



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr  
**Laurenz Karl Heinrich Klespe**

**Vom Labskaus bis zur Lederhose**

**2015**

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Vom Labskaus bis zur Lederhose**

*Über die Daseinsberechtigung des lokalen  
TV-Journalismus in Deutschland und seine  
Bedeutung für die regionale Identität*

Autor:

**Laurenz Karl Heinrich Klespe**

Studiengang:

**Angewandte Medien**

Seminargruppe:

**AM12wM3-B**

Erstprüfer:

**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

Zweitprüfer:

**M.A. Alexander Koenitz**

Einreichung:

Mittweida, 31.07.2015

FÜR FRANK † 12.07.2015

---

## **Bibliografische Angaben**

Klespe, Laurenz Karl Heinrich

Vom Labskaus bis zur Lederhose – Über die Daseinsberechtigung des lokalen TV-Journalismus in Deutschland und seine Bedeutung für die regionale Identität

42 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

## **Abstract**

Die Arbeit untersucht das private Lokalfernsehen. Dies wird, in Verbindung auf seine Bedeutung für die Identität einer Region, hinsichtlich seiner Daseinsberechtigung überprüft. Anhand von Definitionen und Entwicklungs- sowie Gegenwartsbeschreibungen wird eine wertige Aussage getroffen. Ergänzend dafür werden die Feststellungen quantitativer Untersuchungen und die Auswertung einer qualitativen Befragung in Einklang gebracht.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>I</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>III</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Hinführung zum Thema.....	1
1.2 Fragestellung und Methode.....	2
1.3 Aufbau der Arbeit .....	3
<b>2 Theoretische Grundlagen .....</b>	<b>4</b>
2.1 Begriffsklärung ‚Lokalfernsehen‘ .....	4
2.2 Begriffsklärung ‚regionale Identität‘ .....	6
2.3 Darstellung der Formen des lokalen TV-Journalismus .....	10
<b>3 Der lokale TV-Journalismus in Deutschland – Ein Überblick .....</b>	<b>17</b>
3.1 Historische Entwicklung des subnationalen Fernsehens in Deutschland...17	
3.2 Aktuelle Beschreibung des lokalen TV-Journalismus in Deutschland .....	20
3.3 Zuschauer und Fernsehverhalten von Lokalsendern am Beispiel der Region Brandenburg .....	24
<b>4 Befragung von Experten.....</b>	<b>28</b>
4.1 Begründung der Methodik .....	28
4.2 Aufbau des Interviewfragebogens .....	29
4.3 Die Experten .....	33
4.4 Durchführung der Interviews .....	34
4.5 Auswertung der Interviews .....	35
<b>5 Analyse der Beobachtungen .....</b>	<b>39</b>
5.1 Begründung für die Daseinsberechtigung des Lokalfernsehens .....	39
5.2 Aussage über die identitätsstiftende Funktion des Lokalfernsehens.....	40
5.3 Aussage über die zukünftige Sicherung des lokalen TV-Journalismus .....	41
<b>6 Schlussbetrachtung und Fazit .....</b>	<b>42</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>

---

<b>Anlagen</b> .....	<b>IX</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung</b> .....	<b>XXV</b>

## Abkürzungsverzeichnis

ALM	Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland
ARD	Arbeitsgemeinschaft öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
BLM	Bayerische Landeszentrale für neue Medien
BLTV	Bundesverband Lokalfernsehen
BR	Bayerischer Rundfunk
BRD	Bundesrepublik Deutschland
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
DLM	Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten
DVB-T	Digital Video Broadcasting - Terrestrial
F	Frage
GfK	GfK-Nürnberg Gesellschaft für Konsumforschung e.V.
GöfaK	GöfaK Medienforschung GmbH
H	Hypothese
i.d.F.	in der Fassung
i.F.	im Folgenden
mabb	Medienanstalt Berlin Brandenburg
m.w.N.	mit weiteren Nachweisen
NBRZ	Nielsen-BallungsRaum-Zeitungen
NRW	Nordrhein-Westfalen
NWDR	Nordwestdeutsche Rundfunk
RRG	Reichsrundfunkgesellschaft
taz	Die Tageszeitung
WSK	weitester Seherkreis
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

---

## Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 1:</b> Kategorisierung der Regional- und Lokal-TV-Sender in Deutschland.....	5
<b>Abbildung 2:</b> Darstellung des deutschen Fernsehmarktes als "Umbrella-Modell" .....	11
<b>Abbildung 3:</b> Ballungsräume Deutschlands nach ACNielsen .....	14
<b>Abbildung 4:</b> Unterteilung der Ballungsraum-TV-Sender in Deutschland .....	16
<b>Abbildung 5:</b> NWDR Sendegebiet in der britischen Besatzungszone .....	18
<b>Abbildung 6:</b> Lokalfernsehen in den Bundesländern 2008 .....	21
<b>Abbildung 7:</b> Lokalbezogenes Informationsverhalten in Brandenburg.....	25



---

# Tabellenverzeichnis

**Tabelle 1:** Identitätsoktagon und regionale Übersetzung nach Weigl..... 7

**Tabelle 2:** Subnationale TV-Sender in Ballungsräumen.....14

# 1 Einleitung

*„Die Menschen wollen lokale Nachrichten nicht nur lesen oder hören, sondern auch sehen.“  
- Heike Boldt-Schüler*

In Zeiten von Globalisierung und Europäisierung wird die lokale Perspektive immer wichtiger. Das Bewusstsein für Regionalität wächst zunehmend. Das drückt sich z.B. durch die ergänzende Vielfalt lokaler Produkte im Supermarkt aus. Die Medien in Deutschland sind davon nicht ausgenommen. Das, was direkt um einen herum passiert steht immer mehr im Fokus von Lesern, Hörern und Zuschauern. Unter dieser Berücksichtigung widmet sich die vorliegende Arbeit dem lokalen TV-Journalismus, mit besonderem Blick auf die Medienform des Lokalfernsehens. Es soll untersucht werden, welche Daseinsberechtigung sie im Kontext der vielfältigen Medienlandschaft in Deutschland hat. Zudem stellt sich damit die Frage, ob sie die Identität einer Region prägt und wenn ja, in welcher Form sie das tut.

## 1.1 Hinführung zum Thema

Die Anzahl der Lokalsender in Deutschland ist beachtlich. 2004 existierten in der Bundesrepublik 209 Regional- und Lokal-TV-Sender, von denen 185 Sender über 1.000 Haushalte erreichen.<sup>1</sup> Ausgenommen von Bremen und Niedersachsen wurden in allen deutschen Bundesländern regionale und lokale Fernsehveranstalter lizenziert. Insbesondere die Senderlandlandschaft in Süddeutschland und in den neuen Bundesländern ist sehr ausgeprägt.

Dabei ist die technische Reichweite der jeweiligen Fernsehanstalten sehr unterschiedlich: Von kleinen Stadtkanälen bis hin zu großen Ballungsraumfernsehsendern, die mehr als 1,5 Mio.<sup>2</sup> Haushalte erreichen. Der Programmumfang fällt dabei ganz unterschiedlich aus. Größere Ballungsraum-TV-Sender bereiten für die tägliche Darstellung tagesaktueller Themen mehrere Stunden Programm auf. Mittlere und kleine Regionalsender strahlen dagegen ca. 30 Minuten Fernsehprogramm aus.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> s. WIEGAND, André: Optimierung der Wirtschaftlichkeit regionaler und lokaler Fernsehsender. Regional- und Lokalfernsehen in Deutschland. Berlin 2004, S. 16

<sup>2</sup> s. WIEGAND: S. 17

<sup>3</sup> s. ebd.

Allein die Diskrepanz des Sendeumfangs stellt die Vielfalt der deutschen Fernsehlandschaft dar und begründet die Fragestellung der Untersuchung. Das spiegelt sich bereits in der Bandbreite der Definitionen für die regionalen und lokalen Fernsehsender wider.

Allerdings macht der geschätzte<sup>4</sup> Anteil der Lokalredakteure, die für das Fernsehen arbeiten, nur einen sehr geringen Prozentsatz aus<sup>5</sup>. Im Bereich der Tageszeitungen liegt er viel höher.<sup>6</sup> Nichts desto trotz erfährt Lokalfernsehen, entgegen der allgemeinen Behauptung, sehr viel Zuspruch und Resonanz in der jeweiligen Region. In vielen Gegenden stellt es sogar die einzige Informationsquelle für lokales Geschehen dar.<sup>7</sup>

## 1.2 Fragestellung und Methode

Ziel der folgenden Ausführungen ist es, lokalen TV-Journalismus näher zu beleuchten und die Besonderheiten dieser Berichterstattungsform herauszuarbeiten. Der Untersuchungsgegenstand wird auf seine soziale Funktion für die jeweilige Region überprüft. Die zentrale Fragestellung dieser Arbeit lautet daher: Inwiefern trägt der lokale TV-Journalismus für das Herausbilden einer regionalen Identität bei und wie kann die Existenz dieser Berichterstattungsform begründet werden?

Für die Bearbeitung dieser Leitfrage wird die Methode der qualitativen Befragung<sup>8</sup> herangezogen, die einen funktionalen Zugang zum daliegenden Themenkomplex ermöglichen soll. Anhand der Befragung von vier Experten und in Verbindung mit einer genauen Definition der Schlüsselbegriffe der Fragestellung (‚lokaler TV-Journalismus‘ und ‚regionale Identität‘), sowie einer historischen, als auch einer aktuellen Beschreibung der Themensachlage, erfolgt eine Einordnung durch den Verfasser, inwiefern eine Aussage über die Relevanz des Untersuchungsgegenstandes gemacht werden kann. Es sei erwähnt, dass die Einschätzungen der Experten subjektiver Natur sind. Die vorliegende Arbeit erhebt nicht den Anspruch einen Querschnitt der existierenden, quantitativen Marktforschungsergebnisse abzubilden.

---

<sup>4</sup> Unter Berücksichtigung, dass Wikipedia keine wissenschaftliche Quelle ist, werden die folgen Zahlen zur Angabe der prozentualen Verteilung von Redakteuren durch den Verfasser als ‚geschätzt‘ ausgewiesen. Es konnte keine wissenschaftliche Quelle ermittelt werden, die Werte dieser Art nennt.

<sup>5</sup> Der Anteil der Lokalredakteure für das Medium Fernsehen liegt bei etwa 9%. s.: <https://de.wikipedia.org/wiki/Lokaljournalismus> (08.08.2015 - 17:00)

<sup>6</sup> Anteil der Lokalredakteure für das Medium Zeitung liegt bei etwa 60%. s.: ebd.

<sup>7</sup> vgl. dafür die Ausführungen in Kapitel 3.3

<sup>8</sup> Experteninterview anhand eines Fragebogens

Grundsätzlich kann für die weitere Untersuchung der Frage festgehalten werden, dass sich der Begriff ‚lokaler TV-Journalismus‘ nicht ausschließlich auf die Beschreibung von Lokalfernsehen bezieht. Er ist als selbstgewählter Übergriff zu verstehen, der die Zusammenfassung mehrerer Teilbegrifflichkeiten ermöglichen soll. Der Fokus liegt dennoch auf der Beschreibung von privaten Lokalsendern.

Die beschriebene Fragestellung scheint in der Fachliteratur bisher kaum verfolgt worden zu sein. Zum Themenbereich des lokalen TV-Journalismus liegen zwar umfangreiche quantitative Untersuchungen vor, jedoch beziehen diese sich überwiegend auf die subnationalen Fernsehprogramme der ARD. Da es an nicht-institutioneller, nicht-reichweitenorientierter Fernsehforschung im lokalen Segment mangelt, fällt der Umfang aktueller Untersuchungen, gelinde gesagt, karg aus.

### **1.3 Aufbau der Arbeit**

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in drei Teile. In den Kapiteln 2 und 3 werden die verwendeten Begriffe definiert, um eine trennschärfere Abgrenzung der anfallenden Begrifflichkeiten zu dieser Thematik gewährleisten zu können. Es folgt eine historische Entwicklungsbeschreibung des subnationalen Fernsehens, die den ganzheitlichen Zugang für diese Untersuchung weiter sicherstellen soll, sowie Auszüge aus der aktuellen deutschen Fernsehstatistik, um die aktuelle Situation von Lokalfernsehen genauer darstellen zu können.

Die Kapitel 4 und 5 beschäftigen sich mit der Herleitung und Auswertung der selbst erhobenen Daten und bringen diese in den Kontext einer Gesamtbetrachtung. Kapitel 4 stellt die Rahmenbedingungen für die Forschungsmethode heraus. Zudem skizziert es den Aufbau des Fragebogens, die Expertenauswahl, um schlussendlich eine Gesamtzusammenfassung und Auswertung der geführten Interviews zu geben. Kapitel 5 bringt diese Aussagen in Kontext mit den zuvor in Kapitel 2 und 3 dargestellten Grundlagen und trifft in Hinblick auf die Untersuchungsfrage der Arbeit gesonderte Aussagen.

Das Schlusskapitel 6 fasst alle gesammelten Ergebnisse dieser Arbeit zusammen und nimmt eine kontextualisierte Schlussbetrachtung vor, welche die Ausgangsfrage dieser Arbeit hinreichend beantworten soll.

## 2 Theoretische Grundlagen

Zur genauen Untersuchung der Begriffe ‚lokaler TV-Journalismus‘ und ‚regionale Identität‘ erfolgt die Darstellung von Definitionen dieser beiden Begriffe. Es wird ein Überblick über die existierenden Definitionen gegeben, die im weiteren Verlauf ihre Anwendung in der vorliegenden Arbeit finden. Bei der Begriffsbenennung muss immer mitgedacht werden, dass kein einheitlicher Definitionskanon vorherrscht.

### 2.1 Begriffsklärung ‚Lokalfernsehen‘

Eine allgemeingültige Definition von Lokalfernsehen existiert nicht. In der Fachliteratur wird der Begriff ‚Lokalfernsehen‘ sowohl für Stadtfernsehangebote<sup>9</sup>, als auch für Ballungsraum-TV-Angebote<sup>10</sup> verwendet.<sup>11</sup> Laut Rolf Nafziger gibt es für den Begriff ‚Lokalfernsehen‘ zwei Definitionsbegriffe:

- Im weiten Sinne umfasst Lokalfernsehen alle existierenden Formen der regionalen und subregionalen Berichterstattung. ‚Lokal‘ wäre demnach das, was nicht national bzw. nicht landesspezifisch ist. Jedoch ist diese Definition mit erheblichen Unschärfen verbunden und deshalb empfiehlt sich eine Definition im engen Sinne.<sup>12</sup>
- Im engen Sinne baut eine Definition von Lokalfernsehen auf dem Ansatz der stadtbezogenen Berichterstattung<sup>13</sup> auf. Allerdings wird für diese Definition keine Bevölkerungsuntergrenze gesetzt.

*„Lokalfernsehen [...] ist demnach in keiner Stadt oder Gemeinde grundsätzlich ausgeschlossen und wäre somit der mit den geringsten Restriktionen belegte Begriff.“<sup>14</sup>*

---

<sup>9</sup> vgl. HEYEN, Angelika / WAGNER, Kathrin: Lokales Fernsehen in Thüringen 1999. Eine Programmanalyse der Thüringer Landesmedienanstalt. München 2000, m.w.N.

<sup>10</sup> vgl. BERNSTEIN, Patrick: Ballungsraumfernsehen in Deutschland. In KRUSE, Jörn (Hrsg.): Ökonomische Perspektiven des Fernsehens in Deutschland. München 2000, S. 61 ff

<sup>11</sup> s. WIEGAND: S. 20

<sup>12</sup> s. NAFZIGER, Rolf: Wirtschaftlichkeitsanalyse für Ballungsraumfernsehen. Modelltheoretische Untersuchungen aus Sicht potentieller Investoren. Wiesbaden 1997, S. 10

<sup>13</sup> vgl. NAFZIGER: S. 9

<sup>14</sup> s. NAFZIGER: S. 10

Das heißt, dass bei gemeindebezogener Berichterstattung die Größe der Gemeinde keine Rolle spielt und es zudem möglich ist, die Programminhalte über die Stadtgrenzen hinaus zu verbreiten.<sup>15</sup> Dabei gilt es zu beachten, dass sich das Hauptaugenmerk der Themen, über die berichtet wird, auf die Geschehnisse *einer* Stadt bezieht.<sup>16</sup>

Einen weiteren Definitionsansatz bietet Edith Spiegelhagen. Laut ihrer Definition bietet Lokalfernsehen ein Programm mit Informationen, welche die unmittelbare „Nahwelt“ betreffen.<sup>17</sup> Dabei kann es sich um Inhalte, wie z.B. Berichte aus dem lokalen Umfeld, Einkaufstipps oder Veranstaltungstipps handeln (s. Abb. 1).<sup>18</sup>

Neben einer Definition nach inhaltlichen Aspekten, kann eine Kategorisierung des Lokalfernsehens auch durch die technische Reichweite erfolgen und so von den weiteren Formen des lokalen TV-Journalismus abgegrenzt werden.

**Abbildung 1: Kategorisierung der Regional- und Lokal-TV-Sender in Deutschland**

Kategorie	Techn. Reichweite	Tendenzielle Programmleistung: Umfang an originärem, aktuellen Programm
Große Regional- und Lokal-TV- Veranstalter (Ballungsraumfernsehen)	Mehr als 200 Tsd. HH	Mehr als eine Stunde originäres tagesaktuelles Programm
Mittlere Regional- und Lokal-TV-Veranstalter	Zwischen 50 und 200 Tsd. HH	Zwischen 30 und 60 Minuten originäres tagesaktuelles Programm
Kleinere Regional- und Lokal-TV-Veranstalter	Zwischen 10 und 50 Tsd. HH	Unter 30 Minuten originäres tages- aktuelles Programm / kein tages- aktuelles Programm
Kleine Stadtkanäle in Ostdeutschland	Unter 10 Tsd. HH	Unter 30 Minuten originäres tages- aktuelles Programm / kein tages- aktuelles Programm

Quelle: s. WIEGAND: S. 36

Ersichtlich ist, dass nach der Einteilung durch Wiegand dem Lokalfernsehen in Bezug auf seine Reichweite keine einzelne Größe zugeordnet werden kann. Vielmehr erfährt Lokalfernsehen eine vierfache Teilung in die oben abgebildeten Bereiche (s. Abb. 2).

<sup>15</sup> s. WIEGAND: S. 20

<sup>16</sup> vgl. NAFZIGER: S. 10

<sup>17</sup> s. WIEGAND: S. 21

<sup>18</sup> vgl. SPIEGELHAGEN, Edith: Statt Fernsehen. Stadtfernsehen. Lokale TV-Kanäle in Brandenburg. Eine Untersuchung von 15 in Brandenburger Kabelnetzen veranstalteten Stadtkanalprogrammen. Schriftenreihe der mabb, Bd. 4., Berlin 1996, m.w.N.

Es kann aber davon ausgegangen werden, dass die ‚gefühlte‘ Grenze von Lokalfernsehen bei ca. 200 Tsd. erreichbaren Haushalten liegt.

## 2.2 Begriffsklärung ‚regionale Identität‘

Um den Begriff der regionalen Identität besser fassen zu können, folgt zunächst eine Definition der Begriffe ‚Identität‘ und ‚Region‘ im Einzelnen. So kann anschließend ein ganzheitliches Verständnis dieser zusammengeführten Teilgriffe gewährleistet werden.

### Identität

Nach Ansicht von Michael Weigl ist der Begriff der ‚Identität‘ zunächst einmal abzugrenzen vom ‚Bewusstsein‘.<sup>19</sup> ‚Bewusstsein‘ wird festgelegt als die

*„Gesamtheit der Zustände und Vorgänge des menschlichen ‚Erlebens‘ der äußeren Umwelt und des Selbst.“<sup>20</sup>*

Dem Begriff der ‚Identität‘ kommen jedoch weitere Faktoren hinzu (s. Tabelle 1). Die Identität ist als Begleitumstand des Menschen zu verstehen und bedingt, dass der Mensch sein Selbst in Bezug zu seiner Umwelt setzt (Alterität). Dabei ist die Identität nicht als Abbild der Realität zu verstehen, sondern ein Ausdruck geglaubter Realität.<sup>21</sup> Sie offenbart sich im Handeln einer Person und ist nicht endlich. Anhand zweier Schlüsselbegriffe macht Weigl den Unterschied zwischen diesen schwer unterscheidbaren Worten deutlich. In Bezug auf das Bewusstsein, besitzt der Mensch ein *Selbstwissen*. Er kann in Bezug auf sein Handeln auf lediglich die Informationen zurückgreifen, die er durch sich und seine Umwelt erlernt hat. Im Kontext von Identität fällt der Begriff *Selbstverständnis*. Es befähigt über die Retrospektive und Gegenwart hinaus, bspw. zur Konstruktion von Zukunftsentwürfen (Kohärenz).<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> s. WEIGL, Michael: Was bedeutet Identität. Wie entsteht regionale Identität. Kompetenzforum Bayern 2008 Lebensqualität und Standortmanagement. Neuburg an der Donau 06. Juni 2008, S. 6

<sup>20</sup> s. ebd.

