

4. EINFÜHRUNG: REGIONAL- UND LOKAL-FERNSEHEN IN DEUTSCHLAND

4.1 Regionale und lokale

Fernsehprogramme in Deutschland

In Deutschland existieren eine Vielzahl subnationaler Fernsehprogramme. Dazu zählen zum einen die regionalen Programmangebote der nationalen Fernsehveranstalter. Die ARD-Anstalten produzieren mit ihren "Dritten Fernsehprogrammen" regional ausgerichtete Fernsehprogramme. Hierbei lassen sich Anstalten wie der Westdeutsche Rundfunk (WDR) oder der Bayerische Rundfunk (BR), die jeweils nur ein Bundesland versorgen (Einländeranstalten), unterscheiden von Vielländeranstalten wie der Norddeutsche Rundfunk (NDR) oder der Südwestrundfunk (SWR), die ihr Drittes Fernsehprogramm in mehreren Bundesländern ausstrahlen. Teilweise werden diese Programme für landesweite oder regionale Programme auseinandergeschaltet.

Auf RTL und Sat.1 werden in den meisten westdeutschen Bundesländern im Vorabendprogramm zudem sog. "Regionalfensterprogramme" ausgestrahlt. Diese Regionalfenster werden jeweils für ein oder zwei Bundesländer produziert und sowohl terrestrisch als auch im Kabel in der Vorabendschiene von RTL und Sat.1 verbreitet. In vielen Fällen produzieren die nationalen Fernsehveranstalter diese Programme mit eigenen Landesstudios. In manchen Fällen übernehmen unabhängige Dritt-Produzenten (dazu zählen auch Ballungsraum- bzw. Regional- und Lokal-TV-Veranstalter) die Produktion.

Neben diesen regionalen Programmangeboten der nationalen Fernsehsender existieren in Deutschland z.Zt. 209 Regional- und Lokal-TV-Sender. Davon verfügen 185 Sender über eine technische Reichweite von mehr als 1.000 Haushalten. Die Sender werden im Markt je nach technischer Reichweite und Sachzusammenhang als "Ballungsraumfernsehen", "Regionalfernsehen" und "Lokalfernsehen" definiert.

Mittlerweile wurden mit Ausnahme von Bremen und Niedersachsen in allen deutschen Bundesländern regionale und/oder lokale Fernsehveranstalter lizenziert. Zu den Bundesländern mit ausgeprägten Regional- und Lokal-TV-Strukturen zählen die drei westdeutschen Bundesländer Bayern, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz und sowie die fünf neuen Bundesländer Sachsen, Brandenburg, Thüringen, Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern. In Nordrhein-Westfalen, Saarland und Hamburg ist jeweils nur ein Ballungsraumfernsehsender zugelassen.

Die Spannbreite bei der technischen Reichweite reicht von großen Ballungsraumfernsehsendern, die mehr als 1,5 Mio. Haushalte erreichen, bis hin zu kleinen "Stadtkanälen" in Ostdeutschland, deren Verbreitungsgebiete sich auf eine Stadt, einen Stadtteil oder eine Ortschaft beschränken.

Die großen Ballungsraum-TV-Sender werden innerhalb ihres Verbreitungsgebietes in der Regel sowohl im Kabel als auch terrestrisch verbreitet. Die Distribution der mittleren und kleinen Regional- und Lokal-TV-Sender beschränkt sich bis auf einige Ausnahmen (vor allem in Bayern) auf die reine Kabelnetzverbreitung.

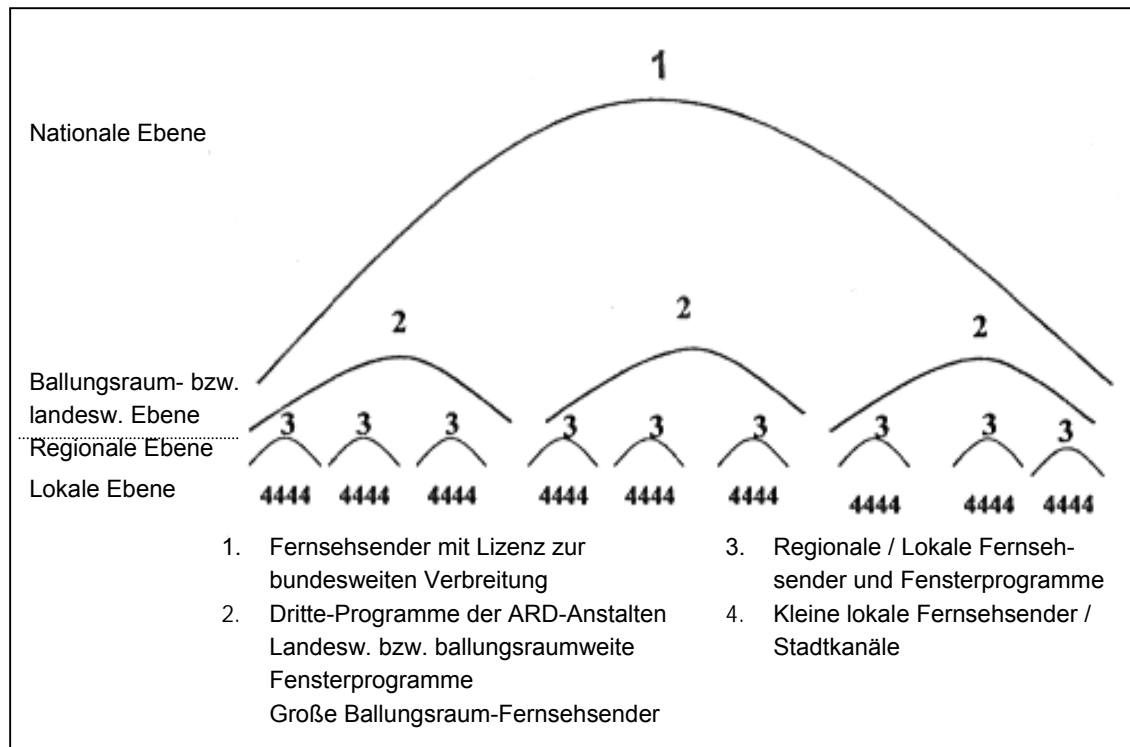
Der Programmumfang der Regional- und Lokal-TV-Sender unterscheidet sich deutlich. Während die großen Ballungsraum-TV-Sender täglich mehrere Stunden tagesaktuelles Programm produzieren, erstellen viele mittlere und kleine Regional- und Lokal-TV-Sender nur ca. 30 Minuten Bewegtbildprogramm pro Tag. Dabei handelt es sich vornehmlich um regionale oder lokale Nachrichten. Eine Reihe von Sendern in Ostdeutschland aktualisieren ihr Programm nur wöchentlich bzw. 14tägig.

Neben den Sendern mit kontinuierlich aktualisiertem Bewegtbildprogramm existieren in Ostdeutschland noch weitere Kleinstsender, die teilweise nur wenige Hundert Kabel-TV-Haushalte erreichen. Sie senden teilweise nur unregelmäßig aktualisiertes Bewegtbildprogramm aus oder beschränken sich auf die Ausstrahlung von Textprogrammen und Bildtafeln.

Um die subnationalen Fernsehprogrammveranstalter in die Gesamtstruktur des deutschen Fernsehmarktes einzuordnen, kann das "Umbrella"-Modell von James Rosse verwendet werden.³⁶ Mit Hilfe dieses Umbrella-Modells lässt sich die Hierarchie der einzelnen Kategorien von Fernsehsendern und Programmveranstaltern in Deutschland auf Basis ihrer jeweiligen Verbreitungs- und Vermarktungsgebiete darstellen.

36 Mit seinem Umbrella-Modell verdeutlicht Rosse das Ineinandergreifen der Zeitungswerbemärkte von großen Ballungsraum-Zeitungen, Kreiszeitungen (bzw. Zeitungen kreisfreier Städte) und Lokalzeitungen. Das Umbrella-Modell veranschaulicht, dass die Zeitungen auf unterschiedlichen Verbreitungsebenen durchaus miteinander im Wettbewerb stehen können, da die überregionalen Zeitungen Anzeigen in einzelnen regionalen und lokalen Gebieten akquirieren und die regionalen Zeitungen wiederum in den einzelnen lokalen Märkten Werbegelder akquirieren. Quelle: James N. Rosse: "The Evolution of One Newspaper Cities", Discussion Paper for the Federal Trade Commission Symposium on Media Concentration, S. 50 – 52, zitiert in Copaine Benjamin M. / Comery Douglas (Hrsg.): "Who owns the media – Competition and concentration in the mass media industry", Mahwah New Jersey, 2000, S. 42

Abbildung 1: Darstellung des deutschen Fernsehmarktes als "Umbrella-Modell"



Quelle: In Anlehnung an das "Umbrella Model of Newspaper Competition" von James N. Rosse in Copaine Benjamin M. / Comery Douglas (Hrsg.): "Who owns the media – Competition and concentration in the mass media industry", Mahwah New Jersey, 2000, S. 42

Diese hierarchische Darstellung bildet jedoch nicht die reale Situation der Regional- und Lokal-TV-Märkte in den einzelnen Bundesländern ab, da häufig nicht alle Kategorie-Ebenen existieren. In den Bundesländern ohne landesweite Fensterprogramme und größere Ballungsraum-TV-Sender nehmen die einzelnen Regional- und Lokal-TV-Sender die Stellung von Gebietsmonopolisten ein. Dies bedeutet, dass in dem Verbreitungsgebiet eines Lokal-TV-Senders kein weiteres Lokal-TV-Programm gleicher Ebene und auch kein weiteres Regional- oder Ballungsraum-TV-Programm empfangbar ist.³⁷

Derzeit sind insgesamt annähernd 16 Mio. TV-Haushalte in Deutschland in der Lage, ein privates Regional- oder Lokal-TV-Programm (ohne Regionalfenster) zu empfangen. Dies entspricht ca. 47 Prozent aller 33,6 Mio. deutschsprachigen TV-Haushalte. Die Reichweite der großen Ballungsraum-TV-Sender umfasst ca. 10,5 Mio. TV Haushalte. Die mittleren und kleineren Regional- und Lokal-TV-Veranstalter erreichen zusammen ca. 5,3 Mio. TV-Haushalte. In Bundesländern, in denen sowohl Ballungsraum-TV-Sender als auch mittlere und kleine Regional- und Lokal-TV-Sender aktiv sind, kommt es in manchen Regionen zu Überschneidungen der Verbreitungsgebiete. Dies bedeutet, dass in einzelnen Gebieten gleichzeitig ein Ballungsraum-TV-Programm und ein regionales bzw. lokales Fernsehprogramm empfangen werden können. Daher stellt die Gesamtreichweite von 16 Mio. TV-Haushalten nur einen Schätzwert dar.

