

DER ÖSTERREICHISCHE FREIE RUNDFUNK IN DER COVID19-PANDEMIE.

Forschungsbericht.

Katharina Biringer

Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Universität Klagenfurt (CMC)

Wien, Dezember 2022





Impressum

Der vorliegende Forschungsbericht präsentiert die Ergebnisse einer Studie zum österreichischen Freien Rundfunk in der Corona-Pandemie. Die Studie wurde als Corona-Projekt von Katharina Biringer im Rahmen ihrer Tätigkeit als Junior Scientist am Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Universität Klagenfurt durchgeführt. Es wurden keinerlei weiteren finanziellen Mittel verwendet.

Herausgeber & Reihe

Forschungsberichte des Instituts für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Universität Klagenfurt, Nr. 15.

Zitationshinweis

Biringer, K. (2022). Der österreichische Freie Rundfunk in der Covid-19-Pandemie. CMC Forschungsbericht 15. Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften.

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	4
TABELLENVERZEICHNIS	4
KURZFASSUNG	5
EINLEITUNG	6
1. THEORETISCHER HINTERGRUND: DER FREIE RUNDFUNK IN ÖSTERREICH	10
2. DAS METHODENDESIGN	12
2.1. Programmanalyse	12
2.2. Experteninterviews	17
2.3. Qualitative Inhaltsanalyse	19
3. ERGEBNISSE DER PROGRAMMANALYSE	23
3.1. Allgemeine Ergebnisse	23
3.2. Die Ergebnisse im Detail	25
3.2.1. Umfang des Programms	25
3.2.2. Stilform	26
3.2.3. Makro-, Meso- und Mikroebene	30
3.2.4. Inhaltliche Schwerpunkte	32
3.2.5. Vielfalt im Programm	36
3.2.6. Kritik und Dramatisierung im Programm	39
3.2.7. Analyse der Akteur*innen	41
4. ERGEBNISSE DER QUALITATIVEN EXPERTENINTERVIEWS	42
4.1. Allgemeine Ergebnisse	42
4.2. Die Ergebnisse im Detail	50
4.2.1. Änderungen im Betrieb	50
4.2.2. Digitalisierung durch die Pandemie	54
4.2.3. Auswirkungen auf das Programm	57
4.2.4. Inhaltliche Schwerpunkte im Programm	63
4.2.5. Vielfalt im Programm	66
4.2.6. Funktionen	70
4.2.7. Einschätzung der Ebenen	75
4.2.8. Umgang mit gegensätzlichen Meinungen	77
4.2.9. Kritik und Dramatisierung im Programm	80
5. ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT	81
LITERATUR	89
ZUR AUTORIN	92

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Beispiel Untersuchungsmaterial, Radiofabrik_KW15_05.....	14
Abbildung 2 Beispiel Untersuchungsmaterial, Okto_KW16_08.....	14
Abbildung 3 Auswertungsmaske in MaxQDA.....	20
Abbildung 4 Code-Relationen innerhalb des Übercodes "Auswirkungen auf das Programm"	21
Abbildung 5 Code-Relationen zwischen den Übercodes "Betrieb im Sender in der Pandemie" und "Auswirkungen auf das Programm"	22
Abbildung 6 Übersicht der Memos in MaxQDA (Ausschnitt)	23
Abbildung 7 Anteil der Beiträge pro Sender am Material	25
Abbildung 8 Anteil der Beiträge pro Kalenderwoche am Material	26
Abbildung 9 Verteilung der Beiträge auf die Sozialebenen	31
Abbildung 10 Code-Relationen des Codes "Veränderung im Betrieb durch Corona"	44
Abbildung 11 Codewolke	46
Abbildung 12 Verbindungen zwischen den Übercodes	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Auflistung aller Übercodes	20
Tabelle 2 Anteil des Programms am Material pro Sender.....	24
Tabelle 3 Material aus FROzine pro KW.....	27
Tabelle 4 Material aus Der Widerhall pro KW.....	27
Tabelle 5 Material aus Frequently Asked Questions pro KW.....	27
Tabelle 6 Material aus ANDI pro KW	28
Tabelle 7 Anteil pro Stilform am Material	28
Tabelle 8 Anteil pro Produktionsform am Material	29
Tabelle 9 Sprachen, Anteil am Gesamtmaterial	30
Tabelle 10 Sozialebenen, Anteil am Gesamtmaterial	31
Tabelle 11 Lokaler Bezug pro Sender in absoluten Zahlen	32
Tabelle 12 Regionaler Bezug, Anteil am Gesamtmaterial	32
Tabelle 13 Einbindung des Publikums, Anteil am Gesamtmaterial	37
Tabelle 14 Häufigkeit einer Vielfaltsvariable im Gesamtmaterial.....	38
Tabelle 15 Häufigkeit des Codes "Non-Mainstream".....	38
Tabelle 16 Bezüge auf andere Länder in absoluten Zahlen.....	39
Tabelle 17 Berichterstattung aus dem Ausland; Anteil am Gesamtmaterial	39
Tabelle 18 Anteil an Dramatisierungen im Gesamtmaterial	40
Tabelle 19 Kritikfunktion, Anteil am Gesamtmaterial	40
Tabelle 20 Verwendung von Zahlen und Statistiken, Anteil am Gesamtmaterial.....	41
Tabelle 21 Codes und Codierungen pro Übercode	43
Tabelle 22 Die häufigsten vergebenen Codes (qual. Inhaltsanalyse)	45
Tabelle 23 Codes mit den meisten Code-Relationen	47
Tabelle 24 Die häufigsten Code-Relationen.....	49
Tabelle 25 Themennennungen nach Häufigkeit (qual. Inhaltsanalyse)	64
Tabelle 26 Codierungen zu "Vielfalt im Programm"	67
Tabelle 27 Erwähnte Funktionen pro Transkript (ja = 1, nein = 0).....	71

Kurzfassung

Mit dem Ausruf des ersten österreichweiten Lockdowns am 16. März 2020 durch die österreichische Bundesregierung kam das gesellschaftliche Leben in weiten Teilen zum Erliegen. Eine besonders wichtige Rolle nahmen in dieser Zeit die Medien ein, denn als demokratische Instanz haben sie die Aufgabe die Bevölkerung über aktuelle Geschehnisse zu informieren, aufzuklären und Sachverhalte einzuordnen (vgl. Maurer et al. 2021: 55; Meier 2018: 224ff.). Die österreichische Bevölkerung erwartete sich vor allem das Aufklären von Desinformationen, die Motivation von Menschen zur Hilfeleistung für besonders betroffene Personen und das Bieten einer Plattform für Wissenschaft und Forschung von den Medien (vgl. Eberl et al. 2020). Tatsächlich aber waren sie im deutschsprachigen Raum, vor allem zu Beginn der Pandemie, mit Kritik aus der Kommunikationswissenschaft konfrontiert (vgl. Brost & Pörksen 2020; Gordeeva 2020; Haller 2020; Jarren 2020; Meier 2020; Meier & Wyss 2020; Russ-Mohl 2020; Schatz 2020): Die Berichterstattung sei zu einseitig, zu regierungsnah, zu unkritisch. Nicht mitbedacht wurden dabei die zahlreichen nichtkommerziellen Anbieter, die in Österreich auch unter der Bezeichnung Freier Rundfunk bekannt sind.

Davon ausgehend möchte diese Untersuchung einen Beitrag dazu liefern, den Umgang des österreichischen Freien Rundfunks mit der Pandemie zu beleuchten. Wie erging es den Sendern mit der neuen Situation? Wo traten Herausforderungen auf? Wurden auch Chancen gesehen? Welche Auswirkungen hatte die Pandemie auf das Programm? Trifft die geäußerte Kritik auch auf das Programm des nichtkommerziellen Rundfunks zu?

Um diese Fragen zu beantworten wurde ein Methodenmix gewählt: In einem ersten Schritt wurden auf den Homepages der Sender online auffindbare Sendungen mit einem Corona-Schwerpunkt mittels quantitativer Inhaltsanalyse untersucht. Es wurden zwei rund 10 Monate auseinanderliegende Untersuchungszeiträume von neun (Jahr 2020) und sieben (Jahr 2021) aufeinanderfolgenden Wochen gewählt, in denen 543 Fälle erhoben wurden. Die analysierte Stichprobe lag bei 475 Fällen. Auf Basis der Ergebnisse wurden Experteninterviews mit den Programmkoordinator*innen von acht der zum damaligen Zeitpunkt noch 17 nichtkommerziellen Sender geführt. Sie wurden mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet.

Die Ergebnisse zeigen, dass die geäußerte Kritik nicht auf sie zutrifft. Das liegt vor allem an ihrem klar anderen organisatorischen Aufbau, ihren rechtlichen Pflichten und an ihrem eigenen Selbstverständnis. Die Sender blieben ihrem Selbstverständnis in weiten Teilen treu, auch wenn sich vielfältige durch die Pandemie ausgelöste Veränderungen im Betrieb des Senders und im Programm ereigneten, die sie vor neue Herausforderungen stellten. Besonders hervorgehoben sei an dieser Stelle die große Rolle, die digitale Technik im Sendealltag spielte. Digitale Kommunikationsmittel ermöglichten den Kontakt zu den ehrenamtlichen Sendungsmachenden, aber auch zu anderen nichtkommerziellen Sendern. Neue Formate entstanden, die ohne die Flexibilität der Sender und die technische Infrastruktur nicht möglich gewesen wären. Eine weitere Forcierung des Ausbaus der digitalen Infrastruktur, wie dies z.B. aktuell im AURA-Projekt (AURA o.J.; Weish & Trattnig 2021) umgesetzt wird, kann als für die Zukunft des Sektors nicht hoch genug geschätzt werden.

Der österreichische Freie Rundfunk in der Covid-19-Pandemie

Einleitung

Am 16. März 2020 verkündete der damalige Bundeskanzler Sebastian Kurz gemeinsam mit dem ehemaligen Gesundheitsminister Rudolf Anschober den ersten österreichweiten Lockdown. Diese Situation war für den Großteil der Bevölkerung genauso neu wie die Pandemie selbst, weshalb die Menschen von großer Unsicherheit geplagt ein starkes Informationsbedürfnis hatten (vgl. Meier & Wyss 2020). Die Medien erweisen sich hier als besonders systemrelevant, denn sie sind es, die informieren und mit ihren Informationen in dieser heiklen Situation auch den die Wahrnehmung Pandemie und ihren Verlauf mitbeeinflussen können (vgl. Maurer et al. 2021: 55).

Vor allem zu Beginn der Pandemie gab es im deutschsprachigen Raum vonseiten mehrerer Kommunikationswissenschaftler*innen viel Kritik am Umgang des Journalismus mit der Pandemie (vgl. Brost & Pörksen 2020; Gordeeva 2020; Haller 2020; Jarren 2020; Meier 2020; Meier & Wyss 2020; Russ-Mohl 2020; Schatz 2020). Diese Kritik fußt in den meisten Fällen auf keinerlei empirischer Basis. Das ist zum einen aufgrund des frühen Erscheinens der Artikel in der Pandemie erklärbar. Andererseits wurden die Beiträge auch nicht in wissenschaftlichen Zeitschriften publiziert, sondern waren meist Kommentare und Interviews in journalistischen (Online-)Zeitungen und Zeitschriften. Die geübte Kritik lässt sich folgendermaßen zusammenfassen:

- Starke Dramatisierung der Berichterstattung: Es werde eine „Angst- und Drohkulisse“ (Gordeeva 2020) aufgeblasen und „Schnappatmungs-Journalismus“ (Brost & Pörksen 2020) betrieben.
- Kaum bis keine Berichterstattung „über den Tellerrand“ (Haller 2020; Jarren 2020) hinaus: Hintergrundstorys und Vertiefungen kommen genauso zu kurz wie Berichte über den Umgang anderer Länder mit der Pandemie.
- Keine bzw. falsche Interpretation und Kontextualisierung von Zahlen und Statistiken
- Mängel bei journalistischen Grundfertigkeiten: Ungenaue Quellenangaben, die Verbreitung von Falschmeldungen und mangelnde einordnende und klärende Berichterstattung werden kritisiert.
- Aufbau eines „Expertenmonopols“ (Brost & Pörksen 2020; Jarren 2020; Schatz 2020): Es treten immer dieselben Personen als Experten auf. Wissenschaftler*innen werden als „unfehlbar“ (Meier & Wyss 2020) dargestellt.
- Kaum Kritik an den Regierungsmaßnahmen, keine Distanz: „Regierungskonforme Durchhalteparolen“ (Haller 2020) und eine unreflektierte 1:1 Wiedergabe der Aussagen von Politiker*innen wird häufig beobachtet.

Empirische Untersuchungen zur medialen Berichterstattung in der Corona-Pandemie

Empirische Untersuchungen der medialen Berichterstattung folgten im deutschsprachigen Raum schon bald. Sie erschienen auch außerhalb des DACH-Raumes (s. u.a. Mach et al. 2021; Ng et al. 2021; Poirier et al. 2020), aber da sich die genannte Kritik auf die mediale Berichterstattung im deutschsprachigen Raum, meist auf Deutschland, bezieht, und der österreichische

nichtkommerzielle Rundfunk Untersuchungsgegenstand ist, liegt der Blick auf diesen spezifischen geografischen Raum.

Gewiss eine der ersten erschienen Studien veröffentlichte das Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) (Eisenegger et al. 2020) der Universität Zürich. Meier (2020) bezieht sich in seinem Artikel auf diese Studie, gleicht die Ergebnisse mit den in Meier & Wyss (2020) genannten Defiziten der medialen Berichterstattung ab und kommt zu dem Schluss, dass die Studie ihre Kritik in weiten Teilen bestätigt.

Auf einer automatisierten und manuellen Inhaltsanalyse basierend, beurteilt die Studie die Schweizer Berichterstattung an sich „trotz klarer Mängel tendenziell positiv“ (Eisenegger et al. 2020: 21). Dieses Fazit kann für die meisten hier vorgestellten Studien geltend gemacht werden. Häufig wird festgestellt, dass die Anfangsphase der Pandemie in einigen Belangen anders verlief, als im weiteren Verlauf. Degen (2021: 126) nennt diese erste Phase der Pandemie die „Phase der Schockstarre“ (Kursivsetzung im Original). Die geäußerte Kritik scheint daher für die bis zur Veröffentlichung der Kommentare bekannten medialen Berichterstattung gerechtfertigt.

So nimmt die Themenvielfalt im Laufe der Zeit zu, die Perspektive weitet sich. Ebenso kann in den meisten Studien kein Expertenmonopol nachgewiesen werden. Eisenegger et al. (2020: 10ff.) und Maurer et al. (2021: 57f.) weisen jedoch einen klaren Fokus auf Personen mit Expertise im Feld der Medizin nach. Das ist genauso einseitig, wie die häufige Präsentation von Zahlen ohne Kontextualisierung und Interpretation (vgl. Eisenegger et al.: 20f.; zu Zahlen und Statistiken auch: Maurer et al. 2021: 33ff.). Wissenschaftliche Prognosen werden in den meisten Fällen als sicher eintreffend dargestellt (vgl. Maurer et al. 2021: 40f.). Damit wurde der unsichere Charakter von Prognosen, vor allem bei einem derart komplexen Thema, außen vorgelesen und die Wissenschaft als unfehlbar dargestellt.

Degen (2021: 127) stellt in deutschen Politiktalkshows fest, dass sehr wohl immer dieselben Wissenschaftler*innen, meist Virolog*innen, und Politiker*innen eingeladen werden, die „sich [...] – von der kaum eingeladenen Opposition unwidersprochen – über Zustandsbeschreibungen und Agenden die Bälle zuspielten“. In dieselbe Kerbe schlagen Gräf & Hennig (2022: 10-13), die einerseits einen starken Fokus auf Politiker*innen als Gäste feststellten. Andererseits äußert sich die mangelnde Distanz zu politischen Entscheidungen durch die äußerst selten vorkommenden kritischen Stimmen gegenüber den Maßnahmen (vgl. ebd.). Während der Untersuchungszeitraum in Gräf & Hennig (2020: 21) März bis Mai 2020 umfasste, untersuchten die beiden Autoren in Gräf & Hennig (2022) das gesamte Jahr 2020. Ihre Beobachtung deckt sich daher nicht mit Eiseneggers et al. (2020: 17-20). Denn laut ihnen nehmen die Medien nach der Anfangsphase ihre Kritik- und Kontrollfunktion größtenteils wahr. Dennoch bleibt die Kritik bestehen, dass sie in sensiblen Phasen, wie bei der Vorbereitung des Lockdowns, zu unterstützend und regierungsnah, ergo zu unkritisch darüber berichteten (vgl. ebd.: 17-20). Es konnte auch nur in 5,6% der untersuchten Fälle eine einordnende Hintergrundberichterstattung nachgewiesen werden (vgl. Eisenegger et al.: 20).

Problematisch gesehen wird, dass die starke Perspektive auf die Pandemie andere Themen aus den Medien verdrängt, wie beispielsweise die Klimakrise, die bis zum Ausbruch an

sich vorherrschende Thema war und massiv an Aufmerksamkeit einbüßte (vgl. Degen 2021: 128; Eisenegger et al. 2020: 22; Krug et al. 2021).

Gräf & Hennig (2020; 2022) untersuchten die beiden Sonderformate *ARD Extra – Die Coronalage* und *ZDF Spezial* auf spezifische Inszenierungsstrategien und Narrative hin. Sie stellten dabei fest, dass die Inszenierung der Beiträge dem Krisennarrativ folgt. Das heißt, dass mittels Musik, visuellen Effekten und rhetorischen Mitteln die gezeigten Bilder, die an sich bereits auf eine Krise hindeuten, man denke an leergeräumte Regale und tagsüber geschlossene öffentliche Einrichtungen, so inszeniert werden, dass sie eindeutig auf eine Krise hinweisen (vgl. Gräf & Hennig 2022: 7-10). Für ihren 2022 veröffentlichten Beitrag blickten sie zusätzlich zu einem späteren Zeitpunkt auf andere deutsche Formate und konnten das Vorherrschen des Krisennarrativs bestätigen (vgl. ebd.: 16ff.).

Ein weiterer in der Literatur angesprochener Punkt ist, dass die Anzahl der Beiträge zur Pandemie bereits in den ersten Wochen ihren Höhepunkt erreichte (vgl. Gräf & Hennig 2022: 7; Eisenegger et al. 2020: 5ff.; Maurer et al. 2021: 25). Auch das deutet auf die anfängliche starke Unsicherheit vor dem Unbekannten und den Krisenmodus, in dem sich nicht nur die Medien befanden, hin.

Dass diese neue unbekannte Situation, in der in „Hyper-Geschwindigkeit“ (Degen 2021: 125) politische Entscheidungen getroffen wurden, über die berichtet werden sollte, auch aufseiten der Journalist*innen zu einer anfänglichen Überforderung führte (vgl. Maurer et al. 2021: 56f.) und eine damit zusammenhängende Orientierungsphase brauchte, ist daher nachvollziehbar.

Ziel der Untersuchung

Der Schwerpunkt der empirischen Studien und der geäußerten Kritik durch Kommunikationswissenschaftler*innen zu Beginn der Pandemie lag klar auf den öffentlich-rechtlichen Medien, betraf zum Teil aber auch privat-kommerzielle Anbieter. Keine Beachtung fand dabei der nichtkommerzielle Rundfunk, häufig auch Bürgermedien oder in Österreich Freier Rundfunk genannt. Da der Freie Rundfunk jedoch wichtige demokratiepolitische Funktionen erfüllt (vgl. Peissl & Seethaler 2020), die der privat-kommerzielle und öffentliche-rechtliche Rundfunk nicht erfüllen bzw. teils auch nicht erfüllen können (vgl. Seethaler & Beaufort 2017), sollte auch diese „dritte Säule“ des Rundfunksektors genauer betrachtet werden.

Ziel dieser Studie ist es daher aufzuzeigen, wie die Freie Rundfunkszene in Österreich die Pandemie erlebt hat, welche Auswirkungen sie auf den Sendebetrieb, die Arbeitsabläufe, die Kommunikation im Team, mit den Sendungsmachenden und den Rezipient*innen und schließlich auf das Programm der Sender hatte.

Davon ausgehend beschäftigt sich die Untersuchung mit folgenden forschungsleitenden Fragestellungen:

- Welche Auswirkungen hatte die Covid-19-Pandemie auf den österreichischen Freien Rundfunk?

- Wie beschäftigte sich der österreichische Freie Rundfunk in seinem Programm mit der Covid-19-Pandemie?

Dafür wurde in einem ersten Schritt eine Programmanalyse aller nichtkommerzieller Sender zu zwei verschiedenen Zeitpunkten zwischen Ausbruch der Pandemie in Österreich im Frühling 2020 und dem vierten Lockdown im Frühling 2021 durchgeführt. Es konnten 475 Beiträge in die Analyse aufgenommen werden. Auf den Ergebnissen aufbauend wurden zwischen März und Mai 2022 acht Experteninterviews mit Programmkoordinator*innen aus der Freien Rundfunkszene gehalten und anschließend in MaxQDA mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet.

Aufbau des Forschungsberichts

Nach dieser kurzen Einleitung und dem Problemaufriss, wird im theoretischen Hintergrund der Freie Rundfunk in Österreich vorgestellt. Abgerundet wird dieses Kapitel mit einer Beschreibung der Studie *Public Value des Nichtkommerziellen Rundfunks* (Peissl & Seethaler 2020), an der die Autorin dieses Forschungsberichts mitarbeitete und die mit ihrem konzeptionellen Design einen wesentlichen Einfluss auf das Entstehen und die Ausrichtung dieser Untersuchung hat. Darüber hinaus wurden einzelne Codes der qualitativen Inhaltsanalyse in die hier durchgeführte Untersuchung aufgenommen.

Unter anderem damit beschäftigt sich Abschnitt 2, in dem das Methodendesign der Studien, aufgeteilt in die Unterkapitel Programmanalyse inklusive quantitativer Auswertung mittels SPSS, Experteninterviews und die qualitative Inhaltsanalyse als Auswertungsmethode der Interviews, vorgestellt wird. Es wird weiters erklärt, wie und mit welchem theoretischen Hintergrund die beiden Erhebungsinstrumente, das Codebuch der Programmanalyse bzw. der Leitfaden der Experteninterviews, erstellt wurden.

Die Ergebnisteile in Abschnitt 3 und 4 bestehen je aus einem allgemeinen und einem detaillierten Ergebnisteil. Der allgemeine Teil umfasst Angaben zum Umfang der jeweiligen Analyse, wie beispielsweise den Anteil, den Sendungen der einzelnen Sender an der Programmanalyse haben oder die Auflistung und Interpretation der häufigsten Code-Relationen. Die detaillierten Ergebnisse behandeln die abgefragten Themenblöcke der Studie. Sie orientieren sich an der in der Einleitung beschriebenen Kritik an der medialen Berichterstattung über die Pandemie in den Wochen nach ihrem Ausbruch.

Diese sind für die Programmanalyse: Umfang des Programms, Stilform, d.h. Sprachenvielfalt, Art der Sendung etc., schwerpunktmäßige Verankerung des Programms auf einer bestimmten Sozialebene (Mikro-, Meso-, Makroebene), inhaltliche Schwerpunkte im Programm, Vielfalt im Programm, Kritik an den Maßnahmen bzw. dem Vorgehen der Regierung allgemein, Dramatisierung in den Beiträgen, Lokalbezug, die Analyse der Gäste, das Einbinden des Publikums, sowie das Einhalten bestimmter journalistischer Grundfertigkeiten, wie die Wahrung von Distanz, das eigenständige Erarbeiten des Themas und das Erklären von Sachverhalten und Zusammenhängen.

Die Schwerpunkte der Experteninterviews decken sich in weiten Teilen mit denen der Programmanalyse, gestalten sich aufgrund der unterschiedlichen Logik der beiden Methoden allerdings ein wenig anders: Änderungen im Betrieb des Senders in der Pandemie, Digitalisierung durch die Pandemie, Auswirkungen auf das Programm, inhaltliche Schwerpunkte, Vielfalt im Programm, demokratiepolitisch und journalistisch wichtige Funktionen, Einschätzung der Sozialebenen, Umgang mit gegensätzlichen Meinungen, Kritik an den Maßnahmen bzw. dem Vorgehen der Regierung allgemein bzw. Dramatisierung in den Beiträgen, sowie die Vorstellung vom Publikum und seine Einbindung in den Sendealltag.

In Abschnitt 5 werden die Ergebnisse beider Analysen schließlich zusammengeführt und zusammengefasst, sowie mit Bezug auf die forschungsleitenden Fragestellungen ein Fazit gegeben.

1. Theoretischer Hintergrund: Der Freie Rundfunk in Österreich

Der Freie Rundfunk, häufig auch nichtkommerzieller Rundfunk genannt, entwickelte sich in Österreich aus der Radiopirat*innenszene heraus (vgl. Hirner 2003: 20). Da gesetzlich verboten, wurden die illegalen Sender bis in die 1990er Jahre hinein regelmäßig von der Exekutive beschlagnahmt und Strafen verhängt (vgl. Hirner 2003: 22). Die schon bestehenden Gruppierungen und Vereine wirkten von da an am Fall des ORF-Monopols mit. *Radio Agora*, das heute noch bestehende Kärntner Freie Radio mit Sitz in Klagenfurt, beteiligte sich 1993 an einer vor dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte eingebrachten Sammelklage, die schließlich zur Verurteilung der Republik Österreich wegen Verstoßes gegen Artikel 10 der Menschenrechte, dem Recht auf freie Meinungsäußerung, führte und damit die Weichen für die Öffnung des Rundfunksektors für private Anbieter stellte (vgl. Verband Freies Radio Österreich et al. 2018: 8; Informationsverein LENTIA and Others v. Austria 1993). Mit einem zeitlich begrenzten Fenster beim privat-kommerziellen Sender *Radio Arabella* war die *Radiofabrik* im Juli 1998 das erste zugelassene Freie Radio Österreichs. Kurz darauf folgte *Radio ORANGE 94.0* in Wien als das erste Freie Radio Österreich mit einer eigenständigen Sendelizenz (vgl. Hirner 2003: 28; Verband Freier Radios Österreich et al. 2018). Seitdem entstanden 15 Freie Radios und drei Community-TVs in Österreich, die sich auf alle Bundesländer verteilen.

Rechtlich betrachtet sind die Sender des Freien Rundfunks nichtkommerzielle private Anbieter. Sie fallen damit unter das Privatradiogesetz (PrR-G) bzw. das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G). Seit 2009 werden sie zu einem guten Teil¹ aus dem Nichtkommerziellen Rundfunkfonds, der bei der Rundfunk- und Telekom-Regulierungs-GmbH (RTR) angesiedelt ist, finanziert (vgl. Trültzsch-Wijnen 2012: 4). Diese öffentlichen Gelder verbesserten die finanzielle prekäre Situation der Sender, auch wenn sie dennoch knapp kalkulieren müssen. 2022 wurde die Fördersumme von 3 Millionen auf 5 Millionen Euro angehoben.

Sie organisieren sich im Verband Freier Rundfunk Österreich (VFRÖ), bei dem beinahe alle Sender Mitglied sind und der sie medienpolitisch nach außen vertritt. In der *Charta des Freien Rundfunks* (VFRÖ 2020) formulieren sie gemeinsame leitende Grundsätze, für die der Sektor

¹ Für weitere Informationen zur Finanzierung des Freien Rundfunks s. Angerhöfer, S. (2018). Die Zukunft des nicht-kommerziellen dritten Mediensektors: Analyse der Finanzierungs- und Fördermodelle Freier Radios in Österreich. Masterarbeit. Universität Wien.

mit seiner Arbeit steht. Diese sind: Offener Zugang, Partizipation, Gemeinnützigkeit/Nichtkommerzialisierung/Faire Arbeitsbedingungen, Transparenz, Lokalbezug/Regionale Entwicklung, Unabhängigkeit/Journalistische Qualität, sowie ein politischer Anspruch, der in freie Meinungsäußerung, Meinungsvielfalt und einer strikten Ablehnung jeglicher Form von Diskriminierung zusammengefasst werden kann. Das Prinzip des nichtkommerziellen Rundfunks ist folgendes: Jede*r soll die Möglichkeit bekommen können, über den jeweiligen Radio- bzw. Community-TV-Sender die eigenen Themen zu präsentieren, die eigene Meinung zu äußern und so aktiv an der Öffentlichkeit teilnehmen zu können. Neben Privatpersonen nutzen viele Vereine und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) den Freien Rundfunk als Plattform.

Public Value des nichtkommerziellen Rundfunks

Wie Peissl & Seethaler (2020) in *Public Value des Nichtkommerziellen Rundfunks* zeigen, sind die Grundsätze der Charta wesentlich für das Selbstverständnis der ehrenamtlichen Sendungsmachenden und entsprechen damit keinem bloßen Idealbild, sondern werden täglich von allen an der Sendeproduktion Beteiligten gelebt. Ziel der Studie war es herauszufinden, ob sich der nichtkommerzielle Rundfunk in den 20 Jahren seines Bestehens zu einer eigenständigen Säule des Rundfunksektors entwickelte, der einen Public Value, einen für eine demokratische Gesellschaft wichtigen öffentlichen Wert (vgl. Moore 1995), herstellt. Aus den mit 13 zwischen Sommer 2018 und Frühling 2019 durchgeführten Fokusgruppen mit ehrenamtlichen Sendungsmachenden, sowie Mitgliedern des Staffs, konnte geschlossen werden, dass zum einen ein gemeinsames Selbstverständnis vorhanden ist, nach dem in der Praxis gehandelt wird. Zum anderen generieren sie genau dadurch einen Public Value, der einzigartig im österreichischen Rundfunksektor ist. Diese Ergebnisse fußen auf fünf normativen Medienfunktionen, die die konzeptionelle Grundlage der Untersuchung darstellten (vgl. Peissl & Seethaler 2020: 16ff.). Die für das Selbstverständnis und das Herstellen von Public Value zentralen Funktionen, die Artikulations-, Komplementaritäts- und Partizipationsfunktion basieren auf drei unterschiedlichen nebeneinander bestehenden Demokratieverständnissen:

- Deliberatives Demokratieverständnis (Artikulationsfunktion): Eine konsensuale Entscheidungsfindung, die auf öffentlichen Diskussionen beruht, ist wesentlich für eine deliberative Demokratie. Medien fungieren als Forum für öffentlichen Diskurs, Analyse und Interpretation.
- Liberal-repräsentatives Demokratieverständnis (Komplementaritätsfunktion): Die sachliche und transparente Bereitstellung einer möglichst breiten Palette an Themen, Informationen und Meinungen wird fokussiert. Dadurch soll es den Bürger*innen ermöglicht werden wohl überlegte Entscheidungen, vor allem bei Wahlen, zu treffen.
- Partizipatives Demokratieverständnis (Partizipationsfunktion): Die aktive Teilhabe an der Öffentlichkeit möglichst vieler gesellschaftlicher Gruppen, das Empowerment unterrepräsentierter Gruppen, stehen im Zentrum dieses Verständnisses.

Ergänzend fand die Funktion Medienbildung zu vermitteln Niederschlag im Selbstverständnis der Sender. Als Medienbildungseinrichtungen fördern sie nicht nur die Medienkompetenzen von an Workshops und Kursen interessierten Kindern, Jugendlichen, Frauen und anderen

meist in der Öffentlichkeit unterrepräsentierten Gruppen, sondern auch die der eigenen Sendungsmachenden durch die selbständige Gestaltung der Sendung (vgl. Peissl & Lauggas 2016; Peissl & Seethaler 2020: 48ff.). Die Realisierung medienkonvergenter Strategien, die fünfte normative Funktion, wurde zwar seltener angesprochen, es zeigte sich aber dennoch, dass die Digitalisierung im Alltag der Sendungsmachenden bedeutend ist, beispielsweise um mit der eigenen Community in Austausch zu treten (vgl. Peissl & Seethaler 2020).

Nach Ausbruch der Pandemie und dem Lesen der Kritik an der medialen Berichterstattung durch Kommunikationswissenschaftler*innen, führte das Arbeiten an der Studie von Peissl & Seethaler (2020) bei der Autorin zur Frage, wie der Freie Rundfunk mit der Pandemie umgeht und darauf reagiert. Das veranlasste sie zu der hier im Forschungsbericht beschriebenen Untersuchung. Im Ergebnisteil und dem Fazit wird wiederholt auf Peissl & Seethaler (2020) eingegangen.

2. Das Methodendesign

Zur Beantwortung der forschungsleitenden Fragen wurde zuerst eine quantitative Analyse des online auffindbaren Programms aller in Österreich situierter Freier Rundfunkanbieter durchgeführt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse wurden in einem Leitfaden eingebaut, der die Grundlage für acht Experteninterviews mit Programmkoordinator*innen Freier Radios und Community-TVs bildete. Die Interviews wurden mit einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

2.1. Programmanalyse

In einem ersten Schritt wurde das Programm aller in Österreich situierter zum Freien Rundfunk zählender Sender analysiert. Zum Zeitpunkt der Erhebung waren das drei Community-TVs und vierzehn Freie Radios (in alphabetischer Reihenfolge)²:

- Campus & City Radio, St. Pölten (NÖ)
- Dorf TV, Linz (OÖ)
- Freies Radio Freistadt, Freistadt (OÖ)
- Freies Radio Salzkammergut, Bad Ischl (OÖ)
- Freirad, Innsbruck (T)
- FS1, Salzburg (Sbg)
- Okto TV, Wien (W)
- Radio Agora, Klagenfurt (Ktn)
- Radio B138, Kirchdorf an der Krems (OÖ)
- Radio Freequenns, Lienz (Stmk)
- Radio FRO, Linz (OÖ)
- Radio Helsinki, Graz (Stmk)
- Radio OP (Radio MORA), Oberpullendorf (Bgld)
- Radio Orange, Wien

² Seit September 2022 ist das Freie Radio Innviertel (FRI) außerordentliches Mitglied beim Verband Freier Rundfunk (Freies Radio Innviertel, o.J.). Es ist das fünfzehnte Freie Radio in Österreich.

