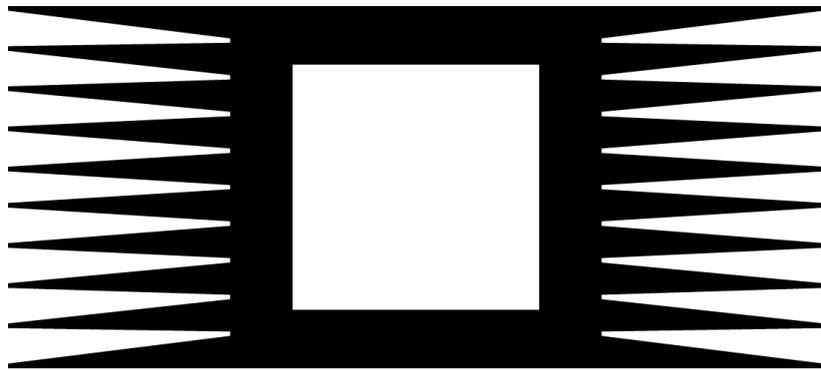


Radio ORANGE 94.0
Hörer*innen-Studie 2020



ORANGE 94.0

Impressum

ORANGE 94.0 Verein Freies Radio Wien
Klosterneuburger Straße 1
1200 Wien

ZVR-Zahl: 563964285

Projektleitung:

Dr.ⁱⁿ Ulli Weish

Autorin:

Claudia Strate, BA

Mitarbeit:

Jaqueline Gam, BA

Mag. Paweł Kamiński,

Mag.a Fiona Steinert

Rückfragen und Kontakt: Jaqueline Gam: pr@o94.at

I. Einleitung	2
II. Forschungsstand	4
III. Forschungsdesign	6
IV. Ergebnisse Fragebogen	8
1. MEDIENVERHALTEN der Befragten	8
2. Radiohören in Zeiten einer PANDEMIE	17
3. Radio Orange 94.0 als FREIES RADIO	19
4. PROGRAMM von Radio ORANGE 94.0	26
5. SOZIODEMOGRAPHISCHE DATEN der Befragten	37
6. Allgemeines Feedback der Hörer*innen und Fazit	40
6.1 Feedback	40
6.2 Fazit — Ergebnisse der Fragebogenerhebung	46
V. Ergebnisse Interviews	49
Radio ORANGE 94.0 im alltäglichen Medienkonsum	49
7.1 Nutzung Radio ORANGE 94.0 im Alltag	49
7.2 Nutzung Radio ORANGE 94.0 in der Pandemie (Lockdown)	53
7.3 Nutzung Radio ORANGE 94.0 im Verhältnis zu anderen Medien	53
7.4 Präsenz von Radio ORANGE 94.0	54
Qualität(en) des Freien Radios/Radio ORANGE 94.0	56
8.1 Programm	56
8.2 Musik	57
8.3 Qualitäten/Eigenschaften	58
8.4 Zukunft Radio	61
Hörer*innen als Akteur*innen	63
9.1 „Kennlerngeschichten“ Radio ORANGE 94.0	63
9.2 Eigene Ambitionen hinsichtlich Radiomachen	64
Fazit	65
Quellenverzeichnis	66

I. Einleitung

Seit 1998 sendet Radio ORANGE 94.0 als einziges Freies Radio in Wien ein vielfältiges Programm, in dem insbesondere auch solche Themen und Positionen vertreten sind, die im medialen Mainstream wenig bis gar keine Aufmerksamkeit finden — und stellt somit einen „wichtige[n] Gegenpol und unentbehrliche Ergänzung zu öffentlich- rechtlichen und privat-kommerziellen Medien“ (ORANGE 94.0 2011: 1) dar. Zahlreiche ehrenamtliche Radiomachende produzieren aktuell rund 170 Sendungen in verschiedenen Sprachen. Antidiskriminatorisch, „nichtkommerziell sowie parteipolitisch unabhängig“ (ebd. 6) im Ansatz bietet Radio ORANGE 94.0 verschiedene Möglichkeiten zur Partizipation, von Aus-/Weiterbildungsangeboten bis hin zur Bereitstellung technischen Equipments für die Gestaltung eigener Beiträge und Sendereihen. „Das Bekenntnis zum offenen Zugang beinhaltet auch ein Suchen nach dem, was fehlt und Unterstützung dort, wo sie gefragt ist. Bei der Arbeit für ein Medium gilt es, neue Entwicklungen wahrzunehmen und diesen mit großer Veränderungsoffenheit zu begegnen“ (ORANGE 94.0 2011: 5). Um Radio ORANGE 94.0 programmbezogen und technisch weiterentwickeln zu können, sind nicht nur interne Überlegungen nötig, sondern auch der Austausch mit jenen, die das Freie Radio als kollektives Medium ganz wesentlich zu dem machen, was es ist — das sind neben den Radiomachenden auch die Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0.

Das Publikum Freier Medien bzw. die Bedeutung, die dem Publikum im Kontext Freier Medien zugeschrieben wird, unterscheidet sich fundamental von jenem öffentlich-rechtlicher und kommerzieller Medien. „In contrast to public or private radio stations, audience members of community radio are often volunteers who receive training at the station, participate in programming, and/or attend station meetings“ (King 2015: 124f.). Die Grenzen zwischen Produzent*innen (Radiomachenden) und Rezipient*innen (Hörer*innen) sind im Kontext Freier Radios allgemein und so auch bei Radio ORANGE 94.0 potentiell fließend (Przyborski/Schaffar/Slunecko 2014: 10f.). Hörer*innen können durch die Teilnahme an Workshop-Angeboten, den Austausch mit Radiomachenden, etc. dazu motiviert werden, selbst Programminhalte zu produzieren und somit aktiver Teil des medialen Diskurses zu werden. Hörer*innen nicht als passive Konsument*innen (und Zielgruppen von Werbung) zu untersuchen, sondern als partizipierende und politische Akteur*innen (vgl. ebd.: 125), hat andere Fragestellungen im Blick als etwa der jährliche, österreichweite „Radiotest“. Dieser untersucht die Reichweiten und Marktanteile öffentlich-

rechtlicher und privater Radiosender unter Berücksichtigung soziodemographischer Merkmale der Befragten (Radio Marketing Service Austria o.D.). Für Freie Radios, die sich gerade dadurch auszeichnen, dass sie *keine* kommerzielle Werbung senden, ist weder der Zugang zu den dort erhobenen Daten finanzierbar (Fürst et al. 2014: 38), noch sind diese inhaltlich relevant (Mörth et al. 2011: 5f.).

Die vorliegende Studie hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Fokus ganz auf die Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 als partizipierende Akteur*innen — nicht als passive Konsument*innen — zu legen und einen Einblick in verschiedene Aspekte ihres Hör- bzw. Medienverhaltens, sowie Einschätzungen, Erwartungen und Kritik an Programm und Leitgedanken von Radio ORANGE 94.0 zu erhalten. Folgende Fragestellungen waren dabei anleitend:

- Welche Rolle spielt Radio ORANGE 94.0 im Rahmen des **alltäglichen Medienverhalten** seiner Hörer*innen, und unter dem besonderen **Einfluss der Covid19-Pandemie**?
- Was zeichnet das Freie Radio den Befragten zufolge im Besonderen aus? Wie werden diese **Qualitäten** (in Bezug auf Leitgedanken und Programm) wahrgenommen und eingeschätzt?
- Auf welche Weise partizipieren **Hörer*innen als eigenständige Akteur*innen**?

Nach einem kurzen Überblick über bestehende Forschungen zur Rezipient*innen-Seite Freier Medien (Hörer*innen) im österreichischen Kontext wird das Forschungsdesign zur Untersuchung dieser Fragen in Kapitel III. genauer beschrieben.

II. Forschungsstand

Zahlreiche Studien, die sich mit unterschiedlichen Aspekten Freier Medien befassen, weisen auf Forschungslücken in der Untersuchung der *Rezipient*innen* dieser Medien hin (vgl. King 2015). Auch für den österreichischen Kontext ist dies in der Vergangenheit konstatiert worden (vgl. Mörth et al. 2011). Diesen Bedarf aufgreifend, gibt es inzwischen einige wenige Studien, die sich in unterschiedlicher Weise mit der Ebene der Rezipient*innen (Hörer*innen) im Kontext Freie Radios in Österreich befasst haben (siehe etwa Mörth et al. 2011; Fürst et. al 2014; Verein Freies Radio B138 2016). Da Freie Medien allgemein und Freie Radios im Besonderen stark kontextbezogene Medien sind, ist eine einfache Übertragbarkeit bestehender Forschungsdesigns nicht gegeben, wohl aber soll ein kurzer Überblick über konkrete Forschungsansätze einiger Studien eine Vorstellung der Möglichkeiten, sowie potenzielle Anschlusspunkte für die vorliegende Hörer*innenstudie von Radio ORANGE 94.0 aufzeigen.

In einem Pilotprojekt für die Erforschung der Rezipient*innen Freier Medien im österreichischen Kontext haben Mörth et al. 2011 eine „Reichweiten- und Potenzialanalyse Freier Radios & TV-Sender“ in Oberösterreich durchgeführt. Anleitende Fragestellungen und Zielsetzungen waren die Analyse der (potentiellen) Zielgruppen und ihre räumliche und soziodemographische Verteilung, sowie die Frage nach dem Potenzial an Hörer*innen¹ (Mörth et al. 2011: 6). Dazu wurde ein Fragebogen erstellt, mit welchem Reichweite und Bekanntheit der konkret untersuchten Radio- und TV-Sender, sowie die Bekanntheit Freier Medien allgemein, Hör- und Sehgewohnheiten (allgemein und bezogen auf Freie Medien), sowie Programminteressen und -erwartungen der Befragten, deren Einbindung in soziokulturelle Einrichtungen (z.B. Vereinstätigkeit), sowie soziodemographische Daten abgefragt wurden. Die Auswahl der Befragten erfolgte dabei stichprobenartig aus dem Empfangsgebiet der Sender, neben dem städtischen Raum (Linz, Wels) vor allem auch aus den ländlichen Gemeinden Oberösterreichs. Ebenfalls für den ländlichen Raum (Oberösterreich und die Steiermark) hat der Verein Freies Radio B138 (2017) untersucht, welchen Beitrag Freie Radios im ländlichen Raum zur Mitgestaltung und Mitentwicklung ihrer Region leisten (5ff.). Dabei wurde ein Fragebogen

¹ Potenzial meint hier „[D]ie Möglichkeiten [...], die diese Medien bei jenen Menschen erkennen und nutzen können, welche bisher noch nicht zum HörerInnen-/SeherInnenkreis zu zählen sind“ (Mörth et al. 2011: 31)

an *Stakeholder* (regional engagierte Gestalter*innen) ausgeschickt und von diesen anschließend einige in qualitativen Interviews zu den Themen regionale Entwicklung, der Rolle von Medien für diese und der Bedeutung von Freien Radios befragt (ebd. 7f.) Während diese Stakeholder tendenziell Hörer*innen der einbezogenen Freien Radios sein können, stand ihre Bedeutung als solche aufgrund des Forschungsinteresses der Studie jedoch nicht im Vordergrund. In der umfangreichen explorativen Studie „Freies Radio in Kärnten“ von Andreas Hudelist und Matthias Wieser (2021) stand das Freie Radio AGORA im Fokus, mit dem Ziel „Perspektiven der Zuhörer*innen, Sendungsmacher*innen und Interessensgruppen [...] zu rekonstruieren“ (ebd.: 82). Dazu wurden Programm und Leitbild analysiert und problemzentrierte Interviews mit Sendungsmacher*innen und Akteur*innen des Senders, eine Umfrage unter Rezipient*innen, sowie eine Gruppendiskussion mit Vertreter*innen mehrerer Interessensgruppen durchgeführt (ebd.: 33ff.).

Für Radio ORANGE 94.0 haben Przyborski/Schaffar/Slunecko (2014) in der RTR-geförderten Studie „Zwischen Basisdemokratie und neuen Medienvisionen“ Hörer*innen-Positionen in Gruppendiskussionen mit Sendungsmacher*innen und Radiotrainer*innen einbezogen, in denen diese „ihre verschiedenen Praxen des Radiomachens und -hörens, bzw. ihre Erfahrungen mit ORANGE 94.0“ (ebd. 10) gemeinsam diskutierten. Dokumentiert wurden Alltagspraxen des Radiohörens und -machens, um handlungsanleitende Orientierungen und Anliegen/Wünsche zu rekonstruieren (ebd.) und mit der Studie einen Beitrag zur anhaltenden „Qualitätsdiskussion“ Freier Medien und speziell des Freien Radios zu leisten. Eine einführende Diskussion des „Public Value“ nichtkommerziellen Rundfunks findet sich bei Peissl/Seethaler (2020) einleitend zu ihrer RTR-Studie *Public Value des nichtkommerziellen Rundfunks*. Sie geben dort einen Überblick über normative Medienfunktionen, die Freien Medien in der internationalen Forschungsliteratur und auf politischer Ebene zugesprochen werden: die Komplementaritäts-, Artikulations-, Medienbildungs- und Partizipationsfunktion, die letztlich darauf abzielen, einen offenen und ermächtigenden Zugang zum öffentlichen Diskurs zu fördern, insbesondere für unterrepräsentierte Positionen und Bevölkerungsgruppen (Peissl/Seethaler 2020: 19f.).

III. Forschungsdesign

Um sowohl einen Überblick, als auch vertiefende Einblicke in diese Fragen zu erhalten, beinhaltet die vorliegende Studie quantitative und qualitative Elemente gleichermaßen. Zunächst wurde ausgehend von der Auseinandersetzung mit bestehender Forschung zu den Rezipient*innen Freier Medien (s.o.) und Gesprächen mit Expert*innen aus dem Team von Radio ORANGE 94.0 ein **Online Fragebogen** erstellt. Anspruch dieses Fragebogens ist es sowohl, praxisorientierte Einsichten für zukünftige Prozesse der Programmentwicklung zu erhalten, als auch grundlegende Diskussionen — wie jene um die besonderen Qualitäten bzw. Leitgedanken Freier Medien — um eine Hörer*innen-Perspektive erweitern zu können. Der Fragebogen wurde entlang der Leitfragen (s.o.) in mehrere inhaltliche Fragen-Cluster gegliedert:

1. Das erste Fragen-Cluster bezieht sich auf den Bereich des **allgemeinen Medienverhaltens** der Befragten mit einem besonderen Fokus auf die **Nutzung von Radio ORANGE 94.0** im Alltag
2. Das zweite Fragen-Cluster bezieht sich auf das **Medienverhalten** der Befragten unter dem **besonderen Einfluss der Covid19-Pandemie**
3. Das dritte Fragen-Cluster gliedert sich um die übergeordnete Frage nach der **besonderen Qualität des Freien Radios**
4. Das vierte Fragen-Cluster bezieht sich auf das **Programm** von Radio ORANGE 94.0
5. Das fünfte und letzte Fragen-Cluster erhebt **soziodemographische Daten** zu den Befragten

Verbreitet wurde der Fragebogen über den Newsletter von Radio ORANGE 94.0 (mit der Bitte zur Weiterverbreitung an Redaktionen und Radiomacher*innen), über die Social Media Kanäle von Radio ORANGE 94.0, sowie Multiplikator*innen. Im Zeitraum von 09.12.20 bis 19.02.21 wurde der Fragebogen von 136 Personen ausgefüllt.

Zur vertiefenden Einsicht in die Hörgewohnheiten, Wahrnehmungen und Einschätzungen von Hörer*innen wurden zusätzlich zur Erhebung über den Online Fragebogen vier **teilstrukturierte, narrative Interviews** mit Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 geführt. Drei der vier Interviewpartner*innen konnten über den Fragebogen gewonnen werden (der die Option einer Kontaktaufnahme als potentielle Interviewpartner*in beinhaltet), ein weiterer Interviewpartner über dessen Kontakt zum Office-Team von Radio ORANGE 94.0. Somit stellen die Interviews auch eine Ergänzung zu den Ergebnissen des Fragebogens dar, indem dessen inhaltliche Struktur auch der Interviewführung zur Orientierung diene. Diese war grundsätzlich offen und narrativ angelegt, orientierte sich jedoch bei Nach- und Anschlussfragen an den oben aufgezählten Fragen-Clustern (Hörgewohnheiten Alltag, Hörgewohnheiten Pandemie, Hörer*innen-Partizipation, Außenwirkung/-wahrnehmung Radio ORANGE 94.0). Um etwaige Interessenskonflikte zu vermeiden und auf Aspekte des Radiohörens fokussieren zu können, wurden für die Interviews Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 ausgewählt, die *nicht auch zugleich Radiomachende* sind. Dass dies keineswegs passiven Konsum bedeutet, zeigen die Ergebnisse der Analyse in Kapitel V. Die Gespräche dauerten zwischen 30 bis 50 Minuten, wurden aufgenommen, transkribiert und anonymisiert. Die Auswertung erfolgte mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse (Schreier 2013). Das Material wurde entlang unterschiedlicher Haupt- und Subkategorien kodiert und ausgewertet.

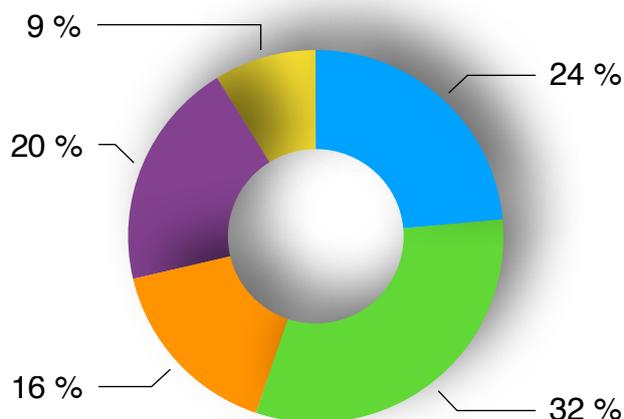
IV. Ergebnisse Fragebogen

Im Zeitraum von 09.12.20 bis 19.02.21 wurden über einen Online-Fragebogen Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 zu 1.) verschiedenen Aspekten ihres Hör- bzw. Medienverhaltens im Alltag und 2.) in Zeiten der Covid19-Pandemie, ihren Einschätzungen zu 3.) Eigenschaften von Radio ORANGE 94.0 als Freiem Radio, sowie 4.) des Radioprogramms befragt und 5.) soziodemographische Daten der Befragten erhoben. Unter 6.) findet sich eine Zusammenfassung der Ergebnisse, sowie des Feedbacks an Radio ORANGE 94.0, das die Befragten über zwei Freifelder hinterlassen konnten. Insgesamt wurde der Fragebogen von 136 Personen ausgefüllt. Da einige Fragen verpflichtend zu beantworten waren, andere optional und wieder andere mehr als eine Antwortmöglichkeit offen ließen, ist die Gesamtheit der Befragten pro Frage mit n=x angegeben.

