

# „Live“ dabei, wenn's vor der Haustür spannend wird

Vorschlag einer Arbeitsgruppe Bremer Sozialdemokraten für ein Stadtteil-Fernsehen,  
in dem die Bürger ihr Programm bestimmen, gestalten und verwalten: Phantasie an die Kameras

## Das "vierte Programm": Fernsehen selber machen - nicht nur in die Röhre gucken

Die FR-Dokumentation

FRANKFURT A. M., 28. März (D). In einem "Stadtteil-Radio und Fernsehen" sollen die Bürger ihr Programm selbst verwalten und gestalten, schlägt eine Arbeitsgruppe der Bremer SPD vor. Wir veröffentlichen das Modell auf unserer Dokumentationsseite.

Die Menschen aus ihrer bloßen Konsumentenrolle gegenüber dem Fernsehen zu locken, ihnen die Möglichkeit zu geben, selbst Programm zu machen, ist das Ziel des Vorschlages einer Gruppe Bremer Sozialdemokraten: Ein von den Bürgern selbst verwaltetes und in der Programmstruktur bestimmtes "Stadtteil-Radio" soll dazu verhelfen. Während solche Modelle in anderen europäischen Ländern -z. B. in den Niederlanden - bereits praktisch erprobt sind, sind sie für die Bundesrepublik noch absolutes Neuland. Die Autoren des hier dokumentierten Entwurfs - alle in der Bremer SPD aktiv, der sie außerdem ein Konzept für eine bürgeroffene Parteizeitung vorlegen - sind Hans Dieter Müller (Vorsitzender des SPD-Unterbezirks Bremen-Ost und Regierungsdirektor an der Universität), der Ende der 60er Jahre die erste umfassende Untersuchung über den Springer-Konzern veröffentlichte, sowie Adolf Brock, Wolfgang Hindrichs, Edgar Einemann (alle drei tätig in der Erwachsenenbildung), Robert Francke (Hochschullehrer an der Universität Bremen), Reinhardt Hoffmann (Senatsdirektor beim Senator für Bildung, Wissenschaft und Kunst) und Gerd Markus (Planungsdirektor beim Senator für Soziales).

## I.

Demokratie hängt von den Kommunikationsformen ab, die sie konkret möglich machen. Das formale Recht auf Informationsfreiheit begründet noch keine Demokratie. Die Teilnahme an demokratischer Mitbestimmung wird von den Chancen bestimmt, eigne Ideen zu entwickeln und zu artikulieren, auf Gegenargumente unmittelbar zu antworten, am Prozess der Meinungs- und Willensbildung ohne Vermittler teilzunehmen.

Insofern ist die Art, wie "Massenkommunikation" in unserer Gesellschaft durch die Medien praktiziert wird -immer aufwendigere Kommunikationsapparate werden von einem wachsenden Heer von Kommunikationsspezialisten bedient, denen eine passive Masse von Kommunikationskonsumenten gegenübersteht -, von tief eingreifenden Folgen für die demokratische Lebensform. Diese Form der Nutzung macht die Entfaltung einer politischen Kultur, in der die Bürger sich noch als Selbstdenkende und Selbsthandelnde erfahren und begegnen, die Grundlage von Demokratie und Selbstverwaltung, auf die Dauer unmöglich.

Ähnlich verläuft die Entwicklung in den demokratischen Großorganisationen, die sich ihrem Anspruch nach als Träger der Demokratie verstehen. Der immer größere Aufwand für Verwaltung und Steuerung der Organisation teilt sie in eine kleinere Zahl überwiegend hauptamtlicher Funktionäre, die über die Kommunikation verfügen, und die große Zahl der Mitglieder, deren Teilhabemöglichkeiten am Meinungs- und Willensbildungsprozess immer geringer werden.

Beide Entwicklungen unterwerfen die wichtigste Produktivkraft des Menschen, seine Phantasie, seine Intelligenz, seine Lern- und Ausdrucksfähigkeit zunehmend technischen Zwängen und Organisationszwecken, im Falle der kommerzialisierten Massenkommunikation dem Prinzip der Kapitalverwertung.

