

**AML-Schriftenreihe Band 1**  
**„Fernsehen in Ostdeutschland“**  
**Eine Untersuchung zum Zusammenhang zwischen Programmangebot**  
**und Rezeption**

- Auszug -

**Vorwort**

Mitteldeutschland ist Unterschied und Gemeinsamkeit zugleich. Historischen und landsmannschaftlichen Unterschieden stehen ebenso viele Gemeinsamkeiten gegenüber. Entstanden ist daraus bei aller fortbestehender Unterschiedlichkeit ein durch viele Gemeinsamkeiten verbundener Kommunikationsraum, der durch die deutsche Wiedervereinigung neue und größere Geltung erlangt hat.

Die mitteldeutschen Landesmedienanstalten haben daher vereinbart, der bereits auf vielen Ebenen bestehenden und in zahlreichen Projekten sich manifestierenden Zusammenarbeit eine förmliche Grundlage zu geben. Sie haben sich zur „Arbeitsgemeinschaft der mitteldeutschen Landesmedienanstalten“ (AML) zusammengeschlossen, um überall dort gemeinsam zu handeln, wo die Gemeinsamkeit effektiver, synergetischer und kostengünstiger ist.

Ein Zeichen diese Zusammenarbeit ist in zweifacher Hinsicht die vorliegende Veröffentlichung. Sie eröffnet erstens die gemeinsame Schriftenreihe der mitteldeutschen Landesmedienanstalten. In dieser Schriftenreihe sollen die Ergebnisse der gemeinsam getragenen medienwissenschaftlichen Forschungsvorhaben und rundfunktechnischen Projekte der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Die nunmehr vorgestellte Nachfolgeuntersuchung beruht zweitens auf einem von Anfang an gemeinsamen Vorgehen aller mitteldeutschen Landesmedienanstalten, zu dem auch der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) gewonnen werden konnte, der das erforderliche Datenmaterial zur Verfügung gestellt hat. So ist die Studie auch ein Zeichen für die dualitätsüberwindende medienwissenschaftliche Zusammenarbeit von Landesmedienanstalten, die bereits in rundfunktechnischen Pilotprojekten existiert.

Die Forschungsarbeit „Fernsehen in Ostdeutschland“ hat ihren Ursprung in der auf deutschlandweite Resonanz gestoßenen Vorläuferstudie „Ostdeutschland im Fernsehen“, die von der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) initiiert und gemeinsam mit der Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) in Auftrag gegeben wurde. Sie ging der Frage nach, welcher Raum der Darstellung Ostdeutschlands in verschiedenen Programmen, Genres und Kontexten eingeräumt und welches Bild von den ostdeutschen Ländern gezeichnet wird.

Dominantes Forschungsziel der nunmehr vorgelegten Untersuchung „Fernsehen in Ostdeutschland“, deren Titel in bewusster und signifikanter Umkehrung zu dem der Vorläuferstudie so gewählt wurde, ist die Klärung der Frage: Gibt es zwischen der unterschiedlichen Reichweite von Fernsehprogrammen in Ost-

deutschland und Westdeutschland sowie deren inhaltlichen und formalen Gestaltung einen Zusammenhang? Dazu werden die inhaltsanalytischen, auf die bundesweiten Programme ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und das MDR-Fernsehprogramm für Mitteldeutschland bezogenen Daten der Vorläuferstudie mit den Daten der kontinuierlichen Zuschauerforschung verknüpft.

Wie schon zuvor mussten die Autoren auch diesmal wieder methodisches Neuland betreten. Allein schon deswegen wird auch das Nachfolgeprojekt auf großes Interesse stoßen. Eine breite Aufmerksamkeit wird den Ergebnissen sicher sein. Die untersuchten Wechselwirkungen und Zusammenhänge zwischen ostdeutscher Fernsehnutzung und der Beachtung Ostdeutschlands bestätigen so manche Vermutungen und Annahmen nicht, die vielfach bisher so gehegt wurden. Wenn sich daraus ein fruchtbarer öffentlicher Diskurs entwickeln würde, hätte die Studie einen wichtigen Zweck erfüllt.

