

Anhang C

Ergebnisse der Programminhaltsanalyse von lokalen Fernsehprogrammen (Häufigkeiten und Prozentangaben)

Sendername		Frequency	Percent
Valid	Wienerwald TV	18	4,5
	Tirol TV	81	20,3
	Eferdinger Fernsehen	45	11,3
	Kanal 3	36	9,0
	WNTV	78	19,5
	yes TV	45	11,3
	Ranger TV	29	7,2
	Untersberg TV	17	4,3
	BKF	32	8,0
	Laa TV	12	3,0
	BKKTV	7	1,8
	Total	400	100,0

Beitragsart		Frequency	Percent
Valid	Einzelbeitrag	7	1,8
	Beitrag innerhalb einer Sendung	124	31,0
	Beitrag innerhalb einer Nachrichtensendung	2	0,5
	Themenvorspann/Übersicht	6	1,5
	Einzelwerbung	2	0,5
	Teil eines Werbeblocks	131	32,8
	An- und Abmoderation eines Beitrags	86	21,5
	An- und Abmoderation einer Sendung	24	6,0
	Kurzüberblick	11	2,8
	Wetter	7	1,8
	Total	400	100,0

Beiträge Ressort Politik			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	377	94,3
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	23	5,7
	Bau und Verkehr	2	0,5
	Wahlen, Wahlkampf	3	0,8
	Parteien	2	0,5
	Institutionen	3	0,8
	Bildung	1	0,3
	Gesundheit	1	0,3
	Landwirtschaft	4	1,0
	Sicherheit, Justiz	3	0,8
	Umwelt, Naturschutz	1	0,3
	Sonstiges	3	0,8
	Total	400	100,0

Beiträge Ressort Wirtschaft			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	357	89,3
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	43	10,7
	Messen	1	0,3
	Unternehmen	32	8,0
	Arbeitsmarkt	2	0,5
	Geschäfte, Läden	6	1,5
	Sonstiges	2	0,5
	Total	400	100,0

Beiträge Ressort Sport			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	354	88,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	46	11,5
	Fußball	6	1,5
	Schifahren, Snowboarding	3	0,8
	Fahrrad, Mountainbiking	4	1,0
	Leichtathletik	2	0,5
	Eishockey, Eislaufen	2	0,5
	Motorsport	4	1,0
	Wassersport	4	1,0
	Golf	2	0,5
	Fitness	1	0,3
	Laufen, Joggen, Marathon	1	0,3
	Flugsport	5	1,3
	Sonstiges	12	3,0
	Total	400	100,0

Beiträge Ressort Kultur			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	346	86,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	54	13,5
	Theater, Bühnenstück	2	0,5
	Musik-Klassik	4	1,0
	Musik-U-Musik	9	2,3
	Musik-Volksmusik	2	0,5
	Musiktheater	1	0,3
	Literatur, Lesung	1	0,3
	Tradition	12	3,0
	Kabarett, Comedy	4	1,0
	Film	1	0,3
	Tanz	7	1,8
	Sonstiges	11	2,8
	Total	400	100,0

Beiträge Ressort Religion			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	394	98,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	6	1,5
	Predigten, Ansprachen von Geistlichen	1	0,3
	Sonstiges	5	1,3
	Total	400	100,0

Beiträge Ressort Gesellschaft			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	386	96,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	14	3,5
	Feste, Feiern	3	0,8
	Kulturelle Veranstaltungen	5	1,3
	Personenportraits	3	0,8
	Jubiläum	1	0,3
	Charity	2	0,5
	Total	400	100,0

Beiträge Ressort Service			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	372	93,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	28	7,0
	Kochen, Gastronomie	4	1,0
	Familie	1	0,3
	Verbraucherinformationen	3	0,8
	Tiere, Tierhaltung	3	0,8
	Auto, Motorrad	1	0,3
	Veranstaltungskalender	2	0,5
	Wohnen, Bauen	1	0,3
	Feuerwehr/Polizei/Rettung	2	0,5
	Gesundheit	9	2,3
	Freizeitaktivitäten	1	0,3
	Alltagstipps	1	0,3
	Total	400	100,0

