

**TLM-Schriftenreihe Band 14**  
**„Ein Medium setzt sich durch – Das lokale Fernsehen in Thüringen**  
**Reichweite und Akzeptanz“**

**- Auszug -**

**Vorwort**

In Thüringen gibt es derzeit knapp 20 lokale Fernsehprogramme, von denen die größten eine technische Reichweite zwischen 25.000 und 70.000 Haushalten haben. Die Programm- und die Informationsleistung dieser Sender hatte die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) bereits 1999 in einer Programmanalyse umfassend erfasst, beschrieben und bewertet. Sie zeigte vor allem, dass sich in nur drei Jahren eine überaus vielfältige Lokalfernsehlandschaft entwickelt hat, die durch ein breites Angebotsspektrum gekennzeichnet ist. Ein vollständiges Bild ergibt sich jedoch erst, wenn neben dem Programmangebot auch Akzeptanz, Nutzung und Bewertung der lokalen Programme durch die Zuschauer berücksichtigt werden.

Im November 2000 beauftragte die TLM deshalb die „fokos“ – Medienforschung (Rheinbach) mit der Durchführung einer Reichweiten- und Akzeptanzuntersuchung zum lokalen Fernsehen in Thüringen. Die Studie sollte nicht nur Aufschluss über die Akzeptanz dieses Angebots geben, sondern den Veranstaltern zugleich eine gesicherte Grundlage für das Marketing und die Programmplanung bieten. Auf repräsentativer Basis und unter Verwendung anerkannter Verfahren, Standards und „Währungen“ wurde bis Mitte 2001 die Nutzung und Bewertung des lokalen Fernsehens in Thüringen insgesamt sowie die Nutzung und Bewertung der jeweiligen lokalen Fernsehprogramme an den fünf Standorten Gera, Erfurt, Jena, Weimar und Suhl ermittelt.

Die Ergebnisse belegen deutlich, dass das Lokalfernsehen in Thüringen einen festen Platz in der Medienlandschaft gefunden hat. Es wird in beträchtlichem Maße genutzt und akzeptiert. Neben diesen allgemeinen Erkenntnissen zur positiven Entwicklung des lokalen Fernsehens insgesamt liefert die Untersuchung zahlreiche wichtige Einzelbefunde für die Programmplanung und das Marketing der Veranstalter. Im vorliegenden Band 14 ihrer Schriftenreihe veröffentlicht die TLM den kommentierten Abschlussbericht des Forschungsprojekts.

Arnstadt, im Dezember 2001  
Dr. Victor Henle, Direktor

## Inhaltsverzeichnis

### Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen

1. Ergebnisse der Befragungen in den Verbreitungsgebieten Erfurt, Gera, Jena, Suhl und Weimar
  - 1.1 Verbundenheit mit dem Wohnort/Interesse an lokalen Informationen
    - 1.1.1 Verbundenheit mit dem Wohnort
    - 1.1.2 Interesse an lokalen Informationen
  - 1.2 Regionale Medienangebote: Themenpräferenzen, Nutzung und Bewertung
    - 1.2.1 Themenpräferenzen für ein selbstgestaltetes Fernsehprogramm
    - 1.2.2 Nutzung und Bewertung regionaler Medienangebote
      - 1.2.2.1 Lektüre von Tageszeitungen und Anzeigenblättern
      - 1.2.2.2 Regionale Tageszeitungen: Polaritätsprofile
      - 1.2.2.3 Regionale Informationen: Bevorzugtes Medium
      - 1.2.2.4 Häufigkeit der Nutzung ausgewählter regionaler Medien
  - 1.3 Bekanntheit und Nutzung der lokalen Fernsehprogramme
    - 1.3.1 Bekanntheit
    - 1.3.2 Weitester Seherkreis (WSK)
    - 1.3.3 Nutzungsfrequenz
    - 1.3.4 Tagesreichweite („Seher gestern“)
    - 1.3.5 Ein Blick über die Landesgrenzen hinweg: die Thüringer Lokalsender im Vergleich zu anderen lokalen Programmen
  - 1.4 Lokale Fernsehprogramme in Thüringen: Generelle Einstellungen, Meinungen und Bewertungen
    - 1.4.1 Generelles Interesse an den lokalen Fernsehprogrammen
    - 1.4.2 Interesse an lokalen Fernsehprogrammen am Beispiel des Verbreitungsgebietes Jena
  - 1.5 Werbung im lokalen Fernsehen/Fernsehtext: Meinungen und Bewertungen
    - 1.5.1 Werbung in den lokalen Fernsehprogrammen
    - 1.5.2 Interesse am Fernsehtext (Bildschirmzeitung)
  - 1.6 Indikatoren für die Programmbindung und –bewertung: die lokalen Fernsehprogramme im Vergleich
    - 1.6.1 Häufigkeit der Nutzung
    - 1.6.2 Dauer der Nutzung und generelles Interesse
    - 1.6.3 Bewertung der regionalen Berichterstattung
    - 1.6.4 Polaritätsprofile zur Programmbewertung
    - 1.6.5 Ein Zwischenfazit: Die Programmbindung als Maßstab für die Beschreibung von Stärken und Schwächen
  - 1.7 Bekanntheit, Nutzung und Bewertung einzelner Sendungen/Programmelemente
    - 1.7.1 Verbreitungsgebiet Gera: TV-Ostthüringen
      - 1.7.1.1 Bekanntheit
      - 1.7.1.2 Nutzung und Bewertung  
„Ostthüringen – schau!“