## II.

Als technisches Medium hat sich die Massenkommunikation parallel zur Massenproduktion entwickelt. Sie weist die gleichen Gesetzmäßigkeiten auf: Kapitalkonzentration, Unternehmensfusionen, Monopolisierung von Märkten ebenso wie technologisch bedingte Produktivitätssteigerung und wachsende Kapitalintensität von Anlagen und Betrieb.

Die privatwirtschaftliche Entwicklung der Massenmedien verband sich mit der verstärkten Erzeugung demokratiefeindlicher Ideologie. Rotationsdruck, Materaltechnik und telegraphisches Nachrichtenwesen bildeten die technischen Grundlagen der ersten Großorganisation der Presse, die nach "amerikanischem Vorbild", der „kapitaltechnischen Konzentrationsmethode“ vom Präsidenten des "Bergbaulichen Vereins" und Vorsitzenden des Krupp-Direktoriums im Ersten Weltkrieg gegründet wurde. Mit der Einverleibung der Erfindung Film wurde sie eine der zentralen Propagandamaschinen zur Zerstörung der Demokratie in der Weimarer Republik.

Die revolutionäre Erfindung des Radios war im nationalsozialistischen Staat das Hauptinstrument zur "Mobilisierung der Massen". Er schuf in der Zusammenfassung von Presse, Buch- und Filmproduktion und Rundfunk die bisher umfassendste Medienkonzentration.

Aus den Trümmern des nationalsozialistischen Medienapparats und der Volksgemeinschafts-Ideologie entstand nach dem Zweiten Weltkrieg im Springer-Konzern eine neue Großorganisation der Presse, die auf Teilmärkten nahezu eine Monopolstellung erlangte. Nach der Logik der Konzernkonzentration zielte sie bald auch auf eine Kommerzialisierung des neuen Mediums Fernsehen. Lediglich die Aufrechterhaltung des öffentlich-rechtlichen Systems von Rundfunk und Fernsehen, bekräftigt durch das Bundesverfassungsgerichtsurteil zum so genannten Adenauer-Fernsehen von 1961, setzte ihr eine vorläufige Schranke. Im Pressewesen bildeten sich daneben in fast allen größeren Ballungsgebieten regionale Teilmonopole der kapitalkräftigsten Zeitungsunternehmen heraus. Auch sie fordern den Zugang zu Rundfunk und Fernsehen.

Um die Kommunikationsapparate, die privaten wie die öffentlich-rechtlichen, versammelt sich inzwischen aller medientechnische darstellerische, journalistische Sachverstand. Er dient nicht der schöpferischen Selbstentfaltung der Menschen, sondern verselbständigten Organisationszwecken und der Kapitalverwertung. Ihrer geistigen Produktivkraft beraubt, bleibt die Masse der Zuhörer, Zuschauer und Leser in der Rolle von Konsumenten der Massenmedien. Die Teilhabe am demokratischen Prozess beschränkt sich auf Kreuze auf Wahlzetteln, die Beantwortung vorgefertigter Fragen in Meinungsumfragen und die Registrierung von „Einschaltquoten“.

Mit dem neuen Technologiesprung Kabelfernsehen, Bildschirmtext, Bildschirmdialog- und Speichersysteme steht die Bundesrepublik medienpolitisch an einem Wendepunkt. Er vertausendfacht die Sende- und Empfangsmöglichkeiten und revolutioniert die Möglichkeiten technischer Kommunikation.

Werden diese Möglichkeiten die Grundlage weiterer Konzentrationsbewegungen, oder werden die neuen elektronischen Medien nach unten, zur Selbstentfaltung und Selbstverständigung, zu neuen Kommunikationsformen der Bürger geöffnet? Am amerikanischen Vorbild lässt sich ablesen, dass die angestrebte Kommerzialisierung die Fähigkeit zur Demokratie und Selbstverwaltung nochmals einschränkt. In der Bundesrepublik wird die überlegene Produktionskraft der vorhandenen Medienkonzerne Eigeninitiativen und Neuansätze, die mehr Demokratie" verwirklichen wollen, endgültig begraben. Die strikte Aufrechterhaltung des öffentlich-rechtlichen Systems ist darum Voraussetzung einer demokratischen Medienpolitik.