Beiträge Ressort Bildung			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	390	97,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	10	2,5
	Wissenschaftssendungen	1	0,3
	Umwelt, Natur	1	0,3
	Sonstiges	8	2,0
	Total	400	100,0

Unterhaltung-Fiction			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	398	99,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	2	0,5
	Spielhandlung einmalig	2	0,5
	Total	400	100,0

Unterhaltung-Non Fiction			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	398	99,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	2	0,5
	Gewinnspiel	1	0,3
	Talkshow	1	0,3
	Total	400	100,0

Zielgruppe 1			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	176	44,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	224	56,0
	Kinder	3	0,8
	Jugendliche	7	1,8
	Senioren	2	0,5
	Minderheiten	1	0,3
	Touristen	1	0,3
	Keine besondere Zielgruppe	208	52,0
	Sonstiges	2	0,5
	Total	400	100,0

Zielgruppe2			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	396	99,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	4	1,0
	Jugendliche	1	0,3
	Keine besondere Zielgruppe	2	0,5
	Sonstiges	1	0,3
	Total	400	100,0

Geobezug des Ereignisses			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	172	43,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	228	57,0
	Lokal	216	54,0
	Landesebene	10	2,5
	Bundesebene	2	,5
	Total	400	100,0

Themenaufbereitung			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	137	34,3
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	263	65,7
	Seriös, sachlich	96	24,0
	Unterhaltend	19	4,8
	Rein informativ	133	33,3
	„besonders unterhaltendes“ Infotainment	3	0,8
	Infotainment	12	3,0
	Total	400	100,0

PR-Bericht			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	169	42,3
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	231	57,7
	Als PR-Bericht einzuordnen	116	29,0
	Nicht als PR-Bericht einzuordnen	110	27,5
	Nicht klar erkennbar, ob PR-Bericht	5	1,3
	Total	400	100,0

Sprache			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	14	3,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	486	96,5
	Dialekt	12	3,0
	Dialektfärbung	71	17,8
	Kein Dialekt	303	75,8
	Total	400	100,0

Akteur 1			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	271	67,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	129	32,2
	Politiker	17	4,3
	Wirtschaftstreibende	35	8,8
	NGOs, NPOs	3	0,8
	Sportler	20	5,0
	Künstler	18	4,5
	Geistliche	3	0,8
	Militär	1	0,3
	Vereine	5	1,3
	Schüler	3	0,8
	Experten	2	0,5
	Ärzte	2	0,5
	Feuerwehr, Rettung	2	0,5
	einfacher Bürger	18	4,5
	Total	400	100,0

Geschlecht Akteur 1			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	271	67,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	129	32,2
	weiblich	25	6,3
	männlich	104	26,0
	Total	400	100,0

Geobezug Akteur 1			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	271	67,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	129	32,2
	Lokal	123	30,8
	Landesebene	4	1,0
	Bundesebene	1	0,3
	International	1	0,3
	Total	400	100,0

Akteur 2			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	303	75,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	97	24,2
	Politiker	20	5,0
	Politische Organisationen	1	0,3
	Exekutive	1	0,3
	Wirtschaftstreibende	12	3,0
	Sportler	20	5,0
	Künstler	10	2,5
	Geistliche	1	0,3
	Militär	1	0,3
	Vereine	3	0,8
	Schüler	4	1,0
	Kirchliche Organisationen	1	0,3
	Ärzte	2	0,5
	einfacher Bürger	21	5,3
	Total	400	100,0

Geschlecht Akteur 2			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	303	75,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	97	24,2
	weiblich	20	5,0
	männlich	77	19,3
	Total	400	100,0

Geobezug Akteur 2			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	303	75,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	97	24,2
	Lokal	89	22,3
	Landesebene	5	1,3
	Bundesebene	2	0,5
	International	1	0,3
	Total	400	100,0

Akteur 3			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	312	78,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	88	22,0
	Politiker	16	4,0
	Wirtschaftstreibende	10	2,5
	Sportler	16	4,0
	Künstler	11	2,8
	Geistliche	1	0,3
	Militär	1	0,3
	Vereine	3	0,8
	Schüler	4	1,0
	Kirchliche Organisationen	1	0,3
	Ärzte	3	0,8
	einfacher Bürger	22	5,5
	Total	400	100,0

Geschlecht Akteur 3			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	312	78,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	88	22,0
	weiblich	25	6,3
	männlich	63	15,8
	Total	400	100,0

Geobezug Akteur 3			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	312	78,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	88	22,0
	Lokal	80	20,0
	Landesebene	4	1,0
	Bundesebene	2	0,5
	International	2	0,5
	Total	400	100,0

Präsentationsform Beitrag			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	183	45,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	217	54,2
	Bericht	12	3,0
	Gebauter Beitrag	1	0,3
	Sprechermeldung	72	18,0
	Reportage	92	23,0
	Außeninterview	4	1,0
	Studiogespräch	10	2,5
	Ausschnitte der Aufzeichnung	4	1,0
	Sonstiges	22	5,5
	Total	400	100,0

Gestaltungselemente des Beitrags 1			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	265	66,3
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	135	33,7
	O-Ton	56	14,0
	Interview	70	17,5
	Zu-, Einspielungen	2	0,5
	Sonstige Bestandteile: Grafiken	5	1,3
	Sonstiges	2	0,5
	Total	400	100,0

Gestaltungselemente des Beitrags 2			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	298	74,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	102	25,5
	O-Ton	54	13,5
	Interview	40	10,0
	Zu-, Einspielungen	7	1,8
	Sonstige Bestandteile: Umfragen	1	0,3
	Total	400	100,0

Moderationsart			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	166	41,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	234	58,5
	Moderator	202	50,5
	Off-Sprecher	32	8,0
	Total	400	100,0

Geschlecht Moderator			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	166	41,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	234	58,5
	weiblich	84	21,0
	männlich	150	37,5
	Total	400	100,0

Sprache Moderator			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	166	41,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	234	58,5
	Hochsprache	232	58,0
	Dialektfärbung	2	0,5
	Total	400	100,0

Werbung ohne Kennzeichnung			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	151	37,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	249	62,2
	Enthält keine Werbung ohne Kennzeichnung	242	60,5
	Enthält Werbung ohne Kennzeichnung	7	1,8
	Total	400	100,0

Formen von Sponsoring			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	350	87,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	500	12,5
	Patronanz	29	7,2
	Nennung des Sponsors	3	0,8
	Sponsor im Beitrag sichtbar	18	4,5
	Total	400	100,0

Product Placement			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	221	55,3
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	179	44,7
	Enthält kein Product Placement	156	39,0
	Enthält Product Placement	23	5,8
	Total	400	100,0

Form des Product Placement			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	378	94,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	22	5,5
	Hinweis während Beitrag	3	0,8
	Bekleidungshinweis	7	1,8
	Produkt im Studio	12	3,0
	Total	400	100,0

Präsentationsform der Werbung			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	265	66,3
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	135	33,7
	Werbepspot	133	33,3
	Infomercial, Dauerwerbesendung	1	0,3
	Sonstige	1	0,3
	Total	400	100,0

Beworbene Güter 1			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	195	48,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	205	51,2
	Gastronomie	38	9,5
	Lebensmittel	1	0,3
	Antialkoholische Getränke	1	0,3
	Textilien, Kleidung, Schuhe	23	5,8
	Dienstleistungen	33	8,3
	Bank, Kreditinstitut	1	0,3
	Lagerhaus, Baumarkt	4	1,0
	Veranstaltungen	1	0,3
	Politische Parteien	8	2,0
	Kosmetika, Make-up	2	0,5
	Gesundheit, Apotheke	3	0,8
	Wellness, Fitness, Sport	12	3,0
	Auto, Autohaus	16	4,0
	Tourismus, Fremdenverkehr, Casino	8	2,0
	Lokale Medien	7	1,8
	Bildung	1	0,3
	Schmuck, Uhren, Juwelen	3	0,8
	Wohnen	13	3,3
	Elektro- und elektronische Geräte, Computer	11	2,8
	Mobilfunkbetreiber, Telekommunikation	2	0,5
	Freizeitaktivitäten, Vergnügen	9	2,3
	Sonstiges	8	2,0
	Total	400	100,0

Beworbene Güter 2			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	390	97,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	10	2,5
	Gastronomie	3	0,8
	Alkoholische Getränke	1	0,3
	Textilien, Kleidung, Schuhe	1	0,3
	Lagerhaus, Baumarkt	1	0,3
	Kosmetika, Make-up	1	0,3
	Auto, Autohaus	2	0,5
	Schmuck, Uhren, Juwelen	1	0,3
	Total	400	100,0

Beworbene Güter 3			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	395	98,8
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	5	1,2
	Gastronomie	3	0,8
	Textilien, Kleidung, Schuhe	1	0,3
	Schmuck, Uhren, Juwelen	1	0,3
	Total	400	100,0

Geobezug des Werbetreibenden			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	202	50,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	198	49,5
	Lokal	195	48,8
	International	3	0,8
	Total	400	100,0

Musik/Text			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	180	45,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	220	55,0
	Mit Musik, mit Off-Text	113	28,2
	Mit Musik, ohne Off-Text	29	7,2
	Ohne Musik, mit Off-Text	7	1,8
	Ohne Musik, ohne Off-Text	71	17,8
	Total	400	100,0

Hinweise auf Sendestation-Beginn			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	154	38,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	246	61,5
	nicht vorhanden	211	52,8
	vorhanden	35	8,8
	Total	400	100,0

Hinweise auf Sendestation-Ende			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	154	38,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	246	61,5
	nicht vorhanden	218	54,5
	vorhanden	28	7,0
	Total	400	100,0

Programm-Ankündigungen			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	373	93,3
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	27	6,7
	Unterhaltung	2	0,5
	Sendungen	25	6,3
	Total	400	100,0

Stationskennung			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	108	27,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	292	73,0
	Einblendung Sender-Logo	273	68,3
	Einblendung Schriftzug	14	3,5
	Animiertes Logo	5	1,3
	Total	400	100,0

Präsentationsform, Ankündigungen			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	358	89,5
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	42	10,5
	Spot, Programmtrailer	8	2,0
	Abgefilmte Anzeige	4	1,0
	Schrifttafel	13	3,3
	Standbild	5	1,3
	Sprecher/Ansage	12	3,0
	Total	400	100,0

Füllmaterial			
		Frequency	Percent
Valid	Nicht in dieser Kategorie kodierbar	380	95,0
	In dieser Kategorie kodierbar; davon:	20	5,0
	Impressum	20	5,0
	Total	400	100,0

Anhang D

Ergebnisse der qualitativen Befragung der Nutzer von lokalem Fernsehprogramm

(Häufigkeiten und Prozentangaben)

Alter			
		Frequency	Percent
Valid	13 – 19	5	10,4
	20 – 29	11	22,9
	30 – 39	6	12,5
	40 – 49	7	14,6
	50 – 59	10	20,8
	60 – 69	5	10,4
	70 plus	4	8,3
	Total	48	100,0

Beruf			
		Frequency	Percent
Valid	Schüler, Lehrling	5	10,4
	Student	8	16,7
	Angestellter	13	27,1
	Landwirt	2	4,2
	Hausfrau	3	6,3
	Selbständiger	5	10,4
	Pensionist	11	22,9
	Arbeitslos	1	2,1
	Total	48	100,0

Häufigkeit der Nutzung von lokalem Fernsehen			
		Frequency	Percent
Valid	mehrmals täglich	1	2,1
	täglich	8	16,7
	mehrmals in der Woche	22	45,8
	einmal wöchentlich	8	16,7
	unregelmäßig	9	18,8
	Total	48	100,0

Üblicher Umfang des konsumierten Programms			
		Frequency	Percent
Valid	gesamter Programmdurchlauf	17	35,4
	nur Teile, die bewusst gesucht werden	10	20,8
	nur Teile, die man „zufällig“ findet (Zappen)	21	43,8
	Total	48	100,0

Mehrfachkonsum des Programms			
		Frequency	Percent
Valid	gesamtes Programm mehrfach	17	14,6
	Programmteile mehrfach	13	43,7
	einmaliger Konsum	27	41,7
	Total	48	100,0

Art der Nutzung von lokalem Fernsehen – bewusstes Zusehen			
		Frequency	Percent
Valid	bewusstes Zusehen	28	58,3
	Nebenbeinutzung	14	29,2
	bewusstes Zusehen sowie Nebenbeinutzung	6	12,5
	Total	48	100,0

Auffinden des lokalen Programms (Mehrfachnennungen möglich)			
		Frequency	Percent
Valid	bewusstes, gezieltes Einschalten des lokalen Fernsehprogramms	17	27,4
	Dranbleiben beim Zappen	31	50,0
	Konsum zwischen (zwei) anderen Sendungen auf anderen Sendern	14	22,6
	Total	62	100,0

übliches Tageszeit des Konsums von lokalem Fernsehen			
		Frequency	Percent
Valid	vorwiegend vormittags	0	0,0
	vorwiegend mittags	0	0,0
	vorwiegend nachmittags	3	6,3
	vorwiegend früher Abend	2	4,2
	vorwiegend abends	12	25,0
	vorwiegend nachts	3	6,3
	zu verschiedenen Tageszeiten	28	58,3
	Total	48	100,0

Gründe, warum Befragte LTV schauen (Mehrfachnennungen möglich)			
		Frequency	Percent
Valid	Information über die Region / Stadt und Umgebung	45	28,1
	Man kennt die Menschen im TV	33	20,6
	Man sieht sich selbst	11	6,9
	Man kennt die Moderatoren	9	5,6
	Läuft oft im Hintergrund	8	5,0
	aus Langeweile	6	3,8
	Unterhaltung	16	10,0
	Einsamkeit	2	1,3
	Heimatbezug	21	13,1
	Ablehnung der anderen Sender	1	0,6
	Anderes	8	5,0
	Total	160	100,0

Vermutungen, warum andere Menschen LTV schauen (Mehrfachnennungen möglich)			
		Frequency	Percent
Valid	Information über die Region / Stadt und Umgebung	45	28
	Man kennt die Menschen im TV	25	15,5
	Man sieht sich selbst	26	16,1
	Man kennt die Moderatoren	5	3,1
	Läuft oft im Hintergrund	3	1,9
	aus Langeweile	11	6,9
	Unterhaltung	6	3,7
	Einsamkeit	11	6,8
	Heimatbezug	24	14,9
	Ablehnung der anderen Sender	2	1,2
	Anderes	3	1,9
	Total	161	100,0

Besonders gut gefällt an LTV...
(Mehrfachnennungen möglich)

		Frequency	Percent
Valid	Berichte über lokale Ereignisse	33	11,7
	Berichte über lokale Vereine	20	7,1
	Berichte über lokale Politik	8	2,9
	Berichte über lokale Sportevents	20	7,1
	Berichte über Personen, die in der Region leben	21	7,5
	Berichte über die Region / Brauchtum	17	6
	Berichte über lokale / regionale Persönlichkeiten	17	6
	lokale „Society-Berichte“	8	2,9
	Tourismusbeiträge	0	0
	Wirtschaftliche Beiträge	5	1,8
	Unternehmensvorstellungen	9	3,2
	Berichte über Veranstaltungen/Events/Feste	23	8,2
	Veranstaltungsankündigungen	9	3,2
	Sehen von „bekannten Gesichtern“ im TV	29	10,3
	Sehen von Familie und Freunden im TV	20	7,1
	Selbst im Fernsehen vorkommen	9	3,2
	Lokale Werbung	4	1,4
	Aufbereitung der Berichte	7	2,5
	Gestaltung der ganzen Sendung	9	3,2
	Moderatorin / Moderator	7	2,5
	Präsentation im Dialekt	3	1,1
	Anderes	3	1,1
Total	281	100,0	

Nicht gefällt an LTV... (Mehrfachnennungen möglich)			
		Frequency	Percent
Valid	Berichte über lokale Ereignisse	0	0,0
	Berichte über lokale Vereine	1	1,1
	Berichte über lokale Politik	8	9,1
	Berichte über lokale Sportevents	8	9,1
	Berichte über Personen, die in der Region leben	0	0,0
	Berichte über die Region / Brauchtum	3	3,4
	Berichte über lokale / regionale Persönlichkeiten	2	2,3
	lokale „Society-Berichte“	9	10,3
	Tourismusbeiträge	3	3,4
	Wirtschaftliche Beiträge	5	5,7
	Unternehmensvorstellungen	5	5,7
	Berichte über Veranstaltungen/Events/Feste	2	2,3
	Veranstaltungsankündigungen	0	0,0
	Sehen von „bekannten Gesichtern“ im TV	1	1,1
	Sehen von Familie und Freunden im TV	1	1,1
	Selbst im Fernsehen vorkommen	1	1,1
	Lokale Werbung	7	8,0
	Aufbereitung der Berichte	4	4,5
	Gestaltung der ganzen Sendung	5	5,7
	Moderatorin / Moderator	11	12,5
	Präsentation im Dialekt	1	1,1
	Anderes	11	12,5
Total	88	100,0	

Erwartungen der Rezipienten an lokales Fernsehen (Mehrfachnennungen möglich)			
		Frequency	Percent
Valid	Information über Ereignisse aus der Region	47	33,8
	Information über lokale Politik	10	7,2
	Information über lokale Vereine	21	15,1
	Information über Veranstaltungen	21	15,1
	Unterhaltung	18	13
	Lokale Werbung	9	6,5
	Brauchtum	1	0,7
	Anderes	12	8,6
	Total	139	100,0

Anschlusskommunikation (Mehrfachnennungen möglich)			
		Frequency	Percent
Valid	nein	14	16,5
	mit Partner/in	14	16,5
	in der Familie	24	28,2
	mit Freunden	17	20
	in der Arbeit	11	12,9
	in Vereinen	5	5,9
	Total	85	100,0

Programmempfehlung (Mehrfachnennungen möglich)			
		Frequency	Percent
Valid	nein	17	32,7
	ja, bei besonderen Inhalten	20	38,5
	ja, wegen bestimmter Personen	7	13,5
	ja, grundsätzlich	8	15,4
	Total	52	100,0

**Wissen der Befragten,
auf welchem Programmplatz der lokale Fernsehsender einprogrammiert ist**

		Frequency	Percent
Valid	Ja	31	64,6
	Nein	17	35,4
	Total	48	100,0

**Wissen der Befragten,
an welchem Wochentag das Programm gewechselt wird**

		Frequency	Percent
Valid	Ja	29	60,4
	Nein	19	39,6
	Total	48	100,0

**Wissen der Befragten,
zu welchen Zeiten der Programmblock gesendet wird**

		Frequency	Percent
Valid	Ja	24	50
	Nein	24	50
	Total	48	100,0

**Glauben der Befragten,
ob das lokale Fernsehen das Gemeindeleben fördert**

		Frequency	Percent
Valid	Ja	38	79,2
	Nein	10	20,8
	Total	48	100,0

**Glauben der Befragten,
ob das lokale Fernsehen Einfluß auf das
Gemeinde-, Dorf und Vereinsleben hat**

		Frequency	Percent
Valid	Ja	38	79,2
	Nein	10	20,8
	Total	48	100,0

**Würden die Befragten den lokalen Fernsehsender vermissen,
wenn es ihn nicht mehr gäbe?**

		Frequency	Percent
Valid	Ja	36	75,0
	Nein	12	25,0
	Total	48	100,0

Wie wichtig ist der lokale Fernsehsender für die Befragten?

		Frequency	Percent
Valid	sehr wichtig	13	27,1
	wichtig	19	39,6
	nicht wichtig	5	10,4
	egal	9	18,8
	keine Angabe	2	4,2
	Total	48	100,0

**Gibt es Inhalte, die der ORF nicht sendet,
die aber im lokalen Fernsehen vorkommen?**

		Frequency	Percent
Valid	Ja	45	93,8
	Nein	3	6,3
	Total	48	100,0

**Gibt es Überschneidungen von Themen in „Bundesland heute“ und dem lokalen
Fernsehen?**

		Frequency	Percent
Valid	Ja	12	25,0
	Nein	34	70,8
	Weiß nicht	2	4,2
	Total	48	100,0

Ist die lokale Werbung gut umsetzbar?

		Frequency	Percent
Valid	Ja	35	72,9
	Nein	13	27,1
	Total	48	100,0