- Radio PROTON, Dornbirn (Vbg)
- Radio Ypsilon, Hollabrunn (NÖ)
- Radiofabrik, Salzburg (Sbg)

Es wurde nach Sendungen gesucht, die sich spezifisch mit der Covid19-Pandemie beschäftigen. Dazu diente die Suchfunktion auf den Websites der Sender und das Cultural Broadcasting Archive (CBA), eine Plattform, auf der die nichtkommerziellen Sender seit 1999 viel Programm zum Nachhören zur Verfügung stellen. Schlagworte waren „Corona“ und „Covid“. Das Material wurde in zwei Wellen erhoben. Die Untersuchungszeiträume orientierten sich am Verlauf der Pandemie in Österreich und den gesetzten Lockdowns. Die Lockdowns wurden zur Orientierung herangezogen, da sie den Alltag der Bevölkerung und das gesellschaftliche Leben massiv beeinträchtigten. Sie stehen sinngebend für den Einschnitt, der die Jahre 2020 und 2021 in Österreich prägte.

Hier seien nur jene Ausgangssperren bis Mai 2021 chronologisch aufgelistet, die mit den ausgewählten Untersuchungszeiträumen zusammenhängen. Eine detaillierte Übersicht über die Geschehnisse nach Mai 2021 geben Pollak et al. (2021) im Zuge des Austrian Corona Panel Projects der Universität Wien in einem von mehreren Blog-Beiträgen zum Verlauf der Pandemie in Österreich. In Österreich wechselten zwischen März 2020 und Mitte Mai 2021 Lockdowns und sogenannte Lockdowns light häufig einander ab. Sie unterschieden sich vor allem im Umfang der Ausgangssperre, die im Lockdown light auf die Nachtstunden beschränkt war und im Lockdown den gesamten Tag über galt.

1. Lockdown: 16. März 2020 – 29. Mai 2020
Lockdown light: 03. November 2020 – 16. November 2020
2. Lockdown: 17. November 2020 – 06. Dezember 2020
Lockdown light: 07. Dezember 2020 – 23. Dezember 2020
3. Lockdown: 26. Dezember 2020 – 07. Feber 2021
Lockdown light: 08. Feber 2021 – 31.03.2021
4. Lockdown: 01.04.2021 – 03.05.2021 (Ost-Österreich)
Lockdown light: 03.05.2021-18.05.2021 (ganz Österreich)

Es wurden zwei verschiedene Zeitpunkte untersucht, um Veränderungen im Laufe der Pandemie nachzeichnen zu können. Untersuchungszeitraum 1 startet drei Wochen nach Ausrufen des 1. nationalen Lockdowns in Österreich und endet eine Woche nach dessen Beendigung. Er umfasst neun Wochen. Untersuchungszeitraum 2 startet im dritten Lockdown light und endet im vierten Lockdown. Er umfasst sieben Wochen:

- Untersuchungszeitraum 1: 06.04. bis 07.06.2020 (KW15 – KW23)
Untersuchungszeitraum 2: 22.02. bis 11.04.2021 (KW08 – KW14)

Es wurden wöchentlich Screenshots aller gefundenen Programmangebote gemacht und in Ordnern abgespeichert. Die Beschriftung der Screenshots folgte dabei dem Muster „Name des Senders_KWxy_00“. In einigen Fällen, in denen nicht alle Informationen mittels eines Screenshots erfasst werden konnten, umfassen zwei Screenshots einen Fall. Diese wurden nach dem Muster „Name des Senders_KWxy_00_00“ benannt.



Abbildung 1 Beispiel Untersuchungsmaterial, Radiofabrik_KW15_05

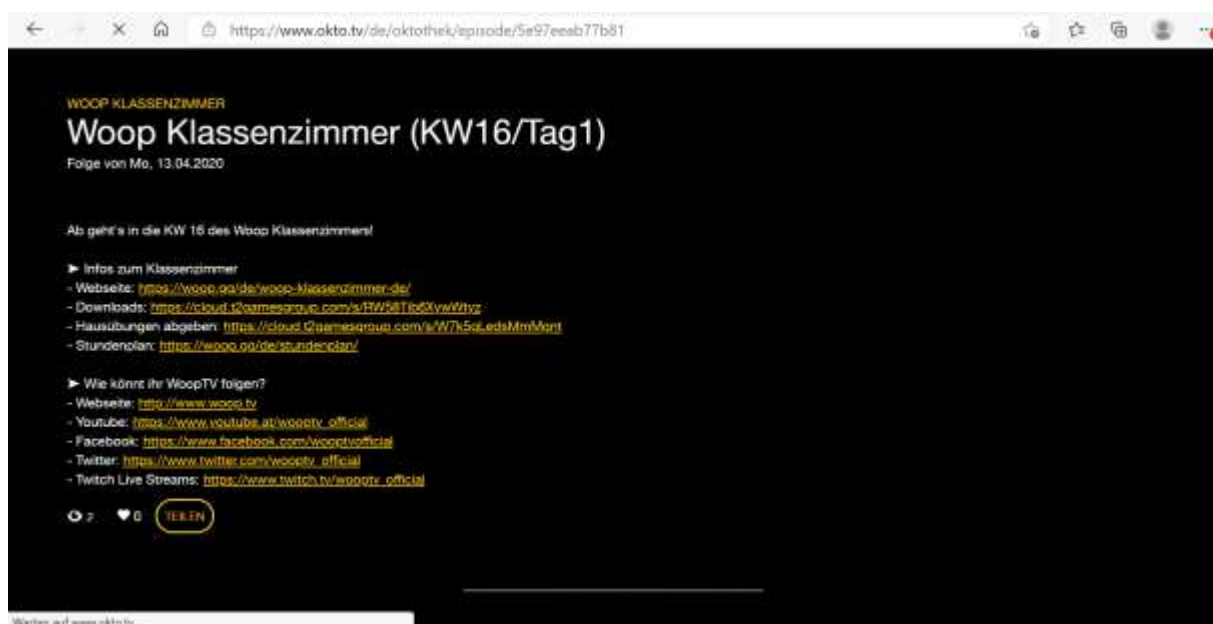


Abbildung 2 Beispiel Untersuchungsmaterial, Okto_KW16_08

Es wurden 543 Suchergebnisse erhoben, von denen nach einer erneuten Durchsicht 475 für die Analyse herangezogen werden konnten. Sie mussten dafür folgenden Kriterien entsprechen:

- Es muss ein inhaltlicher Bezug zur Pandemie gegeben sein.
- Die Sendungen wurden in einem der beiden Untersuchungszeiträume erstausgestrahlt.

- Jeder Beitrag wird nur einmal aufgenommen. Wiederholungen wurden von der Analyse ausgeschlossen.
- Keine Programmübernahmen: Sendungen eines nichtkommerziellen Anbieters werden ausschließlich beim produzierenden Sender codiert.
- Sendungsformate, die zwei Screenshots beinhalten, werden als eine Einheit codiert.

Sie wurden mittels im Vorfeld erstelltem Codebuch mit einer quantitativen Inhaltsanalyse in SPSS codiert. Häufigkeits- und Kreuztabellen geben dabei die Häufigkeit des Vorkommens der Codes bzw. die Überschneidungen zweier Codes an. Tiefergehende Informationen wurden in den Experteninterviews eingeholt.

Das Codebuch

Das Codebuch wurde ausgehend von der Kritik an der medialen Berichterstattung zu Beginn der Pandemie und zum Teil auf Basis der Ergebnisse der vorgestellten Public Value-Studie (Peissl & Seethaler 2020) erstellt.

Der Freie Rundfunk bietet an sich ein breites Spektrum an Sendungen an: Von Nachrichtensendungen, über Unterhaltungssendungen bis hin zu Diskussionsformaten decken sie viel ab. Es interessierte, ob das Spektrum an Stilformen innerhalb der pandemiespezifischen Sendungen ebenfalls so breit ist (VAR2; Interview/Diskussionen, Informationssendung, Unterhaltungssendung, Kommentar, Serie/Sitcom, Freies Format, Nachrichtensendung). Für die Sendungsmachenden ist es ein wesentliches Merkmal des nichtkommerziellen Rundfunks, dass sie live aus dem Studio senden können (vgl. Peissl & Seethaler 2020: 39). Aufgrund der Lockdowns stellte sich die Frage, welche Auswirkungen die Pandemie auf die Produktionsform hatte (VAR2a; Live-Übertragung, Aufzeichnung, gemischt, nicht erkennbar). In Österreich wurden neue Informationen, die die Pandemie betrafen, lange Zeit in den reichweitenstärksten Medien publiziert, die ausschließlich auf Deutsch berichteten. Dadurch wurde ein nicht unerheblicher Teil der österreichischen Bevölkerung schlecht bis gar nicht erreicht. Um der Frage nachzugehen, wie im Freien Rundfunk mit der Sprachenvielfalt umgegangen wurde, wurde codiert, in welcher Sprache die einzelnen Sendungen des Freien Rundfunks erscheinen (VAR2b; ja, nein).

Der nichtkommerzielle Rundfunk steht dafür, dass Personen auch aus ihrer persönlichen Betroffenheit heraus eine Sendung gestalten können (vgl. Peissl & Seethaler 2020: 45) und auch Vereine, NGOs und öffentliche Einrichtungen über ihre eigene Arbeit berichten können. Die Annahme ist deshalb, dass die Nichtkommerziellen stark eine Mikro- und Mesoebene bedienen und weniger über gesamtgesellschaftlich relevante Informationen (Makroebene) berichten. Ob dem auch in der Pandemie Rechnung getragen wurde, wird mit der Codierung der Sozialebene (VAR3) untersucht.

Die thematischen Schwerpunkte (VAR4), die als Haupt- und Nebenthema codiert wurden, wurden zum Teil deduktiv aus gängigen in Medien behandelten inhaltlichen Themen, wie Sport, Innen- und Außenpolitik, sowie aus den Ergebnissen der Fokusgruppen zu behandelten Themen im nichtkommerziellen Rundfunk (vgl. Peissl & Seethaler 2020: 45ff.: Komplementaritätsfunktion) abgeleitet. Die pandemiespezifischen Themenschwerpunkte wurden

nach einer ersten Durchsicht einer kleinen Stichprobe aus dem Untersuchungsmaterial induktiv generiert. Bei der Durchsicht fiel auf, dass häufig mehr als ein Thema pro Sendung behandelt wurde, da sich die Themen häufig überlappen. So wurden zum Beispiel wiederholt Künstler*innen eingeladen, die über ihren individuellen Umgang mit der Krise (Hauptthema) in einer für den gesamten Kunst- und Kulturbereich schwierigen Zeit (Nebenthema) sprachen. Deshalb erfolgte in solchen Fällen die Codierung eines Haupt- und eines Nebenthemas.

Bei der Probecodierung fiel auf, dass die Bevölkerung direkt in die Sendungen einbezogen wurde. Auch Peissl & Seethaler (2020) wiesen an mehreren Stellen darauf hin, dass das Publikum gerne mobilisiert wird (Artikulations- und Partizipationsfunktion). „Aktives Einbinden der Rezipient*innen“ (Var4a) gliedert sich in Anruf, Videoeinschaltung, Mail, Postings während Sendung möglich, Vorbeikommen während der Sendung möglich, zur Verfügung gestelltes Material von Rezipient*innen wird in die Sendung eingebaut, Format besteht aus Einsendungen und Wünschen der Rezipient*innen, weitere Formen des Einbezugs und kein Einbezug.

Folgende Variablen beziehen sich auf die in der Einleitung beschriebene Kritik: „Umgang mit Zahlen“ und Statistiken (VAR5; ja, nein), „Dramatisierung“ (VAR6; ja, nein), „Kritik und Kontrolle“ (VAR7, Monitoring, Detektiv, Watchdog, nicht vorhanden), „Distanz“ zum Gegenstand (VAR8; ja, nein), „Zivilgesellschaft als Gegenpol zum Staat“ (VAR10; ja, nein), „Eigenständigkeit“ (VAR11; ja, nein) und „Einordnen und Beschreiben“ (VAR12; ja, nein). In weiten Teilen bilden sie eine für eine demokratische Gesellschaft typische journalistische Haltung, sowie journalistische Grundfertigkeiten ab (vgl. Meier 2018: 224ff.). Die Aufteilung der Kritikvariable erfolgte auf Basis dessen, dass neben der mit Medien klassischerweise in Verbindung gebrachten „Watchdog“-Funktion (s. u.a. Jarren 2002; Meier 2018: 16f.), nach der der Journalismus als vierte Gewalt im Staat mit einer aktiven Kritik- und Kontrollfunktion gilt, auch andere weit passivere Formen der Kritik bei der Probecodierung gefunden wurden. Das ist zum einen das „Monitoring“, d.h. ein Beobachten der politischen Vorgänge, jedoch ohne eigene Interpretation. Kritisch ist diese Position insofern, als dass auch über Dinge berichtet wird, die schlecht laufen oder gelaufen sind. „Detektiv“ bezieht sich auf das Verifizieren oder Falsifizieren von Informationen, gemäß eines „Fact-Checkers“ (vgl. Eberl et al. 2020).

„Zivilgesellschaft als Gegenpol zum Staat“ (VAR10) bezieht sich darauf, ob die Zivilgesellschaft explizit in Abgrenzung zum Staat genannt wird, indem sie beispielsweise bestimmte Aufgaben übernimmt, für die in der Sendung an sich der Staat als Zuständiger ausgemacht wird.

Ein sehr häufiger Kritikpunkt war die mangelnde Vielfalt der Berichterstattung (vgl. Brost & Pörksen 2020; Haller 2020; Jarren 2020; Meier & Wyss 2020; Schatz 2020). Vielfalt ist im Selbstverständnis des Freien Rundfunks tief verankert. Deshalb wurde „Diversität“ (VAR9; ja/nein) eingefügt um zu untersuchen, ob bestimmte Vielfaltskriterien, auch im Programm, das sich spezifisch mit der Pandemie beschäftigt, niederschlagen. Diese sind das Einnehmen einer „Betroffenheitsperspektive“ (VAR9a), die „Inklusion unterrepräsentierter Gruppen“ (Var9b), „Sprachrohr bieten“ (Var9c), die „Berichterstattung abseits des Mainstreams“ (Var9d), die „Berichterstattung aus anderen Ländern“ (Var9e), sowie das Erbringen einer „Serviceleistung für die Rezipient*innen“ (Var9f), z.B. in Form von Beratung durch einen Profi in Bezug auf

Schulden etc. Sie wurden deduktiv auf Basis der Ausführungen der Sendungsmachenden zur Vielfalt in Peissl & Seethaler (2020) und der Kritik durch Kommunikationswissenschaftler*innen erarbeitet.

Schlussendlich wurde häufig kritisiert, dass ein sehr kleiner Kreis an Expert*innen in den Medien wiederholt zu Wort kommt (vgl. Brost & Pörksen 2020; Jarren 2020; Meier & Wyss 2020; s. auch Eisenegger et al. 2020; Gräf & Hennig 2022; Maurer et al. 2021). Deshalb wurde analysiert, wie viele und welche Akteur*innen in die Sendungen eingeladen wurden (VAR13 bis VAR21a; Name, Geschlecht, Funktion, Parteizugehörigkeit).

Nach einer Probecodierung an 36 zufällig aus dem Material ausgewählten Fällen, wurde das Codebuch überarbeitet und mit der quantitativen Inhaltsanalyse des Gesamtmaterials gestartet.

2.2. Experteninterviews

Nach der Auswertung blieben noch einige Fragen offen, die das schriftliche Material nicht beantworten konnte. Daher wurden aufbauend auf den Ergebnissen der Inhaltsanalyse Experteninterviews mit acht Programmkoordinator*innen aus der Freien Rundfunkszene geführt werden. Die Programmkoordinator*innen verfügen über „spezifisches Rollenwissen“ (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021: 155). Sie kennen so gut wie niemand anders das Programm der Sender, sowohl in inhaltlicher als auch strukturell-organisatorischer Hinsicht. Außerdem kennen sie die Abläufe im Sender während der Pandemie, die für das Zustandekommen des Programms sehr relevant sind.

Die Interviews fanden zwischen März und Mai 2022 statt. Sie wurden zum Teil vor Ort in den Räumlichkeiten der Sender durchgeführt, zum Teil wurden sie über das Onlinekonferenztool Zoom abgehalten. Sieben der acht Interviews wurden von der Autorin selbst geführt. Das Interview mit dem Programmkoordinator von *Radio Orange* führte Andreas Schulz, Junior Scientist am Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW) und der Universität Klagenfurt. Dieses Vorgehen wurde aufgrund der ehrenamtlichen Tätigkeit der Autorin im Vorstand von *Radio Orange* gewählt um einerseits einen möglichen Einfluss auf den Befragten durch die berufliche Beziehung auszuschließen und um andererseits gewährleisten zu können, dass der gemeinsame konjunktive Erfahrungsraum so klein als möglich ist, damit möglicherweise wichtige Informationen für die Analyse im Interview nicht als bereits bekannt vorausgesetzt werden und somit unerwähnt bleiben.

Bei der Auswahl der Interviewpartner*innen wurde darauf geachtet eine möglichst große Bandbreite an unterschiedlichen Sendern abzudecken. Folgende Kriterien wurden dafür herangezogen:

- Geografische Lage
- Größe des Senders
- Alter des Senders
- Inhaltliche Schwerpunkte des Senders
- Verhältnis TV : Radio

Einige Sender sind in der Programmanalyse nicht enthalten, weil kein passender Content in den Untersuchungszeiträumen gefunden werden konnte. Diese Sender wurden bereits im Vorfeld von der Teilnahme an den Experteninterviews ausgeschlossen. Darüber hinaus kam mit einzelnen Sendern keine Terminvereinbarung zustande.

Es wurden schließlich acht Interviews mit folgenden Interviewpartner*innen durchgeführt (in alphabetischer Reihenfolge):

- Campus & City Radio: Anna Michalski, 09.03.2022, via Zoom
- Dorf TV: Anna Friedinger, Gabriele Kepplinger, 12.04.2022, via Zoom
- Freies Radio Salzkammergut (FRS): Mario Friedwagner und Evelyn Ritt, 03.05.2022, via Zoom
- Okto TV: Senad Hergić, 01.04.2022, via Zoom
- Radio Agora: Dorian Kristof, Daniela Hödl, 07.04.2022, bei Radio Agora
- Radiofabrik: Eva Schmidhuber, 12.04.2022, via Zoom
- Radio Helsinki: Manfred Kinzer, 10.03.2022, bei Radio Helsinki
- Radio Orange: Paweł Kamiński, 14.03.2022, bei Radio Orange

Die Erlaubnis zur namentlichen Nennung wurde von allen Befragten erteilt und auf der Audioaufnahme festgehalten.

Die Interviewpartner*innen erhielten vorab ein Datenschutz- und Informationsschreiben per Mail, indem sie bereits u.a. darauf hingewiesen wurden, dass eine Audioaufnahme der Interviews angestrebt wird. Die Programmkoordinator*innen wurden zu Beginn des Interviews um ihre Zustimmung zur Aufnahme gebeten, die von allen erteilt und auf der Aufnahme festgehalten wurde.

Der Leitfaden

Der Leitfaden für die Experteninterviews besteht aus den drei Themenblöcken „Erfahrungen, Sendungen, Programm – allgemein“ (Teil 1), „Das Programm im Detail anhand der Ergebnisse der Analyse“ (Teil 2) und „Publikumsvorstellung und Wirkungserwartung“ (Teil 3). In den folgenden Ausführungen wird nur noch auf jene Punkte genauer eingegangen, die nicht im Codebuch der Programmanalyse vorhanden sind.

Teil 1 beschäftigt sich mit der Wahrnehmung der eigenen Rolle als Programmkoordinator*in in der Pandemie, mit der Auswahl der Themen durch die Sendungsmachenden, mit der Entwicklung der Beitragsanzahl zu Corona im Zeitverlauf und mit einer ersten Einschätzung von thematischen Schwerpunkten.

Teil 2 behandelt die auch in der Programmanalyse zentralen Punkte. Das sind die Einschätzung der Sozialebene, die Benutzung des Studios in der Pandemie und Auswirkungen auf die Produktionsform der Sendungen, die Vielfalt im Programm, die Dramatisierung und Kritik in den Sendungen, sowie die Frage, welche journalistischen Funktionen die Interviewten als durch den jeweiligen Sender in der Pandemie erfüllt ansehen. Dafür wurde auf eine Befragung

von Eberl et al. (2020) zu den Erwartungen der Bevölkerung an die Corona-Berichterstattung zurückgegriffen.

Sie definieren darin folgende journalistischen Rollen (vgl. Eberl et al. 2020):

- Fact-Checker: Aufklärung von sogenannter Desinformation zu Coronavirus
- Mobilizer: Menschen zu Hilfeleistungen für besonders betroffene Personen motivieren
- Science Communicator: Wissenschaft und Forschung eine Plattform bieten
- Collaborator: Unterstützung der Regierungsmaßnahmen
- Missionary: Beitrag zur Stärkung des Zusammenhalts in der Gesellschaft leisten
- Analyst: Prognosen über die Ausbreitung des Virus und wirtschaftliche Auswirkungen einordnen
- Informer: Bekanntgabe der Anzahl Corona-positiv getesteter Personen, sowie Todesfälle
- Entertainer: Unterhaltung und Entspannung zur Überbrückung der Isolation bieten
- Watchdog: Kritische Begutachtung des Krisenmanagements der Regierung

Die Interviewten wurden darum gebeten jene drei Rollen zu nennen, die ihrer Meinung nach am stärksten vom eigenen Sender eingenommen wurden. In der Regel gingen die Programmkoordinator*innen schließlich auf alle Rollen ein.

Teil 3 des Leitfadens fragte nach einer bestimmten Vorstellung vom Publikum, für die das pandemiespezifische Programm produziert wurde, sowie nach Möglichkeiten der Interaktion mit den Rezipient*innen und ihren Einbezug in die Sendeproduktion.

Der Leitfaden wurde von zwei Kollegen Korrektur gelesen und anschließend überarbeitet. Ziel war, die Interviews bei einer Länge von rund einer Stunde anzusiedeln. Die Interviews dauerten schließlich zwischen knapp unter einer Stunde und einer Stunde und 15 Minuten.

2.3. Qualitative Inhaltsanalyse

Die acht Interviews wurden für die Auswertung anonymisiert, d.h. Sendenamen wurden aus den ausgewählten Passagen gelöscht, Zitate werden mit IV01 bis IV08 versehen. Die Reihenfolge der Interviews entspricht dabei nicht der alphabetischen Nennung weiter oben. Bei Zitaten aus den Interviews mit zwei Angestellten eines Senders, werden die Sprechbeiträge jeweils mit „A“ oder „B“ und dem Geschlecht gekennzeichnet.

In wenigen Fällen werden Sendungsformate namentlich genannt, nämlich dann, wenn sie im Zentrum der Analyse standen und sich eine Anonymisierung negativ auf die Verständlichkeit ausgewirkt hätte.

Die Transkripte umfassen 147 Seiten. Sie wurden zum Teil von der Autorin selbst, zum Teil von Max Schwarzenbacher, studentischer Mitarbeiter am Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW) und der Universität Klagenfurt im Sommer 2022, erstellt.

Die Auswertung der Interviews erfolgte mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse. Zur technischen Unterstützung wurde die Software MaxQDA verwendet, die gezielt für qualitative Auswertungsverfahren entwickelt wurde.

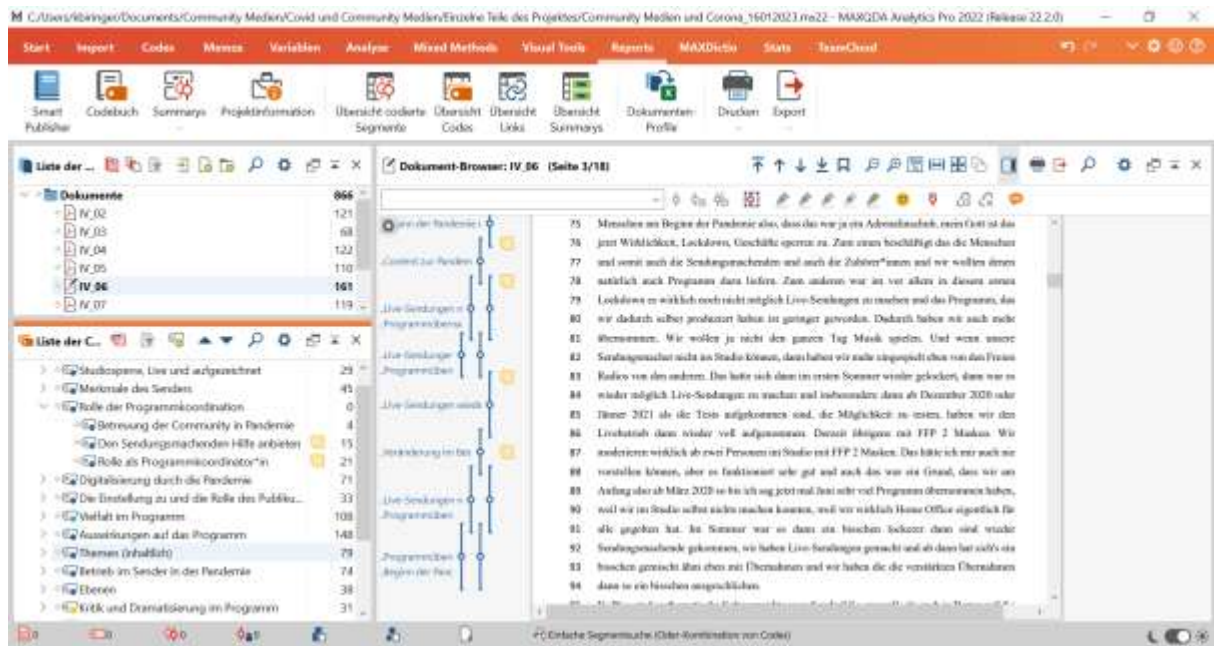


Abbildung 3 Auswertungsmaske in MaxQDA

Mit ihr können die Transkripte eingepflegt und codiert werden. Es wurden Übercodes, sowie Subcodes (im Folgenden: Codes) erstellt. Die Gliederung der Detailergebnisse in diesem Bericht orientiert sich an den erstellten Übercodes.

Übercode
Auswirkungen auf das Programm
Vielfalt im Programm
Funktionen
Themen
Betrieb im Sender in der Pandemie
Digitalisierung durch die Pandemie
Merkmale des Senders
Meinungsvielfalt
Rolle der Programmkoordination
Ebenen
Die Einstellung zu und Rolle des Publikums
Aufbau und Organisatorisches im Interview
Kritik und Dramatisierung im Programm
Studiosperre, live und aufgezeichnet
Inhalt – nie vergeben

Tabelle 1 Auflistung aller Übercodes

Die Übercodes „Aufbau und Organisatorisches im Interview“ und „Inhalt – nie vergeben“ fließen nicht in die weitere Analyse ein. Der Übercode „Aufbau und Organisatorisches im Interview“ enthält Codes, die zur Strukturierung der Interviews verwendet wurden, wie „Schlusspassage“ oder „Bildschirmfreigabe“. Mit letztgenanntem Code wurde die Passage codiert, in der die Interviewerin bei den Interviews via Zoom den Bildschirm freigab um eine

Grafik mit den Interviewten zu teilen. Dabei entstanden kurze Gespräche, die inhaltlich irrelevant sind, für den Codiervorgang aber strukturierend wirkten. Der Übercode „Inhalt – nie vergeben“ enthält Codes, die in der Analyse nicht angewendet wurden. Sie wurden von VAR 4 „Themenfeld“ aus dem quantitativen Codebuch übernommen, um einen Vergleich zwischen den Ergebnissen der Programmanalyse und den Erzählungen der Interviewpartner*innen ziehen zu können. Während der Großteil der inhaltlichen Themen Verwendung fand, konnte ein Teil nicht in der qualitativen Analyse vergeben werden.

Ebenfalls aus dem Codebuch übernommen wurden die Codes des Übercodes „Themen“, sowie teils für „Ebenen“, „Vielfalt im Programm“ und „Funktionen“. Die Codes „Betroffenensperspektive“, „Sprachrohr bieten“, „Lokale Berichterstattung“, „Inklusion unterrepräsentierter Gruppen“, „Authentische Kommunikation“, „Vorstellung vom Publikum“ wurde von der Studie *Public Value des nichtkommerziellen Rundfunks* (Peissl & Seethaler 2020), an der die Autorin mitarbeitete, übernommen. Sie flossen zum Teil bereits in die Programmanalyse ein. Alle weiteren Codes wurden induktiv aus dem bestehenden Material heraus erstellt.

MaxQDA ermöglicht verschiedene Ausgaben von Reports und Analysen. Es wurde vor allem mit dem Code-Relations-Browser gearbeitet, der Überschneidungen zwischen Codes aufzeigt. Sie lassen sich tabellarisch und grafisch darstellen. Code-Relationen wurden sowohl pro Übercode erstellt, um die Verbindungen zwischen den einzelnen ihr zugewiesenen Subcodes aufzuzeigen, als auch zwischen den Subcodes zweier Übercodes. Dabei wurden gezielt Grafiken angefertigt, die laut tabellarischer Auflistung für die Beantwortung der Forschungsfrage nützliche Überschneidungen aufwiesen.

Die zwei folgenden Abbildungen 4 und 5 stehen beispielhaft für alle weiteren erstellten Code-Relations-Grafiken.

Übercode "Auswirkungen auf das Programm"

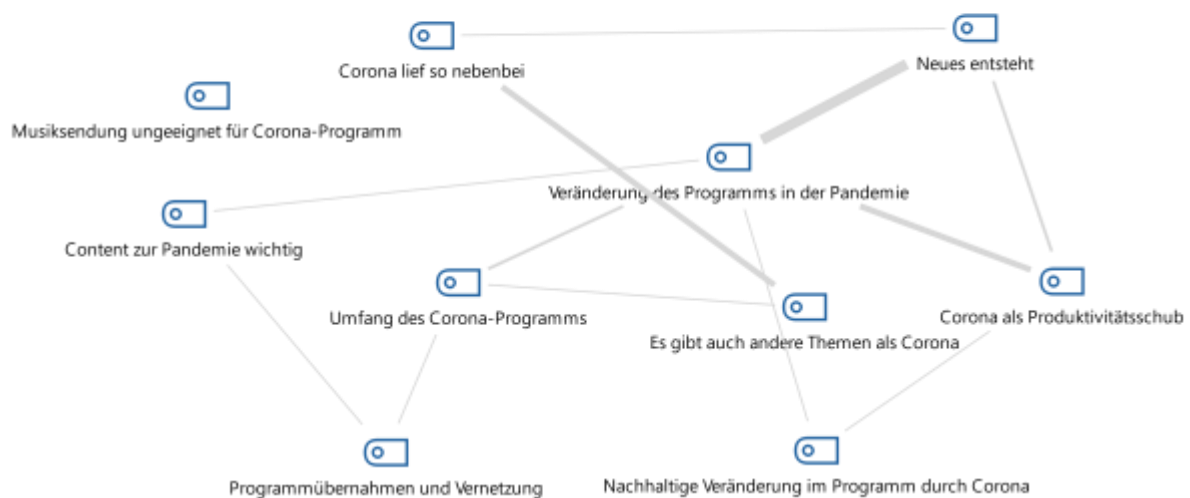


Abbildung 4 Code-Relationen innerhalb des Übercodes "Auswirkungen auf das Programm"

Betrieb im Sender in der Pandemie - Auswirkungen auf das Programm

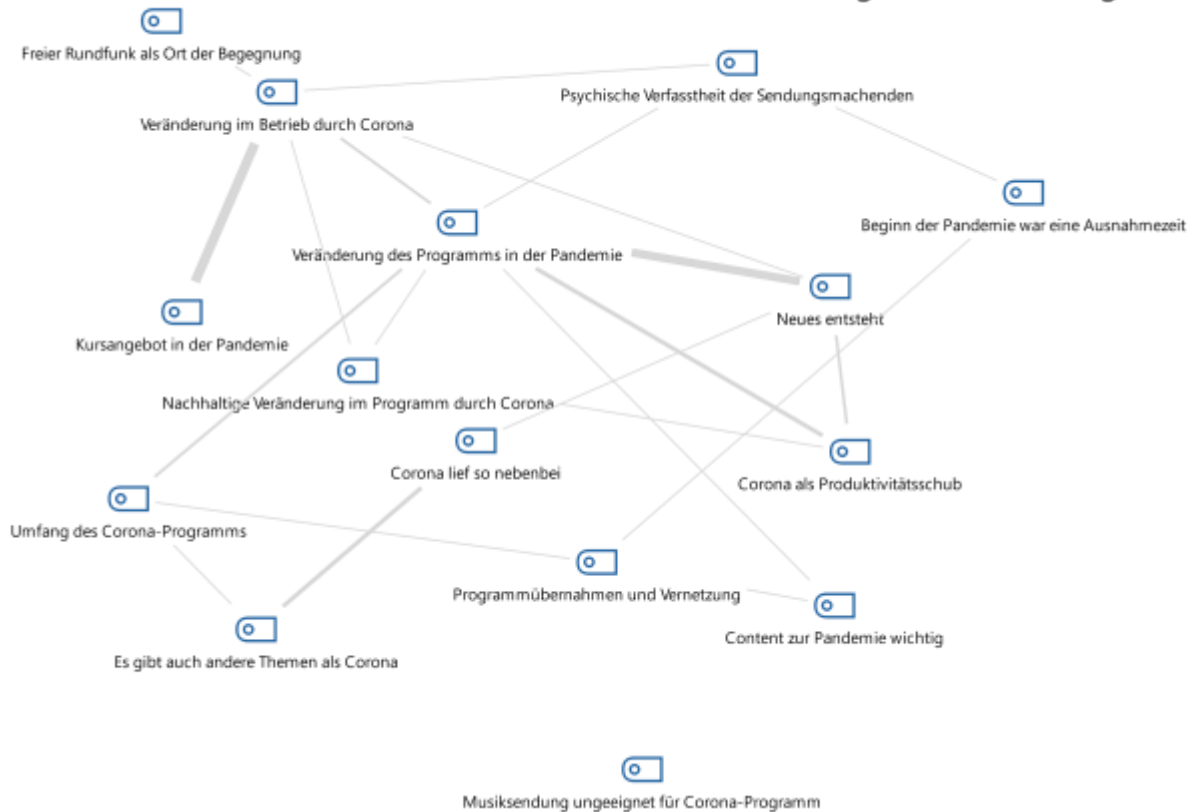


Abbildung 5 Code-Relationen zwischen den Übercodes "Betrieb im Sender in der Pandemie" und "Auswirkungen auf das Programm"

Die Dicke der Linien steht für die Häufigkeit der Überschneidungen. Einige wenige Codes, so wie in diesen Beispielen „Musiksendung ungeeignet für Corona-Programm“, weisen keinerlei Überschneidungen auf.

