsere Mediengestalterin, die dafür verantwortlich sind und die Leute hier auch abfan-
385 gen. Wenn es um Beiträge geht, Sendeanmeldungen, dann ist es auf dem Rücken von unseren
386 Verwaltungsangestellten quasi aufgeteilt, die dort nachfragen, die eben auch schon jahrelang
387 dabei sind und einen guten Kontakt zu den Ehrenamtlichen teilweise schon aufgebaut haben.
388 Also die Hauptzeit verbringen dann tatsächlich auch die Redakteure hier und ich auch, aber
389 auch unser Geschäftsführer, der dann selbst das Gespräch auch mit den Ehrenamtlichen sucht.
390 Also das ist nicht auf einem Rücken verteilt, sondern prinzipiell jeder kümmert sich um die
391 Ehrenamtlichen. So ist es hier auch gewünscht, damit sie auch verschiedene Ansprechpartner
392 haben wobei wir es aber so handhaben, dass es beispielsweise bei bestimmten Personen auch
393 bestimmte Ansprechpartner gibt, so dass nicht jeder einfach wahllos irgendwen kontaktiert,
394 sondern beispielsweise, wenn unser Geschäftsführer jetzt von Person XY was will und ich
395 aber den besseren Draht zu der Person habe, dann frage ich da auch an. Also dann ist das auch
396 ganz klar. Er sagt mir dann auch, frag da und da nochmal an. Also hier werden Aufgaben
397 auch verteilt und klare Zuständigkeiten dann geschaffen.

398 **Naomi Nowak:** Okay. Wir haben natürlich auch danach gefragt, wie zufrieden die Ehren-
399 amtlichen mit dieser Betreuung sind und da zeigt sich, dass die Ehrenamtlichen im Großteil
400 sehr zufrieden oder eher zufrieden sind. Also eine hohe Zufriedenheit mit der Betreuung be-
401 steht. Es gab allerdings auch ein paar kritische Stimmen. Ich glaube es ist am einfachsten
402 jetzt, wenn da auch einfach die Zitate einmal vorlese. Zum einen wurde beispielsweise gesagt
403 „ich würde mir mehr Interesse des Vereins für die Nutzer*innen wünschen“. Dann hat jemand
404 gesagt „ich würde mir wünschen, dass interessierte Bürger mehr zur Mitarbeit ermutigt wer-
405 den und unterstützt werden. Das war bei mir nicht der Fall, der Leiter des Bürgerfunks hat
406 mich immer wieder niedergebracht“. Eine andere Stimme ist, dass die Hauptamtlichen einen
407 nicht so arrogant behandeln sollen und jemand anderes hat noch gesagt „was nützt der Ein-
408 satz, wenn er ignoriert und abgelehnt wird“. Was sagst du zu diesen Äußerungen?

409 **Selina Bauer:** So, ich habe mir das mal eben mit aufgeschrieben...Also ich glaube da kann
410 sich jeder auch, oder muss sich jeder auch den Schuh anziehen, auch jeder Bürgersender. Es
411 liegt gar nicht so am mangelnden Interesse, eher an mangelnden Ressourcen. Das ist jetzt
412 immer so ein bisschen Verantwortung wegwischen, man muss das aber im Hinterkopf behal-
413 ten. Also natürlich ist es irgendwo das Ziel, das wir sagen, wir sind irgendwann einfach nur
414 Dienstleister, wir strahlen das aus was die Ehrenamtlichen machen, aber faktisch passiert das
415 nicht, weil wir nicht genug Material zur Verfügung haben. Das heißt wir haben hier zwar
416 viele Nutzeranmeldungen und Leute, die hier was abliefern, aber davon können wir keine 14
417 Stunden Sendezeit füllen. Wir sind auf diese 14 Stunden angewiesen pro Woche, die wir
418 machen für eine Verlängerung der Sendelizenz. Das heißt, alles was wir machen, dient ja
419 auch irgendwo dem Ziel quasi eine Verlängerung der Sendelizenz zu erwirken. Dafür brau-
420 chen wir zum einen die Ehrenamtlichen, dafür brauchen wir Geldmittel, die wir eintreiben
421 und dafür brauchen wir aber eben auch diese 14 Stunden, die wir pro Woche produzieren und
422 mit einem hauptamtlichen Team von, ich sage mal, 12 Leuten kann man das nicht reißen bei
423 so einer großen Region. Das werden sicherlich nicht nur Leute gewesen sein, die von TV38
424 sind. Ich glaube wie gesagt den Schuh muss sich jeder Bürgersender anziehen. Was aber viele
425 Ehrenamtliche nicht sehen, ist diese ganze Arbeit dahinter. Also wir können einfach nicht
426 davon leben, dass wir sagen, wir kriegen hier so viele Beiträge von Ehrenamtlichen pro Wo-
427 che rein, dass wir davon die Sendezeit füllen. Das heißt wir müssen auch noch eigene Kräfte
428 investieren und wir versuchen das so gut wie möglich abzufedern und die Leute so gut wie
429 möglich abzuholen, aber wir erwischen uns auch immer wieder in dem Moment, dass wir
430 Leuten auch immer wieder von vorne erklären müssen, was wir hier eigentlich leisten und
431 machen. Das ist auch kein Problem, aber es kostet uns unheimlich viel Zeit und Kraft, die wir
432 sonst auch investieren könnten, um mehr mit den Ehrenamtlichen zu machen. Aber ich glaube
433 da geht's auch dann wieder um das Problem Zeit. Ich kann verstehen, dass nicht jeder die
434 Zeit hat, die es braucht vielleicht für so ein Ehrenamt und auch nicht jeder den Aufwand
435 investieren möchte, aber wir hatten auch schon Ehrenamtliche die selbst sagen okay ist ei-
436 gentlich nicht eure Verantwortung, sondern ich musste mir mal selbst wieder in den Hintern
437 treten und öfter vorbeikommen und ich glaube jetzt irgendwie den Schuldigen bei den Bür-
438 gersendern zu suchen, finde ich ein bisschen schwierig. Ich glaube Schuld ist immer auch auf
439 beiden Seiten. Die Frage ist natürlich, wie können wir es in Zukunft besser machen und des-
440 wegen haben wir diese Zukunftswshops ins Leben gerufen, damit die Leute auch sagen
441 können, was ist hier in der Vergangenheit falsch gelaufen. Ich glaube, wir müssen nicht dar-
442 über sprechen, dass hier einiges auch falsch gelaufen ist. Ich glaube auch, dass es total nach-
443 vollziehbar ist, wenn Leute sagen, sie wurden irgendwie ungerecht behandelt oder abgewie-
444 gelt. Auch diese Vorwürfe habe ich schon gehört. Es liegt halt jetzt an uns, das besser zu

445 machen für die Zukunft. Wirklich diese Kultur zu pflegen und auch eine vernünftige Fehler-
446 kultur zu etablieren und zu sagen, es ist völlig okay Fehler zu machen, aber spricht uns doch
447 direkt drauf an. Vielleicht ist es auch gar nicht unbedingt, dass sie arrogant behandelt werden,
448 sondern das die Leute einfach zu viel zu tun haben und deswegen sagen, wir können uns
449 gerade nicht darum kümmern. Aber da geht es halt wie gesagt darum, eine Fehlerkultur zu
450 etablieren überhaupt beim Bürgerfernsehen und auch die Leute mitzunehmen. Also ich habe
451 das auch schon erlebt, dass wir eine Bürgeraktion hatten und einer unserer Redakteure war
452 so ja ihr müsst jetzt jede Woche liefern und die Leute waren so völlig abgeschreckt, die waren
453 so hä wie geht das, ich dachte wir reden jetzt erstmal. Natürlich, weil der Fokus ist, wir sind
454 hier tagtäglich. Das ist unser täglich Brot, wir beschäftigen uns damit tagein tagaus, selbst
455 wenn wir nicht arbeiten drehen sich unsere Gedanken darum, wie können wir das irgendwie
456 verbessern, was können wir noch auf Social Media posten, welche Beiträge fehlen uns, wo
457 müssen wir demnächst hin, um Sendestrecke zu generieren. Also all solche Gedanken und
458 gleichzeitig aber die Leute auch mitzunehmen und zu sagen hey das ist der Prozess, den wir
459 gerade durchmachen und deswegen sind wir vielleicht auch gerade ein bisschen gestresster
460 oder wie auch immer, weil wir noch so viele Auftragsarbeiten haben und nebenbei noch das
461 und das und das machen, weil viele Dinge gerade einfach parallel laufen. Ich kann jetzt aber
462 auch in dem Fall wirklich nur für TV38 sprechen, weil ich noch nicht die Kontakte habe,
463 abgesehen von Okerwelle ein bisschen, aber jetzt nicht die Kontakte habe zu h1 und o1.

464 **Naomi Nowak:** Ja, also vielleicht hätte ich auch vorher nochmal sagen müssen, dass ich die
465 Zitate jetzt keinem Sender zuordnen kann. Nicht das du denkst, dass kam jetzt explizit aus
466 eurem Sender.

467 **Selina Bauer:** Und deswegen sage ich auch, jeder Bürgersender kann sich da so ein bisschen
468 den Schuh anziehen, wobei es natürlich auch immer mit einem Wechsel der Geschäftsführung
469 und so weiter zusammenhängt. Leute hängen oft auch nach. Ich glaube das wird aber auch
470 ein Andreas Gabe zu spüren bekommen in h1, der jetzt neu dabei ist oder ein Jürgen Stricker
471 oder wie auch immer. Um die Namen jetzt mal zu nennen.

472 **Naomi Nowak:** Die Ehrenamtlichen hatten in der Umfrage auch die Möglichkeit, Verbesse-
473 rungsvorschläge zu äußern und da kam eben der Wunsch, dass die Haupt- und Ehrenamtli-
474 chen eine engere Beziehung zueinander aufbauen. Die Ehrenamtlichen haben sich eben vor
475 allem gewünscht, mehr Kontakt zu den Hauptamtlichen zu haben und da wäre meine Frage:
476 Wie erlebst du das Verhältnis bei euch und dir da spontan Maßnahmen ein, wie man das
477 Verhältnis auch stärken könnte in Zukunft?

478 **Selina Bauer:** Also den Wunsch habe ich tatsächlich auch schon öfter gehört. Der ist mir
479 auch schon oft begegnet jetzt im Alltag und natürlich ist der Wunsch vorhanden. Es ist natür-
480 lich auch immer so eine Sache, wenn wir die Angebote machen „kontaktiert uns jederzeit“,
481 dann habe ich jetzt auch oft die Erfahrung gemacht, dass dem einfach nicht nachgegangen
482 wird. Das bleibt so ein luftleeren Raum. Also die Wünsche und das, was tatsächlich unter-
483 nommen wird, geht dann ein bisschen auseinander und ich kann nicht jedem immer hinterher
484 telefonieren und sagen „wie geht’s dir? Alles gut? Alles in Ordnung? Kann ich irgendwie
485 helfen?“. Das mache ich in gewissen Fällen ja, wenn weiß, es ist irgendwie notwendig und
486 die Leute müssen mal eingefangen werden oder auch Leute ganz aktiv auf mich zukommen
487 und sagen „ich brauch jetzt mal den Arschtritt“, dann bin ich dafür auch zuständig, dann mach
488 ich das auch. Das ist überhaupt kein Problem. Aber wie gesagt, das ist ein Ehrenamt. Die
489 Leute müssen das nicht tagtäglich tun. Das ist nicht ihre Arbeit. Das heißt sie dürfen selbst
490 entscheiden, wieviel sie investieren wollen und inwiefern sie auch bereit sind, mit uns irgend-
491 wie eine Bindung einzugehen und wenn jemand dazu bereit ist, dann kann dadurch tatsächlich
492 auch eine Freundschaft entstehen, was ich hier auch schon erlebt habe, es ist nichts Unge-
493 wöhnliches. Aber gleichermaßen muss das nicht der Fall sein. Das heißt, dieser Wunsch ist
494 uns durchaus bewusst. Wir versuchen dem auch nachzugehen, indem wir halt auch private
495 Sachen anbieten, wie die Sommerfeier und so, aber auch da kann man nicht immer jemanden
496 abholen. Also wie gesagt, ich glaube was immer wieder hier rauskommt ist so der Zeitfaktor
497 und dann macht man vielleicht eine Grillfeier oder eine Bürgerredaktion und dann kann der
498 nicht und der nicht und der nicht. Hey das ist das Leben irgendwo. Wir können halt die An-
499 gebote machen und entweder es wird angenommen oder halt nicht.

500 **Naomi Nowak:** Ja gut. Dann nochmal schnell zum Thema Social Media. Es kam nämlich
501 auch raus bei den Verbesserungsvorschlägen, dass sich die Ehrenamtlichen wünschen, dass
502 die Bürgersender bisschen mehr Innovationsbereitschaft zeigen und auch ihre Social Media
503 Präsenz erhöhen. Auch hier habe ich nochmal zwei Zitate um das deutlich zu machen. Also
504 jemand hat gesagt „der Verein ist sehr starr und, nennen wir es politisch korrekt und freund-
505 lich, traditionell ausgerichtet. Ideen und Modernisierungen werden beinahe gänzlich ausge-
506 grenzt. Das ist meines Erachtens das Gegenteil von Medienkompetenz und Bürgernähe“. Je-
507 mand anderes hat noch gesagt „das Problem ist, dass der Sender offenkundig kein Interesse
508 hat den Sender präserter darzustellen. Heutzutage benutzt jeder Smartphone und Internet.
509 Dort sollten Informationen bereitgestellt werden“ und hat dann noch ergänzt „als wären sie
510 gestern erst vom Baum gefallen und nicht schon seit über 25 Jahren auf Sendung“. Ja was
511 sagst du dazu?

512 **Selina Bauer:** Ja, dem stimme ich absolut zu. Also wirklich, dem kann ich mich nur anschlie-
513 ßen. Ich finde auch, dass es einfach viel zu kurz gekommen ist in der Vergangenheit. Wir
514 sind jetzt seit tatsächlich erst ein, zwei Monaten sehr aktiv dran, das zu ändern. Ich würde
515 sagen seit dem Sommer steht das Social Media Konzept und dem gehen wir auch nach und
516 verbessern das Stück für Stück. Teaser waren hier vor ein paar Monaten einfach noch ein
517 Unding, es wurde einfach nie betrieben. Wobei ich aber sagen muss, und ein Stück weit auch
518 die Leute hier in Schutz nehmen möchte, die hier arbeiten, der Wunsch ist vorhanden und wir
519 haben hier viele kreative Leute, ob das unsere Auszubildenden sind oder unsere Medienge-
520 stalter. Wir haben die Kreativität hier vorhanden. In der Vergangenheit gab es einfach nie den
521 Wunsch oder die Zeit. Es gab einfach keine Priorität darauf. Seit einem Jahr wird da die
522 Priorität sehr hoch angesetzt. Allerdings muss man auch sagen, dass es sehr viele andere
523 Baustellen gab, weshalb das einfach nie aktiv angegangen wurde und jetzt seit dem Sommer,
524 würde ich sagen, haben wir uns immer mehr den Raum genommen auch zu sagen, wir gestal-
525 ten das auf Social Media aus. Und wie gesagt, wir haben da einige Initiativen: Wir posten
526 unsere Wochenhighlights und einer zeigen... also es wurden einfach unsere Leute hier gar
527 nicht gezeigt und das ist auch so eine Sache. Du musst doch wissen, mit wem du kommuni-
528 zierst, also, wenn du zum Bürgerfernsehsender gehst, musst du wissen, mit wem du kommu-
529 nizierst und wer da verantwortlich ist und das machen wir jetzt immer stärker, indem wir auch
530 unsere Leute vor die Kamera ziehen sag ich mal die präsentieren oder Ehrenamtliche. Das
531 habe ich ja auch schon gesagt. Wir haben die Highlights der Woche, wir posten Teaser, auch
532 von den Leuten, was machen wir hier eigentlich? Welche Beiträge gibt es? Schaut es euch
533 kurz an, wenn ihr das ganze Interview sehen wollt, dann haben wir auch YouTube. Und ja
534 das ist natürlich ein berechtigter Hinweis auch zu sagen, das ist total starr und es ist nichts
535 passiert und um da jetzt aber wieder so ein bisschen in die Verteidigungshaltung zu gehen, es
536 gab einfach niemanden, der dafür die Kapazitäten hatte. Ich glaube hier sind einfach so viele
537 Sachen parallel, dass man sich das auch nehmen muss ein Stück weit, also du musst dir den
538 Raum schaffen, das hier zu machen. Und da auch wieder der Aufruf: Ehrenamtliche können
539 da genauso mitwirken. Also Ehrenamtliche sind dann nicht nur auf dafür verantwortlich zu
540 sagen irgendwie „ich mach jetzt eine Sendung oder so“, die können genauso gut Hinweise
541 geben, mit uns sprechen und sagen „Ey euer Social Media Auftritt geht gar nicht“ und das
542 machen wir halt auch vermehrt, das wir sagen, wir öffnen unsere internen Gruppen, beispiele-
543 wise die Social Media Gruppe, und laden auch Ehrenamtliche an der Mitarbeit mit ein, die
544 uns Hinweise geben können, die auch bei den Drehs irgendwie Material sammeln und so
545 weiter und sofort. Das ist vielleicht auch noch eine Maßnahme, die ganz spannend ist, weil
546 es das vorher hier nicht so gab, aber immer mehr im Kommen ist, das wir nicht nur über

547 Inhalte zwecks Sendeprogramm sprechen, sondern auch intern über Social Media und so wei-
548 ter. Und das ist auch spannend zu sehen, was sich hier grad alles tut. Wir sind noch lange
549 nicht da, wo wir Social Media mäßig stehen wollen, aber wir haben in den letzten Monaten
550 schon viel glaube ich in die Richtung gedacht und klar da irgendwie auch mal kreativer zu
551 werden und auch jugendlicher zu werden, die Freiheit muss man sich nehmen, innerhalb eines
552 Rahmens der halt sehr festgesetzt ist und ich glaube das Wort veraltet und starr trifft es da
553 sehr gut.

554 **Naomi Nowak:** Ja, also das klingt auf jeden Fall spannend. Ich muss mir unbedingt mal euren
555 Social Media Account angucken. Das habe ich noch nicht gemacht.

556 **Selina Bauer:** Und unbedingt auch verfolgen, wie es vor ein paar Monaten war. Da hat es
557 eine Person immer so starr gemacht und irgendwelche Moderationstexte abkopiert. Ich
558 glaube, das ist jetzt auch nicht zu viel verraten: Es klang langweilig und inzwischen ist es
559 deutlich lebendiger geworden. Wie gesagt, nicht hochprofessionell, nicht wie bei Funk sag
560 ich mal, dafür haben wir auch nicht die Kapazitäten oder das Geld.

561 **Naomi Nowak:** Ja, Jette hatte ja auch schon gesagt, dass sie ihre Bachelorarbeit vielleicht in
562 dem Bereich Social Media und Bürgermedien schreiben will. Da seid ihr dann ja eine gute
563 Anlaufstelle. Hättest du vielleicht noch kurz zwei Minuten für die letzte Frage? Weil jetzt
564 geht es nochmal darum, ja was haben wir jetzt rausgefunden zu den soziodemographischen
565 Merkmalen. Wer sind die Ehrenamtlichen quasi? Und da hat sich gezeigt, dass sich die Er-
566 gebnisse eigentlich mit den Forschungen von vor 20 Jahren decken und zwar sind es eben
567 mehrheitlich Männer, die sich in den Bürgermedien engagieren, mit einer formal höheren
568 Bildung. Mensch mit Migrationshintergrund sind eher unterrepräsentiert, also engagieren
569 sich eher nicht so häufig, laut den Ergebnissen der Untersuchung. Was sich aber gezeigt hat,
570 ist aber, dass im Gegensatz zu vor 20 Jahren, wo sich hauptsächlich jüngere Personen enga-
571 giert haben, es heute eher die Älteren sind, also 50 plus. Genau, da wäre jetzt meine Frage:
572 Nimmst du das bei euch im Sender auch so wahr? Als passt das Bild auf die Ehrenamtlichen
573 sie sich bei euch mehrheitlich engagieren und was glaubst du, woran liegt es, das andere
574 Gesellschaftsgruppen eher nicht an dieser Idee der Bürgermedien partizipieren?

575 **Selina Bauer:** Das ist jetzt eine Frage, die ich in mehrere Teile teilen muss. Also: Nehme ich
576 das auch so wahr? Wenn wir das auf die Aktiven beziehen, dann nein nehme ich nicht so
577 wahr. Ich nehme nicht so war, dass es hauptsächlich Männer sind, mit einer formal höheren
578 Bildung und so weiter und was du gerade gesagt hast. Ich nehme hier vielmehr eine Vielfalt
579 wahr - ja durchaus in der Mehrzahl Männer würde ich sagen - aber wir haben auch viele

580 jüngere Menschen noch, die partizipieren wollen. Studenten auch, aber gleichermaßen natür-
581 lich auch Ältere, ich sag mal im Rentenalter. Warum ist das so? Habe ich glaube ich schon
582 erläutert: Beruf, Familien, da ist nicht viel Zeit für ein Ehrenamt. Also irgendwann möchtest
583 du auch vielleicht mal ein bisschen Freizeit haben und deine freie Zeit nicht noch fürs Ehren-
584 amt opfern. Haben wir durchaus auch, aber nicht ganz so regelmäßig wie der Durchschnitt ir-
585 gendwie Zeit hat oder die Leute, die hier reinkommen. Das heißt, es gibt Leute im Renten-
586 alter, die sind dann eher gewillt irgendwie auch regelmäßig Produktionen an den Start zu brin-
587 gen. Die sagen, wir haben total viel freie Zeit und wollen das hier in den Sender integrieren
588 und das ist auch total super. Die zeigen die Region, die zeigen den Harz und das ist super
589 schön auch zu sehen. Dann haben wir auf der anderen Seite halt aber auch viele junge Men-
590 schen, die sagen, wir wollen vielleicht eher kurze Beiträge machen zum CSD oder zu irgend-
591 einer Klimaveranstaltung oder wie auch immer oder wir filmen euch ein Konzert ab, wie auch
592 immer. Das heißt, ich würde das sehr zweigeteilt sehen. Dann hattest du ja gesagt wenig
593 Migrationshintergrund. Durch eine Arbeit an dem Projekt von Tunis nach Wolfsburg haben
594 wir ja dort einige Tunesier interviewt und da haben wir beispielsweise auch Ehrenamtliche
595 gewonnen oder ganz speziell einen Ehrenamtlichen. Wir haben eine Frau im Ehrenamt, die
596 hat MS. Also das heißt, wir sind jetzt nicht so starr gefahren. Also klar, wir ermutigen auch
597 Leute, Vielfalt hier einzubringen, Themen hier einzubringen wie beispielsweise LGBTQ. Da
598 haben wir auch Leute bei uns aus der Community, die das gut finden, die sagen, wir möchten
599 da gerne mitmachen, aber wir wissen nicht wie. Da würde ich das erstmal nicht so unter-
600 schreiben, dass das irgendwie nur Männer sind oder nur ältere Männer. Genau, ich glaube das
601 habe ich jetzt alles so in Teilen beantwortet.

602 **Naomi Nowak:** Genau und ihr unternimmt jetzt keine speziellen Maßnahmen, um irgendwie
603 Leute, die ihr noch nicht so anspricht - keine Ahnung, beispielsweise Menschen mit einer
604 Behinderung oder so - dass die noch aktiver zu euch kommen, sondern ihr sagt: Wir stehen
605 jedem offen und wer kommt, der kommt oder gibt es da speziell irgendwas?

606 **Selina Bauer:** Wir sprechen die jetzt nicht irgendwie so direkt an. Das heißt ja aber nicht,
607 weil wir es jetzt nicht machen, dass wir es nicht in Zukunft machen. Wir haben durchaus auch
608 Pläne, auf Menschen zuzugehen. Wir arbeiten beispielsweise auch mit einer Seniorenredak-
609 tion zusammen aus Wolfenbüttel, die auch Beiträge produzieren. Wir sind auch in Gesprä-
610 chen mit den Schulen und arbeiten mit denen zusammen und fahren beispielsweise hin und
611 geben Rückmeldung zu Beiträgen oder wie auch immer, erklären was wir hier machen, wie
612 wir hier arbeiten. Es gibt auch noch weitere Ideen der Ausgestaltung, auch in Bezug auf sag
613 ich mal Menschen mit Behinderung, aber es ist jetzt nicht so, dass wir irgendwie plakativ

614 sagen „hier Person XY hat eine Behinderung, komm doch auch zu uns und du kannst mitma-
615 chen“. Ich glaube einfach erstmal diese Idee von jeder kann hier mitmachen, transportieren
616 und die Leute auch wirklich zeigen und denen das auch nahe bringen, bringt schon ganz viel,
617 ohne aktiv irgendwie irgendwelche Castings oder Scouting zu machen in eine bestimmte
618 Richtung. Die Leute müssen das von selbst realisieren., dass sie hier alle Möglichkeiten haben
619 und ich glaube, wenn sie das realisiert haben, dann sollte auch eine Behinderung nicht im
620 Vordergrund stehen. Wir haben die Charta der Vielfalt unterschrieben. Uns ist es wichtig,
621 dass wir hier Frauen gut repräsentiert haben, also Frauen genauso wie Männer, das sich hier
622 jeder wohlfühlen kann und es da keine Hindernisse gibt.

623 **Naomi Nowak:** Okay perfekt, dann sind wir am Ende.

624 [Verabschiedung].

A.4.2 Interview 2

Jürgen Stricker (Tv38) (Interview am 08.11.2022 um 18:00 Uhr/ Dauer des Interviews 72:28 Minuten)

625 [Begrüßung und Erläuterung der Umfrage].

626 **Naomi Nowak:** Also eigentlich das, was ich vorhin auch schon gesagt habe, also der For-
627 schungsstand ist eben sehr, sehr alt – zwanzig Jahre in Niedersachsen, was die Ehrenamtli-
628 chen betrifft und da wäre meine Frage, was glauben Sie, woran liegt es, dass es dafür so ein
629 geringes Interesse gibt?

630 **Jürgen Stricker:** Also woran das Interesse der Wissenschaft harkt oder warum so wenig
631 Forschung dazu gegeben hat, das habe ich nicht zu beurteilen.

632 **Naomi Nowak:** Okay, wie gut kennen Sie denn die Ehrenamtlichen die sich bei ihnen im
633 Sender engagieren?

634 **Jürgen Stricker:** Gut bis sehr gut. /Ich habe vor fast genau einem Jahr hier als Geschäfts-
635 führer meine Tätigkeit aufgenommen und einer der Schwerpunkte lag und liegt darin Ehren-
636 amtliche zu gewinnen. Ich habe viele Menschen durch direkte Ansprache gewinnen können.
637 Vielen war auch gar nicht bekannt oder mehr bekannt, dass es Tv38 noch gibt. Viele kannten
638 das noch aus OK-TV Zeiten, Jüngere kannten den Sender teils gar nicht. Und ich bin intensiv
639 mit den Leuten ins Gespräch gekommen und zwar über alle Altersgruppen hinweg und das
640 Faszinierende ist, dass auch über alle Altersgruppen hinweg – ich will das mal definieren:
641 Von 20 bis Mitte 70, es ein großes Interesse gibt, sich hier zu betätigen, zu engagieren und
642 professioneller zu werden. Denn gerade die Jüngeren, die haben hier häufig erzählt, dass

643 ihnen ein bisschen Hintergrundwissen, Kompetenz fehlt, was sie sich hier aneignen wollen
644 und dass sie halt auch ihre Leidenschaft für Bewegbild teilen möchten mit anderen und das
645 sind so Ergebnisse aus den Gesprächen, die ich mit Ehrenamtlichen geführt habe und die sind
646 häufig sehr intensiv.

647 **Naomi Nowak:** Okay. Dann haben die Ergebnisse der Umfrage auch gezeigt, dass fast ein
648 Drittel der Ehrenamtlichen, die an dieser Umfrage teilgenommen haben, schon mal darüber
649 nachgedacht haben, das Ehrenamt bei sich im Bürgersender aufzugeben, hauptsächlich aus
650 Zeitgründen. Wie erleben Sie das bei sich im Sender? Ist das auch ein Thema, dass manche
651 Leute sich vielleicht nur kurzfristig sich engagieren?

652 **Jürgen Stricker:** Also grundsätzlich habe ich in den vergangenen Jahren, ich habe ja Jahr-
653 zehnte als Redakteur gearbeitet – scherpunktmäßig bei Zeitungen, beobachtet, dass die Ten-
654 denz im Ehrenamt generell dahin geht, sich temporär zu engagieren, projektbezogen und hier
655 bei uns im Sender ist es so, dass da viele dabei sind, die sich freuen, dass TV 38, ich will es
656 mal so formulieren „aus dem Dornröschenschlaf erwacht“ und hier wieder mehr Leben ein-
657 zieht und die wollen sich schon stark engagieren, die Ehrenamtlichen, insbesondere diejeni-
658 gen, die vor der Kamera stehen, die sich da produzieren möchten, im positiven Sinne, also
659 Moderatorinnen und Moderatoren möchten mehr machen, mehr Sendungen produzieren und
660 die große Herausforderung bei uns ist, mehr Leute zu finden, die auch Lust haben zu filmen
661 und auch zu schneiden.

662 **Naomi Nowak:** Okay und Sie hatten es jetzt grad auch schon so ein bisschen angesprochen,
663 also der Trend geht eher in die Richtung, dass man sich eher temporär und projektbezogen
664 engagiert, welche Maßnahmen unternehmen Sie denn konkret, um das Ehrenamt auch in den
665 Bürgersendern und bei Ihnen bei Tv38 wieder attraktiver zu machen?

666 **Jürgen Stricker:** Also das temporäre bezog sich gar nicht so sehr auf den Sender oder Bür-
667 germedien, sondern generell auf ehrenamtliche Tätigkeiten und wir unternehmen sehr viele
668 Anstrengungen. Wir erfinden den der Sender komplett neu. Wir haben konzeptionell, inhalt-
669 lich, strukturell, personell alles hinterfragt und auf Links gedreht. Wir haben Altlasten aus
670 Analogzeiten aus dem Senderverband, die auch ohnehin nicht mehr genutzt wurden, abge-
671 schafft und schaffen jetzt neues Equipment an und machen ein neues Angebot, zum Beispiel
672 mit der Entwicklung eine Newsrooms, den wir jetzt in der Pilotphase in Betrieb genommen
673 haben, an dem die Zusammenarbeit von Haupt und Ehrenamtlichen verzahnt werden soll,
674 denn vorher war es so, dass auch coronabedingt viele Ehrenamtliche den Kontakt ein wenig
675 verloren hatten zum Sender und wir wollen die Zusammenarbeit bündeln, fokussieren. Für

676 mich steht und fällt vieles mit der Kommunikation. Die ist extrem wichtig, ist auch zeitauf-
677 wendig und es gibt auch Menschen, die sich gerne im negativen Sinne produzieren möchten
678 und wichtig machen wollen, mit denen haben wir hier auch zu tun, aber es gibt auch sehr,
679 sehr viele – und das ist der größere Teil – die sich tatsächlich engagieren wollen und wo sich
680 das Zeitinvestment in die Kommunikation und in die Betreuung auch aus Sicht unseres Sen-
681 ders und vor dem Hintergrund eines unserer Aufträge, nämlich die Vermittlung von Medien-
682 kompetenz, lohnt. /Und daneben bauen wir gerade unser großes Studio um, denn das ist gar
683 nicht so groß, muss aber auch modernisiert werden. Wir haben auch von vielen, auch medi-
684 enerfahrenen Ehrenamtlichen gehört, dass sie das abschreckt, dieses vermeintlich so große
685 Studio und sie hätten lieber einen kleineren Rahmen und diesen Wunsch haben wir jetzt auf-
686 genommen und wir richten ein Tutorial Studio ein. Das wird auch gerne als YouTube-Studio
687 oder salopp formuliert auch als Quick and Dirty Studio betitelt bei uns intern. Da werden
688 Ringlichter genutzt, da werden einfache Apparaturen benutzt, wo sie ihr Handy einklinken
689 können, denn das Handyfilmen wollen wir forcieren und fokussieren. Sie können an einem
690 Tisch, den wir noch aufbauen werden, selbst ihre Dinge präsentieren. Es gibt zum Beispiel
691 aus Braunschweig eine junge Frau, die möchte Schmink-Tutorials machen, dann gibt es einen
692 Modellbauer, der möchte seine Modellbauleidenschaft teilen und da Tipps, Tricks, Knips
693 vermitteln. Es gibt auch Leute, die einfach schlicht und ergreifend aus ihren selbstgeschrie-
694 benen Büchern vorlesen wollen und den Menschen wollen wir eine Plattform bieten und die
695 Möglichkeit sich zu engagieren. Die können auch, wenn sie wollen, direkt in einer Tonkabine
696 auch ihre Beiträge nochmal professionell vertonen oder auch direkt an einem Rechner, einem
697 Schnitt-PC, den wir zur Verfügung stellen, in dem gleichen Raum, auch ihre Beiträge sende-
698 fertig schneiden. Dann bauen wir die Bürgerredaktion aus und auf. Also wir haben eine zent-
699 rale Bürgerredaktion in Salzgitter, an unserem Standort dort gehabt und haben jetzt eine Bür-
700 gerredaktion in Braunschweig etabliert und treffen uns dann monatlich mit den Ehrenamtli-
701 chen, um ihre Pläne, Ideen zu besprechen, die zu konkretisieren, umzusetzen. Wir haben eine
702 Reihe aufgesetzt, die sich Zukunftsworkshop nennt, wo Menschen unverbindlich teilnehmen
703 können. Irgendwann soll es dann schon verbindlich werden, weil wir die Leute ja auch an uns
704 binden möchten, bei denen wir darüber berichten, unter Anleitung eines professionellen Bu-
705 sinesscoachs, einer Kollegin aus dem Vorstand, was hier zu tun ist, wie wir das neu aufbauen,
706 aufziehen wollen das Thema Bürgersender. /Wir planen eine neue Website. Unsere Website
707 ist total überholt, überaltert und überlegen da verschiedene Funktionalitäten einzubinden, wie
708 auch so ganz scheinbar banale Dinge, wie dem Upload von Videos, denn das ist tatsächlich
709 etwas komplizierter und aufwendiger als bei Bürgerradiosendern: Wie bekomme ich mein
710 Material zum Fernsehsender? Das Datenvolumen ist ja schon recht hoch und auch da wollen
711 wir uns modernisieren, neu aufstellen und die Hürden und Hemmschwellen absenken, denn

712 jeder kann bei YouTube seine Videos in Sekundenschnelle hochladen und da müssen wir
713 auch besser und moderner werden und mehr auf die Bedürfnisse der Leute eingehen. Und wir
714 haben eine ganze Reihe von Veranstaltungen im Kopf, im Blick oder auch schon angeboten,
715 zum Beispiel ein Sommerfest, oder Weihnachtsfeste oder andere Treffen und Anlässe, bei
716 denen wir die Menschen zusammenbringen und den Austausch befördern wollen.