³⁷ Ausnahmen bilden die Dritten Fernsehprogramme der jew. ARD-Anstalt und evtl. landesweite Fensterprogramme auf RTL und Sat.1.

4.2 Definition von Lokal-, Regional- und Ballungsraumfernsehen

Im ersten Abschnitt wurden die zentralen Begriffe zur Charakterisierung subnationaler Fernsehsender angeführt: "Lokalfernsehen", "Regionalfernsehen" und "Ballungsraumfernsehen". Nachfolgend soll geklärt werden, wie weit sich diese Begriffe als Kategorien für eine trennscharfe Zuordnung der einzelnen subnationalen Fernsehsender in Deutschland eignen. Dafür wird zum einen untersucht, ob die Definitionen zur Beschreibung der Räume "Lokaler Ort", "Region" und "Ballungsraum" eine konkrete Abgrenzung von Verbreitungsgebieten ermöglichen. Darüber hinaus wird die Verwendung der Begriffe "Lokalfernsehen", "Regionalfernsehen" und "Ballungsraumfernsehen" im Markt analysiert und es wird verglichen, inwieweit diese Begriffsverwendung mit den jeweiligen Raumdefinitionen korrespondieren.

4.2.1 Der Begriff "Lokalfernsehen"

4.2.1.1 Definition des Begriffs "Lokaler Ort"

Der Begriff "lokal" bzw. "lokaler Ort" wird in vielen unterschiedlichen Sachzusammenhängen verwendet. Eine eindeutige Definition für "das Lokale" existiert jedoch nicht. Im Rahmen der Raumplanung und bei der Definition von Verwaltungsebenen wird dieser Begriff meist für räumliche Strukturen verwendet, die sich innerhalb einer Gemeinde bzw. einer Kommune³⁸ befinden. Die Gemeinde ist die kleinste selbstverwaltete, politische Einheit im föderalen System der Bundesrepublik Deutschland.

Auch in der Kommunikationswissenschaft wird in Anlehnung an die gemeindesoziologische Forschungstradition in der Regel die *Gemeinde* als zentrales Abgrenzungskriterium für die lokale Umwelt von Rezipienten herangezogen.³⁹ Entsprechend verwendet Schütz im Rahmen der Erfassung redaktioneller Ausgaben der Tagespresse den Begriff "Lokalzeitungen" für Zeitungen, die in einer einzelnen Gemeinde bzw. einer Stadt⁴⁰ erscheinen. Zeitungen, deren Verbreitungsgebiet sich auf einen Teil der Gemeinde bzw. einen Stadtteil oder Stadtbezirk beschränken, bezeichnet Schütz als "Stadtteilzeitungen".

³⁸ Hier ist zu beachten, dass die Begriffe "Kommunen" und "Kommunalen Einheiten" nicht nur für einzelne Gemeinden, sondern auch für Gemeindeverbände (Zweckverbände, Landkreise, Landschaftsverbände) verwendet werden.

³⁹ Saxer, Ulrich: "Lokale Kommunikation – Bilanz der Forschung", In: Langenbacher, Wolfgang (Hrsg.): "Lokal-kommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen." München 1980, S. 33-42

⁴⁰ Gemeinden dürfen sich dann als Städte bezeichnen, wenn sie vor Gründung der BRD den Titel einer "Stadt" getragen, d.h. Stadtrechte besessen haben und je nach landesspezifischer Gebietsordnung über eine bestimmte Einwohnerzahl (z.B. 25.000 Einwohner) verfügen.

Quelle: www.isb.rwthachen.de/lehre/Umdrucke/KIP_I_Grundl_Kap-02-WS02.pdf

Tabelle 1: Zeitungstypen nach Schütz

Verbreitungsgebiete	Zeitungstypen
Gemeindeteil/Stadtteil	"Stadtteilzeitung"
Einzelne Gemeinde/Stadt	"Lokalzeitung"
Alle Gemeinden eines Kreises oder wesentliche Teile davon	"Kreiszeitung"
Regional/National	Regionale/Überregionale Zeitung

Schütz, Walter J.: "Lokalkommunikation – Zustand und Zukunft",
In: Presse-, Rundfunk- und Filmarchive – Mediendokumentation 2, München 1980, S. 168

Jarren verwendet für Printmedien, deren Verbreitungsgebiete kleiner als einzelne Gemeinden oder Städte sind, den Begriff der "sublokalen" Medien.⁴¹ Dazu zählen z.B. Printmedien, die nur in bestimmten Stadtteilen und Bezirken erscheinen. Analog dieser Definitionen lässt sich der Raumbegriff "Lokaler Ort" auf die Größe einer Gemeinde oder Stadt festlegen.

4.2.1.2 Die Verwendung des Begriffs "Lokalfernsehen"

Eine allgemeingültige Definition für den Begriff "Lokalfernsehen" existiert weder in der Fachliteratur noch in den Landesmediengesetzen. In der Literatur wird der Begriff "Lokalfernsehen" genauso für lokale Stadtfernsehangebote⁴² wie auch für Ballungsraum-TV-Angebote⁴³ verwendet.

Nafziger hat für den Begriff des "Lokalfernsehens" eine enge und eine weite Definition entwickelt, die sich jeweils auf das räumliche Zentrum der Berichterstattung stützt: Lokalfernsehen im weiten Sinne umfasst nach Nafziger alle Formen der regionalen und subregionalen Berichterstattung.⁴⁴

Da diese weite Definition mit erheblichen Unschärfen verbunden ist, empfiehlt Nafziger eine engere Definition von Lokalfernsehen. In der engen Definition handelt es sich dann um Lokalfernsehen, wenn sich der Sender bei der Berichterstattung auf eine Stadt bzw. Gemeinde konzentriert (gemeindebezogene Berichterstattung). Die Größe der Gemeinde spielt dabei keine Rolle. Auch ist es möglich, dass das Programm über die Stadtgrenzen hinaus verbreitet wird. Wichtig ist, dass sich der Schwerpunkt der Berichterstattung auf die Geschehnisse einer Stadt bezieht.⁴⁵

Nach Edith Spiegelhagen kann von Lokalfernsehen gesprochen werden, wenn das Programm Informationen und Berichte aus dem lokalen Umfeld enthält, Menschen aus der eigenen Umgebung gezeigt werden, oder Einkaufstipps und Veranstaltungshinwei-

⁴¹ Jarren, Otfried: "Kommunale Kommunikation", In: Beiträge zur Kommunalwissenschaft Bd. 14, München 1984, S. 66 ff

⁴² vgl. z.B. : Heyen Angelika / Wagner, Kathrin: "Lokales Fernsehen in Thüringen 1999 – Eine Programmanalyse der Thüringer Landesmedienanstalt", München, 2000

⁴³ Bernstein Patrick: "Ballungsraumfernsehen in Deutschland" in Kurse, Jörn (Hrsg.): "Ökonomische Perspektiven des Fernsehens in Deutschland", München 2000, S. 61 ff

⁴⁴ Nafziger, Rolf: "Wirtschaftlichkeitsanalyse für Ballungsraumfernsehen – Modelltheoretische Untersuchungen aus Sicht potentieller Investoren", Wiesbaden 1997, S. 10

⁴⁵ Nafziger, Rolf: "Wirtschaftlichkeitsanalyse für Ballungsraumfernsehen – Modelltheoretische Untersuchungen aus Sicht potentieller Investoren", Wiesbaden 1997, S. 10

se gegeben werden, welche die unmittelbare Nahwelt betreffen. Ihrer Ansicht nach könnte ein wichtiges Kriterium zur Charakterisierung von lokalem Fernsehprogramm die weitgehende Übereinstimmung zwischen der Lebenssituation der Zuschauer und den ausgewählten Themen und Programminhalten sein.⁴⁶

Andere Definitionen von lokalem Rundfunk finden sich in einzelnen Landesmediengesetzen. Diese Definitionen basieren jedoch hauptsächlich auf der technischen Reichweite der Programme.

Eine Definition von lokalem Hörfunk findet sich z.B. im Landesrundfunkgesetz von Nordrhein-Westfalen. Hier wird lokaler Rundfunk als Rundfunk für einen Landkreis oder eine kreisfreie Stadt definiert.

LRG NRW § 54, Abs. 2:

"Sofern die Übertragungskapazitäten und die örtlichen Verhältnisse einen wirtschaftlich leistungsfähigen lokalen Hörfunk ermöglichen, ist das Verbreitungsgebiet das Gebiet eines Kreises oder einer kreisfreien Stadt.[...]."