Alternative Lösungen müssen aber nicht nur bei den neuen Medien ansetzen, sondern auch die politischen Großorganisationen umfassen, die allein die politische Kraft besitzen, der totalen Kommerzialisierung der Kommunikation Widerstand entgegenzusetzen und neue Lösungen zu tragen. Als erste Beiträge zu einer neuen

Medienpolitik in Bremen werden darum ein bürgeroffenes Stadtteil-Radio und eine mitgliederoffene Parteizeitung vorgeschlagen.

Stadtteil-Radio und mitgliederoffene Parteizeitung sollen dazu dienen, mehr Demokratie im Stadtteil bzw. in der Partei zu verwirklichen. Nun sind die Bedingungen für Teilnahme an demokratischen Prozessen der Kommunikation und Willensbildung nicht für alle Bevölkerungsschichten gleich. Arbeitsbedingungen, Einkommen, Wohnverhältnisse, Schulbildung bestimmen die Chancen der Teilhabe.

Wer z. B. Schichtarbeit leistet, kann nicht regelmäßig an Veranstaltungen teilnehmen. Wer ständig monotone Arbeit verrichtet, verliert die Fähigkeit zu Kreativität und Kommunikation. Formale Gleichberechtigung bedeutet daher noch keineswegs tatsächlich gleiche Möglichkeiten.

Wenn die hier vorgeschlagene Demokratisierung im Medienbereich nicht bestehende Chancengleichheit faktisch verstärken soll, muss die Partei in enger Zusammenarbeit mit den Gewerkschaften durch organisierende Maßnahmen gezielt darauf hinwirken, dass die in ihren Kommunikations- und Mitbestimmungsmöglichkeiten traditionell benachteiligten Schichten der Bevölkerung bzw. der Partei sich an den neuen Medien beteiligen und ihre Interessen darin ausdrücken.

## **Vorschlag für ein Stadtteil-Radio in Bremen**

### **1. Ausgangssituation**

1.1. Die gegenwärtige Mediendiskussion verläuft einlinig in herkömmlichen Denkbahnen. Massenkommunikation wird als Veranstaltung von Programm-Machern, Informations-Sachwaltern gedacht, denen passive Abnehmer gegenüberstehen. Der Kern des Problems, wie die explosionsartig gewachsenen Sende- und Empfangsmöglichkeiten für die Kommunikation zwischen Menschen genutzt werden können, bleibt ausgeklammert.

1.2. Insofern erfasst die gegenwärtige Zuspitzung der Diskussion auf den Gegensatz zwischen öffentlich-rechtlich verfasstem und kommerziellem Funk/ Fernsehen nur einen Teilspekt. Neben die bislang überwiegend von Repräsentanten der Großorganisationen kontrollierte, bürokratisch verwaltete Massenkommunikation in öffentlich-rechtlicher Verfassung soll die unternehmerische Ausbeutung der Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse der Menschen durch kapitalstarke Privateigentümer treten. Die ungehemmte Verwertung der wichtigsten Produktivkräfte des Menschen - Phantasie, Verstand, Kommunikationsbedürfnis, Geselligkeit - wird die Fähigkeiten zur Eigenentfaltung und Kritik jeder Selbstverwaltung vorhersehbar weiter schwächen.

Auf der Basis der konsequenten Erhaltung der öffentlich-rechtlichen Struktur von Rundfunk und Fernsehen bedarf es darum eines Neuansatzes.

## **2. Ziel**

2.1. Ziel des Neuansatzes ist, Rundfunk und Fernsehen verstärkt zur Kommunikation von Bürgern und gesellschaftlichen Gruppen untereinander zu nutzen, sie aus einem "Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln" (Brecht). Die technischen Möglichkeiten dafür sind vorhanden. Das inzwischen -entwickelte Zweiweg-Kabelfernsehen mit Rückkanal und die mögliche Koppelung mit einem Bildschirm-Speicher erlauben sowohl eine beträchtliche Vermehrung der Sendemöglichkeiten wie Dialogformen zwischen Sender und Empfänger. Diese Möglichkeiten sind in Form eines „Stadtteil-Radios“ zu erproben.