1. MEDIENVERHALTEN der Befragten

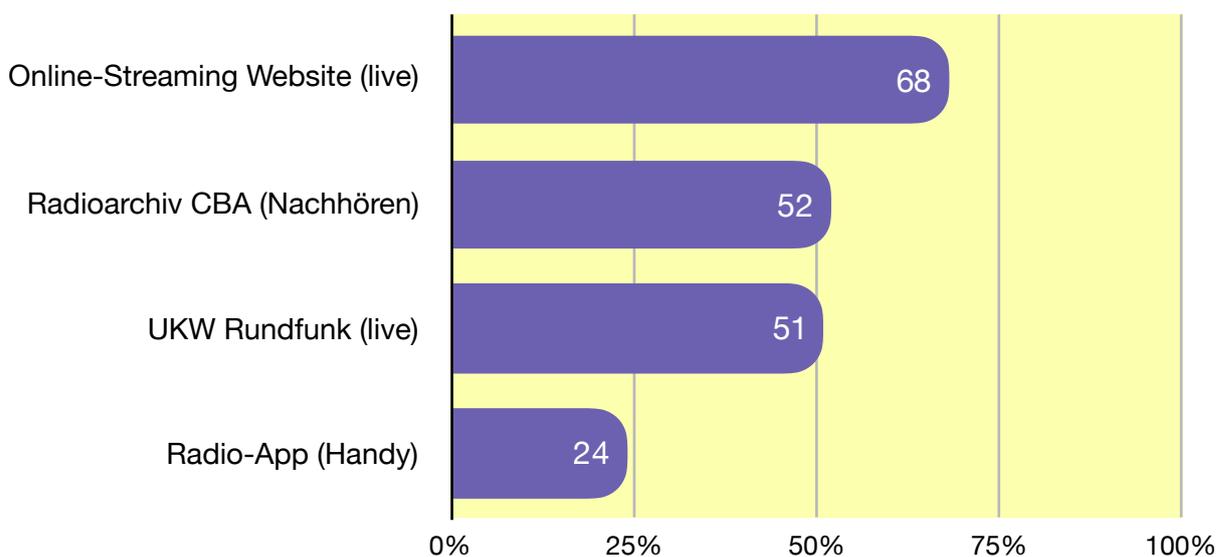
Abbildung 1.1: Wie lange kennen Sie Radio ORANGE 94.0? (n=136)

- seit über 20 Jahren
- seit über 10 Jahren
- seit über 5 Jahren
- seit unter 5 Jahren
- seit diesem Jahr (2020)



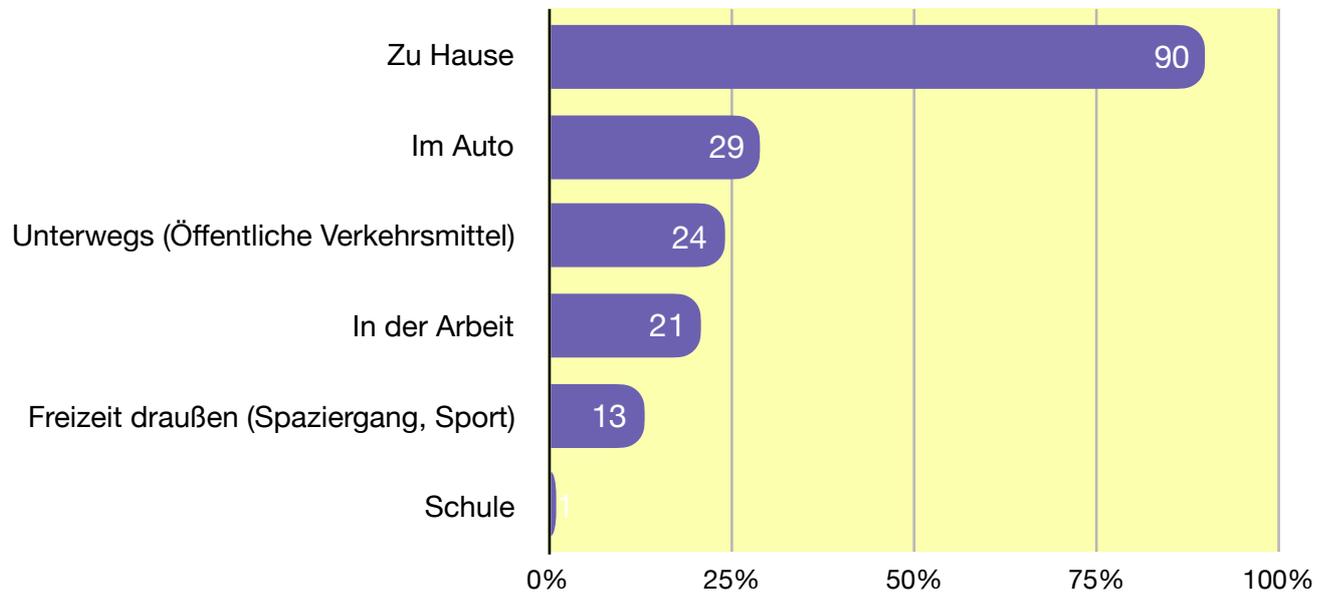
Ein überwiegender Anteil der Befragten kennt Radio ORANGE 94.0 bereits seit mehreren Jahren. 24% der Befragten kennen den Sender seit über 20 Jahren, 32% seit über 10 Jahren und 16% seit über 5 Jahren. 20% der Befragten kennen den Sender weniger als 5 Jahren lang und 12 Personen (9% der Befragten) haben ihn im Jahr 2020 neu kennengelernt.

Abbildung 1.2: Wie hören Sie Radio ORANGE 94.0? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)



Radio ORANGE 94.0 kann live sowohl terrestrisch über UKW, als auch über den Liveplayer auf der Website des Senders (o94.at) empfangen werden. Zusätzlich gibt es die Möglichkeit, Sendungen über das Cultural Broadcasting Archive (CBA) der Freien Radios nachzuhören. Bei der Fragen, auf welche dieser Empfangsmöglichkeiten zurückgegriffen wird, war eine Mehrfachantwort möglich. 68% aller Befragten (92 Personen) gaben an, Radio ORANGE 94.0 live über die Website des Senders zu hören, 51% (70 Personen) hören (auch) terrestrisch über UKW Rundfunk, wobei 14% aller Befragten (19 Personen) Radio ORANGE 94.0 sogar ausschließlich über UKW hören. Zum Nachhören von Sendungen von Radio ORANGE 94.0 nutzen 24% aller Befragten (33 Personen) eine Radio-App und 52% (71 Personen) das CBA. 39% aller Befragten (53 Personen) hören Radio ORANGE 94.0 dagegen ausschließlich live (über UKW oder Webplayer).

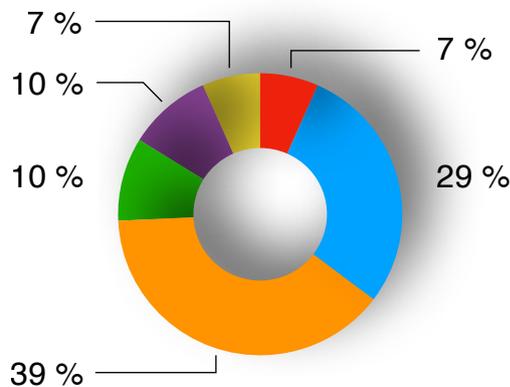
Abbildung 1.3: Wo hören Sie Radio ORANGE 94.0? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)



Radio ORANGE 94.0 wird von den Befragten in erster Linie zu Hause gehört — auch hier war jedoch eine Mehrfachantwort möglich. Insgesamt gaben 90% aller Befragten (122 Personen) an, den Sender zu Hause zu hören, 29% (39 Personen) im Auto und 24% (32 Personen) in öffentlichen Verkehrsmitteln. Auch am Arbeitsplatz wird Radio ORANGE 94.0 gehört (21% der Befragten bzw. 28 Personen), in der Freizeit (13% bzw. 17 Personen) und in der Schule (1% bzw. 1 Person).

Abbildung 1.4: Wie oft hören Sie Radio ORANGE 94.0? (n=136)

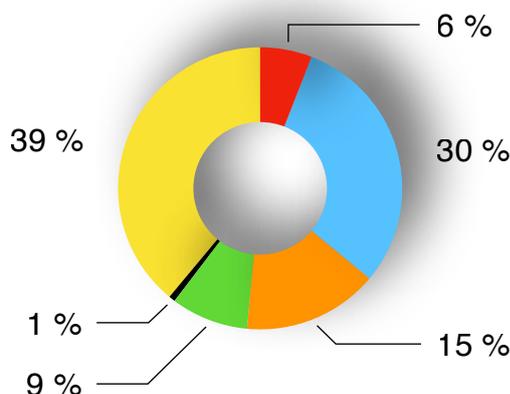
- Mehrmals täglich
 - Mehrmals pro Monat
 - Selten
- Mehrmals pro Woche
 - Mehrmals pro Jahr
 - Aktuell selten, früher regelmäßig



Die befragten Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 hören den Sender mit unterschiedlicher Regelmäßigkeit. 7% der Befragten hört Radio ORANGE 94.0 mehrmals täglich, 29% mehrmals pro Woche, 39% hören den Sender mehrmals pro Monat und 10% mehrmals pro Jahr. Von insgesamt 22 Personen, die nur selten Radio ORANGE 94.0 hören (16% aller Befragten), gaben 9 an, den Sender früher regelmäßig gehört zu haben (7%).

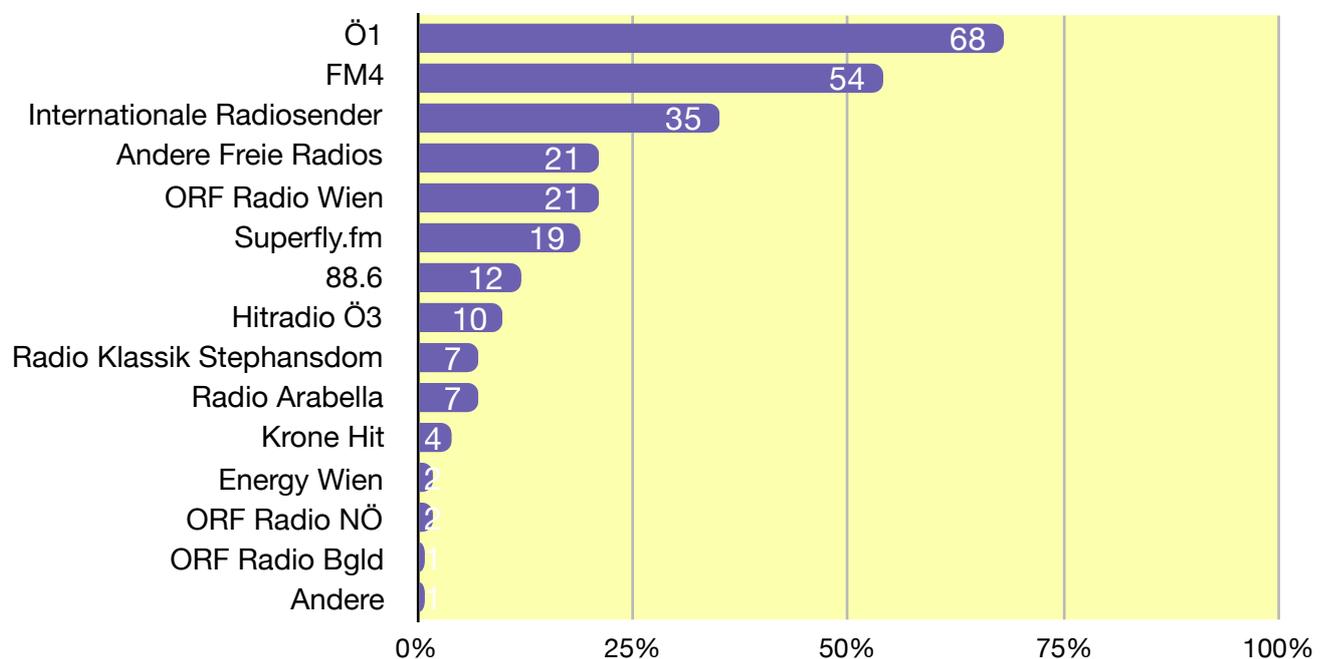
Abbildung 1.5: Wann hören Sie Radio ORANGE 94.0 am häufigsten? (n=136)

- In der Früh bis 11:00
 - Nachmittags/Abends zwischen 17:00 und 20:00
 - Nachts ab 23:00
- Tagsüber zwischen 11:00 und 17:00
 - Abends zwischen 20:00 und 23:00
 - Unterschiedlich



Über ein Drittel der Befragten (53 Personen) gab an, Radio ORANGE 94.0 zu unterschiedlichen Tageszeiten zu hören. Knapp ein Drittel der Befragten (41 Personen) hört den Sender am häufigsten tagsüber zwischen 11:00 und 17:00, 15% (21 Personen) am Nachmittag/Abend zwischen 17:00 und 20:00 und 6% in der Früh bis 11:00 (8 Personen). Nur eine Person gab an, den Sender am häufigsten nachts ab 23:00 zu hören.

Abbildung 1.6: Hören Sie andere Radiosender außer Radio ORANGE 94.0? Wenn ja, welche? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)

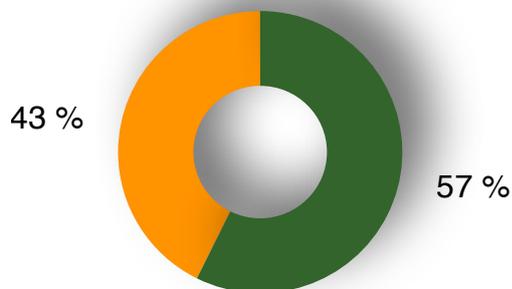


Neben Radio ORANGE 94.0 hören alle Befragten auch noch andere Radiosender. Meistgehört sind dabei Ö1 (68% aller Befragten), FM4 (54%) und internationale Radiosender (35%). Auch andere Freie Radios und Radio Wien werden gehört (jeweils 21%), dicht gefolgt von Superfly (19%).

Abbildung 1.7: Hören Sie Podcasts? (n=136)

● Ja

● Nein



Knapp über die Hälfte der Befragten (78 Personen) gibt an, Podcasts zu hören. 60 Personen haben zusätzlich das Freifeld genutzt, um nähere Auskunft über die von ihnen gehörten Podcasts zu geben. Davon haben 43 Personen mehrere unterschiedliche Podcasts ($x \geq 2$) angeführt:

Mehrfach genannte, in alphanetischer Reihenfolge:

BBC Global News, Darf sie das? (Nicole Schöndorfer), Die Buch, Erzähl mir von Wien (Fritzi Kraus und Edith Michaeler), Falter Radio, Frauenfragen (Mari Lang), Große Töchter (Beatrice Frasl), Now, back to me! with Denice Bourbon, Sprechstunde (Melisa Erkurt), Unter Pfarrerstöchtern, Zeit Verbrechen

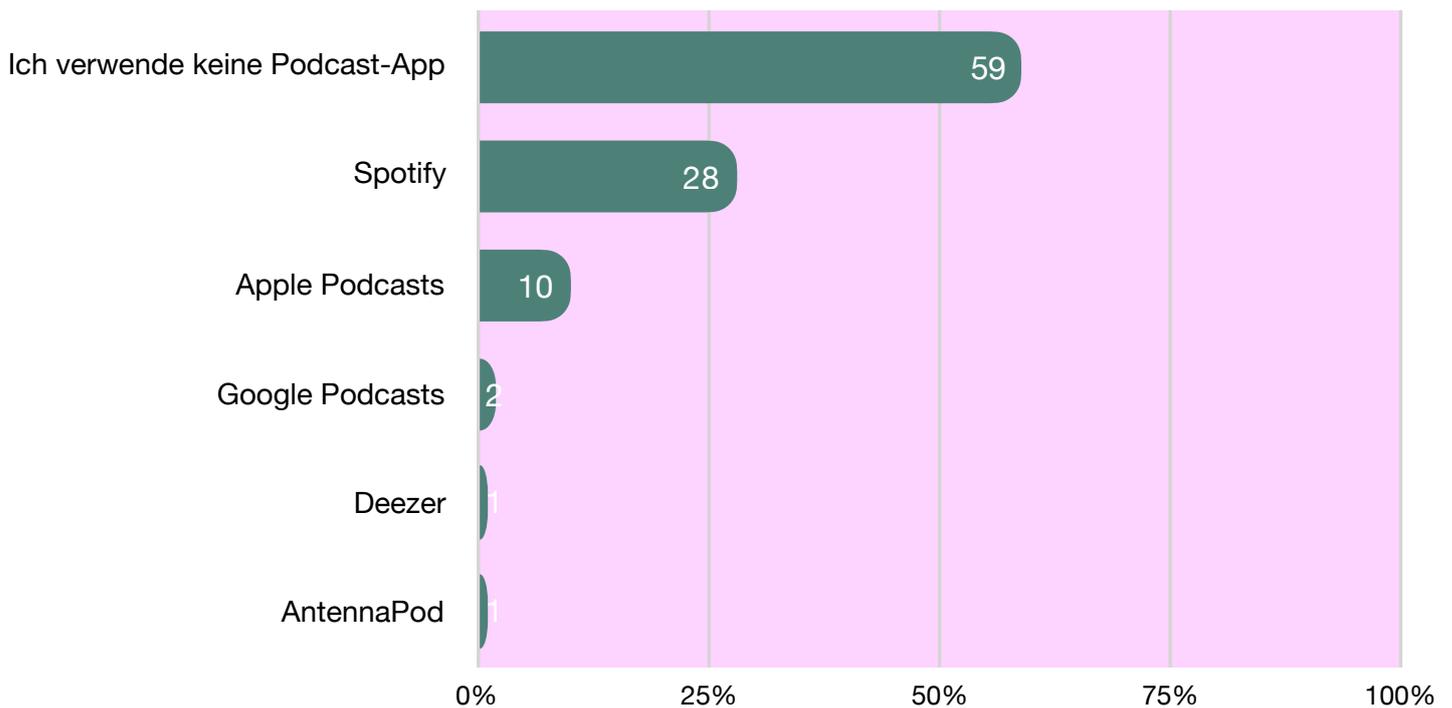
Einmal genannte, random order:

Einmal genannte: Feuer & Brot, Rice and Shine, bugtales.fm, Geschichten aus der Geschichte, Stromaufwärts, Joe Rogan Experience, Hoy hablamos, EU Confidential, Auf den Punkt, Profil-Podcast, Thema des Tages (Standard), The Intelligence (Economist), Future Histories, Arbeit&Wirtschaft, Diaspora Disorientate, tupodcast, Servus Grüezi Hallo (ZEIT), Das Thema (SZ), The Daily (NYT), ilovegraffiti.de, Kamingeflüster mit Morlockk Dilemma, Und was machst du so?, The Making Of: A Nat Geo Podcast, Overheard at, National Geographic, Abteilung Basketball, Flopcast, Auf Tauchgang, Müller & Matzko, Schacht & Wasabi, Die wundersame Rapwoche, Soziopod, Merci Chérie (Songcontest-Podcast), frauenfunk.at, She who persisted, Schroeder & Somuncu, Fest&Flauschig, Der

lila Podcast, "More than a Feeling: Gefühle und Gesellschaft" (Lünenborg & Röttger-Rössler), Auf eine Tüte mit..., Welcome to Nightvale, Magnus Archives, Just between us, Liza Grimm, Nice White Parents (NYT), Songwriting Idiots, Die Buch, Offen gesagt, AUSTROROPOCAST, Thema des Tages (Standard), Erklär mir die Welt, mindful mess, ö1 Sprechstunde, #auftehn laut, Netzpolitik, CRE, Chaoradio, WG Wesensfremd, The Guilty Feminist, Jeannes Heldinnen, Rai 3, Paardiologie (Charlotte Roche), Endlich, Anders Amen, Ist das normal?, Art4Science, NTS, Science Vs, Where should we begin?, Besser als Sex, Der wilde Stoiker, Small Doses (Amanda Seales), Ear Hustle, Nancy, The Great Women Artist Podcast, The Dig, Your Attention Please, As Me, Note to Self, The Big Listen, The Very Opinionated Podcast

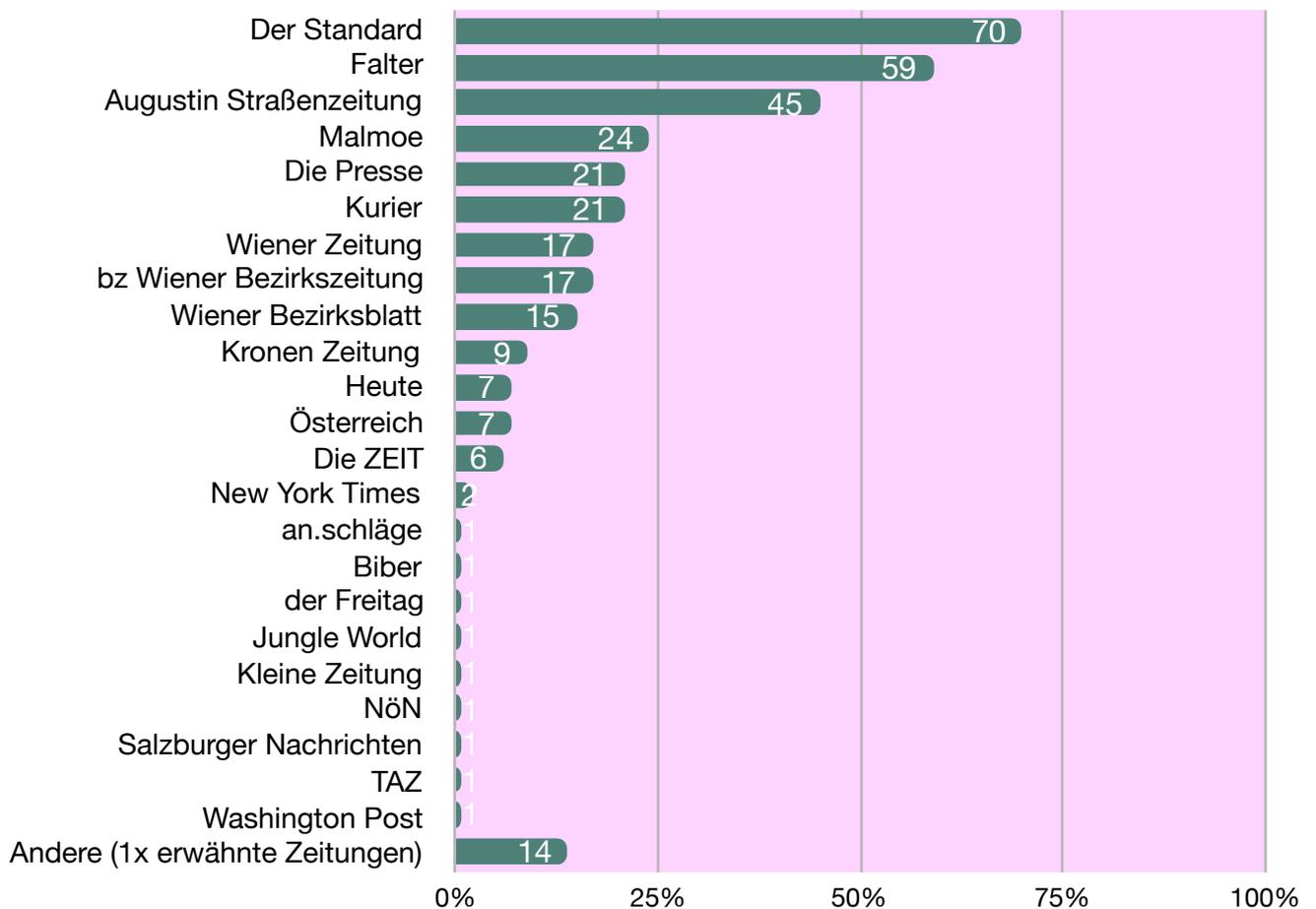
Abbildung 1.8: Verwenden Sie eine Podcast-App am Handy? Wenn ja, welche?

(Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)



59% aller Befragten geben an, keine Podcast-App zu verwenden. Jene, die eine App zum Hören von Podcasts verwenden, greifen überwiegend über Spotify (28%) und Apple Podcasts (10%) zurück.

Abbildung 1.9: Lesen Sie Zeitung? Wenn ja, welche? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=121)

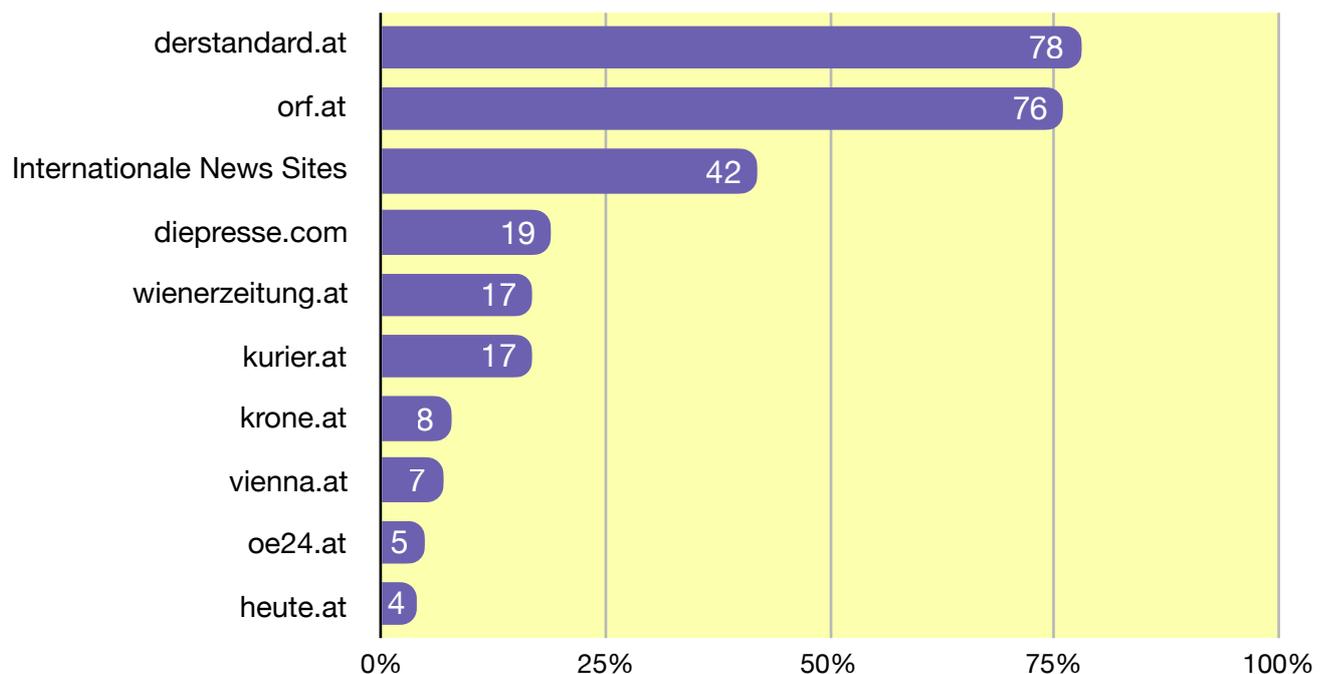


Ein Großteil der befragten Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 (89% bzw. 121 Personen) liest zusätzlich zum Radiokonsum auch Zeitung. Meistgelesen unter diesen sind die Tageszeitung Der Standard (70%), die Wochenzeitung Falter (59%) und die 14-tägig erscheinende Wiener Straßenzeitung Augustin (45%), gefolgt von der Monatszeitung Malmoe (24%), sowie den Tageszeitungen Die Presse (21%) und Kurier (21%). Auch regionale Zeitungen werden gelesen, wie die Wiener Zeitung (17%), die bz Wiener Bezirkszeitung (17%) und das Wiener Bezirksblatt (15%). Die österreichweit leserstärksten (Boulevard-)Zeitungen², wie die Kronen Zeitung (9%), Heute (7%), und Österreich (7%), wie auch die Kleine Zeitung (1%) tauchen im Medienkonsum der Befragten deutlich

² Statista (2020), Reichweite einzelner Tageszeitungen in Österreich in den Jahren 2018 und 2019, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/307114/umfrage/tageszeitungen-in-oesterreich-nach-anzahl-der-leser/> (zuletzt aufgerufen am 22.03.21)

seltener auf (siehe auch Abb. 1.10). Knapp zwei Drittel der zeitungslisenden Befragten hat drei oder mehr verschiedene Zeitungen angegeben (78 Personen).³

Abbildung 1.10: Verwenden Sie Online News Sites? Wenn ja, welche? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=127)



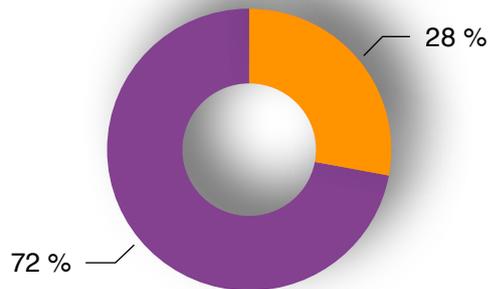
Auch Online News Sites werden von einem Großteil der Befragten genutzt (93% bzw. 127 Personen insgesamt). Am meisten verwendet werden derstandard.at (78%) und orf.at (76%), sowie internationale News Sites (42%). Auch diepresse.com (19%), wienerzeitung.at (17%) und kurier.at (17%) werden von einem kleineren Teil der Befragten verwendet, seltener krone.at (8%), vienna.at (7%), oe24.at (5%) und heute.at (4%).

³ 1x erwähnte Zeitungen/Magazine: Die Stimme, Die Wochenzeitung (CH), El Pais (ES), Haaretz (IL), Internazionale (IT), Junge Welt (D), Le monde diplomatique, Missy Magazin, NZZ (CH), SOL Magazin, Spiegel (D), Süddeutsche Zeitung (D), Tagesanzeiger (CH), The Global Player, Unter Palmen, Vorarlberger Nachrichten, Wochenblick.

2. Radiohören in Zeiten einer PANDEMIE

Abbildung 2.1: Haben Sie während des ersten "Lockdowns" im Frühjahr 2020 häufiger Radio ORANGE 94.0 gehört? (n=136)

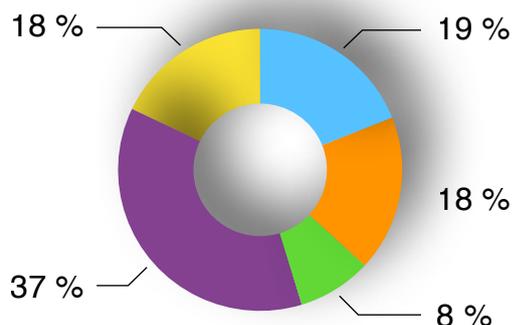
● Ja ● Unverändert



Für den Großteil der Befragten (72%) hat es während des ersten Lockdowns im Frühjahr 2020 keine Veränderung in der Nutzungsfrequenz von Radio ORANGE 94.0 gegeben. 28% der Befragten gab dagegen an, während des ersten Lockdowns häufiger Radio ORANGE 94.0 gehört zu haben.

Abbildung 2.2: Wenn ja, warum? (n=50)

- Mehr Zeit (z.B. aufgrund von Jobverlust, Kurzarbeit, Dienstfreistellung, Krankschreibung)
- Gefühl von Austausch/Community
- Informationen zur Pandemie
- Mehr zu Hause (z.B. Home Office, Care-Arbeit)
- Alternative zu anderen, eingeschränkten Tätigkeiten (z.B. Kinobesuch, Vereinstreffen)



Häufiger bzw. insbesondere wurde Radio ORANGE 94.0 während des ersten Lockdowns gehört, weil die Befragten mehr zu Hause waren (35 Personen), aus unterschiedlichen Gründen mehr Zeit zur Verfügung hatten (18 Personen) oder ein Gefühl von Austausch/Community fanden (18 Personen). Für 17 Personen stellte das Hören von Radio ORANGE 94.0 eine Alternative zu anderen, eingeschränkten Tätigkeiten dar.

Folgende Veränderungen wurden von den Befragten in dieser Zeit im Programm von Radio ORANGE 94.0 wahrgenommen (Freifeld):

Technische Aspekte

- Vermehrte Wiederholungen älterer Sendungen
- Mehr vorproduzierte Sendungen, weniger Livesendungen
- Mehr Online-Gespräche (Auswirkungen auf Soundqualität)
- Aufwändiger produzierte Sendungen

Themenfeld Corona

- Mehrsprachige Corona-Informationssendung
- Corona als Themenfeld wird in unterschiedlichen Zusammenhängen aufgegriffen, recherchiert und verarbeitet, z.B. persönliche Betroffenheit im Alltag, strukturelle Betroffenheit (häusliche Gewalt, Arbeitslosigkeit und Benachteiligung von Frauen)
- keine/wenig kritische Perspektiven zu Corona
- Community Zusammenhalt

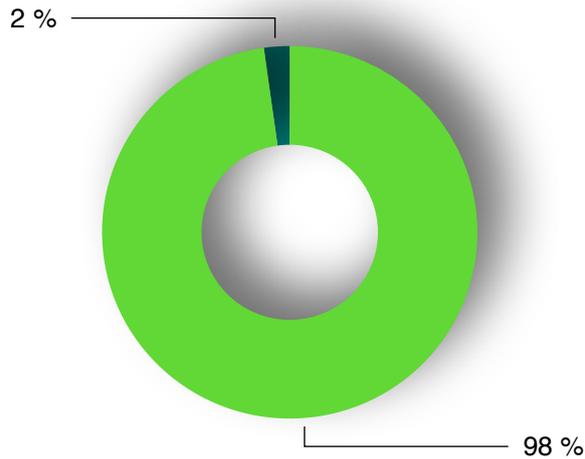
Programminhalte, die besonders in Erinnerung geblieben sind

- Berichterstattung über Moria
- Wahlen in Wien
- Sendereihe Post-Normal
- Corona Information Vienna

3. Radio Orange 94.0 als FREIES RADIO

Abbildung 3.1: Ist Ihnen bekannt, was ein "Freies Radio" ist? (n=136)

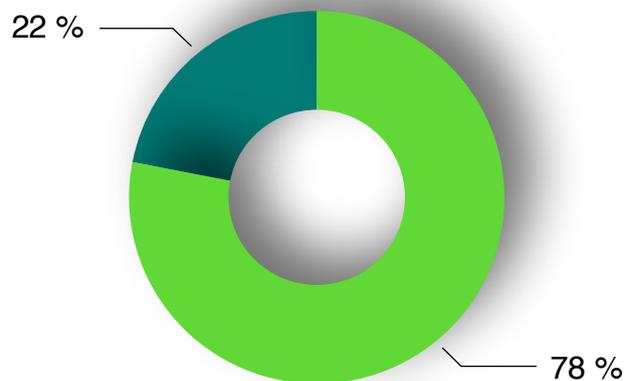
● Ja ● Nein



Fast allen Befragten ist bekannt, was ein „Freies Radio“ ist (133 von 136 Befragten) und für über zwei Drittel ist dies auch von besonderer Relevanz:

Abbildung 3.2: Wenn ja: Hören Sie Radio ORANGE 94.0, weil es ein Freies Radio ist? (n=132)

● Ja ● Nein



3.3 Radio ORANGE 94.0 ist ein Freies Radio. Inwieweit sind die folgenden Eigenschaften aus Ihrer Sicht bei Radio ORANGE 94.0 erfüllt?

Die Befragten wurden gebeten einzuschätzen, inwieweit aus ihrer Sicht bestimmte Eigenschaften, die das Freie Radio allgemein besonders auszeichnen, durch Radio ORANGE 94.0 erfüllt werden. Folgende Eigenschaften bzw. Qualitäten des Freien Radios wurden auf Basis des Mission Statement von Radio ORANGE 94.0⁴, der Charta des Freien Rundfunks Österreichs⁵, Gesprächen mit dem Team von Radio ORANGE 94.0 und einschlägiger wissenschaftlicher Literatur zum Thema (Peissl/Seethaler 2020; Fürst et al. 2014; Przyborski/Schaffar/Slunecko 2014) identifiziert:

- Unabhängige, kritische Berichterstattung
- Vielfalt an Meinungen und Perspektiven
- Gegen Diskriminierung
- Werbefreiheit (Programm ohne kommerzielle Produktwerbung)
- Teilhabe an medialer Öffentlichkeit für unterrepräsentierte Positionen und Communitys
- Mehrsprachigkeit
- Transparente Organisationsstrukturen
- Möglichkeit zur Beteiligung (z.B. durch Workshops, Bereitstellen von Technik)
- Politischer Aktivismus
- Aufgreifen (tages-)aktueller Themen
- Reflexion (vertiefende Auseinandersetzung mit Themen und Ereignissen)
- Innovation (ungewöhnliche Sendungen und Formate)

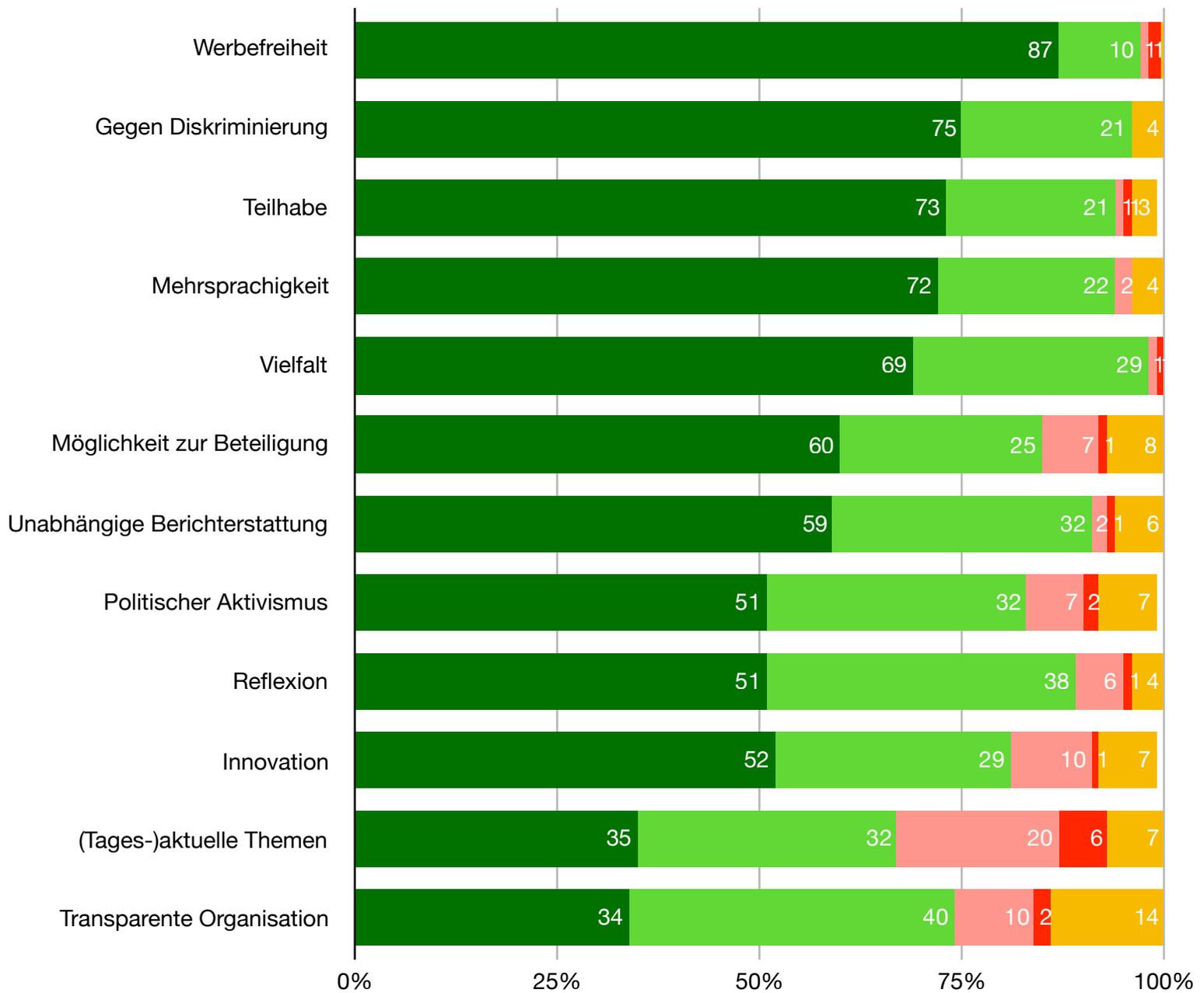
⁴ Mission Statement Radio ORANGE 94.0 (2011), URL: <https://o94.at/de/about/leitbild>

⁵ Charta des Verband Freier Radios Österreich (2020), URL: <https://www.freier-rundfunk.at/charta.html>

Abbildung 3.3: Inwieweit sind die folgenden Eigenschaften aus Ihrer Sicht bei Radio

ORANGE 94.0 erfüllt? (Angaben in Prozent, n=136)

- erfüllt
- eher nicht erfüllt
- weiß ich nicht/kann ich nicht beurteilen
- eher erfüllt
- nicht erfüllt

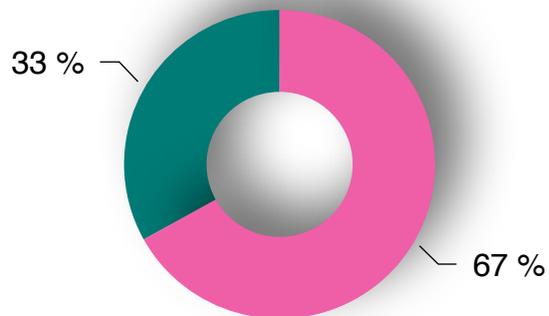


Insgesamt werden alle der abgefragten Eigenschaften Freier Radios von mindestens zwei Drittel der Befragten als erfüllt bis eher erfüllt betrachtet.

Fast alle Befragten sehen *Vielfalt* (133 Personen), *Werbefreiheit* (132 Personen), *Gegen Diskriminierung* (131 Personen), *Teilhabe unterrepräsentierter Positionen und Communitys an medialer Öffentlichkeit* (128 Personen) und *Mehrsprachigkeit* (128 Personen) als erfüllte bis eher erfüllte Eigenschaften von Radio ORANGE 94.0 an. Über drei Viertel der Befragten schätzt *unabhängige, kritische Berichterstattung* (123 Personen), *Reflexion* (121 Personen), die Möglichkeit zur Beteiligung (115 Personen), *politischen Aktivismus* (114 Personen) und *Innovation* (111 Personen) als erfüllt bis eher erfüllt ein. Bezüglich dem Aspekt der Innovation gibt es einen (vergleichsweise) größeren Anteil an Befragten, die diesen als eher nicht bis nicht erfüllt betrachten (16 Personen). Während *transparente Organisationsstrukturen* als Eigenschaft ebenfalls von drei Viertel der Befragten als erfüllt bis eher erfüllt angesehen wird, gibt es auch hier die Einschätzung von 16 Personen, dass diese eher nicht bis nicht erfüllt ist, zugleich jedoch auch einen vergleichsweise hohen Anteil an Personen, die angeben, dies nicht beurteilen zu können (19 Personen). Ein Viertel der Befragten schätzt das *Aufgreifen (tages-aktueller) Themen* als eher nicht bis nicht erfüllt an.

Abbildung 3.4: Kennen Sie das Online-Radioarchiv der Freien Radios (CBA - Cultural Broadcasting Archive auf cba.fro.at)? (n=136)

● Ja ● Nein

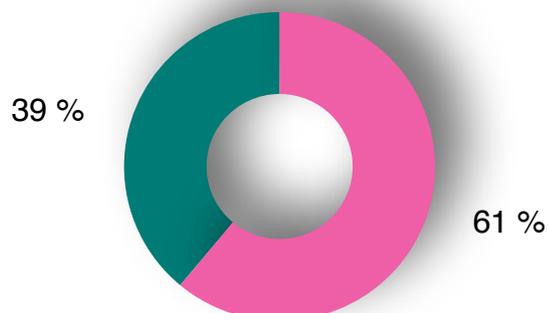


Während zwei Drittel der Befragten (91 Personen) angeben, das Online-Archiv der Freien Radios (CBA) zu kennen, hat ein Drittel (45 Personen) bisher noch nicht von dessen Existenz erfahren.

