

Akzeptanz und Bewertung des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland

Institut für Marktforschung GmbH Leipzig
April 2010

Zusammenfassung

Ortsnahes Fernsehen stellt in den neuen Bundesländern ein stark genutztes Informationsmedium dar, das mit seiner Berichterstattung die Angebote der lokalen Printmedien ergänzt. Es zeichnet sich in den Augen seiner Zuschauer insbesondere durch eine große regionale Nähe und Verankerung, eine hohe Glaubwürdigkeit und einen hohen Sympathiegehalt aus. Die im Programm enthaltene Werbung wird ebenfalls überwiegend als sympathisch wahrgenommen und meist auch genutzt.

Methodische Grundlagen

Die Fünf-Länder-Akzeptanzstudie wurde im Auftrag der Landesmedienstellen von Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen durchgeführt. Sie umfasst alle privatkommerziellen lokalen und regionalen Fernsehprogramme mit einer technischen Reichweite von mindestens 10.000 angeschlossenen Haushalten. Innerhalb der definierten Verbreitungsgebiete wurde eine repräsentative Stichprobe auf Basis des ADM-Telefonstichprobensystems gezogen.

Die Studie orientiert sich in ihrem methodischen Vorgehen an den neuen „Anforderungskriterien zur Durchführung und Erhebung ortsnaher TV-Zuschauer-Reichweiten von lokalen TV-Anbietern“ der Methodischen Arbeitsgruppe „Lokal-TV-Reichweiten“ im BMF.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die im Rahmen der Fünf-Länder-Akzeptanzstudie untersuchten ortsnahen Fernsehsender:

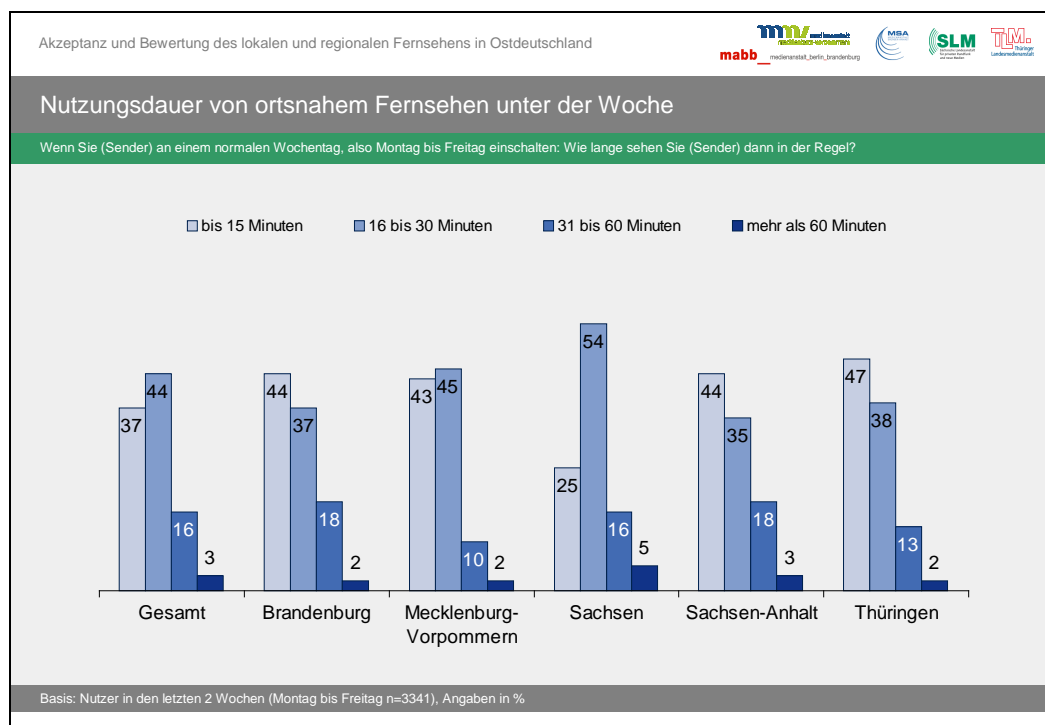
Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen
Oderland.TV	aveo.tv	Dresden Fernsehen	zeff.TV	JenaTV
Strausberg.TV	FAS - Fernsehen am Strelasund	eff3 Freiberg	TV Halle	Salve.TV
eberswalde.tv	Greifswald TV	Elsterwelle Fernsehen	RFH Regionalfernsehen Harz	tv.altenburg
Oskar TV	Güstrow TV	euro-Regional TV	RBW	Südthüringer Regionalfernsehen
Havelland TV	neu'eins - dein regionalfernsehen	KabelJournal	RAN 1 – Regionalfernsehen Anhalt	
Kanal 12	rügen campus - ihr privates Fernsehen	Leipzig Fernsehen	PUNKTum Fernsehen	
Spremberg TV	tv.rostock	Mittel Erzgebirgs Fernsehen	MDF.1 Fernsehen	
KW-TV		Mittelsachsen TV	ELBEKANAL	
LTV - Lausitz TV		Nordsachsen TV		
NWG - Neiße Welle Guben		punkteins oberlausitz TV		
Oberhavel TV		Regionalfernsehen Kanal 1		
OSF - Oder-Spree-Fernsehen		Sachsen Fernsehen		
OSR Fernsehen		TV Zwickau		
Potsdam TV		Vogtland Regional Fernsehen		
prignitz TV				
ruppin TV				
SKB				
Stadtfernsehen				
teltOwkanal				
tv-lu				
luck-tv				
sabinchen-tv				
jüterbog-tv				
rangsdorf-tv				
TV Angermünde Lokal				
WMZ TV Lauchhammer				
WMZ TV Senftenberg				
WMZ TV Frankfurt Regional				

Zentrale Ergebnisse

Die Fünf-Länder-Akzeptanzstudie liefert einen aktuellen Überblick über die Nutzung und Bewertung des ortsnahe Fernsehens in Ostdeutschland.

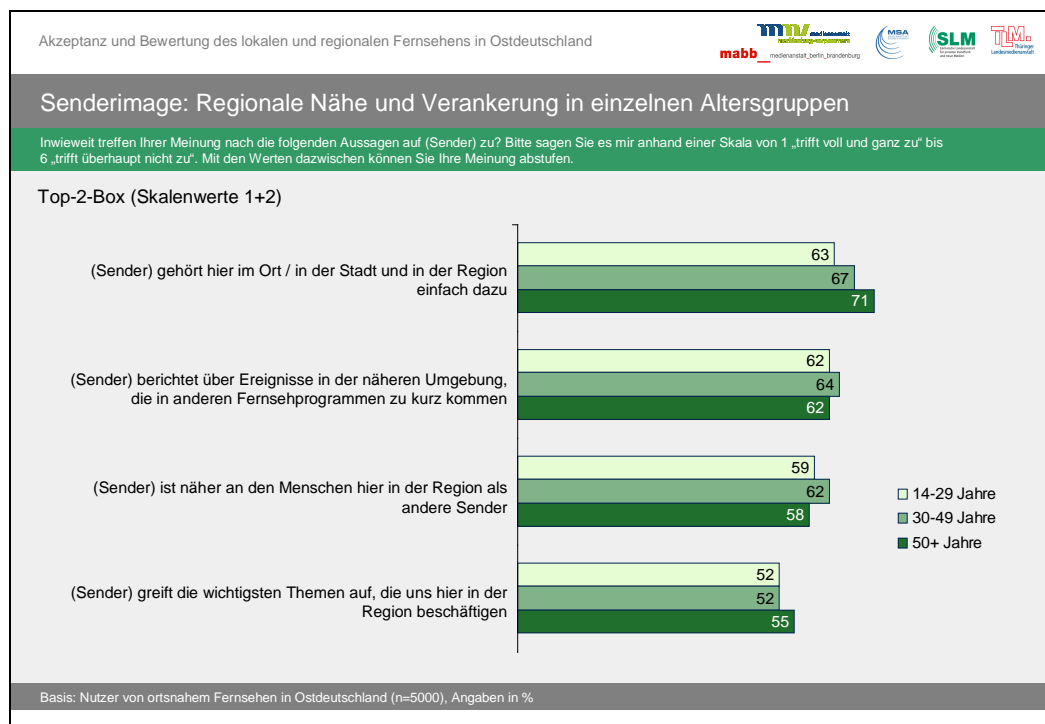
Leistungswerte von ortsnahem Fernsehen

1. 46 Prozent der Menschen in den Sendegebietern von Orts-TV haben in ihrem Haushalt Zugang zu einem Orts-TV-Sender. Dies entspricht rund 2,5 Millionen potenziellen Nutzern in der Altersgruppe ab 14 Jahren. 90 Prozent der potenziellen Nutzer haben schon einmal ein ortsnahe Fernsehprogramm gesehen (= Nutzer gesamt).
2. Der größte Teil der Nutzer schaltet ortsnahe Fernsehen regelmäßig ein: Mehr als zwei Drittel (70 %) haben es zuletzt innerhalb der vergangenen zwei Wochen gesehen, 58 Prozent innerhalb der vergangenen Woche gesehen, 28 Prozent gestern.
3. Die Nutzungsdauer von Orts-TV beträgt an einem normalen Wochentag durchschnittlich 29 Minuten, am Wochenende 32 Minuten.



Ortsnahes Fernsehen im Urteil der Zuschauer

4. Jeder dritte Orts-TV-Zuschauer (35 %) beurteilt seinen Orts-TV-Sender mit den Bestnoten 1 oder 2. Die Durchschnittsnote liegt bei 2,8.
5. Mehr als jeder Dritte (38 %) würde seinen ortsnahen Fernsehsender vermissen oder sogar sehr vermissen, wenn er ihn nicht mehr empfangen könnte, und weist damit eine starke Bindung zum Orts-TV auf.
6. Seine regionale Nähe und Verankerung ist die große Stärke des ortsnahen Fernsehens: Es gehört nach Ansicht der Nutzer im Ort und in der Region einfach dazu (69 %), berichtet über Ereignisse, die in anderen Fernsehprogrammen zu kurz kommen (62 %), und ist näher an den Menschen in der Region als andere Sender (60 %).



7. Die Glaubwürdigkeit der Orts-TV-Sender ist sehr hoch: Sieben von zehn Nutzern (71 %) sind der Meinung, dass ihr Sender glaubwürdig ist.
8. Die ortsnahen Fernsehsender in Ostdeutschland genießen bei ihren Zuschauern eine große Sympathie (59 %).

Werbung im ortsnahen Fernsehen

9. Die Sympathie des Senders überträgt sich auch auf die enthaltene Werbung: Mehr als jeder zweite Zuschauer (55 %) meint, dass sein Orts-TV-Sender Geschäfte und Unternehmen aus der Region auf eine sympathische Art und Weise präsentiert.
10. Fast jeder Dritte (31 %) sieht sich Werbung für Geschäfte und Unternehmen aus der Region im Orts-TV „gerne an“ und kann damit als aufgeschlossen gegenüber lokaler/regionaler Werbung bezeichnet werden.
11. Tatsächlich sehen sich nach eigenen Angaben sogar 62 Prozent der Zuschauer Werbung in ihrem Orts-TV-Sender „meist an“. Werbung in ortsnahen Fernsehsendern stößt damit auf eine hohe Akzeptanz und große Nutzungsbereitschaft.

