

Das Handbuch zum Radio allett

EINE SCHRITT-FÜR-SCHRITT-

ANLEITUNG ZUM KREATIVEN STRASSENPROTEST

EIN RADIOBALLETT IST EINE ÖFFENTLICHKEITSWIRKSAME AKTION

DER BESONDEREN ART. ES IRRITIERT SEIN PUBLIKUM, REGT AUCH DIE TEILNEHMENDEN

SELBST ZUM NACHDENKEN AN UND KANN EINE BOTSCHAFT EINDRUCKSVOLL

TRANSPORTIEREN. IM VERGLEICH ZU VIELEN ANDEREN AKTIONSFORMEN ERFORDERT

ES ABER MEHR ORGANISATIONSAUFWAND, IHR SOLLTET MINDESTENS

ZWEI WOCHEN DAVOR MIT DEN VORBEREITUNGEN BEGINNEN UND EINIGE TAGE

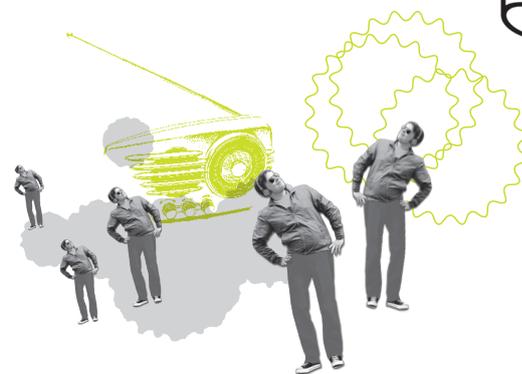
FEST EINPLANEN. MIT GENÜGEND VORLAUFZEIT UND DEM VORLIEGENDEN

MANUAL SEID IHR JEDOCH IN DER LAGE, EIN RADIOBALLETT FÜR EUER KONKRETES

THEMA ZU ENTWICKELN, DURCHZUFÜHREN UND ÖFFENTLICHE RESONANZ

DAMIT ZU ERZEUGEN.

Was ist denn bitte ein Radioballett?



INNERHALB DER GEWERKSCHAFTEN NUTZTE VER.DI JUGEND DIE SPANNENDE AKTIONSFORM ERSTMALS 2011 ZUM AUFTAKT DER DRITTEN BUNDESJUGENDKONFERENZ AUF DEM ALEXANDER-PLATZ IN BERLIN, UM AUF DIE PREKÄREN LEBENSBEDINGUNGEN DER JUNGEN GENERATION AUFMERKSAM ZU MACHEN. EIN VIDEO DER AKTION: www.youtube.com/watch?v=tMN2IxLYP3M

Radioballett – dieses Wort erscheint erst mal als Widerspruch in sich. Radio hören ist passiv, Ballett tanzen ist aktiv.

Was ist ein Radioballett? Wie spielen passiv und aktiv zusammen? Die Idee eines solchen Balletts kam von der Künstlergruppe LIGNA im Jahr 2002. LIGNA selbst existiert seit 1997, sie arbeitet zusammen mit dem Freien Radio Hamburg bzw. dem Freien Sender Kombinat (FSK). Alle Arbeiten von LIGNA begreifen ihr Publikum als zerstreutes Kollektiv von Produzent/-innen.

Durch die Zusammenarbeit mit dem FSK lag es nah, das „alte Medium“ Radio zu nutzen. Ihr theoretischer und politischer Hintergrund bewegte die Gruppe dazu, etwas Neues auszuprobieren – etwas, das Beteiligte und Passant/-innen zum Nachdenken anregt. Denn Infotische, Demos und Aufrufe als herkömmliche Formen außerparlamentarischen Protests befinden sich spätestens seit den 90ern in der Krise.

Die Passivität beim Radio hören sollte mit politischen Handlungen verbunden werden. Hier konnte die Radiotheorie Bertolt Brechts helfen. Er wollte das Sender-Empfänger-Modell von Radios aufbrechen, den Rundfunk aus einem bloßen Distributionsapparat (also lediglich zur Verteilung von News) in einen Kommunikationsapparat verwandeln: „(...) wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn auch in Beziehung zu setzen.“

Genau an diesem Punkt setzt das Radioballett an.

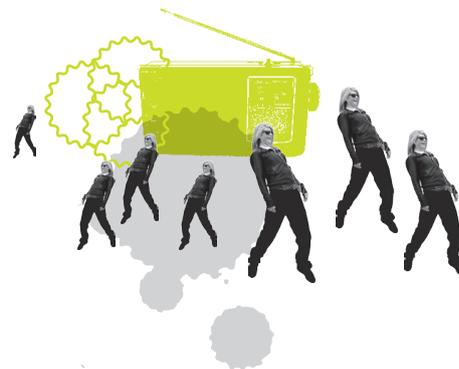
EIN PAAR PRAKTISCHE ÜBERLEGUNGEN

Über den Äther (meist UKW) wird eine Choreografie gesendet, eine Art Hörspiel, und die eigentlich passiv Hörenden setzen daraus aktiv eine Performance um. Wenn viele Menschen mit Radios zu einem Platz oder in eine Straße mobilisiert werden und sie durch eine Radiostimme über Kopfhörer Handlungsvorschläge erhalten, werden sie dabei ein Kollektiv. Das Radio schafft einen gemeinsamen akustischen Raum für alle Beteiligten, für Außenstehende ist er nicht zugänglich. Die Individuen werden hier kollektiv aktiv und die Einzelnen bleiben dabei erkennbar im Gegensatz zu einer Demonstration oder einem sogenannten Flashmob.

Beim Radioballett sind die Teilnehmenden (im Folgenden auch als „Tänzer/-innen“ bezeichnet) gleichzeitig Empfänger der Handlungsvorschläge und Sender an die Passant/-innen. Die Umstehenden werden durch das ungewöhnliche Verhalten vieler Einzelner irritiert und dadurch zum Nachdenken angeregt. Ebenso wie die Tänzer/-innen selbst: So sollten sie etwa im LIGNA-Radioballett „Das Unbewusste der Sterne“ durch verschiedene Übungen der Frage nach der Zukunft politischer Bewegungen nachgehen.