2.2 Prinzipien für die Einrichtung und den Betrieb des Stadtteil-Radios sollen sein:

- Freier Zugang für alle Bürger und Bürgergruppen, die sich möglichst zu kurzfristigen oder dauerhaften arbeitsfähigen Produktionsgruppen zusammenschließen sollen;
- Selbstverwaltung des Stadtteil-Radios durch die Bürger des Stadtteils. Begrenzung der Zuständigkeit der Selbstverwaltungsentscheidungen auf Zuteilung der Sendezeit und thematische Schwerpunktsetzung (Tagesthemen, Wochenthemen) sowie technische Betriebs- und Finanzierungsfragen;
- Beschränkung des ständigen Personals auf Serviceleistungen, also auf den technischen Betrieb und auf Redaktion des Grund- und Rahmenprogramms sowie auf redaktionelle Hilfestellung für den Produzierenden.
- Kommerzielle Sendungen sind grundsätzlich ausgeschlossen mit Ausnahme von Werbung im Stadtteil ansässiger Firmen, soweit sie zur Finanzierung des Betriebs, neben den von Radio Bremen zu übernehmenden Kosten, erforderlich sind. Dabei ist der nicht überschreitbare Maximalanteil an der Sendezeit von vornherein so gering wie möglich anzusetzen.

## **3. Problem**

3.1. Trotz der vorhandenen technischen Möglichkeiten stellen sich einem bürgeroffenen Stadtteil-Radio Schwierigkeiten entgegen.

3.1.1. Die Nutzung von elektronischen Medien (in abgeschwächter Form auch von Druckmedien, z. B. Zeitungen) erfordert nach gegenwärtigen Standards einen hohen Grad an Professionalität. Sie ergibt sich aus

- der Notwendigkeit, Inhalte sprachlich, musikalisch oder bildlich in begrenzten Zeiteinheiten auszudrücken, der Unvermeidlichkeit von „Dramaturgie“, wenn Erfahrungen, Probleme und Meinungen in der Darstellung auf ihren „talking point“ gebracht werden sollen;

- der damit verbundenen Anforderung an Sprach- und Assoziationsfähigkeit und rascher Präsenz des Wissens als Voraussetzungen auch "spontaner" Darstellungsformen. Sie benachteiligen beträchtlich bildungsfernere Schichten in der Darstellung der eigenen Probleme;
- dem hohen Arbeitsaufwand und den kooperativen Arbeitsformen, die der komplexe technische Apparat zusätzlich erfordert (Kamera, Ton und Licht, hoher Genauigkeitsgrad in sämtlichen Produktionsphasen).

3.1.2. Organisierte Interessen - Parteien, parteiähnliche Gruppierungen, Institutionen, Verbände - neigen dazu, ihre an die Öffentlichkeit gerichtete Selbstdarstellung inhaltlich als Public Relations oder Agitation durchzusetzen. Sie setzen sich in der Regel über die tatsächlichen Lebens- und Arbeitszusammenhänge der Menschen hinweg und verhalten sich ihnen gegenüber selektiv und autoritär.

Das Scheitern der einmal emphatisch und spontan von der Studentenbewegung hergestellten „Gegenöffentlichkeit“ - Vollversammlungen weisen heute stärkere Unterdrückungsmechanismen auf als gewöhnliche Parteiversammlungen - verweist auf tiefere Ursachen. Eine der Ursachen liegt

3.1.3. im Fehlen einer demokratischen politischen Kultur in Deutschland, dem Mangel an konsensfähigen, unkodifizierten Vereinbarungen" in denen sich die Kommunikation zwischen Menschen trotz widersprüchlicher Interessen und unterschiedlicher Klassen-, Rassen- und Glaubenszugehörigkeit regelt. Begriffe wie „Toleranz“, „Schutz der Minderheit“, „hear a second opinion first“, „Fairness“ sind auch dem radikaldemokratischen Denken in Deutschland fremd geblieben. Konkurrenz und Misstrauen herrschen vor.

3.1.4. Die organisierten Interessen neigen auch formal dazu, ihren Öffentlichkeitsanspruch um jeden Preis durchzusetzen und institutionelle Instrumente der Kontrolle über Medienprogramme und Programm-Macher voll auszuschöpfen. Diese weitgehende Instrumentalisierung und dadurch bewirkte Verrechtlichung des Medienbereichs hat u. a. dazu beigetragen, dass auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk häufig nur ein starres Abbild der vorhandenen Machtverhältnisse ist und neue Inhalte und Formen der Kommunikation gar nicht zulässt.