<sup>21</sup> Bewusstsein kann somit als notwendige Grundlage für das ‚Identifikatorische‘ angesehen werden. Ohne das Gesamtverständnis der Vorgänge von Ich- und Umwelt, wäre keiner der notwendigen Faktoren für einen Identifikationsprozess gegeben.

<sup>22</sup> vgl. WEIGL: S. 6

Diese genannten Merkmale können als Identitätsprämissen kenntlich gemacht werden.<sup>23</sup> Unter Verwendung seines „Identitätsoktagon“, bricht Weigl diesen Begriff in acht Teilaspekte auf und übersetzt sie in Bezug auf ein regionales Verständnis (s. Tabelle 1).

**Tabelle 1: Identitätsoktagon und regionale Übersetzung nach Weigl**

Teilaspekt	Defintionsfrage	Regionale Übersetzung
<b>Ipsität</b>	Frage nach dem Selbst in seiner Gesamtheit	Intensität des ‚Wir-Gefühls‘ einer Region
<b>Multivariabilität</b>	Frage nach Teilen des Selbst und ihrer Inklusion	Zu wem fühlt sich die Region zugehörig?
<b>Alterität</b>	Frage nach Anderen des Selbst und ihrer Exklusion	Von wem grenzt sich eine Region ab? Hat sie Vorbilder? Ist sie einzigartig?
<b>Konstruktivität</b>	Frage nach dem Selbst im Raum	Welche Bedeutung hat die Region für die Erklärung der Gegenwart?
<b>Prozessualität</b>	Frage nach dem Selbst in der Zeit	Wandelt sich das Selbstverständnis der Region?
<b>Kohärenz</b>	Frage nach der Sinnkonstruktion des Selbst in Raum und Zeit	Wird ‚die Region‘ mit Bezug auf die Geschichte erklärt? Folgern hieraus Zukunftsentwürfe?
<b>Emotionalität</b>	Frage nach dem Grad der Emotionalisierung der Sinnkonstruktion	Welche Werte und Gefühle verbinden sich mit der Region?
<b>Repräsentation</b>	Frage nach Bedingungen, Motivation, Form und Intensität der ‚Erzählkommunikation‘	Welche Folgen hat eine regionale Verbundenheit?

Quelle: Eigene Darstellung. In Anlehnung an WEIGL: S. 7 -9

In Bezug auf die Entstehung von regionaler Identität bedeutet dies, dass die Ausprägungswahrscheinlichkeit von regionaler Identität in Zusammenhang mit dem Wissen einer jeweiligen Person über eine Region steht. Im Umkehrschluss lässt sich daraus ableiten, dass mit tendenziell schwindendem Wissen zur Region, ebenfalls die „Nachhaltigkeit“<sup>24</sup> regionaler Identitäten schwindet. Für die Wahrscheinlichkeit von Engagement in einer Region, betont Weigl die Notwendigkeit von ausgeprägtem, regionalem Geschichtsbewusstsein.<sup>25</sup> So sei das „Wissen um regionale Geschichte einer [sic] der Kernvoraussetzungen von regionaler Identität.“<sup>26</sup>

Diese Gleichung (Je größer das geschichtliche Wissen um eine Region, desto ausgeprägter die regionale Identität) findet, vorweggenommen, ihre Anwendung als ersten Beweisansatz in Bezug auf die Ausgangsfrage der vorliegenden Arbeit.

<sup>23</sup> s. WEIGL: S. 10

<sup>24</sup> s. WEIGL: S. 19

<sup>25</sup> s. ebd.

<sup>26</sup> s. ebd.



## Ein hypothetisches Beispiel

Ein Fernsehbeitrag über Region X wird gedreht und ausgestrahlt. Er steht denjenigen Personen im Sendegebiet zur Verfügung, die Sender Y empfangen können. Jener Anteil der Empfänger, die sich den Beitrag anschauen, erhalten Information Z über Region X. Information Z führt zu einem (geschichtlichen) Wissenszuwachs über Region X beim Zuschauer.<sup>27</sup> Sender Y fungiert hierbei als Übermittler der Information Z und kann demnach ein Ausprägen von regionaler Identität verantworten.

Insbesondere Fernsehinhalte sind in Archiven oder Online-Mediatheken über den Sendertermin hinaus verfügbar. Damit wohnt ihnen die Funktion inne, zeitgeschichtliche Ereignisse zu vermitteln und zu konservieren. Sie sind somit, anders als bspw. mündliche Überlieferungen, unverfälscht für nachfolgende Generationen abrufbar. Zusammengefasst kann dann die Aussage getroffen werden, dass lokale Fernsehsender mit Beitragsinhalt über eine Region, das Wissen über diese Region erweitern (Erfahrungszuwachs beim Zuschauen) und dieses Wissen nachhaltig bereitstellen (durch Abrufbarkeit in bspw. einer Mediathek). Bezugnehmend auf die Ausgangsgleichung, erfüllt Lokalfernsehen so vorerst den Beweis für seine Aufgabe regionale Identität auszuprägen.

## Region

In Bezug auf die Beschreibung von regionaler Identität, wird von der amtlichen Definition des Begriffs ‚Region‘ Abstand genommen. In der vorliegenden Arbeit wird Region als ‚Kulturregion‘ verstanden. Für die medienspezifische Abgrenzung von Kulturregionen wird der kommunikationswissenschaftliche Begriff der ‚Kommunikationsräume‘ verwendet. Diese werden definiert als diejenigen

*„Gebiete, in denen die Bevölkerung Zugang zu den gleichen Informationsquellen hat, die sich auf ihren lokalen Lebensraum beziehen.“<sup>28</sup>*

Dies umfasst regionale und lokale Medien, die über wirtschaftliche, politische und kulturelle Ereignisse und Probleme in einer bestimmten Region berichten. Dabei sind geographischer Raum und Kommunikationsraum weitestgehend deckungsgleich.<sup>29</sup> Das

---

<sup>27</sup> Dieser Prozess wird nicht monokausal zu betrachten sein. Der Verfasser äußert Bedenken, dass, nur weil Information Z durch Sender Y übermittelt worden ist, dies nicht automatisch das individuelle Verständnis von regionaler Identität anhebt. Wohl aber wird die gesendete Information Z als Möglichkeit und Mittel verstanden, mit deren Hilfe der Zuschauer über Region X reflektieren kann.

<sup>28</sup> s. WIEGANG: S. 24

<sup>29</sup> vgl. WIEGANG: S. 24

bedeutet, je höher der Marktanteil bzw. die Reichweite eines Mediums ist, umso klarer ist die kulturelle Identität einer Region definiert.<sup>30</sup>

### Regionale Identität

Aus der Zusammenführung der definierten Teilbegriffe erfolgt durch den Verfasser ein eigener fernsehspezifischer Definitionsansatz, um diesen anschließend durch Heranziehen weiterer Definitionen auszuweiten.

Zusammengefasst ist regionale Identität *der* Ausdruck geglaubter Realität, der durch die Verbreitung von Fernsehinhalten in einem durch die technische Reichweite begrenzten Kommunikationsraum, in dem Multiplikatoren qualitative Identitätsangebote liefern und, unter Erfüllung der identitätsspezifischen Faktoren, ein erweitertes Selbstverständnis beim Zuschauer über eine Region bewirkt.

Holger Ihle weist darauf hin, dass der Begriff ‚regionale Identität‘ zunächst doppeldeutig zu verstehen ist.<sup>31</sup> Zum einen beschreibt er die „Identität einer Region“ und andererseits das „Regionalbewußtsein [sic] im Sinne der regionalen Identität der Bevölkerung“.<sup>32</sup> Unter Regionalbewusstsein wird, nach der Darstellung von Blotevogel, die „Gesamtheit raumbezogener Einstellungen und Identifikationen [...] verstanden.“<sup>33</sup> Auffallend bei der doppeldeutigen Nennung durch Blotevogel, ist die Verwendung des Begriffs des Regionalbewusstseins. Wie bereits gesagt, ist nach Weigl ‚Bewusstsein‘ nicht mit ‚Identität‘ gleichzusetzen. Wohl fällt aber auf, dass das Vorhandensein von Bewusstsein als Voraussetzung gesehen wird, um eine soziologische Herleitung von regionaler Identität vollführen zu können. Damit erscheint die eigens getätigte Annahme, Bewusstsein als Voraussetzung für Identität zu sehen, durch die deckungsgleiche Verwendung in der Fachliteratur, als wirksam.

---

<sup>30</sup> vgl. SCHARPE, Klaus / GAFKE, Sabine: Wirtschaftlichkeitschancen für Ballungsraumfernsehen in der Region Rhein-Main. Ein Gutachten der Prognos AG. Im Auftrag der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR). Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 1, München 1996, S. 19

<sup>31</sup> vgl. IHLE; Holger: Nationale und regionale Identität von Fernsehprogrammen. Eine Analyse der Programminhalte von ZDF; ORF 2, BR und MDR. Göttingen 2011, S. 60

<sup>32</sup> s. BLOTEVOGEL, Hans: Auf dem Wege zu einer Theorie der Regionalität. Die Region als Forschungsobjekt der Geographie. In BRUNN, Gerhard (Hrsg.): Region und Regionsbildung in Europa. Konzeptionen der Forschung und empirischer Befunde. Wissenschaftliche Konferenz, Siegen 10. -11. Oktober 1995, Baden Baden, S. 62

<sup>33</sup> s. BLOTEVOGEL: S. 68

Da die weiteren sozialwissenschaftlichen Ausführungen in Bezug auf die Begriffsdefinition den angedachten Umfang für dieses Kapitel sprengen würden, bezieht sich der Verfasser im Folgenden auf die medienspezifischen Aspekte, um die Frage nach der Ausdrucksform von regionaler Identität im Fernsehprogramm hinreichenden beantworten zu können.

Es kann gesagt werden, dass die Ausdrucksstärke lokaler Fernsehprogramme in Zusammenhang mit der Ausprägung regionaler Identität steht. Je mehr Spezifika vorhanden sind, die eine Region benennen, desto ausgeprägter erscheint die kulturell-kommunikative Basis dieser Region, auf die sich im Rückschluss Fernsehtreibende beziehen. So kann das Programm regionaler gestaltet werden. Auffällig erscheint die Wechselseitigkeit von gesendetem Programm mit lokalen Inhalten und regionaler Identität. Der Konsistenz von regionaler Identität sind, wie bereits erwähnt, zwei Bedeutungsebenen inhärent: ‚Regionalbewusstsein‘ auf der einen Seite und ‚Identität einer Region‘ auf der anderen. Aufgrund dieser Aussage sind Rückschlüsse aus dem Angebot der Medien in Bezug auf das Selbstverständnis der Regionsbewohner möglich. Da beide Seiten in einem zirkulären Zusammenhang stehen, drückt sich das Regionalverständnis abhängig davon aus, wie charakteristisch das Medienangebot für die jeweilige Region ist.<sup>34</sup>

## **2.3 Darstellung der Formen des lokalen TV-Journalismus**

Um den zu untersuchenden Begriff des Lokalfernsehens schärfer vom Begriff ‚Ballungsraumfernsehen‘ und ‚Regionalfernsehen‘ trennen zu können, erfolgt die genauere Beschreibung dieser Begriffe, sowie eine hierarchische Einordnung durch Verwenden eines Modells.

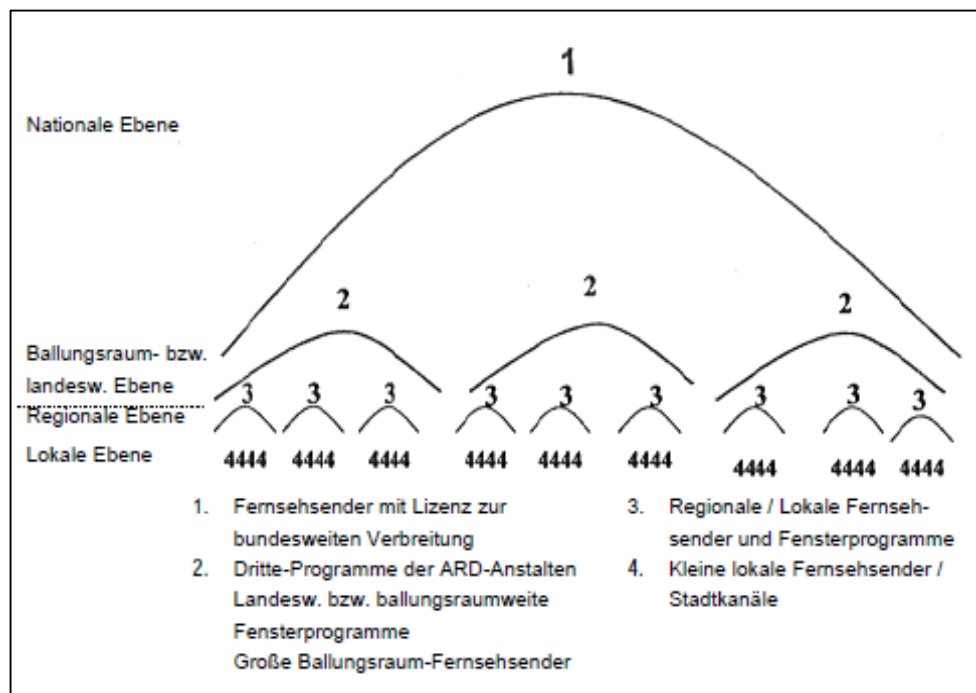
Hierbei ist zu erwähnen, dass eine trennscharfe Abgrenzung der einzelnen Begriffe nicht möglich ist, da keine einheitlichen Definitionen in der Fachliteratur gefunden wurden. Von einer jeweils gesonderten Definition der Begriffe ‚Region‘ und ‚Ballungsraum‘ wird in diesem Kapitel abgesehen. Es erfolgt lediglich die Verwendung der beiden Begriffe.

---

<sup>34</sup> s. IHLE: S. 63

Für die Darstellung der Gesamtstruktur des Fernsehmarktes in Deutschland kann das „Umbrella-Modell“ von James Rosse zu Rate gezogen werden. Dieses Modell verdeutlicht ursprünglich die Hierarchie der Zeitungswerbemärkte von Ballungsraum-Zeitungen, Kreiszeitungen und Lokalzeitungen. Das Modell zeigt das Ineinandergreifen dieser Zeitungsformen und veranschaulicht, dass die Zeitungen untereinander im Wettbewerb stehen können, da überregionale Zeitungen Werbung für den lokalen Markt schalten und regionale Zeitungen in lokalen Märkten Werbegelder beziehen.<sup>35</sup>

**Abbildung 2: Darstellung des deutschen Fernsehmarktes als "Umbrella-Modell"**



Quelle: In Anlehnung an ROSSE, James: *The Evolution of One Newspaper Cities. Discussion Paper for the Federal Trade Commission Symposium on Media Concentration*. In: COPAINE, Benjamin / COMERY, Douglas (Hrsg.): *Who owns the Media. Competition and concentration in the mass media industry*. Mahwah 2000, S. 42

Allerdings lässt sich das „Umbrella-Modell“ für eine Betrachtung im weiten Sinne auch für den Fernsehmarkt in Deutschland verwenden. Auf Basis ihrer jeweiligen Verbreitungsgebiete, lassen sich mit dieser Abbildung die Hierarchien der jeweiligen Kategorien

<sup>35</sup> vgl. ROSSE, James: *The Evolution of One Newspaper Cities. Discussion Paper for the Federal Trade Commission Symposium on Media Concentration*. In: COPAINE, Benjamin / COMERY, Douglas (Hrsg.): *Who owns the Media. Competition and concentration in the mass media industry*. Mahwah 2000, S. 42

von deutschen Fernsehsendern darstellen (s. Abb. 2).<sup>36</sup> Jedoch bildet das Modell die Situation der Regional- und Lokal-TV-Märkte nicht real ab, da nicht in allen Bundesländern alle Kategorien existieren. Lokalsender können die Stellung von Gebietsmonopolisten in den Bundesländern einnehmen, in denen keine landesweiten Fensterprogramme ausgestrahlt werden. Das bedeutet, dass im Verbreitungsgebiet eines Lokalsenders gleicher Ebene kein weiteres Regional- oder Ballungsraum-TV-Programm empfangbar ist.<sup>37</sup>

## Regionalfernsehen

Im fachwissenschaftlichen Diskurs erfährt der Begriff ‚Regionalfernsehen‘ seine Verwendung in Bezug auf subnationale TV-Programme. Es unterscheidet die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) nach ‚Landesweiten Fernsehprogrammen‘<sup>38</sup>, ‚Ballungsraum-TV‘ und ‚Lokale TV-Anbieter‘<sup>39</sup>. Der Begriff ‚Regionalfernsehen‘ wird flexibel eingesetzt.<sup>40</sup>

In der Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten in Nordrhein-Westfalen wird ‚Regionaler Rundfunk‘ wie folgt definiert:

*„Regionaler Rundfunk versorgt ein zusammenhängendes Gebiet von mehreren Städten oder Kreisen mit einem Programm. Der Zusammenhang kann durch die Zusammenfassung mehrerer ländlicher Kreise oder einer größeren Stadt mit dem umliegenden Land definiert werden.“<sup>41</sup>*

Damit werden das Verbreitungsgebiet und der Berichterstattungsradius nicht auf eine bestimmte Größe festgelegt. Wiegand betont an dieser Stelle, dass aus dieser Definition abzulesen ist, dass die technische Reichweite eines Programms die Stadt- und Gemeindegrenzen überschreiten muss, damit der Begriff Regionalfernsehen seine Anwendung findet.<sup>42</sup>

---

<sup>36</sup> s. WIEGAND: S. 17

<sup>37</sup> s. WIEGAND: S. 18

<sup>38</sup> auf bundesweit verbreiteten privaten Fernsehsendern

<sup>39</sup> s. TREBBE, Joachim: Der Beitrag privater Lokalradio- und Lokalfernsehprogramme zur publizistischen Vielfalt. Eine Pilotstudie am bayerischen Senderstandort Augsburg. BLM Schriftenreihe Bd. 39, München 1996, S. 7

<sup>40</sup> s. WIEGAND: S. 26

<sup>41</sup> vgl. Jahrbuch der Landesmedienanstalten 1999/2000: Privater Rundfunk in Deutschland. München 2000, S. 310 ff

<sup>42</sup> s. WIEGAND: S. 26

Die Landesmedienanstalten geben bei der Vergabe von Lizenzen darauf Acht, dass die Verbreitungsgebiete der subnationalen Fernsehsender einen homogenen Raum mit kulturellen Gemeinsamkeiten abdecken. Als Grundvoraussetzung für den homogenen Raum, muss ein regionales Zugehörigkeitsgefühl in der Bevölkerung gegeben sein. Die Lizenzierung von Regionalsendern orientiert sich auch hier am Begriff der ‚Kulturräume‘. Jedoch ist das tatsächliche Verbreitungsgebiet durch den Ausbau der bestehenden Kabelnetzinfrastruktur bestimmt. Demnach ist die Distribution der Regionalprogramme an die jeweilige örtliche Erreichbarkeit gebunden.<sup>43</sup>

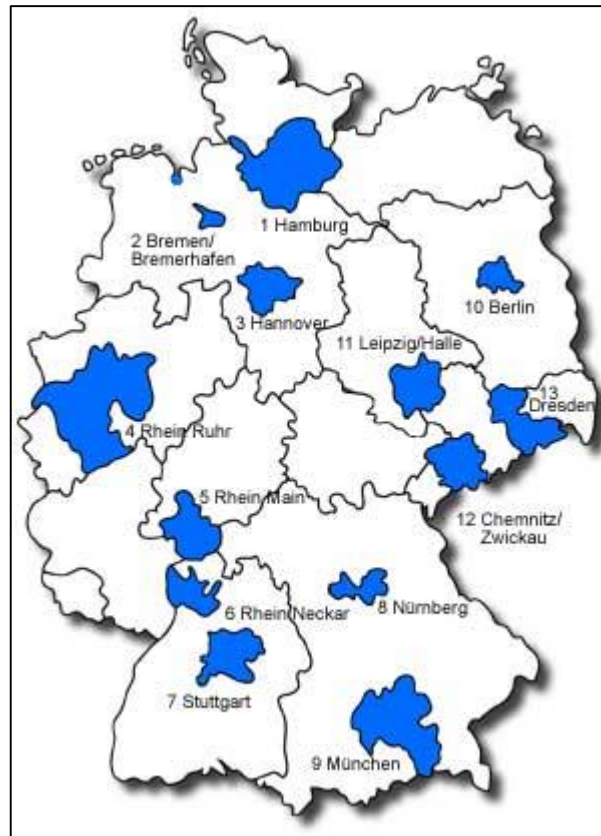
### **Ballungsraumfernsehen**

Für die Beschreibung von Ballungsraumfernsehen wird sich in dieser Arbeit auf die Systematik von ACNielsen beschränkt. Das Marktforschungsinstitut teilt die Bundesrepublik (u.a. zum Verkauf von Anzeigen durch den Zeitungsverbund NBRZ) in 13 Ballungsräume ein (s. Abb. 3). Diese ortsübergreifenden Gemeinschaftsverbünde kennzeichnen sich durch eine hohe Bevölkerungsdichte aus, die aufgrund einer hohen Industrie- und Dienstleistungskonzentration als Ballungsraumeinheiten zusammengefasst werden können. Zusammengereicht bilden die deutschen Ballungsräume eine Fläche von 47.166 km<sup>2</sup> (ca. 13,7% der Gesamtfläche der Bundesrepublik). In ihnen wohnen rund 40% der deutschen Bevölkerung.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> s. WIEGAND: S. 27

<sup>44</sup> s. NBRZ: [http://www.nbrz.de/nbrz/ueber\\_uns](http://www.nbrz.de/nbrz/ueber_uns) (28.07.2015 - 17:43)

**Abbildung 3: Ballungsräume Deutschlands nach ACNielsen**

Quelle: <http://www.flexgood.de/images/nbrz.jpg> (28.07.2015 - 17:55)

Die jeweils größten subnationalen Sender in ihrem Bundesland, werden von den Landesmedienanstalten als Ballungsraum-TV-Sender definiert. Die überwiegende Anzahl an Sendern verbreitet dabei ihr Programm in den Ballungsraumgrenzen der vorausgegangen Benennung durch die Systematik von ACNielsen.<sup>45</sup>

Da der Begriff ‚Ballungsraumfernsehen‘ sehr weit gefasst wird, sind große Unterschiede in Bezug auf die technische Reichweite anzunehmen. Diese schwankt zwischen 200 Tsd. und 6 Mio. erreichbaren Haushalten (s. Tabelle 2). Die Reichweitenunterschiede spiegeln sich im Umfang des ausgestrahlten Programms wider. Kleinere Ballungsraum-TV-Sender bieten lediglich ein tägliches Programm von 60 Minuten. Dagegen produzieren große Ballungsraumsender täglich ein Angebot mit mehreren Formaten und Ausgaben.