Die lokalen TV-Programme in den ostdeutschen Bundesländern wiederum bedienen in der Mehrzahl viel kleinere Verbreitungsgebiete als einen Kreis oder eine kreisfreie Stadt. Hier existiert eine Vielzahl von Lokal-TV-Sendern, die ihre Programme in kleinen geschlossenen Kabelanlagen verbreiten. Diese Kabelanlagen versorgen teilweise nur einzelne Stadteile oder Ortschaften in einer Gemeinde und in manchen Fällen nur wenige Hundert Haushalte.⁴⁷ In Brandenburg werden diese Kanäle als "Stadtkanäle" bezeichnet.⁴⁸

In § 2 (Begriffsbestimmungen) des Staatsvertrages über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg (MStV) existiert eine auf das Rundfunkverbreitungsgebiet Berlin-Brandenburg zugeschnittene Definition von landesweitem Rundfunk sowie Regional- und Lokalfunk.

⁴⁶ vgl. dazu ausführlich Spiegelhagen, Edith: "Statt Fernsehen- Stadtfernsehen – Lokale TV-Kanäle in Brandenburg – eine Untersuchung von 15 in Brandenburger Kabelnetzen veranstalteten Stadtkanalprogrammen", Schriftenreihe der MABB Bd. 4, Berlin 1996

⁴⁷ Altrogge, Michael et. al.: "Lokal-TV zwischen Heimat- und Regionalfernsehen – Anbieter und Nutzer des privaten Lokalfernsehens in Sachsen", Schriftenreihe der SLM, Berlin 1999, S. 16 ff

⁴⁸ Die Medienanstalt Berlin Brandenburg (MABB) führt diese Sender als "Brandenburger Stadtkanäle". *Quelle: Medienanstalt Berlin Brandenburg (www.mabb.de)*

MStV § 2 (Begriffsbestimmungen), Abs. 2, Satz 5 bis 8:

"[...] Länderprogramm [ist] ein Rundfunkprogramm, das Brandenburg und Berlin flächendeckend versorgt und neben einem Sender hoher Leistung in Berlin weitere Sender in Brandenburg nutzt.

[...] Regionalprogramm [ist] ein Programm, das mit einem Sender vom Standort Berlin aus Berlin vollständig und darüber hinaus große Teile der Bevölkerung in Brandenburg erreicht,

{...} Stadtprogramm [ist] ein Programm, das im Wesentlichen in Berlin empfangen wird,

[...] Lokales Programm [ist] ein Rundfunkprogramm im Land Brandenburg, das in einem örtlich begrenzten Verbreitungsgebiet hergestellt, redaktionell gestaltet und für dieses Verbreitungsgebiet oder einen Teil davon bestimmt ist [...]"⁴⁹

In Bayern wiederum werden alle in Bayern lizenzierten subnationalen Fernsehprogramme, die nicht landesweit verbreitet werden, als "Lokal-TV" bzw. als "Lokale Fensterprogramme" bezeichnet. Der Begriff "Lokal-TV" findet hier sowohl bei den Ballungsraum-TV-Sendern "tv.münchen" und "Franken Fernsehen" als auch bei solchen Programmangeboten Anwendung, die nur in kleinen örtlichen Kabelnetzen verbreitet werden. Eine rechtliche Definition des Begriffs "Regional- und Lokalfernsehen" findet sich im Bayerischen Mediengesetz (BayMG) nicht.

In den anderen Bundesländern mit ausgeprägten Regional- und Lokal-TV-Märkten existiert ebenfalls keine rechtliche Abgrenzung von regionalem und lokalem Rundfunk. Auch hier werden TV-Veranstalter deren Programme nicht landesweit verbreitet werden, als regionales oder lokales Fernsehen bezeichnet.

⁴⁹ vgl. Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks (MStV) in der Fassung des Zweiten Staatsvertrages zur Änderung des Staatsvertrages über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 13./26.02.2001

4.2.2 Der Begriff "Regionalfernsehen"

4.2.2.1 Definition des Begriffs "Region"

4.2.2.1.1 Amtliche Definitionen des Regionenbegriffs

Zur Definition des Begriffs "Region" existieren in Deutschland amtliche Vorgaben. Eine Präzisierung des Wortes "Region" hat der Deutsche Landkreistag zusammen mit dem Deutschen Gemeindetag entwickelt:

"Die Region ist ein funktionales Konzept, das versucht, Gebiete unterschiedlicher Wirtschafts- und Sozialstrukturen so zusammenzufassen, dass den zentralen Bedürfnissen der Menschen Rechnung getragen werden kann. Zu diesen Bedürfnissen oder Daseinsfunktionen zählen wohnen, arbeiten, sich versorgen, sich bilden, sich erhalten, sich erholen, Verkehrsteilnahme und Leben in Gemeinschaft."⁵⁰

Die mit der Raumordnung und Landesplanung befassten Stellen definieren in manchen Bundesländern die Region als ein "Teilgebiet eines Bundeslandes", in dem "ausgewogene Lebens- und Wirtschaftsbeziehungen" entweder schon vorhanden sind oder entwickelt werden sollen.^{51 52}

In größeren Bundesländern wie Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg oder Bayern wurden für die definierten Regionen eigene Verwaltungsebenen, die "Regierungsbezirke", geschaffen, die über eigene Parlamente bzw. Bezirksplanungsräte verfügen. In den kleineren Bundesländern gibt es diese Festschreibung von Regionen nicht. Hier existieren lediglich regionale Planungsregionen, in denen Planungsgemeinschaften, die als öffentliche Körperschaften von Gemeinden und Gemeindeverbänden getragen werden, für die Regionalplanung zuständig sind.⁵³

⁵⁰ Teichert, Will: "Regionale Informationen: Ein Problem des Inhalts, nicht des Umfangs – Ausgewählte Ergebnisse einer Untersuchung zu Themenpräferenzen des Publikums im Sendegebiet des Südwestfunks" in Media Perspektiven 3/1981, S. 204 - 223

⁵¹ vgl. z.B. Bayerisches Landesplanungsgesetz (BLPIG) Art. 2, Abs. 2 in der Fassung der Bekanntmachung vom 16. September 1997 zuletzt geä. v. 25.04.2000 oder Thüringer Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Thüringen, Art. v. 10.11.1993, zuletzt geä. v. 27.01.1998

⁵² Das Raumordnungsgesetz (ROG) definiert die "Regionalplanung" der Bundesländer als die Stufe zwischen der Landesplanung und der gemeindlichen Planung. Sie konkretisiert die Ziele der Raumordnung und der Landesplanung für die wirtschaftliche, infrastrukturelle und kulturelle Entwicklung von Teilräumen des jeweiligen Bundeslandes. Eine Regionalplanung wird nach ROG § 9 Abs. 1 dann notwendig, wenn ein Gebiet die Verflechtungsbereiche mehrerer "Zentraler Orte" oberster Stufe umfasst. Die Theorie der zentralen Orte ist ein Kernelement der Landesplanung. Als zentraler Ort werden Standorte von Einrichtungen bezeichnet, die zur überörtlichen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen dienen und Arbeitsplätze konzentrieren. Im Rahmen der einzelnen Landesplanung werden bestimmte Gemeinden und Städte als "Zentrale Orte" definiert und weiterentwickelt. Dabei wird i.d.R. eine Abstufung in Ober-, Mittel- und Unterzentrum vorgenommen. Teilweise übernehmen auch räumlich benachbarte Gemeinden die Funktion einer dieser zentralen Ordnungsstufen. *Quelle: vgl. z.B. Entwurf des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg (Stand 03.07.2000)*

⁵³ In Thüringen umfassen Planungsgemeinschaften z.B. Zusammenschlüsse der Landkreise, kreisfreien Städte und kreisangehörigen Gemeinden über 10.000 Einwohner. *Quelle: Innenministerium Thüringen (www.rolp.thueringen.de/FS.htm)*

4.2.2.1.3 Definition von Kulturregionen

Neben den amtlich fixierten Regionen existieren eine Vielzahl unbestimmtere Regionsbezeichnungen, die zum einen auf historisch kulturelle Beziehungen⁵⁴ zurückzuführen sind. Ein Beispiel für einen historisch kulturellen Zusammenhang der Bevölkerung sind die sog. "Landsmannschaftlichen Gebiete". Zum anderen werden einheitliche Räume auch durch geografische Gegebenheiten wie Flüsse, Gebirgsketten und Täler definiert. Diese historisch gewachsenen und geografisch determinierten Regionen werden auch als "Kulturregionen" bezeichnet.⁵⁵

Diese Kulturregionen weisen in bestimmter Hinsicht ebenfalls eine Einheitlichkeit (Homogenität) auf und stellen bestimmte Kommunikations- und Ereignisräume dar, die eine Identifizierung der darin lebenden Bevölkerung mit der Region ermöglichen und ein Zugehörigkeitsgefühl erzeugen. Sie erlauben jedoch keine genaue Grenzziehung, da diese Kulturregionen fließend ineinander übergehen. Die Kulturregionen werden daher vom österreichischen Ökonomen Grabher auch als "fuzzy systems", als ausgefrante Systeme bezeichnet.⁵⁶ Daher ist es i.d.R. nicht möglich, diese Kulturregionen mit den Hierarchiestufen der Verwaltungsebenen (Regierungsbezirke und Landreise) genau zu fassen, auch wenn häufig eine Übereinstimmung im Namen besteht.

Zusammengefasst lässt sich feststellen, dass es keine Regionen "an sich" gibt, sondern vielmehr eine Reihe räumliche Gemengelagen sozio-ökonomischer Verflechtungen, die über eine ausgeprägte Kohärenz verfügen und damit nach außen als eigene Entität wahrgenommen werden.⁵⁷ Diese Kohärenz bzw. Homogenität kann aus den Lebens- und Arbeitsgewohnheiten der Bevölkerung resultieren oder durch geschichtliche, geografische, politische bzw. verwaltungstechnische und infrastrukturelle Gegebenheiten geformt sein.⁵⁸

4.2.2.1.2 Definition von Kommunikationsräumen

In der Kommunikationswissenschaft wird für eine medienspezifische Abgrenzung von Regionen häufig das Konstrukt der "Kommunikationsräume" verwendet. Der Begriff des Kommunikationsraums definiert Gebiete, in denen die Bevölkerung Zugang zu den gleichen Informationsquellen hat, die sich auf ihren lokalen Lebensraum beziehen.

⁵⁴ "Viele deutsche Gebiete waren jahrhundertlang zersplittert in kleine und kleinste Territorien. Die politische Struktur prägte somit kleine Regionen, in denen sich für die meisten Menschen der Lebenskreis erschöpfte. Nur hier hatten sie rechtliche Ansprüche und die Möglichkeit einem Gewerbe nachzugehen [...] und auf diese Weise bildeten sich auch einheitliche kulturelle Verhältnisse aus." *Quelle: Bausinger, Hermann: "Die Region als Kommunikationsraum" in Rössler, Patrick / Vowe, Gerhard / Henle, Victor (Hrsg.): "Das Geräusch der Provinz – Radio in der Region – Festschrift 10 Jahre TLM", TLM Schriftenreihe Bd. 13, München 2001, S. 14*

⁵⁵ Brückner, Wolfgang (Hrsg.): "Heimat und Arbeit in Thüringen und Franken. Zum Volksleben einer Kulturregion", Würzburg 1996, S. 14

⁵⁶ Grabher, Gernot: "Zur Sozioökonomie des Überflusses: Die Bedeutung von Redundanz für Regionalentwicklung", Berlin 1993, S. 16

⁵⁷ Teichert, Will: "Regionale Informationen: Ein Problem des Inhalts, nicht des Umfangs – Ausgewählte Ergebnisse einer Untersuchung zu Themenpräferenzen des Publikums im Sendegebiet des Südwestfunks" in *Media Perspektiven* 3/1981, S. 204 - 223

⁵⁸ Nafziger, Rolf: "Wirtschaftlichkeitsanalyse für Ballungsraumfernsehen – Modelltheoretische Untersuchungen aus Sicht potentieller Investoren", Wiesbaden 1997, S. 7

Damit sind vor allem die regionalen und lokalen Medien gemeint, die über die wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Ereignisse und Probleme einer bestimmten Region berichten. Der Raum, in dem die Kommunikation stattfindet, deckt sich weitgehend mit dem geographischen Raum, aus dem die Themen gewählt werden. Je höher also der Marktanteil bzw. die Reichweite einer Zeitung bzw. eines regionalen Radiosenders sind, um so geschlossener ist die kulturelle Identität einer Region.⁵⁹

Der Kommunikationsatlas der Schweiz

In der Schweiz wird der Begriff der "Region" seit 1994 im sog. "Kommunikationsatlas Schweiz" konkretisiert. Die Schweiz wird hier in 71 Kommunikationsräume und 24 Wirtschaftsräume unterteilt, die durch Erhebungen in der Bevölkerung ermittelt wurden:

Zur Abgrenzung der Kommunikations- und Wirtschaftsräume werden die Dimensionen Kultur (Sprache, Konfession, subjektive Regionszugehörigkeit und kulturelle Orientierung), Wirtschaft (Pendlersituation, Einkaufsverhalten), Politik (Bezirksgrenzen) und Publizistik (Verbreitungsgebiet lokaler Tageszeitungen) berücksichtigt und je nach ihrer kommunikativen bzw. wirtschaftlichen Relevanz unterschiedlich gewichtet.⁶⁰

Die Kommunikationsräume sind dadurch charakterisiert, dass sie – über topographische und politische Grenzen hinweg – eine innere Einheitlichkeit aufweisen, die sich unter anderem in einem subjektiven Zusammengehörigkeitsgefühl der Bewohner des Gebiets, in gemeinsam genutzten Kommunikationsinfrastrukturen sowie gemeinsamen Informationsbedürfnissen (vor allem an lokalen und regionalen Nachrichten) ausdrückt.⁶¹

Für die Abgrenzung eines Kommunikationsraums wird also vornehmlich die Rezipientenperspektive als Basis genommen. Jedoch lässt sich diese Rezipientenperspektive mit den amtlichen Verwaltungseinheiten kombinieren. Ronneberger nennt als konstituierende Kriterien eines Kommunikationsraums die Verbreitungsebenen der Massenmedien *und* die Verwaltungsebenen.⁶² Meister betont in diesem Zusammenhang, dass durch die Bestimmung einer Region durch gemeinsame "Kommunikationsmuster und Interessen" das Konzept des Kommunikationsraums auch auf Räume anwendbar ist, die durch Verwaltungsakte entstanden sind.⁶³

⁵⁹ Schrape, Klaus und Gafke, Sabine: "Wirtschaftlichkeitschancen für Ballungsraumfernsehen in der Region Rhein-Main - Ein Gutachten der Prognos AG - Im Auftrag der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR)" Schriftenreihe der LPR Hessen Bd. 1, München 1996, S. 19

⁶⁰ vgl. dazu ausführlich: "Kommunikations-Atlas der Schweiz 1999", Hrsg.: Publicom AG (www.publicom.ch)

⁶¹ Die Wirtschaftsräume sind dadurch definiert, dass es sich um mehr oder weniger geschlossene Arbeitsmarktreionen handelt, deren Bewohner sich auf ein großes, urbanes Zentrum hin orientieren. Damit entspricht die Definition des Wirtschaftsraums in etwa der in Deutschland verwendeten Definitionen für Ballungsräume (vgl. Abschnitt 4.3.2 Ballungsraumfernsehen).

⁶² Ronneberger, Franz: "Kommunikationspolitik II. Kommunikationspolitik als Gesellschaftspolitik", Mainz 1980, S. 197

⁶³ Meister, Ursula: "Integration eines Kommunikationsraumes. Chancen und Grenzen einer Regionalzeitung für die Gestaltung eines gemeinsamen Bewußtseins", Nürnberg 1984, S. 126

Daraus schließt Trebbe, dass "für die räumliche Abgrenzung eines lokalen Kommunikationsraums auf die Schnittmenge der nach Verwaltungsgrenzen definierten Verbreitungsgebiete lokaler Medien zurückgegriffen werden" kann.⁶⁴

Dies bedeutet jedoch, dass der Begriff "Kommunikationsraum" nicht nur für übergemeindliche Regionen, d.h. Verbreitungsgebiete regionaler Tageszeitungen und Radiosender (Kreise und kreisfreie Städte), gilt, sondern auch für einzelne Gemeinden angewendet werden kann und dementsprechend mit dem Zusatz "lokal" oder "regional" versehen werden muss.

4.2.2.2 Die Verwendung des Begriffs "Regionalfernsehen"

Der Begriff "Regionalfernsehen" wird in den verschiedenen Abhandlungen zum Thema für alle Formen subnational verbreiteter TV-Programme verwendet. Eine konkrete Abgrenzung zum "Lokalfernsehen" oder zum "Ballungsraumfernsehen" wurde nicht gefunden.

Die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) beispielsweise unterscheidet nur nach "Landesweiten Fernsehprogrammen" (damit sind die landesweiten Fensterprogramme auf bundesweit verbreiteten privaten Fernsehsendern gemeint), "Ballungsraum-TV" und "Lokale TV-Anbieter". Der Begriff "Regionalfernsehen" wird hingegen flexibel eingesetzt.⁶⁵

Eine Definition von "Regionalem Rundfunk" aus der Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten in Nordrhein-Westfalen (Dortmund) lautet:

*"Regionaler Rundfunk versorgt ein zusammenhängendes Gebiet von mehreren Städten oder Kreisen mit einem Programm. Der Zusammenhang kann durch die Zusammenfassung mehrerer ländlicher Kreise oder einer größeren Stadt mit dem umliegenden Land definiert werden."*⁶⁶

Das Verbreitungsgebiet und damit auch der Radius der Berichterstattung von Regionalfernsehen wird dabei nicht auf bestimmte Größen festgelegt. Es wird jedoch deutlich, dass die technische Reichweite eines Programms sowie die Themen der Berichterstattung die Grenzen einer Stadt, Ortschaft oder Gemeinde überschreiten müssen, damit der Begriff Regionalfernsehen angewendet werden kann.

Bei der Vergabe von Lizenzen für subnationale Fernsehsender mit größeren Verbreitungsgebieten achten die Landesmedienanstalten i.d.R. mit darauf, dass es sich bei diesen Verbreitungsgebieten um homogene Räume mit kulturellen Gemeinsamkeiten handelt, damit im Verbreitungsgebiet des Senders ein regionales Zugehörigkeitsgefühl

⁶⁴ Trebbe, Joachim (GöfaK Medienforschung GmbH): "Der Beitrag privater Lokalradio- und Lokalfernsehprogramme zur publizistischen Vielfalt – Eine Pilotstudie am bayerischen Senderstandort Augsburg", BLM Schriftenreihe Bd. 39, München 1996, S. 7

⁶⁵ vgl. Jahrbuch der Landesmedienanstalten 1999/2000: "Privater Rundfunk in Deutschland", München 2000, S. 310 ff

⁶⁶ Begleitforschung in Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund Bd. 14: "Kosten und Finanzierung von Programmangeboten des lokalen Rundfunks", Düsseldorf 1989, S.119

in der Bevölkerung gegeben ist. Dies bedeutet, dass sich die Lizenzierung von Regional-TV-Sendern an "Kulturräumen" orientiert.