717 **Naomi Nowak:** Jetzt ist gerade schon das Stichwort YouTube gefallen und das passt ganz
718 gut zu meiner nächsten Frage, denn die wäre, was zeichnet Bürgermedien ihrer Meinung nach
719 aus und warum haben sie eben auch in Zeiten von YouTube noch ihre Daseinsberechtigung?

720 **Jürgen Stricker:** Ja die meisten Menschen, die zu uns kommen, die wünschen sich Kompe-
721 tenzvermittlung. Also wir haben zum Beispiel vor zwei, drei Wochen an einem Wochenende
722 ein Seminar hier bei uns im Hause angeboten, dass die Niedersächsische Landesmedienan-
723 stalt organisiert hat und da ging es um das Thema Moderationstraining: Talk und Moderation
724 und da ist eine fachkundige Kollegin, die seit Jahrzehnten beim WDR arbeitet, da gewesen,
725 die diese Kompetenz vermittelt hat und das kann YouTube nicht. Die Kompetenzen können
726 wir auch bei uns im Hause vermitteln, das war ein zusätzliches Angebot, aus einem externen
727 Impuls ist der auch immer hilfreich und das tun wir auch, indem wir Menschen unterstützen
728 beim Moderieren, indem wir Menschen unterstützen bei Fragen zu Schnittproblemen, bei
729 Fragen zu Filmaufnahmen, bei technischen Einweisungen, wobei auch professionelle Geräte
730 bei uns ausgeliehen werden können. Wir unterstützen beim Storytelling, bei der Planung. Die
731 ganze Bandbreite der Medienkompetenzvermittlung eben begleiten und den Menschen an die
732 Hand geben, sprich das Handwerkszeug, was sie brauchen um kompetent Beiträge umzuset-
733 zen. Ich gebe Ihnen ein ganz banales Beispiel: Wir planen gerade, vielleicht ist es auch gar
734 nicht so banal, eine Restrukturierung unseres wöchentlichen Magazins, was jetzt gerade pau-
735 siert, weil uns viele Dinge daran nicht mehr gefallen haben und nicht mehr zeitgemäß er-
736 schienen und da soll es auch einen wöchentlichen Kommentar geben, der auch von Ehren-
737 amtlichen gesprochen wird. Und viele Ehrenamtliche, die auch einen hohen Bildungsstand
738 haben, mit denen ich oder wie über das Thema gesprochen haben, können nicht einmal ein-
739 ordnen und genau definieren, was überhaupt ist ein Kommentar. Also da geht es wirklich
740 auch um die Vermittlung von Wissen zum Thema Darstellungsformen, journalistische Dar-
741 stellungsformen. Was unterscheidet einen Bericht von einem Kommentar, was ist eine Nach-
742 richt, was ist eine Meldung, was ist eine Reportage. Also Basiswissen, das muss vermittelt
743 werden und das tut kaum jemand. Es steht zwar in den Curricula der Schulen festgeschrieben,
744 dass das Medienkompetenz vermittelt werden sollte. Das findet offensichtlich kaum statt und
745 ich persönlich bin da in den vergangenen Jahren immer mal wieder auch gerne in die Bresche

746 gesprungen und habe das als Redakteur auch gerne getan und bin da leidenschaftlicher Ver-
747 fechter dieses Themas, was sperrig klingt, aber wenn sie mit den Menschen darüber ins Ge-
748 spräch kommen und es praktisch wird, dann sind die meisten hochinteressiert und viele sogar
749 Feuer und Flamme.

750 **Naomi Nowak:** Ja sehr schön. Wir haben die Ehrenamtlichen dann auch noch so zu den
751 Vorerfahrungen befragt, die sie möglicherweise mitbringen, und es hat sich gezeigt, dass eben
752 die Vorerfahrungen zu dem Medium passen, indem sich die Ehrenamtlichen engagieren, also
753 eben im Fernsehen häufig Vorerfahrungen im Bereich Kamera, im Bürgerradio dann eben
754 eher im Bereich Tonaufnahme und ich weiß nicht, inwiefern sie das beurteilen können, aber
755 würden Sie sagen, dass Fernsehen und Radio jeweils unterschiedliche Typen von Ehrenamt-
756 lichen anziehen?

757 **Jürgen Stricker:** Ich glaube schon, dass jemand, der vor die Kamera tritt ein höheres Sen-
758 dungsbewusstsein hat, sich mehr, im positiven Sinne, produzieren möchte, darstellen will und
759 auch bewusst spielt mit dem Thema Optik, Bewegbild. Und ich will da ein wenig widerspre-
760 chen: Diejenigen, die man bei uns als alte Recken bezeichnen würde, die haben schon immer
761 ein Faible gehabt für Technik, Kameraaufnahmen. Die haben auch zu Analogzeiten schon
762 mit großen JVC oder anderen Sony Kameras gearbeitet. Es gibt aber gerade bei denen, die
763 jetzt neu dazu stoßen, auch insbesondere bei denen, die vor die Kamera treten wollen, ganz
764 viele, die das Medium Fernsehen und zwar über Altersgruppen hinweg, interessant finden.
765 Die finden das toll, vor die Kamera zu treten und haben da häufig gar keine Vorerfahrung,
766 aber schon von Jugend an den Traum gehabt, irgendwann mal vor der Kamera zu stehen und
767 eine eigene Sendung zu produzieren und bei manchen ist der Jugendraum länger her, als bei
768 anderen. Das betrifft sowohl Twents, als auch Menschen, die in den 50er oder 60er ihres
769 Lebens sind. Und ja bei den Kamera-Interessierten, technisch-Interessierten, da ist es tatsäch-
770 lich so, dass die häufig eine Vorerfahrung mit sich bringen. Wir haben zum Beispiel eine
771 Studierendengruppe aus Braunschweig, die sich bei uns hier ehrenamtlich engagiert, deren
772 Focus und Hobby liegt darauf, das technisch Machbare auszureizen. Sie wollen auf gar keinen
773 Fall vor die Kamera treten, daran haben sie überhaupt gar kein Interesse, sondern sie würden
774 am liebsten, und das machen sie auch, mit sechs, sieben, acht Kameras zeitgleich aufnehmen
775 und einen technisch perfekten Ton herstellen und insofern gibt es da schon unterschiedliche
776 Interessenlagen. Und wir haben interessanterweise auch Menschen, in den vergangenen Wo-
777 chen und Monaten immer wieder und seitdem ich hier bin, dabei, die sagen, wir möchten uns
778 ehrenamtlich engagieren, wir wussten bislang nicht wo und Fernsehen finden wir cool. Wir
779 können aber weder schneiden, noch filmen, noch wollen wir moderieren und das ist ja schon
780 ein bisschen herausfordernd, da passende Aufgaben zu finden. Aber ich finde für jeden eine

781 Tätigkeit, sich hier einzubringen. Hier ist extrem viel zu tun, gerade weil wir in einer Um-
782 bruchsphase sind. Das lässt sich dazu sagen.

783 **Naomi Nowak:** Weil sie jetzt gerade diese Studierendengruppe angesprochen haben, die so
784 technisch interessiert ist, würde ich ganz gerne an der Stelle eine Frage vorziehen und zwar
785 hat sich in der Umfrage gezeigt, dass die Studierenden, die dort teilgenommen haben, nicht
786 aus dem Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft kam oder Journalistik oder ir-
787 gendwie verwandten Fächern, sondern es waren eher andere Fachbereiche und daher wäre
788 meine Frage, wie da Ihre Einschätzung ist? Ob von jungen Menschen, die sich dort bei Ihnen
789 engagieren, das Bürgerfernsehen quasi noch als Sprungbrett vielleicht auch so ein bisschen
790 in den professionellen Journalismus genutzt wird, oder ob Sie da vielleicht auch andere Mo-
791 tive bei den Jüngeren sehen?

792 **Jürgen Stricker:** Also es gibt zwei, an die ich gerade denke, die den Sender vielleicht auch
793 als Sprungbrett sehen, die sich aber für ihre berufliche Zukunft hier auch ausprobieren wollen,
794 die auch Praktika gemacht haben bei großen Sendern und dort erkannt haben, dass nicht jeder
795 gleich zur Anchorwomen oder zum Anchorman wird und dann da vor die Kamera treten darf.
796 Und hier können sie spielerisch, unter Begleitung, ohne, dass ihnen etwas passiert in Anfüh-
797 rungszeichen, denn wir strahlen kaum live aus, sondern zeigen auch, man darf sich auspro-
798 bieren und austesten. /Es gibt auf der anderen Seite junge Menschen, die zum Beispiel, jetzt
799 auch zwei Bundesfreiwilligendienstler, die wir hier bei uns haben, die einfach vom Thema
800 Medium fasziniert sind oder vom Medium Fernsehen und die ja das Thema Kommunikation
801 schätzen und sich da persönlich auch weiterbilden wollen. Das sind die Bundesfreiwilligen-
802 dienst, im weitesten Sinne ja auch Ehrenamtliche und die sich bewusst beworben haben, bei
803 einem Fernsehsender, um hier ihre Kompetenzen und ihren Horizont zu erweitern und zu
804 testen, ist das etwas für mich vor der Kamera zu stehen, oder ist das vielleicht etwas für mich
805 zu schneiden. Einer von beiden möchte auch im Bereich Social Media sich weiterentwickeln
806 und engagieren, macht privat sehr viel, aber hat noch nie unter Anleitung Social Media Bei-
807 träge auf Grundlage eines Konzepts erstellt und das war eine Motivation hier mitzumachen.
808 Das Internet, über das wir vorhin schon sprachen, wird auch für uns immer wichtiger, we-
809 sentlicher um Menschen zu erreichen und um Ehrenamtliche zu gewinnen und da sind auch
810 Social Media Aktivitäten ganz wichtig und da wollen wir auch verstärkt unsere Ehrenamtli-
811 chen begeistern und hineinziehen.

812 **Naomi Nowak:** Aber, wenn ich das jetzt richtig rausgehört habe, dann sind bei Jüngeren
813 Menschen doch eher auch die beruflichen Qualifikationen und so was dann im Vordergrund.

814 **Jürgen Stricker:** Na also bei der Studierendengruppe aus Braunschweig überhaupt nicht.
815 Das sind Informatiker und Mathematiker. Wissen Sie, wenn ich mir unsere Jüngerer zwi-
816 schen 20 und 35 anschau, wenn ich das als jünger definiere, dann gibt es da ganz unter-
817 schiedliche Interessenlagen. Die, die aber sagen, das ist mein erster Step, um in den Journa-
818 lismus zu gehen, das sind ein maximal zwei.

819 **Naomi Nowak:** Ah okay, auch interessant. Wenn wir jetzt grad schon so bei dem Thema
820 Motive sind, warum engagieren sich die Menschen eigentlich in den Bürgermedien, würde
821 ich ganz gern zu den Ergebnissen kommen, die da in der Umfrage herausgekommen sind.
822 Also es hat sich gezeigt, und das deckt sich auch mit den Ergebnissen aus vorherigen Studien,
823 dass eben der Spaß sozusagen an der Arbeit, an der Produktion das Hauptmotiv darstellt. Also
824 diesem Motiv stimmen die meisten Ehrenamtlichen zu. Sie wollen darüber hinaus neutral und
825 präzise informieren und die Menschen unterhalten, also Richtung publizistische Ziele und es
826 hat sich auch gezeigt, dass politische Ziele eher keine Rolle spielen. Nehmen Sie das auch so
827 wahr?

828 **Jürgen Stricker:** Ja, das kann ich so unterschreiben.

829 **Naomi Nowak:** Genau, da hatten wir eigentlich auch vorhin schon darüber gesprochen, dass
830 es ja um die Vermittlung von Medienkompetenz geht und vielen auch die journalistischen
831 Darstellungsformen noch nicht so geläufig sind und genau das hat sich auch tatsächlich ge-
832 zeigt, dass eben die Mehrheit der Befragten ohne journalistische Vorerfahrung in den Sender
833 kommt. Das war eigentlich jetzt so mein Intro für die Frage mit den Studierenden, das haben
834 wir ja jetzt schon abgehakt, aber ja hier vielleicht einfach nochmal nice to know. Das haben
835 wir auch herausgefunden, dass da quasi ja die Mehrheit keine journalistischen Verfahrenen
836 hat. Dann etwas, was ich auch spannend fand ist, dass sich gezeigt hat, dass die Ehrenamtli-
837 chen heutzutage eher alleine produzieren, anstatt in der Gruppe und da habe ich mich so ein
838 bisschen gefragt, eigentlich ist ja genau diese Gemeinschaftlichkeit etwas, was so ein Ehren-
839 amt auszeichnet und deshalb würde ich Sie einmal fragen, nehmen Sie das bei sich auch so
840 wahr, dass die Menschen eher alleine produzieren und sich nicht in Gruppen zusammenfinden
841 und wenn ja, welche Gründe sehen Sie vielleicht für diese Entwicklung?

842 **Jürgen Stricker:** Da gibt es zwei Gruppen. Diejenigen, die das tatsächlich gerne alleine ma-
843 chen möchten und diejenigen, die auch zum Teil schon länger dabei sind, die bislang einfach
844 nicht gefragt wurden oder denen nicht der rote Teppich ausgerollt wurde, um Kooperationen
845 mit anderen einzugehen und wir stellen fest, dass der Wunsch nach gemeinsamen Aktionen
846 und Aktivitäten schon vorhanden ist. Da muss es aber auch zwischenmenschlich passen und
847 da haben sich verschiedene Teams schon ausprobiert und weil sie das ja gerade ehrenamtlich

848 machen, wollen diejenigen dann auch unbedingt mit einem Pentdon zusammenarbeiten, da
849 ihm oder ihr auch sympathisch ist und wo sie auf einer Wellenlänge schweben. Und da stellen
850 wir schon fest, dass da der Wunsch nach gemeinsamen Aktivitäten, auch um sich da weiter-
851 zuentwickeln, das ist sowohl bei Jüngeren wie auch bei Älteren der Fall, auch unsere 70 Jäh-
852 rigen Nutzer wollen sich weiterentwickeln und besser werden, in dem, was sie tun, das da
853 schon noch Anknüpfungspunkte vorhanden sind. Das ist in der Vergangenheit aber nicht so
854 offensiv thematisiert worden und wir gehen ganz offensiv auf die Menschen zu und fragen,
855 wollt ihr das? Und die meisten sagen, ja das wollen wir, wir haben nur noch nicht den richti-
856 gen Filmpartner, Drehpartner gefunden und das befördern wir unter anderem durch viel Kom-
857 munikation im Tagesgeschäft, aber auch durch die schon erwähnten Workshops, die wir an-
858 bieten. Es gibt darüber hinaus ganz viele Co-Produktionen. Das gehört auch wieder zur Me-
859 dienkompetenzvermittlung. Es gibt ganz viele Ehrenamtliche, die mit jemanden aus unserem
860 hauptamtlichen Team zusammenarbeiten wollen und von denjenigen lernen wollen. Ich gib
861 mal ein Beispiel: Wir geben sozusagen eine Anschubfinanzierung, wenn da Leute sich finden
862 oder melden, die sagen, wir möchten gerne filmen und wir wissen nicht, wie wir das machen
863 sollen, weil wir uns nicht trauen auf Menschen zuzugehen oder einfach kein technisches
864 Knowhow haben. Dann werden die zwei, drei vielleicht viermal begleitet, bis sie das alleine
865 umsetzen können. /Dann gibt es aber auch wiederum Menschen, die sagen, wir wollen mo-
866 derieren, wir organisieren die Gesprächspartner, wir bereiten unsere Talks und Moderationen
867 selber vor. Das machen wir alles, wir brauchen aber bitte von euch die Dienstleistungen Stu-
868 dio und Schnitt und Aufnahme. Kümmert ihr euch bitte darum, wir kümmern uns um den
869 anderen, inhaltlichen Part. Und da kommen halt eben diese Gemeinschaftsproduktionen zu-
870 stande.

871 **Naomi Nowak:** Dann hat sich auch noch gezeigt, hinsichtlich der Produktion, oder die Mehr-
872 heit hat eben angegeben, dass sie hauptsächlich zu Hause produziert und gar nicht irgendwie
873 vor Ort im Sender. Sa auch wieder die Frage, wie ist das bei Ihnen und welche Erklärung gibt
874 es möglicherweise für so einen Trend?

875 **Jürgen Stricker:** Ja bei uns ist es eben so, dass der Sender sich in einem kompletten Um-
876 bruch befindet. Wir haben eine neue Willkommenskultur geschaffen oder sind noch mitten
877 im Prozess dabei und haben den schon erwähnten Newsdesk aufgebaut. Es gab hier vorher
878 Möglichkeiten für Ehrenamtliche, sich zu engagieren. Das waren aber Arbeitsplätze, die nicht
879 so richtig einladend waren und wo man für sich alleine gesessen hat. Das war aber auch bei
880 den hauptamtlichen Mitarbeitern so, dass die viel für sich alleine gesessen haben. Das Bür-
881 gerfernsehmachen lebt halt vom zusammen machen, von gemeinsam an einem Strang ziehen,
882 deswegen bauen wir auch diesen zentralen Desk auf da sitzen halt alle nebeneinander und

883 kommunizieren auch miteinander und das ist nicht nur ein Tisch, an dem die Menschen sit-
884 zen, sondern ein zentrales Element ist ein 75 oder 80 Zoll großer Bildschirm. Von jedem
885 Arbeitsplatz aus, können sie über diesen Computerbildschirm streamen und mit allen am
886 Tisch ins Gespräch kommen. Da kann ein Hauptamtlicher genauso sagen wie ein Ehrenamt-
887 licher: gebt mir bitte euer Feedback, oder ein Bundesfreiwilligendienstler oder ein Praktikant.
888 Und da geht es tatsächlich darum, gemeinsam die besten Ideen zu entwickeln. Und wir sind,
889 wie vorhin schon erwähnt, in der Pilotphase mit diesem Desk und das muss sich noch etab-
890 lieren und auch noch bekannter gemacht werden, das folgt auch noch, ist auch Teil der Pi-
891 lotphase. Und dann hoffen und glauben wir, dass die Menschen auch tatsächlich – wie regel-
892 mäßig oder unregelmäßig das sein wird, können wir nicht abschätzen – aber wir wollen auf
893 jeden Fall das Angebot machen, dass man zu uns kommen kann und da mit uns zusammen
894 zu arbeiten, denn ich gehe nur dahin, um etwas zu machen, wo ich mich wohlfühle, und wo
895 es mir Freude macht und wo ich einen Mehrwert habe und wenn ich den nicht sehe, habe ich
896 auch keinen Anlass, um in so einen Sender zu gehen. Diesen Mehrwert, diesen Mehrgewinn
897 wollen wir schaffen und dann kommt vielleicht der ein oder andere auch in den Sender, um
898 hier zu produzieren. Es war aber jetzt in jüngerer Vergangenheit auch so, dass wir ja zum Teil
899 auch gar keine Gäste empfangen durften, auf Grund von Corona, und es gibt auch Ehrenamt-
900 liche, die sagen, wir kommen nicht zu euch in den Sender, weil wir uns das nicht leisten
901 können oder wollen, weil die Energiepreise, sprich Spritkosten, so hoch sind. Und deshalb
902 machen wir das lieber von zu Hause.

903 **Naomi Nowak:** Ja, ist natürlich auch ein verständlicher Grund. Dann nochmal zum Thema
904 Betreuung, Sie hatten an der einen oder anderen Stelle schon mal ein bisschen was angerissen,
905 dass es beispielsweise auch diese Produktionen gibt, wo Haupt- und Ehrenamtliche zusam-
906 menarbeiten und sich dort eben unter die Arme greifen. Wie sieht dieses Betreuungsangebot
907 bei ihnen im Sender ganz konkret aus?

908 **Jürgen Stricker:** Für unsere wöchentliche Sendung, die wir jetzt gerade neu konzipieren,
909 sind in der Regel immer zu über neunzig Prozent ehrenamtliche Moderatoren und Moderato-
910 rinnen im Einsatz. Die begleiten und betreuen wir dann bei den Aufzeichnungen, geben ihnen
911 da Anweisungen, Hilfestellungen, was da zu tun ist, je nachdem, wie weit es gewünscht ist
912 oder wie weit die schon entwickelt sind. Wir begleiten Ehrenamtliche zu Drehs, zum Beispiel
913 Moderatorinnen und Moderatoren auch wiederum, die selber nicht filmen oder schneiden
914 können. Das machen wir aber auch abhängig von den Produktionen, wie aufwendig die sind,
915 beziehungsweise wie technisch anspruchsvoll. Und wenn es da speziell fordernde Produkti-
916 onen gibt, bei denen es viel auf Licht ankommt und das Ehrenamtliche sind, die sich hier
917 schon länger engagieren, die Bitte an uns herantragen, kann da bitte einer von euch Profis aus

918 dem hauptamtlichen Team dabei sein, gehen wir auf diese Wünsche ein. Wir nehmen Men-
919 schen an die Hand, die ganz neu sind, die vorher noch gar nicht gefilmt haben, begleiten die
920 oder lassen umgekehrt diejenigen auch uns begleiten und sagen: wir haben da und da einen
921 Dreh, komm dazu und schau es dir an, wie es funktioniert. Das sind so Beispiele.

922 **Naomi Nowak:** Es wurde auch danach gefragt, wie zufrieden die Ehrenamtlichen jetzt mit
923 dieser Betreuung sind und da hat sich gezeigt, dass die Mehrheit sehr zufrieden ist mit der
924 Betreuung und ja das vorweg. Es gab aber auch einige kritische Stimmen und jetzt kommen
925 hier die Folien zum Einsatz, wo ich einfach mal ein paar Äußerungen mitgebracht habe, die
926 ich Ihnen einfach kurz vorstellen möchte. Es gibt beispielsweise eine Person, die gesagt hat
927 „Ich würde mir mehr Interesse des Vereins für die Nutzer:innen wünschen“. Jemand anderes
928 hat gesagt „interessierte Bürger zur Mitarbeit ermutigen und unterstützen. War bei mir nicht
929 der Fall, der Leiter des Bürgerfunks hat mich immer wieder niedergemacht“. Eine andere
930 Äußerung war, dass jemand gesagt hat, er würde sich irgendwie wünschen „dass die Haupt-
931 amtlichen einen nicht so arrogant behandeln“ und noch wieder jemand anderes hat gesagt
932 „was nützt der Einsatz, wenn er ignoriert und abgelehnt wird“. Was sagen Sie zu solchen
933 Äußerungen?

934 **Jürgen Stricker:** Ich habe ja vorher im Gespräch schon gesagt oder erwähnt, dass es extrem
935 auf das Thema Kommunikation ankommt und es liegt immer an den Menschen und wie qua-
936 lifiziert sie sind und wie empathisch sie sind und wie sie mit Bürgerinnen und Bürgern um-
937 gehen können. /Ich kenne umgekehrt auch Nutzer, die beratungsresistent sind. Also Ehren-
938 amtliche, die sagen: deine Meinung interessiert mich nicht, ich mache das schon seit 20 Jah-
939 ren und da hat noch nie jemand gemeckert. Das ist so gut wie es ist. Dann haben wir das
940 Angebot unterbreitet und konstruktiv einen Hinweis gegeben und akzeptieren auch, dass das
941 dann, wenn es den Vorgaben und Anforderungen entspricht, auch so ausgestrahlt werden
942 kann. Wir, würde ich für uns in Anspruch nehmen, machen das Gegenteil. Wir kümmern uns
943 sehr intensiv um die Ehrenamtlichen, nehmen sie mit und gehen auch auf sie ein und es zeigt
944 sich, dass es besonders auf den Kommunikationsstil und auf die zwischenmenschliche Ebene
945 ankommt. Es gibt sehr engagierte Ehrenamtliche, die mit sehr engagierten hauptamtlichen
946 Mitarbeitern bei uns im Team nicht klarkommen, weil einfach die zwischenmenschliche Che-
947 mie nicht passt. Die kommen dann mit Mitarbeiter X nicht klar, aber dafür sehr gut mit Mit-
948 arbeiterin Y. Dann gucken wir, dass das matched, dass wir die zusammenbringen, die sich
949 gut verstehen und ergänzen und schauen da auch besonders hin und legen da ein besonderes
950 Augenmerk drauf. Wir sagen nicht, wenn ein Ehrenamtlicher sich beklagt, das interessiert
951 uns nicht, geh weg, sondern gucken nach einer Lösung und schauen, woran es liegt und wenn
952 es eben dieses Thema der zwischenmenschlichen Chemie ist, da geht es überhaupt nicht um

953 das Fachliche, dann gucken wir, mit wem kann es stattdessen besser funktionieren und passen
954 und dieses Nachjustieren und auf die Menschen eingehen, das funktioniert im Regelfall sehr
955 gut und selten gibt es Ehrenamtliche, wirklich sehr selten, bei denen ich sagen würde, den
956 können wir nicht helfen, die sind bei uns einfach nicht gut aufgehoben. Die Fälle sind aber
957 wirklich sehr, sehr selten. Das sind dann häufig auch Menschen, die überhaupt nicht kritikfä-
958 hig sind und ihre eigenen Interessen durchsetzen wollen und alles besser wissen und denen
959 im Grunde genommen gar nicht an einer Weiterentwicklung und Zusammenarbeit gelegen
960 ist. Und da wird es dann schwierig.

961 **Naomi Nowak:** Ja, aber sowas gibt es ja wahrscheinlich in jedem Bereich. Also es ist gar
962 nicht so ein Bürgerradio- oder Bürgerfernsehphänomen und ich denke, ja sowas gibt's einfach
963 überall wahrscheinlich, dass man diese zwischenmenschliche Ebene ja nicht überall so schaf-
964 fen kann, wie man es sich vielleicht vorstellt.

965 **Jürgen Stricker:** Also da spiegelt sich schon der gesellschaftliche Querschnitt einerseits
966 grundsätzlich wieder, also bei den Menschen, die sich hier engagieren. Auf der anderen Seite
967 sind Menschen, die sich im Medienbetrieb engagieren, egal ob haupt- oder ehrenamtlich,
968 schon in der Regel Menschen mit einem höheren Sendungsbewusstsein und Menschen, die
969 eine Botschaft haben, die etwas mitteilen wollen und die relativ extrovertiert sind. Insofern
970 muss ich meiner vorherigen Aussage in Teilen widersprechen, das ist, weil ich den Medien-
971 betrieb auch schon über Jahrzehnte kenne, nichts Ungewöhnliches. Also es kommen auch
972 extreme Menschen zu uns in den Sender. Heute war zum Beispiel jemand da, der sich als
973 ehrenamtlicher Moderator engagieren möchte und über die Teufelsaustreibung berichten
974 wollte, die bei ihm persönlich ansteht. Also es gibt die ganze Bandbreite des Lebens, die sich
975 hier so widerspiegelt.

976 **Naomi Nowak:** Ja spannend, was es für Sachen gibt. Aber wir wollen gleich nochmal kurz
977 auf die Ehrenamtlichen eingehen und wie Sie es grad schon angesprochen haben - Querschnitt
978 der Bevölkerung - und was da vielleicht auch in der Umfrage rausgekommen ist. Ich wollte
979 jetzt nochmal kurz auf diese Zwischenmenschlichkeit eingehen, weil die Ehrenamtlichen hat-
980 ten in der Umfrage auch die Möglichkeit, allgemeine Verbesserungsvorschläge zu äußern
981 und da kam tatsächlich raus oder etwas was immer wieder genannt wurde war, dass sich die
982 Ehrenamtlichen einen engeren Kontakt zu den Hauptamtlichen wünschen, also eine engere
983 Bindung und da wäre meine Frage: Wie erleben Sie die Beziehung bei sich im Sender? Sie
984 haben schon gesagt, es sind immer alle bemüht, da irgendwie möglichst eine Zusammenarbeit
985 herzustellen. Genau, vielleicht können Sie das einmal schildern.

986 **Jürgen Stricker:** Ich will mal so etwas vielleicht undiplomatisch darauf antworten. Es gibt
987 viele Menschen, die Anschluss suchen und gerne Kaffee trinken wollen und bei uns ist jeder
988 Bürger und jede Bürgerin willkommen. Wir müssen aber den Fokus auch darauflegen, was
989 unser Programmauftrag von uns verlangt, wofür wir da sind und deshalb fokussieren wir uns
990 auf diejenigen, denen wir tatsächlich beim Medien machen helfen können und sie da unter-
991 stützen können. Da ist natürlich auch immer Zeit für einen kleinen Plausch oder ein lockeres
992 Wort. Wir müssen aber auch offen und ehrlich sein und sagen, dass wie unsere Zeit, wie jeder
993 Mensch ja auch nur einmal investieren können und dass wir dann lieber eine Stunde inves-
994 tieren für jemanden, der Unterstützung braucht beim Thema Schnitt, als eine Stunde mit je-
995 mandem Kaffee trinken zu wollen, der sonst aber auch keinen Einsatz und kein Engagement
996 für den Sender zeigt und wenn solche Menschen sagen, die kümmern sich nicht um mich oder
997 sind für mich nicht da, dann ist das richtig, dann fehlt aber auch ein Teil der Perspektive und
998 der Wahrheit, nämlich, dass dann auch der Einsatz und das Engagement nicht da ist. Ich will
999 mal ein Beispiel nennen: Es gibt zwei, drei Menschen, die mich im Monatsrhythmus kontak-
1000 tieren, seitdem ich hier tätig bin und mir jedes Mal erzählen, dass sie sich unglaublich gerne
1001 bei uns engagieren möchten und ich habe mir für diese Menschen auch anfangs sehr viel Zeit
1002 genommen und die ersten Telefonate gingen auch über zwanzig, dreißig Minuten. Die wie-
1003 derholen sich wie gesagt im Schnitt monatlich. Da passiert aber nichts. Da sag ich dann zu
1004 einem bestimmten Punkt dann auch, wir müssen auch mal jetzt zum Punkt kommen und
1005 schauen, wofür wir da sind und was sie konkret machen wollen. Denn Ideen haben viele
1006 Menschen, aber auf die Realisierung, auf die Umsetzung, darauf kommt es an und dafür sind
1007 wir ja auch da. Und das wäre dann auch ungerecht und unfair gegenüber denen, die sich
1008 wirklich engagieren und Unterstützung und Hilfe brauchen und in Anspruch nehmen wollen,
1009 dann sich regelmäßig mit Menschen zu zum Kaffeeplausch oder zum telefonischen Small
1010 Talk zu treffen. Ja, wir sind für die Ehrenamtlichen da. Die Ehrenamtlichen müssen aber dann
1011 auch Engagement zeigen und zwar im Sinne des Senders oder des Produkts und das ist schon
1012 sehr wichtig, um unserem Auftrag gerecht zu werden und den Sender auch voranzubringen.

1013 **Naomi Nowak:** Dann wurde eben nicht nur geäußert, dass die Ehrenamtlichen sich diesen
1014 engeren Kontakt wünschen zu den Hauptamtlichen, sondern sie haben auch gesagt, sie wün-
1015 schen sich, dass die Sender innovationsbereiter werden und auch vor allem ihre Social Media
1016 Präsenz erhöhen und dazu habe ich jetzt auch nochmal zwei Zitate mitgebracht, die das Ganze
1017 ein bisschen veranschaulichen sollen. Jemand hat gesagt „der Verein ist sehr stark und nennen
1018 wir es politisch korrekt und freundlich, traditionell ausgerichtet. Ideen und Modernisierung
1019 werden beinahe gänzlich ausgegrenzt. Das ist meines Erachtens das Gegenteil von Medien-
1020 kompetenz und Bürgernähe“. Und dann gibt es ein zweites Zitat, da hat jemand gesagt „das

1021 Problem ist, dass der Sender oder Verein offen kundig kein Interesse daran hat, den Bürger-
1022 funk präserter darzustellen. Heutzutage benutzt jeder Smartphone und Internet, dort sollten
1023 Informationen bereitgestellt werden“ und hat dann noch ergänzt „als wären sie gestern erst
1024 vom Baum gefallen und nicht seit über 25 Jahren auf Sendung“. Jetzt wieder die Frage an
1025 Sie. Was sagen Sie zu solchen Äußerungen? Können Sie das nachempfinden?