---

<sup>45</sup> vgl. WIEGAND: S. 31

Tabelle 2: Subnationale TV-Sender in Ballungsräumen

Nielsen-Ballungsraum	TV-Sender	Personen in Empfangshaushalten (in Mio.)
<b>1 Hamburg</b>	HH 1 (Hamburg 1)	1,879
<b>2 Bremen/Bremerhaven</b>	-	-
<b>3 Hannover</b>	-	-
<b>4 Rhein-Ruhr</b>	tv.nrw	6,030
<b>5 Rhein-Main</b>	rm tv (Rhein-Main-TV)	2,568
<b>6 Rhein-Neckar</b>	RNF plus (Rhein Neckar Fernsehen)	0,911
<b>7 Stuttgart</b>	.*	-
<b>8 Nürnberg</b>	Franken Fernsehen	0,755
<b>9 München</b>	tv.münchen	1,259
<b>10 Berlin</b>	TV. Berlin	3,511
	FAB (Fernsehen aus Berlin)**	3,900
<b>11 Leipzig/Halle</b>	Leipzig Fernsehen***	0,599
<b>12 Dresden</b>	Dresden Fernsehen***	0,729
<b>13 Chemnitz/Zwickau</b>	Chemnitz Fernsehen***	0,326

\* Die Lizenz für einen subnationalen Sender in Stuttgart, die bis Ende 2002 von B.TV Württemberg gehalten wurde, ist bislang nicht neu vergeben.

\*\* stellte den Sendebetrieb 2009 ein

\*\*\* Die Programme in Leipzig, Chemnitz und Dresden werden auf nationaler Ebene im Rahmen des Ballungsraumfernsehen in Deutschland Programm- und Vermarktungsgesellschaft mbH gemeinsam vermarktet. Damit erzielen diese drei Programme eine Gesamt-Reichweite von 1,65 Mio. Zuschauern.

Quellen: Eigene Darstellung in Anlehnung an WIEGAND: S. 31. NFO Infratest MediaResearch Analyse Ballungsräume, 2002

Die angegebenen Grafiken verdeutlichen die Unterschiedlichkeit in Bezug auf die Größe (sprich Reichweite) und die Art der Programmgestaltung von Ballungsraumsendern (s. Abb. 4). Das spricht für eine weitere Unterteilung dieser TV-Form, da insbesondere die Abweichungen im Kontext der Programmvvielfalt den Definitionsspielraum verzerren. Die nach Wiegand vorgenommene Beschreibung für „Kleinere Ballungsraum TV-Sender“ macht deutlich, welcher Ambivalenz der Definitionsprozess unterliegt. So kann davon ausgegangen werden, dass der vorherrschende Parameter zur Einteilung von Fernsehsendergrößen i.d.R. die Reichweite ist, unabhängig vom Umfang des gesendeten Programms. Die Grafik gibt an, dass kleinere Ballungsraumsender ein Tagesprogramm mit einer durchschnittlichen Länge von 60 Minuten senden. In diesem Punkt gingen sie mit Regional- und Lokalsendern kongruent, da diese ebenfalls eine Programmlänge in jener zeitlichen Größenordnung senden.



**Abbildung 4: Unterteilung der Ballungsraum-TV-Sender in Deutschland**

Größe der Ballungsraum-TV-Sender	Abgrenzungskriterien	Zuordnung der Sender
Große Ballungsraum-TV-Sender	Techn. Reichweite: > 200 Tsd. HH Programmumfang: Ø mehr als 60 Minuten originäres, tagesaktuelles Programm pro Wochentag	Hamburg 1, TV.Berlin, tv.münchen, RNF Plus, tv.nrw, Saar TV, Rhein-Main-TV
Kleinere Ballungsraum-TV-Sender	Techn. Reichweite: < 200 Tsd. HH Programmumfang: Ø 60 Minuten originäres, tagesaktuelles Programm pro Wochentag	Leipzig Fernsehen, Dresden Fernsehen, Chemnitz Fernsehen, TV-Südbaden, Euro 3, Vogtland Regionalfernsehen

Quelle: WIEGANG: S. 33

Anhand dieser kleinschrittigen Aufteilung soll gezeigt werden, wie umfangreich und vielschichtig der selbstgewählte Dachbegriff ‚lokaler TV-Journalismus‘ ist. Es muss für die weitere Untersuchung immer beachtet werden, dass der Blick für eine Aussage über die Daseinsberechtigung dieser Berichterstattungsformen aus zwei Richtungen kommt: Zum einen erfolgt eine Aussage über die technische Kapazität eines Senders, wie bspw. die Reichweite, und zuzüglich auch der Rückschluss auf eine Aussage über die inhaltliche Leistungsfähigkeit. Diese lineare Analogie ist zulässig, da davon ausgegangen wird, dass sich die Vielfältigkeit und Länge einer Programmstruktur und die Auswirkung auf die Identität gegenseitig bedingen. D.h. zusammengefasst: Je höher die lokale Programmvielfalt, desto höher ist die ‚Chance‘ auf die Ausprägung eines regionalen Verständnisses.

### **3 Der lokale TV-Journalismus in Deutschland – Ein Überblick**

In diesem Kapitel wird ein Abriss über die geschichtliche Entwicklung des Fernsehens gegeben, mit Fokus auf die Entstehung der subnationalen Programme. Zudem soll die Abgrenzung zum nationalen Privatfernsehen deutlich gemacht werden. Anhand dieser Entwicklung soll der Bedeutungsursprung für lokale und regionale Inhalte erkenntlich werden. Die räumliche Neuordnung Deutschlands nach 1945 verdeutlicht, bedingt die Unterschiedlichkeit der verschiedenen Sendegebiete mitzudenken.<sup>46</sup> Auf Grundlage der historischen Entwicklung folgt eine Beschreibung der aktuellen Situation des Lokalfernsehens. Diese Beschreibung erfolgt kleinschrittiger und nimmt sich zum Untersuchungsgegenstand Regional- und Lokalsender. Es wird sowohl eine Aussage über die Sendervielfalt getätigt, als auch erwähnt, welchen strukturellen Tendenzen dieser Markt heutzutage unterliegt.

#### **3.1 Historische Entwicklung des subnationalen Fernsehens in Deutschland**

Der Rundfunk in Deutschland war zunächst regional ausgerichtet. Verantwortlich dafür waren technische Gründe, da am Anfang der 1920er nur eine geringe Sendereichweite erzielt werden konnte. Hinzu kommt der politische Aspekt, dass Fernsehen in den Kompetenzbereich der Länder fiel. Bis 1924 wurden im Deutschen Reich neun regionale Rundfunkgesellschaften gegründet. 1926 erfolgte die erste rechtliche Regelung für den Rundfunk, durch die Implementierung der "Richtlinien über die Regelung des Rundfunks". Reichskanzler Franz von Papen erließ 1932 die „Richtlinien zur Neuordnung des Rundfunks“. Anhand dieser neuen Regelungen, wurde der Rundfunk zentralisiert und die Position der ‚Reichsrundfunkgesellschaft‘ (RRG) wurde gestärkt. Somit waren die Nationalsozialisten ab 1933 in der Lage, den Rundfunk für ihre propagandistischen Ziele zu kontrollieren („gleichzuschalten“) und unter Führung des „Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda“ als Machtsinsignie ihrer Politik zu instrumentalisieren.<sup>47 48</sup>

---

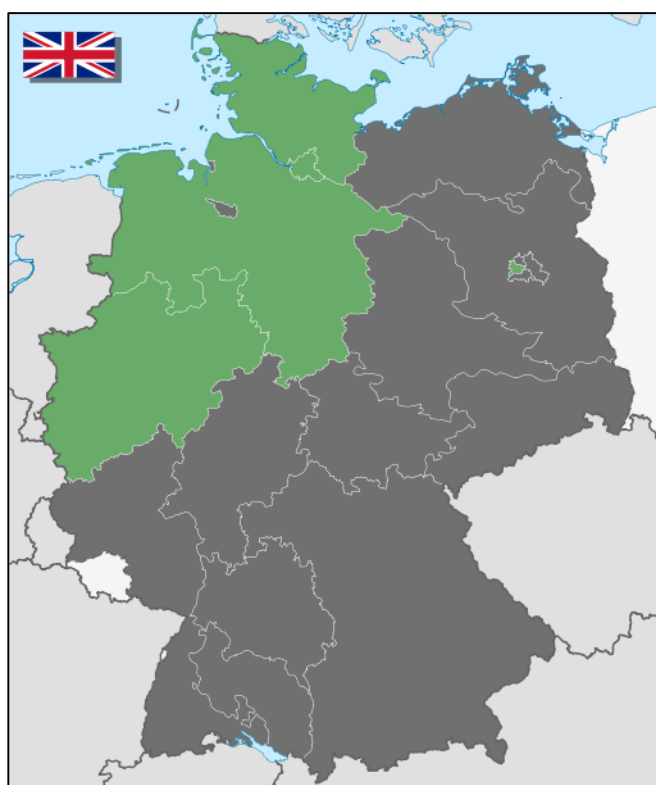
<sup>46</sup> vgl. IHLE: S. 100

<sup>47</sup> s. ebd.

<sup>48</sup> vgl. MATHES, Rainer / DONSBACH, Wolfgang: Rundfunk. In: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (Hrsg.): Das Fischer Lexikon Publizistik. Massenkommunikation. Frankfurt 2002, S. 550 ff.

Nach Kriegsende wurde der Rundfunk unter der Kontrolle der Alliierten neu geordnet. Bis 1948 wurden durch die Verabschiedung der Landesrundfunkgesetze der Bayerische Rundfunk, der Süddeutsche Rundfunk, der Südwestrundfunk, der Hessische Rundfunk und Radio Bremen gegründet. Der Nordwestdeutsche Rundfunk (NWDR) ging ein Jahr zuvor 1947 in deutsche Hände über. Die Größe der Reichweite bedingte ein sehr heterogenes Sendegebiet, weshalb der NWDR 1954 aufgeteilt wurde. Es entstanden der Westdeutsche Rundfunk (WDR) und der Norddeutsche Rundfunk (NDR).<sup>49</sup>

**Abbildung 5: NWDR Sendegebiet in der britischen Besatzungszone**



Quelle: [https://de.wikipedia.org/wiki/Nordwestdeutscher\\_Rundfunk](https://de.wikipedia.org/wiki/Nordwestdeutscher_Rundfunk) (05.08.2015 - 00:03)

Zudem wurde der Sender Freies Berlin (SFB) in West-Berlin gegründet. 1956 wurde das Saarland in die BRD eingegliedert, was zur Entstehung des Saarländischen Rundfunks (SR) führte.<sup>50</sup> Es schlossen sich 1950 die bis zu diesem Zeitpunkt entstandenen Landesrundfunkanstalten zur Arbeitsgemeinschaft öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammen. Die ARD beginnt vier Jahre später

---

<sup>49</sup> s. IHLE: S. 100 u. 101

<sup>50</sup> s. ebd.

mit der Ausstrahlung des Deutschen Fernsehens. Als gemeinsame Rundfunkanstalt aller Bundesländer wurde das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) mit der Unterzeichnung des ZDF-Staatsvertrags 1962 gegründet. 1963 nimmt das ZDF seinen Sendebetrieb auf. Im Zeitraum von 1961 bis 1963 strahlte die ARD bereits versuchsweise ein zweites Programm aus. Es bestand jedoch der Wunsch einzelner Landesanstalten ein eigenes, ausdifferenziertes Fernsehprogramm mit regionalem Bezug zu produzieren.<sup>51</sup> Der Fokus dieser Regionalprogramme lag auf den Bereichen Kultur und Bildung. Heute bieten sie, wie die nationalen Programme auch, ein Vollprogramm an, welches jedoch starke regionale Schwerpunkte hat.<sup>52</sup>

Durch den Beschluss 1978 zur Entwicklung von Kabelpilotprojekten, nahmen in dessen Rahmen im Januar 1984 Sat.1 und RTLplus ihren Sendebetrieb auf.<sup>53</sup> Das vierte Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) von 1986 schuf die Grundlage für den dualen Rundfunk in der BRD. Damit wurde dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Aufgabe zuteil, für die „Grundversorgung“ im deutschen Fernsehen zu sorgen. Im Gegensatz zu privaten Radiosendern, die lokal und regional ausgerichtet waren, bedienten die privaten Fernsehsender den nationalen Markt. Das Programm wird auf föderaler Ebene durch die Landesmedienanstalten kontrolliert.<sup>54</sup> Zur Sicherung von Diversität sind die reichweitenstärksten Privatsender durch den Rundfunkstaatsvertrag (RStV) dazu verpflichtet, regionale Fenster in ihre Sendestruktur aufzunehmen.<sup>55</sup>

Die Stellung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im regionalen Bereich wurde 1987 durch das Bundesverfassungsgericht gestärkt. Die 5. Rundfunkentscheidung untersagt dem Gesetzgeber, die Landesrundfunkanstalten von der Produktion regionaler und lokaler Rundfunkprogramme auszuschließen.<sup>56</sup> Dies schuf die Grundlage für ein paralleles Bestehen von privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern. Zu Beginn der 1990er nahmen vermehrt private, regionale und lokale Sendeanstalten ihren Betrieb auf. Berlin und Brandenburg stechen hier mit der Anzahl ihrer Sender heraus. Die Region

---

<sup>51</sup> vgl. HICKETHIER, Knut / HOFF, Peter: Geschichte des deutschen Fernsehens. Stuttgart 1998, S. 140

<sup>52</sup> s. IHLE: S. 101

<sup>53</sup> s. STEINMETZ, Rüdiger: Initiativen und Durchsetzung privat-kommerziellen Rundfunks. In: WILKE, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bundeszentrale für politische Bildung Bonn 1999, S. 179

<sup>54</sup> s. IHLE: S. 101

<sup>55</sup> s. RStV v. 31. August 1999 i.d.F. des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrages: §2, Art. 2, Satz 6: „Im Sinne dieses Staatsvertrags ist Regionalfensterprogramm ein zeitlich und räumlich begrenztes Rundfunkprogramm, mit bundesweiter Verbreitung im Rahmen eines weiterreichenden Programms (Hauptprogramm)“, sowie §25

<sup>56</sup> s. BVerfG v. 1987: S. 298

zählt nach der ALM und GöfaK 32 lokale Sendeanstalten (Stand: 31. Dezember 2008).<sup>57</sup> Nach Angaben der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), gab es im Jahr 2008 im gesamtdeutschen Sendegebiet 235 Lokalsender. Das waren neun mehr als im Vorjahr.<sup>58</sup>

### **3.2 Aktuelle Beschreibung des lokalen TV-Journalismus in Deutschland**

Nach Angaben der BLM existierten 2008 in Deutschland 235 Lokalsender (s. i.F. Abb. 6). Nach Abzug der landesweiten TV-Programme, ergeben sich daraus 216 lokale und regionale Sendeanstalten, deren Reichweite die Zahl von 200 Tsd. Haushalten nicht übersteigt. Runtergebrochen auf Lokalsender, deren Reichweite kleiner als 10 Tsd. ist, weist das BLM 85 Sender aus. Im Vergleich zum Jahr 2007, ergibt sich daraus ein Zuwachs von vier Sendern.

Allerdings ist die Verteilung von Lokalsendern nicht homogen. Mit Betrachtung der Sender mit einer Reichweite kleiner 10. Tsd. ist ersichtlich, dass acht Bundesländer über Sender dieser Größenordnung gar nicht verfügen.<sup>59</sup> Aber auch in den Ländern, in denen diese Fernsehform vorherrscht, fällt die Unterschiedlichkeit der quantitativen Ausprägung schnell auf. Sachsen führte die Liste, mit den meisten Lokalsender dieser Größer mit einer Anzahl von 37 Sendern an. Die Länder Bayern (20) und Berlin und Brandenburg (10) bewegen sich ebenfalls im zweistelligen Bereich. Die Länder Mecklenburg-Vorpommern (6), Sachsen-Anhalt (5) und Thüringen (6), besitzen gut eine Hand voll dieser Sender. Schlusslicht bildet mit lediglich einem Lokalsender Nordrhein-Westfalen. Die dichte Besiedlung und hohe Bevölkerungszahl dieses Landes ließen andere Vermutungen zu. Aber auch mit Blick auf die Anzahl von größeren Lokal- und Regional-Sendern, kommt das Land NRW auf keine beachtliche Summe privater Lokalsender (9, inklusive des kleinen Lokalsenders). Es ist anzunehmen, dass sich durch die Editionsvielfalt der „NDR Lokalzeit“, eine derartig Ausprägung von privatem Lokalfernsehen wie bspw. in Sachsen, erübrigte.

Mit Blick auf größere Lokal- und Regionalsender verzeichnet die Übersicht der BLM drei Bundesländer, die diese Fernsehform nicht aufweisen. Lediglich die Länder Bremen,

---

<sup>57</sup> vgl. Tendenz. Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Heft 2/2009, S. 7

<sup>58</sup> s. ebd.

<sup>59</sup> nach Abb. 5 sind es sieben Bundesländer, da die Länder Hamburg und Schleswig-Holstein zusammengefasst worden sind

Niedersachsen und das Saarland besitzen kein lokales/ regionales Fernsehen. Auch hier bildet das Land Sachsen mit 22 Sendern den größten Anteil. Jedoch sind auch die Anzahlen der Sender in den Ländern Bayern (19) und Berlin und Brandenburg (21) nennenswert. Von den insgesamt 111 Sendern dieser Art, sind demnach über die Hälfte (nämlich 62) in den o.g. drei Regionen verortet.

**Abbildung 6: Lokalfernsehen in den Bundesländern 2008**

Bundesland	gesamt	landesweites TV <sup>1</sup>	lokales / regional. TV	lok. Spartenanbieter	Lokalsender < 10.000 HH
Baden-Württemberg	22	–	13 <sup>2</sup>	9	–
Bayern	51	2	19	10	20
Berlin/Brandenburg	34	2	21 <sup>3</sup>	1	10
Bremen	3	3 <sup>4</sup>	–	–	–
Hamburg/Schleswig-Holstein	6	5	1	–	–
Hessen	3	2 <sup>5</sup>	1	–	–
Mecklenburg-Vorpommern	15	–	9	–	6
Niedersachsen	2	2 <sup>4</sup>	–	–	–
Nordrhein-Westfalen	9	3	5	–	1
Rheinland-Pfalz	7	1 <sup>5</sup>	6 <sup>2</sup>	–	–
Saarland	1	1	–	–	–
Sachsen	59	–	22 <sup>6</sup>	–	37
Sachsen-Anhalt	13	–	8	–	5
Thüringen	13	–	7	–	6
insgesamt <sup>7</sup>	235	19	111	20	85
Vorjahr	226	18	108	19	81

<sup>1</sup> Inklusive landesweite Fernsehfenster; ohne Aus- und Fortbildungskanäle.  
<sup>2</sup> RNF plus und RNF Life werden als ein Programm gezählt. RNF ist bei der LFK und LMK lizenziert.  
<sup>3</sup> Der Mischkanal Berlin mit 22 Anbietern wird als ein Programm gezählt.  
<sup>4</sup> Sat.1 17.30 live – Das Magazin für Niedersachsen und Bremen ist sowohl bei der brema als auch bei der NILM lizenziert.  
<sup>5</sup> Sat.1 17.30 live aus Mainz ist sowohl bei der LPR Hessen als auch bei der LMK lizenziert.  
<sup>6</sup> Chemnitz, Dresden und Leipzig Fernsehen werden als ein Programm (Sachsen Fernsehen) gezählt.  
<sup>7</sup> Programme, die in mehreren Bundesländern lizenziert sind, werden einfach gezählt (s. Fußnoten 2, 4 und 5).