Das tatsächliche Verbreitungsgebiet wird jedoch vornehmlich durch die bestehende Kabelnetzinfrastruktur bestimmt, d.h. die Verbreitung richtet sich danach, welche Ortschaften über verschiedene Einspeisepunkte erreicht werden können. (vgl. Abschnitt 10.2 Kabelnetzdistribution)

4.2.3 Der Begriff "Ballungsraumfernsehen"

4.2.3.1 Definition des Begriffs "Ballungsraum"

Derzeit existieren unterschiedliche Ansätze und Systematiken aus der Landeskunde und Raumplanung, um Ballungsräume zu definieren. Grundsätzlich sind Ballungsräume Gebiete mit einer hohen Bevölkerungszahl und hohen Bevölkerungsdichte. Umliegende, weniger besiedelte Gebiete werden teilweise als Randzonen hinzugerechnet.

Ein wichtiger Indikator, um Verflechtungen und Raumbeziehungen darzustellen, sind Berufspendlerströme. Eine grundlegende Voraussetzung für Pendlerverflechtungen sind gut funktionierende Verkehrsverbindungen. Diese Verbindungen werden auch in der Freizeit benutzt. Dies bedeutet, dass Ballungsräume vor allem durch die Mobilität der Bevölkerung zusammenwachsen.⁶⁷ Die verschiedenen Systematiken integrieren zudem weitere Faktoren, die einen Ballungsraum kennzeichnen. Dazu gehören Daten zur Verdichtung von Wohn- und Arbeitsstätten, Daten zur Wirtschafts- und Kaufkraft einer Region, sowie Indikatoren zur Stadt-Umland-Verflechtung und zu Richtung und Reichweite von Raumbeziehungen.⁶⁸

Ballungsräume können auch über zusätzliche, "weiche" Faktoren wie das Zugehörigkeitsgefühl zu einem Ballungsraumzentrum definiert werden. Auch hierfür sind die Pendlerströme von Bedeutung. Pendlerströme bestimmen auch das Zugehörigkeitsgefühl in einer Region. Berufstätige, die nicht an ihrem Wohnort arbeiten, könnten bspw. ein verstärktes Interesse an der Stadt des Arbeitsplatzes haben.⁶⁹

In Deutschland existieren derzeit drei maßgebliche Systematiken, die mit eigenen wirtschaftsgeographischen Categoriesystemen das Land in einzelnen Räume unterteilen:

4.2.3.1.1 Amtliche Definitionen von Verdichtungsräumen

Eine amtliche Definition für den Begriff "Ballungsraum" existiert in Deutschland derzeit nicht. Die Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO), ein Gremium der Bundesländer-Zusammenarbeit, in dem die für die Raumordnung und Landesplanung zustän-

⁶⁷ Michael Holthaus: "Realisationschancen für Lokales Fernsehen am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberechnung für ausgewählte Gebiete Nordrhein-Westfalens", Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 44/1995. Köln 1995, S.11.

⁶⁸ Nafziger, Rolf: "Wirtschaftlichkeitsanalyse für Ballungsraumfernsehen – Modelltheoretische Untersuchungen aus Sicht potentieller Investoren", Wiesbaden 1997, S. 8

⁶⁹ Michael Holthaus: "Realisationschancen für Lokales Fernsehen am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberechnung für ausgewählte Gebiete Nordrhein-Westfalens", Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 44/1995. Köln 1995, S.11.

digen Ressortchefs des Bundes und der Länder über grundsätzliche Fragen der Raumordnung und Landesplanung beraten und Empfehlungen abgeben, benutzt den Begriff der "Verdichtungsräume".

Die Abgrenzung dieser Räume basiert auf zwei Merkmalen, die zusammen "Verdichtung" kennzeichnen: "Siedlungsdichte" (Einw. je qkm Siedlungsfläche) und "Anteil der Siedlungs- und Verkehrsfläche an der Gesamtfläche". Zu den Verdichtungsräumen gehören Gemeinden, deren Fläche im Vergleich zum Bundeswert überdurchschnittlich als Siedlungs- und Verkehrsfläche genutzt wird und die gleichzeitig eine über dem Bundeswert liegende Siedlungsdichte aufweisen. Ein weiteres wesentliches Charakteristikum eines Verdichtungsraums ist, dass in ihm mehr als 150 Tsd. Einwohner leben. Dazu zählen in Deutschland 45 Räume.^{70 71} Diese Verdichtungsräume werden in unterschiedlichen Abhandlungen auch als Ballungsräume bezeichnet. Das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung nutzt die folgenden Kategorien zur Charakterisierung einzelner Gebiete in Deutschland:

Tabelle 2: Raumkategorien der Landesplanung

Raumkategorie	Unterkategorie
Agglomerationsräume	Kernstädte, Hochverdichtete Räume, Verdichtete Räume, Ländliche Räume
Verstädterte Kreise	Kernstädte, Verdichtete Räume, Ländliche Räume
Ländliche Kreise	Ländliche Kreise höherer Dichte, Ländliche Kreise geringerer Dichte

Quelle: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung

4.2.3.1.2 Systematik von A.C. Nielsen

Die Definition des Begriffs "Ballungsraum" des Marktforschungsinstitutes A.C. Nielsen orientiert sich an Bevölkerungszahl und -dichte. Nielsen teilt die Bundesrepublik Deutschland in 13 Ballungsräume ein. Generell kennzeichnend für Nielsen-Ballungsräume sind die über dem Bundesdurchschnitt liegende Kaufkraft der Bevölkerung und die überdurchschnittlichen Einzelhandelsumsätze.⁷² Wird für die gesamte Kaufkraft in Deutschland ein Index von 100 angesetzt, dann stehen die 13 Ballungsräume bei 111, der Wert für das übrige Bundesgebiet liegt bei 93.⁷³

Ein Ballungsraum brauche nach Ansicht von Nielsen mindestens eine Million Einwohner, außerdem wird nach poly- und monozentrischen Ballungsräumen unterschieden.

⁷⁰ Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung
(www.bbr.bund.de/raumordnung/raumentwicklung/verdichtungsraum.htm)

⁷¹ Verdichtungsräume und Ballungsrandzonen werden zu sog. "Ordnungsräumen" zusammengefasst.

⁷² <http://medialine.focus.de/PM1D/PM1DB/PM1DBD/PM1DBDA/PM1DBDAA/pm1dbdaa.htm?buchst=N&snr=2334>

⁷³ vgl. Koschnik, Wolfgang: "Standard-Lexikon für Mediaplanung und Mediaforschung in Deutschland" 2. überarbeitete Auflage. Band 1 München, London, Paris 1995, S. 238.

Polyzentrische Ballungsräume besitzen lt. Nielsen

- mehrere Kerne (Stadtkreise) mit einer Bevölkerungsdichte von mindestens 2.000 Einwohnern/qkm;
- unmittelbar verbundene Städte mit mindestens 1.000 Einwohnern/qkm
- oder Landkreise mit mindestens 400 Einwohnern/qkm.⁷⁴

Monozentrische Ballungsräume hingegen haben lt. Nielsen:

- ein Zentrum (Kreis/Stadt) mit 500.000 Einwohnern und einer Bevölkerungsdichte von 1.500 Einwohnern/qkm;
- unmittelbar verbundene Kreise mit mindestens 400 Einwohnern/qkm;
- und/oder Landkreise, die eine hohe Bedeutung als Standort für Verbrauchermärkte aufweisen.^{75 76}

Tabelle 3: Nielsen Ballungsräume

Nielsen-Ballungsraum		Anzahl der Einwohner in Mio. (Stand 2000)	Nielsen-Ballungsraum		Anzahl der Einwohner in Mio. (Stand 2000)
Nr.	Name		Nr.	Name	
1	Hamburg	3,270	7	Stuttgart	2,345
2	Bremen/ Bremerhaven	0,740	8	Nürnberg	1,016
			9	München	2,598
3	Hannover	1,114	10	Berlin gesamt	3,387
4	Rhein-Ruhr	11,069	11	Leipzig Halle	1,442
5	Rhein-Main	2,659	12	Chemnitz/Zwickau	1,068
6	Rhein-Neckar	1,458	13	Dresden	1,028

Quellen: Nielsen-Ballungsraum-Zeitungen (www.nbrz.de) und GfK-Basis-Zahlen 2002 in www.nbrz.de/downloads/de/nbrz_map.pdf (aktiv 01/03)

⁷⁴ Nielsen Werbeforschung S+P und Horizont: "Werbetrends in den klassischen Medien 1994 - Eine 5-Jahresübersicht", Frankfurt 1995, S. 14. ff

⁷⁵ Nielsen Werbeforschung S+P und Horizont: "Werbetrends in den klassischen Medien 1994 - Eine 5-Jahresübersicht", Frankfurt 1995, S. 14. ff

⁷⁶ Nach dieser Definition zählt z.B. München mit durchschnittlich 4.260 Einwohner/qkm zu der Kategorie der monozentristischen Ballungsräume. München lag 1999 knapp 32 Prozent (131,8) über dem durchschnittlichen Kaufkraftindex. Quellen: Statistisches Amt der Landeshauptstadt München: "Münchener Statistik.", Heft 2. 1996, S. 36 und Gesellschaft für Konsumforschung (GfK): "Fernsehnutzung in der BRD", Nürnberg 1999, S. 45

