

Teil 2. - Beschreibung und Erläuterungen der Fragen des Toolkits

In diesem Kapitel wird die Bedeutung der neun Parameter und ihrer verschiedensten Bestandteile erläutert. Die hier angegebenen Nummern zu einzelnen Fragen beziehen sich auf den Fragebogen in Teil 3, der das eigentliche Werkzeug ist. Jede Frage wird selbst noch einmal erläutert. Genauso wird auch erklärt, wie die jeweiligen Antworten gedeutet werden können, so dass das Toolkit jederzeit systematisch nutzbar ist. Wie zuvor schon angemerkt, sollte Euer Team jeden Abschnitt gründlich diskutieren, um ein grundlegendes Verständnis der Fragen zu haben, bevor das Toolkit zur Anwendung kommt.

1. Programmgestaltung

Der erste Abschnitt des Toolkits widmet sich den Aspekten der Programmgestaltung und dem Erstellen von Inhalten im Freien Radio. Er hilft herauszufinden, wie erfolgreich Euer Radio darin ist, die einzelnen Mitglieder der lokalen Gruppen und Communities in die verschiedenen Produktionsstufen für Radioinhalte einzubinden.

Genauso hilft dieser Abschnitt dabei, herauszufinden, wie hoch der Anteil dieser Gruppen und Communities an der Gestaltung des Programms ist. Es kann gar nicht genug betont werden, wie sehr Freie Radios darauf angewiesen sind, möglichst diverse und (im Format) abwechslungsreiche Sendungen im Programm zu haben und ständig neue zu entwickeln. Schafft es eine Radiostation, die Mitglieder der Communities umfangreich in die verschiedensten Produktionsphasen einzubinden, entwickeln diese andersherum eine starke Identifikation mit dem Radio. Die eigene oder die Stimme einer Bekannten im Radio zu hören, fördert das Verständnis des gemeinschaftlichen Eigentums. Dieser Abschnitt des Toolkit wertet zudem aus, inwieweit Bevölkerungsgruppen im Radio zu hören sind, die aus historischen Gründen von der gesellschaftlichen Teilhabe ausgeschlossen waren: Frauen, Migrant*innen.etc.

Anleitung zu den Fragen 1.1-1.3

Die verschiedenen Aktivitäten, die zum ersten Parameter gehören, sind:

1. Sendungsplanung - also Ideenfindung, Recherche, das Schreiben eines Skriptes und das Finden von Mitwirkenden für die einzelnen Aufgaben,
2. Produktion - also Aufnahmen im Studio oder unterwegs,
3. Partizipation - meint, dass verschiedene Mitglieder der lokalen Communities an der Gestaltung der Sendungen beteiligt sind und
4. Postproduktion - Audioschnitt und –arrangement.

Beteiligung in Prozent	Level der Beteiligung
75% und mehr	wesentlich
50-74%	gut
30-49%	mäßig
10-29%	gering
0-9%	keine Beteiligung

1.1 Hier wird nach dem Anteil der einzelnen Leute aus lokalen Communities gefragt und wie umfangreich sie an den einzelnen Produktionsstufen einer Sendung beteiligt sind. Alle an den einzelnen Produktionsstufen Beteiligten müssen gezählt werden. Der prozentuale Anteil von beteiligten Mitgliedern der Communities muss berechnet und in die Tabelle eingetragen werden.

Wenn zum Beispiel Euer Radio eine Sendung mit insgesamt 10 beteiligten Leuten erstellt, von denen zwei Personen Angestellte des Senders sind und acht Mitglieder der lokalen Communities sind, ergibt sich daraus folgende Rechnung:

$$8/10 \times 100 = 80\%$$

und weil es 80% sind ergibt sich eine Beteiligung, die wir wesentlich genannt haben.

Dabei sollte man im Auge behalten, dass es diese Form der Beteiligung und die Philosophie dahinter ist, auf Grund derer die Community Radios eingerichtet wurden, weshalb sie selbst angehalten sind, solche erhebliche Teilhabe auf lange Sicht zu erreichen und kontinuierlich zu verbessern.

1.2 Diese Frage zielt auf die Teilhabe von Menschen aus marginalisierten Communities an allen vier Bereichen der Sendungsproduktion. Hier werden im Gegensatz zum Punkt 1.1 auch die regelmäßig im Radio aktiven Redakteure mit gezählt, da diese auch zu einer marginalisierten Gruppe gehören können. Marginalisierte Gruppierungen meint an dieser Stelle Gruppierungen von Minderheiten (sprachlich, ethnisch, auf Grund sexueller Orientierungen, Menschen mit Behinderung, etc.)

Der prozentuale Anteil der Leute, die einer marginalisierten Gruppe angehören, muss errechnet und dann in das entsprechende Kästchen der Tabelle eingetragen werden. Wenn zum Beispiel für ein Community-Radio eine Gruppe von insgesamt 10 Leuten die Produktion einer Sendung übernimmt, von denen drei einer der genannten Gruppierungen angehören, errechnet sich der prozentuale Anteil wie folgt:

$$3/10 \times 100 = 30\%$$

aus diesen 30% ergibt sich eine Beteiligung, die wir "mäßig" genannt haben.