Außerdem können in MaxQDA mehrere Arten von Memos angelegt werden. Es wurden insgesamt 122 Memos erstellt. Die am häufigsten verwendete Form sind Dokument-Memos, die direkt an eine Textpassage in einem bestehenden Dokument angeheftet werden. Diese wurden bereits im ersten Codiervorgang angelegt und in einem zweiten Codiergang, parallel zur Verallgemeinerung der Codes und der Erstellung der Übercodes, ausgebaut und überarbeitet. Die Verallgemeinerung der Dokument-Memos erfolgte in Freien Memos, die den Textbausteinen im detaillierten Ergebnisteil der qualitativen Analyse entsprechen. In sie flossen auch die erstellten Code-Relations-Grafiken, sowie weiteres Material ein, das ebenfalls im Ergebnisteil präsentiert wird.

Titel	Vorschau	Herkunft	Bearbeitet von	Bearbeitet am	Erstellt von	Erstelltes Dokument	Code	Dokumentgruppe	Dokumentzeit
Corona als Produktivitätsstocher	12.01.2023 20:29	Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 20:29	Corona als Prod...		
Content zur Pandemie wichtig	12.01.2023 20:29	Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 20:28	Content zur Pan...		
Neues entsteht		Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 21:52	Neues entsteht		
Umfang des Corona-Programms		Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 20:19	Umfang des Co...		
Psychische Verfasstheit der Sendersgremien		Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 20:38	Psychische Verf...		
Offener Zugang führt zu Meinungsäußerung		Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 17:04	Offener Zugang...		
Mobilizer-Funktion/Community-Building		Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 17:15	Mobilizer-Funkt...		
Wichtig-Funktion		Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 16:34	Wichtig-Funkt...		
Science Communicator		Code	iböringer	12.01.2023 21:58	iböringer	12.01.2023 16:46	Science Commun...		
Inhaltliche Schwerpunkte im Programm: In ihren Auskün...		Freies Memo	iböringer	13.01.2023 11:46	iböringer	13.01.2023 10:11			
Umgang mit gegensätzlichen Meinungen: In vielen Interv...		Freies Memo	iböringer	13.01.2023 13:39	iböringer	11.01.2023 15:17			
Verfall im Programm: Mit 106 Codes...		Freies Memo	iböringer	13.01.2023 15:33	iböringer	13.01.2023 11:48			
Anmerkungen auf das Programm: *Anmerkungen...		Freies Memo	iböringer	14.01.2023 16:52	iböringer	13.01.2023 15:16			
Der Betrieb in der Pandemie: → Wenn ich auf...		Freies Memo	iböringer	14.01.2023 20:12	iböringer	14.01.2023 20:11			
campus: Digitalisierung in der Pandemie: Der Sender hat...		Freies Memo	iböringer	14.01.2023 20:12	iböringer	09.06.2022 11:25 IV_06			
Digitalisierung durch die Pandemie: Wie Heisel et al...		Freies Memo	iböringer	14.01.2023 10:58	iböringer	14.01.2023 16:52			
Änderungen im Betrieb: *Bm: Ich mein...*		Freies Memo	iböringer	15.01.2023 20:02	iböringer	15.01.2023 17:18			
Kritik und Dramatisierung im Programm: Die mediale Ber...		Freies Memo	iböringer	15.01.2023 21:11	iböringer	15.01.2023 20:02			

Abbildung 6 Übersicht der Memos in MaxQDA (Ausschnitt)

3. Ergebnisse der Programmanalyse

3.1. Allgemeine Ergebnisse

Von den 534 erhobenen Fällen sind 475 Fälle für die Auswertung relevant. Das entspricht 88,95% des gesammelten Materials. Die Kriterien zur Auswahl der Fälle werden im Methodendesign der Programmanalyse aufgelistet. Alle folgenden Zahlen beziehen sich auf eine Gesamtgröße von 475 Fällen.

Unter den einzelnen Sendern gibt es einen großen Unterschied in der Anzahl der Sendungen, die sich mit der Pandemie auseinandersetzen und online über die Suchbegriffe auffindbar waren. Letzteres ist wichtig zu erwähnen, da diese Analyse keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, auch wenn nach bestem Wissen und Gewissen und sorgfältig gearbeitet wurde. Während bei zwei Sendern kein Material erhoben werden konnte, das den Kriterien entspricht, (*Radio OP* und *Radio Ypsilon*), gibt es einige Sender, die über 10% des Materials liefern und andere, die mit 0 bis 5% am Material beteiligt sind. Sie lassen sich wie folgt listen:

1. Radio FRO: 16,2%
2. FS1: 13,3%
3. Radio Helsinki: 11,8% (hier macht die Sendereihe *Frequently Asked Questions* das meiste aus)
4. Radiofabrik: 11,6%
5. Okto TV: 10,9%
6. Radio Orange: 10,1%
7. Freies Radio Freistadt (FRF): 6,3%
8. dorfTV: 5,9%
9. City & Campus Radio: 4,4%

- 10. Radio Agora: 3,4%
- 11. Radio Proton: 2,1%
- 12. Freirad: 1,5%
- 13. Freies Radio Salzkammergut (FRS): 1,3%
- 14. Radio B138: 0,6%
- 15. Radio Freequenns: 0,6%

SEN

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Okto	52	9,6	10,9	10,9
	FS1	63	11,6	13,3	24,2
	dorfTV	28	5,2	5,9	30,1
	Radio Orange	48	8,8	10,1	40,2
	Radio B138	3	,6	,6	40,8
	Radio Proton	10	1,8	2,1	42,9
	Radio Agora	16	2,9	3,4	46,3
	Radio Helsinki	56	10,3	11,8	58,1
	City & Campus Radio	21	3,9	4,4	62,5
	Radio Freequenns	3	,6	,6	63,2
	Radio FRO	77	14,2	16,2	79,4
	FRS	6	1,1	1,3	80,6
	FRF	30	5,5	6,3	86,9
	Freirad	7	1,3	1,5	88,4
	Radiofabrik	55	10,1	11,6	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
	Fehlend	System	68	12,5	
Gesamt		543	100,0		

Tabelle 2 Anteil des Programms am Material pro Sender

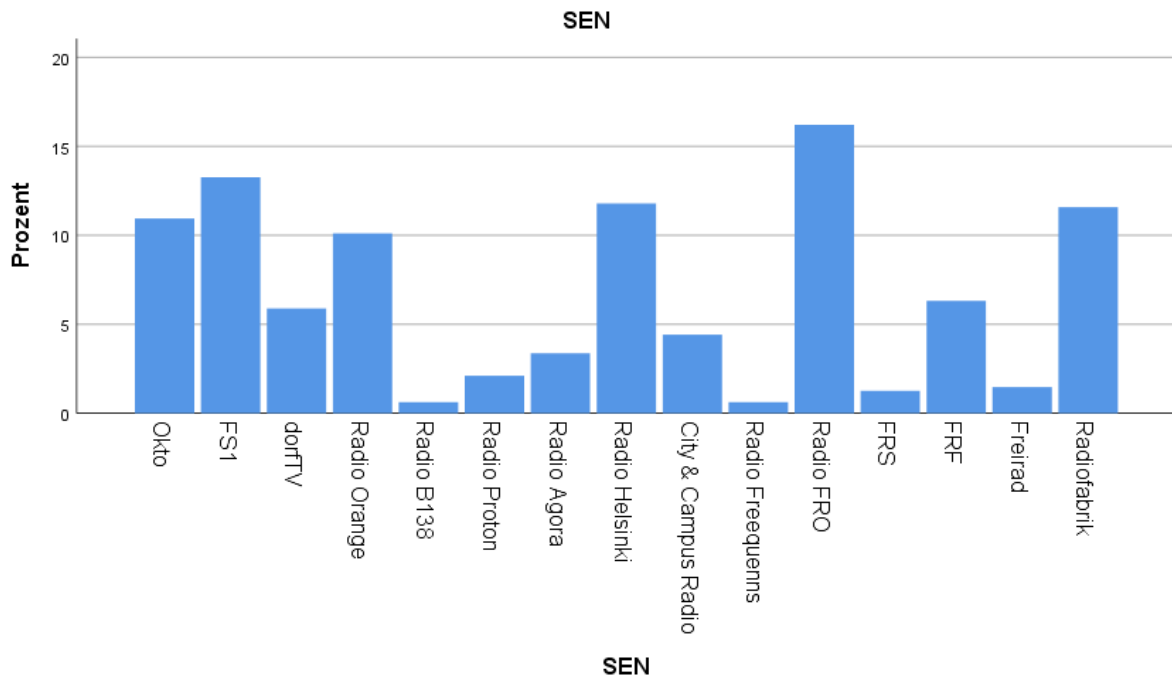


Abbildung 7 Anteil der Beiträge pro Sender am Material

Die Sender weisen mit 99,4% einen hohen Anteil an Beiträgen auf, die eigenständiges Arbeiten nahelegen. Das heißt, sie berichten nicht über die neuesten Verlautbarungen der Regierung und unterstützen diese dadurch nicht direkt, sondern beschäftigen sich unabhängig vom politischen Tagesgeschehen mit der Pandemie.

Ebenfalls weisen die meisten Beiträge eine einordnende Funktion auf, d.h. sie stellen einen gewissen Sachverhalt in einen Kontext, erklären und beschreiben ihn. Das trifft auf 71,4% des Materials zu (n=339).

3.2. Die Ergebnisse im Detail

3.2.1. Umfang des Programms

Betrachtet man die beiden untersuchten Zeiträume, so zeigt sich ein klares Gefälle abhängig von der Dauer der Pandemie. So nehmen die ersten drei Wochen des ersten Untersuchungszeitraums über ein Drittel des gesamten erhobenen, gültigen Materials ein. Die sieben Wochen des zweiten Untersuchungszeitraums machen hingegen gesamt nur 22,9% aller beachteter Fälle aus. Dass die Häufigkeit der medialen Berichterstattung im Laufe der Pandemie nie mehr das Niveau der ersten Phase erreichte, zeigte sich auch in den quantitativen Inhaltsanalyse deutscher und Schweizer Studien (vgl. Eisenegger et al. 2020; Gräf & Hennig 2022; Maurer et al. 2021).

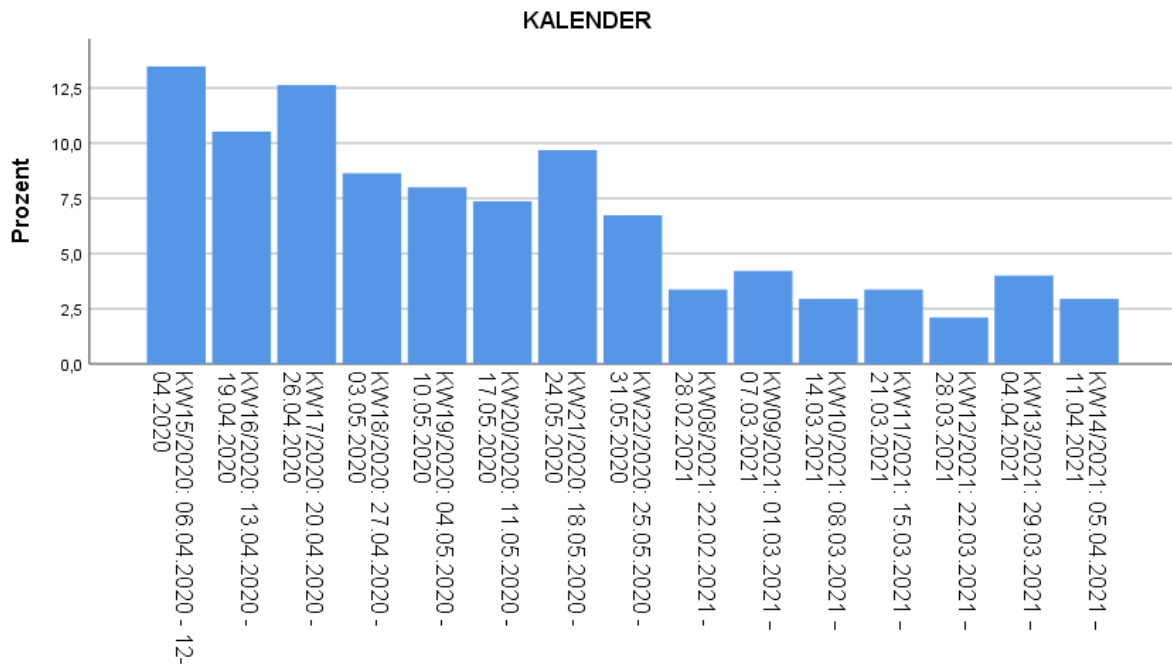


Abbildung 8 Anteil der Beiträge pro Kalenderwoche am Material

3.2.2. Stilform

Unter diese Kategorie fallen neben der Form der Sendungsgestaltung die Produktionsform und die in der Sendung verwendete Sprache.

Die meisten Programminhalte finden in Form einer Informationssendung zu einem bestimmten Thema (28,4%) statt oder die Sendung bestand hauptsächlich aus einem oder mehreren Interviews zu einem Thema (25,3%). 15,8% entfielen auf Nachrichtensendungen, wie beispielsweise *ANDI* von *Radio Orange* oder *Virenregime* von *Radio Helsinki*. Die Anzahl der unterschiedlichen Nachrichtenformate ist an sich überschaubar. Allerdings werden sie über einen längeren Zeitraum in bestimmten Intervallen gesendet und weisen in den Untersuchungszeiträumen fast immer Beiträge zur Pandemie auf. Während *FROzine* und *Frequently Asked Questions* täglich bis mehrmals pro Woche gesendet werden, haben *Der Widerhall* und *ANDI* wöchentliche Sendeintervalle. Deshalb wurden bei erstgenannten zum Teil auch mehrere Sendungen pro Woche mit einem Bezug zur Pandemie erfasst. *Frequently Asked Questions* ist das einzige spezifisch für und in der Corona-Pandemie geschaffene Nachrichtenformat. *ANDI*, *FROzine* und *Der Widerhall* blicken bereits auf eine längere Geschichte zurück und beschäftigen sich daher auch in der Pandemie nicht ausschließlich mit ihr.

Radio FRO (FROzine)	Material (Kalenderwoche)
	KW 11
	KW 13
	KW 14
	KW 15 (1+2)
	KW 16
	KW 17
	KW 18 (1+2)
	KW 19 (1+2)
	KW 20
	KW 21
	KW 22 (1+2)

Tabelle 3 Material aus FROzine pro KW

FRS (Der Wiederhall Woche 13)	Material (Kalenderwoche)
	KW 15

Tabelle 4 Material aus Der Wiederhall pro KW

Radio Helsinki (Frequently Asked Questions)	Material (Kalenderwoche und Anzahl der Ausgaben)
	KW 08 (1+2)
	KW 09 (1+2+3)
	KW 10 (1+2+3)
	KW 11 (1+2+3)
	KW 12 (1+2+3)
	KW 13 (1+2+3)
	KW 14 (1+2+3)
	KW 15 (1+2+3+4+5)
	KW 16 (1+2+3+4+5)
	KW 17 (1+2+3+4+5)
	KW 18 (1+2+3)
	KW 19 (1+2+3+4+5)
	KW 20 (1+2+3+4+5)
	KW 21 (1+2+3)
	KW 22 (1+2+3)

Tabelle 5 Material aus Frequently Asked Questions pro KW

Radio Orange (ANDI)	Material (Kalenderwoche)
	KW 15
	KW 16
	KW 17
	KW 20
	KW 21
	KW 22

Tabelle 6 Material aus ANDI pro KW

Teilweise wurden in bestimmten Wochen keine Sendungen gefunden (z.B. KW18_Orange) oder aber die Sendung wies keinen Corona-Bezug auf (z.B. KW19_Orange).

STIL

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Interview	120	22,1	25,3	25,3
	Informationssendung	135	24,9	28,4	53,7
	Unterhaltungssendung	69	12,7	14,5	68,2
	Kommentar	14	2,6	2,9	71,2
	Serie/Sitcom	28	5,2	5,9	77,1
	Freies Format	34	6,3	7,2	84,2
	Nachrichtensendung	75	13,8	15,8	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabelle 7 Anteil pro Stilform am Material

Über die Art der Ausstrahlung – live, aufgezeichnet oder teil-teils – kann keine Aussage getroffen werden, weil bei knapp 54% der Fälle keine Zuteilung möglich war. Diese Information wird nicht von allen Sendern erhoben, weshalb es notwendig gewesen wäre, in die einzelnen Sendungen reinzuhören, um hier eventuell genauere Auskunft geben zu können. Für genauere Auskunft sollen deshalb die Programmkoordinator*innen in den Experteninterviews gefragt werden. Von den restlichen 46% fallen 30% auf Aufzeichnungen und 16% auf Live-Sendungen. Gemischte Formate konnten nicht identifiziert werden.

PFORM

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Live-Sendung	75	13,8	15,8	15,8
	Aufzeichnung	144	26,5	30,3	46,1
	nicht erkennbar	256	47,1	53,9	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabella 8 Anteil pro Produktionsform am Material

Die sprachliche Vielfalt ist nur sehr schwach ausgeprägt – 91,9% aller Sendungen erfolgten ausschließlich auf Deutsch. Unter den sonstigen Sprachen war Englisch mit 4,8% am häufigsten vertreten. Weitere Sprachen sind Slowenisch (1,3%) und BKS (0,8%). Mitunter wurde die Sendung bilingual abgehalten, am häufigsten auf Deutsch und Englisch (0,8%). In einigen Fällen wurde Deutsch durch eine andere Sprache ergänzt (0,6%) oder aber mehrere Sprachen miteinander gemischt (0,8%). Folgende Sprachkombinationen waren vertreten: Slowenisch-Deutsch, Deutsch-Englisch-Farsi, Deutsch-Italienisch, Deutsch-Chinesisch (2-mal), Deutsch-Spanisch und Deutsch-Englisch-Arabisch-Farsi-Somali. Die Sendereihe *Corona Information Vienna* ist in mehreren Sprachen vertreten, wurde aber nur einmal codiert, weil davon ausgegangen wird, dass sich die Inhalte in den einzelnen Sprachen ähneln, wenn nicht sogar ident sind.

Rein fremdsprachiges Material konnte aber oft auch nicht ausgewertet werden, beispielsweise wenn es sich um eine arabischsprachige Sendung handelte. Hier mangelt es vonseiten der Forscherin an den notwendigen Sprach- und Schriftkenntnissen. Das betraf allerdings nur einige Fälle im einstelligen Bereich. Aus diesem Grund wurde auch von einer Übersetzung mittels Computers Abstand genommen. Die Ergebnisse hätten keinen weitreichenden Einfluss auf die Ergebnisse gehabt.

SPRACHE

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Deutsch	434	79,9	91,4	91,4
	Englisch	23	4,2	4,8	96,2
	Slowenisch	6	1,1	1,3	97,5
	BKS	1	,2	,2	97,7
	gemischt mit Deutsch	3	,6	,6	98,3
	Deutsch-Englisch	4	,7	,8	99,2
	anderen Sprachen gemischt	4	,7	,8	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabella 9 Sprachen, Anteil am Gesamtmaterial

3.2.3. Makro-, Meso- und Mikroebene

Bei den Sozialebenen wird zwischen der Makro-, Meso- und Mikroebene unterschieden. Die Ebenen wurden wie folgt definiert (Auszug aus dem Codebuch):

- 1- Makroebene: Auf der Makroebene werden die Strukturen und „Spielregeln“ des gesellschaftlichen Systems oder Teile davon behandelt; Bsp.: Bericht über Verschwörungstheorien allgemein.
- 2- Mesoebene: Der Schwerpunkt liegt auf Handlungen, die eine einzelne Organisation oder wenige Organisationen betreffen. Eine Organisation kann eine Partei, ein Unternehmen aber auch eine Institution sein. Bsp.: Bericht darüber wie eine Organisation mit Verschwörungstheorien unter den Mitarbeiter*innen umgeht.
- 3- Mikroebene: Handlungen und Begebenheiten, die auf einer Individualebene behandelt werden; Bsp.: Bericht über Verschwörungstheorien, in dem Tipps für den individuellen Umgang mit Verschwörungstheoretiker*innen gegeben werden.

Wie bei der Beschreibung des Codebuches bereits ausgeführt, ist es typisch für den nichtkommerziellen Rundfunk die Themen auf der Mikroebene anzusiedeln. Die Analyse zeigt, dass 53,9% aller Fälle der Mikroebene zugeteilt werden können. Die Makroebene kommt auf 34,9%, die Mesoebene auf 11,2%. Dass die Makroebene unerwartet stark vertreten ist, ist möglicherweise dem Thema geschuldet, das gesamtgesellschaftlich relevant ist, weshalb es viele Sendungen gab, die sich beispielsweise mit rechtlichen Rahmenbedingungen, den Maßnahmen insgesamt und Informationen zum „Wüten“ von Corona beschäftigten.

SOZ

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Makroebene	166	30,6	34,9	34,9
	Mesoebene	53	9,8	11,2	46,1
	Mikroebene	256	47,1	53,9	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabelle 10 Sozialebenen, Anteil am Gesamtmaterial

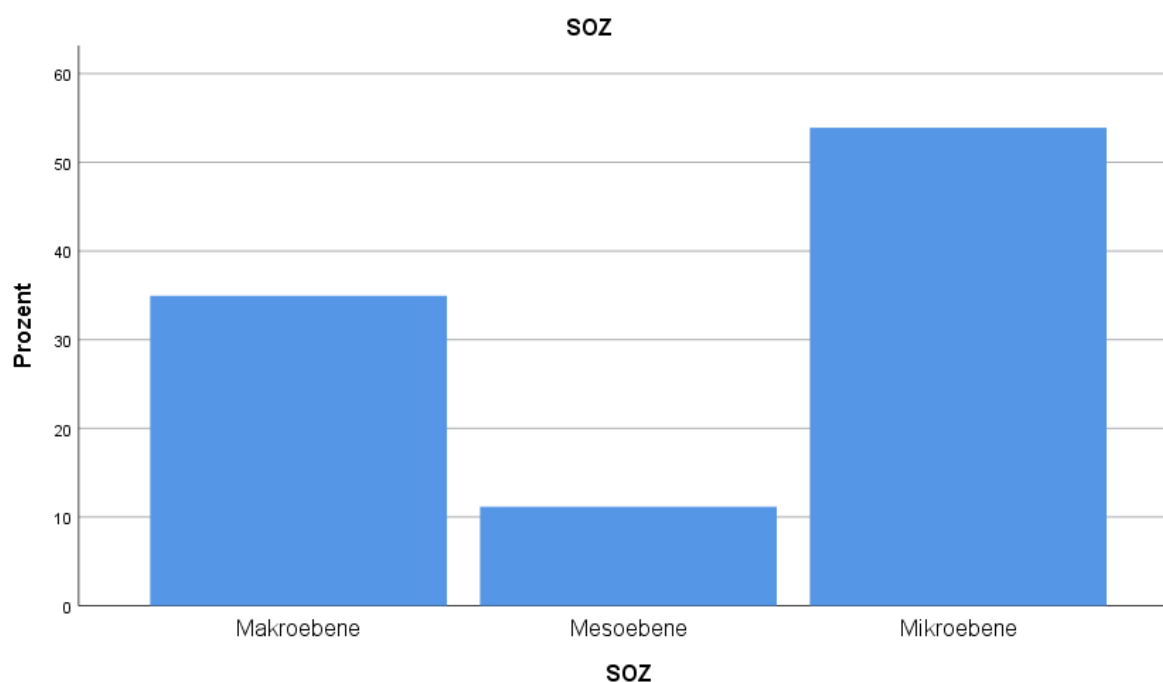


Abbildung 9 Verteilung der Beiträge auf die Sozialebenen

Der österreichische nichtkommerzielle Rundfunk zeichnet sich immer schon durch seinen starken regionalen bzw. lokalen Bezug aus (vgl. Purkarthofer et al 2008; Verband Freier Radios Österreich 2018). Das zeigt sich auch in den Beiträgen: 1/5 aller Fälle weist einen direkten regionalen Bezug auf. Auffallend ist dabei, dass die Sender in Wien kaum regionales Programm anbieten – die beiden stellen jedoch knapp ein Fünftel des Materials. Generell zeigt sich die Tendenz, dass die Sender, die im ländlichen Raum angesiedelt sind, mehr regionales Programm senden, als jene, die in einer Stadt angesiedelt sind. Eine Ausnahme stellt hier *dorfTV* dar, das einen vergleichsweise hohen Anteil an regionalem Programm zur Pandemie in den Untersuchungszeiträumen hatte (35,7%).

SEN * REG Kreuztabelle

Anzahl

		REG		Gesamt
		ja	nein	
SEN	Okto	3	49	52
	FS1	15	48	63
	dorfTV	10	18	28
	Radio Orange	1	47	48
	Radio B138	1	2	3
	Radio Proton	5	5	10
	Radio Agora	3	13	16
	Radio Helsinki	5	51	56
	City & Campus Radio	2	19	21
	Radio Freequenns	2	1	3
	Radio FRO	10	67	77
	FRS	3	3	6
	FRF	20	10	30
	Freirad	5	2	7
	Radiofabrik	7	48	55
Gesamt		92	383	475

Tabelle 11 Lokaler Bezug pro Sender in absoluten Zahlen

REG

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	92	16,9	19,4	19,4
	nein	383	70,5	80,6	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabelle 12 Regionaler Bezug, Anteil am Gesamtmaterial

3.2.4. Inhaltliche Schwerpunkte

Die Themenvielfalt ist groß. Es wurde jeweils ein Hauptthema und, wenn vorhanden, ein Nebenthema vergeben. Den größten Anteil machen Sendungen zu Kunst und Kultur aus (28,8%). Hierunter fallen Beiträge, in denen Künstler*innen eine Plattform geboten wird um ihre Arbeit zu präsentieren und über ihren (Arbeits)Alltag während der Pandemie zu sprechen, Sendungen, in denen es um die Konsequenzen der Maßnahmen für den Kunst- und Kulturbereich ging, aber auch Formate, die rein der Unterhaltung dienen, z.B. reine Musikformate. Mit 8,6% folgt der „individuelle Umgang mit der Krise“ als am häufigsten vergebenes Hauptthema. Interviews mit Personen aus dem Land und deren persönlicher Umgang mit der Krise

sind genauso Teil, wie Erzählungen von Personen aller sozialen Gruppen, wie Kinder, Menschen mit Beeinträchtigungen usw. über ihren Umgang mit der Krise.

In 32 Fällen (6,7%) werden soziale Problematiken diskutiert, wie verstärkte Gewalt gegen Frauen oder finanzielle Probleme. Damit in Zusammenhang stehen mitunter gesellschaftliche Probleme, die wegen der Pandemie auftauchen und in 6,5% der Fälle thematisiert werden. Die bundesweite wirtschaftliche Lage, Auswirkungen auf die Demokratie oder auf das gesellschaftliche Leben und vieles mehr werden diskutiert.

Recht häufig (6,1%) wird über die Lage der Kindergärten, Schulen und Universitäten gesprochen, wobei der Schwerpunkt klar auf Schulen liegt. Hier gibt es sowohl Sendungen, in denen Schüler*innen zu Wort kommen als auch Diskussionen über das Schulsystem an sich.

In 27 Fällen (5,7%) geht es um die beschlossenen Maßnahmen an sich. Darunter fallen Abstandsregelungen, Desinfektion und Hände waschen, sowie das Tragen von Masken. Die vorgestellten sechs Themen machen 62,4% aller Fälle aus.

Die Reihung aller codierten Themen nach Häufigkeit ist wie folgt:

1. Kunst und Kultur: 28,8% (n=137)
2. Individueller Umgang mit der Krise: 8,6% (n=41)
3. Soziale Problematiken: 6,7% (n=32)
4. Gesellschaftliche Auswirkungen von Corona: 6,5% (n=31)
5. Unis, Schulen und Kindergärten: 6,1% (n=29)
6. Maßnahmen: 5,7% (n=27)
7. Sonstige Themen: 4,0% (n=19)
8. Lockdown: 3,8% (n=18)
9. Innenpolitik: 3,8% (n=18)
10. Arbeit: 3,8% (n=18)
11. Gesundheitliche Auswirkungen der Pandemie: 3,2% (n=15)
12. Wirtschaft: 2,9% (n=14)
13. Ausbreiten und „Wüten“ von Corona: 2,5% (n=12)
14. Außenpolitik: 2,1% (n=10)
15. Sport: 2,1% (n=10)
16. Zustand des Gesundheitssystems: 1,7% (n=8)
17. Bildung und Medienbildung: 1,7% (n=8)
18. Verschwörungstheorien: 1,5% (n=7)
19. Gesundheitlicher Verlauf von Corona inkl. Spätfolgen: 1,3% (n=6)
20. Impfung: 1,1% (n=5)
21. Quarantäne: 0,8% (n=4)
22. Mobilität: 0,6% (n=3)
23. Selbstmanagement in der Krise: 0,2% (n=1)
24. Solidarität in der Krise: 0,2% (n=1)
25. Transport: 0,2% (n=1)

Der Code „Medizinische Erklärungen“ konnte nie vergeben werden. Sendungen, in denen den Rezipient*innen ausschließlich aus medizinischer Sicht das Coronavirus erklärt wird, kamen

also nicht vor. Tatsächlich weisen die Beiträge immer auch einen sozialen Aspekt auf, weshalb Themen, die auch medizinische Erklärungen beinhalten, immer einem anderen Thema besser zugeordnet werden konnten. Möglicherweise lässt sich hier aber auch eine Schwäche des Codebuchs feststellen.

In knapp einem Fünftel (21%) aller Fälle wurde neben dem Hauptthema ein Nebenthema vergeben. Es wurde mit derselben Codeliste gearbeitet, die auch bei den Hauptthemen vorlag.

1. Individueller Umgang mit der Krise: 23% (n=23)
2. Maßnahmen: 13% (n=13)
3. Kunst und Kultur: 10% (n=10)
4. Außenpolitik: 8% (n=8)
5. Lockdown: 7% (n=7)
6. Gesellschaftliche Auswirkungen von Corona: 7% (n=7)
7. Wirtschaft: 5% (n=5)
8. Soziale Problematiken: 4% (n=4)
9. Arbeit: 4% (n=4)
10. Unis, Schulen und Kindergärten: 4% (n=4)
11. Selbstmanagement in der Krise: 3% (n=3)
12. Quarantäne: 3% (n=3)
13. Innenpolitik: 2% (n=2)
14. Zustand des Gesundheitssystems: 2% (n=2)
15. Verschwörungstheorien: 2% (n=2)
16. Ausbreitung und „Wüten“ von Corona inkl. Fallzahlen: 1% (n=1)
17. Gesundheitlicher Verlauf von Corona inkl. Spätfolgen: 1% (n=1)
18. Solidarität innerhalb der Bevölkerung: 1% (n=1)

Es konnten hier deutlich weniger Themen vergeben werden als in der Kategorie Hauptthema. In einer Kreuztabelle ist gut ersichtlich, welche Themen wie häufig miteinander vergeben wurden (die erstgenannten sind immer die Nebenthemen). Hier aufgelistet sind alle jene Überschneidungen, die mindestens zweimal im Material vorkommen.