Der Ballungsraum Rhein-Main hingegen ist als polyzentrisch zu betrachten, denn die Kernstädte Frankfurt und Offenbach besitzen eine Bevölkerungsdichte von mehr als 2.000 Einwohner/qkm. In diesem Ballungsraum leben etwa 2,6 Mio. Menschen. Der Kaufkraftindex lag entsprechend einer Studie der Gesellschaft für Fernsehforschung (GfK) 1999 bei 122 (Bundesdurchschnitt: 100). Die Kaufkraft ist ein Indikator für ein wirtschaftlich homogenes Gebiet. Sie ist aber auch ein indirekter Maßstab der Attraktivität eines Sendegebietes für die werbetreibende Wirtschaft. Quellen: Schrape, Klaus / Gafke, Sabine: "Wirtschaftlichkeitschancen für Ballungsraumfernsehen in der Region Rhein-Main - Ein Gutachten der Prognos AG - Im Auftrag der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR)" Schriftenreihe der LPRHessen (Hrsg.) Band 1, München 1996, S. 15. und Gesellschaft für Konsumforschung (GfK): "Fernsehnutzung in der BRD", Nürnberg 1999, S. 44. Media-ABC: "Kaufkraft. Mediagruppe München", 6. überarbeitete Auflage, München 2000

4.2.3.1.3. Systematik von Aschpurwis und Behrens

Eine weitere Systematik zur Abgrenzung von Ballungs- und Verdichtungsräumen ist das "BIK-Stadtregionenkonzept" von der Aschpurwis und Behrens Markt-, Medien- und Regionalforschung, das vor allem sozioökonomische und funktionale Abgrenzungskriterien verwendet. Zu einer "BIK-Region" gehören die Gemeinden, deren Pendlerpriorität (Arbeitsort der größten Fraktion der Auspendler) auf die Kernstadt einer BIK-Region ausgerichtet ist, und diese Pendlerquote mindestens 7 Prozent beträgt.⁷⁷

Die Ballungsräume sind lt. Aschpurwis und Behrens große Agglomerationen, in denen die Kernstädte mit ihrem Umland mindestens 750.000 Einwohner erfassen. Die BIK-Stadtregionen-Systematik besteht an erster Stelle aus sog. "BIK-Regionstypen" die wiederum in sog. "BIK-Strukturtypen" unterteilt werden:

Tabelle 4: BIK-Stadtregionensystematik

Regionstyp	Strukturelle Merkmale	BIK-Strukturtypen
Ballungsraum	Agglomerationsräume (Kernstädte mit Umland) mit mindestens 750 Tsd. Einwohnern	Kernbereich Verdichtungsbereich Übergangsbereich Peripherer Bereich
Stadtregion	Verdichtungs- und Verflechtungsbereiche mit mindestens 100 Tsd. Einwohnern	
Mittelzentrengebiet	Kernstadt und Umland mit mind. 25 bis 100 Tsd. Einwohnern	
Unterzentrengebiet	Kleine Verflechtungsgebiete mit 6 bis 25 Tsd. Einwohnern	
Keine BIK-Region		

Quelle: BIK Aschpurwis + Behrens GmbH: "BIK Regionen – Ballungsräume, Stadtregionen, Mittel-/ Unterzentrengebiete – Methodenbeschreibung zur Aktualisierung 2000"

Durch die Addition der Bevölkerung in den Strukturtypen 1 bis 4 existieren lt. BIK-Systematik ebenfalls 13 Ballungsräume in Deutschland.

Tabelle 5: BIK-Ballungsräume

BIK-Ballungsraum	Einwohner in Mio. (Stand 1993)	BIK-Ballungsraum	Einwohner in Mio. (Stand 1993)
Ruhrgebiet	7,757	Stuttgart-Esslingen-Ludwigsburg-Böblingen	1,765
Berlin-Potsdam	4,203	Ludwigshafen-Mannheim-Heidelberg-Worms	1,406
Frankfurt-Offenbach-Hanau-Rüsselsheim Wiesbaden/Mainz	2,929	Nürnberg-Fürth-Erlangen	1,246
		Hannover	1,180
Hamburg	2,538	Bremen	0,938
München	2,373	Leipzig/Halle*	k.A.
Köln-Leverkusen	1,887	Dresden*	k.A.

* Ableitung aus der Grafik BIK-Regionen: Regionstypen in "BIK Regionen – Ballungsräume, Stadtregionen, Mittel-/ Unterzentrengebiete, Methodenbeschreibung zur Aktualisierung 2000"

Quellen:

- Behrens, Kurt und Marhenke, Wolfgang: " Die Abgrenzung von Stadtregionen und Verflechtungsgebieten in der Bundesrepublik Deutschland" in "Statistik und Landeskunde – Jahrbuch 1995/1996", Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg.), Stuttgart 1997, S. 165 ff
- BIK Aschpurwis + Behrens GmbH: "BIK Regionen – Ballungsräume, Stadtregionen, Mittel-/ Unterzentrengebiete, Methodenbeschreibung zur Aktualisierung 2000" / www.bik-gmbh.de/texte/BIK-Regionen2000.pdf (aktiv 01/03)

⁷⁷ Mindestens 7 Prozent der Wohnbevölkerung müssen als sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in die Kernstadt einer BIK-Region einpendeln, damit eine Gemeinde zu einer BIK-Region gezählt werden kann.

Der wesentliche Unterschied zwischen A.C. Nielsen und Aschpurwis und Behrens liegt darin, dass Aschpurwis und Behrens die Stadtregion Chemnitz nicht als Ballungsraum definiert, dafür aber die Region "Rhein-Ruhr" in die Ballungsräume "Ruhrgebiet" und "Köln/Leverkusen" aufteilt.

Aschpurwis und Behrens sind Kooperationspartner der ag.ma und der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) in den Bereichen Stichprobenbildung und Stichprobenziehung. (vgl. Abschnitt 15.2.4.1 Stellenwert der AGF/GfK Zahlen) Die BIK-Stadtregionen bilden zudem seit 1992 die Grundlage der Media-Analyse (MA).⁷⁸ Die BIK-Gemeindegrößenklassen bilden seit 1997 die Grundlage zur Schichtung des Stichprobensystems der AGF/GfK Fernsehforschung.⁷⁹

4.2.3.2 Verwendung des Begriffs "Ballungsraumfernsehen"

Im deutschen Regional- und Lokalfernsehmarkt wird der Begriff "Ballungsraumfernsehen" nicht analog zu den oben dargestellten Systematiken verwendet. Die einzelnen Landesmedienanstalten definieren jeweils die größten subnationalen Sender in ihrem Bundesland als Ballungsraum-TV-Sender. Hiervon verbreitet die überwiegende Anzahl ihr Programm in den Gebietsgrenzen eines der von A.C. Nielsen und Aschpurwis und Behrens definierten Ballungsräume.

Tabelle 6: Subnationale TV-Sender in Ballungsräumen

Nielsen-Ballungsraum	TV-Sender	Personen in Empfangshaushalten (in Mio.)
Hamburg	HH 1 (Hamburg 1)	1,879
Bremen/Bremerhaven	–	–
Hannover	–	–
Rhein-Ruhr	tv.nrw	6,030
Rhein-Main	rm tv (Rhein-Main-TV)	2,568
Rhein-Neckar	RNF plus (Rhein Neckar Fernsehen)	0,911
Stuttgart	–*	-
Nürnberg	Franken Fernsehen	0,755
München	tv.münchen	1,259
Berlin	TV.Berlin	3,511
	FAB (Fernsehen aus Berlin)	3,900
Leipzig Halle	Leipzig Fernsehen**	0,599
Dresden	Dresden Fernsehen**	0,729
Chemnitz/Zwickau	Chemnitz Fernsehen**	0,326

* Die Lizenz für einen subnationalen Sender in Stuttgart, die bis Ende 2002 von B.TV Württemberg gehalten wurde, ist bislang nicht neu vergeben worden.

** Die Programme in Leipzig, Chemnitz und Dresden werden auf nationaler Ebene im Rahmen des Ballungsraumfernsehen in Deutschland Programm- und Vermarktungsgesellschaft mbH gemeinsam vermarktet. Damit erzielen diese drei Programme eine Gesamt-Reichweite von 1,65 Mio. Zuschauern

Quellen: NFO Infratest MediaResearch Analyse "Ballungsraumfernsehen" 2002, Eigene Berechnung

⁷⁸ <http://medienforschung.zdf.de/LexikonFernsehforschung>

⁷⁹ Innerhalb dieser Gruppen können bei der AGF/GfK-Datenauswertung weitere Auswertung nach Bundesland und Empfangsebenen (Kabel, Satellit, Terrestrik) vorgenommen werden.