1.3 Diese Frage zielt auf die Anzahl von Frauen, die an den vier Produktionsschritten hin zur fertigen Sendung beteiligt sind. Auch diese Frage schließt weibliche Angestellte des Senders mit ein. Alle Personen, die an allen Produktionsschritten beteiligt sind, müssen in die Rechnung einbezogen werden.

Der prozentuale Anteil von Frauen muss errechnet und das Ergebnis an entsprechender Stelle in die Tabelle eingetragen werden. Wenn zum Beispiel für ein Community-Radio eine Gruppe von insgesamt 10 Leuten eine Sendung erstellt, von denen fünf Frauen sind, errechnet sich der prozentuale Anteil wie folgt:

$$5/10 \times 100 = 50\%$$

und da 50% in die Spanne von 50-74% fällt, werten wir diesen Prozentsatz an Beteiligung als "Gut".

1.4 Es ist wichtig, dass Euer Radio Menschen alle Altersgruppen dazu ermutigt, an der Programmgestaltung und Sendungsproduktion mitzuwirken.

1.5 Mit dieser Frage soll herausgefunden werden, wie hoch der Anteil der Unterhaltungssendungen am Gesamtprogramm ist, die lokale Bands oder Künstler*innen fördern. Idealerweise präsentieren und fördern Freie Radios lokale Bands oder Künstler*innen. Der prozentuale Anteil solcher Sendungen wird im Verhältnis zu allen Unterhaltungssendungen, die das jeweilige Radio anbietet, errechnet. Das Ziel ist, den prozentualen Anteil solcher Sendungen, die lokale Talente und Kunstformen fördern, sukzessive zu erhöhen.

1.6 Mit dieser Frage soll festgestellt werden, wie hoch der prozentuale Anteil an informationsbasierten Sendungen ist, bei denen Mitglieder der lokalen Communities und Gruppen als Expert*innen zu Wort kommen. Dieser Prozentsatz muss im Verhältnis zur Gesamtzahl an informationsbasierten Sendungen im Programm errechnet werden. Das Ziel ist, den prozentualen Anteil von informationsbasierten Sendungen im Programm Eures Radios zu erhöhen, der von Angehörigen Eurer Communities generiert wurde.

1.7 Sendungsformate Eures Radios, die sich an verschiedene Hörer*innengruppen wenden:

- Talk - meint, dass sich eine Person an das Publikum wendet.
- Interview - vereint typischerweise einen Gastgeber, der die Fragen stellt, die von einem oder mehreren Gästen beantwortet werden.
- Diskussion - meint, dass mehrere Personen interaktiv ein Thema erörtern.
- Umfrage - meint, per Zufall ausgewählte Leute auf der Straße zu befragen um verschiedene Ansichten zu einem vorgegebenen Thema zu sammeln.

Je mehr unterschiedliche Sendungsformate der Sender im Programm hat, desto höher ist die inhaltliche Diversität. Dies spricht ein breiteres Publikum mit ebenso unterschiedlich gelagerten Interessen an. Freie Radios sollten in der Lage sein, viele verschiedene Varianten des Radiomachens zu präsentieren. Die Radios sollten für sich eine gewünschte Diversität definieren und dann auch prüfen, in wie weit das aktuelle Programm diese abdeckt.

1.8 Diese Frage zielt darauf ab, die von Eurem Radio genutzten Archivierungsmethoden zu bewerten. Die Varianten reichen von mindestens drei Monaten (wie in den gesetzlichen Richtlinien festgelegt) bis hin zur dauerhaften und ständigen lokalen Archivierung im Radio und/oder in Onlinearchiven. Im Allgemeinen ist das Archivieren eine gängige Praxis aller Radios, wobei die Archivierung gerade Freie Radios in die Lage versetzt, die mündlich vermittelte Geschichte und Kultur der lokalen Communities zu bewahren und weiter zu verbreiten.

1.9 Diese Frage betont den Bedarf an regelmäßigen Train-the-Trainer-Angeboten, wobei dies natürlich davon abhängt, welche Ressourcen zur Verfügung stehen. Es ist ratsam, mindestens zweimal im Jahr Workshops für Trainer*innen zu veranstalten, um deren Enthusiasmus und deren Expert*innenstellung zu festigen.

2. Statuten und Richtlinien

Dieser Abschnitt betont, wie wichtig es ist, dass sich Euer Radio an die Lizenzbedingungen als auch an die selbstgewählten Richtlinien hält bzw. sich derer auch immer bewusst ist. Blicken wir über die Regelungen der Landespolitik hinaus, stellen wir fest, dass Community Radios auf der ganzen Welt ihre eigenen Statuten und Richtlinien formulieren und Prinzipien wie Inklusion, Repräsentanz, soziale Gerechtigkeit oder ethische Verhaltensregeln für Angestellte. Dieser Abschnitt erlaubt es Eurer Radiostation, diese Prinzipien zu reflektieren und ggf. zu übernehmen.

2.1 Mit dieser Frage soll herausgefunden werden, ob sich alle in Eurem Radio Aktiven (Angestellte, Freiwillige, Mitglieder des Managements etc.) an die Statuten und Richtlinien des Radios halten. So soll ausgeschlossen werden, dass diese Richtlinien verletzt werden, was nicht zuletzt juristische Folgen nach sich ziehen kann.