Durch zunehmende Privatisierung des öffentlichen Raumes, der meist nur noch zu Konsumzwecken genutzt wird, fällt abweichendes Verhalten dort besonders auf. Mit Hilfe eines Radioballetts als ungewöhnliche Protestform können politische Inhalte auch in solche Räume getragen werden, in denen weder eine Verteilung von Flugblättern noch Demonstrationen möglich sind. Angeregt durch eine Radiostimme wurden am 5. Mai 2002 im Hamburger Hauptbahnhof Handlungen „getestet“, die mit der herrschenden Hausordnung mal mehr und mal weniger konform gingen. Eineinhalb Stunden lang wurde der Bahnhof Bühne für Verhaltensweisen und Gesten, die durch Sicherheits-, Sauberkeits- und Service-Politik der Deutschen Bahn verdrängt wurden – mitsamt der jeweils typischen Randgruppen (Migrant/-innen, Bettler/-innen, Obdachlose, Punks).

Von der Theorie zur Praxis



„MANCHMAL GIBT ES AKTIONEN, DIE ETWAS LÄNGERE ZEIT BRAUCHEN, BIS ICH SIE EUCH ERKLÄRT HABE. IN DIESEM FALL SAGE ICH DANN ‚AUF MEIN GO MACHT IHR DAS UND DAS‘ UND WENN DIE AKTION BEGINNEN SOLL, SAGE ICH ‚ACHTUNG UND GO‘.“

Für euer Radioballett benötigt ihr mindestens 20 Tänzer/-innen, wobei die konkrete Teilnehmerzahl grundsätzlich von der Größe des Raumes abhängt, den ihr bespielen wollt.

Der größte Aufwand ist die Konzeption des Moderationstextes. Für diesen Arbeitsschritt braucht ihr zwei bis vier Personen, um die einzelnen Bilder im Brainstorming zu entwickeln und zu testen. Alleine lässt sich das kaum bewerkstelligen und wenn zu viele mitmachen, wird die Abstimmung zu aufwändig.

HÖHEPUNKTE FESTLEGEN

Nachdem ihr das Thema bestimmt habt, entwickelt ihr eine Dramaturgie. Die ganze Aktion soll auf einen Höhepunkt zulaufen, der eure Thematik am drastischsten darstellt. Es folgt der Schlusspunkt, an dem die ver.di Jugend als Absender deutlich gemacht werden kann und vor allem eure Botschaft noch einmal klar herausgestellt wird. Mehr dazu später. Erst mal solltet ihr euch klar werden, worin die Dramaturgie gipfeln soll.

ZEIT UND ORT BESTIMMEN

Als Nächstes klärt ihr die Rahmenbedingungen: Wann und wo soll die Aktion stattfinden? Aktionsort und Uhrzeit bedingen sich gegenseitig und spielen für ein gelungenes Radioballett eine entscheidende Rolle.

Der Ort bildet den räumlichen Rahmen, grenzt das Aktionsfeld ein und sollte weitmöglichst in die Choreografie einbezogen werden. Sind dort Geschäfte, müsst ihr mit Kundinnen und Kunden rechnen, die einkaufen wollen. In einem Bahnhof sind die Gleise mitzubedenken und eventuell der begrenzte Raum in der Vorhalle. Auf einem Marktplatz steht vielleicht ein Denkmal, das sich thematisch gut einbinden lässt.

Davon abhängig sind auch Wochentag und Zeitpunkt. An einem Freitag findet in der Fußgängerzone vielleicht ein Wochenmarkt statt und der Raum ist durch die Gemüsestände stark eingeschränkt. Um zwölf Uhr mittags ist meist wesentlich weniger los als während des Berufsverkehrs. Dafür reagieren Passantinnen und Passanten interessierter, wenn sie mehr Zeit haben und nicht auf dem Weg zur Arbeit sind. Wichtig ist in jedem Fall, dass am Ort zum gewählten Zeitpunkt ausreichend Platz vorhanden und genügend Publikum anwesend ist.

DRAMATURGIE ENTWICKELN

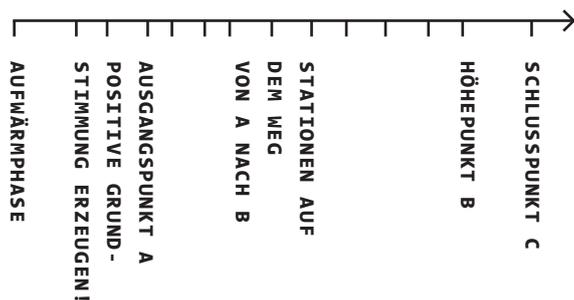
Ort und Zeitpunkt sind klar und ihr habt den Höhepunkt eures Balletts bestimmt. Jetzt beginnt die eigentliche Konzeption. Hier müsst ihr euch als Erstes darüber einigen, was ihr genau vermitteln und welche Gefühle ihr transportieren wollt.

Sobald ihr eure konkreten Botschaften festgelegt habt, ist grundsätzlich folgender Aufbau sinnvoll:

Zu Beginn solltet ihr eine Aufwärmphase einplanen, in der ihr den Teilnehmenden kurz erklärt, wie das Ballett funktioniert. Macht ihnen unbedingt deutlich, dass ihr nur Handlungsvorschläge gebt. Es steht allen Teilnehmenden frei, sie zu befolgen – oder eben nicht. In der Aufwärmphase solltet ihr außerdem den Aktionsraum festlegen und zur Orientierung vorstellen. Für kompliziertere Bilder ist es hilfreich ein Zeichen zu vereinbaren, auf das die Tänzer/-innen die einzelnen Handlungen ausführen sollen.

Um die Tänzer/-innen einzustimmen, eignen sich einfache Bewegungen. Die Hemmschwelle sollte am Anfang möglichst niedrig liegen. Dann beginnt die eigentliche Dramaturgie. Indem ihr in der Ausgangssituation eine positive Grundstimmung erzeugt, erleichtert ihr den Teilnehmenden

die Identifikation mit ihrer Rolle. Von hier aus könnt ihr dann den Spannungsbogen entwickeln, der zum dramaturgischen Höhepunkt führt.