1. Individueller Umgang mit der Krise – Kunst und Kultur (5-mal)
2. Individueller Umgang mit der Krise – Sport (5-mal)
3. Kunst und Kultur – Maßnahmen (3-mal)
4. Außenpolitik – Maßnahmen (3-mal)
5. Gesellschaftliche Auswirkungen – Ausbreitung und „Wüten“ von Corona (2-mal)
6. Lockdown – Soziale Problematiken (2-mal)
7. Lockdown- Kunst und Kultur (2-mal)
8. Unis, Schulen und Kindergärten – Individueller Umgang mit der Krise (2-mal)
9. Kunst und Kultur – Individueller Umgang mit der Krise (2-mal)
10. Wirtschaft – Kunst und Kultur (2-mal)
11. Individueller Umgang mit der Krise – Lockdown (2-mal)
12. Unis, Schulen und Kindergärten – Individueller Umgang mit der Krise (2-mal)
13. Individueller Umgang mit der Krise – Maßnahmen (2-mal)
14. Maßnahmen – Lockdown (2-mal)
15. Gesellschaftliche Auswirkungen – Maßnahmen (2-mal)

16. Quarantäne – Kunst und Kultur (2-mal)

Folgende Codes weisen die häufigsten Überschneidungen auf. Sie werden getrennt nach Haupt- und Nebenthema aufgelistet:

Anzahl der Überschneidungen pro Code (Hauptthema):

1. Kunst und Kultur (18)
2. Maßnahmen (15)
3. Soziale Problematiken (8)
4. Gesellschaftliche Auswirkungen (7)
5. Lockdown (6)
6. Individueller Umgang mit der Krise (6)
7. Innenpolitik (6)
8. Sport (5)
9. Ausbreiten und „Wüten“ von Corona (4)
10. Unis, Schulen & Kindergärten (4)
11. Wirtschaft (4)
12. Zustand des Gesundheitssystems (4)
13. Gesundheitliche Auswirkungen (3)
14. Arbeit (3)
15. Gesundheitlicher Verlauf (1)
16. Außenpolitik (2)
17. Mobilität (1)
18. Bildung und Medienbildung (1)
19. Quarantäne (1)
20. Verschwörungstheorien (1)

Anzahl der Überschneidungen pro Code (Nebenthema):

1. Individueller Umgang mit der Krise (23)
2. Maßnahmen (13)
3. Kunst und Kultur (10)
4. Außenpolitik (8)
5. Gesellschaftliche Auswirkungen von Corona (7)
6. Lockdown (7)
7. Wirtschaft (5)
8. Soziale Problematiken (4)
9. Arbeit (4)
10. Unis, Schulen und Kindergärten (4)
11. Quarantäne (3)
12. Selbstmanagement in der Krise (3)
13. Innenpolitik (2)
14. Zustand des Gesundheitssystems (2)
15. Verschwörungstheorien (2)
16. Ausbreitung und „Wüten“ von Corona inkl. Fallzahlen (1)

17. Gesundheitlicher Verlauf von Corona inkl. Spätfolgen (1)

18. Solidarität innerhalb der Bevölkerung (1)

Wie Peissl & Seethaler (2020) zeigen konnten, spielt die Komplementaritätsfunktion im Freien Rundfunk eine große Rolle. Mangelnde Vielfalt war darüber hinaus ein häufiger Kritikpunkt an den Beiträgen zur Pandemie des öffentlich-rechtlichen und des privat-kommerziellen Rundfunks (Haller 2020; Jarren 2020; Meier & Wyss 2020; Schatz 2020).

3.2.5. Vielfalt im Programm

Mit Bezug auf die Studie von Peissl & Seethaler (2020) wurde daher die Vielfalt des Programms anhand von sechs Variablen untersucht: Betroffenheitsperspektive, Inklusion unterrepräsentierter Personen, Sprachrohr bieten, Berichterstattung abseits des Mainstreams, Berichterstattung aus anderen Ländern und Serviceleistung für die Rezipient*innen. In 91,4% der Fälle wurde mindestens einer dieser Codes vergeben und somit ein Vielfaltsfaktor erkannt.

Am häufigsten wurde mit 84,6% der Code „Nonmainstream“ vergeben. Damit ist gemeint, dass Themen behandelt werden, die so weder im öffentlich-rechtlichen noch im privat-kommerziellen Bereich ausgestrahlt werden. Das ist generell ein starker Identifikationspunkt für die nichtkommerziellen Sender in Österreich und bedient ihre Komplementaritätsfunktion. Besonders viele Codierungen beziehen sich auf den Kunst- und Kulturbereich. Auffallend ist, dass „Nonmainstream“ häufig mit anderen Codes vergeben wurde, beispielsweise in 165 Fällen gemeinsam mit dem Code „Sprachrohr bieten“. Damit wurde „Sprachrohr bieten“ in einem großen Teil der so codierten Fälle (165 von 180) gemeinsam mit „Nonmainstream“ vergeben.

Ebenfalls häufig fungiert das Radio als Sprachrohr für bestimmte Gruppen, die hier zu Wort kommen können. Sie ist die am zweithäufigsten erwähnte Funktion, die auf die Diversität der Berichterstattung hinweist. Tatsächlich ist diese Funktion auch eine, die fast ausschließlich vom Freien Rundfunk abgedeckt wird und ein wesentliches Element ihres Public Value darstellt.

Über ein Fünftel des Materials wies einen Servicecharakter für das Publikum auf (21,9%). Der Freie Rundfunk ist generell stark darauf ausgerichtet, Publikum einzubeziehen und ihnen bei der Bewältigung des Alltags zu helfen. Hierunter fallen u.a. Sendungen für Schüler*innen, in denen im Home Learning mittels Online-Games Lernstoff vermittelt wird, Live-Übertragungen aus dem Gemeinderat, sowie Tipps von Personen mit Expertise zu einem bestimmten Thema.

Die Auswertung zur aktiven Einbindung des Publikums zeigt, dass der Freie Rundfunk in Österreich dafür vielfältige Wege hat. Die häufigste Form der Einbindung waren Anrufe, Videoeinschaltungen, Mails oder Postings während der Sendung (5,9%). Es folgen Formate, die zur Gänze aus Einsendungen von Rezipient*innen bestehen (2,5%). Einige Sender haben im ersten Lockdown neue Formate geschaffen, in denen jede*r der/die mag, ein kurzes Video zu einem bestimmten Thema, ein gesungenes Lied etc. einschicken konnte. Die *Radiofabrik* grün-

dete beispielsweise einen Online-Chor, bei dem jeweils ein Stück vorgegeben wurde. Interessierte konnten das Lied einstudieren und die Aufnahme an den Sender schicken, wo die einzelnen Einsendungen zusammengeschnitten und dann ausgestrahlt werden.

Ab und zu können die Rezipient*innen Material zur Verfügung stellen, das dann in die Sendung eingebaut wird (1,1%). In einigen wenigen Fällen gibt es noch andere Formen der Einbindung (0,4%), z.B. wurde eine Sendung gestaltet, die aus Wortmeldungen von Passant*innen bestand (Okto_KW11_01). Der Großteil der Beiträge enthält aber dennoch keinerlei Einbindung von Zuhörenden und -sehenden (90,1%, n=428).

REZ

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Anruf, Videoeinschaltung, Mail, Postings während Sendung möglich	28	5,2	5,9	5,9
	Zur Verfügung gestelltes Material von Rezipient*innen wird in die Sendung eingebaut	5	,9	1,1	6,9
	Format besteht aus Einsendungen der Rezipient*innen	12	2,2	2,5	9,5
	Weitere Formen des Einbezugs	2	,4	,4	9,9
	kein Einbezug	428	78,8	90,1	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabella 13 Einbindung des Publikums, Anteil am Gesamtmaterial

„Inklusion unterrepräsentierter Gruppen“ (10,1%) und die Berichterstattung aus der „Betroffenenperspektive“ (16,6%) sind im größeren Ausmaß vertreten als bei Peissl & Seethaler (2020). Möglicherweise haben sie in der Pandemie eine stärkere Relevanz erhalten. Auch das wird in den Experteninterviews zu klären sein. „Betroffenenperspektive“ wurde codiert, wenn Betroffene einer bestimmten Thematik zu Wort kamen, beispielsweise Schüler*innen im Umgang mit dem Home Learning oder Long Covid-Patient*innen.

VIELF

		Häufig- keit	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	434	79,9	91,4	91,4
	nein	41	7,6	8,6	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		

Gesamt	543	100,0		
--------	-----	-------	--	--

Tabelle 14 Häufigkeit einer Vielfaltsvariable im Gesamtmaterial

		NONMAIN			
		Häufig- keit	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	402	74,0	84,6	84,6
	nein	73	13,4	15,4	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabelle 15 Häufigkeit des Codes "Non-Mainstream"

In 9,5% der Fälle wurde aus dem Ausland berichtet – meistens in Form von Interviews mit Betroffenen vor Ort, aber auch in Nachrichtenmagazinen als kurzer Bericht. Ein Bezug auf andere Länder kommt in 10,7% der Fälle vor. Da der Bezug auf ein anderes Land nicht gleichzusetzen ist mit dem Berichten aus einem anderen Land, gab es im Codebuch zwei Variablen, die sich damit beschäftigen. Wie die Zahlen zeigen, finden tatsächlich ein wenig mehr Bezüge statt als es Bericht aus den Ländern gibt. Der Unterschied ist allerdings marginal und der Untersuchungsgegenstand bildet nur einen Teilausschnitt des Programms ab. Deshalb können aus diesem Unterschied keine Schlüsse gezogen werden. Außerdem konnten in den meisten Fällen dennoch beide Codes vergeben werden.

Auf jeden Fall ziehen sich die Bezüge über den gesamten Globus: 6-mal wird aus Afrika, 3-mal aus den USA, 4-mal aus dem Nahen und Mittleren Osten, 7-mal aus Asien, 12-mal aus Südamerika, einmal aus Australien und 38-mal aus Europa berichtet. Oft wird in einem Beitrag über bzw. auf mehreren Ländern berichtet. Besonders häufig beziehen sich *Radio FRO* und *Radio Helsinki* auf andere Länder. Bei *Radio Helsinki* fällt die gesamte Auslandsberichterstattung auf Beiträge ihres Nachrichtenmagazins; bei *Radio FRO* trifft dies auf rund die Hälfte der Fälle bei.

SEN * AUSL Kreuztabelle

Anzahl

		AUSL		Gesamt
		ja	nein	
SEN	Okto	4	48	52
	FS1	2	61	63
	dorfTV	0	28	28
	Radio Orange	8	40	48
	Radio B138	0	3	3
	Radio Proton	0	10	10
	Radio Agora	2	14	16
	Radio Helsinki	15	41	56
	City & Campus Radio	0	21	21
	Radio Freequenns	0	3	3
	Radio FRO	18	59	77
	FRS	0	6	6
	FRF	1	29	30
	Freirad	0	7	7
	Radiofabrik	1	54	55
	Gesamt		51	424

Table 16 Bezüge auf andere Länder in absoluten Zahlen

		BERAUSL			
		Häufig- keit	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	45	8,3	9,5	9,5
	nein	430	79,2	90,5	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Table 17 Berichterstattung aus dem Ausland; Anteil am Gesamtmaterial

3.2.6. Kritik und Dramatisierung im Programm

Es wurde fast ausschließlich insofern sachlich berichtet, als das keinerlei dramatisierenden Formulierungen verwendet wurden. Auch dies war ein Vorwurf an die allgemeine Berichterstattung (Brost & Pörksen 2020; Gordeeva 2020), der in Bezug auf den österreichischen Freien Rundfunk nicht geltend gemacht werden kann. Denn in 98,5% aller untersuchten Fälle konnte keine Dramatisierung nachgewiesen werden. Auch hier gilt, dass sich die Aussagen ausschließlich auf die online auffindbaren Informationstexte zu den einzelnen Sendungen beziehen. Es kann deshalb an dieser Stelle keine Aussage darüber getroffen werden, warum dem so ist. Das gilt es in den Experteninterviews herauszufinden.

DRAMA

		Häufig- keit	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	7	1,3	1,5	1,5
	nein	468	86,2	98,5	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabelle 18 Anteil an Dramatisierungen im Gesamtmaterial

Anders und auch ein wenig überraschend verhält es sich in Bezug auf den Kritikfaktor. In 84,6% der Fälle konnte keine direkte Kritik gefunden werden. Die häufigste Kritikform ist die des Monitorings (14,5%), bei der es um das Aufzeigen von Missständen geht. In drei Fällen wurde „Detektiv“ vergeben und in lediglich einem „Watchdog“. Dieser eine Fall weist auch einen Grad an Dramatisierung auf und beschäftigt sich mit dem Umgang der Regierung mit den „Held*innen“ der Pandemie, sowie mit frauenpolitischen Themen.

Diese Ergebnisse sind dennoch nicht damit gleichzusetzen, dass Freie Medien unkritisch sind. Sie sind schon alleine deshalb kritisch, weil sie viele verschiedene Perspektiven aufzeigen, die in der Regel nicht gehört werden und so viele verschiedene Standpunkte zu einem Sachverhalt präsentieren (können). In den Experteninterviews kann das Thema Kritik im Freien Rundfunk in der Pandemie ausführlicher behandelt werden.

KRITIK

		Häufig- keit	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Prozente
Gültig	Monitoring	69	12,7	14,5	14,5
	Detektiv	3	,6	,6	15,2
	Watchdog	1	,2	,2	15,4
	nicht vorhan- den	402	74,0	84,6	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabelle 19 Kritikfunktion, Anteil am Gesamtmaterial

Ein häufiger Kritikpunkt an der Berichterstattung in den ersten Wochen der Corona-Pandemie war, dass Zahlen ohne Kontext und Interpretation verbreitet wurden. Deshalb wurde auch hier gezielt geschaut, wie Zahlen und Statistiken im Freien Rundfunk verwendet werden. Dabei ist zu sagen, dass Zahlen so gut wie keine Erwähnung finden (98,5%, n=468). Das heißt nicht, dass die Sendungen keinen Bezug auf Statistiken aufweisen, aber in den Infotexten wurden sie nicht erwähnt. Es kann jedenfalls vermutet werden, dass sie nicht als so wesentlich angesehen wurden sonst wäre eine Erwähnung wahrscheinlicher. Betrachtet man die mediale

Berichterstattung zur Pandemie im öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk, so fanden sich Zahlen bereits häufig in der Schlagzeile oder im Header. In den sieben Fällen, in dem im Sample Zahlen aus Statistiken erwähnt werden, werden sie in vier Fällen in einen Kontext gesetzt, aber nur in zwei Fällen auch interpretiert. Die Interpretationen treten jeweils mit der Kontextualisierung auf. In einem dieser Fälle findet weder eine Kontextualisierung noch eine Interpretation statt. Aufgrund des geringen Vorkommens der Variable im Gesamtmaterial, muss davon

ZAHL

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	7	1,3	1,5	1,5
	nein	468	86,2	98,5	100,0
	Gesamt	475	87,5	100,0	
Fehlend	System	68	12,5		
Gesamt		543	100,0		

Tabelle 20 Verwendung von Zahlen und Statistiken, Anteil am Gesamtmaterial


Erstaunlich ist, dass in den Beiträgen so gut wie nie die Zivilgesellschaft erwähnt wird, geschweige denn als Gegenpart zur Regierung gestellt wird. Lediglich in vier Beiträgen, das entspricht 0,8% des gesamten Materials, wurde dieser Code vergeben. Darin geht es um Aktivismus, partizipative Formen im Kunst- und Kulturbereich, sowie die Unterstützung (besonders) benachteiligter Gruppen auf Bundesebene. Der Freie Rundfunk lebt von der Zivilgesellschaft, denn er wird von ihr bespielt und gestaltet. Die Akteur*innenanalyse unterstützt diese Annahme. Dass die Zivilgesellschaft also solche selten explizit erwähnt wurde, ist daher nicht gleichzusetzen damit, dass sie nicht eingebunden wurde. Vielmehr deutet es darauf hin, dass es wenig politischen Aktivismus im pandemiespezifischen Programm der Sender gab.

3.2.7. Analyse der Akteur*innen

In 188 Fällen, das entspricht 39,6%, wurde kein*e einzige*r Akteur*in benannt. Hierunter fallen zum Beispiel Musiksendungen und Sendungen mit einem Bildungsfokus, wie das Home-Learning-Magazin *Woop Klassenzimmer (Okto TV)*. Die Charakteristika der 287 Fälle, in denen Akteur*innen benannt wurden, sind wie folgt:

Sie weisen sehr selten eine politische Zugehörigkeit auf. Ist eine vorhanden, so teilen sie sich unter ÖVP, SPÖ und Grünen in etwa zu gleichen Teilen auf. Häufig werden Bürgermeister*innen interviewt. Die ehemalige Staatssekretärin Ulrike Lunacek wird ebenfalls in zwei Berichten erwähnt bzw. interviewt. Sie ist neben dem damaligen grünen Gesundheitsminister Rudolf Anschober, die ranghöchste politische Akteurin, die im Datenmaterial eine aktive Rolle innehat. Ausländische Politiker*innen werden so gut wie nie (0,3%) eingebunden.

Es wurden nahezu zu gleichen Teilen Frauen und Männer interviewt. Die Zuteilung erfolgt vorrangig aufgrund der Vornamen. Als weiteres Indiz auf das Geschlecht wurden weitere



Zuschreibungen, sowie Pronomen analysiert. Der Code für „divers“ konnte aufgrund der Angaben nie vergeben werden. Es ist aber natürlich nicht auszuschließen, dass einige der Interviewten sich selbst anders zuordnen würden, als dies hier stattgefunden hat. Der Code „nicht zuordenbar“ wurde in den seltensten Fällen vergeben und bezieht sich auf Organisationen oder Personengruppen.

Die Funktionen der Akteur*innen sind sehr vielfältig: So wurden einige wenige politisch Tätige genauso interviewt wie Vertreter*innen von Interessensvertretungen jeglicher Art, Gewerkschaften und Wohlfahrtsorganisationen, aber auch Personen aus den Bereichen Wirtschaft, Kunst, Kultur und Wissenschaft. In 10,8% der Fälle wurden einzelne Bürger*innen als erste*r Akteur*in, in 22,6% der Fälle als zweite*r Akteur*in und sogar in 28,8% als dritte*r Akteur*in vors Mikro geholt.

Am häufigsten wurden Künstler*innen interviewt. Das ist in Anbetracht des starken Fokus auf Kunst und Kultur als Hauptthema der Beiträge wenig überraschend. Wissenschaftler*innen wurden wenn, dann vor allem als erste*r Akteur*in interviewt – hier machen sie 11,5% aller Fälle aus. Ebenfalls recht häufig wurde Gesundheitspersonal, das von Ärzt*innen über Therapeut*innen bis hin zu Pfleger*innen reicht, interviewt, was vermutlich dem Thema an sich geschuldet ist.

Es konnte somit weder ein „Expertenmonopol“ (Brost & Pörksen 2020; Jarren 2020; Schatz 2020) ausgemacht werden, noch ist es zutreffend, dass Politiker*innen und Wissenschaftler*innen am häufigsten interviewt wurden, wie Degen (2021: 127) und Gräf & Hennig (2022: 10-13) in ihren Inhaltsanalysen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk feststellten. Tatsächlich zeigt die Analyse deutlich, dass die Sender vor allem jenen eine Bühne geben, die i.d.R. nicht in der Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vertreten sind. Auch bei politischen Vertreter*innen ist mit den Bürgermeister*innen die lokale Ebene und damit jene, mit denen die Bürger*innen im Alltag am häufigsten direkt in Kontakt treten, stärker vertreten.

4. Ergebnisse der qualitativen Experteninterviews

4.1. Allgemeine Ergebnisse

Es wurden insgesamt 868 Codierungen vorgenommen. Die 104 Codes verteilen sich auf 15 Übercodes. Die Übercodes variieren stark in ihrer Größe, was auf das Gewicht, das die unterschiedlichen Themengebiete in dieser Studie und damit auch im Leitfaden und den Interviews zurückzuführen ist.

Übercode	Gesamtanzahl der Codes und Codierungen
Auswirkungen auf das Programm	10 Codes, 148 Codierungen
Vielfalt im Programm	9 Codes, 108 Codierungen
Funktionen	10 Codes, 94 Codierungen
Themen	16 Codes, 81 Codierungen
Betrieb im Sender in der Pandemie	5 Codes, 74 Codierungen
Digitalisierung durch die Pandemie	7 Codes, 71 Codierungen
Merkmale des Senders	4 Codes, 45 Codierungen
Meinungsvielfalt	7 Codes, 43 Codierungen
Rolle der Programmkoordination	3 Codes, 40 Codierungen
Ebenen	4 Codes, 38 Codierungen
Die Einstellung zu und Rolle des Publikums	3 Codes, 33 Codierungen
Aufbau und Organisatorisches im Interview	5 Codes, 33 Codierungen
Kritik und Dramatisierung im Programm	8 Codes, 31 Codierungen
Studiosperre, live und aufgezeichnet	4 Codes, 29 Codierungen
Inhalt – nie vergeben	9 Codes, 0 Codierungen
	= 104 Codes, 868 Codierungen

Tabelle 21 Codes und Codierungen pro Übercode

Mit 46 codierten Segmenten wurde der Code „Veränderung im Betrieb durch Corona“ am häufigsten vergeben. Er stellt den zentralen Code im Übercode „Betrieb im Sender in der Pandemie“ dar und beinhaltet Segmente aus den acht Transkripten, in denen auf Veränderungen im alltäglichen Sendebetrieb eingegangen wurde. Darunter fallen Änderungen in den Öffnungszeiten des Senders, im Kursangebot, im Arbeiten im Sender unter Einhaltung der Maßnahmen, im Kontakt zu den ehrenamtlichen Sendungsmachenden und im Zustandekommen des Programms.

Wie auch viele andere Codes, weist „Veränderung im Betrieb durch Corona“ Verbindungen zu zahlreichen anderen Codes auf, die anderen Übercodes zugeteilt wurden. In diesem Fall ist auffällig, dass es Verbindungen zu fast allen anderen in der Analyse berücksichtigten Übercodes gibt. Eine Ausnahme stellt der Übercode „Themen“ dar. Das verwundert wenig, da die inhaltlichen Themenschwerpunkte des Programms in keinem Zusammenhang mit den Veränderungen im Betrieb aufweisen. Besonders stark ausgeprägt sind die Verbindungen zu „Kursangebot in der Pandemie“ und „Live-Sendungen nicht möglich“. Die beiden Themenschwerpunkte werden in den Detailergebnissen ausführlich besprochen, da sie für den Betrieb des Senders eine wesentliche Veränderung darstellten. Tabelle 24 ist zu entnehmen, dass diese Verbindungen mit 7 und 6 Nennungen zu den stärksten im gesamten Material gehören.

Veränderung im Betrieb durch Corona



Abbildung 10 Code-Relationen des Codes „Veränderung im Betrieb durch Corona“

Tabelle 22 zeigt einen Ausschnitt der Auflistung aller vergebenen Codes gereiht nach den Häufigkeiten. Sie gibt einen ersten groben Überblick über die in den Interviews behandelten Themenschwerpunkte. Dabei fällt auf, dass drei der zehn häufigsten vergebenen Codes zu „Auswirkungen auf das Programm“ zu zählen sind („Veränderung des Programms in der Pandemie“, „Neues entsteht“, „Umfang des Corona-Programms“), dem Schwerpunkt der Interviews. „Inhalt – Kunst und Kultur“ ist der mit Abstand am häufigsten vergabene Themen-code und wird in den Detailergebnissen an mehreren Stellen Erwähnung finden. Die nicht-kommerziellen Sender wiesen auch bereits vor der Pandemie einen starken Schwerpunkt auf diesen Bereich auf (vgl. Peissl & Seethaler 2020, 45f.). Mit „eine Plattform bieten“ wird ein wesentlicher Punkt des Selbstverständnisses des Freien Rundfunks angesprochen, der sich auch in der Charta des Freien Rundfunks (Verband Freier Rundfunk Österreich 2020) findet. Die „Rolle als Programmkoordinator*in“ wurde zu Beginn der Interviews als Einleitung in die Thematik abgefragt. Die Interviewten gingen mitunter aber auch während des Interviews erneut auf das Verständnis ihrer beruflichen Aufgabe in der Pandemie ein. Das deutet auf eine hohe Identifikation mit der eigenen Rolle hin.

Medienbildung ist wesentlich im Angebot des Freien Rundfunks inkludiert. Sie sehen sich als Medienbildungseinrichtungen. Medienbildung, hier vertreten durch den Code „Media Literacy wird durch die Pandemie gefördert“, richtet sich an die Sendungsmachenden, aber auch an Kinder und Jugendliche, sowie unterrepräsentierte Gruppen. Es geht gezielt um die Förderung von Medienkompetenzen durch die Pandemie, da die österreichweit geltenden Maßnahmen eine Verlagerung der Sendeproduktion in die eigenen vier Wände notwendig machten und die erforderlichen Kompetenzen oft erst erlernt werden mussten.

Die beiden Codes „Sprachrohr bieten“ und „Betroffenenperspektive“ sind dem Übercode „Vielfalt im Programm“ zugeordnet. Auch sie werden in den Detailergebnissen genauer ausgeführt, weil sie zu den zentralen Codes der Untersuchung zählen.

Schließlich wurde die „Mobilizer-Funktion“, definiert als „Menschen zu Hilfeleistungen für besonders betroffene Personen motivieren“ (Eberl et al. 2020) 19 Mal vergeben, womit sie die häufigste genannte Funktion des nichtkommerziellen Rundfunks in der Pandemie ist. Hilfeleistung ist eine Art Service, der auf vielfältige Weise im Material und dadurch durch mehrere Codes vertreten ist. Neben der „Mobilizer-Funktion“, gibt es die Codes „Serviceleistung Hilfe fürs Publikum“ und „den Sendungsmachenden Hilfe anbieten“. Hier besteht wiederum ein Zusammenhang zu „eine Plattform bieten“.

Codes	Cod. Segmente (alle Dokumente)
Veränderung im Betrieb durch Corona	46
Inhalt - Kunst und Kultur	38
Veränderung des Programms in der Pandemie	30
Eine Plattform bieten	22
Neues entsteht	21
Rolle als Programmkoordinator*in	21
Umfang des Corona-Programms	21
Media Literacy wird durch Pandemie gefördert	19
Sprachrohr bieten	19
Betroffenenperspektive	19
Mobilizer-Funktion/CommunityBuilding/Kommnetzwerk	19

Tabelle 22 Die häufigsten vergebenen Codes (qual. Inhaltsanalyse)

Die hier abgebildete Codewolke verbildlicht die häufigsten vergebenen Codes der qualitativen Inhaltsanalyse:



Abbildung 11 Codewolke

Tabelle 23 gibt ein gutes Bild der Überschneidungen im Material, die ein Code mit anderen aufweist. Sie sind essentiell um Zusammenhänge aus dem Material herausarbeiten zu können und das Relevanzsystem der Interviewten nachzeichnen zu können. „Veränderungen im Betrieb durch Corona“ ist nicht nur der häufigste vergebene Code, er weist auch die meisten Überschneidungen auf. Tabelle 23 listet alle jene Codes aus dem Material auf, die mehr als zehn Überschneidungen aufweisen. Sie wurden nach der Häufigkeit an Überschneidungen sortiert. Gleicht man die Codes mit den meisten Überschneidungen mit denen der häufigsten vergebenen Codes ab, so zeigt sich, dass sie sich in weiten Teilen entsprechen. Sie erweisen sich dadurch als sehr zentrale Codes der Untersuchung.

Code	Anzahl der Überschneidungen
Veränderung im Betrieb durch Corona	34
Veränderung des Programms in der Pandemie	33
Sprachrohr bieten	29
Inhalt – Kunst und Kultur	29
Eine Plattform bieten	23
Serviceleistung Hilfe fürs Publikum	20
Inklusion unterrepräsentierter Gruppen	20
Den Sendungsmachenden Hilfe anbieten	19
Viele Zuschaltungen/Streaming in der Pandemie	19
Betroffenenperspektive	18
Neues entsteht	17
Umfang des Corona-Programms	16
Live-Sendungen nicht möglich	16
Inhalt – Unis, Schulen und Kindergärten	15
Mobilizer-Funktion/CommunityBuilding/Kommnetzwerk	15
Digitale Kommunikation vs. Analoge Kommunikation	13
Makroebene	13
Mesoebene	13
Authentische Kommunikation	12
Rolle als Programmkoordinator*in	12
Mikroebene	11
Inhalt – Soziale Problematiken	11
Programmübernahmen und Vernetzung	11
Informer-Funktion	10
Sensibilisierung der Sendungsmachenden	10
Gesellschaftliche Relevanz, nicht Einzelschicksale	10

Tabelle 23 Codes mit den meisten Code-Relationen

Auffallend ist, dass „Media Literacy wird durch Pandemie gefördert“ in der Liste der häufigsten Code-Relationen fehlt, obwohl er zu den elf am meisten vergebenen Codes zählt. Tatsächlich weist der Code nur acht Überschneidungen mit anderen Codes auf, die mit einer gemeinsamen Codierung alle nur leichte Verbindungen darstellen. Sie beziehen sich auf die Veränderungen im Betrieb inkl. der Kursangebote, der Veränderungen im Programm, der Digitalisierung durch die Pandemie und den Merkmalen des Senders. Medienbildung wird damit zum einen in die zentralen Themen der Studie eingebettet, aber auch mit dem Selbstverständnis des Senders in Verbindung gebracht. Die häufigere Verbindung zum Übercode „Digitalisierung durch die Pandemie“ deutet daraufhin, dass zwischen der Entwicklung der Medienkompetenzen und der Beschäftigung mit digitalen Tools, die zum Teil in der Pandemie aus der Not heraus entstand, ein Zusammenhang gesehen wird. In der bereits erwähnten Studie von Peissl & Seethaler (2020) fehlte die Verbindung zwischen Medienbildung und Digitalisierung zur Gänze. Das könnte als Indiz für eine gestiegene Relevanz der Auseinandersetzung

mit Themen der Digitalisierung interpretiert werden. Dabei ist zu erwähnen, dass der Freie Rundfunk an sich im Rahmen seiner finanziellen Möglichkeiten bemüht ist, mit der Digitalisierung gut Schritt zu halten. Als aktuellstes Beispiel gilt das Projekt Automated Radio (AuRa), eine Open Source Software, die vom nichtkommerziellen Rundfunk für den Sektor entwickelt wird und die Verwaltung, Programmplanung und automatische Ausspielung des Programms vereint (vgl. AURA, o.J.; Weish & Trattnig 2021)

Tabelle 24 listet jene Codes auf, die die meisten Überschneidungen miteinander aufweisen. Sie stellt lediglich einen Ausschnitt dar. All jene Relationen, mit 3 oder weniger Nennungen wurden des Umfangs wegen nicht in die Tabelle aufgenommen. Auch ist ihre Relevanz für die Ergebnisse dieser Studie untergeordnet.

Auffallend ist, dass die meisten der ersten fünf Relationen mit einem der beiden Übercodes „Auswirkungen auf das Programm“ und „Betrieb im Sender in der Pandemie“ zusammenhängen. Aufgrund der bisherigen Ergebnisse können sie als die zwei Hauptcodes der qualitativen Auswertung gelten.

Spannend ist die hohe Übereinstimmung zwischen „Sensibilisierung der Sendungsmachenden“ und „Rolle als Programmkoordinator*in“, denn die Sensibilisierung bezieht sich spezifisch auf die Verbreitung von Falschmeldungen und Verschwörungstheorien in den Sendungen. Wie unter „Umgang mit gegenteiligen Meinungen“ in den detaillierten Ergebnissen ausgeführt, fand in den einzelnen Redaktionen durchaus eine Diskussion über den Umgang mit derartigen Inhalten statt, auch wenn es nur wenige tatsächliche Anlassfälle gab. Viele setzten bereits präventiv auf die Sensibilisierung der Sendungsmachenden durch das Hinweisen und Aufmerksam machen auf die Verantwortung als Sendungsmachende und das Einhalten journalistischer Standards.

Ein wesentlicher Schwerpunkt der Sender bei Berichten aus dem Ausland ist das Einbringen der Perspektive Betroffener aus anderen Ländern. Telefoninterviews oder Videokonferenzen, teils mit mehreren Gästen zugleich, waren hier das bevorzugte Kommunikationstool.

Die hohe Überschneidungszahl von „Makroebene“ und „Mesoebene“ hängt wohl damit zusammen, dass die Programmkoordinator*innen die beiden Ebenen oft miteinander erwähnten und abwogen, welche Ebene hier wohl die zutreffendere ist. Die Frage nach der Einschätzung der Ebenen ist auch eine sehr abstrakte, weshalb die Anzahl an Überschneidungen hier mehr auf einer zurecht bestehenden Unsicherheit in der Zuteilung zurückzuführen ist. Wenn es allerdings zu einer Zuordnung zur Makroebene kam, dann wurde dies am häufigsten damit begründet, dass die gesellschaftliche Relevanz im Zentrum des Programms stand und nicht das Berichten über Einzelschicksale.

Code 1	Code 2	Anzahl der Überschneidungen
Sprachrohr bieten	Eine Plattform bieten	7
Veränderung im Betrieb durch Corona	Kursangebot in der Pandemie	7
Veränderung im Betrieb durch Corona	Neues entsteht	6
Veränderung im Betrieb durch Corona	Live-Sendungen nicht möglich	6
Neues entsteht	Veränderung des Programms in der Pandemie	6
Sensibilisierung der Sendungsmachenden	Rolle als Programmkoordinator*in	5
Eine Plattform bieten	Inhalt – Kunst und Kultur	4
Viele Zuschaltungen/Streamings in der Pandemie	Veränderung des Programms in der Pandemie	4
Betroffenenperspektive	Auslandsberichterstattung	4
Makroebene	Mesoebene	4
Makroebene	Gesellschaftliche Relevanz, nicht Einzelschicksale	4

Tabelle 24 Die häufigsten Code-Relationen

Schließlich lassen sich auf der Ebene der Übercodes die Zusammenhänge aller codierten Aussagen im Material erkennen (Abb. 12). Die Stärke der Linien nimmt mit der Häufigkeit an Überschneidungen zu. Eine besonders starke Verbindung findet sich demnach zwischen „Themen (inhaltlich)“ und „Vielfalt im Programm“. Die Interviewten führten bei der Beschreibung der Vielfalt des Programms aus ihrer Perspektive häufig Beispiele an, die wiederum thematisch codiert wurden. Weitere starke Verbindungen finden sich zwischen „Vielfalt im Programm“ und „Merkmale des Senders“, „Auswirkungen auf das Programm“ und „Themen (inhaltlich)“, „Auswirkungen auf das Programm“ und „Digitalisierung durch die Pandemie“, sowie „Betrieb im Sender in der Pandemie“ und „Digitalisierung durch die Pandemie“. All jene Verbindungen werden in den detaillierten Ergebnissen genauer ausgeführt. Hier sei nur mehr angemerkt, dass die Verbindung zwischen „Vielfalt im Programm“ und „Merkmale des Senders“ bereits zeigt, dass Vielfalt für den Freien Rundfunk ein essentieller Teil seines Selbstverständnisses ist. Die Unterkapitel der Detailergebnisse orientieren sich an den Übercodes. Wenn passend, wurden mehrere Übercodes in einem Unterkapitel behandelt.