2.2 Während die Statuten eines Freien Radios die allgemeinen Richtlinien enthalten, kann man erwarten, dass jedes Radio seine eigene Vision oder Mission klar artikuliert und generell über die eigene Philosophie von und den Zugang zum Radiomachen reflektiert.

2.3 Hier wird gefragt, ob Euer Radio über ein Redaktionsstatut verfügt, welches diskriminierungsfreie Methoden und Arbeitsweisen definiert. Idealerweise ist dieses Statut in den Sprachen der im Empfangsgebiet lebenden fremdsprachigen Communities verfügbar.

2.4 Es ist erstrebenswert, dass die Freien Radios ein faires und gerechtes Arbeitsumfeld für alle Angestellten und Freiwilligen schaffen.

2.5 Das Einbinden von marginalisierten Gruppen und Personen in den Freien Radios kann soziale Wandlungen befördern. Mit dieser Frage soll eingeschätzt werden, ob Euer Radio die Belange dieser Gruppen angemessen berücksichtigt.

2.6 Mit Hilfe dieser Frage soll abgeschätzt werden, ob Euer Radio eine inhaltliche Richtlinie hat, die sich den Belangen aller Teile ihrer Community annimmt. Damit soll abgesichert werden, dass durch die Radiomacher*innen keine Bevölkerungsgruppen innerhalb des Empfangsgebiets diskriminiert werden.

2.7 Diese Frage untersucht, ob der Sender spezifische Verhaltensregeln für Gruppierungen, die an der Programmproduktion und dem betrieblichen Ablauf beteiligt sind, hat. Das soll sicherstellen, dass jede/r sich am Arbeitsplatz so verhält, dass ein angenehmes Arbeitsklima entsteht.

2.8 Diese Frage reflektiert, ob Euer Radio beachtet, dass nicht nur Angestellte zu Medienfachleuten auf allen Gebieten - z. Bsp. Produktion, Öffentlichkeitsarbeit etc. - gemacht werden. Je mehr Mitglieder für alle Aufgabengebiete des Radios ausgebildet werden, desto sicherer ist der reibungslose Ablauf, da er nicht nur von Angestellten des Radios getragen wird.

2.9 Es ist wichtig, dass Euer Radio nicht einfach nur ein Redaktionsstatut o.ä. formuliert, sondern dass diese Regelungen auch allen im Radio Aktiven bekannt sind. Diese Kenntnis trägt zur Sicherung grundsätzlichen Einverständnisses bei, wirkt gegen überzogene Erwartungen an den Sender und hilft so Konflikte zu vermeiden.

2.10 Diese Frage bewertet die von Eurem Radio benutzten Wege, um den im Radio Aktiven (als auch zukünftig Aktiven) Statuten und Struktur bewusst zu machen. Je verschiedener die Methoden sind umso besser.

3. Ehrenamtliche Mitarbeiter*innen

Freiwillige und ihre Mitarbeit sind elementar für Freie Radios. Entsprechend der auf Teilhabe abzielenden Struktur des Mediums und der bescheidenen finanziellen Situation der meisten Sender ist es ehrenamtliche Mitarbeit. In diesem Sinne definieren wir "ehrenamtliche Mitarbeiter*innen" als Leute, die auf irgendeine Weise an der Organisation und Absicherung des Radiobetriebs Anteil haben und die nicht „nur“ Sendungsmachende im Radio sind. Dieser Abschnitt des Toolkit erlaubt es dem Freien Radio seinen Umgang mit ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen mit Blick auf Anstellung, Orientierung, gebotenen Anreizen und zugewiesener Verantwortlichkeit zu bewerten. Die Idee dahinter ist, einen Kader an ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen zu haben, der regelmäßig für den Sender arbeitet, diese durch materielle und nichtmaterielle Anreize motiviert zu halten und so eine anhaltende Beziehung zwischen dem Sender und der ihn tragenden Community aufzubauen.

3.1 Die erste Frage dieses Abschnittes zielt auf den prozentualen Anteil der ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen im Vergleich zur Gesamtzahl an Leuten, die bei dem jeweiligen Radiosender arbeiten. Entsprechend müssen alle Leute, die an der Gestaltung und Produktion des Programms beteiligt sind in die Berechnung einbezogen werden. Sind zum Beispiel bei einem Radio 20 Menschen in die verschiedensten Aktivitäten involviert und fünf davon auf freiwilliger Basis, errechnet sich der prozentuale Anteil Freiwilliger wie folgt:

$$5/20 \times 100 = 25\%$$

und Option (b) ist die entsprechende Antwort

Das ideale Langzeit-Ziel ist es, den prozentualen Anteil an Freiwilligen zu erhöhen.

3.2 Ein Freies Radio sollte über verschiedene Varianten nachdenken, Freiwillige an sich zu binden. Die Liste deutet einige Möglichkeiten an, sie soll um fehlende Methoden ergänzt werden. Das Ziel sollte sein, die Anzahl der Methoden zu maximieren, mit denen Freiwillige interessiert werden können. So kann das Freie Radio eine größere Zahl Menschen dazu bringen, sich kontinuierlich und zuverlässig aktiv in diesem einzubringen.

3.3 Mit dieser Frage könnt Ihr herausfinden, ob Euer Radiosender aktiv Strategien verfolgt, Freiwillige Mitarbeiter*innen aus marginalisierten Communities an sich zu binden.
weitere Anmerkung:

- Der Begriff "marginalisierte Communities" zielt hier auf sprachliche oder ethnische Minderheiten, Menschen die aufgrund ihrer sexuellen Orientierung marginalisiert sind, aber auch auf Menschen mit Behinderungen.