Quellen: vgl. Tendenz: S. 7. ALM, GöfaK (Stand: 31. Dezember 2008)

Auffällig in der Gesamtbetrachtung ist, dass die neuen Bundesländer eine deutliche höhere Anzahl an Lokalsendern aufweisen, als es die westlichen Bundesländer tun (mit Ausnahme von Bayern und Baden-Württemberg). Die neuen Bundesländer verzeichnen insgesamt 134 Lokalsender, gegenüber 101 Sendern in Westdeutschland. Das muss natürlich ins Verhältnis gesetzt werden: So leben in den neuen Bundesländern (Berlin mit eingerechnet) ca. 15,9 Mio. Menschen.<sup>60</sup> Bei einer Gesamtbevölkerung von 80,63 Mio. Menschen<sup>61</sup> sind also über die Hälfte der Lokalsender bei lediglich 19,7%<sup>62</sup> der Gesamtbevölkerung Deutschlands verortet. Es wird vermutet, dass durch den Fall der Mauer und die Auflösung des zentralistischen Planstaats der DDR, das Bedürfnis nach

<sup>60</sup> vgl. Statistisches Bundesamt: Strukturdaten der Länder 2013. <https://www.govdata.de/suchen/-/details/de-bmbf-datenportal-bild-2> (05.08.2015 - 18:32)

<sup>61</sup> vgl. ebd.

<sup>62</sup> eigene Rechnung

einer erneuten Herausarbeitung der eigenen Identität zur Region gewachsen ist. Dies könnte ein Erklärungsansatz für die große Anzahl der Fernsehsender im Osten Deutschlands sein.

Abweichend von den soziologischen und identitätspsychologischen Ansätzen für die Erklärung dieser Senderfülle, könnten wirtschaftliche Hintergründe in die Überlegung mitgebracht werden. Aufgrund der hohen Kontaktdichte und der Nutzungsmöglichkeit als Ergänzungsmedium zu Lese- und Hörangeboten, könnte der Anzeigenverkauf via Lokalfernsehen lukrativ erschienen sein. Lokalfernsehen erfüllt heutzutage die Strukturmerkmale für Geomarketing.<sup>63</sup> Diese Theorie geht davon aus, dass eine Medienform, die in einem begrenzten Raum agiert, im Verbund mit anderen lokalen Medien („Media-mix“) eine angepeilte Zielgruppe konsequenter erreicht.<sup>64</sup>

Eine Überlegung, warum das Land Bayern eine derartig ausgeprägte Anzahl an Lokalsendern besitzt, soll nicht zum Teil ausführlicher Analysen werden, wohl aber genannt werden. Der Ansatz zur Erklärung der Sendervielfalt ist bereits in Bezug auf die neuen Bundesländer genannt worden. Da Bayern ein Land in Westdeutschland ist, lässt sich die getätigte Überlegung in Bezug auf die Verstetigung von regionaler Identität durch Repression eines zentralstaatlichen Regimes hier nicht anwenden. Ein Argumentationsansatz wäre die konfessionelle Zugehörigkeit. Laut des Bayerischen Landesamts für Statistik und Datenverarbeitung gehören 53,9% (Stand: 9. Mai 2011)<sup>65</sup> der Bayern der römisch-katholischen Kirche an. Dieser hohe Anteil an katholischen Bürgern, der geringe Anteil zur evangelischen Konfessionszugehörigkeit (20,3%)<sup>66</sup> und die o.g. Sendervielfalt, bildeten die Hypothese nach dem Zusammenhang von Konfession (oder linear gedacht: Konservatismus) und dem Bedürfnis nach regionaler Identität. Dem zufolge wären Rückschlüsse von Religionszugehörigkeit auf das Bedürfnis nach verstärktem regionalem Selbstverständnis möglich. Es würde bedeuten, dass, umso katholischer (also konservativer) eine Region ist, desto ausgeprägter die regionale Identität ist und sich das in der

---

<sup>63</sup> s. GfK: „Analyse regionaler Marktgegebenheiten und Erfolgsfaktoren“

<http://www.gfk.com/de/loesungen/geomarketing/Seiten/default.aspx> (05.08.15 – 19:10)

<sup>64</sup> vgl. mabb: Lokales Fernsehen in Brandenburg. Das Programm. Die Zuschauer. Die Werbung. Ausg. 2007, S. 9

<sup>65</sup> s. Land Bayern: <http://www.bayern.de/politik/bayern-in-zahlen/das-land-in-zahlen/> (05.08.2015 – 19:45)

<sup>66</sup> s. ebd.

Sende Vielfalt widerspiegelte.<sup>67</sup> Allerdings kann dieser Ansatz am Beispiel von NRW widerlegt werden. Es ist ebenfalls katholisch geprägt, bewegt sich jedoch mit lediglich neun Lokalsendern (im Gegensatz zu Bayern mit 51) am unteren Rand der Tabelle.

Nach Aussagen des Bundesverbands Lokalfernsehen (BLTV), erfüllen lokale und regionale Fernsehsender die Aufgabe konzentrierte Themeninhalte zu übermitteln, die durch das weltpolitisch orientierte Contentraster der großen Fernsehsender fallen. Lokalfernsehen wird die Verantwortung zuteil, sich mit dem Geschehen in der Region zu beschäftigen. So leistet es einen Beitrag für den Grundversorgungsauftrag.<sup>68</sup> Zudem leistet es, nach Ansicht der mabb Medienrätin Bascha Mika, als bürgernahes Medium einen Beitrag zur Meinungsfreiheit.<sup>69</sup>

### Aktuelle Probleme

Derzeit kann der Trend des Zuwachses nicht bestätigt werden. Vor allem von Lokalsendern sind die Zahlen stark rückläufig, während die Vollprogramme hingegen einen Zulauf erfahren. Anfang 2013 gab es 264 Lokalsender in Deutschland. Diese Zahl ist im Folgejahr 2014 auf 232 gesunken.<sup>70</sup> So musste bspw. Center.TV in Bremen im Jahr 2013 seinen Sendebetrieb endgültig einstellen, obwohl sich dessen Zuschauerzahlen von 2010 auf 2012 verdoppelt haben.<sup>71</sup> Der BLTV warnt vor dieser Entwicklung. Innerhalb eines Jahres (von 2013 auf 2014) brach, durch den Rückgang der Senderzahlen, das Lokalfernsehangebot in 30 Regionen ganz ab. Die betroffenen Zuschauer können dadurch nicht mehr mit ausreichend Informationen aus der Region versorgt werden, da sich auch die Zahl lokaler Tageszeitungen immer weiter ausdünnert.<sup>72</sup> Die lokalen Sendeanstalten haben mit finanziellen Problemen zu kämpfen, besonders die Verbreitungswege (analoges und digitales Kabel oder DVB-T) verursachen hohe Kosten. Das jetzige Finanzierungskonzept lässt sich langfristig nicht fortführen, da es die Existenz von Lokalsendern nicht sichert. Bisher werben nur lokale Unternehmen, der nationale Werbe Markt bleibt verschlossen. Der Präsident der sächsischen Landesmedienanstalt Michael

---

<sup>67</sup> Mit der Begründung, dass durch das verstärkte Vorhandensein von konservativen Werten (bedingt durch die katholische Konfession), auch ein konservativeres Weltbild vorherrscht – mit dem Bestreben, lokale (vlt. regionale) Inhalte über das einen umgebende politische Weltgeschehen zu stellen.

<sup>68</sup> s. BLTV: [http://www.lokal-tv.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page\\_id=23](http://www.lokal-tv.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page_id=23) (05.08.15 – 20:26)

<sup>69</sup> s. mabb 2007: S. 7

<sup>70</sup> s. Digitalfernsehen: <http://www.digitalfernsehen.de/Zahl-der-Fernsehsender-in-Deutschland-stark-ruecklaeufig.116996.0.html> (08.08.2015 - 02:55)

<sup>71</sup> s. taz: <http://www.taz.de/!5068140/> (08.08.2015 – 12:37)

<sup>72</sup> s. Digitalfernsehen: <http://www.digitalfernsehen.de/Verband-warnt-vorm-Sterben-des-Lokalfernsehens.117136.0.html> (08.08.2015 - 03:27)



Sagurna sieht die Chance über die Verbreitung via Satellit, wo sich mehrere Lokalsender einen Kanal teilen. Allerdings ist den Landesmedienanstalten die Investition für die Verbreitung via Satellit für Lokalsender zu kostspielig.<sup>73</sup> Mit der Reichweitenerhöhung könnte allerdings die Anzahl zukünftiger Werbekunden angehoben werden. Die technische Reichweite definiert demnach den Kreis potenzieller Werbekunden.<sup>74</sup>

Für die zukünftige Sicherung wird auf die Einnahmen aus dem Rundfunkbeitrag gesetzt, von dem die Landesmedienanstalten 2% zur Finanzierung ihrer Projekte erhalten.<sup>75</sup> Der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) Jürgen Brautmeier hat sich bereits für die Bereitstellung öffentlicher Mittel ausgesprochen.<sup>76</sup>

### **3.3 Zuschauer und Fernsehverhalten von Lokalsendern am Beispiel der Region Brandenburg**

Eine verdeutlichende Beschreibung in Bezug auf die Stellung des Lokalfernsehens erfolgt beispielhaft an der Region Brandenburg. Nach unterschiedlichen Angaben, schwankt die Zahl der Lokalsender zwischen 34 (s. Abb. 6) und 36<sup>77</sup> Sendeanstalten. Dort halten 70% bis 80% der Bewohner lokales Fernsehen für glaubwürdig und bürger-nah.<sup>78</sup> Nach Einschätzung der Bevölkerung dieser Region, wird es als mehrheitlich sympathisch und aktuell aufgefasst. Die Qualitätsunterschiede zu überregionalem Fernsehen werden dabei nicht übersehen, jedoch wird die Unterschiedlichkeit der Machart akzeptiert. Da Lokalsender Nachrichten aus der Region senden, sind diese für die Zuschauer nachvollziehbar und überprüfbar. Das wird als nützlich angesehen.<sup>79</sup>

Die Angebote der Lokalsender werden nahezu vollständig über die Kabelnetze vermittelt. Zusammengefasst werden für die Region 1,5 Mio. Zuschauer ermittelt – das sind 550.000 Tsd. Haushalte, die lokales Fernsehen gucken können. Insgesamt besitzen 1,1 Mio. Haushalte die Möglichkeit lokale Kanäle zu empfangen. Damit ist ca. die Hälfte der

---

<sup>73</sup> So fördert z.B. die mabb die einmaligen Investitionskosten zu 100%, gewährt danach aber keine finanzielle Unterstützung mehr für die laufenden Kosten. (Geschäftsbericht mabb. 2007. S. 9)

<sup>74</sup> vgl. Deutschlandfunk: [http://www.deutschlandfunk.de/lokalfernsehen-kleine-tv-sender-suchen-neue-ein-nahmequellen.761.de.html?dram:article\\_id=274401](http://www.deutschlandfunk.de/lokalfernsehen-kleine-tv-sender-suchen-neue-ein-nahmequellen.761.de.html?dram:article_id=274401) (08.08.2015 – 11:52)

<sup>75</sup> vgl. ebd.

<sup>76</sup> s. Digitalfernsehen: <http://www.digitalfernsehen.de/Verband-warnt-vom-Sterben-des-Lokalfernse-hens.117136.0.html> (08.08.2015 - 03:27)

<sup>77</sup> s. mabb 2007: S. 3

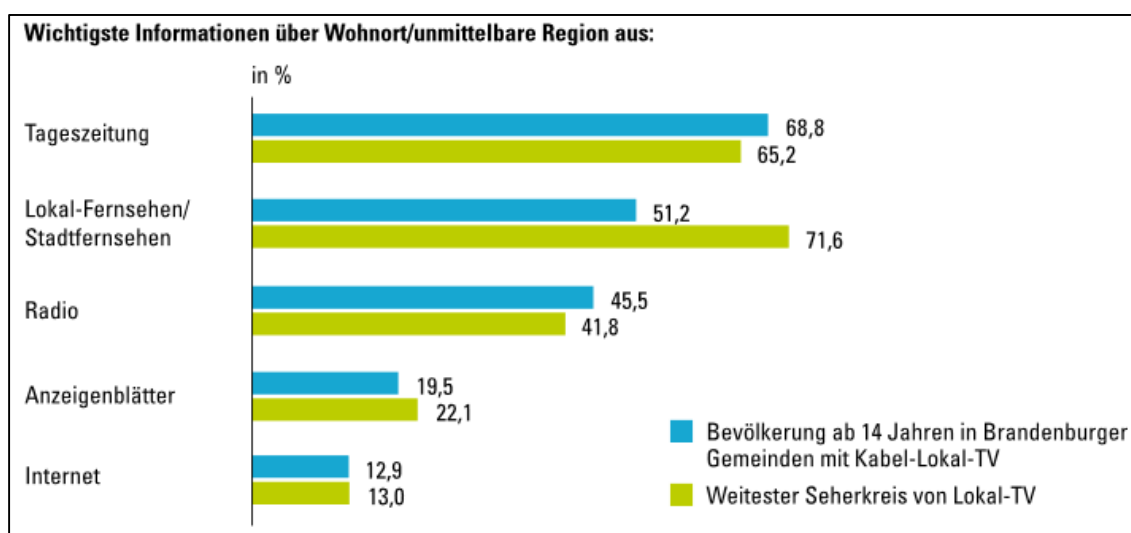
<sup>78</sup> vgl. mabb 2007: S. 8

<sup>79</sup> vgl. ebd.

Brandenburger Bevölkerung in der Lage, Lokalfernsehen zu konsumieren.<sup>80</sup> Das Zuschauerpublikum des Lokalfernsehens, geht mit dem der anderen lokalen Informationsmedien weitestgehend überein. Die Nutzergemeinde lokaler Medien ist heimatverbunden und bodenständig. Sie sieht keine Konkurrenz zwischen den einzelnen Lokalmedien, sondern versteht diese Pluralität<sup>81</sup> als realisierten „Medienverbund“, der sich gegenseitig bedingt.<sup>82</sup>

Nach einer Studie der TNS Infratest MediaResearch von 2005, haben mehr als die Hälfte der Brandenburger ab 14 Jahren (52,6%) mindestens einen der Lokalsender in ihrer Gemeinde gesehen. Zahlen für Süd-Brandenburg weisen aus, dass bis zu 90% der Bevölkerung mit ihrem Lokalsender vertraut sind, obwohl sie diesen gar nicht in ihrem Haushalt empfangen. Es meinen zudem 51,2% der Brandenburger, die Lokalfernsehen empfangen können, dass diesem eine wichtige Funktion als Informationsquelle inne

**Abbildung 7: Lokalbezogenes Informationsverhalten in Brandenburg**



Quelle: s. mabb 2007: S. 9. TNS Infratest, Media Research, 2005

<sup>80</sup> vgl. mabb 2007: S. 6

<sup>81</sup> sich zusammensetzend aus Lokalfernsehen, Lokalradio, Lokalzeitung und Anzeigenblättern

<sup>82</sup> vgl. mabb 2007: S. 5

wohnt. Bei den Personen, die zum weitesten Seherkreis<sup>83</sup> (WSK) gehören, sind 71,6% dieser Ansicht (s. Abb. 7).<sup>84</sup>

Aus der Erhebung wird ersichtlich, dass das Lokalfernsehen zur Beschaffung von Informationen aus der Region das zweitgenutzte Medium ist. In Bezug auf den WSK steht es als Informationsquelle sogar an erster Stelle. Zudem gilt es als erwähnenswert, dass es als Beschaffungsmedium vor Radio und dem Internet liegt. Da keine neueren Untersuchungen vorliegen, ist anzunehmen, dass die Wichtigkeit des Internets wohl in den zwischenliegenden Jahren zugenommen haben wird. Darüber, ob es als Informationsquelle das Lokalfernsehen überholt hat, kann keine Aussage getroffen werden.

Die Kernzeit für lokales Programm liegt zwischen 18 Uhr und 20 Uhr. In Bezug auf die Ausstrahlungszeiten von Nachrichtensendungen der nationalen Fernsehsender (ab 20 Uhr), kommt das Lokalfernsehen mit diesen kaum in Konflikt.<sup>85</sup>

Die Altersstruktur der Zuschauer des WSK verteilt sich in Brandenburg folgendermaßen: 19,1% der Zuschauer sind zwischen 14 und 19 Jahren, 30,6% der Zuschauer zwischen 30 und 49 Jahren, 16,3% zwischen 50 und 59 Jahren und 34% sind 60 Jahre und älter. Entgegen des allgemeinen Vorurteils, Lokal-TV sei reines ‚Alteutefernsehen‘, kann hier festgestellt werden, dass knapp die Hälfte der Zuschauer in Brandenburg unter 50 Jahre sind (49,7%).<sup>86</sup> Es kann die zusammenfassende Beurteilung geteilt werden, dass Lokalfernsehen somit ein Medium für den gesamten Familienverbund ist, da junge Zuschauer das Informations- und Serviceangebot der Sender nutzen. Bezüglich der geschlechtlichen Verteilung gibt es keine nennenswerten Unterschiede. Sowohl Männer, als auch Frauen sehen zu gleichen Teilen gern Lokalfernsehen.<sup>87</sup>

---

<sup>83</sup> s. BR Media-Lexikon: Weitester Seherkreis (WSK): „Kumulierte Seherschaft, die innerhalb der letzten zwei Wochen mindestens eine Minute konsekutiv einen Sender, eine Sendung gesehen hat. Auch hier ist in der Praxis eine freie Definition durchaus üblich. Fälschlicherweise wird der weiteste Seherkreis ab und zu mit den Begriffen ‚Empfangbarkeit‘ oder ‚technische Reichweite‘ gleichgesetzt.“ <https://www.br-media-radiotv.de/media-lexikon/eintrag/weitest-seherkreis-wsk/> (07.08.2015 – 01:01)

<sup>84</sup> vgl. mabb 2007: S. 8

<sup>85</sup> s. mabb 2007: S. 7

<sup>86</sup> An dieser Stelle sei angemerkt, dass sich die Altersstruktur mit Hinblick auf die Stammseher (mind. drei Mal pro Woche) verändert: Hier sind 12,8% der Zuschauer zwischen 14 und 29 Jahren, 32,8% zwischen 30 und 49 Jahren, 15,7% zwischen 50 und 59 Jahren und 38,8% älter als 60 Jahre. Damit sinkt der Zuschaueranteil unter 50 Jahre auf 45,6%. Es ist also die Tendenz zu verzeichnen, dass diejenigen Personen, die das Programm der Lokalsender am längsten schauen, die altersstärksten Zuschauer sind.

<sup>87</sup> s. mabb 2007: S. 7

Fast alle TV-Sender strahlen ihr Angebot tagesfüllend aus, allerdings bietet keiner der Lokalsender in Brandenburg ein Vollprogramm. Die Programmstruktur wird maßgeblich durch Nachrichten, Verbraucher- und Ratgebermagazine, sowie Gesprächssendungen geprägt. Unterhaltungsformate finden, der Annahme nach aus Kostengründen, gar nicht statt.<sup>88</sup>

### Problemüberlegungen

An dieser Stelle wird von der mabb ausgewiesen, dass Unterhaltungsformate im Lokalfernsehen nicht in der Erwartungshaltung des Zuschauers liegen.<sup>89</sup> Diese Aussage wird angezweifelt. Mit der vorherigen Aussage der ergänzenden Funktion von Lokalmedien, ist zu erwarten, dass ein Unterhaltungsprogramm im Lokalfernsehen wohlwollend aufgenommen würde. Dafür bedarf es keiner konkreten Nennung durch den Zuschauer, nach dem was ihm fehlt. Laut des Mediamix-Ansatzes müsste jegliche Programmerkänzung im Lokalfernsehen als Kulturzuwachs für die Region aufgenommen werde. Es scheitert hier schlicht an zu wenig finanziellen Mitteln und personellen Kapazitäten. Ohne zu viel vorwegzunehmen, stellt sich grundsätzlich ab hier die Frage nach einer staatlichen Ergänzung für die Sicherung des privaten Lokalfernsehens.

Das führt diesen Gedankengang zu einer zweiten Aussage, die kritisch zu sehen ist. Laut Aussage der mabb ermöglicht das Lokalfernsehen einen spezifischen Medienzugang, weil es eben *nicht* in Konkurrenz zu den nationalen Sendern steht. Es bilde eine eigene Medienart.<sup>90</sup> Hier einen Artenzuwachs zu sehen, wird durch den Verfasser als überbewertet angesehen. Allein die strukturellen Schwächen des Lokalfernsehens, nämlich nicht Programminhalte nach nationalen TV-Maßstäben produzieren zu können, zwingen es in die Lage mit vielen Wiederholungen zu senden. Es wäre selbstdestruktiv einen aktuellen, lokalen Nachrichtenblock zeitgleich zu den Informationsangeboten nationaler Sender laufen zu lassen.