Abbildung 3.5: Verwenden Sie das Radioarchiv CBA zum Nachhören von Sendungen? (n=136)

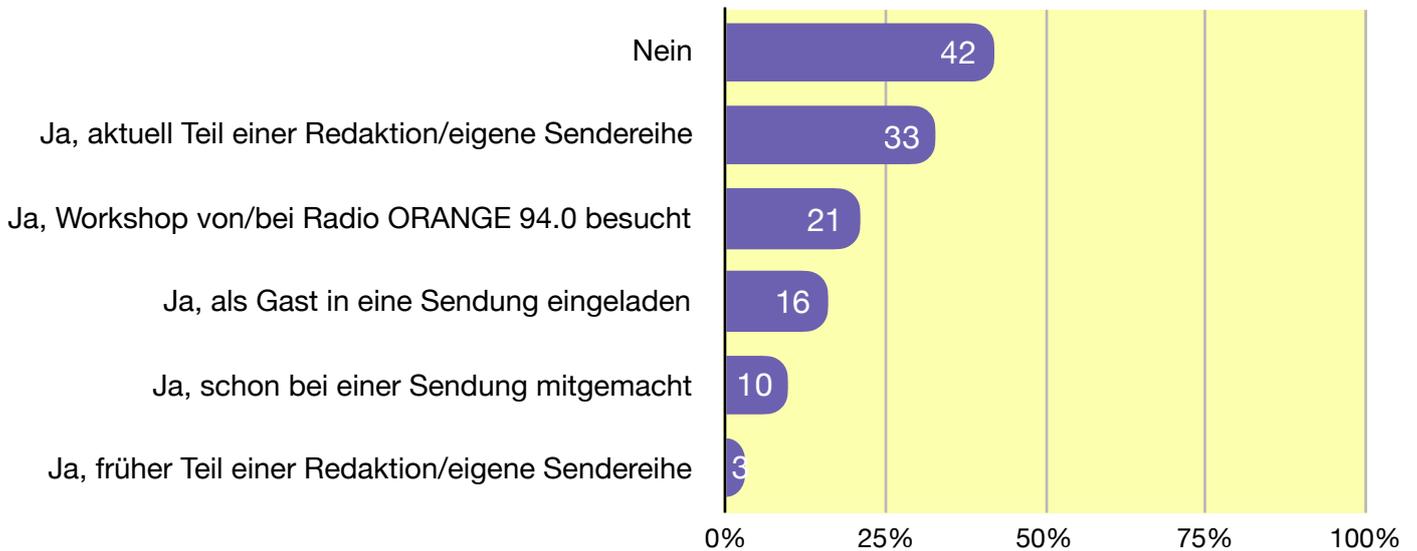
Von allen Befragten nutzen 61% das CBA zum Nachhören von Sendungen, 39% nutzen

● Ja ● Nein



es nicht. Hinweis: Von jenen Befragten, die das CBA kennen (91 Personen, siehe Abb. 3.4), nutzen es 90% auch zum Nachhören von Sendungen (83 Personen).

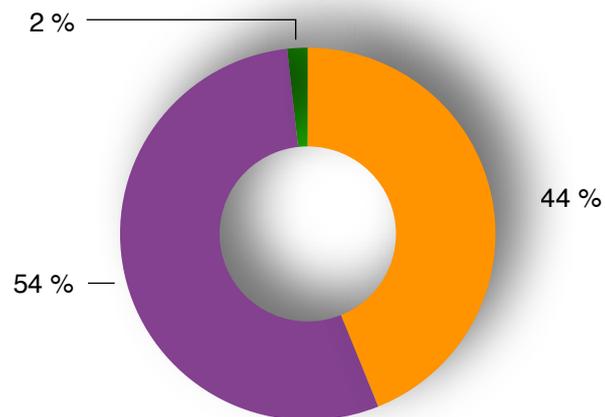
Abbildung 3.6: Waren Sie schon an der Gestaltung des Programms von Radio ORANGE 94.0 beteiligt? Wenn ja, in welcher Form? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)



Über ein Drittel der Befragten war bisher noch gar nicht an der Gestaltung des Programms von Radio ORANGE 94.0 beteiligt (42% bzw. 57 Personen). Ein Drittel der Befragten (33% bzw. 45 Personen) ist als Teil einer Redaktion bei Radio ORANGE 94.0 oder über eine eigene Sendereihe an der Programmgestaltung beteiligt, von denen wiederum gut ein Drittel (18 Personen) auch bereits Workshopangebote von Radio ORANGE 94.0 in Anspruch genommen oder bei anderen Sendungen mitgemacht hat. 9% aller befragten Personen war bereits als Gast in eine Sendung bei Radio ORANGE 94.0 eingeladen, *ohne* Teil einer Redaktion zu sein oder eine Sendereihe zu haben. Andere Formen, über welche einzelne Hörer*innen (indirekt) an der Gestaltung des Programms von Radio ORANGE 94.0 beteiligt waren sind eine Passant*innen-Befragung, die Organisation von Veranstaltungen (über die von Radio ORANGE 94.0 berichtet wurde) und Projektkooperationen.

Abbildung 3.7: Wenn nicht, kennen Sie Radiomacher*innen von Radio ORANGE 94.0 persönlich? (n=57)

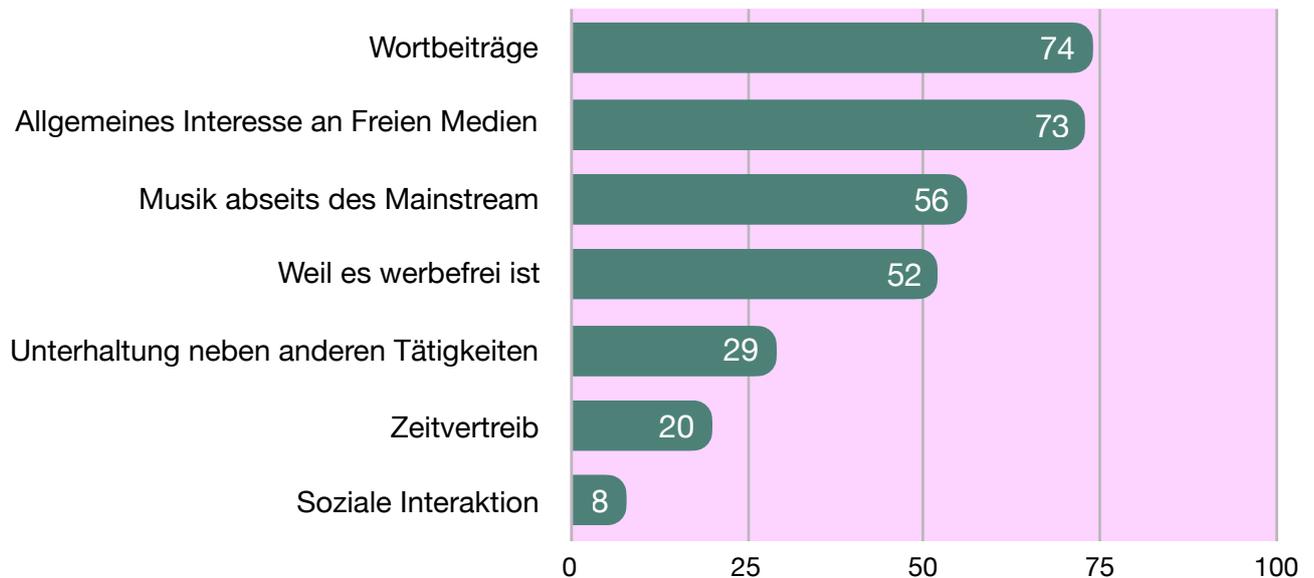
● Ja ● Nein ● keine Angabe



Etwas mehr als die Hälfte jener Befragten, die bisher noch *nicht* an der Gestaltung des Programms beteiligt waren, kennen keine Radiomachenden von Radio ORANGE 94.0 persönlich (31 Personen), während 44% (25 Personen) angeben, mit Radiomacher*innen persönlich bekannt zu sein.

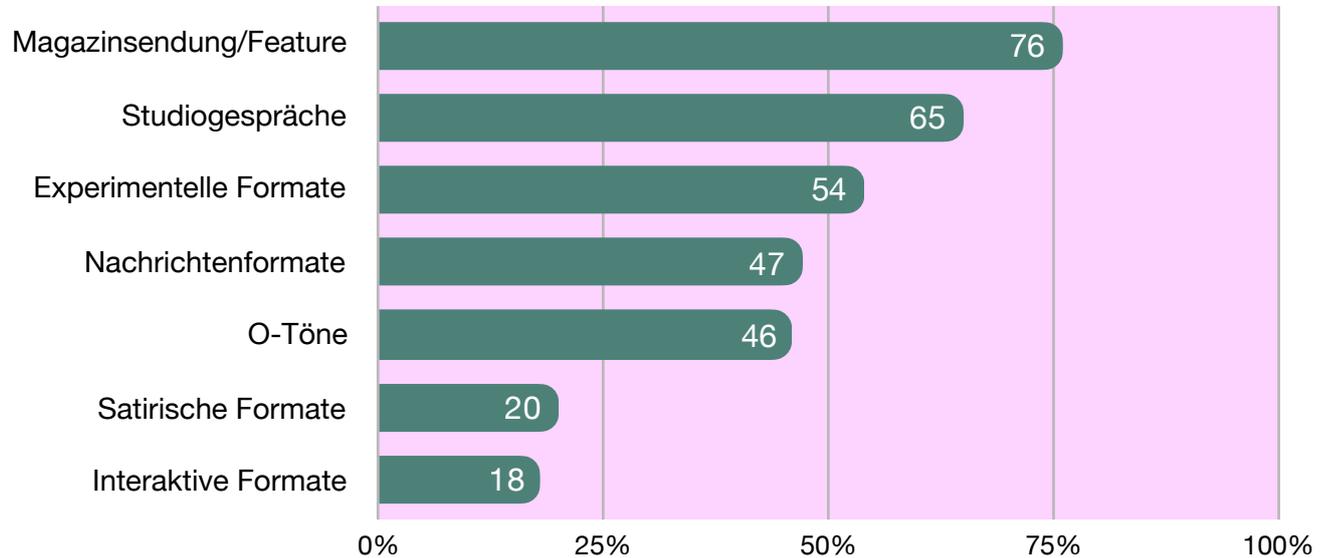
4. PROGRAMM von Radio ORANGE 94.0

Abbildung 4.1: Aus welchen Gründen hören Sie Radio ORANGE 94.0? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)



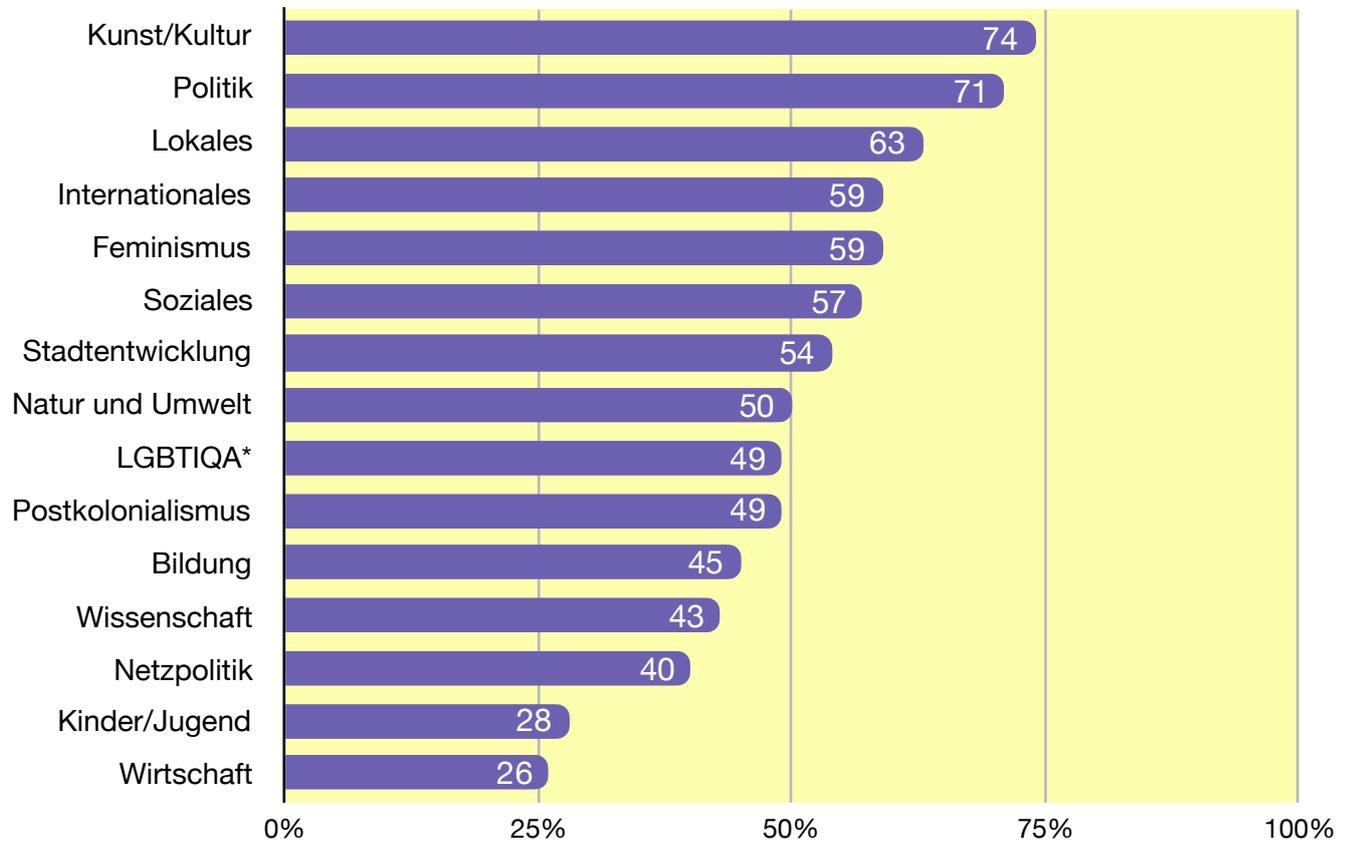
Bei der Frage nach den Gründen, aus denen die befragten Personen Radio ORANGE 94.0 hören, war eine Mehrfachantwort möglich, was 90% aller Befragten auch in Anspruch genommen haben. Über 70% der Befragten hören Radio ORANGE 94.0 aufgrund der Wortbeiträge (101 Personen) und aus einem allgemeinen Interesse an Freien Medien (99 Personen). Etwas mehr als die Hälfte der Befragten gibt (zudem) an, Radio ORANGE 94.0 aufgrund der Musik „abseits des Mainstream“ zu hören (76 Personen) und/oder weil es werbefrei ist (71). Knapp 30% der Befragten (40 Personen) geben an, Radio ORANGE 94.0 zur Unterhaltung neben anderen Tätigkeiten zu hören und 20% (27 Personen) zum Zeitvertreib. Soziale Interaktion haben dagegen nur 8% der Befragten als Grund, den Sender zu hören, angegeben. Darüber hinaus werden von einzelnen Befragten „spannende Sendungskonzepte“, „interessante Sound-Beiträge“, die Würdigung der „tollen Arbeit“ von Radio ORANGE 94.0, sowie berufliches Interesse genannt.

Abbildung 4.2: Welche der folgenden Formate bei Radio ORANGE 94.0 sind Ihnen wichtig? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)



Was die Sendungsformate im Programm von Radio ORANGE 94.0 anbelangt, so sind einem überwiegenden Teil (76%) der Befragten Magazinsendungen/Features (Sendungen, in denen journalistische, musikalische, und atmosphärische Elemente kombiniert werden) im Programm von Radio ORANGE 94.0 wichtig. 65% aller Befragten geben (zudem) Studiogespräche und 54% experimentelle Formate (wie etwa Hörspiele und Audiokunst) als für sie wichtige Formate an. Etwas weniger als die Hälfte der Befragten gibt Nachrichtenformate (47%) und O-Töne (46%) an, 20% satirische Formate und 18% interaktive Formate.

Abbildung 4.3: Welche der folgenden Themenfelder im Programm von Radio ORANGE 94.0 sind Ihnen wichtig? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)

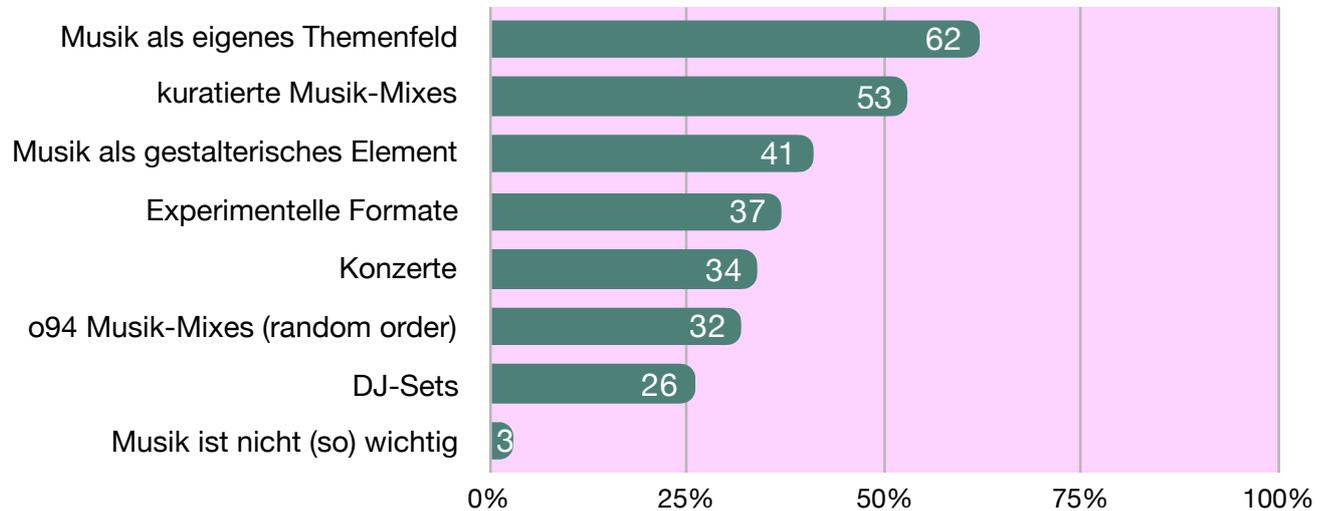


Um die thematischen Interessen der Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 abfragen zu können, wurden im Austausch mit Expert*innen von Radio ORANGE 94.0 15 Themenfelder zusammengefasst. Dabei ist anzumerken, dass die Abgrenzung von einzelnen Themenfeldern alles andere als eindeutig sein kann bzw. die Befragten jeweils unterschiedliche Inhalte mit einem Überbegriff verbinden können. Nichtsdestotrotz können die Ergebnisse einen groben Überblick liefern. Als ihnen wichtige Themenfelder gibt die Mehrheit der Befragten Kunst und Kultur (74%), Politik (71%), Lokales (63%), Internationales (59%), Feminismus (59%), Soziales (57%) und Stadtentwicklung (54%) an. Die Hälfte aller Befragten nennt Natur und Umwelt, jeweils 49% LGBTIQA* und Postkolonialismus, 45% Bildung, 43% Wissenschaft, 40% Netzpolitik, 28% Kinder und Jugend, sowie 26% Wirtschaft als ihnen wichtige Themenfelder.