3.4 Wenn man bedenkt, dass die an der Programmgestaltung beteiligten Freiwilligen immer wieder wechseln, wird deutlich, wie nötig es ist, dass jede/r Freiwillige durch systematische Workshops o.ä. mit den Regularien, der Philosophie, der Technik und dem Programm vertraut gemacht wird. Mit dieser Frage werden die dazu angewandten Methoden beleuchtet.

3.5 In bestimmten Bereichen oder unter bestimmten Umständen scheint es notwendig, dass Freie Radios ihre Mitarbeiter*innen entlohnen. Mit dieser Frage wird untersucht, wie dies geschieht. Es werden verschiedene Varianten von Aufwandsentschädigung, über Gehalt bis zu festem Honorar für erbrachte Dienste aufgelistet. Mehrfachnennungen sind möglich. Bitte notiert unter dem angekreuzten Punkt, welche Tätigkeitsbereiche/Mitarbeiter*innengruppen das betrifft.

3.6 Mit dieser Frage wollen wir herausfinden, mit welchen konkreten Aufgaben die Freiwilligen betraut werden. Es sollte für jeden Sender das Ziel sein, mit den ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen umsichtig umzugehen, damit sie kontinuierlich und verbindlich alltägliche anfallende Aufgaben des Radios übernehmen. So wäre eine Entlastung der Festangestellten im Sender möglich.

3.7 Mit dieser Frage darauf geschaut werden, wie Euer Radio seine Freiwilligen organisiert und begleitet. Da stets eine gewisse Anzahl Freiwilliger im Radio mitarbeitet, ist es wichtig, die Freiwilligen in ihren Verantwortungsbereichen zu fördern und zu unterstützen.

weitere Anmerkungen:

- Option (e) rät, ehrenamtliche Mitarbeiter*innen an schon bestehende Teams, z. B. der Technik-Crew anzuschließen.
- Option (f) nimmt an, dass jede einzelne Crew im Sender eigene, spezifische Aufgaben zu vergeben hat, auch an Ehrenamtliche.

4. Technische Ausstattung: Zugang und Umgang

Einen einfachen und niedrigschwiligen Zugang zur Technik zu gewährleisten, ist elementar, wenn es darum geht, ein Freies Radio zu betreiben, das tatsächlich die Teilhabe marginalisierter Communities gewährleistet. Grundlage hierfür ist, dass die Menschen die Technik aktiv nutzen und selbstständig bedienen können. Übermäßige Abhängigkeit von außenstehenden Technikexpert*innen kann für die Radios im täglichen Betrieb hinderlich sein und die Effizienz der Sendungsmachenden untergraben. Deshalb ist es wichtig, eine größtmögliche Selbstständigkeit der Sendungsmachenden zu ermöglichen, indem man sowohl den Freiwilligen als auch den Angestellten alle für ihr Arbeitsfeld notwendigen technischen Kenntnisse vermittelt.

4.1 Diese Frage versucht herauszufinden, wem es überhaupt erlaubt ist, die vorhandene Technik zu benutzen. Das Ziel dabei ist, dass es für alle im Radio Aktiven ohne weiteres möglich ist, die Radio- und Studioteknik zu nutzen.

4.2 Regelmäßig stattfindende Kurse sind nötig, wenn alle Mitarbeitenden im Radio die Technik wie selbstverständlich bedienen können sollen. Das Ziel wäre, dass jeder von jeder lernt und die Leute die vorhandenen Kenntnisse miteinander teilen. Das wäre zudem ein kostengünstiger Ansatz.

weitere Anmerkungen:

- Gegenseitiges Lernen heißt hier, dass alle Mitarbeitenden im Radio voneinander oder gar Angestellten anderer Freier Radios lernen.
- Auch an externem Ort und Kursen könnte der Umgang mit der Technik erlernt werden.
- Hauseigene Technikkurse können mit professionellen Gastdozenten veranstaltet werden.

4.3 Diese Frage soll erfassen, wie häufig Technikkurse für Angestellte und Mitglieder Eurer Community stattfinden. Natürlich ist diese von technischen, finanziellen und/oder personellen Ressourcen abhängig. Es ist ratsam, dass mindestens zwei solcher Workshops pro Jahr stattfinden, um die Bindung der Mitarbeitenden zu erhalten und ihren Wissensstand zu festigen.

4.4 Ein Freies Radio, das die Entwicklung technischer Fähigkeiten seiner Mitarbeitenden gefördert hat, sollte irgendwann an den Punkt kommen, dass technische Geräte, mit denen gearbeitet werden soll, von den Mitarbeitenden selbst ausgesucht wird. Während professionelle Meinungen und Erfahrungen anderer Radios dazu relevant sind, sollte Euer Radio darüber nachdenken, wie die tatsächlichen Nutzer*innen in solchen Fragen mitentscheiden können. Ziel dabei ist es, der Einschätzung von Angestellten und Freiwilligen in solchen Entscheidungsprozessen ein Gewicht zu verleihen. Die Perspektive der Mitarbeitenden kann dazu führen, dass ein Radio technische Geräte erwirbt, die sowohl die notwendige Funktionalität aufweisen, aber benutzerfreundlicher sind.

