



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

Alles bestens?

Eine Untersuchung der inhaltlichen und gestalterischen
Veränderungen von lokalen Fernsehprogrammen durch die
Corona-Krise

verfasst von / submitted by

Jürgen Opitz, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2022 / Vienna, 2022

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Folker Hanusch, PhD

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis.....	IV
1 Einleitung.....	1
2 Theoretische Fundierung und Forschungsstand	3
2.1 Regional- und Lokaljournalismus.....	3
2.1.1 Begriffsunterschied: Regional und Lokal	5
2.2 Nachrichtenwerttheorie	6
2.2.1 Relevante Nachrichtenfaktoren	9
2.3 Agenda Setting.....	16
2.4 Corona-Pandemie als Schlüsselereignis	18
2.5 Medien in Krisenzeiten	20
2.6 Zwischenfazit und Forschungsfragen	22
3 Methodisches Vorgehen	24
3.1 Film- und Fernsehanalyse	24
3.2 Stichprobe	27
4 Untersuchungsgegenstände	29
4.1 SW1 (Niederösterreich).....	30
4.2 HiWay-TV (Steiermark)	31
4.3 reeins.tv (Tirol)	32
5 Untersuchungsergebnisse	34
5.1 Inhaltliche Veränderungen.....	34
5.2 Veränderungen der Gestaltung	43
5.2.1 Narration und Dramaturgie	43
5.2.2 Figuren.....	46
5.2.3 Audio.....	50
5.2.4 Optische Gestaltung.....	53
5.2.5 Interviews.....	58

6	Interpretation und Fazit.....	62
6.1	Inhalt.....	62
6.2	Gestaltung.....	70
7	Kritik und Ausblick	75
	Quellenverzeichnis	76
	Untersuchungsmaterial.....	84
	Anhang.....	87
	Abstract (Deutsch).....	99
	Abstract (English).....	100

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Themenhäufigkeit (Auswahl; in Prozent).....	36
Abbildung 2: Subthemenhäufigkeit (Auswahl)	39
Abbildung 3: Grundstimmung (in Prozent)	44
Abbildung 4: BürgermeisterInnenquote (in Prozent)	47
Abbildung 5: Musik – Stimmung (in Prozent)	51
Abbildung 6: Sprache (in Prozent)	52
Abbildung 7: Einstellungsgrößen (in Prozent)	53
Abbildung 8: Schnittbilder BewohnerInnen; links ab, rechts vor Corona (HiWay-TV 2019d; 2020a)	55
Abbildung 9: Inszenierung des Kapfenberger Bürgermeisters (HiWay-TV 2020b)	56
Abbildung 10: Inszenierung der Schwechater Bürgermeisterin (SW1 2020e)	57
Abbildung 11: Hot oder Schrott – Intro (reeins.tv 2019b)	58
Abbildung 12: Interviewsituation ArbeiterInnen; links vor, rechts ab Corona (HiWay-TV 2019e; 2020c)	59
Abbildung 13: Interviewsituation BürgermeisterInnen; links vor, rechts ab Corona (SW1 2020i; 2020e)	60

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Themen - Vergleich.....	35
Tabelle 2: Chi-Quadrat-Test (Themen)	37
Tabelle 3: Subthemen – Vergleich.....	38
Tabelle 4: Chi-Quadrat-Test (Subthemen).....	41
Tabelle 5: Nachrichtenfaktoren - Vergleich	42

1 Einleitung

Die am Beginn des Jahres 2020 in Österreich angekommene Coronapandemie gilt als weltweite Zäsur. Das Virus, das sich ebenso schnell wie beinahe ungehindert ausgebreitet hat, zieht auch Jahre nach dem Ausbruch noch umfängliche Konsequenzen in allen Lebensbereichen nach sich. Sowohl die Wirtschaft, als auch medizinische Einrichtungen und nicht zuletzt die seelische Gesundheit der Menschen leiden nach wie vor unter der in Wellen immer wiederkehrenden Erkrankung. Der unumgängliche Einfluss der Pandemie auf die Gesellschaft in all ihren Strukturen qualifiziert selbige als Schlüsselereignis, das seinerseits einen prägenden Einfluss auf die mediale Berichterstattung nach sich zieht (Rauchenzauner 2008). Ein in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wenig beachtetes, aber dennoch nicht weniger relevantes Medium stellt das österreichische Lokalfernsehen dar. Die in ihrem geographischen Bereich -und damit einhergehend ihrer Reichweite- stark limitierten Sender leisten wesentliche Aufgaben, deren Erfüllung ob der spezifischen Anforderungen kleiner Rezipientinnen- und Rezipientengruppen für überregionale Medien unmöglich erscheint (Bucher 2012; Dorner & Pfurtscheller 2013; Leonarz 2015). Überregionale und regionale Medien üben ihrerseits im Zuge des Koorientierungseffekts einen Einfluss auf Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten aus (Geiß 2013). Die damit bestehende Verzahnung zwischen den verschiedenen medialen Größenordnungen legt den Verdacht nahe, dass gesellschaftliche Schlüsselereignisse auch Auswirkungen auf die kleinste journalistische Einheit bedingen. Hinzu kommen theoretische Erkenntnisse, die eine veränderte Programm- und Beitragsgestaltung in Krisenzeiten nicht nur als logische Konsequenz sehen, sondern darin auch die Verantwortung von Journalistinnen und Journalisten ihren Rezipientinnen und Rezipienten gegenüber verorten (Hooffacker 2020; Wilkins 2016).

Es stellt sich somit die Frage, welchen Einfluss das Schlüsselereignis Coronapandemie auf den Inhalt und die Gestaltung lokaler Medienbeiträge hat. Dazu soll die Programmgestaltung dreier österreichische Lokalfernsehsender -SW1 (Schwechat, Niederösterreich), *HiWay-TV* (Kapfenberg, Steiermark) und *reeins.tv* (Reutte, Tirol)- vor und während der Pandemie analysiert werden. In den letzten Jahren -um nicht zu sagen Jahrzehnten- kaum mehr erforscht, bedienen sich die meisten Untersuchungen zum Lokalfernsehen im deutschsprachigen Raum der Ansätze der Nachrichtenwertforschung. Die vorliegende Arbeit folgt diesem bewährten Vorgehen und erweitert die theoretische Grundlage um Ideen aus den Gebieten der *Schlüsselereignisse*, des *Journalismus in Krisenzeiten* und des *Agenda-Setting*-Ansatzes. Als Methode kommt einerseits die *Film- und Fernsehanalyse* zur Anwendung, die sich dank ihrer hohen Individualisierbarkeit bestens für eine qualitative Untersuchung von

österreichischen Lokalfernsehbeiträgen und somit zur Analyse der Gestaltung der Berichte eignet. Die inhaltlichen Veränderungen werden durch den Vergleich einer quantitativen Erhebung, die sich in die Zeiträume *vor Corona* und *ab Corona* gliedert, untersucht.

2 Theoretische Fundierung und Forschungsstand

Als theoretischer Rahmen für die vorliegende Untersuchung kommen Aspekte der Nachrichtenwerttheorie und des Agenda-Setting-Ansatzes zum Einsatz. Als Anlassfall gilt die Corona-Pandemie, die im Folgenden als Schlüsselereignis genauer ausgeführt wird. Auch das Verhalten von Medien in Krisenzeiten erscheint für das Forschungsinteresse relevant. Vorangehend muss die Begrifflichkeit des Lokaljournalismus genauer definiert werden.

2.1 Regional- und Lokaljournalismus

Obwohl ihre Daseinsberechtigung und die Bedeutung für Rezipientinnen und Rezipienten beinahe unbestritten ist, sind der Regional- und vor allem der Lokaljournalismus in den letzten Jahren aus dem Fokus der deutschsprachigen Publizistikwissenschaft gerückt (Benkenstein & Reppenhagen 2007, S. 91f.; Bucher 2012, S. 127f.; van Eimeren & Frees 2010, S. 342; Wolf 2012, S. 149f.). Nach einigen Hochphasen ab den 1960er und 1970er Jahren, ging die Forschungsarbeit auf diesem Gebiet letztendlich stetig zurück (Arnold & Wagner 2018; Möhring 2015). Keldenich (2019) benennt konkret drei starke Phasen des wissenschaftlichen Interesses für das Lokale: Eine in einer gestiegenen Pressekonzentration begründeten Welle in den 1960er Jahren, die Einführung des privaten Rundfunks in den 1980er Jahren und das Aufkommen des Internets.

Dass Untersuchungen zum Lokalfernsehen speziell in Österreich lange Zeit ausgeblieben sind, „[...] ist wenig überraschend, bedenkt man die spezielle Situation der österreichischen Fernsehlandschaft, die von der langen Monopolstellung des ORF geprägt war und ist“ (Dorner & Pfurtscheller 2013, S. 134).

Regional- und Lokalmedien erfüllen Funktionen, die von überregionalen Medien nur bedingt oder gar nicht geleistet werden (können). Dazu zählen unter anderem die Chronistenfunktion -das Fungieren als lokales Gedächtnis- und ihre sozialintegrativen Aufgaben, beispielsweise als Identitätsstifter (Bucher 2012; Dorner & Pfurtscheller 2013; Leonarz 2015). Nicht zuletzt stellen Lokalmedien ihren Rezipientinnen und Rezipienten sehr lokale Informationen und Servicehinweise zur Verfügung, die ob der vielen kleinen Zielgruppen nicht in ausreichendem Umfang von großen Tageszeitungen oder österreichweiten Fernsehsendern bedient werden können (Dorner & Pfurtscheller 2013). Bucher (2012) verweist zudem darauf, dass Lokalmedien überregionale Medien nicht nur ergänzen, sondern dass es Funktionen gibt, die von allen medialen Größenordnungen erfüllt werden: „Sicherstellung der Selbstbeobachtung

der Gesellschaft, Bereitstellung von Themen für die öffentliche Kommunikation, Vermittlung des Wissens, das für politische Partizipation notwendig ist“ (Bucher 2012, S. 131).

„Lokale Berichterstattung stellt Ereignisse als publizistische Gegenstände dar, die für den lokalen Kommunikationsraum relevant sind – relevant aus Gründen der Partizipationsmöglichkeiten, der Orientierung, der Information oder der Unterhaltung“ (Möhring 2015, S. 24). Auch Chmielewski (2011) verweist darauf, dass eine Korrelation von Ortsbindung und dem Rezipieren von Lokalmedien besteht – je stärker eine Person an einem Ort verankert ist, desto höher ist der Bedarf nach lokalen Informationen und Partizipation.

Der Aspekt des Lokalen allein reicht zu einer Akzeptanz auf Seiten der Rezipientinnen und Rezipienten jedoch nicht aus, speziell bei Bewegtbild muss es „[...] aussehen wie ‚richtiges‘ Fernsehen“ (Bucher 2012, S. 133). In Bezug auf Lokalfernsehen erwartet das Publikum einer Erhebung von Bucher (2012) zufolge das Erfüllen einer Kontroll- und Moderationsfunktion bei gleichzeitiger Orientierungsleistung. Gewünscht werden dabei unter anderem Themen wie Politik, Kultur und Wirtschaft. Am wenigstens werden hingegen Lösungen für Alltagsproblematiken und kurzlebige Informationen, wie etwa Prominachrichten oder Verkehrsmeldungen, erwartet (Bucher 2012, S. 134; Kolb 2015). Sportliche Ereignisse, Gesundheitsthemen und Kriminalfälle werden thematisch prinzipiell zwar nicht gewünscht, können jedoch beispielsweise bei einem überragenden sportlichen Erfolg zu einem lokalen Ereignis und somit für die lokale Kommunikation relevant werden (Bucher 2012, S. 139). „Viewers stay with long lead stories (more than two minutes) that include authoritative sources. Lead stories focusing on scandal or sensationalism actually showed a tendency to get slightly (though not significantly) lower ratings“ (Rosenstiel et al. 2007, S. 56).

Die Ziele und Motivationen auf Seiten der Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten überschneiden sich mit diesen Funktionen und Erwartungshaltungen der Rezipientinnen und Rezipienten. Nach Ali et al. (2020) und Jenkins & Graves (2019) liegen diese nämlich darin, Dialog für spezifische Themen zu ermöglichen, lokale Interessen zu vertreten und Problemlösung zu betreiben. Hanusch (2015) kommt zu ähnlichen Erkenntnissen, attestiert dem Selbstverständnis der Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten aber auch eine Kontrollfunktion: „This would suggest that local journalists are not just mere ‚lapdogs‘, but rather want to combine advocacy and watchdog roles“ (Hanusch 2015, S. 829).

Die Kritik am Lokaljournalismus hingegen bleibt seit Jahrzehnten beinahe unverändert: Ihm wird mangelnde Tiefe, zu einseitige Gestaltung und ein zu unkritisches Auftreten attestiert (Arnold & Wagner 2018; Bucher 2012). Auch der Erscheinungsort des Mediums trägt zu diesen Defiziten bei. Arnold & Wagner (2018) halten fest, dass es ländlichen Gemeinden im Gegensatz zu ihren Pendants, den Großstädten, schlicht an für die Berichterstattung relevanten Ereignissen fehlt. Dadurch bedingt mangelt es dem Lokalfernsehen an einer

funktionalen Ausrichtung, die Programme wirken vielmehr ziellos zusammengetragen (Bucher et al. 2012).

2.1.1 Begriffsunterschied: Regional und Lokal

Die vorliegende Untersuchung befasst sich ausschließlich mit dem kleinsten medialen Kommunikationsraum, dem Lokaljournalismus. Dies erfordert eine Trennung vom Begriff des *Regionalen*, welcher im allgemeinen Sprachgebrauch zuweilen synonym verwendet wird.

Wippersberg & Dietrich (2007) halten fest, dass eine allgemeingültige Definition bezüglich Regionalität oder Lokalität schon alleine aufgrund uneinheitlicher Bezugsgrößen schier unmöglich erscheint. Besonders in Bezug auf Medien kommt erschwerend hinzu, dass der technologische Fortschritt der letzten zwei Jahrzehnte auch die gängigen Unterscheidungskriterien obsolet gemacht hat. So gibt es Ansätze, die Trennlinie an den geographisch-technischen Empfangsmöglichkeiten festzumachen: Lokalfernsehen kann nur in einer einzelnen Gemeinde empfangen werden, können mehrere Gemeinden ein produziertes Programm rezipieren, ist von Regionalfernsehen zu sprechen. Nicht nur die seitdem stete Medienkonvergenz in Richtung der Onlineauftritte von (Lokal-)Medienunternehmen entkräftigt diesen Ansatz, vielmehr sind es sogar lokale Medien, die Trends wie der Digitalisierung und Onlinearchivierung früh Vorschub leisten (Dorner & Pfurtscheller 2013). Eine Unterscheidung anhand von rein technisch möglicher Reichweite - unter anderem Goldhammer et al. (2005) machen die Einordnung der *Größenklasse* eines Fernsehsenders an den maximal erreichbaren Haushalten fest- kommt dieser Argumentation folgend ebenfalls nicht in Frage. Auch ausschließlich geographische Begebenheiten, wie sie beispielsweise Chmielewski (2011) oder Saxer (1980) -er benennt konkret einen 20 Kilometer Radius, in dem alle Gemeinden kulturell, politisch und wirtschaftlich eng miteinander verbunden sind- in Betracht ziehen, sind diesbezüglich nur bedingt sinnvoll.

Vielversprechend ist der Ansatz von Keldenich (2019), der nicht die Rezipientinnen und Rezipienten als Kriterium von Lokalität festsetzt, sondern sich auf „[...] den Handlungsraum der Journalistinnen und Journalisten bezieht“ (Keldenich 2019, S. 27). Laut Bucher (2012) zeichnet sich lokale Medienkommunikation durch einen -sowohl für Medienschaffende als auch Rezipientinnen und Rezipienten- direkteren und übersichtlicheren Kommunikationsraum aus, in dem eine sehr hohe Verflechtung aller Stakeholder vorherrscht.

Gänzlich außer Acht gelassen scheint in der Literatur jedoch die inhaltliche Programmgestaltung als Unterscheidungsmerkmal zu werden. Angesichts der erhöhten Mobilität sowohl auf Seiten der Rezipientinnen und Rezipienten als auch auf der der Journalistinnen und Journalisten findet sich jedoch genau dort die Schnittmenge, die das

Lokale vom Regionalen oder gar Überregionalen trennt. Gemeint sind mit dem Begriff *Mobilität* der durch die Digitalisierung -und Social Media im Besonderen- massiv ausgeweitete Kommunikationsraum und der Umstand, dass Journalistinnen und Journalisten nicht mehr zwangsläufig in ihrer angestammten Heimat arbeiten müssen. Auch Keldenich (2019) merkt an, dass diese erhöhte Mobilität die bisherigen Versuche der Begriffsdefinition des *Lokalen* entkräftet.

Für die vorliegende Arbeit gilt somit folgendes Kriterium: Als *lokal* gelten jene Medien, deren Inhalte explizit für eine spezielle Gemeinde produziert werden, unabhängig von der Herkunft oder dem Wohnsitz der Rezipientinnen und Rezipienten und der Journalistinnen und Journalisten.

2.2 Nachrichtenwerttheorie

Die Nachrichtenwerttheorie gilt als eine der wichtigsten Theorien der Publizistikwissenschaft und dient trotz ihres Alters nach wie vor als das Fundament vieler Untersuchungen auf dem Gebiet der Journalismusforschung. In der vorliegenden Arbeit dienen die dazugehörigen Nachrichtenfaktoren als Indikator dafür, wie sich die Berichterstattung von Lokalfernsehsendern im Vergleich vor und während der Corona-Pandemie thematisch verändert hat.

Der Ansatz geht davon aus, dass es einen Zusammenhang zwischen der Publikationswürdigkeit -und in weiterer Folge des Ausmaßes der Beachtung- und bestimmten Merkmalen eines Ereignisses gibt. Wie dieser Selektionsprozess durch Journalistinnen und Journalisten mittels Nachrichtenwerten funktioniert, basiert nach Galtung & Ruge (1965, S. 71f.) auf drei möglichen Ansätzen:

- (1) Die *Additivitätshypothese*: Je mehr Nachrichtenfaktoren auf ein Ereignis zutreffen, desto höher ist der Nachrichtenwert; Je höher der Nachrichtenwert, desto wahrscheinlicher wird das Ereignis zu einer Nachricht.
- (2) Die *Komplementaritätshypothese*: Besonders stark ausgeprägte Nachrichtenfaktoren -die Valenz wird in der Literatur häufig als ein solcher genannt- können schwache und fehlende Faktoren ausgleichen und Ereignisse so dennoch zu einer Nachricht werden lassen.
- (3) Die *Exklusionshypothese*: Zu wenig vorhandene beziehungsweise durch die Journalistinnen und Journalisten erkannte Nachrichtenfaktoren bedeuten ein Ausbleiben des Ereignisses in der Berichterstattung.

Während Galtung & Ruge (1965, S. 71) auf eine empirische Überprüfung ihrer Additivitätshypothese mit der Begründung „*It is hardly necessary to make a content analysis* [...]“ verzichten, können sie die Exklusionshypothese im Zuge ihrer Arbeit verifizieren (Galtung & Ruge 1965).

Außerdem gilt nach Engelmann (2016):

Die Komplementaritätshypothese ergänzt die Additivitätshypothese. Denn Selektionsentscheidungen sind oft Routineentscheidungen, bei denen Journalisten nur aufgrund einiger weniger stark ausgeprägter Nachrichtenfaktoren handeln bzw. entscheiden. Selektionsentscheidungen zwischen mehreren Optionen basieren nicht auf nutzenmaximierenden Erwägungen, sondern lassen sich als Prozess zielgerichteter Aufmerksamkeitsfokussierung auf wenige Nachrichtenfaktoren verstehen.

(Engelmann 2016, S. 464)

Mehrere Autorinnen und Autoren¹ nehmen die drei Hypothesen von Galtung & Ruge (1965) zum Anlass, die Idee der Nachrichtenfaktoren, die vorwiegend als Selektionskriterien für Journalistinnen und Journalisten betrachtet werden, unter dem Begriff der *selektiven Beitragserinnerung* auch auf die Ebene der Rezipientinnen und Rezipienten zu überführen (Maier et al. 2018, S. 96-100). Eilders & Wirth (1999, S. 40ff.) stellen beispielsweise fest, dass eine höhere Anzahl an zutreffenden Nachrichtenfaktoren -mit gewissen Einschränkungen- eine verbesserte Erinnerungsleistung auf Seiten des Publikums bewirkt.

Zwar gehen die Wurzeln der Idee von Nachrichtenwerten bis in die 1920er Jahre auf Lippmann (2017) zurück, jedoch waren es Galtung & Ruge (1965), die eine Differenzierung von kulturabhängigen und kulturunabhängigen Nachrichtenfaktoren postulieren, und Östgaard (1965), die mit ihren Arbeiten den Grundstein zur Etablierung als Theorie gelegt haben.

Letzterer nimmt an, dass Journalistinnen und Journalisten angesichts der Masse an Ereignissen, die ihnen als potentielle Nachrichten zur Verfügung stehen, relevante von unwichtigen Nachrichten durch in den Ereignissen vorhandenen Faktoren selektieren – sind ausreichend viele Nachrichtenfaktoren vorhanden, können sie als Nachricht weiterverbreitet werden (Östgaard 1965). Nachrichtenfaktoren sind demnach „Merkmale von Ereignissen bzw. Meldungen, die das Selektionsverhalten von Journalisten beeinflussen und damit auch den Nachrichtenwert des Ereignisses bzw. die Publikationswürdigkeit der Meldung“ (Burkart 2019, S. 248). Konkret benennt Östgaard (1965) drei Faktoren, die heute unter anderem als *EIS-Modell* bekannt sind: (1) Einfachheit, (2) Identifikation und (3) Sensation. Diese Aspekte finden sich nach wie vor als Basis in (fast) allen Überlegungen zur Nachrichtenwerttheorie.

Als Ausgangspunkt vieler Weiterentwicklungen der Nachrichtenwerttheorie dient bis heute jedoch die umfassende Kategorisierung der Nachrichtenfaktoren durch Schulz (1976). „Mit nur geringen Modifikationen bildet er [Anm.: Der Nachrichtenwertekatalog] bis heute die Grundlage einer praktisch nicht mehr überschaubaren Zahl von empirischen Analysen“ (Kepplinger 2011a, S. 61). Der Katalog beinhaltet 18 Nachrichtenfaktoren, die ihrerseits in

¹ Unter anderem befassen sich folgende Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler mit der Idee, dass Nachrichtenfaktoren einen Einfluss auf die Beitragserinnerung aufweisen: Sande (1971); Ruhrmann (1989); Woelke (2003); Engelmann & Wendelin (2015).

sechs Dimensionen unterteilt sind. Diese werden in Kapitel 2.2.1 dieser Arbeit ausführlich erörtert.

Während in der frühen europäischen Forschung zu den Nachrichtenwerten noch davon ausgegangen wurde, dass Ereignisse per se gewisse Nachrichtenfaktoren aufweisen, die von Journalistinnen und Journalisten *erkannt* werden, kommen ab den 1990er Jahren unter anderem Staab (1990) mit seinem *Finalmodell* und Kepplinger & Weißbecker (1991) mit dem *Zweikomponentenmodell* zu der Erkenntnis, dass es viel mehr die Menschen sind, die bestimmten Ereignissen Werte zuschreiben. Schließlich ist es Kepplinger (2011a), der beide Perspektiven vereint: Ein Ereignis wird dann publikationswürdig, wenn bestimmte Nachrichtenfaktoren eine Schnittmenge mit den journalistischen Selektionsentscheidungen eines Mediums darstellen. Uhlemann (2012) verfolgt einen ähnlichen Ansatz, spricht aber den Journalistinnen und Journalisten eine größere Verantwortung zu. Demnach gebe es zwar inhärente Nachrichtenfaktoren in Ereignissen, die von jeder Person erkannt werden können, diese lenken in einem ersten Schritt aber lediglich die Aufmerksamkeit auf das Ereignis. In weiterer Folge arbeiten die Journalistinnen und Journalisten an der Nachricht und decken dabei in diesem Prozess weitere -mitunter stark subjektive- Nachrichtenfaktoren auf, die die Publikationswürdigkeit weiter erhöhen (Uhlemann 2012).

Sommer et al. (2012) schlagen mit ihren Überlegungen eine Brücke von der für die Journalismusforschung angedachte Nachrichtenwerttheorie in die direkte Kommunikationswelt der Rezipientinnen und Rezipienten. Sie gehen davon aus, dass Nachrichtenwerte einen indirekten Einfluss auf die interpersonelle Kommunikation haben, genauer gesagt auf den Gesprächswert. Auch Weber & Wirth (2015) weisen in ihrer Arbeit einen Zusammenhang von Nachrichtenwert und interpersoneller Nachrichtendiffusion nach. Des Weiteren hält Ziegele (2016, S. 323) fest, dass „einzelne Nachrichtenfaktoren für Mediennutzer durchaus Handlungsrelevanz besitzen und Prozesse und Inhalte unmittelbarer und Online-Anschlusskommunikation teilweise erklären können.“ Dieser Ansatz trägt in Hinblick auf die vorliegende Arbeit zur Vergemeinschaftung von Menschen, insbesondere in einem lokalen Umfeld, bei und ermöglicht damit eine direkte Verbindung der Überlegungen der Nachrichtenwerttheorie und der in Kapitel 2.1 dieser Arbeit ausgeführten Funktionen, die Lokalmedien erfüllen. Auch Weber (2016) untermauert diese Annahmen, denn:

Basis für ein weiteres Verständnis von Nachrichtenfaktoren ist die Annahme, dass Nachrichten beim Publikum unterschiedliche Bedürfnisse ansprechen und ihnen unterschiedliche Gratifikationen bieten. So sollen Nachrichten dem Publikum u. a. Orientierung bieten, es unterhalten, nützlich sein und Gesprächsstoff liefern.