Über ein Freifeld konnten zudem Themen genannt werden, die im Programm vermisst oder als unterrepräsentiert eingeschätzt werden (Zusammenfassung):

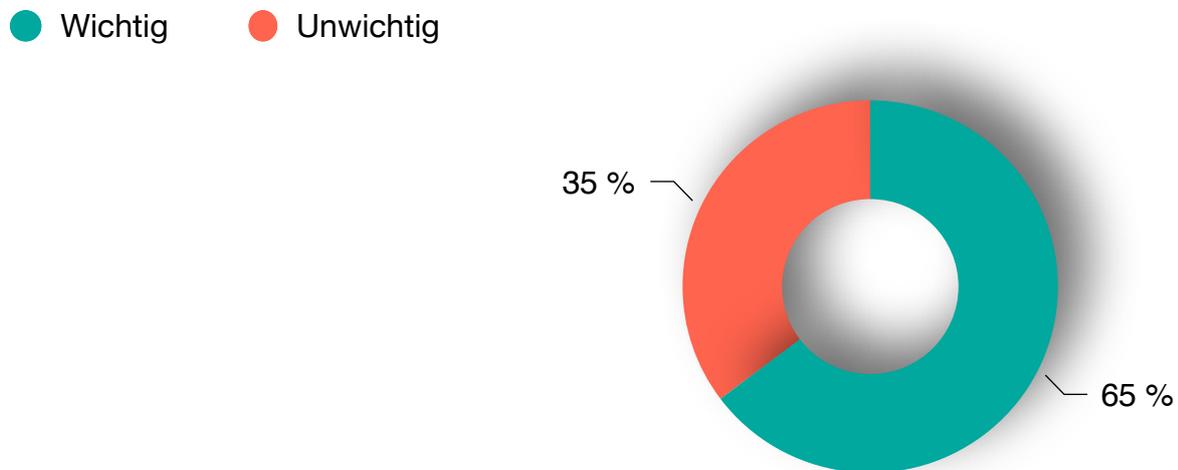
- **Musik:** Musiktheoretische Sendungen, Themenschwerpunkte/Features, klassische Musik, Straßenmusik, Underground Musik, Musik aus den 1960er/70ern, Hip Hop
- **Wirtschaft:** „Alternative Nachrichten und Strategien zu neoliberaler Wirtschaft“, Programm zu „Gesundheit, Pharmakonzernen und Neoliberalismus“, „Info für freiberufliche und kleine Unternehmen“
- **Kunst/Kultur:** Science Fiction und Fantasy, künstlerische Praxis, Film/Kino/Theater
- **Medien:** Medienkritik, Medienpolitik
- **(Tages-)Politik:** Einordnung tagespolitischer Themen, kritische Corona-Berichterstattung
- **Aktivismus:** unterbeleuchtete Initiativen und Aktivist*innen
- **Intersektionalität:** unterprivilegierte bzw. marginalisierte Positionen
- **Technologie:** Safer Internet
- **Länderspezifische Features**

Abbildung 4.4: Welche Formen musikalischer Gestaltung im Programm von Radio ORANGE 94.0 sind Ihnen wichtig? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent angegeben, n=136)



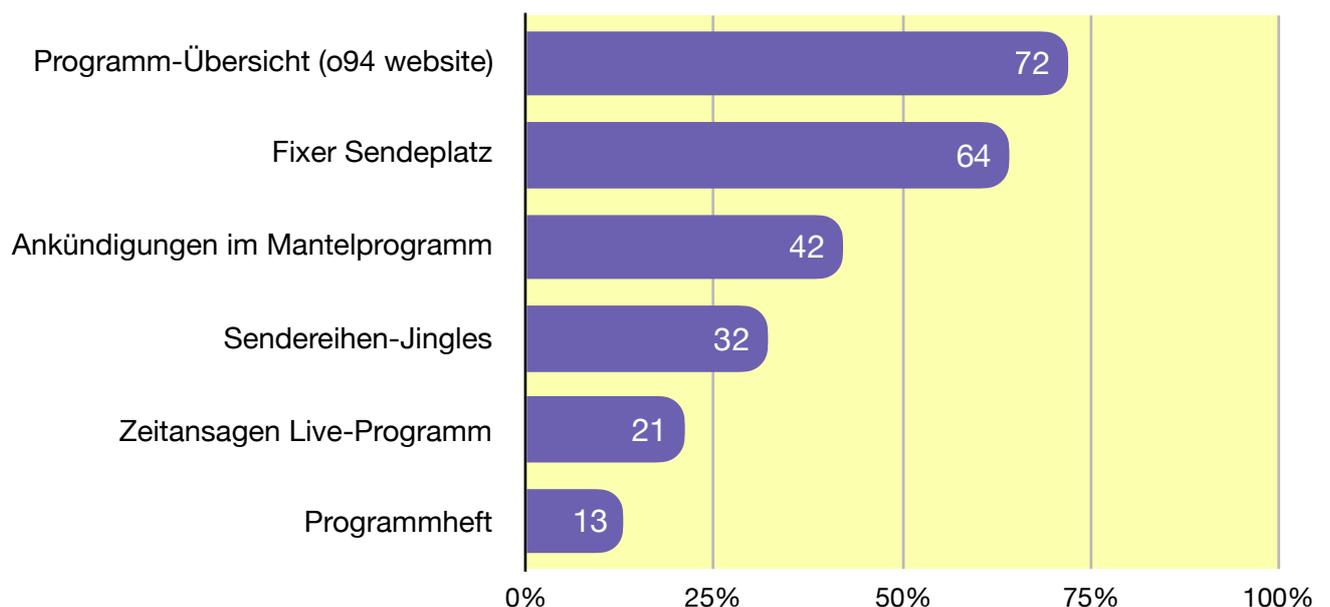
Musik stellt einen tragenden Teil des Programms von Radio ORANGE 94.0 dar und wurde daher nochmals gesondert abgefragt. Auch hier war eine Mehrfachantwort möglich. Fast allen Befragten ist Musik in der ein oder anderen Form im Programm von Radio ORANGE 94.0 wichtig. 62% aller Befragten geben *Musik als eigenes Themenfeld* als ihnen wichtige Form musikalischer Gestaltung an, 53% nennen *kuratierte Musik-Mixes* und 41% *Musik als gestalterisches Element* innerhalb von Wortbeiträgen/-sendungen. *Experimentelle Formate* werden von 37% der Befragten als wichtig erachtet, Konzerte von 34%, die o94 Musik-Mixes (random order) von 32% und DJ-Sets von 26% aller Befragten. Lediglich 3% der Befragten geben an, dass ihnen Musik nicht (so) wichtig ist.

Abbildung 4.5: Wie wichtig ist Ihnen eine nachvollziehbare Tagesstruktur im Programm von Radio ORANGE 94.0? (n=136)



Einer deutlichen Mehrheit der Befragten ist eine nachvollziehbare Tagesstruktur im Programm von Radio ORANGE 94.0 wichtig (88 Personen). Für unwichtig halten dies 48 aller befragten Personen.

Abbildung 4.6: Was hilft Ihnen bei der Orientierung im Programm von Radio ORANGE 94.0? (Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)



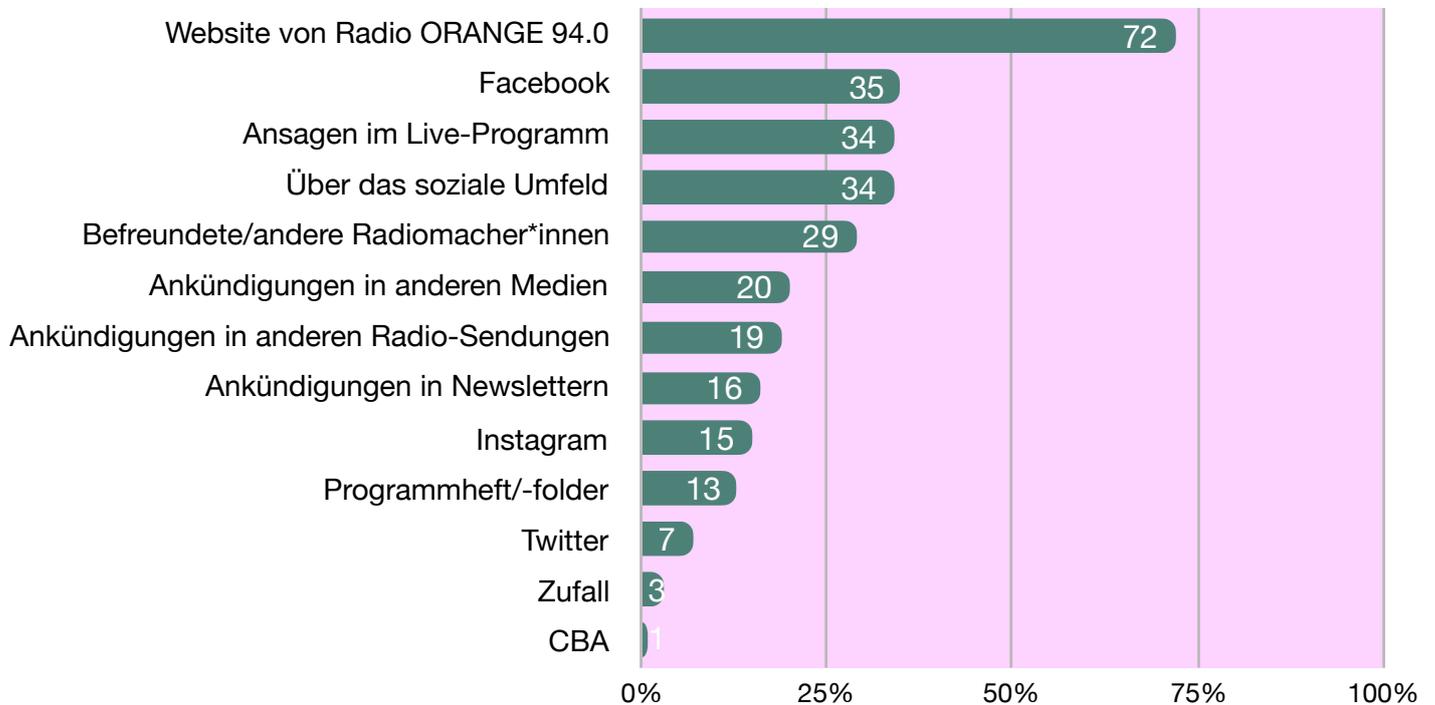
Über 80% der Befragten nutzen mehrere Angebote, um sich im Programm zu orientieren. 72% aller Befragten geben die Programm-Übersicht auf der Website von Radio ORANGE 94.0 an, 64% orientieren sich (zudem) an festen Sendungszeiten, 42% durch die Ankündigungen im Mantelprogramm, 32% anhand von Sendereihen-Jingles, 21% durch Zeitansagen im Live-Programm und 13% nutzen das Programmheft von Radio ORANGE 94.0. Immerhin 24% aller Befragten (33 Personen) orientieren sich ausschließlich über das Live-Programm (fester Sendeplatz, Mantelprogramm, Jingles, Zeitansagen).

Vorschläge der Befragten, was zur (eigenen) verbesserten Orientierung noch zusätzlich beitragen würde, konnten über ein Freifeld gemacht werden (Zusammenfassung):

- Sendungsankündigungen/-hinweise in (thematisch) ähnlichen Sendungen
- Gruppierungen/Bündelung: „z.B. nach Themen sortiert oder Musikrichtungen/ spezielles Abendprogramm / Sendungen nach Themen zusammengeblockt“; regelmäßige „Lange Nächte“
- Website: Automatische Aktualisierung der Sendungsinfos im Live-Player. Programmübersicht für mobile Version, Sendungs- bzw. Songtitel über Icecast-Broadcast und FM RDS
- Info Tagesprogramm: per Mail, auf Facebook

Abbildung 4.7: Wo erfahren Sie von Sendungen, die Sie interessieren?

(Mehrfachantwort möglich, Angaben in Prozent, n=136)



Eine überwiegende Mehrheit von 72% aller Befragten nutzt die Website von Radio ORANGE 94.0, um über für sie interessante Sendungen zu erfahren. Über Facebook erfahren 35% aller Befragten von Sendungen, die sie interessieren, während andere Social Media Kanäle von Radio ORANGE 94.0 dahingehend weniger relevant sind (15% über Instagram, 7% über Twitter). Jeweils 34% der Befragten erfahren über Ansagen im Live-Programm und über das soziale Umfeld von Sendungen, sowie 29% über andere oder befreundete Radiomacher*innen. Auch Ankündigungen in anderen Medien (20%), in anderen Radio-Sendungen (19%) und in Newslettern (16%) sind von Relevanz. 13% der Befragten nutzen das Programmheft von Radio ORANGE 94.0, um von Sendungen zu erfahren, während sich 3% auf den Zufall verlassen.

Abbildung 4.8: Hören Sie gezielt bestimmte Sendereihen auf Radio ORANGE 94.0?

(n=136)

● Ja

● Nein



Radio ORANGE 94.0 setzt sich aktuell aus 179 Sendereihen zusammen, die von rund 500 Ehrenamtlichen gestaltet werden (Stand März 2021). Unter den befragten Hörer*innen verfolgt eine Mehrheit gezielt bestimmte Sendereihen auf Radio ORANGE 94.0 (82 Personen). Zu den meistgenannten Sendereihen, die unter den Befragten gezielt gehört werden, gehören folgende:

Tabelle 1: Meistgenannte Sendereihen

Globale Dialoge (Women on Air)	10
ANDI (Alternativer Nachrichtendienst)	10
Monikas musikalische Reise	8
Radio Stimme	6
Radio Afrika International	5
Offenes Fenster	5
Immo Talk	5
Radio Augustin	5
freshVibes	4
Tierrechtsradio	4

radio%attac	3
Radio Dispositiv	3
dérive — Radio für Stadtforschung	3
Subject Woman	3
Superscience Me	2
Radio im besten Alter	2
Latin Lounge	2
Sunrise Orange	2
Berggasse 8	2
Les sardines francophones	2
Von Herzen	2

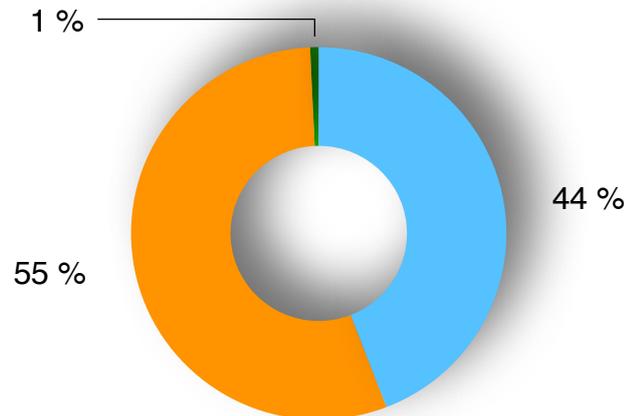
Weitere Sendereihen, die von den Befragten genannt wurden: Kapitalismuskritik, Radio Risotto, Radiobande, Medienzirkus, Radio Makedonia, Now it's dark, Saia Roshan, Schlag(er)artig, Miteinander.Füreinander, Anarchistisches Radio, Medienkritik, Eigenklang, Neuronentanz, Roj Fm, Radio Dersim, female:pressure, Grundrauschen, ZamZaman, O-Sounds, Gehörschnecke, Kulturschiene, 5MinutenClimateChance, Chilibox, Radio Meidling, Was gibt es Neues (Musik aus Österreich), Wake Up, Die blaue Stunde, Radio Widerhall, Inside Orange, Jazzworkshop, Venus Frequency, Ada vapuru, Sweetspot, Kathrins Klangschiene, Danny Chicago's Blues Garage, Qualle 19, Radio Grille, ICAP, Anatolien Radio, la voz de america latina y el caribe, Trotz allem, Art4Science, Der Äther.

Die Hälfte der Befragten (32 von 65), die im Freifeld Sendereihen angegeben hat, verfolgt mindestens zwei oder mehr verschiedene Sendereihen. Mehrfach ($x \geq 2$) zusammen genannt werden:

- ANDI und freshVibes, ANDI und Globale Dialoge, ANDI und Radio Afrika
- Globale Dialoge und Radio Dérive, Globale Dialoge und Radio Stimme
- Radio Stimme und Radio Dérive, Radio Stimme und Radio Augustin
- Radio Augustin und Radio Dispositiv
- Monikas musikalische Reise (MMR) und Immo Talk, MMR und Radio Afrika

Abbildung 4.9: Wie gefällt Ihnen das Mantelprogramm (Jingles) zwischen den Sendungen von Radio ORANGE 94.0 jeweils zur vollen Stunde? (n=136)

- Gefällt mir
- Gefällt mir nicht
- Mal so, mal so

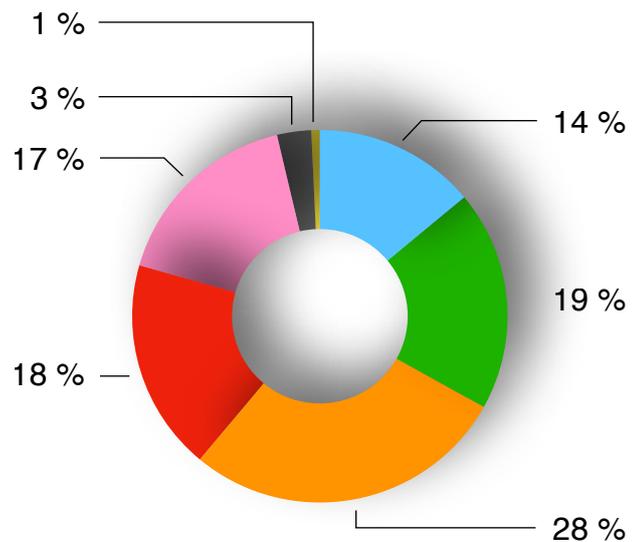


Nur eine befragte Person gibt an, dass ihr das Mantelprogramm nicht gefällt. 44% der Befragten gefällt das Mantelprogramm, eine knappe Mehrheit von 55% steht diesem mit gemischten Gefühlen gegenüber.

5. SOZIODEMOGRAPHISCHE DATEN der Befragten

(Pflichtfragen, alle n=136)

Abbildung 5.1: Alter



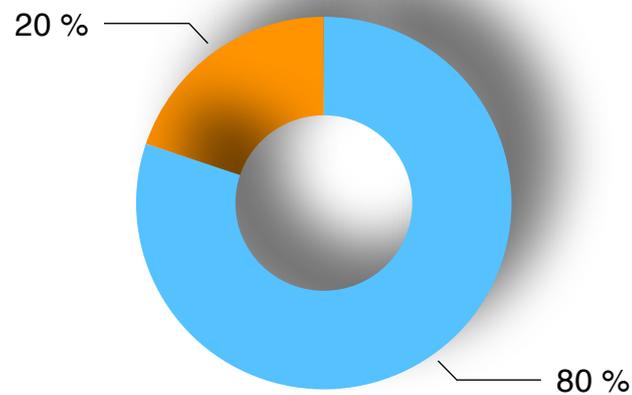
Die Gruppe der befragten Hörer*innen ein breites Alters-Spektrum relativ ausgeglichen ab. Die meisten der Befragten sind zwischen 36-45 Jahren alt (38 Personen). 19% der Befragten (26 Personen) sind zwischen 26-35 Jahren alt, 18% (25 Personen) zwischen 46-55, 17% (23 Personen) zwischen 56-65 Jahren und 14% (19 Personen) zwischen 18-25 Jahren. Auch 4 Personen (3%) im Alter von 66-75 Jahren und eine Person über 75 Jahren haben den Fragebogen beantwortet.

5.2: Wohnort

Die überwiegende Mehrheit der Befragten wohnt in Wien (108 Personen=79%). 10 Personen haben angegeben, in der Umgebung von Wien zu wohnen, 17 Personen in Österreich und 7 Personen in Europa.

Abbildung 5.3: Mehrsprachigkeit

● Mehrsprachig ● Einsprachig

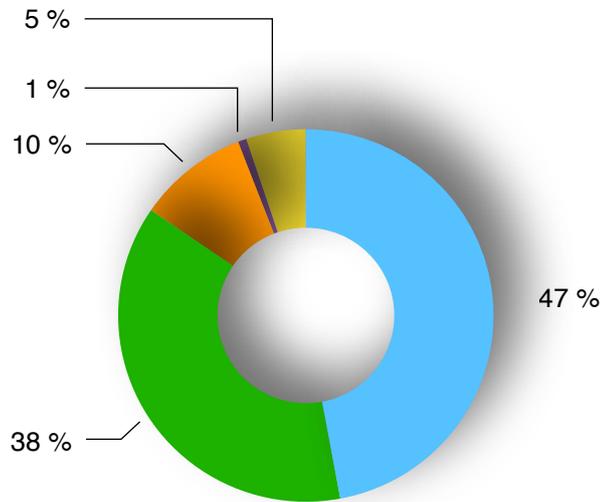


Eine überwiegende Mehrheit von 80% der Befragten (109) Personen spricht mehrere Sprachen. Folgende Sprachen wurden dabei über ein Freifeld genannt (in alphabetischer Reihenfolge):

Akan, Arabisch, Bambara, B/K/S, Bulgarisch, Dänisch, Deutsch, Englisch, Farsi, Französisch, Griechisch, Hebräisch, Isländisch, Italienisch, Japanisch, Kroatisch, Kurdisch, Lingala, Niederländisch, Norwegisch, Persisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Tschechisch, Türkisch, Schwedisch, Serbisch, Slowenisch, Spanisch, Swahili, Ungarisch, Vietnamesisch, Zazaki.

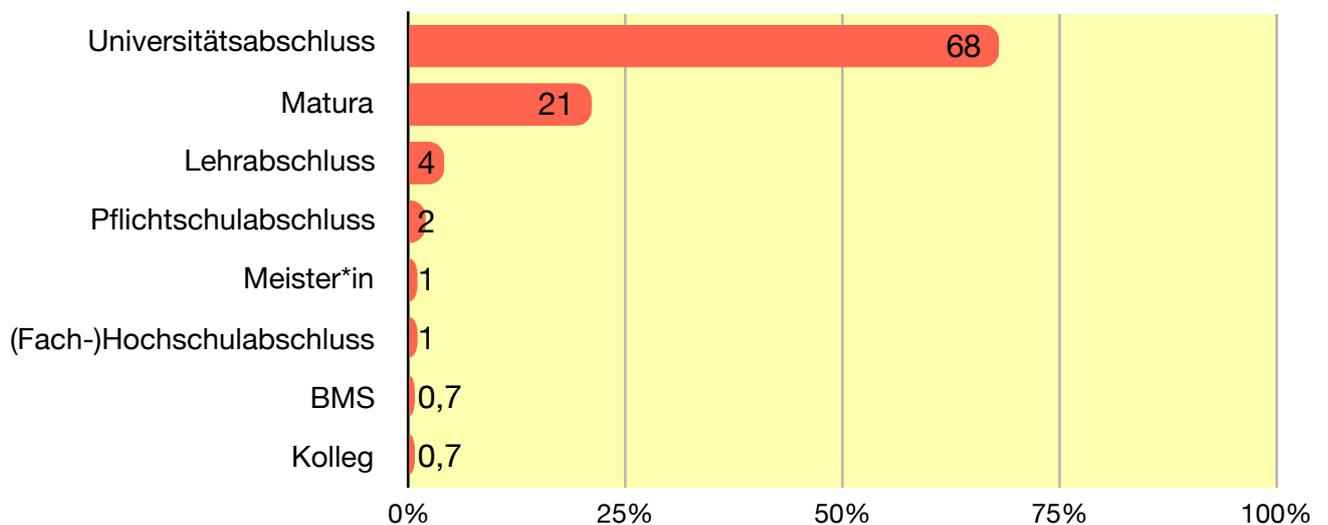
Abbildung 5.4: Geschlecht

● Weiblich ● Männlich ● Nicht binär ● Inter
● keine Angabe



Die Mehrheit der befragten Personen identifiziert sich als weiblich (64 Personen), 38% (51 Personen) identifizieren sich als männlich, 10% (13 Personen) als nicht binär, 1% (1 Person) als Inter und 5% der Befragten (7 Personen) haben keine Angabe gemacht.