Quelle:<http://medienforschung.zdf.de/LexikonFernsehforschung>

Es werden jedoch auch regionale Fernsehsender als Ballungsraum-TV-Sender bezeichnet, die ihr Programm nicht in einem der oben aufgeführten Ballungsräume verbreiten. Aschpurwis und Behrens bezeichnet diese Gebiete als "Stadtregionen".⁸⁰ Nach der Systematik der Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO) gehören diese Gebiete zu den sog. "Verdichtungsbereichen".⁸¹

Tabelle 7: Weitere Ballungsraum-TV-Sender lt. ALM-Kategorisierung

Regionen	TV-Sender	Personen in Empfangshaushalten (in Mio.)
Saarbrücken / Saarland	Saar TV	0,497
Baden-Württemberg		
Karlsruhe / Baden	R.TV Karlsruhe	0,550
Friedrichshafen	Euro 3	0,400
Freiburg	TV Südbaden	0,421
Sachsen	VRF Vogtland Regionalfernsehen	0,203

Quelle: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM)

Aufgrund der Tatsache, dass der Begriff "Ballungsraumfernsehen" von den einzelnen Landesmedienanstalten sehr weit gefasst wird, treten große Unterschiede bei der technischen Reichweite auf, von teilweise nur 200 Tsd. Personen bis über 6 Mio. Personen. Die unterschiedlichen Reichweitenpotenziale führen bei den einzelnen Sendern zu großen Unterschieden im Programmumfang. (vgl. Abschnitt 8.2.5 Programmunterschiede zwischen großen Ballungsraum-TV-Sendern und mittleren und kleinen Regional- und Lokal-TV-Sendern)

Während die kleineren Ballungsraum-TV-Sender z.B. täglich nur 60 Minuten originäres Programm produzieren, erstellen die großen Ballungsraum-TV-Sender ein Programmangebot mit täglich mehreren Ausgaben der regionalen oder lokalen Nachrichtensendung, sowie mit zusätzlichen tagesaktuellen Magazinsendungen. Auf Basis der technischen Reichweite und des Programmumfangs lassen sich diese Sender in große und kleinere Ballungsraum-TV-Sender unterteilen:

⁸⁰ Stadtregionen sind lt. Aschpurwis und Behrens Markt-, Medien- und Regionalforschung größere Verdichtungs- und Verflechtungsbereiche mit mindestens 100.000 Einwohnern. In den 132 Stadtregionen leben 37,2% der Bevölkerung in 24,2% der Gemeinden. *Quelle: Aschpurwis und Behrens Markt-, Medien- und Regionalforschung*

⁸¹ Zudem werden alle Städte, in denen diese als "Ballungsraumfernsehen" deklarierten Sender stationiert sind, in der Landesplanung der einzelnen Bundesländer als "Oberzentren" definiert. Ausnahme bildet Friedrichshafen. Die Stadt nimmt in der Landesplanung von Baden-Württemberg nur den Status eines Mittelzentrums ein, übernimmt jedoch für die Region Bodensee Funktionen eines Oberzentrums. *Quelle: Entwurf des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg (Stand 03.07.2000)*

Tabelle 8: Unterteilung der Ballungsraum-TV-Sender in Deutschland

Größe der Ballungsraum-TV-Sender	Abgrenzungskriterien	Zuordnung der Sender
Große Ballungsraum-TV-Sender	Techn. Reichweite: > 200 Tsd. HH Programmumfang: Ø mehr als 60 Minuten originäres, tagesaktuelles Programm pro Wochentag	Hamburg 1, TV.Berlin, tv.münchen, RNF Plus, tv.nrw, Saar TV, Rhein-Main-TV
Kleinere Ballungsraum-TV-Sender	Techn. Reichweite: < 200 Tsd. HH Programmumfang: Ø 60 Minuten originäres, tagesaktuelles Programm pro Wochentag	Leipzig Fernsehen, Dresden Fernsehen, Chemnitz Fernsehen, TV-Südbaden, Euro 3, Vogtland Regionalfernsehen

Quelle: Eigene Darstellung

4.2.4 Zusammenfassung

In diesem Abschnitt werden die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Begriffe "Lokalfernsehen", "Regionalfernsehen" und "Ballungsraumfernsehen", so wie sie im Markt verwendet werden, anhand von zwei Kriterien verdeutlicht:

- die Größe des Verbreitungsgebietes in einem Bundesland und
- der räumliche Schwerpunkt der Berichterstattung.⁸²

Tabelle 9: Verbreitungsgebiete und Schwerpunkt der Berichterstattung subnationaler Fernsehsender

Subnationale-TV-Sender	Größe des Verbreitungsgebietes in einem Bundesland		Räumlicher Schwerpunkt der Berichterstattung	
	<i>Untergrenze in Bezug auf eine Verwaltungsebene</i>	<i>Obergrenze in Bezug auf eine Verwaltungsebene</i>	<i>Eindeutiges Zentrum der Berichterstattung</i>	<i>Eindeutige Grenze der Berichterstattung</i>
Lokal-TV i.e.S.	nein	ja	ja	ja
Regional-TV	ja	nein	abhängig von Verbreitungsgebiet	nein
Ballungsraum-TV	ja	nein	und Programmphilosophie	nein

Quelle: Adaption der Tabelle: "Raumkriterien unterschiedlicher Formen regionaler und lokaler Berichterstattung im Vergleich" in Nafziger, Rolf: "Wirtschaftlichkeitsanalyse für Ballungsraumfernsehen – Modelltheoretische Untersuchungen aus Sicht potentieller Investoren", Wiesbaden 1997, S. 29

Als Lokalfernsehen werden in Deutschland Fernsehsender bezeichnet, deren Verbreitungsgebiet sich auf eine Gemeinde und deren Umland konzentriert. Dementsprechend befindet sich das Zentrum der Berichterstattung in dieser Gemeinde.

Für Regionalfernsehsender existiert keine genaue räumliche Zuordnung. Alle Sender, deren Verbreitungsgebiet eine Gemeinde überschreitet, können als Regionalfernsehsender bezeichnet werden. Ob die Berichterstattung über ein Zentrum verfügt, hängt von der Struktur des Verbreitungsgebietes und der Programmphilosophie des Senders ab.

⁸² Die Berichterstattung findet vornehmlich im Rahmen der regionalen oder lokalen Nachrichtensendungen statt, die das Kernelement der Regional- und Lokal-TV-Programme darstellen. (vgl. Abschnitt 8.2 Programminhalte)

Sender die nur in einem Landkreis verbreitet werden, können demnach ein Programm für den ganzen Landkreis machen, oder ihre Berichterstattung auf die Kreisstadt konzentrieren. Für Sender, die ihr Programm in mehreren Landkreisen verbreiten, besteht das Problem, dass sie über kein eindeutiges Zentrum der Berichterstattung verfügen. Hier gilt es, das Informationsbedürfnis mehrerer Kreisstädte und evtl. der umliegenden Städte und Gemeinden zu bedienen.

Ballungsraum-TV-Sender strahlen ihr Programm nicht nur innerhalb der Ballungsraumzentren, sondern auch in das angrenzende Umland (Einzugsgebiete/Randgebiete) aus. Dies geschieht terrestrisch und über Kabel. Damit existiert keine konkrete räumliche Obergrenze für Ballungsraum-TV-Sender. Die Berichterstattung konzentriert sich jedoch jeweils auf das Zentrum des Ballungsraums.⁸³

Aufgrund des hohen Identifikationspotenzials eines Ballungsraumzentrums haben es Ballungsraum-TV-Sender bei der Fokussierung ihrer Berichterstattung in monozentrischen Ballungsräumen einfacher als in polyzentrischen Ballungsräumen.⁸⁴ (vgl. Ballungsraum-Definition von AC-Nielsen). Die Ballungsraum-TV-Veranstalter in monozentrischen Ballungsräumen können daher auch als große Lokal-TV-Sender bezeichnet werden. In polyzentrischen Ballungsräumen muss sich die Berichterstattung auf die einzelnen Kernstädte verteilen. In diesem Fall können die Ballungsraum-TV-Sender eher als große Regional-TV-Sender bezeichnet werden.⁸⁵

4.3 Begriffliche Operationalisierung

4.3.1 Größenklassen von Regional- und Lokal-TV-Sendern in Deutschland

Der Forschungsschwerpunkt dieser Untersuchung liegt auf kommerziell orientierten Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern, die unterhalb der Kategorie "Ballungsraumfernsehen" angesiedelt sind. Die Begriffe "Lokalfernsehen", "Regionalfernsehen", und "Ballungsraumfernsehen" können jedoch nicht als trennscharfe Kategorien verwendet werden, da sie keine klaren Aussagen zur Größe der Sender enthalten.

Um eine Abgrenzung des Untersuchungsschwerpunktes vornehmen zu können, müssen daher Kriterien entwickelt werden, die eine Unterscheidung der Regional- und Lokal-TV-Veranstalter in unterschiedliche Kategorien ermöglichen. Da es sich bei dieser Untersuchung um eine deutschlandweite Analyse handelt, müssen diese Kategorien

⁸³ Nafziger, Rolf: "Wirtschaftlichkeitsanalyse für Ballungsraumfernsehen – Modelltheoretische Untersuchungen aus Sicht potentieller Investoren", Wiesbaden, 1997, S. 8

⁸⁴ Gerade in polyzentrischen Ballungsräumen ist es häufig der Fall, dass die mit dem Begriff "Region" verbundene Homogenität eines Raums nicht mehr gegeben ist und sich das Zugehörigkeitsgefühl der Bevölkerung auf die verschiedenen Zentren verteilt.

⁸⁵ Dieses Problem stellt sich Deutschland für tv.nrw, die ihr Programm im Ballungsraum "Rhein-Ruhr" verbreiten. Hier gilt es in der Berichterstattung sehr unterschiedliche Regionen abzudecken: das Ruhrgebiet mit seinen Zentren Dortmund, Essen, Duisburg und die Rhein-Metropolen Düsseldorf und Köln.

auf alle Regional- und Lokal-TV-Märkte in den einzelnen Bundesländern anwendbar sein.

Dies ist besonders für die Datenauswertung der deutschlandweiten telefonischen Befragung aller kommerziell orientierten Regional- und Lokal-TV-Veranstalter mit Reichweiten von mehr als 1.000 Haushalten von Bedeutung. Nur durch die Entwicklung trennscharfer Größenklassen werden die erhobenen Daten operationalisierbar und es können Unterschiede zwischen verschiedenen großen Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern herausgearbeitet werden.