Unter der Berücksichtigung der rückläufigen Anzahl der Lokalsender kann festgestellt werden, dass das bisherige Finanzierungskonzept des privaten Lokalfernsehens nicht ganzheitlich aufgeht und perspektivisch neue Wege angedacht werden sollten.

---

<sup>88</sup> vgl. mabb 2007: S. 4

<sup>89</sup> vgl. ebd.

<sup>90</sup> vgl. ebd.

## 4 Befragung von Experten

In diesem Kapitel werden zunächst die Hintergründe und Rahmenbedingungen für die durchgeführte Befragung dargestellt. Für die Untersuchung der Ausgangsfrage, fiel die Wahl auf die Methodik des qualitativen Interviews, im Speziellen auf die des Experteninterviews. Ziel ist es, unter Berücksichtigung ausgewählter quantitativer Forschungsergebnisse und der Verbindung subjektiver Bewertungen durch Experten, eine wertige Aussage treffen zu können. Es wird damit angestrebt, die Aussagen und Tendenzen in der Fachliteratur und Leitartikeln zu unterstützen. Es erfolgt die Begründung der Forschungsmethodik und die Nennung des Fragenbogaufbaus. Eine einführende Auflistung der Experten wird gegeben, um deren Fachkenntnis kurz zu skizzieren und anschließend die Grundaussagen zusammengefasst wiedergeben zu können.

### 4.1 Begründung der Methodik

In Abgrenzung zur quantitativen Forschung, die ihren Ausgangspunkt in der Messbarkeit und der Quantifizierbarkeit von Phänomenen hat, berücksichtigt die qualitative Forschung (insbesondere das Experteninterview) die Unterschiedlichkeit von Perspektiven.<sup>91</sup> Der quantitativen Forschungsmethodik wird nicht abgesprochen, funktionierendes Handwerk für diese Arbeit zu sein. In Bezug auf bspw. die Auswertung von Reichweitenmessungen fände sie durchaus ihre Anwendung. Jedoch scheitert es dafür an der realistischen Umsetzung – sowohl in kapazitiver, als auch in finanzieller Hinsicht. Zudem ist der Hauptuntersuchungsgegenstand in Bezug auf Lokalfernsehen die Identität. Es wird davon ausgegangen, dass dies ein ‚Wert‘ ist, der seine Herausarbeitung eher durch das subjektive Empfinden erfährt und weniger durch empirische Messungen.

Hinzu kommt, dass die qualitativen Ergebnisse durch die Reflexion der Forschung einen Bedeutungszuwachs erfahren. Die Auswertungen des Forschers über die Handlungen und faktischen Beobachtungen im Untersuchungsfeld fließen mit den emotionalen Wahrnehmungen zu einer Gesamtinterpretation zusammen.<sup>92</sup>

Grundsätzlich unterliegt die qualitative (Sozial)forschung in Bezug auf die Datenerhebung und die Datenanalyse zwei Prinzipien:

---

<sup>91</sup> vgl. FLICK, Uwe: Qualitative Forschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg 2006, S. 12 u. 13

<sup>92</sup> s. FLICK: S. 28 ff.

1. Das Prinzip der Offenheit. Es besagt, dass der Forschungsgegenstand erst dann durch den Wissenschaftler strukturiert wird, wenn die Daten der befragten Subjekte erhoben und analysiert worden sind.<sup>93</sup>
2. Das Prinzip der Kommunikation. Es besagt, dass die Erhebung der strukturwichtigen Daten nur durch eine zulängliche und funktionale Kommunikationsbeziehung zum Forschungssubjekt erfolgen kann. Die dafür notwendigen Kommunikationsregeln orientieren am ‚Erzählhabitus‘ des Forschers und des Subjekts. Sie folgen keinen wissenschaftlichen Normen.<sup>94</sup>

Diese beiden Prinzipien werden für diese Untersuchung als passende Voraussetzung verstanden. Das erste Prinzip bietet die Möglichkeit, die erhobenen Aussagen in Ergänzung mit der zuvor geschaffenen Grundlagenbeschreibung zu bringen: In der Form als dass eine endgültige qualitative Gesamtausgabe erst dann getroffen wird, wenn alle angestrebten Analysekomponenten ermittelt worden sind. Zudem sind die Daten nicht absolut. Sie können mit ihrer jeweiligen Aussagekraft sowohl als Verifizierung, als auch als Tendenz oder Falsifizierung für die Ausgangsfrage verstanden werden. Dem zweiten Prinzip liegt der Vorteil inne, subjektive und emotionale Themen in einem Forschungskontext offen zu bearbeiten, sie aber nicht durch die engen Richtlinien der quantitativen Forschung zu beschneiden oder einzugrenzen.

## 4.2 Aufbau des Interviewfragebogens

Der erstellte Fragebogen orientiert sich an der Struktur des Experteninterviews. Das Experteninterview stellt allerdings keine eigene Interviewform dar, sondern ist als Variante des Leitfadeninterviews zu verstehen. Dem Begriff wohnt inne, dass das Gespräch anhand eines Leitfadens abläuft. Dieser kann eine unterschiedlich starke Struktur aufweisen. Es kann entweder narrativ geführt werden, indem der Gesprächsfluss durch den Befragten gesteuert wird oder durch den Interviewer gelenkt wird.<sup>95</sup> Aufgrund der Tatsache, dass nur eines der vier Interviews persönlich durchgeführt werden konnte, fiel die

---

<sup>93</sup> s. HOFFMANN-RIEM, Christa: Die Sozialforschung einer interpretativen Soziologie. Der Datengewinn. In: Kölner Zeitschriften für Soziologie und Sozialpsychologie, Auflg. 32, Köln 1980, S. 343

<sup>94</sup> s. FLICK: S. 28 ff.

<sup>95</sup> vgl. FLICK: S. 28 ff

Wahl auf den Fragenbogen. Dieser gibt die Gesprächsrichtung vor und fragt ganz konkret nach der Einschätzung des jeweiligen Experten. So ist der Katalog danach ausgerichtet, die Fragen individuell wertend zu beantworten.

Die Untersuchung geht grundsätzlich davon aus, dass Lokalsender eine Daseinsberechtigung haben – im Speziellen in Hinblick darauf, dass ihnen eine Rolle für das Selbstverständnis einer Region zugutekommt. Diese Vermutung richtete die Art des Fragenkatalogs so aus, dass eine Beurteilung durch die Experten in der Form einer bestätigenden oder eben ablehnenden Einschätzung erfolgen soll. Der Fragenkatalog ist demnach (unter Nennung der jeweiligen Hypothese) wie folgt aufgebaut:

**H1: Das eigene Verständnis von Raumbegriffen („lokal“) und Lebensaspekten („Identität“) ist nicht durch amtliche Definitionen determiniert.**

Das Selbstverständnis erfährt seine Bedeutung durch die eigene Lebenserfahrung. Da diese in Bezug auf die Biographie eines Menschen alteriert, aber nicht grundverschieden ist<sup>96</sup>, wird davon ausgegangen, andere, aber immer ähnliche Definitionen von „lokal“ und „Identität“ genannt zu bekommen. Daher lautet:

**F1: Was bedeutet für Sie „lokal“? Was bedeutet für Sie „Identität“? Geben Sie bitte eine eigene Definition an.**

**H2.A: Die Medienform des ‚Lokalfernsehens‘ unterliegt technischen, politischen und soziologischen Strukturen.**

Diese Strukturen definieren die Merkmale von Lokalfernsehen. Anhand der Nennung (und des Weglassens) von Merkmalen kann kenntlich gemacht werden, aus welcher Perspektive das Lokalfernsehen durch die befragte Person betrachtet wird und wie es sich seiner Ansicht nach definiert. Somit lautet:

**F2: Was macht „Lokalfernsehen“ für Sie aus? Nennen Sie bitte Merkmale, die diese Fernsehform ihrer Meinung nach ausmachen.**

**H2.B: Die Strukturgebundenheit setzt den Rahmen für die Machbarkeit von Lokalfernsehen fest.**

---

<sup>96</sup> meint hier die Homogenität der westlichen Erziehungskultur

Die Machbarkeit von Lokalfernsehen ist kontextabhängig vom jeweiligen Raum und seiner Struktur. Nach Einschätzung der Experten gilt es zu ermitteln und zu vergleichen, welches die Voraussetzungen für die Machbarkeit von Lokalfernsehen sind und wie es sich zusammensetzen muss. Daraus ergibt sich:

**F3: Wo ist „Lokalfernsehen“ möglich? Welchen Voraussetzungen bedarf es dafür? Wie muss/müsste es aufgestellt sein? *Bitte bewerten Sie.***

**H3: In Deutschland ist der Bezug zur jeweiligen Region stark ausgeprägt.**

Unter der Annahme, dass sich Menschen mit ihrer direkten Umgebung intensiv auseinandersetzen, könnte hier ein Rechtfertigungsansatz für das Lokalfernsehen geschaffen werden. Es gilt abzuklären, ob die Annahme, dass es in der Bevölkerung einen starken regionalen, lokalen Bezug gibt, mit den Experten geteilt werden kann. Die Frage lautet:

**F4: Wie „lokal“ ist Deutschland? *Bitte bewerten Sie die Ausprägung regionalen Verständnisses in Deutschland.***

**H4: Die Fernsehlandschaft in Deutschland ist sowohl horizontal, als auch vertikal sehr divers.**

Mit der Einschätzung der Experten, wie es um die Unterschiedlichkeit des deutschen Fernsehmarktes bestellt ist, sind zwei Tendenzen möglich: Die Fernsehlandschaft ist entweder ausgeprägt oder nicht. Es wird erwartet, dass die Aussagen zu ‚ist ausgeprägt‘ tendieren. Daran schließt sich an herausfinden, ob diese Diversität generell ein zu schützendes Merkmal ist und was diese Pluralität sichert (oder eben verhindert). Die formulierte Frage lautet:

**F5: Wie ausgeprägt ist Deutschlands TV-Landschaft (wenn Tendenz zu ‚ist ausgeprägt‘: Was sichert diese Diversität? Was nicht?) *Bitte bewerten Sie die Diversität der deutschen Fernsehlandschaft.***

**H5: Mit Anknüpfung an die Grundannahme: Es wird davon ausgegangen, dass sich die Vermittlung von lokalen Inhalten durch Lokalfernsehen auf das Selbstverständnis und die Identität einer jeweiligen Region auswirkt.**

Anhand der Expertenaussagen soll überprüft werden, ob die Annahme bestätigt werden kann. Es gilt mit zu prüfen, ob der Prozess der Auswirkung (Lokal-TV auf Identität) einseitig abläuft. In der Fragestellung erfolgt ebenfalls die Berücksichtigung, ob eine Aussage über die Wechselseitigkeit dieses Prozesses getätigt werden kann. Die Frage lautet:



**F6: Glauben Sie, dass sich die Vermittlung von lokalen Inhalten auf das Verständnis/ die Identität der jeweiligen Region auswirkt? Bitte erklären Sie, ob ein wechselseitiges Bedingen erscheint oder nicht.**

**H6: Das eigene Fernsehverhalten gibt Aufschluss darüber, welche Komponenten als Qualität dieses Mediums herausgestellt werden und welche nicht.**

Es wird davon ausgegangen, dass die Experten zumindest einmalig Lokalfernsehen geschaut haben. Darüber wird sich eine Einschätzung in Bezug auf die Stärken und Schwächen dieser Fernsehform erhofft. Durch diese Befragung soll überprüft werden, ob entweder das negative Vorurteil oder das wohlwollende Zugeständnis (s. Kapitel 3.3) gegenüber dem Lokalfernsehen geteilt wird bzw. welcher dieser Aspekte überwiegt. Daraus ergibt sich die folgende Fragestellung:

**F7: Durch Ihre eigene Fernseherfahrung: Was loben Sie am Lokalfernsehen? Was kritisieren Sie? Schildern Sie bitte kurz.**

**H7: Lokalfernsehen leistet einen relevanten Beitrag zur Verstetigung der regionalen Identität. Seine Entwicklung muss gestärkt und gefördert werden.**

In Erfahrung zu bringen ist, wie das Urteil über die Notwendigkeit der Förderung des Lokalfernsehens durch die Experten ausfällt. Die Beantwortung dieser Frage soll kenntlich machen, ob eine Sicherung von Lokalfernsehen als sinnvoll erscheint oder nicht. Daher lautet:

**F8: Sehen Sie eine Notwendigkeit für die Förderung von lokalem Fernsehen und dessen Inhalten? Geben Sie bitte eine Einschätzung.**

**H8: Wie in H7 erwähnt, wird sich für die Förderung von Lokalfernsehen ausgesprochen. Es stellt sich somit die Frage, wie die Existenz von Lokal-TV nachhaltig gesichert werden kann.**

Für eine abschließende Beurteilung wird eine konkrete Aussage darüber angestrebt, was für die Daseinssicherung einer lokalen Fernsehkultur geleistet werden muss. Es wird folgende Frage formuliert:

**F9: Treffen Sie bitte eine Aussage darüber, wie die Existenz von „Lokalfernsehen“ nachhaltig gefördert werden kann. Was muss dafür getan werden? Fassen Sie bitte kurz zusammen.**

## 4.3 Die Experten

Die Auswahl der Experten erfolgte unter Berücksichtigung mehrerer Aspekte. Voraussetzung für eine fundierte Aussage ist die Sachkompetenz der Experten. Im Rahmen ihrer Tätigkeit in Fernsehsendern und Instituten, sollen diese durch ihr Betriebswissen einen Wissenszuwachs sichern. Dafür richtete sich die Anfrage an Experten danach, für welche Unternehmen sie tätig sind, welche Position sie dort haben und welche Einflussmöglichkeiten an relevanten Entscheidungen sie besitzen. Um einen vielschichtigen, perspektivischen Ansatz zu konstruieren, fiel die Wahl auf Experten verschiedener Unternehmen. Dies soll einen Vergleich der Aussagen auf horizontaler Ebene sichern, damit das Aussagegefälle möglichst gering bleibt.

### **Experte 1 – *Christian Batzlen***

In seiner Funktion als Netzreporter für den Sender n.tv bereitet Christian Batzlen Inhalte auf, die in den sozialen Netzwerken verbreitet werden. Im Fokus steht dabei nicht nur die Ergänzung von weltpolitischem Geschehen durch den zusätzlichen Blickwinkel aus Online-Kanälen, sondern auch die Verarbeitung von Rahmenereignissen, die ihre Nennung sonst nicht in großen, aufbereiteten Nachrichtenformaten finden würden. Hier wird die Analogie zur Versorgungsfunktion des Lokalfernsehens gesehen, da dieses ebenfalls Inhalte verarbeitet, die sich in der Peripherie des allgemeinen Gesamtinteresses bewegen. Seine Beurteilung erfolgt aus der Position einer (inter)nationalen Sendeanstalt.

### **Experte 2 – *Holger Heinrich***

Als arbeitserfahrenster der vier Experten, kommt den Aussagen von Holger Heinrich eine große Bedeutung zu. Er ist als Studienleiter und Regisseur u.a. für das ZDF tätig. In diesem Zuge besitzt er, zusätzlich zur fachlichen Kompetenz, die Fähigkeit Einschätzungen akademischer Qualität zu geben. Dies ist für den Vergleich mit den beiden weiteren Gesprächen hilfreich. Von der Aussage, diesem Experten eine Leitfunktion zuzuschreiben, wird Abstand genommen. Die Informationen werden gleichartig verwertet. Vielmehr soll seine doppelte Expertise die Dimensionen der Aussagen vervielfältigen.

### **Experte 3 – *Malte Thieme***

Malte Thieme ist Leiter der Video Content Abteilung für den partizipativen Bürgersender ALEX. Es sei angemerkt, dass offene Kanäle nicht Hauptuntersuchungsgegenstand dieser Arbeit sind. Wohl aber weisen sie in Bezug auf ihren Aktionsradius und die Funktion von der Vermittlung lokaler Inhalte Gemeinsamkeiten auf. Als Experte zeichnet ihn sein

Verständnis für die Funktionsweise der On-Demand-Prozesse aus. Mit seinen Aussagen soll u.a. perspektivisch eingeschätzt werden, welchen Strukturproblemen das Lokalfernsehen in Bezug auf die Digitalisierung ausgesetzt ist.

#### **Experte 4 – *Tim Thaler***

Die Wahl als Experten fiel auf Tim Thaler, da auch er als Dozent an einer Hochschule fachkenntliche Aussagen akademisch veredeln kann. Unter Berücksichtigung seiner Funktion als Chefredakteur des Radiosenders BLN.FM, wird sich durch seine Arbeit in einem anderen Medium als Fernsehen, ein Perspektivenzuwachs in Bezug auf die Aussagen erhofft.

Der Begriff des Experten ist dehnbar. Im Untersuchungskontext hängt die Zuschreibung dieser Rolle davon ab, wer vom Autor als Experte erachtet wird. Darum muss die Expertenauswahl unter Berücksichtigung der Organisationszugehörigkeit, der beruflichen Position (bspw: der Stellung im Unternehmen) und des Kompetenzumfangs erfolgen.<sup>97</sup> Es sei abschließend anzumerken, dass die Auswahl der Experten für diese Arbeit auch pragmatischen Aspekten unterlag.<sup>98</sup>

## **4.4 Durchführung der Interviews**

Für die Untersuchung der Ausgangsfrage wurden vier Experteninterviews durchgeführt. Aufgrund von organisatorischen Hürden, wurden drei Expertenbefragungen anhand des erstellten Fragebogens schriftlich durchgeführt. Das vierte Interview wurde persönlich geführt. Es wurde aufgezeichnet und transkribiert. Alle Interviews wurden im kurzen, zeitlichen Abstand zu einander durchgeführt.<sup>99</sup>

Bei der Durchführung der Interviews wurde auf ein höchstes Maß an Klarheit geachtet. So sind, wie bereits erwähnt, die Fragen deutlich gestellt und jeweils mit einer kurzen Bearbeitungsanweisung versehen.

---

<sup>97</sup> vgl. MEUSER, Michael / NAGEL, Ulrike: Das Experteninterview. Wissenssoziologische Voraussetzungen und methodische Durchführung. In: FRIEBERTSHÄUSER, Barbara / PRENGEL, Annedore (Hrsg.): Handbuch Qualitative Methoden in der Erziehungswissenschaft. München 1997, S. 486

<sup>98</sup> So konnten zwei Experteninterviews, aufgrund zeitlicher Engpässe, nicht durchgeführt werden. Ursprünglich war noch ein Interview mit einem Vertreter des BLTV angesetzt, aber nicht durchgeführt worden. Auf die Zusendung des Fragebogens an einen ZDF Redakteur, wurde keine Antwort erhalten.

<sup>99</sup> Die Durchführung der Experteninterviews erfolgte im Zeitraum vom 29.07.2015 bis 03.08.2015.

Es wurde angestrebt, während der persönlichen Befragung, das Interview zu reflektieren. So konnten ergebnisorientierte Nachfragen gestellt werden. Besonderes Augenmerk lag auf der Vermeidung von ‚Kunstfehlern‘ während des Interviews, um den Gesprächsfluss und damit das Ergebnis nicht zu verzerren. Basis für eine entwicklungsrichtige Durchführung war eine kurze Skizzierung der Hintergründe und angestrebten Ziele der Arbeit gegenüber dem Experten. In Bezug auf die persönliche Expertenbefragung wurde die Tendenz zu einem dominierenden Kommunikationsstil vermieden, um nicht häufig nachzufragen und die Gesprächsinhalte unnötig zu fragmentieren. Die Art der Nachfrage, wenn es denn einer bedarf, war so ausgerichtet, um zu einem konkreten Antwortkern zu gelangen. Bewertende und kommentierende Aussagen wurden vermieden. Als Essentiell für eine gelungene Durchführung wurde das passive Zuhören angesehen. Wie bereits erwähnt, sicherte dies die Richtigkeit des Gesprächsverlaufs.

Für die persönliche Befragung wurde der vor der Durchführung des Interviews erwähnt, dass teil-narrative Einschübe zulässig sind. Unter dem Aspekt des passiven Zuhörens, wurden so die wissenswerten Inhalte im Gespräch aufgedeckt.

## 4.5 Auswertung der Interviews

In Bezug auf die Beantwortung der Fragen werden im Folgenden die übereintreffenden Aussagen der Experten zusammengefasst und nennenswerte Unterschiede herausgearbeitet.<sup>100</sup>

**Zu F1:** Für den ersten Frageteil kann kompensiert gesagt werden, dass ‚lokal‘ eine Größe beschreibt, die sich auf das unmittelbare Umfeld bezieht. Diese Größe ist örtlich beschränkt, variiert aber je nach Lage oder Gegebenheit.<sup>101</sup> Der lokale Ort bietet die Möglichkeit des gegenseitigen Austausches (bspw. über Ansichten und Probleme). ‚Lokal‘ bedeutet demnach auch Begegnung. Abweichend von der räumlichen Bedeutung, beschreibt ‚lokal‘ auch soziale Aspekte (bspw. die Auswahl der Freunde). Übergehend zur Auswertung des zweiten Frageteils ist festzuhalten, dass der Begriff ‚Identität‘ als Ausdrucksform einer Lebensweise verstanden wird. Teilaspekte des eigenen Lebens (Charakterzüge, Familie, Hobbys) und der Umwelt (Sprache, Kultur) bilden die Identität

---

<sup>100</sup> s. i.F. Anlagen 2 bis 5 für Textbelege

<sup>101</sup> So kann ‚lokal‘ in Bezug auf die Geografie einer Stadt eine andere Größe beschreiben, als die das vergleichsweise auf dem Land täte.