Abbildung 5.5: Höchster Bildungsabschluss (Anzahl der Antworten angegeben)



Eine deutliche Mehrheit von 68% der Befragten (92 Personen) hat einen Universitätsabschluss, 21% die Matura (29 Personen), 4% einen Lehrabschluss (5 Personen), 2% einen Pflichtschulabschluss (3 Personen), jeweils 1% einen (Fach-)Hochschulabschluss oder Meister*in (2 Personen) und jeweils 0,7% einen BMS-Abschluss oder Kolleg-Abschluss (1 Person).

6. Allgemeines Feedback der Hörer*innen und Fazit

Über zwei Freifelder hatten die Befragten die Möglichkeit, dem Sender allgemeines Feedback zu hinterlassen. Dieses wird im Folgenden thematisch zusammengefasst, bevor ein kurzes Fazit zu den Ergebnissen der Fragebogenerhebung folgt.

6.1 Feedback

Was den befragten Hörer*innen an Radio ORANGE 94.0 *nicht gefällt* und/oder als *verbesserungswürdig* empfunden wird:

Insgesamt wurde dieses Freifeld von 37 der 136 Befragten in Anspruch genommen, wobei einige lediglich angemerkt haben, dass sie nichts ändern würden und zufrieden seien. Die Feedback-Kommentare der einzelnen Hörer*innen wurden unter mehreren Überbegriffen zusammengefasst. Wurde ein Aspekt von mehreren Befragten angesprochen, wird dies im Fließtext entsprechend deutlich gemacht (z.B. „mehrfach“).

Technik

Als verbesserungswürdig wird der terrestrische Empfang über UKW angesprochen. Andere technische Aspekte, die als verbesserungswürdig empfunden werden, betreffen mehr die Sendungsgestaltung, als die Technik des Senders.

Sendungsgestaltung

Mehrfach angesprochen wird die schwankende Tonqualität, sowohl in Bezug auf Unterschiede in der Lautstärke (etwa zwischen Gespräch und Musik, im Gespräch selbst durch unterschiedliche Entfernung der Sprecher*innen zum Mikrofon), als auch hinsichtlich unzureichender technischer Qualität (etwa bei Mitschnitten von O-Tönen), die das Hörerlebnis bei an sich spannenden Sendungsinhalten negativ beeinflussten. Während von einigen Hörer*innen die mangelnde Qualität und Professionalität (Sprechqualität, Zeitmanagement) bei der Sendungsgestaltung) mancher Sendungen bemängelt wird, wird an anderer Stelle kritisiert, dass diese teilweise zu sehr nach kommerziellem Radio klingen. Kritisiert wird hinsichtlich des Sprachgebrauchs in einigen Sendungen die Selbstdarstellung einzelner Sprecher*innen (selbst produzierendes ‚Geplauder‘ statt Inhalt) und dass nicht durchgängig sprachlich gegendert wird. Für verbesserungswürdig wird auch die Gestaltung und Übersichtlichkeit mancher Sendungen gehalten, sowie umfassendere Recherche bei Info- und News-Sendungen gewünscht.

Struktur und Organisation

Bezüglich der Sendungsorganisation im Programm von Radio ORANGE 94.0 werden etwa die Übergänge zwischen den Sendungen für einigen Befragten als verbesserungswürdig angesprochen. Die Programmansagen zwischen den Sendungen werden als „zu lange und bisschen nervig“ oder redundant empfunden, außerdem wird vorgeschlagen, die Sendungsankündigungen auf den aktuellen Tag zu beschränken. Mehrfach gewünscht wird eine verbesserte Orientierung im Programm, etwa durch eine konsistentere Themenstruktur und sinnvollere Verknüpfung von Sendungen (manche Sendungen werden als „unpassend“ zwischen anderen wahrgenommen)

Öffentlichkeitsarbeit

Bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit von Radio ORANGE 94.0 wird der Wunsch nach „mehr Aktivitäten in der Öffentlichkeit für und zusammen als Radio Orange“ geäußert, sowie allgemein mehr Eigenwerbung des Senders (Promo). Auch die Verknüpfung mit aktivistischen und zivilgesellschaftlichen Aktivitäten wird angesprochen in dem Wunsch, über die Website von Radio ORANGE 94.0 über aktuelle Demonstrationen, Petitionen und Initiativen (in Wien) informiert zu werden.

Programm allgemein

Hinsichtlich des Programms werden einige Themen und Formate als zu wenig präsent empfunden. Geäußert wird der Wunsch nach mehr ökologischen und umweltaktivistischen Themen, nach mehr politischen Sendungen und mehr Satire, nach einer größeren Sichtbarkeit von aktuellen internationalen, entwicklungspolitischen Themen (die zu sehr über das Gesamtprogramm ‚verstreut‘ seien), nach einer Sendung speziell für Studierende in Wien, nach mehr Features, News-Sendungen und ‚Morning Infotainment‘, sowie nach Sendungen ‚gänzlich ohne Musik‘.

Musik

Die geäußerte Kritik bezieht sich, neben Geschmacksfragen, sowohl auf technische Aspekte, als auch die Auswahl einzelner Lieder und die Zusammenstellung des Musikprogramms insgesamt. So wird der Wunsch geäußert, das Musikprogramm besser an die Tageszeiten anzupassen, konkret fröhliche bzw. entspannte Musik in der Früh (mehr Motivation für den Start in den Tag), statt psychedelischer Musik, die besser zum Nachtprogramm passe. Was die Musik-/Songauswahl anbelangt, so kritisch auf die Verwendung von Songs mit potentiell triggernden Inhalten innerhalb mancher Sendereien verwiesen. Auch wird der Wunsch nach mehr internationaler Musik geäußert, sowie das Verzicht auf Chartmusik (einzelne Songs in manchen Sendungen, die man sonst eher von Ö3 kenne). Auch wird gewünscht, die Playlists von „Random Order — o94 Musik“ über den Musiktracker länger als 24h einsehen zu können, wie auch überhaupt die Playlists der verschiedenen Sendungen.

Mehrsprachigkeit

Hinsichtlich der besonderen Qualitäten des Freien Radios (siehe Abb. 3.3) wird mehrfach jene der Mehrsprachigkeit angesprochen. Hier gibt es sehr unterschiedliche Einschätzungen und Bedürfnisse. Es wird sowohl der Wunsch nach weniger fremdsprachigen Sendungen oder nach zweisprachiger Sendungsgestaltung (sofern die Sendungen nicht ohnehin auf Deutsch oder Englisch sind) geäußert, wie auch kritisch angemerkt, dass bei ca. 25 Sprachen auf Radio ORANGE 94.0 noch zahlreiche Sprachen im Programm fehlen würden, um die Vielfalt Wiens/Österreichs repräsentieren zu können.

Politische Ausrichtung

Auch der Aspekt Politischer Aktivismus bzw. die politische Ausrichtung wird angesprochen. Dabei geht es teilweise um einzelne Sendungen, teilweise um Radio ORANGE 94.0 als Gesamtes. So sei der Sender „für ein freies Radio zu brav“ oder auch „politisch manchmal sehr einseitig“ (nur linke Positionen). Bezüglich mancher Sendungen wird kritisch angemerkt, dass diese sehr cis-weiß-männlich geprägt seien.

Was den befragten Hörer*innen an Radio ORANGE 94.0 gut gefällt:

Dieses Freifeld wurde von 57 der 136 Befragten in Anspruch genommen.

Struktur, Organisation, Technik

Hinsichtlich der Organisation des gesamten Angebots von Radio ORANGE 94.0 wird geschätzt, dass es einen nachvollziehbaren Programmplan gibt, der auch Sendungen bis spät in die Nacht beinhaltet. Ebenfalls positiv erwähnt wird, dass der Livestream direkt über den Mediaplayer abgespielt werden kann.

Programm

Das Radioprogramm von Radio ORANGE 94.0 wird in vielen Aspekten von den Befragten sehr geschätzt, sowohl hinsichtlich der Sendungsformate, als auch in Bezug auf die Inhalte. Mehrfach angesprochen werden die vielen unterschiedlichen Sendungsformate, wie experimentelle Formate, literarische Formate (z.B. die Sendereihe Qua Qua Gedichte), Diskussionen, Studiogespräche, Reportagen von Demonstrationen, Nachrichtenformate und Info-Sendungen. Ebenfalls besonders geschätzt wird die thematische Vielfalt (Politik, Klima, Gesellschaft, Kultur), „gute Einblicke in die zeitgenössische Kunst- und Kulturlandschaft in Österreich und Europa, emanzipatorische und feministische Sendungen, wie auch „lustige Beiträge“. Grundsätzlich geschätzt wird der gute Mix aus Gesprächs- und Musiksendungen, sowie die thematische und musikalische Vielfalt.

Musik

Besonders hervorgehoben wird der musikalische Teil des Programms von Radio ORANGE 94.0 — allen voran die vielfältige ‚Musik abseits des Mainstream‘. Geschätzt wird dabei nicht nur, dass keine Charts-Musik gespielt wird, sondern, und dies wurde mehrfach angesprochen, dass oft gute (neue) Songs und Künstler*innen entdeckt werden. Explizit erwähnt werden sowohl Musiksendungen (etwa Michael Fischer), wie auch die Random Order — o94 Musik.

Vielfalt

Viele der besonderen Qualitäten des Freien Radios (siehe Abb. 3.3) werden im Rahmen des positiven Feedbacks angesprochen, insbesondere jene der Vielfalt. Besonders geschätzt an Radio ORANGE 94.0 wird das vielfältige und abwechslungsreiche Programm — die Vielfalt an Themen und Perspektiven, an Musikgenres, an Kulturen, an Stimmen und Hintergrundgeräuschen — als Abbild einer vielfältigen Gesellschaft. Dies wird auch als besonderes Merkmal von Radio ORANGE 94.0 gegenüber anderen öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosendern gewertet. Mehrfach angesprochen wird aber auch die Vielfalt der Radiomacher*innen und ihrer jeweiligen Interessen: „[D]ie engagierten Leute sind eine Wohltat“

Mehrsprachigkeit

Vielfalt wird vielfach im Zusammenhang mit Mehrsprachigkeit positiv hervorgehoben — das mehrsprachige Programm von Radio ORANGE 94.0 und die Mehrsprachigkeit der Radiomacher*innen. Mehrsprachigkeit wird auch dann als positiver Faktor hervorgehoben, wenn die jeweilige Sprache selbst nicht gesprochen bzw. verstanden wird.

Teilhabe Communitys

Ebenfalls damit zusammenhängend besonders geschätzt wird die Vielfalt an Stimmen aus unterschiedlichen Communitys in der Programmgestaltung. Angesprochen wird dabei auch der Aspekt der Authentizität und der Sichtbarkeit marginalisierter Positionen: „Leute sprechen, die sonst nicht sprechen UND Relevantes zu sagen haben — gerade in Bezug auf Kontexte, über die üblicherweise berichtet wird, ohne selbst Teil davon zu sein“.

Partizipation — Radio zum Selbermachen

Partizipation ist generell ein wichtiges Thema in den positiven Feedback-Kommentaren. Radio ORANGE 94.0 wird als partizipatives Medium wahrgenommen, bei dem prinzipiell jede*r mitmachen kann — dies wird besonders häufig als positiv hervorgehoben. Der grundsätzlich offene Zugang des Senders hinsichtlich verschiedener Beteiligungsmöglichkeiten wird ebenso geschätzt, wie das vielfache Engagement der Radiomachenden. Besonders hervorgehoben wird darüber hinaus mehrfach der ‚DIY — Do It Yourself‘-Modus und ‚Learning by Doing‘-Ansatzes des Senders. ‚Unprofessionalität‘ wird hier als besondere, positive Qualität und als Ausdruck einer großen Vielfalt „ohne erzwungene künstliche Ordnung“ gewertet. Dass nicht alle Stimmen gleich klingen, dass auch Fehler gemacht werden dürfen und Sendungen unterschiedlich professionell gestaltet sind (z.B. ungeschnittene Interviews), wird als „charmant“ empfunden und mache Lust, mitzumachen. Die Möglichkeit, sich im Radiomachen auszuprobieren, wird als besonderes Merkmal von Radio ORANGE 94.0 und wichtiger Teil der Medienlandschaft insgesamt hervorgehoben: „Es gäbe viele bekannte Moderatoren im Mainstream und Radio und TV nicht, hätte Radio ORANGE nicht existiert“.

Werbefreiheit

Dass das Programm von Radio ORANGE 94.0 frei von kommerzieller Werbung ist, wird mehrfach als positiv angesprochen.

Innovative, unabhängige Berichterstattung

In unterschiedlicher Weise angesprochen werden die Aspekte der Innovation (ungewöhnliche bzw. unerwartete Themen und Perspektiven) und der Unabhängigkeit in der Berichterstattung und Themenwahl. Das Programm wird als abwechslungsreich und innovativ wahrgenommen. Themen, Informationen, Formate, Ideen und Gespräche, „die es sonst nirgends gibt (bzw. anderswo nicht gesendet/produziert würden/werden)“, werden besonders geschätzt, wie auch kritische Beiträge und tiefgreifende Informationen zu sonst vernachlässigten Themen (z.B. Tierschutz).

Dies wird auch mehrfach über die Erwähnung eines besonderen ‚**Überraschungseffekts**‘ von **Radio ORANGE 94.0** hervorgehoben: „Die Überraschung, was kommt, wenn ich das Radio aufdrehe“ — „dass es manchmal verwirrend ‚ganz anders‘ ist (als man es von

anderen Profi-Radio Sendern gewohnt ist) — „Die Offenheit und dass ich nie weiß was passiert, wenn ich aufdrehe :-)“

6.2 Fazit — Ergebnisse der Fragebogenerhebung

Was von einer Mehrheit der befragten Hörer*innen an Radio ORANGE 94.0 besonders geschätzt wird, spiegelt sich auch unter diesen selbst wider — eine große Vielfalt. Diese Vielfalt zeigt sich soziodemographisch, im Medienverhalten, wie auch in den Interessen und Anregungen der Hörer*innen.

In der Gruppe der Befragten, wenn auch nur ein Teil der gesamten Hörer*innenschaft des Senders, bildet sich ein breites soziodemographisches Spektrum ab, insbesondere hinsichtlich des Alters (Abb. 5.1) und der Mehrsprachigkeit (Abb. 5.3). Radio ORANGE 94.0 hat viele langjährige Hörer*innen und dennoch kommen regelmäßig neue hinzu. Die meisten der Befragten hören Radio ORANGE 94.0 mehrmals pro Monat (39%) oder mehrmals pro Woche (29%). Während knapp ein Drittel (30%) aller Befragten den Sender bevorzugt tagsüber zwischen 11 und 17 Uhr hören, geben immerhin 39% an, zu unterschiedlichen Zeiten einzuschalten (siehe Abb. 1.4 und 1.5).

Eine weitere Qualität des Freien Radios, die unter den Befragten nicht nur besonders geschätzt (siehe 6.1), sondern auch in Anspruch genommen wird, ist die Möglichkeit zur aktiven Beteiligung. Die Bereitschaft, nicht nur ‚passiv‘ das Radioprogramm zu hören, sondern in unterschiedlicher Weise mit dem Sender zu interagieren, ist ein besonderes Merkmal des Publikums Freier Medien und unter den befragten Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 hoch. Nicht nur erforderte die Teilnahme an der Umfrage, die über das Live-Programm, die Social Media Kanäle und den Newsletter von Radio ORANGE 94.0, sowie über Multiplikator*innen verbreitet wurde, eine grundsätzliche Motivation, dem Sender zu *folgen*, sondern es nahmen sich zahlreiche der Befragten auch die Zeit, über Freifelder zusätzliches Feedback zu geben. Auch Workshop-Angebote oder Einladungen in Sendungen wurden von vielen der befragten Hörer*innen bereits in Anspruch genommen und ein Drittel der Befragten ist als Teil einer Redaktion oder über eine eigene Sendereihe auch unmittelbar an der Programmgestaltung des Senders beteiligt (Abb. 3.6).

Vielfalt zeigt sich aber auch in verschiedenen Aspekten etwa des Medienverhaltens, das nicht nur lokal interessiert, sondern auch international orientiert ist, was sich in einer vergleichsweise hohen Präferenz für internationale Radiosender (Abb. 1.6), Zeitungen (Abb. 1.9) und Online News Sites (Abb. 1.10) zeigt. Was sich dort ebenfalls abzeichnet, ist ein recht breites Spektrum an politischen Interessen unter den Hörer*innen — neben Radio ORANGE 94.0 werden von den Befragten zwar mehrheitlich, aber nicht nur linke bis linksliberale Medien konsumiert, sondern durchaus auch bürgerlich-liberale bis (rechts-)konservative Medien.

Die Covid-19-Pandemie hat ihre allgegenwärtigen Spuren merkbar auch im Programm von Radio ORANGE 94.0 hinterlassen, das während des ersten Lockdowns im Jahr 2020 immerhin von 28% der Befragten häufiger als zuvor gehört wurde (Abb. 2.1) — in erster Linie, weil die Befragten mehr zu Hause waren (z.B. aufgrund von Home Office, siehe Abb. 2.2). Dies hat sich offenbar auch auf die Gestaltung von Sendungen durch die Radiomachenden ausgewirkt, welche, trotz verschiedener Herausforderungen (z.B. Soundqualität von Online-Interviews), als aufwändiger produziert wahrgenommen und besonders für die Vielfalt an individuellen Perspektiven, die auch strukturelle Betroffenheiten sichtbar machen, geschätzt wurden (siehe Zusammenfassung Freifeld unter Abb. 2.2).

Viele der besonderen Eigenschaften bzw. Qualitäten des Freien Radios, wie die angesprochene Vielfalt und die Möglichkeiten zur Beteiligung, werden von den befragten Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 geschätzt (siehe 6.1) und zum überwiegenden Teil als durch den Sender erfüllt bis eher erfüllt eingeschätzt (Abb. 3.3). Als am wenigsten stark erfüllt wird das Aufgreifen (tages-)aktueller Themen betrachtet. Der Aspekt der (Tages-)Aktualität und was diese im Kontext *Freier* Radios bzw. *Freier* Medien allgemein bedeuten kann, die gerade nicht die minutiöse Berichterstattung vermeintlich objektiver Fakten anstreben (und dazu auch gar nicht die zeitlichen und finanziellen Ressourcen aufbringen könnten), sondern eine vielfältige, kritische und tiefgründige Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Problemen, Phänomenen, Erfahrungen, Ereignissen, etc., wurde im Vorfeld der Fragebogenerstellung auch mit den Expert*innen aus dem Team von Radio ORANGE 94.0 diskutiert. Nachrichtenformate etwa nehmen gegenüber Magazinsendungen/Features einen geringeren Stellenwert unter den im Programm von Radio ORANGE 94.0 bevorzugten Formaten der Befragten ein (siehe Abb.

4.2) und auch im Zeitungskonsum der Befragten zeigt sich ein diverses Bild bezüglich der Präferenz von Tagesaktualität, mit einem relevanten Stellenwert von zweiwöchentlich bis monatlich erscheinenden Zeitungen (Abb. 1.9). Zugleich nutzen fast alle befragten Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 Online News Sites (deren Anspruch gerade die minutiöse Berichterstattung ist⁶) und die Sendung ‚ANDI — der alternative Nachrichtendienst‘ gehört zu den beliebtesten Sendereihen unter den Befragten (siehe Tabelle 1).

Vermehrten Informationsbedarf unter den Hörer*innen gibt es mit Blick auf die ‚Erfüllungsquote‘ der Qualitäten des Freien Radios bei Radio ORANGE 94.0 möglicherweise an folgenden Stellen: Transparente Organisation und Möglichkeit zur Beteiligung. Auch wenn ein Großteil der Befragten diese Eigenschaften als (eher) erfüllt ansieht, könnte hier möglicherweise die Kommunikation von Angeboten zur Beteiligung und Organisationsprozessen innerhalb des Senders noch verbessert werden. Zudem ist einem Drittel der Befragten das CBA (Archiv der Freien Radios) unbekannt (Abb. 3.4) und auch hier wäre eine verbesserte Informationslage sicher von Interesse — von jenen Hörer*innen, die das CBA kennen, verwenden es nämlich über 90% (Abb. 3.5).