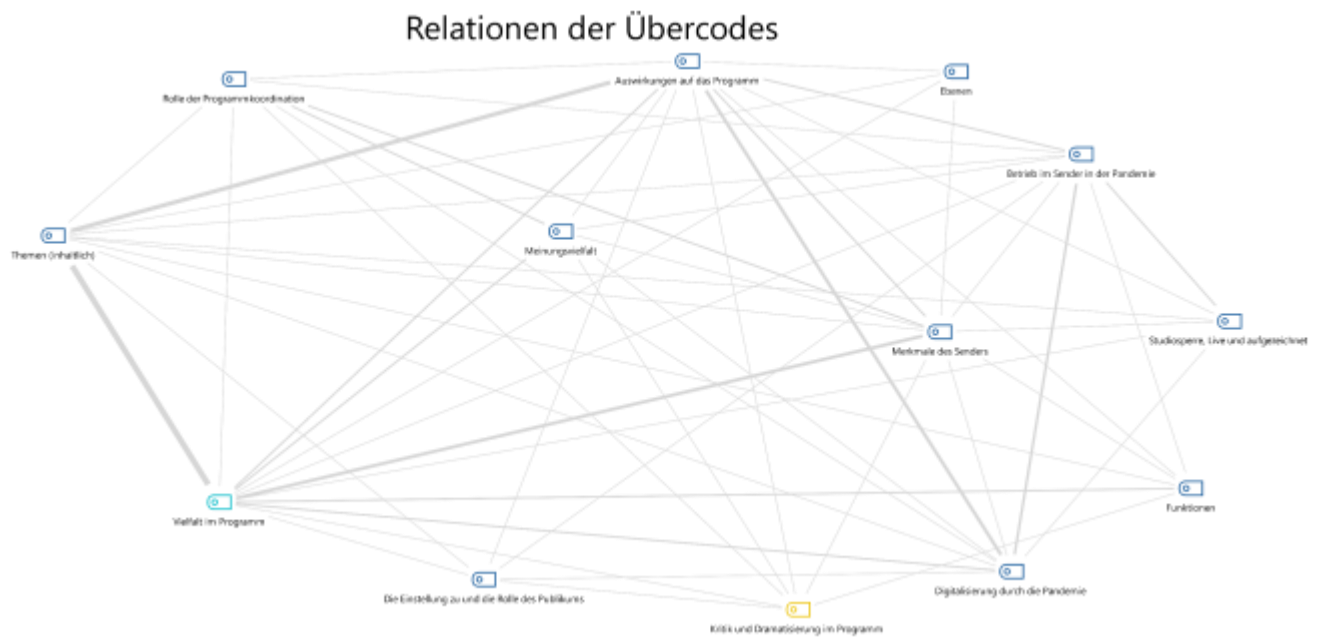


Abbildung 12 Verbindungen zwischen den Übercodes

4.2. Die Ergebnisse im Detail

4.2.1. Änderungen im Betrieb

"Bm: Ich mein, es war jetzt teils eigentlich sehr unverändert und teils war es dann doch sehr anders."
(IV04, Z 25-26)

"In dem Fall war es eine neue Zeit für uns alle." (IV07, Z 44)

Diese beiden Zitate fassen die in den Interviews geteilten Erfahrungen der Programmkoordinator*innen aus dem Zeitraum März 2020 bis Mai 2022 gut zusammen. Durch die ab 16. März 2020 bundesweit geltenden Maßnahmen, inklusive Ausgangsbeschränkungen („Lockdowns“), veränderte sich auch der tägliche Betrieb in den 17 nichtkommerziellen Sendern. Das bedeutete einen erheblichen Aufwand für die jeweiligen Teams, die innerhalb kurzer Zeit sämtliche Prozesse umstellen mussten.

*"Ah also es ging viel darüber gerade am Anfang herauszufinden, wie machen wir das äh, wie übersetzen wir die die allgemeine Regeln für die spezifische Situation im Radio und auch Redaktionen zu unterstützen, weil grundsätzlich ja klar war, dass es viele neue Produktionswege und Mittel gibt, die die Präsenz vor Ort eigentlich nicht mehr verlangen. Wir haben sowohl Knowhow geliefert und auch Sachen dazu gekauft, eingekauft, Magazine, um das gut zu verteilen und die Produktion zu unterstützen und selber hat haben wir auch eine große Umfrage gestartet und gerade Sendungsmacher*innen direkt von ihnen zu erfahren wie es ist, wie läuft's bei ihnen. Wie gut sind sie imstande selber zu machen, welche Unterstützung bräuchten sie. Das haben wir direkt abgefragt geht es um Wissen, geht es um Equipment, geht es um wenige Skills oder Situationen auf die wir zum Beispiel berufliche oder räumliche Situationen, die wie geht es einem."* (IV01, Z 45-55)

"Da haben wir auch in der Redaktion sehr viel gemacht, umgestellt und schnell einmal reagiert, viel Informationen gebracht, wo kann man jetzt einkaufen gehen [...]." (IV08, Z 82-84)

Die Sender waren bemüht die geltenden Maßnahmen umzusetzen und sowohl die Angestellten als auch die Sendungsmachenden zu schützen. Deshalb fanden in den Sendern so wenig persönliche Kontakte wie möglich statt. Es wurde zu Home Office bzw. zur Home Production geraten.

"Zu Beginn war das so, dass sie herausgegeben haben eben wenn möglich, dann bitte home office first und jeder möge bitte, wenn es vermeidbar ist, zu Hause bleiben." (IV06, Z 171-173)

Die Kommunikation wurde zu weiten Teilen auf digital umgestellt, wodurch sich neue Herausforderungen ergaben (s. Digitalisierung durch die Pandemie). Zu Beginn der Pandemie versuchten alle Sender auch das Kursangebot auf digital umzustellen. Die Kurse finden i.d.R. vor Ort in den Sendern statt und bestehen neben theoretischen Inputs vor allem aus einer Einschulung in den Umgang mit der Studiotechnik. Dieser Teil kann nur sehr schwer von zu Hause erlernt werden, weshalb die Angestellten anfangs vor der Schwierigkeit standen, die Inhalte zielführend online zu vermitteln. Verschiedene Möglichkeiten wurden ausprobiert, die eine erfolgreicher als die andere.

"Es ist ja nicht nur so die praktische operative Arbeit jeden Tag, man muss das dann ja auch noch auf struktureller Ebene adaptieren, das heißt du musst deine ganzen Workshops umbauen. Du solltest die Workshops online anbieten, du musst ihnen sozusagen viel mehr (aufsuchenden) Charakter geben, damit du die Leute abholst, wo sie sind. Und das ist mühsam. Ich kann mich erinnern, der erste Audioschnitt Workshop, Audacity-Kurs online, das war eine Katastrophe. Das war von der Qualität des Angebots nicht gut. Und das sich zu erarbeiten, dass das didaktisch in einer entsprechenden Qualität daherkommt, war nicht ganz unanstrengend." (IV08, Z 406-413)

"Af: Ich mein es hat glaub ich schon ein paar Zoom-Workshops dann gegeben, wo man mal ausgetestet hat, wie weit geht das und wo brauchen Personen Unterstützung, das hat sich halt auch schnell herausgestellt, dass über Zoom so die Hardware zu erklären oder wenn es da jetzt ein Fehler-Problem gibt, das über Zoom dann zu erklären, 'so film einmal ab, was hast du alles angesteckt?' Das funktioniert halt dann nicht." (IV02, Z 239-243)

"Af: Auch wenn neue Sendungsmacher_innen einsteigen, wir konnten ja keine Workshops abhalten. Es gab zwar online Angebote, die dann stückweise auch gut angenommen worden sind und genutzt worden sind, ist aber trotzdem was anderes, wie wenn unsere Ausbildungs-Referentin her geht, fünf neue hat und denen das Aufnahmegerät und alles geblockt einfach beibringen kann und du hast es in der Hand und übst damit, ist es was anderes wie wenn du am Wochenende daheim sitzt am Telefon und

einem neuen Sendungsmacher erklärst, wie du aus der Ferne des Aufnahmegerät bedienen musst. Also, es war einfach kommunikationsintensiver, das definitiv.“ (IV04, Z 44-51)

Das Angebot wurde deshalb zurückgeschraubt, teils wurden die Kurse komplett eingestellt. Da der Basis-Workshop jedoch die Voraussetzung für die eigene Produktion der Sendung ist, kamen phasenweise weniger neue Sendungsmachende hinzu.

“Das war während der Pandemie so, vielleicht deswegen weniger, weil wir zwischendurch die Basis Workshops, die quasi der Einstieg sind, ausgesetzt haben. Also Basis Workshop geht nicht online. Also wir haben zwar dann relativ bald wieder angefangen mit 2G plus Basis Workshops zu machen, aber das ist einfach zwischen einige Monate ausgefallen. Es waren weniger Basis Workshops, von dem her auch weniger Einstiegsmöglichkeiten.“ (IV05, Z 610-615)

Es wurden aber nicht nur keine Kurse vor Ort angeboten, auch das Studio war in den meisten Sendern zumindest eine bestimmte Zeit über geschlossen. Die unterschiedlichen Regelungen der Sender richteten sich nach ihrem Standort: Einige sind in öffentlichen Einrichtungen eingemietet, während die meisten ein eigenes Lokal besitzen.

“Af: Nein eben, und an der [Name einer öffentlichen Einrichtung] war das dann eigentlich anders. Da haben wir uns dann an die Regeln der [Name einer öffentlichen Einrichtung] halten müssen. Deswegen war es ein bisschen komplizierter. Aber trotzdem waren wir nie im Lock-Down und haben eigentlich, hatten immer das Studio offen, also es war immer offen.“ (IV02, Z 380-383)

“Af: Also mit Live-Sendungen war während der Lock Downs absolut gar nichts.

Bm: Zu 100% waren das vorgespeicherte Sachen.“ (IV04, Z 313-314)

“Das hatte sich dann im ersten Sommer wieder gelockert, dann war es wieder möglich Live-Sendungen zu machen und insbesondere dann ab Dezember 2020 oder Jänner 2021 als die Tests aufgekommen sind, die Möglichkeit zu testen, haben wir den Livebetrieb dann wieder voll aufgenommen.“ (IV06, Z 83-86)

Das geschlossene Studio trug dazu bei, dass die Angestellten vermehrt Sendungsmachende zu Hause betreuten und ihnen den Umgang mit der für die Heimproduktion notwendigen Technik näherbrachten. Der Aufwand lohnte sich jedoch auf lange Sicht, denn die Sendungsmachenden sind nun medienkompetenter als vor der Pandemie (s. Digitalisierung durch die Pandemie).

Aufgrund des engen Kontakts zu den Sendungsmachenden, sahen die Programmkoordinator*innen es als Teil ihrer Rolle, sich auch auf einer emotionalen Ebene mit den Ehrenamtlichen zu beschäftigen: “[...] und das sehe ich als meine Hauptaufgabe, ja, diese Community-Arbeit mit den Leuten [...]“ (IV03, Z 67-68)

Denn die Pandemie löste Ängste, Unsicherheiten, aber auch ein stärkeres Zusammengehörigkeitsgefühl, Motivation und Tatendrang (s. zu letzteren beiden "Auswirkungen auf das Programm") aus.

"Es waren dann teilweise die Leute auch sehr ängstlich, ja, und wollten auch gar nicht mehr ins Studio kommen aus Angst vor Ansteckung oder und auch nicht ins Büro." (IV03, Z 326-327)

"Ja also in erster Linie ist es natürlich ein ein also der Beginn war ja schon ein Schock für viele. Andererseits auch eine Art Entschleunigung [...]" (IV07, Z 15-17)

"Af: Und es war ja im ersten Lockdown, ich weiß nicht wie du es empfunden hast, aber da war ja dieses gemeinsam, füreinander da sein, da." (IV08, Z 71-73)

"Bf: Und auf der anderen Seite aber die Leute, die dann frustriert worden sind, die am Anfang gleich voll viel machen wollten und voll viele Sendungen und wir wollen jede Woche was machen, und es ist Lock Down. Und dann war irgendwann die Luft raus." (IV02, Z 216-218)

"Bm: Es macht müde.

Af: Es macht müde, ja." (IV08, Z 404-405)

Die Programmkoordinator*innen boten Hilfe an, wenn sie gebraucht wurde.

"Bf: [...] und umgekehrt auch, wenn wir gesehen haben, he da struggelt wer, oder da wird was abgesagt, sind wir auf sie zugegangen." (IV02, Z 393-394)

Die Rolle der Programmkoordinator*innen bestand in der Pandemie demnach zu einem guten Teil auch daraus, verstärkt auf die individuellen Bedürfnisse der Sendungsmachenden einzugehen und sie durch diese schwierige Zeit zu begleiten, sowohl indem sie das technische Know-How vermittelten und bei Fragen zur Produktion der Sendung da waren, als auch indem sie sich den persönlichen Empfinden und Bedürfnissen der Sendungsmachenden widmeten. All das ist eine emotional sehr belastende, harte Arbeit in einer Zeit, in der die Koordinator*innen selbst als Privatpersonen mit der Pandemie umgehen mussten.

"Af: Na und das ist wirklich, und dass sie trotzdem weitermachen und motiviert sind und dass es passt, das braucht dann einfach eigentlich schon viel Unterstützung und Kommunikation." (IV04, Z 706-707)

"Af: Aber das hat, glaub ich, jetzt gar nicht mit dem Radio zu tun, sondern das sind die psychosozialen Auswirkungen der Maßnahmen oder des Ganzen, das Ich Krankmachende. Glaube ich für manche Leute, das ist einfach zu viel. Ich habs ja eh auch bei mir selbst auch gesehen. Irgendwann hab ich keinen

Bock mehr gehabt irgendwas von meiner Meinung oder irgendwas beizutragen. Das war einfach zu viel." (IV08, Z 399-403)

4.2.2. Digitalisierung durch die Pandemie

Wie Peissl & Seethaler (2020: 50) bereits in ihrer Studie festhielten, ist die Digitalisierung bei den Sendungsmachenden angekommen, wenn auch, je nach digitalen Fertigkeiten, unterschiedlich stark. Es ließen sich damals jedoch keine medienkonvergenten Strategien erkennen (Peissl & Seethaler 2020: 52f.).

Das änderte sich durch die Pandemie. Sie löste einen Digitalisierungsschub aus, der eine "nachhaltige Entwicklung" (IV06, Z 181) nach sich zog. "Nachhaltig" wird hier im positiven Sinne verstanden als "sich auf längere Zeit stark auswirkend" (Duden o.J.). Der Pandemie wurde hier auch etwas Positives zugesagt, nämlich, dass es in Bezug auf die Sendungsproduktion auch in der Zeit "post-pandemic" zu einer Bereicherung, Vereinfachung und einer größeren Flexibilität kam. Neu entdeckte digitale Tools erleichtern den Produktionsprozess wesentlich.

*"Das heißt zu Beginn wirklich jetzt so im ersten allerersten Lockdown 2020 war das Studio leer und wir haben dadurch, das ist ja bereits bekannt, dass Corona einen Digitalisierungsschub geliefert hat, die Möglichkeit entdeckt eben online aufzunehmen, was wir vorher nie verwendet haben, eh erstaunlich im Nachhinein. Wir haben gearbeitet mit ZenCaster, das ist ein Podcast Programm. Funktioniert so ähnlich wie Zoom oder Teams, aber mit besserer Audioqualität. Der Vorteil ist, das sehen wir jetzt im Nachhinein, dass man natürlich auch Menschen interviewen kann, Künstler*innen, die in Berlin sitzen zum Beispiel oder die in Wien sind, die müssen dann nicht mehr ins Studio fahren. Das haben wir sozusagen entdeckt und dementsprechend ist es auch eine nachhaltige Entwicklung, dass wir das jetzt auch weiter verwenden und viel öfter verwenden als vorher, nämlich gar nicht vorher und jetzt schon."* (IV06, Z 173-183)

Typisch für den Freien Rundfunk gab es auch das Bemühen Open Source-Anwendungen verstärkt zu nutzen: *"Also da waren wir halt unserer Geschichte gemäß am Anfang, oder immer noch, relativ stark darauf bemüht, Open Source Anwendungen zu verwenden."* (IV05, Z 55-57)

Aber auch Social Media Plattformen wurden in der Pandemie aktiv verwendet um die eigenen Inhalte zu verbreiten und Content zu generieren:

"Af: Also sie haben auch dann sehr viel über Youtube gearbeitet, aber auch auf [Name des Senders] gesendet oder zumindest alles hochgeladen." (IV02, Z 155-156)

"Soziale Medien auch dann noch einmal verschärft, weil Youtube oder wo auch immer sie dann ähm Live Instagram gegangen sind und ähm äh wir konnten dann auch da und dort einen Stream abgreifen, also insofern, ja es ergeben sich halt einfach mehr Möglichkeiten." (IV07, Z 256-259)

"Wir haben es aber teilweise dann online beziehungsweise sogar über whatsapp gemacht, also Fragen gestellt und über whatsapp dann beantworten lassen und da ging es sehr viel um auch darum wie Jugendliche und Kinder, die Coronapandemie erleben." (IV06, Z 142-145)

Der nichtkommerzielle Rundfunksektor steht der Nutzung kommerzieller Plattformen generell skeptisch gegenüber. Eine Einstellung, die sich auch in den Interviews zeigte: *"Bf: Ja wir sind nicht-kommerzielle Medien und müssen dann diese kommerziellen Werkzeuge nutzen." (IV02, Z 744-745)* Die Formulierung "müssen" bezieht sich darauf, dass über diese Plattformen das Publikum gut erreicht werden kann, weshalb die eigenen Inhalte so am besten beworben werden können und der Austausch mit dem Publikum erleichtert wird. So können die Inhalte weiterverbreitet werden und Interaktion stattfinden (Peissl & Seethaler 51f.).

In der Pandemie wurden Veranstaltungen vermehrt im Freien Rundfunk live gestreamt (s. auch Auswirkungen auf das Programm, sowie Vielfalt im Programm). Aber auch die Sendungsmachenden streamten vermehrt von zu Hause aus. Für das Publikum war ein Stream in der Zeit, in der sich der Großteil des Alltags in den eigenen vier Wänden abspielen musste, wie ein *"Blick in die Außenwelt"* (IV07, Z 223).

Viele mussten den Umgang mit den technischen Tools erst erlernen. Sie konnten dabei auf die Unterstützung durch das Team der Sender zählen:

"Bf: Ja wir haben auf jeden Fall sofort schaut, dass wir selber streamen, mit dem Streamen fit sind, dass wir das Streamen anbieten können und dass wir den Leuten die Unterstützung bietet, die sie brauchen, wenn sie was produzieren wollen, auch remote oder über Video-Konferenz?" (IV02, Z 231-234)

"Und wir haben dann, finde ich, beeindruckend schnell es geschafft, mit diesen online Tutorials und One-to-One Zooms und Telefongesprächen und sonstwas, da jede Menge Leute möglichst schnell soweit zu bringen, dass sie da das schaffen." (IV03, Z 36-38)

Besonders häufig wurde positiv hervorgehoben, dass sich die Medienkompetenzen der Sendungsmachenden in der Pandemie verbessert haben, weil sie sich plötzlich mit Produktionstechniken beschäftigen mussten, mit denen sie bisher nichts zu tun hatten:

"Wir haben die Befürchtungen gehabt, dass das viel mehr Leute nicht schaffen, aber waren überrascht, wer das alles schafft, oder wer dazu lernt und neue Skills aneignet. Seit fünf, sechs Jahren forcieren wir das auch, aber es machen einfach nicht alle. Aber durch die Pandemie haben mehr Leute darüber nachgedacht und es sind mehr Leute auch an die CBA gegangen, also es war so ein komischer Effekt auch. Also das ist stärker angenommen worden auch, die Online-Zurverfügungstellung." (IV05, Z 264-269)

Das führte zu der bereits zu Beginn dieses Unterkapitels erwähnten positiv gesehenen nachhaltigen Entwicklung, die mit mehr Flexibilität und einer Entlastung der Programmkoordinator*innen einherging.

"Bm: Es hat auf jeden Fall einen Nutzen gebracht, weil, wie gesagt nach der ganzen Kommunikation nach dem ganzen irgendwie denen Beibringen, wie man zu Hause selbst produziert, wie man mit Mikros und Schnittprogrammen und so umgeht, haben wir jetzt einfach das Know-How vom ganzen Pool von Sendungsmacher_innen wirklich angehoben und wir haben jetzt einen Nutzen davon, weil wenn es jetzt wieder geöffnet wird, eben, oft einmal ist dann irgendwas verschoben worden, wenn einer auf Urlaub war, jetzt ist das kein Problem. Der macht von daheim, produziert vor und schickt uns das zwei Wochen früher. Das passiert von alleine." (IV04, Z 711-718)

"Also es war oft sogar teilweise leichter an Content zu kommen. Das hätte ich mir vorher nicht gedacht, aber das war ein super Nebeneffekt." (IV05, Z 191-193)

Die nichtkommerziellen Sender verstehen sich als Medienbildungseinrichtung. Sie bieten laufend Kurse an, sowohl für die Sendungsmachenden als auch für weitere Interessierte, gehen in Schulen und führen Projekte mit bestimmten, meist unterrepräsentierten Gruppen durch. Darüber hinaus vermitteln sie per se durch den aktiven Einbezug der Ehrenamtlichen handlungsorientiert Medienkompetenz (Peissl & Lauggas 2016; Peissl & Seethaler 2020: 48f.). Den hohen Stellenwert, den der Freie Rundfunk nicht nur in Österreich, auf die Vermittlung von Medienkompetenz hat, wird auch vom Europarat (2018: 10) festgehalten:

"Public service media and community media can play leading roles in promoting media literacy by virtue of their objectives, mandates and working methods."

Eine Notwendigkeit, die eher negativ konnotiert wurde, ist hingegen, dass die Kommunikation größtenteils digital stattfinden musste. Das erschwerte die Kommunikation und führte teilweise zu einer Schwächung des *"Community Geist[es]"* (IV03, Z48). Die Freien Sender sind ein Ort der Begegnung, sie leben vom persönlichen Austausch:

"Bm: Naja ich glaube schon, dass gewissermaßen durch diese Pandemie sichtbar wurde, insbesondere auch im Freien Radio, wie wichtig Orte der Gemeinschaft sind, Orte der Begegnung. Und dass diese Orte der Begegnung tatsächlich im realen Raum stattfinden müssen." (IV08, Z 680-683)

Diese Begegnungen fielen weg und damit ein zentrales Element des Freien Rundfunks. Der Kontakt wurde nach Möglichkeit über andere Wege gehalten. Das Telefon, Kontakt per Mail und über Social Media wurden zu den gängigen Kommunikationsmedien:

"[...] also wir hatten ja eigentlich auch plötzlich dann keine Begegnung im Haus, sondern vielmehr online, was dann andersrum andere Möglichkeiten eröffnet hat und zwar eben, dass sich die Leute dann zuhause oder eben in den Räumen wie sie, wo sie dann sich befunden haben einfach dann Kontakt sozusagen über über sonstige Medien beziehungsweise über übers Telefon oder eben über die Sozialen Medien mehr hatten als als in der Zeit davor, mir kommt es so vor." (IV07, Z 18-23)

Nicht nur die Kommunikation mit den Sendungsmachenden, sondern auch innerhalb des Senders war betroffen und stellte die Angestellten teils vor neue Herausforderungen:

"Es hat vielleicht ein bisschen länger gedauert manchmal, also zum Beispiel im Programmrat. Wir haben eine Person drinnen, die seit 2 Jahren keinen Internetzugang hat. Und wir haben dann die Sitzungen vom Programmrat immer online gemacht, wo man sie dann immer halt am Telefon dazu holen muss und sie hat auch keine Möglichkeit die Mailkommunikation, die die Hauptkommunikation ist, zu verfolgen. Aber sie hört auf der anderen Seite sehr viel Radio, also bringt sich dann schon auch ein, aber man merkt halt so der Zugang zum Internet ist schon ganz wichtig, oder entscheidend für so ein Medium wie uns." (IV05, Z110-117).

Schließlich ergaben sich durch die Maßnahmen und den fast ausschließlich rein digitalen Kontakt mitunter auch Schwierigkeiten bei der Rekrutierung neuer Sendungsmachender:

"Bm: Ja es war vielleicht ein bisschen komplizierter, neue Sendungsmacher zu finden. Weil das passiert sonst oft einmal so auf Veranstaltungen. Man ist auf einem Konzert, man redet mit Leuten, und dann hört man 'es ist so super, mir gefällt es so' und auf die Antwort, 'ja du kannst bei uns auch Sendung machen' hörst du ab und zu ein 'was, wirklich, ma, ich möchte'. Es war schwieriger, an neue Leute ranzukommen, ja." (IV04, Z 731-735)

4.2.3. Auswirkungen auf das Programm

"Auswirkungen auf das Programm" ist mit 148 Codierungen die größte Codefamilie. Aufgrund des Themenschwerpunkts der Studie und damit auch des Leitfadens und der Auswahl der Interviewpartner*innen überrascht dies wenig.

Es wurde viel über Veränderungen des Programms in der Pandemie gesprochen, sei es in Form von tatsächlich neu entstandenen Sendeschienen oder eingestellten Sendungen, in Bezug auf den Umfang und das Zustandekommen des Programms zur Pandemie oder hinsichtlich der generellen Relevanz von Corona für das Programm.

Die Wichtigkeit des Themas unterschied sich stark von Sender zu Sender. Es lassen sich zwei Gruppen ausmachen: Jene Sender (folgend: Gruppe 1), die sich kaum mit Corona beschäftigten und wenig Sendungen dazu im Programm hatten und jene Sender (folgend: Gruppe 2), die eigene Schwerpunkte setzten und deren Sendungsmachende aktiv das Thema behandelten. Diese zwei Gruppen ließen sich aufgrund des Umfangs gesammelten Programms pro Sender bereits nach der Programmanalyse unterscheiden.

Gruppe 1 betonte, dass es auch andere Themen als Corona gab und dass Corona als Thema zwar allgegenwärtig war, aber nicht die Relevanz besaß, um gesondert darüber zu berichten. So erzählt eine Interviewte von einem aktuellen Schwerpunkt zum Ukraine-Krieg (Stand: April 2022), bei dem die Sendungsmachenden gezielt dazu aufgefordert werden, Sendungen zu diesem Thema zu produzieren. Einen Schwerpunkt zur Pandemie gab es hingegen nie:

"Und im Laufe dieses Gesprächs und deiner Fragestellung fällt mir jetzt auch selber auf, das haben wir bei Corona nicht gemacht, da bin ich gar nicht auf die Idee gekommen, hätte man theoretisch auch machen können. Aber das war irgendwie nicht so ein brennendes Thema, vielleicht auch für mich nicht und das beeinflusst dann wahrscheinlich auch die Aktivitäten in diese Richtung." (IV03, Z 282-286)

Die Programmkoordination interessierte sich selbst wenig für das Thema und sah deshalb keinen Handlungsbedarf.

Auf Nachfrage sagt die interviewte Person, dass sie Corona nicht als brennendes Thema, sondern mehr als eine *"Querschnittsmaterie"* (IV03, Z 292) sah, die immer so nebenbei mitlief. Der Ukrainekrieg kann hingegen eher gesondert betrachtet werden, weshalb es auch mehr Sinn macht zusammenzufassen und extra Programm zu bringen (IV03, Z 290-294).

In dieselbe Kerbe schlägt auch folgendes Zitat, bei dem allerdings vonseiten der Sendungsmachenden und nicht per se der Programmkoordination kein Handlungsbedarf gesehen wird:

"Bm: Nur Corona war für niemanden jetzt so das Thema, dass sie gesagt hätten, sie müssen das jetzt in die Sendung einbauen und sie wollen eigen darüber berichten." (IV04, Z 194-196)

Das Thema Coronavirus war in seinen vielen Facetten omnipräsent und Teil des Alltags. Die Sendungsmachenden sind in ihrer Sendungsgestaltung zu weiten Teilen frei und sprechen über für sie persönlich relevante Themen. Der Freie Rundfunk hat keinen Auftrag die Bevölkerung über tagesaktuelle Geschehnisse zu informieren (vgl. RTR 2021). Insofern liegt keine Verpflichtung vor, sich mit der Pandemie in irgendeiner Form zu beschäftigen. Aufgrund der Allgegenwärtigkeit des Themas an sich, wurde von vielen Sendungsmachenden dankend angenommen, dass die nichtkommerziellen Sender eine Möglichkeit sind, sich auch *"mit einem anderen Thema [zu] beschäftigen"* (IV04, Z 119). Denn diese kamen in der generellen medialen Berichterstattung vor allem im ersten Pandemiejahr 2020 zu kurz:

"[...] und auch alternativen Themen, also als Alternative, ich sag jetzt einfach andere Themen Raum geben, ja, weil gerade in der Pandemie gab es irgendwie dann gar keinen Platz mehr, über ich sag jetzt mal, Umweltschutz zu reden ja. [...] Da seh ich jetzt hier unsere Funktion auch anderen Themen wieder eine Plattform zu geben." (IV06, Z 482-488)

Die Alltäglichkeit der Pandemie führte auch dazu, dass die Sendungsmachenden *"darüber gar nicht sprechen"* (IV04, Z 109) wollten.

Corona als Thema *"lief so nebenbei"* (IV06, Z 66) und war bei *"es war in sehr, sehr vielen Sendungen so am Rande Thema."* (IV03, Z 103).

"Bm: Es kann sein, dass es jemand angesprochen hat, irgendwo, die nach einer halben Stunde Sendung ein bisschen aus der Nähkiste geplaudert haben, wie es war, vielleicht Covid zu haben. Aber das war

weder Sendungstitel noch Sendungsthema noch irgendwas, das ist dann nebenbei so gekommen.“
(IV04, Z 435-438)

Bei Gruppe 2 hingegen nahm Corona parallel zu thematisch anderen Schwerpunkten in bestehenden Sendereihen eine zentrale Rolle ein.

Hier wurde Corona im größeren Umfang behandelt, eigene Sendeformate entwickelt, aber zusätzlich auch in Formaten am Rande behandelt:

“Auch nach einem Jahr hatten wir das dann wieder sozusagen mit dem ein Jahr, uns bisschen Rückblick und wie tun ma und aber ich hab das Gefühl, dass doch die ganze Zeit schon so als also nicht Haupt aber vielleicht so wie Unterthema immer da war [...]” (IV07, Z 94-96)

Zentral in dieser Gruppe ist aber, dass neue Projekte und neue Sendungen entstanden sind, die zum Teil vom Team, zum Teil von den Sendungsmachenden initiiert wurden. Die Zeit wurde als Möglichkeit gesehen, Neues entstehen zu lassen:

“[...] und dann gab es spannenderweise so Raum für Innovation und viele Radiomachende haben sich sozusagen inspiriert gefühlt Neues auszuprobieren, auch im technischen Sinne.” (IV01, Z 124-126)


“Und auch in dieses Corona-Format, [Name der Sendung], sind gleich ein paar von denen eingestiegen, also es war insgesamt für uns eine sehr aktive Phase eigentlich, mit spannenden neuen Leuten, relativ viel Frauen, relativ viele junge Leute. Also es war für uns ein sehr produktives Jahr, das 20er-Jahr eigentlich. Auch noch bis ins 21er-Jahr haben wir das Projekt ein bisschen verlängert. Das war relevant für uns.” (IV05, Z 81-86)

“Bm: Also ganz am Anfang hab man schon irgendwie gemerkt, es gibt das das Bestreben sich aus dieser, sagen wir einmal Isolation heraus, sich zu Wort zu melden und die Bereitschaft, neue Wege zu gehen. Neue technische Lösungen auszuprobieren, sich in neuen Teams zu organisieren, sodass man weiterhin hörbar bleibt. So habe ich das im ersten Lockdown März April 2020 erlebt.” (IV08, Z 54-58)

Zum Teil lässt sich das Entstehen neuer Sendungen natürlich auf den großen Bedarf der Kunst- und Kulturszene an alternativen Ausstrahlungsorten erklären:

“Bf: Ich finde man hat schon auch gemerkt, so Vorträge und so, die geplant worden, und das war dann für mich, wie wieder Lock-Down kommen ist, sind auf einmal die Aufträge sozusagen reingekommen, weil die Leute natürlich die Vorträge nicht absagen wollten, sondern die dann gestreamt haben wollten und das war dann schon spannend, wieviel Leute auf einmal auf uns zugekommen sind, die das gebraucht haben eigentlich.” (IV02, Z 43-47)

Die neuen Sendungen entstanden i.d.R. schneller als im Normalbetrieb. Das dürfte zum einen der Ausnahmesituation geschuldet sein.



„Und da war dann einfach, da gabs dann Gespräche und man hat dann ziemlich schnell gehandelt, also normalerweise sagen wir immer, dass eine Formatentwicklung, unterschiedlich aber so von circa einen bis drei vier Monate dauert und da war es dann halt viel verkürzt, also wir hatten nicht von heute auf morgen, aber quasi innerhalb von einer Woche schon Ergebnisse.“ (IV07, Z 62 - 66)

Zum anderen sprachen die Sender dieser Gruppe von einem Motivations- und dadurch einen Produktivitätsschub in der Pandemie. Dieser fand vor allem im ersten Pandemiejahr statt. Bereits 2021 ging das Volumen an Sendungen zu Corona zurück, wie sowohl von den Programmkoordinator*innen als in der Programmanalyse bestätigt wurde.