4.5 Diese Frage bezieht sich auf die regelmäßige Wartung und Pflege technischer Geräte. Idealerweise hat der Sender Mitarbeitende, die sich ausschließlich mit der Wartung und Pflege der technischen Ausstattung kümmern können. Sollten die Probleme, Funktionsstörungen etc. zu komplex ausfallen, sind sie natürlich ein Fall für professionelle Dienstleister.

4.6 Diese Frage versucht herauszufinden, bis zu welchem Grad Euer Radiosender in der Lage ist, Reparaturen selbstständig vorzunehmen, die nach Ablauf der Gerätegarantie anfallen. Auch wenn solche Reparaturen idealerweise vor Ort von hauseigenem Personal vorgenommen werden, erkennen wir an, dass es ab und an notwendig ist, zu reparierende Geräte in die Hände von außenstehenden Fachleuten zu geben.

4.7 Diese Frage untersucht, welche erklärenden Handbücher oder sonstige Dokumente in Eurem Radio zur Verfügung stehen, die den Umgang mit Geräten erläutern. Ziel sollte sein, Handbücher auch in den vor Ort gesprochenen Sprachen parat zu haben. Eine Übertragung in verständlichere Formulierungen ist manchmal hilfreicher als die Handbücher der Gerätehersteller. Die Angestellten des Senders könnten beispielsweise eigene Erfahrungen im Umgang mit den einzelnen Geräten dokumentieren und Handreichungen für konkrete Situationen zur Verfügung stellen.

4.8 Hausbrände oder eintretendes Wasser können im Sender erheblichen Schaden anrichten und zu Verschuldung führen. Zudem könnte der Sendebetrieb zum Erliegen kommen. Deshalb raten wir, die technische Ausstattung zu versichern.

5. On-Air-Sende-Standards

Die für den Standort relevante Mediengesetzgebung und die Regelungen des Bürgerlichen Gesetzbuch setzen einen Rahmen, in dem die Sendungsmachenden agieren sollten. Zudem sind im Redaktionsstatut eines Freien Radios selbstgewählte Standards und die Philosophie des Senders definiert, kann die Charta des Bundesverbands Freier Radios als eine Bezugsgröße für die Arbeit im Radio herangezogen werden. Dieser Abschnitt untersucht die angewendeten Regelungen.

5.1 Diese Frage versucht, herauszufinden, ob das Programm den gesetzlichen festgelegten Regeln folgt und welche Regelungen darüber hinaus gelten.

5.2 Diese Frage will herausfinden, in welcher Weise ein Euer Radio sicherstellt, dass alle seine Radiomachenden mit den für das Senden relevanten Regeln vertraut sind. Das Ziel dabei ist nicht nur dafür zu sorgen, dass alle Mitarbeitenden von den Regeln gehört haben, sondern dass sie diese verinnerlicht haben.

5.3 Während beispielsweise Übungseinheiten den Radiomachenden helfen können, die verschiedenen Regularien zu verinnerlichen, ist es unverzichtbar, dass alle Mitarbeiter*innen diese im Radioalltag und OnAir befolgen. Ansonsten könnten juristische Schritte gegen den Sender folgen. Der Sender sollte vorbeugend alle möglichen Maßnahmen treffen, um Regelverletzungen zu vermeiden.

5.4 Mit dieser Frage soll herausgefunden werden, welche Maßnahmen das Freie Radio ergreift, wenn jemand gegen die Statute und Regelungen verstößt. Solcherlei Maßnahmen sollten dem Ausmaß und der Häufigkeit der begangenen Regelverletzung(en) angemessen sein. Die Sender sollten eine gewisse Bandbreite an Reaktionsmöglichkeiten auf Regelverletzungen haben, angefangen bei der einfachen Entschuldigung bei den betroffenen Personen. Außerdem scheint es ratsam, regelmäßig präventive Schritte zu gehen und z. B. Sensibilisierungsworkshops zu veranstalten.

6. Führungsstrukturen und Verwaltung

Verwaltung meint hier die Entscheidungen treffenden Strukturen und Prozesse in einem Freien Radio. Diese sollen von partizipatorischem Charakter sein und den integrativen Prinzipien der Transparenz und Verlässlichkeit folgen. Die Möglichkeit der aktiven Teilhabe aller im Radio Mitarbeitenden in allen Verwaltungsgremien ist wesentlich für eine funktionierende Selbstverwaltung. Das Einbeziehen aller Mitarbeitenden, speziell auch der sonst marginalisierten Personen und Gruppen, in alle sie und ihre Arbeit betreffenden Entscheidungen, ist wichtig für die angestrebten Er- und Entmüchtigungsprozesse innerhalb und außerhalb des Radios. Dieser Abschnitt des Toolkits erlaubt es, Euer Radio auf dem Gebiet der teilhabebasierten Verwaltung zu bewerten.

6.1 Diese Frage erkundet die verschiedenen Wege, auf denen Euer Radio zu seinen Entscheidungen kommt. Idealerweise verfügt die jeweilige Radiostation über mindestens ein entscheidungsfindendes Gremium, in dem alle das Radio tragenden politischen, sozialen und/oder kulturellen Gruppen und Communities vertreten sind.