über den Lebensraum. Identität ist echt und schafft Nähe. Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung, existiert neben der realen Identität die mediale Identität.

**Zu F2:** Gemeinsam genanntes Merkmal für das Lokalfernsehen ist, dass es *die* Themen aufgreift, die für das nationale und subnationale Fernsehen nicht von Bedeutung sind. Es gibt Bewohnern einer Region ein Forum, welches die Beziehung und das Verständnis zum Ort ausdrückt. Es verschafft die Möglichkeit, den persönlichen Wirkungsradius besser kennenzulernen und bildet so einen Mehrwert und die Grundlage für den täglichen Austausch von Meinungen. Es hat den Vorteil noch dichter an den Menschen sein zu können. Es stärkt also das lokale Heimatsgefühl, ist Meinungsmacher, authentisch und aktuell.

**Zu F3:** Wo Lokalfernsehen möglich ist hängt vom Kontext ab. Grundsätzlich müssen sich in der Region ausreichend neue Inhalte auftun, die an den Zuschauer weitergegeben können. Dafür muss ein ausreichend finanzieller, personeller und technischer Apparat geschaffen sein. Regionale und lokale Werbung kommen als Finanzierungsmöglichkeit in Frage. Zudem muss ein Lokalsender Aufmerksamkeit auf sich richten. Das Alleinstellungsmerkmal des Lokalfernsehens ist, Informationen bis auf den Bezirk (bspw. bei einer Stadt) runterbrechen zu können. Das steigert die Identifikation beim Publikum in zweierlei Hinsicht (mit der Region und mit dem Sender selbst). Eine weitere Voraussetzung ist die Homogenität der Zuschauer. Es sollten gemeinsame Interessen sozialer und kultureller Art bestehen. Inhaltlich bietet eine feste Programmstruktur die Möglichkeit, die Sehgewohnheit des Zuschauers zu befriedigen und ihn mit verlässlichen Informationen auszustatten. Im Bereich der technischen Ermöglichung wird die Aussage mit der Erwähnung des Internets und folglich On-Demand-Angeboten ergänzt. Zur langfristigen Refinanzierung ist der Weg ins Netz unausweichlich.

**Zu F4:** Bei der Beantwortung dieser Frage gehen die Meinungen auseinander: Hinsichtlich des lokalen Verständnisses als solches wird festgestellt, dass im Zuge von Globalisierung der lokale Gedanke immer größer wird. Allerdings ist das Allgemeinverständnis stark (sub)national. Anhand der Verbreitung von Lokalsendern in Deutschland ließe sich diese Aussage regional ausrichten. In Regionen mit einer hohen Dichte von lokalen Fernsehangeboten, könnte das im Rückschluss eine Aussage über das regionale Zugehörigkeitsgefühl der Zuschauer zulassen. Generell geht der Medientrend hin zur Fusion und nicht zur Ausdifferenzierung. Ein nennenswerter Punkt ist der, dass nach Abwanderung aus einer Region auch die damit zusammenhängende Identität abnehmen wird.

**Zu F5:** Die deutsche Fernsehlandschaft wird als ausgeprägt und unterschiedlich beschrieben, allerdings stagniert sie in ihrer Größe und der Abstand zwischen den Sendeanstalten verringert sich. Sender suchen heutzutage eine spezielle Ausrichtung, um sich

klarer zu positionieren. Die Abgrenzung bei nationalen Sendern findet nicht mehr im Programm statt, sondern über andere Maßnahmen (wie bspw. Sonderaktionen). Für kleine TV-Sender bietet sich allerdings die Chance der Abgrenzung durch andersartige Inhalte. Der Trend geht zum Pay-TV, obwohl der Rundfunkbeitrag als unverzichtbares Mittel bewertet wird, um die Dualität im Rundfunk zu gewährleisten. Ein komplett privatrechtlich organisiertes Fernsehen wird abgelehnt. Zur Sicherung der TV-Diversität wird erwähnt, stärker in den Ausbildungsrundfunk zu investieren, um die Abdeckung einer kleinteiligen Themendichte gewährleisten zu können.

**Zu F6:** Im Konsens wird dem Lokalfernsehen eine Auswirkung auf die regionale Identität bescheinigt, sofern das Programm Beachtung findet. Das Lokalfernsehen treibt die Identitätsförderung voran. Es trägt zur Vermittlung des Spektrums einer Region bei. Gerade für Bewohner, die in die Region ziehen. Es bietet die Möglichkeit sich schnell ortskundig zu machen und beschleunigt den Integrationsprozess. Für wechselseitig wird die Beziehung von ‚Lokalfernsehen‘ und ‚regionaler Identität‘ nur teilweise gehalten.

**Zu F7:** Am Lokalfernsehen wird das Themenspektrum gelobt. Es sichert das Heimatgefühl einer Region. Durch die Archivierung der Beiträge werden zeitgeschichtliche Berichte konserviert. Zudem bildet es für angehende und interessierte Fernsehmacher die Möglichkeit, sich auszuprobieren. Der Aspekt des Ausprobierens kann gleichzeitig als Kritikpunkt am Lokalfernsehen verstanden werden. Damit zusammenhängend, dass es auch Versuchsplattform ist, werden die technischen Voraussetzungen nur am Rande erfüllt. Die Sehgewohnheit des Zuschauers orientiert sich maßgeblich am nationalen Fernsehprogramm. Aufgrund geringerer technischer und finanzieller Mittel, entsteht beim Lokalfernsehen ein negativer Qualitätsunterschied. Wegen des privaten Finanzierungskonzeptes laufen die Lokalsender (gezwungenermaßen) Gefahr, reine Werbeplattformen zu sein.

**Zu F8:** Bei der Frage, ob es als notwendig angesehen wird das Lokalfernsehen zu fördern, wird sich eindeutig dafür ausgesprochen. Allerdings nicht allein für das Fernsehen. Die Förderung lokaler Inhalte erfährt seine Berechtigung, wenn das den Aufbau von Online-Angeboten beinhaltet. Ausreichende finanzielle Mittel sichern die Qualität von Beiträgen und geben dem Lokalfernsehen eine feste Struktur. Dies ist jedoch langfristig nicht ohne Steuergelder oder Haushaltsabgaben möglich. Ein gut aufgestellter Lokalsender ist eine gute Möglichkeit, Inhalte von lokalem Interesse nachhaltig sicherzustellen und das Zusammenleben einer Region zu fördern.

**Zu F9:** Für die Existenzsicherung des Lokalfernsehens werden auf zwei Ebenen Aussagen getroffen: Zum einen müssen klare und zugängliche Strukturen geschaffen werden. Das beinhaltet die Schaffung von Lokalredaktionen, Kreisstudios und eines unabhängi-

---

gen Informationspools, der als Anlaufstelle und Ratgeber für die Fernsehmacher fungiert. Dafür muss ein zulängliches Budget für die langfristige Planbarkeit vorhanden sein. Perspektivisch scheint die zusätzliche Verbreitung über das Internet unausweichlich, weniger um konkurrenzfähig gegenüber reinen Netzinhalten zu bleiben, als sich vielmehr dem aktuellen Medienverhalten anzupassen.

## 5 Analyse der Beobachtungen

In diesem Kapitel sollen die Ergebnisse der Arbeit zusammenfließen. In zwei Schritten wurde eine Basis für eine erste Ergebnisrichtung getätigt. Aus den Erkenntnissen der theoretischen Grundlagen, der historischen, sowie der aktuellen Situationsbeschreibung und der durchgeführten qualitativen Befragung, werden hinsichtlich der Beantwortung der Forschungsfrage nun gesonderte Deutungen abgegeben.

### 5.1 Begründung für die Daseinsberechtigung des Lokalfernsehens

Grundsätzlich kann dem Lokalfernsehen eine Daseinsberechtigung bescheinigt werden. Diese Annahme wird durch die Bewertung der Experten und Medienvertretern bestätigt. Im Sinne der ausdifferenzierten Fernsehlandschaft in Deutschland findet es seine Verortung da, wo das Verbreitungsinteresse von nationalen und überregionalen Informationen aufhört. Es steuert so seinen Teil zur Erhaltung dieser Vielfalt bei. Sein Alleinstellungsmerkmal ist die Schaffung eines Zugangs zur Region. Durch eine breite Themen- und Programmvietfalt wird dies getan. Es bietet Informationen in Form von Nachrichtenformaten, Gesprächsrunden und Ratgebermagazinen. Das Bewegtbild hinterlässt einen starken Eindruck beim Zuschauer und ist als Medienform nicht wegzudenken.<sup>102</sup> Im Verbund mit weiteren Lokalmedien (Zeitung, Radio, etc.) strukturiert es die Ganzheitlichkeit von Informationen, die die unmittelbare Umgebung betreffen. Lokales Fernsehen stärkt den intraregionalen Austausch und kann als Ausdruck von Heimatgefühl verstanden werden. Es stabilisiert und vergrößert den eigenen Aktionsradius, da es über die Region aufklärt und berichtet. Lokalfernsehen bietet im viel breiteren Maße die Möglichkeit, sich als Medienmacher auszuprobieren. Als Lernplattform sichert es eine fundierte Ausbildung und vermittelt Medienkompetenz. Davon sollten auch zukünftige Generationen profitieren können.

Auf wirtschaftlicher Ebene findet Lokalfernsehen zudem seine Daseinsberechtigung als Werbeträger. Gezielt platzierte Werbung wirkt sich geschäftsstärkend aus und erweitert den Kundenkreis. Das befriedigt nach Untersuchungen auch das Nutzerverhalten, von

---

<sup>102</sup> s. Tendenz: S. 4



dem nach sich 69% der Zuschauer lokale Werbung anschauen.<sup>103</sup> Dabei ist anzumerken, dass Lokalsender nicht ausschließlich als Werbeplattformen zu verstehen sind, allerdings einige Sender als solche fungieren. Dahinter steckt weniger die wirtschaftliche Orientierung der Unternehmen, die Werbung schalten, als die unausweichliche Tatsache, dass nur ausreichend Werbung einen Lokalsender finanzieren kann. Die daraus erhaltenen Gelder werden zur Refinanzierung zur Erstellung von qualitativen Beiträgen benötigt. Der Rechtfertigung von Lokalfernsehen liegt also folgendes Strukturproblem zugrunde: Wenn eine Abdeckung durch viele und ansprechende Beiträge im Sinne des Grundversorgungsauftrags erfolgen soll, bedarf es einer ausreichenden Finanzierung. Im heutigen Kontext kann diese nur durch das umfangreiche Schalten von Werbung erfolgen. Es ist allerdings nicht im Sinne des Mediums, Werbung in den Vordergrund zu stellen. Der Zugzwang, in dem sich die Lokalsender befinden, ist also mehr als deutlich.

Es gilt daher neue Ansätze zur Finanzierung von Lokalfernsehen zu finden, die sowohl die Grundständigkeit der Themenvielfalt sichern, als auch die Möglichkeit zur Schaltung von regionaler Werbung bieten. Diese beiden Komponenten müssen für eine weitere Daseinsberechtigung des Lokalfernsehens in Einklang gebracht werden.

## **5.2 Aussage über die identitätsstiftende Funktion des Lokalfernsehens**

Lokalfernsehen berichtet kleinteilig über eine Region. Es stellt anhand der Themenvielfalt heraus, wie abwechslungsreich die bewohnte Umgebung ist. Über die Dimension des Raumbezugs findet der Identifikationsprozess statt.<sup>104</sup> Es kann also gesagt werden, dass sich Lokalfernsehen auf die regionale Identität auswirkt. Als Grundvoraussetzung für das Verständnis einer Region gilt das darüber vorhandene Wissen. Je stärker die Kenntnis um Geschichte und kulturelle Ausprägung eines Ortes ausgebildet ist, desto intensiver läuft der Identifikationsprozess ab. In seiner Funktion als Vermittler von Informationen, erfüllt Lokalfernsehen diese Voraussetzung grundsätzlich.

Es ist davon auszugehen, dass eine Pluralität von Lokalsendern einen weitreichenden Effekt auf die Ausprägung von regionaler Identität hat. Im Sinne der genannten Voraussetzung, dass geschichtliches und aktuelles Wissen als Notwendigkeit für die regionale

---

<sup>103</sup> s. BLTV: [http://www.lokal-tv.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page\\_id=20](http://www.lokal-tv.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page_id=20) (08.08.2015 – 14:29)

<sup>104</sup> s. IHLE: S. 278

Identität verstanden wird, spielt das lokale Programm eine wichtige Rolle. Zum einen werden Geschehnisse einer Region festgehalten und damit für die Zukunft gesichert (bspw. in Archiven). Lokalfernsehen kann somit auch als Mittel zur Dokumentation von Geschichte verstanden werden. Da es über Themen berichtet, die sich in der unmittelbaren Umgebung abspielen, schafft es Nähe durch die direkte Vermittlung von Informationen. Dieser Punkt kann noch weitreichender aufgefasst werden: Durch den Austausch mit anderen Zuschauern über lokales Geschehen wird der Identitätsprozess noch weiter geführt. Das heißt, dass die Vermittlung von Lokalthemen nicht nur als Ordnung über die existierende Ereignisvielfalt zu verstehen ist. Die Themen erfahren über das eigentliche Zusehen hinaus Reflexion durch den Zuschauer (bspw. in Unterhaltungen mit Nachbarn in der Stammkneipe).

### **5.3 Aussage über die zukünftige Sicherung des lokalen TV-Journalismus**

Das Lokalfernsehen unterliegt der Veränderung im Nutzungsverhalten von Medien. In technischer Hinsicht ist der Aufbau von Online-Strukturen unausweichlich. Es geht dabei weniger um Konkurrenzfähigkeit, sondern vielmehr um das Zuschauerverhalten. Medien werden immer stärker über das Internet konsumiert. Um dieses Zuschauerverhalten zu befriedigen, müssen Lokalsender ihr Programm ebenfalls im Netz zugänglich machen. In den fortlaufenden Jahren wird der Zuschaueranteil, der Fernsehen nur über die gängigen TV-Verbreitungswege konsumiert, immer geringer. Das bringt nicht nur das Lokalfernsehen in die Position sich zusätzlich auszurichten. Auch die nationalen Sender sind davon betroffen. Allerdings unterliegen diese nicht den gleichen finanziellen Engpässen. Für die Bereitstellung von Inhalten im Internet, muss ein funktionierender Online-Apparat geschaffen werden. Dieser ist jedoch kostspielig. Da die momentane Finanzierungssituation vieler privater Lokalsender nicht einmal mehr das eigene Programm sichert, ist das davon ausgehen, dass die Investition für diese Medienerweiterung nicht ohne zusätzliche staatliche oder private Hilfe erfolgen kann.

Das Lokalfernsehen ist, nach seinem kontinuierlichen Anstieg bis ins Ende der 2000er, nun der grundsätzlichen Problematik gegenübergestellt, wie es sich weiter finanzieren soll. Von Seiten der Landesmedienanstalten und Bundesverbänden wird sich für die Bereitstellung zusätzlicher staatlicher Mittel ausgesprochen. Unter Berücksichtigung der Expertenaussagen, scheint eine zukünftige Sicherung des Lokalfernsehens ohne Förderung von Bund oder Ländern nicht möglich.

## 6 Schlussbetrachtung und Fazit

Die vorliegende Arbeit hat gezeigt, dass lokaler TV-Journalismus (insbesondere das Lokalfernsehen) eine Daseinsberechtigung besitzt und sich auf die regionale Identität auswirkt. Dies geschah zunächst mithilfe eines Überblicks über die Definitionsvielfalt. Darüber wurde eine Abgrenzung zum nationalen Fernsehen geschaffen und die Teilbereiche des lokalen TV-Journalismus wurden herausgearbeitet. Mit Blick auf den soziologischen und psychologischen Hintergrund der Begriffe ‚Region‘ und ‚Identität‘ wurde eine eigene Definition von regionaler Identität gegeben. Durch die Beschreibung der Entstehungs- und Verlaufsgeschichte des subnationalen Fernsehens, wurde eine Verständnisgrundlage für weitere Untersuchungen von Lokalfernsehen geschaffen. Der Auszug aus quantitativen Untersuchungen zu Sendervielfalt, Senderverteilung, Nutzungsgewohnheiten und Zuschauerstrukturen hat die Position von Lokalsendern dargestellt. Durch das Einbeziehen von Problemüberlegungen und Bewertungen aus Fachzeitschriften, konnten die (zukünftigen) Entwicklungsprobleme verdeutlicht werden. Aufgrund dieser Erkenntnisse wurde ein Fragebogen für das Experteninterview erstellt. Die formulierten Fragen ergaben sich aus zuvor gestellten Hypothesen. Die Auswertung der Fragen zeigt, dass die Grundhypothese bestätigt werden konnte. Die Interviewaussagen haben die Ausgangsfrage bejahend beantworten können und die Arbeit um weitere Argumente ergänzt. Abschließend wurden die zuvor geschaffenen Grundlagen mit der Fragebogenauswertung durch den Verfasser in einer Analyse zusammengeführt.

Schlussendlich ist festzuhalten, dass die Inhalte und die Machart des Lokalfernsehens nicht in allen Bevölkerungsteilen ihren Anklang finden mögen. Wohl aber spielt das Lokalfernsehen für die Identität vieler Zuschauer eine große Rolle. Ihm wohnt die Funktion von der Übermittlung lokaler Themen inne. Das stärkt das Zugehörigkeitsgefühl zur Region und macht diese besser erfahrbar. Es kann nicht der Anspruch erhoben werden, dass sich Lokalfernsehen mit der technischen Qualität der nationalen Sender vergleichen lässt. Die dafür notwendigen finanziellen Mittel können nicht allein durch die Werbeeinnahmen beschaffen werden. Jedoch haben lokale Programminhalte inhaltlich den Anspruch qualitativ zu sein. Und genau das wird bei den Zuschauern geschätzt. Um die Vielfältigkeit dieser Medienform weiterhin zu sichern, müssen neue Finanzierungsansätze geschaffen werden. Mit den Aussagen der LMA hinsichtlich einer staatlichen Förderung, wurde dies bereits getan. Es bleibt abzuwarten, ob sich diese Entwicklung vollzieht, bevor ein maßgeblicher Teil der Lokalsender seinen Finanzierungsdefiziten unterliegt und den Sendebetrieb endgültig einstellen muss.