Ein genannter Motivationsgrund lässt sich mit folgendem Zitat zusammenfassen: *„[I]ch möchte in diesen schwierigen Zeiten jetzt etwas machen“ (IV06, Z 236-237)*. Aufgrund der Maßnahmen und der Lockdowns konnte vielen Freizeitbeschäftigungen nicht mehr nachgegangen werden. Es wurde mehr Zeit zu Hause verbracht, die gefüllt werden wollte. In einigen Interviews wurde angesprochen, dass der Umfang des Programms vor allem zu Beginn der Pandemie zunahm, weil das Produzieren einer eigenen Sendung eine willkommene Abwechslung war.

„Af: Ja und das war wirklich, also wir haben tatsächlich mehr Programm gehabt am Anfang, eben Sonderprogramm, das die Leute machen wollten, weil eh jeder daheim gesessen ist.“ (IV08, Z 87-88)

„Deswegen gabs halt viele ähm also ich glaube, dass generell in dem Jahr auf Fernsehen mehr geschaut wurde und auch so zusätzliche Projekte entstanden sind, weil die Leute Zeit und und Bedarf gespürt haben, dass man was machen soll.“ (IV07, Z 225-227)

Der Motivationsschub geht aber nicht nur von den Sendungsmachenden aus, sondern auch die Angestellten der Sender in Gruppe 2 setzten zum Teil eigene Projekte um: *„[...] und versuchen wir dann selbst als Sender, also auch als Herausgeber, selbst Projekte aufzusetzen und das ist auch damals geschehen.“ (IV01, Z 97-98)*

Darüber hinaus bemerkte das Team, dass *„innerhalb von den Communities [...] auch dieses Bedürfnis da [war], Corona zu thematisieren“ (IV02, Z101)*. Darin unterscheidet sich Gruppe 2 klar von Gruppe 1, in der der Wunsch nach Ablenkung groß war.

Dieser Produktivitätsschub äußerte sich in einem breit aufgestellten Programm zu Corona und der Pandemie.

„Es war aber gut eben dann ein bisschen abzuwarten, weil dann haben begonnen Sachen, das dann passt, begonnen täglich das Programm zu Corona zu senden. Unsere Charakteristik ist, dass viele Redaktionen sehr sehr speziellen Interessen kommen, sehr spezielle Perspektiven anbieten und und und so oder da Corona analysiert, thematisiert, behandelt, also da gibt es wirklich zig Beispiele, [...] Ja also da

gab es wirklich sehr vertiefende fachliche Einschätzungen über diese Lage und das kommt dann recht bald.“ (IV01, Z 85-92)

Die Ausführungen zeigen bereits sehr gut, dass sich das Programm in allen Sendern, vor allem aber in jenen, die der zweiten Gruppe zugeordnet werden können, verändert hat: *“Also wir hatten dann plötzlich ganz andere Initiativen im Programm [...]“* (IV07, Z 32). Hier sei wieder auf die Rolle des Freien Rundfunks als Rettungsanker für die Übertragung zahlreicher Veranstaltungen aus dem Bereich Kunst und Kultur verwiesen. Weitere genannte inhaltliche Bereiche, die speziell hervorgehoben wurden, um eine Auswirkung der Pandemie auf das Programm zu erklären, sind Innenpolitik, Lockdown und Sendungen zu Unis, Schulen und Kindergärten. Die Veränderungen, die die Pandemie auf das Programm hatte, sind jedoch nicht auf das Entstehen neuer Sendeformate zu beschränken.

So kamen nicht nur Sendungsmachende und neue Projekte dazu, es fielen auch einige wenige weg. Die Gründe haben häufig zumindest indirekt mit der Pandemie zu tun:

“Das gab es auch vereinzelt natürlich, weil viele gesagt haben ich warte jetzt mal ab und dann nicht wieder gekommen sind. Was jetzt nicht direkt mit der Pandemie zu tun haben muss, aber einfach nach einer längeren Pause sich dann wieder aufzuraffen und wieder weiter zu machen ist schwierig, also ja wir haben auch Sendungsmachende verloren, aber zum Glück wenige. Vielleicht zwei oder drei.“ (IV06, Z 214-218)

Eine weitere Veränderung, die sich auf das Programm auswirkte, ist, dass das Produzieren im Studio in vielen Sendern zumindest zum Teil nicht oder nur eingeschränkt möglich war. Während einige Sendungsmachende von zu Hause aus live weiterproduzierten, wechselte der Großteil in die Vorproduktion.

“Genau oder auch ungefähr prozentuell könnte ich jetzt auch nicht sagen, aber die Verschiebung auf Vorproduktion war auf jeden Fall enorm. Also live wurde hat sich sehr stark reduziert und wir haben schon tatsächlich noch dazu aufgerufen, dass Leute wenn möglich auf Livebetrieb verzichten.“ (IV01, Z 273-276)

Vorproduktionen bedeuteten für die Programmkoordinator*innen mitunter einen Mehraufwand, denn erstens unterstützen sie die Sendungsmachenden dabei sich die notwendigen Kompetenzen anzueignen (s. Digitalisierung durch die Pandemie). Zweitens spielte ihnen die Technik immer mal wieder Streiche und die Koordinator*innen müssen unterstützen.

*“Wir haben versucht das möglichst automatisch zu machen, aber die Technik funktioniert nicht immer und sehr oft ziehe ich dann selbst noch ein, also schneide ich für jemanden noch eine Sendung und zieh sie dann ins Programm. Das heißt, es ist deutlich mehr Aufwand, als wenn ich oder auch die Radiomacher*innen einfach live im Studio stehen.“* (IV06, Z 44-48)

In vielen Fällen produzierten die Sendungsmachenden wieder im Studio, sobald dies möglich war. Es kam bzw. kommt aber auch vor, dass sie in der Heimproduktion blieben, weil sie sich bereits gut zu Hause eingerichtet hatten:

"[...] also eben dieser erwähnte [Name einer Sendung], die machen die Sendung live über Stream von zu Hause und da gibts ein paar andere, die das auch noch gelernt haben jetzt in der Zeit und dann irgendwie draufgekommen sind, aber das ist ja eigentlich eh ganz bequem, weil da muss ich jetzt gar nicht mehr mich ins Studio bemühen." (IV03, Z 344-347)

Einige nichtkommerzielle Sender haben neben den ehrenamtlichen Sendungsmachenden eine eigene kleine Redaktion, die Programm produziert. Auch hier wurden mit Beginn der Pandemie in Österreich Veränderungen getroffen. Die thematische Ausrichtung der redaktionell erstellten Inhalte richtete sich mehr auf Corona aus, aber auch verstärkter mit anderen digitalen Endgeräten gearbeitet:

"Af: Also was der [Name] jetzt angesprochen hat, das ist unsere Redaktion. Wir haben hier Sachen natürlich auch verändert. Wir haben ja zum Beispiel einen Veranstaltungskalender, den wir dann ganz schnell eigentlich um verändert haben, ein neues Format ausgemacht haben, wo wir geschaut haben, dass sich auch die Leute beteiligen können, wo natürlich die digitale Welt total in den Vordergrund getreten ist. Wandertipps im Handy aufgenommen oder was sie halt so machen.

Bm: Gedichte geschickt." (IV08, Z 93-99)

Das hier gebrachte Zitat zeigt noch ein weiteres Spezifikum des nichtkommerziellen Rundfunks auf: Das aktive Einbinden des Publikums. Einige Sender waren hier sehr aktiv, andere weniger. In einem weiteren Schritt könnte nachgefragt werden, warum dem so ist. Arbeiten einige Sender generell stärker mit dem Publikum zusammen? Auf diese Frage wurde in den Interviews nicht eingegangen, da sie bereits zu weit vom Untersuchungsgegenstand weg führt. Jedenfalls konnte in den Interviews in Erfahrung gebracht werden, dass es durchaus Möglichkeiten für das Publikum gab mitzumachen.

"[...] zwar ein Wunschkonzert, dass Menschen, die in Altersheimen, Pensionistenclubs leben, sich Lieder wünschen können und auch ihre Geschichte dazu erzählen können, dass sie dadurch sozusagen in Kontakt bleiben mit den Verwandten, den Angehörigen." (IV01, Z 119-122)

"[...] aber das war jedenfalls ein kollaboratives Hörspiel, von der [Name], die im Vorfeld online die Leute aufgerufen hat kurze Audio-Beiträge ihr zuschicken zu drei, vier Fragen, zum Thema Pandemie. Und sie hat aus diesen Beiträgen, aus diesen Antworten, die ihr geschickt wurden, eine Audiocollage zusammengestellt, das dann als Corona-Hörspiel dann bei uns on air gegangen ist [...]." (IV03, Z 236-240)

■

"Af: [...] die haben wir dann am Anfang einfach gesammelt, wie die Leute begonnen haben zu musizieren und zu singen von den Balkonen oder von den Fenstern, haben wir dann als Reihe gesendet [...]." (IV02, Z 444-446)

Ebenfalls angesprochen wurde dabei, dass es vielfältige Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme mit dem Team der Sender bzw. mit den Sendungsmachenden gab. Diese wurden unterschiedlich häufig genutzt.

Auch hier ist der Hinweis sinnvoll, dass die Sender stark in der Anzahl der Angestellten und der Sendungsmachenden variieren. Die in der Programmanalyse erhobenen Daten deuten darauf hin, dass vor allem die größeren Radio- und TV-Sender stärker versuchten das Publikum einzubinden.

Schließlich übernahmen viele Sender auch Programm von anderen nichtkommerziellen Anbietern. Besonders häufig wurde *Frequently Asked Questions (FAQ)* von *Radio Helsinki* übernommen. In diesem zu Beginn fünfmal die Woche, mittlerweile (Stand: Dezember 2022) noch zweimal die Woche ausgestrahlten halbstündigen Gesprächs-Format werden Themen behandelt, die sich mit den gesellschaftlichen Auswirkungen der Pandemie beschäftigen. Die Sendungen werden auf Deutsch und Englisch produziert. Die mittlerweile über 300 Sendungen können über die Homepage des Senders, sowie über das *Cultural Broadcasting Archive (CBA)* nachgehört werden (Radio Helsinki, o.J.).

Weitere häufig übernommene Sendeformate sind das Nachrichtenmagazin *FROzine* von *Radio FRO*, sowie *Corona Information Vienna* von *Radio Orange*, das in fünf verschiedenen Sprachen gesendet wurde.

Programmübernahmen im Freien Rundfunk sind auch außerhalb der Pandemie keine Seltenheit, wenn sie wohl auch in dieser Zeit zugenommen werden haben. Die Abwicklung erfolgt i.d.R. über die CBA, dem seit 1999 bestehenden digitalen Archiv der nichtkommerziellen Radiosender:

"[...] sondern wir haben uns da an dem großartigen Archiv, das der CBA bedient, und von den großen Radiosendern wirklich ganz viel Programm übernommen, die ja tolle Arbeit leisten, weil wir natürlich auch wollten, dass die Zuhörer*innen so etwas hören können." (IV06, Z 61-63)

4.2.4. Inhaltliche Schwerpunkte im Programm

In ihren Ausführungen brachten die Programmkoordinator*innen Beispiele aus dem Sendeprogramm. Diese wurden nach Vorlage des Codebuches für die Programmanalyse codiert, um sie mit den Ergebnissen ebendieser abgleichen zu können. In den Interviews wurde absichtlich nicht direkt nach bestimmten inhaltlichen Schwerpunkten gefragt. So konnten die Interviewten ihr eigenes Relevanzsystem entfalten (vgl. Przyborski & Wohlrab-Sahr 2021: 20f.).

Die Programmkoordinator*innen sprachen dabei 16 der im Codebuch definierten 25 (abzüglich der Kategorie "Sonstige Themen") thematischen Schwerpunkte an. Nach Häufigkeit der Nennung absteigend reihen sie sich wie in Tabelle 25 ersichtlich:

Code	Cod. Seg. (alle Dokumente)
Inhalt - Kunst und Kultur	38
Inhalt - Soziale Problematiken	9
Inhalt - Unis, Schulen und Kindergärten	7
Inhalt - Gesundheitliche Auswirkungen der Pandemie	4
Inhalt - Bildung und Medienbildung	4
Inhalt - Individueller Umgang mit der Krise	4
Inhalt - Innenpolitik	3
Inhalt - Sport	2
Inhalt - Lockdown	2
Inhalt - Gesellschaftliche Auswirkungen von Corona	2
Inhalt - Impfung	1
Inhalt - Maßnahmen	1
Inhalt - Zustand des Gesundheitssystems	1
Inhalt - Gesundheitlicher Verlauf von Corona inkl. Spätfolgen	1
Inhalt - Wirtschaft	1
Inhalt - Außenpolitik	1

Tabelle 25 Themennennungen nach Häufigkeit (qual. Inhaltsanalyse)

In knapp der Hälfte der Codierungen (48,10%) zu den Themen wird Kunst und Kultur, i.d.R. im lokalen Raum, angesprochen. Diese Beobachtung deckt sich zum einen mit den Codierungen des Hauptthemas der Programmanalyse, wenn sie dort auch mit knapp 30% doch einen weniger starken Schwerpunkt ausmacht. Zum anderen entspricht dieses Ergebnis auch dem starken thematischen Fokus auf Musik, Kunst und Kultur abseits des Mainstreams, den Peissl & Seethaler (2020: 45) nachweisen konnten. Die hohe Relevanz dieses Themas im österreichischen Freien Rundfunk, der eine *"Oase ist für Kultur"* (IV07, Z 430) ist, bestand demnach auch bereits vor Ausbruch der Pandemie. Ein pandemiebedingtes Spezifikum ist jedoch, dass viele Kulturinitiativen aufgrund des Lockdowns bzw. der geltenden Maßnahmen ihre an sich außerhalb der Sender geplanten Veranstaltungen streamten, um sie doch noch stattfinden lassen zu können.

"Die haben dann Festival dann quasi als Hybrid-Festival, eines der ersten Hybrid-Festivals, noch vor der Ars Electronica, bei uns im [Name des Senders] Studio gemacht mit unserer Unterstützung. Das war eigentlich auch sehr spannend, hat auch gut funktioniert (IV02, Z 466-468).

"Dann haben wir ebenso Projekte ermöglicht wie Theater, also die Off-Szene hat ja nicht funktionieren können, also die Leute konnten dann irgendwie nicht Projekte realisieren, weil es ja für Theater gemacht worden ist. Wir haben sie dann halt versucht zu unterstützen damit es auch ins Fernsehen kommt und die Öffentlichkeit das trotzdem sehen kann." (IV07, Z 575-579)

Die Kulturlandschaft in Österreich wurde von der Pandemie stark getroffen. Hinzu kommt, dass viele Kulturschaffende freischaffend sind und damit per se auf kein gesichertes Einkom-

men zurückgreifen können. Sie thematisierten daher Corona mitunter häufiger in ihren Sendungen, als es bei anderen thematischen Schwerpunkten der Fall war, auch, wenn es sich nicht ausdrücklich um eine Sendung zum Coronavirus handelte, die Erwähnung also „nebenbei“ erfolgte.

"Af: Das Kultur Business hat halt tendenziell stark gelitten. Das sind eigentlich die Sendungen, wo noch am ehesten auf Corona eingegangen wird, weil die natürlich, auch wenn du ein freier Kulturschaffender bist und das ist die Szene, die bei unserem Sender auch vertreten ist, ja, die einfach existenzbedroht sind nach wie vor." (IV04, Z 475-478)

Das gilt allerdings nicht für reine Musiksendungen, die ebenfalls mit "Inhalt - Kunst und Kultur" codiert wurden. Dabei handelt es sich um Sendungen ehrenamtlicher Sendungsmachender, die zu einem bestimmten Musikstil Musik zusammenstellen und diese dann abspielen.

"Ah wir haben natürlich viel so wie alle anderen Sender auch, viele Musiksendungen. Das heißt ein Sendungsschaffender, der ich sag jetzt mal eine Hiphopsendung macht, lässt vielleicht mal was fallen über die Pandemie, vielleicht aber auch eher nicht, also da würde ich das Thema jetzt nicht so verorten." (IV06, Z 97-100)

Weitere von den Programmkoordinator*innen genannten Themen der Sendungen in der Pandemie sind Soziale Problematiken, Bildung und Schulen, Politik, mit einer leicht stärkeren Erwähnung von Innenpolitik und den nationalen Lockdowns, Wirtschaft, Sport, sowie Gesundheit im weitesten Sinne und das Gesundheitssystem. Die folgenden Zitate stehen beispielhaft für die Nennungen im Material.

Ad Soziale Problematiken:

"[...] ist doch es zum Beispiel um Sachen gegangen, wie Domestic Violence oder solche Sachen und wie das in Bezug auf die Pandemie ist und so weiter." (IV05, Z 326-327)

Ad Sport:

"Af: [...] Sie hat gesagt, sie hat auch nichts zu tun, sie würde bei uns auf [Name des Senders] sechs Chi Gong Sendungen vor Oster machen, bis zum Ostersonntag die letzte, eine Reihe." (IV02, Z 452-454)

Ad Innenpolitik:

"Am: was wir vorher auch nicht gemacht haben, ist dass wir Pressekonferenzen vom Land, also in dem Fall von diesem Impf-Gremium, die haben immer wieder mal so Updates, das haben wir die teilweise ungeschnitten gesendet auch." (IV05, Z 207-209)

Ad Gesundheitliche Auswirkungen der Pandemie:

"Af: [...] ein, zwei, drei Gesundheitssendungen und bei denen war es natürlich auch kontinuierlich Thema. Und da gab es durchaus auch so Informationssendungen mal, glaub ich auch, wo irgendwelche Expertinnen, Experten dann im Studio waren und den Leuten erklärt haben wie man jetzt am besten

damit umgeht oder so, ja, doch das kam da schon mehrfach vor. Ja, da haben wir auch eine englische übrigens, also dieses [Name der Sendung] wo das auch, nicht immer, aber durchaus immer wieder auch Thema war, die Pandemie." (IV03, Z 261-267)

Ad Bildung und Schulen:

"Am: [...] was können wir jetzt unternehmen und da bestimmten Gruppen, so sei es jetzt wie in den Schülerinnen Schülern in dieser Zeit eine Alternative zu bieten, also auch so in Bezug auf auf auf Unterricht, aber auch natürlich eine, also nicht Unterhaltung, aber quasi mit Spaß zu lernen und auch die Zeit zu überbrücken." (IV07, Z 52-55)

"Af: [...] Klasse war auch ein Schulradio Projekt, das digital abgewickelt worden ist von unserer Kollegin.

Bm: Über Zoom. Das ist dann auch als Best Practice Beispiel, glaub ich, empfohlen worden". (IV08, Z 117-119)

Ad Zustand des Gesundheitssystems:

"Am: Also zum Beispiel haben wir diese Pflege Stützpunkt Sendereihe, die jetzt ins dritte Projektjahr geht. Die hat sich schon vor der Pandemie kritisch mit dem Pflegenotstand auseinandergesetzt. Da kommen sehr viel Positionen von unten vor. Und es hat sich ja durch die Pandemie durchzogen, ist also alles Mögliche thematisiert worden. Eben prekäre Arbeitsverhältnisse, die Überlastung auch Aggressionen gegenüber Pflegekräften war jetzt vor kurzem mal Thema." (IV05, Z 448-453)

4.2.5. Vielfalt im Programm

Mit 108 Codierungen ist die Codefamilie "Vielfalt im Programm" eine der größten des Projekts. Vielfalt wird von vielen Programmkoordinator*innen explizit als Auftrag des Freien Rundfunks verstanden.

"Also Vielfalt der Blickwinkel ist auf jeden Fall groß, weil einfach, also das ist so eine generelle freie Radiogeschichte finde ich. Also wir haben halt einfach ganz, ganz viele verschiedene Zugänge, die hat kein anderes Medium." (IV03, Z 215-217)

Es überrascht daher nicht, dass die Vielfalt als beständig beschrieben wurde:

"Bf: [...] Also ich glaub die Vielfalt hat sich nicht geändert in dieser Panedemiezeit, von meinem Gefühl her. Ich weiß nicht, ob du das anders siehst.

Af: Nein, ich sehe das auch nicht anders [...]" (IV02, Z 395-396)

Am: "Ich mein auf [Name des Senders] gibts Vielfalt von Anfang an und das ist eigentlich bei uns sozusagen kein jetzt Fokus, sondern es ist, wird Leben das." (IV07, Z 296-297)

"Bm: Vielfalt as ever. So wie sonst auch." (IV08, Z 346)

Genauso wie bei den thematischen Schwerpunkten wurden auch die Vielfaltskategorien aus dem Codebuch der Programmanalyse herangezogen und in den Transkripten bei passenden Passagen codiert. Jede Kategorie wurde in mehr als der Hälfte der Transkripte vorgefunden (s. Tabelle 26).

Code	Cod. Seg. (alle Dokumente)	Dokumente
Sprachrohr bieten	19	6
Betroffenenperspektive	19	8
Serviceleistung Hilfe fürs Publikum	17	5
Inklusion unterrepräsentierter Gruppen	17	7
Auslandsberichterstattung	14	4
Serviceleistung Expertise	8	5
Vielfalt als Auftrag des Freien Rundfunks	7	5
Vielfalt gleichbleibend	6	3
Lokale Berichterstattung	1	1
Vielfalt im Programm	0	0

Tabelle 26 Codierungen zu "Vielfalt im Programm"

Der Code "Lokale Berichterstattung" wurde aus dem Codebuch der bereits erwähnten Public Value-Studie (Peissl & Seethaler 2020: 71f.) entnommen und wird dort folgendermaßen definiert:

- Lokale Berichterstattung: "Nachrichtensendungen spezifisch für den Verbreitungsraum; lokale Informationsbedürfnisse befriedigen"

Die einzige konkrete Nennung von lokaler Berichterstattung, schließt thematisch gut an die Ausführungen in Peissl & Seethaler (2020: 45f.) an:

"Also grad wenns um das Regionale geht, ja, um die regionale Berichterstattung, dann nehmen wir schon seit Jahren sozusagen den Auftrag, wo das Oberösterreichische Landesstudio zwar vorgibt wahrzunehmen, aber de facto schon seit vielen Jahren nimmer wahrnimmt. Sprich, Berichterstattung aus den Regionen, ja? Kannst du im ORF Radio Oberösterreich kannst dir (einrexen?). Gibt's nicht. Gibt zwar noch immer Aktivistinnen und Aktivisten, Initiativen, die warten auf den ORF. Allein, er kommt nicht und zwar seit Jahren. Und wir die freien Radios nehmen diese Art der Berichterstattung wahr, wenns um Kulturelles geht, wenns ums Soziales, Initiativen geht. Wenns um den ganzen zivilgesellschaftlichen Komplex geht." (IV08, Z 474-482)

Der Code "Betroffenenperspektive" wurde in allen acht Dokumenten vergeben und ist mit 19 Nennungen, gemeinsam mit "Sprachrohr bieten" die am häufigsten genannte Vielfaltskategorie. Sie nimmt in der Pandemie eine besondere Rolle ein, weil erstens jede*r betroffen war und

zweitens, weil aufgrund der durch die Regierung verhängten Maßnahmen, inklusive den Lockdowns, wenige persönliche Kontakte möglich waren.

"also ich kann mich nur erinnern eben an diese, was waren das, nicht Grüße, oder so Tagebücher aus dem Lock Down oder – es hat Leute gegeben, die dann halt eben Freunde kontaktiert haben, mit denen gesprochen haben, ja was tut's denn ihr zuhause? Wie geht es euch, eingesperrt zu sein." (IV04, Z 171-174)

"Ja äh das auf alle Fälle, zum Beispiel mit dem Sendungsmachenden mit [Erkrankung] der dann in dieser Zeit auch öfters im Krankenhaus behandelt wurde, weil dem das ganz viel zugesetzt hat dieses Lockdown, dieses eingesperrt. Also das löst in Menschen, die an sich schon [...] Probleme haben, löst das noch viel mehr aus. Und da haben wir mit ihm also online aufgezeichneten Sendungen habe ich mit ihm gemacht dann dann auch konkret angesprochen." (IV06, Z 292-296)

Die Sender boten so eine Plattform an, "die Dinge ermöglicht hat" (IV02, Z 34). So konnten beispielsweise Kunst- und Kulturschaffende ihre Veranstaltungen streamen, aber sich auch in Sendungen über die Lage der Kultur in der Pandemie unterhalten. Besonders vulnerable Gruppen hatten die Möglichkeit auf ihre Probleme hinzuweisen und auch Personen, die sich in einer noch nie da gewesenen Situationen wiederfanden und das Bedürfnis nach Austausch und Mitteilung hatten, konnten dem nachgehen. Der Code "eine Plattform bieten", der den Merkmalen des Senders zugeordnet wurde, weist einige Überschneidungen mit den Codes "Inhalt - Kunst und Kultur", "den Sendungsmachenden Hilfe anbieten", sowie "Sprachrohr bieten" auf. Diese Codes überschneiden sich häufig gegenseitig, wie beispielsweise an dieser Stelle:

"Und einfach Öffentlichkeit herzustellen, weiterhin, so dass nicht jeder isoliert bleibt oder nicht mehr sichtbar ist. Das war eigentlich das Hauptthema, ja, dass man als nicht-kommerzieller Sender Leute weiterhin dabei unterstützt, dass sie ihre Themen platzieren und ihre Inhalte und ihre Auseinandersetzungen mit der Pandemie, sei es vom [Name einer Sendung], eher Comedy-Format, bis zu den intellektuellen Gesprächen in einem [Name einer Sendung]." (IV02, Z 626-631)

Das Bieten einer Plattform, verstanden als die Zurverfügungstellung der technischen Infrastruktur um die eigenen Inhalte veröffentlichen zu können, kann in einer Pandemie mit Ausgangsbeschränkungen nicht genug geschätzt werden. Wie bei den Ausführungen zur lokalen Berichterstattung erwähnt, sind die Freien Sender eine der wenigen Möglichkeiten für weite Teile der Bevölkerung, die Zivilgesellschaft und für viele Initiativen sich in den klassischen Massenmedien zu präsentieren und an der Öffentlichkeit zu partizipieren. Die häufige Nennung des Codes, zeigt, dass der Freie Rundfunk über seine Rolle im demokratischen Prozess Bescheid weiß.

"Und da war so eine also nicht gemischtes Gefühl, aber es ist ein gutes Gefühl, dass wir auch in diesem 15. Jahr, nicht jetzt die Berechtigung, aber zu quasi wieso gibts die die so gibt es Community Medien, weil die Leute wie die da mitmachen können und ihre Themen einbringen und das gibt es halt woanders noch sehr wenig, also dieses Alleinstellungsmerkmal." (IV07, Z 160-163)

Genauso verhält es sich auch mit dem Bieten eines Sprachrohrs, dass auf die Möglichkeit der Präsentation der Gäste abzielt. Diese waren sehr vielfältig, häufig wurden Personen aus dem Kunst- und Kulturbereich, Personen mit gesundheitlichen Problemen und Kinder und Jugendliche beispielhaft genannt:

"[...] wir haben normalerweise viele auch geförderte Projekte mit Kindern und Jugendlichen, das war zu Beginn der Pandemie schwierig. Wir haben es aber teilweise dann online beziehungsweise sogar über whatsapp gemacht, also Fragen gestellt und über whatsapp dann beantworten lassen und da ging es sehr viel um auch darum wie Jugendliche und Kinder, die Coronapandemie erleben." (IV06, Z 140-145)

"Bm: [...] wir geben den Nicht-Gehörten sonst eine Stimme." (IV04, Z 86-87)

In diesen Beispielen finden sich Überschneidungen mit dem Code "Inklusion unterrepräsentierter Gruppen". Das entspricht auch den vor der Pandemie entstandenen Ergebnissen in Peissl & Seethaler (2020: 26). Die Inklusion von gesellschaftlich marginalisierten Gruppen ist ein weiterer Schwerpunkt des Freien Rundfunks auch außerhalb von Pandemiezeiten und ein Merkmal, das ihn klar von öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunkanbietern unterscheidet. In der Pandemie wurde besonders darauf geachtet, dass diese Gruppen bedient werden. So wurde die österreichische Bundesregierung lange Zeit dafür kritisiert, Informationen zum Coronavirus und den Maßnahmen ausschließlich in deutscher Sprache zu kommunizieren und in deutschsprachigen Medien zu veröffentlichen. Denn knapp über zwei Millionen Einwohner*innen Österreichs hatten mit Stand 2020 einen Migrationshintergrund (Statistik Austria 2020: 8), von denen knapp drei Viertel nicht Deutsch als Muttersprache haben (Statistik Austria 2020: 53). Hier wurde vor allem in Wien vonseiten des Freien Rundfunks angesetzt:

"Ah es gab einige Sendungsprojekte die coronaspezifisch waren. Zum einen starteten wir eine Sendereihe [namens] [Name der Sendung], die in 5 Sprachen über die geltenden Regeln wichtige Informationen usw. informiert hatte." (IV01, Z 98-101)

Vor allem zu Beginn der Pandemie wurde von kommunikationswissenschaftlicher Seite häufig kritisiert, dass die mediale Berichterstattung jeglichen Blick über den Tellerrand vermissen ließe. Ein dabei angesprochener Punkt war der Mangel an Informationen aus anderen Ländern (Haller, 2020; Schatz, 2020). Der nichtkommerzielle Rundfunk kam dem nach.

"Also wir haben mit Radios in Namibia, in Buenos Aires, Südosteuropa. Also der internationale Blick war uns wichtig. Deswegen war die Sendung teilweise auch in englisch." (IV05, Z 171-173)

"Wir haben dann auch durch den Austausch, den wir haben also weltweit, haben wir auch zum Beispiel aus China bekommen." (IV07, Z 75-77)

Wie bereits an unterschiedlichen Stellen angemerkt, war es den Sendern ein großes Anliegen Hilfe in dieser schwierigen Zeit anbieten zu können, während zugleich der Sendebetrieb aufrecht gehalten werden musste.

Hilfe wurde nicht nur den Sendungsmachenden und den Gästen, sondern auch dem Publikum angeboten.

"aber ich würde sagen die Sendungen, die wir hatten, eben mit Mitarbeitenden von sozialen Einrichtungen würde ich reinnehmen. Also wo es wirklich darum geht wie zum Beispiel habe ich mit einer Sozialarbeiterin mal gesprochen wie kann man mit Kindern und Jugendlichen umgehen, also wie er spricht man über die Pandemie, was brauchen die jetzt. In diese Richtung, das hatten wir schon." (IV06, Z 336-340)

"Naja wir haben versucht sozusagen auch auf der Homepage so eine Art Wegweiser wie kannst du da durch die Pandemie gut äh also ein bisschen in der Art Begleitung ähm mit Programm und äh habe jetzt keine ja keine keine jetzt beratende Person, die dann, also hast du das gemeint?" (IV07, Z 551-554)

4.2.6. Funktionen

Bei der Frage nach den Funktionen, die die Sender in der Pandemie erfüllten, wurde Eberls et al. (2020) Auswahl neun journalistischer Rollen herangezogen. Die Autor*innen befragten die österreichische Bevölkerung nach ihren Erwartungen an die Corona-Berichterstattung. Die Studie beschäftigte sich mit dem professionellen Journalismus, der in dieser Form bei den nichtkommerziellen Sendern nicht vorhanden ist, da das Programm zum größten Teil von Ehrenamtlichen in ihrer Freizeit und NGOs gestaltet wird.

Mit Blick auf die in der Einleitung erwähnte Kritik an der medialen Berichterstattung zu Beginn der Pandemie, soll in dieser Studie jedoch auch untersucht werden, in welchen Funktionen die Sender sich selbst sahen. Denn an anderer Stelle (Seethaler & Beaufort 2017; Peissl & Seethaler 2020; Biringer et al. 2022) wurde aufgezeigt, dass der Freie Rundfunk nicht nur aufgrund seiner rechtlichen Rahmenbedingungen, sondern auch aufgrund des eigenen Selbstverständnisses bestimmte demokratisch wichtige Funktionen erfüllt. Die nichtkommerziellen Sender produzieren Public Value in einer Ausprägung, die sich von der des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unterscheidet (vgl. Peissl & Seethaler 2020; Biringer et al. 2022).

Die von Eberl et al. (2020) abgefragten Rollen sind nicht 1:1 auf den nichtkommerziellen Sektor übertragbar. Das wurde in den Interviews so auch kommuniziert.

Eberl et al. (2020) definieren folgende journalistische Rollen:

- Fact-Checker: Aufklärung von sogenannter Desinformation zu Coronavirus
- Mobilizer: Menschen zu Hilfeleistungen für besonders betroffene Personen motivieren
- Science Communicator: Wissenschaft und Forschung eine Plattform bieten
- Collaborator: Unterstützung der Regierungsmaßnahmen
- Missionary: Beitrag zur Stärkung des Zusammenhalts in der Gesellschaft leisten
- Analyst: Prognosen über die Ausbreitung des Virus und wirtschaftliche Auswirkungen einordnen
- Informer: Bekanntgabe der Anzahl Corona-positiv getesteter Personen, sowie Todesfälle
- Entertainer: Unterhaltung und Entspannung zur Überbrückung der Isolation bieten
- Watchdog: Kritische Begutachtung des Krisenmanagements der Regierung

Wie Tabelle 27 zu entnehmen ist, geben die meisten Befragten die Funktionen Mobilizer und Entertainer an.

