

Bettina Dürhager/Thomas Quast/
Franz R. Stuke (Projektleitung)
unter Mitarbeit von Uwe Kleinkes
Campus Radio

Schriftenreihe Medienforschung
der Landesanstalt für Rundfunk
Nordrhein-Westfalen

Band 34

Bettina Dürhager/Thomas Quast/
Franz R. Stuke (Projektleitung)
unter Mitarbeit von Uwe Kleinkes

Campus Radio

Innovative Kommunikation
für die Hochschule.
Das Modell Radio c.t.

LfR

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2000

Die Autorin und Autoren:

Bettina Dürhager, M.A.

Thomas Quast, M.A.

Franz R. Stuke, Prof. Dr.; alle Sektion für Publizistik und
Kommunikationswissenschaft der Ruhr-Universität Bochum

Additional material to this book can be downloaded from <http://extras.springer.com>.

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Campus Radio : innovative Kommunikation für die Hochschule. das Modell
Radio c.t. / Bettina Dürhager ... – Opladen : Leske + Budrich, 2000

(Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-
Westfalen ; Bd. 34)

ISBN 978-3-8100-2700-9

ISBN 978-3-322-92211-3 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-322-92211-3

© 2000 Springer Fachmedien Wiesbaden

Ursprünglich erschienen bei **Leske + Budrich, Opladen 2000**

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Satz: Werkstatt für Typografie in der Berthold GmbH, Offenbach

Vorwort

Die Landesmedienanstalten sind die Zulassungs- und Aufsichtsinstanzen für den privaten Rundfunk. Zu ihren Aufgaben gehört es unter anderem, die Medienentwicklung und Medienkompetenz durch Forschung zu begleiten. Die Forschungsaktivitäten erstrecken sich auf die Bereiche des lokalen und landesweiten Rundfunks sowie auf den Jugendschutz. Seit fast zehn Jahren vergeben die Landesmedienanstalten kommunikationswissenschaftliche Projekte und Expertisen an unabhängige Einrichtungen der Kommunikationsforschung.

Der jetzt vorgelegte Band 34 der Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR) zum Thema „Campus Radio“ bündelt die Ergebnisse einer Expertise, die die LfR gemeinsam mit dem Ministerium für Schule und Weiterbildung, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen in Auftrag gegeben hat. Seit 1994 besteht durch das novellierte Landesrundfunkgesetz für Mitglieder einer Hochschule die gesetzliche Möglichkeit, Campus Rundfunk zu betreiben.

„Radio c.t.“ in Bochum nahm als erstes Campus Radio in Nordrhein-Westfalen im Herbst 1997 den Sendebetrieb auf. Seitdem ist die Entwicklung an den Universitäten und Hochschulen im bevölkerungsreichsten Bundesland dynamisch: mit „elDORadio“ an der Universität Dortmund und mit „Q 90.9“ in Münster senden zwei weitere Campus Radios seit April bzw. Oktober 1999; das „Hochschulradio Düsseldorf“ verfügt bereits über eine Lizenz, und in anderen Städten (u.a. Köln, Bielefeld, Essen) laufen die Vorbereitungen für ein Medium „von Studierenden für Studierende“.

Die Expertise orientiert sich an den Erfahrungen des „ältesten“ Senders dieser Art in Nordrhein-Westfalen. Die Autoren gehen der Frage nach, ob und inwieweit *Radio c.t.* eine Modellfunktion für andere Campus Radios haben kann und welche Bedeutung ein eigenständiges Medium für die Kommunikation auf dem Campus hat. Ein Ergebnis sei vorweggenommen: Ein von Studierenden verantwortetes Campus Radio mit eigener Frequenz hat sich, so resümieren die Forscher, vollauf bewährt.

Dr. Norbert Schneider
Direktor der LfR

Wolfgang Hahn-Cremer
Vorsitzender der Rundfunkkommission der LfR

Gabriele Behler MdL
Ministerin für Schule und Weiterbildung, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW

Inhaltsverzeichnis

Einleitung:

	Campus-Radio: Mehr Kommunikation in der Universität	11
1	Campus-Hörfunk in Deutschland (Uwe Kleinkes)	17
2	Entstehungsgeschichte und Konzept von <i>Radio c.t.</i>	25
2.1	Methode	25
2.1.1	Vorgehensweise	26
2.2	Entstehungsgeschichte	27
2.2.1	Frühphase: <i>Radio c.t.</i> im Bürgerfunk.....	27
2.2.2	Die Idee eines eigenen Senders.....	28
2.2.3	Campus-Radio wird möglich	31
2.3	Konzept: Ein unabhängiger studentischer Sender: Das 2-Vereins Modell	33
2.3.1	Trägerverein „Radio c.t.“	36
2.3.2	Förderverein „Freunde des Campus-Radios Bochum e.V.“	38
2.4	Rolle der Hochschule beim Aufbau eines Campus-Radios.....	39
2.5	Fazit.....	42
3	Redaktionelle Arbeit	45
3.1	Methode der schriftlichen Befragung.....	45
3.2	Strukturierung der Redaktion	46
3.2.1	Derzeitige Redaktionsstruktur.....	50
3.3	Zusammensetzung der Redaktion	51
3.3.1	Demographische Merkmale	52
3.3.2	Arbeit bei <i>Radio c.t.</i>	53
3.3.3	Persönlicher Nutzen und Vorteile durch die Mitarbeit an einem Uni-Radio.....	54
3.3.4	Identifikation mit <i>Radio c.t.</i>	55
3.3.5	Motivation.....	56
3.4	Fluktuation und Erschließung neuer Mitarbeiter.....	60

	3.4.1 Mitarbeiterwerbung.....	62
3.5	Technische Ausstattung von <i>Radio c.t.</i>	64
3.6	Marketing-Aktivitäten eines Campus-Radios	67
	3.6.1 Öffentlichkeitsarbeit	68
	3.6.2 <i>c.t.</i> im Internet.....	72
	3.6.3 Finanzierung und Sponsoring	74
3.7	Zusammenarbeit und Kooperationen	76
	3.7.1 Kommunikation mit Gremien und Einrichtungen an der RUB	76
	3.7.2 Kooperation mit anderen Uni-Radios	77
3.8	Fazit.....	78
4	Analyse des Programms von <i>Radio c.t.</i>	83
4.1	Anforderungen an lizenzierte Campus-Radios.....	83
	4.1.1 Erweiterung des Programmangebots von <i>Radio c.t.</i> nach dem Livestart.....	84
	4.1.2 Funktioneller Zusammenhang des Programms mit den Aufgaben der Hochschule: Programmauftrag?	84
4.2	Anlage der Programmanalyse	85
4.3	Ergebnisse	87
	4.3.1 Der Programmablauf von <i>Radio c.t.</i>	87
	4.3.2 Format-Programmelemente der Magazine.....	89
	4.3.3 Strukturdaten und Grundanlage	90
	4.3.4 Wort- und Musikanteile (sowie Musikfarbe) im Programm von <i>Radio c.t.</i>	92
	4.3.5 Wortbestandteile der Sendungen im Detail.....	94
	4.3.6 Sendungselemente ohne festen Programmplatz („Beiträge“).....	99
4.4	Fazit.....	102
5	Rezipientenanalyse	105
5.1	Studenten als Kernpublikum eines Campus-Radios.....	105
5.2	Vorgehen und Fragestrategie	106
	5.2.1 Demographische Daten des Samples und Grundgesamtheit	107
	5.2.2 Reichweitendaten für <i>Radio c.t.</i>	109
	5.2.3 „Gründe, <i>Radio c.t.</i> nicht zu hören“ – Informationsquellen & Kenntnisse	115
5.3	Fazit.....	125
6	Einstellungen der „allgemeinen Öffentlichkeit“ zu <i>Radio c.t.</i> im Sendegebiet	127
6.1	<i>Radio c.t.</i> im außeruniversitären Umfeld – Chancen und Probleme	127

6.2	Vorgehen und Fragestrategie	129
6.3	Ergebnisse	130
6.3.1	Demographische Daten	130
6.3.2	Allgemeine Hörgewohnheiten und Reichweiten von <i>Radio c.t.</i>	131
6.3.3	Bekanntheit und Hörer von <i>Radio c.t.</i> in Haushalten mit Angehörigen der Hochschule und bei Studieninteressenten.....	133
6.3.4	<i>Radio c.t.</i> und <i>Ruhrwelle Bochum</i> – Bewertung von <i>c.t.</i>	133
6.4	Fazit.....	137
7	Zusammenfassung: <i>Radio c.t.</i>: Das Campus-Radio an den Bochumer Universitäten mit Modellcharakter	139
	Bibliographie.....	143
	Anhang.....	149