1026 **Jürgen Stricker:** Dazu fällt mir Folgendes ein: Ich war, ich glaube es war im Mai, bei der
1027 Jahrestagung des Bundesverbands Bürgermedien in Berlin und ja es gibt da solche Sender,
1028 die sich auch offensiv so dargestellt haben und gesagt haben, wir bleiben bei unserer traditi-
1029 onellen Sichtweise, wir strahlen nur im Kabelfernsehen aus, dafür werden wir gefördert und
1030 unterstützt, dafür bekommen wir Geld und wir haben zwar einen Facebook Account, aber
1031 deshalb konzentrieren wir uns darauf nicht, das ist uns egal. Hat mich überrascht, aber solche
1032 Extrembeispiele gibt es, wenn man das bundesweit betrachtet und ich beziehe mich jetzt nicht
1033 auf Niedersachsen, schon, habe ich selbst erfahren dürfen oder müssen in diesem Jahr. Hat
1034 mich auch etwas irritiert zurückgelassen. Das andere ist, Bürgersender werden ja finanziell
1035 gefördert und die Förderung ist nur unterschiedlich stark ausgeprägt... darauf wollte ich hin-
1036 aus und sie müssen schauen, wie sie mit den finanziellen Ressourcen zurechtkommen und da
1037 kommt es dann wieder auf das bürgerschaftliche Engagement an. Ich hatte ja vorhin berichtet,
1038 dass es Menschen gibt, die noch nicht wussten, wie sie sich ehrenamtlich engagieren können
1039 oder sollen. Also wir würden uns dann zum Beispiel über Menschen freuen, die sich im Be-
1040 reich bei IT engagieren oder im Bereich Social Media und die sagen, daran haben wir Freude
1041 und wir haben vielleicht auch noch Ahnung von Web Design, wir unterstützen euch da und
1042 modernisieren das und bauen das auf. Die Fördergelder gehen größtenteils ins Personal. Es
1043 gibt auch Bürgersender die damit ihre Miete bestreiten müssen oder andere laufende Kosten.
1044 Bei uns ist es so, dass die Stadt Wolfsburg uns die Räumlichkeiten kostenfrei zur Verfügung
1045 stellt und die sagen, sie müssen ihr Budget vernünftig aufteilen und gucken, was sie damit
1046 tun können und wo sie Förderer und Unterstützer finden. Das können Stiftungen sein, das
1047 können Banken sein, das können Bürger wie du und ich sein, die sagen, wir unterstützen den
1048 Sender finanziell und geben auch Geld dafür, die Sender weiter zu entwickeln oder eben wir
1049 stellen unser persönliches fachliches Knowhow zur Verfügung und bringen das in den Sender
1050 ein, denn ich habe ja gesagt, wir schaffen hier eine neue Willkommenskultur, das ist auch
1051 wichtig und richtig und absolut notwendig, damit Menschen, die hier herkommen sich wohl-
1052 fühlen, sowohl in der Sendezentrale in Wolfsburg als auch im Sender Standort Salzgitter. Wir
1053 brauchen, wünschen und wollen aber unbedingt und zwingend - dafür sind Bürgersender da,
1054 deswegen heißen sie auch Bürgersender - Bürgerschaftliches Engagement. Es kann nicht so
1055 sein, meines Erachtens, dass wir alles vorsetzen und organisieren und auch, um nochmal die

1056 Social Media Thematik aufzugreifen, alles Häppchengerecht ins Netz stellen. Da sind die
1057 Bürgerinnen und Bürger bei einem Bürgersender auch selbst gefordert, denn sonst wären wir
1058 kein Bürgersender. Bürgerschaftliches Engagement ist zwingend notwendig, ist essenziell,
1059 ist überlebenswichtig für die Sender. Insofern ist das zweischneidig: Wir wollen Medienkom-
1060 petenz und Bürgernähe vermitteln, das machen wir auch. Wir haben da bei uns im Sender
1061 speziell einen gewissen Nachholbedarf. Wir sind in der Neuausrichtung drin und insofern
1062 sehe ich uns da nicht angesprochen als ein Sender, der das Gegenteil von Medienkompetenz
1063 darstellt.

1064 **Naomi Nowak:** Ich habe dann jetzt zum Abschluss noch zwei Fragen, die sich auf die sozi-
1065 odemographischen Merkmale der Ehrenamtlichen beziehen, also was ist da speziell zu raus-
1066 gekommen und...

1067 **Jürgen Stricker:** Darf ich noch eine Ergänzung machen? Also bei den Workshops, die wir
1068 anbieten, und auch die Ansprache und Kommunikation mit den Ehrenamtlichen und den
1069 neuen Ehrenamtlichen, die bezieht sich auch auf diese Innovationsbereitschaft und auf diesen
1070 Innovationswillen und wir machen da ganz deutlich, dass da eben auch die Ehrenamtlichen
1071 mit an Board sein müssen, unbedingt, und es ist auch so, dass da, um das Bild abzurunden,
1072 sich auch viele Ehrenamtliche einbringen und engagieren und ihren Teil dazu beitragen, den
1073 Sender voranzubringen und Ehrenamtliche sind ja bei Bürgersendern, auch das will ich noch-
1074 mal betonen, weil wir darüber noch gar nicht gesprochen haben, die Vorstände und beim
1075 Sender TV 38 ist der Vorstand extrem und vorbildlich engagiert. Das ist in der Form eher
1076 ungewöhnlich und untypisch für Bürgersender und durch dieses extrem starke ehrenamtliche
1077 Engagement des Vorstands, haben wir überhaupt die Möglichkeit, den Sender neu zu erfin-
1078 den, für die Zukunft fit zu machen und auf neue Beine zu stellen. Das Engagement ist so
1079 stark, dass es sich phasenweise schon anfühlt und auch von Ehrenamtlichen, die nur filmen,
1080 so wahrgenommen wird, als ob es schon einen hauptamtlichen Anstrich hat. Also das ist
1081 schon eine große Besonderheit und da ist einerseits extremes ehrenamtliches Engagement,
1082 extreme Innovationsbereitschaft im Vorstand gegeben. Es gibt bei uns monatliche Vorstands-
1083 sitzungen, bei den die Meilensteine besprochen werden für die Zukunftsausrichtung und es
1084 gibt darüber hinaus die Menschen, die neu dazukommen und die eben das klassische Pro-
1085 gramm auch bestücken und machen. Das war mir nochmal wichtig, das zu spiegeln und es
1086 hängt natürlich, die Innovationsbereitschaft, auch an den Vorständen, auch an den Geschäfts-
1087 führungen, aber die Geschäftsführung der Sender müssen auch den Rückenwind haben und
1088 die Möglichkeiten, die ihnen der Vorstand gibt, um Dinge innovativ voranzutreiben und wir
1089 ziehen hier alle an einem Strang, es geht im Wortsinne Hand in Hand und deshalb macht das
1090 auch so viel Freude hier, den Sender neu zu erfinden und voran zu bringen. Und das ist eine

1091 sehr, sehr heterogene Landschaft, will ich es mal so bezeichnen, wenn ich mir die Bürgersen-
1092 der anschau, egal ob Fernsehen oder Radio, wie da die Arbeitsweisen, die Strukturen und
1093 das Engagement läuft. Das wäre auch aus meiner Sicht bei so einer wissenschaftlichen Arbeit
1094 mit zu berücksichtigen und ein wichtiger Punkt, der da Eingang finden sollte.

1095 **Naomi Nowak:** Ja absolut, also vielen Dank für die Ergänzung an der Stelle und genau quasi
1096 jetzt von dieser heterogenen Landschaft, von der sie gerade gesprochen haben, zu einem Er-
1097 gebnis, wo sich zeigt...

1098 **Jürgen Stricker:** Bin ich eigentlich zu sehen? Können Sie mich sehen?

1099 **Naomi Nowak:** Ne, ich sehe Sie nicht. Ich sehe sie leider nicht.

1100 **Jürgen Stricker:** Ich habe nämlich jetzt erst den kleinen Button entdeckt, der es mir erlaubt,
1101 hier auf Freigabe zu gehen...sorry, hätten Sie vorher was gesagt. Das tut mir total leid.

1102 **Naomi Nowak:** Kein Problem, jetzt sind Sie zu sehen, jetzt sehe ich Sie.

1103 **Jürgen Stricker:** Okay, weil mit diesem Tool habe ich tatsächlich noch nicht konferiert.

1104 **Naomi Nowak:** Alles gut, ich wollte eigentlich auch per Zoom das ganze veranstalten, aber
1105 da gibt es jetzt irgendwie so eine neue Regelung, dass nach vierzig Minuten das Meeting
1106 beendet wird, wenn man nicht die teure Lizenz hat und deswegen bin ich dann umgestiegen.
1107 Hier geht es nämlich ohne Unterbrechung, das fand ich dann irgendwie angenehmer. Zwei
1108 Fragen hätte ich jetzt eben tatsächlich noch, die sich speziell auf die Ehrenamtlichen beziehen
1109 und Sie haben jetzt eigentlich schon total viel auch immer wieder zu den Ehrenamtlichen
1110 gesagt, eben, dass es eine große Altersspanne gibt, also es gibt genau so 70 Jährige, wie 20
1111 Jährige und ja die Ergebnisse der Umfrage bestätigen in dem Fall eigentlich das, was auch
1112 schon vor 20 Jahren gezeigt wurde, dass sich eigentlich mehrheitlich Männer mit einer formal
1113 höheren Bildung engagieren. Menschen mit Migrationshintergrund sind eher unterrepräsen-
1114 tiert in den Bürgersendern und ja das die Männer auch eher älter sind, also 50 plus. Genau,
1115 das ist so das Ergebnis, was sich widerspiegelt und dem können Sie jetzt bestimmt einiges
1116 entgegenhalten, so wie ich das schon herausgehört habe.

1117 **Jürgen Stricker:** Also bei denen langjährige Nutzern, wie sie ja so schön im Bürgerfernseh-
1118 jargon heißen, ist es so. Das sind überwiegend ältere und Männer. Aber wenn ich das in
1119 Summe betrachte, ist es bei uns anders. Wir haben sehr viele Frauen, die sich engagieren und
1120 wir haben auch, ich kann das prozentual gerade nicht bewerten, aber verhältnismäßig viele
1121 Menschen mit dem gerade genannten Migrationshintergrund. Also es ist schon sehr bunt
1122 durchmischt.

1123 **Naomi Nowak:** Gibt es denn irgendwie vielleicht auch Gesellschaftsgruppen, wo Sie sagen,
1124 die finden sich irgendwie bei uns nicht so wieder und woran liegt das vielleicht auch, dass
1125 nicht alle Gesellschaftsgruppen an dieser Idee der Bürgermedien partizipieren und man viel-
1126 leicht auch gar nicht alle so ansprechen kann, wie man das vielleicht gerne möchte und wie
1127 es diese Zugangsoffenheit vielleicht vorsieht?

1128 **Jürgen Stricker:** Ja es gibt eine Gruppe der deutlich unter 20 Jährigen – Jugendliche, Tee-
1129 nager. Da spielt möglicherweise auch das Thema Recht am eigenen Bild eine Rolle... die
1130 schwer zu greifen sind. Wir haben sehr viele Bewerbungen für Praktika, weil irgendwas mit
1131 Medien ist immer irgendwie interessant. Viele der Bewerber haben aber gar kein Faible oder
1132 Zugang oder Interesse am Medion selber, sondern bewerben sich nach dem Zufallsprinzip,
1133 habe ich den Eindruck und wir haben auch Schulen als Kooperationspartner und es zeigt sich,
1134 dass das schwierig ist, die Schülerinnen und Schüler zu gewinnen. Das ist eine Gruppe, die
1135 schwierig zu gewinnen ist, weil viele ja im Ganztagsunterricht sind und weil die Anforderun-
1136 gen extrem hoch sind in Schulzeiten. Weil Corona seinen Part dazu beigetragen hat, auf Dis-
1137 tanz zu gehen und vieles digital zu organisieren. Weil die lineares Fernsehen gar nicht mehr
1138 gucken, weil wir, jetzt auf Tv38 bezogen, auch unsere Bekanntheit steigern müssen gerade
1139 bei den Schülerinnen und Schülern und auch den Benefit, den Mehrwert, den Teenager und
1140 Schüler davon haben, sich zu engagieren und einzubringen. Das ist die Gruppe, die sich bisher
1141 wenig einbringt, wenig engagiert, vielleicht aber auch über unser Tutorial Studio doch Inte-
1142 resse an uns zeigt, denn wir sind hier in einem Bildungszentrum als Sender untergebracht.
1143 Wir haben links ein Jugendzentrum, rechts eine Oberschule. Da sind auch schon häufig
1144 Schulklassen und Schülerinnen und Schüler dagewesen und hat tatsächlich der Großteil ge-
1145 sagt, also das traue ich mich nicht, wenn da ein Kameramann ist und da drei Kameras stehen
1146 und noch jemand den Ton regelt und das ist mir zu viel, zu aufregend, das ist einfach too
1147 much. Ich würde mich in so ein kleineres Studio setzen oder wenn ich zu Hause bin, nehme
1148 ich auch Aufnahme auf in meinem Zimmer oder vor der selbst gebauten Kulisse. Das ist auch
1149 einer der Beweggründe, warum wir gesagt haben, wir bauen dieses kleinere Studio auf, um
1150 auch den ganz jungen, die hier bei uns im Umfeld sind, die Möglichkeit zu geben, sich hier
1151 bei uns auszuprobieren und auszutesten. Und das auch ganz niedrigschwellig zu machen,
1152 denn viele sind auch abgeschreckt tatsächlich durch diese vermeintlich großen Kameras, das
1153 ist vielen schon zu technisch, zu viel und zu abschreckend. Jeder hat ein großes Smartphone,
1154 fast in Tablet Größe und das ist der Weg, den wir auch unbedingt bestreiten müssen, das
1155 mobile filmen, das Smartphone filmen zu professionalisieren und da auch die Kompetenz zu
1156 vermitteln und auch sowohl den Schülerinnen und Schülern, als auch insgesamt allen Ehren-
1157 amtlichen näher zu bringen.

1158 **Naomi Nowak:** Ja vielen Dank. Wir sind am Ende, also ich habe keine weitere Frage mehr.
1159 [Verabschiedung].

A.4.3 Interview 3

Klaus-Jürgen Buchholz (NLM) (Interview am 15.11.2022 um 17:00 Uhr/ Dauer des Interviews 55:29 Minuten)

1160 [Begrüßung und Erläuterung der Umfrage]

1161 **Naomi Nowak:** Dann würde ich sagen, starten wir direkt. Und zwar mit einer Sache, damit
1162 habe ich Sie auch schon, sozusagen, einmal konfrontiert. Und zwar geht es darum, dass ja der
1163 Forschungsstand zu den Ehrenamtlichen in Niedersachsen schon 20 Jahre alt ist und da wäre
1164 meine Frage an Sie, was glauben Sie woran liegt das, dass es danach irgendwie kein Interesse
1165 mehr seitens der Wissenschaft gab, sich mit den Ehrenamtlichen in den Bürgermedien noch-
1166 mal auseinanderzusetzen?

1167 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Also ich würde gar nicht mal sagen, dass das an einem mangelnden
1168 Interesse gelegen hat. Wir haben uns allerdings mit Blick auf die publizistischen Anforderun-
1169 gen, die der Gesetzgeber auch formuliert hat, stärker auf andere Bereiche konzentriert, näm-
1170 lich eben auf die Programmanalysen, also das Produkt sozusagen des ganzen Schaffens. Und
1171 vor dem Hintergrund, dass wir hier auch immer Unterstützung aus dem lokalen und regiona-
1172 len Raum brauchen, auch auf die Akzeptanz. Wir haben Reichweitenstudien gemacht, beides
1173 aber auch schon seit sehr langer Zeit nicht mehr, und das hat einen ganz einfachen Grund:
1174 Solche anwendungsbezogene Forschung ist eben wirklich wahnsinnig teuer. Wir wollen jetzt
1175 wieder eine Reichweitenstudie anschieben, die wird aber aller Voraussicht nach fast doppelt
1176 so teuer sein wie die Letzte, die wir durchgeführt haben, und darum sind da einfach, ja... -
1177 Ressourcen sind wirklich der begrenzende Faktor. Normalerweise, auch für mich persönlich,
1178 ich habe auch vor vielen, vielen Jahren mal Publizistik studiert, ist durchaus auch die Kom-
1179 munikator-Forschung nicht uninteressant. Und auch das, was wir damals gemacht haben, im
1180 Rahmen der offiziellen Begleitforschung, als wir Ende der 90er Jahre noch von einem Ver-
1181 such sprachen, da haben wir das ja alles gemacht und da gab es auch sehr interessante Be-
1182 funde entlang der verschiedenen Statusse, die die unterschiedlichen Beteiligten haben. Wir
1183 haben das so ein bisschen weiter verfolgt noch, indem wir so ein Organisationsentwicklungs-
1184 projekt angeschoben hatten, durchaus mit der Blickrichtung, zu so etwas wie Zielvereinba-
1185 rungen zu kommen mit den Leuten, die im Bürgerrundfunk arbeiten. Das war allerdings
1186 schon sehr, sehr mühselig muss ich sagen, das ist sehr, sehr mühselig gewesen. Also es ist

1187 nicht mangelndes Interesse, sondern es sind vor allen Dingen und zuerst dann begrenzte Res-
1188 sourcen. Wenn ich eben zu entscheiden habe, hier oder da 1 Euro für Forschung, wofür gibst
1189 du den jetzt aus? Und dann würde ich sagen, im Interesse der Bürgersender ist dann auch
1190 wesentlich zu wissen, wie steht es um die Akzeptanz, weil diese Frage müssen sie regelmäßig
1191 auch beantworten, wenn sie vor Ort Klinkenputzen gehen.

1192 **Naomi Nowak:** Ja, na klar! Also vielen Dank für diese Sichtweise. Jetzt würde ich Sie tat-
1193 sächlich fragen, und da weiß ich gar nicht, inwiefern sie das überhaupt beurteilen können;
1194 vielleicht muss ich an dieser Stelle auch nochmal sagen, ich habe hauptsächlich jetzt mit Ge-
1195 schäftsführern eben aus Bürgersendern gesprochen, das heißt wir müssen immer schauen,
1196 okay, inwiefern können Sie jetzt überhaupt was dazu sagen. Und zwar geht es jetzt um die
1197 Frage: Was wissen Sie eigentlich über die Ehrenamtlichen, die sich in den sächsischen Bür-
1198 gersendern engagieren?

1199 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Klar, wir haben natürlich diese Definition von früher eben halt, in
1200 wie weit die heute noch zählt, kann ich nicht genau sagen. Ich vermute allerdings auch, wir
1201 haben möglicherweise eine ganze Menge Leute von damals sogar noch mit dabei. Die ent-
1202 scheidende Frage ist also, inwieweit es wohl gelungen sein wird in den letzten zwei Jahrzeh-
1203 ten auch jüngere Leute zu holen und ob die möglicherweise mit ähnlichen Motivationen ar-
1204 beiten, wie die Älteren von damals, die damals auch natürlich etwas jünger waren. Denn so
1205 etwas wie Bürgerradio, Bürgerrundfunk hat ja seinen Ursprung im freien Radio und nicht-
1206 kommerziellen Radio durchaus auch mit politischen Impetus. Inwieweit das heute noch zählt,
1207 ist natürlich sehr schwer zu beurteilen. Ich merke allerdings, dass viele Sender auch zu Aus-
1208 bildungssendern geworden sind. Das heißt, es gibt sehr wohl jüngere Leute in den Sendern,
1209 aber die haben natürlich ein ganz anderes Motiv. Den geht es nicht unbedingt darum, den
1210 einen oder anderen Inhalt primär in die Öffentlichkeit zu bringen, sondern die haben ein be-
1211 rufsqualifizierendes Motiv. Und das mag sich dann natürlich auch mit bestimmten Inhalten,
1212 inhaltlichen Präferenzen, Prioritäten verbinden, aber das abschließend zu beurteilen, das
1213 könnte ich natürlich aufgrund der Daten und Faktenlage, die mir zur Verfügung, steht nicht
1214 machen.

1215 **Naomi Nowak:** Ja, danke für die Einschätzung. Also wir werden auch später nochmal auf
1216 die Motive natürlich zu sprechen kommen und auch wie sich das jetzt verteilt in den Alters-
1217 gruppen. Also wer ist jetzt eigentlich dort tätig. Ich möchte das jetzt aber an dieser Stelle
1218 nicht vorwegnehmen, deshalb würde ich noch mal zur nächsten Frage übergehen und auf ein
1219 Ergebnis zu sprechen kommen, was sich in der Umfrage gezeigt hat und zwar haben bereits

1220 ein Drittel der Ehrenamtlichen einmal darüber nachgedacht, das Ehrenamt in den Bürgersendern aufzugeben und da wäre auch meine Frage, inwieweit Sie das beurteilen können oder
1221
1222 vielleicht auch mitbekommen, dass das Ehrenamt tatsächlich eher etwas ist, was temporär ist
1223 heutzutage und ob Sie das auch irgendwie in den Bürgermedien so möglicherweise mitbe-
1224 kommen?

1225 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Also Ehrenamt in der heutigen Zeit ist ja sowieso etwas Schwieri-
1226 ges, auch andere Organisationen, traditionelle Organisationen, haben ja durchaus Schwierig-
1227 keiten, Leute für soziales, für kulturelles Engagement wirklich dauerhaft zu gewinnen und
1228 eben auch Nachwuchsgewinnung zu betreiben. Man muss sich natürlich mit den Zielen die
1229 so eine Einrichtung hat, auch wirklich identifizieren können und man muss auch sagen, das
1230 ist mir eben so viel wert, das mache ich, weil ich das gut, weil ich das richtig finde, und dafür
1231 muss ich auch nicht bezahlt werden. Ob es da eine veränderte Haltung gibt, ja oder nein, kann
1232 ich nicht beurteilen. Sicherlich müssen sich aber Verantwortliche in diesen Organisationen,
1233 und da spreche ich jetzt wirklich nicht nur für den Bürgerrundfunk, sondern für alle Organi-
1234 sationen, die darauf angewiesen sind, dass sich Leute in ihren Organisationen engagieren,
1235 eben überlegen: Ja wie krieg ich eigentlich vernünftigen Nachwuchs gewonnen, bei welchen
1236 Interessen packe ich die eigentlich? Und das ist glaube ich ganz logisch, dass heute das Ver-
1237 hältnis von jungen Leuten zu Medien und was den Zugang auch zu Medien angeht, ein ganz,
1238 ganz anderes ist, als noch vor 20 oder 25 Jahren. Also die Digitalisierung hat da gerade in der
1239 Kommunikation unheimlich viel verändert.

1240 **Naomi Nowak:** Ja, Sie sprachen jetzt gerade schon von der Nachwuchsgewinnung und da-
1241 rum dreht sich auch die nächste Frage und zwar nehmen Sie Maßnahmen wahr von den Bür-
1242 gersendern, um das Ehrenamt wieder attraktiver zu gestalten?

1243 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Also ich kann jetzt nicht über ganz konkrete Projekte sprechen, ich
1244 weiß wohl, dass sie natürlich alle versuchen, eben über die Tätigkeit an Schulen sozusagen,
1245 über den eigenen Tellerrand auch hinauszuschauen und zu gucken und zu machen. Das ist
1246 sicherlich sehr vielfältig. In der Stadt stellt sich das vielleicht anders dar, was man da machen
1247 kann, als auf dem platten Land, aber da haben wir dann letztlich, auch weil wir es nicht wirk-
1248 lich systematisch untersuchen, keinen vollständigen Überblick, was da wirklich passiert. In-
1249 sofern sind Arbeiten wie die Ihre natürlich unheimlich hilfreich.

1250 **Naomi Nowak:** Ich hoffe! Zumindest ein erster Anhaltspunkt, ja.

1251 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Da bin ich mir ganz sicher sogar, dass das so sein wird!

1252 **Naomi Nowak:** Dann geht's jetzt nochmal um die Frage, die auch so ein bisschen der Auf-
1253 hänger für meine Arbeit war, und zwar die Daseinsberechtigung der Bürgermedien in der
1254 heutigen Zeit. Was sagen Sie, warum haben Bürgermedien auch in Zeiten von YouTube noch
1255 eine Daseinsberechtigung?

1256 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Ja, weil es natürlich nicht einfach darum geht, eine Verbreitungs-
1257 plattform zu haben. Wenn es darum natürlich geht, dass man mit möglichst einfachen Mitteln
1258 sozusagen, technischen Mitteln, die Möglichkeit hat, jemanden zu erreichen, klar, dafür brau-
1259 che ich nicht die Institution Bürgerrundfunk. Aber die Institution Bürgerrundfunk hat ja
1260 schon einen etwas anderen Auftrag auch. Die ist ja eben nicht nur darauf ausgerichtet, dass
1261 Leute sich dort beteiligen können, dass die sozusagen ein Sprachrohr finden. Sondern sie ist
1262 schon auch darauf ausgerichtet, dass sie sich insbesondere im Bereich der lokalen Informati-
1263 onen bewegen, und die Einrichtung Bürgerrundfunk, indem sie ja eben auch Ehrenamtliche
1264 einbinden soll und Freiwillige, ist natürlich auch immer eine kleine Bildungseinrichtung. Das
1265 heißt, wer sich qualifiziert an eine Öffentlichkeit wenden will, der ist möglicherweise gut
1266 beraten, mal zu schauen, wie macht man denn einen guten Audio- oder Videobeitrag. Und
1267 genau das soll ja ein Bürgersender auch vermitteln, und wenn er gut ist, tut er das auch. Und
1268 dann ist es fast egal, ob das, was da produziert wird, ich sag mal, auf dem traditionellen Kabel
1269 Kanal oder über UKW verbreitet wird oder aber eben, wie es ja alle niedersächsischen Sender
1270 machen, zusätzlich auch über irgendeinen Stream im Internet. Webcast-Betrieb haben sie so-
1271 wieso alle, alle vierzehn. Einzelne versuchen eben auch, Webcast und Podcast anzubieten,
1272 das ist gerade wenn es um Musik geht allerdings durchaus nicht ganz leicht, da steht vor allem
1273 das Urheberrecht und das Leistungsschutzrecht ein bisschen im Weg, da muss man sich mal
1274 ganz genau überlegen, was kann ich sozusagen zum Einzelabruf überhaupt anbieten. Auch
1275 das ist rein technisch alles ganz, ganz leicht möglich, wie auch unser großes Internetradio-
1276 Projekt belegt, dass wir auch seit vielen Jahren fördern über N21, aber es geht eben bei dem
1277 Bürgerrundfunk heutzutage nicht mehr einfach darum, Leuten technisch die Möglichkeit zu
1278 geben eine Öffentlichkeit zu erreichen. Ging es nie. Früher war das aber ganz wichtig, weil
1279 es eben kein so einfach zu bedienendes Internet gab, oder zu nutzendes Internet. Wenn man
1280 da eben die Wohnzimmer erreichen wollte, dann ging das eben nur über das Radio oder über
1281 das Fernsehen. Das ist heute natürlich komplett anders, aber die rein technische Zugänglich-
1282 keit, die heißt ja noch lange nicht, dass ich Beiträge so produziere, dass sie von meinen po-
1283 tentiellen Rezipienten auch wirklich angenommen werden. Und dass die Bürgersender, zu-
1284 mindest grundsätzlich, jeder natürlich durchaus unterschiedlich, grundsätzlich gut lehrende
1285 Institutionen sind, glaube ich, sieht man auch daran, dass es in Niedersachsen noch eine ganz

1286 schöne Menge Azubis eben auch im Bürgerrundfunk gibt. Und zwar sowohl in diesen Berei-
1287 chen, Mediengestalter Bild und Ton, aber eben auch Volontäre. Und diese Leute kommen in
1288 der Regel auch unter, auch außerhalb, sozusagen, dieses kleinen Alternativmedienbereiches.
1289 Und dann denke ich immer, dann machen sie doch einigermaßen was richtig, wenn sie jetzt
1290 tatsächlich auch als Sprungbrett für eine ordentliche berufliche Karriere genutzt werden kön-
1291 nen.

1292 **Naomi Nowak:** Ja, jetzt haben Sie gerade schon das Sprungbrett angesprochen, und deshalb
1293 muss ich an dieser Stelle eine Frage vorziehen, die ich mir eigentlich für später aufgehoben
1294 habe. Denn da geht es genau darum, dass die Umfrage gezeigt hat, dass, zumindest unter den
1295 Studierenden, also Auszubildende waren glaube ich sogar nicht in der Umfrage enthalten,
1296 aber unter den Studierenden, die an der Umfrage teilgenommen haben, war kein einziger
1297 dabei, der aus dem Bereich Medien / Kommunikationswissenschaft / Journalistik oder ver-
1298 wandten Fächern kam, sondern es waren immer andere Fachbereiche und deshalb wäre jetzt
1299 auch meine Frage an Sie gewesen: Ist Ihre Einschätzung, dass Bürgermedien immer noch als
1300 Sprungbrett in den professionellen Journalismus benutzt werden, also sehen Sie das aktuell
1301 noch? Ich fand das jetzt so spannend, dieses Ergebnis, dass eben niemand dabei war, der auch
1302 in diesem Bereich irgendwie was studiert hat, sondern es dann scheinbar irgendwie andere
1303 Motive auch gab für Jüngere.

1304 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Man muss sicherlich schauen, um was geht es halt. Aber wenn es
1305 zum Beispiel um die audiovisuelle Ausbildung geht, also Mediengestalter Bild und Ton, das
1306 ist letztlich ein nichtakademischer Beruf, da bin ich mir sicher, das funktioniert. Und was die
1307 Nutzung durch Studierende angeht, ist das natürlich so eine Sache. Es mag schon sein, ich
1308 sag mal, Salzgitter, wenn ich das richtig weiß, hat auch relativ stark audiovisuelle Ausrich-
1309 tung in der Ausbildung, aber gehen Sie mal nach Wilhelmshaven. Da gibt es enge Verknüp-
1310 fung zu dortigen Hochschulen, und dort findet auch gegenseitig Lehre statt und Leute, die
1311 von der Hochschule kamen, hatten schon Geschäftsführung im Bürgersender gemacht und
1312 sind dann weitergezogen und und und. Das gibt es schon. Wie systematisch das funktioniert,
1313 das hängt natürlich immer auch von den Institutionen der jeweiligen Regionen ab. Haben
1314 diejenigen, die in Göttingen im weitesten Sinne etwas mit Publizistik an der Hochschule ma-
1315 chen, daran Interesse, beim Stadtradio Göttingen irgendetwas Praktisches nur zu machen?
1316 Das kann man nicht erzwingen natürlich, das ist ganz klar. Und vielleicht ist es auch so, dass
1317 heutige Leute sagen, eigentlich interessiert mich eher eine Karriere bei RTL 2 oder was weiß
1318 ich wo. Das darf man sicherlich auch nicht verkennen, dass in bestimmten Bereichen auch
1319 Bürgerrundfunk dann vielleicht auch so ein, ja, nicht so ein tolles Image hat. Vielleicht für
1320 manch einen schon zu bieder wirkt oder so, da sind natürlich auch die Sender selber gefragt

1321 natürlich, sich zu überlegen, okay, wie werden wir wohl in verschiedenen Bereichen um uns
1322 herum wahrgenommen. Aber man kann natürlich niemanden zu Kooperation zwingen. Ich
1323 rate immer allen: Im Bürgerrundfunk, wer da anfängt, der kann da Fehler machen, sag ich
1324 mal, ohne Ende. Der kann da wirklich learning by doing betreiben, ohne, dass er eine
1325 schlechte Note kriegt oder sonst etwas. Der darf alles sofort anfassen im Prinzip, dass wird,
1326 wenn man meint seine ersten Fußstapfen beim ZDF machen zu müssen oder beim NDR, so
1327 leicht nicht möglich sein. Da wird der verantwortliche Redakteur sicherlich erstmal sagen:
1328 So nicht! So erstmal nicht! Mach mal ein Skript oder so schreib mal was auf, aber an die
1329 Kamera oder dieses oder jenes Gerät, das fasst du mir bitte nicht an. Und das ist tatsächlich
1330 in dem Bereich natürlich komplett anders. Wo wir inzwischen, oder schon seit längerer Zeit
1331 angekommen sind, das hat natürlich auch mit der Digitalisierung zu tun, wir haben auch
1332 durchaus, denke ich, hochwertiges Equipment, weil eben gerade Produktionsequipment über
1333 die Digitalisierung nicht einfach nur kleiner geworden ist. Es ist günstiger geworden, es ist
1334 ausreichend zur Verfügung. Natürlich, wenn man ganz hochwertige Kameras haben will, wie
1335 Sie sie auch in der Ausbildung in Salzgitter haben, das ist klar, das kann sich so ein kleiner
1336 Bürgersender nicht leisten. Er kann aber mit dem Equipment, was er hat, denke ich, auch
1337 schon vernünftige digitale Bilder machen und sie auch entsprechend nachbearbeiten.

1338 **Naomi Nowak:** Ja. Und tatsächlich, also, vielleicht nochmal für Sie, was sich jetzt aus den
1339 Interviews, die ich schon geführt habe, ergeben hat, ist, das auch vor allem Studierende aus
1340 dem technischen Bereich eben gerne diese Möglichkeit natürlich nutzen, in den Bürgerme-
1341 dien mal reinzuschauen. Also mir wurde von einer Studierendengruppe aus Braunschweig
1342 erzählt, die irgendwie IT / Informatik studieren, und eben total Lust haben, dieses technische
1343 auszureizen und irgendwie mit 8 Kameras gleichzeitig zu filmen. Ja, also wahrscheinlich auch
1344 eben die Chance, dass man jüngere Menschen aus anderen Fachbereichen auch gewinnt, die
1345 vielleicht auf den ersten Blick nicht unbedingt etwas mit Medien zu tun haben.

1346 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Das war früher auch schon immer eine Motivation. Die Leute ka-
1347 men ja aus verschiedenen Bereichen. Die einen hatten halt, sag ich mal, ja, eine ausgespro-
1348 chene lokale Affinität und wollten da sozusagen ein Portal schaffen. Die anderen hatten ein
1349 ausgesprochenes politisches Sendungsbewusstsein, wollten uns zwingend bestimmte Inhalte,
1350 die gar nichts mit dem Lokal zu tun hatten, vermitteln. Und dann gab es immer schon die
1351 Technik-Freaks halt auch, die gab es sowieso immer. Und dann kann man natürlich auch in
1352 so einem Sender, egal ob Hörfunk, obwohl, da ist Fernsehen natürlich noch besser, weil ein-
1353 fach noch komplexer die Technik dann ist, und einen audiovisuellen Beitrag herzustellen ist
1354 ja auch aufwendiger als ein Hörfunk-Beitrag, das muss man schon sagen. Ich will auch nicht
1355 sagen, dass einen Hörfunkbeitrag zu erstellen ganz leicht ist, weil er soll ja die Bilder im Kopf

1356 machen. Auch da muss man also die richtigen Worte und die richtige Atmo finden. Jedes
1357 Medium hat ja so sein Spezifikum. Aber wie gesagt, ich kann ihnen da nur Recht geben, in
1358 der Tat, das Motiv, mit der Technik etwas zu machen, das war auch früher schon, auch zu
1359 Anfangszeiten, immer mitgegeben, ganz klar.

1360 **Naomi Nowak:** Genau! Und Motiv ist auch ein gutes Stichwort, denn das Hauptmotiv, das
1361 sich in der Umfrage herauskristallisiert hat, deckt sich tatsächlich auch mit den Studien von
1362 vor 20 Jahren. Und zwar steht der Spaß an der Produktion nach wie vor im Vordergrund,
1363 gefolgt von dem Motiv andere unterhalten zu wollen. Und wenn man sich mal so publizisti-
1364 sche Ziele anschaut, dann ist es so, dass die Ehrenamtlichen ja hauptsächlich neutral und
1365 präzise informieren wollen und andere unterhalten wollen, und tatsächlich stehen politische
1366 Ziele ganz weit unten auf der Liste. Also sie spielen eigentlich, zumindest laut den Ergebnis-
1367 sen dieser Umfrage, so gut wie gar keine Rolle.

1368 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Gerade im Hörfunkbereich stammen ja viele der Initiatoren aus
1369 den 80er oder 70er Jahren aus der Anti-Atomkraft-Bewegung. Nehmen sie Radio Dreyeck-
1370 land, sozusagen die Urmutter aller nicht-kommerziellen Radiosender in Deutschland, das
1371 hätte es, wenn es nicht diese Atomkraft-Geschichten da im Länderdreieck unten im Süden
1372 gegeben hätte, so gar nicht gegeben. Und die waren auch für manch einen Sender im Übrigen
1373 hier in Niedersachsen durchaus Vorbild, da ging es eben auch nicht nur um Radio, sondern
1374 da ging es eben auch um politisches Sendungsbewusstsein. Brechts Radiotheorie, die nie eine
1375 Theorie war, sondern auch irgendwie erstmal einfach nur eine Feststellung, aber immerhin,
1376 davon haben sich schon einige leiten lassen. Und dass das heute vielleicht so nicht mehr zieht
1377 oder so, hat einfach damit zu tun, natürlich Gesellschaft verändert sich ja auch, und das, was
1378 die Leute als wichtig empfinden, verändert sich. Das heute möglicherweise mehr Unterhal-
1379 tung eine Rolle spielt, wundert mich auch nicht, weil wenn ich im Netz sehe, dass junge
1380 Leute, die sich dort profilieren wollen, sich dann als sogenannte Influencer profilieren, das
1381 ist ja so eine ganz irre Form, im Prinzip, der öffentlichen Selbstdarstellung. Ich kann da nicht
1382 viel mit anfangen, aber andere eben offensichtlich schon.

1383 **Naomi Nowak:** Ja, also sagen Sie, die Ergebnisse überraschen mich eigentlich nicht. Das
1384 sind Motive, die haben früher vielleicht schon eine Rolle gespielt, an der ein oder anderen
1385 Stelle, vielleicht deutlich mehr als heute, aber im Großen und Ganzen war es für Sie erwartbar
1386 jetzt?

1387 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Also wenn Sie das so feststellen, ja, würde mich jetzt tatsächlich
1388 nicht wundern, weil wir haben das ja auch in anderen Bereichen, wo es einfach darum geht,
1389 politisch auch mitzureden. Beispielsweise, wie engagieren sich Leute? Wir wissen, dass das

1390 in vielen Bereichen nur noch ad-hoc passiert, dass die Leute, insbesondere die Jüngeren, aber
1391 auch mittlere Jahrgänge, einfach nicht mehr bereit sind, sich langfristig zu binden. Also wirk-
1392 lich zu sagen: „Ich gehe in die Institution, ich zahle einen Beitrag und dann bin ich einfach
1393 dabei, weil mich das so grundsätzlich überzeugt!“, sondern die Leute sagen: „Ich gehe da hin,
1394 weil ich finde diesen einen Punkt total wichtig und in dem will ich mich auch engagieren“.
1395 Das ist natürlich nicht nachhaltig und es ist schwierig für die Institutionen, die bestimmte
1396 Ressourcen gleichwohl vorhalten müssen. Das wäre schon schöner für die, wenn sie Leute
1397 langfristig, und dann auch über ein Projekt hinaus, halten könnten. Und das ist insofern na-
1398 türlich auch für jede Institution, egal ob das ein Bürgersender ist oder irgendeine andere Ein-
1399 richtung, die sich um Kultur und Soziales kümmert, eben schwierig. Dann zu sagen: „Ok, ich
1400 muss sozusagen immer wieder das Rad neu erfinden, um für das, was ich mir auf die Fahne
1401 geschrieben hab, die Leute zu begeistern“. Aber Spaß an der Sache, in der Tat! Aber dass das
1402 sehr, sehr wichtig ist, grade wenn es um Ehrenamtliche geht, wenn es um das Engagement
1403 im freiwilligen Bereich geht, ist doch vollkommen logisch. Warum sollte ich etwas ehren-
1404 amtlich machen, freiwillig machen, wenn ich mich nur ärgern muss, das wäre ja doof. Also
1405 das muss ja auch Spaß machen.

1406 **Naomi Nowak:** Ja, da haben Sie natürlich Recht! Also ein sehr erwartbares Ergebnis. Dann
1407 würde ich gerne noch mal auf die Arbeitsweise der Ehrenamtlichen eingehen, weil sich da
1408 ein sehr spannendes Ergebnis gezeigt hat meiner Meinung nach. Und zwar war es eben früher
1409 so, also, dass frühere Studien rausgefunden haben, dass die Ehrenamtlichen in der Regel sehr,
1410 sehr häufig in der Gruppe mit anderen Ehrenamtlichen produzieren, und meine Umfrage hat
1411 ergeben, dass es heute ganz anders aussieht, und die meisten Ehrenamtlichen eigentlich al-
1412 leine für sich produzieren, und das hat mich sehr überrascht, weil ja eigentlich diese Gemein-
1413 schaftlichkeit auch ein Merkmal des Ehrenamts, der ehrenamtlichen Tätigkeit, darstellt. Ich
1414 habe hier ja noch ein paar Folien vorbereitet, und ich würde hier einmal ein Zitat bringen,
1415 was so eine Geschäftsführung geäußert hat. Und zwar wurde hier gesagt: „Die meisten sind
1416 Einzelkämpfer, die sich nicht mehr mit der Idee der Bürgermedien identifizieren“. Also das
1417 einfach nochmal so für den Hinterkopf. Und, ja, wie würden Sie diese Entwicklung einschät-
1418 zen? Also, dass die Menschen heutzutage vielleicht eher sagen „Ich mach das irgendwie al-
1419 leine“?

1420 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Ja, ich würde zum einen natürlich sagen, dass ist ein klein bisschen
1421 schade. Man muss vielleicht auch ein bisschen schauen, spreche ich über den Hörfunk oder
1422 spreche ich über Fernsehen. Ich glaube im Fernsehen ist es noch eher notwendig, auch in
1423 einer Gruppe zu arbeiten, arbeitsteilig zu arbeiten, weil einfach die Technik, die dann genutzt
1424 werden muss, um einen vernünftigen audiovisuellen Beitrag zu machen, ja einfach mehr

1425 Hände braucht. Im Hörfunk hatten wir das durchaus früher auch schon, dass die Leute gesagt
1426 haben: „Ich will einfach nur eine Blues Sendung machen oder zu diesem oder jenem Thema
1427 was machen. Zeig mir welche Knöpfe ich am Mischpult bedienen muss, zeig mir wie ich
1428 moderieren muss damit es halbwegs rüberkommt“. Das kann man dann tatsächlich alleine
1429 machen, oder man hat da nur jemanden im Hintergrund, der dann tatsächlich beim redaktio-
1430 nellen in der Vorbereitung noch ein bisschen mithilft, wenn man einen gewissen Recherche-
1431 aufwand hat. Ansonsten muss man natürlich sagen, der Trend zur Individualisierung ist auch
1432 ein großer gesellschaftlicher Trend. Auch nicht ganz neu, gibt's auch schon eine ganze Zeit
1433 lang, möglicherweise bildet sich das da auch ab. Gut fände ich persönlich natürlich, wenn es
1434 der Institution Bürgersender gelingen würde, dass ein kleines bisschen zu überwinden. Also
1435 dabei zu helfen, dass Leute, die vielleicht sichtlich gleichgelagerte Interessen haben, dass
1436 man die zusammenführt über den Bürgersender. Und dass sich eben viele mit der Idee der
1437 Bürgermedien erst einmal so nicht identifizieren können, hängt vielleicht auch damit zusam-
1438 men, ja, dass sie vielleicht auch den Sender einfach nur als Dienstleister in Anspruch nehmen.
1439 Das ist im Übrigen etwas, was ich schon vor Jahren, um nicht zu sagen vor Jahrzehnten, auch
1440 den hauptamtlich Verantwortlichen, egal, ob das sozusagen die Geschäftsleitung waren oder
1441 Vorstände waren, immer wieder gesagt habe: „Das müsst und dürft ihr den Menschen auch
1442 durchaus klar machen, dass ihr eben nicht einfach nur Dienstleister seid, der irgendwie in
1443 Anspruch genommen werden kann, sondern dass sich diese Menschen dort auch mit enga-
1444 gieren müssen und nicht zuletzt deswegen auch vernünftig Spielregeln einhalten müssen“.
1445 Nicht nach dem Motto: „Ich habe hier bezahlt“, denn das haben sie ja eigentlich nicht. Das
1446 ist ja das wunderbare am Bürgerrundfunk auch noch, dass er kostenfrei ist, weil es aus dem
1447 Rundfunkbeitrag gefördert wird. Die Identifikation zu fördern, dass muss dann tatsächlich
1448 über die Institution auch kommen. Die muss sagen: „Wir sind so toll, wir sind so bunt, nach
1449 wie vor! Wir sind so laut, wir sind was Besonderes!“ Das gehört zum Selbstmarketing, wenn
1450 man so will, dazu. Und da sind die einen etwas besser und die anderen nicht so toll. Wenn
1451 irgendjemand sagt: „Ich mach hier eine tolle, poppige Sendung, aber die Institution die da-
1452 hintersteht, die ist mir schon lange deswegen egal, weil das sind ja alles nur alte Leute die das
1453 verantworten, da will ich gar nichts mit zu tun haben. Aber mein kleines ding das ist ganz
1454 nett, das mache ich“. Und da liegt es dann eben an den Verantwortlichen in den Institutionen,
1455 sich zu überlegen, ja, wie krieg ich das wohl hin. Aber auch wiederum kein besonderes Prob-
1456 lem von Bürgerrundfunk, sondern von vielen anderen Institutionen, die schon lange im sozi-
1457 alen und oder kulturellen Bereich tätig sind.

1458 **Naomi Nowak:** Ja, und tatsächlich, in den Gesprächen, die ich jetzt vorab schon geführt habe,
1459 kamen wir auch öfter auf den Faktor „Zeit“ zu sprechen. Denn einige Geschäftsführer haben

1460 auch gesagt, es ist eben so, dass Zeit heutzutage natürlich nochmal begrenzter ist als damals,
1461 und viele können das gar nicht so koordinieren, dass sie mit anderen zeitgleich im Sender
1462 irgendwas produzieren, und deshalb nehmen sie einfach alleine auf. Das war auch noch so
1463 eine Begründung, warum die Ehrenamtlichen heute vielleicht eher alleine produzieren anstatt
1464 in der Gruppe, dass es schwieriger zu koordinieren ist. War zumindest eine der Einschätzun-
1465 gen.

1466 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Da würde ich ehrlich gesagt sagen, wir haben alle im Prinzip ten-
1467 denziell eher mehr Freizeit als früher, glaube ich. Wenn wir weniger Zeit haben, dann allen-
1468 falls, weil wir uns bei verschiedenen Tätigkeiten verzetteln, weil das Engagement im Bürger-
1469 rundfunk auch nur eins von anderen ist. Ich habe noch den Sportverein, ich habe meinen
1470 Chor, ich habe weiß der Teufel was auch immer. Das Rote Kreuz und und und, das kann
1471 schon sein. Aber grundsätzlich würde ich sagen, Zeit ist eigentlich nicht das Problem, sondern
1472 ich glaube schon, dass es eine Haltungssache ist, dass es eine Sache ist, wie sich auch per-
1473 sönliche Werte / Wertvorstellungen im Lauf der letzten 10 / 20 / 25 Jahre verändert haben.
1474 Und das ist ja auch schwierig, wenn so eine kleine Institution wie den Bürgersender das wirk-
1475 lich umkehren und verändern soll - ändert aber nichts daran, dass sie es versuchen sollte!
1476 Nicht zuletzt wegen der Nachwuchsgewinnung. Irgendwann sind dann die Alten tatsächlich
1477 weg, und dann stellt sich immer die Frage: Wie krieg ich den Generationenwechsel hin? Aber
1478 auch wieder keine Frage, die ganz besonders für den Bürgerrundfunk wäre, das betrifft viele
1479 Institutionen!

1480 **Naomi Nowak:** Ja, also, wenn Sie das jetzt schon so oft wiederholen, ich habe tatsächlich
1481 auch im theoretischen Hintergrund der Arbeit oder noch im Forschungsstand diesen, ich weiß
1482 nicht ob sie den kennen, den deutschen Freiwilligensurvey, das ist so eine Studie zum Ehren-
1483 amt in Deutschland, die, ich glaube, alle 5 Jahre erhoben wird, die einfach so den Status quo
1484 des ehrenamtlichen Engagements in Deutschland zeichnet. Und das ist total interessant, weil
1485 die Ergebnisse, die ich jetzt hier generieren konnte, decken sich in ganz, ganz vielen Punkten
1486 mit dieser Studie, also das was in anderen Bereichen zu beobachten ist, wie sie jetzt auch
1487 sagen, das ist kein typisches Bürgermedien-Phänomen, sondern das ist in vielen ehrenamtli-
1488 chen Bereichen so, und das zeigt sich hier tatsächlich auch, also es gibt da sehr, sehr viele
1489 Parallelen.

1490 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Wundert mich nicht. Ich arbeite ja nun weit weg von irgendwel-
1491 cher Forschung oder so, sondern bin ein Mitarbeiter einer Behörde, die da auch nicht wenig
1492 Geld reingibt, und zusehen muss, dass das halbwegs geordnet läuft, auch in diesem formellen
1493 und formalen Rahmen, den das Mediengesetz gibt, so etwas wie Landeshaushaltsordnung

1494 gibt, und und und. Aber ich sage mal, als relativ aufmerksamer Leser nicht nur von Tages-
1495 zeitungen, sondern auch von der einen oder anderen Fachzeitschrift oder so, ist mir das schon
1496 klar, dass das eben so ist. Gleichwohl, das ändert natürlich nichts daran, dass man immer
1497 wieder auch an den Bürgerrundfunk bestimmte Erwartungen hat, und auch zurecht hat. Und
1498 die liegen darin dann auch zentral begründet, und sind auch in Ordnung, dass eben doch,
1499 gerade auch in Niedersachsen, relativ viel öffentliche Förderung in diesem Sektor reingeht,
1500 und dann muss man sich eben immer wieder auch fragen lassen: Ist das denn gerechtfertigt?
1501 Erreichen wir mit dieser Förderung das, was wir eigentlich wollen? Ja, und dann sind natür-
1502 lich solche kleinen Forschungen, wie die von Ihnen, natürlich total hilfreich, auch wenn man
1503 da neue Indizien bekommt, weil das ist allemal besser, als, ich sag mal, hier oder da das
1504 individuelle Gespräch nur, weil das gibt allenfalls subjektive Eindrücke. Ich bin ein Freund
1505 von Empirie, darum wollen wir auch versuchen, zum Beispiel im nächsten Jahr, wieder mehr
1506 Forschung zu machen. Wir wollen mit einer Reichweitenstudie wieder starten, und wenn es
1507 die Finanzen erlauben, würde ich gerne auch noch wieder mal eine Programmanalyse ma-
1508 chen, um zu schauen, wie sich auch Inhalte womöglich verändert haben bis heute. Lange
1509 hatten wir, so was den Hörfunk zumindest angeht, immer so die Aussage: „Naja das hat ir-
1510 gendwie so die Anmutung eines öffentlich-rechtlichen Senders in Summe betrachtet“. Natür-
1511 lich verschieden, ganz klar, man hat schon viele unterschiedliche Schwerpunkte von Standort
1512 zu Standort, aber ist das noch so, oder merkt man eben heute zum Beispiel auch viel stärker
1513 vielleicht so ein Unterhaltungsmotiv, und sozusagen das, was man auch an Darstellungsfor-
1514 men übers Internet bekommt? Wirkt das zurück? Ich habe mich aber auch mit den Vertrete-
1515 rinnen und Vertretern von Bürgersendern schon gefragt, müssen wir nicht vielleicht auch mal
1516 darüber nachdenken, gar nicht mehr so sehr von der linearen Ausstrahlung her zu denken,
1517 sondern zu sagen: „Okay, wie sind die üblichen Nutzungsgewohnheiten heute?“ Eben ange-
1518 sichts dieses überall vorhandenen Gerätes [*hält ein Handy in die Luft*]. Müssen wir nicht
1519 stärker mit Blick auf die Nutzung eines solchen Gerätes unsere inhaltlichen Angebote ma-
1520 chen? Und dann nehmen wir sozusagen die lineare Nutzung, die Ausstrahlung über OKW
1521 und die Verbreitung über ein Kabelnetz eben noch mit dazu, aber dass die erste Überlegung
1522 ist, wie erreiche ich die Leute über dieses Gerät? Das ist zumindest eine Diskussion, die man
1523 anschieben muss. Aber andere müssen dafür eine Antwort finden, ich werde die wahrschein-
1524 lich nicht mehr finden.

1525 **Naomi Nowak:** Aber gut, dass Sie es gerade ansprechen. Weil tatsächlich, ich nenne jetzt
1526 einfach mal konkret auch den Sender, bei TV38 wurde tatsächlich gesagt, sie wollen das
1527 Handyfilmen wirklich mehr etablieren bei sich, weil sie auch gemerkt haben: „Wir müssen
1528 uns an die Nutzungsgewohnheiten anpassen“. Es wurde auch berichtet, dass viele Jüngere

1529 auch sehr abgeschreckt sind von dem, in Anführungszeichen, sehr großen Aufnahmestudio,
1530 den vielen Kameras und ja, man muss wirklich schauen, wie sind die Nutzungsgewohnheiten
1531 heutzutage und sich da anpassen, und das ist auch etwas, wo sie gerade überlegen da eben
1532 das mehr zu integrieren mit dem Handy auch zu filmen.

1533 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Das zeigt eben auch gleich zwei Dimensionen. Einmal die Seite
1534 der Produktion, und andererseits aber auch die Seite der Rezeption. Das ist ja wunderbar, dass
1535 ich mit, ich mein so ein Ding kostet, ein sehr gutes schon, krieg ich für 300€, - damit kann
1536 ich schon bisschen was machen, sowohl herstellen, wie auch empfangen. Und sich darauf
1537 einzustellen, kann ich nur sagen, ja gut so soll es sein, das zeigt Entwicklung.

1538 **Naomi Nowak:** Ja, aber insgesamt kann ich auch schon mal jetzt einfach Vorweg sagen, dass
1539 bei TV38 ja grade sehr viel tatsächlich passiert und die sich in einer sehr großen Neuausrich-
1540 tung befinden. Das ist sehr spannend zu verfolgen, also das war ein sehr aufschlussreiches
1541 Gespräch.

1542 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Das bemerken wir halt auch, dass etwas ältere Institutionen... Die
1543 brauchen eben halt auch irgend so ein so ein Punkt halt, wo sich entweder alles zerschlägt,
1544 oder wo man tatsächlich die Kurve kriegt, und ich glaube, dass die bei TV38 jetzt auch tat-
1545 sächlich gemerkt haben, okay, wenn wir hier wirklich eine gute Entwicklung machen wollen,
1546 dann müssen wir jetzt mal auch sehr bewusst sagen „Neuen Kurs steuern“. Mein Eindruck
1547 ist, sie versuchen das. Alleine, wie sie sich da rein räumlich neu aufstellen auch und dann die
1548 Produktionsweise, die dann dahinter oder damit gefördert werden soll. Da bin ich gespannt,
1549 ob das funktioniert. In jedem Fall finde ich es gut, dass sie sich da konzeptionell was Neues
1550 ausgedacht haben. Ich hoffe sehr, dass sie die Leute damit auch ansprechen und damit die
1551 Entwicklung nehmen, die sie nehmen wollen und müssen.

1552 **Naomi Nowak:** Ja, das ist zu hoffen. Ich würde jetzt gerne nochmal über die Arbeitszufrie-
1553 denheit der Ehrenamtlichen sprechen und wie zufrieden sind sie mit der Betreuung sind. Da
1554 hat sich gezeigt, dass die Ehrenamtlichen sehr zufrieden sind mit dem Betreuungsangebot,
1555 und ich habe allerdings auch, weil ich es ganz spannend fand, ein paar kritische Äußerungen
1556 dazu mitgebracht. Hier auch wieder als Folie. Ich würde es auch einmal vorlesen, was da so
1557 für kritische Äußerungen kamen. Also es hat jemand gesagt: „Ich würde mir mehr Interesse
1558 des Vereins für die Nutzer:innen wünschen“. Eine andere Stimme war: „Interessierte Bürger
1559 zur Mitarbeit ermutigen und unterstützen war bei mir nicht der Fall. Der Leiter des Bürger-
1560 funks hat mich immer wieder niedergemacht“. Also eine sehr krasse Aussage, in Anführungs-
1561 zeichen. Dann wurde noch gesagt: „Ich würde mir wünschen, dass die Hauptamtlichen einen
1562 nicht so arrogant behandeln“ und jemand anderes hat noch gesagt: „Was nützt der Einsatz,

1563 wenn er ignoriert und abgelehnt wird?“ Es gab auch einige, die da nicht so zufrieden waren,
1564 was sagen Sie zu solchen Äußerungen?

1565 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Ich vermute, die wird es einfach immer geben. Im Einzelfall ist
1566 das möglicherweise immer doof, es fällt natürlich immer schwer zu beurteilen, ok, ist das
1567 jetzt ein großes -, also sind das wirklich Einzelfälle, dann müsste man sich anschauen woran
1568 es liegt. Es kann ja auch sein, dass die Menschen, die diese Äußerungen machen, auch Anlass
1569 dazu gegeben haben, dass sie so behandelt wurden. Kann ja sein. Es kann aber eben auch
1570 sein, dass natürlich die Verantwortlichen in den Sendern nicht sensibel genug mit diesen Eh-
1571 renamtlichen umgegangen sind. Das kann man aber nur beurteilen, wenn man sozusagen dann
1572 die Streithähne auch beide gemeinsam vor sich hat, und mit ihnen redet und sagt: „Sag mal,
1573 warum kommt ihr nicht miteinander klar?“ Also ich würde das auf gar keinen Fall verallge-
1574 meinern. Das sind halt Einzelaussagen, und um sie qualifiziert kommentieren zu können,
1575 müsste man wissen, was ist eigentlich der Hintergrund. Was war der Konflikt, dass man zu
1576 solchen Einschätzungen kommt?

1577 **Naomi Nowak:** Genau. Also es war jetzt auch tatsächlich so, dass auch in den Interviews
1578 gesagt wurde, es gibt natürlich überall Menschen, die einfach beratungsresistent sind, also
1579 die sagen: „Ich bin hier schon seit sehr vielen Jahren, ich habe das immer so gemacht und das
1580 mache ich auch weiterhin so“.

1581 [Unterbrechung des Gesprächs aufgrund von Verbindungsproblemen].

1582 **Naomi Nowak:** Gut, dann bin ich stehengeblieben bei den allgemeinen Verbesserungsvor-
1583 schlägen, welche die Ehrenamtliche noch machen konnten, und da wurde ganz, ganz oft ge-
1584 nannt: „Die Ehrenamtlichen wünschen sich einen engeren Kontakt zu den Hauptamtlichen“,
1585 weil sie tatsächlich gesagt haben, man hat gar nicht so viel miteinander zu tun, und das finden
1586 sie sehr schade, weil sie da tatsächlich einfach gerne eine engere Bindung aufbauen würden
1587 und einen engeren Kontakt. Fallen Ihnen da spontan Maßnahmen ein, wie man sowas stärken
1588 könnte? Oder wie ist vielleicht auch Ihre Beobachtung von früher, war das damals auch schon
1589 so?

1590 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Wir haben natürlich, sagen wir mal formal betrachtet, immer zwei
1591 Sendeschiene. Einmal diese offene Sendeschiene, die ist für die Nutzerinnen und Nutzer,
1592 und im Prinzip kann ihnen da kein hauptamtlicher reinreden, außer sie verstoßen wirklich
1593 gegen Recht und Gesetz. Dann haben wir eben diese Infoschiene, die der Verein, die der
1594 Träger sicherstellen muss, der dann auch überwiegend über hauptamtliche und bezahlte
1595 Kräfte sichergestellt wird. Wir hatten aber immer schon eigentlich auch das Modell, das es
1596 dann so eine Grauzone geben sollte, die wir auch versucht haben insoweit zu fördern, als dass

1597 wir gesagt haben, um Leute für diese Grauzone zu gewinnen, bieten wir jedes Jahr ein gerü-
1598 teltes Maß an Fortbildungen an, die gerade für diese Leute auch gemacht sind, die sich dann
1599 auch so halb im redaktionellen mit verhaften lassen, weil es ist ja zum Beispiel mit Termin-
1600 verpflichtungen verbunden und und und. Das gelingt vielleicht hier mal gut, da weniger gut.
1601 Das hat dann ja wieder auch etwas mit den Interessen zu tun, und es sind natürlich auch
1602 unterschiedliche Aufgaben. Also derjenige, der da einen offenen Sendeplatz nutzt, der kann
1603 wirklich sagen: „Das ist mein Interesse, das will ich machen, das will ich tun“. Das kann
1604 letztlich der Sender, der sozusagen einen eigenen Informationsauftrag im Sinne der publizis-
1605 tischen Ergänzung, so nicht sagen. Der muss sagen: „Ich muss mich schon um dieses und
1606 jenes Thema kümmern“. Aber dann-, Frage: Klammer auf, kann ich das nur mit Hauptamtli-
1607 chen machen oder kann ich andere dafür gewinnen? Und da finde ich dann tatsächlich wie-
1608 derum ganz besonders spannend, was da irgendwie in Wolfsburg bei TV38 passiert. Denn da
1609 soll es ja, wenn ich das richtig verstanden habe, zum ersten Mal so sein, dass auch alle, und
1610 zwar unabhängig von ihrem Status, an einem Tisch arbeiten und zusammenarbeiten sollen.
1611 Da bin ich mal gespannt, ob dieses -, zunächst einmal Experiment, - ob das wohl funktionie-
1612 ren wird. Die Idee finde ich sehr gut, muss ich sagen, und ich drücken Ihnen auch die Dau-
1613 men, dass es funktioniert, weil ich finde es gut, wenn es diese Grauzone eben auch gibt. Das
1614 auch letztlich vor allen Dingen die Hörenden, die Zuschauer auch gar nicht so genau realisie-
1615 ren, was ist das eigentlich für ein Mensch, der das macht. Macht er das freiwillig, macht er
1616 das aus Spaß oder ist das jemand der dafür bezahlt wird? Im Programm soll es da eigentlich
1617 wenig Brüche geben. Einerseits haben sie so einen doch sehr anspruchsvollen Auftrag, die
1618 Sender, aber andererseits soll das Programm so sein, dass es der geneigte Zuschauer und
1619 Hörer gar nicht merkt. Wodurch es dann wiederum ein bisschen schwer ist, für die eigene
1620 Institution zu werben, mit diesen besonderen Merkmalen, also das ist aber auch ein bisschen
1621 schwierig. Am ehesten funktioniert das dann wahrscheinlich heute bereits, wenn es dann um
1622 die Ausbildung geht, aber zum Schluss steht da natürlich auch ein berufsqualifizierendes Mo-
1623 tiv oder spielt damit eine Rolle, aber die jungen Leute, die, gerade wenn sie im ersten Jahr
1624 sind oder so, müssen ja auch erstmal eine Menge lernen, und da müssen die Hauptamtlichen
1625 und eben die neuen jungen Leute in jedem Fall zusammenarbeiten. Also, wenn es funktio-
1626 niert, gut! Ein Patentrezept gibt es wahrscheinlich nicht dafür, wir als Landesmedienanstalt
1627 haben das aber immer erst so gemacht und immer positiv begleitet auch.

1628 **Naomi Nowak:** Ich würde dann tatsächlich nochmal wieder bei TV38 bleiben und über die-
1629 sen, also sie nennen es eben „Newsroom“, wie im professionellen Journalismus, was sie ein-
1630 richten wollen, diesen Tisch, wo alle zusammenarbeiten. Ich habe nämlich vorhin eine Frage
1631 übersprungen, und die passt jetzt hier nochmal ganz gut rein. Sie haben gesagt, sie hoffen

1632 auch, dass eben dadurch die Ehrenamtlichen wieder mehr in den Sender kommen. Die Um-
1633 frage hat auch gezeigt, dass die Mehrheit der Ehrenamtlichen bei sich zu Hause produziert
1634 und gar nicht in den Sender kommt, um dort die Aufnahmen sozusagen zu finalisieren. Da
1635 wäre jetzt auch meine Frage: Wie bewerten Sie diesen Trend? Welche Gründe gibt es dafür,
1636 dass die Menschen sagen: „Ich komm gar nicht mehr wirklich in den Sender, um da meine
1637 Audioaufnahme zu machen oder was auch immer, sondern ich mach das dann einfach bei mir
1638 zu Hause“?

1639 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Aber das ist ja fast logisch. Sie haben ja vorhin schon festgestellt,
1640 dass eines der Ergebnisse war, dass die Identifikation mit der Institution durchaus zu wün-
1641 schen übriglässt. Man nimmt diese Institution wohl als Dienstleister wahr, aber ansonsten
1642 will man da gar nichts mit zu tun haben. Das ist natürlich schwer zu überwinden durch die
1643 Institutionen selber, wenn man so etwas hat. Andererseits muss man auch sagen, eigentlich
1644 ist es ja auch toll, dass wir sozusagen einen technischen Fortschritt haben, der die Leute auch
1645 nicht dazu zwingt, irgendwo dröge Kameras auszuleihen, um ein halbwegs vernünftiges Bild
1646 zu machen. Sondern das viele Leute bereits jetzt auch privat einfach ein Equipment haben,
1647 wo sie etwas privat mit machen können, es aber sendefähig ist, egal ob Hörfunk oder TV-
1648 Beitrag. Aber klar, es geht damit Gemeinschaft natürlich verloren, es geht die Identifikation
1649 mit der Idee natürlich in gewisser Weise verloren, und es zeigt einmal mehr diesen übergrei-
1650 fenden Trend der Individualisierung. Ich mach mein Ding halt, und wenn ich das fertig habe,
1651 gebe ich das ab. Es gibt da letztlich nicht wirklich ein Patentrezept, und diese Vereine können
1652 dann natürlich auch immer wieder nur versuchen offen zu sein, einzuladen. Aber mal funkti-
1653 oniert es und mal funktioniert es eben nicht. Aber wenn man dauerhaft eine gute Entwicklung
1654 nehmen will, muss es natürlich funktionieren, weil ja eben auch immer wieder ein Generati-
1655 onenwechsel stattfinden muss, ganz natürlich halt. Weil sonst sind irgendwann nur noch ein
1656 paar alte Verwalter da, und das wars halt. Das ist natürlich für so ein Kreativbereich ein biss-
1657 chen zu wenig.

1658 **Naomi Nowak:** Ja, also über alte Verwalter sprechen wir gleich noch. Ich würde jetzt ganz
1659 gerne aber noch einmal bei diesem Thema „Verbesserungsvorschläge“ bleiben. Und zwar
1660 ging es auch darum, dass viele gesagt haben, dass sie sich wünschen, dass die Sender inno-
1661 vationsbereiter werden und einfach ihre Social Media Präsenz auch erhöhen. Auch hier habe
1662 ich nochmal zwei Zitate auf der Folie mitgebracht, um das Ganze ein bisschen zu veranschau-
1663 lichen. Jemand hat gesagt: „Der Verein ist sehr starr und (nennen wir es politisch korrekt und
1664 freundlich) traditionell ausgerichtet. Ideen und Modernisierung werden beinahe gänzlich aus-
1665 gegrenzt. Das ist meines Erachtens das Gegenteil von Medienkompetenz und Bürgernähe“.
1666 Jemand anderes hat noch gesagt: „Das Problem ist, dass der Sender oder Verein offenkundig

1667 kein Interesse hatte, den Bürgerfunk präserter darzustellen. Heutzutage benutzt jeder Smart-
1668 phone und Internet. Dort sollten Informationen bereitgestellt werden“, und hat dann noch
1669 ergänzt: „Als wären sie gestern erst vom Baum gefallen und nicht seit über 25 Jahren auf
1670 Sendung“. Ja, können Sie diese Äußerungen nachvollziehen?

1671 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Da muss man zum Teil eben auch zurückspielen. Wer sich da einen
1672 frischen Verein wünscht, sollte sich dann doch einfach mal überlegen: Hilfe ich nicht mit,
1673 diesen Verein zu organisieren? Ich glaube, so manch ein Vorstandsmitglied wäre vielleicht
1674 sogar froh, wieder rausgehen zu können und jüngeren Leuten auch mal das Feld zu überlas-
1675 sen, aber dazu muss man natürlich auch Bereitschaft haben. Weil eine formelle und formale
1676 Klammer brauchen wir. Man kann so eine Institution eben nicht als Projekt einfach führen.
1677 Ich mach mal mit und dann steige ich wieder aus und dann mach ich wieder mit - das funkti-
1678 oniert eben nicht. Dann muss man sich eben auch mit verhaften lassen, ganz einfach, und
1679 bereit sein, Verantwortung zu übernehmen. Insofern würde ich da so ein kleines bisschen den
1680 Ball zurückspielen an Kritiker. Was seid ihr selber bereit zu tun, damit so eine Institution
1681 diesen Zielen gerecht wird, die ihr da formuliert?

1682 **Naomi Nowak:** Ja, absolut! also es kam jetzt auch schon oft der Einwand von Geschäftsfüh-
1683 rern, die Ehrenamtlichen müssen eben auch selber ihren Teil dazu beitragen, nicht nur die
1684 Forderungen stellen. Weil die Bürgersender leben nun mal von dem Ehrenamt und da muss
1685 sich jeder auch dran beteiligen. Okay, dann deckt sich das.

1686 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Dann sind wir wieder bei dem sehr übergreifenden Problem, näm-
1687 lich eben der Bereitschaft, so etwas auch zu tun, egal in welchem Bereich.