	IV01	IV02	IV03	IV04	IV05	IV06	IV07	IV08	Gesamt
Fact-Checker	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Mobilizer	1	0	1	1	1	1	1	1	7
Science Communicator	0	0	1	0	0	1	0	1	3
Collaborator	0	1	0	0	1	0	0	1	3
Missionary	0	1	1	1	1	0	1	1	6
Analyst	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Informer	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entertainer	0	1	1	1	1	1	1	1	7
Watchdog	0	1	1	0	1	0	0	1	4

Tabelle 27 Erwähnte Funktionen pro Transkript (ja = 1, nein = 0)

"Naja es ist also es hängt ein bisschen mit dem mit dem also mit dieser Stärkung des Zusammenhalts und und mit dem dritten Unterhaltungen zusammen. Also es geht so drum, wir haben jetzt Gruppen, die ähm also so wie wie Jugendliche also wir haben ja von Anfang gezeigt was für Programm(punkte?) wir haben und ich finds so dieses in dem Moment wo das dann ausgebrochen ist, haben wir dann fast schneller als jetzt der ORF ein Schulprogramm dann halt ins Leben gerufen aus oder als W24 oder sogar die Medien, die der Stadt näher sind also mit dem rechtlich öffentlichen Auftrag und bei uns ergibt sich sowas sehr sehr schnell und ich glaub, dass dieses also das man jetzt dieses Hilfeleistung natürlich kann man jetzt so oder so sehen, aber ich find das trifft zu." (IV07, Z 461-469)

"Mobilizer, glaub ich schon. Also so diese, grad am Anfang war das große Thema, auch diese gegenseitige Hilfe und so." (IV03, Z 451-452)

"Und, und Entertainer haben wir gemacht. Unterhaltung und Entspannung zur Überbrückung der Isolation bieten, das sicher auch. (IV06, Z 422-424).

"Bm: Entertainer sehr wohl.

Af: Ja, sehr wichtig. Extrem wichtig." (IV08, Z 649-650)

Die Mobilizer-Funktion wird oft auf den lokalen Raum bezogen, für den die Sender des Freien Rundfunks besonders wichtig sind (vgl. Peissl & Seethaler 2020). Vor allem in ländlichen Regionen erfüllen sie auch außerhalb der Pandemie eine Rolle als Netzwerk, da sie Teil der lokalen Strukturen sind. Das ist kein typisch österreichisches Spezifikum, sondern eine Funktion, die viele Sender weltweit. Auch der Europarat wies erst unlängst auf die wichtige Funktion von nichtkommerziellen Sendern für den lokalen Raum und den gesellschaftlichen Zusammenhalt hin (Council of Europe 2022).

In den Interviews äußerte sich das beispielsweise darin, dass sie viel Information gebracht haben *"[...] wo kann man jetzt einkaufen gehen, wo gibts irgendwie Einkaufsservice für die Leute, die nicht mobil sind, sprich Ältere [...]" (IV08, Z 84-85).*

Ebenfalls häufig wird die Missionary-Funktion als zutreffend angegeben. Die Betonung liegt dabei auf dem Leisten des Beitrags zur Gesellschaft.

"Af: Also Missionary würde ich auf jeden Fall einmal sagen, Beitrag zur Stärkung des Zusammenhalts in der Gesellschaft leisten, oder Beitrag zur Gesellschaft auf jeden Fall leisten." (IV02, Z592-594).

"Aber [...] finde ich den Zusammenhalt der Gesellschaft eigentlich einen wichtigen Punkt, den wir teilweise liefern, weil wir halt verschiedene Communities ansprechen." (IV05, Z 501-504)

Offen blieb, inwiefern eine eindeutige Unterscheidung zwischen den Funktionen Missionary und Mobilizer einzig und allein aufgrund dieser kurzen Definition getroffen werden konnte. Tatsächlich verschwimmen sie im Selbstverständnis des Freien Rundfunks miteinander. In der Studie zum Public Value des nichtkommerziellen Rundfunks (Peissl & Seethaler 2020) werden die beiden Funktionen in mehrere Codes unter der Partizipationsfunktion aufgedrösel. Sie

"zielt auf die Förderung von integrativen und partizipativen Prozessen innerhalb und zwischen Communities ("Community Building") [ab]. Sie ermächtigt Personen zur aktiven Teilhabe an der Gestaltung der natürlichen und sozialen Umwelt und damit am Prozess als Ganzem" (Peissl & Seethaler 2020: 20).

Knapp ein Viertel des Gesprächsinhalts der 15 Fokusgruppen bezog sich auf die Partizipationsfunktion, was ihr eine zentrale Rolle im Selbstverständnis der Sendungsmachenden und der Sender gibt. Auch die Funktionen Mobilizer und Missionary können als zentrale Funktionen der Sender in der Pandemie angesehen werden. Es wäre verkürzt hiervon nun auf die Rolle der Partizipationsfunktion während der Pandemie zu schließen, aber die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sie in der Pandemie ebenfalls von großer Bedeutung war.

Niemand identifiziert sich mit den Rollen des Analysts und des Informers. Auch der Fact-Checker wird selten angesprochen. Die einzige Zuordnung zur Fact-Checker-Funktion kann lediglich als zögerlich bezeichnet werden:

"Factchecker, glaub ich eher weniger, weil da großteils auch diese -, naja, obwohl in spezifischen Sendungen vielleicht schon auch, aber nur in geringen Ausmaß." (IV03, Z 447-449)

Wird die Fact-Checker-Funktion genannt, dann häufig als untypisch für den Freien Rundfunk:
"Also Factchecking find ich wichtig, aber ist kein großes Ding beim Freien Radio eigentlich." (IV05, Z 488-489)

Bei der „Informer-Funktion“ und der „Analyst-Funktion“ wird oft auf den professionellen Journalismus bzw. die gesetzliche Verpflichtung des ORF zur Wahrnehmung dieser Rolle hingewiesen. Es findet einmal mehr eine klare Abgrenzung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk statt.

"Af: Und die [die ehrenamtlichen Sendungsmachenden, Anm.] reden halt dann nicht darüber, wie viel Covid-Infizierte es schon wieder gibt, das macht eh der ORF, das machen eh die anderen. Also das ist jetzt auch nicht unser Auftrag gewesen." (IV02, Z 513-515)

„Analyst sehe ich ganz sicher nicht bei uns. Informer auch gar nicht. Dafür sind die, also sehe ich den ORF als öffentlich-rechtliches und auch einfach Medien mit höheren Auflagen und einer größeren Reichweite." (IV06, Z 438-440)

"Bm: Analyst waren wir eigentlich gar nicht.

Af: Nein. Wir haben da ziemlich bald aufgehört, dass wir da irgendwie

Bm: Informer auch nicht.

Af: Nein. Das haben wir nicht als unseren Auftrag gesehen." (IV08, Z 645-648)

Sowohl der Collaborator, als auch der Science Communicator werden recht selten als zutreffend genannt. Da die Sendungsmachenden ihre Themen frei wählen können, überrascht es vielleicht wenig, dass sie eher selten Wissenschaft und Forschung eine Plattform bieten, vor allem vor dem Hintergrund, dass der Großteil des Programms auf der Mikroebene angesiedelt ist, auf der es vorrangig um persönliche Zugänge und die Betroffenenperspektive geht.

Die „Collaborator-Funktion“ nimmt hingegen eine spezielle Rolle ein. Tatsächlich gingen einige nichtkommerzielle Sender eine kurzzeitige Kooperation mit der Landesregierung ein, indem sie Werbung für die Corona-Impfkampagne schalteten.

"Bf: Ich meine, und Collaborater, Unterstützung der Regierungsmaßnahmen haben wir nicht in allen Sachen gemacht, aber wir haben auch eine Impfkampagne gestartet. Weiß ich nicht ob -, ja natürlich ist das Unterstützung von Regierungsmaßnahmen.

Af: Ja, es war jetzt nicht der Hauptact, aber es war schon eine klare Positionierung, dass wir gesagt haben, wir unterstützen die Impfung, es war eine Kooperation mit dem Land Oberösterreich, natürlich ist es da auch um Geld gegangen, also um eine Finanzierung. Aber es war eh das erste mal, dass wir so eine Kampagne gemacht haben.“ (IV02, Z 600-606)

Dieser Schritt widerspricht an sich dem starken Unabhängigkeitsbewusstsein des Sektors. Das Zitat weist bereits implizit daraufhin, denn es wird betont, dass es "nicht der Hauptact" war und das es "eh das erst mal" war, dass eine derartige Kampagne gemacht wurde.

Das Angebot Einschaltungen zu senden, wurde in einzelnen Sendern diskutiert und nicht jedes Mal angenommen:

„Und da hatten wir auch mal kurz nachgedacht, ob wir das tun sollen, aber ich war dann auch bissl skeptisch, oft, ob man sich da vor diesen, also es ging auch mal darum, ob wir nicht uns darum bemühen, von Bundesebene auch diese quasi Werbeeinschaltungen diese Inserategeschichte auch für die freien Radios irgendwie zu gewinnen. Ich war da immer sehr skeptisch, weil ich das nicht als unsere Aufgabe erachte da staatliche Information weiterzuverbreiten, in dem Sinn. Also da hätte man dann schon einen sehr speziellen eigenen Zugang finden müssen [...]“. (IV03, Z 161-167)

Auf der einen Seite reizt die zusätzliche finanzielle Unterstützung, auf der anderen Seite steht der Kontrast zum eigentlichen Selbstverständnis der Szene.

Ebenfalls interessant ist, dass dadurch eine klare Positionierung innerhalb der Pandemie eingenommen wird. Es stellt sich die Frage, inwieweit Sender, die für offenen Zugang und Barrierefreiheit stehen, bei derart gesellschaftlich stark polarisierenden Themen, wie der Corona-Schutzimpfung, überhaupt eine derart eindeutige Position vertreten können ohne mit ihren eigenen Grundsätzen in Konflikt zu geraten. Darauf wird im Unterkapitel "Umgang mit gegensätzlichen Meinungen" im Detail eingegangen.

Besonders spannend ist die Einordnung der „Watchdog-Funktion“, die allgemein häufig als eine zentrale Aufgabe der Medien als vierte Gewalt im Staat angesehen wird.

Während einige Programmkoordinator*innen ihren Sendern in der Pandemie selbstverständlich in der Rolle des Watchdogs sahen, betonten andere wiederum, dass diese Funktion von nichtkommerziellen Sendern nicht erfüllt werden kann, auch wenn es wünschenswert wäre.

„Also ich würde, wie gesagt, Watchdog wäre wäre das Wichtigste, wäre schön, ist aus dem genannten Grund [Mangel an personellen und finanziellen Ressourcen, Anm.] nicht so passiert.“ (IV06, Z 420-421)

In einem Interview wird die Rolle des Watchdogs auf das kritisch Sein gegenüber der Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen und des privat-kommerziellen Rundfunks bezogen:

"Af: Ich meine, Watchdog glaube ich ist immer Teil der nicht-kommerziellen Sender, wobei wir da jetzt nicht eine explizite Sendung gehabt haben, vielleicht [Name einer Sendung], aber es hat trotzdem jetzt auch nicht explizite Kritik am Krisenmanagement gegeben, sondern halt eh wie ich vorher schon das Thema Kritik formuliert hab, dass durch andere Gäste und andere Fragen natürlich auch eine Form von Kritik an dem, was in den öffentlich-rechtlichen oder kommerziellen Sendern verbreitet wird, geübt wird." (IV02, Z 616-622)

Keine andere Funktion löst derart gegensätzliche Reaktionen bei den Programmkoordinator*innen aus. Es wäre an dieser Stelle noch spannend gewesen herauszufinden, wie sich der nichtkommerzielle Rundfunk als Watchdog für die Interviewten definiert bzw. welches generelle Verständnis des Watchdogs vorliegt. Aus Zeitgründen wurde hier jedoch auf ein aktives Nachfragen verzichtet.

4.2.7. Einschätzung der Ebenen

Die Programmkoordinator*innen schätzen die Ausrichtung nach der Mikro-, Meso- und Makroebene recht einheitlich ein. Die Ergebnisse decken sich weitgehend mit jenen der quantitativen Programmanalyse.

Die Frage nach der Einordnung der Ebenen ist recht abstrakt, was mit den Interviewpartner*innen auch besprochen wurde. Während einige recht zügig eine Angabe machten, teils konkret in Prozent, fragten andere nach Beispielen für die Ebenen und überlegten länger. In einem Fall gab es zu dieser Frage keine Auskunft.

Die Programmkoordinator*innen verorten ihr Programm in der Pandemie in weiten Teilen auf der Mikroebene. Hier wird oft angeführt, dass Sendungen aus der Betroffenenperspektive eine große Rolle spielen:

"Bm: Ja würd ich auch sagen. Es ist sehr viel berichtet worden aus dieser Betroffenenperspektive." (IV08, Z 321-322)

"Af: Ich würde sagen der Großteil war auf der Mikroebene, wo es eben um das persönliche Leben und die Auswirkungen auf das Individuum gegangen ist." (IV06, Z 139-140)

Das offene Sprechen über *"sehr persönliche[...] Zugänge[...]"* (IV04, Z 237-238) erfordert ein geschütztes Umfeld, in dem man sich wohlfühlt. Die Metapher des sicheren Hafens, in dem freie Meinungsäußerung in einem geschützten Raum möglich ist, wird hier bedient. Es ist ein Merkmal des Freien Rundfunks, wie bereits Peissl & Seethaler (2020: 32) festhielten.

Damit einhergeht das Verständnis der Sender als Ort der Begegnung:

"Bm: Ja ich glaube es ist ganz wichtig, dass man in Zukunft so Ort schafft und kultiviert und pflegt, die den Menschen ermöglichen, dass sie zusammenkommen dass sie einen wertschätzenden Austausch haben, dass sie das Gefühl haben, so wie sie sind, mit ihren Fähigkeiten, Kompetenzen, die sie mitbringen, sind sie angenommen, werden sie angenommen, werden wenn sie wertgeschätzt. Finden sie Gleichgesinnte oder finden sie vielleicht Möglichkeiten zur Diskussion. Das glaube ich ist ganz wichtig." (IV08, Z 703-708)

Auch die Relevanz von authentischer Kommunikation, definiert als Abgrenzung zur Sendungsproduktion der öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Sender, im Sinne von ausreden lassen, sprechen lassen und zuhören, an keine Vorgaben gebunden sein, wird als wesentlicher Faktor für die auf der Mikroebene angesiedelten Sendungen genannt.

Eine authentische Kommunikation wird von mehreren Programmkoordinator*innen angesprochen. Sie ist ein wichtiger Eckpfeiler ihres Selbstverständnisses als Freier Rundfunk und war in der Pandemie wichtig um ein ausgewogenes Bild zeichnen zu können:

"Bf: [...] halt dann die Alternative dazu, die man sich zusätzlich anschaut mit den verschiedenen Meinungen. Und ich würde jetzt einmal sagen, wir haben die Freiheit gehabt, so viel Zeit zu investieren, wie wir brauchen, und wir haben kein 'he du musst jetzt ein drei-Minuten-Statement machen', sondern wir nehmen uns teilweise eine Stunde oder länger Zeit, um Menschen zuzuhören und sie ausreden lassen und ich glaube, dass dieser Anspruch vom Publikum gar nicht da ist und wir das nutzen können uns diese Zeit zu nehmen und das halt auf differenzierte Weise zu diskutieren und eben nicht alles in einen drei-Minuten-Beitrag packen zu müssen." (IV02, Z 498-505)

Das Bedürfnis nach authentischer Kommunikation wird als Begründung für die niedrige Quote an kritischen Beiträgen angeführt:

„Am: du suchst dir deine Felder um die Stiere quasi dann in den Kampf zu schicken, ja. Arena quasi. Ja und und das haben die die freien Medien eigentlich nicht notwendig, vor allem weil die Produzenten oder die Menschen, die das machen, selbstbestimmend und und vor allem wie gesagt in der Freizeit und ich glaub, dass niemand in der Freizeit sozusagen sich sozusagen das das antut. Also wozu soll ich es so aufpushen, wenn ich es nicht brauche. Also ich glaub, dass ist eher, dass das der Hauptgrund ist.“ (IV07, Z 407-412)

Die Mesoebene ist die am zweithäufigsten erwähnte. Hier verorten die Programmkoordinator*innen in weiten Teilen Sendungen, die von NGOs und anderen Initiativen, Vereinen und Organisationen produziert werden:

" Und die Meso-Ebene auch relativ stark, weil wir halt so Initiativen oft featuren." (IV 05, Z 239-240)

Während der Großteil der Befragten Programm auf der Makroebene als *"fast nicht machbar"* (IV08, Z 327-328) und als durch die Eigendynamik des Radiobetriebs *"tatsächlich schwierig"* (IV01, Z 229) einordneten, wird sie in zwei Fällen als die am stärksten bespielte angegeben. In beiden Fällen ist die gesellschaftliche Relevanz der Themen stärker ausgeprägt, als der persönliche Zugang bzw. das Berichten über Einzelschicksale. Konkret bei *Radio Helsinki* ist diese Einordnung nicht verwunderlich, da sie mit ihrem Format *Frequently Asked Questions* politische, wirtschaftliche und soziale Themen rund um die Pandemie in einer Art Nachrichtenformat aufbereiten. Dieses Format wurde von vielen nichtkommerziellen Sendern übernommen.

4.2.8. Umgang mit gegensätzlichen Meinungen

In vielen Interviews wurde explizit die Meinungsvielfalt angesprochen. Sie wurde nicht direkt abgefragt und dahingehend von den Programmkoordinator*innen an jeweils anderer Stelle eingebracht. Dabei lassen sich drei Themenspektren benennen:

- Selbstverständnis der Programmkoordinator*innen in der Pandemie: Das Aufrechterhalten einer großen Vielfalt an Meinungen ist wichtig, allerdings ist es auch die Aufgabe der Programmkoordinator*innen darauf zu achten, dass keine Verschwörungstheorien, Hasspredigten und Falschmeldungen in den Sendungen gebracht werden.
- Vielfalt im Programm des Senders: Die Frage nach der Vielfalt im Programm wurde in den Interviews absichtlich sehr offen gestellt um den Programmkoordinator*innen die Möglichkeit zu geben, selbständig für sie Wichtiges zu adressieren. Erst im Anschluss fanden konkrete Nachfragen statt. Dieses Vorgehen hat sich insofern bewährt, als dass in einigen Interviews zuerst die Sprache auf die Meinungsvielfalt kam und nicht wie in der Studie angenommen auf die Themenvielfalt. Die Meinungsvielfalt ist im Freien Rundfunk ein hochgeschätztes Gut. So wird sie auch in der Charta des Freien Rundfunks (2020) mehrmals angesprochen und schließlich als Teil des politischen Anspruchs der Szene betont: "Sie treten für freie Meinungsäußerung, Meinungsvielfalt, Gleichberechtigung, Menschenwürde und Demokratie ein." Meinungsvielfalt ist für die Sender ein wichtiger Eckpfeiler einer funktionierenden Demokratie.
- Einschätzung des kritischen Zugangs der Sendungsmachenden zur Pandemie: An späterer Stelle wurde in den Interviews nach der Rolle von Kritik im jeweiligen Sender gefragt. Die Frage wurde so interpretiert, dass auf die eingenommene Position des Senders in der Pandemie und die darauf entstandenen Diskussionen eingegangen wurde:

"Und dass es auch funktioniert hat, hat schon damit zu tun, dass wir uns dann am Anfang sehr stark positioniert haben, also Richtung, verbreitets keine Fake-News und seid solidarisch und so. Hat sicher nicht allen geschmeckt. Aber es hat so weit funktioniert dass sie sich daran gehalten haben." (IV05, Z 414-418)

Wie im Unterkapitel "Funktionen" angesprochen, positionierten sich einige Sender ganz klar in der Pandemie durch das Schalten der Impfkampagne. Generell geht aus den Interviews aber hervor, dass alle Sender eine auf wissenschaftlichen Fakten basierende, solidarische Haltung einnahmen. Aufgrund der starken gesellschaftlichen Polarisierung, die in der Pandemie stattfand, kam es so vor dem Hintergrund des offenen Zugangs und der Meinungsvielfalt in den Sendern immer wieder zu Diskussionen über den Umgang mit gegensätzlichen Meinungen zu Covid-19, dem Coronavirus, der Impfung, den Regierungsmaßnahmen etc.

"Natürlich hatten wir auch das Problem mit diesen mit dem Thema der der also Verschwörungstheoretiker, also sollen wir ihnen dann die Bühne bieten, also auch wenn wir sie interviewt, auch die Leute, die auf den Demos demonstriert haben, wie kann man das so kontextualisieren, dass das nicht durchkommt." (IV07, Z 126-129)

Die Sender appellierten dahingehend an die Einhaltung journalistischer Fertigkeiten, die die Sendungsmachenden in den Basiskursen gelernt hatten, sowie an die damit im Zusammenhang stehende Verantwortung als Sendungsmachende:

"Und auch von Anfang an haben wir jetzt kommuniziert, dass Leute wirklich ihre Informationen prüfen sollen, auch keine Falschmeldung verbreiten sollen und keine Panik. Also das ist sozusagen wir haben schon diese Verantwortung zeigen wollen und das ist aber auch gut angekommen. Das ist genau, dass das haben die Redaktionen finde ich ziemlich gut übernommen." (IV01, Z 151-155)

"Kurzes Fazit ist, wir haben recht deutlich kommuniziert in der Pandemie mit den Sendungsmacher_innen, das hat sich bewährt. So journalistisches arbeiten, Sorgfalt im journalistischen Arbeiten ist wichtiger geworden, stärkeren Fokus darauf gelegt. Hat sich auch bewährt, finde ich." (IV05, Z 631-634)

"[...] und da auch sehr stark darauf hingewiesen, dass die Leute mit ihren Sendungen eine Verantwortung haben und keinen Blödsinn verbreiten sollen. Und das hat eigentlich relativ gut funktioniert, also wir haben keine wirklichen, sag ich jetzt mal, Schwurblersendungen gehabt." (IV05, Z 51-54)

Generell wurde wenig regulierend eingegriffen und damit recht offen mit den unterschiedlichen Meinungen umgegangen. Dennoch fanden vereinzelt Gespräche mit Sendungsmachenden statt, die in ihren Sendungen Verschwörungstheorien verbreiteten. Dabei wurde darauf Wert gelegt, den Betroffenen auf Augenhöhe zu begegnen und sie nicht zu belehren.

"[...] dass wir natürlich schon unter unseren Leuten, unseren Sendungsmachenden, auch Leute haben, die man irgendwie so ein bisschen eben in Richtung Querdenker auch sehen könnte. Und da haben wir schon irgendwie von vornherein auch versucht, denen klarzumachen, he seits da ein bisschen vorsichtig und überlegt euch bisserl, was ihr da sagts, ja." (IV03, Z 303-307)

Wiederum andere sprachen sich klar gegen Verschwörungsmythen, Falschmeldungen und Co. aus. Sie grenzten dadurch gezielt Meinungen aus.

"Also wir haben da einen relativ guten Überblick, weil alles hochgeladen wird, sehen alle gleich, was läuft. Also es ist jetzt nicht so, dass es eine Programmkoordination gibt, die mit dem Programm beschäftigt ist und der Rest kriegt dann nicht so viel mit, sondern es sieht jeder sofort, was wird hochgeladen auf der Website, jeder vom Team. Und das ist aber auch immer ein Vorteil gewesen die ganzen zehn Jahre. Jeder vom Team kann sagen 'he da ist jetzt ein Video, das senden wir nicht' und dann diskutieren wir darüber. Und sagen, ok wir könnten das schon senden, wenn -, das es hat es ganz am Anfang mal gegeben, wo irgendein Kollege mir gesagt hat 'he [Name], die haben da jetzt irgendsoeinen Hassprediger hochgeladen, irgendwer von irgendwo'. Darauf haben wir darüber diskutiert und denen geschrieben, sie müssen den Beitrag umschneiden, dann senden wir ihn gerne. Was sie nicht gemacht haben, dann haben wir ihn nicht gesendet, ja." (IV02, Z 532-542)

"Bm: Da hat es gewissermaßen eine Spaltung gegeben. Ja? Gewissen Leuten wollte man keine Bühne geben, sowohl im öffentlich-rechtlichen, also auch im privat-kommerziellen bis hin zu den Freien Medien. Da hat es einen Konsens gegeben.

Af: Ich glaube aber, dass es Freie Medien gegeben hat, die da ein bisschen offener war und unseres hat da nicht dazugehört. Also bei uns war da zu." (IV08, Z 493-497)

Diese Haltung wurde in der Regel nicht von allen Angestellten der betroffenen Sender gutgeheißen. Argumentiert wurde damit, dass diese Vorgangsweise dem Prinzip des offenen Zugangs und damit auch der Meinungsvielfalt widerspricht.

"Jo, das hat mich schon sehr gestört, dass da kein Dialog mehr möglich war und genau das passiert, was gesellschaftlich eh auch passiert ist. Und ich seh das kritisch. Ich sag es jetzt so, ja. Dass da eine gewisse Meinung als Schwurbler oder so abgetan wurde und damit war die Diskussion beendet, da war Schluss, da ist es nicht mehr weitergegangen. Und da war ich vom Freien Radio noch 17 Jahren echt enttäuscht. Ehrlich." (IV08, Z 523-528)

Denn an sich ist das Abbilden verschiedener Meinungen Teil des Selbstverständnisses des nichtkommerziellen Rundfunks:

"Aber natürlich ist es Auftrag der Freien Medien alle Meinungen abzubilden, ja und damit auch der der Impfkritischen oder Impfgegner." (IV06, Z 110-111)

"Und natürlich hat jeder die Möglichkeit gehabt, das [den Sender als Sprachrohr, Anm.] auch zu nutzen um, wie das beim freien Rundfunk, oder den nicht-kommerziellen Medien auch Aufgabe ist, Meinungsvielfalt und eigene Meinungen zu verbreiten." (IV02, Z 522-525)

In der Charta des Freien Rundfunks (2020) wird der offene Zugang folgendermaßen definiert:

„Freie Rundfunkveranstalter_innen geben allen Personen und Gruppen innerhalb des gesetzlichen Rahmens die Möglichkeit zur unzensierten Meinungsäußerung und Informationsvermittlung. Vorrang haben dabei soziale, kulturelle und ethnische Minderheiten sowie solche Personen und Gruppen, die wegen ihrer gesellschaftlichen Marginalisierung oder sexistischen oder rassistischen Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht selbstbestimmt zu Wort kommen.“

Für den Freien Rundfunk war es daher ein Drahtseilakt, bestimmte Meinungen nicht zu senden, aber trotzdem für Vielfalt zu stehen. Folgendes Zitat beschreibt diesen inneren Zwiespalt sehr anschaulich:

"Ich erachte das auch als einen Akt der Solidarität den die Menschen eigentlich gegenüber den anderen vulnerablen Gruppen tun sollten sich impfen lassen. Auf der anderen Seite stehen Freie Medien ja natürlich für die Vielfalt, Meinungsfreiheit. Wir dürfen alles, man darf alles sagen." (IV06, Z 306-310).

Nicht angesprochen wurden mögliche Strafzahlungen, die die Sender tätigen müssten, sollte gegen das Mediengesetz verstoßen werden oder ein anderer strafrechtlich relevanter Grund vorliegen.

4.2.9. Kritik und Dramatisierung im Programm

Die mediale Berichterstattung wurde zu Beginn der Pandemie von Kommunikationswissenschaftler*innen als stark dramatisierend und zugleich kritikarm beschrieben (Brost & Pörksen, 2020; Gordeeva, 2020; Jarren, 2020).

Die Programmanalyse ergab, dass im pandemiespezifischen Programm des Freien Rundfunks zwar sehr wenig Dramatisierungen, aber auch wenig direkte, explizit geäußerte Kritik an den Maßnahmen bzw. dem Handeln der Regierung finden lässt. Das mag zum einen daran liegen, dass hier nur Sendungen codiert werden konnten, die in ihrer Inhaltsbeschreibung der Sendung gezielt Dramatisierungen und Kritik enthielten. In den Sendungen selbst getätigte Aussagen konnten so nicht erfasst werden. Außerdem wurde nur nach explizit geäußelter Kritik bzw. Dramatisierungen gesucht. Dadurch konnte implizit geäußerte Kritik, wie sie in den Sendungen des Freien Rundfunks vor allem und stark vorkommt, nicht erfasst werden:

"Af: Jetzt nicht eine Kritik gegen 'die machen das so und das ist jetzt kritikwürdig', sondern ganz bewusst einfach andere Positionen einladen und andere Fragen stellen. Und über die Art und Weise entstehen halt einfach auch andere Antworten und andere Meinungen, die da vorhanden sind. Und das ist quasi irgendwie vielleicht so eine implizite Kritik, die jetzt nicht so im Sinne von 'wir kritisieren jetzt das, was da im ORF oder was der Politiker gesagt hat' sondern bei uns würden die Leute wahrscheinlich eher Gäste einladen, der eine kritische Position zu diesen Themen haben und aus ihrer Sicht dann Fragen beantworten." (IV02, Z 565-572)

Wie hier bereits ersichtlich, grenzen sich die Programmkoordinator*innen in diesem Punkt ganz klar vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk und auch von den privat-kommerziellen Anbietern ab. Dramatisierungen werden vor allem damit begründet, dass die anderen Anbieter "auf Quoten schießen müssen" (IV06, Z 348). Seinem Selbstverständnis folgend, öffnet der Freie Rundfunk "eben diesen anderen Raum [...] und nicht das rein berichten und machen, was man immer eh schon überall auf jedem Sender hört." (IV04, Z 459-460)

Darüber hinaus können die nichtkommerziellen Sender keinen klassischen Journalismus liefern. Das ist weder ihr Auftrag noch ihr selbst erklärtes Ziel.

"[...] also diese diese klassischen Journalismus Geschichten, wo es wirklich in die Tiefe geht, dazu können, glaub ich, hobbymäßige Radiomachende, nicht so viel liefern." (IV06, Z 379-380)

”Naja weil meinen Menschen, die hier Programm machen, das nicht quasi hauptberuflich machen und haben nicht das Gefühl sie müssen jetzt also jetzt die Sachen noch einmal strapazieren damit damit sie gesehen gehört werden, sondern sie fühlen sich da quasi auch in ihrer Freizeit mit den positiven Aspekten der des Lebens, also schätze mal eben im Vordergrund. Ja natürlich gibt es auch kritische nicht nur Haltungen, sondern auch sozusagen Formate, die jetzt nicht nur auf Unterhaltung oder irgendwie auf die Bearbeitung der Themen die einen gut tun, sondern aber trotz allem ist es nicht so quasi, die machen nicht viel Berichterstattung, also auf politischer Ebene [...].” (IV07, Z 392-399)

5. Zusammenfassung und Fazit

Mit Ausrufung des ersten österreichweiten Lockdowns am 16. März 2020 begann auch für den nichtkommerziellen Rundfunk eine neue und herausfordernde Zeit. Genauso wie die öffentlich-rechtlichen und die privat-kommerziellen Anbieter musste er schnell auf die Einschränkungen reagieren, was viele Veränderungen im Betrieb des Senders mit sich brachte und sich auf das Programm auswirkte.

Bottom-up entstanden, sind sie nach wie vor hierarchisch flacher organisiert, als die anderen beiden Säulen des Rundfunksektors. Darüber hinaus ist die Anzahl der Angestellten bei Weitem kleiner: *Radio Orange* ist mit aktuell 13 Angestellten, inkl. der Geschäftsführerin und über 500 Sendungsmachenden (Stand: Dezember 2022), einer der größten nichtkommerziellen Sender im deutschsprachigen Raum. Das ermöglicht in einer Krisensituation zwar eine schnellere Kommunikation und dadurch möglicherweise auch schnelleres und zielgerichteteres Handeln, geht aber mit einer Mehrbelastung der einzelnen Personen einher.

Darüber hinaus sind sie in bei Weitem stärkeren Ausmaß auf ihre Sendungsmachenden angewiesen, die in ihrer Freizeit Sendungen produzieren und folglich weniger Verpflichtung zur tatsächlichen Content-Produktion haben, als dies im bezahlten Journalismus der Fall ist.

Die Untersuchung ergab, dass die Pandemie zwar als Herausforderung wahrgenommen wurde, ihr aber durchaus auch Positives abgewonnen werden konnte. Die folgenden Ausführungen fassen die wesentlichen Ergebnisse der Programmanalyse und der Experteninterviews mit Bezug auf die forschungsleitenden Fragestellungen zusammen und ziehen einen Bogen zu der in der Einleitung geschilderten Kritik an der medialen Berichterstattung bzw. den empirischen quantitativen Studien.

Veränderungen im Betrieb

Die Veränderungen, die der Ausbruch der Pandemie auf den Sendebetrieb hatte, konnten in der Programmanalyse nicht abgefragt werden. Sie sind aber wesentlich um die Auswirkungen auf das Programm verstehen und einordnen zu können. Deshalb werden sie hier nun zu Beginn ausgeführt und beziehen sich ausschließlich auf die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse der Experteninterviews.


Eine massive Veränderung war die weitgehende Schließung der Sender als Ort der Begegnung. Bedingt durch die von der österreichischen Bundesregierung verhängten Maßnahmen, von denen die Ausgangssperre die am meisten einschneidende war, und dem Verantwortungsgefühl alle am Sendebetrieb Beteiligten vor einer Ansteckung mit dem Coronavirus

schützen zu wollen, war dieser Schritt notwendig. Die Sender entwickelten Strategien um bei einer eventuellen Erkrankung im Team vor einem kompletten Ausfall der Mitarbeiter*innen und damit vor einem Zusammenbruch der Infrastruktur geschützt zu sein.