6.2 Mit dieser Frage soll herausgefunden werden, ob Euer Radio über ein "Management"-Gremium verfügt, das als repräsentativ entscheidend gewählt werden kann, das den Sender berät, verschiedenste Strategien formuliert und Entscheidungen im klar abgesteckten Rahmen treffen kann.

6.3 An dieser Stelle wird nach der Häufigkeit gefragt, mit der sich dieses "Management"-Gremium trifft. Da Freie Radios auf die verschiedensten Situationen und fließende Prozesse reagieren müssen, ist es von Vorteil, wenn sich dieses Gremium so oft wie möglich trifft. Idealerweise schafft es ein Gremium, das sich mindestens einmal im Vierteljahr trifft, auf die oben beschriebenen Herausforderungen zu reagieren.

6.4 Da dem "Management"-Gremium Entscheidungsbefugnisse als auch eine beratende Rolle zugeschrieben werden, hat es Einfluss auf die verschiedenen Abläufe im Radio. Zusätzlich können gute Verbindungen zur lokalen Autoritäten und Interessenvertretungen das Image des Senders aufwerten.

6.5 Es ist wichtig, dass das "Management"-Gremium so zusammengesetzt ist, dass es marginalisierte Gruppen der Community repräsentiert. Die Diversität des Gremiums ist Grundlage dafür, dass Perspektiven und Interessen verschiedenster Gruppen in den Entscheidungsprozess einfließen.

6.6 Diese Frage zielt darauf, festzustellen, wer in Eurem Radio die Entscheidungen für Personaleinstellungen trifft. Es wäre im Interesse des Senders, wenn diese Entscheidung nicht von einer übergeordneten Organisation aufgezwungen wird, sondern das jeweilige Radio die Entscheidungsfindung so transparent und zugangsoffen wie möglich gestaltet. Im Fokus ist dabei selbstverständlich auch immer, die richtige Person für jede Aufgabe zu finden.

6.7 Diese Frage geht davon aus, dass die regelmäßige Interaktion mit den Hörer*innen und den das Radio tragenden Communities das Management in die Lage versetzt, Entscheidungen entsprechend der lokalen und relevanten Realitäten zu treffen.

6.8 Freie Radios sollten versuchen, die Türen für die Mitglieder ihrer Communities stets offen zu halten. Wenn ein Radiosender für solche Besuche offen ist und so die Möglichkeiten bietet, dass sich das Radio zu einem Drehkreuz für Aktivitäten in der Community entwickelt, sind die Leute eher bereit, sich an den Sender zu binden. Zudem ist es für die Identifikation mit dem Sender wichtig ist, mit der gehörten Stimme ein gesehenes Gesicht verbinden zu können. Es gibt verschiedenste, kreative Wege, diese Art der Vertrautheit herzustellen.

6.9 Freie Radiosender sollten unbedingt die Mitglieder der sie tragenden Strukturen und Zusammenschlüsse darüber informieren, dass die Verwaltung auf partizipatorischer Basis funktioniert. Diese Tatsache, dass Einmischung und Teilhabe gewollt sind, sorgt dafür, dass die Informationen zur finanziellen Situation und zum Prinzip der partizipatorischen Verwaltung und möglichst viele Mitglieder und Mitarbeitende erreichen.

7. Feedback und Beschwerde

Typischerweise beeinflussen Interessen und Anliegen der im Empfangsbereich lebenden politischen, sozialen und/oder kulturellen Gruppen und Communities die Agenda eines Freien Radios. Deshalb ist es wichtig, dass Euer Radio über ein Verarbeitungs- und Beantwortungssystem für die eingehenden Feedbacks, Hinweise und Beschwerden verfügen, um angemessen auf diese reagieren zu können.

Im Rahmen dieses Toolkits sind "Beschwerden" als negatives Feedback zu verstehen. "Feedback" ist allgemeiner zu verstehen und meint sowohl Publikumsreaktionen zu den Sendungen einschließlich Änderungs- oder Verbesserungsvorschläge als auch allgemeinere Anregungen. "Feedback" und "Beschwerden" werden getrennt behandelt.

7.1 An dieser Stelle geht es darum, alle Methoden aufzulisten, mit denen die Hörer*innen Feedback geben können.

weitere Anmerkungen:

- "Hörer*innenumfragen" sind ein Verfahren, bei dem das Feedback auf der Grundlage eines Fragebogens zusammengetragen wird.
- Feedback von "Angesicht zu Angesicht" meinen sowohl persönliche Besuche im Sender als auch Feld- oder Studioaufnahmen.
- "über soziale Netzwerke" heißt, Plattformen wie Facebook, Google+ und Youtube werden genutzt, um Feedback zu sammeln.

Ziel sollte sein, dass Spektrum an Feedback-Kanälen zu vergrößern, um die Hörerfahrung interaktiver zu gestalten und eine aktivere Hörer*innenschaft aufzubauen.

Auf welche sozialen Netzwerke Ihr verzichten oder zurückgreifen wollt, sollte an anderer Stelle bereits entschieden worden sein.