1688 **Naomi Nowak:** Ja, genau. Jetzt bleiben wir aber nochmal ganz kurz bei den Ehrenamtlichen
1689 und kommen nochmal darauf zu sprechen, wie da so die soziodemographischen Merkmale
1690 sind. Es hat sich tatsächlich gezeigt, dass sich in den 20 Jahren nicht viel verändert hat. Also,
1691 es sind immer noch mehrheitlich ältere Männer mit einer formalen höheren Bildung in den
1692 Bürgersendern tätig. Menschen mit Migrationshintergrund engagieren sich eher seltener. Ge-
1693 nau, das ist so das Bild, was sich da abzeichnet hat. Ich habe von den Sendern aber auch
1694 die Rückmeldung bekommen, dass das schon die Mehrheit ist. Also sie können das so eini-
1695 germaßen bestätigen, aber sie würden schon sagen, sie sind auch deutlich bunter geworden,
1696 also wie sie schon gesagt haben: Viele Sender sind Ausbildungssender, das heißt, es gibt auch
1697 durchaus junge Menschen, die sich engagieren. Beispielsweise,- jetzt sind wir wieder bei
1698 TV38, aber es passt gerade,- der Sender hat ja beispielsweise auch diese Charta der Vielfalt
1699 unterschrieben. Also sie setzen sich ganz aktiv dafür ein, wirklich verschiedenste Menschen
1700 in den Sender irgendwie zu integrieren und dass ist jetzt quasi eigentlich ein Ergebnis, was

1701 ich Ihnen präsentieren kann. Viel könnten Sie wahrscheinlich dazu nicht sagen, ob Sie das
1702 auch so wahrnehmen.

1703 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Also, ich sag mal so: Wenn das Durchschnittsalter heute so ist, wie
1704 bei den letzten Messungen vor 20 Jahren, dann heißt das ja doch, das Jüngere dazugekommen
1705 sind. Denn sonst wären die Leute ja noch älter geworden, weil die von damals sind heute
1706 normalerweise 70+ oder so. Aber wenn das Durchschnittsalter heute immer noch um die 50
1707 läge oder so, würde ich sagen, ja, da hat sich ja durchaus etwas bewegt. Dann ist das dennoch
1708 durchaus, natürlich verglichen mit dem der Bevölkerungspyramide, immer noch ein hoher
1709 Altersdurchschnitt, klar, gar keine Frage. Dann zeigt sich eben, das ist wirklich herausfor-
1710 dernd, junge Leute zu gewinnen für diese Tätigkeit. Das war zwar früher schon so, das ist es
1711 eben mit Sicherheit auch geblieben. Was Migration angeht, was die Beteiligung von Auslän-
1712 dern, von Leuten die nicht die deutsche Muttersprache haben, angeht, das ist glaub ich relativ
1713 leicht erklärbar. Die finden ihre Communities heutzutage viel leichter selber übers Netz. Die
1714 sind tatsächlich auf solche Alternativmedien, wie sie der Bürgerfunk anbietet, einfach gar
1715 nicht mehr angewiesen, um sozusagen das zu kompensieren, was Tageszeitungen nicht ma-
1716 chen, was der NDR nicht macht und was das ZDF nicht macht. Die sind tatsächlich, glaube
1717 ich, sehr gut bedient durch das Netz. Da finden die dann ihre entsprechenden Communities.
1718 Ich muss auch sagen, am Anfang haben wir durchaus in Niedersachsen auch noch das ein oder
1719 andere Projekt in diese Richtung gemacht zur Förderung, es ist aber immer weniger gewor-
1720 den. Ich hätte mir natürlich auch gewünscht, man hätte immer so einen festen Bestandteil,
1721 zum Beispiel das sich dann aber eben auch mehrsprachige Gruppen finden, wo dann auch
1722 gesagt wird okay, wir versuchen das nochmal entsprechend zu übersetzen, damit wir das mit-
1723 kriegen, was die iranische Community hier in Wolfsburg, Braunschweig oder so, eigentlich
1724 zu sagen hat. Wie kommentieren die das, was da gerade im Iran passiert? Aber das ist natür-
1725 lich sehr aufwändig, und dann muss man auch sagen, man kommt dann auch wirklichen von
1726 der inhaltlichen Seite. Dann stellt sich für diese Menschen durchaus die Frage, engagiere ich
1727 mich in so einem Bürgersender lieber, oder engagiere ich mich lieber gleich bei Amnesty, ist
1728 das effizienter?

1729 **Naomi Nowak:** Jetzt haben sie gerade sehr viel über Menschen mit Migrationshintergrund
1730 gesprochen und warum die sich vielleicht eher nicht in den Bürgermedien engagieren. Was
1731 glauben Sie denn, woran liegt es, dass es bestimmte Gesellschaftsgruppen gibt, die an dieser
1732 Idee der Bürgermedien nicht partizipieren, obwohl sie ja vom Grundsatz her die Chance dazu
1733 hätten?

1734 **Klaus-Jürgen Buchholz:** Tja, woran mag das liegen, dass man nie alle erreicht? Manch eins
1735 ist sicherlich eine Bildungsfrage. Wenn man auf das Lebensalter schaut: Menschen, die, ich
1736 sag mal, zwischen 30 - 50 sind, die haben dann tatsächliche möglicherweise echt ein Zeit-
1737 problem, wenn die so in der Familienphase sind beruflich ziemlich stark eingespannt sind
1738 dann muss man schon ja besonderes Fable für Medienarbeit haben, dass man sagt, und das
1739 mach ich jetzt auch noch daneben. Das ist dann kein Wunder, gerade auch im audiovisuellen
1740 Bereich, auch in Wolfsburg gerade. Das sind jetzt tatsächlich die Leute, die bei VW ausge-
1741 stiegen sind, die haben Zeit, die hatten das Geld für Equipment, die haben Themen, wie auch
1742 immer, dass die sich da relativ viel stärker engagieren. Das ist und bleibt wahrscheinlich ein-
1743 fach immer nur sehr schwer steuerbar, auch wenn man sich wünschte, dass man so etwas wie
1744 ein Bevölkerungsquerschnitt hätte. Aber ich glaube, das war früher auch schon so, ohne dass
1745 ich das damit schönreden möchte. Das war immer schon ein Defizit und das ist es möglichen-
1746 erweise bis heute geblieben. Und ein Patentrezept weißt ich da auch nicht. Viel spielt sicher,
1747 - ich sag mal, diese Einrichtungen sind ja relativ klein, - viel spielt hier auch eine Rolle, wie
1748 kann ich die Leute emotional ansprechen? Was für eine Art von Ansprache muss ich da wäh-
1749 len? Finde ich eben den besagten richtigen Ton? So, und dann muss ich nur einen, in Anfüh-
1750 rungszeichen, einen Stinkstiefel an der falschen Stelle haben und schon ist mir sozusagen die
1751 Akquise Arbeit von einem halben Jahr kaputt.

1752 **Naomi Nowak:** Ja, das spielt glaube ich wirklich eine starke Rolle. Okay, dann war das tat-
1753 sächlich meine letzte Frage. Also wären wir am Ende angekommen! Ich danke Ihnen noch
1754 mal ganz herzlich für Ihre Zeit!

1755 [Verabschiedung].

A.4.4 Interview 4

Simone Wölfel (osradio 104.8) (Interview am 16.11.2022 um 13:00 Uhr/ Dauer des Interviews 44:02 Minuten)

1756 [Begrüßung und Erläuterung der Umfrage]

1757 **Naomi Nowak:** So jetzt läuft die Aufzeichnung. Dann würde ich sagen gehen wir einfach
1758 mal direkt in die erste Frage und zwar ist es so, dass der Forschungsstand zu den Ehrenamt-
1759 lichen in Niedersachsen schon sehr, sehr alt ist, also 20 Jahre, und da wäre meine erste Frage
1760 an Sie: Was glauben Sie woran das liegt, dass man da nicht nochmal nachgefragt hat, wer
1761 eigentlich die Ehrenamtlichen sind und wer sich da engagiert?

1762 **Simone Wölfel:** Ich könnte mir denken, dass es aus Kostengründen noch nicht wieder erfolgt
1763 ist, da so eine Evaluation ja immer sehr kostenintensiv ist und es daran wahrscheinlich ge-
1764 scheitert ist.

1765 **Naomi Nowak:** Okay und was würden Sie sagen, wie gut kennen Sie selber die Ehrenamtli-
1766 chen die sich bei Ihnen im Sender engagieren?

1767 **Simone Wölfel:** Also ich würde behaupten, dass ich sie alle persönlich kenne, nicht jedes
1768 Mal treffe, wenn sie hier Sendungen haben, weil das ja auch meistens im Abendbereich ist
1769 und am Wochenende stattfindet, wenn wir hier als Festangestellte gar nicht vor Ort sind. Aber
1770 es sind ja über hundert Ehrenamtliche, die hier teilweise schon seit über 20 Jahren auch Sen-
1771 dung machen und dementsprechend kenne ich sie alle persönlich und ich würde mal sagen
1772 die Hälfte schon recht intensiv, weil sie auch Mitglied im Verein sind bei uns. Verein ist ein
1773 Träger und dementsprechend kennen wir uns auch durch Nutzerversammlung, die wir durch-
1774 führen einmal im Jahr, also wir legen da auch einen Fokus drauf. Wir wollen die auch gerne
1775 kennen und mit denen im Austausch stehen.

1776 **Naomi Nowak:** Also Sie hatten jetzt gerade diese Nutzer-Veranstaltung angesprochen. Wie
1777 kann man sich das vorstellen?

1778 **Simone Wölfel:** Mit Nutzern sind ja die Nutzer des Bürgerfunks gemeint, die hier ihre Bür-
1779 gerfunksendungen produzieren oder auch live fahren und wir laden einmal im Jahr zu einer
1780 Nutzer- und Nutzerinnenversammlung ein, wo es dann auch eine Bratwurst gibt und Ge-
1781 tränke, wo man einfach ins Gespräch kommt, wo wir gerne wissen möchten: Wie ist die
1782 Stimmung? Was ist gut? Was ist schlecht? Was können wir besser machen oder ja genau wo
1783 können wir enger zusammenwachsen? Also wir haben vor einigen Jahren uns auch schon mal
1784 in einem Workshop getroffen, das ist mittlerweile 6 Jahre her glaube ich, an dem Wochen-
1785 ende, wo wir auch alle Nutzer eingeladen haben, um ins Gespräch zu kommen, um also da
1786 Barrieren abzubauen zwischen der Redaktion und dem ehrenamtlichen Bereich.

1787 **Naomi Nowak:** Okay. Ja ich glaube sowas gibt's auch in mehreren Sendern, also das habe
1788 ich jetzt schon öfter gehört, dass sowas in regelmäßigen Abständen veranstaltet wird. Aber
1789 gut okay, dann weiß ich Bescheid. Dann ist es so, dass sich in der Umfrage gezeigt hat, dass
1790 ein Drittel der Ehrenamtlichen schon mal darüber nachgedacht hat, das Ehrenamt wieder auf-
1791 zugeben und da wäre meine Frage: Nehmen Sie das auch so wahr, dass das Ehrenamt sich so
1792 entwickelt hat, dass es möglicherweise etwas ist, was eher temporär, projektbezogen viel-
1793 leicht stattfindet? Wie nehmen Sie das bei sich im Sender wahr?

1794 **Simone Wölfel:** Ich nehme das so wahr, dass es einige gibt, vielleicht wirklich ein Drittel,
1795 die das schon seit Anbeginn des Senders machen und das so leidenschaftlich machen diese
1796 Bürgerfunksendungen, dass sie das nicht aufgeben. Es sei denn, sie werden wirklich zu alt
1797 oder aus ganz persönlichen Gründen und dann gibt's die zweite Gruppe, die das vielleicht
1798 ein, zwei Jahre sehr intensiv macht und dann die Lust verliert, sag ich mal. Und die dritte
1799 Gruppe, das sind die, die erstmal Feuer und Flamme sind, die kommen und sich hier schulen
1800 lassen und dann aber nach einer Sendung merken, wie viel Arbeit da doch dahinter steckt in
1801 diesem Hobby, sag ich mal, das sie dann auch wieder aufhören oder weil sie nicht den An-
1802 schluss an eine Redaktionsgruppe finden und dann merken, dass es doch mit mehr Arbeit
1803 verbunden ist, so eine Sendung ganz alleine zu machen, als sie vorher vielleicht dachten. Mit
1804 mehr Zeitaufwand und auch das Feedback vielleicht fehlt von außen, von den Hörern und
1805 Hörerinnen.

1806 **Naomi Nowak:** Und dann ist es ja auch so, dass es generell wahrscheinlich auch in jedem
1807 Bereich immer schwieriger wird, Menschen irgendwie auch für so ein Ehrenamt zu motivie-
1808 ren und zu gewinnen. Welche Maßnahmen ergreifen Sie da vielleicht als Sender, um das
1809 Ehrenamt wieder attraktiver zu machen und auch die Arbeit in den Bürgermedien?

1810 **Simone Wölfel:** Durch ständige Kommunikation, dass man das immer wieder mitteilt, dass
1811 es hier möglich ist. Also wir stellen fest, dass es auch nach 26 Jahren immer noch nicht allen
1812 Leuten im Stadt- und Landkreis bekannt ist, dass man hier selber Bürgerfunksendungen pro-
1813 duzieren kann und das Radio als Sprachrohr benutzen kann. Also dementsprechend versu-
1814 chen wir immer wieder durch Kommunikation, auf unserer Internetseite oder auch on-air
1815 Spots mitzuteilen, dass man sich hier ehrenamtlich engagieren kann und was für eine gute
1816 Sache das ist hier ist für Stadt- und Landkreis Osnabrück. Wir bringen auch eine Publikation
1817 raus, einmal im Jahr, wo wir über Projekte sprechen, die wir durchgeführt haben, die wir in
1818 einer Auflage von 10.000 drucken lassen. Das ist richtig so ein achtseitiges DIN A4 Heft,
1819 welches wir dann 10.000 Mal an Haushalte verteilen, wo auch immer wieder drinsteht: Kom-
1820 men Sie vorbei, machen Sie hier ihre Sendung, engagieren sie sich ehrenamtlich. Es ist halt
1821 finde ich ein anderes Ehrenamt, als wenn man sich jetzt bei der Tafel engagiert oder im Hos-
1822 piz arbeitet. Also es hat schon eher was mit einem Hobby zu tun, finde ich oder politischem
1823 Engagement, wenn man eine Radiosendung macht. Ich glaube der Begriff Ehrenamt fällt gar
1824 nicht so häufig in dem Zusammenhang hier.

1825 **Naomi Nowak:** Genau, dann stellt sich natürlich auch so ein bisschen die Frage, wie modern
1826 die Bürgermedien vielleicht noch sind und auch gerade in Zeiten von YouTube und da wäre

1827 meine Frage: Warum sind Bürgermedien auch in Zeiten von YouTube noch relevant und
1828 haben ihre Daseinsberechtigung?

1829 **Simone Wölfel:** Ja gute Frage, die immer wieder diskutiert wird. Also ich glaube, da ist im-
1830 mer noch ein Unterschied zwischen den digitalen Medien, wie dem Internet, und der Radio-
1831 frequenz. Gerade auch bei der Hörerschaft, die Lokalradio konsumiert. Darum ist es glaube
1832 ich niedrigschwelliger noch, Radio einzuschalten, als, als älterer Mensch dann doch bei Y-
1833 ouTube dann Bürgerfunksendungen zu finden. Ich glaube das hat nochmal was mit einer Al-
1834 tersklasse zu tun. Darum ist unsere Erfahrung, unsere Sicht immer noch so, dass dieses Radio
1835 machen, Radio hören, diese Frequenz zu haben unglaublich wichtig ist, um auch wahrgenom-
1836 men zu werden, um auch als wichtig wahrgenommen zu werden. Ich glaube das ist nochmal
1837 was Anderes, wenn man richtig im Radio zu hören ist draußen, als wenn man im Internet was
1838 publiziert oder einen Podcast hat bei Spotify oder in anderen Podcast-Foren. Darum ist es
1839 immer noch wichtig, dass es diese Bürgermedien auch gibt, wo man dann auch diese Ver-
1840 bindlichkeit wahrscheinlich auch hat, was zu produzieren, weil man einen festen Sendepplatz
1841 und das schafft dann auch Relevanz. Also dieses: Ich bin einmal im Monat dran, oder einmal
1842 in der Woche habe ich meinen festen Sendepplatz. Und das schafft eine Verbindlichkeit, die
1843 ich sonst, wenn ich alleine Produzent bin im Internet, so vielleicht gar nicht habe.

1844 **Naomi Nowak:** Dann würde ich ganz gerne nochmal über die Vorerfahrung der Ehrenamtli-
1845 chen sprechen und da hat sich in der Umfrage gezeigt, dass - was natürlich auch erwartbar ist
1846 - die Vorerfahrungen sehr häufig mit dem Medium zusammenpassen, in dem sich die Ehren-
1847 amtlichen engagieren und ich hatte schon mal eine Forschungsarbeit im Bereich Bürgerme-
1848 dien gemacht und da erinnere ich mich auch an ein Zitat, wo ein Chefredakteur aus einem
1849 Bürgerfernsehsender gesagt hat: Ja die Menschen, die sich im Fernsehen engagieren sind ir-
1850 gendwie noch ein bisschen anders drauf, als die Leute, die im Radio arbeiten. Ich weiß nicht,
1851 inwiefern Sie das einschätzen können, aber würden Sie auch sagen, dass Bürgerfernsehsender
1852 oder Bürgerradiosender vielleicht jeweils unterschiedliche Typen von Menschen anziehen?

1853 **Simone Wölfel:** Das kann ich ehrlich gesagt überhaupt nicht beurteilen, weil wir sind ja nur
1854 Radiosender hier und ich bin jetzt auch nicht Konsumentin von den Bürgerfernsehsendungen,
1855 weil ich sie hier nicht empfangen kann. Wobei, wir haben jetzt auch schon durch Corona
1856 nochmal andere Menschen kennengelernt, die jetzt Radio machen. Also früher waren es über-
1857 wiegend Männer, würde ich sagen, die Radiosendungen gemacht haben, die also eine Lei-
1858 denschaft für Radio empfinden, als Hörende und jetzt sind auch Frauen dazu gekommen.
1859 Frauen haben aus meiner Erfahrung immer noch ein bisschen höhere Ansprüche an sich, also
1860 sie sind da viel akribischer und wollen das viel besser noch machen und das muss Hand und

1861 Fuß haben, muss Inhalt haben. Bei Männern, ohne das jetzt irgendwie zu bewerten, geht das
1862 manchmal schneller. Die machen Musiksendungen und spielen die Musik, die sie mögen, ihr
1863 Genre. Frauen sind jetzt halt wie gesagt mehr dazu gekommen, Anfang bis Mitte 30 so vom
1864 Alter her, die durch Corona so festgestellt haben, welche Relevanz Radio hat und jetzt mit
1865 Sendeideen zu uns kommen und die hier produzieren. Also das sind jetzt nicht 20 oder so,
1866 aber wir freuen uns auch über drei, vier neue interessierte Ehrenamtliche, die dann tolle Sen-
1867 dungen produzieren.

1868 **Naomi Nowak:** Ja tatsächlich kann ich dann jetzt an dieser Stelle eine Frage vorziehen, weil
1869 Sie jetzt schon darüber gesprochen haben, wie die Ehrenamtlichen so sind. Also vielleicht
1870 hauptsächlich eher Männer noch, aber es sind auch Frauen dazugekommen, deswegen würde
1871 ich Ihnen ganz gerne an dieser Stelle sagen, was sich in der Umfrage gezeigt hat und zwar
1872 kam da tatsächlich raus, dass es mehrheitlich Männer sind, mit einer formalen höheren Bil-
1873 dung, die eher älter auch sind und ja das deckt sich eigentlich auch mit dem, was man schon
1874 vor fast 20 Jahren herausgefunden hat, nur, dass sich damals eher jüngere Männer engagiert
1875 haben. Und viele, die an der Umfrage teilgenommen haben, haben auch gesagt, sie sind schon
1876 sehr lange dabei, also 10 Jahre oder auch deutlich länger, also hat man irgendwie auch das
1877 Gefühl, vielleicht sind da möglicherweise noch welche dabei, die auch damals schon dabei
1878 waren, aber die jetzt halt einfach ein bisschen älter geworden sind. Und es hat sich auch ge-
1879 zeigt, dass Menschen mit Migrationshintergrund sich noch eher seltener engagieren und viel-
1880 leicht können Sie an der Stelle noch mal sagen, wie erleben Sie die Ehrenamtlichen im Sen-
1881 der? Also gibt es da eine gewisse Vielfalt mittlerweile oder ist es doch eher, dass man sagen
1882 kann, mehrheitlich dann doch die Männer und ja vielleicht können Sie das einfach mal ein
1883 bisschen beschreiben, wenn sie so an die Ehrenamtlichen denken.

1884 **Simone Wölfel:** Also ich finde schon, dass die Mischung ein bisschen bunter geworden ist,
1885 auch wieder jetzt ein bisschen jünger geworden ist, aber zum Beispiel bei den Nutzerver-
1886 sammlungen dann doch wieder eher die alten Hasen kommen, die wirklich schon seit 20 Jah-
1887 ren dabei sind oder seit 15. Also Zeit spielt da vielleicht eine Rolle, dass sie dann abends
1888 keine Zeit haben und keine Lust haben, sich bei einem Bierchen und bei einer Bratwurst
1889 nochmal auszutauschen, sondern sie machen eher ihr Ding, machen ihre Radiosendung hier,
1890 weil ihnen das Spaß macht, weil sie dann gutes Feedback bekommen aus dem Bekanntenkreis
1891 oder aus der Kollegenschaft. Also die Mischung ist eigentlich vielfältiger, als das, was dich
1892 dann wirklich unterm Strich dann so trifft, die auch im Verein aktiv sind. Das ist glaube ich
1893 vergleichbar mit jedem Sportverein. Da gehen manche Leute hin, um da ihre Kurse zu ma-
1894 chen und manche gehen ach hin, um sich wirklich in die Strukturen einzuarbeiten und in den
1895 Vorstand gewählt zu werden und das ist halt hier genauso, würde ich sagen. Also von der

1896 Vielfalt her wächst es, nur nach außen hin, ist es so nicht sichtbar. Aber hörbar ist es. Also
1897 wir haben jetzt auch verschiedene Produzenten mit Migrationshintergrund, auch zwei neue
1898 dazubekommen und ich habe jetzt gerade eine Gruppe mit Geflüchteten, die ich auch versu-
1899 che zu überzeugen, dass sie sich doch auch hier ehrenamtlich engagieren können mit mutter-
1900 sprachlichen Sendungen. Also da versuchen wir halt permanent auch wieder die Mischung
1901 noch bunter zu machen und vielfältiger zu machen. Aber es sind halt wie gesagt eher immer
1902 so Einzelunternehmungen. Es ist jetzt keine Fußballmannschaft, die sich trifft, sondern ja
1903 wirklich einzelne Sendungen und man trifft sich ja dann auch nur bei Überschneidungen vom
1904 Termin her. Also wenn ich jetzt meinen Sendetermin freitagsabends um 20 Uhr habe, dann
1905 treffe ich ja jeden Freitagabend um kurz vor 21 Uhr nur denjenigen, der nach mir kommt und
1906 das ist immer der gleiche. Darum sehen die die Vielfalt wahrscheinlich auch gar nicht und
1907 das montags ganz andere Leute da sind, als mittwochs oder freitags.

1908 **Naomi Nowak:** Ich habe jetzt tatsächlich auch in den Gesprächen, die ich schon geführt habe,
1909 erfahren, dass es natürlich auch bestimmte Zielgruppen gibt, die nicht so leicht zu erreichen
1910 sind. Also ein Geschäftsführer hat beispielsweise erzählt, dass sie total Probleme haben sehr
1911 junge Leute, also Schüler, zu gewinnen, weil heutzutage natürlich viele Ganztagsunterricht
1912 haben und da ist einfach wenig Zeit für sowas. Gibt's da auch irgendwie eine Zielgruppe, wo
1913 Sie sagen, das gelingt uns noch nicht so gut, die zu integrieren oder ist das einfach generell
1914 sehr schwer, die zu erreichen?

1915 **Simone Wölfel:** Ja kann ich unterstützen. Also Kinder und Jugendliche sind heutzutage viel
1916 schwerer zu erreichen. Ich bin ja auch schon seit 25 Jahren jetzt hier dabei und selbst als
1917 Medienpädagogin viele Jahre unterwegs gewesen und da gab es eine Kinderredaktion, eine
1918 Jugendredaktion, die fest etabliert war. Jetzt auch nicht 50 Kinder, aber schon mal so acht,
1919 neun, die sich regelmäßig getroffen haben, aber die jetzt auch keine Zeit mehr haben und wir
1920 uns da jetzt auch umgestellt haben und jetzt zu denen in die Schulen viel mehr gehen noch
1921 als früher. Also diese Zielgruppe ist schwer zu erreichen, außer über Projekte. Also man kann
1922 sie nur in ihrer Lebenswelt Schule meistens erreichen, weil sie dann im Freizeitbereich viel-
1923 leicht andere Dinge dann zu tun haben oder lernen müssen. Wer noch schwierig zu erreichen
1924 ist, sind Menschen mit Behinderung zum Beispiel, auch die kriegen wir nur über Projekte
1925 und habe auch hier Schwierigkeiten, weil wir nicht barrierefrei sind, um Rollstuhlfahrer oder
1926 sowas hier begleiten zu können und unterstützen zu können. Das ist eine schwierige Gruppe.
1927 Senioren erreichen wir da leichter. Also auch über ein Projekt haben wir da jetzt so eine
1928 Plattdeutsch-Community hier integriert, die jetzt auch den Adventskalender machen. Die ha-
1929 ben einfach auch Zeit, die haben Lust und haben sich als Gruppe gefunden oder unsere Seni-
1930 orenredaktion, die auch schon seit Jahren hier im Haus ist. Die erreicht man und da wächst

1931 auch schon seit Jahren immer wieder was nach. Aber das hat auch etwas mit Zeit zu tun und
1932 ansonsten erreichen wir die Menschen mit Migrationshintergrund auch wirklich nur über per-
1933 sönliche Ansprache und indem wir immer wieder darüber informieren, dass es die Möglich-
1934 keit gibt, dass es nichts kostet und nur eine Bereicherung sein kann und auch immer wieder
1935 sagen, das ist auch nicht verbindlich in Anführungsstrichen, sondern wir freuen uns auch,
1936 wenn es eine einmalige Sendung ist oder sporadisch. Auf jeden Fall gerne immer auch mit-
1937 machen, die Werbetrommel rühren wir so.

1938 **Naomi Nowak:** Dann würde ich ganz gerne auch nochmal auf die jüngeren Leute im jungen
1939 Erwachsenenalter eingehen, vielleicht auch Studierende oder Auszubildende, da hat sich tat-
1940 sächlich in der Umfrage gezeigt, dass auch die wenigsten, die sich ehrenamtlich in den Bür-
1941 gersendern engagieren, eine journalistische Vorerfahrung haben und da wäre jetzt meine
1942 Frage: Wenn Sie vielleicht auch an die jüngeren Menschen bei sich denken, Studierenden-
1943 gruppen, vielleicht gibt es ja so etwas, nehmen Sie das so wahr, das da die Bürgermedien
1944 noch auch als Sprungbrett in den professionellen Journalismus genutzt werden oder sehen Sie
1945 da vielleicht auch andere Motive, warum sich junge Menschen in den Bürgermedien enga-
1946 gieren?

1947 **Simone Wölfel:** Also wir haben hier den Uni-Funk. Das ist aber auch reduziert mittlerweile
1948 von viermal Mal die Woche auf zweimal die Woche, haben die ihre Sendung hier eine Stunde
1949 abends, weil auch deren Redaktionsgruppe geschrumpft ist. Auch der Faktor Zeit und Faktor
1950 Corona, nachdem dann irgendwie im Homeoffice saßen und wieder in ihre Heimatstädte zu-
1951 rückgekehrt sind, hat sich da auch die Gruppe halbiert, aber wir haben auch immer noch ganz
1952 viele Praktikanten. Also quasi durchgehend haben wir Praktikanten hier, auch studentische
1953 Kräfte, die dann als freie Mitarbeiter bei uns weiterarbeiten und die nutzen das natürlich als
1954 Sprungbrett gerne oder als Praktikumsnachweis, weil es notwendig ist fürs Studium. Aber es
1955 sind auch immer mal wieder welche dabei, die dann auch den Bürgerfunk entdecken und ihre
1956 eigene Sendung am Wochenende dann produzieren, mit ihren Themen. Die dann hier in der
1957 Redaktion halt ihre Auftragsarbeiten erledigen, gegen Geld, gegen Bezahlung, gegen Hono-
1958 rar, aber schon Lust bekommen haben aufs Radio machen und das dann in ihrer Freizeit tun
1959 im Bürgerfunkprogramm. Da haben wir auch zwei, drei, die ihre eigenen Sendungen dann da
1960 machen. Auch jetzt nicht wie die alten Hasen wahrscheinlich 25 Jahre lang als Hobby, son-
1961 dern auch sporadisch dann für ein, zwei Jahre bis dann die nächste Lebensphase ansteht, ein
1962 Ortswechsel ansteht. Also da nehmen wir junge Menschen Anfang bis Mitte zwanzig auch
1963 immer nochmal mit.

1964 **Naomi Nowak:** Okay und ich hatte tatsächlich auch ein Gespräch, da ging es um eine Stu-
1965 dierendengruppe aus Braunschweig, die gar nicht mit Medien eigentlich zu tun hatten, also
1966 die haben irgendwie IT studiert und haben gesagt sie wollen gerne so das technische, das
1967 technisch mögliche ausreizen und irgendwie mit 8 Kameras gleichzeitig filmen. Also ja
1968 scheinbar ziehen die Bürgermedien ja auch Menschen an, die vielleicht erstmal nicht unbe-
1969 dingt was mit Journalismus an sich zu tun haben.

1970 **Simone Wölfel:** Ja, das glaube ich auch, weil es auch einfach erstmal eine Plattform ist, wo
1971 man keinem was beweisen muss, außer sich selbst. Also man kann das hier als Spielplatz
1972 nutzen, kann seine Talente ausprobieren und diese Stunde so füllen, wie sie einem selbst
1973 gefällt, mit der Musik, mit der Moderation, mit den Witzen und man hat da ja keinen Chef
1974 oder keinen Professor, den man irgendwie beeindrucken muss, sondern man muss nichts be-
1975 weisen, sondern kann es als Hobby nutzen, als Ehrenamt ausführen. Also da sind auch bei
1976 uns welche dabei, die vorher noch nichts mit Radio zu tun hatten. Die da auch so reingerutscht
1977 sind.

1978 **Naomi Nowak:** Okay dann hatten Sie jetzt gerade schon gesagt, man macht es irgendwie so
1979 als Hobby und deswegen würde ich jetzt gerne auf die Motive eingehen, die in der Umfrage
1980 herausgekommen sind und da hat sich tatsächlich gezeigt, das Hauptmotiv ist wirklich der
1981 Spaß an der Produktion, gefolgt davon, andere Menschen unterhalten zu wollen und die Eh-
1982 renamtlichen haben auch gesagt, dass sie gerne, im Hinblick jetzt auf publizistische Ziele,
1983 neutral und präzise informieren möchten, eben die anderen unterhalten wollen und tatsäch-
1984 lich, weil Sie es ja jetzt anfangs auch schon mal kurz angesprochen haben, politische Ziele
1985 stehen laut den Ergebnissen der Umfrage gar nicht so sehr im Vordergrund, also spielen ei-
1986 gentlich kaum eine Rolle. Wie nehmen Sie das wahr? Sind das wirklich so Motive, wo Sie
1987 sagen, das beobachten wir bei uns auch?

1988 **Simone Wölfel:** Das würde ich unterstreichen oder würde ich mitnehmen aber wir haben
1989 jetzt zum Beispiel auch ganz junge Gruppe dazubekommen, die Sendung heißt Verdi Welle,
1990 also das ist so eine Gewerkschaftssendung, wo der Sendeverantwortliche jetzt auch einfach
1991 schon im Rentenalter ist und sich umgehört hat und dann jetzt ein Schwung - das sind be-
1992 stimmt vier, fünf junge, ich glaube nur Frauen sogar - die diese Sendung jetzt quasi übernom-
1993 men haben, die sich da drei, vier Mal haben einweisen lassen von dem Senior und total Spaß
1994 haben, da jetzt regelmäßig alle 14 Tage mit ihrer Sendung on-Air zu gehen und die machen
1995 dann auch politische Inhalte, beziehungsweise ja arbeitsrechtliche Geschichten. Aber so
1996 Gruppen wie Fridays-For-Future zum Beispiel haben wir jetzt nicht hier im Programm. Ich

1997 denke, die haben dann auch andere Schwerpunkte und gehen auf die Straße oder keine Ah-
1998 nung, aber das das fehlt hier. Also da würde ich auch sagen, viele nutzen die Chance leider
1999 nicht, würde ich vielleicht auch sagen. Recht viele benutzen es, um zu unterhalten, wie Sie
2000 schon sagten, oder wie das Ergebnis der Umfrage auch war.

2001 **Naomi Nowak:** Dann ein anderes Ergebnis, das ich auch sehr spannend fand und auch über-
2002 raschend fand, ist, dass die Ehrenamtlichen gesagt haben sie produzieren eigentlich haupt-
2003 sächlich alleine und nicht so sehr in der Gruppe mit anderen. Wie nehmen Sie das bei sich
2004 Sender wahr?

2005 **Simone Wölfel:** Genauso auch. Also wie ich schon sagte, der überwiegende Teil macht es
2006 wirklich alleine also ja würde ich schon sagen, das sind dann Einzelpersonen, die Musiksen-
2007 dungen machen und sich vorher, nachher mit den anderen unterhalten, die sich dann immer
2008 regelmäßig treffen, wenn sie ihre festen Sendeplätze haben mit den nachfolgenden Sendema-
2009 chern, aber es gibt halt auch diese Trupps oder Gruppen, wie die Verdi Welle oder das Seni-
2010 orenradio oder Uni Funk, die das dann nicht alleine machen. Witzigerweise würde ich sogar
2011 sagen, dass da dann mehr Inhalt bei rauskommt, also bei den Gruppen.