3.1.5. In der Werbung, der Warenanpreisung aus Profitinteresse, liegt eine Dynamik, die sich alle Wahrnehmungs- und Darstellungsformen rücksichtslos unterwirft und die Wahrnehmungsmöglichkeiten für Realität verdirbt. Sie entwickelt eine Ästhetik des Scheins, die in massenhafter Verbreitung auch hilflos macht gegen andere, z. B. politische Formen der Täuschung und Illusion. Die Anpassung der Parteiöffentlichkeit an diese Scheinwelt ist ein charakteristisches Beispiel.

## 4. Durchführung

### 4.1. Sendebereiche des Stadtteil-Radios

Um an die unmittelbaren Lebens- und Arbeitszusammenhänge der Bürger und ihre Selbstverwaltungsmöglichkeiten anknüpfen zu können, soll das Sendegebiet des Stadtteil-Radios in Deckung mit Beiratsbereichen eingerichtet werden.

Das Auseinanderliegen von Wohnung und Arbeitsstätten muss bei der Programmstruktur berücksichtigt werden. Für Probleme aus dem Arbeitsleben sind daher die Betriebe in dem betreffenden Stadtteil ein Kristallisationspunkt, aber nicht der ausschließliche Erfahrungshorizont. Eine wesentliche Ergänzung bilden auch die Arbeitserfahrungen der anderswo beschäftigten Stadtteilbewohner, gerade auch in Folge der Rückkopplung an den Familien- und Freizeitbereich. Die Sendungen des Stadtteil-Radios sollen daher sowohl Erfahrungen aus dem Wohn- wie aus dem Arbeitsbereich thematisieren.

#### 4.2. Selbstverwaltung des Stadtteil-Radios

4.2.1. Das Stadtteil-Radio wird von einem Bürgerrat aus zwölf Mitgliedern verwaltet, die in den Wohnquartieren und Betrieben des Stadtteils zu wählen sind. Eine mögliche "Doppelrepräsentation" von Stadtteilbewohnern, die zugleich in Betrieben dieses Stadtteils arbeiten, würde dabei bewusst in Kauf genommen. Ein Drittel der Mitglieder soll aus den Betrieben des Stadtteils kommen. Der Beiratsbereich ist in entsprechende Wahlbezirke einzuteilen.

Es können sich nur Personen, nicht Parteien zur Wahl stellen. Die Kandidaten sollen in Wohnquartiersversammlungen und Betriebsversammlungen ihre Vorstellungen zum Stadtteil-Radio vortragen. Die Wahl erfolgt in einem öffentlichen Gebäude, in Geschäften des Wohnquartiers und in den Betrieben.

Alternativ: Der Bürgerrat wird aus der Mitte des Beirats gewählt. Diese Alternative wäre aber nur sinnvoll, wenn die Direktwahl und eine größere Selbstverwaltungskompetenz der Beiräte durchgesetzt ist. Sie benachteiligt im Übrigen die unmittelbare Vertretung von Interessen aus dem Arbeitsleben.

#### 4.2.2. Der Bürgerrat ist zuständig für

- die Einteilung der Sendezeit und Festlegung des äußeren Programmrahmens (Anfang und Ende der Sendezeit, Struktur des Grundprogramms, Themenschwerpunkte, Sonderschwerpunkte);
- die Festlegung der Sendezeiten für Werbung, soweit sie zur Finanzierung des Betriebes notwendig sind;
- die technischen Zugangsregelungen für die Nutzung des Stadtteil-Radios durch die Produzierenden oder freien Produktionsgruppen. Eine inhaltliche Kontrolle ist dabei ausgeschlossen;
- die Aufsicht über den Betrieb einschließlich der Einstellung des ständigen Personals;
- die Aufstellung und Überwachung des Haushalts;
- die Entscheidung in Konfliktfällen, z. B. zwischen Sendeleitung und Produktionsgruppen oder zwischen Produktionsgruppen und Zuschauern.