## Literaturverzeichnis

- [o. V.]: Jahrbuch der Landesmedienanstalten 1999/2000. Privater Rundfunk in Deutschland, München 2000
- [o. V.]: mabb Geschäftsbericht 2007. Schwerpunktthema Lokales Fernsehen in Berlin-Brandenburg. [o. O.] 2007
- [o. V.]: NFO Infratest MediaResearch Analyse Ballungsräume. [o. O.] 2002
- [o. V.]: Lokaljournalismus. 2015. <https://de.wikipedia.org/wiki/Lokaljournalismus> (08.08.2015 - 17:00)
- BAYERISCHE LANDESZENTRALE FÜR NEUE MEDIEN: Tendenz. Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. [o. O.] Heft 2/2009
- BAYERISCHER RUNDFUNK: BR Media-Lexikon. Weitester Seherkreis (WSK). <https://www.br-media-radiotv.de/media-lexikon/eintrag/weitester-seherkreis-wsk/> (07.08.2015 – 01:01)
- BERNSTEIN, Patrick: Ballungsraumfernsehen in Deutschland. In KRUSE, Jörn (Hrsg.): Ökonomische Perspektiven des Fernsehens in Deutschland. München 2000
- BLOTEVOGEL, Hans: Auf dem Wege zu einer Theorie der Regionalität. Die Region als Forschungsobjekt der Geographie. In BRUNN, Gerhard (Hrsg.): Region und Regionsbildung in Europa. Konzeptionen der Forschung und empirischer Befunde. Wissenschaftliche Konferenz, Siegen 10. -11. Oktober 1995
- BUNDESVERBAND LOKALFERNSEHEN: Haushaltsabgabe. [http://www.lokal-tv.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page\\_id=23](http://www.lokal-tv.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page_id=23) (05.08.15 – 20:26)
- BUNDESVERBAND LOKALFERNSEHEN: Lokalfernsehen. Eine Entdeckung. [http://www.lokal-tv.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page\\_id=20](http://www.lokal-tv.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page_id=20) (08.08.2015 – 14:29)
- DEUTSCHLANDFUNK: Kleinere TV-Sender suchen neue Einnahmequellen. 2014. [http://www.deutschlandfunk.de/lokalfernsehen-kleine-tv-sender-suchen-neue-einnahmequellen.761.de.html?dram:article\\_id=274401](http://www.deutschlandfunk.de/lokalfernsehen-kleine-tv-sender-suchen-neue-einnahmequellen.761.de.html?dram:article_id=274401) (08.08.2015 – 11:52)
- DIE TAGESZEITUNG: Lokalfernsehen ist nicht CNN. 2013. <http://www.taz.de/!5068140/> (08.08.2015 – 12:37)

- DIGITALFERNSEHEN: Verband warnt vorm Sterben des Lokalfernsehens. 2014. <http://www.digitalfernsehen.de/Verband-warnt-vorm-Sterben-des-Lokalfernsehens.117136.0.html> (08.08.2015 - 03:27)
- DIGITALFERNSEHEN: Zahl der Fernsehsender in Deutschland stark rückläufig. 2014. <http://www.digitalfernsehen.de/Zahl-der-Fernsehsender-in-Deutschland-stark-ruecklaeufig.116996.0.html> (08.08.2015 - 02:55)
- GESELLSCHAFT FÜR KONSUMFORSCHUNG: Antworten auf ihre Standortfragen. <http://www.gfk.com/de/loesungen/geomarketing/Seiten/default.aspx> (05.08.15 – 19:10)
- HEYEN, Angelika / WAGNER, Kathrin: Lokales Fernsehen in Thüringen 1999. Eine Programmanalyse der Thüringer Landesmedienanstalt. München 2000
- HICKETHIER, Knut / HOFF, Peter: Geschichte des deutschen Fernsehens. Stuttgart 1998
- HOFFMANN-RIEM, Christa: Die Sozialforschung einer interpretativen Soziologie. Der Datengewinn. In: Kölner Zeitschriften für Soziologie und Sozialpsychologie. Auflg. 32, Köln 1980
- IHLE, Holger: Nationale und regionale Identität von Fernsehprogrammen. Eine Analyse der Programminhalte von ZDF, ORF 2, BR und MDR. Göttingen 2011
- LAND BAYERN: Das Land in Zahlen. <http://www.bayern.de/politik/bayern-in-zahlen/das-land-in-zahlen/> (05.08.2015 – 19:45)
- MEDIENANSTALT BERLIN BRANDENBURG: Lokales Fernsehen in Brandenburg. Das Programm. Die Zuschauer. Die Werbung. [o. O.] Ausg. 2007
- MATHES, Rainer / DONSBACH, Wolfgang: Rundfunk. In: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (Hrsg.): Das Fischer Lexikon Publizistik. Massenkommunikation. Frankfurt 2002
- MEUSER, Michael / NAGEL, Ulrike: Das Experteninterview. Wissenssoziologische Voraussetzungen und methodische Durchführung. In: FRIEBERTSHÄUSER, Barbara / PRENGEL, Annedore (Hrsg.): Handbuch Qualitative Methoden in der Erziehungswissenschaft. München 1997
- NAFZIGER, Rolf: Wirtschaftlichkeitsanalyse für Ballungsraumfernsehen. Modelltheoretische Untersuchungen aus Sicht potentieller Investoren. Wiesbaden 1997

- NIELSEN-BALLUNGSRAUM-ZEITUNGEN: Über uns. [http://www.nbrz.de/nbrz/ueber\\_uns](http://www.nbrz.de/nbrz/ueber_uns) (28.07.2015 - 17:43)
- ROSSE, James: The Evolution of One Newspaper Cities. Discussion Paper for the Federal Trade Commission Symposium on Media Concentration. In: COPAINE, Benjamin / COMERY, Douglas (Hrsg.): Who owns the Media. Competition and concentration in the mass media industry. Mahwah 2000
- SCHARPE, Klaus / GAFKE, Sabine: Wirtschaftlichkeitschancen für Ballungsraumfernsehen in der Region Rhein-Main. Ein Gutachten der Prognos AG. Im Auftrag der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR). Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 1, München 1996
- SPIEGELHAGEN, Edith: Statt Fernsehen. Stadtfernsehen. Lokale TV-Kanäle in Brandenburg. Eine Untersuchung von 15 in Brandenburger Kabelnetzen veranstalteten Stadtkanalprogrammen. Schriftenreihe der mabb, Bd. 4, Berlin 1996
- STATISTISCHES BUNDESAMT: Strukturdaten der Länder 2013. <https://www.govdata.de/suchen/-/details/de-bmbf-datenportal-bild-2> (05.08.2015 - 18:32)
- STEINMETZ, Rüdiger: Initiativen und Durchsetzung privat-kommerziellen Rundfunks. In: WILKE, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn 1999
- TREBBE, Joachim: Der Beitrag privater Lokalradio- und Lokalfernsehprogramme zur publizistischen Vielfalt. Eine Pilotstudie am bayerischen Senderstandort Augsburg. BLM Schriftenreihe Bd. 39, München 1996
- WEIGL, Michael: Was bedeutet Identität. Wie entsteht regionale Identität. Kompetenzforum Bayern 2008. Lebensqualität und Standortmanagement, Neuburg an der Donau 06. Juni 2008
- WIEGAND, André: Optimierung der Wirtschaftlichkeit regionaler und lokaler Fernsehsender. Regional- und Lokalfernsehen in Deutschland. Berlin 2004

---

# Anlagen

**Anlage 1:** Fragebogen ,Experteninterview‘

**Anlage 2:** Experteninterview ,Christian Batzlen‘ (29.07.2015)

**Anlage 3:** Experteninterview ,Holger Heinrich‘ (31.07.2015)

**Anlage 4:** Experteninterview ,Malte Thieme‘ (01.08.2015)

**Anlage 5:** Experteninterview ,Tim Thaler‘ (03.08.2015)

# Fragebogen ‚*Experteninterview*‘

## VOM LABSKAUS BIS ZUR LEDERHOSE

*Über die Daseinsberechtigung des lokalen TV-Journalismus in  
Deutschland und seine Bedeutung für die regionale Identität*

Inwiefern ist der lokale TV-Journalismus verantwortlich für das Herausbilden einer regionalen  
Identität und wie kann die Existenz dieser Berichterstattungsform begründet werden?

### BIOGRAFISCHE ANGABEN

Name	
Geburtsjahr	
Geburtsort	
Wohnort	
Ausbildung	
Beruf	
Akt. Tätigkeitsfeld	



**Anlage 1:** Fragebogen ‚Experteninterview‘

2/2

**FRAGEBOGEN**

<b>Frage 1:</b> Was bedeutet für Sie „lokal“? Was bedeutet für Sie „Identität“? <i>Geben Sie bitte eine eigene Definition an.</i>
<b>Frage 2:</b> Was macht „Lokalfernsehen“ für Sie aus? <i>Nennen Sie bitte Merkmale, die diese Fernsehform ihrer Meinung nach ausmachen.</i>
<b>Frage 3:</b> Wo ist „Lokalfernsehen“ möglich? Welchen Voraussetzungen bedarf es? Wie muss/müsste es aufgestellt sein? <i>Bitte bewerten Sie.</i>
<b>Frage 4:</b> Wie „lokal“ ist Deutschland? <i>Bitte bewerten Sie die Ausprägung regionalen Verständnisses in Deutschland.</i>
<b>Frage 5:</b> Wie ausgeprägt ist Deutschlands TV-Landschaft? (wenn Tendenz zu ‚ist ausgeprägt‘: Was sichert diese Diversität? Was nicht?) <i>Bitte bewerten Sie die Diversität der deutschen Fernsehlandschaft.</i>
<b>Frage 6:</b> Glauben Sie, dass sich die Vermittlung von lokalen Inhalten auf das Verständnis/ die Identität der jeweiligen Region auswirkt? <i>Bitte erklären Sie, ob ein wechselseitiges Bedingen erscheint oder nicht.</i>
<b>Frage 7:</b> Durch Ihre eigene Fernseherfahrung: Was loben Sie am Lokalfernsehen? Was kritisieren Sie? <i>Schildern Sie bitte kurz.</i>
<b>Frage 8:</b> Sehen Sie eine Notwendigkeit für die Förderung von lokalem Fernsehen und dessen Inhalten? <i>Geben Sie bitte eine Einschätzung.</i>
<b>Frage 9:</b> Treffen Sie bitte eine Aussage darüber, wie die Existenz von „Lokalfernsehen“ nachhaltig gefördert werden kann. Was muss dafür getan werden? <i>Fassen Sie bitte kurz zusammen.</i>

# Fragebogen ‚Experteninterview‘

## VOM LABSKAUS BIS ZUR LEDERHOSE

### *Über die Daseinsberechtigung des lokalen TV-Journalismus in Deutschland und seine Bedeutung für die regionale Identität*

Inwiefern ist der lokale TV-Journalismus verantwortlich für das Herausbilden einer regionalen Identität und wie kann die Existenz dieser Berichterstattungsform begründet werden?

#### BIOGRAFISCHE ANGABEN

Name	Christian Batzlen
Geburtsjahr	1986
Geburtsort	Friedrichshafen
Wohnort	Köln
Ausbildung	Journalistenschule + Bachelor of Science
Beruf	Journalist
Akt. Tätigkeitsfeld	Fernsehreporter

**Anlage 2:** Experteninterview ‚Christian Batzlen‘ (29.07.2015)

2/2

## FRAGEBOGEN

<b>Frage 1:</b> Was bedeutet für Sie „lokal“? Was bedeutet für Sie „Identität“? <i>Geben Sie bitte eine eigene Definition an.</i>
Die räumliche Größe von „lokal“ ist für mich variabel. Die Grenze zieht aber der Kontext, in dem berichtet wird (Stadtteil vs. Großstadt). Identität ist für mich eine Beschreibung, ein Kennenlernen, ein Wissen um vielleicht bestimmte Charakterzüge, welche Nähe schaffen.
<b>Frage 2:</b> Was macht „Lokalfernsehen“ für Sie aus? <i>Nennen Sie bitte Merkmale, die diese Fernsehform ihrer Meinung nach ausmachen.</i>
Es verschafft mir die Möglichkeiten meinen persönlichen Wirkungs- und Aktionsradius besser kennenzulernen – meinen lokalen Radius. Es schafft so einen Mehrwert. Es ist nah am Menschen und an seinen Zuschauern.
<b>Frage 3:</b> Wo ist „Lokalfernsehen“ möglich? Welchen Voraussetzungen bedarf es? Wie muss/müsste es aufgestellt sein? <i>Bitte bewerten Sie.</i>
Kommt auf den Kontext an. Dort wo man genug Geschichten und Inhalte findet, um ausreichend Zuschauer damit zu füttern. Regionale und lokale Werbung fänden eine Plattform. Beiträge müssten zur Refinanzierung zeitloser gestaltet sein und online stattfinden.
<b>Frage 4:</b> Wie „lokal“ ist Deutschland? <i>Bitte bewerten Sie die Ausprägung regionalen Verständnisses in Deutschland.</i>
Eher stark regional, außer in Ballungsräumen lokal.
<b>Frage 5:</b> Wie ausgeprägt ist Deutschlands TV-Landschaft? (wenn Tendenz zu ‚ist ausgeprägt‘: Was sichert diese Diversität? Was nicht?) <i>Bitte bewerten Sie die Diversität der deutschen Fernsehlandschaft.</i>
Regionale und lokale Berichterstattung finden für mich nur im öffentlich-rechtlichen Fernsehen statt – auch aus Kostengründen. Nur der Rundfunkbeitrag sichert diese.
<b>Frage 6:</b> Glauben Sie, dass sich die Vermittlung von lokalen Inhalten auf das Verständnis/ die Identität der jeweiligen Region auswirkt? <i>Bitte erklären Sie, ob ein wechselseitiges Bedingen erscheint oder nicht.</i>
Das Lokalfernsehen ist Stimme des Lokalen und wo sie gehört wird, beeinflusst sie, indem sie informiert. Das ist doch die Aufgabe von uns Journalisten. Also ja, auf jeden Fall, sofern das Programm aber auch Beachtung findet, was ja beim Lokalfernsehen nicht vorprogrammiert ist wie bei der Weltpolitik.
<b>Frage 7:</b> Durch Ihre eigene Fernseherfahrung: Was loben Sie am Lokalfernsehen? Was kritisieren Sie? <i>Schildern Sie bitte kurz.</i>
Ich schaue kein Lokalfernsehen, informiere mich aber online und in dem Fall auch multimedial über meinen persönlichen Aktionskreis.
<b>Frage 8:</b> Sehen Sie eine Notwendigkeit für die Förderung von lokalem Fernsehen und dessen Inhalten? <i>Geben Sie bitte eine Einschätzung.</i>
Man sollte lokale Onlinenachrichten fördern, allerdings nicht speziell das Fernsehen. Bewegtbild sollte ein Teil davon sein.
<b>Frage 9:</b> Treffen Sie bitte eine Aussage darüber, wie die Existenz von „Lokalfernsehen“ nachhaltig gefördert werden kann. Was muss dafür getan werden? <i>Fassen Sie bitte kurz zusammen.</i>
Lokale Nachrichten müssen online stattfinden. Beiträge müssten zur Refinanzierung durch Werbung zeitloser gestaltet sein, um so aktuelle zu finanzieren. Mit Tagesgeschäft alleine dürfte im Lokalen keine Kuh zu gewinnen sein.

# Fragebogen ‚Experteninterview‘

## VOM LABSKAUS BIS ZUR LEDERHOSE

### *Über die Daseinsberechtigung des lokalen TV-Journalismus in Deutschland und seine Bedeutung für die regionale Identität*

Inwiefern ist der lokale TV-Journalismus verantwortlich für das Herausbilden einer regionalen Identität und wie kann die Existenz dieser Berichterstattungsform begründet werden?

#### BIOGRAFISCHE ANGABEN

Name	Holger Heinrich
Geburtsjahr	1967
Geburtsort	Berlin
Wohnort	Berlin
Ausbildung	Studium (M.A. – Publizistik)
Beruf	Regisseur
Akt. Tätigkeitsfeld	Regie u. Studienleiter

**Anlage 3: Experteninterview ‚Holger Heinrich‘ (31.07.2015)**

2/5

## FRAGEBOGEN

**Frage 1:** Was bedeutet für Sie „lokal“? Was bedeutet für Sie „Identität“? *Geben Sie bitte eine eigene Definition an.*

Als Berliner bedeutet für mich „Lokal“ eine Trinkwirtschaft. Ein Treffpunkt, ein Ort, wo Leute aus einem ziemlich engen Kreis zusammentreffen und sich über ihre Probleme unterhalten.

*(Nachfrage Interviewer: Was bedeutet es als Adjektiv?)*

Ich würde sagen Austausch. Für Menschen, die aufeinander treffen ist das die Möglichkeit sich auszutauschen. Vermittlung von Problemen oder Ideen. Auf Leute treffen.

Identität ist für mich die Ausdrucksform einer Lebensweise. Ich habe eine Identität über meinen Lebensraum, über meine Familie erhalten und lebe das weiter. Das heißt, sowohl die Sprache, als auch Handlungen, wie Hobbys, Freizeitgestaltung, Kultur. All das ist die Form der Identität, die mir mitgegeben wurde.

**Frage 2:** Was macht „Lokalfernsehen“ für Sie aus? *Nennen Sie bitte Merkmale, die diese Fernsehform ihrer Meinung nach ausmachen.*

Für mich ist Lokalfernsehen immer ein sehr spannender Ansatz, weil man auf Sachen trifft, die das große Fernsehen nicht abdecken kann. Bleiben wir bei dem Beispiel ‚Kneipe‘: Lokalfernsehen ist in der Lage zu berichten, dass eine der wichtigsten Trinkhallen zumacht, weil ein sanierungswütiger ‚Gentrifizierer‘ kommt und das Lokal schließt. Lokalfernsehen hat den Vorteil, noch dichter an den Menschen sein zu können und damit wirklich die Probleme, die einen selbst, um die Ecke, am Supermarkt, in der Kneipe, beschäftigen (behandeln zu können).

**Frage 3:** Wo ist „Lokalfernsehen“ möglich? Welchen Voraussetzungen bedarf es? Wie muss/müsste es aufgestellt sein? *Bitte bewerten Sie.*

*(Nachfrage Experte: Ist das technisch oder inhaltlich gemeint?)*

*(Antwort Interviewer: Sowohl als auch.)*

Lokalfernsehen ist in der heutigen Zeit überall und immer möglich, weil wir das Internet haben. Sie reden speziell von Fernsehen und Fernsehen ist nach wie vor ein Vorgang, der immer weniger wird. Wir haben On-Demand Angebote - das ist vielleicht auch die neue Chance von Lokalfernsehen. Einfach Sachen ins Netz zu stellen, die auch immer wieder abrufbar sind. Die Voraussetzungen sind eigentlich schwierig, weil Fernsehen kostet Geld. Je kleiner ein Lokalsender ist, desto weniger finanzielle Mittel wird er haben. D.h. er wird dementsprechend die Möglichkeiten, die sich inhaltlich anbieten, gar nicht abdecken können. Das fängt an bei Werbung, Aufmerksamkeit auf seinen Sender zu richten. Wir wissen, dass die Lokalsender in den einzelnen Bundesländern wenig gesehen werden, weil sie auch den Anspruch haben eine gesamte Breite abzudecken. Das ist immer das Problem, weil da natürlich Sachen auftauchen, mit denen man sich nicht unbedingt identifiziert oder die einem fremd vorkommen. Wenn ich das richtig im Kopf habe, muss Lokalfernsehen auch jedem die Möglichkeit geben, dort seine Informationen oder seine Ideen zu veröffentlichen. Das ist immer das Problem, wo ja in Hamburg und Berlin schon Gegenprojekte laufen in den jeweiligen Sendern.

Ich finde die Ansätze, die mit ‚Tide‘ in Hamburg und mit ‚ALEX‘ in Berlin laufen, gehen den völlig richtigen Weg. D.h. eine Art Programmschema zu entwickeln. Die Leute verlässlich mit Informationen auszustatten. Verlässlichkeit in der Programmstruktur. Es soll weiterhin jeder die Möglichkeit haben, seine Sachen dort zu veröffentlichen. Ich glaube, dass die lokalen Informationen, die fast auf den Bezirk runtergebrochen werden können, der USP (engl. für Alleinstellungsmerkmal) sind. Ich glaube, dass ist das Wichtigste. Daran müsste man arbeiten, das müsste man versuchen auch in der Kommunikation nach außen zu vermitteln.

**Anlage 3: Experteninterview ‚Holger Heinrich‘ (31.07.2015)**

3/5

**Frage 4:** Wie „lokal“ ist Deutschland? Bitte bewerten Sie die Ausprägung regionalen Verständnisses in Deutschland.

Ich glaube, dass im Zuge von Europa der lokale Bezug immer stärker wird. Das ist für mich gar kein Widerspruch. Die Politik hat entschieden, dass viele Länder enger zusammenrücken sollen und daraus ein großes Europa wird. An dieser Idee ist auch überhaupt nichts zu rütteln. Ich glaube aber, um als Person eine Identifizierung oder eine Identität zu haben, wird der lokale Gedanke immer größer. Immer mehr Leute denken darüber nach, nur noch lokale Produkte einzukaufen, sich auch lokal zu bewegen. Unsere Kinder waren schon in Amerika, kennen aber die Stadt Brandenburg noch nicht. Ich glaube, dass dieser Gedanke, sich in seinem eigenen Umkreis von 50 km bis 100 km zu bewegen, eher steigen wird, als dass er sinken wird.

**Frage 5:** Wie ausgeprägt ist Deutschlands TV-Landschaft? (wenn Tendenz zu ‚ist ausgeprägt‘: Was sichert diese Diversität? Was nicht?) Bitte bewerten Sie die Diversität der deutschen Fernsehlandschaft.

*(Nachfrage Experte: Die gesamten TV-Landschaft? Nicht lokal, sondern gesamt?)*

*(Antwort Interviewer: Ja.)*

Die deutsche Fernsehlandschaft ist extrem ausgeprägt und extrem unterschiedlich. Auf den ersten Blick. Das Privatfernsehen hat Ende der 80er Jahre seinen Start gehabt und hat die Landschaft in Deutschland extrem verändert. Die Unterschiedlichkeit der einzelnen Sender wird immer geringer. Selbst die Öffentlich-Rechtlichen versuchen privates Fernsehen zu machen, weil sie merken, dass die privaten Sender mit ihren Formaten erfolgreich sind. Sie aber natürlich trotzdem den Bildungsauftrag haben und damit in einer Zwickmühle sind. Der Unterschied zwischen den einzelnen Sendeanstalten wird in meinen Augen immer geringer. Die Abgrenzung findet eigentlich nicht mehr im Programm statt, sondern eher über andere Maßnahmen. Über Sonderaktionen. Die Sender versuchen es mittlerweile mit Pay-TV. Die Privaten dürfen es, die ÖFR noch nicht. Sie versuchen auch selbst das lineare Fernsehen langsam zu unterlaufen. Das wird der USP werden, eventuell. Und die Sender versuchen sich im Einzelnen speziellen auszuprägen. Der eine Sender versucht Krimis mehr in den Vordergrund zu stellen, der andere Sender Serien, der andere ist eher der Show-Sender. Dass man da versucht sich ein bisschen zu unterscheiden. Die Herangehensweise aber ist fast identisch.