(Weber 2016, S. 117)

2.2.1 Relevante Nachrichtenfaktoren

Als wichtigster Nachrichtenfaktor gilt im Kontext der Lokalmedien zweifellos der Aspekt *Nähe*. Dieser ist nicht nur aus Sicht der Journalistinnen und Journalisten, sondern vor allem auch für Rezipientinnen und Rezipienten sehr bedeutend. Bereits Shoemaker & Cohen (2006) haben festgestellt, dass Nachrichten über Ereignisse, die das eigene soziale System oder Umfeld betreffen, für Menschen von besonderem Interesse sind. Außerdem muss laut Bucher (2012) bei Lokalfernsehen ein „Bezug zur Lebenswelt der Rezipienten“ (Bucher 2012, S. 136) gegeben sein.

Auf Basis des ersten Nachrichtenfaktorenkatalogs nach Schulz (1976) und unter Rücksichtnahme anderer Modelle -wie beispielsweise von Galtung & Ruge (1965), Maier et al. (2006) und Ruhrmann & Göbbel (2007)- sowie den Anforderungen, Funktionen und Erwartungen an Lokalmedien, ergeben sich folgende, für diese Arbeit relevante Nachrichtenfaktoren und -werte:

(1) **Zeit:**

In dieser Dimension finden sich in der ursprünglichen Kategorisierung durch Schulz (1976) zwei Faktoren, nämlich die *Dauer* und die *Thematisierung*. *Dauer* meint hierbei ein prägnantes Ereignis von (sehr) kurzer Dauer, dessen Wert sich mit fortschreitendem Zeitverlauf zunehmend vermindert. Dieser Nachrichtenfaktor wäre somit, zumindest dem Forschungsstand in Kapitel 2.1 folgend, für die vorliegende Arbeit irrelevant. Dagegen muss jedoch gehalten werden, dass einige der vom Publikum erwünschten Themengebiete, wie Kultur, von berichtenswerten Einzelereignissen leben. Aus dem Forschungsstand ergibt sich des Weiteren, dass dem Lokaljournalismus ein Hang zu *positiver* Berichterstattung unterstellt werden kann. Galtung & Ruge (1965, S. 82) folgend sind positive Ereignisse aber nur dann berichtenswert, wenn sie von kurzer Dauer sind. Eine zuverlässige deduktive Vorhersage über die Wichtigkeit dieses Nachrichtenfaktors ist demzufolge nicht möglich.

Thematisierung hingegen meint nach Schulz (1976) die langfristige Etablierung eines Ereignisses, was zur Folge hat, dass Ereignisse, die damit in Zusammenhang stehen, eher zur Nachricht erhoben werden. Auf den Aspekt der *Etablierung von Themen* in der Medienberichterstattung stützen sich unter anderem auch Eilders (1997), Ruhrmann & Göbbel (2007), Ziegele (2016), Harcup & O'Neill (2017) und Maier et al. (2006), die diesen Faktor wie folgt definieren: „Je länger die Medien bereits berichten, desto etablierter ist das Thema“ (Maier et al. 2006, S. 16).

Die zum Zeitpunkt dieser Untersuchung seit rund zwei Jahren andauernde und in den Nachrichten bestens etablierte Corona-Pandemie legt somit nahe, dass *Etablierung* in Lokalfernsehbeiträgen einen relevanten Nachrichtenfaktor darstellt.

(2) Nähe:

Wie bereits erwähnt, gelten die Faktoren der Dimension *Nähe* als wichtigste Selektionskriterien im Lokaljournalismus, können sie doch auch für das lokalmediale Publikum an sich irrelevante Themen derart aufwerten, dass sie zur Nachricht werden. Der offensichtlichste Faktor ist hierbei die *räumliche Nähe*², also der rein geographische Nahbereich, in dem sich Redakteurinnen und Redakteure an Ereignissen als mögliche Nachrichten bedienen (Maier et al. 2006; Östgaard 1965; Schulz 1976; Staab 1990; Wendelin et al. 2017).

Die *politische Nähe* benennt die wirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Beziehungen zum Ereignisland (Ruhrmann & Göbbel 2007; Schulz 1976; Staab 1990). In der vorliegenden Arbeit muss dies konkretisiert werden: Entscheidend ist eine (wirtschafts-)politische Beziehung vom Ereignisort zum eigenen (Publikations-)Ort. Beispielhaft sei hier auf das Projekt der *Städte- und Gemeindepartnerschaften*³ verwiesen, welches von Lokalfernsehsendern aufgegriffen werden könnte.

Eine vergleichbare Relevanz ergibt sich in der *kulturellen Nähe*, die auf sprachliche, literarische, religiöse und wissenschaftliche Verbundenheit mit dem Ereignisland abzielt (Maier et al. 2006; Östgaard 1965; Ruhrmann & Göbbel 2007; Schulz 1976).

Als vierter Faktor in der Dimension Nähe gilt die *Relevanz* (Schulz 1976), die in späteren Nachrichtenfaktorenkatalogen zumeist als *Reichweite* (Eilders 1997; Eilders 2006; Ruhrmann & Göbbel 2007; Staab 1990) benannt wird. Ist ein besonders großer Personenkreis innerhalb des Publikationsgebiets von einem Ereignis betroffen, wobei die Betroffenheit nach Schulz (1976) durch dauerhafte Konsequenzen und eine existenzielle Bedeutung für die Rezipientinnen und Rezipienten definiert ist, ist von einem relevanten Ereignis und somit von einem hohen Nachrichtenwert zu sprechen. Nach Ruhrmann & Göbbel (2007, S. 41) wird unter *Reichweite* „die Anzahl der Personen verstanden, die direkt von ihm [Anm.: dem Ereignis] betroffen sind/ sein werden/ waren/ sein können.“ Überlegungen von Harcup & O'Neill (2017,

² Sommer et al. (2012, S. 388) und Ziegele (2016) zeigen überdies auf, dass lokale Nähe nicht nur als journalistisches Selektionskriterium relevant ist, sondern als Nachrichtenwert auch für die interpersonelle Kommunikation -ein im Forschungsstand bereits aufgezeigter relevanter Aspekt lokaler Medien- dienlich ist.

³ Mehr Informationen zu diesem Projekt sind zu finden unter: <https://www.staedtebund.gv.at/themen/europa-und-internationales/staedte-und-gemeindepartnerschaften> (15.07.2021) und <https://www.stadtmarketing.eu/staedte-und-gemeindepartnerschaften> (15.07.2021).

S. 1482) weisen einen ähnlichen Faktor, *Magnitude*, auf: „Stories perceived as sufficiently significant in the large numbers of people involved or in potential impact, or involving a degree of extreme behaviour or extreme occurrence.“ Auch dieser Nachrichtenfaktor -er wird in dieser Arbeit fortan als *Reichweite* genannt- wird, zumindest in der Untersuchung in der Zeit ab der Corona-Pandemie, eine wesentliche Rolle spielen.

(3) **Status:**

In der Dimension *Status* werden Faktoren zusammengefasst, die Selektionsentscheidungen aufgrund von Machtverhältnissen beziehungsweise Machtverteilung umfassen. Dies betrifft beispielsweise die *regionale Zentralität* (Schulz 1976) beziehungsweise den *Status der Ereignisregion* (Staab 1990) oder *Ortsstatus* (Maier et al. 2006). Sie beschreibt die (wirtschafts-)politische Bedeutung der Region, in der ein Ereignis stattfindet. Prinzipiell ist dieser Faktor für überregionale Medien von Bedeutung - wirtschaftlich starke Regionen innerhalb eines Landes erzeugen eher Aufmerksamkeit und damit Publikationswürdigkeit als schlechter entwickelte Gebiete. Hier muss jedoch angemerkt werden, dass dieser Faktor nach Ruhrmann & Göbbel (2007, S. 57) für leitende Journalistinnen und Journalisten kaum eine Rolle im Selektionsprozess spielt. Im Kontext des Lokalen kann jedoch angenommen werden, dass ein gegenteiliger Vorgang stattfindet: Die Hervorhebung der Wichtigkeit der eigenen Region beziehungsweise eines Ereignisses in der eigenen Ortschaft für eine größere Region oder gar das ganze Land.

Den Einfluss ganzer Länder als Selektionsentscheidung für eine Nachricht ist im Faktor *nationale Zentralität* (Schulz 1976) erfasst. Dieser ist für die vorliegende Arbeit als irrelevant anzusehen. Dem Forschungsstand folgend liegt das Interesse des Lokaljournalismus im lokalen Raum. Die Machtposition sogenannter *Elitenationen* (als *Status der Ereignisnation* unter anderem bei: Galtung & Ruge 1965; Ruhrmann & Göbbel 2007; Staab 1990) als Aspekt in der Entscheidung von Lokaljournalistinnen und -journalisten ist somit nicht gegeben.

Anders verhält es sich beim *persönlichen Einfluss* (Schulz 1976), der in anderen Ansätzen der Nachrichtenwertforschung lediglich als *Einfluss* (Eilders 1997; Maier et al. 2006; Östgaard 1965) benannt wird. Harcup & O'Neill (2017) fassen unter dem Nachrichtenfaktor *Power Elite* nicht nur Ereignisse über einflussreiche Einzelpersonen, sondern auch Organisationen, Institutionen und Unternehmen zusammen. Elitepersonen müssen nicht zwingend nationale oder supranationale Größen darstellen. Im Bereich von Städten und Gemeinden kann dies auch regionale Politikerinnen und Politiker oder Unternehmerinnen und Unternehmer aus dem geographischen Nahbereich einschließen. Wichtig ist auch hier, dass die Entscheidung für oder wider eine Berichterstattung an die Macht der jeweiligen Person innerhalb der untersuchten Gemeinde gekoppelt ist.

Daran anschließend ist auch *Prominenz* ein Nachrichtenfaktor (Eilders 1997; Harcup & O'Neill 2017; Ruhrmann & Göbbel 2007; Schulz 1976; Staab 1990). Ereignisse, die bekannte Persönlichkeiten betreffen, erzielen einen höheren Nachrichtenwert als Vorkommnisse, in die keine bekannte Person involviert ist. In Anlehnung an den Forschungsstand in Kapitel 2.1 sei hier ein konkretes Beispiel gegeben: Ereignisse über Prominente, die in einer anderen Region stattfinden, sind für die Rezipientinnen und Rezipienten von Lokalmedien zwar irrelevant, findet sich jedoch ein Konnex einer (überregional) bekannten Person zur eigenen Gemeinde, stellt dies sehr wohl eine berichtenswerte Nachricht beziehungsweise einen erhöhten Nachrichtenwert dar.

(4) Dynamik:

Je plötzlicher, je unerwarteter ein Ereignis eintritt oder ein Verlauf vonstattengeht, desto höher ist der Publikationswert. Dieser Nachrichtenfaktor wird als *Überraschung* (Eilders 1997; Harcup & O'Neill 2017; Ruhrmann & Göbbel 2007; Schulz 1976; Staab 1990; Ziegele 2016) bezeichnet und ist unabhängig von der Art des Mediums relevant, muss also in der vorliegenden Forschung berücksichtigt werden.

Neben der Überraschung ist es die *Struktur*, die Schulz' (1976) Idee der Dynamik als Nachrichtenwert komplementiert. Sie kann als Äquivalent zur *Einfachheit* bei Östgaard (1965) angesehen werden, dementsprechend gilt: Je einfacher beziehungsweise weniger komplex ein Ereignis ist, desto wahrscheinlicher wird es zur Nachricht. Dieser Faktor wurde jedoch schon von Schulz (1982, zit. nach Maier et al. 2018, S. 105) selbst wieder verworfen und findet auch in der Folgeforschung von Staab (1990), Maier et al. (2006) oder Harcup & O'Neill (2017) keinen vergleichbaren sinngemäßen Nachfolger.

Es ist zwar auf Grund des Forschungsstands (Kapitel 2.1) und dem Umstand, dass moderne Ansätze die Idee der *Einfachheit* verworfen haben, deduktiv nicht von einer Relevanz dieses Nachrichtenfaktors für die vorliegende Untersuchung auszugehen. Jedoch ist der Raum, in dem sich Lokaljournalistinnen und -journalisten Ereignissen bedienen können, stark begrenzt – die Berücksichtigung von *Struktur* ist also dahingehend sinnvoll, als dass angenommen werden kann, dass freie Sendezeit, die genutzt werden muss, mit einfachen, für die Rezipientinnen und Rezipienten an sich uninteressanten Ereignissen gefüllt wird.

(5) Valenz:

Die Dimension Valenz besteht aus vier Nachrichtenfaktoren, beginnend mit dem *Konflikt* (Schulz 1976). Nach Burkart (2019, S. 250) bildet dieser „den Grad an Aggressivität von Ereignissen“ ab, während *Kriminalität* die schlichte Illegalität von Handlungen beschreibt. In modernen Ansätzen wird der Nachrichtenfaktor *Konflikt* jedoch vorwiegend durch *Kontroverse* (Eilders 1997; Maier et al. 2006; Staab 1990; Ziegele 2016) ersetzt, die als eine „explizite Darstellung von Meinungsunterschieden verstanden [wird], die verbal oder schriftlich, jedoch nicht nur tödlich ausgetragen werden“ (Maier et al. 2006, S. 18). Anstelle der *Kriminalität* tritt die *Aggression*, die nach Ruhrmann & Göbbel (2007, S. 41) als „Androhung oder Anwendung von Gewalt“ verstanden wird. Harcup & O'Neill (2017) vereinen die beschriebenen Ansätze im Nachrichtenfaktor *Conflict*, der alle Ereignisse über Kontroversen, Auseinandersetzungen, Kriege und dergleichen miteinschließt. Ziegele (2016) schafft außerdem den bis dahin unbekannten Nachrichtenfaktor *Verfänglichkeit*. „Hierunter wird die von den Befragten wahrgenommene Gefahr verstanden, sich bei bestimmten Ereignissen oder Sachverhalten durch eine Stellungnahme sozial zu isolieren“ (Ziegele 2016, S. 333).

Schaden bildet den dritten negativen Nachrichtenfaktor innerhalb der Dimension Valenz. Dieser schließt nach Schulz (1976) sowohl Personen- als auch Sachschäden und Misserfolge mit ein. Während Ruhrmann & Göbbel (2007) oder Maier et al. (2006) in ihren Definitionen die explizite Darstellung von Schäden oder deren Folgen umfassen, unterscheidet Staab (1990) zwischen einem *tatsächlichen Misserfolg* und einem *möglichen Misserfolg*. Auch Harcup & O'Neill (2017, S. 1482) fassen unter *Drama* zusammen: „Stories concerning an unfolding drama such as escapes, accidents, searches, sieges, rescues, battles or court cases.“

Wie in Kapitel 2.1 und Kapitel 2.3 dieser Arbeit erläutert, hegen Lokalmedien kein Interesse daran, über Negatives zu berichten, zumal dies der Erwartungshaltung der Rezipientinnen und Rezipienten widerstreben würde. *Konflikt*, *Kriminalität*, *Kontroverse*, *Aggression*, *Drama* und *Schaden* sind -wenngleich diese Faktoren nach Eilders (2006, S. 15) eine hohe Relevanz für die Rezipientinnen und Rezipienten nach sich ziehen- somit deduktiv in der Untersuchung nicht als zutreffende Nachrichtenfaktoren zu erwarten. Lediglich der (negativ zu interpretierende) Faktor *Verfänglichkeit* könnte in Hinblick auf die Kapitel 2.3 und 2.4 dieser Arbeit eine Rolle spielen: Eine Berichterstattung dahingehend, welche Meinungen zu Themenkomplex Corona (*nicht*) *zulässig* sind (Ziegele 2016, S.334), erscheint auch im lokalen Medienraum als nicht ausgeschlossen.

Neben diesen negativen Aspekten kann aber auch ein *Erfolg* einen hohen Nachrichtenwert erzeugen. Dieser *Erfolg* oder *Nutzen* kann wirtschaftlicher, politischer, aber auch kultureller Natur sein (Ruhrmann & Göbbel 2007; Schulz 1976; Staab 1990). Nach Staab (1990, S. 223) definiert sich dieser *Nutzen* nicht durch eine subjektive Wahrnehmung eines Beteiligten,

sondern durch das „allgemeine Verständnis, wie man es einem Durchschnittsleser unterstellen kann“ (Staab 1990, S. 223). Harcup & O'Neill (2017) sprechen ganz generell von *Good News*. Da Siege und Errungenschaften als identitätsstiftend gelten, handelt es sich hierbei um einen für die Untersuchung relevanten Nachrichtenfaktor.

(6) Identifikation:

Eine Identifikation ist unter anderem dann gegeben, wenn im Mittelpunkt eines Ereignisses eine natürliche Person steht, also eine *Personalisierung* möglich ist (Eilders 1997; Galtung & Ruge 1965; Maier et al. 2006; Östgaard 1965; Ruhrmann & Göbbel 2007; Schulz 1975; Staab 1990). Maier et al. (2006, S. 16) halten diesbezüglich fest: „Je stärker eine Institution oder Gruppe im Gegensatz zu einer Einzelperson im Vordergrund steht, desto weniger personalisiert ist der Beitrag.“ Vor allem im Lokalfernsehen ist dieser Nachrichtenfaktor von Bedeutung. Durch die Einbindung der lokalen Bevölkerung können nämlich gleich mehrere Nachrichtenfaktoren -neben der Personalisierung zum Beispiel auch *Nähe* oder *Valenz*- erfüllt werden. Außerdem steigert ein hoher Personalisierungsgrad eines Beitrags das Identifikationspotential für Rezipientinnen und Rezipienten, was vermutlich die Akzeptanz und Neugier für Lokalfernsehsender auf Seiten des Publikums erhöht.

Der *Ethnozentrismus* (Galtung & Ruge 1965; Schulz 1976) hingegen ist in der vorliegenden Arbeit irrelevant. Da Lokaljournalismus im Fokus dieser steht, muss über eine übereinstimmende Nationalität kein Nachrichtenwert erhöht werden – im Fokus steht die *Nähe*.

An dieser Stelle enden die grundsätzlichen Überlegungen, die auf dem ersten Nachrichtenfaktorenkatalog von Schulz (1976) basieren. Abseits dieser ursprünglichen Kategorien, wurden in den letzten Jahren neue Nachrichtenwerte geschaffen, die vor allem die Veränderung journalistischer Selektionsprozesse durch soziale Medien berücksichtigen. Weitere für die vorliegende Arbeit relevante Nachrichtenwerte sind demnach:

(7) Visualität:

Visualität gilt nach Diehlmann (2003, S. 144) als „fernsehspezifisches Auswahlkriterium“, wobei der Nachrichtenfaktor den Grad der Visualisierung einer Nachricht angibt (Diehlmann 2003; Ruhrmann & Göbbel 2007). Harcup & O'Neill (2017, S. 1481) adaptieren diesen Ansatz und sprechen ihm zusätzlich eine Relevanz für Tageszeitungen und Soziale Medien zu: „The importance of visuals [...] is supported by our analysis of news items in both newspapers and on the most shared lists on social media, leading us to conclude that arresting audio-visuals are certainly worth listing as a news value in their own right.“

Der bildliche Darstellung von Ereignissen gewinnt zunehmend als Relevanz (Maier 2003, S. 96). Während ein hoher Visualisierungsgrad die Verarbeitung von Information auf Seiten der Rezipientinnen und Rezipienten unterstützt, ergibt sich bei Journalistinnen und Journalisten die Problematik des Zwangs zu *guten* Bewegtbildern, was wiederum tendenziell wertlosen Ereignissen einen scheinbaren Informationsgehalt und damit Publikationswert hinzufügt (Diehlmann 2003, S. 135-138). „Es kann davon ausgegangen werden, dass der Wunsch nach Erfolg, sprich Aufmerksamkeit, einer Sendung sich auch auf die Gatekeeping-Entscheidung der Nachrichtenredakteure auswirkt“ (Diehlmann 2003, S. 138f.).

(8) Demonstration:

Der Nachrichtenfaktor *Demonstration* betrifft die „kollektive Darstellung von Zielen“ (Staab 1990, S. 222), wobei dies wörtlich zu nehmen ist. Je größer die Anzahl der Personen, die an einer Demonstration teilnehmen, ist, desto stärker geladen ist der Nachrichtenfaktor (Maier et al. 2006; Staab 1990). Der Faktor *Shareability* von Harcup & O'Neill (2017) weist hierbei Überschneidungen mit *Demonstration* auf. Nach Harcup & O'Neill (2017, S. 1482) meint *Shareability*: „Stories that are thought likely to generate sharing and comments via Facebook, Twitter and other forms of social media.“ Je mehr Teilnehmerinnen und Teilnehmer Versammlungen aufweisen, desto mehr Beachtung finden sie in Sozialen Medien, welche ihrerseits zunehmend als Distributionsweg lokaler Medieninhalte fungieren. Lokalfernsehsendern kann dementsprechend ein Interesse an der Berichterstattung über Versammlungen unterstellt werden, zumal damit die Erfüllung des Nachrichtenfaktors *Visualität* einhergeht.

(9) Faktizität:

„Unter *Faktizität* wird die Ereignishaftigkeit von Meldungen verstanden“ (Staab 1990, S. 226). Während Staab (1990, S. 226) hierfür den „Anteil bzw. die Bedeutung von Primärereignissen für den Beitrag“ ermittelt, benennt Eilders (1997) als entscheidende Frage: „Bewegt sich etwas, verändert sich etwas oder werden lediglich Stellungnahmen wiedergegeben oder statische Situationen beschrieben?“ (Eilders 1997, S. 163). Auch Maier et al. (2006, S. 63) sprechen bei *Faktizität* von „konkrete[n] Handlungen einflussreicher Personen“. Es muss jedoch angemerkt werden, dass auch Sprechhandlungen oder Meinungsäußerungen eine *Faktizität* darstellen, wenngleich diese weniger Nachrichtenwert aufweisen als *reale* Handlungen (Eilders 1997; Maier et al. 2006; Ruhrmann et al. 2003; Staab 1990; Ziegele 2016).

Zur Relevanz des Nachrichtenfaktor hält Eilders (1997, S. 104) fest:

Die Faktizität von Reizen kann als Indikator für die Eintrittswahrscheinlichkeit von Folgen aufgefaßt [sic!] werden, die Handlungen für Individuum und Gesellschaft haben können. Im Vergleich zu Handlungen können etwa Stellungnahmen nur relevante Folgen haben, wenn sie Handlungen nach sich ziehen. Die Begründung über potentielle Folgen von Handlungen ist damit zu den evolutionstheoretischen zu rechnen: Wir haben gelernt, daß [sic!] uns Worte, denen keine Taten folgen, kaum schaden können und richten deshalb auf Handlungen mehr Aufmerksamkeit.

2.3 Agenda Setting

Dem Forschungsstand folgend ist in Normalzeiten Lokalfernsehen als *Gute-Laune-Fernsehen* anzusehen. Lokale Fernsehsender hegen kein Interesse, Unruhe in ihre Gemeinde zu bringen - diese Funktion wird durch die überregionalen Medien ohnehin ausreichend erfüllt. Vielmehr gilt es, ein *Wohlfühlfernsehen* zu schaffen und als *guter Nachbar* zu fungieren (Bucher 2012, S. 144; Dorner & Pfurtscheller 2013, S. 136). Woher dieses Verhalten rührt, ist in der Literatur nicht eindeutig belegt. Es ist jedoch anzunehmen, dass die redaktionelle Entscheidung zu *positiven Inhalten* auf dem Wissen der Journalistinnen und Journalisten beruht, dass ihr Mehrwert für die Rezipientinnen und Rezipienten nicht in Kritik, sondern in der Funktion als Gemeinschafts- und (lokaler) Identitätsstifter liegt. Dies wirft jedoch die Frage auf, ob und wie sich diese Art des Agenda Settings in Krisenzeiten, in denen ein Großteil der Quellen guter Laune strikten Restriktionen zum Opfer gefallen ist, weiterführen lässt. Vor allem in Hinblick auf Kapitel 2.5 dieser Arbeit muss angenommen werden, dass eine veränderte Berichterstattung zugunsten einer Aufklärung über Prävention und Folgen des Corona-Virus stattfindet.

Nach Burkart (2019, S. 195) gilt: „Der Kerngedanke dieses Konzeptes [Anm.: Agenda Setting] besteht in der Annahme, dass die Massenmedien nicht so sehr beeinflussen, *was* wir denken, sondern eher bestimmen, *worüber* wir nachdenken.“ In seiner ursprünglichen Auffassung basiert der Agenda-Setting-Ansatz auf drei Modellen: Dem *Awareness-Modell*, das dem Publikum eine geänderte Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen aufgrund von Medienberichterstattung unterstellt. Das *Salience-Modell* hingegen geht davon aus, dass die Wichtigkeit von Themen in Medien die Wichtigkeit bei den Rezipientinnen und Rezipienten beeinflusst. In seiner verstärkten Form ist die Rede vom *Prioritätenmodell*, das in Stimulus-Response-Manier annimmt, dass die Rangordnung der von Medien gesetzten Themen ident mit derer des Publikums ist (McCombs 1977). „Im Sinne der Agenda-Setting-Forschung sind Themen bzw. Probleme einerseits relativ abstrakte Politikfelder wie Umwelt-politik, Innere Sicherheit, Wirtschaftspolitik usw. Auf einer konkreteren Ebene können aber auch Einzelereignisse gemeint sein, die die Menschen beschäftigen [...]“ (Maurer 2017, S. 11).