### 4.3. Zugang zum Stadtteil-Radio

4.3.1. Das Programm des Stadtteil-Radios wird von den Bürgern in dem vom Bürgerrat festgelegten Programmrahmen selber gestaltet. Die Frage der Übernahme von Fremdproduktionen bedarf der Regelung.

Zugang haben alle Bürger. Soweit möglich, soll angestrebt werden, dass sie sich zu kurzfristigen oder dauerhaften, arbeitsfähigen Produktionsgruppen zusammenschließen. Die Sendezeit wird von der Sendeleitung nach festgelegten Regeln zugeteilt, in denen Fristen, Umfang, Anspruch an Service, Kostenträgerschaft zu fixieren sind.

Eine inhaltliche Prüfung erfolgt insofern, ob die Sendungen auf das im Programmrahmen vorgesehene Thema bezogen sind.

Sanktionen bei Missbrauch sind nur nachträglich durch Nichtwiederzulassung möglich. In diesen und anderen Konfliktfällen entscheidet der Bürgerrat.

4.3.2. Die jeweiligen (individuellen) Produzierenden oder Produktionsgruppen sind im presserechtlichen Sinne für die von ihnen gestaltete Sendung verantwortlich. Sie können sowohl die redaktionelle wie technische Hilfe des Stadtteil-Radios in Anspruch nehmen.

4.3.3. Für die Bildung von Produktionsgruppen legt der Bürgerrat einige Grundanforderungen fest. Sie betreffen u. a.

- die Verantwortlichkeit im presserechtlichen Sinne;
- die Begrenzung der Haftung in materieller und ideeller Hinsicht.

Produktionsgruppen können sich bilden z. B. aufgrund von

- dauerhaften Interessenschwerpunkten (z. B. Schule, Betriebe, Mieterzusammenschluss, Sozialarbeit, Bau- und Verkehrsplanung, Umweltschutz, Rechtsprechung, Berufsausbildung);
- spontaner, aktueller Betroffenheit;
- Eigenproduktivität (Filme: Filmemacher und Film-Amateure, Musik: Kammermusik, Orchester, Bands, solistische Darbietung, Literatur: Lesekreise, Theatergruppen, Hörspiel, Reportage, Kabarett);
- Aufforderungen des Stadtteil-Radios, zu aktuellen Themen Diskussionsgruppen zu bilden.

4.3.4. Parteien als Parteien sollen als

Produktionsgruppen nicht zugelassen werden. Sie sollen in den Diskussionen und themenbezogenen Veranstaltungen aber ihre Position darstellen können. Gewerkschaften und Glaubensgemeinschaften sollen

Produktionsgruppen initiieren und unterstützen können. Sie sind im Zugang aber den gleichen Regeln unterworfen wie andere Produktionsgruppen.

4.3.5. Der Bürgerrat kann beschließen, dass auch Einrichtungen der Weiterbildung (Volkshochschule, andere Trägereinrichtungen, Universität) für bestimmte Sendezeiten zugelassen werden.

4.4. Ständiges Personal des Stadtteil-Radios.

4.4.1. Das ständige Personal des Stadtteil-Radios besteht aus

- der Redaktion
- dem technischen Betrieb
- der Verwaltung.

Redaktionsleiter und technischer Leiter verwalten das Stadtteil-Radio gemeinsam. Sie sind dem Bürgerrat unmittelbar verantwortlich und weisungsgebunden.

4.4.2. Die Redaktion obliegt

- die technische Koordinierung der Einzelsendungen in dem vom Bürgerrat festgelegten Programmrahmen;
- die Gestaltung des Grundprogramms, soweit es vom Bürgerrat vorgesehen ist: Nachrichten aus dem Stadtteil, Sportnachrichten, Musikteile, Veranstaltungskalender, Werbung;
- auf Beschluss des Bürgerrats die Moderierung von Diskussionsveranstaltungen und besonderen Rückkanal-Dialogen, die für alle Stadtteilbewohner zugänglich sind;
- die redaktionelle Durchführung der Live-Sendungen von Sitzungen des Kommunal- und Stadtparlaments, von Schulleitern-Versammlungen, Einwohnerversammlungen, Sportveranstaltungen;
- redaktionelle Hilfestellung für Produzierende und Produktionsgruppen;
- der Aufbau und die Aktualisierung des Informationsspeichers zum Abruf von Bildschirmtexten.