2012 **Naomi Nowak:** Ja fand ich einfach spannend, weil eigentlich ja so ein Ehrenamt sich ja ge-
2013 rade durch diese Gemeinschaftlichkeit auch so ein bisschen auszeichnet und dann sagen alle:
2014 Ich mache das lieber alleine. Fand ich mich schon spannend, aber klar, wahrscheinlich spielt
2015 da auch wieder der Faktor Zeit mit rein, sich überhaupt so zu koordinieren, dass man irgend-
2016 wie eine andere Person findet, die mit einem zusammen die Sendung immer produziert. Also
2017 könnte ich mir vorstellen, dass da auch wieder der Faktor Zeit mitreinspielt.

2018 **Simone Wölfel:** ...und auch vielleicht ein bisschen der Faktor „da lasse ich mir nicht reinre-
2019 den in mein Konzept. Ich bin hier der Moderator und oder die Moderatorin und lade mir Gäste
2020 ein, aber ich bin der Chef im Ring quasi und muss mich da nicht irgendwie solidarisch oder
2021 demokratisch irgendwie abstimmen.“ Ja, aber wie gesagt, das fällt mir jetzt gerade erst so
2022 auf, dass bei den Gruppen mehr Inhalt bei rauskommt, auch feste Sendeelemente abgespro-
2023 chen sind und die dann gefüllt werden im Wechsel und so ein richtiges Magazin bei raus-
2024 kommt und es nicht immer eine Musiksendung ist.

2025 **Naomi Nowak:** Ja, okay. Dann ein anderes Ergebnis, was ich auch spannend fand, war, dass
2026 die Ehrenamtlichen gesagt haben, sie produzieren eigentlich ihre Sendungen hauptsächlich
2027 zu Hause und kommen dafür gar nicht in den Sender.

2028 **Simone Wölfel:** Das ist bei uns nicht so. Durch Corona mussten wir ja ein paar Wochen
2029 schließen und da haben auch einige dann zu Hause produziert, aber waren total froh, als sie

2030 dann wieder in den Sender kommen konnten, weil hier einfach die Voraussetzungen stimmiger
2031 sind. Es gibt zwei, drei, vier, die von zu Hause produzieren, aber das immer schon tun
2032 oder seit Jahren schon tun und nicht kommen. Aber das sind die Wenigsten. Also die meisten
2033 kommen wirklich und produzieren hier und haben einen Schlüssel und alles. Also wir haben
2034 unheimlich viele Schlüssel auch vergeben, also da ist ein unheimliches Vertrauensverhältnis,
2035 so, dass sie hier dann abends und auch am Wochenende, wenn wir Festangestellten hier nicht
2036 sind, hier quasi rein und rausgehen und die ganze Infrastruktur benutzen.

2037 **Naomi Nowak:** Wenn Sie jetzt aber vor Ort sind und dann vielleicht auch die Ehrenamtlichen
2038 betreuen, wie sieht dieses Betreuungsangebot aus?

2039 **Simone Wölfel:** Ich würde sagen, das ist ein ganz offenes, freundschaftliches Verhältnis. Wir
2040 duzen uns alle, wir schnacken kurz wie's geht und die sind immer gut drauf, wenn sie kommen,
2041 weil es ja Spaß macht und wenn die Hilfe brauchen, fragen sie kurz, gehen hier in die
2042 Reaktionsräume... es war heute Morgen so, dass jemand kam, der noch nicht so viel Erfahrung
2043 hat und der bekommt Hilfe bei der Technik, von egal wem hier. Also das ist so die
2044 Betreuung, die wir durchführen und wir kennen sie ja und wissen genau, wo da doch so die
2045 Schwachstellen technisch sind und das ist eigentlich ein sehr eingespielter Ablauf, sodass wir
2046 manchmal auch die Aufnahme starten, wenn Vorproduktionen sind. Der oder die produziert
2047 dann eine Stunde und sagt dann Bescheid „du kannst du mal eben wieder auf Stopp drücken
2048 und vorne und hinten abschneiden und so“ und dann legen wir es auf den Sendeplatz. Also
2049 da unterstützen wir mit der ganzen Technik und die produzieren ja auch ein paar Mal erst vor,
2050 bevor sie dann live auf Sendung gehen. Wir haben aber auch Ehrenamtliche, die immer nur
2051 vorproduzieren und das auch genießen, die nachmittags kommen oder vormittags, die Stunde
2052 hier buchen und das dann nicht live machen. Das wäre ihnen zu stressig.

2053 **Naomi Nowak:** Ja, kann ich verstehen. Und Sie haben jetzt gesagt, wenn es irgendwie Fragen
2054 gibt, zum Beispiel im technischen Bereich, ist da immer jemand zur Stelle und wie ist das,
2055 also kommen die tatsächlich auch an und möchten Feedback zu den Beiträgen haben oder ist
2056 das eher nicht so relevant?

2057 **Simone Wölfel:** Nein, Feedback jetzt nicht unbedingt. Ich habe vor ein paar Jahren mal so
2058 Workshops angeboten, könnte ich eigentlich auch mal wieder machen, also so air check Runden,
2059 wo man dann so das Angebot macht: Wenn ihr Lust habt, dann gebt ein Stück Sendung
2060 ab, oder wir hören mal rein und dann sprechen wir mal drüber, was könnt ihr besser machen,
2061 damit ihr mehr Hörer kriegt? Das würde auch, natürlich jetzt nicht von allen, angenommen.
2062 Manche wollen auch kein Feedback vielleicht, aber denen das wichtig ist und denen das Produkt
2063 am Ende wichtig ist, die haben das schon auch gerne mitgemacht.

2064 **Naomi Nowak:** Genau, dann wurden die Ehrenamtlich auch gefragt, wie zufrieden sind sie
2065 denn mit diesem Betreuungsangebot und generell, wie sieht die Arbeitszufriedenheit aus?
2066 Und da hat sich gezeigt, dass die Ehrenamtlichen tatsächlich sehr zufrieden.

2067 **Simone Wölfel:** Gott sei Dank! [*lacht*]

2068 **Naomi Nowak:** Nein also das war wirklich durchweg, also mehrheitlich wirklich eine hohe
2069 Zufriedenheit, die sich da abgezeichnet hat. Es gibt aber jetzt auch ein paar kritische Äuße-
2070 rungen und ich habe jetzt hier eine Folie vorbereitet, wo ich mal einfach so zwei, drei Zitate
2071 mitgebracht habe, wo es ein bisschen kritischer wurde. Also es hat jemand gesagt: „Ich würde
2072 mir mehr Interesse des Vereins für die Nutzer:innen wünschen“. Eine andere Stimme war:
2073 „Interessierte Bürger zur Mitarbeit ermutigen und unterstützen war bei mir nicht der Fall. Der
2074 Leiter des Bürgerfunks hat mich immer wieder niedergemacht“. Also eine sehr krasse Aus-
2075 sage, in Anführungszeichen. Dann wurde noch gesagt: „Ich würde mir wünschen, dass die
2076 Hauptamtlichen einen nicht so arrogant behandeln“ und jemand anderes hat noch gesagt:
2077 „Was nützt der Einsatz, wenn er ignoriert und abgelehnt wird?“ Es gab auch einige, die da
2078 nicht so zufrieden waren, was sagen Sie zu solchen Äußerungen?

2079 **Simone Wölfel:** Ich hoffe nicht, dass das einer von uns gesagt hat. Wir haben wie gesagt vor
2080 sechs Jahren glaube ich den Workshop auch gemacht, wo dann der Vereinsvorstand mit uns
2081 Mitarbeitenden eingeladen hat extern in ein Haus, wo wir uns getroffen haben mit interes-
2082 sierten Ehrenamtlichen, weil wir genau diese Brücke da weghaben wollten, diese Barriere,
2083 dass da irgendwie so eine Zweiklassengesellschaft herrscht, zwischen Redaktion und Bürger-
2084 funk. Das wollten wir nicht und das ist uns in dem Moment glaube ich auch gelungen und
2085 wir versuchen auch immer wieder auf die Sendungen im Bürgerfunk, die jetzt folgen, hinzu-
2086 weisen, dennoch schaffen wir das natürlich auch nicht hundertprozentig. Also wir haben jetzt
2087 auch einen neuen Ehrenamtlichen, der ganz massiv möchte, dass wir zum Beispiel die Inter-
2088 netseite viel präsenter gestalten, also den Bürgerfunk und wo wir auch sagen, „ja, hey Inter-
2089 netseite ist jetzt nicht unsere Hauptpriorität. Wir machen Radio, wir sind auch nur 8 Leute
2090 und wir tun, was wir können. Also da versuchen wir schon auch auf die Wünsche immer
2091 wieder einzugehen, dass da nicht dieser Unterschied ist und das wir auf keinen Fall irgendwie
2092 arrogant wirken wollen oder irgendwie was Besseres sind weil, wir uns ist das immer be-
2093 wusst, – und das sage ich auch immer unseren Kollegen - dass wir ohne den Bürgerfunk keine
2094 Daseinsberechtigung haben. Also wir sitzen in einem Boot und rudern in eine Richtung und
2095 dementsprechend ist keiner besser oder schlechter. Aber ich weiß auch, dass es solche Kritik
2096 früher schon mal gab. Also ich hoffe nicht, dass es noch so ist.

2097 **Naomi Nowak:** Okay, Sie haben jetzt auch schon grad zwei Punkte angesprochen, wo ich
2098 jetzt auch noch zwei Fragen zu hätte und zwar einmal haben Sie gesagt, Sie haben halt eben
2099 schon versucht, diese Barrieren abzubauen zwischen dem Bürgerfunkbereich und Hauptamt-
2100 lichen und tatsächlich hatten die Ehrenamtlichen auch in der Umfrage die Möglichkeit, all-
2101 gemeine Verbesserungsvorschläge zu äußern und etwas was ganz, ganz häufig kam war, dass
2102 die Ehrenamtlichen gesagt haben, sie wünschen sich gerne einen engeren Kontakt zu den
2103 Hauptamtlichen, weil es wohl in einigen Sendern so ist, das die kaum Berührungspunkte ha-
2104 ben und das finden sie eben sehr schade. Einige Sender haben dann auch gesagt, sie bieten
2105 beispielsweise Nutzertreffen an oder machen irgendwie ein gemeinsames Sommerfest oder
2106 Weihnachtsfest oder irgendwas. Gibt es da ganz konkrete Dinge, wo Sie sagen, das machen
2107 wir vielleicht auch, um diesen Kontakt herzustellen zu den Ehrenamtlichen?

2108 **Simone Wölfel:** Ja wie gesagt einmal im Jahr die Nutzerversammlung, zu der wir im Sommer
2109 einladen, wenn Jubiläen anstehen. Wir hatten ja fünfundzwanzigjähriges, da haben wir dann
2110 auch den Fokus ganz klar auf den Bürgerfunk gelegt und haben Gratulationen von denen
2111 aufgenommen, haben Stücke von deren Sendung ausgespielt. Wir haben dieses Info aktuell
2112 Heft, dass wir einmal im Jahr publizieren, wo auch immer der Bürgerfunk ganz klar Thema
2113 ist. Den Wunsch nach mehr Kontakt zu Redaktion - das kann ich nachvollziehen, das ist aber
2114 einfach auch zeitliche Frage. Also wir haben da keine zeitliche Schnittmenge. Die Redaktion
2115 hat ja Schichtbetrieb, fängt morgens um 06:00 Uhr an und hört abends um 18:00 Uhr auf,
2116 dann fängt der Bürgerfunk an, also man begegnet sich da selten. Aber bei den Nutzerver-
2117 sammlungen sind die anderen Redakteure dann auch nicht dabei, das stimmt schon, da bin
2118 ich als Geschäftsführerin dabei, der Chefredakteur, der Kollege, der für den Bürgerfunk zu-
2119 ständig ist und der Vereinsvorstand, die sind dann dabei und man versucht so ins Gespräch
2120 zu kommen. Man kann es nur anbieten. Es kommen halt wie gesagt immer die Gleichen. Und
2121 in diesem Jahr ist es ausgefallen. Davor war Corona, aber wir haben es jetzt auf jeden Fall
2122 schon auf dem Zettel, dass wir es unbedingt im Frühjahr machen müssen, weil wir das ja auch
2123 mitkriegen, dass das gewünscht wird, dass sie das gerne möchten und genießen und ja sicher
2124 sonst auch, wie gesagt, sich selten begegnen und sich dann mal in Ruhe treffen auf ein, zwei
2125 Stündchen und dann auch mit uns quatschen und wir auch hören, was haben die für Bedürf-
2126 nisse, was wünschen die sich für neue Technik vielleicht oder ja wie haben die Corona über-
2127 standen und welche neuen Sendungen planen sie. Also dieser Austausch ist wichtig und da
2128 versuchen wir am Ball zu bleiben.

2129 **Naomi Nowak:** Was ich da auch ganz interessant fand, also ich habe da auch mit dem Ge-
2130 schäftsführer von TV38 gesprochen, kann ich ja jetzt hier mal einfach so sagen, und die haben
2131 tatsächlich vor, so einen Newsdesk aufzubauen bei sich, wie man es aus dem professionellen

2132 Journalismus eigentlich kennt und wo sie dann eben versuchen oder hoffen, dass die Ehren-
2133 amtlichen dann auch vermehrt in den Sender kommen, weil die produzieren tatsächlich eher
2134 zu Hause erst zuhause und das man eben so einen Raum schafft, wo Haupt- und Ehrenamtli-
2135 che auch an einem Tisch zusammensitzen fand ich eigentlich auch eine sehr spannende Idee
2136 und ja bin ich mal gespannt. Dann hatten Sie jetzt gerade auch schon das Thema Website
2137 angesprochen und ich habe tatsächlich auch nochmal eine Folie mitgemacht mit zwei Zitaten
2138 und da ging es darum, dass die Ehrenamtlichen auch gesagt haben: „ja Mensch, wir würden
2139 uns eigentlich auch ein bisschen mehr Innovationsbereitschaft von den Sendern wünschen
2140 und auch, dass auch die Social Media Präsenz erhöhen“, weil da wahrscheinlich einfach noch
2141 nicht so viel Kapazitäten auch vorhanden sind. Da können Sie ja gerne gleich mal Stellung
2142 zu beziehen. Jemand hat gesagt: „Der Verein ist sehr starr und (nennen wir es politisch korrekt
2143 und freundlich) traditionell ausgerichtet. Ideen und Modernisierung werden beinahe gänzlich
2144 ausgegrenzt. Das ist meines Erachtens das Gegenteil von Medienkompetenz und Bürger-
2145 nähe“. Jemand anderes hat noch gesagt: „Das Problem ist, dass der Sender oder Verein of-
2146 fenkundig kein Interesse hatte, den Bürgerfunk präserter darzustellen. Heutzutage benutzt
2147 jeder Smartphone und Internet. Dort sollten Informationen bereitgestellt werden“, und hat
2148 dann noch ergänzt: „Als wären sie gestern erst vom Baum gefallen und nicht seit über 25
2149 Jahren auf Sendung“. Ja, können Sie diese Äußerungen nachvollziehen?

2150 **Simone Wölfel:** Ja genau, also das ich ja schon gesagt, dass es da immer wieder Stimmen
2151 gibt, die sich wünschen, dass da Informationen zu Ihrer Sendung noch präserter, noch schnel-
2152 ler, noch informativer dargestellt werden und wir einfach an Grenzen stoßen und manches
2153 auch dann einfach ablehnen müssen, weil es einfach zeitlich für uns nicht händelbar ist und
2154 wir waren aber glaube ich der erste Sender, der eine eigene App hatte, wo wir das Programm
2155 drauf haben und auch ansonsten die Seite versuchen immer so modern und freundlich zu
2156 haben, wie es geht und haben jetzt gerade durch diesen neuen Nutzer auch nochmal den An-
2157 stoß bekommen, das zu aktualisieren mit den Bürgerfunksendungen, nehmen das auch auf,
2158 haben jetzt alle Bürgerfunker angeschrieben, sie sollen doch Informationen geben, das wir
2159 das mehr füllen können. Wir haben also ein Kalender auf der Internetseite, wo man drauf
2160 sieht, was läuft an dem Abend noch ein Bürgerfunkprogramm. Da kann man draufklicken
2161 und wenn wir aber keine Informationen haben für die Sendung, kommt da halt nichts und
2162 dementsprechend war der Aufruf: „Schickt uns bitte Material“. Das haben wir eingepflegt,
2163 oder wie wir sind dabei das einzupflegen diese Texte und auch da zeigt sich wieder, dass bei
2164 120 Bürgerfunksendungen da zehn Leute was zurückschicken und der Rest halt nicht, weil
2165 denen ist das wumpe. Und dann sieht das nach außen so aus: Ach die tun ja nichts, aber, wenn
2166 wir nichts kriegen, können wir nichts einpflegen. Das ist dann wiederrum die Crux.

2167 **Naomi Nowak:** Ja, aber ich kann das auf jeden Fall widerspiegeln. Ich habe mir die Website
2168 auch nochmal angeguckt von Ihrem Sender und muss wirklich sagen, ja ich finde auch, sie
2169 ist sehr modern. Also wenn ich mir andere Sender anschau, muss ich wirklich sagen, die ist
2170 zeitgemäß und das finde ich ist auch irgendwie selten der Fall, wenn ich mich jetzt mal so
2171 umschaue bei den anderen Sendern. Und wie ist das, haben Sie auch eine Social Media Prä-
2172 senz? Gibt es da irgendwelche Kanäle, die sie bespielen?

2173 **Simone Wölfel:** Klar. Facebook, Instagram. Jede Meldung wird auch getwittert – TikTok
2174 machen wir jetzt nicht, aber ansonsten, bei den Klassikern, sind wir dabei und muss man ja
2175 heutzutage auch, um da mithalten zu können oder auch um Werbung zu machen. Wir haben
2176 jetzt grad heute Morgen noch ein kleines Filmchen gemacht für Morgen, für die Verlosung.
2177 Das machen wir halt immer. Wenn wir Informationen bekommen von den Bürgerfunkern,
2178 von den Ehrenamtlichen, wenn die mir was schicken, wenn die jetzt Freitagabend einen be-
2179 sonderen Gast haben, dann veröffentliche ich das auch auf unserer Seite, also dann ist das
2180 überhaupt kein Problem. Und Danke für das Kompliment für die Seite, das freut mich.

2181 **Naomi Nowak:** Ja gerne, also kann ich wirklich nur sagen. Das ist sehr ansprechend, das
2182 anzuschauen. Aber nochmal ganz kurz zum Social Media Auftritt, wie ist das? Also kommen
2183 da auch die Ehrenamtlichen selber zu Wort oder können sie sich da einbringen oder ist das
2184 etwas, was bei den Hauptamtlichen in der Verantwortung liegt?

2185 **Simone Wölfel:** Das liegt bei uns, bei den Hauptamtlichen, in der Verantwortung. Wir pfl-
2186 egen das. Wenn wir da verknüpft werden bei Instagram, dann machen wir das andersherum
2187 auch. Also alle, die uns Inhalte liefern, die nehmen wir auch auf und verbreiten das weiter
2188 über unsere Kanäle oder, wenn wir wissen, da kommt ein Schlager Star irgendwie in die
2189 Sendung, würde ich das auch bei Facebook veröffentlichen. Man muss halt miteinander spre-
2190 chen, dann kann man sich helfen so. Ansonsten, nein, Social Media und auch die Internetseite
2191 liegt in unserer Verantwortung, weil wir auch rechtlich dafür verantwortlich sind. Früher hat-
2192 ten wir auch Ehrenamtliche, die durften auf unserer Internetseite selbst Dinge veröffentlichen,
2193 da hat sich der jetzige Vorstand schon ergeben seit Jahren dagegen entschieden, weil wie
2194 gesagt aus rechtlicher Sicht geht das nicht. Ist das bei anderen Sender anders? Dürfen da auch
2195 die Ehrenamtlichen eingreifen?

2196 **Naomi Nowak:** Okay, also tatsächlich kann ich jetzt wieder nur von TV 38 sprechen, aber
2197 da war es so, dass auch die Geschäftsführung ganz klar gesagt hat, die kennen auch diese
2198 Wünsche, dass man irgendwie da noch mehr macht und dann sagen sie aber auch, das ist auch
2199 ausdrücklich gewünscht, dass die Ehrenamtlichen da auch nicht nur sagen. „ja macht mal“,
2200 sondern eben auch selber einen Teil dazu beitragen, dass sich das weiterentwickelt in diese

2201 Richtung. Also ich glaube das bezog sich dann wahrscheinlich eher darauf, dass sie Ideen
2202 und Anstöße liefern können, wie man diese Social Media Präsenz in Zukunft gestalten kann,
2203 aber, dass sie jetzt aktiv daran teilnehmen, habe ich auch nicht gehört. Ich weiß nur, dass
2204 gerade bei den Social Media Kanälen, die Ehrenamtlichen immer oft präsentiert werden, dass
2205 man mal sieht, wer macht da eigentlich mit, also das die Zuhörer oder Zuschauer sehen: „Ach,
2206 okay, das sind ja irgendwie auch Leute, wie ich selber“. Also einfach die Ehrenamtlichen dort
2207 mal sozusagen zu präsentieren, die stellen sich vor, was machen die. Also fand ich eigentlich
2208 auch eine sehr nette Idee.

2209 **Simone Wölfel:** Ja, das muss ich mir mal direkt aufschreiben. Das finde ich gut. Das ja Con-
2210 tent, den man dann produzieren kann. Oder das man bei Instagram mal Stories macht und
2211 sagt „so das sind jetzt die und die und die machen das und das“. Ja genau, weil das ist immer
2212 noch dieses schwierige in Anführungsstrichen, zu vermitteln, dass wir diese Bürgerfunk-
2213 plätze haben. Also mich ärgert das jedes Mal, wenn ich mit Leuten spreche, auch aus der
2214 Politik sogar hier, aus der Lokalpolitik, die dann sagen: „Ach, das wusste ich ja gar nicht!“.
2215 Da sage ich, das gibt es doch gar nicht. Also das ärgert mich richtig, richtig, richtig. Aber das
2216 wäre natürlich nochmal eine Möglichkeit, viele Tausende zu erreichen über Social Media und
2217 die Bürgerfunker selber, dass ja auch nochmal streuen können, in ihren Kanälen. Ja super,
2218 das nehmen wir auf jeden Fall mit. So ein Adventskalender digital oder sowas.

2219 **Naomi Nowak:** Ja cool, dann sind wir damit tatsächlich am Ende angekommen. Ich habe
2220 jetzt keine Frage mehr.

2221 [Verabschiedung].

A.4.5 Interview 5

Andreas Goos (StadtRadio Göttingen) (Interview am 16.11.2022 um 17:00 Uhr/ Dauer des Interviews 80:28 Minuten)

2222 **Naomi Nowak:** Gut und dann würde ich sagen, steigen wir einfach ein mit der ersten Frage
2223 und zwar geht's da ein bisschen um die Wissenschaft und einfach die Tatsache, dass quasi
2224 der Forschungsstand zu den Ehrenamtlichen ja schon 20 Jahre zurückliegt. Also eigentlich
2225 eher so zu den Anfangszeiten gab es da ein paar Nutzerstudien, die die Produzenten auch
2226 mal genauer unter die Lupe genommen haben und eigentlich genau die Dinge abgefragt ha-
2227 ben, die ich jetzt in dieser Umfrage auch nochmal erhoben habe. Da wäre meine Frage: Was
2228 glauben Sie woran das vielleicht liegt das es danach keine Studien mehr zu den Ehrenamtli-
2229 chen gab, sondern das sich dann eher auf andere Bereiche konzentriert wurde, also Pro-
2230 grammanalysen, Reichweitenstudien.

2231 **Andreas Goos:** Also ich würde mal ganz nüchtern vermuten, dass es daran liegt, dass die
2232 Studien, die gemacht worden sind, also die Reichweitenanalyse und auch die Programmstruk-
2233 tur, dass die einfach sich mit Sachen beschäftigen, die dann letztlich für die Projekte an sich
2234 wichtig sind. Also, dass man sagen kann: „Ja das sind wichtige Sachen. Wir haben den Anteil
2235 zum Beispiel an Informationen“ und was ja auch immer wichtig ist, ist der Rückhalt in der
2236 Bevölkerung, also wie viele Leute hören das und das ist zumindest für uns jetzt als Sender
2237 auf jeden Fall die harte Währung, wo wir sagen können, so viele Leute hören uns oder so gut
2238 werden wir wahrgenommen und ich denke, dass das auch auf der Seite der Leute, die halt das
2239 Geld geben, entscheidend ist, dass das passiert. Und da ist glaube ich diese Studie, die sie
2240 jetzt auch gemacht haben, mit dem was da so abgefragt wurde, wahrscheinlich ein bisschen
2241 zu soft oder es ist dann einfach nicht so wichtig, wie gut fühlen sich die Ehrenamtlichen in
2242 den Sendern, sondern machen sie was oder machen sie nichts. Das ist jetzt erstmal so meine
2243 Vermutung, dass es daran auch liegt letztlich, weil diese Studien ja sicherlich auch nicht we-
2244 nig Geld kosten, das dann einfach klar ist: „Okay wir fragen jetzt bestimmte Sachen ab und
2245 bestimmte Sachen fragen wir eben nicht ab“.

2246 **Naomi Nowak:** Wie gut kennen Sie denn die Ehrenamtlichen bei sich im Sender?

2247 **Andreas Goos:** Also ich würde sagen, dass ich die schon ganz gut kenne. Manche kenne ich
2248 besser, weil sie schon lange dabei sind oder, weil ich viel Kontakt mit ihnen habe, weil sie
2249 sich selber quasi im Haus aufhalten zum Beispiel bei uns. Es gibt ja auch Leute, die produ-
2250 zieren bei uns vor tagsüber und es gibt Leute, die senden abends live. Die sehe ich dann
2251 weniger und wenn die auch keine Fragen oder Problemchen oder so haben, dann sehe ich die
2252 ab und zu, wenn wir sowas machen wie so ein großes Treffen oder so. Dann sind sie auch mit
2253 dabei oder wir telefonieren mal zwischendurch, aber es ist jetzt nicht so, dass die dann oft da
2254 sind. Es gibt auch Leute, die produzieren zu Hause aber so grundsätzlich würde ich sagen,
2255 manche kenne ich persönlich auch sehr gut und manche kenne ich halt als Nutzer, die bei uns
2256 sind. Einen persönlichen Kontakt zu denen habe ich natürlich schon, weil ich ihre Ansprech-
2257 person bin, aber das ist halt auch vielleicht eher auf der „beruflichen Ebene“ dann quasi, auch
2258 wenn es Ehrenamtliche sind.

2259 **Naomi Nowak:** Ja jetzt haben Sie gerade schon diese Treffen angesprochen, sind das diese
2260 Nutzertreffen, hieß das ja früher glaube ich mal oder zumindest im Fernsbereich? Also wo
2261 man sich mit den Ehrenamtlichen zusammensetzt oder was kann man sich genau darunter
2262 vorstellen, unter diesen Treffen?

2263 **Andreas Goos:** Ja, also wir haben verschiedene Formate im Laufe der Zeit gehabt. Einerseits
2264 Nutzertreffen, wo tatsächlich nur Leute von den offenen Sendepätzen kommen oder auch

2265 sogenannte Aktiventreffen, wo wir das quasi öffnen für alle, also auch für den Verein, für den
2266 Trägerverein und auch für Hauptamtliche, um da einfach größere Sachen zu besprechen oder
2267 anzuregen, zu planen, auch im Grunde, was wir hier heute diskutieren, also die Frage, wie
2268 kann man das Ehrenamt weiter nach vorne bringen? Also können wir noch mehr Leute aus
2269 dem Radiobereich bei uns irgendwie einbinden, weil ich glaube ein Problem, und vielleicht
2270 greife ich jetzt schon ein bisschen vor, oder eine Schwierigkeit, ist zum Beispiel, dass das
2271 Ehrenamt sich zumindest bei uns, und ich denke auch bei vielen der anderen Sender, so ein
2272 bisschen aufteilt in einmal diese offenen Sendeplätze und dann aber eben in Leute, die viel-
2273 leicht mitmachen möchten oder können, die aber keine eigene Sendung produzieren, sondern
2274 komplett was anderes machen können, zum Beispiel im technischen Bereich uns unterstützen
2275 oder so. Genau, jetzt bin ich ein bisschen von meinem Einstieg abgekommen.

2276 **Naomi Nowak:** Ja okay. Tatsächlich gehen wir jetzt auch nochmal rein in die ehrenamtliche
2277 Tätigkeit und zwar hat sich auch gezeigt in der Umfrage, dass ein Drittel der Teilnehmer
2278 schon mal darüber nachgedacht hat, dass Ehrenamt wieder aufzugeben und es zeigt sich ja
2279 auch, wenn man es sich mal in anderen Bereichen anschaut, dass das Ehrenamt eher etwas
2280 ist, was temporär stattfindet und es wird immer schwieriger, Menschen zu finden, die auch
2281 bereit sind sich langfristig zu engagieren. Wie beobachten Sie das bei sich im Sender?

2282 **Andreas Goos:** Ja sehr heterogen letztlich. Also es gibt Leute bei uns, die sind fast von Be-
2283 ginn an dabei und es gibt auch immer wieder Leute, die fangen mit einer Sendung an und
2284 hören dann wieder auf. Also die letzte Sendung, die aufgehört hat, war eine Sendung, das
2285 haben drei Frauen gemacht, und es ging um Frauenthemen, es war also eine feministische
2286 Sendung, und die haben sich sehr engagiert und sehr viel Inhalt gehabt und haben aber nach
2287 zwei Jahren wieder aufgehört, weil sie einfach keine Zeit gehabt haben. Also, weil es eben
2288 sehr aufwendig ist und je mehr Inhalt und auch Recherche betrieben wird, desto schwieriger
2289 ist es dann für die Leute, das eben lange zu machen. Beziehungsweise hat Göttinger auch
2290 einen relativ hohen Studierendenanteil, der sich auch bei uns widerspiegelt in den Sendungen,
2291 und wenn die Leute woanders hingehen, verlassen sie die Stadt und machen ihre Sendungen
2292 nicht mehr. Das muss man leider auch immer wieder beobachten. Wobei es auch zwei Sen-
2293 dungen gibt, die eine etwas größere Redaktionen haben, von 3 – 5 Leute plus, also aufwärts
2294 noch, und da ist es dann nicht so tragisch für uns, weil wir im Grunde immer Ansprechpartner
2295 haben und sie machen immer eine Sendung, aber diesen Schwund oder diese Fluktuation
2296 müssen sie dann selber puffern. Das eine ist zum Beispiel auch eine Studierendensendung,
2297 und ich merke dann auch: Okay jetzt kommen wieder neue Leute, die die Schulung machen,
2298 also werden auch wieder Leute gehen und Leute nachrücken und was zumindest für die offe-
2299 nen Sendeplätze, also für die Ehrenamtlichen, die da sind, glaube ich einfach so ein Zeit-

2300 Killer ist, ist einfach auch der der technische Aufwand. Also wir machen das jetzt aktuell
2301 immer noch, aber gerade im Lockdown, haben wir Onlineschulungen angeboten, weil wir so
2302 viele Leute dann quasi nicht alle in einem Raum unterbringen können. Wir haben ja auch
2303 verschiedene kleinere Räume dann für die für die aktiven Schneiderarbeiten und so und da
2304 kann ich dann nicht sagen: Gut dann setzt euch da zu fünft dann an einen Tisch und deswegen
2305 machen wir das online und das sieht man nochmal ganz gut, was diese Technik den Leuten
2306 abverlangt. Also weil sie müssen dann natürlich dafür auch das Schnittprogramm parat haben
2307 und so weiter und da bin ich zum Beispiel jetzt dazu übergegangen, dass ich sage, wenn du
2308 das nicht schaffst oder wenn ihr das Programm nicht auf dem Rechner habt, dann kommt so
2309 vorbei. Also das betrifft eher die ältere Generation, die teilweise dann Schwierigkeiten hat.
2310 Also wir haben hier auch Leute, die 70 oder 80 sind, die Schwierigkeiten haben, dann zu
2311 Hause auf dem Computer das zu installieren und das Ganze auch noch online zu verfolgen
2312 und so und dann sag ich: Okay dann können wir das in so Einzelterminen auch gerne machen.
2313 Aber dann sehe ich eben auch nochmal ganz deutlich: Okay, wo ist das Problem beim Radio
2314 machen für Leute, die eben vorher mit dem Computer nichts zu tun gehabt haben, weil die
2315 sich einfach damit beschäftigen müssen und wir auch im Haus viel Support geben, wenn wir
2316 sehen: Ah da hat jemand jetzt Schwierigkeiten, dann helfen wir auch mehr. Aber sie müssen
2317 natürlich in letzter Konsequenz das auch alleine irgendwie bewerkstelligen können und das
2318 ist bei diesen offenen Sendeplätzen auch einfach immer schon erstmal so ein Abschreckungs-
2319 moment. Das sagen die Leute dann ja auch in den Schulungen immer gerne: „Och, ich bin
2320 damit überfordert; was ist denn das?; Ja, ich habe keine Ahnung von Computern“. Wahr-
2321 scheinlich ist es auch so, dass die Ehrenamtlichen, die jetzt bei uns an der Studie teilgenom-
2322 men haben, auch alles Ehrenamtliche aus dem offenen Sendebereich sind, weil wir zwar eine
2323 Menge Vereinsmitglieder haben, die jetzt keine Sendung machen, aber die sind sonst nicht
2324 so involviert. Also die Leute, die auch jetzt über die Sendung hinaus was machen, sind in der
2325 Regel auch Leute, die quasi eine Sendung haben und sich dann aber eben bereit erklären, zum
2326 Beispiel bei Außenterminen dann einen Stand mit zu betreuen. Also da haben wir nur spora-
2327 disch immer mal Leute, die tatsächlich kein eigenes Programm machen, aber trotzdem uns
2328 unterstützen. Das ist eher so ein Knackpunkt, dass man im Grunde immer gucken muss, was
2329 ist denn jetzt diese ehrenamtliche Arbeit? Also sie machen natürlich Sendungen, die machen
2330 sie aber ja auch für sich und dann gibt's eben das Feld von Leuten, die keine Sendung machen
2331 und da müssen wir tatsächlich zum Beispiel, würde ich sagen, bei uns sehr stark ansetzen,
2332 dass wir einfach gezielter noch Leute bekommen, die jetzt sich nicht in einer Sendung pro-
2333 duzieren wollen, sondern die auch bereit dazu sind, etwas anderes ganz anderes zu machen,
2334 zum Beispiel Veranstaltungstechnik oder sowas.

