

**Nahraumfernsehen in Niedersachsen –
eine Inhaltsanalyse lokal und
regional verbreiteter Fernsehangebote.**

**Mit einem Exkurs zu den
TV-Regionalfensterangeboten in Niedersachsen**

Von Helmut Volpers & Uli Bernhard



Institut für Medienforschung • Köln

Auftraggeber

Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Seelhorststraße 18
30175 Hannover

Durchführung

Institut für Medienforschung IM•GÖ
die netzberater/www.die-netzberater.de
Postfach 19 04 61
50501 Köln

Projektleitung

Prof. Dr. Helmut Volpers
Prof. Dr. Uli Bernhard

Bericht

Helmut Volpers & Uli Bernhard

Köln und Hannover, 01.03.2017

Inhalt

1	Einleitung	3
1.1	Gegenstand und Zielsetzung der Studie	3
1.2	Konzeption und Methode	4
1.3	Nahraumfernsehen – Programmauftrag und Qualitätsanforderungen	5
2	Die regionale TV-Landschaft Niedersachsens im Überblick	10
2.1	Entstehungsgeschichte	10
2.2	Angebotsübergreifende Merkmale regionaler TV-Programme in Niedersachsen	11
2.3	Regionale TV-Programme in Niedersachsen	12
2.3.1	Angebote mit „regulärem“ Programm	12
2.3.2	Sonderfälle	15
3	Private Angebote.....	17
3.1	<i>ev1.tv</i>	17
3.1.1	Die Grundstruktur des Gesamtangebots	17
3.1.2	Regelmäßige Sendungen und Programmbestandteile	19
3.1.3	Formale und thematische Struktur des Angebots	20
3.1.4	Die Qualität des Programmangebots.....	23
3.1.5	Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)	25
3.1.6	Webaktivitäten und Social-Media-Angebot.....	26
3.2	<i>Friesischer Rundfunk (FRF)</i>	27
3.2.1	Die Grundstruktur des Gesamtangebots	27
3.2.2	Formale und thematische Struktur des Angebots	29
3.2.3	Die Qualität des Programmangebots.....	31
3.2.4	Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)	33
3.2.5	Webaktivitäten und Social-Media-Angebot.....	33
3.3	<i>regiotv</i>	35
3.3.1	Die Grundstruktur des Gesamtangebots	35
3.3.2	Formale und thematische Struktur des Angebots	37
3.3.3	Die Qualität des Programmangebots.....	40
3.3.4	Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)	40
3.3.5	Webaktivitäten und Social-Media-Angebot.....	41
4	Bürgerfernsehen.....	42
4.1	<i>h1-Fernsehen aus Hannover</i>	42
4.1.1	Die Grundstruktur des Gesamtangebots	42
4.1.2	Regelmäßige Sendungen und Programmbestandteile	43
4.1.3	Formale und thematische Struktur des Angebots	45
4.1.4	Die Qualität des Programmangebots.....	48
4.1.5	Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)	50

4.1.6	Webaktivitäten und Social-Media-Angebot.....	51
4.2	<i>oldenburg eins</i> (oeins).....	53
4.2.1	Die Grundstruktur des Gesamtangebots	53
4.2.2	Regelmäßige Sendungen und Programmbestandteile	54
4.2.3	Formale und thematische Struktur des Angebots	56
4.2.4	Die Qualität des Programmangebots.....	59
4.2.5	Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)	60
4.2.6	Webaktivitäten und Social-Media-Angebot.....	61
4.3	<i>TV38 – Fernsehen zwischen Harz und Heide</i>.....	62
4.3.1	Die Grundstruktur des Gesamtangebots	62
4.3.2	Regelmäßige Sendungen und Programmbestandteile	63
4.3.3	Formale und thematische Struktur des Angebots	64
4.3.4	Die Qualität des Programmangebots.....	67
4.3.5	Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)	68
4.3.6	Webaktivitäten und Social-Media-Angebot.....	68
5	Zusammenfassung und Fazit.....	70
	Literatur	76
	Abbildungsverzeichnis.....	77
	Tabellenverzeichnis.....	78
	Anhang.....	79
	Exkurs: TV-Regionalfensterangeboten in Niedersachsen	82

1 Einleitung

1.1 Gegenstand und Zielsetzung der Studie

In Niedersachsen sind Fernsehprogramme mit kleinräumigem Verbreitungsgebiet bereits seit 1996/97 – in nicht-kommerzieller Produktionsform – auf Sendung. Seit dem Jahr 2011 existieren zudem auch private kommerzielle Fernsehprogramme mit regionaler Verbreitung. Die bereits seit zwei Jahrzehnten existierenden Bürgerfernsehsender und die vergleichsweise jungen kommerziellen Angebote unterscheiden sich in ihrem Programmauftrag und ihrer Sendep Praxis erheblich. Beide Sendertypen haben jedoch eines gemeinsam: *Sie liefern ein auf den kommunikativen Nahraum bezogenes TV-Angebot*. Ein entsprechendes Fernsehprogramm unterliegt spezifischen Bedingungen. So existieren in der Regel vergleichsweise geringe finanzielle Ressourcen für die Produktion, das Programm wird als „Repeat-TV“ mit großem Anteil an Wiederholungen ausgestrahlt und es muss die Erwartungen des Publikums nach einer „Nähe“ der Berichterstattung zum Lebensraum erfüllen.

Die vorliegende Studie präsentiert die Ergebnisse der ersten systematischen Inhaltsanalyse der Programmpraxis des niedersächsischen Nahraumfernsehens. Eine Programmbewertung dieses Fernsehtyps muss dessen strukturelle und programmliche Gegebenheiten berücksichtigen, zumal das Programm teilweise anderen gesetzlichen Regelungen als landes- bzw. bundesweit verbreitete Programme unterliegt. Für die privaten Angebote sind hierbei die in § 15 des Niedersächsischen Mediengesetzes (NMedienG) formulierten Anforderungen an den „Programmauftrag“ maßgeblich:

„Der Veranstalter eines lokalen oder regionalen Rundfunkprogramms hat sein Programm auf das jeweilige lokal oder regional begrenzte Gebiet auszurichten: Das politische, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Leben in diesem Gebiet ist darzustellen; die tagesaktuelle und authentische lokale oder regionale Berichterstattung hat einen Schwerpunkt zu bilden“.

Für das Bürgerfernsehen lautet der „Programmauftrag“ in § 25 des NMedienG: Bürgerfernsehen „muss 1. die lokale und regionale Berichterstattung sowie das kulturelle Angebot im Verbreitungsgebiet des Programms publizistisch ergänzen, 2. den Bürgerinnen und Bürgern den Zugang zum Rundfunk gewähren und 3. Medienkompetenz vermitteln.“

Vor dem geschilderten Hintergrund richtet die vorliegende Studie ihren Fokus insbesondere auf die Frage, ob die Programme *Regionalität*, *Aktualität* und *thematische Breite* in gebotener Weise berücksichtigen und inwieweit beim Bürgerfernsehen eine *publizistische Ergänzung* erkennbar ist. Diese Fragen werden auf der Grundlage einer quantitativen Inhaltsanalyse beantwortet. Ferner richtet sich die Studie auch auf die fernsehjournalistische Qualität der Beiträge, die mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse untersucht wird.

Unter den Bedingungen des von der digitalen Transformation getriebenen Medienwandels ist für nahezu jeden Medienanbieter sein genuiner Ausspielkanal (in diesem Fall also das TV) nicht der einzige. Vielmehr werden sowohl seine Website als auch Social Media Angebote als sekundäre Kanäle genutzt. Vor diesem Hintergrund werden in der vorliegenden Studie auch die Webaktivitäten der Sender in den Blick gefasst.

Im Kapitel 2 wird zunächst ein deskriptiver Überblick über die bestehenden Angebote des Nahraumfernsehens in Niedersachsen gegeben. Die Kapitel 3 und 4 dokumentieren die Ergebnisse der quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse. Als Exkurs enthält die Studie abschließend die Ergebnisse einer Inhaltsanalyse der auf Niedersachsen bezogenen Regionalfenster von RTL und SAT.1. Die Regionalfenster umfassen in ihrer Berichterstattung das gesamte Land Niedersachsen und sind somit großräumiger ausgerichtet als die lokalen und regionalen Angebote. Andererseits bilden sie das Bindeglied zwischen Nahraum-TV auf der eine Seite und nationalen Sendern auf der anderen Seite.

1.2 Konzeption und Methode

Den Kern der Untersuchung bildet eine quantitative Inhaltsanalyse auf der Basis einer Stichprobe von vier natürlichen Wochen. Die einzelnen Wochen wurden für die meisten Programme¹ über die Spanne von Ende 2015 bis Mitte 2016 zeitlich versetzt ausgewählt, um einen möglichst langen Zeitraum der Programmpraxis abzubilden. Das jeweilige Sendematerial wurde komplett visioniert und auf Beitragsebene anhand eines differenzierten Codeplans sekundengenau vermessen und kategorial zugeordnet. Das Gesamtprogramm (nach dem Erfassen und Abtrennen der Werbung bei den privaten Veranstaltern) wurde hierbei zunächst den Programmbestandteilen *informierendes* und *nicht-informierendes* Angebot zugeordnet. Die nicht-informierenden Programmbestandteile werden lediglich nach Formaten differenziert. Das Informationsprogramm wurde hingegen detailliert analysiert: Hier erfolgt eine kategoriale Erfassung der Vermittlungsformen, der Aktualität der Berichterstattung, der Themenselektion und -agenda und des Raumbezugs der Berichterstattung. Sämtliche Einzelthemen wurden zudem schlagwortartig (in Textform) erfasst, um eine vertiefende Analyse der Themenagenda vornehmen zu können.

Bei den privaten Anbietern wurden die Sender *ev1.tv*, *Friesischer Rundfunk* und *regiotv* quantitativ *und* qualitativ inhaltsanalysiert. Für *SpiekeroogTV* bot sich aufgrund der besonderen Produktionsform (siehe Kap. 2.3.2) nur eine qualitative Programmbeschreibung an. Bei den Bürgerfernsehensendern wurde die quantitative *und* qualitative Analyse für *h1*, *oldenburg eins* und *TV38* durchgeführt. Für die beiden TV-Angebote von *Radio Weser.TV* (im Umland

1 Aufgrund einer Programmstrukturreform Ende 2015 wurde mit der die Stichprobenziehung bei *h1* erst im Frühjahr 2016 begonnen.

von Bremen und Bremerhaven) erschien aufgrund ihres Senderhythmus und des geringen Produktionsvolumens (siehe Kap. 2.3.2) nur eine Deskription der Programmpraxis sinnvoll.

Die qualitative Inhaltsanalyse richtet sich zunächst auf eine Beschreibung der Programmstruktur und sodann auf eine Bewertung der fernsehpublizistischen Umsetzung der Produktion. Die letztgenannte Analyse soll Aufschluss darüber geben, inwieweit die Angebote professionellen, journalistischen und fernsehästhetischen Ansprüchen genügen. Hierbei wird auf allgemein anerkannte Qualitätsnormen rekurriert, die im nachfolgenden Kapitel dargelegt werden.

1.3 Nahraumfernsehen – Programmauftrag und Qualitätsanforderungen

Der Begriff „Nahraumfernsehen“ bezieht sich im vorliegenden Fall auf Fernsehangebote, deren Verbreitungsgebiet in der Regel größer ist als eine (einzelne) Stadt, jedoch deutlich kleiner als das Bundesland Niedersachsen insgesamt.² Die Verbreitungsgebiete erstrecken sich mithin auf Dimensionen, die in der Lebenswirklichkeit als konkret geographisch und sozial erlebte „nahe“ Räume wahrgenommen werden und oberhalb des kleinräumig Lokalen (im Sinne der Verwaltungsgliederung) angesiedelt sind. Dieses Raumkonzept dürfte sich weitgehend mit dem decken, was umgangssprachlich als „Heimat“ bezeichnet und als identitätsbildend erlebt wird.³ Für ein Medienangebot bedeutet Nahraumbezug die Beobachtung dieses näheren Lebensumfeldes und den referentiellen Bezug auf diesen (mehr oder weniger klar definierten) Raum, in dem sich die Beobachter (Medienschaffende) und Rezipienten gleichermaßen als Teile dieses Raumes verstehen.⁴ Entsprechende Kommunikationsräume sind mediengeschichtlich betrachtet die Domäne der Lokal- bzw. Regionalzeitung. Nach wie vor kann die Lokalzeitung als das Leitmedium des Nahraumes angesehen werden, wenngleich ihre Bedeutung – insbesondere für jüngere Rezipienten – in den letzten Jahren rasant abgenommen hat.

In der deutschen Rundfunkpolitik gibt es seit rund 40 Jahren Debatten und Bemühungen, neben Angeboten mit globalen, nationalen und landesweiten Bezugsräumen spezielle TV-Programme mit lokaler/regionaler Fokussierung – insbesondere in Form von Fensterprogrammen – zu etablieren. Mit der Einführung des privaten Rundfunks in den 1980er-Jahren ist die Realisation von Nahraumfernsehen ermöglicht und medienpolitisch (je nach Bundesland mehr oder weniger) beschleunigt worden. Im Jahr 2015 waren in Deutschland insgesamt 222 entsprechende Programme (private Rundfunkveranstalter, also ohne Bürgerme-

² Dies gilt im vorliegenden Fall auch für Bürgerfernsehsender mit namensgebender Stadt (Hannover und Oldenburg). Auch bei *h1 – Fernsehen aus Hannover* und *oldenburg eins* umfasst das Verbreitungsgebiet auch die jeweilige Umgebung. Die Sendegebiete sind somit nicht im engeren Sinne lokal begrenzt.

³ Nicht zufällig stellte einer der „Vordenker“ des Nahraum-TVs in Deutschland, Andre Zalbertus, mit seinem Konzept des „Heimatfernsehens“ für die Lokalsender der *center.tv*-Gruppe in NRW auf entsprechend homogene Berichterstattungsräume ab. Vgl. Kurp (2005).

⁴ Vgl. Müller-Sachse (2001), S. 27.

dien) auf Sendung. Allerdings ist die Tendenz rückläufig, primär aufgrund der schwierigen Refinanzierungslage.⁵

Um die Leistungen des Nahraumfernsehens zu bewerten, muss zunächst geklärt werden, was dieses spezifische Fernsehangebot leisten soll. Die Beantwortung dieser Frage kommt nicht ohne normative Begründungen aus. Das Wertesystem, aus dem diese Normen ableitbar sind, lässt sich auf zwei Quellen zurückführen:

1. Normen des Gesetzgebers als Ausdruck politischer Vorstellungen von Programmauftrag und Programmqualität,
2. Professionalität im Berufs- und Selbstverständnis des Journalismus.

Der im Medienrecht geronnene Wille des Gesetzgebers stellt unter aufsichtlicher Perspektive das zentrale Normgerüst und den Orientierungsrahmen für die Programmbewertung dar. Professionelle Anforderungen sind demgegenüber zwar zweitrangig, aber dennoch von Belang, da der Gesetzgeber selber wiederum auf diese Normen Bezug nimmt und beide Normsysteme somit verschränkt sind.⁶ Hinzu kommt, dass die Rezipienten ohne ein Mindestmaß der Einhaltung fernsehspezifischer Professionalität kaum an ein Programm zu binden sind.

Die Einführung des lokalen oder regionalen Fernsehens ist in Deutschland von der Medienpolitik zumeist mit der „Bereicherung des publizistischen Angebots einer Region“ und der „Schaffung einer vielfältigen Anbieterstruktur mit entsprechend positiven Wirkungen auf die Meinungsvielfalt“ begründet worden.⁷ Sowohl aus der ständigen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts⁸ als auch aus § 15 NMedienG lässt sich folgern, dass das Nahraumfernsehen der öffentlichen Meinungsbildung dienen und einen Beitrag zur Darstellung einer Vielfalt von Meinungen im entsprechenden Kommunikationsraum leisten soll. Das Gebot der Vielfalt kann als eine für den Informationsauftrag der Programme und die Meinungsbildung der Zuschauer wesentliche Kategorie gelten.

„Lokaler Rundfunk schafft bei einer ausreichenden Vielfalt der Themen, Regionalität und Aktualität die Voraussetzungen, um sich an lokalen Meinungsbildungs- und Willenbildungsprozessen beteiligen zu können. Er ist damit neben der Tageszeitung ein wichtiger Garant der Meinungsvielfalt.“⁹

Häufig ist im rechtlichen Kontext nicht deutlich, ob Vielfalt im Sinne *struktureller* Vielfalt (an Anbietern) oder *medienimmanenter* Vielfalt (an Themen, Darstellungsformen und Meinun-

⁵ Vgl. ALM Jahrbuch 2015/2016, S. 112.

⁶ Vgl. RStV (i.d.V vom 01. Oktober 2016) § 10 Abs. 1.

⁷ Vgl. Wöste (1997), S. 339.

⁸ Vgl. u.a. BVerfGE 83, S. 324.

⁹ Seufert/Brunn (2009), S. 117.

gen) gemeint ist. Nachfolgend wird als Qualitätskriterium für Nahraumfernsehen von immenser Vielfalt ausgegangen. Die Notwendigkeit, diese Anforderung an die hier im Fokus stehenden Programme zu stellen, wird gestützt durch die Tatsache, dass sie als *Vollprogramme* lizenziert sind (dies fordert bereits eine gewisse Vielfalt des Programmangebots) und im jeweiligen Sendegebiet kaum intramediäre Konkurrenz haben.

Wenn man diesen „hoch gegriffenen“ Anspruch auf die konkreten Anforderungen der Programmanbieter herunterbricht, lässt sich als erster Programmauftrag eine *thematisch vielfältige Berichterstattung über die Ereignisse im Sendegebiet* festhalten (Informationsleistung). Darüber hinaus kann und soll das als Vollprogramm lizenzierte Nahraumfernsehen auch der Unterhaltung dienen. Der Unterhaltungsaspekt wird allerdings hier noch nicht thematisiert, da die Notwendigkeit dieses Programmbestandteils sich nicht aus der Norm ableiten lässt, „einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung zu liefern“. Gleichwohl wird er im späteren Kontext der allgemeinen Würdigung der programmlichen Leistung eine Rolle spielen. Für die Informationsleistung von täglich ausgestrahlten Fernsehprogrammangeboten ist es evident, als zweite Anforderung diejenige *der Aktualität der Berichterstattung* zu formulieren, ohne die eine Ereignisberichterstattung im Medium Fernsehen kaum sinnvoll wäre.

Die Spezifik des Nahraumfernsehens konkretisiert sich naheliegenderweise dadurch, dass die Berichterstattung über Ereignisse, Themen und Akteure einen Bezug zum Sendegebiet aufweist. Somit wird *Nähe* zu einer weiteren zentralen Kategorie des Programmauftrags und schafft für die Veranstalter ihr – intramediäres – Alleinstellungsmerkmal. Das Konstrukt „Nähe“ hat dabei zwei Dimensionen: einmal den *Raumbezug* der Kommunikate (Verortung der Berichterstattung im Sendegebiet) und zum anderen das „Vorkommen“ von Bürgern und Funktionseleiten in diesem Medium. Dies bedeutet, dass Nahraumfernsehen für lokale/regionale Akteure die Möglichkeit schafft, im Medium auftreten bzw. zu Wort kommen zu können. Letzteres ist sicherlich keine notwendige Bedingung für das Programm des (privaten) Nahraumfernsehens, aber eine naheliegende und beachtenswerte Funktion, die dieser Fernsehprogrammtyp erfüllen kann. Für das Bürgerfernsehen gilt das bisher Gesagte im gleichen Maße, hinzu kommt jedoch hier die stärkere Betonung auf die Möglichkeit der Bürger, das Programm aktiv gestalten und somit zum Produzenten werden zu können.

Die bisher erörterten Qualitätsdimensionen lassen sich vergleichsweise unproblematisch operationalisieren, also in messbare Kriterien überführen. Sie wurden im Kontext der durchgeführten quantitativen Inhaltsanalyse auf Beitragsebene erfasst und „vermessen“. Aussagen über diese Qualitätsdimensionen sind allerdings nur als Befunde über das Gesamtprogramm möglich. Mit anderen Worten: Die Beurteilung von Vielfalt, Aktualität, Raumbezug und Artikulationsmöglichkeit im Programm rekuriert im Wesentlichen auf quantitative Feststellungen.

Mit den genannten Parametern sind jedoch weder alle normativen Ansprüche erfasst noch lässt sich die Programmpraxis hiermit hinlänglich beschreiben. Vielmehr kommen Maßstäbe hinzu, die mit einem qualitativen Instrumentarium erfassbar sind. Auch an informierende

Beiträge im Nahraumfernsehen sind die üblichen journalistischen Grundsätze und Maßstäbe der Unabhängigkeit, Sachlichkeit, Sorgfaltspflicht sowie die Trennung von Nachricht und Kommentar anzulegen, wie sie im Medienrecht traditionell gefordert sind.¹⁰ Mit diesen Anforderungen verschränken sich Rechtsnormen auf der einen Seite und Qualitätsansprüche im Sinne der professionellen, journalistischen bzw. fernsehpublizistischen Arbeit auf der anderen Seite.¹¹ Die Analyse, inwieweit diesen Qualitätsnormen in der alltäglichen Programmpraxis Rechnung getragen wird, konnte aus forschungsökonomischen Gründen im Kontext der Untersuchung nur exemplarisch an ausgewählten Fallbeispielen erfolgen. Die Operationalisierung der „Professionalität“ der journalistischen Produktion erfolgte hierbei in Anlehnung an frühere Untersuchungen¹² auf zwei Ebenen: a) die journalistische Umsetzung in den Kategorien *Präzision*, *Plausibilität* und *Ausgewogenheit* sowie b) die handwerkliche filmische Umsetzung über die Kategorien *Bildsprache* und *Ton-Bild-Schere*. Für diese qualitative Analyse wurden pro Sender jeweils maximal fünf Beiträge aus den programmstrukturell wichtigsten Formaten¹³ ausgewählt. Diese Beiträge wurden unter Zugrundelegung eines Prüfkataloges mittels eines semantischen Differentials für die jeweilige Qualitätsdimension aus Expertensicht beurteilt.¹⁴ Zusammengefasst sind es folgende synoptisch dargestellten Qualitätsmerkmale von Nahraumfernsehen, die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung im Fokus stehen.

¹⁰ Vgl. RStV (i.d.V vom 01. Oktober 2016) § 10 Abs. 1.

¹¹ Entgegen den Formulierungen in anderen Landesmediengesetzen bleibt das NMedienG hier sehr allgemein und rekuriert nur pauschal darauf, dass die Veranstalter „professionellen Ansprüchen“ im Programm genügen müssen (vgl. NMedienG § 9 Abs. 4).

¹² Vgl. Volpers/Salwiczek/Schnier (2000) und Volpers/Schnier/Bernhard (2011).

¹³ Beim Bürgerfernsehen wurde die qualitative Analyse anhand der genannten Kategorien nur für das von den „Hauptamtlichen“ produzierte Programm durchgeführt.

¹⁴ Detailliert siehe hierzu Volpers/Salwiczek/Schnier (2000), S. 16-19.

Übersicht 1 Qualitätsmerkmale

Qualitätsdimension	Indikatoren (quantitative Inhaltsanalyse)
Vielfalt	<ul style="list-style-type: none"> - Programmvolumen - Darstellungsformen - Themenselektion
Aktualität	<ul style="list-style-type: none"> - Ereignisbezug und Zeitpunkt der Berichterstattung
Nähe	<ul style="list-style-type: none"> - Raumbezug der Berichterstattung im Verbreitungsgebiet
	Indikatoren (qualitative Inhaltsanalyse)
Journalistische Umsetzung	<ul style="list-style-type: none"> - Präzision - Plausibilität - Ausgewogenheit (bei kontroversen Themen)
Fernsehästhetik	<ul style="list-style-type: none"> - Bildsprache - Ton-Bild-Schere

2 Die regionale TV-Landschaft Niedersachsens im Überblick

2.1 Entstehungsgeschichte

Den Startpunkt des Nahraumfernsehens in Niedersachsen bildete die Novelle des niedersächsischen Landesrundfunkgesetzes im Jahr 1993. In der medienpolitischen und medienpraktischen Ausgestaltung dieses Gesetzes kam es in den Jahren 1996/97 zur Etablierung der dritten Säule des Rundfunksystems in Form von Modellprojekten für Hörfunk und Fernsehen. Für das Medium Fernsehen wurden Offene Kanäle (OK) in Hannover, Wolfsburg-Braunschweig, Oldenburg sowie die Fernsehkanäle Bremer Umland und Wesermündung eingerichtet. Nach Ablauf der fünfjährigen Modellprojektphase waren diese Offenen Kanäle konsolidiert und bilden somit die Vorläufer des heutigen Bürgerfernsehens in Niedersachsen. Der Wandel vom „klassischen“ Offenen Kanal zum Bürgerfernsehen wurde durch die Novelle des Niedersächsischen Rundfunkgesetzes vom 01. November 2001 vollzogen. Für die Sendepaxis bedeutet er eine größere Verbindlichkeit bei den Programmstrukturen und insgesamt eine Professionalisierung der Programmgestaltung, ohne hierbei den offenen Zugang für die Bürger im Verbreitungsgebiet auszuschließen. Das Programm des niedersächsischen Bürgerfernsehens besteht nunmehr a) aus Bestandteilen, die von hauptamtlichen Mitarbeitern produziert und verantwortet werden; sie bilden die programmstrukturelle Basis. Hinzu kommen b) Bestandteile, die von freien Produzenten (Bürgerfunkern) erstellt und verantwortet werden. Die jeweils ausgestrahlten Programmvolumina und die Formate unterscheiden sich von Standort zu Standort. Diese Unterschiede resultieren u.a. aus den sehr heterogenen kulturellen und sozialen Strukturen in den Verbreitungsgebieten.

Mit der Novelle des Niedersächsischen Mediengesetzes vom 01. Januar 2011 wurde die Veranstaltung von kommerziellem Nahraumfernsehen in Niedersachsen möglich. Die ersten Lizenzen wurden bereits Anfang des Jahres 2011 erteilt, so dass mit diesem Jahr die Geschichte des niedersächsischen privaten Nahraumfernsehens beginnt. Insgesamt wurden bisher sechs Lizenzen für folgende Sender erteilt: *ev1.tv*, *fan24.tv*, *Friesischer Rundfunk*, *os1.tv*, *regiotv* und *Spiekeroog TV*. Zwei Veranstalter (*fan24.tv* und *os1.tv*) haben inzwischen ihren Sendebetrieb eingestellt und werden daher in der vorliegenden Studie nicht mehr berücksichtigt.

2.2 Angebotsübergreifende Merkmale regionaler TV-Programme in Niedersachsen

Im Flächenland Niedersachsen existieren, mit Ausnahme der Region Hannover, keine bevölkerungsstarken Ballungsräume. Dementsprechend sind die technischen Reichweiten¹⁵ des niedersächsischen Nahraumfernsehens mit einer Spannweite von 65 Tsd. bis 290 Tsd. Haushalten vergleichsweise gering. Die Verbreitung der Programme erfolgt (analog und digital) im Kabelnetz sowie bei den meisten Sendern zudem als Livestream im Web.

Die relativ geringen technischen Reichweiten und die kleinräumigen, überwiegend in ländlichen Regionen angesiedelten Verbreitungsgebiete bedingen für die privaten Angebote begrenzte Refinanzierungsmöglichkeiten, die wiederum Auswirkungen auf das Programm zeigen. Beim Bürgerfernsehen sind es vor allem die personellen Ressourcen (sowohl an Hauptamtlichen als auch an engagierten Bürgerfunkern), die einen Einfluss auf die Produktionsmöglichkeiten und das Programmvolumen haben. Generell gilt für beide Rundfunktypen, dass ihre wöchentliche Neuproduktion an Sendungen und Beiträgen deutlich geringer ist als bei bundesweiten Programmen oder dem Ballungsraumfernsehen. Das begrenzte Volumen der Neuproduktion hat Auswirkungen auf das 24stündige Gesamtprogramm. Entweder füllen die Sender ihren TV-Kanal über eine Zeitpartagierung mit Fremdangeboten oder sie senden als Programmschleifen die Wiederholung bereits ausgestrahlten Sendematerials. Hinzu kommen Mischformen, d.h. nachts und am Vormittag werden Fremdangebote gesendet, danach Wiederholungen. Die originäre Neuproduktion, also das tagesaktuelle Programm, wird innerhalb einer festen Kernsendezeit (im NMedienG als „Hauptsendezeit“ bezeichnet) am Vorabend und Abend gesendet. Als Zeitfenster für die Kernsendezeit schreibt das NMedienG in § 15 Abs. 4 den privaten Veranstaltern den Zeitraum von 15 bis 20 Uhr vor. Beim Bürgerfernsehen gelten entsprechend des NMedienG § 26 Abs. Mindestsendezeiten, die von der NLM für die einzelnen Bürger-TV-Sender festgelegt wurden. Sie betragen wöchentlich bei *oldenburg eins* zehn Stunden, bei *h1* und *TV38* jeweils 14 Stunden. Bei den Kooperationsprojekten mit Bremen sind für den „niedersächsischen Anteil“ im Fall Bremer Umland (Delmenhorst und andere) vier und für das Bremenhavener Umland (Nordenham) zwei Stunden vorgeschrieben. Die Kernsendezeiten, in denen aktuelle Produktionen ausgestrahlt werden, liegen beim Bürgerfernsehen in Zeitfenstern zwischen 18 und 22 Uhr.

Bei allen Sendern handelt es sich also um „Repeat-TV“, dessen ausgestrahltes Programm zu einem nicht unerheblichen Teil aus Wiederholungen besteht. Ob es sich bei einem Programmbestandteil um eine Wiederholung oder um eine originäre (erstaugestrahlte) Produktion handelt, ist für die Zuschauer nicht immer ohne Weiteres zu erkennen bzw. wird nicht durchgängig im Programm selbst oder im Programmschema kenntlich gemacht. Andererseits ist, wie oben ausgeführt, der Umfang an Neuproduktion bzw. die Aktualität der Be-

¹⁵ Die in Kap. 2.3.1 ausgewiesenen technischen Reichweiten beziehen sich auf die Verbreitung im Kabelnetz. Die Zugriffe über den Web-Livestream sind hier nicht enthalten.

richterstattung eine wichtige Qualitätsdimension des Nahraumfernsehens. Je größer der Anteil der Neuproduktion ist, umso ausdifferenzierter (vielfältiger) in Form und Inhalt kann ein Programm sein. Mit anderen Worten: Die oben beschriebene Qualitätsnorm der programmimmanenten Vielfalt kann erst dann zum Tragen kommen, wenn überhaupt eine originäre Programmproduktion im nennenswerten Umfang zustande kommt.

2.3 Regionale TV-Programme in Niedersachsen

2.3.1 Angebote mit „regulärem“ Programm

Es gehört zu den Rahmenbedingungen des niedersächsischen Nahraumfernsehens, dass die Sender jeweils über eine eigene Frequenz in örtlichen Kabelnetzen zu empfangen sind und regelmäßig eine aktuelle Neuproduktion erstellen. In Übersicht 2 sind diejenigen Sender aufgeführt, für die diese Merkmale zutreffen. Neben den hier genannten Sendern gibt es drei Sonderfälle, für die nicht alle Voraussetzungen eines „regulären“ Programms erfüllt sind. Sie werden im nachfolgenden Kapitel beschrieben.

Übersicht 2 Sendegebiet, technische Reichweite und weitester Seherkreis der untersuchten Sender

Sender	Sendegebiet – Kabelnetze	Technische Reichweite*		Weitester Seherkreis in Prozent***
		Angeschlossene Wohneinheiten	Personen	
Private				
<i>ev1.tv</i>	Lingen, Cloppenburg und Leer	108.815	228.512	42
<i>Friesischer Rundfunk</i>	Leer, Oldenburg, Wilhelmshaven, Bremen (Umland Nds.) Bremerhaven (Umland Nds.), Stade und Norden	290.381	609.800	42
<i>regiotv</i>	Osnabrück, Oldenburg, Bremen (Umland Nds.), Cloppenburg	226.636	475.936	-
Private gesamt		625.832	1.314.248	
Bürgerfernsehen				
<i>h1 – Fernsehen aus Hannover</i>	Hannover Stadt und Region	257.884	541.556	11,3
<i>oldenburg eins</i>	Oldenburg und umliegende Gemeinden	74.817	157.116	18,5
<i>TV38 – Fernsehen zwischen Harz und Heide</i>	Wolfsburg, Braunschweig, Salzgitter, Wolfenbüttel, Goslar, Bad Harzburg	281.921	592.034	7,9
Bürgerfernsehen gesamt		614.622	1.290.706	
Gesamt		1.240.454	2.604.954	

***Technische Reichweite**

Quelle: NLM; Erläuterung: Die technische Reichweite ist die Anzahl aller Haushalte, die eine Empfangsmöglichkeit des jeweiligen Senders haben. Die Anzahl der angeschlossenen Wohneinheiten (WE) wurde mit der durchschnittlichen Haushaltsgröße in Niedersachsen (2,1 Personen) multipliziert, um den ungefähren Wert der Personen mit Empfangsmöglichkeit zu ermitteln. In ländlichen Regionen ist die Haushaltsgröße im Durchschnitt etwas größer, in Städten geringer; insofern handelt es sich um Annäherungswerte. Beim FRF beziehen sich die Daten auf den Untersuchungszeitraum; ggf. zwischenzeitlich verändert.

****Weitester Seherkreis**

Quelle: Bürgerfernsehen: GfK im Auftrag der NLM, Stand 2016 / Private: GfK im Auftrag der NLM, Stand 2013; Erläuterung: Der weiteste Seherkreis ist der relative Wert derjenigen Personen, die im Verbreitungsgebiet innerhalb der letzten 14 Tage den Sender gesehen haben.

Übersicht 3 Programmolumen des Nahraumfernsehens in Niedersachsen

Sender	Bruttosendezeit im Untersuchungszeitraum* innerhalb der „Kernsendezeit“	Originäres redaktionelles Programm** im Untersuchungszeitraum (Std:Min)	Durchschnittlicher wöchentlicher Umfang*** des originären redaktionellen Programms (Std:Min)	Durchschnittlicher täglicher Umfang**** des originären redaktionellen Programms (Std:Min)	Durchschnittlicher täglicher Umfang des originären Informationsprogramms (Std:Min)
Private					
<i>ev1.tv</i>	20 Stunden	13:30	03:22	00:40	00:33
<i>Friesischer Rundfunk</i>	20 Stunden	15:10	03:47	00:45	00:29
<i>regiotv</i>	19 Stunden	06:30	01:37	00:19	00:15
Bürgerfernsehen					
<i>h1</i>	74 Stunden	53:30	13:22	02:40	01:50
<i>oldenburg eins</i>	48 Stunden	43:00	10:45	-	-
<i>TV38</i> (inkl. Archivprogramm)	54 Stunden	44:00	11:00	02:12	01:30
<i>TV38</i> (exkl. Archivprogramm*****)	54 Stunden	34:00	08:30	01:42	01:00

* Der Untersuchungszeitraum beträgt vier natürliche Wochen; aufgeführt ist das in der Kernsendezeit ausgestrahlte Programm (inklusive teilweise fehlender geringfügiger Aufzeichnungsausfälle); gerundet auf volle Stunde.

** Innerhalb des Untersuchungszeitraums in der Kernsendezeit ausgestrahltes originäres redaktionelles Programm (= ohne Werbung und ohne Wiederholungen); gerundet auf volle 10 Minuten.

*** Durchschnittswerte für die Sendewoche, gerundet auf volle Minuten.

**** Durchschnittswerte für die Sendetage mit originärem Programm in der Kernsendezeit (Mo.-Fr.); *oldenburg eins* sendet nur an drei Wochentagen originäres Programm, daher ist hier keine Vergleichbarkeit gegeben.

***** Der Sender strahlt zusätzlich zu (gekennzeichneten bzw. erkennbaren Wiederholungen) auch Archivmaterial aus zurückliegenden Sendejahren aus, die bei diesem Zeitumfang subtrahiert worden sind.

2.3.2 Sonderfälle

Spiekeroog TV

Auf der ostfriesischen Insel Spiekeroog sendet im inselinternen Kabelnetz der Info-Kanal *Spiekeroog TV*. An das Kabelnetz sind rund 350 Privathaushalte (primär Insulaner) und ca. 850 Ferienwohnungen und Hotelzimmer angeschlossen. Bei *Spiekeroog TV* handelt es sich *nicht* um ein Fernsehprogramm im engeren Sinne, sondern vielmehr um ein (vorwiegend auf Touristen zielendes) Filmrepertoire mit unterhaltenden und informierenden Inhalten über die Insel Spiekeroog. Dieses Filmmaterial besteht überwiegend aus Dokumentationen zur Natur und Leben auf der Insel. Hierzu gehören z.B. *Spiekeroog im Wandel des Jahrhunderts*, Naturimpressionen wie *Sonnenaufgang* und *Winterlandschaft* oder *Inselrundgang* sowie Dokumentationen gesellschaftlicher Ereignisse wie *Schwimmbaderöffnung* oder *Dorffest*. Aus diesem Filmpool ist eine 24-stündige Programmschleife kompiliert, die täglich (in wechselnder Abfolge der Filme, aber ansonsten identisch) wiederholt wird. Nur wenige Male im Jahr werden Filmbeiträge ergänzt bzw. ausgetauscht. Zusätzlich gibt es aktuelle Informationen, die für das Inselleben relevant sind, wie Fahrzeiten, Ebbe-Flut-Zeiten und touristische Angebote. Sie werden als Text-Tafeln zur vollen Stunde eingeblendet. Das Angebot von *Spiekeroog TV* erfüllt somit *nicht* die Rahmenbedingungen eines regulären Nahraumfernsehangebots und wird daher im Folgenden nicht weiter behandelt.

Kooperationsprojekte mit *Radio Weser.TV*

Innerhalb des niedersächsischen Bürgerfernsehens gibt es ebenfalls einen „Sonderfall“, nämlich das TV-Angebot von *Radio Weser.TV*. Unter der Dachmarke *Radio Weser.TV* sind die Angebote von vier Bürgerrundfunkprojekten im Land Bremen und im niedersächsischen Umland Bremens bzw. Bremerhaven subsumiert. Es handelt sich um die Sender *Radio Weser.TV-Bremen* (Stadt), *Radio Weser.TV-Bremerhaven*, *Radio Weser.TV-Umland* (Delmenhorst) und *Radio Weser.TV-Nordenham*. Die in den Städten Bremen und Bremerhaven betriebenen Bürgersender sind Einrichtungen der Bremischen Landesmedienanstalt (brema). Die beiden Sender im niedersächsischen Umland von Bremen und Bremerhaven sind von der NLM als „Veranstalter von Bürgerfunk“ nach dem NMedienG zugelassen. Sowohl die beidem bremischen als auch die beiden niedersächsischen Einrichtungen arbeiten und senden bimedial. Vor diesem Hintergrund existiert eine Kooperationsvereinbarung zwischen der brema und der NLM. Im niedersächsischen Großraum von Bremen¹⁶ und Bremerhaven¹⁷ werden den dortigen niedersächsischen Bürgerfunkern Sendezeiten und Übertragungskapazitäten im TV-Kanal überlassen. Die Träger dieses Programms sind zwei zum Zweck des Veranstaltens von Bürgerfunk gegründete Vereine in Delmenhorst und Nordenham. Diese Träger haben also – im Gegensatz zum sonstigen niedersächsischen Bürgerfernsehen - keine eigen-

¹⁶ Dies sind im Wesentlichen: Stadt Oldenburg, Landkreis Oldenburg, Wesermarsch, Osterholz-Scharmbeck, Verden und Diepholz.

¹⁷ Dies sind im Wesentlichen: Teile der Landkreise Cuxhaven, Wesermarsch und Rotenburg.

ständigen TV-Kanäle, sondern produzieren „niedersächsische Fensterprogramme“ innerhalb von *Radio Weser.TV*.

Die entsprechenden TV-Fensterprogramme für Niedersachsen umfassen für das Fernsehen für *Umland Bremen* (Delmenhorst) die Sendezeiten am Montag von 18:00-22:00 Uhr sowie am Mittwoch und Freitag von 18:45 bis 19:00 Uhr (also 4,5 Stunden), für *Radio Weser.TV-Umland* (Nordenham) am Donnerstag von 18:00 bis 22:00 Uhr.

Das Bürgerfernsehprojekt *Radio Weser.TV* kooperiert eng mit *oeins* in Form eines wechselseitigen Programmaustausches. So übernimmt Studio Nordenham regelmäßig das Regionalmagazin *Lokalfenster* von *oeins*. Des Weiteren werden gelegentlich Produktionen von *h1* oder Fremdproduktionen (z.B. *Budder bei die Fische*)¹⁸ ins Programm genommen. Zudem werden auch in der Kernsendezeit regelmäßig Wiederholungen ins Programm eingestellt. Vor diesem Hintergrund umfasst die originäre Eigenproduktion nur einen Teil der Kernsendezeit. Als programmstrukturell verankerte Sendungen in der Verantwortung des Trägers sind im Studio Nordenham die Sendung *Blick ins Sendegebiet* sowie im Studio Delmenhorst *Vorort – das Umlandmagazin* zu nennen. Bei *Vorort* handelt es sich um ein moderiertes Magazin im Umfang von rund 15 Minuten, das in der Regel zwei Filmberichte mit aktuellem Bezug zu Delmenhorst enthält. Das Regionalmagazin aus Nordenham *Blick ins Sendegebiet* im Umfang von 30 Minuten enthält in den ersten 15 Minuten eine Mischung aus anmoderierten Filmberichte zu verschiedenen Themenbereichen (Natur, regionale Akteure aber auch Beratungsthemen) und im zweiten Teil „filmische Impressionen“ aus der Umgebung.

Aufgrund der geschilderten besonderen Rahmenbedingungen eines Fensterprogramms sind die für das niedersächsische Publikum bestimmten Bürgerfernsehangebote von *Radio Weser.TV* nicht mit den Programme der anderen Bürgerfernsehproduktionen zu vergleichen und wurden daher auch nicht in die quantitative Inhaltsanalyse einbezogen.

¹⁸ Zu diesem Format siehe S. 55.

3 Private Angebote

3.1 *ev1.tv*

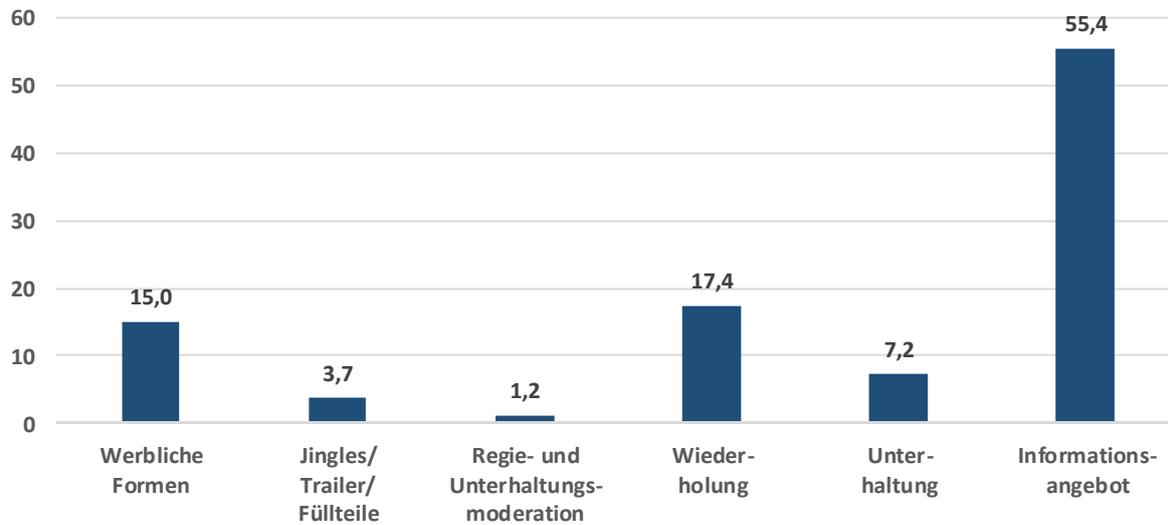
3.1.1 Die Grundstruktur des Gesamtangebots

Das Programm von *ev1.tv* ist mit einer roulierenden Sendestunde 24 Stunden auf seiner Frequenz zu empfangen. Von Montag bis Freitag wird jeweils um 18 Uhr die aktuelle Sendestunde ausgestrahlt, die dann bis zum nächsten Tag zur selben Zeit als Wiederholungsschleife rouliert. Für Samstag und Sonntag werden keine aktuellen Programmelemente produziert, vielmehr werden am Wochenende Talk-Sendungen und Magazine aus dem Wochenprogramm wiederholt. Gelegentlich wird zusätzlich ein Imagefilm ausgestrahlt. Die nachfolgend dargestellten Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse beziehen sich auf die tagesaktuelle Kernsendezeit, jeweils also die Sendestunde von 18-19 Uhr (montags bis freitags). Hieraus ergibt sich ein Gesamtvolumen des analysierten Programms im vierwöchigen Untersuchungszeitraums von rund 20 Stunden.

Neben dem redaktionellen Programm sind bei *ev1.tv* werbliche Formen mit einem Anteil von 15 Prozent der Sendezeit enthalten. Hierbei handelt es sich im geringen zeitlichen Umfang um Sponsorhinweise. Zu etwa gleichem Teil sind im vierwöchigen Untersuchungszeitraum Spotwerbung (1 Stunde 20 Minuten) und Imagefilme/Firmen-TV (1 Stunde 30 Minuten) ausgestrahlt worden. Sowohl die Sponsorhinweise als auch Werbespots und Image-Filme (Dauerwerbesendungen) beziehen sich nahezu ausschließlich auf Firmen oder Produkte aus dem Sendegebiet. Pro Sendestunde liegt der Anteil der werblichen Formen zusammen bei rund neun Minuten.

Das tagesaktuelle Programm enthält nicht durchgängig Neuproduktionen, vielmehr wurden im vierwöchigen Untersuchungszeitraum mit einem Anteil von über 17 Prozent auch Wiederholungen ausgestrahlt. Hierbei handelt es sich überwiegend um Talk-Sendungen mit nicht-aktueller Thematik. Die Regie- und Unterhaltungsmoderation ist mit einem Anteil von lediglich gut einem Prozent vergleichsweise kurz gehalten. Unterhaltungselemente (überwiegend Kamerareisen) werden mit sieben Prozent spärlich eingesetzt. Über 55 Prozent der Sendezeit entfallen auf das Informationsangebot.

Abbildung 1 *ev1.tv* – Grundstruktur des Programms
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Gesamtprogramm (t = 19:56:26)

Tabelle 1 *ev1.tv* – Grundstruktur des Programms

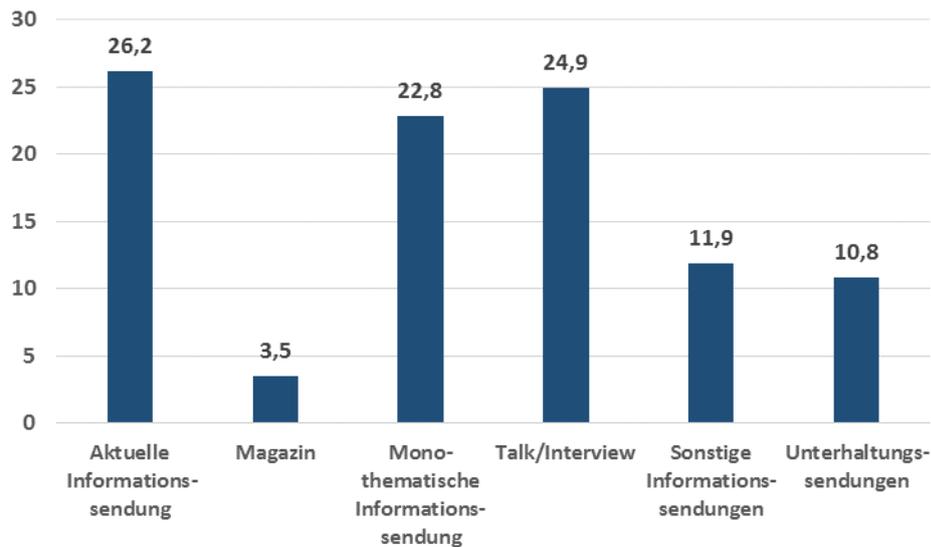
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Werbliche Formen	2:59:37	15,0	126	19,4
Jingles/Trailer/Füllteile	0:44:40	3,7	112	17,2
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:14:29	1,2	31	4,8
Wiederholung	3:28:33	17,4	57	8,8
Unterhaltung	1:25:45	7,2	42	6,5
Eingestreute Unterhaltungselemente	0:07:08	0,6	19	2,9
Kamerareisen	1:18:12	6,5	22	3,4
Non-fiktionale Unterhaltungsgenres	0:00:25	0,0	1	0,2
Informationsangebot	11:03:22	55,4	282	43,4
Journalistische Darstellungsformen	10:48:03	54,2	277	42,6
Eingestreute Informationselemente	0:15:19	1,3	5	0,8
Gesamt	19:56:26	100,0	650	100,0

Das einstündige Programm von *ev1.tv* enthält im Verlauf der Woche recht unterschiedliche Sendungen und Formate, die im nächsten Kapitel beschrieben werden.

3.1.2 Regelmäßige Sendungen und Programmbestandteile

Die Abb. 2 zeigt, wie sich das Programm von *ev1.tv* auf die verschiedenen Sendetypen verteilt. Die Sendezeit wird zu über einem Viertel durch aktuelle Informationssendungen gefüllt. Hierbei handelt es sich überwiegend um die Nachrichtensendung *Aktuell*. Breiten Raum nehmen zudem mit 25 Prozent Talk-Formate sowie die monothematischen Informationssendungen mit 23 Prozent ein.

Abbildung 2 *ev1.tv* – Sendungstypen (Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Redaktionelles Programm (t = 12:06:40)

Die folgenden Sendungen bilden das „Grundgerüst“ des Programmrepertoires von *ev1.tv* im Untersuchungszeitraum.

Aktuell

Die Sendestunde von *ev1.tv* beginnt mit der Nachrichtensendung *Aktuell*, die einen durchschnittlichen Umfang von zehn Minuten hat. Die Sendung hat die Anmutung und den Aufbau einer „klassischen“ Nachrichtensendung: Eine Sprecherin oder ein Sprecher führen durch die Sendung. Ihre Funktion besteht einerseits in dem Verlesen von Nachrichten, die durch ein Hintergrundbild oder Bewegtbild illustriert werden. Bei kürzeren Nachrichtenfilmen fungieren sie andererseits auch als Off-Sprecher. In erheblichem Umfang sind auch Nachrichtenfilme in Form von Korrespondentenberichten vorhanden, die dann durch eine Sprecherin oder einen Sprecher anmoderiert werden. Die Ereignisse, über die berichtet wird, sind nahezu ausschließlich tagesaktuell und haben eine breite thematische Streuung. Auf die Nachrichten folgt ein kurzer Wetterbericht mit animierten Bildtafeln. Der Wetterbericht wird eigens angekündigt und ist mit einem Sponsorhinweis versehen.

Nachrichtensendung und Wetterbericht sind täglich programmstrukturell fest verankert. Die weiteren Bestandteile der Tagesproduktion von *ev1.tv* enthalten jeweils unterschiedliche

Formate. Innerhalb des Untersuchungszeitraumes waren hierbei die nachfolgend beschriebenen Sendungen mehrfach im Programm.

ev1.tv – der Talk und der Sport Talk

Die beiden Talk-Formate füllen ein Viertel der redaktionellen Sendezeit im Untersuchungszeitraum. Bei der Sendung *ev1.tv – der Talk* handelt es sich um ein Gesprächs- bzw. Diskussionsgenre in Studioatmosphäre. Teilweise finden die Interviews im *ev1.tv*-Studio statt, bisweilen werden sie auch vor Ort bei den interviewten Akteuren geführt. Die Gesprächsführung des *ev1.tv*-Redakteurs ist zumeist wohlwollend und stichwortgebend, jedoch nicht investigativ. Letzteres ist allerdings auch ein Reflex auf die Auswahl der Gäste bzw. Themen, die kaum Anlass zur Kontroverse bieten. Die Themenpalette ist breit und reicht von Buchvorstellungen durch regionale Autoren bis hin zu Gesprächen mit Selbsthilfegruppen. Der *Sport Talk* bietet das auf den Sport bezogene Pendant zur erstgenannten Sendung. Gesprächspartner sind hier zumeist aktive Sportler bzw. Sportfunktionäre, wobei die Interviews zumeist in den Sportstätten stattfinden.

Monothematische Informationssendungen

Die monothematischen Sendungen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie sich im Gegensatz zum universellen Magazin auf ein Themenfeld richten oder lediglich einem Einzelthema zuwenden. Vom Sendeumfang her spielt in dieser Kategorie der Sport eine herausragende Rolle. Neben dem oben bereits beschriebenen Talk-Format findet die Sportberichterstattung in der Sendung *Ems-Vechte-Sport* ihren Platz. Hierbei handelt es sich um eine Sendung, die überwiegend mit Spielberichten (in der Form des Filmberichts) den regionalen Sport im Fokus hat.

Die Sendung *Blaulicht - retten und helfen* lässt sich als monothematische Informationssendung zum Rettungswesen (Feuerwehr, Sanitätswesen, Polizei) charakterisieren. Mit einem Gesamtumfang (inkl. Werbung) von 1 Stunde 45 Minuten füllt sie einen beachtlichen Teil der Sendezeit des Informationsangebots. Die Sendung besteht aus Filmberichten, Korrespondentenberichten und Interviews zu aktuellen Einsätzen und Übungen der Rettungskräfte im Verbreitungsgebiet.

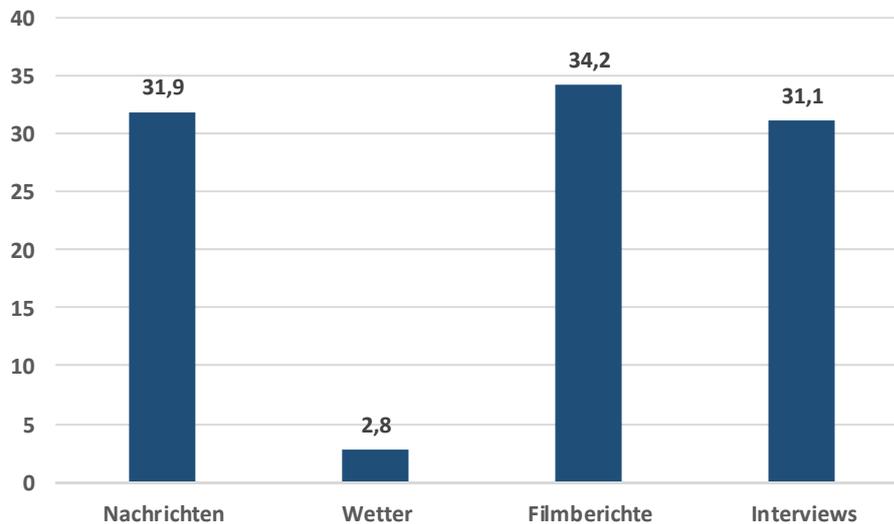
Weitere monothematische Formate im Untersuchungszeitraum sind *Opa Antons Bauernregel* mit Erläuterung alter Spruchweisheiten sowie *Tierzeit*, eine Sendung, in der Tiere an neue Besitzer vermittelt werden sollen.

3.1.3 Formale und thematische Struktur des Angebots

Das Informationsangebot enthält formal – neben dem (knappen) Wetterbericht – in etwa zu je einem Drittel Nachrichten, Filmberichte und Interviews. Der Nachrichtenblock beinhaltet überwiegend kurze (selbstproduzierte) Nachrichtenfilme, wird also relativ aufwändig gestaltet. Ein erheblicher Teil der Filmberichte ist als Korrespondentenbericht oder Reportage gestaltet. In diesen Formen ist eine Korrespondentin oder ein Korrespondent bzw. eine Reporterin oder ein Reporter vor Ort und berichtet im Live-Stil aus dem Sendegebiet. Der hohe

Anteil der Interviews resultiert zum überwiegenden Teil (rund 2 Stunden 50 Minuten) aus den entsprechenden (s.o.) Talk-Formaten und zu 30 Minuten aus Interviews in Nachrichtenfildern und Filmberichten. Akteure des Sendegebiets kommen also innerhalb des Programms von *ev1.tv* relativ häufig zu Wort.

Abbildung 3 *ev1.tv* – Journalistische Darstellungsformen
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm ohne eingestreute Informationselemente
(t = 10:48:03)

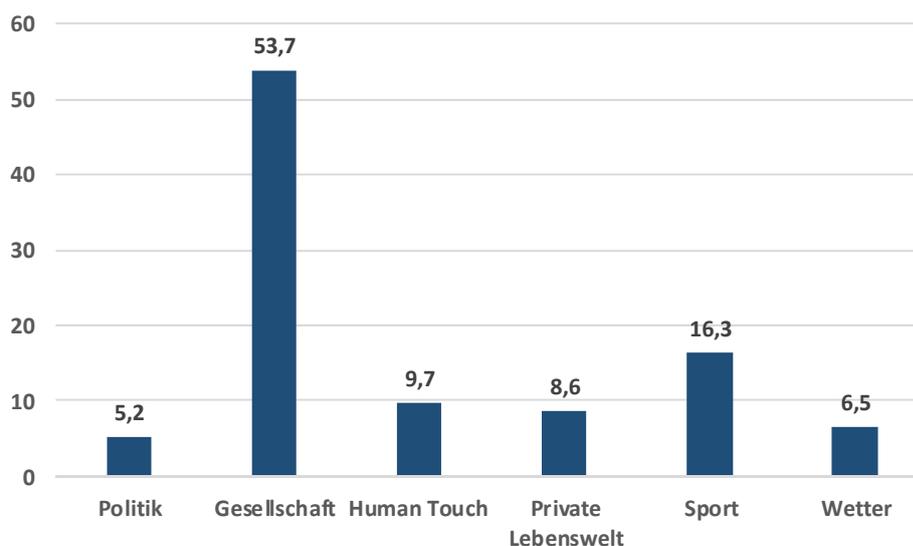
Tabelle 2 *ev1.tv* – Journalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Nachrichten	3:26:47	31,9	137	49,6
Sprechermeldung	0:14:45	2,3	32	11,6
Sprechermeldung mit Nachrichtenfildern	0:11:41	1,8	19	6,9
Nachrichtenfildern	2:33:29	23,7	80	28,9
Veranstaltungstipps	0:26:52	4,1	6	2,2
Wetter	0:18:17	2,8	20	7,2
Filmberichte	3:41:40	34,2	61	22,0
Filmbericht in Magazin	1:42:18	15,8	28	10,1
Reportage	0:31:38	4,9	9	3,2
Filmischer Korrespondentenbericht	1:27:44	13,5	24	8,7
Interviews	3:21:19	31,1	59	21,3
Gesamt	10:48:03	100,0	277	100,0

Die Themenstruktur wird mit nahezu 54 Prozent dominiert durch das breite Feld der unpolitischen gesellschaftlichen Themen, also das öffentliche Leben im Sendegebiet. Hierbei werden zwar alle Teilbereiche (Wirtschaft, Kultur, Soziales) in die Berichterstattung einbezogen, allerdings gilt mit fast 38 Prozent dem sozialen Leben die größte redaktionelle Beachtung. Hierunter ist die Berichterstattung über die für den ländlichen Raum typischen Feste, Feiern und Jubiläen (150 Jahre Feuerwehr) ebenso zu subsumieren wie regionale Verkehrsprobleme (Straßensperrungen, Baumaßnahmen) oder Aktivitäten der regionalen NGOs und Initiativen.

Dem Sport wird mit über 16 Prozent ebenfalls relativ große redaktionelle Aufmerksamkeit zuteil. Mit einem Anteil von knapp 10 Prozent wird hingegen das Human-Touch-Themenfeld (im Vergleich zum *Friesischen Rundfunk*, siehe Kap. 3.2) moderat behandelt. Der Umfang der Themen der „Privaten Lebenswelt“ (rund neun Prozent) resultiert primär aus einer Talk-Sendung zur Igelschutzstation und aus „Tierversmittlung“, umfasst also ein vergleichsweise schmales Spektrum. Die regionale Politik spielt bei der Themenauswahl mit rund fünf Prozent nur eine untergeordnete Rolle.

Abbildung 4 **ev1.tv – Themen der Berichterstattung**
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm ohne eingestreute Informationselemente
(t = 10:48:03)

Tabelle 3 ev1.tv – Themen der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Politik	0:34:00	5,2	23	8,3
Gesellschaft	5:48:00	53,7	121	43,7
Wirtschaft	0:24:45	3,8	17	6,1
Soziales Leben	4:04:27	37,7	80	28,9
Kultur	1:18:48	12,2	24	8,7
Human Touch	1:03:06	9,7	56	20,2
Zerstreuung	0:47:04	7,3	36	13
Kriminalität	0:16:02	2,5	20	7,2
Private Lebenswelt	0:55:25	8,6	17	6,1
Sport	1:45:27	16,3	34	12,3
Wetter	0:42:05	6,5	26	9,4
Sonstige Themen	-	-	-	-
Gesamt	10:48:03	100,0	277	100,0

3.1.4 Die Qualität des Programmangebots

Im vorhergehenden Kapitel wurde die Programmrealität innerhalb des vierwöchigen Untersuchungszeitraums anhand der Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse skizziert. Vor diesem Hintergrund und dem Einbezug weiterer Kriterien, wie sie in Kap. 1.3 erläutert sind, erfolgt nun eine Bewertung der Qualität des Programmangebots von *ev1.tv*.

Vielfalt und Aktualität

Fasst man das Gesamtangebot von *ev1.tv* in den Blick, muss zwischen den Tagen mit Neuproduktion (Mo.-Fr.) und dem Wochenende unterschieden werden. Samstag und Sonntag werden nahezu ausschließlich Wiederholungen aus dem Wochenprogramm gesendet, so dass sich eine Bewertung von Vielfalt und Aktualität hier erübrigt. Montags bis freitags wird innerhalb der 24-stündigen Sendezeit eine roulierende Sendestunde ausgestrahlt, so dass dem *Gesamtprogramm* (im Sinne der Frequenzbelegung) unter dieser Perspektive *keine* Vielfalt und Aktualität bescheinigt werden kann. Für Nahraumfernsehangebote ist eine 24-stündige originäre Produktion jedoch weder ökonomisch noch journalistisch eine Option. Es gilt also den Sender unter den Bedingungen des Repeat-TVs zu betrachten und dementsprechend die tägliche Neuproduktion in den Blick zu nehmen. Hier scheint ohnehin mit der einstündigen Sendeschleife das redaktionelle Maximum erreicht, was der eingebettete Wiederholungsanteil von 17 Prozent nahelegt. Betrachtet man das restliche Angebot, so ist festzu-

halten, dass das Programm im wesentlichen Umfang sowohl Unterhaltungs- als auch Informationsanteile enthält. Das Unterhaltungsangebot besteht allerdings primär aus dem Genre der *Kamerareise*¹⁹. Das Informationsangebot ist sowohl in formaler als auch in inhaltlich/thematischer Hinsicht als vielfältig zu bewerten. Bei den Darstellungsformen herrscht eine gewisse Variationsbreite. Es sind von der Sprechermeldung über den Nachrichtenfilm bis hin zum Filmbericht und Reportage verschiedene Formen vorhanden. Als Einzelform dominiert das Interview bzw. der Talk, womit ein vergleichsweise kostengünstig zu produzierendes Format erheblichen Anteil an der Sendezeit füllt.

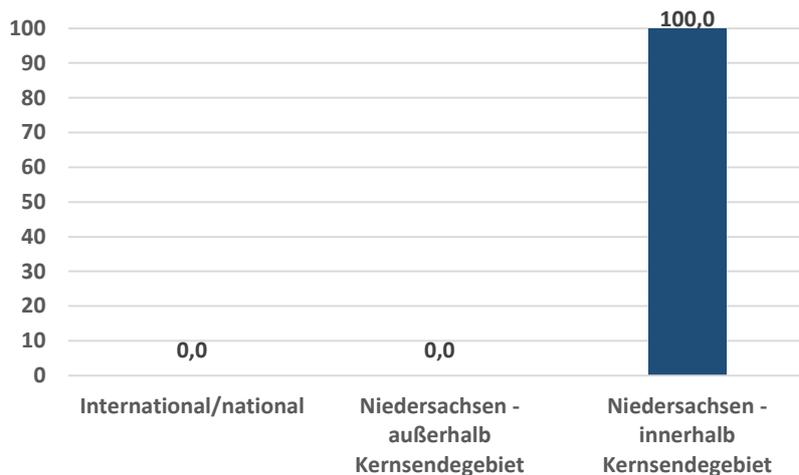
Thematisch wird ein relativ breites Spektrum der regionalen Ereignisagenda in der Berichterstattung abgedeckt. Lediglich die Kommunalpolitik scheint redaktionell wenig Beachtung zu finden. Betrachtet man jedoch die Nachrichtensendung *Aktuell* isoliert, dann ist das der Ort für Meldungen mit politischen Sachthemen. Das heißt, innerhalb der tagesaktuellen Nachrichten wird auch das Themenfeld der Politik nicht ausgespart.

Innerhalb und auch außerhalb des Nachrichtenformats ist die Aktualität der Berichterstattung bei *ev1.tv* sehr hoch. Vom Informationsangebot mit einem Gesamtumfang von 10 Stunden 48 Minuten sind nahezu neun Stunden aktuelle (mindestens wochenaktuell) Berichterstattung (das entspricht 83 Prozent), wobei der überwiegende Anteil (6 Stunden 35 Minuten) tagesaktuell ist.

Nähe

Das Kriterium der Nähe erfüllt das Programmangebot in hohem Maße: Das komplette redaktionelle Programm lässt sich, wie Abb. 5 zeigt, innerhalb des Verbreitungsgebietes verorten. Hinzu kommt, dass die (in Interviews, Talk, O-Tönen etc.) zu-Wort-kommenden Akteure immer einen Bezug zum Verbreitungsgebiet haben. Das Sendegebiet (rings um Lingen) wird auch gut durch aktuelle Meldungen mit Ortsbezug journalistisch abgedeckt. Insgesamt wurden im Untersuchungszeitraum Bezüge zu 262 Ortsnennungen gezählt, die sich auf 36 Orte beziehen. Hierbei steht Lingen mit 55 Nennungen und einer Sendezeit von 2 Stunden 30 Minuten eindeutig im Vordergrund der redaktionellen Aufmerksamkeit. Es folgen die Städte Nordhorn, Meppen und Papenburg.

¹⁹ In diesem Genre "reist" die Kamera durch Landschaft, Städte etc. und bildet rein dokumentarisch die Umgebung ab, es erfolgt zumeist Musikunterlegung, ansonsten keine weitere Postbearbeitung.

Abbildung 5 ev1.tv – Raumbezug (Anteil an der Sendezeit in Prozent)


Basis: Redaktionelles Programm (t = 12:06:40)

3.1.5 Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)

Die täglich (Mo.-Fr.) ausgestrahlte Nachrichtensendung *Aktuell* bildet einen programmstrukturierenden Anker innerhalb der Kernsendezeit von *ev1.tv*. Der Sendezeitumfang von zehn Minuten bietet ein ausreichendes Zeitfenster, um die relevanten Ereignisse im Sendegebiet innerhalb des TV-Nachrichtenformats zu berücksichtigen. In ihrer Machart entspricht die Sendung dem Standard einer professionellen Fernsehproduktion. Der Auftritt des Nachrichtensprechers ist in ein Studiointerieur eingebettet, in dessen Hintergrund Symbolbilder zur aktuellen Nachricht zu sehen sind. Das Tempo und die sprachliche Modulation sind angemessen und geschult. Die Nachrichtenfilmchen sind „gebaute Beiträge“ mit allen notwendigen Elementen: Inserts, Sprecher im Off, O-Töne und Bildmaterial von Ereignisorten. Sie weisen eine professionelle Kameraführung auf und sind ebenso geschnitten. Gelegentlich werden eigens erstellte Infographiken zur Veranschaulichung eingebaut. Die einzelnen Filmberichte erfüllen in der journalistischen Umsetzung die Qualitätskriterien der Präzision, Plausibilität und Kontexterläuterung. Für die monothematischen Sendungen gilt in Bezug auf die Filmberichte dasselbe wie für die Nachrichtenfilmchen: Es handelt sich um gebaute Beiträge in professioneller Umsetzung.

In den Talksendungen ist die Professionalität nicht im selben Maße gegeben wie in der Nachrichtensendung. Die Moderatorin wirkt gelegentlich stimmlich und im Auftreten semiprofessionell und wenig agil. Sie moderiert eher „stichwortgebend“ als „investigativ nachfragend“. Die Kameraführung entspricht weitgehend den üblichen Standards eines Wechsels aus „Totale“ und „Halbnah“ und wirkt professionell.

Im Vergleich zum *Friesischen Rundfunk* und *regiotv* erfüllt das TV-Angebot von *ev1.tv* die üblichen fernsehjournalistischen und fernsehästhetischen Ansprüche an professionell gemachtes Fernsehen am besten.

3.1.6 Webaktivitäten und Social-Media-Angebot²⁰

Website

Der Sender betreibt unter der URL *www.ev1.tv.de* eine professionelle, gut gepflegte Website, die vorrangig Programmbegleitung und Programmorientierung bietet. Es existiert eine Mediathek, in der sowohl Sendungen als auch einzelne Beiträge abgelegt sind. Unter der Rubrik *Nachrichten & Wetter* werden (ausschließlich) aktuelle Kurzvideos mit Ereignisberichterstattung eingestellt; es existiert also keine eigenständige Online-Redaktion bzw. ein Nachrichtenticker oder Ähnliches. Das TV-Programm von *ev1.tv* ist dauerhaft im Live-Stream verfügbar. Die Website ist technisch professionell gestaltet und responsiv; sie ist also auch für Tablets und Smartphones geeignet.

Social Media

Die Redaktion nutzt auch verschiedene Social-Media-Kanäle, allerdings in unterschiedlicher Intensität:

- Es existiert ein *Twitter*-Account, der vorrangig zur Kommunikation mit Zuschauern/Users genutzt wird, nicht jedoch als Nachrichtenkanal zur Verbreitung aktueller Meldungen. Die Tweets beziehen sich überwiegend auf das *ev1.tv*-Programm. Der Kanal wird vergleichsweise sporadisch genutzt (rd. 380 Tweets seit 2011) und hat rund 1.200 Follower.
- Der am intensivsten betriebene Social-Media-Kanal ist die *Facebook*-seite. Hier ist die Redaktion nahezu täglich aktiv, postet und stellt Videos ein. Die rund 44 Tsd. vorhandenen „Likes“ zeigen, dass der Kanal auch vom Publikum genutzt wird. Über *Facebook* generiert die Redaktion auch journalistischen Zusatznutzen, indem aktuelle Meldungen aus der Region verbreitet werden. Die Posts der Redaktion werden oft geteilt und kommentiert, so dass der Sender eine aktive *Facebook*-Kommunikation mit den Usern pflegt.
- Ein *YouTube*-Kanal ist zwar vorhanden, wird aber nicht gepflegt und hat lediglich rund 100 Abonnenten.

Zusammenfassung

Im Web spiegelt sich die Qualität des TV-Angebots von *ev1.tv* wider. Der Sender verfügt über eine Website mit den notwendigen Angeboten und bietet seinem Publikum mit der *Facebook*-seite durchaus nennenswerten Zusatznutzen und eine Kommunikationsplattform. Im Vergleich zum Onlineangebot von *FRF* leistet *ev1.tv* quantitativ und qualitativ etwas mehr.

²⁰ Stand: Februar 2017

3.2 *Friesischer Rundfunk (FRF)*

3.2.1 Die Grundstruktur des Gesamtangebots

Das Programm des *Friesischen Rundfunks* folgt einem stabilen Schema: Der Sender belegt über die gesamte Woche täglich 24 Stunden seine Frequenz mit einer einstündigen Sendeschleife. Diese besteht überwiegend aus Wiederholungen der Produktion des Vortags. Jeweils um 18 Uhr (montags bis freitags) erfolgt der Wechsel zum tagesaktuellen Programm. Die Sendung wird dann ab 19 Uhr bis zum nächsten Tag 18 Uhr wiederholt. Dieser Rhythmus wird ab Samstag 18 Uhr unterbrochen. Ab diesem Zeitpunkt ist der Wochenrückblick zu sehen, der als einstündige Sendeschleife bis Montag 18 Uhr ausgestrahlt wird. Beim Wochenrückblick handelt es sich um einen Zusammenschnitt von im Laufe der Woche bereits gesendeten Materials.

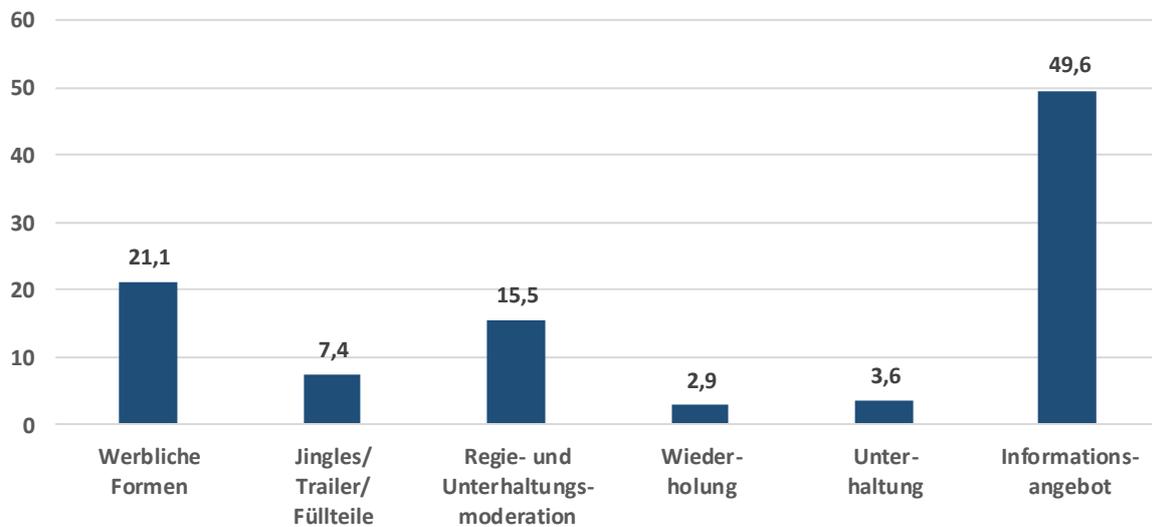
Die aktuelle Sendestunde ist immer ähnlich strukturiert, allerdings erscheinen die Programmbestandteile (Rubriken) in unterschiedlichen Zeitanteilen: Fester Bestandteil sind ein Nachrichtenblock und die Wettervorhersage sowie Filmbeiträge und vergleichsweise umfangreiche Moderationsstrecken. Im Unterschied zu *ev1.tv* produziert der *Friesische Rundfunk* also pro Tag *eine* Magazinsendung, die von einer durch die komplette Sendung führenden Moderation „zusammengehalten“ wird. Eine differenzierte Darstellung einzelner Sendungen, wie sie bei den meisten anderen hier untersuchten Programmen vorgenommen wird, ist für den *Friesischen Rundfunk* also obsolet. Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse beziehen sich auf die Sendestunde von 18-19 Uhr (montags bis freitags).²¹

Über 20 Prozent der Sendezeit sind mit werblichen Formen gefüllt, wobei die Spotwerbung dominiert und lediglich vereinzelt Sponsorhinweise (z.B. beim Wetter) vorhanden sind. Innerhalb der Werbeblöcke überwiegt Werbung für regionale Firmen. Insgesamt wurden im vierwöchigen Untersuchungszeitraum 69 Werbeblöcke ausgestrahlt, die alle Spots mit regionalem Bezug enthalten. Die Werbedauer und die Anzahl der Spots lassen den Schluss zu, dass der *Friesische Rundfunk* als Werbeplattform im Kernsendegebiet durchaus eine Rolle spielt. Eine Besonderheit des Anbieters ist, dass er selbst als Betreiber des Bistros *FRF-Pavillon* auftritt und dessen gastronomisches Angebot mit TV-Spots bewirbt.

Im verbleibenden redaktionellen Programm dominiert das Informationsangebot, das nahezu 50 Prozent der Gesamtsendezeit füllt. Unterhaltungsformen (Gewinnspiel und Kamerareisen) spielen mit knapp vier Prozent eine untergeordnete Rolle. Allerdings sind innerhalb der Moderationsstrecken unterhaltende Passagen eingebettet. Die Studiomoderation wird überwiegend als Doppelmoderation in Gesprächsform gestaltet. Innerhalb der tagesaktuellen Sendestrecke wurden mit sieben Fällen (34 Minuten) kaum Wiederholungen alten Sendematerials ausgestrahlt.

²¹ In der Stichprobe gab es am 29.02.2017 von Seiten des Senders eine Programmverkürzung.

Abbildung 6 *Friesischer Rundfunk* – Grundstruktur des Programms
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Gesamtprogramm (t = 19:29:55)

Tabelle 4 *Friesischer Rundfunk* – Grundstruktur des Programms

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Werbliche Formen	4:06:48	21,1	111	19,5
Jingles/Trailer/Füllteile	1:26:34	7,4	100	17,6
Regie- und Unterhaltungsmoderation	3:00:48	15,5	94	16,5
Wiederholung	0:33:23	2,9	7	1,2
Unterhaltung	0:41:43	3,6	24	4,2
Eingestreute Unterhaltungselemente	0:01:00	0,1	2	0,4
Kamerareisen	0:16:04	1,4	4	0,7
Gewinnspiel	0:24:39	2,1	18	3,2
Informationsangebot	9:40:39	49,6	233	40,9
Journalistische Darstellungsformen	9:17:02	47,6	221	38,8
Eingestreute Informationselemente	0:23:37	2,0	12	2,1
Gesamt	19:29:55	100,0	569	100,0

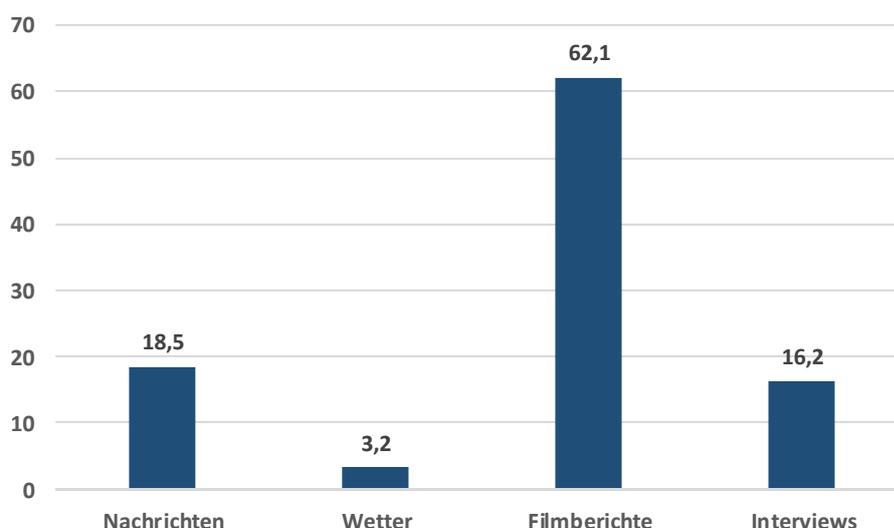
3.2.2 Formale und thematische Struktur des Angebots

Die tägliche aktuelle Sendestunde des *FRF* ist als einstündiges Magazin mit durchgehender Moderation konzipiert. Es werden u.a. die nachfolgenden Filmberichte und Sendungselemente amodertiert, zudem wird aber auch (je nach Moderatorin oder Moderator mehr oder weniger umfangreich) „geplaudert“. Somit werden Regie- und Unterhaltungsmoderation mit sachbezogener Anmoderation vermischt. Diese Art der Moderation ist ein Typus, der zwar bei privaten Radiosendern oft zu hören ist, der im Fernsehen hingegen selten vorkommt. Innerhalb der hier untersuchten TV-Programme ist sie in Form und Umfang einmalig und bildet ein Spezifikum der Anmutung des *Friesischen Rundfunks*.

Nach Abzug von Werbung, Jingles/Trailern, Unterhaltungsformen sowie der Regie- und Unterhaltungsmoderation verbleibt pro Sendung im Durchschnitt eine knappe halbe Stunde für die Beiträge, die unter journalistischen Darstellungsformen zu subsumieren sind. Hierbei dominieren mit über 60 Prozent Filmbeiträge gefolgt von Nachrichten (knapp 19 Prozent) und Interviews (rund 16 Prozent).

Der Nachrichtenblock mit einem Umfang von durchschnittlich rund fünf Minuten wird unter der Rubrik *Sendelandticker* im ersten Sendungsdrittel platziert. Er enthält vor allem Nachrichtenfilme mit einem Sprecher im Off und Inserts. Die Interviews resultieren zum großen Teil aus der Rubrik der *TBK-Show (Termin bei Karl Heinz)*. Hier wird ein jeweils rund 20-minütiges Gespräch mit einem Akteur aus dem Verbreitungsgebiet geführt. Den überwiegenden Teil der Sendezeit mit journalistischer Darstellungsform bilden Filmberichte, die Ereignisse, Anlässe und Themen aus Friesland und Umgebung behandeln. Der Sprecher ist hierbei zumeist im Off.

Abbildung 7 *Friesischer Rundfunk* – Journalistische Darstellungsformen
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)

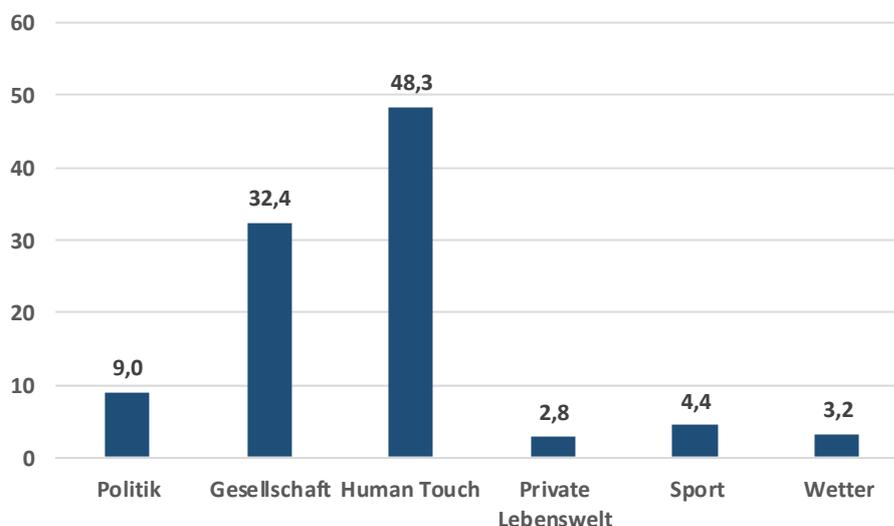


Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm ohne eingestreute Informationselemente
(t = 9:17:02)

Tabelle 5 *Friesischer Rundfunk – Journalistische Darstellungsformen*

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Nachrichten	1:43:19	18,5	120	54,3
Sprechermeldung	0:44:19	8,0	18	8,1
Sprechermeldung mit Nachrichtenfilm	0:01:12	0,2	6	2,7
Nachrichtenfilm	0:57:48	10,4	96	43,4
Wetter	0:17:43	3,2	20	9,0
Filmberichte	5:45:39	62,1	73	33,0
Filmbericht in Magazin	5:36:11	60,4	71	32,1
Filmischer Korrespondentenbericht	0:09:28	1,7	2	0,9
Interviews	1:30:21	16,2	8	3,6
Gesamt	9:17:02	100,0	221	100,0

Innerhalb der Themenstruktur dominiert mit gut 48 Prozent der Bereich „Human Touch“. Nachrichtenfilm und Meldungen zu diesem Themenfeld füllen innerhalb des Nachrichtenblocks sogar 87 Prozent. Von insgesamt 1 Stunde 43 Minuten im Untersuchungszeitraum ausgestrahlter Nachrichten entfallen 1 Stunde 30 Minuten auf die Human-Touch-Themen. Hierbei sind es vor allem Unfälle und Polizeieinsätze, denen die redaktionelle Aufmerksamkeit gilt. Die Filmberichte behandeln zu rund 25 Prozent Human-Touch-Themen. An zweiter Stelle der redaktionell aufgegriffenen Themen steht das breite Feld der unpolitischen gesellschaftlichen Themen, also die Berichterstattung über das gesellschaftliche Leben innerhalb des Kernsendegebiets. Neben diesen beiden dominanten Berichterstattungsfeldern sind Politik (9 Prozent) und Sport (4,4 Prozent) marginalisiert.

Abbildung 8 *Friesischer Rundfunk – Themen der Berichterstattung (Anteil an der Sendezeit in Prozent)*


Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm ohne eingestreute Informationselemente (t = 9:17:02)

Tabelle 6 Friesischer Rundfunk – Themen der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Politik	0:50:06	9,0	16	7,2
Gesellschaft	3:00:29	32,4	51	23,1
Wirtschaft	0:20:29	3,7	10	4,5
Soziales Leben	2:15:58	24,4	37	16,7
Kultur	0:24:02	4,3	4	1,8
Human Touch	4:28:52	48,3	124	56,1
Zerstreuung	3:29:44	37,7	83	37,6
Kriminalität	0:59:08	10,6	41	18,6
Private Lebenswelt	0:15:34	2,8	3	1,4
Sport	0:24:18	4,4	7	3,2
Wetter	0:17:43	3,2	20	9,0
Sonstige Themen	-	-	-	-
Gesamt	9:17:02	100,0	221	100,0

3.2.3 Die Qualität des Programmangebots

Vielfalt und Aktualität

Für den *Friesischen Rundfunk* gilt dasselbe, was bereits für *ev1.tv* festgestellt wurde: Das Gesamtprogramm auf der Frequenz ist aufgrund der täglich ausgestrahlten 23 Wiederholungsschleifen nicht als „vielfältig“ zu bezeichnen. Die Vielfaltsdimension kann sich jedoch, wie ausgeführt, bei Nahraumfernsehen lediglich auf die aktuelle Neuproduktion, also die montags bis freitags ausgestrahlte Kernsendestunde richten. Bei dieser Betrachtungsweise ist zunächst festzustellen, dass im Programm des *Friesischen Rundfunks* sowohl Unterhaltungs- als auch Informationsanteile im wesentlichen Umfang enthalten sind. Die Unterhaltung erfolgt hierbei allerdings weniger über die entsprechenden TV-Genres (Fiktionales oder non-fiktionale Genres wie Spielshows etc.), sondern ist vielmehr häufig Bestandteil der Moderation oder als Infotainment²² in den Talk-Sendungen enthalten (insbesondere z.B. in der *TBK-Show*). Bei den Darstellungsformen ist der *Friesische Rundfunk* nur bedingt mit *ev1.tv* zu vergleichen, da er keine eigenständigen Sendungen hat, sondern wie eine Magazinsendung mit Rubriken aufgebaut ist. Entsprechend sind hier keine monothematischen Sendungen im Portfolio vorhanden. Insgesamt ist jedoch mit den vier vorhandenen Formen: Nachrichten, Filmbericht, Talk und Moderation durchaus eine (wenngleich eingeschränkte) formale Vielfältigkeit gegeben.

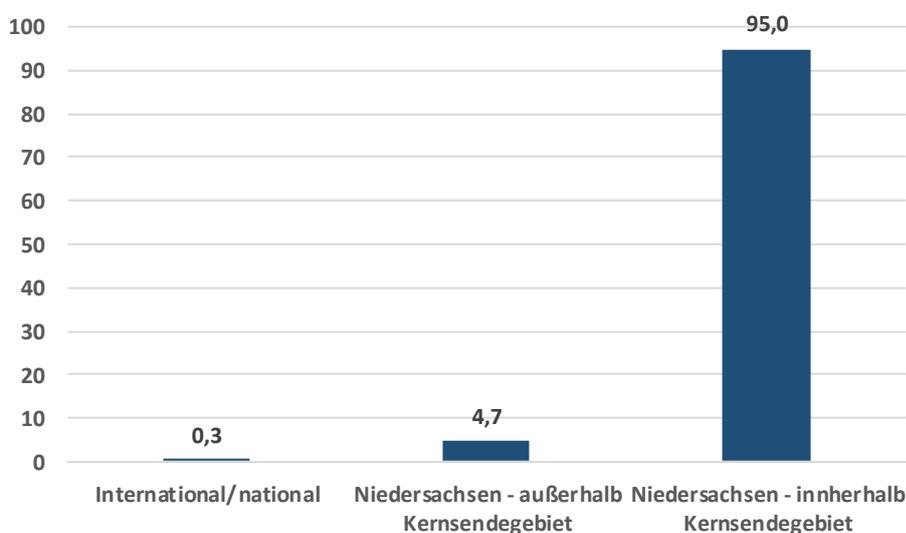
²² Entsprechende Formate, die eine Mischform zwischen rein sachlicher Information und unterhaltenden Elementen darstellen, wurden in der quantitativen Inhaltsanalyse unter „Information“ subsumiert.

Bei der redaktionellen Themenselektion kann dem *Friesischen Rundfunk* – insbesondere im Vergleich zu *ev1.tv* – kaum Vielfältigkeit attestiert werden. Die Themenagenda ist mit einem Anteil von knapp 50 Prozent an Human-Touch-Themen deutlich verengt. Hierbei spielen „Zerstreuungsthemen“ mit ihrer unterhaltungspublizistischen Funktion im Umfang von knapp 38 Prozent eine große Rolle. Hiermit korreliert, dass beim *Friesischen Rundfunk* 76 Prozent der Sendezeit des Informationsprogramms Aktualität zuzuschreiben ist (tages- und wochenaktuelle Berichterstattung), während es bei *ev1.tv* 83 Prozent sind. Dennoch ist mit einem Aktualitäts-Anteil von Dreiviertel der Sendezeit des Informationsprogramms die Dimension „Aktualität des Programmangebots“ auch beim *Friesischen Rundfunk* als erfüllt anzusehen.

Nähe

Die Berichterstattung des *Friesischen Rundfunks* richtet sich zu 95 Prozent auf das sog. „Kernsendeland“, also die Region des östlichen Frieslands, Oldenburger Land, Wesermarsch, Wilhelmshaven und Stade. Falls Themen und Ereignisse außerhalb dieses Gebietes aufgegriffen werden, stammen sie zu rund fünf Prozent aus dem „restlichen“ Niedersachsen. Im Hinblick auf den Raumbezug der Berichterstattung ist der *Friesische Rundfunk* also eindeutig als Nahraumfernsehen konzipiert. Hierbei dominieren Berichte, die einen Ortsbezug haben: Von den 9 Stunden und 27 Minuten, die sich im Kernsendegebiet verorten lassen, weisen 8 Stunden und 20 Minuten eine Ortsmarke auf. Dabei lässt sich im Sendegebiet zwischen Emden und Wilhelmshaven eine große Variationsbreite feststellen. Insgesamt sind im Untersuchungszeitraum 200 Ortsmarken festzustellen, die sich auf 54 Gemeinden (von Apen bis Zetel) verteilen. Auch in der Anmutung der Moderation (z.B. Ansprache des Publikums mit „moin“) und in O-Tönen mit dialektaler Färbung ist die Nähe zur ostfriesischen Region spürbar.

Abbildung 9 *Friesischer Rundfunk* – Raumbezug
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Redaktionelles Programm (t = 9:57:45)

3.2.4 Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)

Wie bereits ausgeführt, hat *FRF* keine selbständigen Sendungen, sondern ist vielmehr als eine durchmoderierte Sendung mit unterschiedlichen Rubriken konzipiert. Die Besetzung mit zwei Moderatorinnen, die sich gegenseitig die „Bälle zuspielen“, hat häufig die Anmutung einer Unterhaltungsmoderation und wirkt streckenweise improvisiert. Die Rubrik *Sendeland-ticker* erfüllt die Funktion eines täglichen aktuellen Nachrichtenüberblicks. Im Vergleich zum Format *Aktuell* bei *ev1.tv* ist der *Sendelandticker* jedoch mit erheblich weniger Aufwand produziert und wirkt für ein TV-Nachrichtenformat semiprofessionell. Es handelt sich im Kern eher um bebilderte Sprechermeldungen als um Nachrichtenfilm: Der Sprecher ist im Off und zur jeweils verlesenen Meldung wird Bewegtbild (häufig sogenannte „Symbolvideos“, also kein originäres Filmmaterial) eingespielt. Es gibt kaum Nachrichtenfilm mit O-Ton oder mit Korrespondentenberichten. Im Gegensatz hierzu hat die Mehrzahl der Filmberichte innerhalb des Regionalmagazins hinsichtlich der Professionalität in etwa das Niveau von *ev1.tv*. Es handelt sich um „gebaute Beiträge“ mit Inserts, Sprecher im Off oder Korrespondentenberichte, die sich in Kameraführung und Postproduktion an professionelle TV-Produktion annähern.

Die zeitlich dominierende Talk-Sendung, die *TBK-Show*, entzieht sich als Infotainment-Format einer Bewertung nach journalistischen Kriterien. Es handelt sich eher um eine Personality-Show, in deren Mittelpunkt (häufig auch der Kameraeinstellung) der Moderator steht.

3.2.5 Webaktivitäten und Social-Media-Angebot²³

Website

Der *Friesische Rundfunk* ist unter der URL www.friesischer-rundfunk.de mit einer Website vertreten. Von den Grundfunktionen entspricht das Angebot denjenigen von *ev1.tv*. Die Site bietet einen Live-Stream und eine gut durchsuchbare Mediathek (Archiv) sowie eine Rubrik *Aktuelle Beiträge*, die auf der Startseite angeboten wird. Auch für die *FRF*-Website gilt, dass sie vorrangig Programmbegleitung anbietet und insofern keinen onlineredaktionellen Zusatznutzen generiert. Die Website ist responsiv und kann gut per Tablet und Smartphone genutzt werden.

Social Media

Neben der Website nutzt die Redaktion des *Friesischen Rundfunks* auch Social-Media-Kanäle:

- *FRF* hat zwar einen *Twitter*-Account, der aber nicht gepflegt wird und offenbar „eingeschlafen“ ist.
- Die *Facebook*seite von *FRF* wird hingegen nahezu täglich gepflegt. Es werden primär Video-Beiträge zu aktuellen Ereignissen eingestellt, die auch mit Text in Form einer Nachricht versehen sind. Der *Facebook*-Kanal erfüllt die Funktion einer zusätzlichen Nachricht-

²³ Stand: Februar 2017

tenplattform für das Sendegebiet. Im Vergleich zu *ev1.tv* wird das *Facebook*-Angebot von *FRF* deutlich weniger genutzt, was sich in einer geringeren Anzahl von „Likes“ (knapp 14. Tsd.) und nur sporadischen Kommentaren zeigt.

- *FRF* verfügt über keinen eigenen *YouTube*-Kanal.

Zusammenfassung

Die Website des *Friesischen Rundfunks* erfüllt die notwendigen Funktionen zur Programmbegeleitung, generiert für die User allerdings keinen onlineredaktionellen Zusatznutzen. Die Social-Media-Aktivitäten sind auf *Facebook* fokussiert, wo das Publikum sich zeitunabhängig über aktuelle Nachrichten im Sendegebiet informieren kann.

3.3 *regiotv*

3.3.1 Die Grundstruktur des Gesamtangebots

Das Sendematerial, das auf der TV-Frequenz von *regiotv* ausgestrahlt wird, besteht jeden Tag über 24 Stunden aus einstündigen Sendeschleifen. Diese Sendeschleifen werden allerdings nicht, wie bei *ev1.tv* und beim *Friesischen Rundfunk*, von Montag bis Freitag täglich erneuert. Vielmehr gibt es Tage, an denen überhaupt keine „Erneuerung“ stattfindet und Tage, an denen nur ein Teil der Sendeschleife mit neuem Material angereichert wird. Eine Systematik, nach der originäres Sendematerial eingefügt wird, ist nicht zu erkennen.

Die einzelnen (originären oder teiloriginären) Sendeschleifen haben unterschiedliche Abläufe. Es findet sich weder ein Programmschema (z.B. auf der Website) noch werden die einzelnen Sendestunden durch Moderation oder z.B. eine vorangestellte Programmübersicht strukturiert. Häufig fehlen auch Überleitungen bzw. Vorspanne, so dass die Beiträge für das TV-Publikum unvermittelt „auftauchen“. Es kann daher auch nicht von einer Programmstruktur oder einer Magazinsendung gesprochen werden. Vielmehr handelt es sich bei dem TV-Angebot von *regiotv* um aneinandergereihte Filmbeiträge und Sprechermeldungen, die teilweise (aber nicht durchgängig) unter bestimmten Rubriken subsumiert werden. Es finden sich im Sendeschleifenablauf weder eine Nachrichtensendung noch ein Wetterbericht oder sonstige regelmäßige programmstrukturell verankerte Formate. Diese Art der TV-Produktion findet sich weder bei *ev1.tv* oder beim *Friesischen Rundfunk* noch im Bürger-TV und entspricht nicht dem Standard professioneller Fernsehangebote. Vor diesem Hintergrund wird die eigentliche Zielsetzung des vorliegenden Kapitels – die „Grundstruktur des Gesamtangebots“ zu beschreiben – obsolet. Mit anderen Worten: Es scheint fraglich, ob hier überhaupt von einem „Rundfunkprogramm [als] eine nach einem Sendeplan zeitlich geordnete Folge von Inhalten“²⁴ im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages gesprochen werden kann. Ebenso liegt im engeren Sinne keine „Sendung [als] ein inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogrammes“²⁵ vor. Nachfolgend wird daher statt der Beschreibung der Grundstruktur des Programms die Abfolge einer typischen Sendeschleife (hier vom 31. August 2016) exemplarisch dargestellt.

²⁴ RStV § 2, Abs. 2, Ziff. 1.

²⁵ RStV § 2, Abs. 2, Ziff. 2.

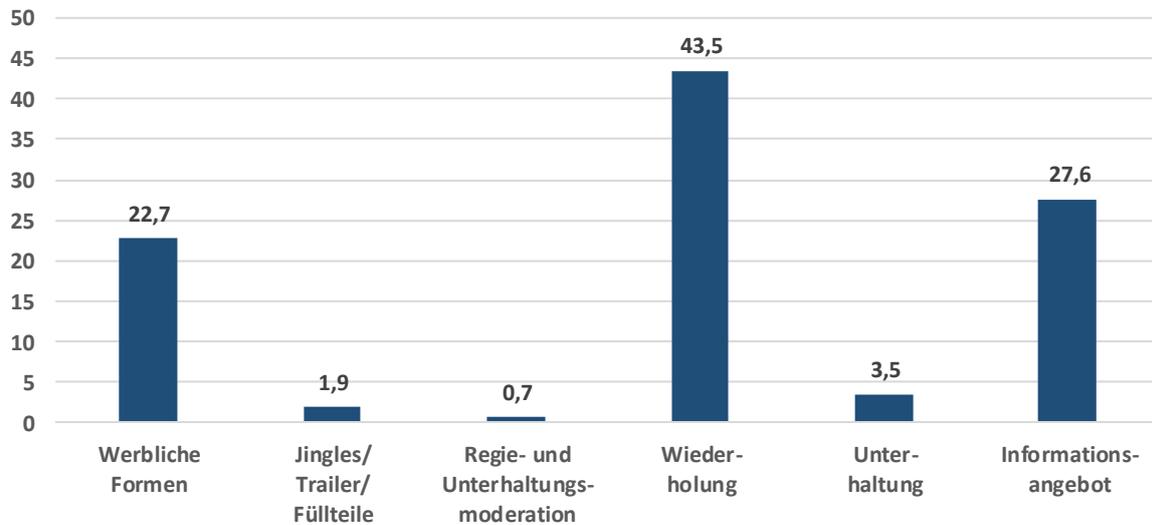
Übersicht 4 *regiotv* – exemplarische Sendeschleife

Zeit	Form	Inhalt
00:00:00 - 00:00:11	Eingangstrailer	Hinweis: „Beginn der Sendeschleife“ und Logo „ <i>regiotv</i> Fernsehen von hier“.
00:00:11- 00:00:33	Sponsorhinweis	Sponsor: Nemann Home&Garden, Vechta
00:00:33- 00:10:25	Dauerwerbesendung	WM Finale Langbahn GP in Vechta
00:10:25- 00:11:53	Werbeblock	Werbespots mit Werbetrenner vor und nach dem Block
00:11:53- 00:12:24	Trailer	<i>regiotv</i>
00:12:24- 00:22:00	<i>Wiederholung</i> Filmausschnitte	Trailerzuschnitt zum Filmfestival Oldenburger Münsterland (Footage-Material)
00:22:00- 00:28:12	<i>Wiederholung</i> „Korrespondentenbericht“ aus der Rubrik <i>Art Club</i>	Bericht von „Reload Festival“
00:28:12- 00:34:24	Dauerwerbesendung	6. Jobmesse Oldenburger Münsterland
00:34:24- 01:00:00	<i>Wiederholung</i> Filmbericht Rubrik: <i>ELIZZ-TV ON-TOUR</i>	Besuch in einem landwirtschaftlichen Betrieb

Summiert man die Elemente dieser Sendeschleife (die notabene in der Kernsendezeit ausgestrahlt wurde), ergeben sich rund 18 Minuten werbliche Formen und 41 Minuten Wiederholung. Diese exemplarische Sendeschleife charakterisiert, wofür die nachfolgend dargestellten Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse in der Programmpraxis stehen.

Über 43 Prozent der Sendezeit des vermeintlich originären Materials sind Wiederholungen und rund 23 Prozent sind mit werblichen Formen gefüllt. Trailer und unterhaltende Elemente spielen zusammen mit rund sechs Prozent eine geringe Rolle. Der Rest des Programms im Umfang von nahezu 28 Prozent entfällt auf Informationsangebote, die nachfolgend genauer betrachtet werden.

Abbildung 10 *regiotv* – Grundstruktur des Programms
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Gesamtprogramm (t = 18:59:49)

Tabelle 7 *regiotv* – Grundstruktur des Programms

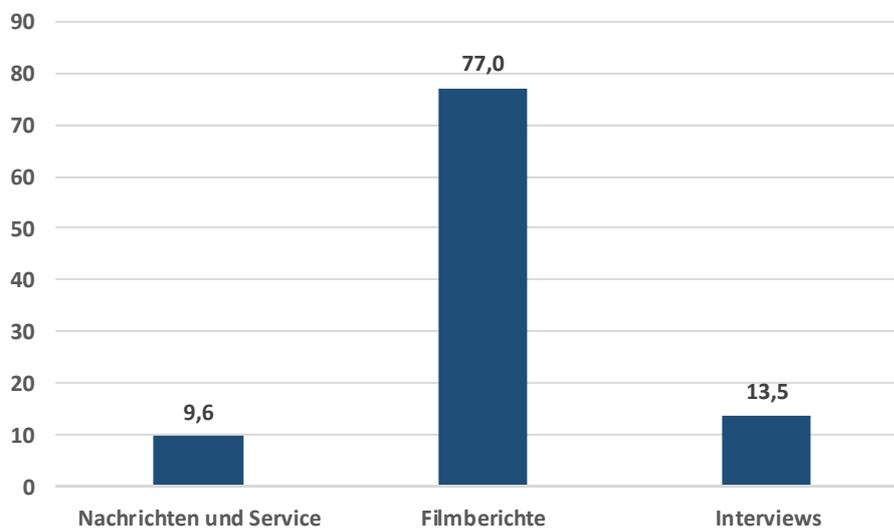
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Werbliche Formen	4:18:11	22,7	69	28,4
Jingles/Trailer/Füllteile	0:22:01	1,9	49	20,2
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:08:07	0,7	14	5,8
Wiederholung	8:16:07	43,5	56	23,0
Unterhaltung	0:40:24	3,5	13	5,3
Eingestreute Unterhaltungselemente	0:21:52	1,9	10	4,1
Sonstige Unterhaltungsformate	0:18:32	1,6	3	1,2
Informationsangebot	5:14:59	27,6	42	17,3
Journalistische Darstellungsformen	5:14:59	27,6	42	17,3
Eingestreute Informationselemente	-	-	-	-
Gesamt	18:59:49	100,0	243	100,0

3.3.2 Formale und thematische Struktur des Angebots

Insgesamt umfasst das Informationsangebot im vierwöchigen Untersuchungszeitraum rund 5 Stunden und 15 Minuten. Formal lässt es sich drei Kategorien zuordnen: Nachrichten und Service (knapp 10 Prozent), Filmberichte (77 Prozent) und Interviews (knapp 14 Prozent). Bei den unter Nachrichten und Service subsumierten Fällen handelt es sich ausnahmslos um

Sprechermeldungen, die im Format *Wochenschau* enthalten sind, ein Programmbestandteil, der von der „Oldenburger Volkszeitung“ produziert wird.²⁶ Hinzu kommen Veranstaltungstipps, die in der gelegentlich (viermal im Untersuchungszeitraum) zu Beginn der Sendung ausgestrahlten Rubrik *Angesagt* verlesen werden. Im Untersuchungszeitraum gab es zwei eigenständige Interviews (also nicht im Kontext eines Filmberichts geführte Gespräche) im Gesamtumfang von knapp 43 Minuten. Den substantiellen Kern des Informationsprogramms bilden insgesamt 28 Filmberichte im Umfang von gut vier Stunden. Hierbei sind allerdings elf Produktionen mit der Einblendung „Oldenburgische Volkzeitung“ versehen, vier mit „Blickpunkt-TV Vechta“ (einem privaten Web-TV-Kanal), sie sind also offensichtlich nicht vom Veranstalter selbst produziert.²⁷

Abbildung 11 *regiotv* – Journalistische Darstellungsformen
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm (t = 5:14:59)

Tabelle 8 *regiotv* – Journalistische Darstellungsformen

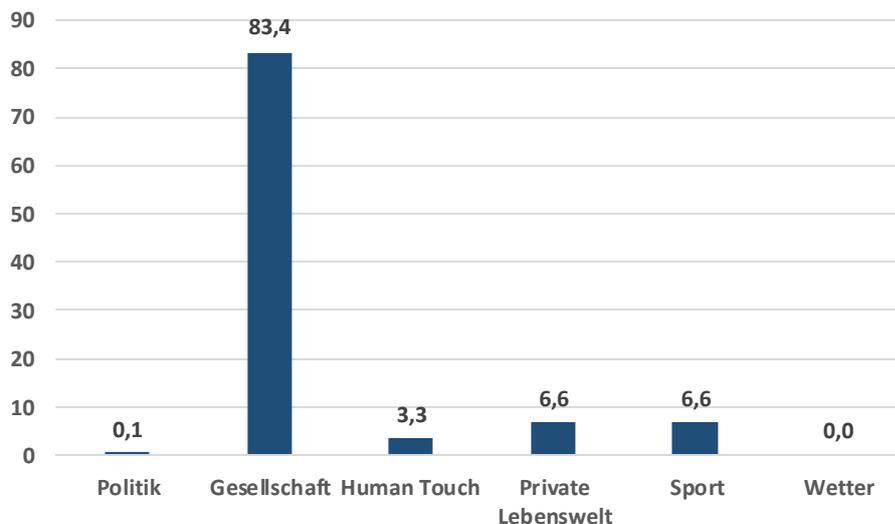
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Nachrichten und Service	0:30:06	9,6	12	28,6
Filmberichte	4:02:23	77	28	66,7
Interviews	0:42:30	13,5	2	4,8
Gesamt	5:14:59	100,0	42	100,0

²⁶ Dieses Format ist im Untersuchungszeitraum zweimal ausgestrahlt worden.

²⁷ Hinzu kommen zwei Produktionen von *EliZTV*, „Michael Melcher: Foto-Film- und Fernsehproduktion“ aus Goldenstedt. Die Firma kooperiert mit *regiotv* und firmiert im Vorspann von *regiotv* als „Redaktion Oldenburg“.

Thematisch richten sich die Beiträge zu über 83 Prozent auf das gesellschaftliche Leben im Sendegebiet (z.B. „Blasorchester des Musikvereins“, „Moormarathon“ sowie Filmmitschnitte von diversen Heimatfesten). Zwei Beiträge mit den Themen „Tipps zum Grillen“ und „Zu Besuch im Fitnessstudio“ richten sich auf die private Lebenswelt. Bei den drei Filmberichten zum Thema Sport sind die Themen „Empfang der Olympiasiegerin Bröching-Spreche“, „Wintersportlerin nimmt an BMW Berlin Marathon teil“ und „Moormarathon“; es handelt sich also nicht um Sportberichterstattung im engeren Sinne.

Abbildung 12 *regiotv* – Themen der Berichterstattung
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm (t = 5:14:59)

Tabelle 9 *regiotv* – Themen der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Politik	0:00:24	0,1	1	2,4
Gesellschaft	4:22:41	83,4	35	83,3
Wirtschaft	0:30:05	9,6	4	9,5
Soziales Leben	2:14:23	42,7	21	50,0
Kultur	1:38:13	31,2	10	23,8
Human Touch	0:10:30	3,3	1	2,4
Zerstreuung	0:10:30	3,3	1	2,4
Kriminalität	-	-	-	-
Private Lebenswelt	0:20:46	6,6	2	4,8
Sport	0:20:38	6,6	3	7,1
Wetter	-	-	-	-
Sonstige Themen	-	-	-	-
Gesamt	5:14:59	100,0	42	100,0

3.3.3 Die Qualität des Programmangebots

Vielfalt und Aktualität

Vor dem Hintergrund der oben geschilderten Sendepraxis kann weder eine formale noch eine thematische Vielfalt in den Sendeschleifen von *regiotv* konstatiert werden. Da typische fernsehjournalistische Formen wie Nachrichtenfilm bzw. ein Nachrichtenblock, Moderation, Wetterbericht, Magazine oder fiktionale bzw. non-fiktionale Unterhaltungsformen weitgehend fehlen, erscheint die Sendeschleife formal einfältig. Bei der Themenselektion lässt sich kein redaktionelles Prinzip erkennen, das sich auf journalistische Kriterien wie „Relevanz“, „Aktualität“ oder „Kontroversität“ stützt. Es ist vielmehr zu vermuten, dass vielfaltsbegrenzende Kriterien eine Rolle spielen, denn innerhalb von vier Untersuchungswochen wurde nur ein einziges kommunalpolitisches Thema („Landkreis startet Breitbandausbau“) als Sprechermeldung aufgegriffen. Eine publizistische Ergänzung im Sinne der in Kap. 1 diskutierten Vielfaltsnorm kann *regiotv* nicht zugesprochen werden. Mit diesem Befund korrespondiert die mangelnde Aktualität der Beiträge. Bereits durch die häufigen Wiederholungen innerhalb der Kernsendezeit ist Aktualität nur selten gegeben. Betrachtet man das nichtwiederholte Informationsangebot, zeigt sich, dass von den rund vier Stunden dieser Sendezeit lediglich 16 Minuten tagesaktuell und 2 Stunden 50 Minuten wochenaktuell sind.

Nähe

Das Kriterium der Nähe kann bei *regiotv* als teilweise erfüllt angesehen werden. Immerhin sind 94 Prozent des spärlichen originären redaktionellen Programms im Sendegebiet zu verorten. Hierbei wird allerdings keine breite Berichterstattung über die vielen Orte des Verbreitungsgebietes geleistet. Außerhalb der Veranstaltungstipps²⁸ sind die Ortsnennungen auf wenige Orte fokussiert. Insgesamt tauchen 35 Ortsmarken im vierwöchigen Untersuchungszeitraum auf, wovon sich 13 auf Vechta, sechs auf Lohne und jeweils vier auf Goldenstedt und Oldenburg beziehen.²⁹ Erstaunlich ist hierbei, dass aus dem Kabelnetz Bremer-Umland (mit 58 Tsd. Wohneinheiten) Orte mit relativ großer technischer Verbreitung von *regiotv* wie Osterholz-Scharmbeck, Delmenhorst und Ganderkesee nicht auftauchen und ebenfalls das große Verbreitungsgebiet Osnabrück mit ortsbezogener Berichterstattung nicht berücksichtigt wird.

3.3.4 Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)

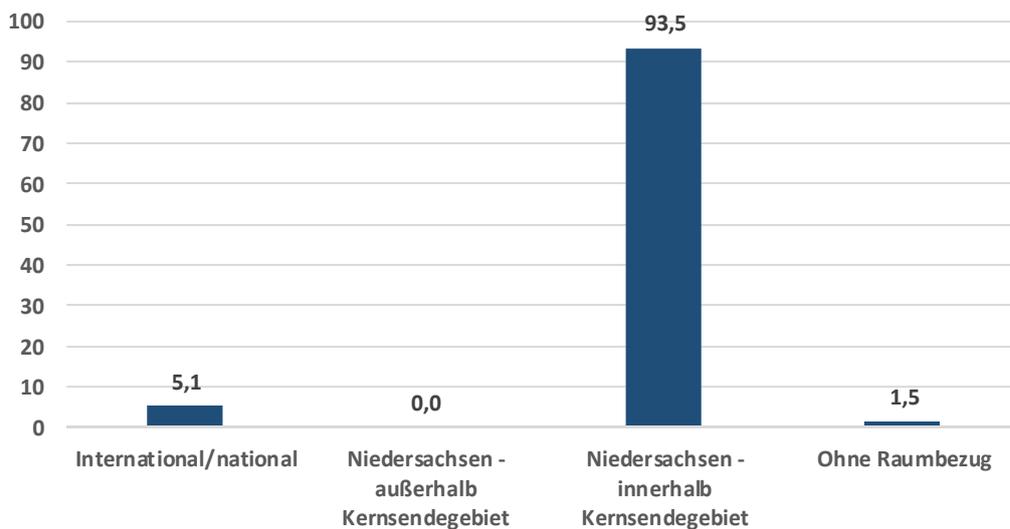
Wie oben bereits ausgeführt, handelt es sich bei *regiotv* u.E. weder um ein Programm noch um eine Sendung im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages. Es ist eher eine lose bzw. nicht strukturierte Abfolge von Beiträgen unterschiedlicher Produktionsherkunft. Die Rubrik *Ange-sagt* enthält verlesene Veranstaltungstipps ohne jegliche Bebilderung, wobei der Sprachstil

²⁸ Die Ortsnennungen in den knappen verlesenen Veranstaltungstipps wurden nicht separat erfasst, sondern die Veranstaltungstipps insgesamt aufgrund ihrer Hinweisfunktion für den gesamten Nahraum summarisch als „Sendegebiet insgesamt“ betreffend codiert.

²⁹ Weitere Ortsmarken sind Bakum, Damme, Diepholz, Dinklage (zweimal) und Visbek.

des Sprechers allenfalls als semiprofessionell zu bezeichnen ist. Die diversen Filmbeiträge sind zumeist nicht geschnitten und haben überwiegend die Anmutung von privaten Handyvideos. Es ist also im Falle von *regiotv* das Fehlen jeglicher fernsehjournalistischer Professionalität zu konstatieren.

Abbildung 13 *regiotv* – Raumbezug
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Redaktionelles Programm (t = 5:33:31)

3.3.5 Webaktivitäten und Social-Media-Angebot³⁰

Auf der Website und in den Social-Media-Aktivitäten von *regio.tv* spiegelt sich wider, dass der Sender nicht über ein Programm im engeren Sinne verfügt. Die Website verschleierte mehr als sie enthüllt: Es gibt keinerlei Programmbegleitung, die Startseite enthält lediglich ein Video zu einer mehr oder minder aktuellen Sendung. Das Angebot verfügt als einziges Nahraumfernsehen in Niedersachsen *nicht* über einen Live-Stream. Unter der Rubrik *weitere Sendungen* wird unmittelbar auf den *YouTube*-Kanal verlinkt, der im TV-Kanal gesendetes Videomaterial enthält. Die schwache Nutzung von *YouTube* (lediglich 138 Abonnenten und geringe Abrufzahlen bei den aktuellen Videos aus dem Jahr 2017) zeigt, dass dieser Kanal für das Publikum den fehlenden Live-Stream nicht ersetzt. Der angelegte *Twitter*-Account wird seit 2010 nicht mehr gepflegt. Auf der vorhandenen *Facebook*-seite wird einmal pro Woche ein Video eingestellt, das keinerlei textliche Zusatzinformationen enthält. Es gibt insgesamt 533 „Likes“ und keine Kommentare. Mit anderen Worten: Das *Facebook*-Angebot wird kaum genutzt.

³⁰ Stand: Februar 2017

4 Bürgerfernsehen

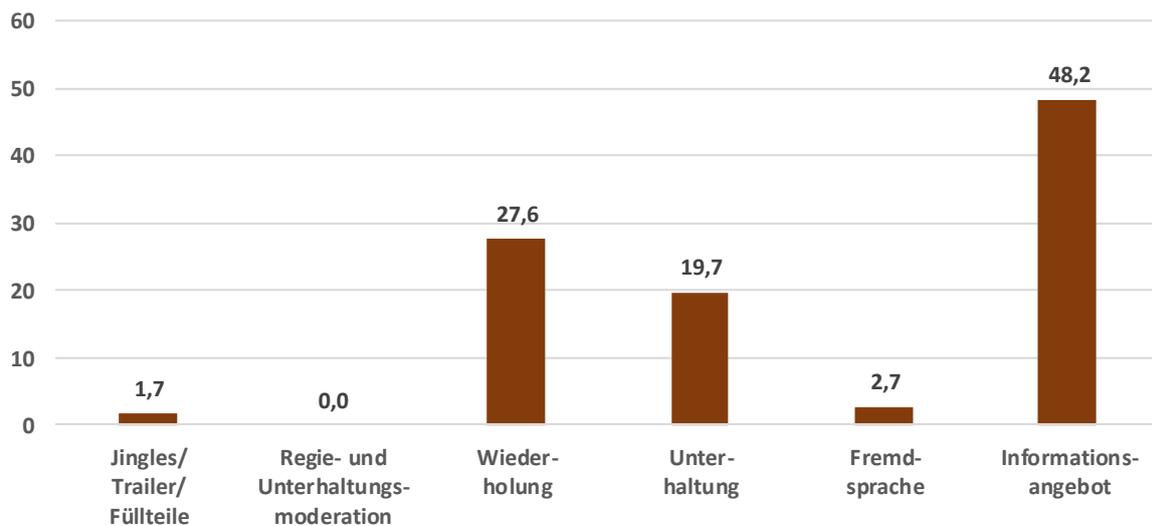
4.1 *h1-Fernsehen aus Hannover*

4.1.1 Die Grundstruktur des Gesamtangebots

Das Programm von *h1-Fernsehen aus Hannover* ist nicht ganztägig auf seinen Frequenzen zu empfangen. Es beginnt montags bis freitags um 15:30 Uhr und endet um 24:00 Uhr. In der übrigen Zeit belegt bei analogem Empfang der Sender *Euronews* die Frequenz, bei digitalem Empfang sind es unterschiedliche Anbieter. Von Montag bis Freitag werden von 15:30 bis 18:30 Uhr Wiederholungen ausgestrahlt. Am Wochenende beginnt das Programm um 18:45 und endet samstags um 01 Uhr bzw. sonntags um 02 Uhr. Ausgestrahlt werden am Wochenende in der Regel nur Wiederholungen. Die Kernsendezeit mit Neuproduktionen, auf die sich die nachfolgende Analyse bezieht, variiert geringfügig: In der Regel umfasst sie den Zeitraum montags bis freitags von 18:30 bis 21:00 oder 22:00 Uhr. Im vierwöchigen Untersuchungszeitraum hat die Kernsendezeit ein Sendevolumen von knapp 74 Stunden. Allerdings werden auch innerhalb der Kernsendezeit Wiederholungen ausgestrahlt. Im Untersuchungszeitraum entfallen in der Kernsendezeit über 20 Stunden auf Wiederholungen, was einem Anteil von knapp 28 Prozent entspricht. Rund die Hälfte hiervon beruht allerdings auf der Mehrfachausstrahlung des aktuellen Tagesprogramms (insbesondere *0511/tv.lokal*). Dies entspricht der üblichen Praxis im Rundfunk, die Nachrichtensendungen mehrfach am Tag auszustrahlen.

Jingles, Trailer und Füllteile kommen bei *h1* mit knapp zwei Prozent nur spärlich zum Einsatz. Als fremdsprachliche Sendung (persisch/deutsch) wurde im Untersuchungszeitraum das Format *Bidriss* viermal mit einem Gesamtumfang von gut zwei Stunden gesendet. Regie- und Unterhaltungsmoderation als Überleitung zwischen Sendungen ist im Programm von *h1* nicht vorhanden. Stattdessen werden als „Scharnier“ zwischen zwei Sendungen gelegentlich Videoclips oder kurze Zeichentrickfilme eingeschoben, die als „eingestreutes Unterhaltungselement“ codiert wurden und einen Umfang von rund vier Stunden haben. Das verbleibende redaktionelle Programm³¹ im engeren Sinne umfasst im Untersuchungszeitraum rund 46 Stunden und bildet die Basis für die nachfolgende Analyse. Hierin enthalten sind 16 Stunden und 30 Minuten „Bürgerfunkproduktionen“, die auf den „Offenen Sendepätzen“ ausgestrahlt wurden.

³¹ Die erfassten fremdsprachlichen Sendungen wurden nicht weiter codiert.

Abbildung 14 h1 – Grundstruktur des Programms (Anteil an der Sendezeit in Prozent)


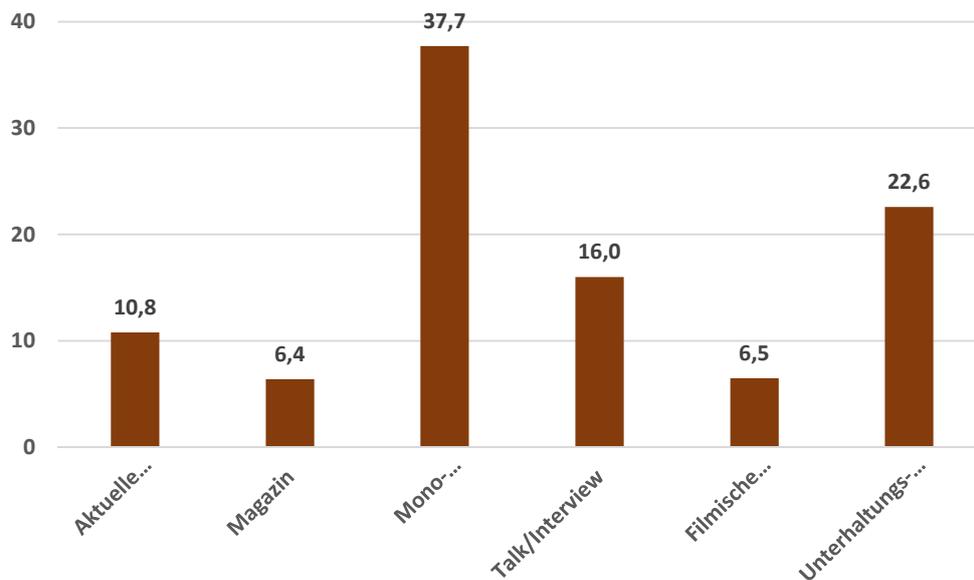
Basis: Gesamtprogramm (t = 73:40:20)

Tabelle 10 h1 – Grundstruktur des Programms

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Jingles/Trailer/Füllteile	1:15:50	1,7	109	26,5
Regie- und Unterhaltungsmoderation	-	-	-	-
Wiederholung	20:21:12	27,6	52	12,6
Unterhaltung	14:32:28	19,7	50	12,1
Fremdsprache	2:01:25	2,7	4	1,0
Informationsangebot	35:29:25	48,2	197	47,8
Gesamt	73:40:20	100,0	412	100,0

4.1.2 Regelmäßige Sendungen und Programmbestandteile

Die folgende Abbildung zeigt, in welchem Umfang die verschiedenen Sendungstypen im Programm von *h1* enthalten sind. Hierbei dominieren mit nahezu 38 Prozent Anteil am redaktionellen Programm monothematische Informationssendungen, also Formate, die sich einem einzigen Thema intensiv z.B. in der Form eines Korrespondentenberichts, einer Reportage oder eines Interviews zuwenden. Monothematische Sendungen sind für „Offene Kanäle“ ein typisches, häufig produziertes Format; rund ein Drittel der offenen Sendeplätze entfallen bei *h1* auf solche Sendungen. An zweiter Stelle der Sendungstypen rangieren mit knapp 23 Prozent unterhaltende Genres. Vorrangig sind dies Musiksendungen bzw. Videoclips und die bereits erwähnten „eingestreuten Unterhaltungselemente“, die Überleitungsfunktion haben. An dritter Stelle liegen Talk-Sendungen, die 16 Prozent der Sendezeit füllen, gefolgt von der aktuellen Informationssendung *0511/tv.lokal* mit einem Anteil von elf Prozent (bezogen auf die originäre Produktion, also die jeweilige tägliche Erstausstrahlung der tagesaktuellen Sendung).

Abbildung 15 h1 – Sendungstypen (Anteil an der Sendezeit in Prozent)


Basis: Redaktionelles Programm (t = 45:52:36)

Im Programmschema von *h1* existieren etliche feste Sendeplätze für verschiedene Formate, die regelmäßig ausgestrahlt werden. Der Ausstrahlungsrhythmus variiert zwischen werktäglich bis monatlich. Hierbei ist zu unterscheiden zwischen den Sendungen, die in redaktioneller Verantwortung des Senders sind und denjenigen, die auf zugangsoffenen Sendeplätzen liegen, also von „Bürgerfunkern“ produziert werden. Sowohl die Sendungen in redaktioneller Verantwortung des Senders als auch die meisten Bürgerfunkproduktionen sind programmstrukturell fest verankert. Dies schafft für die Zuschauer einen Orientierungsrahmen und ermöglicht gezieltes Einschalten. Zu den programmstrukturell verankerten Sendungen kommen noch weitere Formate, die sporadisch und an wechselnden Sendeplätzen ausgestrahlt werden. Nachfolgend werden diejenigen Sendungen kurz beschrieben, die innerhalb des Untersuchungszeitraums häufig vorhanden waren bzw. durch ihr Sendevolumen die Programmpraxis wesentlich prägten.

Aktuelle Informationssendungen

Das „Flaggschiff“ der aktuellen *h1*-Produktion stellt das lokale Nachrichtenmagazin *0511/tv.lokal* dar. Es handelt sich um ein täglich (montags bis freitags) um 18:45 Uhr ausgestrahltes 15-minütiges Nachrichtenmagazin. Die Sendung wird jeweils moderiert und enthält im Durchschnitt sechs Beiträge (Nachrichtenfilme, Filmbeiträge und Interviews), die häufig O-Töne enthalten. Die Themenpalette ist universell und richtet sich auf die aktuelle Ereignisagenda der Themen von öffentlichem Interesse in Hannover. Als nicht-universelle aktuelle Informationssendung ist *Steilpass Sport TV* zu nennen. In diesem Format wird jeden Mittwoch 45 Minuten das aktuelle Sportgeschehen in Hannover redaktionell begleitet.

Talk

Das Talk-Format *Auf dem h1-Sofa* wird jeweils am ersten und dritten Donnerstag im Monat ausgestrahlt und bietet „Personality-Talk“ mit hannöverscher Prominenz, wobei die diskutierten Themen zumeist nicht aktuell sind. Eine Kultsendung für Fußballbegeisterte ist sicherlich der *Klub der roten Dichter*. Diese Sendung wird während der Bundesligaspielzeit jeden Montag um 21:30 Uhr ausgestrahlt. Es handelt sich um ein Talk-Format, bei dem zwei Moderatoren über den Fußballclub Hannover 96 sprechen. Zugeschaltet werden live Anrufe der Zuschauer (Call-Ins), ferner werden Social-Media-Kommentare und E-Mails berücksichtigt.

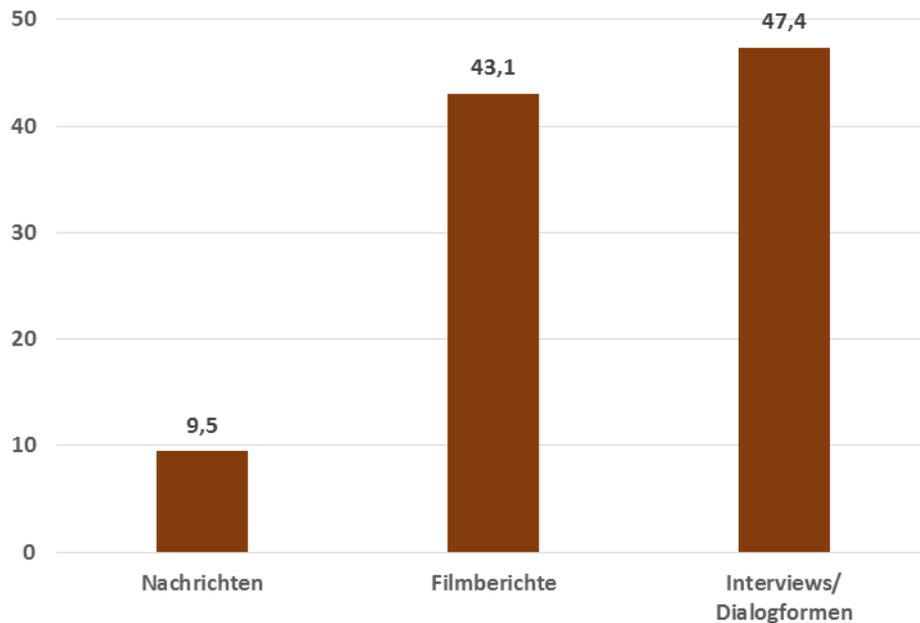
Monothematische Informationssendungen und Magazine

Diese beiden Kategorien umfassen ein breites Spektrum von Formaten und Sendungen zu unterschiedlichen, häufig nicht aktuellen Themen aus den Bereichen Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Umwelt. Hierzu gehört exemplarisch die donnerstags ausgestrahlte Sendung *Blickpunkt-TV*, mit Schwerpunkt auf Globalisierung, Entwicklungspolitik und Umweltthemen.

4.1.3 Formale und thematische Struktur des Angebots

Bei den journalistischen Darstellungsformen dominieren in den Sendungen von *h1* Interviews und Diskussionsrunden, die knapp 48 Prozent der Sendezeit füllen. Somit bietet *h1* nicht nur durch offene Sendeplätze ein Forum für die Bürger Hannovers, sondern auch dadurch, dass sie im Programm zu Wort kommen können. Bei den Akteuren handelt es sich allerdings überwiegend um Funktionsträger aus Politik, Kultur, Wissenschaft und Sport, die sich als „Experten“ äußern und weniger um „Normalbürger“. Der hohe Anteil an Dialogformen im Programm korrespondiert damit, dass etliche regelmäßig gesendete Formate wie *Klub der roten Dichter*, *Steilpass*, *Landtag aktuell* oder *Der gesunde Punkt* als Talk oder Expertengespräche konzipiert sind. An zweiter Stelle bei den journalistischen Darstellungsformen stehen Filmberichte mit einem Anteil von 43 Prozent. Hierbei haben filmische Korrespondentenberichte mit rund 21 Prozent den größten Anteil. An dritter Stelle rangieren Nachrichten, die knapp zehn Prozent der Sendezeit füllen. Hierbei handelt es sich vor allem um die selbstproduzierten Nachrichtenf়ilme aus der Sendung *0511/tv.lokal*.

Abbildung 16 *h1* – Journalistische Darstellungsformen
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



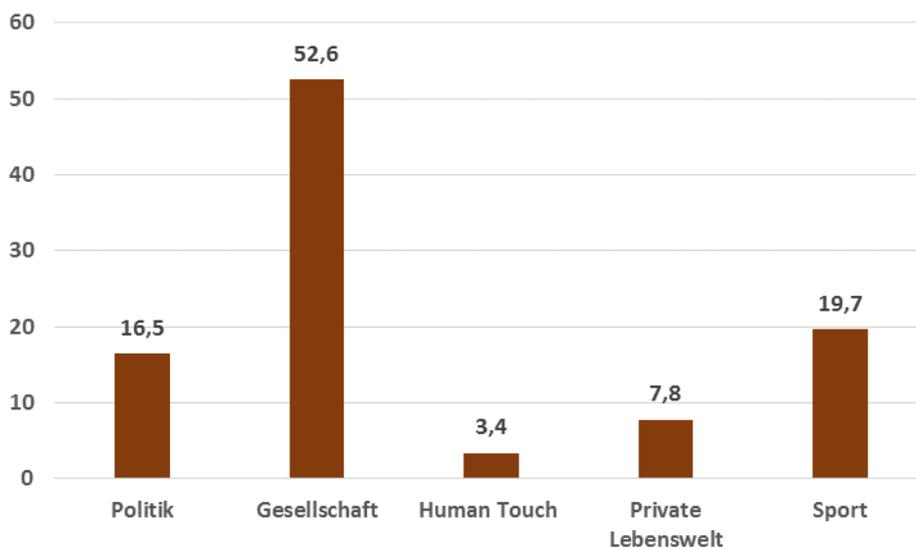
Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm (t = 35:29:25)

Tabelle 11 *h1* – Journalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Nachrichten	3:21:38	9,5	92	46,7
Sprechermeldung	0:36:15	1,7	33	16,8
Nachrichtenfilm	2:45:23	7,8	59	29,9
Filmberichte	15:18:31	43,1	49	24,9
Filmbericht in Magazin	5:12:57	14,7	32	16,2
Reportage	1:48:50	5,1	5	2,5
Filmischer Korrespondentenbericht	7:18:40	20,6	10	5,1
Sonstige filmische Form	0:58:04	2,7	2	1,0
Interviews/ Dialogformen	16:49:16	47,4	56	28,4
Interview	8:05:44	22,8	36	18,3
Diskussionsrunde	8:34:23	24,2	15	7,6
Passantenbefragung	0:09:09	0,4	5	2,5
Gesamt	35:29:25	100,0	197	100,0

Bei der Themenstruktur dominiert mit fast 60 Prozent Anteil am Informationsangebot das breite Feld der unpolitischen gesellschaftlichen Themen aus den Bereichen „Wirtschaft“, „Soziales Leben“ und „Kultur“. Innerhalb dieses Spektrums kommt der Kulturberichterstattung mit über 31 Prozent eine herausragende Bedeutung zu. Wie bereits durch die entsprechenden Formate (s.o.) deutlich wurde, spielt das Thema „Sport“ bei *h1* eine große Rolle. Knapp 20 Prozent des Informationsangebots entfallen auf die Sportberichterstattung³², wobei Fußball und hier *Hannover 96* häufig thematisiert werden. An dritter Stelle rangiert bereits das Themenfeld „Politik“ bzw. die Thematisierung von Kontroversen. Hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied im Profil von *h1* im Vergleich zum privaten Nahraumfernsehen in Niedersachsen, wo die Politikberichterstattung eine vergleichsweise geringe Rolle spielt. Im publizistischen Angebot von *h1* hat die Lokalpolitik überwiegend innerhalb der tagesaktuellen Nachrichtensendung *0511/tv.lokal* ihren Platz. Das Themenfeld „Private Lebenswelt“ wird primär in Ratgebersendungen wie *Der gesunde Punkt* gepflegt und bezieht sich auf die Bereiche „Gesundheit“, „Fitness“ und „Lebensstil“. Human-Touch-Themen sind bei *h1* mit rund drei Prozent nur marginal vertreten.

Abbildung 17 *h1* – Themen der Berichterstattung (Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm (t = 35:29:25)

³² Übertragung von Sportveranstaltungen sind hierunter nicht subsumiert, sie finden sich mit 1:45 Std./Min. in der Unterhaltung (hier wurde ein Spiel der Baseball-Bundesliga live übertragen).

Tabelle 12 *h1* – Themen der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Politik	5:52:03	16,5	46	23,4
Gesellschaft	18:39:56	52,6	113	57,4
Wirtschaft	1:55:55	5,4	13	6,6
Soziales Leben	5:35:30	15,8	32	16,2
Kultur	11:08:31	31,4	68	34,5
Human Touch	1:12:30	3,4	2	1,0
Zerstreuung	1:12:30	3,4	2	1,0
Kriminalität	-	-	-	-
Private Lebenswelt	2:45:53	7,8	13	6,6
Sport	6:59:03	19,7	23	11,7
Wetter	-	-	-	-
Sonstige Themen	-	-	-	-
Gesamt	35:29:25	100,0	197	100,0

Bei den unterhaltenden Formaten, die rund 23 Prozent des redaktionellen Angebots ausmachen, dominieren mit fast 60 Prozent Musik in Sendungen wie *pop10.de* oder *Cybrix-TV* in Form von Videoclips und Konzertmitschnitten.

Tabelle 13 *h1* – Unterhaltungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Eingestreute Unterhaltungselemente	4:09:17	28,6	36	72,0
Musikgenres/Videoclips	8:26:34	58,1	11	22,0
Fiktionale Unterhaltungsgenres	0:10:43	1,2	2	4,0
Sport-Übertragungen	1:45:54	12,1	1	2,0
Gesamt	14:32:28	100,0	50	100,0

4.1.4 Die Qualität des Programmangebots

Vielfalt und Aktualität

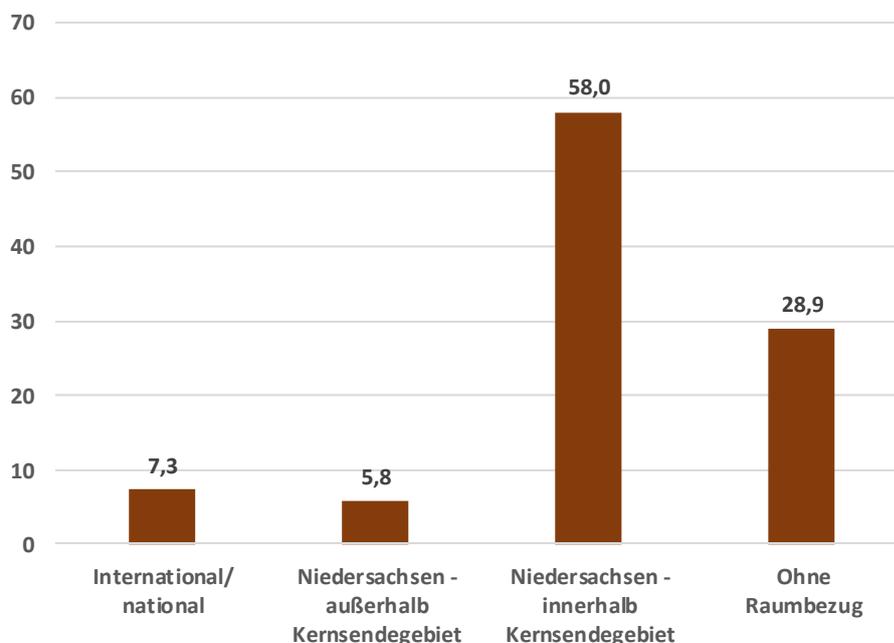
Innerhalb der Kernsendezeit bietet das Programm von *h1* sowohl formal als auch thematisch ein vielfältiges Angebot, das Unterhaltung und Information beinhaltet. Das durchschnittliche tägliche (Mo.-Fr.) Sendevolumen des originären Programms beträgt 2 Stunden und 40 Minuten. Dies ist innerhalb der niedersächsischen Nahraumfernsehangebote mit Abstand die umfangreichste Tagesproduktion, dasselbe gilt für das täglich produzierte Informationsprogramm mit 1 Stunde und 50 Minuten (vgl. Übersicht 3, Kap. 2.). Die innerhalb des Informati-

onsprogramms behandelte Themenpalette zeichnet sich ebenfalls durch ein breites Spektrum aus. Die Aktualität ist differenziert zu betrachten: Bezogen auf das gesamte originäre Programmvolumen sind rund 60 Prozent aktuell (Tages- oder Wochenaktualität). Absolut betrachtet bedeutet dies im gesamten Untersuchungszeitraum gut 21 Stunden, auch dies ist der höchste Wert aller hier untersuchten TV-Angebote. Ursächlich hierfür ist insbesondere die Existenz einer täglichen Nachrichtensendung. Bei *0511/tv.lokal* ist die Ereignisberichterstattung weitgehend auf das hannöversche Sendegebiet bezogen. Mit anderen Worten: *h1* leistet eine vergleichsweise umfangreiche aktuelle, auf den Nahraum bezogene Berichterstattung. Die nicht aktuellen Beiträge resultieren zumeist aus den monothematischen Sendungen, die Bildungs- und Beratungsthemen (Gesundheit, Kultur, Wissenschaft) beinhalten und die nicht auf Ereignisse, sondern auf Themen fokussieren.

Nähe

Das Kriterium der Nähe ist bei *h1* ebenfalls als erfüllt anzusehen, wenngleich lediglich 58 Prozent des Programms einen Bezug zum Sendegebiet haben. Der hohe Anteil von knapp 30 Prozent der Sendeanteile „ohne Raumbezug“ resultiert überwiegend aus den Musikgenres. Betrachtet man die Berichterstattung mit Sendegebietsbezug isoliert, so sind es absolut fast 27 Stunden, die sich im Untersuchungszeitraum im Sendegebiet verorten lassen, hierbei handelt es sich überwiegend um die oben dargestellte tagesaktuelle Ereignisberichterstattung über die Region Hannover. Zudem kommen zahlreiche Akteure der Region im Programm zu Wort, und Sendungen wie *Der Klub der roten Dichter* haben Lokalkolorit, nicht zuletzt durch Call-Ins (s.o.).

Abbildung 18 *h1* – Raumbezug (Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Redaktionelles Programm (t = 45:52:36)

4.1.5 Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)

Im Hinblick auf das aktuelle Informationsangebot ist die kurz nach Beginn der Kernsendezeit (Mo.-Fr.- 18:45 Uhr) fest verankerte Nachrichtensendung *0511/tv.lokal* das wichtigste Programmformat. Die Sendung entspricht von der Anmutung her eher einem Nachrichtenmagazin als einer Nachrichtensendung. Für *0511/tv.lokal* existiert ein eigenes Studiointerieur, in dem die Moderatorin oder der Moderator stehend moderieren; im Studiohintergrund läuft eine Bewegtbildschleife ohne Bezug zum aktuellen Thema. Insbesondere bei der Naheinstellung der Kamera wird hierdurch eine Ton-Bild-Schere erzeugt, die ablenkend wirkt. Das Studio wird auch zu Durchführung von Interviews für *0511/tv.lokal* genutzt. Die Kameraperspektive bei Interviews und Moderation ist nicht starr, sondern wechselt von der „Totale“ zu „Halbnah“ oder „Nah“, was professionellen Standards entspricht.

Der Aufbau des Nachrichtenmagazins ist „klassisch“. Die Moderatorin spricht entweder selber eine Meldung, die teilweise mit Bildmaterial (Stand- oder Bewegtbild) illustriert wird, oder sie moderiert den nachfolgenden Beitrag an. Die Beiträge sind von der Sendedauer und Dramaturgie her nicht wie ein kurzer Nachrichtenfilm aufgebaut, sondern wie ein längerer Filmbericht im Magazin. Sie enthalten Inserts, Sprecher im Off, O-Töne und Bildmaterial von Ereignisorten. Sie weisen eine professionelle Kameraführung auf und sind ebenso geschnitten. Einige der verschiedenen Off-Sprecher lassen allerdings eine Sprecherschulung vermissen.

Im Vergleich zu den sonstigen Nachrichtenformaten im niedersächsischen Nahraumfernsehen rangiert *0511/tv.lokal* in Bezug auf die journalistische und fernsehästhetische Professionalität etwas hinter *Aktuell* im Sender *ev1.tv*, aber deutlich vor allen weiteren entsprechenden Sendungen im Bürgerfernsehen.

Als sonstige regelmäßige aktuell berichtende Sendung ist *Steilpass Sport TV* mit festem Sendeplatz am Mittwoch von 19:00 bis 20:00 Uhr zu nennen. Das Format ist primär eine Talksendung mit Spielberichten und wird live gesendet. Wenngleich die Sendung in der redaktionellen Verantwortung des Senders liegt, ist sie keine reine *h1*-Produktion. Die Sendung wird moderiert und offenbar auch redaktionell konzipiert von *Steilpass-Sport.TV*, ein Angebot mit eigenem Webauftritt zu Sportinformationen aus Hannover. Der Moderator Holger Wehling ist zugleich auch der „Betreiber“ des Webangebots *Steilpass.de*, das wiederum aus sportjournalistischer Perspektive ein semiprofessionelles, nebenberuflich betriebenes Format ist.

Entsprechende Produktionen mit ehrenamtlichen, semiprofessionellen oder laienhaften Akteuren finden sich im Programm von *h1* häufig. Dasselbe gilt für *oeins* und *TV38*. Für die Bewertung der fernsehjournalistischen Qualität des Bürgerfernsehens sollte aber, wie in Fußnote 13 erläutert, nur das von Hauptamtlichen produzierte Programm herangezogen werden, da ansonsten eine Vergleichbarkeit mit den privat produzierten Angeboten nicht sinnvoll erscheint. Vor diesem Hintergrund werden bei den Bürgerfernsehangeboten lediglich die universellen, aktuellen Regionalmagazine, die in Senderverantwortung produziert

werden, im Hinblick auf die Kategorien „Journalistische Umsetzung“ und „Fernsehästhetik“ bewertet. Wenngleich auch hier partiell nicht gänzlich auf die Mitarbeit von Ehrenamtlichen verzichtet wird, sind diese programmstrukturell fest verankerte Informationssendungen diejenigen Formate, an denen sich das Bürgerfernsehen im Vergleich zu den privaten Angeboten messen lassen muss. Denn gerade hier sind die TV-Gewohnheiten und Erwartungen des Publikums an die aktuelle TV-Informationsvermittlung zu berücksichtigen.

4.1.6 Webaktivitäten und Social-Media-Angebot³³

Website

Der Sender *h1* verfügt im Kontext des niedersächsischen Nahraumfernsehens über die Website mit dem umfangreichsten Content (www.h-eins.tv) und den meisten Funktionen. Als Startseite (Landingpage) fungiert die Rubrik „News“, in der aktuelle, zumeist kurze Videos (häufig Beiträge aus der Sendung *0511/tv.lokal*) unmittelbar zugänglich sind. Dasselbe Prinzip gilt auch für die Sekundärnavigation, deren Menüpunkte unterhalb der Hauptnavigation angebracht sind. Hier sind unter den Rubriken: *Kultur, Politik, Sport, Urbanes Leben* sowie *Welt&Umwelt* Beiträge und Sendungen aus dem TV-Programm enthalten. Die Videos sind durch Teaser bzw. Erläuterungen inhaltlich erschlossen und bieten somit einen „alternativen“ Zugang zur TV-Produktion von *h1*. Unter den Videos sind jeweils die *Facebook*seite und der *YouTube*-Kanal von *h1* verlinkt. Die Website bietet einen Live-Stream, der zur regulären Sendezeit des Programms zur Verfügung steht. Des Weiteren werden umfangreiche Informationen zum Wochenprogramm gegeben und die regelmäßigen Sendungen werden beschrieben. Die Website verfügt auch über einen Blog, der aber nur sporadisch gepflegt wird. Die Mediathek zu Sendungen oder Beiträgen ist in den *YouTube*-Kanal von *h1* ausgelagert. Entsprechend der Funktion des Bürgerfernsehens werden auch Informationen für Nutzerinnen und Nutzer der offenen Sendeplätze gegeben.

Die Website ist allerdings in technischer Hinsicht und im Webdesign veraltet und wirkt daher nicht mehr zeitgemäß, zudem ist sie nicht responsiv und insofern auf dem Smartphone kaum nutzbar. An etlichen Stellen fallen zudem technische Mängel ins Auge, so dass die Site dringend einer Neukonzeption und Überarbeitung bedarf.³⁴

³³ Stand: Februar 2017

³⁴ Der Umstand ist der Redaktion wohl auch bewusst, denn laut Senderangabe ist ein Relaunch in Arbeit.

Social Media

Die Redaktion von *h1* pflegt alle wichtigen Social-Media-Kanäle:

- Der Sender betreibt einen *Twitter*-Account (*h-eins.tv*), der rund 1.100 Follower hat und auf dem die Nachrichtenredaktion regelmäßig Tweets, insbesondere zu aktuellen Ereignissen in Hannover, absetzt.
- Auf *Facebook* ist *h1* ebenfalls regelmäßig aktiv, insbesondere werden Videos eingestellt. Die Facebookseite zeigt allerdings mit rund 1.600 „Likes“ und nur sporadischen Kommentaren keine sehr hohe Nutzerfrequenz.
- Am intensivsten pflegt *h1* seinen *YouTube*-Kanal, der rund 2.300 Abonnenten hat. Hier werden regelmäßig Videos eingestellt, und er fungiert als Mediathek des Senders.

Zusammenfassung

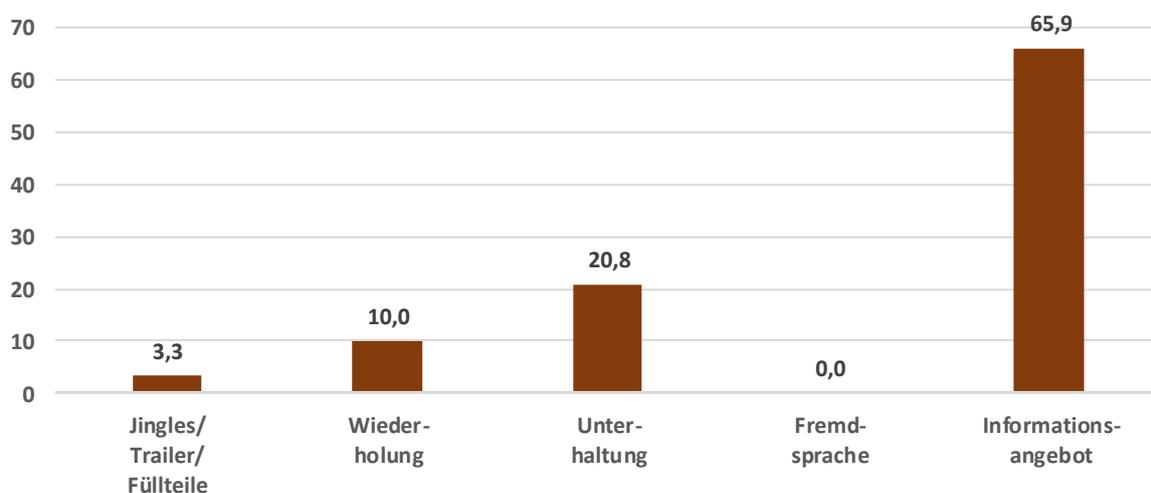
Die Online-Aktivitäten von *h1* sind insgesamt beachtlich und bieten dem Publikum einen gewissen Mehrwert. Es wird auf der Website, bei *Facebook*, *Twitter* und auf *YouTube* eine zusätzliche redaktionelle Leistung erbracht. Im Vergleich zu den beiden anderen Bürgerfernsehsendern hat *h1* das umfangreichste Angebot.

4.2 *oldenburg eins* (oeins)

4.2.1 Die Grundstruktur des Gesamtangebots

Das Programm von *oldenburg eins* ist im Oldenburger Kabelnetz montags bis samstags täglich ab 13 Uhr und sonntags ab 10:15 Uhr zu empfangen. Das Programm endet in der Regel um 02 Uhr. Außerhalb dieser Sendezeit ist die Frequenz mit *Euronews* belegt. Den überwiegenden Anteil innerhalb der Frequenzbelegungszeit von *oeins* machen Wiederholungen aus, die nach einem festen Schema ausgestrahlt werden. Die regelmäßige Kernsendezeit für Neuproduktionen ist Montag, Mittwoch und Freitag von 18:00 bis 22:00 Uhr. Hinzu kommen gelegentlich „Sondersendungen“. Innerhalb des vierwöchigen Untersuchungszeitraums umfasste das Programm der Kernsendezeit 48 Stunden, also zwölf Stunden wöchentlich. In diesem Rahmen wurden nur wenige Wiederholungen im Umfang von 4 Stunden und 48 Minuten gesendet, dies sind zehn Prozent der Kernsendezeit. Fremdsprachiges Programm ist im Untersuchungszeitraum nicht ausgestrahlt worden. Mit einem Umfang von 3,3 Prozent sind Jingles, Trailer und Füllteile im Programm vertreten. Regie- und Unterhaltungsmoderation kommt nicht zum Einsatz, stattdessen gibt es vor und nach den Sendungen bzw. als Überleitung eingeblendete Hinweistafeln und filmische Vor- und Abspänne. In sehr geringem Maße (gut 13 Minuten) finden sich auch eingestreute Unterhaltungselemente.

Abbildung 19 *oeins* – Grundstruktur des Programms
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Gesamtprogramm (t = 48:02:54)

Tabelle 14 *oeins* – Grundstruktur des Programms

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Jingles/Trailer/Füllteile	1:34:31	3,3	100	31,3
Wiederholung	4:48:38	10,0	16	5,0
Unterhaltung	10:00:50	20,8	23	7,2
Fremdsprache	-	-	-	-
Informationsangebot	31:38:55	65,9	181	56,6
Gesamt	48:02:54	100,0	420	100,0

4.2.2 Regelmäßige Sendungen und Programmbestandteile

Der Umfang des redaktionellen Programms im engeren Sinne, das die Basis für die nachfolgende Analyse bildet, beträgt gut 41 Stunden. Hierin sind zehn Stunden (knapp 24 Prozent) Unterhaltungsprogramm enthalten, 66 Prozent entfallen auf das Informationsangebot. Das Programm auf den zugangsoffenen Sendeplätzen umfasst rund 19 Stunden. Die in Abb. 20 dargestellten im Programm von *oeins* vertretenen Sendungstypen weisen eine ähnliche Struktur auf, wie sie bei *h1* beschrieben ist. Insofern zeigen sich hier typische Muster eines Bürgerfernsehprogramms. Auch bei *oeins* haben die monothematischen Sendungen mit gut 34 Prozent den größten Anteil am redaktionellen Programm, gefolgt von Unterhaltung (24 Prozent) und Talk-Formaten mit rund 14 Prozent. Das Programm von *oeins* hat zahlreiche feste Sendeplätze, auf denen bestimmte Formate regelmäßig zu finden sind. Der Rhythmus liegt hier zwischen nahezu täglicher Ausstrahlung (bezogen auf die Kernsendetage Montag, Mittwoch und Freitag) bis hin zu zweimonatlicher Ausstrahlung.

Aktuelle Informationssendungen

Wichtige „Ankersendungen“ mit aktuellen Informationen sind die Nachrichtensendung *oeins aktuell*,³⁵ das wöchentliche Nachrichtenmagazin *LokalFenster*³⁶ und immer mittwochs die aktuelle Sportberichterstattung im Magazin *oeins SPORT*.

Die Nachrichtensendung *oeins aktuell* besteht aus einer Reihe von Filmberichten mit Inserts, Sprecher oder Sprecherin sind dabei im Off. Es gibt also kein Nachrichtenstudio mit präsentierten Nachrichtensprecherinnen oder Nachrichtensprechern. Zwischen den Beiträgen sind Jingles zur Überleitung eingebaut. Die Filmberichte enthalten häufig O-Töne und sind für eine TV- Nachrichtensendungen vergleichsweise lang. Im Gegensatz zu *oeins aktuell* ist das *LokalFenster* als durchmoderiertes Magazin mit Studioatmosphäre aufgebaut. Die Sen-

³⁵ Die Sendung hat ihren festen Sendeplatz mit originärem Material immer montags und mittwochs.

³⁶ Der Sendeplatz mit originärem Material ist freitags.

dung beginnt mit einer Themenübersicht über die nachfolgenden Filmberichte, die einzelnen zumeist wochenaktuellen Filmberichte sind jeweils amodert. *oeins SPORT* ist ein modertiertes Sportmagazin mit Spielberichten und Hintergrundinformationen (Interviews mit Sportlern und Funktionären) zum regionalen Sportgeschehen.

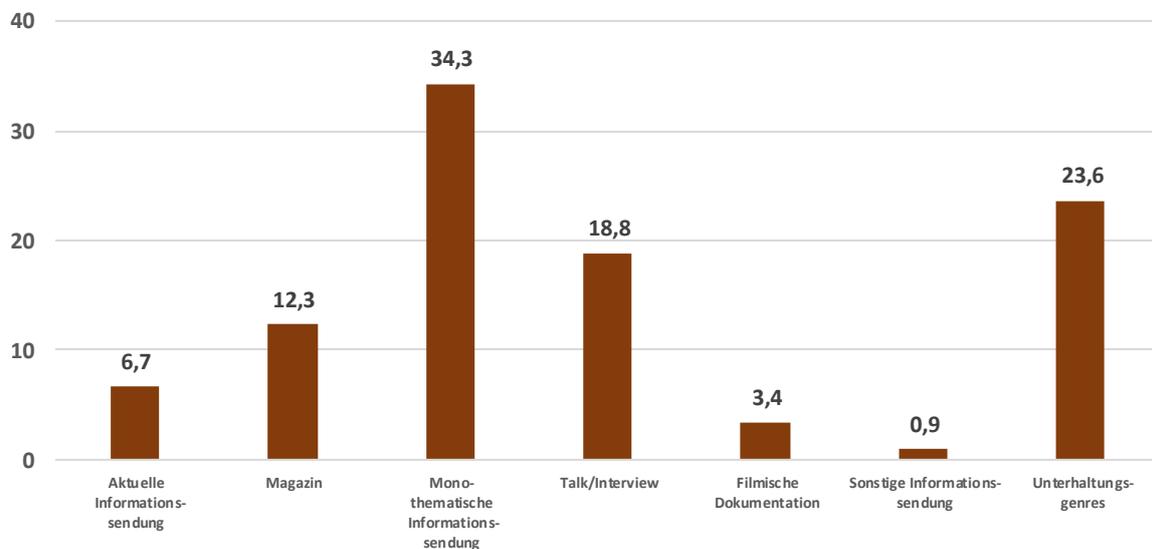
Talk-Formate

Die Talk-Formate im Programm von *oeins* decken ein breites Spektrum an Themen und Formen ab. Neben der Talk-Show *Budder bei die Fische* (eine zugelierte Produktion) mit bunten Themen und humorvollen Interviews steht ein seriöses Format wie *Oldenburg 360°*, eine Diskussionsrunde über aktuelle Entwicklungen in Oldenburg, oder *Im Gespräch*, das von Dörthe Bührmann geführte biographische TV-Gespräch.

Monothematische Informationsendungen

Die monothematischen Informationsendungen sind formal und inhaltlich sehr breit gestreut. Hierunter fallen beispielsweise Formate wie die *Kinder Reporter* (ein Besuch beim Oberbürgermeister), *UniLeben* (Studieren an der Uni Oldenburg) oder eine Sendung über Stromsparen im Haushalt in der Sendung *KOBE-TV* (Kompetenznetzwerk Bauen und Energie).

Abbildung 20 *oeins* – Sendungstypen (Anteil an der Sendezeit in Prozent)

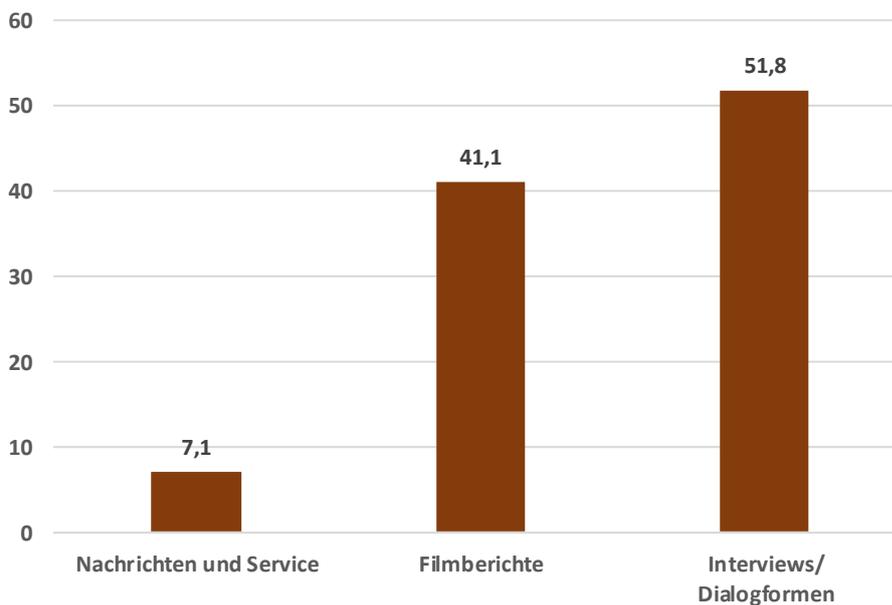


Basis: Redaktionelles Programm (t = 41:26:21)

4.2.3 Formale und thematische Struktur des Angebots

Auch bei den journalistischen Darstellungsformen weist die Struktur von *oeins* deutliche Parallelen zum Programm von *h1* auf. Es dominieren mit knapp 52 Prozent Interviews und Diskussionsrunden, die zumeist in entsprechenden Sendungsformaten geführt werden. Hierzu gehören z.B. die genannten Formate *oeins im Gespräch* und die Diskussionsendung *Oldenburg 360°*. An zweiter Stelle folgen Filmberichte, die rund 41 Prozent des Informationsangebotes ausmachen. Hierbei kommen die verschiedensten Formen von „gebauten Beiträgen“ über Reportagen bis hin zu Dokumentationen vor. An dritter Stelle stehen Nachrichten, insbesondere Nachrichtenfilme innerhalb der Sendung *oeins aktuell*.

Abbildung 21 *oeins* – Journalistische Darstellungsformen
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)

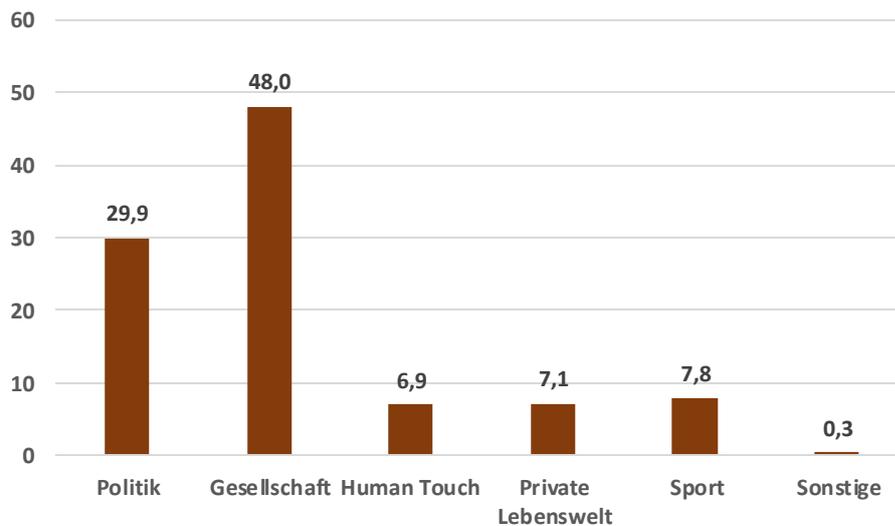


Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm (t = 31:38:55)

Tabelle 15 *oeins* – Journalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Nachrichten	2:15:25	7,2	49	27,1
Sprechermeldung	0:06:54	0,4	5	2,8
Nachrichtenfilm	2:00:37	6,4	31	17,1
Service	0:07:54	0,4	13	7,2
Filmberichte	13:00:12	41,1	103	56,9
Filmbericht in Magazin	6:38:28	21,0	84	46,4
Reportage	1:32:23	4,9	8	4,4
Dokumentation	1:15:51	4	3	1,7
Sonstige filmische Form	3:33:30	11,2	8	4,4
Interviews/ Dialogformen	16:23:18	51,8	29	16
Interview	7:03:59	22,3	17	9,4
Diskussionsrunde	7:33:28	23,9	8	4,4
Sonstige Dialogform	1:45:51	5,6	4	2,2
Gesamt	31:38:55	100,0	181	100,0

Innerhalb der Themenstruktur dominiert mit 48 Prozent Anteil das breite Feld „Gesellschaft“, wobei hier das „Soziale Leben“ in und um Oldenburg mit fast 30 Prozent den Löwenanteil bildet. Hierbei liegt der Fokus oft auf Themen aus dem Umfeld von Universität und Wissenschaft (in Sendungen wie *Forum Wissenschaft*, *Kinderuni*, *UniLeben*) sowie Gesundheit und Geschichte. Mit nahezu 30 Prozent ist die redaktionelle Aufmerksamkeit bei *oeins* stark auf das Themenfeld „Politik“ gerichtet. In diesem Umfang berichtet kein anderer Sender des niedersächsischen Nahraumfernsehens über das politische Geschehen. Hierbei handelt es sich zum großen Teil um lokalpolitische Ereignisse, die in den Sendungen *Lokalfenster* und *oeins aktuell* redaktionell aufgegriffen werden. Hinzu kommen monothematische Informationsendungen wie exemplarisch *Landwirtschaft in Niedersachsen*, wo es im Untersuchungszeitraum um Massentierhaltung und Landwirtschaftspolitik insbesondere im Oldenburger Land ging und das ein ausführliches Interview mit dem niedersächsischen Landwirtschaftsminister enthielt. An dritter Stelle in der Themenagenda rangiert die lokal ausgerichtete Sportberichterstattung, die vor allem in der Sendung *oeins SPORT* ihren Platz hat. Mit einem nennenswerten Anteil von jeweils rund sieben Prozent gibt es auch die Behandlung von Human-Touch-Themen sowie Themen zur Privaten Lebenswelt. In beiden Fällen handelt es sich überwiegend um Interviews in Talk-Formaten (*Budder bei die Fische*) zu den entsprechenden Themenbereichen.

Abbildung 22 *oeins* – Themen der Berichterstattung (Anteil an der Sendezeit in Prozent)


Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm (t = 31:38:55)

Tabelle 16 *oeins* – Themen der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Politik	9:28:27	29,9	36	19,9
Gesellschaft	15:10:42	48,0	90	49,7
Wirtschaft	1:21:03	4,3	10	5,5
Soziales Leben	9:21:45	29,6	50	27,6
Kultur	4:27:54	14,1	30	16,6
Human Touch	2:11:16	6,9	11	6,1
Zerstreuung	2:05:04	6,6	9	5,0
Kriminalität	0:06:12	0,3	2	1,1
Private Lebenswelt	2:14:56	7,1	4	2,2
Sport	2:28:18	7,8	28	15,5
Sonstige Themen	0:05:16	0,3	12	6,6
Gesamt	31:38:55	100,0	181	100,0

Auch im unterhaltenden Programm zeigt sich eine Übereinstimmung mit *h1*: Es dominieren hier mit 76 Prozent Musikgenres, wobei es sich einerseits um Konzertmitschnitte aus Oldenburg und andererseits um Übernahmen von Musikformaten wie *Alex Urban Musik* (aus der Berliner Club-Szene) handelt.

Tabelle 17 *oeins* – Unterhaltungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Eingestreute Unterhaltungselemente	0:13:24	2,2	3	13,0
Unterhaltungsfilme	1:50:00	18,3	7	30,4
Musikgenres/Videoclips	7:36:35	76,0	9	39,1
Sonstige Formen	0:20:51	3,5	4	17,4
Gesamt	10:00:50	100,0	23	100,0

4.2.4 Die Qualität des Programmangebots

Vielfalt und Aktualität

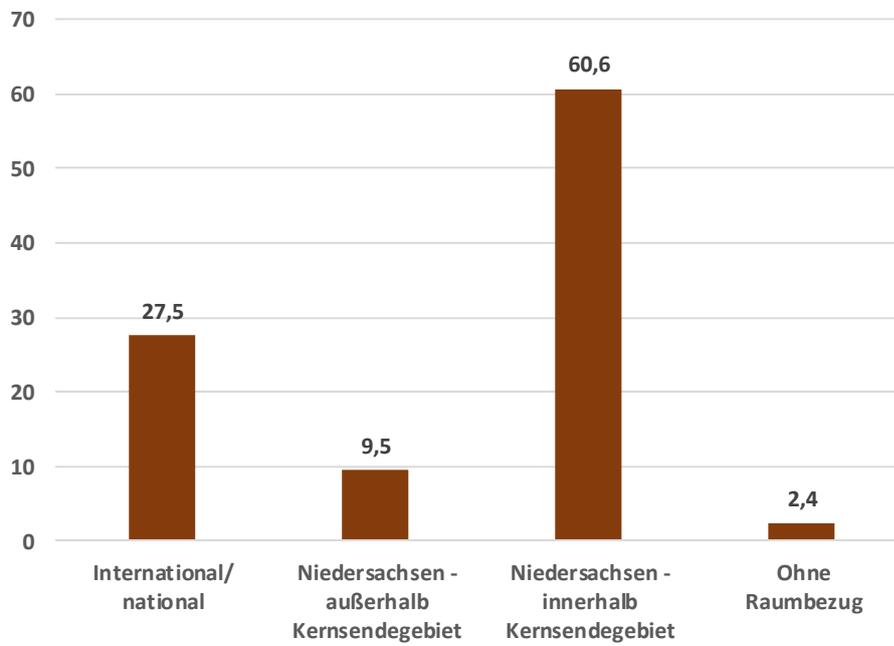
Durch die auf drei Tage begrenzte Ausstrahlung von Erstproduktionen erscheint die Vielfalt des Programmangebotes von *oeins* – fasst man die Frequenzbelegungszeit insgesamt in den Blick – aus Zuschauerperspektive eingeschränkt. Betrachtet man das Programm der Kernsendezeit hingegen isoliert, kann man dem Angebot sowohl in formaler als auch in thematischer Hinsicht eine vielfältige Produktion zusprechen. Die Fokussierung auf nur drei Erstausstrahlungstage führt bei *oeins* offensichtlich dazu, dass dann innerhalb dieses Zeitfensters kaum Wiederholungen – zum „Auffüllen“ fehlender Sendungen – ausgestrahlt werden müssen. Die wöchentliche Neuproduktion umfasst mit 10 Stunden 45 Minuten nur rund 2,5 Stunden weniger als dies bei *h1* der Fall ist. Innerhalb der originären Produktion wird wie oben ausgeführt ein breites Themenspektrum behandelt, das in hohem Maße auch die regionale Politikberichterstattung einschließt. Ein Drittel des gesamten Informationsprogramms weist Aktualität auf (mindestens wochenaktuell); damit ist der Aktualitätsgrad im Vergleich zu *h1* relativ niedrig. Die Sendeplätze für wochenaktuelle Information sind bei *oeins* in den Formaten *oeins aktuell*, *LokalFenster* und *oeins SPORT* programmstrukturell fest verankert. Für das *oeins*-Publikum ergibt sich somit ein verlässliches Zeitfenster für aktuelle regionale Informationen. Außerhalb dieser Formate, also weitgehend in den monothematischen Sendungen und Talksendungen, richten sich die Filmberichte und Interviews sowie Diskussionen zumeist auf Themen mit Bildungsfunktion jenseits der aktuellen Ereignisberichterstattung.

Nähe

Im Hinblick auf das Kriterium „Nähe“ ist für das Programm von *oeins* zunächst festzuhalten, dass sich knapp 61 Prozent des redaktionellen Angebots im Sendegebiet verorten lässt. Mit rund 28 Prozent ist aber auch ein relativ großer Umfang an Sendungen und Beiträge enthalten, die nationalen oder internationalen Bezug haben. Beiträge mit Bezug zum Nahraum sind überwiegend in den auf aktuelle Berichterstattung ausgerichteten Formaten *oeins*, *LokalFenster* und *oeins SPORT* enthalten. Hierbei kommen auch lokale Akteure im großen Umfang zu Wort. Der Bezug liegt hierbei sehr fokussiert auf die Stadt Oldenburg und kaum auf dem Umland.

Der Großteil der außerhalb Niedersachsens zu verortenden Beiträge entfällt auf Unterhaltung oder Infotainment. Hierzu gehören u.a. die Musiksendung *Alex Urban Musik* (mit Bezug auf die entsprechende Berliner Szene), die aus Bremen stammende Talk-Sendung *Budder bei die Fische* oder *CineNews* (Vorstellung neuer Kinofilme).

Abbildung 23 *oeins* – Raumbezug (Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Redaktionelles Programm (t = 41:26:21)

4.2.5 Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)

Im Programm von *oeins* erfolgt die aktuelle Information zum Sendegebiet in den Formaten *aktuell* und *LokalFenster*, die sich in der Anmutung deutlich voneinander unterscheiden. Bei dem 15-minütigen Format *aktuell* handelt es sich um eine Nachrichtensendung (allerdings ohne Moderation im On und ohne Studiokulisse) mit aktuellen Filmberichten. Die Gestaltungsform ohne Moderation oder sonstiger Strukturierung der Beiträge entspricht weder den Sehgewohnheiten noch dem Standard üblicher Nachrichtensendungen, wie dies (s.o.) bei *h1* im Pendant *0511/tv.lokal* der Fall ist. Die Filmberichte innerhalb der Sendung sind „gebaute Beiträge“ mit einer Tonspur für die Off-Sprecherin oder den Off-Sprecher. Sie enthalten teilweise O-Töne und sind überwiegend professionell produziert.

Eine andere Anmutung hat das Regionalmagazin *LokalFenster* (Fr. 18:30 bis 19:00 Uhr), dessen optischer und strukturierender Rahmen das Studiointerieur und eine Moderatorin oder ein Moderator bilden. Im Studiohintergrund ist ein Display zu sehen, in dem zum anmoderierten Beitrag passende Symbolbilder oder Graphiken eingeblendet werden. Ansonsten entspricht die Qualität der Filmbeiträge dem oben ausgeführten guten Standard. Sowohl die Off-Sprecherinnen oder Off-Sprecher als auch die Moderatorinnen oder Moderatoren in beiden Nachrichtenformaten wirken sprachlich semiprofessionell.

4.2.6 Webaktivitäten und Social-Media-Angebot³⁷

Website

Die Website von *oeins* (www.oeins.de) stellt insofern eine Besonderheit dar, als unter der Dachmarke *oeins* sowohl Hörfunk als auch Fernsehen subsumiert ist. Entsprechend gibt es keine eigenständige Website für das Fernsehangebot, sondern vielmehr eine gemeinsame Website für beide Rundfunksparten. Unter dem Menüpunkt „TV“ finden die User dann die entsprechenden Informationen zum TV-Programm. Ähnlich wie bei *h1* findet auch hier eine intensive Programmbegleitung statt. Zu den regelmäßigen Sendungen werden Hintergrundinformationen gegeben. Es existiert für die gesamte Woche ein – nach Sendetagen geordneter – Programmplan. Die Website bietet zur regulären Sendezeit einen Live-Stream an und verfügt über eine umfangreiche Mediathek. Im Design wirkt die Website deutlicher zeitgemäßer als diejenige von *h1*, sie ist aber ebenfalls technisch veraltet und nicht responsiv.

Social Media

Die Social-Media-Aktivitäten von *oeins* erfolgen nicht getrennt nach Radio und Fernsehen. Die Dachmarke verfügt sowohl über einen sehr aktiven *Twitter*-Account mit rund 1.600 Followern und über 3 Tsd. Tweeds als auch über eine gut gepflegte *Facebook*seite mit rund 2.500 „Likes“. Allerdings werden beide Kanäle offenbar von der Hörfunkredaktion betrieben, so dass hier kein Vergleich mit den anderen Nahraumfernsehangeboten sinnvoll ist. Ein eigenständiger *YouTube*-Kanal für *oeins*-Fernsehen existiert nicht.

³⁷ Stand: Februar 2017

4.3 TV38 – Fernsehen zwischen Harz und Heide

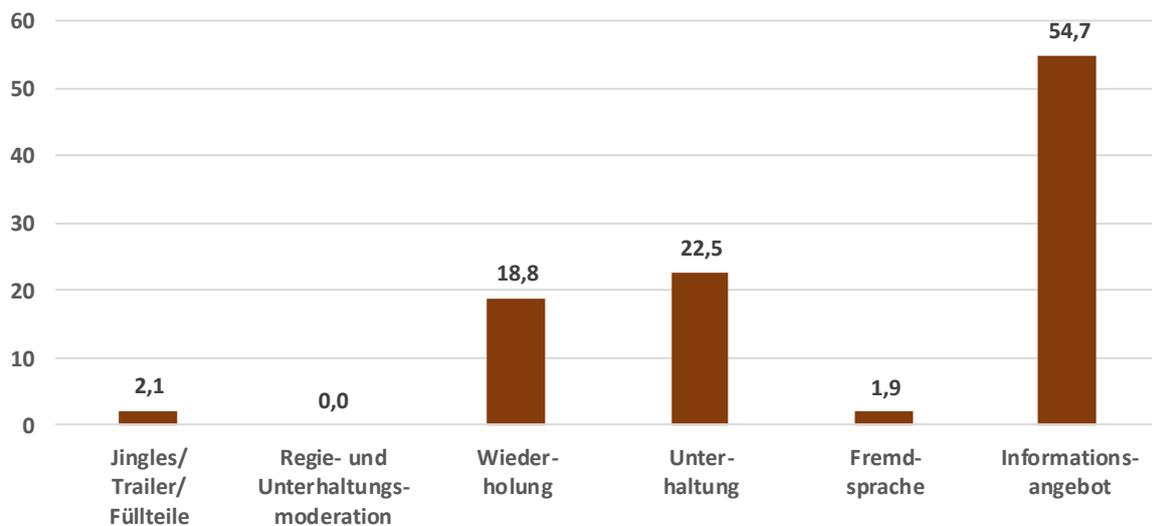
4.3.1 Die Grundstruktur des Gesamtangebots

Das Bürgerfernsehprogramm *TV 38 – Fernsehen zwischen Harz und Heide* deutet bereits im Namen den Unterschied dieses Senders zu den anderen Bürgerfernsehsendern in Niedersachsen an: *TV38* hat mit Abstand das größte und auch soziokulturell am wenigsten homogene Sendegebiet. Der Sender verfügt über vier Regionalstudios (oder Sendezentralen) in Braunschweig, Salzgitter, Wolfsburg und Wolfenbüttel. Dieses über Südostniedersachsen weit gespreizte Sendegebiet hat, wie noch zu zeigen sein wird, zwangsläufig Rückwirkungen auf die Programmproduktion.

Die Frequenzbelegung von *TV38* beginnt um 07:00 Uhr und endet um 22:00 Uhr. Dazwischen sind von 12 bis 15 Uhr und von 22 bis 07:00 Uhr Lücken, in denen die Frequenz mit *Euronews* belegt ist. Die Kernsendezeit ist täglich von 18:00 bis 20:00 Uhr, wobei am Wochenende auch die Kernsendezeit weitgehend mit Wiederholungen gefüllt wird. Innerhalb des Untersuchungszeitraums beträgt das Sendevolumen knapp 54 Stunden, wovon zehn Stunden (19 Prozent) auf Wiederholungen entfallen. Hierbei handelt es sich um die im Programm ausgewiesenen bzw. „erkennbaren“ Wiederholungen. Hinzu kommt bei *TV38* noch die Ausstrahlung von „Archivmaterial“. Dieses umfasst ältere Produktionen, die thematisch zeitlos sind – z.B. Reiseberichte oder Dokumentationen – und die innerhalb des Untersuchungszeitraums nicht wiederholt (also mehrfach ausgestrahlt) wurden, aber vermutlich bereits ein oder mehrmals in zurückliegender Zeit gesendet worden sind. Der Umfang dieser Produktionen beträgt weitere zehn Stunden. Somit sind knapp 40 Prozent des Materials der Kernsendezeit kein originäres Programm.

Jingles und Trailer werden bei *TV38* nur marginal eingespielt, Regie- und Unterhaltungsmoderation überhaupt nicht. Als Überleitung zwischen den Sendungen bzw. zur Programmstrukturierung dienen (schlichte) Hinweistafeln. Es gibt eine regelmäßige englischsprachige Sendung: ein interkulturelles Magazin, *The Collegium*, das als Fremdproduktion übernommen wird. Im Untersuchungszeitraum wurde die Sendung einmal ausgestrahlt. Der Anteil des Unterhaltungsangebots am Gesamtprogramm beträgt rund 23 Prozent, der des Informationsangebots knapp 55 Prozent. *TV38* ist in deutlich größerem Maße als *h1* oder *oeins* durch „Bürgerfunkproduktionen“ geprägt. Vom untersuchten Gesamtvolumen im Umfang von 54 Stunden entfallen nahezu 30 Stunden auf (eindeutig als solche gekennzeichnete) „Bürgerfunkproduktionen“. Im Gegensatz zu *h1* und *oeins* erfolgt in der Programmstruktur allerdings keine klare Trennung zwischen „zugangsoffenen Sendeplätzen“ und dem vom Sender verantworteten Programm. So kommt es häufig vor, dass innerhalb der sendereigenen Produktionen (z.B. in der Sendung *TV38 vor Ort*) Filmberichte aus Bürgerfunkproduktion enthalten sind.³⁸

³⁸ Innerhalb der Magazine sind die Beiträge dann aber als Bürgerfunkproduktionen erkennbar.

Abbildung 24 TV38 – Grundstruktur des Programms (Anteil an der Sendezeit in Prozent)


Basis: Gesamtprogramm (t = 53:55:26)

Tabelle 18 TV38 – Grundstruktur des Programms

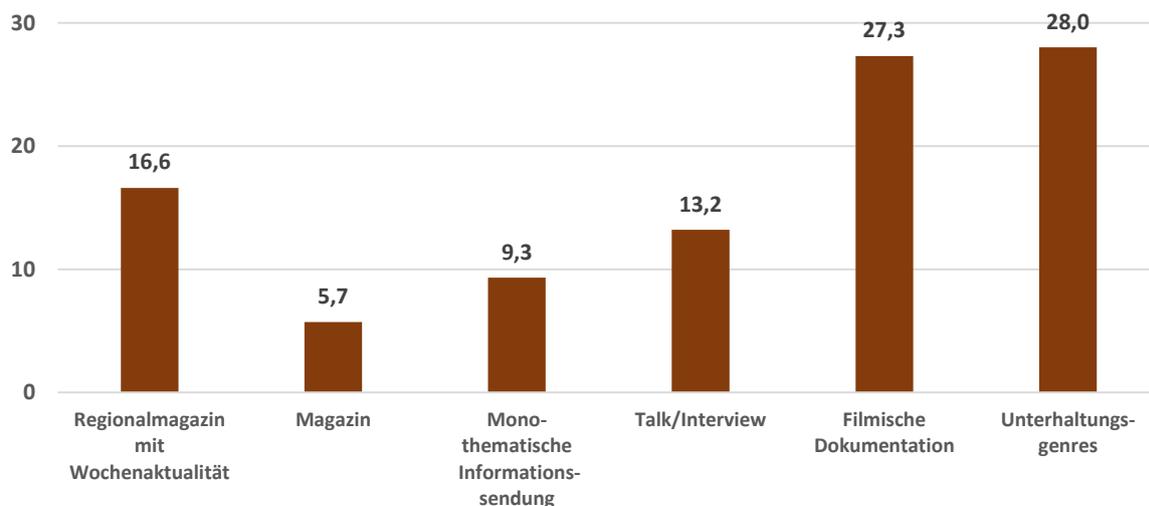
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Jingles/Trailer/Füllteile	1:09:12	2,1	51	25,6
Regie- und Unterhaltungsmoderation	-	-	-	-
Wiederholung	10:08:04	18,8	17	8,5
Unterhaltung	12:07:21	22,5	34	17,1
Fremdsprache	1:00:05	1,9	2	1,0
Informationsangebot	29:30:44	54,7	95	47,7
Gesamt	53:55:26	100,0	199	100,0

4.3.2 Regelmäßige Sendungen und Programmbestandteile

Die Analyse der Sendungstypen von *TV38* zeigt ebenfalls Unterschiede zu *h1* und *oeins* auf. Bei *TV38* nehmen unterhaltende Genres mit 28 Prozent Anteil am redaktionellen Programm etwas breiteren Raum ein als bei den beiden anderen Bürgerfernsehsendern. Nahezu im selben Umfang prägen mit gut 27 Prozent die filmischen Dokumentationen das Programm von *TV38*. Entsprechende Beiträge werden wiederum bei *h1* und *oeins* deutlich seltener ausgestrahlt. Formal und inhaltlich sind es zum großen Teil filmische Reiseberichte mit dokumentarischem Charakter. Zwar handelt es sich hier auch um eine monothematische Form, die Reiseberichte sind jedoch primär narrativ/persönlich und weniger analytisch/informierend wie die ansonsten unter der Kategorie „monothematische Informationssendungen“ subsumierten Formate.

Innerhalb des Informationsangebots ist die wochenaktuelle Sendung *TV38 vor Ort* das Regionalmagazin mit Ereignisberichterstattung für das komplette Verbreitungsgebiet. Die Sendung wird einmal wöchentlich neu produziert und hat einen Umfang von einer Stunde. Der Erstsendetermin ist jeweils freitags. Zudem gibt es auf die Subregionen bzw. Städte bezogene Regionalmagazine: *Braunschweig vor Ort*, *Wolfsburg vor Ort*, *Salzgitter vor Ort*, *Wolfenbüttel Journal*. Diese Magazine werden zumeist monatlich oder noch seltener neu produziert. Sie können von daher keine aktuelle Berichterstattung über die Subregionen des Sendegebiets leisten.

Abbildung 25 TV38 – Sendungstypen (Anteil an der Sendezeit in Prozent)



Basis: Redaktionelles Programm (t = 40:59:32)

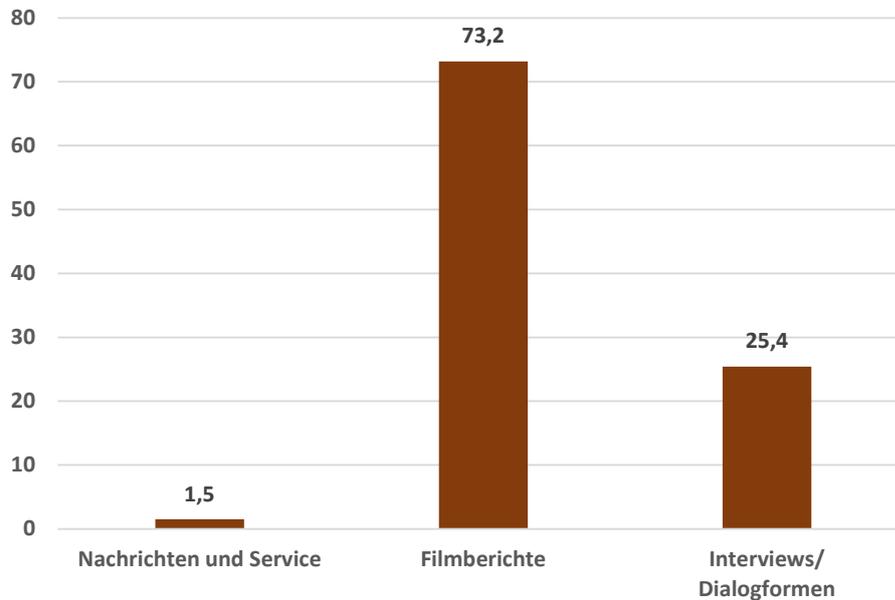
4.3.3 Formale und thematische Struktur des Angebots

Im Programm von *TV38* dominiert mit über 73 Prozent deutlich die journalistische Darstellungsform des Filmberichts. Hierbei handelt es sich zum erheblichen Teil (33 Prozent) um Dokumentationen, insbesondere Reiseportraits. Hinzu kommen mit 17 Prozent Filmberichte (also „gebaute Beiträge“) in den Magazinen (inkl. *TV38 vor Ort*) sowie Reportagen mit einem Anteil von knapp 13 Prozent. An zweiter Stelle rangieren mit gut 25 Prozent Interviews und Diskussionsrunden.

Die Betrachtung der Themenagenda zeigt wiederum die grundlegenden Unterschiede zwischen der redaktionellen Ausrichtung von *h1* und *oeins* auf der einen Seite und *TV38* auf der anderen. Lediglich in einem Punkt gibt es Übereinstimmung: Das mit Abstand umfangreichste Themenfeld ist auch bei *TV38* „Gesellschaft“. Ansonsten zeigt sich hier jedoch ein völlig anderes Bild: Die „private Lebenswelt“ hat mit fast 31 Prozent bei *TV38* ein großes Gewicht in der Themenagenda. Hierbei handelt es sich zu rund Dreiviertel um Reiseberichte, hinzu kommen Beiträge mit Beratungsfunktion (Gesundheit, Hobby). Ereignisberichterstattung zur Lokalpolitik ist innerhalb des Themenspektrums mit unter vier Prozent nur marginal vertreten. Im geringen Umfang (gut drei Prozent) finden sich Human-Touch-Themen; hierbei han-

delt es sich um eine Sendung zu einem Lebensschicksal in Ostdeutschland. Sportberichterstattung findet bei TV38 offenbar (zumindest im Untersuchungszeitraum) nicht statt, und es gibt auch keinen entsprechenden Sendeplatz hierfür.

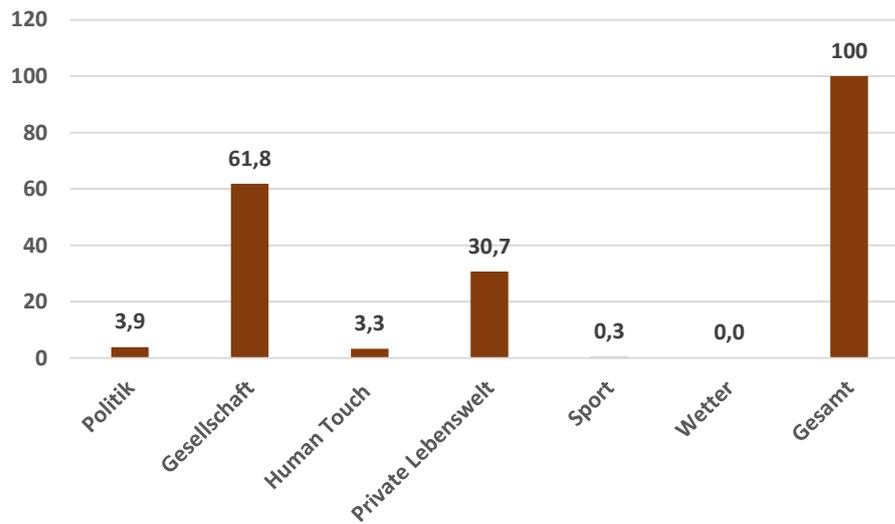
**Abbildung 26 TV38 – Journalistische Darstellungsformen
(Anteil an der Sendezeit in Prozent)**



Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm (t = 29:30:44)

Tabelle 19 TV38 – Journalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Nachrichten und Service	0:25:42	1,5	7	7,4
Filmberichte	21:36:05	73,2	73	76,8
Filmbericht	4:55:07	16,7	45	47,4
Reportage	3:45:03	12,7	8	8,4
Dokumentation	9:46:03	33,1	16	16,8
Sonstige filmische Form	3:09:52	10,7	4	4,2
Interviews/ Dialogformen	7:28:57	25,3	15	15,8
Interview	4:36:31	15,6	9	9,5
Diskussionsrunde	1:53:46	6,4	4	4,2
Sonstige Dialogform	0:58:40	3,3	2	2,1
Gesamt	29:30:44	100,0	95	100,0

Abbildung 27 TV38 – Themen der Berichterstattung (Anteil an der Sendezeit in Prozent)


Basis: Informationsangebot im redaktionellen Programm (t = 29:30:44)

Tabelle 20 TV38 – Themen der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Politik	1:08:37	3,9	4	4,2
Gesellschaft	18:14:22	61,8	71	74,7
Wirtschaft	1:40:12	5,7	7	7,4
Soziales Leben	11:17:03	38,2	41	43,2
Kultur	5:17:07	17,9	23	24,2
Human Touch	0:59:12	3,3	1	1,1
Zerstreuung	0:59:12	3,3	1	1,1
Kriminalität	-	-	-	-
Private Lebenswelt	9:04:03	30,7	18	18,9
Sport	0:04:30	0,3	1	1,1
Wetter	-	-	-	-
Sonstige Themen	-	-	-	-
Gesamt	29:30:44	100,0	95	100,0

Im Unterhaltungsprogramm von *TV38* dominieren, wie bei *h1* und *oeins*, Musikgenres. Hierbei handelt es sich einerseits um übernommene Pop-Musik-Sendungen (wie *pop10*, ein Magazin, das auch bei *h1* ausgestrahlt wird), andererseits um Live-Mitschnitte von Konzerten im Sendegebiet.

Tabelle 21 **TV38 – Unterhaltungsformen**

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Eingestreuete Unterhaltungselemente	0:38:33	5,3	9	26,5
Kamerareisen	0:29:07	4,0	5	14,7
Musikgenres/Videoclips	9:08:12	75,4	13	38,2
Sonstige Formen	1:51:29	15,3	7	20,6
Gesamt	12:07:21	100,0	23	100,0

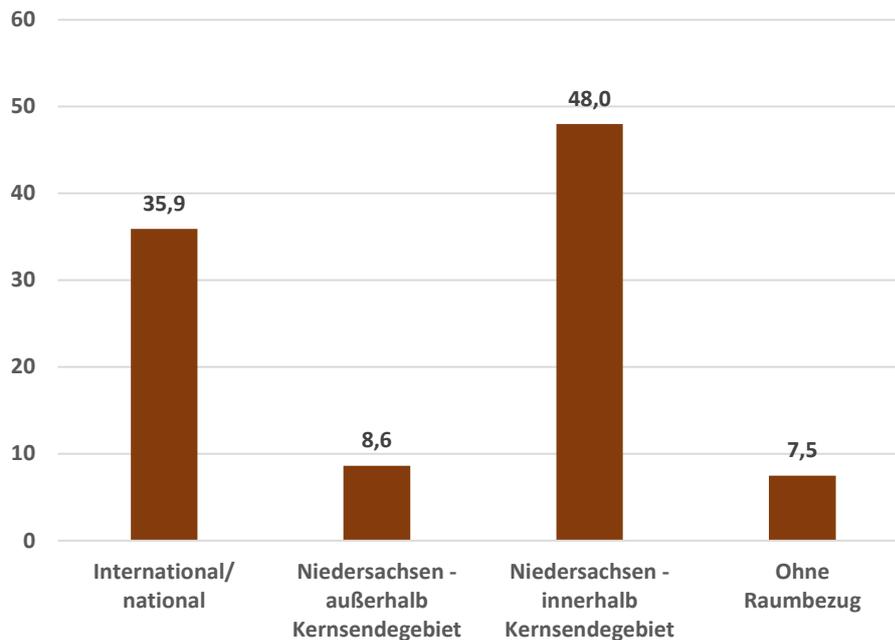
4.3.4 Die Qualität des Programmangebots

Vielfalt und Aktualität

Die Dimension der „Vielfalt“ ist im Programm von *TV38* nur bedingt gegeben. Zwar trifft das Publikum innerhalb der Kernsendezeit auf unterschiedliche Formate und Inhalte, allerdings sind die ausgestrahlten Sendungen und Beiträge thematisch nicht breit gefächert, es dominieren vielmehr (zeitlose) dokumentarische Formate. Auch die „Aktualität“ (im Sinne von wochenaktueller Ereignisberichterstattung) ist in der Produktion von *TV38* vergleichsweise gering. Von den knapp 30 Stunden des informierenden Programms entfallen lediglich rund drei Stunden auf die aktuelle Ereignisberichterstattung. Dies resultiert daraus, dass *TV38* im Gegensatz zu *h1* und *oeins* keine tagesaktuelle Nachrichtensendung im Programm hat.

Nähe

Das Kriterium der „Nähe“ ist im Programm von *TV38* aufgrund des großen Sendegebiets schwer zu realisieren. Lediglich 48 Prozent des redaktionellen Programms hat einen Bezug zum Sendegebiet. Der hohe Anteil (rund 36 Prozent) mit internationalem oder nationalem Bezug resultiert aus den bereits mehrfach erwähnten Reiseberichten. Die Berichte mit Sendegebietsbezug entfallen nahezu ausschließlich auf solche, die einen konkreten Ortsbezug haben. Dies erscheint auch konsequent, da ein soziokulturell zusammenhängendes Sendegebiet nicht vorhanden ist. Bei den Ortsnennungen lassen sich drei Zentren erkennen: Braunschweig (25 Ortsmarken), Salzgitter (19 Ortsmarken) und Wolfsburg (11 Ortsmarken); dies sind zugleich Orte, in denen sich drei der vier Studios von *TV38* befinden.

Abbildung 28 TV38 – Raumbezug (Anteil an der Sendezeit in Prozent)


Basis: Redaktionelles Programm (t = 40:59:32)

4.3.5 Journalistische Umsetzung und Fernsehästhetik (Professionalität)

Die Kategorien „Journalistische Umsetzung“ und „Fernsehästhetik“ lassen sich bei *TV38* auf das infrage kommende Format *TV38 vor Ort* nicht anlegen. Zwar wird die Sendung unter Senderverantwortung produziert, sie lässt sich aber in der Produktionsrealität nicht mit den entsprechenden Formaten bei *h1* und *oeins* vergleichen. Das Element der „Senderverantwortung“ konkretisiert sich hauptsächlich in der Person des durch die Sendung führenden Moderators, der hauptamtlicher *TV38*-Redakteur ist. Die eingespielten Filmbeiträge sind aber zumeist Produktionen von Ehrenamtlichen, die in journalistischer Umsetzung, Kameraführung etc. semiprofessionell bis laienhaft sind. Aus diesem Grund ist eine Vergleichbarkeit zu den entsprechenden Formaten von *h1* und *oeins* nicht sinnvoll.

4.3.6 Webaktivitäten und Social-Media-Angebot³⁹

Website

Der Sender verfügt über eine relativ schlichte und übersichtliche Website (www.tv38.de). Die Startseite enthält neben einem Informationstrailer zum Sender und zwei Videos die Rubrik *Nachrichten&Infos aus der Region*. Zu der oben beschriebenen geringen Aktualität des Senders passt, dass hier überwiegend veraltetete Meldungen platziert sind. Dies ist insofern problematisch, als es sich hierbei überwiegend um Terminhinweise auf zurückliegende Veranstaltungen handelt. Des Weiteren werden programmbegleitende Informationen gegeben, eine gut sortierte Mediathek vorgehalten, und zur Kernsendezeit ist ein Live-Stream

³⁹ Stand: Februar 2017

verfügbar. Die Website hat im Design eine semiprofessionelle Anmutung, ist aber technisch in Ordnung und im Gegensatz zu *h1* und *oeins* responsiv.

Social Media

TV38 ist auf allen Social-Media-Kanälen mit einem quantitativ durchaus beachtlichen Angebot aktiv, das aber qualitativ wenig überzeugt:

- Die *Facebook*seite hat rund 800 „Likes“ und erzeugt kaum Userkommentare. Letzteres liegt daran, dass hier weitgehend kurze Programmhinweise (Sendetermine und Themen) gepostet werden. Diese Posts sind überdies textlich weitgehend identisch zu den Tweets auf *Twitter*.
- Auf *Twitter* hat *TV38* einen Account (*TV38 e.V.*) mit knapp 700 Followern. Die Tweets werden offenbar automatisch generiert, da sie, wie ausgeführt, mit den Posts auf *Facebook* übereinstimmen und so formuliert sind, dass sie nicht zu Retweets anregen.
- Auf *YouTube* ist *TV38* mit einem eigenen Kanal vertreten, auf dem jeweils aktuell die neuesten Sendungen eingestellt werden. Der Kanal hat 240 Abonnenten, die allerdings kaum Kommentare abgeben.

5 Zusammenfassung und Fazit

Rahmenbedingungen

Der vorliegende Bericht dokumentiert das Ergebnis einer quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse der Nahraumfernsehangebote in Niedersachsen. Über den Zeitraum von Ende 2015 bis Mitte 2016 verteilt wurden von den sechs in Frage kommenden Programmen jeweils vier natürliche Wochen untersucht. Auf der Grundlage dieses umfangreichen Korpus an Sendematerial lässt sich die Programmpraxis verlässlich beschreiben.

Innerhalb des niedersächsischen Nahraumfernsehens sind zwei Angebotstypen vorhanden: *private Programme* auf der einen Seite und *Bürgerfernsehen* auf der anderen Seite. Für diese beiden Typen gelten sehr unterschiedliche Produktionsbedingungen: Während sich die privaten Veranstalter über Werbeeinnahmen refinanzieren müssen, erhalten Bürgerfernseher eine Grundfinanzierung durch die Landesmedienanstalt, müssen aber neben der Programmproduktion auch Aufgaben der Medienkompetenzförderung erfüllen und zugangsoffene Sendeplätze bereit stellen. Dagegen haben beide Programmtypen eine zentrale gemeinsame Funktion: **Nahraumfernsehen hat die Aufgabe, ein publizistisches TV-Angebot für ein begrenztes Publikum und für ein kleinräumiges Verbreitungsgebiet, das in der Lebenswirklichkeit als „Nahraum“ (oder Heimat) empfunden wird, zu produzieren.**

Die technische Reichweite des niedersächsischen Nahraumfernsehens bewegt sich in einer Spannbreite zwischen 65 Tsd. bis 290 Tsd. Haushalten. Dieses vergleichsweise geringe Zuschauerpotential und die – mit Ausnahme Hannovers – eher provinziellen Verbreitungsgebiete bieten für die privaten Veranstalter sehr begrenzte Refinanzierungsmöglichkeiten und limitieren hierdurch die quantitativen und qualitativen Produktionsmöglichkeiten. Auch beim Bürgerfernsehen begrenzen diese Faktoren die Programmproduktion, da die Sender auf eine „kritische Masse“ an Nutzerinnen und Nutzern der offenen Sendeplätze angewiesen sind.

Programmpraxis und Programmvolumina

Im Ergebnis führen diese Rahmenbedingungen zu einem spezifischen Programm, das durch die nachfolgenden Merkmale gekennzeichnet ist:

- Das täglich ausgestrahlte Programm – im Sinne der Frequenzbelegung – besteht ganz überwiegend aus Wiederholungen.
- Das Volumen der täglichen Neuproduktion ist gering; es liegt zwischen 19 Minuten (*regio.tv*) und 2 Stunden 40 Minuten (*h1*).
- Für die Wochenendtage wird in aller Regel keine Neuproduktion erstellt, sondern es werden ausschließlich Wiederholungen gesendet.
- Unterhaltungsangebote spielen im Nahraumfernsehen eine vergleichsweise geringe Rolle, fiktionale Formen werden – von unbedeutenden Ausnahmen abgesehen – überhaupt nicht produziert.

- Innerhalb des Informations- und Infotainmentangebots dominieren Low-Budget-Produktionen, insbesondere Talk-Formate.
- Den inhaltlichen Kern des Programmangebots bildet die Berichterstattung über das gesellschaftliche Leben innerhalb des Verbreitungsgebiets.

Jenseits dieser Gemeinsamkeiten ist die Programmdramaturgie der privaten Anbieter und des Bürgerfernsehens eine völlig andere:

- Das *private Nahraumfernsehen* produziert täglich (Mo.-Fr.) eine (maximal) einstündige Sendeschleife, die im Tagesverlauf rouliert. Die häufigsten Darstellungsformen sind hierbei „gebaute Filmbeiträge“ und Interviews.
- Im *Bürgerfernsehen* wird hingegen ein Tagesprogramm konzipiert, das – an einem Wochenschema orientiert – einen festen Sendeplan hat. Hierbei werden unterschiedliche Formate von der Nachrichtensendung bis zur filmischen Dokumentation gesendet. Mit anderen Worten: Das Bürgerfernsehen entspricht in seinem Programmschema dem üblichen Konzept eines TV-Programms.

Die Übersicht 5 zeigt, dass sich das Programmvolumen der privaten Angebote und des Bürgerfernsehens deutlich unterscheidet. Im Bürgerfernsehen wird erheblich mehr Programm produziert als bei den privaten Angeboten. Dennoch ist mit einer täglichen Neuproduktion von rund zwei Stunden, wie sie im Bürgerfernsehen der Fall ist, kein Tagesprogramm mit originärem Angebot zu füllen. Aufgrund des großen vorhandenen Programmfundus mit Formaten und Inhalten, die nicht zeitgebunden sind, kompilieren die Redaktionen im Bürgerfernsehen ein täglich wechselndes Tagesprogramm, das aus einem Mix aus Wiederholungen und Neuproduktion besteht.

Übersicht 5 Durchschnittlicher wöchentlicher Umfang des originären redaktionellen Programms im Überblick

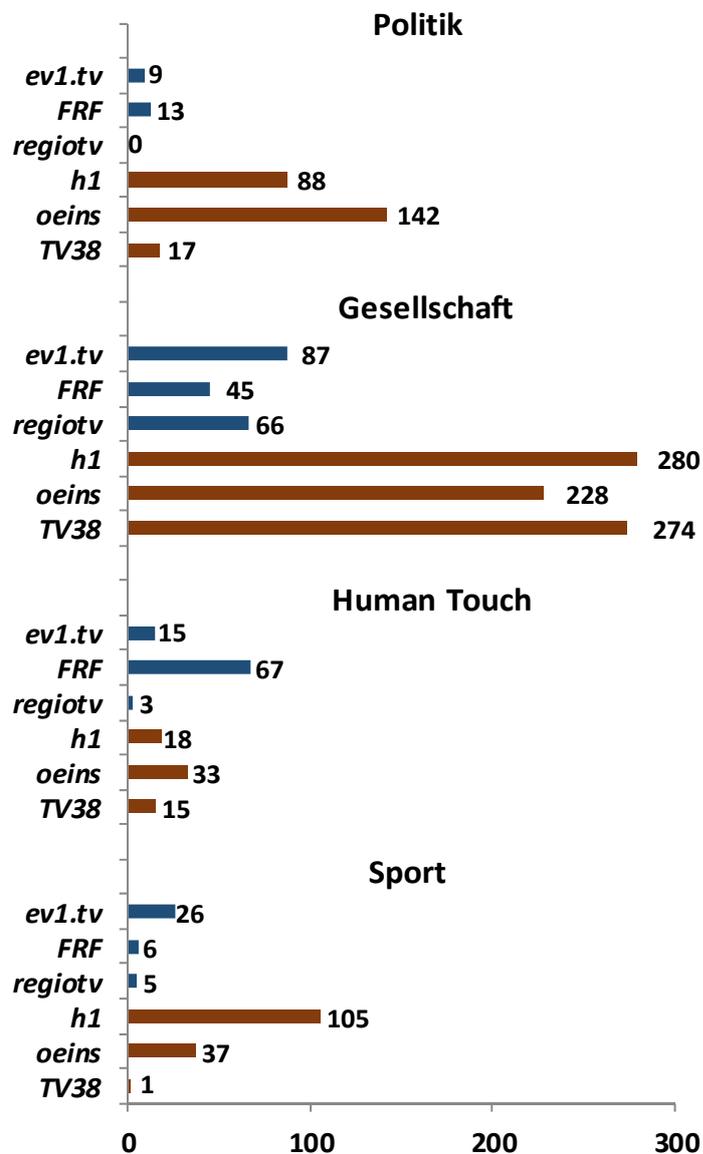
Sender	Durchschnittlicher wöchentlicher Umfang * des originären redaktionellen Programms (Std:Min)
Private	
<i>ev1.tv</i>	03:22
<i>Friesischer Rundfunk</i>	03:47
<i>regiotv</i>	01:37
Bürgerfernsehen	
<i>h1</i>	13:22
<i>oldenburg eins</i>	10:45
<i>TV38</i> (exkl. Archivprogramm**)	08:30

* Durchschnittswerte für die Sendewoche, gerundet auf volle Minuten.

** Der Sender strahlt zusätzlich zu (gekennzeichneten bzw. erkennbaren Wiederholungen) auch Archivmaterial aus zurückliegenden Sendejahren aus, die bei diesem Zeitumfang subtrahiert worden sind.

Auch in der Themenselektion unterscheiden sich die beiden Sendertypen deutlich voneinander. Die Abbildung 29 verdeutlicht, auf welche Themenbereiche sich die jeweilige redaktionelle Auswahl fokussiert und welche Sendeumfänge sich pro Woche hierauf richten. Hierbei ist bewusst der absolute wöchentliche Sendeumfang (in Minuten) zugrunde gelegt, um die tatsächliche Produktionsleistung abzubilden. Deutlich wird, dass für alle Sender das gesellschaftliche Leben innerhalb ihres Verbreitungsgebiets (Kultur, Soziales und Wirtschaft) von besonderem Interesse ist. Die Berichterstattung über die Kommunalpolitik spielt bei den Bürgerfernsehsendern eine wichtigere Rolle als bei den Privaten. Das größere Programmvolumen der Bürgerfernsehsender insgesamt wirkt sich auch auf die Umfänge des themenbezogenen Informationsangebots aus.

Abbildung 29 Berichterstattung über Politik, Gesellschaft, Human Touch und Sport im Vergleich (Minuten pro Woche)



Programmqualität

Die Qualität der Nahraumfernsehproduktion wurde in den jeweiligen Kapiteln für die untersuchten Sender anhand der Qualitätsdimensionen „Vielfalt“, „Aktualität“, „Nähe“ und „Professionalität“ beschrieben. In der nachstehenden Synopse sind die Ergebnisse der Qualitätsbewertung zusammenfassend schematisch dargestellt. Die Kennzeichnung „+“ steht für das Vorhandensein positiver und „-“ negativer Qualitätsmerkmale, wie sie in den entsprechenden senderbezogenen Kapiteln erläutert worden sind. „+ + +“ steht für eine uneingeschränkte Erfüllung der Qualitätsmerkmale in den jeweiligen Dimensionen. „+ +“ deutet auf minimale Defizite im Vergleich zum jeweils „besseren“ Sender hin. Das Vorhandensein von „-“ deutet je nach Anzahl auf kleinere bis gravierende Qualitätsmängel hin.

Übersicht 6 Qualitätsbewertung im Überblick – private Sender

Sender	Qualitätsdimensionen			
	Vielfalt	Aktualität	Nähe	Professionalität
<i>ev1.tv</i>	++	++	+++	++
<i>FRF</i>	+–	++	+++	+–
<i>regiotv</i>	---	---	+–	---

Deutlich wird in der Übersicht, dass sowohl das Programm von *ev1.tv* als auch des *Friesischen Rundfunks* kaum Schwächen bei der Qualität aufweisen. Beide Programme erfüllen das Kriterium der „Nähe“ in vollem Umfang. Große Teile des Informationsangebots sind zudem aktuell. Die „Vielfältigkeit“ ist bei beiden Sendern aufgrund des geringen Programmvolumens etwas eingeschränkt, wobei *FRF* im Vergleich zu *ev1.tv* die geringere formale und inhaltliche Diversität aufweist. Bei der „Professionalität“ – also der journalistischen Umsetzung sowie der Kameraführung und Postproduktion – hat *ev1.tv* ebenfalls das etwas höhere Niveau. Das Programm von *regiotv* fällt hingegen durch eklatante Mängel in allen Kategorien aus dem Rahmen. Lediglich die Dimension der „Nähe“ lässt sich hier partiell konstatieren, allerdings basiert dies auf einem extrem geringen Programmvolumen.

Übersicht 7 Qualitätsbewertung im Überblick – Bürgerfernsehen

Sender	Qualitätsdimensionen			
	Vielfalt	Aktualität	Nähe	Professionalität
<i>h1</i>	+++	+++	++	++–
<i>oeins</i>	++	+	++	+–
<i>TV38</i>	+–	--	+–	*

* Keine Bewertung erfolgt, da hoher Anteil von Bürgerfunkproduktion

Im Binnenvergleich des Bürgerfernsehens zeigt sich auch bei der Programmqualität, was bereits bei den quantitativen Daten zu konstatieren war: Das Programm von *h1* ragt hier deutlich heraus. Hierbei wirkt sich vor allem das umfangreichere Programmvolumen aus, das Spielräume für eine vielfältige Produktion bietet. Die große Aktualität resultiert primär aus der Tatsache, dass *h1* eine tagesaktuelle Regionalnachrichtensendung produziert. *TV38* weist hingegen in allen Qualitätsdimensionen Schwächen auf. Hierfür dürfte als externer Faktor der Sendegebietszuschnitt mit ursächlich sein: Das räumlich disperse und soziokulturelle heterogene Verbreitungsgebiet wirkt sich hier ganz offenbar einschränkend für die Bedingungen einer Bürgerfernsehproduktion aus.

Ein unmittelbarer Vergleich zwischen dem privaten Nahraumfernsehen und dem Bürgerfernsehen erscheint nur bedingt sinnvoll. Zu disparat sind sowohl die Voraussetzungen bei den

Rahmenbedingungen als auch das daraus resultierende unterschiedliche Programmvolumen der Neuproduktion. Insofern hat die bereits mehrfach vorgenommene Gegenüberstellung nur eine heuristische Funktion: Sie soll verdeutlichen, dass sich die „Systemunterschiede“ auch in der Programmpraxis spiegeln. Dies zeigt sich exemplarisch bei der Dimension der „Nähe“: Bei allen Bürgerfernsehprogrammen ist die Nähe in Bezug auf das gesamte ausgestrahlte Programm geringer als bei *evt.1tv* und beim *FRF*. Ursächlich für diese Bewertung ist, dass im Bürgerfernsehen auch Sendungen mit nationalem/internationalem Bezug und Unterhaltungsprogramm ohne Raumbezug eine Rolle spielen. Absolut betrachtet (also in Bezug auf die Produktionsleistung) ist aber das Sendevolumen mit Bezug zum Verbreitungsgebiet bei *h1* und *oeins* höher als bei den beiden Privaten.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich für die niedersächsischen Nahraumfernsehangebote nur ein getrenntes Fazit für die privaten Programme und das Bürgerfernsehen ziehen. Die beiden privaten Sender mit einem akzeptablen Programm, also *evt1.tv* und der *Friesische Rundfunk* produzieren für ihr Verbreitungsgebiet montags bis freitags eine einstündige Sendeschleife, die sich „sehen lassen kann“. Die in jüngster Vergangenheit im niedersächsischen Nahraumfernsehmarkt zu beobachtende Einstellung des Sendebetriebs von insgesamt drei Anbietern sowie die inakzeptable Produktionsleistung von *regio.tv* zeigen, dass die beschriebene Programmpraxis von *ev1.tv* und des *Friesischen Rundfunks* unter den gegebenen ökonomisch schwierigen Rahmenbedingungen eine beachtliche Leistung darstellt.

Die Bürgerfernsehangebote von *h1* und *oeins* können als ein publizistischer Zugewinn für ihre Verbreitungsgebiete angesehen werden. Es scheint eine naheliegende Vermutung, dass die in nahezu allen Parametern herausragenden Leistungen von *h1* durch einen externen Faktor beeinflusst werden: Die niedersächsische Landeshauptstadt Hannover und ihr Umland liefern ein ausreichendes Potential an Nutzerinnen und Nutzern für die offenen Sendepplätze. Die Größe und Urbanität des Verbreitungsgebietes, noch dazu mit der Funktion der Landeshauptstadt, bieten einen ausreichenden journalistischen Resonanzboden für die Fernsehberichterstattung.

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse legen folgenden Schluss nahe: Für gegebenenfalls weitere Zulassungen im Bereich Nahraumfernsehen, sei es an Private oder beim Bürgerfernsehen, sollten die technische Reichweiten, die soziokulturelle Homogenität des Verbreitungsgebietes und nicht zuletzt das wirtschaftliche Potential der Region wichtige Entscheidungskriterien sein.

Literatur

ALM Jahrbuch 2015/2016. Berlin 2016.

Kurp, Matthias (2005): Nahraum-TV. center.tv – das „Heimatfernsehen“ für die Region Köln/Rhein-Sieg ist gestartet. In: Funkfenster Online. Internetquelle: http://www.lfmnrw.de/funkfenster/nrw_medien/fernsehen/centertv.php3 [Abruf: 08.01.2011].

Müller-Sachse, Karl-Heinz (2001): Mediale Konstruktion des Regionalen und Regionalisierung als medienpolitisches Konzept. In: Klingler, Walter/Lersch, Edgar (Hrsg.): Regionalisierung im Rundfunk. Eine Bilanz der Entwicklung seit 1975. Konstanz, S. 15-29.

Seufert, Wolfgang/Brunn, Inka (2009): Regionales und lokales Fernsehen in Ostdeutschland. In: ALM Programmbericht 2008. Berlin, S. 115-132.

Volpers, Helmut/ Salwiczek, Christian/ Schnier, Detlef (2000): Regionalfenster im Programm von RTL und SAT.1. Eine vergleichende Inhaltsanalyse von Programmangeboten und journalistischer Qualität. Opladen (Schriftenreihe der LfR NRW; Bd. 35).

Volpers, Helmut/ Schnier, Detlef/ Bernhard, Uli (2011): Nahraumfernsehen in Nordrhein-Westfalen. Programmanalyse von center.tv Heimatfernsehen Köln, center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf und STUDIO 47 Stadtfernsehen Duisburg. Unveröffentlichter Forschungsbericht für die LfM.

Wöste, Marlene (1997): Ballungsraumfernsehen – kein geeignetes Terrain für Fernsehkanäle? Media Perspektiven, Heft 6, 1997, S. 339-350.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	<i>ev1.tv</i> – Grundstruktur des Programms	18
Abbildung 2	<i>ev1.tv</i> – Sendungstypen	19
Abbildung 3	<i>ev1.tv</i> – Journalistische Darstellungsformen	21
Abbildung 4	<i>ev1.tv</i> – Themen der Berichterstattung	22
Abbildung 5	<i>ev1.tv</i> – Raumbezug	25
Abbildung 6	<i>Friesischer Rundfunk</i> – Grundstruktur des Programms	28
Abbildung 7	<i>Friesischer Rundfunk</i> – Journalistische Darstellungsformen	29
Abbildung 8	<i>Friesischer Rundfunk</i> – Themen der Berichterstattung	30
Abbildung 9	<i>Friesischer Rundfunk</i> – Raumbezug	32
Abbildung 10	<i>regiotv</i> – Grundstruktur des Programms	37
Abbildung 11	<i>regiotv</i> – Journalistische Darstellungsformen	38
Abbildung 12	<i>regiotv</i> – Themen der Berichterstattung	39
Abbildung 13	<i>regiotv</i> – Raumbezug	41
Abbildung 14	<i>h1</i> – Grundstruktur des Programms	43
Abbildung 15	<i>h1</i> – Sendungstypen	44
Abbildung 16	<i>h1</i> – Journalistische Darstellungsformen	46
Abbildung 17	<i>h1</i> – Themen der Berichterstattung	47
Abbildung 18	<i>h1</i> – Raumbezug	49
Abbildung 19	<i>oeins</i> – Grundstruktur des Programms	53
Abbildung 20	<i>oeins</i> – Sendungstypen	55
Abbildung 21	<i>oeins</i> – Journalistische Darstellungsformen	56
Abbildung 22	<i>oeins</i> – Themen der Berichterstattung	58
Abbildung 23	<i>oeins</i> – Raumbezug	60
Abbildung 24	<i>TV38</i> – Grundstruktur des Programms	63
Abbildung 25	<i>TV38</i> – Sendungstypen	64
Abbildung 26	<i>TV38</i> – Journalistische Darstellungsformen	65
Abbildung 27	<i>TV38</i> – Themen der Berichterstattung	66
Abbildung 28	<i>TV38</i> – Raumbezug	68
Abbildung 29	Berichterstattung über Politik, Gesellschaft, Human Touch und Sport im Vergleich	73

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	<i>ev1.tv</i> – Grundstruktur des Programms	18
Tabelle 2	<i>ev1.tv</i> – Journalistische Darstellungsformen	21
Tabelle 3	<i>ev1.tv</i> – Themen der Berichterstattung	23
Tabelle 4	<i>Friesischer Rundfunk</i> – Grundstruktur des Programms	28
Tabelle 5	<i>Friesischer Rundfunk</i> – Journalistische Darstellungsformen	30
Tabelle 6	<i>Friesischer Rundfunk</i> – Themen der Berichterstattung	31
Tabelle 7	<i>regiotv</i> – Grundstruktur des Programms	37
Tabelle 8	<i>regiotv</i> – Journalistische Darstellungsformen	38
Tabelle 9	<i>regiotv</i> – Themen der Berichterstattung	39
Tabelle 10	<i>h1</i> – Grundstruktur des Programms	43
Tabelle 11	<i>h1</i> – Journalistische Darstellungsformen	46
Tabelle 12	<i>h1</i> – Themen der Berichterstattung	48
Tabelle 13	<i>h1</i> – Unterhaltungsformen	48
Tabelle 14	<i>oeins</i> – Grundstruktur des Programms	54
Tabelle 15	<i>oeins</i> – Journalistische Darstellungsformen	57
Tabelle 16	<i>oeins</i> – Themen der Berichterstattung	58
Tabelle 17	<i>oeins</i> – Unterhaltungsformen	59
Tabelle 18	<i>TV38</i> – Grundstruktur des Programms	63
Tabelle 19	<i>TV38</i> – Journalistische Darstellungsformen	65
Tabelle 20	<i>TV38</i> – Themen der Berichterstattung	66
Tabelle 21	<i>TV38</i> – Unterhaltungsformen	67

Anhang

Stichprobenzeiträume

ev1.tv

1. Woche	2. Woche	3. Woche	4. Woche
16.11. – 22.11.2015	15.02. – 21.02.2016	18.04. – 24.04.2016	09.05. – 15.05.2016

Friesischer Rundfunk

1. Woche	2. Woche	3. Woche	4. Woche
09.11. – 15.11.2015	18.01. – 24.01.2016	29.02. – 06.03.2016	04.04. – 10.04.2016

regiotv

1. Woche	2. Woche	3. Woche	4. Woche
21.09. – 27.09.2015	29.08.– 04.09. 2016*	05.09. – 11.09.2016	12.09. – 18.09.2016

*Drei zusammenhängende Wochen aufgrund von Aufzeichnungsproblemen des Veranstalters

h1

1. Woche	2. Woche	3. Woche	4. Woche
08.02. – 14.02.2016	07.03. – 13.03.2016	09.05. – 15.05.2016	22.08 – 28.08.2016

oeins

1. Woche	2. Woche	3. Woche	4. Woche
21.09. – 27.09.2015	15.02. – 21.02.2016	18.04. – 24.04.2016	01.09./02.09./05.09./ 07.09.2016*

*Künstliche Sendewoche (nur Tage mit originärem Material) aus technischen Gründen

TV38

1. Woche	2. Woche	3. Woche	4. Woche
04.04. – 10.04.2016	23.05. – 29.05.2016	08.08. – 14.08.2016	19.09. – 25.09.2016

Dimensionen der Qualität

a) Journalistisch:

Präzision

- Wer, was, wann, wo? (Zeit-, Orts-, Personen-, Sachangaben)
- Quellen genannt?
- Relativierung von (Fremd-)Aussagen?
- Vollständigkeit?

Plausibilität

- Widerspruchsfreiheit der Faktendarstellung?
- Konsistenz der Schlussfolgerungen?
- Vollständigkeit und klare Struktur zum Verständnis?
- Folgerichtigkeit? (Reihenfolge, roter Faden, Überleitungen)
- Nachvollziehbarkeit einer logischen Struktur? (Brüche, Fragwürdigkeiten)
- Unterscheidung von wichtig und unwichtig?

Ausgewogenheit (kontroverses Thema)

- Darstellung verschiedener Standpunkte, Perspektiven?
- Objektivität (sachlich) vs. Subjektivität (einseitig, wertend, kommentierend)
- Vermischung von Nachricht und Kommentar?

Kontexterläuterungen (Hintergrundberichterstattung)

- Thema/Ereignis wird in größeren Zusammenhang gestellt (zeitlich oder strukturell)?
- Erläuterung der Bedeutung und Konsequenzen?

b) Filmisch:

Bildsprache

- Thematisch-inhaltlicher Aussagewunsch vs. Bildtransport?
- Auswahl der Bildausschnitte? Folgerichtigkeit?
- Einstellungslänge?
- Klare Ortsbestimmungen?
- Bildanschlüsse?

Ton-Bild-Schere

- Übereinstimmung/Synchronität zwischen Text- u. Bildinformationen? (wechselseitige Bezogenheit)
- Fehlende Synchronität (u.a. abstrakte Sachverhalte u. sprachliche Erläuterungen)

**Inhaltsanalyse in Niedersachsen ausgestrahlter
Regionalfenster von RTL und SAT.1
im Vergleich zu
„Hallo Niedersachsen“ (NDR)**

Jahresbericht 2016 für die NLM



Institut für Medienforschung Köln

Inhalt

1	Einleitung	84
2	Das Programmangebot der Regionalfenster im Einzelnen	86
2.1	17:30 SAT.1 Regional (Niedersachsen/Bremen)	86
2.2	RTL Nord (Niedersachsen/Bremen)	93
2.3	Hallo Niedersachsen (NDR).....	100
3	Vergleich der Regionalfensterangebote	108
4	Fazit	116

1 Einleitung

Seit 2005 wird als kontinuierliche Programmbeobachtung eine Inhaltsanalyse der Regionalfenster im Programm von RTL und SAT.1 durchgeführt. Es gehört zur Aufgabe der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), in jedem Jahr erneut festzustellen, ob die Regionalfenster bestimmte konzentrationsrechtliche Voraussetzungen (s.u.) erfüllen und dies der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) zu bestätigen. Die Inhaltsanalyse hat vor diesem Hintergrund die Aufgabe, die ZAK in ihrer Programmaufsicht zu unterstützen.

Der Rundfunkstaatsvertrag (RStV) verpflichtet in § 25 Abs. 4 Satz 1 die beiden reichweitenstärksten privaten Vollprogramme „im zeitlich und regional differenzierten Umfang der Programmaktivitäten zum 1. Juli 2002“ zur Ausstrahlung von Regionalfenstern. Dementsprechend werden im Programm von RTL und SAT.1 für die Bundesländer Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen, Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Bayern montags bis freitags im Vorabendprogramm halbstündige regionale Informationsmagazine gesendet. Die Ausstrahlung dieser Regionalfenster hat für RTL und SAT.1 konzentrationsrechtlich eine erhebliche Bedeutung, da ihnen die Regionalmagazine auf ihre Drittsendezeit angerechnet werden, die sie aufgrund ihres Zuschaueranteils zur Verfügung stellen müssen. Ferner werden ihnen zwei Prozent des Zuschaueranteils vom tatsächlichen Wert abgezogen, so dass unter Umständen hierdurch die kritische Grenze von 30 Prozent nicht erreicht wird, die laut Rundfunkstaatsvertrag eine vorherrschende Meinungsmacht begründen würde. Vor diesem Hintergrund stellt der Gesetzgeber spezifische Anforderungen an die Programmgestaltung der Regionalfenster. Maßgeblich sind hierbei die Bestimmungen des § 25 RStV und die hierauf bezogene Normkonkretisierung durch die Fernsehferrierrichtlinie (FFR). Die Regionalfenster müssen bestimmte zeitliche und inhaltliche Anforderungen nach § 25 Abs. 4 Satz 1 RStV im Sinne der FFR Punkt 1 Abs. 2 Satz 2-6 erfüllen: Die beiden Hauptveranstalter müssen montags bis freitags die Ausstrahlung der Regionalfensterangebote (von „unabhängigen Dritten“) im Umfang von 30 Minuten (Bruttosendezeit) gewährleisten. Innerhalb des redaktionellen Programms sollen täglich 20 Minuten Beiträge mit Regionalbezug gesendet werden. Eine weitere Anforderung ist, dass im Durchschnitt einer Woche täglich mindestens zehn Minuten aktuelle, ereignis- und regionalbezogene Inhalte (in Kombination) pro Sendung vorhanden sein müssen. Zudem wird in Ziff. 1 der FFR eine „authentische Darstellung der Ereignisse des politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens“ der Region gefordert.

Um zu untersuchen, ob diese Vorgaben erfüllt werden, wird für jedes der zehn Regionalfenster eine Stichprobe von vier natürlichen Wochen nach dem Zufallsprinzip über das Jahr verteilt gezogen. Der 12-monatige Untersuchungszeitraum folgt jedoch nicht dem Kalenderjahr. Er beginnt vielmehr im vierten Quartal eines Jahres und umfasst die drei ersten Quartale des Folgejahres. Hierdurch ergibt sich eine breite Streuung des Beobachtungszeitraums. Für jedes Regionalfenster wurden jeweils 20 Sendetage in die Analyse einbezogen. Diese Stichprobe umfasst somit 200 Einzelsendungen mit 100 Stunden Programm.

Der Kern der Untersuchung besteht aus einer standardisierten Inhaltsanalyse. Das Sendematerial wird vollständig gesichtet und zunächst in Untersuchungseinheiten (= selbständige Beiträge) separiert. Diese Einheiten werden nach formalen und inhaltlichen Kategorien codiert. Da sich die Studie an den Vorgaben der FFR orientiert, erfolgt zunächst eine formale Prüfung der Programmpraxis im Hinblick auf die oben skizzierten zeitlichen und inhaltlichen Anforderungen. Zudem wird geprüft, ob die Regionalfenster tatsächlich eine „authentische Darstellung der Ereignisse des politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens“ der Region leisten, wie es in Ziff. 1 der FFR gefordert wird. Die kontinuierliche Inhaltsanalyse fasst daher auch die publizistische Leistung in den Blick und erhebt für jeden Beitrag das Thema der Berichterstattung. Zudem werden Ortsbezüge erfasst, um die regionale Streuung der Berichterstattung für jedes Regionalfenster analysieren zu können.

Der 12. Jahresbericht der „Inhaltsanalyse landesweit ausgestrahlter Regionalfenster in Fernsehvollprogrammen (SAT.1 und RTL)“ wurde Anfang November 2016 der ZAK vorgelegt. Die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) lässt regelmäßig auch das Regionalmagazin des Norddeutschen Rundfunks (NDR) „Hallo Niedersachsen“ untersuchen und die Ergebnisse mit denjenigen der privaten Regionalfenster vergleichen. Im Erhebungszeitraum 2016 wurden zeitgleich zu den Untersuchungswochen der Regionalfenster im Programm von RTL und SAT.1 ebenfalls vier Wochen von „Hallo Niedersachsen“ aufgezeichnet und analysiert.

Der hier als Exkurs vorgelegte Bericht enthält in den Kapiteln 2.1 und 2.2 zunächst die Ergebnisse der o.g. kontinuierlichen Programmanalyse der Regionalfenster im Programm von SAT.1 und RTL für Niedersachsen/Bremen. Der Text dieser Kapitel entspricht demjenigen im Gesamtbericht „Inhaltsanalyse landesweit ausgestrahlter Regionalfenster in Fernsehvollprogrammen (SAT.1 und RTL)“. Im Kapitel 2.3 wird dann das Angebot von „Hallo Niedersachsen“ beschrieben. Abschließend erfolgt eine vergleichende Gegenüberstellung der Programmpraxis von „Hallo Niedersachsen“ mit derjenigen der Regionalfenster für Niedersachsen im Programm von SAT.1 und RTL.

Bei dem Vergleich des redaktionellen Angebotes des öffentlich-rechtlichen Senders mit dem der privaten Veranstalter ist zu berücksichtigen, dass „Hallo Niedersachsen“ täglich – also auch samstags und sonntags – gesendet wird, während die Regionalfenster der privaten Veranstalter in Niedersachsen nur montags bis freitags im Programm erscheinen. Um eine Vergleichbarkeit herzustellen, beschränkt sich die vorliegende Analyse auf die Wochentage von Montag bis Freitag. Für die Bewertung der programmlichen Leistungen sind zudem weitere Unterschiede zwischen dem öffentlich-rechtlichen und den privaten Angeboten zu bedenken: Die Bruttosendezeit beträgt bei den Regionalmagazinen im Programm von RTL und SAT.1 30 Minuten pro Sendung. Nach Abzug der Werbung und externer (auf das Hauptprogramm bezogener) Trailer beträgt der Sendeumfang, der für redaktionelle Gestaltung zur Verfügung steht, ca. 24 Minuten. Die dementsprechend zur Verfügung stehende Sendezeit pro Tag beträgt bei „Hallo Niedersachsen“ hingegen rund 29 Minuten. Deshalb ist auch der tägliche Umfang an Regionalberichterstattung beim NDR um einige Minuten umfangreicher.

2 Das Programmangebot der Regionalfenster im Einzelnen

2.1 17:30 SAT.1 Regional (Niedersachsen/Bremen)

Programmstruktur

Die grundlegende Struktur des Regionalmagazins für Niedersachsen/Bremen im Programm von SAT.1 ist auch im aktuellen Untersuchungszeitraum nicht verändert worden. Das Magazin hat folgenden Aufbau: Nach dem Intro wird ein Trailer zu den Top-Themen des Tages gesendet. Es folgt dann jeweils eine Reihe von anmoderierten Filmberichten, die mit einem Zeitumfang von 70 Prozent der redaktionellen Sendezeit den Kern des Magazins bilden. Pro Sendung werden im Umfang von rund 14 bis 19 Minuten fünf bis sechs Filmbeiträge ausgestrahlt. Im ersten Sendungsdrittel ist der Nachrichtenblock mit einer Dauer von zwei bis drei Minuten platziert. Er besteht überwiegend aus kurzen Nachrichtenfilmen.

Im vierwöchigen Untersuchungszeitraum wurden insgesamt sieben Interviews mit einem Gesamtumfang von knapp 16 Minuten geführt. Das Ende der redaktionellen Sendezeit bildet der Wetterbericht mit einem Umfang von rund einer Minute. Anschließend folgt der Sendungsabschluss mit einem Hinweis auf ein Sendungsthema des Folgetages. In der letzten Stichprobenwoche der aktuellen Erhebung wurde (am 10.08.2016) erstmals eine Folge der „Reihe“ „Hinter den Kulissen“ erfasst. Es handelt sich um einen längeren Filmbericht (sechs Minuten) im Reportagestil über die Hannoverschen Verkehrsbetriebe (Üstra).

Quantitative Ergebnisse

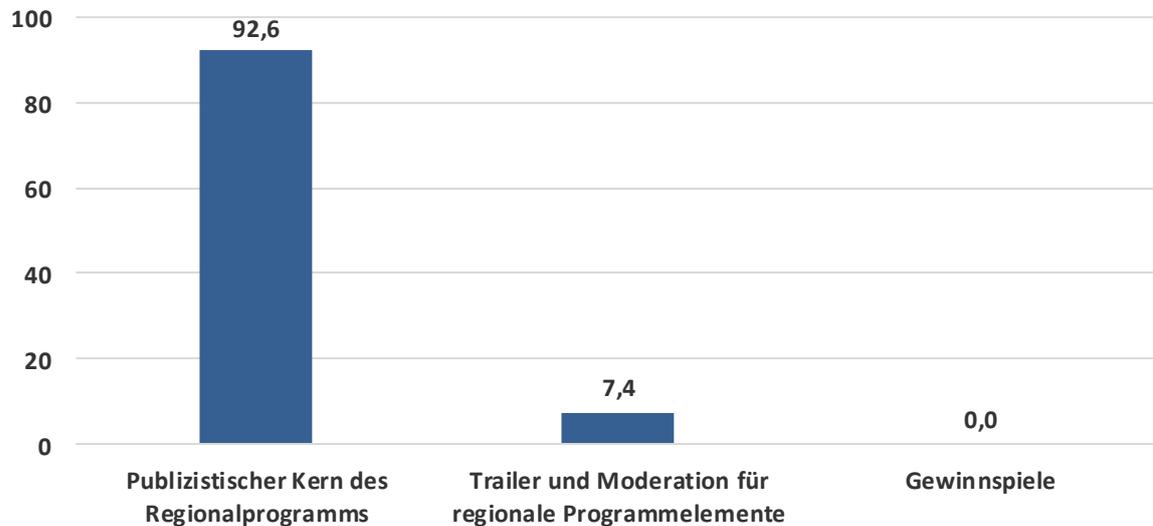
Das Regionalfenster im Programm von SAT.1 für Niedersachsen und Bremen zeigt bei den formalen Werten der Programmanalyse im Vergleich zum Vorjahr geringfügige Veränderungen: Der Umfang des publizistischen Kerns ist um rund 11 Minuten auf 7:24 Std./Min. angestiegen. Ursächlich hierfür sind ein leichter Rückgang der Werbezeit sowie eine Reduktion der Trailer und der Moderationen. Der durchschnittliche tägliche Regionalbezug ist mit knapp 24 Minuten unverändert geblieben. Der Umfang der Beiträge mit Regional-, Ereignisbezug und Aktualität ist im Durchschnitt geringfügig (um knapp eine Minute) auf nunmehr 20 Minuten gesunken. Somit liegen beide Werte deutlich über den Sollvorgaben der FFR.

Innerhalb der Themenagenda zeigen sich erhebliche Veränderungen: Der Anteil der Politikberichterstattung war im letzten Erhebungszeitraum um 11 Prozentpunkte angestiegen. Nunmehr ist er um knapp 7 Prozentpunkte reduziert worden, liegt aber mit knapp 28 Prozent nur geringfügig unter dem Durchschnitt aller untersuchten Regionalfenster. Absolut betrachtet beträgt der durchschnittliche Umfang pro Sendung für die Politikberichterstattung nun gut sechs Minuten, im Vorjahr waren es noch über sieben Minuten. Erheblich reduziert (um 7,2 Prozentpunkte) wurde die Behandlung von Human-Touch-Themen, die lediglich knapp 12 Prozent der redaktionellen Sendezeit füllt.

Diese beiden Reduktionen führen im Ergebnis zu einer erheblichen Ausweitung (plus 15,4 Prozentpunkte) bei den unpolitischen gesellschaftlichen Themen. Hierbei werden alle drei Teilsegmente „Wirtschaft“, „Soziales Leben“ und „Kultur“ redaktionell aufgegriffen. Bemerkenswert ist die Verdopplung der Kulturberichterstattung auf nunmehr knapp 13 Prozent.

Bei der Raumabdeckung der Berichterstattung gibt es nur leichte Veränderungen: Berichte mit landesweitem Bezug in Niedersachsen haben, wie im Vorjahr, einen Umfang von rund einer Stunde. Die ortsbezogene Berichterstattung in Niedersachsen ist nach Zeit und Fällen leicht angestiegen. Die Fokussierung auf die Region Hannover entspricht mit rund 30 Prozent dem Vorjahreswert. Die Verteilung der Berichte mit Ortsbezug auf Niedersachsen und Bremen hat sich leicht verändert: Bremen wird mit 20 Prozent berücksichtigt. Dies entspricht wieder dem durchschnittlichen Wert der Jahre vor 2015, in denen es einen leichten Anstieg gab.

Abbildung 1 **SAT.1-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Anteile regionaler Programmelemente (in Prozent)



Basis: Regionale Programmelemente insgesamt (t=7:59:39)

Tabelle 1 **SAT.1-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Formen der Berichterstattung

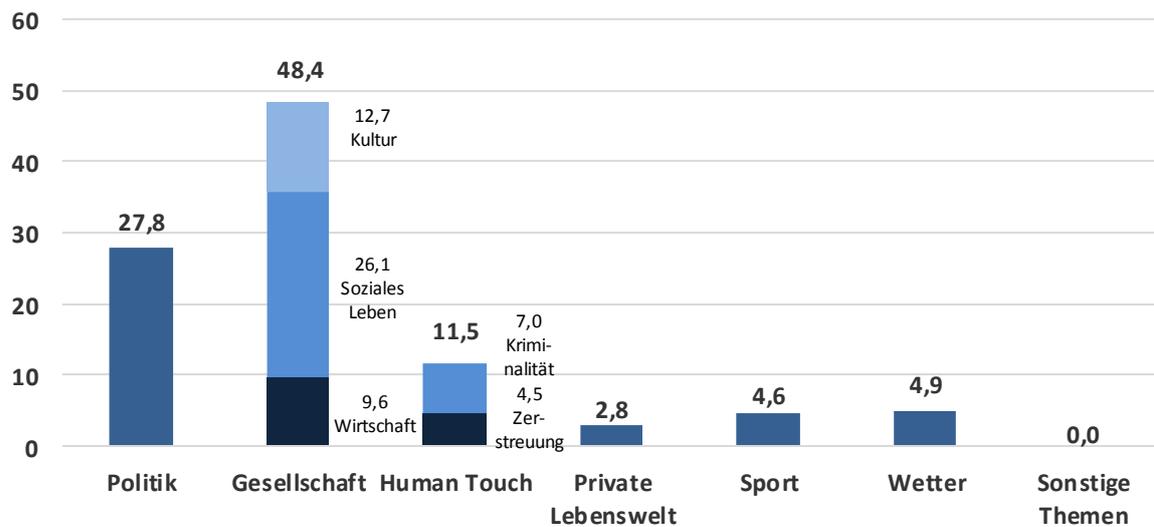
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Trailer	0:24:14	5,1	36	12,9
Moderation	0:11:10	2,3	20	7,1
Filmbericht*	5:35:58	70,0	113	40,4
Nachrichtenfilm	0:57:14	11,9	76	27,1
Sprechermeldung	0:28:34	6,0	26	9,3
Korrespondentenbericht	0:06:45	1,4	2	0,7
Interview	0:15:44	3,3	7	2,5
Gewinnspiel	-	-	-	-
Sonstige Form	-	-	-	-
Gesamt	7:59:39	100,0	280	100,0

*inkl. An- und Abmoderation

Tabelle 2 **SAT.1-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Ergebnisübersicht

	Tag	Regionalbezug täglich	Regional-, Ereignisbezug und Aktualität (nur in Kombination)
1. Woche	Mo. 09.11.2015	0:23:26	0:19:35
	Di. 10.11.2015	0:19:29	0:19:29
	Mi. 11.11.2015	0:24:02	0:24:02
	Do. 12.11.2015	0:24:03	0:21:16
	Fr. 13.11.2015	0:24:04	0:21:02
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:23:01</i>	<i>0:21:05</i>
2. Woche	Mo. 22.02.2016	0:23:58	0:23:58
	Di. 23.02.2016	0:24:02	0:12:25
	Mi. 24.02.2016	0:24:02	0:20:39
	Do. 25.02.2016	0:24:02	0:20:31
	Fr. 26.02.2016	0:24:00	0:18:21
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:24:01</i>	<i>0:19:11</i>
3. Woche	Mo. 09.05.2016	0:23:58	0:22:06
	Di. 10.05.2016	0:23:58	0:13:15
	Mi. 11.05.2016	0:24:02	0:17:24
	Do. 12.05.2016	0:23:59	0:20:59
	Fr. 13.05.2016	0:23:59	0:20:45
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:23:59</i>	<i>0:18:54</i>
4. Woche	Mo. 08.08.2016	0:24:00	0:24:00
	Di. 09.08.2016	0:24:01	0:20:44
	Mi. 10.08.2016	0:24:00	0:17:34
	Do. 11.08.2016	0:24:00	0:20:28
	Fr. 12.08.2016	0:24:00	0:21:31
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:24:00</i>	<i>0:20:51</i>
	<i>Mittelwert (über alle Tage)</i>	<i>0:23:45</i>	<i>0:20:00</i>

Abbildung 2 **SAT.1-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Themenagenda der Berichterstattung (Sendezeit in Prozent)



Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms (t=7:24:15)

Tabelle 3 **SAT.1-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Themenagenda der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Mittelwert pro Sendetag
Politik	2:03:36	27,8	0:06:11
Gesellschaft	3:34:59	48,4	0:10:45
Wirtschaft	0:42:51	9,6	0:02:09
Soziales Leben	1:55:49	26,1	0:05:47
Kultur	0:56:19	12,7	0:02:49
Human Touch	0:51:04	11,5	0:02:33
Zerstreung	0:19:47	4,5	0:00:59
Kriminalität	0:31:17	7,0	0:01:34
Private Lebenswelt	0:12:25	2,8	0:00:37
Sport	0:20:19	4,6	0:01:01
Wetter	0:21:52	4,9	0:01:06
Sonstige Themen	-	-	-
Gesamt	7:24:15	100,0	

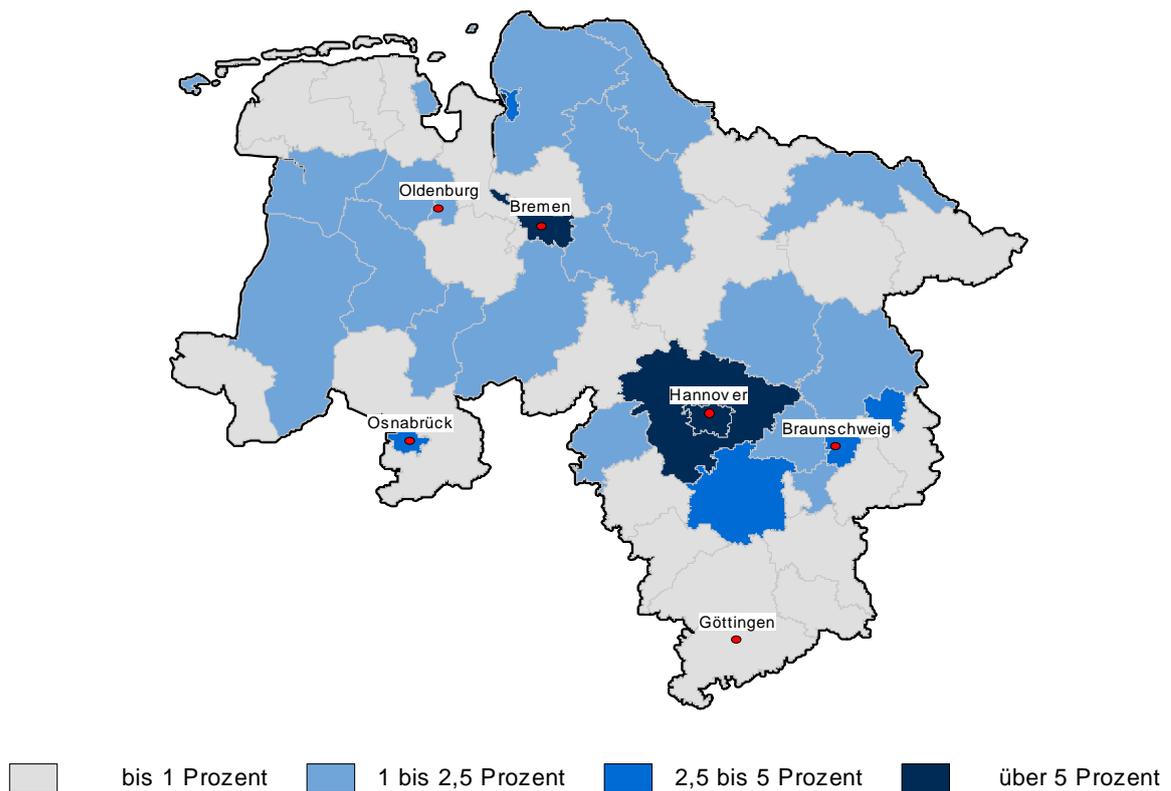
Tabelle 4 **SAT.1-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Verteilung der ortsspezifischen Berichterstattung nach Landkreisen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
<i>Niedersachsen</i>	<i>4:59:30*</i>	<i>80,0</i>	<i>128</i>	<i>76,2</i>
Braunschweig, Stadt	0:14:42	3,9	5	3,0
Salzgitter, Stadt	0:04:30	1,2	3	1,8
Wolfsburg, Stadt	0:15:01	4,0	8	4,7
LK Gifhorn	0:08:56	2,4	3	1,8
LK Göttingen	0:03:32	0,9	1	0,6
LK Peine	0:06:01	1,6	2	1,2
LK Diepholz	0:05:23	1,4	2	1,2
LK Hameln-Pyrmont	0:02:58	0,8	1	0,6
Hannover, Region	1:49:34	29,3	49	29,0
LK Hildesheim	0:11:51	3,2	6	3,6
LK Schaumburg	0:05:28	1,5	2	1,2
LK Celle	0:05:13	1,4	2	1,2
LK Cuxhaven	0:05:48	1,5	2	1,2
LK Harburg	0:03:23	0,9	1	0,6
LK Lüchow-Dannenberg	0:02:26	0,7	1	0,6
LK Lüneburg	0:13:43	3,7	4	2,4
LK Rotenburg (Wümme)	0:04:57	1,3	2	1,2
LK Soltau-Fallingb.ostel	0:00:24	0,1	1	0,6
LK Stade	0:06:51	1,8	2	1,2
LK Verden	0:02:47	0,7	2	1,2
Oldenburg, Stadt	0:03:55	1,0	3	1,8
Osnabrück, Stadt	0:14:33	3,9	7	4,1
Wilhelmshaven, Stadt	0:08:29	2,3	3	1,8
LK Ammerland	0:06:20	1,7	2	1,2
LK Cloppenburg	0:05:16	1,4	2	1,2
LK Emsland	0:04:51	1,3	2	1,2
LK Friesland	0:00:42	0,2	1	0,6
LK Leer	0:06:59	1,9	2	1,2
LK Oldenburg	0:00:38	0,2	1	0,6
LK Osnabrück	0:02:59	0,8	1	0,6
LK Vechta	0:07:08	1,9	3	1,8

LK Wesermarsch	0:00:32	0,1	1	0,6
LK Wittmund	0:03:40	1,0	1	0,6
<i>Bremen</i>	<i>1:14:46*</i>	<i>19,9</i>	<i>41</i>	<i>24,3</i>
Bremen, Stadt	0:59:41	15,9	35	20,7
Bremerhaven, Stadt	0:15:05	4,0	6	3,6
Gesamt	6:14:16	100,0	169	100,0

* Bei Berichten mit mehr als einem Ortsbezug werden jeweils alle Ortsbezüge mit der gesamten Berichterstattungsdauer ausgewiesen. Die ausgewiesene Gesamtzeit für die ortsspezifische Berichterstattung enthält diese Mehrfachzählungen, ist also geringfügig höher als die tatsächliche Sendezeit.

Abbildung 3 **SAT.1-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Regionale Verteilung der ortsspezifischen Beiträge
(Fälle in Prozent)



Basis: Sendegebietsbezogene Berichterstattung nach Tabelle 4 (= 169 Fälle)

2.2 RTL Nord (Niedersachsen/Bremen)

Programmstruktur

Das Regionalmagazin für Niedersachsen und Bremen im Programm von RTL beginnt mit einem Trailer und einer Themenübersicht (2 bis 3 Top-Themen werden vorgestellt), es folgen eine kurze Begrüßung durch die Moderatorin und sodann der erste amodierte Filmbericht. Im ersten Sendungsdrittel ist ein Nachrichtenblock mit durchschnittlich vier bis fünf Meldungen, die überwiegend die Form von Nachrichtenfilmen haben, platziert. Zudem werden gelegentlich noch einzelne Sprechermeldungen in das Programm eingestreut. Der kurze Wetterbericht war in den ersten zwei Untersuchungswochen zumeist im vorderen Sendungsdrittel platziert, in den zwei letzten Wochen befand er sich am Ende der Sendung.

Das Kernelement des Magazins bilden Filmberichte, die über 78 Prozent der redaktionellen Sendezeit füllen. Wie in der Vergangenheit sind die Filmberichte häufig in Reihen/Serien eingebunden, wobei im aktuellen Untersuchungszeitraum etliche der „traditionellen“ Serien der letzten Jahre nicht mehr vorhanden waren und durch neue ersetzt wurden. Folgende seriellen Elemente wurden im Untersuchungszeitraum ausgestrahlt:

- In jeder Untersuchungswoche wurde eine Folge aus der Reihe „Wissen X-Akt“ platziert – ein Format, in dem verschiedene Themengebiete populärwissenschaftlich behandelt werden.
- In der ersten Untersuchungswoche wurde täglich eine Folge der Wochenserie „Ticket zum Glück“ gesendet. Hier begleitet RTL-Reporter „Elliot“ eine Charity-Aktion für Kinder.
- In der vierten Woche wurde die Wochenserie „Nachtschicht“ ausgestrahlt. Hier werden Menschen vorgestellt, die ihre Berufe auch nachts ausüben müssen: wie Bäcker, Polizisten auf Streife oder Ärzte in der Notaufnahme eines Krankenhauses.
- In jeder Untersuchungswoche wurde am Dienstag die Reihe „Mein Verein“ gesendet. Dort werden entweder Heimat- oder Sportvereine aus der Region vorgestellt.

Quantitative Ergebnisse

Im Regionalmagazin für Niedersachsen und Bremen im Programm von RTL hat sich bei den formalen Sollwerten der FFR im Vergleich zum vorhergehenden Berichtszeitraum kaum etwas verändert: Im Durchschnitt liegt der Umfang des Regionalbezugs pro Sendung, wie im Vorjahr, bei über 24 Minuten. Leicht erhöht ist mit durchschnittlich über 16 Minuten der Umfang der Beiträge mit Regional-, Ereignisbezug und Aktualität. Beide Werte liegen über den Anforderungen der FFR.

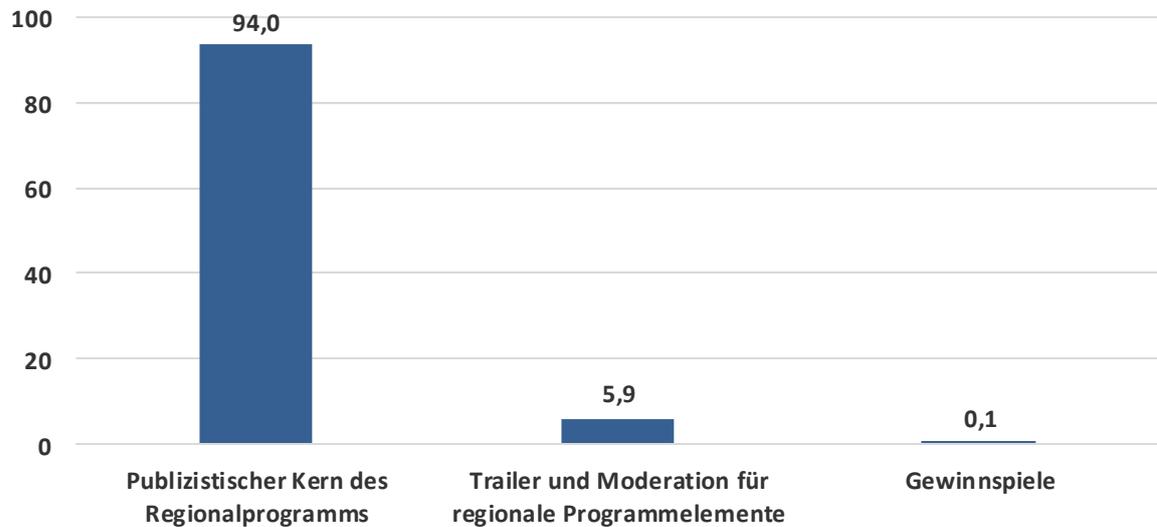
Bei der Themenagenda lassen sich hingegen erhebliche Veränderungen feststellen: Der im Jahr 2014 konstatierte hohe Umfang der Politikberichterstattung (nahezu 36 Prozent) wurde bereits im letzten Erhebungszeitraum auf rund 31 Prozent reduziert. Im aktuellen Berichtszeitraum ist erneut eine Reduktion um 5,7 Prozentpunkte erfolgt. Mit einem rund 25 prozentigen Anteil an der redaktionellen Sendezeit erscheint der Umfang der Politik-

berichterstattung jedoch noch nicht bemerkenswert niedrig und nur knapp 3 Prozentpunkte unter dem des konkurrierenden SAT.1-Regionalfensters.

Erheblich, um nahezu 15 Prozentpunkte, wurde die Berichterstattung über die unpolitischen gesellschaftlichen Themen erhöht, sie beträgt nun 44,5 Prozent. Von dieser Ausweitung profitiert auch das Themenfeld „Kultur“. Die Kulturberichterstattung, die im Vorjahr lediglich 2,5 Prozent umfasste, ist nunmehr auf knapp 11 Prozent ausgeweitet. Absolut betrachtet ist sie von rund 12 Minuten auf 48 Minuten angestiegen. Bemerkenswert ist auch der Anstieg der Wirtschaftsberichterstattung von 3,6 auf 10,7 Prozent; absolut von rund 17 auf nunmehr 50 Minuten. Im letzten Jahr wurde eine zunehmende Boulevardisierung der Berichterstattung festgestellt. Hiervon kann im aktuellen Untersuchungszeitraum nicht mehr die Rede sein: Das Themenfeld Human-Touch wurde um fast 9 Prozentpunkte reduziert, wobei vor allen Dingen der Umfang der „Zerstreuungsthemen“ verringert worden ist.

Bei der Raumabdeckung ist für die ortsbezogene Berichterstattung erneut eine Zunahme bei den Fällen zu verzeichnen (22). Allerdings hat die Fokussierung auf die Region Hannover nach Zeit um fast 10 Prozentpunkte zugenommen und liegt nun bei rund 40 Prozent der Sendezeit mit Ortsbezug. Dennoch kann nach Fällen eine breitere Streuung der Berichterstattung über Orte bzw. Landkreise in Niedersachsen festgestellt werden, die dann jedoch zeitlich knapp berücksichtigt werden. Die Berichterstattung mit landesweitem Bezug beträgt wie im Vorjahr rund eine halbe Stunde im Untersuchungszeitraum. Bei der Verteilung der Ortsbezüge zwischen Niedersachsen und Bremen ist nach Zeit und Fällen eine leichte Reduktion bei der Berücksichtigung der Hansestadt festzustellen, die jetzt jeweils unter der bisherigen 20-Prozent-Marke liegt.

Abbildung 4 **RTL-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Anteile regionaler Programmelemente (in Prozent)



Basis: Regionale Programmelemente insgesamt (t=8:09:05)

Tabelle 5 **RTL-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Formen der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Trailer	0:21:36	4,4	38	13,5
Moderation	0:07:09	1,5	21	7,4
Filmbericht*	6:21:52	78,1	106	37,6
Nachrichtenfilm	0:56:24	11,5	95	33,7
Sprechermeldung	0:09:54	2,0	19	6,7
Korrespondentenbericht	.	0,0	0	0,0
Interview	0:11:32	2,4	2	0,7
Gewinnspiel	0:00:38	0,1	1	0,4
Sonstige Form	-	-	-	-
Gesamt	8:09:05	100,0	282	100,0

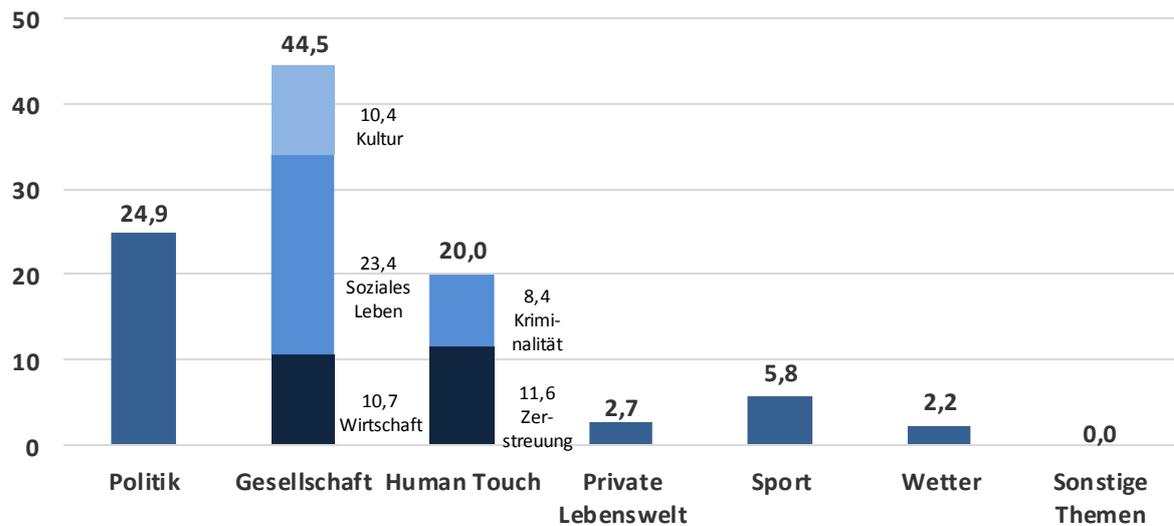
*inkl. An- und Abmoderation

Tabelle 6 **RTL-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Ergebnisübersicht

	Tag	Regionalbezug täglich	Regional-, Ereignisbezug und Aktualität (nur in Kombination)
1. Woche	Mo. 09.11.2015	0:24:52	0:18:27
	Di. 10.11.2015*	0:23:47	0:11:42
	Mi. 11.11.2015	0:24:53	0:14:31
	Do. 12.11.2015	0:24:27	0:08:50
	Fr. 13.11.2015	0:24:40	0:10:49
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:24:32</i>	<i>0:12:52</i>
2. Woche	Mo. 22.02.2016	0:24:21	0:18:32
	Di. 23.02.2016	0:25:08	0:16:34
	Mi. 24.02.2016	0:24:32	0:21:27
	Do. 25.02.2016**	0:24:38	0:12:56
	Fr. 26.02.2016	0:25:01	0:20:14
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:24:44</i>	<i>0:17:57</i>
3. Woche	Mo. 09.05.2016	0:24:47	0:21:42
	Di. 10.05.2016	0:24:02	0:14:04
	Mi. 11.05.2016	0:24:21	0:24:21
	Do. 12.05.2016	0:24:02	0:11:55
	Fr. 13.05.2016	0:24:12	0:20:22
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:24:17</i>	<i>0:18:29</i>
4. Woche	Mo. 08.08.2016	0:24:45	0:17:59
	Di. 09.08.2016	0:24:33	0:09:50
	Mi. 10.08.2016	0:23:49	0:18:16
	Do. 11.08.2018	0:23:49	0:17:34
	Fr. 12.08.2016	0:24:26	0:16:59
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:24:16</i>	<i>0:16:08</i>
	<i>Mittelwert (über alle Tage)</i>	<i>0:24:27</i>	<i>0:16:21</i>

* Ersatztag: 19.04.2016; ** 21.07.2016 (Aufzeichnungsausfall)

Abbildung 5 **RTL-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Themenagenda der Berichterstattung (Sendezeit in Prozent)



Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms (t=7:39:42)

Tabelle 7 **RTL-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Themenagenda der Berichterstattung

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Mittelwert pro Sendetag
Politik	1:54:18	24,9	0:05:43
Gesellschaft	3:24:34	44,5	0:10:14
Wirtschaft	0:49:21	10,7	0:02:28
Soziales Leben	1:47:34	23,4	0:05:23
Kultur	0:47:39	10,4	0:02:23
Human Touch	1:31:53	20,0	0:04:36
Zerstreung	0:53:29	11,6	0:02:40
Kriminalität	0:38:24	8,4	0:01:55
Private Lebenswelt	0:12:14	2,7	0:00:37
Sport	0:26:47	5,8	0:01:20
Wetter	0:09:56	2,2	0:00:30
Sonstige Themen	-	-	-
Gesamt	7:39:42	100,0	

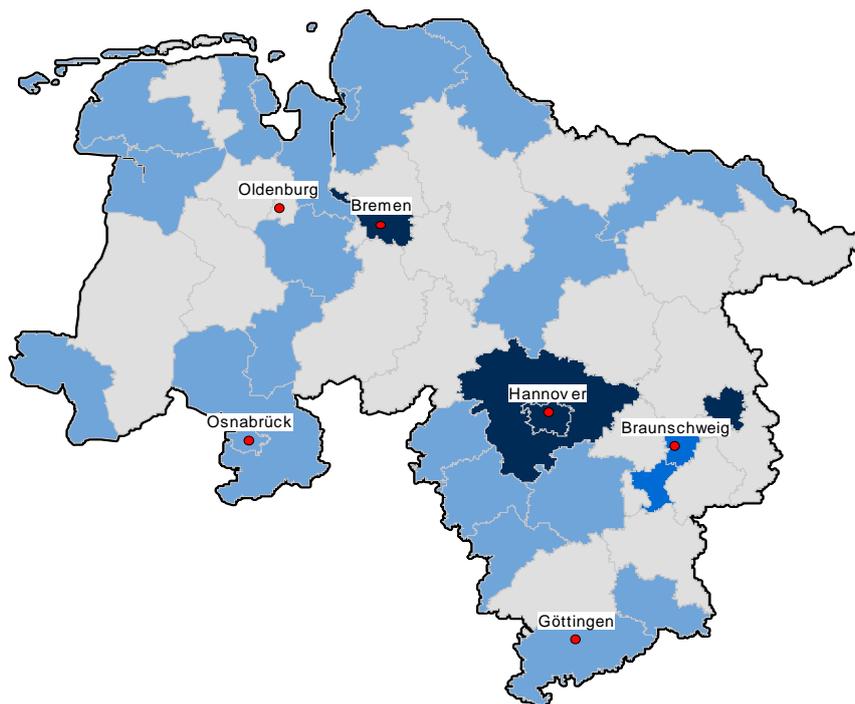
Tabelle 8 **RTL-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Verteilung der ortsspezifischen Berichterstattung nach Landkreisen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
<i>Niedersachsen</i>	<i>5:51:47*</i>	<i>81,7</i>	<i>154</i>	<i>82,2</i>
Braunschweig, Stadt	0:22:13	5,2	7	3,7
Salzgitter, Stadt	0:13:38	3,2	5	2,7
Wolfsburg, Stadt	0:19:05	4,4	10	5,3
LK Gifhorn	0:03:05	0,7	1	0,5
LK Göttingen	0:09:52	2,3	3	1,6
LK Northeim	0:02:27	0,6	1	0,5
LK Osterode am Harz	0:10:56	2,5	2	1,1
LK Wolfenbüttel	0:00:28	0,1	1	0,5
LK Diepholz	0:03:50	0,9	1	0,5
LK Hameln-Pyrmont	0:06:33	1,5	2	1,1
LK Hannover	2:53:06	40,3	69	36,9
LK Hildesheim	0:06:44	1,6	3	1,6
LK Holzminden	0:01:35	0,4	2	1,1
LK Schaumburg	0:06:31	1,5	3	1,6
LK Cuxhaven	0:04:02	0,9	3	1,6
LK Harburg	0:02:55	0,7	1	0,5
LK Lüneburg	0:03:44	0,9	3	1,6
LK Soltau-Fallingb.ostel	0:01:46	0,4	3	1,6
LK Stade	0:05:21	1,2	2	1,1
Delmenhorst, Stadt	0:02:40	0,6	1	0,5
Emden, Stadt	0:03:03	0,7	2	1,1
Oldenburg, Stadt	0:00:36	0,1	1	0,5
Osnabrück, Stadt	0:06:32	1,5	3	1,6
Wilhelmshaven, Stadt	0:04:30	1,0	2	1,1
LK Aurich	0:03:38	0,8	3	1,6
LK Friesland	0:03:08	0,7	2	1,1
LK Grafschaft Bentheim	0:02:35	0,6	2	1,1
LK Leer	0:03:02	0,7	2	1,1
LK Oldenburg	0:06:15	1,5	3	1,6
LK Osnabrück	0:05:43	1,3	4	2,1
LK Vechta	0:02:48	0,7	3	1,6

LK Wesermarsch	0:03:21	0,8	3	1,6
LK Wittmund	0:06:05	1,4	1	0,5
Bremen	1:17:40*	18,1	33	17,6
Bremen, Stadt	1:15:39	17,6	30	16,0
Bremerhaven, Stadt	0:02:01	0,5	3	1,6
Gesamt	7:09:27	100,0	187	100,0

* Bei Berichten mit mehr als einem Ortsbezug werden jeweils alle Ortsbezüge mit der gesamten Berichterstattungsdauer ausgewiesen. Die ausgewiesene Gesamtzeit für die ortsspezifische Berichterstattung enthält diese Mehrfachzählungen, ist also geringfügig höher als die tatsächliche Sendezeit.

Abbildung 6 **RTL-Regionalfenster – Niedersachsen/Bremen**
Regionale Verteilung der ortsspezifischen Beiträge
(Fälle in Prozent)



bis 1 Prozent
 1 bis 2,5 Prozent
 2,5 bis 5 Prozent
 über 5 Prozent

Basis: Sendegebietsbezogene Berichterstattung nach Tabelle 8 (= 187 Fälle)

2.3 Hallo Niedersachsen (NDR)

Programmstruktur

„Hallo Niedersachsen“, das Regionalmagazin des NDR, wird täglich von 19.30 bis 20.00 Uhr ausgestrahlt. Um die Vergleichbarkeit zu den Regionalfenstern der privaten Veranstalter zu gewährleisten, berücksichtigt die quantitative Programmanalyse nur die Sendepraxis von Montag bis Freitag. Am Samstag und Sonntag ist die Programmstruktur von „Hallo Niedersachsen“ etwas verändert: Es wird an den Wochenendtagen auf einen der beiden Nachrichtenblöcke verzichtet und teilweise werden etwas ausführlichere Filmberichte (z.B. in Form einer Reportage) als im Wochenverlauf gesendet.

Die grundlegende Programmstruktur von „Hallo Niedersachsen“ hat sich auch im aktuellen Berichtszeitraum im Vergleich zu den vorhergehenden Jahren nicht verändert: Jede Sendung beginnt mit einer Eingangssequenz im Umfang von ca. 30 Sekunden. Dem schließen sich die Begrüßung durch den Moderator und die Anmoderation des ersten Beitrags an. Den Kern des Regionalmagazins bilden Filmberichte, die rund 65 Prozent der Sendezeit füllen, gefolgt von Nachrichtenfildern mit 17 Prozent. Montags bis freitags ist jeweils in der ersten und der zweiten Sendungshälfte ein Nachrichtenblock platziert, der jeweils durchschnittlich drei Meldungen enthält. Pro Sendung haben die Nachrichten einen Gesamtumfang von rund fünf Minuten. Die Anzahl der Filmberichte pro Sendung liegt zwischen fünf bis sechs Beiträgen. Korrespondentenberichte und Interviews sind relativ selten vorzufinden. Der am Ende der Sendung platzierte Wetterbericht ist wie in den vergangenen Jahren im Umfang (zwei Minuten) und Form unverändert. Im Anschluss an den Wetterbericht erfolgt die Abmoderation der Sendung.

Jede Woche des Untersuchungszeitraumes enthielt eine thematisch andere Reihe mit einem Sendeumfang von jeweils rund 20 Minuten:

- In der ersten Untersuchungswoche wurden fünf Filmbeiträge der Reihe „Meine kleine Welt“ gesendet. Inhaltlich werden hier Vorlieben und Hobbys von Einzelpersonen thematisiert.
- In der zweiten Woche wurden fünf Folgen der „Grünkohlzeit“ ausgestrahlt. Hier wird die Tradition rund um den Grünkohl in Niedersachsen behandelt.
- Das Thema der Woche widmet sich im Mai 2016 dem „Frühaufsteher“. Dabei werden berufliche Tätigkeiten vorgestellt, die sehr früh am morgen oder in der Nacht beginnen.
- In der vierten Woche war das Thema die „Ernte“ mit Beiträgen zu Ernteeinsätzen in Niedersachsen.

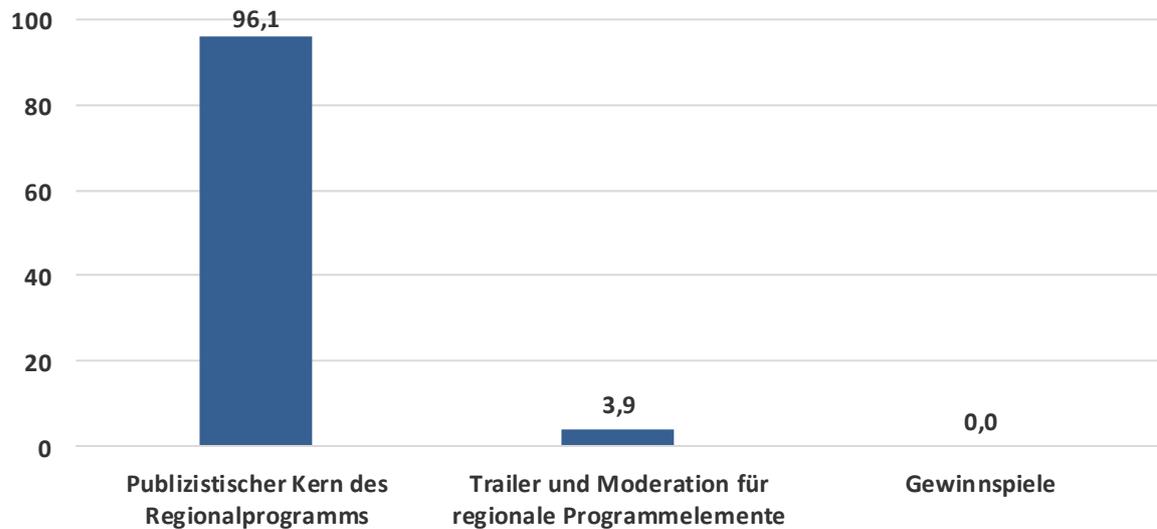
Quantitative Ergebnisse

Das Regionalfenster des NDR „Hallo Niedersachsen“ ist bei den formalen Kategorien der quantitativen Ergebnissen im Vergleich zum Vorjahr sehr stabil: Der Umfang an Programmelementen mit Regionalbezug beträgt nach wie vor durchschnittlich 29 Minuten. Die tägliche Sendezeit mit Berichten, die Regional-, Ereignisbezug und Aktualität in Kombination enthalten, ist mit knapp 24 Minuten im Durchschnitt ebenfalls unverändert.

Die redaktionelle Themenselektion zeigt im Vergleich zum letzten Berichtszeitraum einige Modifikationen: Der Umfang an Politikberichterstattung, der im letzten Jahr deutlich angestiegen war, ist wieder (um 15 Prozentpunkte) reduziert worden. Bezogen auf den durchschnittlichen Zeitumfang mit Politikberichterstattung pro Sendung bedeutet dies einen Rückgang von knapp 13 Minuten auf rund 9 Minuten. Bei den unpolitischen gesellschaftlichen Themen ist ein Anstieg um gut 8 Prozentpunkte festzustellen. Dies ist ausschließlich auf einen deutlichen Anstieg der Wirtschaftsberichterstattung zurückzuführen, die mit nahezu 16 Prozent sehr hoch ist. Auf den ersten Blick erscheint es so, als ob im Hard-News-Bereich eine Verschiebung von der Politik zur Wirtschaftsberichterstattung vorgenommen worden wäre. Allerdings sind unter der Kategorie „Wirtschaft“ hier auch die Folgen der Reihe „Frühaufsteher“ und „Ernte“ (s.o.) erfasst, die zwar als Einblick in die Arbeitswelt wirtschaftliche Bezüge hat, aber stark personalisiert ist. Die Human-Touch-Themen sind minimal (um 1,2 Prozentpunkte) angestiegen, bewegen sich aber mit rund 12,3 Prozent auf niedrigem Niveau. Um 3,8 Prozentpunkte erhöht ist die Sportberichterstattung. Dies ist weitgehend auf Berichte über niedersächsische Sportler bei der Olympiade in Rio zurückzuführen.

Die ortsbezogene Berichterstattung, die im letzten Jahr rückläufig war, ist wieder angestiegen. Im gesamten Untersuchungszeitraum sind es 45 Minuten. Das entspricht in etwa wieder dem Umfang des Jahres 2014. Insgesamt ist eine breitere Berücksichtigung des gesamten Sendgebietes festzustellen. Die Fokussierung auf den Raum Hannover ist, nach Zeit und Fällen, um rund 10 Prozentpunkte zurückgegangen.

Abbildung 7 **Hallo Niedersachsen –
Anteile regionaler Programmelemente in Prozent**



Basis: Regionale Programmelemente insgesamt (t=9:36:56); Sendetage: Montag bis Freitag

Tabelle 9 **Hallo Niedersachsen –
Formen der Berichterstattung**

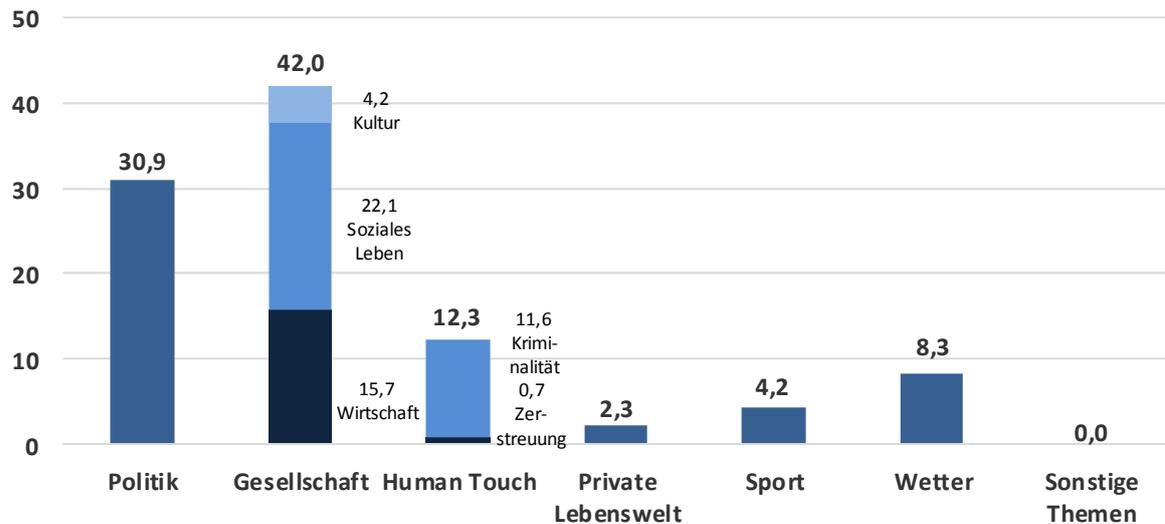
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Trailer	0:10:45	1,9	20	6,8
Moderation	0:11:48	2,0	22	7,5
Filmbericht*	6:12:35	64,6	102	34,8
Nachrichtenfilm	1:39:21	17,2	110	37,5
Sprechermeldung	0:50:35	8,8	29	9,9
Korrespondentenbericht	0:12:40	2,2	5	1,7
Interview	0:19:12	3,3	5	1,7
Gewinnspiel	-	-	-	-
Sonstige Form	-	-	-	-
Gesamt	9:36:56	100,0	293	100,0

*inkl. An- und Abmoderation

Tabelle 10 **Hallo Niedersachsen –
Ergebnisübersicht**

	Tag	Regionalbezug täglich	Regional-, Ereignisbezug und Aktualität (nur in Kombination)
1. Woche	Mo. 09.11.2015	0:28:45	0:28:45
	Di. 10.11.2015	0:28:40	0:24:04
	Mi. 11.11.2015	0:29:00	0:20:46
	Do. 12.11.2015	0:28:47	0:20:03
	Fr. 13.11.2015	0:29:00	0:24:10
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:28:50</i>	<i>0:23:34</i>
2. Woche	Mo. 22.02.2016	0:28:46	0:20:08
	Di. 23.02.2016	0:28:38	0:28:38
	Mi. 24.02.2016	0:28:40	0:24:35
	Do. 25.02.2016	0:28:38	0:23:58
	Fr. 26.02.2016	0:29:05	0:21:25
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:28:45</i>	<i>0:23:45</i>
3. Woche	Mo. 09.05.2016	0:29:00	0:21:21
	Di. 10.05.2016	0:28:55	0:24:53
	Mi. 11.05.2016	0:28:43	0:24:19
	Do. 12.05.2016	0:28:55	0:24:25
	Fr. 13.05.2016	0:28:55	0:21:35
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:28:54</i>	<i>0:23:19</i>
4. Woche	Mo. 08.08.2016	0:29:00	0:25:12
	Di. 09.08.2016	0:28:51	0:28:51
	Mi. 10.08.2016	0:29:00	0:21:18
	Do. 11.08.2016	0:28:40	0:24:35
	Fr. 12.08.2016	0:28:58	0:24:56
	<i>Mittelwert</i>	<i>0:28:54</i>	<i>0:24:58</i>
	<i>Mittelwert (über alle Tage)</i>	<i>0:28:51</i>	<i>0:23:54</i>

Abbildung 8 **Hallo Niedersachsen –
Themenagenda der Berichterstattung (Sendezeit in Prozent)**



Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms (t=9:14:23); Sendetage: Montag bis Freitag

Tabelle 11 **Hallo Niedersachsen –
Themenagenda der Berichterstattung**

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Mittelwert pro Sendetag
Politik	2:51:21	30,9	0:08:34
Gesellschaft	3:52:39	42,0	0:11:38
Wirtschaft	1:27:05	15,7	0:04:21
Soziales Leben	2:02:22	22,1	0:06:07
Kultur	0:23:12	4,2	0:01:10
Human Touch	1:08:15	12,3	0:03:25
Zerstreung	0:03:47	0,7	0:00:11
Kriminalität	1:04:28	11,6	0:03:13
Private Lebenswelt	0:12:50	2,3	0:00:39
Sport	0:23:11	4,2	0:01:10
Wetter	0:46:07	8,3	0:02:18
Sonstige Themen	-	-	-
Gesamt	9:14:23	100,0	

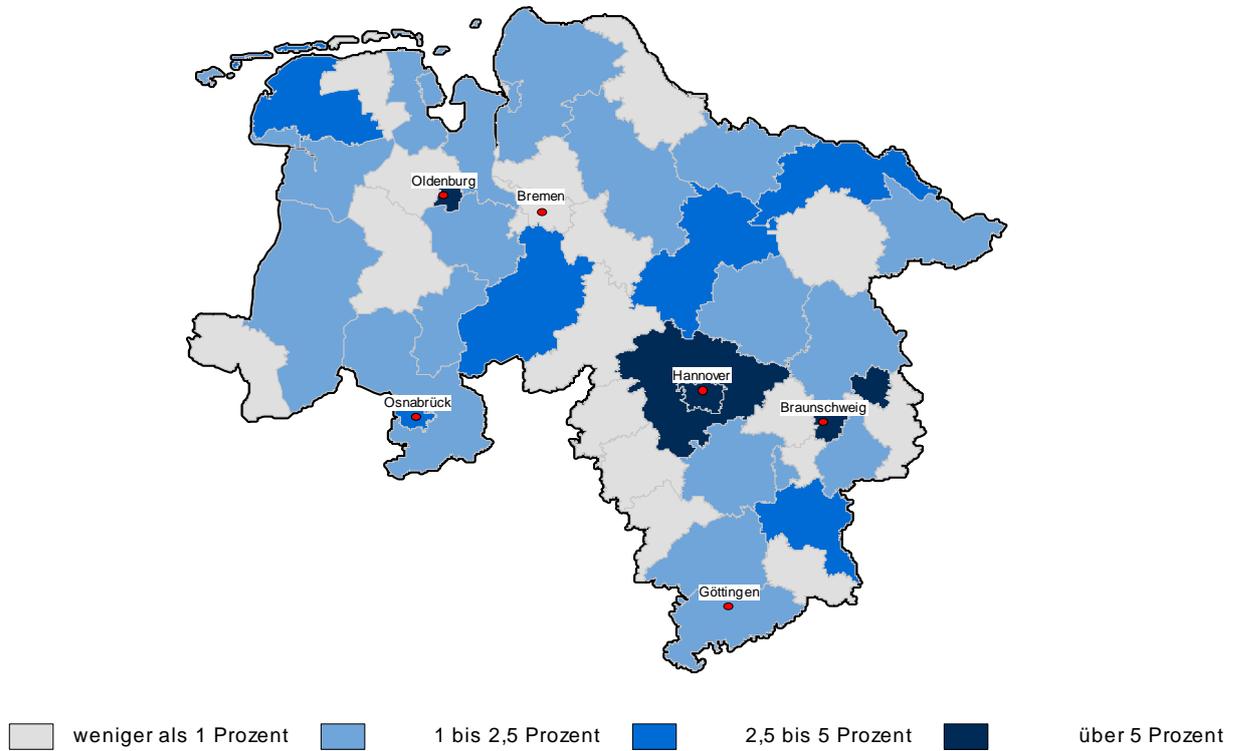
**Tabelle 12 Hallo Niedersachsen – Verteilung der ortsspezifischen
Berichterstattung nach Landkreisen**

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
<i>Niedersachsen</i>	7:14:30*	98,2	191	98,2
Braunschweig, Stadt	0:42:01	9,5	14	7,2
Salzgitter, Stadt	0:01:24	0,3	1	0,5
Wolfsburg, Stadt	0:19:48	4,5	13	6,7
LK Gifhorn	0:06:47	1,5	2	1,0
LK Göttingen	0:13:50	3,1	4	2,1
LK Goslar	0:07:39	1,7	5	2,6
LK Northeim	0:03:18	0,7	4	2,1
LK Osterode am Harz	0:02:15	0,5	1	0,5
LK Peine	0:01:19	0,3	1	0,5
LK Wolfenbüttel	0:03:52	0,9	2	1,0
LK Diepholz	0:13:33	3,1	5	2,6
LK Hameln-Pyrmont	0:05:03	1,1	1	0,5
LK Hannover	1:46:04	24,0	45	23,1
LK Hildesheim	0:06:36	1,5	4	2,1
LK Nienburg (Weser)	0:04:46	1,1	1	0,5
LK Celle	0:11:14	2,5	4	2,1
LK Cuxhaven	0:09:31	2,2	4	2,1
LK Harburg	0:07:25	1,7	2	1,0
LK Lüchow-Dannenberg	0:10:16	2,3	4	2,1
LK Lüneburg	0:21:14	4,8	9	4,6
LK Osterholz	0:04:00	0,9	1	0,5
LK Rotenburg (Wümme)	0:01:36	0,4	2	1,0
LK Soltau-Fallingb.ostel	0:06:34	1,5	6	3,1
LK Stade	0:00:29	0,1	1	0,5
LK Uelzen	0:03:36	0,8	1	0,5
LK Verden	0:00:50	0,2	1	0,5
Delmenhorst, Stadt	0:00:35	0,1	1	0,5
Emden, Stadt	0:07:14	1,6	2	1,0
Oldenburg, Stadt	0:26:41	6,0	10	5,1
Osnabrück, Stadt	0:13:27	3,0	5	2,6
Wilhelmshaven, Stadt	0:07:47	1,8	3	1,5

LK Ammerland	0:02:47	0,6	1	0,5
LK Aurich	0:08:37	1,9	5	2,6
LK Emsland	0:05:33	1,3	4	2,1
LK Friesland	0:06:59	1,6	3	1,5
LK Grafschaft Bentheim	0:02:56	0,7	1	0,5
LK Leer	0:02:34	0,6	4	2,1
LK Oldenburg	0:05:44	1,3	3	1,5
LK Osnabrück	0:07:28	1,7	4	2,1
LK Vechta	0:10:53	2,5	4	2,1
LK Wesermarsch	0:10:15	2,3	3	1,5
<i>Bremen</i>	<i>0:07:53*</i>	<i>1,8</i>	<i>4</i>	<i>2,0</i>
Bremen, Stadt	0:00:52	0,2	1	0,5
Bremerhaven, Stadt	0:07:01	1,6	3	1,5
Gesamt	7:22:23	100,0	195	100,0

* Bei Berichten mit mehr als einem Ortsbezug werden jeweils alle Ortsbezüge mit der gesamten Berichterstattungsdauer ausgewiesen. Die ausgewiesene Gesamtzeit für die ortsspezifische Berichterstattung enthält diese Mehrfachzählungen, ist also geringfügig höher als die tatsächliche Sendezeit.

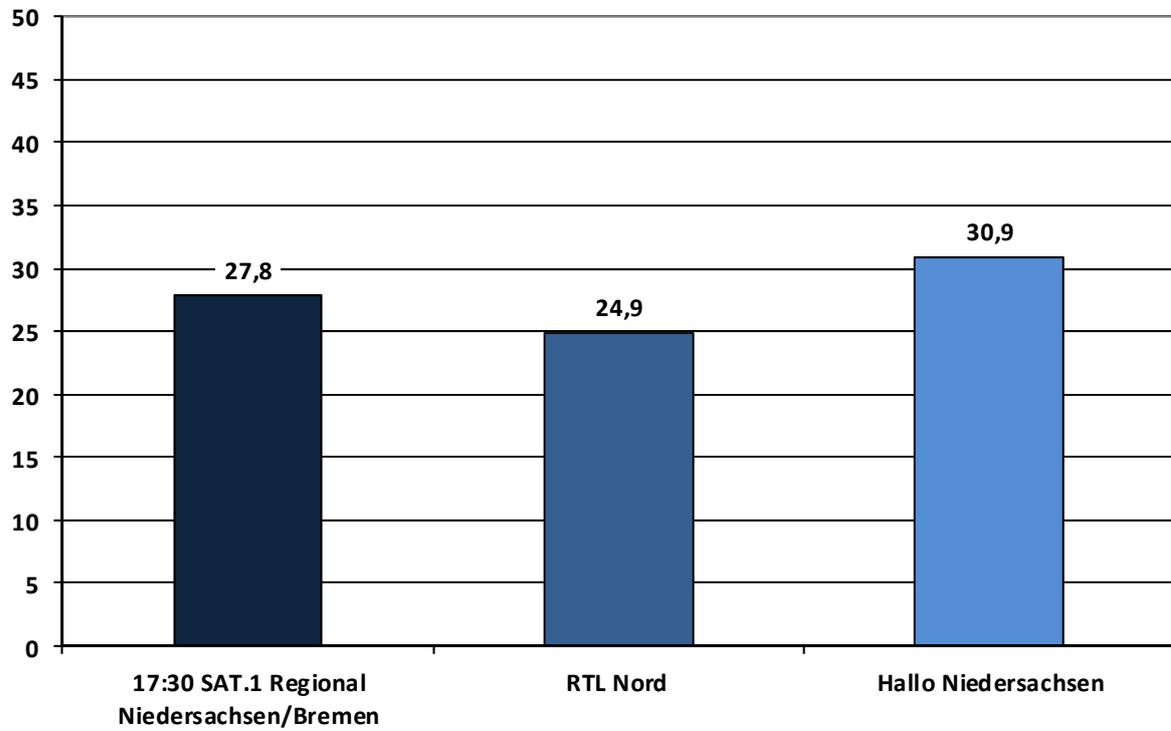
Abbildung 9 **Hallo Niedersachsen – Regionale Verteilung der ortsspezifischen Beiträge (Fälle in Prozent)**



Basis: Sendegebietsbezogene Berichterstattung nach Tabelle 12 (= 195 Fälle)

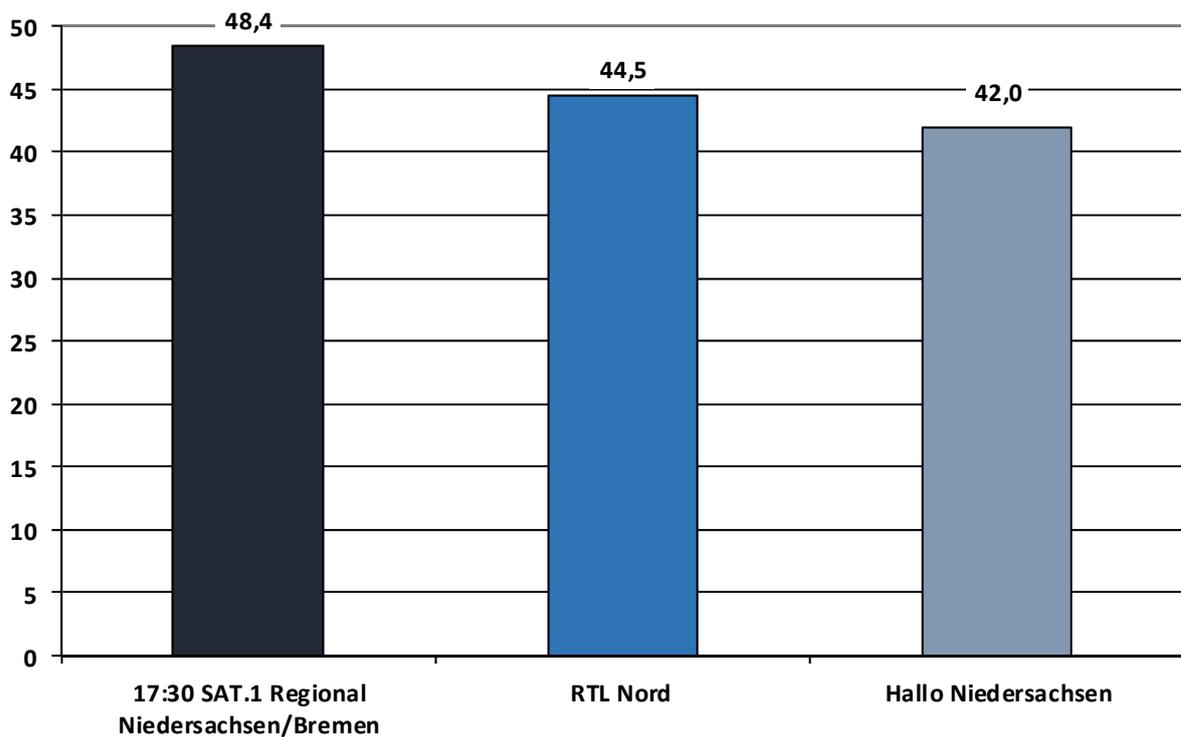
3 Vergleich der Regionalfensterangebote

Abbildung 10 Regionalfensterprofile: Politikberichterstattung



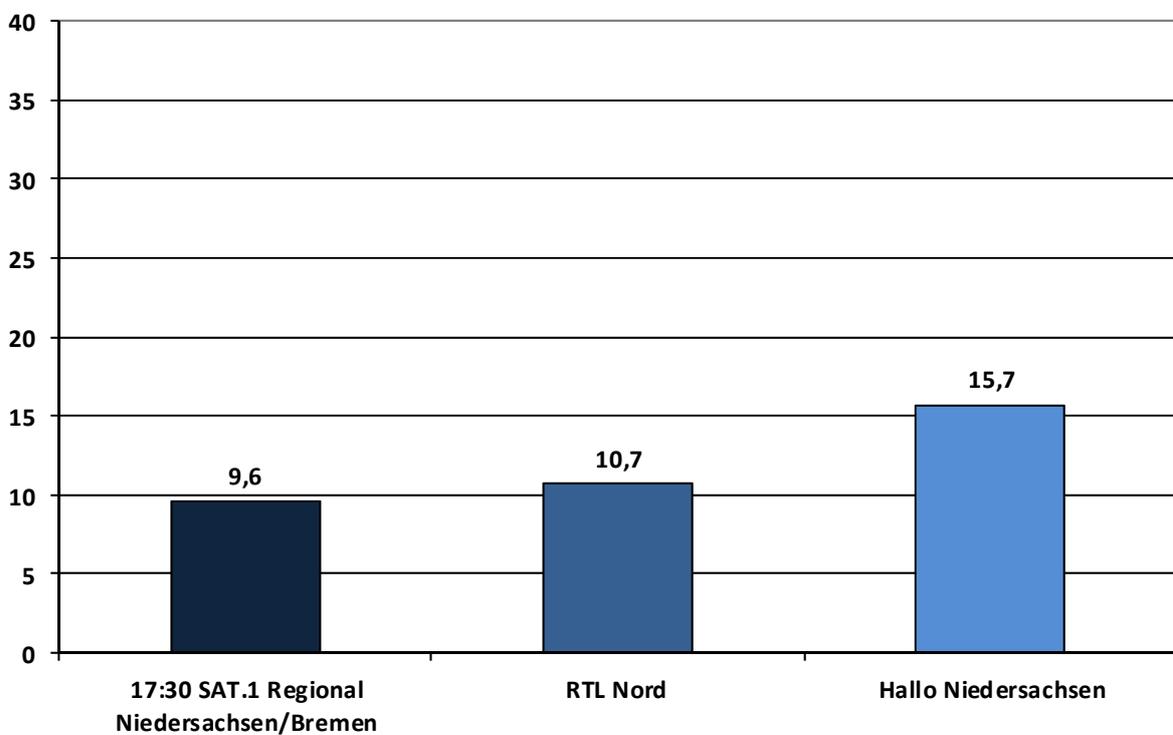
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 11 Regionalfensterprofile: Berichterstattung über Gesellschaft



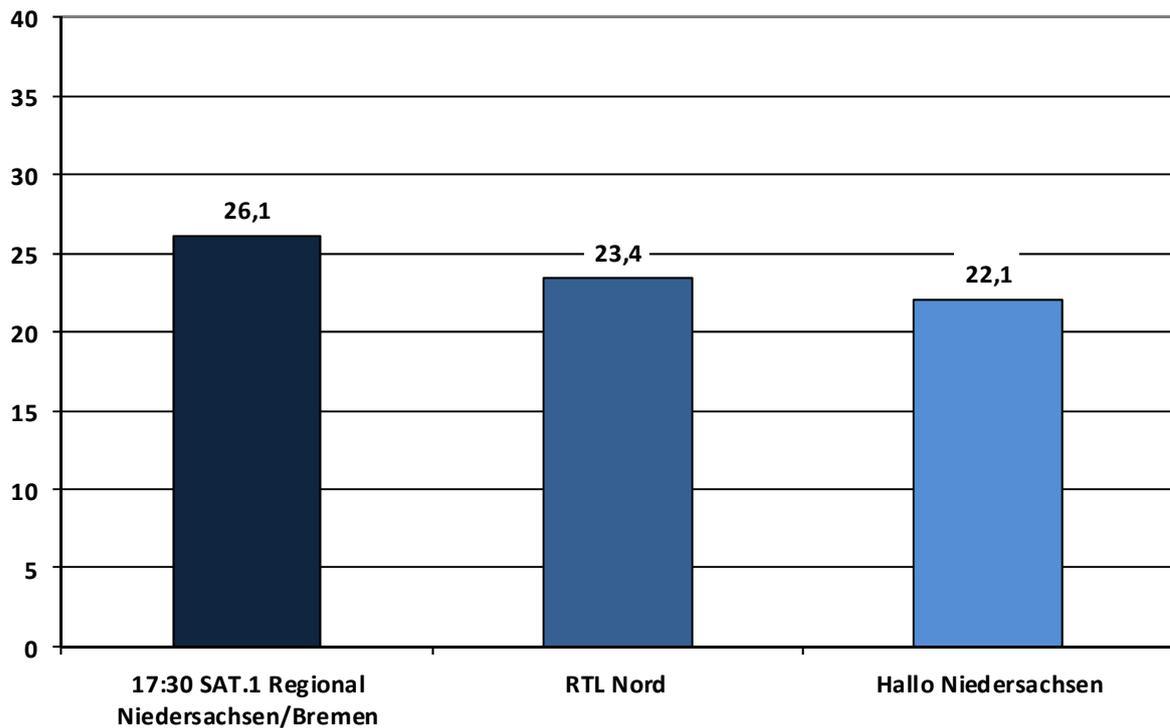
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 12 Regionalfensterprofile: Wirtschaftsberichterstattung



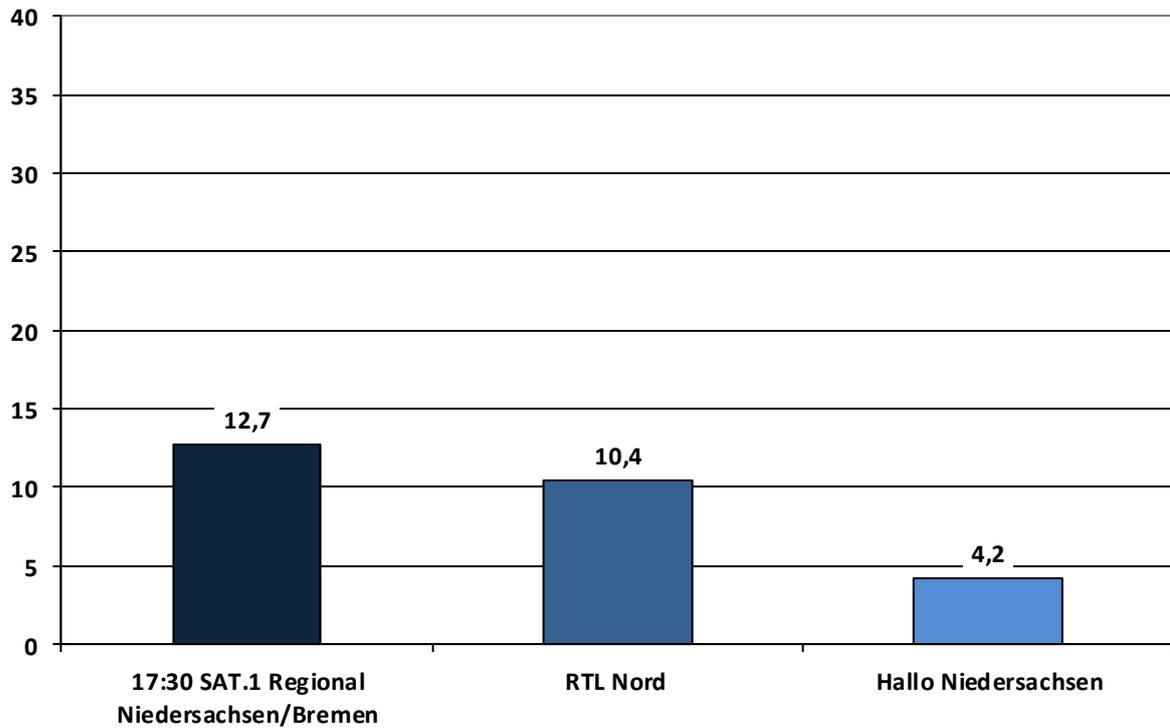
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 13 **Regionalfensterprofile: Berichterstattung über soziales Leben**



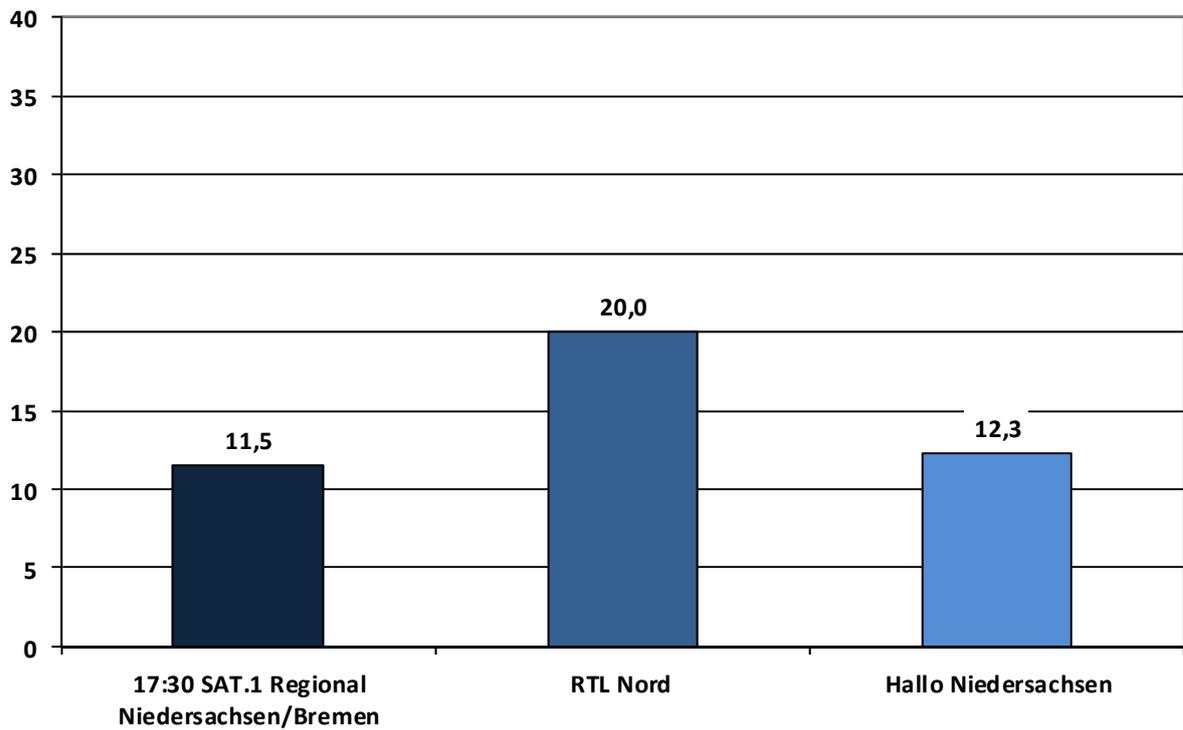
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 14 **Regionalfensterprofile: Kulturberichterstattung**



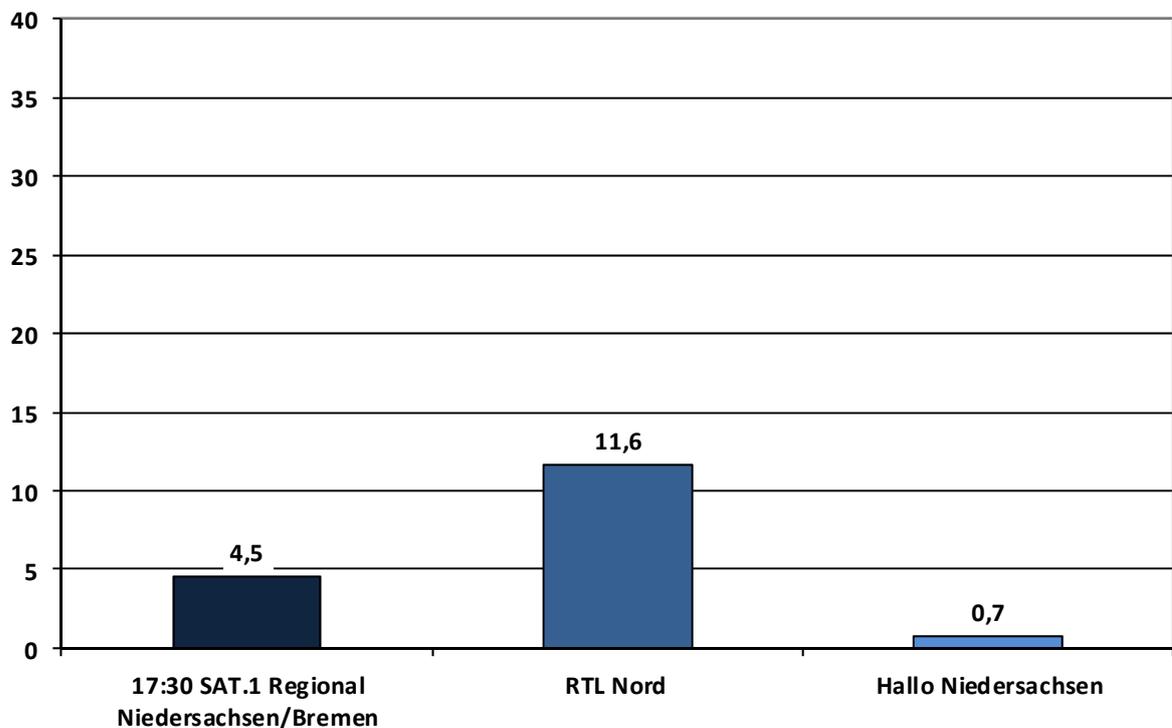
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 15 **Regionalfensterprofile: Berichterstattung über Human-Touch-Themen**



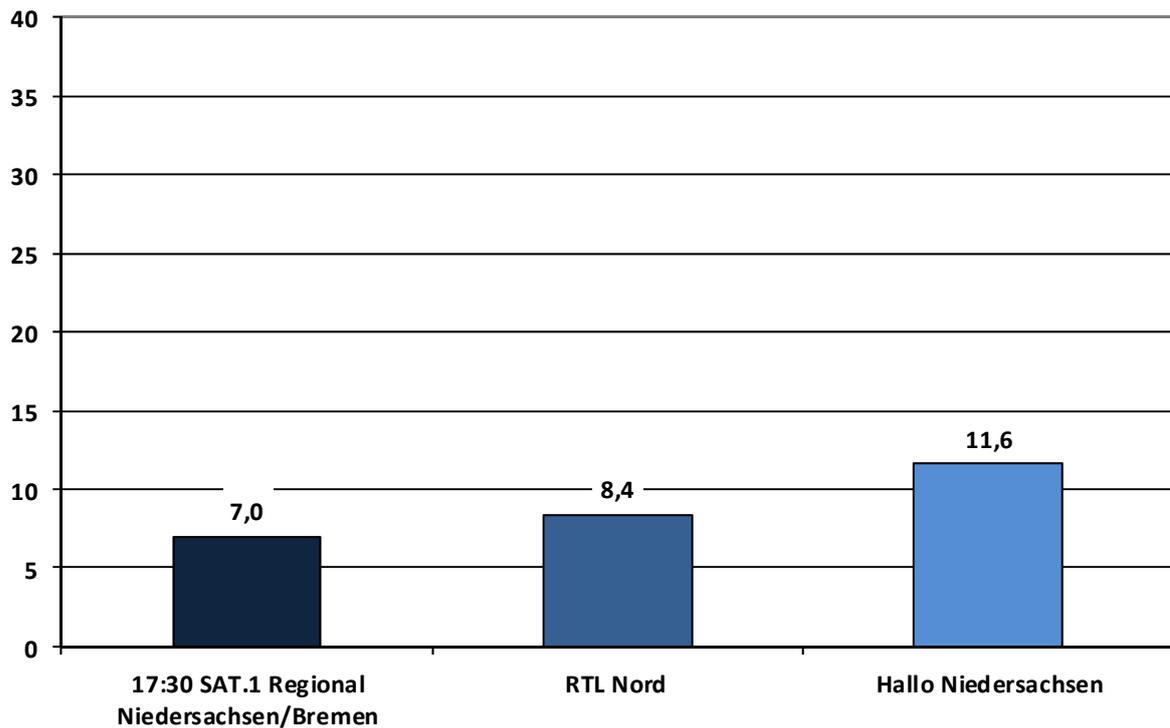
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 16 **Regionalfensterprofile: Berichterstattung über Zerstreuthemen**



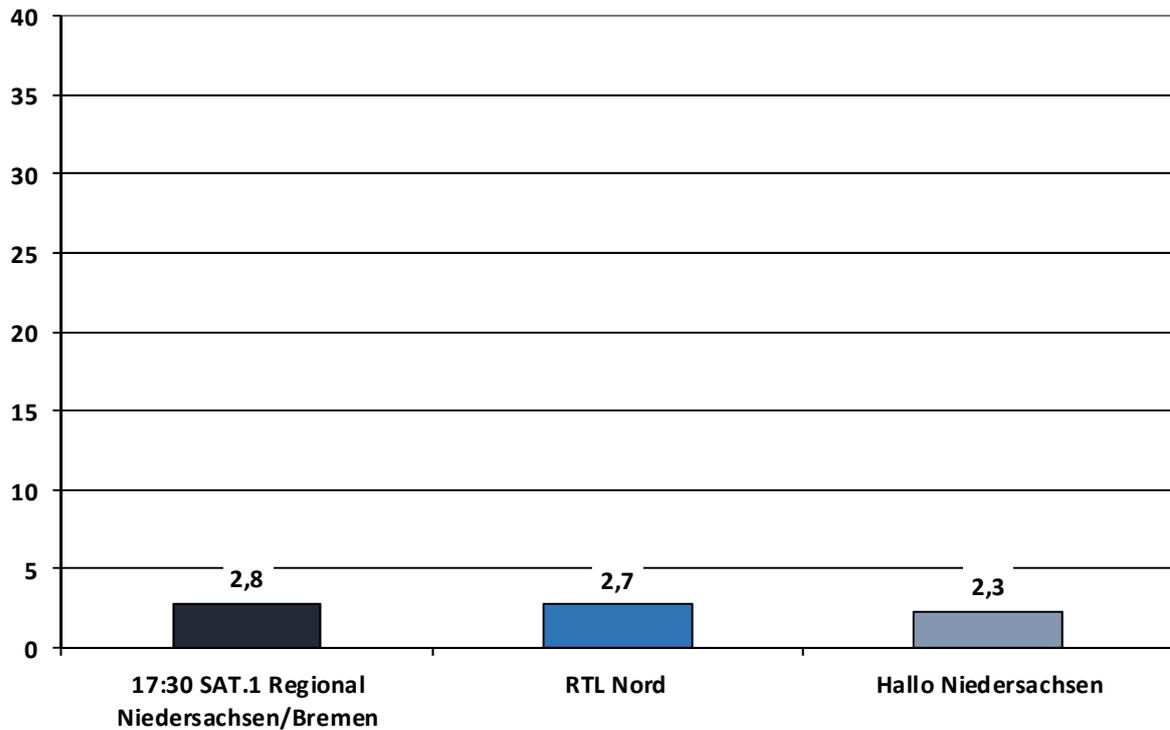
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 17 **Regionalfensterprofile: Kriminalitätsberichterstattung**



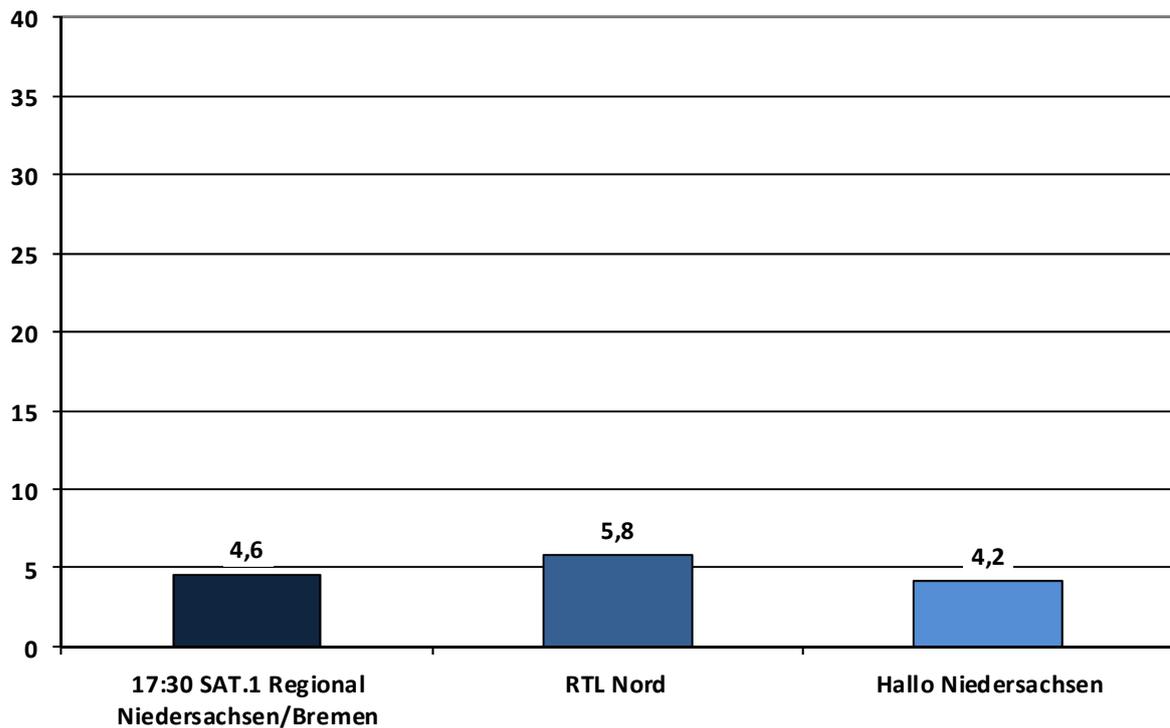
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 18 **Regionalfensterprofile: Berichterstattung über private Lebenswelt**



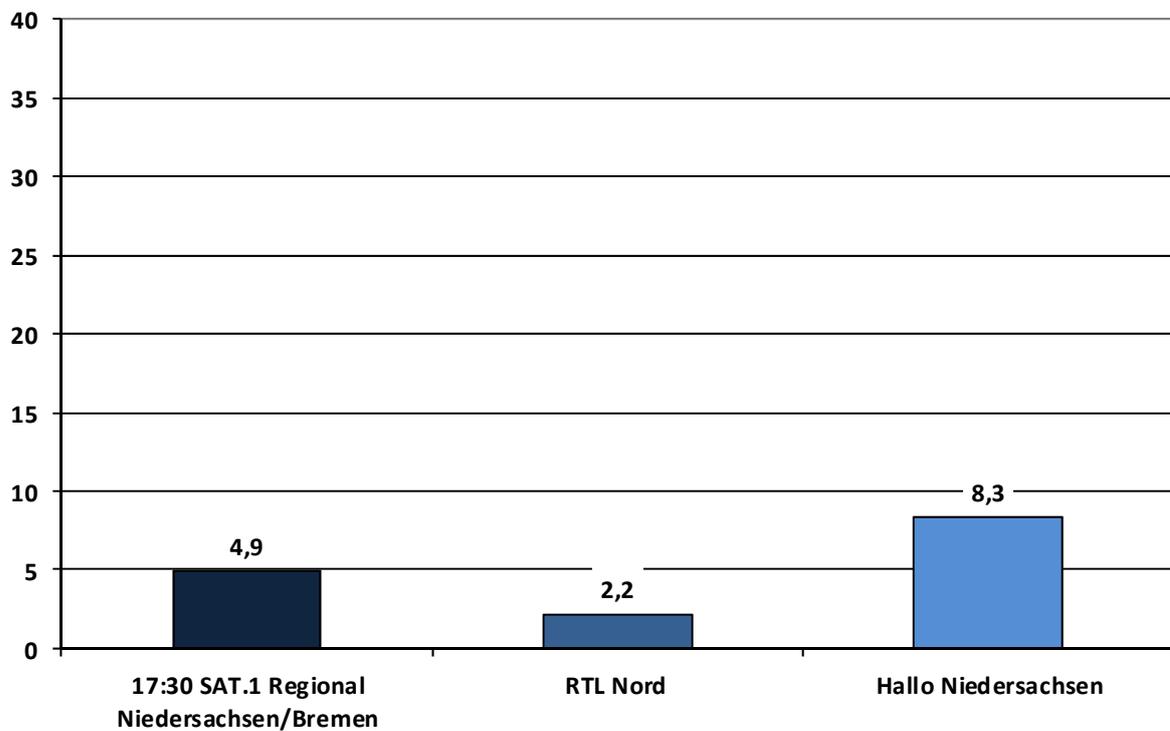
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 19 Regionalfensterprofile: Sportberichterstattung



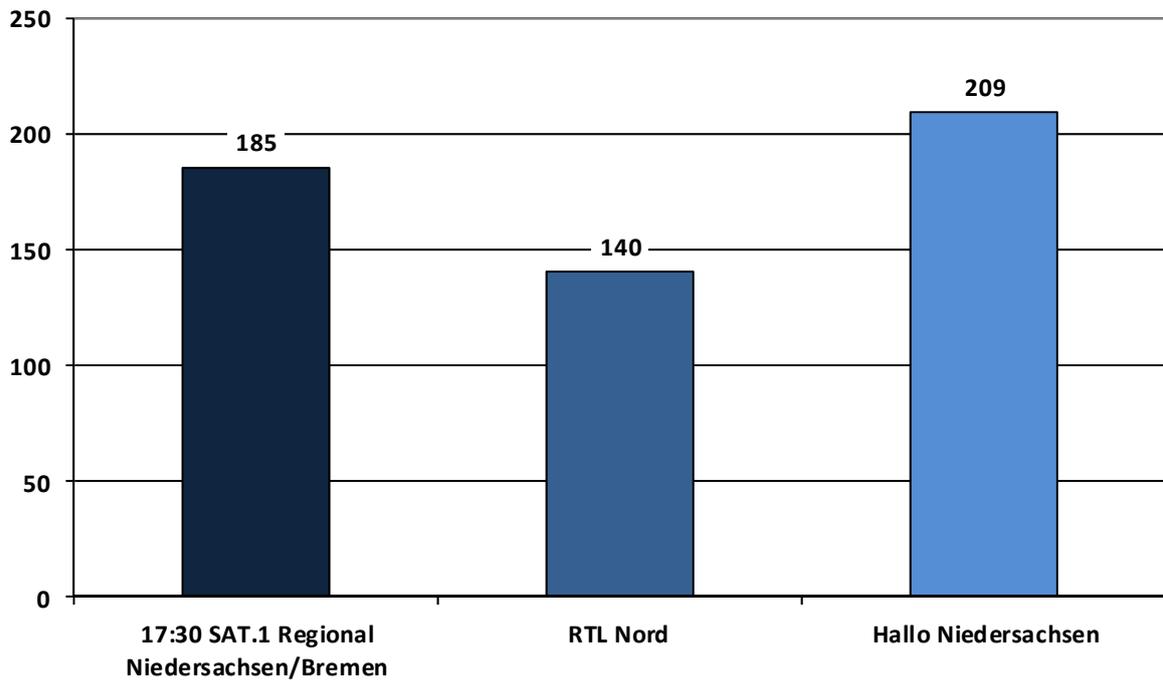
Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

Abbildung 20 Regionalfensterprofile: Berichterstattung über Wetter



Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster; Angaben in Prozent

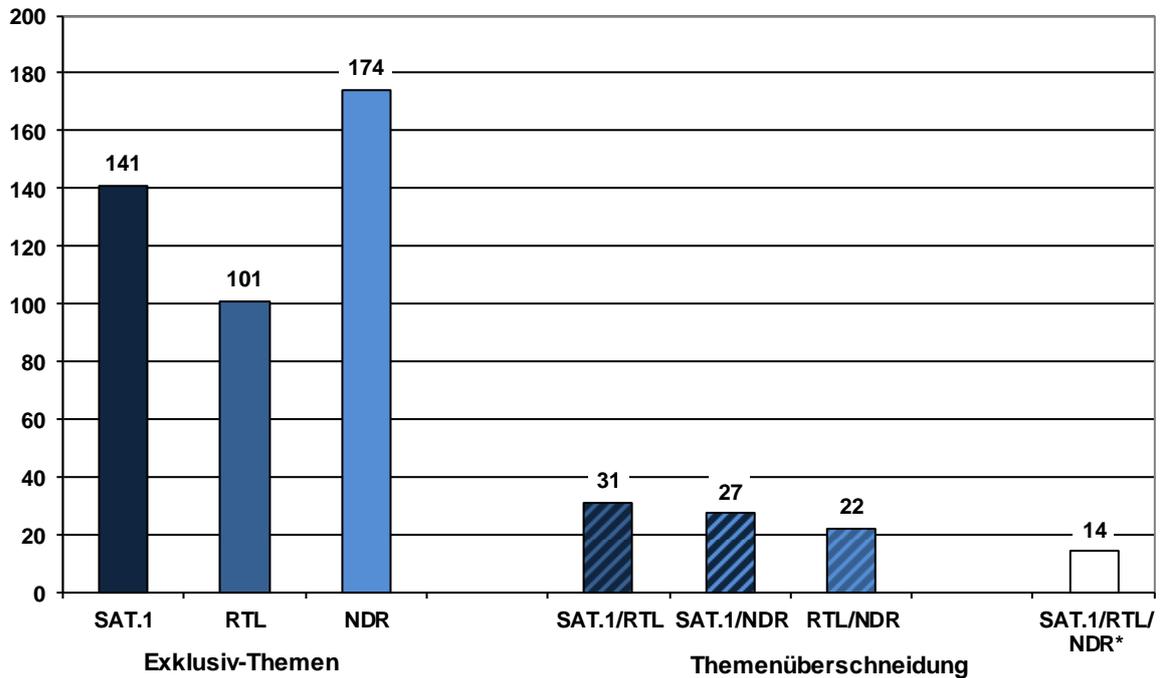
**Abbildung 21 Regionalfensterprofile: Anzahl der Berichterstattungsthemen
(Themen absolut)***



Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster

*Auf Basis von 18 Tagen

Abbildung 22 **Regionalfensterprofile: Exklusivität und Themenüberschneidung in der Berichterstattung (Themen absolut)**



Basis: Publizistischer Kern des Regionalprogramms der drei Fenster

* Themen, die von allen drei Fenstern behandelt wurden, sind bereits in der Darstellung der Überschneidungen von zwei Fenstern enthalten.

4 Fazit

In den vorhergehenden Kapiteln wurden die Ergebnisse der Inhaltsanalyse für die drei untersuchten Programme unabhängig voneinander dargestellt. Nunmehr werden die Programmleistungen der drei Regionalmagazine miteinander verglichen: „Hallo Niedersachsen“ hat mit durchschnittlich rund 29 Minuten pro Sendung den umfangreichsten Anteil an Sendezeit mit Regionalbezug. Bei „17:30 SAT.1 Regional“ und bei „RTL Nord“ beträgt dieser Wert jeweils rund 24 Minuten. Dieser Unterschied von rund fünf Minuten ist weitgehend bedingt durch die größere Netto-Sendezeit des NDR-Magazins. Bei dem Anteil des Sendevolumens mit Beiträgen, die Regional-, Ereignisbezug und Aktualität aufweisen, liegen das SAT.1-Regionalfenster und „Hallo Niedersachsen“ mit jeweils knapp 24 Minuten gleichauf. Hiervon weicht „RTL Nord“ mit gut 16 Minuten im Durchschnitt deutlich nach unten ab.

Beim Vergleich der Themenagenden zeigt sich ein erstaunlicher Befund: Die drei Regionalmagazine liegen in nahezu allen Kategorien der Themenanalyse relativ dicht beieinander. Die vorhandenen Unterschiede sind lediglich graduell und führen nicht etwa zu extrem unterschiedlichen inhaltlichen Programmprofilen. Bei der Berichterstattung über landespolitische Themen „führt“ „Hallo Niedersachsen“ mit knapp 31 Prozent, gefolgt vom SAT.1-Magazin mit knapp 28 und „RTL Nord“ mit nahezu 25 Prozent. Zum Vergleich: Im Berichtsjahr 2015 lag „Hallo Niedersachsen“ bei der Politikberichterstattung gut 15 Prozentpunkte vor „RTL Nord“. Bei den unpolitischen gesellschaftlichen Themen sind die Abstände ähnlich gering: Im SAT.1-Regionalfenster beträgt der Anteil rund 48 Prozent, bei „Hallo Niedersachsen“ sind es 42 Prozent, und „RTL Nord“ liegt mit fast 45 Prozent dazwischen. Den markantesten Unterschied, der sich auch in der Anmutung des Programms wiederfindet, zeigt sich bei den Human-Touch-Themen: Hier liegt „RTL Nord“ mit 20 Prozent rund 8 Prozentpunkte vor den Konkurrenten. Mit fast 12 Prozent sind hierunter „Zerstreuungsthemen“ subsumiert, die beim NDR-Magazin mit unter einem Prozent keine Rolle spielen und auch bei „17:30 SAT.1 Regional“ lediglich 5 Prozent betragen. Mit anderen Worten: „RTL Nord“ hat immer noch ein etwas „bunteres“ Programm als die beiden Konkurrenten. Diese andere Anmutung ist jedoch nicht mehr so stark wie in den Vorjahren. Im letzten Berichterstattungszeitraum lag „RTL Nord“ bei den „Zerstreuungsthemen“ fast 18 Prozentpunkte über dem entsprechenden Anteil bei „Hallo Niedersachsen“, während es nun rund 11 Prozentpunkte sind.

Beim Umfang an Berichterstattungsthemen, der als *ein* Indikator für den redaktionellen Aufwand gelten kann, zeigt sich ein ähnliches Bild wie im vergangenen Jahr¹: Aufgrund der Tatsache, dass „Hallo Niedersachsen“ deutlich mehr Netto-Sendezeit zur Verfügung hat, war und ist erwartungsgemäß auch die Anzahl der Berichterstattungsthemen größer als bei den privaten Regionalmagazinen. Hinzu kommt, dass „Hallo Niedersachsen“ mit jeweils zwei Nachrichtenblöcken pro Sendung mehr „kleinteilige“ Meldungen einbringt. Vor diesem Hintergrund erscheint die Differenz von 24 Themen mehr bei „Hallo Niedersachsen“ im Vergleich zum SAT.1-Regionalmagazin gering. Ein deutlicher Abstand ist hingegen zwischen „RTL Nord“ mit 140 Themen im Vergleich zu 209 bei „Hallo Niedersachsen“ und 185 bei „SAT.1 Regional“ zu

¹ Ein direkter Vergleich der absoluten Zahlen mit denen des Vorjahres muss unterbleiben, da aus technischen Gründen im aktuellen Berichtszeitraum nur 18 (anstelle von 20) Tage einbezogen werden können.

verzeichnen. Die Themenüberschneidungen zeigen, dass es einen gewissen Kanon an Themen gibt, den alle Redaktionen einen „Nachrichtenwert“ zumessen. Überwiegend berichten die drei Regionalmagazine jeweils „exklusive“ Themen, die bei den konkurrierenden Angeboten nicht auftauchen. Insofern tragen sie zur vielfältigen regionalen TV-Berichterstattung über Niedersachsen bei.

Zusammenfassend sind für den Untersuchungszeitraum 2016 folgende Punkte festzuhalten:

- ▶ Die Regionalfenster im Programm von RTL und SAT.1 für Niedersachsen und Bremen haben im Berichtszeitraum sämtliche Anforderungen der FFR erfüllt.
- ▶ Die drei Regionalmagazine zeigen bei der Themenagenda ein hohes Maß an Übereinstimmung und weisen hier nur noch graduelle Unterschiede auf.
- ▶ Das NDR-Regionalmagazin hat seinen Umfang an Politikberichterstattung im aktuellen Berichtszeitraum deutlich reduziert; dies führt zu einer Angleichung in dieser Themenkategorie.
- ▶ Zwischen „Hallo Niedersachsen“ auf der einen und „17:30 SAT.1 Regional“ auf der anderen Seite sind die redaktionellen Profile dicht beieinander.
- ▶ „RTL Nord“ ist immer noch etwas „bunter“ in seiner Themenauswahl und Anmutung, was sich im vergleichsweise großen Anteil an „Zerstreuungsthemen“ zeigt.
- ▶ Insgesamt ist „RTL Nord“ nicht mehr so stark auf „Unterhaltungspublizistik“ ausgerichtet, wie dies in den zurückliegenden Jahren der Fall war.