

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Einleitung: Zur publizistischen Relevanz lokalen Fernsehens | 11 |
| 2. Qualität, Akzeptanz und Erfolgsfaktoren des lokalen Fernsehens | 17 |
| 2.1 Publizistische Qualität und lokaler Journalismus | 17 |
| 2.2 Lokales Fernsehen als publizistisches Medium | 20 |
| 2.3 Publikumsorientierte Qualitätsforschung zum lokalen Fernsehen | 22 |
| 3. Das Forschungsdesign der Studie | 27 |
| 3.1 Der Aufbau der Studie | 27 |
| 3.2 Das Methodendesign der Studie | 32 |
| 3.2.1 Die Panelbefragung und ihre Auswertung | 32 |
| 3.2.2 Gruppendiskussion | 35 |
| 3.2.3 Blickaufzeichnung | 36 |
| 4. Bestandsaufnahme des lokalen Fernsehens in Rheinland-Pfalz: | |
| Programmanalyse | 39 |
| 4.1 Vorgehensweise der Programmanalyse | 39 |
| 4.2 Redaktionelle und nicht-redaktionelle Programmanteile | 40 |
| 4.3 Darstellungsformen im lokalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz | 42 |
| 4.4 Strukturmerkmale der lokalen Fernsehberichterstattung: Themen, Anlässe, Aktualität und Handlungsträger | 45 |
| 4.5 Fazit | 52 |
| 5. Publikumserwartungen: Was lokales Fernsehen leisten soll | 57 |
| 5.1 Aufbau der Stichprobe | 57 |
| 5.2 Bekanntheit und Nutzung der regionalen und lokalen Medienangebote | 59 |
| 5.3 Der lokale Fernsehjournalismus und sein Publikum | 64 |
| 5.3.1 Funktionserwartungen an lokales Fernsehen | 65 |
| 5.3.2 Themenpräferenzen des lokalen Fernsehpublikums | 69 |
| 5.3.3 Nachrichtenwerte des Publikums | 70 |
| 5.4 Fazit | 74 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6. Publizistische Qualität in Informationssendungen des lokalen Fernsehens | 77 |
| 6.1 Die monothematische Informationssendung im Urteil der Zuschauer: Das Gesundheitsmagazin Vital | 78 |
| 6.1.1 Die Sendungsvarianten im Vergleich | 78 |
| 6.1.2 Die Sendungsversionen im Zuschauerurteil: Braucht man eine Moderatorin/einen Moderator? | 84 |
| 6.1.3 Das Thema Gesundheit lokal: Qualitätskriterien für Magazinbeiträge | 86 |
| 6.1.4 Fazit: Gesundheitsmagazin im lokalen Fernsehen | 97 |
| 6.2 Zur Publizistischen Qualität eines aktuellen Informationsmagazins | 98 |
| 6.2.1 Aufbau, Konzeption und Versionen des Informationsmagazins | 98 |
| 6.2.2 Moderation im Studio oder Vor-Ort? | 101 |
| 6.2.3 Aktueller Magazinjournalismus: Qualitätskriterien für Filmberichte | 102 |
| 6.2.4 Das Sendungsdesign | 116 |
| 6.3 Die Diskussionssendungen: den öffentlichen Diskurs moderieren | 120 |
| 6.3.1 Konzeption und publizistische Relevanz der Sendung | 120 |
| 6.3.2 Die formatspezifischen Sendungselemente | 124 |
| 6.3.3 Publizistische Leistungen der Diskussionssendung | 129 |
| 6.3.4 Fazit: Diskussionssendungen im lokalen Fernsehen | 132 |
| 6.4 Anforderungen und Qualitätskriterien für die tagesaktuelle Berichterstattung: das Nachrichtenmagazin Regio-Journal | 134 |
| 6.4.1 Drei Varianten des Nachrichtenmagazins Regio-Journal und ihre Publikumsbewertungen | 134 |
| 6.4.2 Moderation und Moderator in Nachrichtensendungen | 139 |
| 6.4.3 Beurteilungen und Qualitätskriterien für Filmberichte in Nachrichtensendungen | 142 |
| 6.4.4 Sprechersendung ohne Filmberichte | 149 |
| 6.4.5 Die Wettervorhersage | 151 |
| 7. Was ins Auge fällt: eine Blickaufzeichnung für exemplarische Sendungsausschnitte des Lokal-TV | 155 |
| 7.1 Das Korpus für die Blickaufzeichnungen | 155 |
| 7.2 Die Rezeption der Erklärgrafiken | 157 |
| 7.3 Wie der Wetterbericht rezipiert wird | 163 |
| 7.4 Blickdatenauswertung zur Moderation | 166 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 8. Werbung im lokalen Fernsehen: Akzeptanzprobleme und Strategien | 173 |
| 8.1 Fernsehwerbung im Lokalen: Ein schwieriger Markt | 173 |
| 8.2 Werbung in der Bewertung des Publikums | 174 |
| 8.3 Blickaufzeichnung: Wahrnehmung der Werbung | 177 |
| 8.4 Probleme und Lösungsstrategien | 179 |
| 9. Zusammenfassung und Konsequenzen: Erfolgsfaktoren für lokales Fernsehen | 181 |
| 9.1 Was macht ein lokales Fernsehangebot erfolgreich? | 181 |
| 9.2 Publikumsfaktoren: Wie sich Rezipienten ein lokales Fernsehprogramm wünschen | 183 |
| 9.3 Qualitätsfaktoren: Welche Merkmale lokaler Fernsehsendungen von Zuschauern honoriert werden | 187 |
| 9.4 Die Faktoren des lokalen Medienmarktes | 194 |
| 9.5 Die Produktionsfaktoren | |
| Literatur | 199 |
| Anhang | 205 |