2335 **Naomi Nowak:** Sie haben schon ganz viele Bereiche angesprochen, über die ich auch unbe-
2336 dingt noch mit Ihnen sprechen wollte. Ich versuche jetzt gerade das nochmal ein bisschen zu
2337 ordnen. Sie haben ja jetzt gerade schon gesagt, es gibt manchmal so Schulungen, auch online
2338 zum Beispiel wegen Corona, und bei der Umfrage ist tatsächlich auch rausgekommen, also
2339 unabhängig von Corona aber auch, dass die Ehrenamtlichen gesagt haben, sie produzieren
2340 größtenteils eher zu Hause und kommen gar nicht in den Sender. Wie ist das bei Ihnen? Ist
2341 das auch so? Oder ist das vielleicht auch wieder abhängig davon, wenn ältere Personen sagen:
2342 „Ne mit der Technik fühle ich mich zu Hause nicht so wohl, deshalb komme ich dann doch
2343 vorbei“.

2344 **Andreas Goos:** Also jetzt hat grad eine Sendung aufgehört, die waren beide über 80, die
2345 haben immer im Haus produziert und haben auch den Support von uns auch gebraucht letzt-
2346 lich, aber wir haben auch noch eine Achtzigjährige Bürgerfunkerin zum Beispiel, die produ-
2347 ziert zu Hause, schon seit Jahren. Die hat eine USB Soundkarte, ein USB Mikro, Audacity,
2348 das haben wir ihr gezeigt, wie das geht, weil es für sie einfacher war dann letztlich, das Zu-
2349 hause zu machen, als zu uns in Studio zu kommen, weil es da tatsächlich das Phänomen ist,
2350 dass die Älteren, die zu Hause mit dem Internet oder mit dem Rechner gut klarkommen, aber
2351 nicht mehr so mobil sind, um dann tatsächlich zu uns zu kommen. Ansonsten ist das, würde
2352 ich sagen, durchwachsen. Also es gibt welche, die wollen mitmachen und auch ins Studio
2353 kommen und dann gibt es eben welche, die zu Hause produzieren. Das ist aber immer wieder
2354 total unterschiedlich Das hängt auch ein bisschen davon ab, wie viel die Leute schon vorher
2355 auch mit Radio was zu tun hatten. Wir haben auch immer wieder Nutzer, die nach Göttingen
2356 reinziehen und dann schon bei einem anderen Sender gewesen sind zum Beispiel und haben
2357 da schon was produziert und haben vielleicht auch schon ein Mikrofon zu Hause und die
2358 machen das dann zu Hause. Ansonsten ist das jetzt nicht unbedingt altersbedingt, wer das zu
2359 Hause macht und wer nicht und das hängt tatsächlich auch immer von den Personen ab, wer
2360 kommt ins Haus und wer will letztlich auch live senden, weil dieser live senden Moment ist
2361 ja für viele auch nochmal so ein Kick, beziehungsweise das, was sie wollen. Das eben nicht
2362 vorproduziert wird dann zu Hause, sondern ich möchte jetzt im Studio sitzen, ich möchte
2363 meine Facebook oder Insta Gruppe haben, wo ich direkt schreiben kann: „Jetzt kommt gleich
2364 der und der Song“, „was wünschst du dir?“, „ja super, vielen Danke!“ und die kommunizieren
2365 auch in ihren Sendungen dann mit Leuten und die senden zum Beispiel live und würde die
2366 jetzt zu Hause was vorproduzieren... also da haben wir eher zwischenzeitlich überlegt, ob
2367 man auch von Zuhause live sich zuschalten könnte oder so, aber das war letztlich nicht mach-
2368 bar dann. Also es ist heterogen auch wieder.

2369 **Naomi Nowak:** Okay, ja dann hatten Sie vorhin auch schon mal darüber gesprochen - Göttingen ist eine Stadt, wo es viele Studenten gibt und da war auch ein Ergebnis der Umfrage, 2370 was ich sehr spannend fand und zwar die Studierenden, die jetzt hier an der Umfrage teilgenommen haben, hatten alle gar nichts mit Medien zu tun, also gar keine journalistische 2371 Erfahrung, sondern kamen aus ganz anderen Fachbereichen, nicht aus dem Bereich Medien- 2372 und Kommunikationswissenschaft oder Journalistik und da wäre jetzt meine Frage, wie Sie 2373 das bei sich im Sender erleben, ob eben, wenn's da Studenten gibt oder auch andere junge 2374 Leute, die noch quasi den Sender vielleicht auch als Sprungbrett in den professionellen Journalismus nutzen und das quasi für ihre berufliche Karriere auch verwenden oder ob es da 2375 auch noch andere Motive bei den Jüngeren und auch bei den Studierenden gibt und wo die 2376 vielleicht so herkommen, weil ich weiß nicht, ob Göttingen... also wie es da mit Medien aussieht. 2377 2378 2379 2380

2381 **Andreas Goos:** Es gab mal, das ist vielleicht 15 bis 20 Jahre her, da gab es auch Medien- 2382 und Kommunikationswissenschaften und ich glaube, das ist aber jetzt nicht mehr so und es 2383 gibt aber so Zusatzqualifikationen. Das wird dann teilweise auch von uns angeboten, da gibt es dann so Radio Workshops für die Uni und dann also Credit Points, die man dann eben 2384 auch sich anrechnen lassen kann und ansonsten ist halt so ein großes Medium das Göttinger 2385 Tageblatt, die Tageszeitung, wo auch Studierende dann Praktika machen und da auch als freie 2386 arbeiten oder so einen Medienzweig dann einschlagen. Ansonsten würde ich auch sagen, dass 2387 es aber trotzdem bei uns so ist, dass die, die das tatsächlich als Sprungbrett nutzen, auch für 2388 eine berufliche Karriere, dass das die sind, die bei uns auch dann als Freie arbeiten, also die 2389 erst ein Praktikum in der Redaktion machen und danach sind sie dann freiberuflich bei uns 2390 als Journalisten tätig. Das überschneidet sich teilweise mit den offenen Sendeplätzen, weil 2391 Leute die das machen, dann sagen: „Ah ich könnt ja auch noch eine eigene Sendung machen“, 2392 oder weil Leute aus diesen Sendungen dann heraus sagen, ich mach mal Praktikum bei euch. 2393 Also das überlappt sich, aber da geht der Weg doch eher über die hauptamtliche Redaktion 2394 bei uns. Und die ist tatsächlich auch ein Sprungbrett. Also wir haben das immer wieder, dass 2395 Leute abgeworben werden bei uns oder das wir sehen: „Okay, der ist jetzt beim NDR, super, 2396 das freut uns“. Aber ich denke auch, dass das bei den anderen Bürgersendern schon so ist, 2397 dass einfach so die, die sagen: „So ich bin jetzt als Freiberufliche in einem Bürgersender 2398 gewesen, dann habe ich halt beim NDR mehr Chancen, um tatsächlich da dann auch ein Praktikum oder sowas dann zu bekommen, als wenn ich das eben nicht habe, weil dann bekomme 2399 ich nämlich gar keinen Praktikumsplatz.“ Also das ist tatsächlich auch nochmal so eine Möglichkeit, aber die kommt dann eben eher über den hauptamtlichen Bereich und jetzt habe ich 2400 mir noch gemerkt: Motivation bei den jüngeren Leuten. Das ist, würde ich auch sagen, auch 2401 2402 2403

2404 schon sehr unterschiedlich, weil viele, wenn sie jetzt eine ehrenamtliche Sendung machen,
2405 meistens eine Musiksending machen. Also da geht es oft darum, was finde ich für Musik gut
2406 und die möchte ich präsentieren. Manche wollen sich sicher auch gerne selbst produzieren
2407 einfach oder man hört sich ja auch selber gerne zu, bei dem, was man so macht und so oder
2408 haben so eine vage Idee. Also teilweise kommen die Leute auch unabhängig von den Schu-
2409 lungen und sagen: „Ich habe hier eine Idee, ich möchte was machen“. Ich habe das aber meis-
2410 tens, das in den Schulungen sich das ergibt, das die Leute dann sagen: „Ich habe eine Idee!“.
2411 Jetzt haben wir eine ganz neue Sendung, fängt gerade an, da geht es um Tierwohl. Das kam
2412 wieder aus der Schulung heraus, dass jemand gesagt hat, ich habe da so eine Idee, ich mache
2413 die Schulung mit. Teilweise ergeben sich auch in den Schulungen Synergien. Natürlich durch
2414 die Online-Schulungen gibt es das so kaum noch, dass die Leute dann natürlich, wenn sie im
2415 Haus sind, sich austauschen und sagen: „Ja finde ich interessant. Ich habe die und die Idee,
2416 wollen wir da nicht mal was zusammen machen?“ und dass sich da so Gruppen bilden auch.
2417 Ich kann das jetzt nicht prozentual machen, aber ich würde sagen, der größere Teil ist erstmal
2418 Musik, dass Leute sagen: „Ich möchte meine Musik darstellen“, aber auch immer wieder
2419 inhaltliche Sachen, also politische Geschichten oder jetzt diese Tiersendung zum Beispiel.
2420 Da kommt wahrscheinlich Musik nur drin vor, damit nicht die ganze Zeit jemand redet, aber
2421 ansonsten eben sehr viel Inhalt. Ja, genau.

2422 **Naomi Nowak:** Ja genau. Also jetzt bezog sich das ja auch noch mehr auf die jüngeren Men-
2423 schen, deswegen würde ich Ihnen jetzt an dieser Stelle einfach gerne mal sagen, was das
2424 Ergebnis allgemein bei der Umfrage war und was die Motive sind und da hat sich herausge-
2425 stellt, und das ist ja auch irgendwie erwartbar, dass eben der Spaß an der Produktion das
2426 Hauptmotiv ist, gefolgt davon, dass man andere Menschen unterhalten möchte, mit dem was
2427 man da produziert und tatsächlich, weil Sie es jetzt gerade auch schon angesprochen haben,
2428 kam in der Umfrage aber auch raus, dass so politische Ziele eher eine untergeordnete Rolle
2429 spielen, zumindest bei denen, die dort teilgenommen haben, deshalb vielleicht nochmal meine
2430 Frage. Erleben Sie das bei sich auch so? Also Sie haben schon gesagt, Musik, das ist auch ein
2431 Motiv, aber Motiv Spaß und Unterhaltung, können Sie das so unterschreiben?

2432 **Andreas Goos:** Ja, grundsätzlich kann ich das schon unterschreiben. Ich kann natürlich nicht
2433 schauen – so wie Sie das jetzt machen können – ob es da Unterschiede in den Altersklassen
2434 gibt. Das nehme ich ja so gar nicht wahr. Also ich sehe die dann so in der Gesamtheit, aber
2435 komme eigentlich nicht auf die Idee: Ah, alle Menschen unter dreißig wollen jetzt genau das
2436 machen. Weil ich das so nicht erhebe. Aber letztlich also Musik, andere unterhalten, aber
2437 auch sich selber ein bisschen da produzieren und Spaß an der Sache, das stimmt schon ja.

2438 **Naomi Nowak:** Ja, weil Sie es jetzt grade nochmal angesprochen haben, auch mit Unterteilung
2439 auch in Altersgruppen - tatsächlich war immer das Hauptproblem jetzt bei meiner Um-
2440 frage und bei den Daten, das die sich nicht so richtig für statistische Auswertungen geeignet
2441 haben, als halt klassisch irgendwie Häufigkeitsauszählungen, irgendwas in Prozentwerten an-
2442 zugeben, aber ich habe auch versucht, mal herauszufinden, ob sich die Motive halt in den
2443 Altersklassen unterscheiden und da hat sich gezeigt, und das Ergebnis ist natürlich mit Vor-
2444 sicht zu genießen, aufgrund der geringen Datengrundlage, aber da hat sich gezeigt, dass die
2445 Jüngeren das tatsächlich eben zur Berufsvorbereitung nutzen, weil sie neue Darstellungsfor-
2446 men ausprobieren wollen und weil sie sich selber ausprobieren wollen. Also das waren dann
2447 die Motive, die tatsächlich von den Jüngeren genannt wurden und das war eben bei den Äl-
2448 teren dann nicht so, also die wollten sich jetzt nicht unbedingt nochmal neu erfinden, sag ich
2449 mal. Also tatsächlich auch ziemlich erwartbar, aber das konnte man da eben auch nochmal
2450 rausziehen. Ja dann, weil Sie es eben auch schon mal gesagt haben, dass sich eben auch mal
2451 Gruppen bei Ihnen zusammenfinden und Sie jetzt auch von dieser Sendung erzählt haben mit
2452 den Frauen, die jetzt aufgehört haben... In der Umfrage hat sich tatsächlich gezeigt, dass die
2453 Mehrheit gesagt hat, ich produziere meine Sachen alleine und nicht in der Gruppe und damals
2454 war das noch total umgekehrt das Verhältnis, also die früheren Studien haben eigentlich ge-
2455 zeigt, dass das etwas ist, was in der Gemeinschaft passiert. Wo sehen Sie möglicherweise
2456 Ursachen für diese Entwicklung?

2457 **Andreas Goos:** Merken Sie sich mal direkt den zweiten Teil der Frage, den vergesse ich
2458 sofort wieder, wenn ich die erste beantwortet habe. Also ich würde sagen, bei uns sind es
2459 auch fast ausschließlich Einzelkämpfer tatsächlich. Als eine Person macht eine Sendung. Da
2460 gibt es immer mal so zwei, drei die die auch zu zweit sind tatsächlich und es gibt jetzt aktuell
2461 einmal diese Studierendensendung, die sind also mindestens fünf bis acht. Dann gibt es eine
2462 ökumenische Sendung, die sind mindestens immer zu dritt, aber da die produzieren zum Bei-
2463 spiel außer Haus und da habe ich dann mit den Senderverantwortlichen Kontakt, aber die
2464 greifen dann auch auf Leute zurück, die bei uns gar keine Schulung oder irgendwas gemacht
2465 haben, sondern die einfach mit denen so einen Beitrag machen. Die sind in bisschen größer,
2466 aber ansonsten sind das immer so einzelne Personen. Also so habe ich letztlich auch ange-
2467 fangen. Ich habe zweigleisig angefangen. Einmal mit einem Freund zusammen und dann habe
2468 ich gedacht, wenn ich jetzt schon die Schulung mache, aber wir machen zusammen so selten
2469 Sendung, dann mache ich auch noch eine eigene Sendung alleine. Woran es jetzt wirklich
2470 liegt, weiß ich nicht. Ich schätze, dass sind einfach Leute, denen erstmal die Idee kommt, das
2471 zu machen und die sonst erstmal niemanden haben oder niemanden so schnell finden, mit
2472 dem sie jetzt zusammen was machen, beziehungsweise kommt das ja bei uns meistens auch

2473 durch diese Schulungen, dass die Leute dann sowieso... Also ich sage ab und zu: Du musst
2474 eine Schulung machen, wenn du deine Sendung machen willst, aber die meisten Leute ma-
2475 chen die Schulung, weil sie eine Sendung machen wollen oder weil sie dann auf Ideen kom-
2476 men dabei und ich kann aber letztendlich nicht sagen, warum das einzelne Leute sind. Viel-
2477 leicht liegt es zum Teil auch ein bisschen an den Leuten selber, wie die so ihr Hobby gestalten.
2478 Also es gab auch schon Leute, die gesagt haben, ich will das nicht alleine machen und mir
2479 fehlt auch das Feedback von den Hörern tatsächlich. Also ich kann natürlich sagen: „Tolle
2480 Sendung, finde ich super!“ und auf den Stream haben irgendwie so und so viele Leute ge-
2481 klickt, aber es kommt ja von außen nur ganz wenig Rückmeldung. Ab und zu wünscht sich
2482 mal jemand ein Lied und da kommt dann noch sowas wie: „Macht weiter so!“, aber das fehlt
2483 dann teilweise den Leuten auch. Ich weiß nicht, warum das tatsächlich überwiegend so ein-
2484 zelne Leute sind. Was bei uns aber nicht so ist, wie teilweise in den anderen Sendern...es gibt
2485 ja zum Beispiel auch ehrenamtliche Redaktionsgruppen, die haben wir ja so nicht, sondern
2486 wir haben tatsächlich dann also das, was offiziell die offenen Sendeplätze sind und wir haben
2487 die hauptamtliche Redaktion, aber wir haben keine ehrenamtliche Sportredaktion, die der
2488 hauptamtlichen Redaktion zu arbeiten oder die da involviert ist oder so. Das haben andere
2489 Sender dann im Laufe ihrer Geschichte einfach anders aufgebaut. Ich weiß nicht, inwieweit
2490 da zum Beispiel das bei ihnen auch mit reinspielt, auch weil die ja dann in der Gruppe wären.
2491 Haben die dann auch mitgemacht, in der Studie oder hat sich das jetzt speziell auf diese of-
2492 fenen Sendeplätze bezogen?

2493 **Naomi Nowak:** Also mein Teaser an alle war eigentlich *Ehrenamtliche* und wie sie das jetzt
2494 in den Sendern definiert haben, das kann ich jetzt nicht nachvollziehen, an wen sie das wei-
2495 tergegeben haben. Es war einfach nur wichtig, dass die Hauptamtlichen sozusagen nicht teil-
2496 nehmen sollen und von daher kann ich das gar nicht so genau nachvollziehen, aber weil Sie
2497 jetzt grad nochmal über die Gründe auch so ein bisschen philosophiert haben, warum das jetzt
2498 so ist, dass die hauptsächlich alleine produzieren, also da habe ich bei den anderen schon
2499 gehört oder zum Beispiel der Herr Buchholz hat mir vorhin im Gespräch auch gesagt, dass er
2500 denkt, dass vielleicht dieser Trend der Individualisierung da auch mit reinspielt. Das man
2501 auch einfach vielleicht nicht möchte, dass einem jemand da reinredet in sein Konzept. Zeit-
2502 gründe wurden genannt. Das es vielleicht auch irgendwie schwieriger ist, sich auch in einer
2503 Gruppe zu koordinieren, wenn man vielleicht nebenbei berufstätig ist und wie auch immer,
2504 einfach einen gemeinsamen Termin zu finden.

2505 **Andreas Goos:** Also man kann natürlich auch durchaus Konflikte beobachten. Das kommt
2506 sicher auch nochmal dazu, dass in den Gruppen sich die Leute vielleicht auch doch nicht
2507 immer so ganz grün sind und es dadurch schwierig wird für sie als Gruppe zu agieren oder

2508 dass sich teilweise die Gruppe auch erstmal überhaupt einigen muss, was machen wir denn
2509 eigentlich. Also wir haben auch immer mal wieder Sendungen, die starten und machen gute
2510 Sendungen und dann hören sie wieder auf, weil sich nicht über das Konzept einigen können
2511 dann letztlich. Das gibt es auch und ich kann mir aber auch vorstellen, was Sie gerade meinten
2512 mit dem „nicht ins Konzept reinreden“, dass es möglicherweise ja auch damit zusammen-
2513 hängt, dass die offenen Sendeplätze alle eigenverantwortlich produziert werden. Das heißt,
2514 ich zum Beispiel oder das Stadtradio als Sender, darf hier auch gar nicht reinreden über reine
2515 rechtliche Beobachtung hinaus oder vielleicht auch eben, dass man die Leute schult oder auch
2516 Sprachschulungen macht, aber ich kann den Leuten erstmal grundsätzlich nicht verbieten
2517 oder vorschreiben, was sie für einen Inhalt machen und ich glaube auch, das ist eine Beobach-
2518 tung, die ich im Laufe der Jahre gemacht habe, die auch vielleicht mit der Individualisierung
2519 zusammenhängt, dass es eben auch oft spezielle Typen sind, die eben Radiosendungen ma-
2520 chen und das sind zwar Leute, die auch interaktiv mit Facebook oder so arbeiten, aber es sind
2521 jetzt nicht Leute, die so Social Media mäßig tatsächlich sich produzieren oder engagieren
2522 oder da breitflächig unterwegs sind – auch, aber sie haben doch eine besondere Beziehung zu
2523 dem Medium Radio und das ist einfach jetzt in 2022 ja auch immer trotzdem ein bisschen
2524 speziell. Das merkt man ja auch an den Themen, die die Leute haben und so. Das ist ja nicht
2525 immer so mengen- oder massenkompatibel. Aber Sie hatten auch noch eine zweite Hälfte in
2526 der Frage, oder? Die habe ich nämlich tatsächlich jetzt vergessen.

2527 **Naomi Nowak:** Oh, jetzt muss ich mich auch einmal kurz zurückerinnern. Ich glaube das
2528 war aber das, welche Gründe Sie dafür sehen, für dieses alleinige Produzieren. Das haben wir
2529 jetzt eigentlich damit schon abgehakt. Ich erinnere mich zumindest nicht an noch einen an-
2530 deren Teil der Frage. Genau und was auch gesagt wurde – ich habe hier ja jetzt noch so ein
2531 paar Folien mitgebracht, wo ich Ihnen tatsächlich nachher auch noch ein paar Zitate von den
2532 Ehrenamtlichen zeigen wollte - hier gab es nämlich auch ein Zitat von einer Geschäftsfüh-
2533 rung, wo gesagt wurde, das, was Sie auch schon eingangs gesagt haben „die meisten sind
2534 Einzelkämpfer, die sich nicht mit der Idee der Bürgermedien identifizieren“. Was ja eigent-
2535 lich auch schon sehr dramatisch ist. Wie würden Sie das sehen? Sind das Leute die sagen:
2536 „Ich mach hier einfach meine Sendung, aber wer jetzt dahintersteht, ist mir eigentlich egal“?

2537 **Andreas Goos:** Also ich würde nicht sagen, dass es den Leuten egal ist, wer jetzt dahinter-
2538 steht, weil sie suchen ja auch letztlich den Kontakt dann, wenn man sie nicht sowieso trifft,
2539 aber das war ja auch im Grunde meine eigene Einstellung, als ich angefangen habe, also bevor
2540 ich hier gearbeitet habe, war ich auf den offenen Sendeplätzen und es hat mich auch nur so
2541 mäßig interessiert tatsächlich. Also mich hat Radio interessiert, mich hat das Produzieren
2542 interessiert und auch Sendung zu machen, aber ich habe tatsächlich so in den ersten Jahren

2543 nicht viel mitbekommen von dem, was drum herum war und ich glaube das ist dann einfach
2544 manchmal so eine Gesamtgemengelage, die einen wollen ihre Sendung machen und finden
2545 das toll, aber haben an mehr nicht Interesse und werden aber gleichzeitig nicht da abgeholt
2546 und doch noch weiter miteingebunden. Das ist immer so ein bisschen Schade, aber ansonsten,
2547 ja ich meine den Leuten ist ja trotzdem klar, dass sie diese Möglichkeit nur hier haben und
2548 insofern glaube ich schon, dass sie die Idee gut finden und wissen, was dahintersteckt und
2549 was das für sie bedeutet auch. Das würde ich schon sagen.

2550 **Naomi Nowak:** Dann hatten Sie vorhin, bevor ich die Frage eingeschoben habe, auch noch-
2551 mal gesagt, dass sie bestimmte Typen beobachten, die vom Medium Radio angezogen wer-
2552 den, sozusagen und es hat sich halt auch in der Umfrage gezeigt, und auch das ist erwartbar,
2553 dass die Vorerfahrungen zum Medium passen. Also, dass Menschen, die sich im Bürgerfern-
2554 sehen engagieren vielleicht Vorerfahrungen mit Kameras mitbringen und eben im Bürgerra-
2555 dio im Bereich Tonaufnahmen. Und da wäre jetzt meine Frage, und ich weiß nicht, inwieweit
2556 Sie das jetzt über Ihren Sender hinaus beurteilen können, aber würden Sie schon sagen, dass
2557 Fernsehen und Radio jeweils nochmal unterschiedliche Typen von Ehrenamtlichen anziehen?

2558 **Andreas Goos:** Da muss ich erst mal kurz in mich gehen. Ich glaube nicht. Also die beiden
2559 Medien sind ja schon unterschiedlich, einfach dadurch, dass ich bei dem einen ein Fernseh-
2560 gesicht brauche und mein Radiogesicht kann sein, wie es will. Da ist dann die Stimme wichtig
2561 oder so. Wo es noch einen Unterschied gibt, ist, dass es im Fernsehen glaube ich eher noch
2562 zu Teambildung kommt, zu Gruppen, weil es einfach mehr Positionen gibt innerhalb von so
2563 einem Team. Also wenn ich keine Lust habe, die Kamera zu bedienen, kann ich mich vor die
2564 Kamera setzen. Das ist bei uns zumindest in den Sendungen nicht so. Da ist das einfacher,
2565 das in Personalunion zu machen. Das ist beim Fernsehen glaube ich ein bisschen schwieriger.
2566 Ansonsten würde ich das jetzt so erstmal aus meinen Beobachtungen, auch von den nieder-
2567 sächsischen Fernsehsendern, eigentlich nicht sehen. Was ein bisschen davon glaub ich ab-
2568 lenkt ist, dass so Fernsehproduktion schneller, sag ich jetzt mal wertfrei, dilettantisch oder
2569 amateurhaft wirken, als Radio, weil das Bild kann alles kaputt machen. Das habe ich im Radio
2570 so nicht. Wenn ich jetzt mit Kamera senden würde aus dem Studio, dann wäre das vielleicht
2571 was anderes, aber Fernsehen hat dann noch mal einfach durch dieses Bild einen anderen An-
2572 spruch und ich glaube, dass manchmal das Bürgerfernsehen vielleicht dadurch anders kriti-
2573 siert wird, als das Radio, weil man sich eben nicht so sehr auf die Inhalte konzentriert. Also
2574 wenn ich mir so die ersten Fernsehsender in Berlin angeschaut habe, die so Amateursender
2575 waren oder so Regionalsender oder so, da hat man natürlich zugehört, sich aber auch gleich-
2576 zeitig immer darüber amüsiert, wie die Leute aussehen oder was die machen oder wie gut das
2577 ist und so. Und da hat Fernsehen einfach einen höheren Anspruch und ist viel komplexer und

2578 leidet dadurch wahrscheinlich auch so ein bisschen in der Kritik, dass die Leute eher denken,
2579 das ist aber nicht so gut, obwohl das eigentlich genauso gut ist, wie die Radiosendungen, nur
2580 das komplexer produziert wird. Aber ansonsten würde ich jetzt nicht sagen, dass das andere
2581 Typen sind. Haben Sie da was rausgefiltert bei sich in der Hinsicht?

2582 **Naomi Nowak:** Also das konnte ich halt nicht richtig, aufgrund der Umfrage, eben auswer-
2583 ten, weil die Daten eben zu gering waren, um das statistisch abzubilden. Ich habe die Frage
2584 daher mit in die Interviews genommen, um zu schauen, ob es da vielleicht Beobachtungen in
2585 die Richtung gibt, aber nein, konnte man auch nicht herausstellen. Die anderen haben auch
2586 gesagt, kann ich entweder nicht beurteilen oder sehe ich nicht. Also da gibt es tatsächlich
2587 keine Beobachtung. Genau, dann wollte ich nochmal gerne über die Betreuung sprechen und
2588 Sie da direkt erstmal fragen, wie sieht das Betreuungsangebot in Ihrem Sender aus, also wie
2589 unterstützen Sie da die Ehrenamtlichen?

2590 **Andreas Goos:** Also wir haben einmal so eine, bevor man überhaupt was bei uns macht,
2591 bieten wir Schulungen an. Das sind immer zwei Tage. Einen Tag inhaltlich, Textarbeit, Bei-
2592 tragsform, selber mal versuchen eine Pressemitteilungen umzuformulieren zu einer Nachricht
2593 oder sowas und ein Tag technische Einweisung in das Schnittprogramm, in das Studio und
2594 so und da gibt's auch so die erste Überlegung, wenn sie jetzt kommen und sagen: „Ich möchte
2595 vielleicht eine Sendung machen“, dann wird da schon so ein bisschen geguckt, wie soll die
2596 aussehen, was kann man da machen, wie fahren wir weiter fort und danach geht's im Grunde
2597 dann so Einzel-Support. Also, wenn sie dann kommen und machen die Sendung, dann sind
2598 wir halt da und gehen nochmal vertieft auch gerade die Technik rein. Das ist ja teilweise auch
2599 schon ein bisschen komplexer, aber ich betreue die Leute auch in Bezug auf ihre Inhalte. Also
2600 wenn sie Ideen haben, das wir dann eben gucken, wie kann man so eine Idee entwickeln oder
2601 gucken, wie kann ich sie unterstützen dabei Kontakte herzustellen zu Interviewpartnern. Wir
2602 haben jetzt zum Beispiel in diesem Jahr angefangen damit Fremdtex te quasi zu lesen, was ja
2603 Geld kostet an Lizenzgebühren, das haben wir deswegen immer nur sehr selten und da gucken
2604 wir zum Beispiel, dass wir die Leute unterstützen bei der VG Wort, worauf muss ich achten,
2605 was ist da wichtig, wie komme ich an die Leute ran oder GEMA zum Beispiel ist immer eine
2606 große Frage bei den Ehrenamtlichen, was sie jetzt spielen dürfen und was nicht und das sie
2607 dann nicht irgendwas bei YouTube abspielen dürfen oder so. Also alles, was quasi anfällt an
2608 Fragen dann sehr speziell zu den einzelnen Sendungen, wird halt unterstützt. Ansonsten sind
2609 wir mit drin im Verteiler für diese... die kommen dann von Doktor Buchholz, diese Fortbil-
2610 dungskurse, wo auch immer offiziell gesagt wird, wenn man eine bestimmte Anzahl von Se-
2611 minaren gemacht hat, dann gibt es ein Bürgerfunk Zertifikat und so. Das unterstützen wir
2612 auch und gucken, dass wir die Leute dahin bekommen und die Leute da mitmachen. Teilweise

2613 sprechen wir auch gezielt Leute an und sagen: „Hey, hast du nicht Lust da an diesem Mode-
2614 rationsworkshop teilzunehmen? Das wäre doch was für dich. Du hast doch oft Gäste“. Sowas
2615 machen wir zum Beispiel auch. Wir haben ab und zu ein Sprachtraining. Da haben wir dann
2616 einen Sprachtrainer, der dann sowohl die Hauptamtlichen, als auch die Ehrenamtlichen
2617 schult. Das ist aber auch so, dass man viele Sachen dann tatsächlich auch an die Leute heran-
2618 tragen muss. Wie jetzt auch mit der Studie oder so. Also wenn ich weiß, ich möchte da eine
2619 bestimmte Rückmeldung haben oder es gibt Leute, die könnte das interessieren, dann muss
2620 auch immer noch ein bisschen nachbohren. Andere gibt's, die von sich aus einfach auch sa-
2621 gen: „Ja ich möchte an dem Seminar mitmachen“. Und wir bieten auch selber noch so Up-
2622 grade-Schulungen an, über diese Grundschulungen hinaus, wo wir dann spezielle so Mode-
2623 ration, Interviewtechnik, Live-Betrieb im Studio und sowas machen. Also schon ein sehr um-
2624 fassendes, aber auch sehr individuell zugeschnittenes Betreuungsangebot, könnte man jetzt
2625 sagen. Also die Divise ist eigentlich erstmal zu gucken, wie machen wir es möglich und wenn
2626 Sachen dann doch irgendwie nicht gehen, oder wenn es schwierig ist, dann gucken wir, wie
2627 wir es umsetzen können.

2628 **Naomi Nowak:** Ja, also ja wirklich auch schon sehr umfangreich, wie Sie da den Ehrenamt-
2629 lichen unter die Arme greifen und es wurde dann auch abgefragt, wie zufrieden die Ehren-
2630 amtlichen mit dieser Betreuung sind und da hat sich gezeigt, dass sie mehrheitlich sehr zu-
2631 frieden sind mit der Betreuung. Also eine hohe Zufriedenheit existiert. Es war jetzt natürlich
2632 auch so, dass sie ja auch Verbesserungsvorschläge äußern konnten und da waren ein paar
2633 dabei, die waren sehr kritisch, also jetzt nicht so konstruktiv formuliert, und die habe ich jetzt
2634 hier auch noch mal auf den Folien mitgebracht. Also ein paar Zitate, wo sich draus erschlie-
2635 ßen lässt, dass manche vielleicht auch nicht so zufrieden sind. Also es hat jemand gesagt:
2636 „Ich würde mir mehr Interesse des Vereins für die Nutzer:innen wünschen“. Eine andere
2637 Stimme war: „Interessierte Bürger zur Mitarbeit ermutigen und unterstützen war bei mir nicht
2638 der Fall. Der Leiter des Bürgerfunks hat mich immer wieder niedergemacht“. Also eine sehr
2639 krasse Aussage, in Anführungszeichen. Dann wurde noch gesagt: „Ich würde mir wünschen,
2640 dass die Hauptamtlichen einen nicht so arrogant behandeln“ und jemand anderes hat noch
2641 gesagt: „Was nützt der Einsatz, wenn er ignoriert und abgelehnt wird?“ Es gab auch einige,
2642 die da nicht so zufrieden waren, was sagen Sie zu solchen Äußerungen?