BILDER MIT SPRACHE:

Die Tänzer/-innen sagen, rufen oder schreien etwas oder führen Dialoge.

BILDER MIT HILFSMITTELN:

Als Symbole eignen sich z.B. Transparente, T-Shirts oder Schilder. Damit lassen sich bestimmte Aussagen für Außenstehende besser darstellen.

EINZELNE SZENEN BESCHREIBEN

Bei einem gemeinsamen Brainstorming sucht ihr mit eurer Vorbereitungsgruppe zentrale Begriffe für die einzelnen Bilder, die den Weg zum Höhepunkt markieren. Am besten schaut ihr erst mal ein paar Videos von anderen Radioballett-Aufführungen an.

Für jeden einzelnen Begriff müsst ihr nun Bilder entwickeln, was einiges an Abstraktionsarbeit erfordert. Dieser Arbeitsschritt gelingt am besten im Dialog. Probiert die Bilder auch in der Gruppe aus: Lasst ein oder zwei Personen das Bild darstellen und die anderen zuschauen. So findet ihr heraus, ob sich eure Idee umsetzen lässt und wie sie wirkt. Der Begriff „der Zukunft beraubt“ lässt sich beispielsweise darstellen, indem die Tänzer/-innen anfangen, ihre Taschen abzusuchen und sich mit panischem Blick umzuschauen.

Folgende Bildformen lassen sich grundsätzlich unterscheiden:

EINZELBILDER:

Die Tänzer/-innen führen für sich alleine Bewegungen aus.

GRUPPENBILDER:

Die Tänzer/-innen bilden eine Gruppe, die als Kreis, Schlange oder undefinierbare Menschenmenge wirkt.

INTERAKTIONSBILDER ZWISCHEN TEILNEHMENDEN:

Die Tänzer/-innen interagieren untereinander. Hier stehen die Handlungen und Beziehungen zwischen den Teilnehmenden im Vordergrund.

INTERAKTIONSBILDER ZWISCHEN TEILNEHMENDEN UND PUBLIKUM:

Die Tänzer/-innen interagieren mit unbeteiligten Menschen.

MUSIK UNTERLEGEN

Um für die Tänzer/-innen die richtige Stimmung zu erzeugen, wählt ihr für die verschiedenen Bilder und auch für die Übergänge zwischen den inhaltlichen Stationen dramaturgisch passende Musik aus. Hier eignet sich oft Filmmusik besonders gut. Wenn ihr einen Zusammenschnitt mit GEMA-pflichtiger Musik ins Internet einstellen wollt, kann eine GEMA-Gebühr fällig werden – für die Ausstrahlung während des Balletts selbst gilt das glücklicherweise nicht.

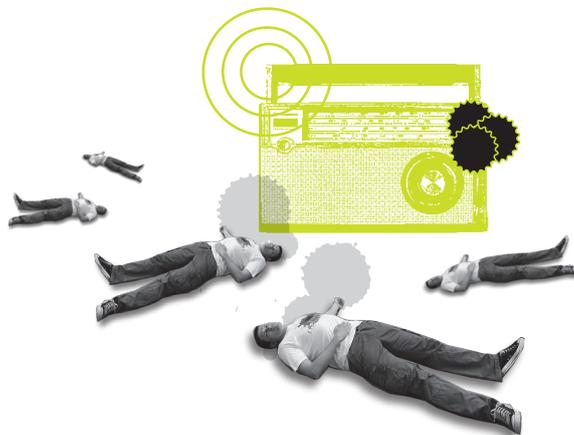
SCHLUSSPUNKT BESTIMMEN

Habt ihr den dramaturgischen Höhepunkt erreicht, folgt noch der eigentliche Schlusspunkt. An dieser Stelle könnt ihr den Absender der Aktion deutlich machen, also die ver.di Jugend. Die zentrale Botschaft der Aktion wird hier noch einmal sichtbar. Und ihr könnt nach dem negativ gestalteten Höhepunkt einen positiven Ausblick geben. Zum Beispiel können sich am Boden liegende Menschen gegenseitig wieder aufhelfen und so die Wirkung solidarischen Handelns symbolisieren. Vor allem beim Höhe- und Schlusspunkt müsst ihr für die Medien mitdenken. Dazu mehr in Abschnitt 5. Die Bilder sollen auf einem Foto wirken und die Botschaft gut transportieren.

GENERALPROBE NICHT VERGESSEN

Habt ihr nun alle Bilder definiert und in der Gruppe getestet, geht es an die Formulierung des Moderationstextes. Dazu mehr im folgenden Abschnitt. Und wenn das Manuskript fertig ist, solltet ihr in jedem Fall eine kleine Generalprobe als Test durchführen: Sind alle Handlungsanweisungen nachvollziehbar und verständlich? Fragt dafür Personen, die an der bisherigen Entwicklung nicht beteiligt waren. Dabei könnt ihr auch gleich ausprobieren, wie viel Zeit ihr für die einzelnen Bilder einplanen müsst. Bedenkt dabei, dass jedes Bild um so mehr Zeit erfordert, je mehr Leute mitmachen. Als praktikabel hat sich ein Zeitrahmen von insgesamt 15-25 Minuten erwiesen.

Schreiben zum Hören



INZWISCHEN FANDEN VERSCHIEDENE RADIOBALLETTES ZU UNTERSCHIEDLICHEN THEMEN STATT, DAS FOLGENDE VIDEO ZEIGT EINES AM LEIPZIGER BAHNHOF: www.youtube.com/watch?v=qI3pfa5QNZI

GRUNDSÄTZLICHE BESONDERHEITEN

Beim Schreiben des Moderationstextes sind einige grundlegende Dinge zu beachten. Der Text wird schließlich gehört und nicht gelesen. Ihr müsst also Grammatik, Stil, Form und auch den Inhalt für eine besondere Situation schreiben. Die Hörer/-innen haben den Text nicht vor sich liegen und können nicht zurückspringen, wenn sie etwas auf Anhieb nicht verstanden haben. Die Informationen müssen also einfach und verständlich verpackt sein.