⁶ Im Rahmen der Umfrage wurde allerdings nur danach gefragt, welche Online News Sites genutzt werden, nicht jedoch, wie, wann, mit welcher Frequenz, etc.

V. Ergebnisse Interviews

Die Auswahl der Interviewpartner*innen war daran interessiert, das breite Spektrum der Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 hinsichtlich Alter, Geschlecht, Wohnort, Mehrsprachigkeit etc. (siehe Kap. IV/5.) bestmöglich abzudecken. Von elf kontaktierten Personen haben sich vier Personen rückgemeldet, welche in Einzelgesprächen interviewt wurden:

IP1: Altersgruppe 18-25, Nicht binär, Wien-Umgebung, Mehrsprachig, hört mehrmals täglich Radio ORANGE 94.0 (Online Interview)

IP2: Altersgruppe 56-65, Weiblich, Wien-Umgebung, Mehrsprachig, hört mehrmals wöchentlich Radio ORANGE 94.0 (Online Interview)

IP3: Altersgruppe 36-45, Männlich, Wien, Mehrsprachig, hört mehrmals pro Jahr Radio ORANGE 94.0 (Interview Seminarraum)

IP4: Altersgruppe 50+, Männlich, Wien, hört mehrmals täglich Radio ORANGE 94.0 (Interview Seminarraum)

Im Folgenden werden die Ergebnisse entlang des für die Analyse konzipierten Kodierschemas zusammenfassend dargestellt.

Radio ORANGE 94.0 im alltäglichen Medienkonsum

7.1 Nutzung Radio ORANGE 94.0 im Alltag

Radiohören *Passiv*

Die Beschreibung der eigenen Radio-Hörgewohnheiten in den Interviews beinhaltete passive und aktive Elemente. Erstere beziehen sich auf die Nutzung von Radio ORANGE 94.0 als Hintergrundgeräusch/-musik. Radio ORANGE 94.0 läuft bei den Befragten teilweise täglich, bei anderen wöchentlich bis selten im Hintergrund während anderer Tätigkeiten, wie Arbeiten, Social Media-Aktivitäten oder Kochen.

Radiohören generell wird dabei als Gewohnheit und akustischer Bestandteil des Alltags beschrieben — in einem der Interviews etwa als „akustische Trennwand“ gegenüber der Umgebung. Läuft ein Radiosender häufig bis durchgehend im Hintergrund (zur Nutzung von Radio ORANGE 94.0 im Verhältnis zu anderen Radiosendern bzw. Medien allgemein siehe 7.3), überschneidet sich dies auch mit der Nutzung eines Radiogeräts (mit UKW-Empfang). Dem Radio (als einem von mehreren möglichen Hintergrundgeräuschen) wird dabei der Vorteil zugesprochen, dass es keinen weiteren Aufwand bedeutet, als allein das Einschalten.

„Bei Orange muss ich mich halt nicht drum kümmern [...] wenn ich zum Beispiel arbeite und es wird nur ne halbe Stunde geredet, dann bleib ich meistens trotzdem dran, auch wenn ich eben nicht aktiv zuhör“ (IP1)

Insbesondere im Zusammenhang mit dem Musikprogramm von Radio ORANGE 94.0 spielt dabei auch das Fehlen von Werbeunterbrechungen eine (positiv bewertete) Rolle (siehe 8.2). Das passive Radiohören ist jedoch unmittelbar mit aktiven Formen des Radiohörens verknüpft.

Radiohören Aktiv

Als aktives Radiohören werden hier unterschiedliche Formen der bewussten Auseinandersetzung mit dem Programm von Radio ORANGE 94.0 verstanden. Auch in jenen Fällen, in denen Radio (passiv) etwa während anderer Tätigkeiten gehört wird, fällt die Wahl auf Radio ORANGE 94.0 nicht unbegründet.

„Wenn ich [...] mit irgendetwas beschäftigt bin jetzt zu Hause und auf einmal höre ich, dass sie etwas Interessantes sagen, dann hör ich [...] auf mit der Beschäftigung und dann lauf ich zum Radio, mach ich ein bisschen laut und dann höre ich, was sie reden“ (IP2)

Unterschiedliche Programminhalte motivieren die Interviewpartner*innen zum aktiven Hören von Radio ORANGE 94.0. Mehrfach hervorgehoben wurde dabei das Musikprogramm von Radio ORANGE 94.0. Neben dem Fakt, dass dieses ohne Werbeunterbrechungen läuft, wird auch die Musikauswahl bzw. der Sound des Senders

von den Interviewpartner*innen geschätzt (siehe 7.2). Gezielt gehört wird entweder nach Stimmung (Lust auf Musikhören) oder wenn bestimmte Musiksendungen laufen, genannt wurden in diesem Fall etwa ‚Connex‘ (Michael Fischer), ‚Kathrins Klangschiene‘ und ‚Meine Jazzkiste‘ (Gernot Friedbacher, Helmut Weihsmann) — dafür wird gezielt ins Programm geschaut bzw. gehört (Jingles).

Ein anderer Grund für gezieltes Einschalten bzw. aktives Zuhören ist die Sprache, in der die Sendungen gestaltet sind. Angesprochen wurden hier Sendungen in spanischer Sprache von Betty de la Cruz (Anm.: ‚Latin Lounge‘) und Zoraida Nieto (Anm.: ‚La voz de america latine y el caribe‘), die gezielt eingeschaltet werden oder Aufmerksamkeit beim passiven Hören erregen (zum Aspekt der Mehrsprachigkeit siehe 8.3).

Nicht nur die gezielte (Vor-)Auswahl bestimmter Sendungen oder Vorlieben bezüglich inhaltlicher Interessen, Musik oder Sprache spielt beim aktiven Radiohören eine Rolle, sondern auch die nachträgliche Auseinandersetzung mit dem gehörten Radioprogramm. Dies wurde mehrfach angesprochen in Bezug auf Musik, die auf Radio ORANGE 94.0 gehört und anschließend recherchiert wurde.

„So eine ungewöhnliche Stimme, so ein ungewöhnlicher Klang, da schau ich dann eben nach, wer ist das genau [...] oder da schau ich dann in diesen Playlisten nach, wann ist da was gespielt worden, aha, was, wer, wahrscheinlich war das der, so, das mag ich schon“ (IP3)

In einem anderen Fall wurde eine eigene Spotify-Playlist mit Musiktiteln, die im Radio *entdeckt* wurden, zusammengestellt und beständig erweitert — *„zu 99% ist es Orange“ (IP1)*

Radiohören — Wie?

Gehört wird Radio ORANGE 94.0 live sowohl über die terrestrische Frequenz, als auch über Online-Streamingangebote wie den Webplayer von Radio ORANGE 94.0 und Apps. Das Radioarchiv CBA wird weniger genutzt. UKW-fähige Empfangsgeräte werden, wie oben bereits angemerkt, aus Gründen der Bequemlichkeit genutzt.

„Es ist halt auch ein Komfortfaktor quasi, dass ich halt nicht extra im Webradio einschalten muss [...], die Frequenz ist eh schon eingestellt“ (IP1)

Probleme gibt es dabei gelegentlich mit dem Empfang bzw. mit Störgeräuschen.

Radiohören —Wo?

Radio ORANGE 94.0 wird von den Interviewpartner*innen in erster Linie zu Hause gehört (überwiegend während anderer Tätigkeiten, s.o.). Aber auch das Auto (Fahrt nach Wien), der Zug (Pendeln in die Schule nach Wien) und Spaziergänge in der Natur werden als Orte, an denen Radio ORANGE 94.0 gehört wird, genannt. Auch hier wird das Musikhören besonders hervorgehoben (zum Musikprogramm von Radio ORANGE 94.0 siehe 8.2). Auch zum Einschlafen wird Radio ORANGE 94.0 in einem Fall gerne gehört (auch hier aus Gründen der Bequemlichkeit, s.o.), hier wird allerdings angemerkt, dass das Programm dafür gelegentlich „alles andere als ideal“ sei, wenn etwa (Musik-)Titel mit gruseligen Geräuschen und/oder besonders lautem Gesang laufen. Eine ähnliche Rückmeldung zur Sound-/Musikauswahl zu bestimmten Tageszeiten gab es auch im Feedback-Bereich der Fragebogenerhebung (siehe 6.1)

Radiohören — Orientierung im Programm

Die Interviewpartner*innen nutzen unterschiedliche Kanäle, um sich im Programm von Radio ORANGE 94.0 zu orientieren und sich über Sendungen zu informieren. Gezielt genutzt werden das Programmheft und die Website, zufällige Informationen über Sendungen bzw. Empfehlungen werden dagegen über die Social Media Kanäle von Radio ORANGE 94.0 (Instagram und Twitter), sowie den Newsletter bezogen. Auch fixe Sendeplätze und die Jingles im Live-Programm (zur vollen Stunde) werden als Orientierungspunkte genannt, sowohl hinsichtlich des Tagesprogramms, als auch bezogen auf neue Sendereien im Programm von Radio ORANGE 94.0. Bezüglich der Orientierung im (Tages-)Programm von Radio ORANGE 94.0 wurden in einem der Interviews auch Verbesserungen in den letzten 20 Jahren festgestellt. So hätten etwa die Jingles zwischen

den Sendungen, die über das folgende Tagesprogramm informieren, in den letzten Jahren zu einer deutlichen Verbesserung in der Orientierung beigetragen.

7.2 Nutzung Radio ORANGE 94.0 in der Pandemie (Lockdown)

Teilweise hat sich die Nutzung von Radio ORANGE 94.0 für die Interviewpartner*innen mit dem Beginn der Covid19-Pandemie und den damit zusammenhängenden ‚Lockdowns‘ verändert (in Bezug auf die Häufigkeit des Einschaltens bzw. Nutzungsdauer), teilweise sind die Hörgewohnheiten unverändert geblieben. Häufiger wurde/wird Radio ORANGE 94.0 gehört, weil mehr Zeit zu Hause verbracht wurde/wird (Home Office), aber auch ein Gefühl von sozialem Austausch spielt eine Rolle.

„[...] weil das ist für mich ein bisschen Unterhaltung [...] aufgrund dass ich jetzt schon allein wohne, weil wie gesagt, meine Kinder sind schon außer Haus, nicht, dann hör ich Radio, dass ich mich nicht einsam fühle“ (IP2)

7.3 Nutzung Radio ORANGE 94.0 im Verhältnis zu anderen Medien

Radio ORANGE 94.0 wird in unterschiedlicher Weise im Wechsel mit anderen Medien genutzt. Dabei wird zugleich deutlich, dass das Hören von Radio ORANGE 94.0 bei den Interviewpartner*innen unterschiedliche Bedürfnisse erfüllt bzw. das Programm von Radio ORANGE 94.0 anhand unterschiedlicher Aspekte bewertet wird. In einem der Interviews wurde von einem Gespräch im Freundeskreis erzählt, in welchem Vor- und Nachteile von Radio ORANGE 94.0 bzw. Radiohören im Allgemeinen gegenüber dem ebenfalls viel genutzten Spotify diskutiert werden. Der Umstand, dass das Programm von Radio ORANGE 94.0 fertig produziert und kuratiert ist, und durch bloßes Einschalten genutzt werden kann, wird als Vorteil beschrieben, weil es keinen weiteren Zeitaufwand bedeutet (wie z.B. die Suche nach der passenden Musik). Dies sei zugleich jedoch ein Nachteil, wenn das Programm nicht den Geschmack bzw. die momentane Stimmung treffe — weil, im Gegensatz zu Spotify, Programmteile (z.B. einzelne Lieder) nicht einfach übersprungen werden können.

Weiters wird Radio ORANGE 94.0 im Wechsel mit anderen Radiosendern gehört, genannt wurden Ö1, FM4, Superfly und 88.6. Während letztere drei als Ausweich- bzw. Wechsellmöglichkeiten in Bezug auf Musik angesprochen wurden, sind es im Fall von Ö1 inhaltliche (Journal-)Sendungen. In manchen Fällen ist Radio ORANGE 94.0 der bevorzugte Sender, der gewechselt wird, wenn das Programm aus unterschiedlichen Gründen ‚nicht passt‘, in anderen Fällen nimmt Radio ORANGE 94.0 eine ergänzende Funktion ein. So wurde etwa die Situation beschrieben, dass eine geschätzte Sendereihe im Programm von Radio ORANGE 94.0 nicht regelmäßig gehört wurde, weil zeitgleich eine bevorzugte Sendung auf Ö1 lief.⁷

Fernsehen wurde in den Interviews zwar als verfügbares Medium gelegentlich angesprochen, wird jedoch von den meisten Interviewpartner*innen entweder nur selten bis gar nicht genutzt oder eher kritisch erwähnt (kommerzielle Werbespots). Social Media wird teilweise gar nicht, teilweise viel genutzt — dann läuft allerdings Radio ORANGE 94.0 nebenbei (wenn nicht aus den oben beschriebenen Gründen der Radiosender oder zu Spotify gewechselt wird).

7.4 Präsenz von Radio ORANGE 94.0

In den Medien

Die Medienpräsenz von Radio ORANGE 94.0 wird nur am Rande angesprochen. Bekannt sind die Website und die Social Media Kanäle (Instagram und Twitter) von Radio ORANGE 94.0, über die gelegentlich Sendungsempfehlungen zur Kenntnis genommen werden. Darüber ist die Präsenz von Radio ORANGE 94.0, in Form geteilter Inhalte, abhängig von eigenen Social Media Aktivitäten bzw. dem virtuellen Umfeld — etwa in politisch links orientierten Räumen. Genannt wird darüber hinaus ein Artikel von derstandard.at über eine Studie zur Förderung demokratisch relevanter Medienqualität, sowie eine Studie über den Wert nichtkommerzieller Medien und die Bezirkszeitung, mit

⁷ Hierbei ist anzumerken, dass in diesem Fall Radio ORANGE 94.0 ausschließlich über UKW verfügbar ist und daher nicht zum Nachhören auf das CBA zurückgegriffen werden konnte.

einem Artikel über die Möglichkeit, bei Radio ORANGE 94.0 eigene Radiobeiträge zu produzieren.

Im (halb-)öffentlichen Raum

Im öffentlichen Raum ist Radio ORANGE 94.0 etwa bei Demonstrationen präsent, konkret wird in einem der Interviews die Pride in Wien und die Berichterstattung von Gerhard Kettler genannt. Kritisch bzw. mit Wehmut wird in einem anderen Interview angemerkt, dass Radio ORANGE 94.0 in der Öffentlichkeit kaum bis gar nicht wahrnehmbar sei, was bildhaft durch das Beispiel fehlender Radio ORANGE-Pickerl auf Lichtmasten im öffentlichen Raum illustriert wird. Darüber hinaus werden generell mehr Merchandising-Produkte gewünscht, die eindeutig mit Radio ORANGE 94.0, als Radiosender, in Verbindung gebracht werden können — „[...] *damit die Leute wissen, worum es überhaupt geht [...] es ist viel zu schade [...] für das gute Programm [...] das ist für viel zu wenig Leute da*“ (IP4)

Diese unterschiedlichen Wahrnehmungen korrespondieren auch mit der Präsenz von Radio ORANGE 94.0 im eigenen sozialen Umfeld.

Im sozialen Umfeld

In zwei Fällen wird Radio ORANGE 94.0 als wenig bis gar nicht bekannt im eigenen sozialen Umfeld eingeschätzt. In zwei anderen Fällen findet ein Austausch über Radio ORANGE 94.0 im eigenen Umfeld statt, sowohl über gehörte Inhalte und Musik, als auch über den Sender an sich. Angesprochen wird ein Chatgespräch im Freundeskreis über die Vor- und Nachteile von Radio ORANGE 94.0 gegenüber Spotify (siehe 7.3) und der Austausch mit Freund*innen, Bekannten und Familienmitgliedern über Musik und andere Programminhalte, sowie über eine eigene Sendungsidee.

Qualität(en) des Freien Radios/Radio ORANGE 94.0

8.1 Programm

Geschätzt wird Radio ORANGE 94.0 für ein „*Programmangebot abseits von dem, was man eh schon kennt, auch dieser wirklich sehr eingeschliffenen kommerziellen Schiene*“ (IP3)

Die Interessen der Interviewpartner*innen bezüglich der Programminhalte von Radio ORANGE 94.0, wie auch die Bewertung dieser, sind dabei sehr unterschiedlich gelagert. So wird ein besonderes Interesse an Sendungen geäußert, die sich mit politischen/feministischen Kämpfen und Menschenrechten auseinandersetzen (konkret angesprochen werden etwa, wie oben angemerkt, die Sendungen von Zoraida Nieto). Neben dem inhaltlichen Interesse wird dabei auch der ganz konkrete Bezug zu eigenen Alltagserfahrungen angesprochen. Auch das Thema Umwelt wird hervorgehoben, konkret die Sendung Open Up. Geschätzt werden auch Formate wie ‚radia‘ (Radiokunst), die „zum genaueren Hinhören“ einladen.

Neben besonderen Interessen, die das Programm von Radio ORANGE 94.0 erfüllt oder anregt, wird in einem der Interviews auch die Ablehnung bestimmter Programminhalte angesprochen, etwa wenn diese im Rahmen der eigenen Interessen/Erfahrungen „keine Bedeutung“ haben (z.B. queer-/feministische Sendungen) oder als zu radikal empfunden werden („altstalinistische Denkweisen“). In einem anderen Interview wird Kritik auf der strukturellen Ebene geäußert, etwa wenn Sendungen auf eine „cis-weiß-männliche“ Sichtweise beschränkt sind. Hier wird zudem der Wunsch geäußert, Sendungen im Programm von Radio ORANGE 94.0 mit einer Trigger-/Inhaltswarnung zu markieren, etwa wenn Inhalte oder Grundstimmungen potentiell belastend oder re-/traumatisierend sein können. Neben diesen Formen der Kritik spielt auch die Tagesverfassung oder Stimmung eine Rolle bei der Wahrnehmung und Bewertung des Programms von Radio ORANGE 94.0.

„[W]enn ich von einem Thema zuviel habe, dann schalte ich weg, aber wenn nicht, bin ich auch wirklich offen, was jetzt grad läuft, kann ja auch alles interessant sein, über Putzschwämme zum Beispiel“ (IP3)

8.2 Musik

Musik macht einen hohen Anteil im Programm von Radio ORANGE 94.0 aus und wurde von allen Interviewpartner*innen in der ein oder anderen Weise besonders positiv hervorgehoben. Geschätzt wird das Musikprogramm (Musiksendungen, non/random order, sowie Musik als gestalterisches Element) für seine Vielfalt, Innovation und die Möglichkeit, ohne Werbeunterbrechungen Musik hören zu können. Mehrfach wird das Entdecken unbekannter und „diverser“ Musik als besonderes (Alleinstellungs-)Merkmal von Radio ORANGE 94.0 angesprochen. Sowohl die Musikauswahl innerhalb von Sendereihen, als auch jene des Senders. ‚Random Order — o94 Musik‘ (Bernhard Staudinger) wird mehrfach besonders positiv hervorgehoben. In Bezug auf letztere wird vorgeschlagen, die einzelnen Playlists ggf. noch stärker auch zwischen Tageszeiten durchzumischen, um das große Repertoire voll auszuschöpfen. Geschätzt wird neben dem Aspekt, neue Musik zu entdecken und nicht immer ‚das Gleiche‘ (Mainstream-Musikprogramm kommerzieller Sender) hören zu müssen auch das Fehlen von Werbeunterbrechungen, was das Hörvergnügen noch steigere.

„[D]ie vom Bernhard, [...] die Musik zwischen den Sendungen, das ist wirklich erstaunlich, wo er die viele gute Musik hernimmt“ (IP4)

„[W]eils nichts ist, was man sonst so hört, also wenn man im Bus fährt oder so [...] ist halt oft Ö3 im Hintergrund [...] und da kennt man eh alles schon rauf und runter, das ist immer die selbe Schiene halt, und das ist bei denen, bei Orange in dem Fall, nicht so, das sind Leute, von denen ich nie was gehört hab, die schau ich oft daheim erst im Google nach, ist das jetzt eine Gruppe, ist das ein Einzelner, wer war das, was macht der für Musik [...] das find ich ganz, auch ganz nett [...] sind oft wirklich schöne Anregungen dabei“ (IP3)

„Zum Beispiel Ö3 oder Radio Niederösterreich, ist keine Kritik, nicht, aber bei Radio Orange kann man manchmal Musik hören, nicht, ohne Werbung, ja, und das ist für mich viel schöner, nicht, als wenn man, man hört eine Musik und dann wieder eine Werbung“ (IP2)

Das aktuelle Musikprogramm wird auch als das Ergebnis einer positiven Weiterentwicklung des Senders gesehen. Früher habe es anteilmäßig insgesamt weniger Musik gegeben und zudem weniger Auswahl.