4.4.3. Dem technischen Betrieb obliegt der Betrieb des Senders einschließlich der Medienunterstützung der Produktionsgruppen (Kamera, Ton, Licht, Geräusche etc.) sowie die Bereitstellung und Wartung der Geräte und Sendeanlagen.

4.4.4. Der Verwaltung obliegt die Erledigung der Verwaltungsarbeiten sowie die Durchführung des Haushalts auf der Einnahmen- und Ausgabenseite.

4.5. Programm

4.5.1. Die Sendezeit soll auf die Zeit zwischen 16 Uhr und 22 Uhr festgelegt werden, um auch den Berufstätigen Gelegenheit zur Teilnahme an den Sendungen und Dialogveranstaltungen zu geben.

Alternativ: Die Sendezeit soll einen Vormittagsteil und einen Nachmittags- und Abendteil umfassen, um sowohl Hausfrauen wie Berufstätigen die Möglichkeit zur Teilnahme an den Sendungen und Dialogveranstaltungen zu geben.

4.5.2. Der Hauptteil der Sendezeit soll für bürgereigene, d. h. von den Bürgern des Stadtteils selbst produzierte Darstellungen und Dialogveranstaltungen verwandt werden. Leitlinie dieser Produktionen soll sein, unmittelbar an die Lebens- und Arbeitszusammenhänge der Bürger des Stadtteils anzuknüpfen. Als einfacher Programmrahmen dafür ließen sich Themenschwerpunkte jeweils eines Tages vorstellen, z. D. Schule, Wohnen, Arbeitsplatz, Gesundheit, Krankheit, Altwerden, Kinder, Berufsausbildung, Leben als Ausländer.

Ebenfalls einen breiten Raum sollen Live-Übertragungen von Sitzungen des Kommunal- und Stadtparlamentes, von Einwohnerversammlungen, Betriebsversammlungen, Elternversammlungen, Kirchenvorstandssitzungen, öffentlichen Mitgliederversammlungen von Vereinen, auch Schulversammlungen und Sitzungen akademischer Selbstverwaltungsgremien einnehmen.

Besonderes Interesse würden auch Live-Übertragungen aus dem Gebiet der Rechtspflege und Rechtsprechung finden. Die Ausschöpfung des Begriffes "Öffentlichkeit" über den Gerichtssaal hinaus müsste hier geprüft werden.

4.5.3. Die Eigendarstellung von Produzierenden und Produktionsgruppen kann z. Z. umfassen

- Vortrag, Diskussion, Demonstration, Feature-,
- eigene Filme, Vorführungen von Filmzirkeln;
- Musik aller Art, Hauskonzerte, Musikwettbewerbe, Liedermacher, Bands;
- Theaterspielen;
- Selbermachen von Kunst, Sonntagsmaler, Fotografieren;
- Reiseberichte;
- Literatur, eigene Produktion, Lesezirkel, Besprechung und Kritik;
- Medienkritik - was Bürger von Fernsehen und Presse halten.

4.5.4. Sendezeiten für die Weiterbildungseinrichtungen könnten für die Entwicklung eines eigenen Typs von Weiterbildungsveranstaltungen genutzt werden, z. B. für Veranstaltungen mit Dialogmöglichkeit. Träger könnten Volkshochschule, "Arbeit und Leben", Universität sein.

Auf jeden Fall sollte über Weiterbildungsmöglichkeiten umfassend informiert werden. Bildungswerbung für den Bildungsurlaub sollte systematisch in das Grundprogramm aufgenommen werden.

4.5.5. Der von der Redaktion zu gestaltende Serviceteil (Grundprogramm) soll konsequent an den Arbeitnehmer- und Verbraucherinteressen der Stadtteilbewohner und -beschäftigten orientiert werden. Diese Maxime bestimmt das Verhältnis zwischen Bürgerrat und Redaktion.

In Zusammenhang mit der Verbraucherzentrale sollten regelmäßig Sendungen wie "Wochenmarkt" oder "Einkaufsbummel" mit Waren- und Preisvergleichen und Einkaufstipps gesendet werden. Eine Sendung "Arbeitsmarkt" könnte in Zusammenarbeit mit dem Arbeitsamt und den Gewerkschaften regelmäßig über Stellen auf dem Arbeitsmarkt informieren.