7.2 Wichtig ist es, ein zuverlässiges Auswertungsverfahren für das erhaltene Feedback zu besitzen. Dabei sollte man das Feedback nicht nur sammeln, sortieren und auswerten, sondern -sofern als nötig erachtet- auf die von Hörer*innen gemachten Vorschläge reagieren.

weitere Anmerkungen:

- "Sortieren und Auswerten" kann meinen, das Feedback zu zählen und nach Kategorien, wie z.B. musikalischer und/oder sozialer oder politischer Schwerpunktsetzung zu sortieren.
- Manche Art von Feedback mag nur mit der den Sender Radio tragenden Organisation (z.Bsp. Verein oder gGmbH) zu diskutieren sein, da es entweder an zusätzlichen Ressourcen angebunden ist oder gar neue auf neue Perspektiven oder Strategien erforderlich macht.
- Bei vielen Community Radios weltweit ist es gängige Praxis, ausgewähltes Feedback zu senden, damit Hörer*innen auf direktem Wege erfahren, dass ihre Äußerungen Beachtung finden.

7.3 An dieser Stelle sollen alle Methoden aufgelistet werden, mit denen die HörerInnen Beschwerden formulieren können.

weitere Anmerkungen:

- "Treffen von Angesicht zu Angesicht" könnte Beschwerden meinen, die sowohl während persönlicher Besuche im Sender als auch bei Feld- oder Studioaufnahmen vorgebracht worden.
- Beschwerden können sich auf Inhalte, Übertragungsqualität, Art und Weise der Themenbehandlung, Angemessenheit von Zeitfenstern für bestimmte Themen oder den Umgang von und mit Angestellten des Senders beziehen.

Das Ziel ist hier, den Hörer*innen möglichst viele Kanäle anzubieten, um ihre Beschwerden anzubringen und dadurch den Sender offen für verschiedenste Perspektiven zu machen.

7.4 Wie beim allgemeinen Feedback, sollten Radiostationen auch beim Umgang und der Bewertung von Beschwerden über ein System verfügen um angemessen auf die Beschwerden seiner Hörer*innen reagieren zu können.

weitere Anmerkungen:

- "Sortieren und Auswerten" kann meinen, das Feedback zu zählen und nach Kategorien, wie z.B. musikalischer und/oder sozialer oder politischer Schwerpunktsetzung zu sortieren.

Unzufriedene Hörer*innen können sich nachteilig auf die Beziehungen zwischen dem Sender und den im Empfangsbereich lebenden politischen, sozialen und/oder kulturellen Gruppen und Communities auswirken. Das Ziel für die Sender ist es nicht nur die Beschwerden aufzunehmen, sondern gegebenenfalls auch entsprechend darauf zu reagieren. Während einige Beschwerden sofortiges Handeln durch die Geschäftsleitung erfordern, können andere Überlegungen in den verantwortlichen Gremien folgen.

7.5 Die letzte Frage in diesem Abschnitt fordert dazu auf, sich an konkrete Fälle zu erinnern, in denen Inhalte, Übertragung oder Ablauf wegen Beschwerden von Hörer*innen verändert worden. Bitte erwähnen Sie alle Vorfälle dieser Art, die innerhalb der letzten sechs Monate aufgetreten sind. Dies könnte schließlich ein Indikator dafür sein, wie schnell der Sender auf kritische Anmerkungen und Anregungen reagiert.

8. Inhalte teilen und Netzwerke pflegen

Der Programm- und Beitragsaustausch ist in erster Linie ein Zeichen für die Solidarität zwischen den Freien Radios. Er bietet darüber hinaus die Möglichkeit, Netzwerke zwischen den Radios und den Sendungsmachenden zu entwickeln, diese auszubauen und zu pflegen. In der Praxis kann ein Freies Radio auf diese Weise an neue Inhalte kommen und so sein inhaltliches Spektrum erweitern. Der Programmaustausch erlaubt es den Hörer*innen außerdem auch, Informationen zu erhalten, die eine ähnlich strukturierte aber an einem anderen Ort ansässige politische, soziale und/oder kulturelle Gruppe und Community betreffen oder sich einfach an kulturellen Beiträgen anderer Communities zu erfreuen. Wenn es das Ziel eines Freien Radios ist, marginalisierten Menschen, Gruppen oder Communities eine Stimme zu geben, um so soziale Veränderungen zu unterstützen und zu begleiten, könnte dieser Prozess durch den Austausch von Inhalten gefördert werden.

8.1 Mit dieser Frage soll herausgefunden werden, welche Inhalte Euer Freies Radio mit anderen Sendern teilt. Sender können nicht nur fertige Produktionen miteinander teilen, sondern auch Sendungsideen und Skripte. Außerdem können sie auch zusammen zu gesellschaftlich relevanten Themen wie Rassismus, Gender oder Arbeitsrecht arbeiten.

8.2 Freie Radios könnten neben den Sendungsinhalten auch Wissen und Erfahrungen aus den unterschiedlichsten Bereichen miteinander teilen. Diese Art des Teilens ermöglicht neuen Initiativen und Freien Radios, von den Etablierten zu lernen und ihre eigenen Kapazitäten auszubauen. Andererseits hilft ein Austausch zwischen den Etablierten bei

strukturellen, technischen oder programmlichen Neuorientierungen und/oder Weiterentwicklungen.