„[I]mmer die gleichen Bänder [...], also da hat man sich am Anfang nicht sehr viel Gedanken gemacht, glaub ich, und das hat sich natürlich auch positiv verändert, nicht, also grad durch den Bernhard, wie gesagt, und auch sonst“ (IP4)

Konkret hervorgehoben und wertgeschätzt werden im Rahmen des Programms von Radio ORANGE 94.0 bestimmte Musiksendungen bzw. Radiomachende (etwa Monikas musikalische Reise, Kathrins Klangschiene, Betty de la Cruz, Michael Fischer), aber auch die Art und Weise, wie in verschiedenen Sendungen Musik als gestalterisches Element eingesetzt wird, etwa wenn in einer Sendung zu feministischen Kämpfen in Lateinamerika begleitend Protestlieder (El violador eres tú) und Musik aus der Region gespielt wurden.

8.3 Qualitäten/Eigenschaften

Im Rahmen der Fragebogenerhebung wurden die befragten Hörer*innen um ihre Einschätzung, inwieweit bestimmte Qualitäten/Eigenschaften des Freien Radios bei Radio ORANGE 94.0 erfüllt sind, gebeten (siehe Kap. IV/3.3). Zu diesen Qualitäten gehören: Unabhängige, kritische Berichterstattung, Vielfalt an Meinungen und Perspektiven, Gegen Diskriminierung, Werbefreiheit, Teilhabe an medialer Öffentlichkeit für unterrepräsentierte Positionen und Communities, Mehrsprachigkeit, Transparente Organisationsstrukturen, Möglichkeit zur Beteiligung, Politischer Aktivismus, Aufgreifen (tages-)aktueller Themen, Reflexion und Innovation.

In den Interviews wurden diese Eigenschaften nicht durch die Gesprächsführung direkt abgefragt, sondern sie dienten innerhalb des Kodierschemas der Analyse als Kategorien, unter denen bestimmte Aussagen zusammengefasst wurden. Zugleich wurde jedoch versucht, die von den Interviewpartner*innen gezogenen Zusammenhänge und Einschätzungen zwischen diesen Eigenschaften explizit herauszuarbeiten. Alle Interviewpartner*innen sind mit dem Begriff des Freien Radios vertraut und fast alle hören Radio ORANGE 94.0, weil es ein Freies Radio ist. Informiert wird darüber sowohl über die Website des Senders, als auch im Mantelprogramm zur vollen Stunde. Letzteres wurde auch in einem der Interviews angesprochen.

In Bezug auf die Qualitäten von Radio ORANGE 94.0 als Freiem Radio wurde mehrfach die Bedeutung und Relevanz der **Vielfalt von Meinungen und Perspektiven** und damit zusammenhängend der **unabhängigen Berichterstattung** von Radio ORANGE 94.0 im Vergleich zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Radio- und Fernsehsendern hervorgehoben. Besonders geschätzt wird von den Interviewpartner*innen, über Themen informiert zu werden, über die im öffentlich-rechtlichen Radio oder Fernsehen nicht berichtet werde, sowie die Vielfalt an verschiedenen Meinungen, die einen besseren Überblick ermögliche, und ein „*viel kreativere[r], freiere[r] oder zugangserweiternde[r] Blick*“ (IP3)

Als problematisch wird diese Vielfalt in einem der Interviews eingeschätzt, wenn es um ‚radikale Denkweisen‘ geht (z.B. „fanatischer“ Tierschutz). Positiv hervorgehoben wird sie dagegen mehrfach auch in Bezug auf **marginalisierte Gruppen und Communitys** und, damit zusammenhängend, die Bedeutung von Radio ORANGE 94.0 als Diskursraum, in dem diese „*Stimme[n] hörbar*“ (IP2) gemacht werden, angesprochen. Hier wird Vielfalt als Erweiterung der eigenen Perspektive und Zugang zu anderen Erfahrungs-/Lebenswelten, aber auch als politischer Akt gewertet und geschätzt.

„*[D]ass ich zum Beispiel Sachen also erfahre, über über die man zum Beispiel in Österreich 1 nichts erfährt [...] also eine Sendung, die ich sehr geschätzt habe [...] die es letztthin gegeben hat, das war zur Ramadan-Zeit diese Ramadan-Sendungen in der Nacht [...], das hat mir irrsinnig gut gefallen, als Zeichen, als Gestik, angesichts dieser massiven Anti-Islam-Hetze, die da allgegenwärtig ist*“ (IP4)

Ein weitere Qualität des Freien Radios, die in diesem Zusammenhang mehrfach besonders hervorgehoben wird, ist jene der **Mehrsprachigkeit**. So wird die Möglichkeit, auf Radio ORANGE 94.0 Sendungen in der eigenen Erst-/Muttersprache zu hören, besonders geschätzt.

„[W]eil ich finde, so hat man den Eindruck, man ist nicht allein, nicht [...] wenn man hört die Muttersprache und was sie reden und was sie erzählen, man fühlt sich in diesem Moment, ich bin zuhause, sozusagen“ (IP2)

Mehrsprachigkeit ist jedoch nicht nur in Bezug auf die eigene Erst-/Muttersprache ein Thema, sondern wird von fast allen Interviewpartner*innen als bereichernder Aspekt des Programms von Radio ORANGE 94.0 angesprochen — auch dann, wenn die Interviewpartner*innen die gehörten Sprachen selbst nicht sprechen. In diesem Zusammenhang wird in einem der Interviews die Überpräsenz englischsprachiger Sendungen kritisiert, die in den letzten Jahren zugenommen habe, während früher mehr Wortsendungen in verschiedenen Sprachen im Programm von Radio ORANGE 94.0 zu hören gewesen seien.

„Ich hab [...] das Gefühl, ich bin auf FM4, zum Beispiel drei, vier Sendungen hintereinander nur in englischer Sprache, also das ist schon ein bisschen, das hat nichts [...] mit Multilingualität zu tun“ (IP4)

Dass Radio ORANGE 94.0 **keine kommerzielle Werbung** sendet, wird von allen Interviewpartner*innen positiv hervorgehoben. Die Möglichkeit, das (Musik-)Programm ohne Unterbrechung hören zu können, wird als Vorteil gegenüber anderen Radiosendern, aber auch anderen Medien allgemein gewertet.

Ein weiterer zentraler Aspekt, der das Freie Radio grundlegend ausmacht, ist die Möglichkeit, sich in unterschiedlicher Weise an der Programmgestaltung zu beteiligen. Radio ORANGE 94.0 bietet hier etwa eine Reihe von Workshops an und stellt technisches Equipment für die Sendungsproduktion zur Verfügung. **Partizipation**, die Möglichkeit, eigene Sendungen zu gestalten, wird als positiv und „bemerkenswert“ angesprochen. Auch die Möglichkeit, sich über Call-In Formate in das Radioprogramm einzubringen, wird in einem der Interviews als positiv gewertet (allgemein im Radio, nicht nur auf Radio

ORANGE 94.0 bezogen), da sie Einblicke in „einen anderen Hörwinkel“ (IP3) ermöglichen. Aktiv in Anspruch genommen wurden die Beteiligungsangebote von Radio ORANGE 94.0 bisher jedoch nur von einer der vier Interviewpartner*innen (in Form des Grundkurses Freies Radio). Dennoch hat dieses Potential alle bereits in unterschiedlicher Weise zu Überlegungen angeregt, wie die eigene Sendung aussehen könnte und in einem Fall sogar dazu, konkret die Einreichung einer Sendereihe zu planen (siehe 3.2). Der prinzipiell offene Zugang zur Sendungsgestaltung bei Radio ORANGE 94.0 wird jedoch auch ohne eigene Ambitionen bzgl. Radiomachens aus der Hörer*innen-Perspektive geschätzt.

„Diese Vielfalt, diese Buntheit, diese Nicht-so-Professionalität, das es a bissl locker ist, dass a bissl Fehler vielleicht passieren, die anderswo nicht passieren [...] das ist, manchmal ists ja ganz lustig, nicht“ (IP4)

Diese „Nicht-so-Professionalität“ wird auch im durch den Fragebogen erhobenen Feedback mehrfach wertschätzend angesprochen (siehe 6.1). Dass Radio ORANGE 94.0 als Freies Radio notwendigerweise *politisch* ist, zieht sich implizit durch viele der oben genannten Aspekte. **Politischer Aktivismus** als geschätzte Qualität von Radio ORANGE 94.0 wird in einem der Interviews explizit angesprochen, in Bezug auf linke und aktivistische Sendungen als begleitende Nachrichten zum eigenen (Links-)Aktivismus.

8.4 Zukunft Radio

Auch über das Radio als besonderes Medium, sowohl allgemein, als auch im Kontext Freier Medien, wurde in den Interviews gesprochen. Es wurden sowohl Besonderheiten des Mediums beschrieben, als auch damit zusammenhängend über Zukunftsperspektiven reflektiert. Radio wird als Medium beschrieben, das als besonders zugängliches Medium gewisse Vorteile gegenüber anderen Medien bietet — *„weil man es wirklich so auch so nebenbei hören kann, man kann was anderes machen, mit den Augen, mit den Händen, das ist beim Video schauen schonmal schwer [...] beim Radio hat man ein Sinnesorgan frei sozusagen, das ist ein Pluspunkt“* (IP3)

Diese Einschätzung korrespondiert auch mit dem Umstand, dass fast alle der Interviewpartner*innen Radio ORANGE 94.0 während anderer Tätigkeiten im Hintergrund laufen lassen, um — je nach Interesse oder Stimmung — zwischen passivem und aktivem Zuhören wechseln zu können. Auch in Bezug auf die inhaltliche Ebene wird Radio (im Kontext Freier Medien) als besonderes Medium wertgeschätzt, in einem der Interviews durch den Satz „*Radio hat Seele, Spotify nicht*“ (IP1) umschrieben.

„[D]ass da Menschen dahinter stecken, die quasi mit Leidenschaft das Programm zusammenstellen und wenn du auf Spotify gehst und auf Shuffle drückst oder [...] deine Discover Weekly Playlist oder so hörst, dann ist da nur ein Algorithmus dahinter oder irgendwelche KIs die dich versuchen zu kennen [...] Radio ist einfach menschlicher als Spotify“ (IP1)

Was die Zukunftsperspektiven von Radio ORANGE 94.0 anbelangt, wird von mehreren Interviewpartner*innen — mit Blick auf gegenwärtige Verhältnisse — eine gewisse Besorgnis hinsichtlich der prekären politischen und finanziellen Situation Freier Radios bzw. Freier Medien allgemein geäußert. Konkret angesprochen werden dabei politische Stimmungsmache gegen Minderheiten und die finanziellen Herausforderungen für die Freie Szene.

„[K]eine geregelten Einkommen, [...] keine millionenschweren Werbekunden, wie soll sich denn das ausgehen, also da bin ich sowieso skeptisch, andererseits hat mich ja, wie gesagt, die Vergangenheit ja widerlegt [...] weiß ich gar nicht, wie alt Radio Orange ist, sagen wir mal Jahre, das hätte ich der Szene eigentlich nicht zugetraut, nicht in dem System, in dem wir leben, aber es funktioniert irgendwie und das verblüfft mich, es erstaunt mich, aber es tröstet mich auch ein bisschen, weil offensichtlich ist es doch möglich“ (IP3)

Hörer*innen als Akteur*innen

9.1 „Kennlerngeschichten“ Radio ORANGE 94.0

In den Interviews wurde nach den ‚Kennlerngeschichten‘ mit Radio ORANGE 94.0 gefragt. Sie geben einen kleinen Einblick in die Art und Weise, wie Radio ORANGE 94.0 im Alltag potentieller Hörer*innen ‚auftaucht‘ und welche Qualitäten im Falle der Interviewpartner*innen zur längerfristigen Nutzung von Radio ORANGE 94.0 geführt haben — fast alle hören seit mehreren Jahren und wöchentlich bis täglich Radio ORANGE 94.0, in einem Fall seit etwa einem halben Jahr und im monatlichen Rhythmus. Wie oben angesprochen, ist politischer Aktivismus ein Überschneidungsbereich mit dem Sender. So wird in einem der Interviews der erste mehr oder weniger unmittelbare Kontakt mit dem Sender im Rahmen der Pride in Wien bzw. generell im Kontext von Demonstrationen verortet. Dort sei Radio ORANGE 94.0 etwa durch die Berichterstattung Gerhard Kettlers präsent gewesen, über den in weiterer Folge ‚ANDI — der alternative Nachrichtendienst‘ entdeckt wurde. Auch der Austausch im sozialen Umfeld spielt eine Rolle in Bezug auf die Präsenz von Radio ORANGE 94.0 im Alltag von (potentiellen) Hörer*innen. So wird in einem anderen Interview davon erzählt, den Sender vor einigen Jahren über eine Bekannte kennengelernt zu haben und als Gast in eine Sendung von Radio ORANGE 94.0 eingeladen worden zu sein, um in einem kurzen Interview den eigenen Kulturverein vorzustellen. Dies führte zum Kennenlernen sowohl einiger Team-Mitglieder von Radio ORANGE 94.0, als auch anderer Freier Radios in Ober- und Niederösterreich. In wieder einem anderen Interview wurde ein Aufruf von Radio ORANGE 94.0 in der Bezirkszeitung genannt, wobei Radio ORANGE 94.0 zu diesem Zeitpunkt als Begriff bereits „diffus vorhanden“ gewesen sei (dies wird von mehreren Interviewpartner*innen angesprochen). In diesem Fall sei der Sender aufgrund des „erstaunlichen“ Konzepts, einen offenen Zugang zum Mitmachen zu bieten, in besonderer Erinnerung geblieben und in weiterer Folge gelegentlich wieder eingeschaltet worden. In einem weiteren Interview liegt die erste Bekanntschaft mit Radio ORANGE 94.0 bereits über 20 Jahre zurück. Damals habe das Interesse an der Musik von Michael Fischer zu dessen Sendung auf Radio ORANGE 94.0 geführt — und infolge dessen zum langjährigen Hörkonsum verschiedener Programme auf Radio ORANGE 94.0.

9.2 Eigene Ambitionen hinsichtlich Radiomachen

Konkrete Ambitionen, selbst Programminhalte bei Radio ORANGE 94.0 zu gestalten, haben die meisten der Interviewpartner*innen, wie oben angemerkt, nicht. Lediglich eine konkrete Sendungsidee wurde formuliert, hier wurde auch bereits der Grundkurs Freies Radio besucht und der Bekanntenkreis zur Mitarbeit an einer (potentiellen) gemeinsamen Sendereihe animiert. Dennoch hat die potentielle Möglichkeit zur Sendungsgestaltung bei allen Interviewpartner*innen bereits Überlegungen bzw. ‚Tagträumereien‘, wie die eigene Sendung oder gar der eigene Sender aussehen könnte, angeregt. Gründe, diese Ideen nicht zu verfolgen, sind in einem Fall mangelnde finanzielle und zeitliche Ressourcen (zur Gründung eines eigenen Senders in den 1990er Jahren), in einem anderen Fall der Respekt vor der redaktionellen Verantwortung für die Aufbereitung von Sendungsinhalten.

Auch wenn kein aktuelles Interesse an inhaltlicher Programmgestaltung besteht, wurde potentiell Interesse an einer Mitwirkung bei Radio ORANGE 94.0 geäußert, etwa im technischen Bereich, konkret bei der Korrektur kleinerer „Schönheitsfehler“ auf der Website des Senders (z.B. elliptische statt runde Profilbilder der Radiomacher*innen). In einem anderen Interview wurde der Wunsch geäußert, als „externer ehrenamtlicher Berater“ in die Organisation von Radio ORANGE 94.0 einbezogen zu werden. Zuletzt wurde in einem weiteren Interview kein dezidiertes Interesse an der Programmgestaltung genannt, jedoch an einem Einblick in die Medienarbeit von Radio ORANGE 94.0 (bzw. generell von Medien), um ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie diese in der Praxis abläuft.

Fazit

Als Ergänzung zu den Ergebnissen der Fragebogenerhebung in Kapitel IV kann die Analyse einen vertiefenden Einblick in Hörer*innen-Erfahrungen bieten. So wird etwa auch hier deutlich, dass Radio ORANGE 94.0 sowohl über den Webplayer als auch über UKW gehört wird, wobei letzteres offensichtlich viel mit einer gewohnten Geräuschkulisse in den eigenen Wohnräumen bzw. während der Arbeit zu tun hat. Dabei wechseln die Interviewpartner*innen zwischen passivem Hören und aktivem Zuhören, je nach Interesse und/oder Stimmungslage. Von allen Interviewpartner*innen besonders geschätzt wird das Musikprogramm von Radio ORANGE 94.0, sowohl für die Musikauswahl, als auch die Werbefreiheit.

Auch die Mehrsprachigkeit wird von drei der vier Interviewpartner*innen als wichtig/positiv hervorgehoben, unabhängig davon, ob die jeweilige Sprache selbst gesprochen wird oder nicht. Radio ORANGE 94.0 wird in ganz unterschiedlicher Weise im Wechselspiel mit anderen Medien konsumiert. Gegenüber verschiedenen anderen Medien, die in den Interviews angesprochen werden, wird insbesondere die unabhängige Berichterstattung und Vielfalt an inhaltlichen Perspektiven, wie auch an Musik geschätzt. Kritisiert werden einzelne Sendungen/Sendereihen, deren inhaltliche Perspektiven als übertrieben bzw. irrelevant, oder aber als strukturell ausgrenzend eingeschätzt werden. Andere Sendungen/Sendereihen werden wiederum mehrfach positiv hervorgehoben, so etwa Musiksendungen und feministische Sendungen.

Auch geben die Interviews wertvolle Einblicke in die Besonderheit des Publikums Freier Medien. Viele der Hörer*innen von Radio ORANGE 94.0 sind, auch wenn sie nicht als Radiomacher*innen unmittelbar an der Programmgestaltung beteiligt sind, keine passiven Konsument*innen, sondern in vielerlei Hinsicht *aktiv*, wie etwa die vielfältige Reflexion über das Programm von Radio ORANGE 94.0, die Musikrecherche oder die Bereitschaft, in einem Interview von eigenen Hör-Erfahrungen zu erzählen, zeigen.

Quellenverzeichnis

Fürst, Daniela/Huber, Barbara/Kraft, Michael/Nagiller, Juliane/Neuwirth, Pamela/Türk, Jessica/Vojvoda/Wahl, Andreas (2014), *Hörer/innen und Qualitätsstudie zur strategischen Programmentwicklung im nichtkommerziellen Rundfunk*. Linz: Freier Rundfunk Oberösterreich GmbH. URL: <https://www.fro.at/hoererinnen-und-qualitaetsstudie/> (Studie zum PDF-Download)

Hudelist, Andreas/Wieser, Matthias (2021), *Freies Radio in Kärnten. Eine explorative Studie von Radio AGORA und seinen Hörer*innen*. Klagenfurt: Drava Verlag. URL: <https://www.agora.at/news/detail/unsere-studie-ist-nun-online> (Studie zum PDF-Download, zuletzt aufgerufen am 16.03.21)

King, Gretchen (2015), Hearing community radio listeners: A storytelling approach for community media audience research, in: *Participations. Journal of Audience & Reception Studies* 12 (2), 121-146.

Mörth, Ingo/Gusenbauer, Michaela/Vojvoda, Alexander/Tremetzberger, Otto (2011), Der dritte Mediensektor in Oberösterreich. *Eine Reichweiten- und Potenzialanalyse Freier Radios & TV-Sender*. Linz: Freier Rundfunk Oberösterreich GmbH. URL: <https://www.fro.at/reichweiten-und-potenzialanalyse/> (Studie online einsehbar, zuletzt aufgerufen am 28.10.2020)

ORANGE 94.0 (2011), *Leitbild*. URL: <https://o94.at/de/about/leitbild> (Leitbild zum PDF-Download, zuletzt aufgerufen am 15.11.2020)

Peissl, Helmut/Seethaler, Josef (2020), *Public Value des nichtkommerziellen Rundfunks. Eine Untersuchung im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR), des forums journalismus und medien wien (fjum) und der Österreichischen Akademie der Wissenschaften*. Wien: RTR-GmbH. URL: <https://www.rtr.at/de/inf/StudiePublicValue-2020> (Studie online einsehbar, zuletzt aufgerufen am 10.11.2020)

Przyborski, Aglaja/Schaffar, Andrea/Slunecko, Thomas (2014), *Zwischen Basisdemokratie und neuen Medienvisionen. Radio hören und Radio machen bei ORANGE 94.0*. URL: [o94.at/wp-content/uploads/Zwischen-Basisdemokratie-und-neuen-Medienvisionen.pdf](https://www.orange94.at/wp-content/uploads/Zwischen-Basisdemokratie-und-neuen-Medienvisionen.pdf) (Studie zum PDF-Download)

Radio Marketing Service Austria (o.D.), *Allgemeines zum Radiotest*, URL: <https://rms-austria.at/mediaservice/radiotest> (zuletzt aufgerufen am 09.11.2020)

Schreier, Margrit (2013), Qualitative Content Analysis, in: Flick, Uwe (Ed.), *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks: SAGE, 170-183.

Verein Freies Radio B138 (2017) *Der Beitrag von nicht-kommerziellem Rundfunk auf die Regionalentwicklung im ländlichen Raum*, URL: <https://www.radiob138.at/index.php/projekte/abgeschlossen/item/502-studie-der-beitrag-von-nicht-kommerziellem-rundfunk-auf-die-regionalentwicklung-im-laendlichen-raum> (Studie zum PDF-Download)