2643 **Andreas Goos:** Wenn ich mich jetzt als Leiter des Bürgerfunks betrachte, was ja meine of-
2644 fizielle Position ist, würde ich das zumindest mit dem niedermachen nicht auf mich beziehen,
2645 das mache ich nicht, aber das weiß ich natürlich nicht, ob das jetzt aus unserem Bereich
2646 kommt oder nicht. Ansonsten ist es schon zum Teil schwierig, was dazu zu sagen, weil es

2647 eben auch relativ pauschal klingt. Also es als gab es zum Beispiel die Kritik, der Verein inter-
2648 teressiert sich nicht. Ich bin ja so ein Wortklaubler, also der der Verein ist bei uns ein Träger-
2649 verein, wo die wenigsten tatsächlich überhaupt was machen im Radio. Da sind auch Institu-
2650 tionen drin und so. Also wenn ich das jetzt aber mal als Verein nehme, als das Radio, und
2651 nicht als der Verein, sondern tatsächlich der Laden hier sozusagen, sind das alles Sachen, die
2652 ich mir ansonsten auch vorstellen kann, das die Kritik auch von Ehrenamtlichen kommt, die
2653 bei uns aktiv sind. Aber die würde ich nicht als so flächendeckend wahrnehmen. Also das
2654 kann sein, dass das auch bei uns Leute so wahrnehmen, aber das sind dann vielleicht auch
2655 einfach Einzelbegegnungen von Leuten, beziehungsweise haben wir auch im hauptamtlichen
2656 Bereich, jetzt gerade nicht, aber ansonsten immer mal wieder Fluktuationen, und da hat sich,
2657 also würde ich sagen, auch in den letzten Jahren einfach viel verändert. Also das wir insge-
2658 samt so tatsächlich ein bisschen mehr auf Augenhöhe sind, was nicht heißt, dass tatsächlich
2659 aus dem Bereich der Ehrenamtlichen das als arrogant empfunden wird, wenn ein hauptamtli-
2660 cher Redakteur sagt: „Das musst du aber so und so machen“, oder Vorgaben macht oder ein
2661 Auftreten hat, das dann vielleicht in dem Moment nicht so empathisch ist oder so. Aber das
2662 sind so Sachen, die, wenn wir sie bei uns feststellen, auch eigentlich immer versuchen direkt
2663 anzugehen. Oder soll ich nochmal konkrete Punkte vielleicht auch kommentieren? Ich habe
2664 die jetzt nur nicht mehr so richtig im Hinterkopf.

2665 **Naomi Nowak:** Nein, also eigentlich sind Sie schon auf alles eingegangen, auf das Interesse,
2666 wo eben gesagt wurde, fehlendes Interesse, das man arrogant behandelt wird, niedergemacht
2667 wird haben Sie schon gesagt. Und es wurde tatsächlich auch oft gesagt, oder das ist ja auch
2668 etwas, was es vielleicht überall gibt, dass das vielleicht Menschen sind, die beratungsresistent
2669 sind, wie Sie schon gesagt haben. Man gibt dann irgendwie Verbesserungshinweise und das
2670 wird dann direkt als Arroganz aufgefasst. Also ich denke auch, man müsste, wenn man sich
2671 jetzt dafür interessiert, was sind die Ursachen, wirklich nochmal tiefer gehen, als das jetzt in
2672 dieser Umfrage möglich ist.

2673 **Andreas Goos:** Aber ist vielleicht trotzdem mal gut, dass einfach gehört zu haben, auch wenn
2674 ich jetzt nicht weiß, ob das was mit uns zu tun hat oder nicht, weil es dann zumindest Sachen
2675 sind, die ich nochmal so im Hinterkopf behalten kann. Weil das ja auf jeden Fall auch immer
2676 wieder in der ganzen Geschichte des Stadtradios immer wieder Konfliktpotenzial hatte ein-
2677 fach, wie die Leute miteinander umgehen, wie die bestimmten Abteilungen miteinander um-
2678 gehen, das Hauptamt, das Ehrenamt oder auch die Hauptamtlichen untereinander und so. In-
2679 zwischen sind wir, würde ich sagen, auf einem ganz guten Dampfer, aber es gab eben auch
2680 einige Phasen, wo das sehr schwierig und sehr Konflikt behaftet war. Ich speichere das ein-
2681 fach bei mir ab, aber das niedermachen würde ich tatsächlich nicht auf mich beziehen, wenn

2682 es jemand über mich gesagt haben sollte, dann muss ich dringend wissen, warum, weil ich
2683 weiß nicht mal wie das gehen soll, ehrlich gesagt. Das würde mir dann tatsächlich Sorgen
2684 bereiten, wenn das jemand so empfindet. Wir haben jetzt zumindest jetzt mit den Leuten, die
2685 bei uns gerade aktiv sind, keine Probleme oder es gibt niemanden der sagt: „So, das muss
2686 sich ändern! Da fühle ich mich nicht richtig behandelt“, sondern das ist immer ein sehr, wie
2687 ich finde, durchaus empathischer Kontakt auf Augenhöhe. Aber das ist meine Wahrnehmung
2688 jetzt so natürlich.

2689 **Naomi Nowak:** Dann bleiben wir auch gleich mal bei dieser Beziehung zwischen den Haupt-
2690 und Ehrenamtlichen, weil tatsächlich etwas, das immer wieder im Zuge der Verbesserung-
2691 vorschläge genannt wurde, war, dass sich die Ehrenamtlichen einen engeren Kontakt zu den
2692 Hauptamtlichen wünschen, weil viele auch gesagt haben, sie kennen sich untereinander gar
2693 nicht so gut und das finden sie sehr schade. Jetzt haben Sie gerade schon gesagt, es gibt
2694 durchaus Ehrenamtliche, die Sie auch persönlich kennen. Einige Sender haben zum Beispiel
2695 auch gesagt, sie veranstalten eben nicht nur diese Nutzertreffen, sondern auch mal ein Som-
2696 merfest oder irgendwas, um die Bindung auch zu stärken. Wie ist da das Verhältnis bei Ihnen
2697 im Sender und gibt es da auch Maßnahmen, um die Beziehungen zu stärken?

2698 **Andreas Goos:** Also man muss leider sagen, dass tatsächlich durch diese Pandemie-Ein-
2699 schränkungen, einige Sachen einfach weggefallen sind. Also wir hatten das eine ganze Weile,
2700 dass wir einmal im Jahr ein Sommerfest gemacht haben. Also wir haben alle, die im Haus
2701 beteiligt waren, eingeladen und auch Kooperationspartner oder Leute aus den Parteifraktio-
2702 nen oder so. Das wurde auch ganz gut angenommen und das war sozusagen dann auch für
2703 alle offen, die wollten. Wir hatten auch Tage der offenen Tür, zum Beispiel./ Aber muss man
2704 auch sagen, dass ich eben bei unseren ehrenamtlichen Kreisen auch immer schon genau weiß,
2705 wer kommt und wer eben nicht und wer sich an Sachen beteiligt und wer nicht und wer doch
2706 lieber seine eigene Schiene fährt. Das ist so quasi meine kleine Replik auf „ich würde mir
2707 mehr Kontakt zu den Hauptamtlichen wünschen“. Also manchmal kommt das nicht immer
2708 so von den Hauptamtlichen. Aber es ist dann eben auch die Frage, was denn eigentlich die
2709 Hauptamtlichen sind. Also ich bin quasi hauptamtlich als Bürgerfunkkoordinator. Ich habe
2710 zwei Kollegen, die sind Techniker. Die haben auch sehr viel Kontakt zu den Bürgerfunkern,
2711 weil ja dann eben auf technische Fragen da sind und man muss den Leuten nochmal was
2712 zeigen oder die schicken uns ihre Sendungen und wir bauen die ein und so weiter. Aber das
2713 ist natürlich nur ein Teil unseres Personals, also die Redaktion zum Beispiel hat nicht so viel
2714 Kontakt. Zu bestimmten Leuten schon, wenn sie was mit denen machen, aber es gibt da nicht
2715 so arbeitstechnisch einen Anknüpfungspunkt. Also wenn Sie jetzt zum Beispiel als Ehren-
2716 amtliche eine Sendung produzieren oder Sie machen was für die Redaktion, dann haben Sie

2717 natürlich einen Kontakt zur Redaktion. Aber es gibt sicherlich auch Leute im Bürgerfunk, die
2718 überhaupt keinen Kontakt zur Redaktion haben, weil die vielleicht am Sonntagabend senden
2719 oder so und ansonsten im Haus auch nicht sind. Also das ist natürlich schwierig dann, einen
2720 Kontakt herzustellen, außer durch separate Treffen oder so. Aber auch da ist es einfach so,
2721 dass man sieht, dass immer wieder dieselben Leute tatsächlich mitmachen und auch Lust
2722 haben, was zu machen, und manche Leute überhaupt nicht aus dem Ehrenamt. Was ich aber
2723 auch nachvollziehen kann, weil die Arbeit an so seiner Sendung an sich ist ja schon... sie
2724 machen ja schon was. Sie machen ihre Sendung und das teilweise mit einem sehr, sehr hohen
2725 Zeitaufwand und wenn dann noch wieder was kommt und wir auch wieder sagen: „Ja mach
2726 doch da auch nochmal mit oder mach doch noch mal was ganz anderes“, dann ist das natürlich
2727 noch mehr Zeit und da kann ich auch verstehen, dass Leute sagen: „Ja ich mach hier eine
2728 Stunde im Monat oder 3 Stunden in der Woche oder so und ich hab keine Zeit für mehr“, weil
2729 wir decken ja auch die Region ab. Also es gibt auch Leute, die fahren erstmal eine halbe
2730 Stunde mit dem Auto, bevor sie überhaupt in Göttingen sind und Göttingen ist auch autotech-
2731 nisch teilweise ein bisschen schwieriger und so. Ich versuche da weiter daran zu arbeiten, die
2732 Leute einfach zusammenzubringen, aber es ist eben auch immer so ein sehr persönliches
2733 nachbohren. Also zum Beispiel hat unsere hauptsächliche Redaktion dazu eingeladen, einen
2734 Adventskalender zu gestalten in ihrem Programm, wo glaube ich 17 Tage sollten gefüllt wer-
2735 den mit Beiträgen von den Ehrenamtlichen und das ist letztlich so ein Beispiel dafür, dass
2736 man wieder alle einlädt, durch eine Rundmail, aber im Grunde wirklich einzeln gucken muss
2737 und nochmal fragen muss: „Hast du nicht nochmal Lust? Willst du dann noch was machen?“.
2738 Und da weiß ich jetzt natürlich nicht, ob die Leute, die jetzt sagen, sie hätten gerne mehr
2739 Kontakt, auch die sind, die dann sich nicht melden, um bei sowas mitzumachen, weil da wäre
2740 dann tatsächlich die Möglichkeit und da ist es dann tatsächlich doch immer dieselbe Handvoll
2741 Leute, die dann auch was machen. Beziehungsweise, manchmal bietet sich das ja auch nicht
2742 an, also Leute, die ein Sendeformat haben, wo sie sowieso ein Interview machen oder Beitrag,
2743 die können natürlich eher was für das hauptamtliche Tagesprogramm machen, als jemand,
2744 der eine Musiksendung macht. Da lässt sich dann schlecht einfach was rausschneiden. Da
2745 müsste dann extra was gemacht werden und das ist dann wieder mehr Aufwand.

2746 **Naomi Nowak:** Ja okay, dann würde ich nochmal ganz gerne auf den Bereich Social Media
2747 eingehen, denn bei den Verbesserungsvorschlägen wurde auch häufig gesagt, dass sich die
2748 Ehrenamtlichen wünschen würden, dass die Sender noch ein bisschen innovationsbereiter
2749 werden und auch ihre Social Media Präsenz erhöhen. Ich habe tatsächlich auch nochmal eine
2750 Folie mitgemacht mit zwei Zitaten und da ging es darum, dass die Ehrenamtlichen auch ge-

2751 sagt haben: „ja Mensch, wir würden uns eigentlich auch ein bisschen mehr Innovationsbe-
2752 reitschaft von den Sendern wünschen und auch, dass auch die Social Media Präsenz erhöhen“,
2753 weil da wahrscheinlich einfach noch nicht so viel Kapazitäten auch vorhanden sind. Da kön-
2754 nen Sie ja gerne gleich mal Stellung zu beziehen. Jemand hat gesagt: „Der Verein ist sehr
2755 starr und (nennen wir es politisch korrekt und freundlich) traditionell ausgerichtet. Ideen und
2756 Modernisierung werden beinahe gänzlich ausgegrenzt. Das ist meines Erachtens das Gegen-
2757 teil von Medienkompetenz und Bürgernähe“. Jemand anderes hat noch gesagt: „Das Problem
2758 ist, dass der Sender oder Verein offenkundig kein Interesse hatte, den Bürgerfunk präsen-
2759 darzustellen. Heutzutage benutzt jeder Smartphone und Internet. Dort sollten Informationen
2760 bereitgestellt werden“, und hat dann noch ergänzt: „Als wären sie gestern erst vom Baum
2761 gefallen und nicht seit über 25 Jahren auf Sendung“. Ja, können Sie diese Äußerungen nach-
2762 vollziehen?

2763 **Andreas Goos:** Da fällt meine Reaktion jetzt durchwachsen aus. Ich fange hinten an. Nein,
2764 ich fange vorne an. Also es gibt einmal natürlich ein Problem mit Social Media, das wahr-
2765 scheinlich die anderen Sender auch haben, und das sind unsere Ressourcen, also Geld. Als
2766 ich angefangen habe beim Stadtradio überhaupt mitzumachen, war Facebook *noch kein*
2767 Thema und mittlerweile ist Facebook *noch ein* Thema, aber ist ja auch schon als Plattform
2768 nicht mehr so wie vor 10 Jahren oder so. Dafür gibt es jetzt wieder andere Formate, andere
2769 Plattformen. Das Problem ist einfach, dass wir durch unsere Finanzierung, die ja nicht steigt
2770 dann so wirklich, aber über diesen Social Media Bereich einfach noch mehr Sachen machen
2771 müssen. Einmal natürlich muss man es können, also man muss auch damit umgehen können
2772 und dementsprechend ein gutes Angebot haben, aber diese Sachen auch zeitmäßig überhaupt
2773 bedienen können und da gebe ich gerne den Ball zurück an die Ehrenamtlichen, weil wenn
2774 wir was präsentieren, brauchen wir Content und wir machen teilweise sogar für Ankündigung
2775 selber Bilder und Texte, um überhaupt Sendungen ankündigen zu können mit Inhalt, weil von
2776 den Leuten teilweise gar nichts kommt. Manchmal schicke ich eine E-Mail und sage: „Ich
2777 brauche Bilder“, dann bekomme ich von den vorhin auch schon genannten immer selben
2778 Leuten auch ein Bild und Text. Von anderen Leuten kommt nichts, aber das ist auch okay.
2779 Also ich gehe noch hinterher und versuche was zu bekommen oder ich bastle selber was und
2780 sag dann: „So hier, ist das okay?“ und die sagen dann: „Ja, super, kannst du nehmen“. Das
2781 ist auch so ein Wechselspiel würde ich sagen. Also wir sind schon auch traditionell auch ein
2782 bisschen aufgestellt. Also wir machen jetzt auch mehr mit Social Media. Wir brauchen na-
2783 türlich dann auch trotzdem nicht nur das Geld, wir brauchen auch die Leute, die das können
2784 und das ist teilweise zum Beispiel noch eine gewisse Schwierigkeit. Wenn wir eine Redak-
2785 teurin haben, die sich gut mit Instagram auskennt, dann ist es eine sehr gute Redakteurin,

2786 dann ist sie nicht lange bei uns, weil dann andere Leute, andere Sender feststellen: „Oh, die
2787 ist gut!“ oder vielleicht möchte sie mehr Geld verdienen und nimmt einen anderen Job an.
2788 Dann ist sie ein, zwei Jahre da und dann haben wir eine Instagram Agenda, aber müssen
2789 erstmal wieder gucken, wer macht sie jetzt dann weiter. Also das ist bei diesem ganzen Social
2790 Media auch einfach bei Neuerungen so, dass das also auch aus meiner Wahrnehmung im
2791 Umgang gerade mit den Ehrenamtlichen so ist, dass die Leute denken, ja das das mach ich
2792 doch selber auch alles oder das geht bei anderen ja auch und ich sagen muss: ja das ist richtig,
2793 aber es gibt zum Beispiel für uns als Sender andere juristische Hürden, als für Privatpersonen,
2794 die einfach machen, was sie wollen, während wir halt natürlich so ein bisschen auch schwer-
2795 fällig sind, aber auch einfach gewisse Vorgaben haben. Oder zum Beispiel sind auch sowas
2796 was wie Spotify oder Streams und so da, wo die Frage ist, dürfen wir zum Beispiel sowas
2797 nutzen oder nicht und wir können sagen: „Ist mir egal, wir machen das“, kann aber auch sein,
2798 heißes Thema, wer ist dann verantwortlich, wenn wir selber Medien nutzen für Musik, die
2799 wir eigentlich gar nicht nutzen dürfen oder so. Das ist schwierig und das kommt dann sicher-
2800 lich auch Leuten bei uns immer wieder so vor, als würden wir uns nicht bewegen, oder als
2801 würde da nichts passieren, aber es ist einfach ein langsamer Prozess, der dann auch immer
2802 wieder aufgehalten wird, von Sachen, die man nicht steuern kann. Ich weiß zum Beispiel von
2803 einem Bürgersender, ich glaube es war Wilhelmshafen, Radio Jade, die tatsächlich während
2804 der Pandemie Leute entlassen mussten, bei denen Einnahmen weggebrochen, weil sie halt ein
2805 Einnahmen-Modell haben, was darunter gelitten hat und wo sie dann zum Teil nicht so richtig
2806 Nachwuchs finden und dann natürlich überlegen: „Ja, wenn wir jetzt statt 10 Leuten nur noch
2807 5 sind, wer macht das denn alles?“, aber es gibt aber eben auch da die Leute, die sagen: „Das
2808 müsste man alles machen“. Das ist bei uns auch gerne so ein viel zitierter Spruch „man müsste
2809 mal“ und wenn wir dann sagen: „So los geht’s!“, dann sind es wieder dieselben 3 Leute oder
2810 niemand, der das macht. Und das ist natürlich auch etwas, was das ausbremst. Kann man
2811 natürlich auch ganz gut beheben, indem man einfach größere Gruppen macht und versucht
2812 alle einzubinden, aber letztlich steht und fällt das einfach damit, wie ist die Kontinuität. Wenn
2813 wir was anlaiern, wenn wir was anfangen, wenn wir ein Label haben für eine Rubrik oder für
2814 eine bestimmte Aktion oder so, dann wäre es schön, wenn das öfter als ein oder zweimal
2815 passiert, sondern eben dauerhaft. Wenn man Leute in den sozialen Medien binden will, muss
2816 dann natürlich auch immer was passieren. Das ist dann eher schwierig. Also ich kann teil-
2817 weise verstehen, wenn Leute sagen, dass wir so für neue Ideen oder Innovationen oder so
2818 nicht offen sind, weil es manchmal einfach auch dauert, dann Sachen umzusetzen, aber es ist
2819 eben auch was, dass Leute damit leben müssen, dass Sachen eben dauern. Das wir jetzt nicht
2820 hingehen und sagen: „das machen wir jetzt“ und alle sagen: „Ja, das ist eine super Idee! Da-
2821 rauf haben wir gewartet!“. Meistens ist es so, dass man denkt: „Ja das haben wir ja schon ein

2822 paar Mal versucht. Du bist jetzt der achte, der das für eine super Idee hält und die anderen 7
2823 haben wir auch nie wiedergesehen“. Also da können wir nur gucken, dass man das versucht
2824 immer wieder so neu auszugleichen oder einfach miteinander neu umzugehen und neue Leute
2825 da, neue Impulse aufgreifen. Auch wenn das vielleicht schon mal eine Idee gewesen ist, die
2826 nicht so geklappt hat.

2827 **Naomi Nowak:** Ja dann hätte ich jetzt noch abschließend zwei Fragen, die sich auf die sozi-
2828 odemographischen Merkmale der Ehrenamtlichen beziehen. Also was ist rausgekommen,
2829 wer sind die Ehrenamtlichen? Da hat sich gezeigt, es sind mehrheitlich Männer, ältere Män-
2830 ner, mit einer formalen höheren Bildung und auch dieses Thema Diversity nochmal, also
2831 Menschen mit Migrationshintergrund haben sich eher nicht so häufig engagiert. Wenn man
2832 das mal mit den Ergebnissen von vor 20 Jahren vergleicht, wo es hauptsächlich jüngere Män-
2833 ner mit einer formal höheren Bildung waren, die sich engagiert habe in den Bürgersendern,
2834 hat man so ein bisschen das Gefühl: „Okay, möglicherweise sind die von damals heute immer
2835 noch dabei und sind einfach ein bisschen älter geworden, weil tatsächlich auch viele in der
2836 Umfrage angegeben haben, dass sie schon mehr als 10 Jahre dabei sind. Also das ist so das
2837 Bild, was sich da abzeichnet und wir hatten jetzt ja auch schon mal ein bisschen über Diver-
2838 sity gesprochen, vielleicht hat sich ja jetzt auch in dem Jahr nochmal was geändert, aber ja,
2839 würden Sie sagen, dass es bei Ihnen auch mehrheitlich ältere Männer sind oder wie sieht es
2840 da jetzt gerade aktuell aus?

2841 **Andreas Goos:** Ich würde sagen, es sind auf jeden Fall nicht die, die vor Jahren schon mit-
2842 gemacht haben und jetzt älter geworden sind. Da ist einfach dann doch die Fluktuation zu
2843 hoch. Nun weiß ich jetzt nicht... also von denen, die ich jetzt einmal konkret angesprochen
2844 habe, das waren schon überwiegend Männer. Das kann man schon sagen. Das Alter würde
2845 ich sagen ist eher durchwachsen bei uns. Also es gibt Ältere, die sagen: „So ich bin jetzt in
2846 Rente oder Pension, jetzt habe ich Zeit, jetzt mache ich Radio“, aber es gibt auch Leute, die
2847 jetzt gerade vielleicht anfangen zu studieren oder so, die dann eher jünger sind. /Was uns fehlt
2848 sind auf jeden Fall noch jüngere tatsächlich. Also wir haben medienpädagogische Projekte,
2849 aber wir haben leider keine regelmäßigen Sendungen von Jugendlichen oder so, was aber
2850 leider eben auch, oder zumindest zum Teil damit zusammenhängt, dass sie natürlich noch
2851 eine andere Art von Betreuung brauchen und wir die Medienpädagogik natürlich auch nutzen,
2852 um damit Geld dazu akquirieren, also entweder Projektförderung oder weil das halt so Geld
2853 reinkommt für die Projekte und da muss man halt immer so ein bisschen gucken. Ansonsten
2854 habe ich mir irgendwann im Laufe des Jahres nochmal ihre Arbeit durchgelesen, mit der
2855 Diversität, weil ich nachdem wir das hatten, habe ich das erstmal wieder vergessen und bin
2856 dann aber selber noch mal wieder zurückgekommen zu dem Thema Diversität, weil ich ein

2857 Seminar mitgemacht hatte von der NLM, da ging es um Diversität in deutschen Redaktionen,
2858 die ja auch mehrheitlich männlich, eher älter und gut gebildet sind. Und das spiegelt sich
2859 letztlich ja auch in den Bürgersendern wider. Also es gibt zwar durchaus einen hohen Frau-
2860 enanteil würde ich sagen. Also bei uns in der hauptamtlichen Redaktion haben wir durchaus
2861 schon sehr lange einen hohen Frauenanteil, aber ansonsten ist da bei uns tatsächlich demo-
2862 graphisch nicht viel passiert, weil nach wie vor das gilt, was ich glaube ich da auch schon
2863 gesagt hatte, dass es einfach auch davon abhängt, wer kommt und wer interessiert sich dafür./
2864 Ich habe mich jetzt aber mehr mit dieser Diversitäts Geschichte auseinandergesetzt und über-
2865 lege und versuche da einfach mehr reinzubringen und das ist aber was, was auch einfach eine
2866 ganz andere Ansprache erfordert glaube ich. Also, dass wir konkret gucken müssen, wo sind
2867 wo sind denn - also das klingt ja natürlich ein bisschen blöd - wo sind denn diverse Leute, die
2868 wir ansprechen können, die vielleicht Interesse haben und die sollen ja auch bei uns mitma-
2869 chen, weil sie Spaß haben und nicht, weil sie anders aussehen oder eine andere Hautfarbe
2870 haben oder so, sondern einfach nur gerne Radio machen und deswegen ist es schon so, dass
2871 wir jetzt gucken, dass wir versuchen auch durch unseren Auftritt so ein bisschen zu signali-
2872 sieren: „Okay, wenn ihr bislang das Gefühl hattet, ihr kommt in den anderen Sendern nicht
2873 vor oder so, bei uns dürft ihr euch gerne melden und wir freuen uns, wenn ihr mitmacht“.
2874 Also das, das nicht zu plakativ ist natürlich, aber das da auch ein bisschen was passiert. Aber
2875 es ist natürlich auch ja steiniger Weg tatsächlich, sowohl intern als auch extern, weil... ich
2876 hatte mir das nochmal aufgeschrieben, jetzt vor der vor dem Interview, was eine Möglichkeit
2877 ist, um quasi das Ehrenamt noch breiter aufzufächern und Leute anzusprechen, ist natürlich
2878 einfach Gruppen anzusprechen, Initiativen, Vereine, etc., weil die zwar eine Gruppe haben,
2879 in der sie sich erstmal einigen müssen. Das kann auch manchmal so ein bisschen anstrengend
2880 sein, das habe ich jetzt auch in einem Team von einer Initiative erlebt, die sie sich dann aber
2881 letztlich auf mehrere so kleine Redaktionen aufgesplittet haben, so wie es ihnen gepasst hat
2882 und das ging dann auch besser, weil in der Großgruppe habe ich gedacht: „Um Gottes Willen,
2883 die kennen sich ja noch gar nicht und wie wollen sie denn eigentlich jetzt zusammen diese
2884 Sendung machen, wenn sie sich schon in dieser Großrunde so ein bisschen anzicken?“. Aber
2885 das das hat dann ganz gut geklappt und dann haben sich die Leute gefunden und haben so
2886 ihre Sachen gemacht. Aber diese Zielgruppenansprache bedeutet natürlich auch, dass wenn
2887 die Leute tatsächlich was machen, ja... ich weiß noch nicht so wirklich, wie man das Interesse
2888 für Radio bei denen wecken soll, außer, dass ich davon schwärme und man es ihnen zeigt,
2889 was alles geht und so, sondern, das ist ja was, das ist komplett neu. Wenn ich in einen Verein
2890 gehe, oder in eine Initiative und stelle das vor, dann brauchen Sie trotzdem Leute, die das
2891 machen, sie brauchen Leute, die sich kümmern, sie brauchen Leute, die sich mit der Technik
2892 beschäftigen. Also Sie brauchen eine bestimmte Ansprache, warum sie ihr Anliegen im Radio

2893 verbreiten müssen, was aber mit mehr Arbeit verbunden ist. Am einfachsten wäre es natür-
2894 lich, wir produzieren das alles und sie setzen sich einfach nur hin und interviewen sich oder
2895 so. Das möchte ich aber gerne noch ein bisschen vorantreiben. Also wir haben haufenweise
2896 diverse Luft nach oben und da fand ich die Arbeit nochmal ganz interessant tatsächlich. Ich
2897 habe mir dann nämlich überlegt: „Moment mal, du hast doch da letztes Jahr was gemacht mit
2898 Diversität, ja guck mal nach“ und dann habe ich die Arbeit nochmal komplett durchgelesen
2899 fand das nochmal ganz interessant, weil ja doch das letztlich in allen Sendern ähnlich war,
2900 die Schwierigkeit, gezielt sich diverser aufzustellen. Gleichzeitig geht aber auch, und das
2901 habe ich in diesem Seminar gemerkt, geht einfach viel im Tagesgeschäft unter. Also wenn es
2902 nicht jemanden gibt, der sagt: „Das steht jetzt auf meiner Fahne, ich kümmere mich darum“,
2903 dann wird es nichts, weil einfach gerade die Bürgersender damit beschäftigt sind, ihr Tages-
2904 geschäft über die Bühne zu bringen und dann kommt was dazu, das ist dann noch mehr, kostet
2905 auch mehr. Also ich mache das dann quasi so und versuche das mit meiner normalen Arbeit
2906 irgendwie zu kombinieren und das auszubauen, aber es gibt deswegen jetzt nicht mehr Geld
2907 oder mehr Stunden oder so. Und das ist dann wahrscheinlich auch für viele ein Problem, das
2908 umzusetzen. Genau das war noch mal so ein Gedanke zu der Diversität. Wäre schöner, wenn
2909 Sie jetzt festgestellt hätten es hat sich was geändert bei uns dahingehend, aber tatsächlich in
2910 der Personenzusammensetzung leider noch nicht.

2911 **Naomi Nowak:** Ja also viele haben auch nochmal gesagt beim Thema Diversität, das es so-
2912 wieso eigentlich ein generelles Problem ist, dass die Leute in der Region oder manche Leute
2913 immer noch nicht wissen, dass es den Sender gibt oder die Möglichkeit gibt, dort teilzuneh-
2914 men also unabhängig davon, ob man jetzt sagt, ich muss bestimmte Personengruppen gezielt
2915 ansprechen und die Ansprache da eben anpassen, sondern es eben ein generelles Problem,
2916 das man immer irgendwie so eine Bekanntmachungsstrategie nochmal fahren muss generell
2917 für alle Gruppen. Da haben auch viele Probleme mit. Das ist etwas, was ich häufig gehört
2918 habe. Das der Sender noch bekannter werden muss, egal in welcher Zielgruppe.

2919 **Andreas Goos:** Ja, ich denke, dass, also selbst die Sender, die bekannt sind – letztlich ja
2920 wahrscheinlich alle Bürgersender in einem gewissen Rahmen bekannt in ihrer Region, sonst
2921 würden sie ja gar nicht existieren...das ist aber einfach ein Detail, dass die Leute dann viel-
2922 leicht nicht wissen, dass man da selber was machen kann auch. Also das kommt dann nicht
2923 so durch. Also man weiß: „Ah okay, da kommen diese lustigen Sendungen immer abends.
2924 Das sind so Amateure, da kann jeder mitmachen“, aber es macht nicht so Klick im Kopf, dass
2925 ich so in der Küche stehe und meine Spaghetti rühre und denke: „Ja Moment mal, ja ich ja
2926 auch“. Das fehlt dann vielleicht auch einfach bei den Hörern, dass so dieser aha Moment
2927 kommt, dass sie sich selber ja auch da darstellen können. Aber das versuchen wir jetzt auch

2928 ein bisschen mehr noch, dass wir das im Programm ein bisschen mehr rausstellen, dass man
2929 das bei uns machen kann, Was halt schwierig ist, ist die gezielte Ansprache um Diversität zu
2930 erreichen, ohne auf so ein plakatives Niveau zu kommen, was ja zum Teil okay ist, aber,
2931 wenn man sich zum Beispiel gerade so Bebilderungen anguckt oder so von Firmen oder so,
2932 sieht man natürlich sofort, das ist ein echtes Foto und das ist ein Agenturfoto. Und ich kann
2933 natürlich nicht bei uns auf die Seite ein Agenturfoto mit einer super diversen Bürolandschaft
2934 machen und wir haben leider keine einzige dieser Nationalitäten, die man auf dem Foto sieht
2935 und das ist dann eben auch nicht so glaubwürdig. Deswegen muss man irgendwie so einen
2936 Mittelweg finden.

2937 **Naomi Nowak:** Ja also was ist da vielleicht noch ganz kurz zu beisteuern kann, weil es sich
2938 in den Gesprächen gezeigt hat – ich nenne jetzt einfach mal den Sender, TV 38 – die machen
2939 das so, weil Sie ja jetzt gerade auch meinten, dass manchen das gar nicht bewusst ist, dass sie
2940 auch mitmachen können, tatsächlich auf ihren Social Media Kanälen – und das kann man
2941 sicherlich auch auf der Website machen – dass sie die Ehrenamtlichen auch mal zeigen: Wer
2942 ist denn das, der da bei uns mitmacht? Die vielleicht mal in Aktion zeigen, also so hinter den
2943 Kulissen auch einfach mal die Leute vorstellen und das fand ich eigentlich auch eine ganz
2944 schöne Idee, dass man darüber vielleicht noch jemanden erreicht, der sagt: „Ach Mensch, das
2945 ist ja jemand, wie ich auch“ und da einfach mal die Ehrenamtlichen auch zu präsentieren. Das
2946 fällt mir jetzt dazu gerade so ein.

2947 **Andreas Goos:** Ja das ist gut. Das habe ich mir gleich notiert. Also wir machen immer wieder
2948 in unregelmäßigen Abständen halt Interviews mit denen, wo wir die vorstellen. Also die eine
2949 Sendung mit den älteren Damen, die jetzt gerade aufgehört hat, die hatten quasi auch während
2950 sie die Sendung noch aktiv hatten auch so ein Portrait, wo wir sie interviewt haben. Jetzt
2951 haben sie nochmal ein Abschlussinterview gemacht, wo sie selber auch die Werbetrommel
2952 gerührt haben und gesagt haben: „Hier, kommt vorbei, ihr müsst unbedingt weitermachen
2953 und selber was machen“ und das kann man dann bei uns auch immer nachhören, aber das ist
2954 natürlich auf Social Media nochmal ein bisschen aber bisschen direkter, wenn man da was
2955 mit Bild macht oder so. Muss man mal gucken, dass es Leute gibt, die auch sagen: „Ja ist
2956 okay, du kannst hier so einen kurzen Sport machen oder du kannst gerne ein Foto von mir
2957 machen oder so“. Da hat natürlich TV38 als Fernsehsender, so bisschen so einen gewissen
2958 Vorteil durch die Kamera, aber ja, das ist auf jeden Fall eine gute Idee, dass wir die Ehren-
2959 amtlichen da auch noch mehr reinholen. Weil der Social Media Bereich bei uns ist schon in
2960 erster Linie hauptamtlich. Also wir kündigen natürlich auch mal Sendungen an, auf Facebook
2961 zum Beispiel, aber ja das ist dann wieder so dieses, dass man erstmal gucken muss, was läuft

2962 und gibt's da Inhalte, die wir präsentieren können und dann gibt es da ein Thema gerade oder
2963 so, aber das können wir auf jeden Fall noch ein bisschen besser rausstellen.

2964 **Naomi Nowak:** Gut, dann wären wir auch jetzt auch am Ende angekommen.

A.5 Übersicht der Interviewpartner

Teilnehmer 1:

Selina Bauer

Redaktionsleitung

Tv38

Teilnehmer 2:

Jürgen Stricker

Geschäftsführung

Tv38

Teilnehmer 3:

Klaus-Jürgen Buchholz

Stv. Direktor, Abteilungsleiter

Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)

Teilnehmer 4:

Simone Wölfel

Geschäftsführung

Osradio 104.8

Teilnehmer 5:

Andreas Goos

Koordination Bürgerfunk, Musikredaktion

StadtRadio Göttingen

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, Naomi Nowak, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe, ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen angefertigt und alle Formulierungen, die wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Quellen entnommen wurden, kenntlich gemacht habe.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Bispingen, den 05.12.2022

Naomi Nowak