8.3 Diese Frage versucht, herauszufinden, ob Euer Sender einem nationalen oder internationalen Netzwerk angehört. Während die Zugehörigkeit zu einigen solcher Netzwerke den Sender in die Lage versetzt, in medienpolitischen Belangen mitsprechen und entscheiden zu können, ist die Zugehörigkeit zu wieder anderen Netzwerken nützlich, um Zugang zu Ausbildungsmöglichkeiten anderer Stationen zu erhalten, oder Inhalte und Erfahrungen zu teilen. Idealerweise gehört ein Freies Radio so vielen Netzwerken wie möglich an.

8.4 Freie Radios können Verbindungen mit größeren sozialen und oder politischen Gruppen und Bewegungen eingehen, die sich beispielsweise dafür engagieren, die Menschenrechte zu verteidigen oder Rassismus zu bekämpfen. Hier bieten wir ein Liste, die natürlich nicht alle möglichen Antworten enthält. Für Freie Radios ist es äußerst wertvoll, mit sozialen und oder politischen Gruppen und Bewegungen zu arbeiten. So können sie Sendungen anbieten, die auf direktem Weg für die Hörer*innen relevant sind und/oder den Diskurs zu gesellschaftlich relevanten Themen oder ein direktes Engagement fördern.

9. Erzielen von Einkommen und finanzielle Rechenschaftspflicht

Freie Radios sind Non-Profit-Organisationen, sie arbeiten nicht-kommerziell. Nicht zuletzt durch die unterschiedliche aber stets unzureichende Förderpraxis in den einzelnen Bundesländern ist es notwendig, dass Freie Radios weitere Einkünfte erzielen müssen. Nur so können beispielsweise die Betriebskosten des Senders oder die Ausgaben für ihre Mitarbeiter*innen getragen werden. Eine externe Finanzierung sollte dabei prinzipiell aus verschiedenen Quellen erfolgen. Nur so ist zu verhindern, dass übermäßige Abhängigkeiten von einzelnen Geldgebern entstehen. Wichtig ist, dass die das Radio tragende Community in die Entscheidungen zur Finanzierung involviert ist. Das Statut des Radios muss daher die Prinzipien der Transparenz und der Rechenschaftspflicht festschreiben.

9.1 Diese Frage fordert dazu auf, alle Geldquellen aufzuzählen und wie hoch der prozentuale Anteil jedes Geldgebers am Gesamtetat Eures Radios ist.

weitere Anmerkungen:

- "Programmbasierte Förderungen" meint von verschiedensten Institutionen erhaltene Förderung für spezielle Programminhalte. (z.Bsp.: durch Stiftungen)
- "Einkommen durch spezielle Projekte" meint, dass ein Sender Einkommen durch Produktion und Übertragung einzelner Sendungen erzielt. (z.B. Aktion Mensch, Landeszentrale politische Bildung, ...)
- "Mitgliedsbeiträge" meint von Einzelpersonen oder Gruppen, die an der Programmgestaltung teilnehmen oder das Radio unterstützen wollen, regelmäßig zu entrichtende Beträge.
- "Spenden aus der Community" finden eher sporadisch und oft in bar statt.
- "Merchandise" meint typischerweise Mützen, T-Shirts, Kaffeebecher etc.

9.2 Während es wünschenswert ist, wenn die Einnahmen durch eine öffentliche Förderung des Kerngeschäfts - dem Radiomachen - erzielt werden, ist es einem Freien Radio natürlich auch möglich, andere Geldquellen aufzutun. Beispielsweise können Dienstleistungen angeboten werden, von denen ortsansässige politische, soziale und/oder kulturelle Gruppen und Communities profitieren.

weitere Anmerkungen:

- Ausbildung heißt an dieser Stelle Angebote, wie Crash-Kurse für Computer und Software, Internet und Webgestaltung u.a.m.

Euer Radio sollte allerdings darauf achten, dass solcherlei zusätzliche Einnahmeföglichkeiten nicht zu sehr vom Kerngeschäft ablenken und verhindern, dass den Hörer*innen ein qualitativ hochwertiges Radioprogramm zu bieten.

9.3 Idealerweise trägt sich ein Freies Radio durch Spenden von Personen aus ortsansässigen politischen, sozialen und/oder kulturellen Gruppen und Communities.

9.4 Diese Frage bezieht sich auf Transparenz und Rechenschaftspflicht gegenüber den das Radio tragenden Personen, Gruppen und Communities. Für gewöhnlich gibt ein Freies Radio einmal im Jahr einen ausführlichen Rechenschaftsbericht, wobei wir vorschlagen, zweimal im Jahr der Community einen kleineren Bericht zu geben.

9.5 Diese Frage versucht die Methoden herauszufinden, mit denen der Radiosender seine Rechenschaftsberichte zugänglich macht. Ziel ist die Anzahl und Vielfalt der Verbreitungswege zu erhöhen und in regelmäßigen Abständen Zugang den das Radio tragenden Personen Gruppen und Communities zu und Überblick über die Finanzen zu verschaffen.

9.6 Einkommen zu erzielen hängt von verschiedenen Faktoren ab, z.Bsp. von der Programm- und Übertragungsqualität oder der Teilnahme und Teilhabe von Personen aus ortsansässigen politischen, sozialen und/oder kulturellen Gruppen und Communities. Auch externe Netzwerkarbeit kann neue Finanzierungswege auf tun. Also bitten wir an dieser Stelle die Radiosender, über neue Geldquellen nachzudenken, die sie anzapfen wollen.