Unumstritten ist Agenda-Setting in seiner ursprünglichen Annahme jedoch nicht (Burkart 2019, S. 197-202; Maurer 2017, S. 61). Vor allem mit der Widerlegung des klassischen Stimulus-Response-Modells wurde auch die Richtung der Kausalität im Agenda-Setting angezweifelt. So erscheint es auch möglich, dass nicht die Medien einen Einfluss auf die Rezipientinnen und Rezipienten, sondern das Publikum einen Einfluss auf die Medienberichterstattung hat (Searles & Smith 2016). Weitere Zweifel an einer einseitigen Persuasion durch Medien in Richtung des Publikums kamen mit Entstehung von Social Media auf (Neuman et al. 2014; Sayre et al. 2010). Hier entstand ein Raum, in dem Rezipientinnen und Rezipienten gleichsam in der Rolle von Kommunikatorinnen und Kommunikatoren agieren und so ihrerseits die Agenda des Publikums beeinflussen können. „Rezipienten können ihren Ansichten nun über soziale Netzwerke, eigene Webseiten oder Nutzerkommentare auf den Webseiten von Massenmedien öffentlich Ausdruck verleihen und folglich selbst Agenda-Setting betreiben“ (Maurer 2017, S. 71). Durch die hohe Komplexität des digitalen Raums -beispielsweise sind auch Journalistinnen und Journalisten in sozialen Medien aktiv, wodurch ihre Rollen dort als Privatpersonen und Medienschaffende verschmelzen- ist der Einfluss von Social Media auf die Publikums- oder Medienagenda nur schwer zu erfassen (Maurer 2017).

Im Kontext dieser Arbeit muss auch Agenda-Building beachtet werden.

Seither versteht man unter Agenda-Building im engeren Sinn alle Versuche der politischen Akteure (wie Regierung, Parlament, politische Parteien, Gewerkschaften, Bürgerinitiativen, soziale Bewegungen etc.), die aus ihrer Sicht wichtigen (bzw. für sie günstigen) Themen auch in der Medienagenda zu platzieren.

(Burkart 2019, S. 207)

Dass politische Akteurinnen und Akteure explizit eine Bewusstseinsbildung zum Themenkomplex Corona über die Lokalmedien erreichen wollen, muss bezweifelt werden. Jedoch ist die Sensibilisierung zu dem Virus und seiner Begleiterscheinungen ein staatliches Anliegen, das unter anderem durch Werbung, Pressekonferenzen und andere inszenierte Medienereignisse erreicht wird. Lokalfernsehen als Teil des Systems Medien kann sich diesem Umstand nicht entziehen und wird somit unweigerlich, vor allem in Hinblick auf *Koorientierungs-* und *Inter-Media-Agenda-Setting-Effekte*, die in Kapitel 2.4 dieser Arbeit genauer erläutert werden, selbst zum Vehikel von Agenda-Building.

Die aus der Politik angestoßene angesprochene Sensibilisierung der Bevölkerung wird über die Medien durch *Frame-Setting* durch die Journalistinnen und Journalisten erreicht. Das bedeutet, dass die durch Medien erzeugten Frames, im vorliegenden Fall also der sorgsame Umgang in Bezug auf Gesundheit und soziale Kontakte, die Publikums-Frames beeinflussen. Die aktuelle Forschung zu Frame-Setting, unter anderem durch Matthes (2014), untermauert diese Annahme.

Hinzu kommen durch das *Schlüsselereignis Corona-Pandemie* bedingte Verschiebungen in den publizierten Frames -auf diese wird in Kapitel 2.4 eingegangen. Die dadurch verursachte Herausforderung, um nicht zu sagen das *Chaos*, und mögliche Unsicherheiten für Medienschaffende öffnen damit Tür und Tor für andere Stakeholder, die ihrerseits eine Agenda einsetzen wollen. Sell (2016) weist ebenfalls auf die Interessen verschiedener Akteurinnen und Akteure hin, ihre Agenda in der Medienagenda zu platzieren:

Realitätsvorstellungen werden durch den hier beschriebenen Prozess beeinflusst, weshalb diejenigen, die bestimmte Partikularinteressen vertreten, Agenda Setting nutzen um selbige voranzutreiben. Lobbyismus und politische Public Relations (PR) versuchen, Themen und Bewertungsmuster im öffentlichen Diskurs zu platzieren, die Publikumsagenda über den Weg der Medienagenda also entsprechend der eigenen Position zu prägen.

(Sell 2016, S. 122)

So ist es möglich, dass in Zeiten kurz nach Schlüsselereignissen verschiedene Gruppen ihre Interessen und Meinungen in den Medien vertreten wissen wollen. Redakteurinnen und Redakteure, die sich ihrerseits um eine Neuorientierung aufgrund dieses Ereignisses bemühen, sind somit potentiell anfällig für Frames, die von außen zugetragen werden.

2.4 Corona-Pandemie als Schlüsselereignis

Als Schlüsselereignisse gelten in der Sozialwissenschaft jene Ereignisse, die eine außerordentliche soziale und politische Brisanz haben und dadurch vom Großteil einer Bevölkerung als einschneidend empfunden werden (Esser 2011, S. 45). In der Publizistikforschung betrifft das Geschehnisse, die eine derart hohe Strahlkraft haben, dass „[...] die klassischen Selektionskriterien vorübergehend an Bedeutung verlieren, die Schlüsselereignisse also journalistische Selektionsentscheidungen verändern“ (Arendt et al. 2017, S. 137). Scheufele (2006) spricht in diesem Zusammenhang von „shifting frames“ (Scheufele 2006, S. 79) auf Seiten der Journalistinnen und Journalisten.

Arendt et al. (2017) benennen mehrere mögliche Gründe, warum bestimmte Ereignisse die spätere Berichterstattung verändern. So ist es möglich, dass Journalistinnen und Journalisten bewusst oder unbewusst durch besagtes Schlüsselereignis in ihrer Arbeitsweise beeinflusst werden, auch eine dadurch geänderte Redaktionspolitik beziehungsweise Schwerpunktanpassung kann der Grund sein. Nicht außer Acht gelassen werden auch die Rezipientinnen und Rezipienten: In einem System von Angebot und Nachfrage kann die Ursache auch in den -durch Redakteurinnen und Redakteure antizipierten- thematischen Wünschen von Kundinnen und Kunden liegen.

Der Effekt der Koorientierung, der Ähnlichkeiten mit dem *Inter-Media-Agenda-Setting*-Ansatz aufweist und in Krisensituationen zusätzlich an Relevanz gewinnt, befeuert die Wirkung von Schlüsselereignissen zusätzlich (Herrmann 2012, S. 103; Kepplinger 2004, S. 103f.). So stellt Geiß (2013) fest, dass Leitmedien in Krisenzeiten neue (Medien-)Frames kreieren. Andere Medien nehmen dies zum Anlass, selbst über ein so schon etabliertes Thema zu berichten oder -im Fall der Lokalmedien- einen Bezug zum eigenen Publikationsbereich herzustellen. Auch die vermeintliche Unsicherheit der *kleinen* Lokalmedien könnte dazu führen, dass besagte sich an überregionalen Größen orientieren (Hahn 2008, S. 231f.).

Eine dritte Erklärung geht davon aus, dass Redaktionen in Situationen der Unsicherheit diejenigen beobachten, die sich in einer ähnlichen Lage befinden und ihre Berichterstattung diesem sichtbaren Umfeld anpassen, weil dies der einzige Ankerpunkt ist, der eine Orientierung ermöglicht.

(Geiß 2013, S. 109)

Während die Idee des Schlüsselereignisses in der Regel mit kurzen, (im Sinne der Nachrichtenwerttheorie) sehr valenten Ereignissen in Verbindung gebracht wird⁴, plädiert Rauchenzauner (2008) für ein weitreichenderes Verständnis des Begriffs:

Ein echtes Schlüsselereignis ist vielmehr ein Ereignis, das nicht nur durch seine Außergewöhnlichkeit oder seine große Tragweite besticht, sondern auch das Potenzial hat, die Medienberichterstattung langfristig zu verändern, neue Themen zu schaffen, neue Sichtweisen zu kreieren, bestehende Sichtweisen zu ändern und nachhaltig für (mediale) Diskussion zu sorgen.

(Rauchenzauner 2008, S. 179)

Dieser Ansatz entstammt der ursprünglichen Idee von Brosius & Eps (1995), die eine umfangreiche und langfristige Folgeberichterstattung als Indikator eines Schlüsselereignisses ansehen. Über dieses Kriterium zur Unterscheidung von *normalen* Ereignissen und Schlüsselereignissen herrscht in der Publizistikwissenschaft weitestgehend Einigkeit. Neben Kepplinger (2011b, S. 85) ist es auch Völker (2017), der festhält: „Es ist also, anders als ein *critical discourse moment*, nur im Nachhinein feststellbar“ (Völker 2017, S. 77).

Eine weitere Bedingung eines Schlüsselereignisses ist, dass es sich um kein inszeniertes Ereignis, also ein Pseudoereignis, handeln darf. Ein Vorfall muss genuin sein, um sich als Schlüsselereignis zu qualifizieren. Es muss also so oder so unabhängig von der Medienberichterstattung stattfinden (Kepplinger 2011b, S. 58; S. 86).

Als ein Ereignis, das all diese Vorgaben erfüllt, muss die seit Anfang 2020 andauernde Corona-Pandemie bezeichnet werden. Erstmals im Februar des Jahres 2020 in Österreich aufgetreten,

⁴ Als Beispiele seien an dieser Stelle die Untersuchungen zur Berichterstattung zum 11. September 2001 (Ruigrok & Van Atteveldt 2007) oder die *Kölner Silvesternacht 2015/2016* (Arendt et al. 2017) genannt.

dominieren das Coronavirus, Covid und ihre Folgen die heimische Medienberichterstattung. Alleine in der *Kronen Zeitung*, der reichweitenstärksten Tageszeitung in Österreich, finden sich bis dato rund 52.000 Beiträge rund um diese Pandemie. Bei *Der Standard* sind es dieser rund 16.000, die *Salzburger Nachrichten* berichteten rund 9.000 mal⁵. Dies unterstützt die Annahme, dass durch mehrere Ausgangsbeschränkungen und Einschnitte in fast allen Bereichen des Lebens zwar bestimmte Themen -wie kulturelle Veranstaltungen oder Sportereignisse- nicht oder kaum mehr als Nachrichtenquelle zur Verfügung standen, die Pandemie als solches aber ihrerseits neue Möglichkeiten zur Berichterstattung darstellt.

2.5 Medien in Krisenzeiten

In der Literatur wird der Aspekt *Medien und Krisen* zumeist mit einem Erkenntnisinteresse betrachtet, welches darauf abzielt, wie Krisen Medienstrukturen beeinflussen. Grundlegend werden hierbei immer wieder zwei Thematiken als Problemstellung angeführt, die beide auf die Verlagerung von Nachrichten(-rezeption) in das Internet zurückzuführen sind: Der Verlust von Rezipientinnen und Rezipienten im analogen Angebot und damit einhergehend ein erhöhter wirtschaftlicher Druck. Untersuchungen zum Einfluss von allumfassenden Gesellschaftskrisen auf die Berichterstattung wurden jedoch kaum durchgeführt – was dem Umstand geschuldet ist, dass es in der jüngeren Geschichte schlicht keine mit der Corona-Pandemie vergleichbaren Ereignisse gab.

Einzig die Weltwirtschaftskrise in den Jahren 2008 und 2009 kann als aktuelleres, global einschneidendes Ereignis gesehen werden. Forschungen dazu beziehen sich aber ebenfalls auf dadurch bedingte Veränderungen in Medienstrukturen (Currah 2009). Des Weiteren muss erwähnt werden, dass Wirtschaftskrisen zwar sehr große Teile einer Bevölkerung betreffen, jedoch nicht wie im hier untersuchten Fall ausnahmslos alle Menschen, Unternehmen und Institutionen.

Es können jedoch auch Erkenntnisse aus der Forschung zu Kriegsberichterstattungen herangezogen werden. Bei Kriegen handelt es sich ebenfalls um hoch valente Ereignisse, die alle Stakeholder einer Gesellschaft -zumindest in jenen Ländern, in denen ein Krieg geographisch Einzug hält- miteinbeziehen.

Nach Heath & O'Hair (2008, S. 9) handelt es sich bei Krisen um „[...] a risk manifested.“ Schwarz et al. (2016, S. 3) sehen diese Manifestierung in einer Verletzung der sozialen Werte, Erwartungen und Normen. Merten (2008) führt im Sinne der Kommunikationswissenschaft genauer aus, dass Krisen zum einen einen konkreten, aber unerwarteten Starzeitpunkt haben,

⁵ Die Daten wurden am 13.07.2021 über *APA OnlineManager Library* erhoben. Berücksichtigt wurden alle Beiträge zwischen 01.01.2020 und 13.07.2021, die eines der folgenden Stichwörter beinhalten: „Corona“, „Covid“.

zum anderen weisen sie auch ein bestimmtes Ereignis auf, das sie einläutet. Wichtig ist auch der Verlauf, denn einmal begonnen, eröffnen Krisen „[...] im Anschluss daran eine Latenzphase, bei der sowohl deren Ende als auch deren inhaltlicher Ausgang offen (ungewiss) sind [...]“ (Merten 2008, S. 85).

Für Akteurinnen und Akteure, die mit medialer Berichterstattung in Berührung kommen, entsteht damit eine neue, ungewohnte Situation, denn: „Die Krise steht nun im Fokus der öffentlichen und medialen Aufmerksamkeit, so dass die Handlungsspielräume der betroffenen Akteure stark eingeschränkt sind“ (Regier et al. 2016, S. 101). Das bedeutet, dass selbst Themen, die abseits der Corona-Pandemie stehen, von eben dieser beeinflusst sind, etwaige Stakeholder sich damit also zwangsläufig konfrontiert sehen. Als Beispiel sei hier die obligatorische Frage „Wie hat Sie die Krise getroffen?“, genannt.

Die Annahme, dass es sich bei der Corona-Pandemie um eine Krise im wissenschaftlichen Sinne handelt, wird durch das *Issue-Attention-Cycle-Modell* von Downs (1972) gestützt. Demnach weisen Krisen fünf Phasen auf, die sich auf die Medienberichterstattung beziehen:

- (1) *Pre-problem stage*: Ein Problem besteht bereits, ist aber noch kein Thema in den Medien.
- (2) *Alarmed discovery and euphoric enthusiasm*: Die Krise wird sichtbar und erlangt schlagartig eine hohe mediale Aufmerksamkeit.
- (3) *Realizing the cost of significant progress*: Allen Stakeholdern wird bewusst, dass die Lösung der Krise nur durch einen hohen Aufwand, sei es finanzieller oder persönlicher Natur, zu lösen ist.
- (4) *Gradual decline of intense public interest*: Die Rezipientinnen und Rezipienten entwickeln Ermüdungs- und Abweherscheinungen, das Interesse und die Aufmerksamkeit für mediale Berichte über die Krise sinkt.
- (5) *Post-problem stage*: Die Krise steht nicht mehr im Fokus der Berichterstattung. Sie kann unter Umständen komplett aus dem medialen Interessen verschwinden, kann aber auch zu einem späteren Zeitpunkt wieder Teil der Medienagenda werden.

(Downs 1972, S. 39ff.)

Das Modell nach Downs (1972) berücksichtigt dabei -altersbedingt- nur die Phasen in klassischer Medienberichterstattung. In Hinsicht auf das Forschungsinteresse dieser Arbeit ist dies jedoch ausreichend, eine nähere Beleuchtung von Berichterstattung zu Krisen über Social Media, wie beispielsweise in der Untersuchung durch von Nordheim et al. (2018), demnach nicht notwendig.

Der Annahme von Wilkins (2016) folgend gilt, dass in Krisenzeiten niemand neutral bleiben kann beziehungsweise darf. Auch Medien entkommen diesem Grundsatz nicht und sind ihrerseits in der Verantwortung, mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln Schaden für die Bevölkerung zu minimieren (Wilkins 2016). Dieser Ansatz gibt vor, dass auch Lokalfernsehen die Corona-Pandemie mit all ihren Begleiterscheinungen nicht ignorieren kann, eine Veränderung zum *Normalzustand* also stattgefunden haben muss. Dies geschieht schon alleine dadurch, dass Lokalmedien durch Berichte über Ursachen, Auswirkungen und Zusammenhänge von Krisen -in diesem Fall einer Pandemie- Gesprächsthemen in der interpersonellen Kommunikation etablieren (Heath & O'Hair 2008, S. 8). Somit findet, im Sinne des Agenda-Setting Ansatzes, eine Beeinflussung der Publikumsagenda statt.

Während diese Anpassung in Krisenzeiten nach dem Grundsatz Wilkins' (2016) zwar wünschenswert ist, zieht sie aber auch als negativ einzustufende Folgen nach sich. „Während in themenarmen Zeiten häufig unbedeutende Themen auf die Nachrichtenagenda kommen, werden in themenreichen (Krisen-)Zeiten sogar wichtige Ereignisse weniger umfassend behandelt“ (Frerichs 2016, S. 194).

Laut Hooffacker (2020, S. 11) bedingen Krisen außerdem nicht nur eine Veränderung der Themenauswahl, sondern auch der Gestaltung von Fernsehbeiträgen: „In den Medienbeiträgen wird oft personalisiert und emotionalisiert. Insbesondere beim Fernsehen gehört das zum journalistischen Handwerk. Das hilft zwar dem Publikum, Mitgefühl und Empathie zu entwickeln, vernachlässigt aber dabei Zusammenhänge und Hintergründe.“

2.6 Zwischenfazit und Forschungsfragen

Zusammengefasst ergibt sich aus dem vorliegenden Forschungsstand, dass Lokalfernsehen eine Fülle an Funktionen erfüllt, die von nationalen Medien nicht oder kaum geleistet werden. Unter anderem dient es als *Gedächtnis der Gemeinden* und Identitätsstifter und bildet somit einen Aspekt, der für lokale Kommunikationsräume relevant ist. Gewünscht sind auf Seiten der Rezipientinnen und Rezipienten jedoch nur positiv besetzte Themen, vorwiegend aus dem Bereich der Kultur, Wirtschaft und Politik, die qualitativ wie *richtiges Fernsehen* dargeboten werden und eine Art Wohlfühlatmosphäre schaffen. Kurzlebige Nachrichten und kriminelle Handlungen entsprechen hingegen nicht der Erwartungshaltung des Publikums. Lokaljournalistinnen und -journalisten kommen diesen Wünschen nach und sehen sich selbst als eine Mischung aus *gutem Nachbarn* und kritischem *Wachhund*.

Durch das Schlüsselereignis Corona-Pandemie, das sich durch seine außerordentliche Brisanz und Tragweite als ein solches qualifiziert und auch in der Berichterstattung nachhaltige Spuren hinterlassen hat, ist jedoch eine Veränderung in der Themensetzung durch die

Redakteurinnen und Redakteure zu erwarten. Während die üblichen thematischen Quellen durch politische Entscheidungen beschränkt wurden, bietet das Virus an sich neue Möglichkeiten für Berichterstattung. Fraglich ist hierbei jedoch, ob damit der Ansatz des *Gute-Laune-Fernsehens* aufrecht erhalten werden kann. Dies ist auch in Hinblick auf die Krisenhaftigkeit dieser Ausnahmesituation zu bezweifeln. Dem Forschungsstand folgend müssen Medien Verantwortung übernehmen und versuchen, einen größeren Schaden von der Bevölkerung abzuwenden. Außerdem verändert sich in Krisenzeiten nicht nur die Themenauswahl, sondern speziell beim Fernsehen auch die Gestaltung der einzelnen Beiträge.

Diesen Erkenntnissen folgend stellen sich die beiden Forschungsfragen:

**FF1: Welchen Einfluss hat die Corona-Pandemie auf die Themenauswahl
österreichischer Lokalfernsehsender?**

**FF2: Wie beeinflusst die Corona-Pandemie die Gestaltung österreichischer
Lokalfernsehbeiträge?**

Da zu diesem Zeitpunkt erstmalig in Österreich aufgetreten, gilt der Februar 2020 hierbei als Zäsur. Alle in dieser Arbeit untersuchten Beiträge, die als *vor Corona* gekennzeichnet sind, wurden demnach im Jänner 2020 oder früher, alle als *ab Corona* gekennzeichneten Beiträge im April 2020 oder später publiziert.

Als anzuwendender Maßstab für die erste Forschungsfrage fungieren die Nachrichtenfaktoren im Sinne der Nachrichtenwerttheorie, anhand derer die Themensetzung vor und während der Corona-Pandemie untersucht wird. Als aus der Literatur abgeleitete relevante Nachrichtenfaktoren sind zu erwarten: *Dauer, Etablierung, räumliche Nähe, politische Nähe, kulturelle Nähe, Reichweite, Status der Ereignisregion, Einfluss, Prominenz, Überraschung, Einfachheit, Verfänglichkeit, Erfolg, Personalisierung, Visualität, Demonstration und Faktizität.*⁶

Die zweite Forschungsfrage greift den Aspekt des *Gute-Laune-Fernsehens* auf, soll also möglichen Veränderungen bezüglich des erzeugten Stimmungsbildes innerhalb der Fernsehbeiträge Rechnung tragen.

⁶ Eine detaillierte Tabelle der relevanten Nachrichtenfaktoren ist zu finden unter: Anhang A – Codebuch.

3 Methodisches Vorgehen

In der vorliegenden Arbeit stehen zwei Aspekte des lokalen Fernsehens im Fokus der Untersuchung: Auf der einen Seite sollen durch die Corona-Pandemie bedingte thematische beziehungsweise inhaltliche Veränderungen quantitativ erhoben und analysiert werden. Auf der anderen Seite sollen auch etwaige Umbrüche in der Gestaltung der einzelnen Beiträge qualitativ erfasst werden. Beide Interessensbereiche lassen sich durch eine *Film- und Fernsehanalyse*, wie sie beispielsweise Mikos (2015) oder Hickethier (2012) beschreiben, abdecken.

3.1 Film- und Fernsehanalyse

Grundsätzlich stellen die Film- und die -Mikos (2018, S.90) folgend in der Literatur weniger beachtete- Fernsehanalyse zwei unterschiedliche Untersuchungsgebiete dar. Während die Analyse von Filmen, die „zunächst das Ergebnis eines künstlerischen Produktionsprozesses und in diesem Sinn als Werk zu sehen“ (Mikos 2015, S. 23) sind, zumeist die technischen Aspekte in den Fokus rückt, verfolgt die Fernsehanalyse, wie sie beispielsweise Peltzer & Keppler (2015) anwenden, zuweilen einen soziologischen Erkenntnisgewinn. Eben diese Diskrepanz ist im Rahmen dieser Arbeit aber nicht zu lösen, deshalb werden die notwendigen Ansätze aus beiden Dimensionen extrahiert und zur Benennung der Methode der Begriff der *Film- und Fernsehanalyse* verwendet.

Anders als beispielsweise bei der in der Publizistikwissenschaft häufig angewandten *Qualitativen Inhaltsanalyse*⁷, müssen die Arbeitsschritte der Film- und Fernsehanalyse deutlich individueller gestaltet werden. So hält Kammerer (2020) fest, dass „[...] die Methoden, Verfahren und Techniken nicht im strengen Sinne standardisierbar sind, oft situativ am singulären Werk modifiziert werden und sich immer am Horizont einer konkreten Frage ausrichten müssen“ (Kammerer 2020, S. 386). Dies ist nicht zuletzt dem Umstand geschuldet, dass Filme und Fernsehbeiträge eine aus vielen Teilaspekten (unter anderem Bild und Ton) bestehende Gesamtkomposition darstellen, die nicht ohne Weiteres -wie zum Beispiel bei Texten durch eine Nummerierung von Seiten, Kapiteln oder Zeilen- in objektive (Sub-)Einheiten unterteilt werden kann (Kammerer 2020, S. 390). Auch dient die Film- und Fernsehanalyse nicht der Rekonstruktion ganzer Sendungen, sondern ermöglicht „analytische Zugänge und ein tieferes Verstehen“ (Hickethier 2012, S. 28).

⁷ Siehe unter anderem Kuckartz (2018).

Als Basis für den grundlegenden Ablauf der für diese Arbeit genutzten Film- und Fernsehanalyse, dienen die von Mikos (2015, S. 74f.) entwickelten Arbeitsschritte:

1. Entwicklung eines allgemeinen Erkenntnisinteresses
2. Anschauung des Materials
3. Theoretische und historische Reflexion
4. Konkretisierung des Erkenntnisinteresses
5. Entwicklung der Fragestellung(en)
6. Eingrenzung des Materials bzw. Bildung des Analysekorpus
7. Festlegung der Hilfsmittel
8. Datensammlung
9. Beschreibung der Datenbasis
10. Analyse der Daten: Bestandsaufnahme der Komponenten der Filme oder Fernsehsendungen
11. Auswertung: Interpretation und Kontextualisierung der analysierten Daten
12. Evaluation I: Bewertung der analysierten und interpretierten Daten
13. Evaluation II: Bewertung der eigenen Ergebnisse gemessen am Erkenntnisinteresse und der Operationalisierung
14. Präsentation der Ergebnisse

Als *Hilfsmittel* nach den Empfehlungen von Mikos (2015, S. 80) dient in der vorliegenden Arbeit ein Filmprotokoll. „Aber nicht für jede Filmanalyse ist die minutiöse Transkription aller Einstellungen eines Filmes unbedingte Voraussetzung“ (Hickethier 2012, S. 36). Außerdem können die Arbeitsschritte *neun* und *zehn* nicht ohne Weiteres übernommen und müssen - dem vorher genannten Ansatz Kammerers (2020) zur situativen Anpassung der Methode an die eigene Forschung folgend- durch Analyseschritte von Faulstich (2013) adaptiert werden. Für die vorliegende Arbeit ergeben sich somit folgende zu analysierende Beitragskomponenten:

- (1) *Thema*,
- (2) *Kontext*,
- (3) *Narration/Dramaturgie*,
- (4) *Figuren*,
- (5) *Audio* und
- (6) *optische Gestaltung*⁸ (Faulstich 2013; Hickethier 2012; Mikos 2015).

⁸ Eine detaillierte Aufstellung der zu untersuchenden Komponenten ist zu finden unter: Anhang B – Filmprotokoll.

Die Komponenten *Thema* und *Kontext* ergeben sich aus dem Forschungsstand (Kapitel 2 dieser Arbeit). Sie werden überdies zur Beantwortung der ersten Forschungsfrage zusätzlich in größerer Fallzahl quantitativ erhoben. *Narration/Dramaturgie* untersucht die in den analysierten Beiträgen erzeugte Stimmung. Hickethier (2012, S. 108) verweist bei der medialen Erzählung darauf, dass sie aus einer Kombination verschiedener Aspekte - beispielsweise Sprache, Bilder und Bewegungen- besteht. „Dies bedeutet, dass auch nichtfiktionale Formen im Fernsehen unter dem Begriff des Erzählens gefasst werden können“ (Hickethier 2012, S. 108). Diese *Dramaturgie* muss aber nicht zwingend genuin in der gefilmten Handlung stattfinden, sondern kann auch durch die Kommunikatorinnen und Kommunikatoren -in dieser Untersuchung also Lokalmedien- hergestellt werden. Außerdem soll analysiert werden, welche Rolle die in den Beiträgen handelnden Personen -in dieser Untersuchung *Figuren* genannt- einnehmen: Werden sie als positives oder negatives Beispiel inszeniert? Warum kommen sie im Beitrag zu Wort beziehungsweise warum werden sie thematisiert?

Ebenfalls Teil der Untersuchung ist die durch das *Audio* erzeugte Stimmung der Beiträge, wenngleich dem auditiven Aspekt von Film und Fernsehen in der Literatur wenig Rechnung getragen wird (Hickethier 2012, S. 91). Prinzipiell lassen sich „Drei Ebenen des audiovisuellen Tons [...] unterscheiden: Die Geräusche, die Musik und die Sprache“ (Hickethier 2012, S. 93). (Hintergrund-)Geräusche sind nötig, um Filmbeiträge lebendig wirken zu lassen (Hickethier 2012, S. 93f.). In der vorliegenden Untersuchung ist demnach auf mögliche Tonlücken oder asynchrone, synthetisch ergänzte Geräusche zu achten.

Musik tritt als eine selbstständige Mitteilungsebene (Soundtrack) zu den Bildern, die Bedeutung akzentuieren kann. Sie kann das visuell Gezeigte mit emotionalen Qualitäten versehen und in spezifischer Weise interpretieren. Sie kann dabei sowohl synchron (die Musikquelle ist im Bild zu sehen) als auch asynchron (die Quelle der Musik bleibt unsichtbar) eingesetzt werden.

(Hickethier 2012, S. 96)

Abseits der emotionalen Unterstützung -nach Bullerjahn (2018, S. 196) betrifft dies vor allem die Basisemotionen wie Furcht und Freude- eines visuellen Inhalts, weist eine passende musikalische Untermalung auch einen positiven Beitrag auf die Erinnerungsleistung von Rezipientinnen und Rezipienten auf und kann die Urteils- und Meinungsbildung beeinflussen (Bullerjahn 2018, S. 201-215). Hickethier (2012, S. 98) verweist zudem auf die Wiedererkennbarkeit, die im Kontext des Fernsehens durch Titelmusiken unterstützt wird. In Bezug auf die vorliegende Arbeit kann somit angenommen werden, dass gleiche *Themen* oder *Kontexte* mit gleicher oder ähnlicher Musik untermalt werden. Indikatoren für die auditiv kommunizierte Stimmung sind unter anderem „Tempo, Lautstärke, Klangfarbe und Tonhöhe“ (Bullerjahn 2018, S. 196).

Sprache wird prinzipiell in Wort und Schrift unterteilt. Da die Komponente *Audio* aber selbstredend den Bereich des Auditiven abdeckt, wird in der vorliegenden Untersuchung lediglich die Unterscheidung von *on* (die Quelle des Gesprochenen ist im Bild zu sehen) und *off* (die Quelle des Gesprochenen ist im Bild nicht zu sehen) berücksichtigt (Hickethier 2012, S. 99ff.).

Die *optische Gestaltung* geht auf die technisch-visuellen Aspekte der untersuchten Beiträge ein. Relevant hierbei sind unter anderem die Häufigkeit von Schnitten, die angewandten Einstellungsgrößen, Kameraperspektiven und -bewegungen und die Bildkomposition (Hickethier 2012, S. 39-89; Mikos 2015, S. 181-220)⁹.

3.2 Stichprobe

Der Umstand, dass vor allem in den letzten Jahren wenig bis keine Forschung zu Lokalfernsehen im deutschsprachigen Raum, insbesondere in Österreich und ohne den Aspekt einer durch äußere Umstände veränderten Berichterstattung, erbracht wurde, legt für die zweite Forschungsfrage eine qualitative Herangehensweise nahe. Das Ziel der Stichprobe liegt, anders als bei quantitativer Forschung, dabei nicht darin, den untersuchten Variablen beziehungsweise Merkmalen der Grundgesamtheit möglichst nahe zu kommen und so eine hohe Repräsentativität zu erreichen. Vielmehr gilt es -unter anderem in den Grundsätzen des *Theoretical Sampling* der *Grounded Theory*, welches als ein Pendant zur quantitativen Zufallsstichprobe verstanden werden kann- die theoretische Sättigung als Abbruchkriterium zu erreichen (Krotz 2005, S. 178; S. 191).

Als Grundlage für die Auswahlkriterien der zu untersuchenden Beiträge dienen Theorie, Forschungsstand und die daraus resultierenden Forschungsfragen. Erst nach dieser wissenschaftlichen Vorarbeit kann der zirkuläre Prozess, den die *Grounded Theory* vorgibt, beginnen. „Am Anfang steht die Forschungsfrage, die in die Spirale hineinleitet“ (Krotz 2005, S. 167). Im Zuge der Untersuchung wird das Material *codiert*, also strukturiert und verdichtet. Die dabei erlangten Erkenntnisse werden immer wieder mit bereits untersuchten Beiträgen verglichen. Sobald eine zu starke Häufung an ähnlichen Fällen festgestellt wird, muss mit einer systematischen Suche nach Gegenbeispielen begonnen werden. Wird auch diese Suche erfolglos, ist die theoretische Sättigung erreicht (Krotz 2005, S. 172-178; S. 192).

Wenn es keine weiteren Gruppen gibt, deren Vertreter man befragen oder beobachten sollte, von denen neue, präzisierende, kontrastierende [sic!] oder einschränkende Einsichten zu erwarten sind, und wenn Versuche, solche Fälle zu finden, wiederholt scheitern – man darf das jedoch nicht einfach nur annehmen, sondern muss zunächst

⁹ Eine Definition aller relevanten Begriffe ist zu finden unter: Anhang C – Begriffsdefinitionen.

gezielt nach solchen Fällen suchen. Wenn man dann nichts mehr findet, spricht man von der Sättigung des Forschungsprozesses.

(Krotz 2005, S. 193)

Für die Beantwortung der ersten Forschungsfrage, die auf eine Veränderung der Themenwahl durch das Schlüsselereignis Corona abzielt, ist hingegen eine quantitative Erhebung zu bevorzugen. Kuckartz (2014, S. 86f.) empfiehlt bei einem *Mixed-Methods-Ansatz*, wie er in dieser Arbeit Anwendung findet, für den quantitativen Teil der Erhebung eine Zufallsstichprobe.

4 Untersuchungsgegenstände

Als Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit soll die kleinste journalistisch aufbereitete Einheit des österreichischen Fernsehens, das Lokalfernsehen, herangezogen werden. Dieser Grundsatz schließt somit folgende Kanaltypen aus: (1) Sendungen, die ausschließlich online angeboten werden oder (2) kein inhaltlich aufbereitetes Programm anbieten (beispielsweise reine Service- oder Verkaufskanäle), (3) Communitysender (zum Beispiel OKTO) und (4) Regionalfenster von überregionalen Fernsehsendern (unter anderem die Bundesländer-Ableger von ORF2).

Wie bereits in Kapitel 2.1.1 dieser Arbeit erläutert, werden somit nur Sender untersucht, deren Inhalt sich explizit an einer bestimmten Gemeinde ausrichtet. Aufgrund der seit Jahren auf dem Fernsehmarkt vorherrschenden angespannten Wirtschaftslage stehen Lokalfernsehsendern aber zumeist keine gesonderten Sendeplätze mehr zur Verfügung. Vielmehr werden mehrere Lokalsender unter übergeordneten Regionalmedien vereint und erhalten dann innerhalb eines Regionalsendeplatzes einen eigenen, in der Regel wöchentlich wiederkehrenden lokalen Sendeplatz. Die genauen Strukturen innerhalb dieser *Dachverbände* sind teilweise stark verworren, eine detaillierte Auflösung der Zusammenhänge zwischen den Sendern bietet die *Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH* (RTR)¹⁰.

Ein Distributionskanal, der von allen untersuchten Lokalfernsehsendern neben dem linearen Fernsehen und eigenen Internetseiten, auf denen Web-TV im Sinne von Gerstners (2018, S. 46f.) Definition zur betrieben wird, genutzt wird, ist die Onlineplattform *YouTube*. Die dort zur Verfügung stehenden Statistiken (vorwiegend also Aufrufzahlen, Veröffentlichungsdaten und dergleichen) dienen als Ausgangspunkt für die Vergleiche im aktuellen Kapitel dieser Arbeit. Wie bereits in Kapitel 2.1.1 erläutert, haben insbesondere Lokalmedien früh ihre Inhalte parallel zu klassischen Vertriebswegen im digitalen Raum angeboten. In Anbetracht der mittlerweile stark ausgeprägten Onlinenutzung in Österreich ist damit von einer hohen Akzeptanz der digital veröffentlichten Inhalte auf Seiten der Rezipientinnen und Rezipienten auszugehen. Des Weiteren sind die Erhebungen der *Arbeitsgemeinschaft TELETEST* (AGTT) für die vorliegende Arbeit irrelevant. Lokalfernsehen ist ein Nischenprodukt, das in seiner linearen Verbreitung meist an Kabelnetzbetreiber gebunden ist, es muss also angenommen werden, dass lokale Sendungen in einem für die Methoden der AGTT nicht messbaren Zuschauerinnen- und Zuschauerbereich liegen.

¹⁰ Die Übersicht aller österreichischen Fernsehveranstalter ist zu finden unter: <https://www.rtr.at/medien/service/verzeichnisse/veranstalter/Veranstalteruebersicht.de.html?l=de&q=&t=programtype%3DFernsehen> (04.07.21)

Um eine ausgewogene Verteilung der untersuchten Sender innerhalb Österreichs -unter anderem Örnebring et al. (2020, S. 447) verweisen auf die Problematik einer hauptstadtlastigen Publizistikforschung- zu gewährleisten, werden jeweils ein Sender aus Niederösterreich, der Steiermark und Tirol untersucht. Dies soll auch eventuellen Verzerrungseffekten vorbeugen, die durch eine in der Anfangszeit der Coronapandemie unterschiedlich starke Betroffenheit der einzelnen Regionen -so war Tirol zu Beginn durch unter Quarantäne gestellte Gemeinden stärker betroffen als andere Gebiete in Österreich- möglicherweise auftreten könnten.

Folgend werden die untersuchten Sender, vor allem aber die von ihnen bedienten Gemeinden, die Usher (2019) folgend eine wesentliche Rolle in der Journalismusforschung einnehmen sollten, erläutert. Aufgrund des vorliegenden Forschungsstandes ist davon auszugehen, dass Aspekte wie Wirtschaft, Kultur oder sportliche Erfolge einen Einfluss auf die Interessen des zu erreichenden Publikums und somit auf die Medienschaffenden selbst haben.

4.1 SW1 (Niederösterreich)

Der Lokalsender *SW1* fungiert als Stadtfernsehen für die niederösterreichische Gemeinde Schwechat. Dabei handelt es sich um eine Industriestadt im Wiener Ballungsgebiet mit rund 20.000 Bewohnerinnen und Bewohnern (Statistik Austria 2021a). Geprägt ist Schwechat vor allem durch seine vielen Industriezweige: Neben der Lebensmittelproduktion (Mühlen, Brauerei) sind es im Speziellen die Ölindustrie (OMV, Borealis) und der Flughafen Wien-Schwechat, die über die Stadtgrenzen hinaus als relevante Wirtschaftsfaktoren für die sogenannte Ostregion gelten. Der Flughafen ist es auch, der für einen stark ausgeprägten tertiären Sektor sorgt (Statistik Austria o.D.a). Zusätzlich bekräftigt die Nähe zu Wien die registrierten Übernachtungen und somit den Tourismus (Statistik Austria o.D.b).

Vor rund 20 Jahren als politische Anerkennung für die sportlichen Erfolge verliehen, trägt die Stadt bis heute stolz den Titel *Sporthauptstadt Österreichs*. Aus den Nachwuchs- und Ausbildungsprogrammen der *Sport Vereinigung Schwechat* (SVS) gehen bis heute international erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler in verschiedenen Disziplinen hervor. Damit einher geht eine sehr ausgeprägte Infrastruktur, die ihrerseits den Weg für zahlreiche Freizeit- und Kulturveranstaltungen ebnet. Beispielhaft seien an dieser Stelle erwähnt: Ein jährlich stattfindendes, mehrtägiges *Stadtfest*, zahlreiche Kulturvereine, der *Kultursommer* und die *Nestroyspiele*.

SW1 gehört -wie in Kapitel 3 eingangs beispielhaft erwähnt- einem Verbund mehrerer Lokalfernsehsender an. Konkret ist das die *Regional Media Group GmbH*, die Sender aus Niederösterreich und dem Burgenland unter einem Dach bündelt (RTR o.D.a). Neben einem

eigenen Internetauftritt, der vor einer Neugestaltung auch ein Onlinearchiv zur Verfügung gestellt hat, veröffentlicht *SW1* unter dem Namen *Stadtfernsehen Schwechat*¹¹ seine Inhalte seit 2012 auch über *YouTube*. Zum Zeitpunkt der Untersuchung konnten über diesen Weg mit rund 3.700 Beiträgen über 1,7 Mio. Aufrufe generiert werden. Die Videos erreichen in etwa 150 bis 500 Rezipientinnen und Rezipienten, auffällig ist jedoch, dass einige Themen deutlich mehr Aufmerksamkeit erzeugen. So erreicht beispielsweise ein Film über den örtlichen Winterdienst über 21.000 Klicks, ein Beitrag über eine Veranstaltung der Kabarettistin Lisa Eckhart knapp 45.000 und ein Ausschnitt aus einem in Schwechat vorgetragenen Programm des deutschen Prominenten Martin Rütter gar 185.000 Aufrufe.

4.2 HiWay-TV (Steiermark)

Zwar bedient *HiWay-TV* auch die steirischen Gemeinden Bruck an der Mur und Leoben, für die vorliegende Arbeit sind jedoch nur Beiträge für die Stadt Kapfenberg von Interesse. Angesiedelt sind dort rund 23.000 Menschen (Statistik Austria 2021b).

Ähnlich wie Schwechat, gilt auch Kapfenberg als Industriestadt. Während bis vor wenigen Jahrzehnten noch die Stahlproduktion als wirtschaftlicher Dreh- und Angelpunkt galt, ist es heute die Herstellung von Waren, die die meisten Arbeitsplätze generiert. Auch der tertiäre Sektor ist relativ stark ausgeprägt, die Landwirtschaft spielt hingegen keine wesentliche Rolle (Statistik Austria o.D.c). Eine ähnliche Aussage trifft auch auf den Tourismus zu: Von den drei untersuchten Gemeinden finden in Kapfenberg mit rund 3.000 die wenigsten durchschnittlichen registrierten Übernachtungen pro Monat statt (Statistik Austria o.D.d).

Auch in Bezug auf Sport ist ein Vergleich mit Schwechat naheliegend. Mit der *Kapfenberger Sportvereinigung* (KSV) verfügt die steirische Gemeinde über einen Verein, der sich in viele Zweigvereine in den unterschiedlichsten Sportarten aufteilt und aus dessen Reihen international erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler entstammen. Die Infrastruktur profitiert hier ebenfalls von diesen Erfolgen. Kulturell ordnet sich Kapfenberg zwischen Schwechat und Reutte ein: „Neben Fixpunkten wie dem Hexenfest, dem Ritterfest, 6 in the City, dem Weihnachtsmarkt, den Abo-Konzerten und den Ausstellungen in der Galerie des KULTurZentrums gibt es zahlreiche Highlights sowohl im musikalischen wie auch im kabarettistischen Bereich“ (Kapfenberg o.D.).

HiWay-TV gehört zur *PIWImedia GmbH*, welche ihrerseits ausschließlich die Belange des steirischen Lokalfernsehsenders verwaltet – andere Fernsehsender scheinen in ihrem Portfolio nicht auf (RTR o.D.b). Zusätzlich zu einer eigenen Internetseite, die ein Archiv

¹¹ Der *YouTube*-Kanal ist zu finden unter: <https://www.youtube.com/user/stadtfernsehensw1> (09.07.2021)

beinhaltet, betreibt *HiWay-TV* einen gleichnamigen *YouTube*-Kanal¹². Aktuell sind dort rund 3.500 Beiträge abrufbar, die seit 2011 in etwa 1,5 Mio. mal rezipiert wurden. Die Videos erreichen, wenn überhaupt, knapp über 100 Aufrufe, einige Ausnahmen gehen in den Bereich 300-500. Insbesondere Imagefilme über Kapfenberg und kulturelle Bräuche, wie Fasching oder Krampusläufe, erreichen über 1.000 Zuseherinnen und Zuseher. Die meisten Klicks auf dem Kanal erreicht mit rund 90.000 Klicks ein Beitrag über eine Kaninchenzüchterin, dahinter folgen Filme über sportliche Ereignisse mit rund 30.000 Aufrufen.

4.3 reeins.tv (Tirol)

reeins.tv definiert sich selbst als „[...] regionales Privatfernsehen für den Bezirk Reutte bzw. die Region Außerfern“ (*reeins.tv* o.D.). Für die vorliegende Arbeit relevant sind hierbei Beiträge für Reutte, einer Marktgemeinde mit rund 7000 Einwohnerinnen und Einwohnern (Statistik Austria 2021c). Wirtschaftlich weist die Tiroler Gemeinde zwei Standbeine auf: Zum einen ist der tertiäre Sektor -hier vorwiegend der Handel und der öffentliche Dienst- stark ausgeprägt, auf der anderen Seite stellt der Sommertourismus einen wesentlichen Wirtschaftstreiber dar (Statistik Austria o.D.e; o.D.f).

Letzterer wird unter anderem durch regelmäßig stattfindende Kulturveranstaltungen befördert. Zu diesen zählen beispielsweise die *Ritterspiele Ehrenberg*, die *Reuttener Weinmeile* und die für die einheimische Bevölkerung relevanten *Almabtriebe* (*reutte.com* o.D.). Bezüglich sportlicher Ereignisse und Erfolge lassen sich in Reutte keine Besonderheiten feststellen. Es existiert ein größerer Sportverein, der *SV Reutte*, der seinerseits aus mehreren Subvereinen besteht. Seine letzten Erfolge liegen jedoch bereits Jahrzehnte zurück, eine ausführliche Berichterstattung bei *reeins.tv* ist folglich nicht zu erwarten.

Rechtlich gehört der Sender zur *Re1 Digital Media GmbH*. Dieser stellt aber, wie bei der *PIWlmedia GmbH*, keinen Zusammenschluss mehrerer Sender dar, sondern verwaltet ausschließlich die Dienste von *reeins.tv* (RTR o.D.c). Auch *reeins.tv* betreibt, neben einer eigenen Internetseite samt Archiv, einen eigenen *YouTube*-Kanal mit dem Namen *reeins*¹³. Gegründet wurde besagter im Jahre 2009, seit diesem Zeitpunkt konnten mit 1.000 Videos mehr als 7 Mio. Klicks erzielt werden. Es ist jedoch anzumerken, dass *reeins* mit seinen Inhalten das gesamte Außerfern bespielt, nicht alle Aufrufe können also Beiträgen für die Gemeinde Reutte zugeschrieben werden. Für gewöhnlich sehen 50 bis 200 Leute die dort publizierten Videos, Beiträge mit Prominenten -beispielsweise ein Interview mit den

¹² Der *YouTube*-Kanal ist zu finden unter: <https://www.youtube.com/user/KapfenbergWebTV> (09.07.2021)

¹³ Der *YouTube*-Kanal ist zu finden unter: <https://www.youtube.com/user/ausserfernsehen> (09.07.2021)

Rosenheim-Cops Marisa Burger und Max Mueller- werden erwartungsgemäß häufiger aufgerufen. Erstaunlich erscheint hingegen, dass die drei am stärksten nachgefragten Beiträge aus dem Bereich der Kultur stammen: Auf den Plätzen zwei und drei sind dies Berichte über den *Krampuslauf in Reutte* (in den Jahren 2010 und 2013) mit 1 Mio. und 1,5 Mio. Klicks, das erfolgreichste Video entstammt der *Kulturzeit Reutte*. Dank eines Interviews mit dem für den Beitrag namensgebenden Kabarettduo *Vaginas im Dirndl* konnte der Sender alleine mit diesem Film bis dato 1,6 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer erreichen.

5 Untersuchungsergebnisse

Die vorliegende Untersuchung umfasst grundlegend zwei Zeiträume: Alle in dieser Arbeit analysierten Beiträge, die als *vor Corona* gekennzeichnet sind, wurden im Jänner 2020 oder früher, alle als *ab Corona* gekennzeichneten Beiträge im April 2020 oder später publiziert. Dadurch sollen etwaige Beiträge, die im direkten Zusammenhang mit dem beginnenden Auftreten des Virus in den Monaten Februar 2020 und März 2020 stehen, ausgeschlossen werden. Um durch Umstrukturierung oder Modernisierungen bedingte Änderungen der Beitragsgestaltung auszuschließen, wurden überdies Beiträge aus Zeiträumen gewählt, die möglichst nah an den Auftrittszeitpunkt des Virus in Österreich heranreichen. Eine exakte Festlegung des Untersuchungszeitraums erscheint angesichts der unterschiedlichen Publikationsfrequenz der einzelnen Lokalsender und einem damit verbundenen Vorgehen des Abbruchkriteriums als nicht zielführend.

In den einzelnen Detailausführungen in Kapitel 5.2 werden zudem Zahlen angeführt, die auf Grund des qualitativen Forschungsansatzes keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben, sondern lediglich als Indikator dafür dienen, welche Aspekte den Lokalsendern besonders wichtig erscheinen. Auch die quantitative Erhebung (Kapitel 5.1) kann aufgrund der limitierten Stichprobengröße nicht als repräsentativ angesehen werden, sondern nur einen Ausblick auf eine mögliche Folgeforschung darstellen.

5.1 Inhaltliche Veränderungen

Um eine Veränderung der inhaltlichen Schwerpunktsetzung nach dem Auftreten des Coronavirus in Österreich zu untersuchen, werden die Aspekte *Thema*, *Subthema* und *Nachrichtenfaktoren*¹⁴ bei 230 Beiträgen (davon 116 *vor* und 114 Fälle *ab Corona*, verteilt auf alle untersuchten Sender) quantitativ erhoben. Dabei zeigt sich, dass im Zeitraum *vor Corona* die Themen *Dokumentation* (28 Fälle; 24,1%), *Politik* (23; 19,8%), *Kultur* (14; 12,1%) und *Service* (13; 11,2%) dominieren, während *Sicherheit* (1; 0,9%), *Sozialarbeit* (2; 1,7%) und *Umfragen* (4 Fälle; 3,4%) kaum eine Rolle spielen (siehe Tabelle 1). Kein einziger der untersuchten Beiträge *vor Corona* behandelt die Themen *Freizeit*, *Geschichte* oder *Medizin*.

¹⁴ Das Codebuch ist zu finden unter: Anhang A – Codebuch.

Themen - Vergleich

Thema		Vor Corona (n=116)		Ab Corona (n=114)	
		Anzahl	%	Anzahl	%
	Bildung	12	10,3%	3	2,6%
	Dokumentation	28	24,1%	23	20,2%
	Freizeit	0	0%	6	5,3%
	Geschichte	0	0%	1	0,9%
	Kultur	14	12,1%	10	8,8%
	Medizin	0	0%	8	7,0%
	Politik	23	19,8%	16	14,0%
	Service	13	11,2%	10	8,8%
	Sicherheit	1	0,9%	6	5,3%
	Sozialarbeit	2	1,7%	2	1,8%
	Sport	9	7,8%	7	6,1%
	Umfrage	4	3,4%	5	4,4%
	Wirtschaft	10	8,6%	17	14,9%
	Sonstige	0	0%	0	0%

Tabelle 1: Themen - Vergleich

Auch ab dem Schlüsselereignis Corona gelten die Themenkomplexe *Dokumentation* (23 Fälle; 20,2%), *Politik* (16; 14,0%), *Kultur* und *Service* (jeweils 10 Fälle; 8,8%) bei den untersuchten Lokalsendern als vorherrschend. Beiträge zur *Gemeindegeschichte* (1; 0,9%), *Sozialarbeit* (2; 1,8%) und *Bildung* (3 Fälle; 2,6%) treten dagegen in den Hintergrund. Als neue Themenkomplexe treten vor allem *Medizin* (8; 7,0%) und *Freizeit* (6; 5,3%) in Erscheinung.

Im direkten Vergleich der beiden Untersuchungszeiträume lässt sich demnach feststellen, dass Beiträge ohne konkreten Anlassfall unabhängig vom Schlüsselereignis die Basis der lokalen Fernsehberichterstattung darstellen, auch Kulturberichte sind unabhängig von Sender und Zeitraum wichtig. Politische Themen stellen ebenfalls einen wesentlichen Eckpfeiler der Berichterstattung dar, wenngleich sich hier starke Unterschiede zwischen den Lokalsendern zeigen (siehe Abbildung 1). Während in den industriell geprägten Gemeinden Schwechat und Kapfenberg 22,2% (SW1) beziehungsweise 25,7% (HiWay-TV) der untersuchten Beiträge dem Themenkomplex Politik zuzuordnen sind, trifft dies im touristisch geprägten Reutte (reeins.tv) nur auf 1,4% aller Berichte zu.

Bei Bildungsthemen zeigt sich ebenfalls ein Unterschied zwischen den beiden Industriestädten und dem Tourismusort. Der Tiroler Lokalsender weist in 10% seiner Beiträge einen Bildungsbezug auf, bei SW1 sind es derer 5,7%, bei HiWay-TV 4,3%. Im Zeitraumvergleich verliert das Thema Bildung deutlich an Bedeutung: Vor dem Auftreten des Coronavirus in Österreich behandeln 10,3% der Berichte diesen Komplex, ab dem Schlüsselereignis jedoch nur noch 2,6%.

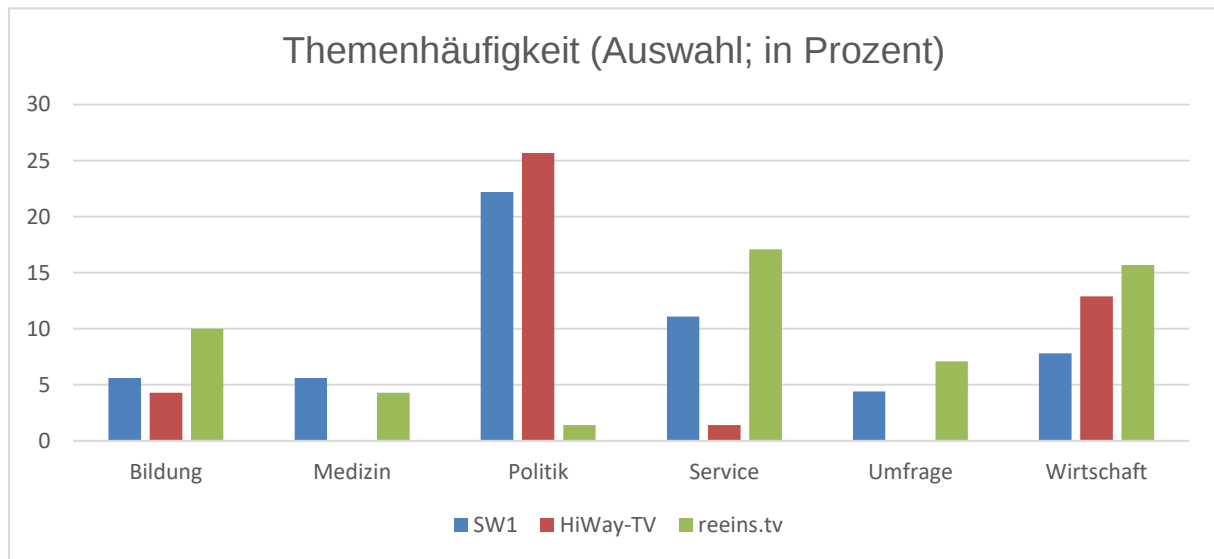


Abbildung 1: Themenhäufigkeit (Auswahl; in Prozent)

Einen deutlichen Zuwachs an Beiträgen kann der Themenkomplex Wirtschaft verzeichnen. Sind es vor Ausbruch des Coronavirus in Österreich 8,6% aller untersuchten Beiträge, die diesen Aspekt behandeln, steigert sich dieser Wert im zweiten Untersuchungszeitraum auf 14,9%. Auch der Vergleich zwischen den Lokalsendern scheint hier lohnend. Im auf Dienstleistungen und Tourismus spezialisierten Reutte stehen wirtschaftstreibende Personen und Institutionen stärker im Fokus als in den industriellen Gemeinden Kapfenberg und Schwechat. Dies trifft auch auf Umfragen, deren Einsatz vom Schlüsselereignis nicht betroffen erscheinen, zu.

Das Thema Sicherheit, das Berichte über Polizei, Militär, Ordnungsdienste und öffentliche Ordnung umfasst, erfährt im zweiten Untersuchungszeitraum ebenfalls mehr Beachtung durch die Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten. Konkret stehen bis zum Jänner 2020 lediglich 0,9% der untersuchten Beiträge in einem derartigen Zusammenhang. Ab April 2020 trifft dies auf 5,3% zu.

Chi-Quadrat-Test (Themen)

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Monte-Carlo-Signifikanz (zweiseitig)		
				Signifikanz	99% Konfidenzintervall	
					Untergrenze	Obergrenze
Pearson-Chi-Quadrat	28,937 ^a	12	,004	,002 ^b	<,001	,003
Likelihood-Quotient	35,536	12	<,001	<,001 ^b	<,001	,002
Exakter Test nach Fisher-Freeman-Halton	29,487			,001 ^b	<,001	,002
Zusammenhang linear-mit-linear	2,670 ^c	1	,102	,100 ^b	,092	,107
Anzahl der gültigen Fälle	230					

a. 12 Zellen (46,2%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,50.

b. Basiert auf 10000 Stichprobentabellen mit einem Startwert von 2000000.

c. Die standardisierte Statistik ist 1,634.

Tabelle 2: Chi-Quadrat-Test (Themen)

Bezüglich der Korrelation von Publikationsdatum und Themenauswahl ist ein statistischer Zusammenhang naheliegend. Zwar ist die asymptotische Signifikanz (zweiseitig) beim Pearson-Chi-Quadrat sehr signifikant ($p=,004$), rund die Hälfte aller Zellen (46,2%) weist jedoch eine erwartete Häufigkeit auf, die kleiner als fünf ist. Ein sehr signifikanter Zusammenhang der beiden Variablen kann demnach angenommen, aber nicht zweifelsfrei bestätigt werden. Anzumerken ist jedoch, dass auch der exakte Test nach Fisher-Freeman-Halton einen höchstsignifikanten ($p=,001$) Zusammenhang nahelegt.

In Bezug auf die Subthemen zeigt sich, dass vor Ausbruch des Coronavirus häufig im Stile einer *Nachrichtensendung* (17 Fälle; 14,7%) berichtet wird (siehe Tabelle 3). *Informationsveranstaltungen* für Medien, wie beispielsweise Pressekonferenzen, werden ebenso stark berücksichtigt wie anlassbezogene *Interviews*, die in einem geschlossenen Raum geführt werden (jeweils 16; 13,8%). Berichte über örtliche *Sportvereine* (3 Fälle; 2,6%) werden ähnlich selten behandelt wie die Subthemen *Kinderbetreuung* (2; 1,7%), *Feuerwehren* und *Gemeindeeinrichtungen* (jeweils 1 Fall; 0,9%).

Subthemen - Vergleich

Subthema		Vor Corona (n=116)		Ab Corona (n=114)	
		Anzahl	%	Anzahl	%
	Benefiz	5	4,3%	1	0,9%
	Bewegung & Sport	0	0%	5	4,4%
	Demonstration/Protest	3	2,6%	0	0%
	Feuerwehr	1	0,9%	0	0%
	Gemeindeeinrichtung	1	0,9%	8	7,0%
	Gottesdienst	0	0%	4	3,5%
	Haushalt & Heimwerken	8	6,9%	2	1,8%
	Informationsveranstaltung	16	13,8%	5	4,4%
	Interview - Indoor	16	13,8%	19	16,7%
	Interview - Outdoor	4	3,4%	24	21,1%
	Interview - Videokonferenz	0	0%	14	12,3%
	Kinderbetreuung	2	1,7%	0	0%
	Kultur	10	8,6%	8	7,0%
	Nachrichtenbeitrag	17	14,7%	5	4,4%
	Natur	0	0%	5	4,4%
	Schule	9	7,8%	2	1,8%
	Sportverein	3	2,6%	1	0,9%
	Überregionale Sportveranstaltung	4	3,4%	1	0,9%
	Veranstaltungshinweis	6	5,2%	5	4,4%
	Verein (sonstige)	4	3,4%	2	1,8%
	Werbebeitrag	7	6,0%	3	2,6%
	Sonstige	0	0%	0	0%

Tabelle 3: Subthemen – Vergleich

Ab dem April 2020 liegt der Fokus der untersuchten Lokalsender deutlich auf Interviews mit einigen wenigen oder Einzelpersonen – jeder zweite veröffentlichte Beitrag (exakt: 50,1%) fällt in diese Kategorie. Am häufigsten werden die Gespräche dabei an der frischen Luft geführt (24 Fälle; 21,1%), gefolgt von Interviews in geschlossenen Räumen (19; 16,7%) und per Videokonferenz (14 Fälle; 12,3%). Berichte über *Sportvereine* sind auch in diesem Zeitraum kaum vertreten (1 Fall; 0,9%), ebenso Beiträge, die *überregionale Sportveranstaltungen* betreffen (1 Fall; 0,9%). Als neue Beitragsart tauchen *Gottesdienste*, die teilweise in voller Länge gezeigt werden, auf (4 Fälle; 3,5%).

Im Vergleich der beiden Untersuchungszeiträume zeigt sich eine Veränderung der Interviewgestaltung. Vor dem Beginn der Coronakrise in Österreich werden Interviews generell (80% aller Interviewbeiträge) in geschlossenen Räumen -beispielsweise in Büros, Schulen oder Wirtshäusern- geführt, lediglich 20% der anlassbezogenen Einzelgespräche werden unter freiem Himmel inszeniert. Dies ändert sich mit den geänderten Hygieneanforderungen, die im zweiten Untersuchungszeitraum vorherrschen, gravierend. Nur noch 33,3% aller Interviews werden innen geführt. 42,1% der Gespräche finden unter freiem Himmel statt. Auffällig ist hierbei, dass auch in Anschluss an Informationsveranstaltungen vertiefende Gespräche eher vor den jeweiligen Lokalen geführt werden als darin. Außerdem eröffnet sich mit dem Einsatz von Videokonferenzprogrammen ein neues Stilmittel, das in den restlichen 24,6% der Interviews Anwendung findet.

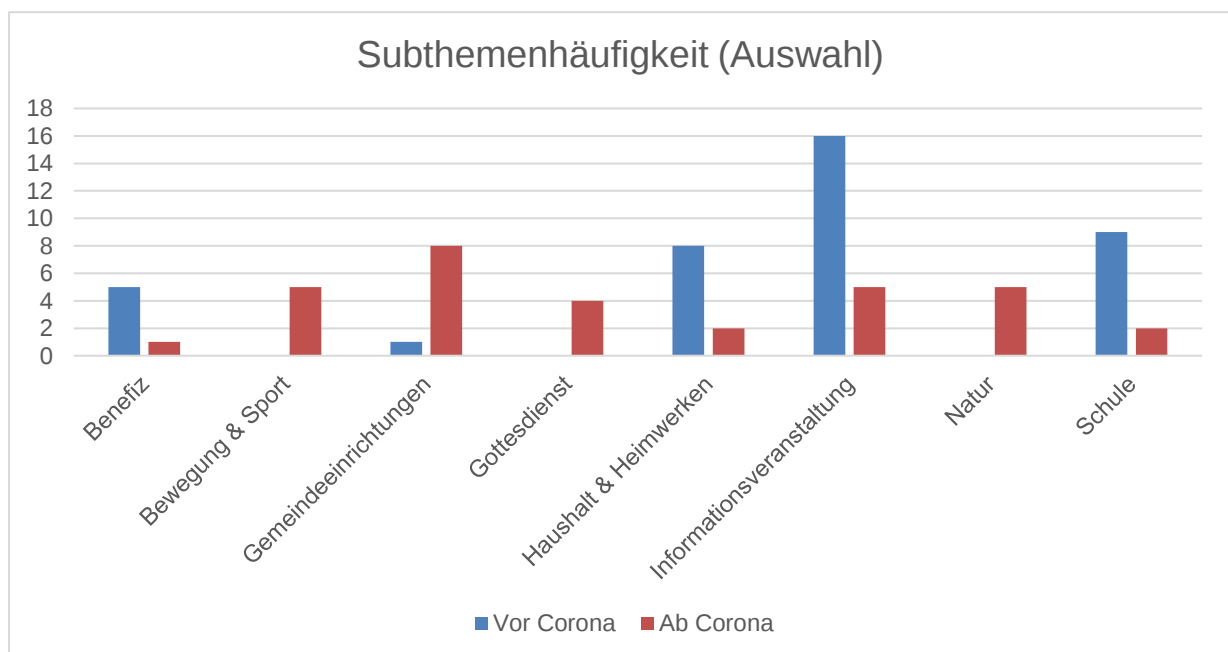


Abbildung 2: Subthemenhäufigkeit (Auswahl)

Informationsveranstaltungen verlieren ab dem Ausbruch des Coronavirus deutlich an Wichtigkeit in der lokalen Fernsehberichterstattung. Wie bereits erwähnt, treten Einzelgespräche, unter anderem mit Expertinnen und Experten, an deren Stelle. Anhand der erhobenen Daten lässt sich jedoch nicht zweifelsfrei klären, worin diese Verschiebung begründet ist. Es ist jedoch anzunehmen, dass es durch zahlreich verordnete Absagen von Veranstaltungen durch die Behörden zu einem Ausbleiben von daran angebundenen Pressekonferenzen kommt. Gleichzeitig kann auch der Effekte der Koorientierung dazu beigetragen haben, dass die Journalistinnen und Journalisten die dadurch ungenutzte Sendezeit mit Expertinnen- und Expertengesprächen füllen.

Eine ähnliche Vermutung betrifft die Berichterstattung über Benefizveranstaltungen. Wie in Abbildung 2 zu sehen, finden besagte Beiträge ab dem April 2020 weniger Niederschlag in lokalen Fernsehprogrammen. Es kann angenommen werden, dass diese Veranstaltungen ebenfalls Ausgangs- und Personenbeschränkungen zum Opfer gefallen sind. Nicht zu erklären ist damit jedoch der Rückgang von Beiträgen der Kategorie *Haushalt & Heimwerken*. Diese besteht, wie beispielsweise bei reeins.tv (2020a), zu einem Gutteil aus Basteltipps und Hinweisen, die den Alltag erleichtern sollen und die in der Regel in einem Studio oder einer Privatwohnung ohne hohes Personenaufkommen oder Gefährdungspotential aufgezeichnet werden.

Beiträge über beziehungsweise in Schulen erfahren mit einem Rückgang von 7,8% auf 1,8% aller untersuchten Beiträge ebenfalls eine geringere Medienzeit im lokalen Fernsehen. Stattdessen finden Messen verschiedener Konfessionen ihren Platz in der lokalen Berichterstattung. Diese werden in voller Länge -teils über eine Stunde lang- dokumentiert und ausgestrahlt. Somit wird den Religionsgemeinschaften auf den ersten Blick mit lediglich 3,5% aller Beiträge zwar nicht sehr häufig ein Bericht zuteil, die im Vergleich zu anderen Beiträgen überragende Länge gesteht ihnen aber sehr viel Platz bei den einzelnen Sendern zu.

Zwei Subthemen, die ebenfalls erst im zweiten Untersuchungszeitraum auftreten, sind *Bewegung & Sport* und *Natur*. Bei ersterem handelt es sich um Berichte zu frei zugänglichen Sportanlagen und Sportveranstaltungen ohne Vereins- oder Klubzwang, wie beispielsweise ein Bericht von SW1 (2020a) über die Instandsetzung eines Basketballplatzes. Beiträge über die *Natur* sind zumeist Dokumentationen, die entgegen dem üblichen Aufbau der Beiträge (siehe Kapitel 5.2) auf Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner verzichten und lediglich Impressionen aus Teilen der Gemeinde liefern. SW1 zeigt derlei Impressionen zum Teil vom selben Ort aus mehreren Perspektiven und mit verschiedenen Schwerpunkten (SW1 2020b; 2020c).

Auch Beiträge über Gemeindeeinrichtungen, wie etwa Stadtgärtnereien oder Bauhöfe, erhalten ab dem April 2020 eine erhöhte Aufmerksamkeit durch Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten. Konkret steigt der Anteil dieser Berichte von 0,9% auf 7% aller untersuchten Beiträge. Eine mögliche Erklärung für diesen Anstieg lässt sich darin finden, dass diese Einrichtungen als Teil der sogenannten kritischen Infrastruktur weiterhin ihren Dienst versehen müssen, selbst, wenn alle anderen Branchen behördlich geschlossen werden. Ferner bedeutet dies, dass Wasser- oder Elektrizitätswerke weiterhin Geschichten und Bilder liefern können, selbst wenn Kultur- oder Sportveranstaltungen abgesagt werden.

Chi-Quadrat-Test (Subthemen)

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Monte-Carlo-Signifikanz (zweiseitig)		
				Signifikanz	99% Konfidenzintervall Untergrenze	Obergrenze
Pearson-Chi-Quadrat	82,385 ^a	20	<,001	,000 ^b	,000	<,001
Likelihood-Quotient	99,594	20	<,001	,000 ^b	,000	<,001
Exakter Test nach Fisher-Freeman-Halton	83,685			,000 ^b	,000	<,001
Zusammenhang linear-mit-linear	4,769 ^c	1	,029	,029 ^b	,024	,033
Anzahl der gültigen Fälle	230					

- a. 24 Zellen (57,1%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,50.
- b. Basiert auf 10000 Stichprobentabellen mit einem Startwert von 334431365.
- c. Die standardisierte Statistik ist -2,184.

Tabelle 4: Chi-Quadrat-Test (Subthemen)

In Bezug auf die Korrelation von Publikationsdatum und Subthemenwahl zeigt sich ein ähnliches Bild wie im Zusammenhang von Datum und Themenwahl. Auch hier ist laut Pearson-Chi-Quadrat ein höchstsignifikanter ($p < ,001$) Zusammenhang anzunehmen, aber hier liegt die erwartete Häufigkeit ebenfalls in rund der Hälfte aller Zellen (57,1%) unter fünf. Und auch in der Korrelation von Publikationsdatum und Subthemenwahl deutet der exakte Test nach Fisher-Freeman-Halton einen höchstsignifikanten ($p = ,000$) Zusammenhang an.

Im Hinblick auf die zutreffenden Nachrichtenfaktoren ergeben sich im Zeitraumvergleich ebenfalls teils deutliche Veränderungen (siehe Tabelle 5). Vor dem Jänner 2020 berichten Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten häufig über kurzweile Ereignisse, die keine mittel- oder langfristigen Konsequenzen in Aussicht stellen (*Dauer*). Konkret trifft dies auf 79,3% beziehungsweise 92 der 116 untersuchten Fälle zu. Mit dem Auftreten des Coronavirus sinkt dieser Wert auf 41,2%. Dem Ergebnis des Pearson-Chi-Quadrat-Tests zufolge handelt es sich dabei im Vergleich der beiden Zeiträume um eine höchstsignifikante ($p < ,001$) Veränderung. Ein gegenteiliger Effekt ist bei dem Nachrichtenfaktor *Etablierung*, also bei Berichten, die auf bereits bestehenden Themenkomplexen basieren, zu erkennen. Hier steigt das Zutreffen des Faktors in den Beiträgen von 64,7% auf 76,3%.

Nachrichtenfaktoren - Vergleich

		Vor Corona (n=116)		Ab Corona (n=114)		Pearson- Chi-Quadrat Signifikanz
		Anzahl	%	Anzahl	%	
Dauer	Trifft zu	92	79,3%	47	41,2%	<,001
Etablierung	Trifft zu	75	64,7%	87	76,3%	,053
Räumliche Nähe	Trifft zu	101	87,1%	106	93,0%	,135
Politische Nähe	Trifft zu	4	3,4%	3	2,6%	,718
Kulturelle Nähe	Trifft zu	3	2,6%	2	1,8%	,665
Reichweite	Trifft zu	45	38,8%	65	57,0%	,006
Status der Ereignisregion	Trifft zu	8	6,9%	1	0,9%	,019
Einfluss	Trifft zu	26	22,4%	32	28,1%	,323
Prominenz	Trifft zu	4	3,4%	0	0%	,045
Überraschung	Trifft zu	1	0,9%	0	0%	,320
Einfachheit	Trifft zu	90	77,6%	78	68,4%	,117
Verfänglichkeit	Trifft zu	2	1,7%	3	2,6%	,637
Erfolg	Trifft zu	38	32,8%	15	13,2%	<,001
Personalisierung	Trifft zu	23	19,8%	15	13,2%	,173
Visualität	Trifft zu	72	62,1%	34	29,8%	<,001
Demonstration	Trifft zu	2	1,7%	0	0%	,159
Faktizität	Trifft zu	70	60,3%	32	28,1%	<,001

Tabelle 5: Nachrichtenfaktoren - Vergleich

Unverändert wichtig bleibt im Zeitverlauf die Wichtigkeit der Nachrichtendimension Nähe. Sowohl bei der *räumlichen Nähe*, der *politischen Nähe* als auch bei der *kulturellen Nähe* sind keine markanten Steigerungen oder Einbußen festzustellen. Lediglich die Relevanz -in dieser Arbeit als *Reichweite* bezeichnet- der Beiträge für die Rezipientinnen und Rezipienten steigt sehr signifikant ($p=,006$) von 38,8% auf 57%.

Die Nachrichtenfaktoren *Prominenz*, *Überraschung*, *Verfänglichkeit* und *Demonstration* stagnieren auf einem niedrigen Niveau. Der Veränderung ihrer Häufigkeiten kann keine besondere Bedeutung unterstellt werden. Der Faktor *Status der Ereignisregion* verliert hingegen signifikant ($p=,019$) an Relevanz.

Mit einem Anstieg von 22,4% auf 28,1% ist eine leichte Steigerung der Beiträge, die auf der politische oder wirtschaftlichen Macht (*Einfluss*) der handlungsleitenden Figur basieren, zu verzeichnen. Gleichzeitig verlieren *einfache* Beiträge an Bedeutung. Liegt der relative Anteil an Berichten, die kein ausgeprägtes Vorwissen auf Seiten der Rezipientinnen und Rezipienten erfordern, vor Beginn der Krise noch bei 77,6%, sinkt dieser Wert ab dem April 2020 leicht auf

68,4%. Ähnlich verhält es sich mit Beiträgen über Einzelpersonen, die einen hohen *Personalisierungsgrad* aufweisen, mit einem Verlust von 19,8% auf 13,2%.

Die Nachrichtenfaktoren *Erfolg*, *Visualität* und *Faktizität* hingegen verlieren für die Lokalsender im Vergleich der beiden Untersuchungszeiträume deutlich an Wichtigkeit. Trifft der Faktor *Erfolg* vor dem Jänner 2020 noch in 32,8% aller untersuchten Beiträge zu, ist dies ab dem April 2020 nur noch in 13,2% der Fall. Der für Fernsehjournalismus so wichtige Faktor der *Visualität* sinkt stark von 62,1% auf 29,8%, der Nachrichtenfaktor *Faktizität* weist mit einem Verlust von 60,3% auf 28,1% ebenfalls deutliche Einbußen auf. Im Pearson-Chi-Quadrat-Test zeigt sich, dass die Veränderung dieser drei genannten Nachrichtenfaktoren in einem höchstsignifikanten ($p < ,001$) Zusammenhang mit dem Publikationsdatum steht.

5.2 Veränderungen der Gestaltung

Zur Analyse der Gestaltung der Lokalfernsehbeiträge wurden 104 der 230 quantitativ erhobenen Fälle vertiefend qualitativ untersucht. Diese Beiträge teilen sich wie folgt auf:

- (1) SW1: 17 Fälle *vor Corona*, 22 Fälle *ab Corona*
- (2) HiWay-TV: 17 Fälle *vor Corona*, 17 Fälle *ab Corona*
- (3) reeins.tv: 16 Fälle *vor Corona*, 15 Fälle *ab Corona*

Die Daten wurden mithilfe des in Kapitel 3.1 dieser Arbeit ausgeführten Filmprotokolls erhoben.

5.2.1 Narration und Dramaturgie

Wie dem Forschungsstand folgend anzunehmen, handelt es sich bei Lokalfernsehen um einen *gute Laune Journalismus*. Von den zeitraumübergreifend 104 qualitativ analysierten Beiträgen basieren 68 Fälle (65,4%) auf positiven Ereignissen beziehungsweise vermitteln eine positive Grundstimmung. 20 Berichte (19,2%) sind neutral gehalten, lediglich die restlichen 16 Beiträge (15,4%) behandeln ein negatives Thema.

So berichtet beispielsweise der Lokalsender HiWay-TV im Untersuchungszeitraum *vor Corona* über eine traditionelle Ehrung der Bürgerinnen und Bürger von Kapfenberg, die ihren 80. Geburtstag feiern (HiWay-TV 2019a). Die Veranstaltung findet auf einer Burg statt, es ist zu sehen, wie sich die Jubilarinnen und Jubilare unterhalten und wie sie von hochrangigen Gemeindepolitikerinnen und Gemeindepolitikern begrüßt werden. Im Hintergrund ist festliche Musik zu hören. Der Kommentar aus dem *Off* ist voll des Lobes für alle Beteiligten, negative Aspekte oder gar Kritik sind nicht Teil des Beitrags. Zu Wort kommen im Bericht aber nur der

Bürgermeister und eine Gemeindepolitikerin. Die geehrten Bewohnerinnen und Bewohner, die zahlreich im Bild zu sehen sind und die den eigentlichen Grund dieses Beitrages darstellen, werden hingegen nicht interviewt. Wie in Kapitel 5.2.2 dieser Arbeit näher erläutert, scheint es sich dabei um eine grundlegende Problemstellung von Lokalfernsehen zu handeln.

Auch wenn der Grundtenor lokaljournalistischer Fernsehberichterstattung positiv ist, zeigt sich mit Eintreten des Schlüsselereignisses Corona eine deutliche Verlagerung des Stimmungsbildes zu Gunsten negativer oder neutraler Beiträge (siehe Abbildung 3). Die Anzahl negativer Beitragsthemen (von 10% zu 20,4%) verdoppelt sich ebenso wie die neutral gehaltenen Berichte (von 12% auf 25,9%). Das Ausmaß positiver Beiträge sinkt von 78% auf 53,7%. Zwar handelt es sich, wie bereits erwähnt, um eine qualitative Erhebung, die Daten werden dennoch in Hinblick auf eine mögliche Folgeforschung einem Pearson-Chi-Quadrat-Test unterzogen. Dabei zeigt sich, dass ein signifikanter ($p=,034$) Zusammenhang von Grundstimmung und Publikationsdatum besteht. Außerdem zeigt die Analyse, dass von den 54 untersuchten Berichten *ab Corona* in 38 Fällen (70,4%) ein Bezug zu dem Virus hergestellt wird, lediglich 16 Beiträge (29,6%) kommen ohne jeden Verweis darauf aus.

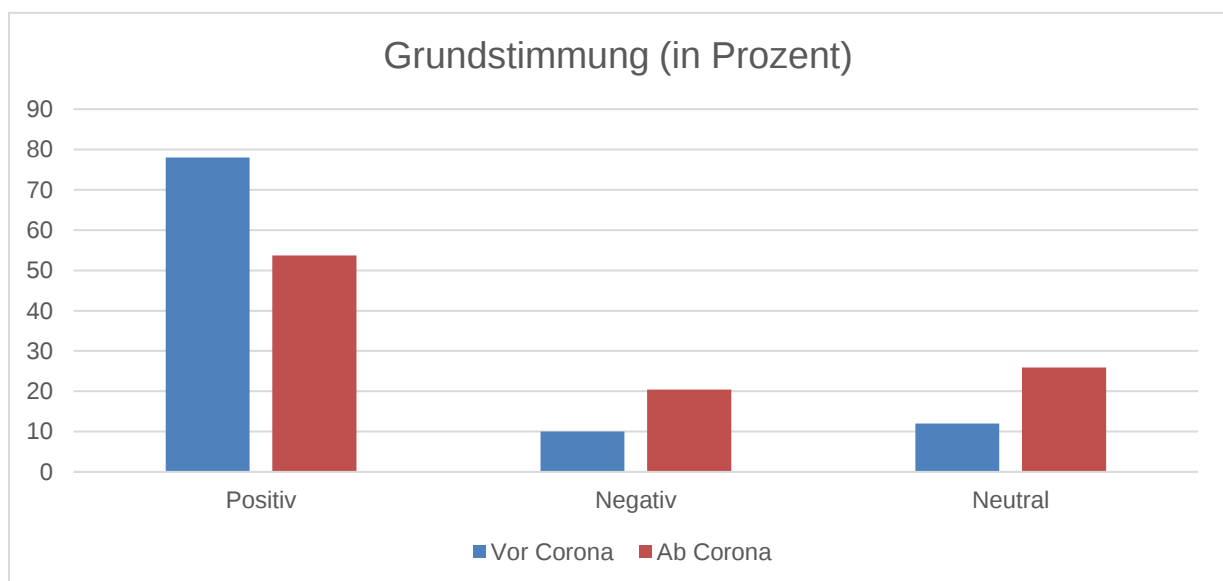


Abbildung 3: Grundstimmung (in Prozent)

Ein Beispiel negativer Themensetzung durch Lokalsender stellt ein Beitrag von reeins.tv (2020b) über die jährlich erscheinende Kriminalstatistik dar. Dafür findet ein Interview mit einem Chefspektor der Polizei in dessen Büro statt. Trotz der formellen Voraussetzung eines ernstes Gesprächs über einen negativen Themenkomplex, ist der Bericht mehr als nur ein Zeigen des Gesagten. Für das Interview werden mehrere Kameras eingesetzt, als Schnittbilder fungieren Aufnahmen aus Polizeieinsätzen, wie etwa Verkehrskontrollen. Obwohl

die Grundthematik, wie bereits erwähnt, eine negative ist, versucht der Journalist, der das Gespräch leitet, selbst in der vorgegebenen Situation noch positive Aspekte in den Bericht einzubringen. So verweist er auf einen zuvor publizierten Beitrag des Senders zur *Cybercrime*-Prävention und verleitet damit den interviewten Chefinspektor dazu, den positiven Effekt dieses Beitrags zu bestätigen und die damit erzielten Erfolge im Österreich- und Tirolvergleich zu benennen (reeins.tv 2020b, 1:35).

Grundsätzlich werden in dieser Arbeit zwei Handlungen unterschieden: Inszenierte Ereignisse sind jene, die als reine Medienereignisse gelten. Dies betrifft vorwiegend Interviews, die in Kapitel 5.2.5 ausführlich behandelt werden, und Umfragen. Besagte Umfragen werden von Sender zu Sender unterschiedlich aufbereitet, eine grundlegende Veränderung in der Gestaltung, die in der Pandemie begründet liegt, kann aber nicht festgestellt werden.

Der Lokalsender reeins.tv führt unter dem Titel *Meine Meinung* eine eigenes Umfrageformat, das explizit an Jugendliche gerichtet ist. Es hat ein eigenes Intro, eigene Grafiken und Effekte und die Gespräche werden an eigens in den Schulen aufgebauten Interviewplätzen, deren Aufbau im Zeitraffer präsentiert wird, unter dem Einsatz mehrerer Kameras geführt. Jeder Gesprächspartner beziehungsweise jede Gesprächspartnerin, deren Identität mittels grafischer Bauchbinde offengelegt wird, bekommt ein eigenes Ansteckmikrofon und darf seine oder ihre Meinung zu einem zumeist kontroversiellen Thema, wie etwa über den *Rechtsruck in Europa* (reeins.tv 2019a), frei äußern. Eine einseitige Wiedergabe von Meinungen kann dabei nicht festgestellt werden.

Anders verhält es sich bei SW1. Der Sender führt klassische Straßenumfragen im Gemeindegebiet durch, die sich thematisch im Zeitraum *ab Corona*, zumindest in den untersuchten Fällen, ausschließlich auf das Virus und seine Folgen beziehen. Einer dieser Umfragen betrifft das Wohlbefinden der Bürgerinnen und Bürger während der Corona-Krise (SW1 2020d). Es werden Menschen auf der Straße, in Geschäften und sogar im Auto sitzend befragt. Wer sie sind, wird nicht erwähnt, auch die Einstiegsfrage der Journalistin ist nicht zu hören. Es werden lediglich die Wortbeiträge der Befragten wiedergegeben, wobei diese nicht am Stück, sondern in verschiedenen Einstellungen gezeigt werden. Zwar dient das negative Thema Coronapandemie, das durch kontinuierliche markante Schläge, die einem Metronom gleichen, unterstrichen wird, bei allen Interviews als Eckpfeiler, dennoch wird in jedem Gespräch zumindest ein als positiv zu deutender Aspekt aufgeworfen. Vor allem zum Ende des Berichts hin werden vermehrt ermunternde Wortbeiträge gezeigt, was dem Beitrag alles in allem einen positiven Anschein verleiht.

Als zweite Handlung gelten dokumentierte Geschehnisse. Es handelt sich dabei also um genuine Ereignisse, die auch ohne das Beisein eines Mediums stattgefunden hätten. Als Beispiel sei hier ein Bericht anlässlich des Besuchs einer chinesischen Delegation in

Kapfenberg angeführt (HiWay-TV 2019b). Die besagte Abordnung besucht eine Schule im Gemeindegebiet und wird dabei von den Schülerinnen und Schülern feierlich begrüßt. Zu Wort kommen die Gäste im Beitrag jedoch nicht. Lediglich der Bürgermeister und die Direktorin bekommen die Möglichkeit, das Projekt, im Rahmen dessen der Austausch mit den chinesischen Abgesandten zustande kommt, zu loben und die diesbezüglichen Erfolge zu benennen.

In den untersuchten Beiträgen sind, unabhängig vom Untersuchungszeitraum, inszenierte (53 Fälle; 51%) und dokumentierte (51; 49,0%) Handlungen in gleichem Ausmaß verteilt. Dem Forschungsstand (Kapitel 2.5) und den Erkenntnissen aus Kapitel 5.1 folgend, ist eine Verschiebung der Narration zu Gunsten inszenierter Ereignisse ab dem April 2020 zu erwarten. Dies bestätigt sich in den vertiefend erhobenen Fällen. Im Untersuchungszeitraum *vor Corona* handelt es sich bei 42% der Beiträge um inszenierte, bei den restlichen 58% um dokumentierte Beiträge. *Ab Corona* sind umgekehrte Schwerpunkte festzustellen: 59,3% der Berichte sind inszeniert, 40,7% dokumentieren ein Ereignis.

Ein Einfluss des Schlüsselereignisses ist auch auf die Häufigkeit kritischer Aspekte in den untersuchten Beiträgen zu vernehmen. Im Untersuchungszeitraum *vor Corona* handelt es sich bei 82% aller qualitativ analysierten Berichte um unkritische Beiträge, lediglich in 18% der Fälle werden mehrere Meinungen abgebildet oder kritische Aspekte aufgeworfen. *Ab Corona* steigt dieser Wert nicht signifikant (Pearson-Chi-Quadrat-Signifikanz: $p=,237$) auf 27,8% der Berichte, während *nur* noch 72,2% der Beiträge zur Gänze unkritisch erscheinen.

5.2.2 Figuren

Als Figuren gelten in dieser Arbeit Personen, die für die Handlung des Beitrags relevant sind. Betroffen sind also jene Menschen, die zu Wort kommen, mit Ausnahme der Journalistinnen und Journalisten, es sei denn, diese sind für den Beitrag maßgeblich. Dies ist beispielsweise bei reeins.tv in mehreren Sendereihen der Fall.

Eine dieser Reihen ist *Hot oder Schrott*, in der Tipps und Tricks für den Alltag präsentiert werden. Unter anderem wird gezeigt, welche Wiederverwendungsmöglichkeiten es für Plastikflaschen gibt (reeins.tv 2019b). Die gutgelaunte Moderatorin sitzt in einer Essecke eines offensichtlichen Privathauses, auf dem Tisch vor ihr liegen die Utensilien, die zur Anwendung kommen. Sämtliche Moderation geschieht aus dem *On*, die Reporterin spricht dabei frei und im Tiroler Dialekt. Das Gesagte wirkt nicht, als wäre es vorab geplant worden. Aus dem *Off* werden lediglich Musik und Audioeffekte, wie etwa ein charakteristisches *Boing*-Geräusch bei der Bewertung der einzelnen Anwendungstipps, beige-steuert. Der Schnitt mutet generell sehr

dynamisch und jugendlich an, die Moderatorin fungiert dabei nicht als kritische Testerin, sondern vielmehr als positiv eingestellte Versuchsperson.

Dass Moderatorinnen und Moderatoren die Rolle der Protagonistin oder des Protagonisten einnehmen, ist aber selten der Fall (5 Fälle; 4,8%). Wie auch die Daten aus Kapitel 5.1 nahelegen, nimmt die Anzahl der Beiträge, in denen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Lokalsender im Mittelpunkt stehen, im Untersuchungszeitraum *ab Corona* zwar ab. Die Gestaltung dieser Berichte und die Inszenierung dieser Figuren ändert sich durch das Schlüsselereignis aber nicht.

In der Untersuchung zeigt sich weiters, dass zeitraumübergreifend Personen in höheren Positionen -wie Funktionärinnen und Funktionäre (40 Fälle; 38,5%), Bürgermeisterinnen und Bürgermeister (36; 34,6%) und andere Politikerinnen und Politiker (30 Fälle; 28,8%)- für die Lokalsender deutlich gefragter sind als Bewohnerinnen und Bewohner (8; 7,7%), Künstlerinnen und Künstler (8; 7,7%) oder Expertinnen und Experten (7 Fälle; 6,7%). Vor allem die beiden Sender HiWay-TV und SW1 bieten ihren jeweiligen Stadtoberhäuptern ein hohes Maß an Medienzeit. So kommt bei reeins.tv nur in 9,7% aller qualitativ erhobenen Berichte ein Bürgermeister oder eine Bürgermeisterin zu Wort, bei HiWay-TV betrifft dies 41,2%, bei SW1 sind es gar 48,7% (siehe Abbildung 4).

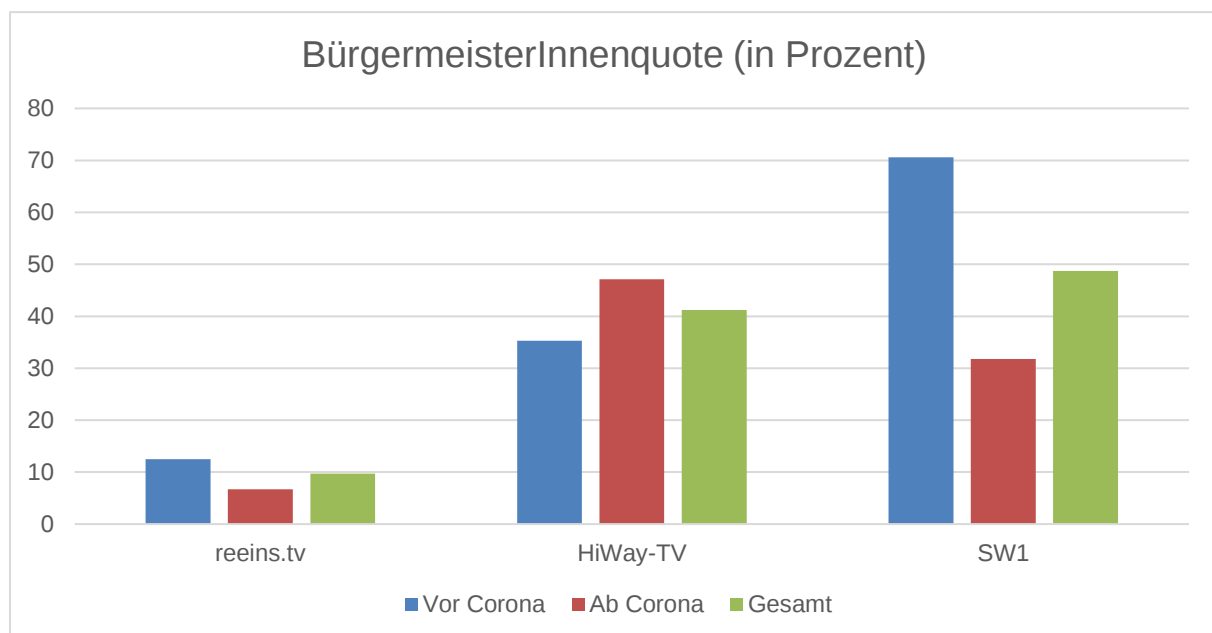


Abbildung 4: BürgermeisterInnenquote (in Prozent)

Beachtenswert erscheint der Vergleich der beiden Untersuchungszeiträume: Dem Bürgermeister von Kapfenberg wird mit Eintreten des Schlüsselereignisses mehr Sendezeit zur Verfügung gestellt. Die Bürgermeisterin von Schwechat muss hingegen ab dem April 2020

auf mehr als die Hälfte ihrer gewohnten Medienzeit verzichten. Senderübergreifend sinkt der Anteil der Berichte, in denen eine Bürgermeisterin oder ein Bürgermeister als Figur fungiert, einem Pearson-Chi-Quadrat-Test folgend nicht signifikant ($p=,267$) von 40% auf 29,6% der Fälle.

Vor dem Eintreten des Coronavirus in Österreich tritt das Schwechater Stadtoberhaupt häufig in Berichten in Erscheinung, die grundsätzlich gar keines bürgermeisterlichen Beitrages bedürfen. Einer dieser Berichte behandelt eine Kleintierausstellung des örtlichen Kleintierzuchtvereins (SW1 2019a). Der Anlass des Beitrags ist, wie der Name bereits verrät, die öffentliche Ausstellung mehrerer hundert Kleintiere. Besucherinnen und Besucher kommen dabei aber nicht zu Wort, stattdessen setzt SW1 auf die Redebeiträge von Funktionärinnen und Funktionären der Vereine, von Politikerinnen und Politiker und von der Bürgermeisterin. Worin der Mehrwert des Gesprächs mit besagtem Stadtoberhaupt liegt, ist für die Rezipientinnen und Rezipienten nicht ersichtlich, beschränkt sich die Auskunft doch im Wesentlichen auf sein Interesse an Kleintieren (SW1 2019a, 3:00). Es lässt sich jedoch annehmen, dass durch die Einbindung einer hochrangigen Gemeindepolitikerin die Wichtigkeit des Ereignisses und somit des Beitrags als solches gesteigert wird.

Wie bereits erwähnt, sinkt die Anzahl der Berichte, in denen die Schwechater Bürgermeisterin eine Figur darstellt, im Untersuchungszeitraum *ab Corona* massiv. Die Lokalfernsehpräsenz konzentriert sich, vor allem zu Beginn dieses Zeitraums, auf Statements und Updates rund um das Coronavirus (zur optischen Gestaltung siehe Kapitel 5.2.4). Dementsprechend ändert sich auch die Inszenierung des Stadtoberhauptes: Ab dem April 2020 tritt die Bürgermeisterin vorwiegend in Einzelinterviews auf, in denen die wichtigsten Änderungen, Regeln und Eckpunkte rund um die Pandemie verkündet werden (SW1 2020e). Der nahbare Eindruck, der schon vor dem Ausbruch der Krise etabliert wurde, bleibt aber zum Teil bestehen. So wird die Bürgermeisterin regelmäßig nach ihrem persönlichen Befinden und ihren Erfahrungen gefragt, ehe die Gesprächsführung in Richtung neutraler Fakten geleitet wird. Auch lassen einfache Fehler -wie zum Beispiel das explizite Zeigen des misslungenen Versuchs, eine Maske aufzusetzen (siehe Kapitel 5.2.4)- das Stadtoberhaupt geerdeter und näher am *einfachen* Bürger beziehungsweise der *einfachen* Bürgerin wirken.

Eine sichere Aussage über die veränderte Inszenierung von Bewohnerinnen und Bewohnern ist aus zweierlei Gründen nicht zu treffen. Zum einen fungieren eben jene Personen nur selten als Figuren in Berichten des Lokaljournalismus. Zum anderen handelt es sich bei diesen wenigen Fällen -zumindest vor dem Jänner 2020- um sehr differenzierte Themen.

Unter anderem berichtet der Schwechater Lokalsender SW1 über eine als Straßenfest gestaltete Demonstration, die von verkehrsgeplagten Anrainerinnen und Anrainern einer an sich für den Durchzugsverkehr gesperrten Seitenstraße organisiert wird (SW1 2019b). In dem

Beitrag werden die Ansichten zweier Parteien präsentiert: Auf der einen Seite kann die Politik, vertreten durch Gemeindepolitikerinnen und Gemeindepolitiker und die Bürgermeisterin, ihre Lösungen und Hindernisse schildern, auf der anderen Seite kommen die betroffenen Bürgerinnen und Bürger zu Wort. Diese werden als unzufrieden und unnachgiebig dargestellt. Es wird der Eindruck vermittelt, als würden die Betroffenen von den Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern im Stich gelassen und müssten sich nun mit eigenen Konzepten und Protesten selbst helfen. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei einem Bericht über eine Informationsveranstaltung bezüglich der Salzstreustrategie der Gemeinde (SW1 2020f). Darin wird der Eindruck vermittelt, als müsse diese Veranstaltung nur stattfinden, weil sich die Bewohnerinnen und Bewohner übermäßig beschwerten und die Gemeinde auf diese Weise Stellung beziehen muss. Es kommt außerdem eine Bewohnerin zu Wort, bei der ebenfalls impliziert wird, sie stünde als Vertreterin der Gemeindebevölkerung gegen die Entscheidungen der Politik. So wird beispielsweise folgende Aussage der Bürgerin im Beitrag wiedergegeben: „Aber ich möchte mich informieren, um auch die Gegenseite [Anm.: die Gemeinde] zu hören“ (SW1 2020f, 1:23).

Ab dem April 2020 erscheint die thematische Grundlage für Redebeiträge durch Einwohnerinnen und Einwohner eindeutig. Fast alle dafür zutreffenden Berichte behandeln das Thema Corona. Der Reuttener Lokalsender reeins.tv (2020d) befragt zum Beispiel im Rahmen einer Lokaltour im Gemeindegebiet verschiedene Bewohnerinnen und Bewohner, die die örtliche Gastronomie besuchen oder in dieser Branche arbeiten. Dabei wird ein durchaus positives Bild der Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner und der Gesamtsituation gezeichnet. So erkundigt sich der Journalist beispielsweise nicht nach negativen Eindrücken, sondern fragt einen Gast: „Man sieht die Freude im Gesicht, dass man wieder fortgehen darf, oder?“ (reeins.tv 2020d, 4:58). Eine ähnliche Herangehensweise an Gespräche mit der Bevölkerung sind auch in anderen Beiträgen von reeins.tv im Zeitraum *ab Corona* zu beobachten.

Auch die Rolle und Wichtigkeit von Expertinnen und Experten ändert sich mit dem Auftreten des Coronavirus in Österreich. In den 104 qualitativ erhobenen Beiträgen kommen besagte Personen in lediglich 7 Fällen (6,7%) zu Wort – 6 dieser Fälle (11,1% der Berichte *ab Corona*) finden ab April 2020 statt, nur einer (2% der Berichte *vor Corona*) bis zum Jänner 2020.

Der einzige Experte, der im Zeitraum *vor Corona* in der Untersuchung aufscheint, ist der Projektleiter eines Renaturierungsprogramms. Im Rahmen einer Wanderausstellung über die Tätigkeiten der Kampagne, die auch im Gemeindegebiet von Schwechat stattfindet, erklärt er die Ziele und Wichtigkeit des Projekts und wirbt zugleich für Partizipationsmöglichkeiten (SW1 2019c). Dabei fällt auf, dass erneut Politikerinnen und Politikern viel Platz innerhalb des Beitrags gegeben wird. Anstatt den bereits erwähnten Experten Zahlen und Fakten rund um

das Thema erklären zu lassen und so sein bestehendes Ansehen als fachkundige Person zu nutzen, wird dieser Redebeitrag einem Gemeinderat zugestanden (SW1 2019c, 2:16).

Im Untersuchungszeitraum *ab Corona* fungieren vorwiegend Medizinerinnen und Mediziner als Expertinnen und Experten zum Thema Corona. Die untersuchten Lokalsender etablieren für diesen Problemkomplex sogar eigene Sendereihen (siehe Kapitel 5.2.4). Aber auch in Bezug auf anderen Branchen wird das Virus thematisiert, zum Beispiel in einem Gespräch mit einem Wirtschaftsberater (reeins.tv 2020e). Dieser wird in der Natur befragt, hinter ihm sind Wald und Wiesen, die teilweise mit Tiefenschärfe versehen sind, zu sehen. Der Journalist beginnt das Interview mit einer persönlichen Einstiegsfrage, ehe das Gespräch auf die eigenen beruflichen Erfahrungen des Gesprächspartners, die durch die Pandemie bedingt sind, und auf die wirtschaftlichen Auswirkungen seiner Klientinnen und Klienten gelenkt wird. Auch wird der Experte explizit nach Tipps für durch die Coronakrise betroffenen Unternehmen gefragt (reeins.tv 2020e, 3:09). Im Verlauf des Interviews werden durch den Journalisten kritische Aspekte aufgeworfen, die vom Gesprächspartner beurteilt werden (reeins.tv 2020e, 2:23).

Im Zuge der Untersuchung kann festgestellt werden, dass die Figuren in Beiträgen des Lokalfernsehens durchwegs positiv inszeniert werden. Zwar gibt es fallweise kritische Nachfragen in Interviewsituationen (siehe Kapitel 5.2.5), diese werden aber einerseits nicht in jedem Einzelgespräch gestellt. Zum anderen stellen diese kritischen Aspekte nur einen kleinen Teil der Interviews, die Kritik beinhalten, dar. Klassische TV-Konfrontationen, wie sie aus überregionalen oder gar regionalen Nachrichtensendungen bekannt sind, gibt es nicht. Selbst -oder gerade- bei Gesprächen mit Politikerinnen und Politikern, insbesondere mit Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern, sind kritische Nachfragen ein rares Gut, die Gesprächsführung wirkt mehr wie ein durch die Journalistinnen und Journalisten angeleitetes Statement. Dies ändert sich auch mit dem Auftreten des Coronavirus in Österreich nicht.

5.2.3 Audio

Wie bei der Narration, setzen die untersuchten Lokalsender SW1, HiWay-TV und reeins.tv auch beim Ton vorwiegend auf eine positive Stimmung. 70,2% aller qualitativ analysierten Beiträge bedienen sich einer fröhlichen Musik, nur 3,8% der Berichte erzeugen mittels Audio eine negative, angespannte Stimmung. 26% der Beiträge verzichtet indes vollkommen auf eine musikalische Untermalung. In den Ergebnissen fällt auf, dass im Untersuchungszeitraum *vor Corona* in keinem einzigen Beitrag ein negatives Audiobild erzeugt wird.

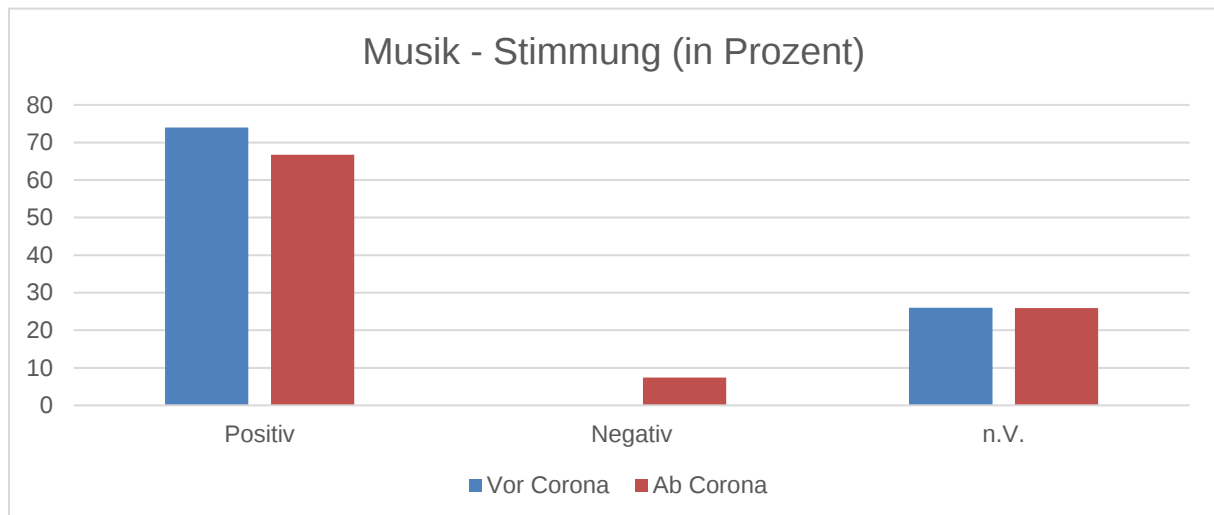


Abbildung 5: Musik – Stimmung (in Prozent)

Wie in Abbildung 5 verdeutlicht, ändert sich dies im zweiten Untersuchungszeitraum. Zwar bedienen sich die Sender nur äußerst selten negativ konnotierter Musik, es zeigt sich aber, dass besagte negativ gestimmten Beiträge auf Kosten vormals positiver Berichterstattung gehen. Beiträge, in denen keine musikalische Untermalung zum Einsatz kommt, bleiben demnach krisenunabhängig auf gleichem Niveau.

Negativ anmutende Musik findet beispielsweise bei einer von SW1 *ab Corona* eigens etablierten Sendereihe, in denen Statements von Ärztinnen und Ärzten unterschiedlicher Fachrichtungen aus dem Gemeindegebiet von Schwechat eingeholt werden, Anwendung. Einer der Beiträge aus dieser Reihe stellt einen Orthopäden in den Mittelpunkt (SW1 2020g). Der Bericht beginnt mit Schnittbildern des Rathauses, das in verschiedenen Einstellungen und mit verschiedenen Kamerabewegungen gezeigt wird. Aus dem *Off* ist eine düstere, temporeiche Musik zu hören, sie wirkt dramatisch, fast nachdenklich. Akustisch entsteht ein ernster Eindruck. Die Melodie wirkt, als könnte sie bei einer lebensrettenden Operationsszene einer Krankenhausserie eingefügt werden. Dann klingt die Musik sanft aus, ehe ein harter Schnitt den per Videokonferenz interviewten Arzt ins Bild setzt.

Der Ursprung der Musik ist, wie im eben beschriebenen Beitrag, für die Rezipientinnen und Rezipienten im Großteil der Fälle nicht ersichtlich – sie entstammt aus dem *Off*. Konkret erfolgt die musikalische Untermalung in 61,5% der vertiefend untersuchten Beiträge abseits des sichtbaren Handlungsortes, in 15,4% der Berichte entstammt sie aus dem *On*. Diese Werte verändern sich mit Eintreten des Schlüsselereignisses lediglich in einem nicht relevanten Ausmaß. Dies entspricht den Erwartungen, die durch die in Kapitel 5.1 erhobenen Daten begründet sind. Diesen folgend ergibt sich keine Einschränkung in der Berichterstattung über Kulturereignisse. Eben jene kulturellen Geschehnisse sind es, die zumeist die Grundlage für eine sichtbare musikalische Quelle darstellen.

Der Kapfenberger Lokalsender HiWay-TV berichtet im Untersuchungszeitraum *vor Corona* beispielsweise über ein Orchesterkonzert (HiWay-TV 2019c). Zu sehen ist ein voller Saal, auf der Bühne sind ein Chor und Musikerinnen und Musiker, die in Richtung des Publikums ausgerichtet sind, platziert. Die Musik selbst ist klassisch und mutet weihnachtlich an. Später im Bericht sind auch Sängerinnen und Sänger, die von Streicherinnen und Streichern begleitet werden, prominent im Bild zu sehen. Aus dem *Off* kommentiert eine Journalistin den Beitrag über die Veranstaltung. Generell erzeugt der Film den Eindruck eines Kulturberichts, wie er aus überregionalen und regionalen Sendungen bekannt ist.

Das Vorhandensein von Geräuschen ist dem Forschungsstand (Kapitel 3.1) folgend für einen lebendigen Fernsehbeitrag essenziell. Nur in 9,6% der qualitativ untersuchten Beiträge sind Tonlücken vorhanden, wobei sich diese im Vergleich *vor Corona* und *ab Corona* von 12% auf 7,4% verringern. Das Vorkommen nativer Geräusche sinkt ebenfalls von 56% auf 44,4%, während der Einsatz synthetischer Geräusche -in der Regel handelt es sich dabei um Musik- von 36% auf 48,1% steigt.

Auf gesprochene Sprache verzichten die Lokalsender in keinem der 104 qualitativ untersuchten Berichte. Fast alle Beiträge beinhalten dabei Sprache aus dem *On* (97 Fälle; 93,3%), 58 Beiträge (55,8%) weisen außerdem einen Kommentar aus dem *Off* auf. Zumeist treten diese beiden Sprachformen in Kombination auf, auf rein aus dem *Off* beigetragener Sprache stützen sich lediglich einige wenige Naturdokumentationen, wie beispielsweise von SW1 (2020b).

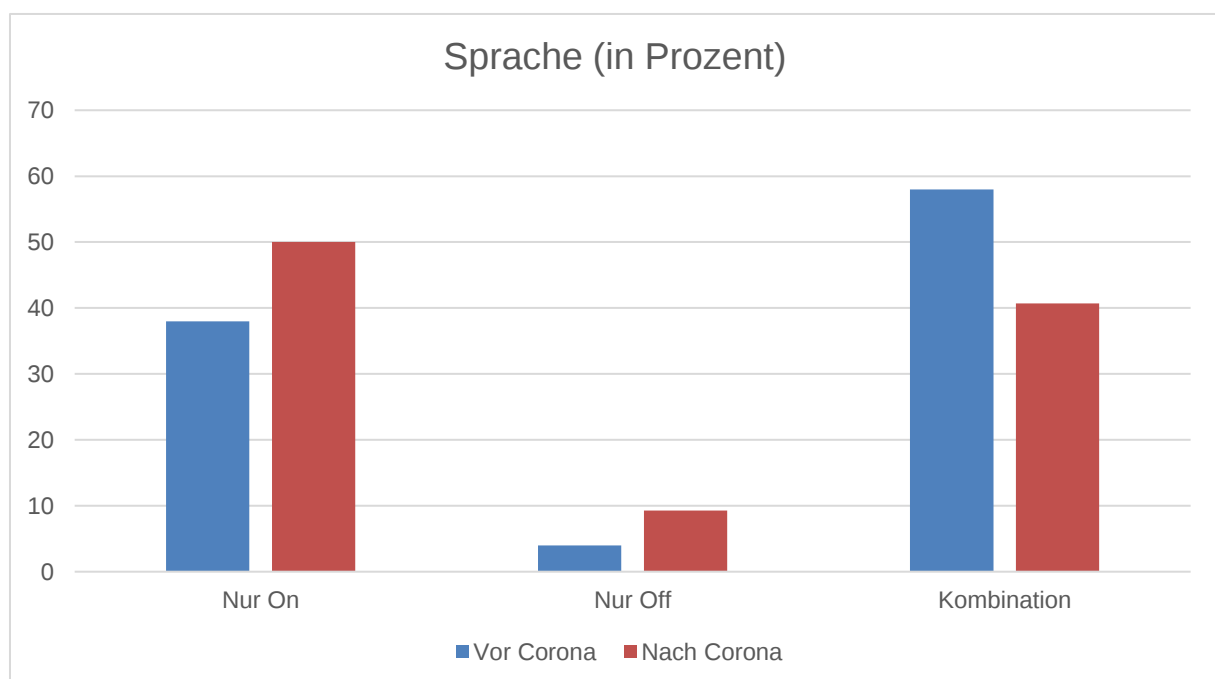


Abbildung 6: Sprache (in Prozent)

Im Zeitvergleich ist eine Veränderung der eingesetzten Sprachformen festzustellen (siehe Abbildung 6). Die Anzahl jener Berichte, in denen sowohl Stimmen aus dem *On* als auch *Off* kombiniert werden, sinkt von 58% auf 40,7% stark, während vor allem reine Sprachbeiträge aus dem *On* mit einer Steigerung von 38% auf 50% ein höheres Ausmaß erlangen. Eine mögliche Erklärung dafür liegt in der gestiegenen Anzahl an Interviews (siehe Kapitel 5.1). Die rein auf *Off*-Stimmen basierten Zuwächse können mit dem Aufkommen von Naturimpressionen zu erklären sein.

5.2.4 Optische Gestaltung

Da annähernd jeder analysierte Bericht Interviews beinhaltet, erscheint es nicht verwunderlich, dass die für diese Situationen typische Einstellungsgröße *Nahe* (90 von 104 Fälle; 86,5%) in fast jedem Beitrag Anwendung findet. Eine generelle Präferenz von nahen oder entfernten Einstellungsgrößen kann jedoch nicht festgestellt werden. Neben der besagten *Nahe* kommen auch die *Großaufnahme* (77 Fälle; 74,0%), die *Halbtotale* (67; 64,4%) und die *Totale* (57; 54,8%) häufig zum Einsatz.

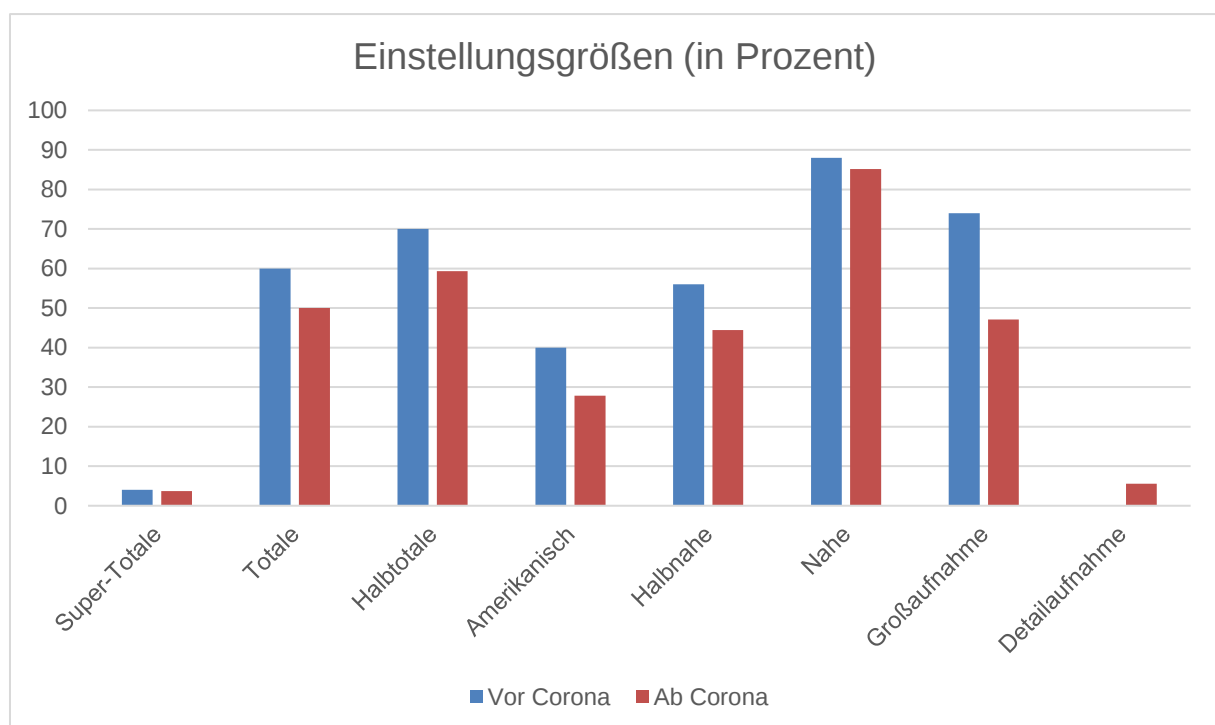


Abbildung 7: Einstellungsgrößen (in Prozent)

Mit dem Auftreten des Coronavirus in Österreich zeigt sich eine abnehmende Einstellungsgrößenvielfalt (siehe Abbildung 7). Zwar findet mit der *Detailaufnahme* eine in den

untersuchten Fällen *vor Corona* nie zur Anwendung gebrachte Einstellungsgröße ihren Platz im Repertoire der Lokalsender, mit Ausnahme der *Super-Totale* und der *Nahe* nimmt aber der Einsatz verschiedener optischer Größenverhältnisse deutlich ab.

Ähnliche Veränderungen lassen sich für die eingesetzten Kamerabewegungen attestieren. Prinzipiell sinkt die Vielfalt der durchgeführten Kamerabewegungen in moderatem Ausmaß – *Schwenk* findet beispielsweise statt in 90% der qualitativ untersuchten Beiträge nur noch in 74,1% der Fälle Anwendung. Ein deutlicher Rückgang ist mit einem Absinken von 50% auf 27,8% bei der *Subjektiven Fahrt*, die zwangsläufig die Anwesenheit eines Kamerateams am Handlungsort voraussetzt, zu verzeichnen. Lediglich *Starr* verzeichnet einen leichten Anstieg von 92% auf 98,1% aller vertiefend analysierten Berichte.

Im optischen Fokus der untersuchten Lokalfernsehsender stehen in fast jedem untersuchten Beitrag Menschen. Konkret stehen diese in 98,1% der Fälle im bildlichen Mittelpunkt. Objekte – hier sind es vor allem Gebäude – werden in 71,2% aller Berichte zumindest in einer Einstellung in den Fokus gerückt. Landschaften werden hingegen äußerst spärlich in den Mittelpunkt gestellt. Nur in 14,4% aller qualitativ erhobenen Beiträge sind Einstellungen ohne Menschen oder Objekte im Fokus zu sehen.

Sowohl beim Fokus, als auch bei den Kameraperspektiven, die in *Normal*, *Obersicht* und *Untersicht* unterteilt werden, lassen sich nach dem Eintreten des Schlüsselereignisses Corona keine wesentlichen Umbrüche erkennen.

Eine Veränderung in der Beitragsgestaltung lässt sich hingegen in der Anzahl der durchgeführten Schnitte beziehungsweise der verwendeten Einstellungen feststellen. Senderübergreifend werden im Untersuchungszeitraum *vor Corona* pro Beitrag im Durchschnitt 36 Einstellungen gezeigt, *ab Corona* sinkt dieser Wert auf 31 Einstellungen. Alle drei untersuchten Lokalsender weisen eine ähnliche Verminderung auf. Auffällig ist, dass sowohl bei HiWay-TV, als auch bei reeins.tv *ab Corona* Beiträge publiziert werden, die sich zum Teil nur einer oder zweier Einstellungen bedienen (HiWay-TV 2020b; reeins.tv 2020d). Dies ist unter anderem auf die neu entstandene Interviewmethode der Videokonferenz zurückzuführen. Zwar findet diese Art der Interviewführung auch bei SW1 Anwendung, hier setzen die Journalistinnen und Journalisten dennoch auf Schnittbilder aus der Gemeinde (SW1 2020g). Die analysierten Beiträge zeigen überdies auf, dass keine generelle Annahme über die Häufigkeit von Schnitten bei lokalen Fernsehprogrammen getroffen werden kann. Als Vergleich sei an dieser Stelle der Zeitraum *vor Corona* angeführt: Bei HiWay-TV werden in einem durchschnittlichen Beitrag 20 Einstellungen verwendet, bei SW1 sind es 33, bei reeins.tv werden rund 55 Einstellungen gezeigt.

Berichte, die sich ausschließlich Videomaterial aus dem Archiv bedienen, konnten in der qualitativen Stichprobe nicht gefunden werden. Jeder Beitrag beinhaltet zumindest ein

aktuelles Bewegtbild. Die mögliche Annahme, dass durch behördliche Auflagen *ab Corona* weniger aktuelles Bildmaterial angefertigt werden kann und somit vermehrt auf bereits vorhandenes Material zurückgegriffen werden muss, kann nicht bestätigt werden. Wie bereits in Kapitel 5.1 erwähnt, wird teilweise sogar für sehr ähnliche Thematiken am selben Handlungsort neues Bewegtbildmaterial geschaffen (SW1 2020b; 2020c). Der Einsatz von augenscheinlichem Archivmaterial -dieses wird teils nur implizit als solches ausgewiesen- geht im Vergleich zum Untersuchungszeitraum *vor Corona* von 14% auf 9,3% aller Beiträge zurück. Standbilder finden anstatt in 10% aller qualitativ analysierten Berichte nur noch in 3,7% Anwendung.

Es kann außerdem angenommen werden, dass (vermeintliche) Einwohnerinnen und Einwohner aufgrund der phasenweisen Ausgangsbeschränkungen ebenfalls seltener in Schnittbildern¹⁵ gezeigt werden. Dies kann nur bedingt bestätigt werden: Der prozentuelle Anteil der Berichte, in denen Bewohnerinnen und Bewohner der betroffenen Gemeinden mittels Bewegtbild gezeigt werden, sinkt von 42% auf 38,9% nur unwesentlich. Auch die Art der optischen Darstellung von Bürgerinnen und Bürgern verändert sich kaum. Wie der in Abbildung 8 dargestellte Vergleich zeigt, wird auch nach dem Auftreten des Coronavirus in Österreich bei den verwendeten Schnittbildern kein besonderer Fokus darauf gelegt, dass keine Menschenansammlungen gezeigt werden oder dass diese außergewöhnliche Hygienemaßnahmen, wie etwa das Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes, ergreifen.



Abbildung 8: Schnittbilder BewohnerInnen; links ab, rechts vor Corona (HiWay-TV 2019d; 2020a)

Rund 26% der 104 qualitativ untersuchten Beiträge entstammen einer Sendereihe. Im Zeitraum *vor Corona* sind 22% der Berichte einem etablierten Format zuzuordnen, *ab Corona* steigt dieser Wert auf 29,7%. In der Analyse zeigt sich, dass dieser Zuwachs vor allem einem

¹⁵ Ausgenommen sind demnach Personen, die im Beitrag zu Wort kommen und somit als Figur fungieren und Personen, die in einer anderen Funktion -beispielsweise als Sportlerin oder Sportler- gezeigt werden.

Erscheinen von coronabezogenen Sendereihen, wie beispielsweise regelmäßig publizierte Updates durch die Bürgermeisterin von Schwechat (SW1 2020e) und den Kapfenberger Bürgermeister (HiWay-TV 2020b), geschuldet ist. Mehr als die Hälfte dieser Sendereihenbeiträge basiert einzig und allein auf der Pandemie. Ab dem April 2020 sind 13% aller Berichte Teil eines von Corona unabhängigen, wiederkehrenden Formats, 16,7% der Beiträge gehören einer der bereits erwähnten Corona-Reihen an.



Abbildung 9: Inszenierung des Kapfenberger Bürgermeisters (HiWay-TV 2020b)

Eine einheitliche Inszenierung der pandemiebezogenen Formate kann weder innerhalb der Sender, noch im Vergleich zwischen ihnen festgestellt werden. So zeigt HiWay-TV (2020b) das Kapfenberger Stadtoberhaupt von verschiedenen Orten in der Gemeinde. Die Gespräche beginnen ohne Anmoderation, der Bürgermeister trägt seine Anliegen in Bezug auf die Coronapandemie ohne Zwischenfragen vor. Wie in Abbildung 9 zu sehen, wird dabei auch nicht unbedingt auf eine fernsehgerechte Gestaltung geachtet: Der Protagonist ist weder zentral im Bild, noch im sogenannten *Goldenen Schnitt*, in seinem Gesicht und auf seinem Torso wandern Licht und Schatten mit jeder Bewegung, wodurch das Gesamtbild unruhig wird. Der Inhalt und die Wünsche des Gesprächspartners scheinen die für den Fernsehjournalismus nicht unwesentliche optische Darbietung zur Nebensächlichkeit verkommen zu lassen. Außerdem fällt auf, dass im Bild kein Mikrofon -weder als Ansteckmikrofon, noch als Handmikrofon mit Hinweis auf den Sender- zu sehen ist. Dieser Umstand erinnert an mediengerecht inszenierte Ansprachen hochrangiger Politikerinnen und Politiker und lässt

zugleich, vor allem in Kombination mit den bereits erwähnten nicht vorhandenen Nachfragen, optisch den Eindruck eines journalistischen Beitrags vermissen.



Abbildung 10: Inszenierung der Schwechater Bürgermeisterin (SW1 2020e)

Deutlich aufwändiger gestaltet sich die optische Inszenierung der Bürgermeisterin von Schwechat durch den Lokalsender SW1 (2020e), die in Abbildung 10 chronologisch dargestellt wird. Untermalt von dynamischer, flotter Musik wird gezeigt, wie sie mit dem Fahrrad am Interviewort vor dem Rathaus erscheint. Das erzeugt den Eindruck einer aktiven, umweltbewussten Nachbarin. Der nahbare Anschein wird dann durch einen tollpatschig anmutenden Versuch, einen Mund-Nasen-Schutz anzulegen, verstärkt. Beim Gespräch selbst ist besagter Mund-Nasen-Schutz am Kinn anstatt an der dafür vorgesehenen Stelle im Gesicht platziert. So ist die Mimik der Interviewten wie bei einer gewöhnlichen Konversation zu erkennen, gleichzeitig ist ein unübersehbarer subtiler Hinweis auf das Bewusstsein der Gesprächspartnerin bezüglich strenger Hygieneregeln im Alltag vorhanden. Im Gegensatz zur Inszenierung durch HiWay-TV (2020b) ist das Mikrophon von SW1 prägnant im Bild platziert, auch die Interviewführung obliegt einem Journalisten, wenngleich kritische Fragen ausbleiben.

Eine Inszenierung der Bürgermeisterin von Schwechat durch den Lokalsender SW1 findet jedoch nicht erst mit dem Eintreten des Schlüsselereignisses statt. In einem Interview zur anstehenden Gemeinderatswahl wird das Stadtoberhaupt beim Arbeiten an einem Computer gezeigt, während eine Stimme aus dem *Off* die Rezipientinnen und Rezipienten in das anstehende Gespräch einführt (SW1 2020h). So ist, während die Interviewte in den Bildschirm auf dem Schreibtisch vor ihr in ihrem Büro vertieft ist, aus dem Kommentar zu hören: „Bürgermeisterin Karin Baier arbeitet gerade eine Lösung für das komplizierte Parkpickerl aus“ (SW1 2020h, 0:09). Im weiteren Verlauf des Gesprächs wird auf Stimmen aus dem *Off* und auch auf Schnittbilder verzichtet. Die Bürgermeisterin sitzt zentral im Bild, ihr Blick ist neben die Kamera gerichtet, an ihrem Revers ist ein Ansteckmikrophon zu sehen.

Während SW1 sich mit dem Einsatz bloßer Sendereihentitel begnügt, finden sowohl bei HiWay-TV als auch bei reeins.tv Grafiken und Effekte, teils im Zuge von Intros, Anwendung.

Als Beispiel sei auf die eigens angefertigten Grafiken für das Format *Hot oder Schrott* des Lokalsenders reeins.tv verwiesen (siehe Abbildung 11). Die darin zu sehenden Daumen werden auch im Bericht selbst aufgegriffen, um die Bewertung diverser Tipps und Tricks optisch zu unterstreichen.



Abbildung 11: Hot oder Schrott – Intro (reeins.tv 2019b)

Zwar sinkt die Häufigkeit von eben diesen Effekten ab dem April 2020, eine grundlegende Veränderung, wie beispielsweise eine negativere Darstellungsform, bleibt aber aus.

5.2.5 Interviews

Wie bereits in den Kapiteln 5.1 und 5.2.4 dieser Arbeit erläutert, gelten Interviews als Fundament von lokalem Fernsehjournalismus. In lediglich 8 der 104 qualitativ untersuchten Beiträge (7,7%) fungieren keine senderexterne Personen als Figuren. Bei 5 dieser 8 Fälle handelt es sich um Berichte, in denen ausschließlich Moderatorinnen und Moderatoren zu Wort kommen, in den anderen 3 Fällen erfolgt lediglich ein Kommentar aus dem *Off*. Als Interviewpartnerinnen und Interviewpartner genießen, wie in Kapitel 5.2.2 ausgeführt, Personen in höheren Positionen mehr Interesse durch die Journalistinnen und Journalisten als die *einfachen* Bürgerinnen und Bürger. Eine tiefergehende Beleuchtung beider Seiten erscheint daher sinnvoll.

Der Kapfenberger Lokalsender HiWay-TV (2019e) porträtiert im Untersuchungszeitraum vor Corona einen Mitarbeiter der Müllabfuhr. Zu Beginn wird er dabei gezeigt, wie er gemeinsam

mit seinen Kolleginnen und Kollegen eine Mülltonne leert, während er aus dem *Off* vorgestellt und die Wichtigkeit seiner Tätigkeit hervorgehoben wird (HiWay-TV 2019e, 0:09). Inhaltlich beschränkt sich das Gespräch auf die berufliche Tätigkeit des Protagonisten. Dieser übt Kritik an anderen Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmern, wird aber dennoch über die Kommentare aus dem *Off* als positiver und gut gelaunter Mensch, der hart arbeitet und die Freude an seinem Beruf nicht verloren hat, dargestellt. Wie in Abbildung 12 zu sehen, findet das Gespräch an der frischen Luft statt. Der Arbeiter steht vor seinem Arbeitsgerät, einem Müllwagen. Die Figur ist dabei in der Einstellungsgröße *Nahe* im *Goldenen Schnitt* platziert und blickt in Richtung der Bildmitte, aber an der Kamera vorbei. Die Sonne befindet sich als natürliche Lichtquelle schräg hinter der Person, für die Tonaufnahme wird ein Ansteckmikrofon verwendet.



