
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