EINFACHE TEXTSTRUKTUR

Die Gedanken müssen gut portioniert werden. Bei Texten, die zum Lesen geschrieben werden, kann ein Satz gleich mehrere Informationen transportieren. Schreiben wir Text zum Hören, sollte ein Satz nur einen Gedankengang beinhalten. 15 Zeilen Zeitungstext enthalten bis zu einem Drittel mehr Informationen als ein Text in gleicher Länge, der beim Hören verständlich sein soll. Einfache Sprache ist angesagt. Bei der ARD gilt beispielsweise die Regel, dass Sätze maximal 18 Worte lang sein dürfen. Manche Radiosender verzichten vollständig auf Nebensätze. Grundsätzlich gilt: Je komplexer der Inhalt, desto einfacher muss der Text strukturiert sein. Schreibt so, wie ihr auch sprechen würdet. Hilfreich ist, den Text beim Schreiben laut vorzulesen und selbst zu prüfen wie verständlich die Sätze sind.

VERBEN STATT SUBSTANTIVE

Benutzt Verben! Statt mit Substantiven Informationen zu verdichten, macht besser mit Verben klar, wer hier was macht.

Statt:

Gegen die Ausweitung des Niedriglohnsektors fordert die Gewerkschaftsjugend die Schaffung unbefristeter Vollzeitstellen.

Besser:

Die Gewerkschaftsjugend fordert die Arbeitgeber auf, unbefristete Vollzeitstellen zu schaffen, statt den Niedriglohnsektor weiter auszuweiten.

Worte auf -ung oder -heit sind reiner Nominalstil. Sie machen einen Text grundsätzlich schwerfällig und erinnern eher an Amtssprache als an gesprochene Sprache.

KURZ UND KNACKIG

Für den Satzbau gilt: Je kürzer, desto besser. Jeder neue Gedanke, jede neue Information gehört in einen neuen Satz. Entwickelt eure Gedankengänge schrittweise. Nehmt nichts vorweg oder schiebt zusätzliche Infos ein. Die Tänzer/-innen brauchen zunächst die Hauptinformation, um dann die folgenden Schritte verstehen zu können. Auch hier gilt: Je komplexer der Sachverhalt, desto wichtiger ist ein einfacher Satzbau.

In der Regel ist ein Satz nach dem Standard „Subjekt, Verb, Zeit, Ort und Objekt“ aufgebaut. Variiert ihr dieses Muster, weckt ihr dadurch an wichtigen Stellen die Aufmerksamkeit der Hörer/-innen. Auch unvollständige Sätze sind erlaubt um zum Beispiel eine weitere Information anzuhängen.

SPRACHLICHE HILFSMITTEL

Adverbien und Konjunktionen helfen, die verschiedenen Informationen zu verknüpfen, Zusammenhänge darzustellen oder sie zu unterstreichen. Benutzt also Wörter wie „dagegen“, „trotzdem“, „auch“, „denn“, „während“, „ohne dass“, „obwohl“ oder „weil“.

WIEDERHOLUNGEN

In der Schule haben wir gelernt, denselben Begriff oder dieselbe Formulierung nicht direkt hintereinander zu benutzen. Stattdessen sollen wir Synonyme finden und Abwechslung schaffen. Schreiben wir Text zum Hören, gilt das nicht mehr. Im Gegenteil verwirren Synonyme hier nur. Wenn ihr erst von Passanten spricht und später von Zuschauern oder Kunden oder Fahrgästen, ist nicht mehr eindeutig klar, ob ihr dieselbe Personengruppe meint. Ähnlich ist das mit Zusammenfassungen. Eine Wiederholung der Hauptinformation am Ende eines Gedankengangs strukturiert den Text. Das ist besonders bei komplexen Sachverhalten wichtig.

VERSTÄNDLICHKEIT

Zahlen lassen sich beim Hören nicht so gut aufnehmen. Verwendet sie also sehr sparsam. Statt möglichst konkreter Angaben sind hier unkonkretere Tendenzen geboten.

Statt:

34,7 Prozent der Beschäftigten leiden unter Lärm am Arbeitsplatz. Neun Prozent werden später unter Gehörschäden leiden.

Besser:

Jede/r dritte Beschäftigte beklagt sich über Lärm am Arbeitsplatz. Gehörschäden sind häufig die Folge. Rein statistisch wird später jeder Zehnte davon betroffen sein.

Auch Fremdwörter und Euphemismen können verwirren. Schreibt den Text so einfach, klar und eindeutig wie möglich. Beim Gendern des Textes ist es besser, beide Geschlechter auszusprechen. Das „Binnen-I“ lässt sich zwar auch betonen, um hervorzuheben, dass ihr nicht nur weibliche Menschen meint: „Passant-Innen“. Eindeutiger ist es aber, wenn ihr von „Passanten und Passantinnen“ sprecht.

SPRECHEN

Für die Moderation eignen sich tiefere Frauen- oder Männerstimmen tendenziell besser. Der oder die Moderator/-in sollte das Manuskript mit großem Zeilenabstand ausdrucken und mehrmals laut gelesen haben. An Stellen, die besonders betont werden sollen, helfen Unterstreichungen. Versprecht ihr euch während der Moderation, macht euch nicht verrückt, sondern einfach weiter im Text. Wichtig ist nur, dass die Tänzer/-innen die Handlungsanweisungen nachvollziehen können.

Technik



WER TECHNISCH VERSIERT IST, KANN SICH EINEN SENDER AUCH KOMPLETT SELBER BAUEN. EINE KURZE ANLEITUNG STELLT PI-RADIO, DAS FREIE RADIO IN BERLIN, ZUR VERFÜGUNG: <http://kulturserver.de/home/piradio/bilder/-senderbausatz.pdf>

Euer Radioballett ist jetzt konzipiert. Wie kommt es zu denen, die es aufführen wollen? Über Kopfhörer, die an einem Radio stecken, soweit klar. Alle Beteiligten benötigen ein Radio, bei dem eine feste Frequenz einstellbar ist, also kein Scan-Radio. Viele Mobile- und Smartphones oder MP3-Player besitzen diese Funktion.