Der Freie Rundfunk, international unter der Bezeichnung Community Medien bekannt, zeichnet sich stark dadurch aus, dass er das Netzwerken sowohl innerhalb des Senders, als auch mit den Communities im lokalen und regionalen Raum ermöglicht. Die Räumlichkeiten der Sender sind dafür oft zentrale Treffpunkte (vgl. Peissl & Seethaler 2020: 40-44; Peissl et al. 2010: 94-114). Der Wegfall dieser wichtigen Struktur führte zu einem Rückgang des persönlichen Austausches und zu einer Schwächung des *"Community Geist[es]"* (IV03, Z48) bei manchen Sendern. Einige Sender veranstalten beispielsweise regelmäßige Stammtische, die in der Pandemie nicht stattfinden konnten. Der Wegfall der persönlichen Kontakte zum Sender belastete die Sendungsmachenden unterschiedlich stark. Denn auch im Normalbetrieb gibt es einen Teil Ehrenamtlicher, der generell sehr wenig Kontakt zum Sender pflegt und von zu Hause aus produziert und einen Teil Sendungsmachender, der sich sehr aktiv einbindet und aus dem Studio sendet. Für manchen Sendungsmachenden der zweiten Gruppe fielen mit der Schließung der Räumlichkeiten für die breite Öffentlichkeit wichtige Sozialkontakte weg. Die Programmkoordinator*innen versuchten diese Sendungsmachenden besonders gut zu unterstützen, indem sie ihnen zuhörten und mit ihnen über die Sendeproduktion und deren Ausstrahlungsintervall sprachen um Druck zu nehmen. In wenigen Fällen gestalteten sie auch Sendungen gemeinsam mit den Ehrenamtlichen.

Die Programmkoordinator*innen waren darüber hinaus damit konfrontiert, dass sie den Sendungsmachenden ihre Verantwortung als Produzent*innen von Medieninhalten nahebrachten. Denn die starke Polarisierung, die das Coronavirus und zu einem späteren Zeitpunkt die Schutzimpfung in der Gesellschaft hervorriefen, machte auch vor den Sendern des Freien Rundfunks nicht komplett halt. Die Sender sprachen sich für einen verantwortungsbewussten am Schutz des Individuums und der Gemeinschaft ausgerichteten Umgang mit dem Virus aus. Sie nahmen dabei selten eine in die Öffentlichkeit getragene Position ein, wie es beispielsweise nach Ausbruch des Ukrainekrieges der Fall war³. Dennoch achteten sie darauf, dass keine Desinformation, Hetze und Verschwörungstheorien in ihrem Programm verbreitet werden, denn einerseits entspricht dies nicht dem Selbstverständnis der einzelnen Sender und andererseits ist es von medien- und strafrechtlichem Belang. In Fällen, in denen nicht eindeutig gegen ein Gesetz verstoßen wird, war es herausfordernder zu argumentieren, warum Inhalte nicht gesendet werden. Denn der nichtkommerzielle Rundfunk steht für einen offenen Zugang und Vielfalt in jeglicher Hinsicht, d.h. auch für Meinungsvielfalt. Als direkte Ansprechpartner*innen der Sendungsmachenden gingen die Programmkoordinator*innen auf jene zu, die Inhalte zur Pandemie verbreiteten, die für den Sender nicht zu verantworten waren. Dazu muss gesagt werden, dass das in nur sehr wenigen Fällen notwendig war, da die

³ Siehe beispielhaft die auf ihren Websites veröffentlichten Statements: "Solidarität mit der Ukraine - Statement des Verbands" vom Verband Freier Rundfunk Österreich (<https://www.freier-rundfunk.at/artikel.php?id=1113>), "Stoppt den Krieg" von Radio Orange (<https://o94.at/de>).




meisten Sendungsmachenden entweder gar nicht über Corona sendeten, die Position der Sender teilten oder aber zwischen ihrer privaten Meinung und ihrer Rolle als Produzent*innen medialer Inhalte unterschieden. Dennoch zeigt schon alleine die Tatsache, dass in den einzelnen Sendern darüber diskutiert wurde, bestimmte Inhalte nicht zu senden und dass dies ohne explizite Nachfrage in vielen Interviews angesprochen wurde, die Relevanz des Themas.

Schließlich führte der eingeschränkte Zugang zu den Räumlichkeiten der Sender zu einer Umstellung des Kursangebotes. Als Medienbildungseinrichtungen bereiten sie ihre Sendungsmachenden in Basiskursen auf die Sendeproduktion vor. Diese Kurse enthalten i.d.R. eine Einschulung in das Gestalten von Beiträgen, einen Block zum Medien- und Urheberrecht, sowie das Erlernen des Umgangs mit der notwendigen Technik. Vor allem letzteres stellte in der Pandemie eine Schwierigkeit dar, da die Kurse nicht im Studio stattfinden konnten. Das Kursangebot wurde daraufhin teils eingestellt, was zu weniger Neuzugängen führte, weil das Absolvieren des Basiskurses Voraussetzung für das Produzieren einer Sendung ist. Teils wurden die Angestellten kreativ und überlegten sich Wege um die Studioteknik auch online zu vermitteln. Sie durchliefen dabei selbst einen Lernprozess und entdeckten neue Programme, mit denen auch nach Wiedereröffnung des Studios weitergearbeitet wurde. Auch die Sendungsmachenden wurden medienkompetenter, weil sie sich notwendigerweise mit Home Production beschäftigen mussten. Dabei wurden sie aktiv von den Angestellten der Sender unterstützt, oft auch individuell. Das brachte einen erheblichen zeitlichen Mehraufwand mit sich, führte auf lange Sicht aber zu mehr Selbständigkeit der Ehrenamtlichen und damit zu mehr Flexibilität und einer Entlastung der Programmkoordinator*innen.

Der durch die Pandemie ausgelöste Digitalisierungsschub wird von den Interviewten daher als positiver und nachhaltiger Output geschätzt, trotz der Herausforderungen, die zu bewältigen waren. Die technischen Möglichkeiten brachten Veränderungen im Programm, die zum Teil kurzfristiger Natur waren, zum Teil aber auch weitere Kooperationen und Sendungsproduktionen nach sich zogen.

Auswirkungen auf das Programm


Einen wesentlichen Einfluss auf das Programm hatte die Schließung aller Kunst- und Kulturinstitutionen, sowie die anfängliche Absage aller und spätere starke Einschränkung von Veranstaltungen. Viele Veranstalter*innen, Vereine und freischaffende Künstler*innen gingen daraufhin auf die nichtkommerziellen Sender zu und fragten wegen Kooperationen an. Es folgten viele Live-Übertragungen von Veranstaltungen, kleinere Produktionen von Künstler*innen, aufgezeichnete Führungen durch Museen, sowie viele Informations- und Diskussions-sendungen, in denen Kulturschaffende zu Wort kamen. „Kunst und Kultur“ ist bei beiden Analysen auch der mit beachtlichem Abstand meistgenannte Themenkomplex. Das Programm der Sender wies auch bereits vor der Pandemie einen starken kulturellen Schwerpunkt auf (vgl. Peissl & Seethaler 2020: 45). Dennoch ist die besonders häufige Erwähnung der Programmkoordinator*innen, dass es vor allem aus diesem Bereich eine Bereicherung und Veränderung des Programmangebotes gab, auffällig.



Gleicht man die Häufigkeiten der Themenpunkte der Programmanalyse mit den Codierungen zu den Experteninterviews ab, so zeigt sich, dass die Schwerpunkte in weiten Teilen deckungsgleich sind. Die häufigsten erwähnten Themen sind, neben „Kunst und Kultur“, „Soziale Problematiken“, „Individueller Umgang mit der Krise“ und „Unis, Schulen und Kindergärten“. Auffallend ist, dass „Bildung und Medienbildung“ in beiden Analysen sehr unterschiedlich stark gewichtet ist. So erwähnen die Programmkoordinator*innen öfter Bildung und Medienbildung als dies die Programmanalyse erwarten ließe. Da die Sender auch Medienbildungseinrichtungen sind und dies ein Teil ihrer Selbstdefinition ist, liegt es nahe, dass die Interviewpartner*innen daher diese Thematik stärker mitdenken. Tatsächlich erwähnen sie Bildung und Medienbildung oft in Kombination mit dem Kursangebot.

In der Untersuchung wurden zwei Zweitpunkte mit beinahe einem Jahr Abstand betrachtet. Ziel war es herauszufinden, ob der Schwerpunkt auf Corona im Freien Rundfunk ebenso im Zeitverlauf abnimmt, wie dies bei öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Anbietern nachgewiesen werden konnte (vgl. Eisenegger et al. 2020: 5ff.; Maurer et al. 2021: 25). Das kann mit nur zwei gewählten Zeitpunkten klarerweise nicht in der Genauigkeit erfolgen, wie in den zitierten Studien, allerdings wollte die Autorin damit lediglich eine Tendenz sichtbar machen. Der eindeutige Überhang an Material aus dem ersten Untersuchungszeitraum und hier im speziellen der ersten drei von neun Wochen, unterstützt die Annahme eines Rückgangs an pandemiespezifischen Sendungen im Zeitverlauf. Ebenso beziehen sich die Interviewten in weiten Teilen auf die Anfangszeit der Pandemie, wenn sie auf thematische Schwerpunkte und Sonderprogramm eingehen. Im Laufe der Pandemie nahm die Motivation und das Interesse sich mit Corona zu beschäftigen ab, denn: „*Es macht müde*“ (IV08, Z 404).

Die in der qualitativen Analyse herausgearbeiteten Gruppen decken sich nur zum Teil mit dem Anteil der einzelnen Sender am gesamten in der Programmanalyse untersuchten Material. Die Gründe hierfür können viererlei sein: Erstens wurde nicht mit jedem Sender ein Interview geführt, weshalb es schwierig ist einen Vergleich anzustellen. Zweitens stellt die Programmanalyse keinen Anspruch auf eine vollständige Erhebung innerhalb der Untersuchungszeiträume. Tatsächlich sind die Websites einiger Sender ausführlicher und die Sendungsmachenden unterschiedlich stark motiviert ihre Inhalte online zu stellen bzw. zu beschreiben. Auch schwankt das Angebot an in die CBA hochgeladenen Sendungen pro Sender. Drittens macht es einen Unterschied, ob sich ein Nachrichtenmagazin regelmäßig mit Corona beschäftigte, wodurch ein einziges Sendeformat bereits viele Fälle zur Analyse bereitstellen konnte, dadurch aber wenig über die Breite des pandemiespezifischen Programms des Senders ausgesagt wird. Und viertens liegt es im eigenen Ermessen der Programmkoordinator*innen ab welchem Anteil sie von einer hohen Dichte an Programm zu Corona und Co. ausgehen. Dass es jedoch eine Gruppe gab, die sich dem Thema Corona stärker widmete und eine Gruppe, bei der es so gut wie nicht Thema war, lässt sich mit Sicherheit sagen. Die Motivation bzw. das Interesse der Programmkoordination war dafür ebenso ausschlaggebend wie das Engagement der ehrenamtlichen Sendungsmachenden. Es lässt sich daher weder pauschalisieren, dass der Freie Rundfunk viel spezifisches Programm gesendet hat, noch dass es wenig Beschäftigung damit gab.



Hingegen kann sehr wohl gesagt werden, dass die Vielfalt im Programm der Sender sehr hoch war. Sie blieben hier ihrem eigenen Selbstverständnis treu, inkludierten unterrepräsentierte Gruppen, berichteten genauso über Lokales wie auch über und aus anderen Ländern, fungierten als Sprachrohr für all jene, die nicht ungehört bleiben wollten und boten dem Publikum nicht nur Unterhaltung und Informationen, sondern auch Expertise und Hilfestellungen an, zum Beispiel indem sie Informationen über Selbsthilfegruppen oder über lokale Ansprechpartner*innen für Transport, Einkaufshilfen etc. zur Verfügung stellten.

Die quantitative Analyse ergab, dass sich 84,6% aller Fälle mit Themen bzw. Blickwinkeln auf ein Thema beschäftigen, die so in der Form nicht bei anderen Anbietern geboten werden. Die genannten Beispiele in den Interviews mit den Programmkoordinator*innen unterstützen dieses Ergebnis. Der nichtkommerzielle Rundfunk erfüllte damit auch in der Pandemie stark seine Komplementärfunktion zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk. Vor allem ein starker Lokalbezug und das Bieten einer Plattform für unterrepräsentierte Gruppen, Organisationen und Individuen, das Senden in verschiedenen Sprachen und aus anderen Ländern zeichnen ihn hier aus.

Besonders hervorzuheben ist dabei die in beiden Analysen stark vorkommende Perspektive von Betroffenen. Sie wird häufig mit der Mikroebene, also der Individualebene, gemeinsam angeführt. Diese Ebene ist sowohl in der Programmanalyse als auch in den Experteninterviews als die am meisten bespielte Sozialebene genannt worden. Der Schwerpunkt des nichtkommerziellen Rundfunks liegt demnach darauf, Individuen eine Plattform zu bieten. Das heißt nicht, dass die in den Beiträgen behandelten Themen einzig und alleine für eine Einzelperson interessant sind bzw. nur für ein Individuum Gültigkeit haben, sondern, dass aus der Perspektive einer Einzelperson berichtet wird. Eine Sendung, in der beispielsweise ein Kind oder eine Gruppe von Kindern über die persönliche Wahrnehmung der Pandemie und die Auswirkungen, die sie auf ihre Leben hat erzählen, ist an der Mikroebene angesiedelt.

In knapp 20% des untersuchten Materials der Programmanalyse wurden Sendungen gefunden, die das Publikum aktiv miteinbezogen. Da diese Formate meist aber auch Sonderformate von einer bestimmten Dauer waren, ist ein Anteil von über einem Fünftel am gesamt erhobenen Material beachtlich. Sie erfüllen damit in einer weiteren Weise das in den Förderrichtlinien festgeschriebene Kriterium der Partizipation (vgl. RTR 2021).

Zur eingangs angesprochenen Kritik an der medialen Berichterstattung

Die in der Einleitung geäußerte Kritik basiert in den meisten Fällen auf keinen empirischen Studien und richtet sich auch gezielt an die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Medien. Davon ausgehend war das Ziel der Untersuchung herauszufinden, wie der nichtkommerzielle Rundfunk in Österreich mit den sehr rasch eingetretenen Herausforderungen der Pandemie umging und welche Auswirkungen die Allgegenwärtigkeit des Themas auf die Programmentwicklung hatte. Nachdem nun bereits die Auswirkun-

gen auf das Programm besprochen wurden, wird ergänzend auf die in der Einleitung skizzierten Kritikpunkte eingegangen. Denn zu den Änderungen am Programm zählt auch ob und wie diese Kritik auf den Freien Rundfunk übertragbar ist.

Hier muss ganz klar gesagt werden, dass sie nicht zutreffen ist. Die nichtkommerziellen Sender unterscheiden sich dafür zu stark in ihrer organisatorischen Logik, ihren rechtlichen Rahmenbedingungen und ihrem Selbstverständnis von anderen Anbietern im Mediensektor.

- **Starke Dramatisierung der Berichterstattung:** Es wird keine „Angst- und Drohkulisse“ (Gordeeva 2020) aufgezo- gen. Das zeigt sowohl der niedrige Anteil an Dramatisierungen im Gesamtmaterial der Programmanalyse, als auch die Aussagen der Programmkoordinator*innen. Dieses Vorgehen verbinden sie stark mit dem Druck Reichweite zu generieren um auf den Werbemarkt attraktiv zu wirken. Als nichtkommerzielle Anbieter, die keine Reichweitenmessungen forcieren, sehen sie keine Notwendigkeit zu dramatisieren. Vereinzelt Dramatisierungen in den Sendungen können auf die persönliche Einstellung der Sendungsmachenden zur Pandemie zurückzuführen sein.
- **Kaum bis keine Berichterstattung „über den Tellerrand“** (Haller 2020; Jarren 2020): Das Programm der Freien Sender zeichnet sich per se durch Vielfalt aus. Diese wird auch in der Pandemie hochgehalten. Neben Berichten über und aus dem Ausland, bereiten sie Informationen für die lokale Bevölkerung auf, boten Vereinen, NGOs, unterrepräsentierten Gruppen und weiteren Privatpersonen die Möglichkeit über den Sender an der Öffentlichkeit zu partizipieren, über ihre Sorgen und Ängste zu sprechen, bestimmte Themen genauer zu diskutieren, aber auch Events zu veranstalten.
Corona war in allen Sendern ein Thema von vielen, wobei es in einigen so gut wie nicht bzw. nur „nebenbei“ erwähnt wurde und andere die Pandemie als eigenen Schwerpunkt festlegten. Es fand dadurch aber nie eine Verdrängung anderer Themen statt, wie sie in empirischen quantitativen Studien (vgl. Degen 2021: 128; Eisenegger et al. 2020: 22; Krug et al. 2021) nachgewiesen werden konnte. Diese wurden weiterbehandelt, entweder ohne Bezug auf die Pandemie, oder aus einer speziellen Perspektive auf die Pandemie.
- **Keine bzw. falsche Interpretation und Kontextualisierung von Zahlen und Statistiken:** Zahlen und Statistiken spielen in den Sendungen des Freien Rundfunks keine Rolle. Sie sehen sich auch weder in der Funktion des „Informers“ noch des „Analysts“. Diese Rollen schreiben sie vor allem dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu.
- **Mängel bei journalistischen Grundfertigkeiten:** Die Sendungen des Freien Rundfunks weisen häufig einen einordnenden und erklärenden Charakter auf (71,4%). Sie zeichnen sich durch authentische Kommunikation aus, d.h. die Sendungsmachenden können sich für die Produktion Zeit nehmen um in die Tiefe einer Thematik einzutauchen. Darüber hinaus ist der nichtkommerzielle Rundfunk gesetzlich nicht dazu verpflichtet die Gesamtbevölkerung über gesellschaftlich relevante aktuelle Geschehnisse informiert zu halten (vgl. RTR 2021). Die Sendungen richten sich daher an spezifisch definierte Gruppen. Wenn notwendig, wiesen die Programmkoordinator*innen auf die

Verantwortung als Produzent*in von Sendungen und die Einhaltung journalistischer Grundfertigkeiten, wie dem Überprüfen von Informationen, hin.

- Aufbau eines „Expertenmonopols“ (Brost & Pörksen 2020; Jarren 2020; Schatz 2020): Es treten viele unterschiedliche Personen in den Sendungen als Gäste auf. Demnach kann genauso wenig wie bei Eiseneggerts et al. (2020) quantitativer Untersuchung zu Schweizer Medien, kein Monopol von Personen mit Expertise nachgewiesen werden. Auffallend ist, dass viele der Gäste einzelne Bürger*innen sind, die nicht aufgrund einer thematischen Expertise auftreten, sondern aus der Sicht der Betroffenen sprechen. Die meisten Gäste stammen aus dem stark krisengebeteulten Kunst- und Kulturbereich, häufig aus dem lokalen bzw. regionalen Raum des jeweiligen Senders. Das deckt sich mit dem starken thematischen Schwerpunkt des spezifischen Programms zu Corona, wie in beiden Analysen herausgearbeitet werden konnte. Politiker*innen spielen in den Sendungen als Gäste eine untergeordnete Rolle. Wenn sie auftreten, dann handelt es sich meist um die Bürgermeister*innen der eigenen oder einer umliegenden Gemeinde. Die politischen Gäste sind zum Großteil die einzigen Eingeladenen mit einer Parteizugehörigkeit. Sie teilen sich zu ungefähr gleichen Teilen auf die SPÖ, die ÖVP und die Grünen auf. Der Wissenschaft wurde eher selten eine Bühne geboten, wie die Analyse der Akteur*innen und auch die seltene Nennung der Funktion als „Science Communicator“ durch die Interviewten zeigen. Es kann daher nicht überprüft werden, ob Wissenschaftler*innen als „unfehlbar“ (Meier & Wyss 2020) dargestellt wurden. So können auch Degens (2021) und Gräf & Hennigs (2022) Beobachtung einer Überrepräsentation von Gästen aus Politik und Wissenschaft (meist aus der Medizin) für den Freien Rundfunk nicht bestätigt werden.
- Kaum Kritik an den Regierungsmaßnahmen, keine Distanz: „Regierungskonforme Durchhalteparolen“ (Haller 2020) fanden sich weder im Material der Programmanalyse, noch wurde vonseiten der Programmkoordinator*innen derartiges erwähnt. Eher wurde gegenteilig argumentiert, dass die Funktion als „Collaborator“ nicht zutreffend ist. Sie sehen sich als unabhängig an. Dennoch kollaborierten tatsächlich einige Sender kurzfristig im Zuge einer Kampagne mit der Landesregierung, was eine für den Freien Rundfunk ungewöhnlich starke offizielle Unterstützung ist.

In der Programmanalyse konnte hingegen auch wenig direkte Kritik an der Regierung und den Maßnahmen gefunden werden. Das deutet jedoch nicht auf einen unkritischen nichtkommerziellen Rundfunk hin, sondern ist erstens dem Umstand geschuldet, dass die Sendungen nicht zur Gänze analysiert wurden, sondern ausschließlich die online auffindbaren Informationstexte zu den einzelnen Sendungen. Zweitens ist der Zugang der Sender an sich ein kritischer, da sie Themen aus Perspektiven behandeln, wie es in anderen Medien unüblich ist und gezielt Personen einladen, die in der Öffentlichkeit unterrepräsentiert sind. Drittens kann Kritik, die in der klassischen Rolle des Watchdogs hervorgebracht wird, nur von bezahlten Journalist*innen erfüllt werden. Insofern kann gesagt werden, dass die Sender auf ihre Art sehr wohl kritisch und distanziert waren bzw. blieben.

Fazit

„Ich mein, es war jetzt teils eigentlich sehr unverändert und teils war es dann doch sehr anders“ (IV04, Z 25-26) fasst die in dieser Untersuchung festgehaltenen Erlebnisse der Freien Rundfunkszene in der Pandemie gut zusammen.

Es konnte gezeigt werden, dass sie ihrem Selbstverständnis gemäß der *Charta des Freien Rundfunks* im Wesentlichen treu blieben und den in Peissl & Seethaler (2020) nachgewiesenen Public Value auch in dieser herausfordernden Zeit erfüllten. Sie erwiesen sich als wichtige Plattformen für viele plötzlich in den Ruhezustand versetzte öffentliche und private Einrichtungen, wobei der Kunst- und Kulturbereich in einem außerordentlichen hohen Maß auf die Freien Rundfunkveranstalter*innen zuzuging.

Die Sender zeichneten sich dadurch aus, dass sie eben nicht die an der medialen Berichterstattung öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller Medien geäußerten Kritikpunkte erfüllten – weder zu Beginn der Pandemie, noch in deren weiteren Verlauf. Auch sie hatten zu Beginn mit der herausfordernden Situation zu kämpfen, mussten viel umorganisieren und sich orientieren. Die flache Hierarchie, die überschaubare Größe der Sender und der hohe Grad an Flexibilität und Kreativität, sowohl aufseiten des Teams, als auch aufseiten der ehrenamtlichen Sendungsmachenden, sind dabei klare Vorteile gegenüber anderen Anbietern. Sie zogen auch durchaus Positives aus der Krise, weshalb ihnen ein gewissen Grad an Resilienz zugesprochen werden kann:

„[...] und indem finde ich, dass die Situation, dass die Erfahrung insofern positiv ist, dass wir gesehen haben, dass das kann gehen.“ (IV01, Z 64-65)

Literatur

- AURA (o.J.): About AURA. <https://docs.aura.radio/en/latest/about.html>.
- Biringer, K., Peissl, H. & Seethaler, J. (2022). Public value of community media in Austria, *Journal of Alternative & Community Media*, 7(1). 45-65.
- Brost, M. & Pörksen, B. (2020). Angesteckt. Warum der Journalismus in der Corona-Krise besonders gebraucht wird – und vor welchen Problemen er steht. <https://www.zeit.de/2020/16/coronavirus-berichterstattung-journalismus-information>.
- Degen, M. (2021): Aus der Schockstarre zur Akteurszentrierung – die Phasen der Pandemie-Berichterstattung. *Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 31. 125-131.
- Duden (o.J.): nachhaltig. <https://www.duden.de/rechtschreibung/nachhaltig>.
- Eberl, J., Riedl, A. & Lebernegg, N. S. (2020). Erwartungen an die Corona-Berichterstattung: Vom Wachhund zum Schoßhund? *Corona Panel Project, Blog 40*. Universität Wien. <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog40/>.
- Eisenegger, M., Oehmer, L., Udris, L. & Vogler, D. 2020. Die Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie. [Analyse zur Corona-Berichterstattung in den Schweizer Medien.] In: Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) (Hg.): *Qualität der Medien. Studie 1/2020*. Universität Zürich. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:b87084ac-5b5b-4f76-aba7-2e6fe2703e81/200731_Studie%20Leitmedien%20Corona.pdf.
- Europarat. (2018). Recommendation CM/Rec(2018)11 of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership. CM/Rec(2018)1. <https://rm.coe.int/0900001680790e13>.
- Freies Radio Innviertel (o.J.): Aufnahme VFRÖ. <https://radio-fri.at/aufnahme-vfro/>.
- Gräf, D. & Hennig, M. (2020). Die Verengung der Welt Zur medialen Konstruktion Deutschlands unter Covid-19 anhand der Formate ARD Extra - Die Coronalage und ZDF Spezial. In: *Privatheit und Digitalisierung*, 14. 14-22.
- Gräf, D. & Hennig, M. (2022). Corona und Medien: Analyse- und Reflexionslinien von Krisenjournalismus. In: A. Krewani & P. Zimmermann (Hg.): *Das Virus im Netz medialer Diskurse: Zur Rolle der Medien in der Corona-Krise*. (S.3-24). Wiesbaden: VS Springer.
- Gordeeva, D. (2020). Wenn Watchdogs schlafen. <https://medienblog.hypothesen.org/9414>.
- Haller, M. (2020). Corona-Krise. Lost in Transition: Warum die Medienberichterstattung so viel Verwirrung stiftet. Und wie wir dennoch Übersicht gewinnen können. https://eijc.de/wp-content/uploads/2020/04/MHaller_Corona-Krise-end-korr.pdf
- Hirner, W. (2003). Vom PiratInnenradio zum Freien Radio. Der lange Weg zur Lizenz. *Medien Journal*, 27 (4). 20-31.
- Informationsverein LENTIA and Others v. Austria. (1993). 36/1992/381/455-459. <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22%3A%22001-57854%22%7D>.
- Jarren, O. (2002). Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, O. (2020): Im Krisenmodus. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen in Zeiten von Corona. https://www.epd.de/fachdienst/epd-medien/Berichterstattung_Corona-Krise/Jarren.
- Krug, M. Kuhn, P., Lauschner, L., Mercsak, A., & Schulte-Zweckel, N. (2021). Von Umwelt zu Corona: Der Schwerpunktwechsel in der Berichterstattung während der ersten Welle der

- Coronapandemie in Deutschland. *Momentum Quarterly*, 10(3). 130-187. <https://www.momentum-quarterly.org/ojs2/index.php/momentum/article/view/3885/2912>.
- Mach, K.J., Salas Reyes, R., Pentz, B. et al. (2021). News media coverage of COVID-19 public health and policy information. *Humanit Soc Sci Commun*, 8 (220). 1-11.
- Maurer, M., Reinemann, C. & Kruschinski, S. (2021). Einseitig, unkritisch, regierungsnah? Eine empirische Studie zur Qualität der journalistischen Berichterstattung über die Corona-Pandemie. <https://rudolf-augstein-stiftung.de/wp-content/uploads/2021/11/Studie-einseitig-unkritisch-regierungsnah-reinemann-rudolf-augstein-stiftung.pdf>.
- Meier, K. (2018). *Journalistik*. Konstanz, München: UVK.
- Meier, K. (2020). Halb voll ist eben auch halb leer: Studie zur Corona-Berichterstattung. <https://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/halb-voll-ist-eben-auch-halb-leer-studie-zur-corona-berichterstattung>.
- Meier, K. & Wyss V. (2020). Journalismus in der Krise: die fünf Defizite der Corona-Berichterstattung. <https://meedia.de/2020/04/09/journalismus-in-der-krise-die-fuenf-defizite-der-corona-berichterstattung/>.
- Moore, M. H. (1995). *Creating Public Value. Strategic Management in Government*. Cambridge (MA), London: Harvard University Press.
- Ng, R., Chow, T.Y.J. & Yang, W. (2021). News media narratives of Covid-19 across 20 countries: Early global convergence and later regional divergence. *Plos One*. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0256358>.
- Peissl, H. & Lauggas, M. (2016). „Ich lerne mit jeder Sendung!“ Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich. *Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH*, Band 2/2016. RTR: Wien. <https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Publikationen/SchriftenreiheNr22016.de.html>.
- Peissl, H., Pfisterer, P., Purkarthofer, J., & Busch, B. (2010). Mehrsprachig und lokal. Nichtkommerzieller Rundfunk und Public Value in Österreich. *Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH*, Band 4/2010. RTR: Wien. <https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Publikationen/SchriftenreiheNr42010.de.html>.
- Peissl, H., Seethaler, J., unter Mitarbeit von Biringer, K. (2020). Public Value des nichtkommerziellen Rundfunks. Wien: RTR. <https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Publikationen/StudiePublicValue-2020.de.html>.
- Poirier, W., Ouellet, C., Rancourt, M., Béchar, J., & Dufresne, Y. (2020). (Un)Covering the COVID-19 Pandemic: Framing Analysis of the Crisis in Canada. *Canadian Journal of Political Science/Revue Canadienne De Science Politique*, 53(2), 365-371.
- Pollak, M., Kowarz, N., & Partheymüller, J. (2021). Chronologie zur Corona-Krise in Österreich - Teil 6: Ein „Sommer wie damals“, der Weg in die vierte Welle, ein erneuter Lockdown und die Impfpflicht. *Corona Panel Project, Blog 135*. Wien. <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog135/>.
- Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2021). *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch*. München: Oldenbourg.

- Purkarthofer, J., Pfisterer, P. & Busch, B. (2008): 10 Jahre Freies Radio in Österreich. Offener Zugang, Meinungsvielfalt und soziale Kohäsion – Eine explorative Studie. In: RTR (Hg.): *Nichtkommerzieller Rundfunk in Österreich und Europa. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Band 3/2008*. Wien. (S. 9-113). <https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Publikationen/SchriftenreiheNr32008.de.html>.
- Radio Helsinki (o.J.): Frequently Asked Questions. <https://helsinki.at/program/shows/frequentlyaskedquestions/>.
- Rundfunk und Telekom-Regulierungs GmbH (RTR). (2021). Richtlinien für den Fonds zur Förderung des Nichtkommerziellen Rundfunks (NKRF) für die Förderperiode 2022-2023. https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/nichtkommerzieller_rundfunk/richtlinien_allgemeinebedingungen/richtlinien_nichtkommerziellerrundfunk-fonds21-23.de.html.
- Russ-Mohl, S. (23.04.2020). Medienforscher Russ-Mohl: «Bei solchem Journalismus bin ich etwas ratlos». *Medienwoche*. <https://medienwoche.ch/2020/04/23/bei-solchem-journalismus-bin-ich-etwas-ratlos/>.
- Schatz, R. (2020). 7 Tipps für einen besseren Corona-Journalismus. <https://kress.de/news/detail/beitrag/144784-7-tipps-fuer-einen-besseren-corona-journalismus.html>.
- Seethaler, J. & Beaufort, M. (2017). Community media and broadcast journalism in Austria: Legal and funding provisions as indicators for the perception of the media's societal roles. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 15(2), 1-28.
- Statistik Austria. (2020). Statistisches Jahrbuch. Zahlen, Daten, Indikatoren. 2020. Statistik Austria: Wien. https://www.integrationsfonds.at/fileadmin/user_upload/MigInt_2020.pdf.
- Trültzsch-Wijnen, C. (2012). Community Medien: Orte der Partizipation, politischen Bildung und Medienkompetenzförderung. *medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik*. 1. <http://www.medienimpulse.at/articles/view/416>.
- Verband Freier Radios Österreich, Verband Community Fernsehen Österreich & COMMIT (2018). 20 Jahre on Air. Community Medien. Die etwas anderen Privatsender. https://www.commit.at/fileadmin/Materialien/20Jahre_CommunityMedien_PV-Bericht.pdf.
- Verband Freier Rundfunk Österreich (VFRÖ) (2020): Charta des Freien Rundfunks Österreich. <https://www.freier-rundfunk.at/charta.html>.
- Weish, U. & Trattnig, D. (2021). Nonprofit Technology Development for Free Community Media in Austria. In: A. Baratsits (Hg.): *Building a European Digital Public Space. Strategies for taking back control from Big Tech platforms*. (S. 283-294). Berlin: iRights Media.



Zur Autorin

Katharina Biringer ist Junior Scientist am Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Sie studierte Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Während diesem Studium arbeitete sie als Tutorin, dabei die längste Zeit im Bereich Medienpädagogik. Sie ist Doktorandin an der Universität Klagenfurt, Dissertationsgebiet Medien- und Kommunikationswissenschaft und studiert an der Universität Wien Politikwissenschaft. In ihrer Dissertation beschäftigt sie sich mit der Mediensozialisation bildungsarmer Erwachsener. Ein weiterer Forschungsschwerpunkt ist die Beschäftigung mit Community Medien, die in Österreich unter dem Namen nichtkommerzieller bzw. Freier Rundfunk bekannt sind. In ihrer Freizeit wirkt sie in den Wissenschaftsvereinen *under.docs*: Verein zur Förderung von NachwuchsforscherInnen der Geistes- und Sozialwissenschaften und FiZ – Forschungsinstitut Zivilgesellschaft, sowie im Vorstand von Radio Orange 94.0, dem Freien Radio Wiens, mit.

Kontakt:

E-Mail: katharina.biringer@oeaw.ac.at