Dresden, Halle (Saale) und Arnstadt im Mai 2002

Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien

Kurt Ulrich Mayer  
Präsident

Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Christian Schurig  
Geschäftsführer

Thüringer Landesmedienanstalt

Dr. Victor Henle  
Direktor

## **Inhaltsverzeichnis:**

0. Vorbemerkungen
  1. Problemstellung: Unterschiedliches Fernsehverhalten in Deutschland
    - 1.1 Nutzungsmuster in Ostdeutschland
    - 1.2 Erklärungsversuche
  2. Ostdeutschland im Fernsehprogramm
    - 2.1 Theoretische Vorüberlegungen
    - 2.2 Inhaltsanalyse
      - 2.2.1 Forschungsdesign und Methode
        - 2.2.1.1 Stichprobe
        - 2.2.1.2 Kategoriensystem
        - 2.2.1.3 Reliabilitätstest
    - 2.3 Ergebnisse
      - 2.3.1 Beachtungsgrad Ost- und Westdeutschlands (Globalanalyse)
      - 2.3.2 Schauplätze
      - 2.3.3 Akteure
      - 2.3.4 Verteilung der Beiträge mit Ost- bzw. Westbezug auf die Programme
      - 2.3.5 Inhalte der Programmangebote
        - 2.3.5.1 Themenbereiche
        - 2.3.5.2 Einzelthemen
        - 2.3.5.3 Spezielle Ostthemen
      - 2.3.6 Tendenz der Programmangebote
        - 2.3.6.1 Gesamttendenz
        - 2.3.6.2 Bewertungstendenz Sachsen und Thüringen
      - 2.3.7 Konflikthaltigkeit
      - 2.3.8 Dynamik
      - 2.3.9 Personalisierung
    - 2.4 Zusammenfassung
  3. Fernsehrezeption in Ostdeutschland:  
Beziehungen zwischen Nutzungsdaten und Sendungsmerkmalen
    - 3.1 Methodische Vorbemerkungen
    - 3.2 Beachtungsgrad für Ost- und Westdeutschland auf Sendungsebene
    - 3.3 Fallstudien auf Sendungsebene
    - 3.4 Beachtungsgrad für Ost- und Westdeutschland auf Beitragsebene
    - 3.5 Relative Gewichtung des Beachtungsgrades Ostdeutschlands in Relation zu anderen Selektionskriterien
  4. Diskussion und Ausblick
- Literatur  
Die Autoren

## **Klappentext**

Die vorliegende Studie erforscht den Zusammenhang zwischen der Darstellung Ostdeutschlands im Fernsehen und der Rezeption von Programmangeboten durch die Zuschauer in den neuen Bundesländern. Sie befasst sich mit einem ersten Schritt mit der Darstellung von aktuellen Gemeinsamkeiten und Unterschieden im Fernsehverhalten der Bevölkerung in Ost und West. In einem zweiten Schritt untersuchen die Autoren in einer systematischen Inhaltsanalyse und unter Verwendung von Reichweitendaten, die von der MDR Markt- und Medienforschung zur Verfügung gestellt wurden, die Präsenz Ostdeutschlands in den Angeboten der Fernsehsender RTL, SAT.1, ARD, ZDF und MDR. Mit dem anschließenden komplexen Vergleich zwischen einem Angebotsumfang bestimmter Themen und gezielten Nutzerverhalten wird deren kommunikationswissenschaftlicher Verknüpfung nachgegangen. Gleichzeitig erschließt sich mit den Untersuchungen ein Bild unterschiedlicher Akzeptanz von Programmen privater und öffentlich-rechtlicher Fernsehsender durch Rezipienten mit bestimmten historischen Erfahrungsebenen.

Diese aktuelle Studie basiert auf dem 1999 von der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) zusammen mit der Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) in Auftrag gegebenen Forschungsprojekt „Ostdeutschland im Fernsehen“. Sie erweitert diese Arbeit um die Analyse des Zuschauerverhaltens. Weitere Partner sind jetzt die Sächsische Landesmedienanstalt (SLM) und die MDR Markt- und Medienforschung.

Dieser Band ist der erste in der neuen Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft der mitteldeutschen Landesmedienanstalten (AML) der Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen.