

1. EINLEITUNG UND PROBLEMSTELLUNG

Regional- und Lokalfernsehen existiert in Deutschland seit Einführung des dualen Rundfunksystems und war schon 1984 Bestandteil des ersten Kabelpilotprojekts in Ludwigshafen. Im Anschluss haben sich vor allem in Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Bayern ausgeprägte Regional- und Lokal-TV-Märkte entwickelt. In Ostdeutschland, insbesondere in Brandenburg und Sachsen, sind in den ersten Jahren nach der Wende aufgrund der kleinteiligen Kabelnetzstrukturen eine Vielzahl kleinerer lokaler Kabel-TV-Sender entstanden. Größere Regional-TV-Veranstalter kamen Mitte der neunziger Jahre hinzu.

Mit Ausnahme von Niedersachsen und Bremen haben mittlerweile alle Bundesländer Regional- und/oder Lokal-TV-Sender lizenziert. Die vorliegenden Reichweitenanalysen beweisen, dass eine Vielzahl dieser Programmveranstalter - unabhängig von der Größe ihrer Verbreitungsgebiete und dem jeweiligen Programmumfang - über eine hohe Akzeptanz im regionalen und lokalen Zuschauermarkt verfügen. Vor allem an regionalen und lokalen Fernsehnachrichten besteht ein starkes Zuschauerinteresse.

Damit hat sich diese Form des subnationalen Fernsehens zu einem wichtigen regionalen Informationsmedium entwickelt und leistet besonders vor dem Hintergrund der in vielen Gebieten monopolähnlichen Struktur im regionalen Zeitungsmarkt ("Ein-Zeitungskreise") einen wichtigen Beitrag zur regionalen und lokalen publizistischen Vielfalt in Deutschland.

Trotz der hohen Zuschauerakzeptanz hat es die Mehrzahl der Regional- und Lokal-TV-Veranstalter bislang nicht geschafft, nach 18 Jahren Programmbetrieb in Westdeutschland bzw. nunmehr zehn Jahren Programmbetrieb in Ostdeutschland, ihren publizistischen Erfolg auch in einen ökonomischen Erfolg zu transformieren. Die Regional- und Lokal-TV-Veranstalter stehen immer noch einer Vielzahl nationaler und landesspezifischer Strukturprobleme gegenüber, die einen wirtschaftlichen Betrieb der Sender erschweren.

Die vorliegende Dissertation will daher die Frage klären, welche Möglichkeiten und Chancen bestehen, die Wirtschaftlichkeit dieser Sender zu erhöhen.