*(Nachfrage Interviewer: Wie bewerten Sie diese Diversität auf horizontaler Ebene? Die großen Sender gegenüber gestellt von den kleinen Sendern?)*

Dass die kleinen Sender die Chancen haben, sich über ein anderes Programm abzugrenzen. Die großen Sender versuchen eine große Zielgruppe zu erreichen und müssen sich dementsprechend breit aufstellen und sind damit eigentlich in einer Falle. Die kleineren Sender haben die Möglichkeit Probleme anzusprechen, die in den großen Sendern gar keinen Zuspruch oder Wahrnehmung haben. Das ist für mich der Vorteil von Lokalsendern. Selbst Sender wie der ‚RBB‘, den ich persönlich schrecklich finde - Leute wie meine Eltern gucken das, weil sie sich über ihre Stadt informiert fühlen. Und das geht bei ‚RTL‘ oder ‚Sat.1‘ natürlich nicht.

*(Nachfrage Interviewer: Auch auf politischer Ebene – Was könnte die Diversität der Lokalsendervielfalt sichern?)*

Das duale RF-System hat durch Gesetzesvorgaben nach wie vor Bestand. Ich finde ein komplett privat organisiertes Fernsehen schrecklich. Ich glaube, dass der Staat mit seinen Landesrundfunkgesetzen dafür sorgen muss, dass es lokale Sener geben muss. Wie auch immer sie finanziert werden. Das ist nochmal ein anderes Problem. Die Bereitstellung von finanziellen Mitteln über die Regierung und die Länder ist für mich unabdingbar.

**Anlage 3:** Experteninterview ‚Holger Heinrich‘ (31.07.2015)

4/5

**Frage 6:** Glauben Sie, dass sich die Vermittlung von lokalen Inhalten auf das Verständnis/ die Identität der jeweiligen Region auswirkt? Bitte erklären Sie, ob ein wechselseitiges Bedingen erscheint oder nicht.

Ich glaube, dass es das natürlich tut. „Act global, think local.“ Ich glaube, dass die Identitätsförderung durch lokale Fernsehsender ganz klar vorangetrieben wird. Das Problem ist nur, dass sie kaum wahrgenommen wird. Die Themen, über die dort berichtet werden, betreffen tatsächlich den Menschen um die Ecke. Das ist etwas, mit dem man sich immer auseinandersetzen wird. Lokale Tageszeitungen funktionieren ja im Grunde genommen auch so. Und wenn ich das richtig beobachtet habe, (erfahren sie) auch einen Zulauf. Ich glaube, das ist eine echte Chance. Vor allem im Rahmen dieser Globalisierung und Europäisierung, dass das Lokale immer wichtiger wird und dadurch zum Verständnis (beiträgt). Ich glaube auch, dass z.B. Migration viel besser aufgearbeitet werden könnte in solchen Sendern.

*(Nachfrage Interviewer: Sie haben zum Vergleich die lokalen Tageszeitungen genannt. Dort beträgt der Anteil der Lokalredakteure ca. 60%, beim Fernsehen hingegen nur 9%. Können Sie sich diesen Unterschied zwischen Print und Bewegtbild erklären?)*

Ja. Ein Großteil der Fernsehlandschaft ist entstanden aus Deutschland raus und runtergebrochen. Zeitungen haben sich meiner Meinung nach aus den Städten raus entwickelt, zu überregionalen Zeitungen. Dadurch ist der Fokus, der Start der Zeitungen einfach ein anderer gewesen. Wir haben die ‚Berliner Morgenpost‘ oder die Münchener Zeitungen, die sich dann plötzlich bundesweit verbreitet haben. Insofern ist das nachvollziehbar, aber auch schade, weil die Fernsehlandschaft sich immer mit globalen oder nationalen Themen beschäftigt und sehr selten mit lokalen. Deswegen bleibt Tageszeitung auch ein wichtiges Medium, ob nun digital oder gedruckt.

**Frage 7:** Durch Ihre eigene Fernseherfahrung: Was loben Sie am Lokalfernsehen? Was kritisieren Sie? Schildern Sie bitte kurz.

Lokalfernsehen ist ja für viele Leute, gerade junge Leute, eine Teststrecke. Dadurch ist Lokalfernsehen auf der einen Seite eine Chance für die, die drin arbeiten wollen. Aber oft auch eine Herausforderung für die Zuschauer, das manchmal zu ‚ertragen‘. Lokalfernsehen hat den Charme des Einfachen. Die technischen Anforderungen, so habe ich das Gefühl, werden aber nur am Rande erfüllt. Das macht es auch zum Problem für die Lokalsender, weil Sehgewohnheiten sich eben eingeprägt haben. Eine Show sieht aus wie eine Show – mit Rums, Licht, Nebel und Jingle. Nachrichten sind wirklich groß aufgemacht. Da haben die lokalen Sender nicht die Chance (zu), weil sie auch die finanziellen Mittel nicht haben.

**Anlage 3:** Experteninterview ‚Holger Heinrich‘ (31.07.2015)

5/5

**Frage 8:** Sehen Sie eine Notwendigkeit für die Förderung von lokalem Fernsehen und dessen Inhalten? *Geben Sie bitte eine Einschätzung.*

Lokale Fernsehsender wären ohne vorgegebene Gesetze sicherlich nicht überlebensfähig. Sie brauchen die finanzielle Unterstützung vom Bund oder von den jeweiligen Ländern. Ohne dies würde es nicht möglich sein, lokales Fernsehen aufrecht zu erhalten. Das ist ganz klar. Es gibt in einigen Bundesländern private, lokale Fernsehsender und auch Radiosender. Das kann nicht die Lösung sein, wenn man sich das anschaut. Das funktioniert eigentlich nicht. Und das ist es eben Privatfernsehen, das ist auch nochmal etwas anderes, als die vom Bund zugelassenen Lizenzen. Da würde ich im Grunde genommen nochmal unterscheiden zu den privaten Lizenzen. Aber seriöse lokale Fernsehsender zu etablieren, das würde es ohne Steuergelder oder Förderung nicht geben.

*(Nachfrage Interviewer: Die Arbeit beschäftigt sich mit privaten Lokalsendern und am Rande mit den Lokalsendern der ÖFR. Es gibt etablierte Lokalsender, mit einer Reichweite zw. 3 und 6 Mio. Zuschauern. Wenn Sie sich das zum Vergleich mit den ÖFR Lokalsendern nehmen – wo sehen Sie da die Notwendig nach Förderung?)*

Ich bin ein Typ der Marktwirtschaft. Wenn das tatsächlich nicht zu einer reinen Werbeplattform für den Fleischer um die Ecke und für den Rollercoaster-Betreiber eines Vergnügungsparks wird, ist das in meinen Augen zu unterstützen. Ich finde nach wie vor Vielfalt extrem wichtig. Wenn es gelingt auch privat organisiert solche Fernsehsendeanstalten am Leben zu erhalten, ist das wichtig. Auch weil da Jobs dran hängen. Man sieht an ‚TV.Berlin‘ wie schwer das ist, die haben alle zwei Jahre einen neuen Gesellschafter. (Es ist wichtig), dass die sich im Markt etablieren. Auch da finde ich im Lokalfernsehen den dualen Rundfunk im Grunde genommen wichtig.

**Frage 9:** Treffen Sie bitte eine Aussage darüber, wie die Existenz von „Lokalfernsehen“ nachhaltig gefördert werden kann. Was muss dafür getan werden? *Fassen Sie bitte kurz zusammen.*

Es ist die finanzielle Ausstattung, wie solche Sender betrieben werden müssen. Wir sehen es an den jeweiligen Sendern, mit welchen Mitteln die ein Programm machen müssen. Das ist sensationell, was die letztendlich für einen Output haben. Nachhaltig gefördert werden kann es im Grunde genommen nur, wenn die Verträge ein bestimmtes Budget zur Verfügung stellen, mit dem man dann gucken kann, wie das sinnvoll eingesetzt wird. Ich glaube aber auch, dass Lokalfernsehen sich ganz klar an der digitalen Welt orientieren muss, um dort auch diesen ganzen abrufbaren Content zur Verfügung zu stellen. Was natürlich auch Geld kostet. Da müssen Server her und so etwas alles. Insofern ist die Existenz, um sie langfristig zu sichern, immer davon abhängig wie die finanziellen Mittel zur Verfügung gestellt werden.



# Fragebogen ‚Experteninterview‘

## VOM LABSKAUS BIS ZUR LEDERHOSE

*Über die Daseinsberechtigung des lokalen TV-Journalismus in  
Deutschland und seine Bedeutung für die regionale Identität*

Inwiefern ist der lokale TV-Journalismus verantwortlich für das Herausbilden einer regionalen  
Identität und wie kann die Existenz dieser Berichterstattungsform begründet werden?

### BIOGRAFISCHE ANGABEN

Name	Malte Thieme
Geburtsjahr	1987
Geburtsort	Berlin
Wohnort	Berlin
Ausbildung	Bachelor of Arts
Beruf	Online Video Marketing
Akt. Tätigkeitsfeld	Leitung Video Content ALEX Offener Kanal Berlin

**Anlage 4:** Experteninterview ‚Malte Thieme‘ (01.08.2015)

2/3

## FRAGEBOGEN

**Frage 1:** Was bedeutet für Sie „lokal“? Was bedeutet für Sie „Identität“? *Geben Sie bitte eine eigene Definition an.*

Lokal ist für mich die Bezeichnung für einen örtlich beschränkten Raum bzw. ein Ereignis. Unter Identität verstehe ich die Echtheit einer Person oder einer Sache; völlige Übereinstimmung mit dem, was sie ist oder als was sie bezeichnet wird.

**Frage 2:** Was macht „Lokalfernsehen“ für Sie aus? *Nennen Sie bitte Merkmale, die diese Fernsehform ihrer Meinung nach ausmachen.*

Lokalfernsehen bietet dem Bürger eine Übersicht über seinen unmittelbaren Lebensraum. Durch das Lokalfernsehen kann sich der Bürger mit seiner Umgebung authentifizieren. Es erlaubt ihm aktuelle Informationen zu konsumieren, die für ihn und seinen Alltag wichtig sein können. Lokalfernsehen bietet eine Grundlage für den täglichen Austausch von Meinungen und Ansichten unter den Bürgern.

Merkmale: Stärkung des lokalen Heimatgefühls, Meinungsmacher, authentisch, aktuell

**Frage 3:** Wo ist „Lokalfernsehen“ möglich? Welchen Voraussetzungen bedarf es? Wie muss/müsste es aufgestellt sein? *Bitte bewerten Sie.*

Lokalfernsehen ist grundsätzlich überall in Deutschland möglich. Es ist aber prädestiniert für Ballungsgebiete mit einer hohen Bevölkerungsdichte, wie Berlin, Frankfurt, München. In diesen Ballungszentren kann das Lokalfernsehen eine breite Interessengruppe ansprechen, indem es direkt von vor Ort über aktuelle lokale Inhalte berichtet. Die potentielle Zuseherschaft von 250.000 bis 500.000 sollte nicht unterschritten werden. Es sollte eine homogene Zuschauerstruktur aus sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Interessen vorherrschen, damit lokales Fernsehen für alle Zuschauer im Sendegebiet interessant bleibt.

**Frage 4:** Wie „lokal“ ist Deutschland? *Bitte bewerten Sie die Ausprägung regionalen Verständnisses in Deutschland.*

Lokalfernsehen ist in Deutschland immer noch sehr verbreitet. Es gibt im ganzen Bundesgebiet lokale TV-Sender. Zu den Bundesländern mit einer ausgeprägten Regional-TV-Sender Kultur zählen in den alten Bundesländern vor allem Bayern, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. In den neuen Bundesländern sind es vor allem Sachsen, Brandenburg, Thüringen, Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern, die über eine hohe Dichte an Lokalfernsehen verfügen.

**Frage 5:** Wie ausgeprägt ist Deutschlands TV-Landschaft? (wenn Tendenz zu ‚ist ausgeprägt‘: Was sichert diese Diversität? Was nicht?) *Bitte bewerten Sie die Diversität der deutschen Fernsehlandschaft.*

Die deutsche TV-Landschaft ist sehr ausgeprägt. In den letzten Jahren kam es nur noch zu einer Vernischung der TV-Inhalte. Große TV-Sender wie Pro7 und RTL versuchen mit neuen Spartenkanälen einen Zugewinn der Reichweite zu realisieren. Der gesamte TV-Markt stagniert in seiner Größe. Mittlerweile gibt es für jedes Genre und Affinitäten-Gruppe einen eigenen Sender mit Vollprogramm. Die Programminhalte bei Regional und Lokal-TV Sendern unterscheiden sich im Bundesgebiet nur minimal. Jeder Sender legt Wert auf eine ausführliche Berichterstattung der Region im Sendegebiet.

**Anlage 4:** Experteninterview ‚Malte Thieme‘ (01.08.2015)

3/3

**Frage 6:** Glauben Sie, dass sich die Vermittlung von lokalen Inhalten auf das Verständnis/ die Identität der jeweiligen Region auswirkt? *Bitte erklären Sie, ob ein wechselseitiges Bedingen erscheint oder nicht.*

Die Berichterstattung lokaler Inhalte hat eine erhebliche Auswirkung auf das lokale Verständnis. Erst wenn man durch lokales Fernsehen das gesamte Spektrum einer Region vermittelt bekommt, kann man sich über die Zeit mit dieser identifizieren. Dieses gilt vor allem für Bürger, die gerade in die Region des Lokalfernsehens gezogen sind. Sie können durch das TV-Angebot schnell Ortskundig werden und sich dadurch zügiger integrieren. Der Empfang von Lokalfernsehen über das Internet kann selbst weggezogenen Bürgern stets eine Heimatverbundenheit mit der Region garantieren.

**Frage 7:** Durch Ihre eigene Fernseherfahrung: Was loben Sie am Lokalfernsehen? Was kritisieren Sie? *Schildern Sie bitte kurz.*

Lokalfernsehen sichert das Heimatgefühl einer Region. Ereignisse von lokalem Interesse können durch Lokal-TV abgebildet werden, die sonst nicht relevant wären für ein bundesweites Publikum. Lokale Ereignisse können bildlich festgehalten und archiviert werden. Somit ist es möglich zeitgeschichtliche Ereignisse in der Zukunft bildlich zu belegen und abzuspielen. Lokalfernsehen muss für mich am Puls der Zeit bleiben und wirklich informative und interessante Geschichten aus der Region bringen. Inhalte von bundesweiten Interesse werden von wesentlich größeren Sendern recherchiert. Nur durch eine Vernischung lokaler Inhalte hat das Lokalfernsehen auch im Internetzeitalter eine gute Überlebenschance.

**Frage 8:** Sehen Sie eine Notwendigkeit für die Förderung von lokalem Fernsehen und dessen Inhalten? *Geben Sie bitte eine Einschätzung.*

Lokale Inhalte müssen Förderung erfahren. Qualitative Inhalte brauchen Geld für die Umsetzung. Lokale Sender können sich nicht nur über Werbung finanzieren, da der potentielle Zuschauerkreis meist zu klein ist. Für das Zusammenleben einer Region ist ein gut aufgestellter Lokalsender eine Möglichkeit, lokale Inhalte von allgemeinem Interesse nachhaltig zu fördern.

**Frage 9:** Treffen Sie bitte eine Aussage darüber, wie die Existenz von „Lokalfernsehen“ nachhaltig gefördert werden kann. Was muss dafür getan werden? *Fassen Sie bitte kurz zusammen.*

Lokalfernsehen hat eine Berechtigung, wenn es geschaut wird. Gut gemachte Inhalte werden lokal zwangsläufig geschaut. Das Problem ist nur, dass die Lokal-TV-Inhalte auffindbar sein müssen. Eine Sendereinspeisung über Kabel, DVB-T oder Satellit muss gewährleistet sein. Zusätzlich muss Lokalfernsehen im Sendegebiet über Werbekanäle, wie Zeitungsanzeigen vermarktet und angepriesen werden. Personen in der Region sollten auch wissen, dass es eine solche Institution in ihrem Gebiet gibt.

# Fragebogen ‚*Experteninterview*‘

## VOM LABSKAUS BIS ZUR LEDERHOSE

### *Über die Daseinsberechtigung des lokalen TV-Journalismus in Deutschland und seine Bedeutung für die regionale Identität*

Inwiefern ist der lokale TV-Journalismus verantwortlich für das Herausbilden einer regionalen Identität und wie kann die Existenz dieser Berichterstattungsform begründet werden?

#### BIOGRAFISCHE ANGABEN

Name	Tim Thaler
Geburtsjahr	1975
Geburtsort	Münster
Wohnort	Berlin
Ausbildung	
Beruf	Honorar-Dozent
Akt. Tätigkeitsfeld	Medien

**Anlage 5:** Experteninterview ‚Tim Thaler‘ (03.08.2015)

2/3

## FRAGEBOGEN

<b>Frage 1:</b> Was bedeutet für Sie „lokal“? Was bedeutet für Sie „Identität“? <i>Geben Sie bitte eine eigene Definition an.</i>
<p>Lokal bedeutet für mich im nächsten Umfeld erfahrbar. Dieses Umfeld definiert sich auf der einen Seite räumlich, aber beispielsweise auch durch die Auswahl der Freunde, die ich in sozialen Netzwerken beachte.</p> <p>Die Identität unterscheidet sich heute in reale und mediale Identität. Im Konsum wird dabei oftmals nicht mehr deutlich unterschieden, in der Produktion von Inhalten wird klarer getrennt.</p>
<b>Frage 2:</b> Was macht „Lokalfernsehen“ für Sie aus? <i>Nennen Sie bitte Merkmale, die diese Fernsehform ihrer Meinung nach ausmachen.</i>
Lokalfernsehen bearbeitet die Themen, die für überregionale Anbieter zu unwichtig erscheinen. Lokaler Rundfunk gibt den Menschen ein Forum, die sonst kaum mediale Beachtung finden würden. Der Lokalrundfunk schafft so maßgeblich die Identität eines Kreises.
<b>Frage 3:</b> Wo ist „Lokalfernsehen“ möglich? Welchen Voraussetzungen bedarf es? Wie muss/müsste es aufgestellt sein? <i>Bitte bewerten Sie.</i>
Es braucht eine feste Struktur (wie auch immer die aussehen mag). Wenn es eine finanzielle Absicherung gibt, kann ein personeller wie auch technischer Apparat geschaffen werden. Gibt es keine oder eine nicht ausreichende Finanzierung ist ein hohes Maß an Identifikation mit dem Sender von Nöten, denn dann muss viel auf ehrenamtliche Tätigkeiten gesetzt werden.
<b>Frage 4:</b> Wie „lokal“ ist Deutschland? <i>Bitte bewerten Sie die Ausprägung regionalen Verständnisses in Deutschland.</i>
Medial immer weniger (deutliche Entwicklung zu „Ein-Zeitungs-Kreisen“). Darüber hinaus besteht meiner Meinung nach immer noch eine hohe regionale Bindung vor allem der „älteren Generation“. Bei den „Abgewanderten“ lässt diese Bindung nach ein paar Jahren nach.
<b>Frage 5:</b> Wie ausgeprägt ist Deutschlands TV-Landschaft? (wenn Tendenz zu ‚ist ausgeprägt‘: Was sichert diese Diversität? Was nicht?) <i>Bitte bewerten Sie die Diversität der deutschen Fernsehlandschaft.</i>
„eher ausgeprägt“ – die Abdeckung durch die Regionalprogramme finde ich persönlich befriedigend. Meiner Meinung nach sollte jedoch mehr in Ausbildungs-Rundfunk investiert werden, um dadurch auch die „noch kleineren Themen“ (zu klein für die dritten Programme) abdecken zu können.
<b>Frage 6:</b> Glauben Sie, dass sich die Vermittlung von lokalen Inhalten auf das Verständnis/ die Identität der jeweiligen Region auswirkt? <i>Bitte erklären Sie, ob ein wechselseitiges Bedingen erscheint oder nicht.</i>
Auf jeden Fall. Meiner Meinung nach jedoch oftmals eher ein- als wechselseitig.
<b>Frage 7:</b> Durch Ihre eigene Fernseherfahrung: Was loben Sie am Lokalfernsehen? Was kritisieren Sie? <i>Schildern Sie bitte kurz.</i>
<p>Lob: das Themenspektrum</p> <p>Kritik: oftmals gezwungenermaßen ein eher kommerzielles Denken</p>
<b>Frage 8:</b> Sehen Sie eine Notwendigkeit für die Förderung von lokalem Fernsehen und dessen Inhalten? <i>Geben Sie bitte eine Einschätzung.</i>
Ja, gerade im Ausbildungsbereich und bei kleinen Kreisen.

**Anlage 5:** Experteninterview ‚Tim Thaler‘ (03.08.2015)

3/3

**Frage 9:** Treffen Sie bitte eine Aussage darüber, wie die Existenz von „Lokalfernsehen“ nachhaltig gefördert werden kann. Was muss dafür getan werden? *Fassen Sie bitte kurz zusammen.*

Lehrredaktionen schaffen, mehrere, kleine Studios in kleinen Kreisen gründen, Hilfe beim Erschaffen eines unabhängigen Informationspools für all diese Studios.

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Berlin, 10.08.2015

Laurenz Karl Heinrich Klespe