Ein wesentliches Unterscheidungskriterium für die Entwicklung unterschiedlicher Kategorien ist die Anzahl der technisch erreichbaren Haushalte. Dadurch können die einzelnen Sender in unterschiedliche "Größenklassen" eingeteilt werden. Für eine weitere Spezifizierung der Größenklassen können zusätzlich Unterschiede in der Programmleistung herangezogen werden. Zur Definition der Programmleistung wird der jeweilige Programmumfang in Programmstunden bzw. Programmminuten berechnet.⁸⁶ Die tatsächliche Programmleistung eines Regional- und Lokal-TV-Senders lässt sich am deutlichsten anhand des Umfangs originärer (selbst produzierter) neuer Bewegtbildinhalte messen, die pro Tag bzw. pro Woche produziert werden.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Größenklassen der Regional- und Lokal-TV-Veranstalter dargestellt, die sich nach eingehender Analyse der Regional- und Lokal-TV-Märkte zur Bildung unterschiedlicher Kategorien eignen und im Rahmen dieser Untersuchung Anwendung finden.

Es gilt jedoch zu beachten, dass die beschriebene Programmleistung der einzelnen Größenklassen nur ein Tendenzmerkmal darstellt. Die Bildung homogener Größenklassen auf Basis der technischen Reichweite und Programmleistung ist nicht möglich. In vielen Fällen können die technische Reichweite und der Programmumfang neuer, selbstproduzierter Bewegtbildinhalte nicht in Übereinstimmung gebracht werden.

Die landesspezifischen Rahmenbedingungen in Bezug auf

- medienrechtliche Bestimmungen und Lizenzvorschriften,
- die zur Verfügung stehenden Fördermöglichkeiten,
- existierende Programm- und Vermarktungsk Kooperationen,
- die unterschiedlichen regionalen Kabelnetzinfrastrukturen und
- die Wirtschaftskraft der einzelnen Regionen und Bundesländer

wirken sich stark auf die Programmleistung der einzelnen Regional- und Lokal-TV-Veranstalter aus.⁸⁷

⁸⁶ Dazu gehören der Gesamt-Programmumfang (Sendeleistung) pro Tag, der Umfang des originären Eigenprogramms pro Tag (inkl. Wiederholungen) und der Umfang tagesaktueller (originäre) Neuproduktion bzw. der Umfang (originärer) Neu-Produktion pro Woche.

⁸⁷ In Ostdeutschland senden auch einige Regional- und Lokal-TV-Veranstalter trotz größerer Verbreitungsgebiete kein tagesaktuelles Programm, weil eine Versorgung der kleinteiligen regionalen Kabelnetze nur durch einzelne Sendeabwicklungen an den Einspeisepunkten (Video-Recorder an jeder Kopfstation) realisiert werden kann. (vgl. Abschnitt 10.2.2.2 Manuelle Einspeisung)

Darüber hinaus bestimmen die unterschiedlichen Programmphilosophien der Veranstalter sowie die zur Verfügung stehenden Finanzmittel des Senders den Programmumfang.

Dies führt insgesamt zu deutlichen Programmunterschieden bei Regional- und Lokal-TV-Sendern mit gleicher technischer Reichweite. In den einzelnen Bundesländern existieren bei den Sendern daher eine Vielzahl von Ausnahmen, die entweder aufgrund der Größe des Verbreitungsgebietes oder aufgrund des Programmumfangs nicht in das nachfolgende Schema hineinpassen.

Tabelle 10: Kategorisierung der Regional- und Lokal-TV-Sender in Deutschland

Kategorie	Techn. Reichweite	Tendenzielle Programmleistung: Umfang an originärem, aktuellem Programm
Große Regional- und Lokal-TV-Veranstalter (Ballungsraumfernsehen)	Mehr als 200 Tsd. HH	Mehr als eine Stunde originäres tagesaktuelles Programm
Mittlere Regional- und Lokal-TV-Veranstalter	Zwischen 50 und 200 Tsd. HH	Zwischen 30 und 60 Minuten originäres tagesaktuelles Programm
Kleinere Regional- und Lokal-TV-Veranstalter	Zwischen 10 und 50 Tsd. HH	Unter 30 Minuten originäres tagesaktuelles Programm / kein tagesaktuelles Programm
Kleine Stadtkanäle in Ostdeutschland	Unter 10 Tsd. HH	Unter 30 Minuten originäres tagesaktuelles Programm / kein tagesaktuelles Programm

Quelle: Eigene Darstellung

Auf Basis dieser Kategorisierung liegt der Forschungsschwerpunkt dieser Untersuchung auf den mittleren und kleineren Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern. Bei Aussagen, die sich konkret auf diese Größenklasse beziehen, wird im Rahmen dieser Untersuchung die Begriffskombination "Mittlere und kleinere Regional- und Lokal-TV-Veranstalter" verwendet.

Für eine allgemeine Beschreibung aller subnationalen Fernsehveranstalter wird die Begriffskombination "Regional- und Lokal-TV-Veranstalter" verwendet. Im Einzelfall wird auch nur von Regional- und Lokal-TV gesprochen, wenn diese Begriffe von einzelnen Landesmedienanstalten für eine bestimmte Gruppe von TV-Veranstaltern verwendet werden.

Die Gruppe der Regional- und Lokal-TV-Veranstalter mit Reichweiten über 200 Tsd. Haushalte wird im Rahmen dieser Untersuchung als "Ballungsraum-TV-Sender" bezeichnet. Diese Gruppe wird aufgrund ihrer Größe bei der Entwicklung von Optimierungsvorschlägen nicht konkret berücksichtigt. Hier ist jedoch die Unschärfe bei den Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern zu beachten, deren Reichweiten deutlich unterhalb von 200 Tsd. Haushalten liegen, die jedoch dem Verbund der Ballungsraum-TV-Sender (AK Ballungsraumfernsehen) angehören. Diese Sender werden trotz ihrer Zuordnung im Markt als Ballungsraum-TV-Sender in die konkrete Betrachtung mit einbezogen.

Bei den kleinen, lokalen Stadtkanälen mit Reichweiten unter 10 Tsd. Haushalte, wie sie in Ostdeutschland vermehrt auftreten, wird durch die mangelnde technische Reichweite die Grenze für einen wirtschaftlich sinnvollen Betrieb häufig unterschritten. Oftmals werden diese Sender amateurhaft betrieben. Der Sender stellt mehr eine Art Freizeitbeschäftigung für die Veranstalter dar. Sie betreiben ihr Geschäft aus Interesse am jeweiligen lokalen Verbreitungsgebiet (Ort, Gemeinde), aus Technikbegeisterung oder aus journalistischen Motiven. Gewinnwirtschaftliche Interessen stehen bei vielen Veranstaltern im Hintergrund. Die zur Verfügung stehenden finanziellen, technischen und personellen Ressourcen sind minimal. Aus diesem Grund sind die in dieser Untersuchung entwickelten Optimierungsvorschläge für diese Sender nur bedingt anwendbar. Dies gilt besonders für die Kleinstsender mit Reichweiten unterhalb von 1.000 Haushalten.

4.3.2 Marktüberblick: Größenklassen von Regional- und Lokal-TV-Sendern in den einzelnen Bundesländern

In der nachfolgenden Tabelle werden die einzelnen Regional- und Lokal-TV-Märkte auf Basis der in Abschnitt 4.3.1 definierten Größenklassen dargestellt. Dabei zeigt sich, dass von den 209 kommerziellen Regional- und Lokal-TV-Sendern in Deutschland 117 Sender über eine Reichweite von mehr als 10 Tsd. Haushalten verfügen. Die Mehrzahl der Sender in Westdeutschland hat eine Reichweite zwischen 50 und 200 Tsd. Haushalten. In Ostdeutschland verfügt die Mehrzahl der Sender nur über Reichweiten von 10 bis 50 Tsd. Haushalten.

Tabelle 11: Anzahl der Regional- und Lokal-TV-Sender in den einzelnen Bundesländern

Bundesland	Haushalte in Mio.	Große Regional-TV-Sender / Ballungsraum-TV-Sender (RW > 200 Tsd. HH)	Mittlere und kleinere Regional- u. Lokal-TV-Sender (RW > 50 Tsd. < 200 Tsd. HH)	Kleine Lokal-TV-Sender / Stadtkanäle (RW > 10 Tsd. < 50 Tsd. HH)	Kleinstsender / Stadtkanäle / Nachbarschaftskanäle / Info-Kanäle (RW < 10 Tsd. HH)
Schleswig-Holstein	1,33	-	1	1	-
Hamburg	0,92	1	-	-	-
Mecklenburg-Vorpommern	0,83	-	3	8	7
Bremen	0,36	-	-	-	-
Niedersachsen	3,65	-	-	-	-
Berlin/Brandenburg	3,04	2	3	17	11 > 1.000 HH 1 < 1.000 HH (Gesamt 12)
Sachsen-Anhalt	1,21	-	4	4	5 > 1.000 HH 3 < 1.000 HH (Gesamt 8)
Sachsen	2,12	2	4	19	40 > 1.000 HH 20 < 1.000 HH (Gesamt 60)
Thüringen	1,10	-	3	9	5
Nordrhein-Westfalen	8,35	1	-	-	-
Hessen	2,83	1*	-	-	-
Rheinland-Pfalz	1,82	2**	2	3	-
Baden-Württemberg	4,78	2**	5	-	-
Saarland	0,51	1	-	-	-
Bayern	5,58	2	15	2	-
Gesamt	38,43	14	40	63	68 > 1.000 HH 24 < 1.000 HH (Gesamt 92)

* Der Sender Rhein-Main-TV (rm tv) startete erst Ende Oktober 2003 und wurde im Rahmen der Marktanalyse und Telefonbefragung nicht berücksichtigt.

** Der Ballungsraum-TV-Sender RNF Plus verbreitet sein Programm sowohl in Rheinland-Pfalz als auch in Baden-Württemberg sowie in einer grenznahen Region in Hessen

Quellen: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), Eigene Darstellung