PRODUKTION

Als Erstes müsst ihr euch für einen Produktionsort entscheiden. Die Sprecher/-innen können sich in einem Raum befinden und das Radioballett dort moderieren, zum Beispiel zu Hause oder in einem Radiostudio. Das hat den Vorteil keinem äußeren Stress ausgesetzt zu sein. Es bleibt euch überlassen, ob ihr das Radiostück live einspricht oder vorproduziert. Auch eine Kombination ist möglich, indem ihr einige Teile der Choreografie vorher aufzeichnet. Das bietet sich besonders für Wortbeiträge an, die Tanzende auf sich wirken lassen können ohne dabei aktiv sein zu müssen.

Wenn ihr möglichst Sichtkontakt haben wollt, um Feedback aufnehmen und direkt auf Situationen reagieren zu können, kommt ein Kleinbus als Studio infrage. Neben der Live-Moderation könnt ihr auch bei dieser Variante Wortbeiträge einspielen. Die hierfür benötigte Ausstattung beschränkt sich auf Computer, Soundkarte, Mikrofon und Kopfhörer.

AUSSTRAHLUNG

Und wie kommt das Radioballett ins Radio? Bewährt hat sich die Kooperation mit einem lokalen Freien Radio. Wenn ihr nicht wisst, ob am „Aufführungsort“ ein Freies Radio existiert, könnt ihr beim Bund Freier Radios nachfragen (www.freie-radios.de). Auch Bürgerrundfunk kann als Kooperationspart-

ner in Frage kommen. Die Radios haben mit vollständiger Technik ausgerüstete Studios vor Ort, in denen ihr bequem produzieren könnt.

Alternativ zur Ausstrahlung über UKW könnt ihr auch eine Telefon- oder Eventkonferenz wählen. Diese Option wurde beim Auftakt zur dritten Bundesjugendkonferenz parallel zur UKW-Ausstrahlung erprobt. Hier ist folgendes zu beachten: Nur eine Person (eure Moderation) kann sprechen, alle anderen hören lediglich zu. Diese Option müsst ihr bei der Buchung der Telefonkonferenz wählen und auch der Telekom-Moderation mitteilen, dass sie während der Konferenz nichts sagen darf. Um die Kosten zu minimieren, solltet ihr ggf. eure Handyflattrates nutzen. Ihr bekommt zwei Telefonnummern zur Einwahl. Wer über eine Flatrate verfügt, sollte die kostenpflichtige Nummer wählen. Alle anderen wählen die kostenfreie Nummer, dann zahlt ihr als Veranstalter/-innen die Kosten. Die Moderation spricht ihr entweder direkt ins Telefon oder koppelt/haltet den Hörer an den Lautsprecher des Abspielgerätes.

Die Ausstrahlung mit Hilfe eines Senders hat allerdings eine deutlich bessere Audioqualität. Falls ihr nicht mit einem Lokalradio kooperieren könnt, ist eine – leider etwas problematische – Alternative die Nutzung eines Piratensenders. Dieser kann sich zum Beispiel direkt auf dem Kleinbus befinden oder einfach in der Nähe des Aufführungsortes aufgestellt werden. Der Sender wird an den Computer gekoppelt – oder im Fall der Vorproduktion an ein Abspielgerät eurer Wahl – und die Choreografie wird ausgestrahlt.

Aber woher bekommt man einen Piratensender? „Bitte fragen sie die Piraten vor Ort“ ist da eher schwierig. Einen eigenen bauen? Möglich. Ein Abspielgerät, ein Sender von 1 bis 25 Watt, eine Antenne und eine Batterie reichen aus, um eine Radiostation zu betreiben. Recht einfach stellt ihr einen Sender durch das Umbauen eines UKW-

Minisenders (FM-Transmitters) her, letzteren gibt es in fast jedem Elektronikgeschäft zu kaufen. Hier müsstet ihr lediglich einen Leistungsverstärker einbauen, weil die Sendeleistung auf legalen Geräten zu schwach ist. Eigentlich sind diese Transmitter nämlich dafür gedacht, Musik vom Computer zur Musikanlage zu übertragen, wofür nur eine sehr geringe Reichweite nötig ist.

Wer einen Sender hat, wählt eine Frequenz, die für das Radioballett genutzt werden soll und teilt sie allen Teilnehmenden mit.

MOMENT MAL ... ILLEGAL, SCHEISSEGAL?

In Deutschland sind Sender nur bis 50 Nanowatt erlaubt, alles darüber stellt eine Ordnungswidrigkeit dar. Diese Beschränkung lässt nicht mal zu, seinen Garten komplett zu beschallen, geschweige denn einen ganzen Platz oder eine Straße.

Das Einsetzen eines Piratensenders, also eines Radiosenders ohne Lizenz, ist seit einigen Jahren in Deutschland nur noch eine Ordnungswidrigkeit. Werden also Einsatzkräfte eingeschaltet, wird das Sendeequipment beschlagnahmt und den Betreibenden droht möglicherweise eine Geldstrafe. Genaueres zu rechtlichen Gegebenheiten und legalen Ausstrahlungsalternativen weiter unten.

Wenn weder Freies Radio noch Bürgerfunk zur Verfügung stehen, ist das Beantragen einer Frequenz bei der Medienanstalt des jeweiligen Bundeslandes ein legaler Weg über UKW auszustrahlen. Je nach Land gibt es Test- und Veranstaltungsfrequenzen. Diese Vorgehensweise benötigt einen langen zeitlichen Vorlauf.

Weil viele Menschen inzwischen WLAN-fähige Smartphones in der Tasche haben, könntet ihr auch auf die Idee kommen IP zu nutzen, also die Über-

tragung via Internet. Hier gibt es allerdings technische Probleme. Erst mal muss die Choreografie als Stream ins Internet. Das ist machbar. Aber vor Ort benötigt ihr dann einen WLAN-Router, der den Stream abgreift und über den Platz verteilt. Ein handelsüblicher Router deckt nur eine relativ kurze Distanz ab. Die Bandbreite wird also kaum ausreichen, um alle Tänzer/-innen mit einem stabilen Stream zu versorgen. Eine Lösung könnten starke Antennen sein, die leistungsfähig genug sind, den gewünschten Raum mit WLAN abzudecken und genügend Bandbreite bereit zu stellen. Das wiederum ist eine zeit- und kostenintensive Variante.

Ihr könntet auch ein Ad-Hoc-Netzwerk zwischen allen Tänzer/-innen aufbauen. Dazu müsstet alle ein Smartphone besitzen und es entsprechend konfigurieren. Die Choreografie wird dann von einem Gerät an alle Teilnehmenden gesendet.

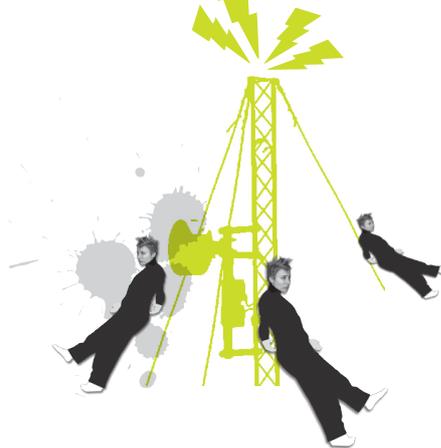
Eine weitere Alternative wäre die Nutzung von UMTS. Bei einem Abruf durch viele Handys via UMTS kann eine „ruckelfreie“ Übertragung nicht gesichert werden. Die Netzbetreiber behalten sich vor, Streams zu „filtern“, damit ihre eigentliche Aufgabe, Stimme zu übertragen, bevorzugt behandelt werden kann. Obendrauf kommen bei dieser Möglichkeit auch noch hohe Mobiltelefonkosten für alle Teilnehmenden.

Abgesehen von speziellen Schwierigkeiten haben WLAN- ebenso wie UMTS-Lösungen beim Empfangen eines Streams das gemeinsame Problem der nicht vorhandenen Synchronisationsmöglichkeit. Jede Software, die die Choreografie abrufen, „puffert“ die empfangenen Daten vor dem Abspielen. Dadurch würden Tänzer/-innen die Handlungsvorschläge um Sekunden versetzt hören. Genau das Gleiche tritt leider auch ein, wenn die Choreografie den Menschen vorab als MP3-Datei „gegeben“ wird.

Das Fazit ist wohl, dass „Radioballett“ nicht von „Internet-Ballett“ ersetzt werden kann.

FÜR GUTEN EMPFANG
AUCH BEI SCHLECHTEN
EMPFANGSGERÄTEN
SOLLTEN CA. 50 MW EIRP
ANKOMMEN.

SENDERLEISTUNG	ANTENNE	ABGESTRAHLTE LEISTUNG	POSITION DER ANTENNE	EMPFANG
ca. 30 mW	70 cm Kupferdraht	ca. 45 mW EIRP	2 m über Boden, zwischen Häusern	im Umkreis von ca. 50 m zwischen Häusern
ca. 30 mW	70 cm Kupferdraht	ca. 45 mW EIRP	5 m über Boden auf Dach, ca. 1 m über den Häusern in der nahen Umgebung	im Umkreis von ca. 500 m bzw. ca. 50 m zwischen Häusern
1 W	Dipol	1.5 W EIRP	6 m über Boden auf Dach, ca. 2 m über den Häusern in der nahen Umgebung	im Umkreis von ca. 2 km bzw. ca. 500 m zwischen Häusern



Pressearbeit

EINE PRESSEMITTEILUNG MUSS DRUCKREIF GESCHRIEBEN SEIN, DAMIT SIE IN DER REDAKTION OHNE GROSSE VERÄNDERUNGEN VERWENDET WERDEN KANN. JE WENIGER ARBEIT DIE REDAKTION DAMIT HAT, DESTO GRÖßER IST DIE CHANCE, DASS DIE MELDUNG AUCH GEDRUCKT WIRD. DAS LIEGT DARAN, DASS DIE MEISTEN REDAKTIONEN PERSONELL UNTERBESETZT SIND.

Für die öffentliche Außenwirkung sind die lokalen Medien sehr wichtig. Ihr braucht in jedem Fall eine Kontaktperson für interessierte Medienvertreter/-innen. Das kann der/die örtliche Gewerkschaftssekretär/in sein oder jemand aus eurem Aktivenkreis. Dieser Mensch sollte genügend Hintergrundwissen zum Thema haben (oder sich aneignen) und mit der Botschaft des Radioballetts vertraut sein. Wenn ihr die Presse drei bis fünf Tage vorher anschreibt, zu eurer Aktion einladet und mit den wichtigsten Informationen versorgt, stehen die Chancen für einen redaktionellen Artikel sehr gut. Weist auch auf die möglichen Fotomotive hin, die das Radioballett liefern wird. Dann schicken die Redaktionen neben einer/einem Redakteur/-in vielleicht auch eine/n Fotografen/-in oder sogar ein Kamerateam vorbei. Direkt im Anschluss an das Ballett solltet ihr eine weitere Pressemitteilung verschicken, damit auch Redaktionen über eure Aktion berichten können, die nicht selbst vor Ort waren.

PERSÖNLICHE KONTAKTE PFLEGEN

Wer Kontakt zu einer Redaktion aufnehmen will, sollte sich direkt an den zuständigen Kollegen oder die zuständige Kollegin wenden. In vielen Fällen wird dies die Leitung der Lokalredaktion sein, alle Namen sind im Impressum der jeweiligen Zeitung vermerkt. Oder es gibt in der Lokalredaktion jemanden, der gewerkschaftliche, politische oder wirtschaftliche Themen bearbeitet – dann wäre das der richtige Kontakt. Wer auf Nummer sicher gehen will, fragt bei der örtlichen ver.di Pressestelle nach, an wen man sich in der Redaktion wenden könnte. Ein direkter Anruf bei dem/der zuständigen Redakteur/-in kann das Interesse unterstützen. Noch besser ist es, jemanden in der Lokalredaktion zu kennen – vielleicht über ein, zwei Ecken. Solche Kontakte solltet ihr unbedingt nutzen.

PRESSEERKLÄRUNGEN ABGEBEN

Eine kurze, informative Überschrift umreißt das Thema, zum Beispiel: „ver.di Jugend macht Lebensgefühl der ‚Generation prekär‘ erfahrbar“ oder „Ungewöhnliche Aktion lenkt Aufmerksamkeit auf ‚Generation prekär‘“.