Der Serviceteil (Grundprogramm) soll ferner umfassen: Nachrichten aus dem Stadtteil; Veranstaltungen im Stadtteil und in der übrigen Stadt; Sportnachrichten; Polizeiberichte; Lotto/Toto-Ergebnisse; Wetter der näheren Umgebung, insbesondere für Ausflüge und Sportveranstaltungen; Zeitansage.

#### 4.6. Werbung

4.6.1. Die Festlegung der Sendezeit für Werbung ist nach den erforderlichen Einnahmen zu bemessen, die zur Finanzierung des Sendebetriebs erforderlich sind.

4.6.2. In erster Linie soll die stadtteilbezogene Werbung zugelassen werden, d. h. das Warenangebot der Geschäfte, Supermärkte und Handwerksbetriebe in der näheren Umgebung.

Zu überlegen ist auch, ob eine Rubrik "Kleinanzeigen" und "Flohmarkt" eingeführt werden soll, in der jeder Bürger für eine geringe Gebühr Anzeigen aufgeben kann.

4.6.3. Da die Sendung von regionaler und überregionaler Werbung und Anzeigen das Interesse der Regionalzeitungen und Anzeigenblätter in besonderem Maße betrifft, kann auch erwogen werden, diese Sendeteile insgesamt an die regionale Presse zu verpachten.

#### 4.7. Koppelung von Stadtteil-Radio und Bildschirmtextspeicher.

4.7.1. Über das Zweiweg-Kabelfernsehen mit Rückkanal kann das Stadtteil-Radio sowohl mit einem Bildschirmtext-Speicher wie mit einem Speicher für weitere audiovisuelle Produkte verbunden werden, die von den Teilnehmern des Stadtteil-Radios zusätzlich abgerufen werden können.

4.7.2. Gespeichert werden können u. a. Informationen aller Art, z. B. statistische Daten, Planungsdaten aus dem Stadtteil; Auskünfte über Behördenadressen und -sprechzeiten; Fahrpläne der Straßenbahn und Bundesbahn; Anzeigenteile, detaillierte Warenangebote mit Preisen, Bestellhinweisen; Immobilienmarkt; Stellenanzeigen. Bei Kompletierung des Verbundsystems können auch abgerufen werden: kürzere Filme; Musik-Programme; ausführliche lexikalische Angaben u. a.

## **5. Nächste Arbeitsschritte**

5.1. Das Konzept des Stadtteil-Radios wird in den Basisorganisationen der Partei diskutiert. Ziel ist ein Grundsatzbeschluss der Parteiorgane, der Fraktion und Senat zur Initiative verpflichtet.

5.2. Beim Senator für Wissenschaft und Kunst oder an einer anderen Stelle wird eine Arbeitsgruppe gebildet, die die rechtlichen, technischen, organisatorischen und finanziellen Vorfragen des Projektes klärt. Zur weiteren Planungsarbeit sollten Vertreter der Bundespost, Medienexperten und Journalisten aus den zuständigen Medien-Gewerkschaften (RFFU, Journalisten-Union, Schriftstellerverband der IG Druck und Papier) und Vertreter der Beiratsbereiche, in denen das Stadtteil-Radio erprobt werden soll, hinzugezogen werden.

5.3. Im Stadtgebiet Bremen werden zwei Beiratsbereiche ausgewählt, von denen einer in einem benachteiligten Stadtgebiet (Bremer Westen) und der andere in einem gewöhnlichen Neubaugebiet (Neue Vahr, Huchting) liegen soll.

5.4. Für die ausgewählten Beiratsbereiche wird die Verkabelung und Einrichtung und Erprobung des Zweiweg-Kabelfernsehens in Form der von den Ministerpräsidenten der Länder vereinbarten Pilot-Projekte beantragt. Die Finanzierung der Einrichtung und Erprobung erfolgt durch das Bundesministerium für das Postwesen und das Bundesministerium für Forschung und Technologie, die entsprechende Mittel im Rahmen des Förderungsprogramms "Bildschirmtext- und Zweiweg-Kabelfernseh-Anwendungen" im Haushalt ausgewiesen haben.

1/3/4/5/2