- Sport-Lokal
    - Texttafeln der Bildschirmzeitung
  - 1.7.1.3 TV-Ostthüringen: die Akzeptanz ausgewählter Programmelemente als Indikator für den Programmerfolg
- 1.7.2 Verbreitungsgebiet Erfurt: erfurt.tv
  - 1.7.2.1 Bekanntheit
  - 1.7.2.2 Nutzung und Bewertung
    - erfurt.tv aktuell
    - Sonstige Programmbausteine von erfurt.tv
  - 1.7.2.3 erfurt.tv: die Akzeptanz ausgewählter Programmelemente als Indikator für den Programmerfolg
- 1.7.3 Verbreitungsgebiet Suhl: TV.Südthüringen
  - 1.7.3.1 Bekanntheit
  - 1.7.3.2 Nutzung und Bewertung
    - „Hallo TV.Südthüringen“
    - „Reine Nervensache“
    - Texttafeln der Bildschirmzeitung
  - 1.7.3.3 TV.Südthüringen: die Akzeptanz ausgewählter Programmelemente als Indikator für den Programmerfolg
- 1.7.4 Verbreitungsgebiet Jena: JenTV
  - 1.7.4.1 Bekanntheit
  - 1.7.4.2 Nutzung und Bewertung
    - JenaJournal
    - JenaSport
    - Jenaer Woche
    - Bildschirmzeitung und Videotext
  - 1.7.4.3 JenaTV: die Akzeptanz ausgewählter Programmelemente als Indikator für den Programmerfolg
- 1.7.5 Verbreitungsgebiet Weimar: K4 Weimar
  - 1.7.5.1 Bekanntheit
  - 1.7.5.2 Nutzung und Bewertung
    - K4 Aktuell
    - Das Wochenmagazin „Die Woche“
    - „Märchenstunde für Groß und Klein“
    - Texttafeln der Bildschirmzeitung
  - 1.7.5.3 K4 Weimar: die Akzeptanz ausgewählter Programmelemente als Indikator für den Programmerfolg

## 2. Ergebnisse der landesweiten Befragung

### 2.1 Die Ergebnisse im einzelnen

- 2.1.1 Wohnort: Verbundenheit und Interesse an Informationen und Berichten
- 2.1.2 Regionale und lokale Berichterstattung: Themenpräferenzen
- 2.1.3 Tageszeitungen und Anzeigenblätter: Lektüre und Image
- 2.1.4 Regionale und lokale Medien: generelle Vorlieben und Häufigkeit der Nutzung
- 2.1.5 Lokale Fernsehprogramme: Bekanntheit, Weitester Seherkreis und Tagesreichweite
- 2.1.6 Lokale Fernsehprogramme: generelles Interesse

- 2.1.7 Werbesendungen im lokalen Fernsehen: Meinungen und Bewertungen
- 2.1.8 Fernsehtext der Bildschirmzeitung im Urteil der Befragten

## **Klappentext**

Im November 2000 beauftragte die TLM die „fokos“ – Medienforschung (Rheinbach) mit der Durchführung einer Reichweiten- und Akzeptanzuntersuchung zum lokalen Fernsehen in Thüringen. Die Studie sollte Aufschluss über die Akzeptanz dieses Angebots geben und den Veranstaltern zugleich eine gesicherte Grundlage für das Marketing und die Programmplanung bieten. Im vorliegenden Band 14 ihrer Schriftenreihe veröffentlicht die TLM den kommentierten Abschlussbericht des Forschungsprojekts.

Die Ergebnisse der Studie belegen deutlich, dass das Lokalfernsehen in Thüringen einen festen Platz in der Medienlandschaft gefunden hat. Es wird in beträchtlichem Maße genutzt und akzeptiert. Neben diesen allgemeinen Erkenntnissen zur positiven Entwicklung des lokalen Fernsehens insgesamt liefert die Untersuchung zahlreiche wichtige Einzelbefunde für die Programmplanung und das Marketing der Veranstalter.