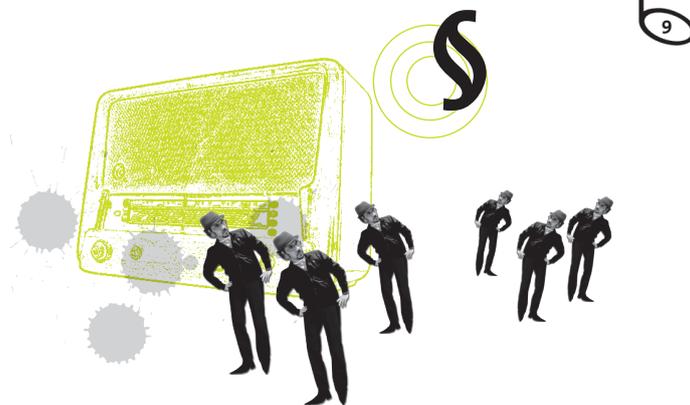
Die Pressemeldung sollte so aufgebaut sein wie eine Nachricht. Das Wichtigste steht am Anfang, dann folgen die Einzelheiten. Sie muss sich von hinten kürzen lassen und auch danach noch verständlich sein. Mit Zitaten lockert ihr den Text auf, zum Beispiel kann die Stellungnahme der JAV in wörtlicher Rede wiedergegeben werden. Presseerklärungen sollten so formuliert werden, als hätte sie ein Außenstehender geschrieben, statt: „Wir fordern ...“, heißt es besser „Die ver.di Jugend fordert ...“. Ganz am Ende müsst ihr deutlich den Absender ausweisen. Für Rückfragen sollten Name und Telefonnummer eures Presseverantwortlichen genannt werden.

Bei Presseerklärungen gilt auch eine äußere Form. Sie sollten möglichst kurz sein, also nicht mehr als 60 Zeilen mit je 30 Anschlägen umfassen. Das Papier darf nur einseitig und nicht zu eng bedruckt werden. Außerdem solltet ihr vier bis fünf Zentimeter Rand frei lassen, damit die Redaktion Änderungen oder Korrekturen eintragen kann. Verschickt ihr die Pressemitteilung per Email, lässt sich ein Korrekturrand oder größerer Zeilenabstand nur bedingt formatieren. Hier gilt dagegen: Lieber reine Textmails als aufwändige HTML-Mails, denn letztere lassen manche Redaktionen nicht durch.

Gerade bei den ersten Malen empfiehlt es sich, nach der Aussendung einer Pressemeldung nachzuhaken. Dazu fragt man bei den zuständigen Redakteuren, ob er/sie die Nachricht wichtig findet und veröffentlichten wird. Bei so einem Gespräch können mögliche Missverständnisse ausgeräumt und ergänzende Fragen gestellt werden. Damit steigt die Chance, dass der Text auch erscheinen wird.

Auf Seite 10 findet ihr ein Beispiel für eine professionelle Presseeinladung.

Juristische Aspekte



WENN IHR EIN RADIOBALLETT GESTALTET, SOLLTEN EUCH EINIGE JURISTISCHE GESICHTSPUNKTE BEWUSST SEIN. WER BESCHLIESST, DIE CHOREOGRAFIE ÜBER EINE NICHT FREI-GEBENE FREQUENZ AUSZUSTRAHLEN, BEGEHT MEHR, SONDERN EINE ORDNUNGSWIDRIGKEIT.

PRODUKTION

Wenn ihr selbst einen Film eures Radioballetts mit der verwendeten Musik veröffentlichen wollt, müsst ihr die GEMA-Gebührenpflicht bedenken. ver.di hat einen Rahmenvertrag mit der GEMA abgeschlossen. Dieser enthält bislang aber nicht die Nutzung in selbstgedrehten Filmen. Bitte füllt das Formular zur Musikknutzung im Internet aus (https://intra.verdi.de/organisation_finanzen/ikt/orgikt-newsletter/data/OrgIKT-News-08.pdf), wenn ihr GEMA-pflichtige Musik in euren Filmen nutzt – auch wenn ihr den Film gar nicht im Intra- oder Internet veröffentlicht. ver.di prüft auf der Grundlage der Rückmeldungen, ob der bestehende Rahmenvertrag um eine Pauschale für eigene Filmproduktionen erweitert werden sollte. Enthält das Manuskript Zitate aus VG-Wort-pflichtigen Texten (analog zur GEMA sammelt die Verwertungsgesellschaft Wort – kurz „VG Wort“ – Tantiemen aus Zweitnutzungsrechten und gibt sie weiter an Autoren und Verlage), müsst ihr auch dafür eine Abgabe zahlen, soweit ihr die betreffenden Stellen veröffentlichen wollt.

AUSSTRAHLUNG

Wie gesagt darf in Deutschland nur ein sehr leistungsschwacher Sender genutzt werden. Bei der Bundesnetzagentur ist zu lesen: „UKW-Sender (FM-Transmitter) im Frequenzbereich von 87,5-108 MHz dürfen nur dann von privaten Personen betrieben werden, wenn die maximal zulässige Strahlungsleistung von 50 nW ERP nicht überschritten wird. Die maximale Kanalbandbreite darf nicht größer als 200 KHz sein. Sowohl auf dem Gerät als auch auf der Verpackung und in den Begleitunterlagen muss sich ein CE-Kennzeichen sowie das Geräteklassenkennzeichen befinden.“ Dazu kommt das Telekommunikationsgesetz, kurz TKG, welches in § 55 (1) bestimmt: „Jede Frequenznutzung bedarf einer vorherigen Frequenzzuteilung“. Diese Zuteilung übernimmt die Bundesnetzagentur.

Wie Straftaten sind auch Ordnungswidrigkeiten zwar rechtswidrige Handlungen, sie werden aber nicht mit Androhung von Freiheitsentzug, sondern mit Geldbußen geahndet oder es kann sogar von einer Verfolgung abgesehen werden. Eine Geldbuße kann sehr hoch ausfallen, dazu ist im TKG unter § 64 zu lesen: „(2) Zur Sicherstellung der Frequenzordnung kann die Bundesnetzagentur eine Einschränkung des Betriebes oder die Außerbetriebnahme von Geräten anordnen. Zur Durchsetzung dieser Anordnungen kann nach Maßgabe des Verwaltungsvollstreckungsgesetzes ein Zwangsgeld bis zu 500.000 Euro festgesetzt werden.“

Wenn ihr also ein Radioballett mit Hilfe eines Piratenradios durchführen wollt, achtet unbedingt darauf, die im TKG benannte Frequenzordnung nicht allzusehr durcheinander zubringen. Nutzt ihr einen Sender, der nur einen Platz oder eine Straße abdeckt und wählt ihr eine Frequenz, die ungenutzt ist, also von keinem legalen Radiosender belegt wird, so ist das Vergehen gering und muss nicht unbedingt Konsequenzen nach sich ziehen. Das Radioballett auf dem Alexanderplatz in Berlin zum Auftakt der 3. Bundesjugendkonferenz hatte beispielsweise kein juristisches Nachspiel.

AUSFÜHRUNG

Beim Tanzen des Radioballetts gibt es zum Glück keine rechtlichen Probleme. Ein Radioballett ist nämlich keine Versammlung, sondern eine Zerstreuung, also greift das Konstrukt eines Demonstrations- oder Versammlungsverbotes nicht. Die Tänzer/-innen sind zwar ein Kollektiv, aber trotzdem einzeln. Also ist selbst in solchen Bereichen ein Radioballett kein Problem, in denen nicht mehr als zwei Personen zusammenstehen dürfen, wie das in einigen Stadtordnungen zu lesen ist.

Dadurch beantwortet sich im Grunde auch die Frage nach der Anmeldepflicht: Es existiert schließlich kein Gesetz, das Individuen das Radio hören in der Öffentlichkeit oder in privaten Räumen untersagt.

Presseerklärung „Generation Prekär“ – Radioballett am Alex

Berlin, Dienstag 10. Mai 2011.

Mit einem Radioballett will die Jugend der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) am Freitag, dem 13. Mai am Alexanderplatz auf die prekären Arbeitsverhältnissen junger Menschen aufmerksam machen. Diese Aktionsform, die von der Hamburger Künstlergruppe LIGNA entwickelt wurde, soll bewusst zu Irritationen in der Öffentlichkeit führen und das Lebensgefühl ständiger Unsicherheit verdeutlichen.

„Hinter den aktuellen Erfolgsmeldungen über den Arbeitsmarkt und die Exportwirtschaft stehen zunehmend unsichere Arbeitsverhältnisse“, kritisiert ver.di-Bundesjugendsekretär Ringo Bischoff. „Das Wohlstandsversprechen unseres Wirtschaftssystems verliert vor allem bei Jugendlichen immer mehr an Glaubwürdigkeit. Damit gerät der gesellschaftliche Zusammenhalt zunehmend in Gefahr.“ In Wahrheit würden 69 Prozent der Bevölkerung nichts vom aktuellen Wirtschaftsaufschwung spüren, das habe der jüngste Deutschlandtrend der ARD deutlich gemacht. Die junge Generation sei von ständiger Unsicherheit geprägt, so Bischoff weiter. Tatsächlich hätten atypische Beschäftigungsformen bei den Unter-30-Jährigen einen über durchschnittlich hohen Anteil. Bei den Erwerbstätigen bis 24 Jahre arbeite sogar mehr als die Hälfte in befristeten Anstellungen, in Leiharbeit oder in AB-Maßnahmen.

Beim Radioballett, an dem sich rund 150 junge Gewerkschafter beteiligen, empfangen die Darsteller Handlungsanleitungen über tragbare Radios mit Kopfhörern. Unterstützt durch dramaturgisch ausgewählte Musik leitet ein Moderator die Choreografie. Durch die synchronisierten Bewegungen und Interaktionen mit Passanten will die Gewerkschaftsjugend hiermit die zunehmende Unsicherheit auf dem Arbeitsmarkt unterstreichen.

Die Aktion bildet den Auftakt der Bundesjugendkonferenz der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft, bei der sich mehr als 200 junge Menschen mit der Zukunft der jungen Generation auseinandersetzen. Einen Schwerpunkt wird hierbei das Thema „prekäre Arbeit“ bilden.

Was: Radioballett „Prekäre Arbeit der jungen Generation“

Wann: Freitag, 13. Mai 2011, ca. 13 Uhr

Wo: Alexanderplatz, Berlin

Wir bitten um Anmeldung für Journalisten bis Freitag 12 Uhr, um eventuelle Änderungen rechtzeitig mitteilen zu können.

Anmeldung und Ansprechpartner

vor Ort: Jan Duscheck 0160/616 66 87

Martina Sönnichsen
ver.di-Bundesvorstand
Paula-Thiede-Ufer 10

10179 Berlin

Telefon: 030/69 56-10 11 und -10 12

Fax: 030/69 56-30 01

E-Mail: pressestelle@verdi.de

VERGESST BITTE NICHT, DER BUNDESEBENE DER VER.DI JUGEND

BESCHIED ZU GEBEN. EIN RADIOBALLETT IST EINE AUFWÄNDIGERE AKTION UND

VERDIENST ÜBER UNSERE EIGENEN KANÄLE AUCH EINE BUNDESWEITE BERICHT-

ERSTATTUNG. NUTZT PARALLEL UNBEDINGT AUCH SOCIAL MEDIA KANÄLE WIE FACEBOOK,

GOOGLE+, TWITTER, FLICKR & CO. UND INFORMIERT DORT EURE FREUNDE,

FANS UND COMMUNITIES.

WIR WÜNSCHEN EUCH GUTES GELINGEN UND VIEL SPASS MIT EUREM RADIOBALLETT.

VER.DI JUGEND - GEMEINSAM STARK!

IMPRESSUM

ver.di Jugend
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin

Text und Redaktion
zimmer –
Text, Beratung,
Öffentlichkeitsarbeit

Gestaltung
Linda Wölfel

Fotos
Sven Ehlers
Ronny Keller

© August 2011

Gefördert aus Mitteln
des Kinder- und
Jugendplans des Bundes.

V.i.S.d.P.
ver.di Jugend