Abbildung 12: Interviewsituation ArbeiterInnen; links vor, rechts ab Corona (HiWay-TV 2019e; 2020c)

Der optische Aufbau ist in einer vergleichbaren Konstellation *ab Corona* ähnlich. HiWay-TV (2020c) bittet mehrere Arbeiterinnen und Arbeiter, darunter die Mitarbeiterin eines Elektronikgeschäfts, zum Gespräch. Das Interview findet vor dem besagten Geschäftslokal statt. Die Interviewte steht im *Goldenen Schnitt*, ihr Blick kreuzt die Bildmitte und geht an der Kamera vorbei, als Einstellungsgröße wird ebenfalls die *Nahe* gewählt. Der Ton wird in diesem Gespräch aber nicht, wie im vorher aufgezeigten Fall, per Ansteckmikrofon aufgezeichnet. Stattdessen kommt ein Handmikrofon zum Einsatz, das nicht von der Protagonistin gehalten wird und das während des Interviews auffällig stark wackelt. Auch fällt auf, dass das Bild im direkten Vergleich deutlich dunkler erscheint. Ob dieser Umstand bewusst hergestellt wurde oder ob er durch andere Einflüsse, wie eine abweichende Einstellung an der Kamera oder aufkommenden Wolken, zu erklären ist, kann nicht eindeutig bestimmt werden. Es ist jedoch anzumerken, dass im Beitrag zum Teil blauer Himmel und Objekte am Boden, die deutliche Schatten werfen, zu sehen sind.

Inhaltlich dominiert das Thema Corona. Die Protagonistin führt aus, welche Sorgen ihre Kundinnen und Kunden plagten und welche Leistungen und Waren besonders gefragt sind.

Das Bild der Arbeiterin wird jedoch nicht durch Kommentare aus dem *Off* oder Schnittbilder weiter vertieft, wie es im Vergleichsbeitrag *vor Corona* (Hiway-TV 2019e) der Fall ist.

Ob der Bedeutung von Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern für das Lokalfernsehen, ist auch ein Vergleich der Darstellung besagter notwendig. SW1 (2020i) lädt im Zeitraum *vor Corona* das Schwechater Stadtoberhaupt zum Gespräch. Einen konkreten Anlass dafür gibt es nicht, vielmehr wirkt das Interview wie ein unkritischer Streifzug durch die bisherige Amtszeit der Bürgermeisterin. Das Gespräch selbst findet in einem Raum statt (siehe Abbildung 13). Die Protagonistin ist zentral im Bild platziert, ihr Blick ist an der Kamera vorbeigerichtet. Die Einstellungsgröße *Amerikanisch* zeigt sie dabei vom Kopf (fast) bis zu den Knien, im Hintergrund sind Büromöbel und eine Wand, an der Porträts ihrer Vorgängerinnen und Vorgänger hängen, zu sehen. Der Ton wird über ein Ansteckmikrofon aufgezeichnet.

Wie bereits erwähnt, gibt es kein konkretes Thema, an dem sich der Beitrag orientiert. Die Aspekte reichen dabei von Schulbauprojekten über ungelöste Infrastrukturprobleme bis hin zu möglichen Aufgaben in der Zukunft. Auf kritische Nachfragen wird von Seiten des Journalisten verzichtet, vielmehr wirkt er wie ein Stichwortgeber oder Moderator. Außerdem kommen Schnittbilder zum Einsatz, die die Protagonistin mit politischer Prominenz, wie etwa dem Bundespräsidenten oder Landesrätinnen und Landesräten, zeigen. Dies erhöht den vermittelten Eindruck einer wichtigen Position der Bürgermeisterin.



Abbildung 13: Interviewsituation BürgermeisterInnen; links vor, rechts ab Corona (SW1 2020i; 2020e)

Eindeutiger gestaltet sich ein Interview mit der selben Protagonistin *ab Corona* (SW1 2020e). Der Beitrag basiert auf dem Vorhandensein der Pandemie und seiner Konsequenzen und wird als *Update Corona Krise* betitelt. Das Gespräch beginnt mit den persönlichen Erfahrungen der Interviewten im Umgang mit dem Coronavirus, wie etwa der neu aufgetretenen Notwendigkeit des Tragens einer Maske beim Einkaufen. Anschließend lenkt der Journalist das Gespräch auf Änderungen durch die Gemeinde, die alle Bürgerinnen und Bürger betreffen. Dies umfasst unter anderem geänderte Amtszeiten oder alternative Lösungen für die geschlossenen Abfallsammelzentren. Die Protagonistin tritt aber auch mahnend auf. Mit einem Verweis auf

strenge Kontrollen durch die Polizei sagt sie: „Man kann nicht stundenlang irgendwo in einer Parkanlage im Grünen liegen. Das geht im Moment ganz einfach nicht“ (SW1 2020e, 4:00). Kritische Nachfragen durch den Journalisten in Richtung der Interviewten in ihrer Funktion als Politikerin bleiben jedoch, wie bereits im Vergleichsfall *vor Corona*, aus. Erneut entsteht der Eindruck, der Redakteur fungiert vorwiegend als Stichwortgeber.

Wie bereits in Kapitel 5.2.4 beschrieben, erscheint die Bürgermeisterin mit dem Fahrrad am Drehort dieses Beitrags, welcher sich vor dem Rathaus befindet. Diese Handlung wird durch SW1 explizit gezeigt. Ebenfalls zeigt der Lokalsender den scheiternden Versuch des Stadtoberhauptes, einen Mund-Nasen-Schutz anzulegen, welcher bei dem Gespräch selbst ohnehin nur am Kinn platziert und seine Wirkung somit in Frage zu stellen ist. Beim Interview ist die Bürgermeisterin zentral im Bild platziert, ihr Blick geht an der Kamera vorbei. In der Einstellungsgröße *Nahe* ist zudem das offensichtlich auf einem Stativ befestigte Handmikrofon, das mit dem Senderlogo versehen ist, zu sehen.

6 Interpretation und Fazit

Das Ziel der vorliegenden Arbeit liegt darin, herauszufinden, welchen Einfluss fundamentale Gesellschaftskrisen auf österreichische Lokalfernsehsender haben. Als Anlassfall gilt die Coronapandemie, die hierzulande im Februar 2020 ihren Anfang genommen hat. Dabei stehen zwei Aspekte im Forschungsinteresse. Die Forschungsfrage

FF1: Welchen Einfluss hat die Corona-Pandemie auf die Themenauswahl österreichischer Lokalfernsehsender?

zielt dabei auf die Veränderung der Themensetzung und -auswahl der Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten ab. Basierend auf deduktiv erschlossenen Nachrichtenfaktoren und induktiv erarbeiteten Themen und Subthemen werden hierfür 230 Beiträge quantitativ erhoben. Die zweite Forschungsfrage

FF2: Wie beeinflusst die Corona-Pandemie die Gestaltung österreichischer Lokalfernsehbeiträge?

fragt nach der narrativen, auditiven und optischen Gestaltung der Fernsehberichte. 104 der 230 quantitativ erhobenen Fälle werden dazu vertiefend qualitativ analysiert. Als Untersuchungsgegenstände dienen die drei Lokalsender SW1 (Schwechat, Niederösterreich), HiWay-TV (Kapfenberg, Steiermark) und reeins.tv (Reutte, Tirol). Darüber hinaus wird eine Journalistin beziehungsweise ein Journalist dieser Lokalsender zu einzelnen Erkenntnissen der Arbeit vertiefend befragt. Dies ermöglicht eine Interpretation der Ergebnisse, die die Arbeitsrealität der untersuchten Kommunikatorinnen und Kommunikatoren stärker berücksichtigt.

6.1 Inhalt

Wie dem Forschungsstand folgend anzunehmen, muss in Folge der Coronapandemie eine Veränderung der Themenauswahl durch Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten stattgefunden haben. Wilkins (2016) begründet dies mit der Verantwortung der Medien, den Schaden für die Bevölkerung durch die ihnen zur Verfügung stehenden Mittel zu minimieren.

Im Rahmen dieser Arbeit kann ein solcher thematischer Umbruch festgestellt werden. Der Pearson-Chi-Quadrat-Test ($p=,004$) und der exakte Test nach Fisher-Freeman-Halton ($p=,001$) legen dabei sogar einen sehr signifikanten beziehungsweise höchstsignifikanten Zusammenhang von Themenauswahl und Publikationsdatum nahe.

Konkret verlieren *Bildungsaspekte* mit dem Eintreten des Schlüsselereignisses im Februar und März 2020 für die untersuchten Lokalsender massiv an Bedeutung. Ein direkter Zusammenhang mit dem Ausbruch der Coronapandemie in Österreich erscheint hier logisch: Zum einen wurden zum Teil strenge Maßnahmen -unter anderem das Unterteilen von einzelnen Schulklassen in Untergruppen- ergriffen, um die Schülerinnen und Schüler vor einer Ansteckung mit der Krankheit zu schützen. Zum anderen unterlagen ab einem gewissen Zeitpunkt alle Schulen auch einer temporären Schließung. Dass geschlossene Schulen, die dementsprechend auch keine außergewöhnlichen, vom Alltag abweichenden Projekte umsetzen können, keine für das Lokalfernsehen relevanten Berichte darstellen, ist nachvollziehbar.

Der Themenkomplex *Politik* verliert zwar ebenfalls prozentuell an Bedeutung, bleibt aber nach *Dokumentation* und *Wirtschaft* das wichtigste Ressort und behält seine Wichtigkeit in den untersuchten Programmen bei. Die Themen *Sicherheit* und *Wirtschaft* können hingegen einen Anstieg an Berichten verzeichnen. Eine gesicherte Erklärung dafür, ob die vermehrten *Sicherheitsbeiträge* in einem Zusammenhang mit dem Schlüsselereignis stehen, ist anhand der erhobenen Daten nicht zu treffen. Jedoch stellt auch hier Wilkins (2016) Ansatz über eine Verantwortung der Medien in Krisenzeiten eine mögliche Begründung dar. Außerdem kann bei einer genaueren Recherche im Zeitraum *ab Corona* festgestellt werden, dass alle untersuchten Lokalsender Berichte zum Themenkreis Versorgungssicherheit und *Blackout*-Prävention ausstrahlen. Sie greifen diesen Aspekt also zu jenem Zeitpunkt auf, zu dem diese Problemstellung auch in den überregionalen Medien in Österreich aufkommt. Dieser Umstand stützt die in Kapitel 2.4 geäußerte Annahme, dass auch Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten dem Effekt der Koorientierung unterliegen.

Bezüglich des Themenkomplexes *Wirtschaft* kann festgestellt werden, dass diese als durch die Coronapandemie besonders betroffen gilt, was sich auch in der Häufigkeit der *Berichte ab Corona* widerspiegelt. Während die Wichtigkeit des Aspekts *Wirtschaft vor Corona* nur im Mittelfeld rangiert, avanciert er mit Eintreten des Schlüsselereignisses zum zweitwichtigsten Themenkomplex. Wie bereits erwähnt, sind Unternehmen von allumfassenden Schließungen durch die Behörden besonders betroffen. Mit diesen Schließungen gehen auch direkte Konsequenzen für die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer einher. Aus Sicht der Lokalmedien ergibt sich somit eine Relevanz des Themas für mehrere Stakeholder: Auf der einen Seite können Wirtschaftstreibende als Rezipientinnen und Rezipienten angesprochen

werden, auf der anderen Seite auch die Menschen, die von den Folgen und Entscheidungen eben dieser Wirtschaftstreibenden unmittelbar oder indirekt betroffen sind. Die erhobenen Daten zeigen außerdem, dass besonders bei reeins.tv eine starke Erhöhung dieser Beiträge zu verzeichnen ist. Es handelt sich dabei um jenen Sender, der die Gemeinde Reutte, die ihrerseits einen starken tertiären Wirtschaftssektor, der auf dem kleinteiligen Sommertourismus und Handel basiert, aufweist, bedient. Bei den beiden Industriegemeinden Schwechat und Kapfenberg, die zusätzlich einen starken sekundären Wirtschaftssektor aufweisen, bleibt ein derart starker Anstieg von Wirtschaftsberichten durch ihre Lokalsender aus. Eine möglicher Erklärungsansatz dieser Daten ist, dass dem Forschungsstand folgend laut Hooffacker (2020) Fernsehbeiträge in Krisenzeiten eine höhere Personalisierung aufweisen, da dies die Empathie der Rezipientinnen und Rezipienten steigert. Derartige Personalisierungen von Berichten sind mit Einzelunternehmerinnen und Einzelunternehmern, wie sie laut den Wirtschaftsdaten in Reutte häufiger vertreten sind, besser zu realisieren als mit großen Unternehmen, die ihrerseits ein begründetes Interesse an einer professionellen Außenkommunikation hegen.

Mit *Freizeit* und *Medizin* werden im Zeitraum *ab Corona* neue Themen durch die Lokalsender etabliert. Dass mit dem Auftreten einer Pandemie *Gesundheitsthemen* schlagartig an Relevanz gewinnen, auch wenn sie grundsätzlich nicht im vielfältigen Programmportfolio eines Mediums vertreten sind, bedarf keiner weiteren Interpretation und entspricht überdies den durch in Kapitel 2.1 begründeten Erwartungen. Erstaunlich erscheint hingegen, dass diverse *Freizeitangebote* im Gemeindegebiet und der Region erst mit dem Eintritt des Schlüsselereignisses beworben werden. Es entsteht der Eindruck, diese Angebote seien selbstverständlich und hätten aus Sicht der Lokalsender in nicht-Krisenzeiten keinen ausreichenden Nachrichtenwert. Dieser wird den besagten frei zugänglichen Freizeitaktivitäten, wie etwa Spielplätze oder angeleitete Sportübungen in Parks, erst durch die Journalistinnen und Journalisten zugesprochen, wenn andere Veranstaltungen untersagt werden. Möglich ist auch, dass der zugesprochene Nachrichtenwert zu Freizeitangeboten steigt, weil sich die Redakteurinnen und Redakteure ihrer Funktion als lokaler Servicedienstleister bewusst werden und ihren Rezipientinnen und Rezipienten aus dieser Motivation heraus diverse Freizeitgestaltungstipps darbieten. In Hinblick auf den Forschungsstand erscheint jedoch auch möglich, dass das Anbieten von *hygienischen* Alternativen zu potentiell gefährlichen Aktivitäten, wie etwa Gruppenbildungen in beengten Räumlichkeiten, dem Verantwortungsbewusstsein des Lokalsender in Krisensituationen geschuldet ist.

Mit *(Gemeinde-)Geschichte* erscheint *ab Corona* ebenfalls ein neues Thema. Dieses umfasst aber weniger als einen Prozent aller Berichte ab dem April 2020. Ein Zusammenhang mit dem Schlüsselereignis kann somit nicht unterstellt werden.

Abseits all dieser Veränderungen in der Schwerpunktsetzung durch die Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten, kann eine krisenunabhängige Themenbasis bei den Lokalsendern festgestellt werden. Die Themen *Dokumentation*, *Kultur*, *Service*, *Sozialarbeit*, *Sport* und *Umfragen* bleiben, zumindest in Bezug auf die Häufigkeit ihrer Berichte darüber, auf einem relativ konstanten Niveau, das von der Coronapandemie nicht beziehungsweise nur unwesentlich berührt wird. Auch Möhring (2015, S. 29) und Wippersberg & Dietrich (2007, S. 78) attestieren lokalen Fernsehsendern mit den Bereichen *Kultur*, *Sport*, *Dokumentationen* und *Service* eine mit den vorliegenden Erkenntnissen übereinstimmende Themenbasis.

Ebenso starke Veränderungen wie bei den Themen sind auch in Bezug auf die Subthemen festzustellen. Auch hier ist aufgrund des Pearson-Chi-Quadrat-Tests ($p < ,001$) und des exakten Tests nach Fisher-Freeman-Halton ($p = ,000$) ein höchstsignifikanter Zusammenhang von Publikationsdatum und Subthemenwahl anzunehmen.

Dass mit dem vorhin ausgeführten Einbrechen des Themas *Bildung* auch ein Rückgang von Berichten über *Schulen* einhergeht, erscheint zwangsläufig und bedarf keiner weiteren Interpretation. Beiträge über *Benefizveranstaltungen* erfahren, vermutlich bedingt durch strenge behördliche Auflagen für alle Ansammlungen von Gruppen, ebenfalls Einbußen in der lokalen Fernsehberichterstattung. Eben diese Auflagen und die damit einhergehenden Absagen von Feierlichkeiten und Wettbewerben erklären ebenfalls, warum empfindlich weniger Beiträge über *Informationsveranstaltungen*, wie etwa Pressekonferenzen, oder einfache *Nachrichtenbeiträge* ihren Weg in die Berichterstattung finden.

Hinzu kommt, dass die drei untersuchten Lokalsender SW1, HiWay-TV und reeins.tv ab dem Eintreten des Schlüsselereignisses Corona einen massiven Programmschwerpunkt auf *Interviews* legen. Im Vergleich *vor Corona* und *ab Corona* verdreifacht sich die Anzahl jener Berichte, in denen einige wenige oder Einzelpersonen im Fokus stehen. Dies kann auf zwei Gründe zurückgeführt werden: Einerseits steigt, wie in überregionalen Medien auch, das Interesse der Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten an Expertinnen- und Expertenwissen und auch Bürgerinnen und Bürger kommen öfter als im Zeitraum bis Jänner 2020 zu Wort (siehe Kapitel 5.2.2). Außerdem deckt sich die Erkenntnis dieser Arbeit, dass vermehrt Einzelpersonen im Fokus stehen, mit der Annahme von Hooffacker (2020), dass Medien - insbesondere das Fernsehen - in Krisenzeiten den Personalisierungs- und Emotionalisierungsgrad ihrer Berichte erhöhen. Interviews, die in *geschlossenen Räumen* geführt werden, bleiben dabei auf einem ähnlich hohen Niveau wie *vor Corona*. *Ab Corona* wird der Großteil der Einzelgespräche jedoch an der *frischen Luft* geführt, was bis zum Jänner 2020 als Ausnahme gesehen werden kann. Außerdem wird mit der *Videokonferenz* eine gänzlich neue Art des Interviews etabliert. Diese Entwicklungen sind ebenfalls mit den ab dem

Schlüsselereignis verschärften Hygienemaßnahmen und Ausgangsbeschränkungen zu erklären.

In der vertiefenden Befragung der Journalistin beziehungsweise des Journalisten der untersuchten Lokalsender bestätigen sich die genannten Erklärungsansätze: Auf der einen Seite stehen formale Einschränkungen, wie etwa Zutrittsbeschränkungen zum Arbeitsplatz oder der Auftrag durch die Regulierungsbehörde, das Programm so normal wie möglich weiterzuführen. Andererseits ist es den Redakteurinnen und Redakteuren ein Anliegen, ihre Rezipientinnen und Rezipienten über lokale und regionale Entwicklungen zu informieren. Interviews und Diskussionsrunden, die eine weitestgehend kontrollierte Hygienesituation ermöglichen, gelten für die Befragten hierbei als am besten geeignete Struktur.

Auch *Gemeindeeinrichtungen*, wie etwa Stadtgärtnereien, erfahren ab dem April 2020 mehr Aufmerksamkeit durch die Lokalsender. Dieser Veränderung kann ebenfalls ein direkter Zusammenhang mit dem Auftreten des Coronavirus in Österreich unterstellt werden. Da besagte Dienste als Teil der sogenannten *kritischen Infrastruktur* gelten, müssen sie auch dann weiterhin arbeiten, wenn andere, nicht lebenswichtige Branchen ihre Tätigkeit einstellen müssen. Das bedeutet ferner, dass sie die Grundlage für Bilder und Geschichten liefern können, die anderen Stakeholdern behördlich untersagt sind.

Außerdem erscheinen nach dem Eintreten des Schlüsselereignisses völlig neue Subthemen im Programm der drei untersuchten Lokalsender. So werden beispielsweise *Naturimpressionen* aus den jeweiligen Gemeindegebieten präsentiert, deren Zweck einzig und allein darin liegt, unabhängig von Ereignissen jeglicher Art Bilder zu zeigen und diese mit Kommentaren zu untermalen. Auch Berichte über *Bewegung & Sport*, wobei es sich hierbei um Ereignisse und Hinweise handelt, die nicht durch einen Verein organisiert oder limitiert sind, werden erst ab dem April 2020 ausgestrahlt. Beide Subthemen scheinen deshalb Relevanz für die Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten erlangt zu haben, weil es sich dabei um eine positive Inszenierung und damit Werbung für Orte und Aktivitäten handelt, die an der frischen Luft und damit entkoppelt von den Hygienemaßnahmen und Ausgangsbeschränkungen handelt. Eine andere Motivation kann hinter der neu auftretenden Ausstrahlung von *Gottesdiensten* angenommen werden. Auch der Besuch eben dieser unterlag im Untersuchungszeitraum *ab Corona* den Konsequenzen von Ausgangsbeschränkungen. Gleichzeitig leisten religiöse Messen, vor allem die der eigenen Gemeinde, einen wesentlichen Beitrag zur seelischen Gesundheit von Teilen der Bevölkerung. Durch die Einrichtung dieser Servicebeiträge sichern die Lokalsender die Versorgung von sehr lokalen und spezifischen Bedürfnissen, die durch (über-)regionale Sender nicht geleistet werden kann. Auch die befragte Journalistin beziehungsweise der Journalist verweist in diesem Zusammenhang auf die stark begrenzte zulässige Personenzahl, die insbesondere bei

Ostergottesdiensten schlagend wird und die durch die Ausstrahlung dennoch ermöglichte Teilnahme für die Bewohnerinnen und Bewohner.

Ob das Ausbleiben von Berichten über *Demonstrationen* im Zeitraum *ab Corona* auf die Pandemie zurückzuführen ist, ist nicht eindeutig zu klären. Schon *vor Corona* sind Beiträge über politische Proteste im Lokalfernen äußerst rar zu finden, es kann also lediglich angenommen werden, dass die Untersagung von Gruppenbildungen dieses Nischendasein zusätzlich verstärkt. Die selbe Begründung kann auch für Berichte über die Subthemen *Sportvereine* und *Überregionale Sportveranstaltungen* angenommen werden. Nicht eindeutig erscheint jedoch, warum die Subthemen *Haushalt & Heimwerken* und *Werbung* im zweiten Untersuchungszeitraum zum Teil deutlich an Relevanz verlieren. Insbesondere Beiträge über Haushalts- und Alltagstipps unterliegen in ihrer Machart keinen relevanten behördlichen Beschränkungen, ein direkter Zusammenhang dieser Entwicklung zum Eintreten des Schlüsselereignisses ist demnach nicht anzunehmen.

Keine relevanten Veränderungen sind bei den Subthemen *Feuerwehr*, *Kinderbetreuung*, *Kultur*, *Veranstaltungshinweis* und *Verein (sonstige)* festzustellen. Insbesondere *Veranstaltungshinweis*, *Feuerwehr*, *Verein (sonstige)* und *Kinderbetreuung* gelten schon *vor Corona* nicht als stark ausgeprägte Subthemen. Dass weitreichende Absagen im Kultursektor kaum Einbußen in der lokalen Fernsehberichterstattung nach sich ziehen, liegt möglicherweise in der gesteigerten Relevanz der wenigen verbliebenen Feste und Kulturereignisse begründet.

Es ist anzunehmen, dass all diesen Umbrüchen bei Themen und Subthemen eine Veränderung der Selektionsentscheidungen der einzelnen Journalistinnen und Journalisten vorangeht, handelt es sich beim Anlassfall doch um ein Schlüsselereignis, welches die Arbeitsweise -und somit auch die Selektionsentscheidungen- der Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten auf einer bewussten und unbewussten Ebene über einen längeren Zeitraum beeinflusst (Arendt et al. 2017, S. 148; Rauchenzauner 2008, S. 179). Eben diese durch das Schlüsselereignis beeinflussten veränderten Selektionsentscheidungen werden durch die Erhebung der in den Berichten vorhandenen Nachrichtenfaktoren sichtbar. In der Analyse zeigt sich, dass der Faktor *Dauer*, der kurze Ereignisse ohne mittel- oder langfristige Konsequenzen umfasst und nach Möhring (2015, S. 26) als bedeutender Nachrichtenfaktor im Lokaljournalismus gilt, massiv und dem Pearson-Chi-Quadrat nach höchstsignifikant ($p < ,001$) an Bedeutung verliert. Konkret trifft er im Zeitraum *vor Corona* auf rund 79% aller Berichte zu, *ab Corona* sinkt dieser Wert auf rund 41%. Im gleichen Vergleichszeitraum gewinnt der nach Engemann (2012, S. 226) im lokalen Kontext eher unbedeutende Nachrichtenfaktor *Reichweite*, der seinerseits auf Ereignisse, die die Rezipientinnen und Rezipienten explizit betreffen oder betreffen könnten, zutrifft, sehr signifikant ($p = ,006$) stark an Relevanz. Ein direkter Zusammenhang mit dem Eintreten des Schlüsselereignisses erscheint demnach

naheliegend. Auch der höchstsignifikante ($p < ,001$) Rückgang des Faktors *Erfolg* deutet auf eine negativere Berichterstattung ab dem April 2020 hin.

Neben dem Faktor *Status der Ereignisregion* verliert auch *Personalisierung*, der nach Engelman (2012, S. 226) und Möhring (2015, S. 26) im Lokaljournalismus an sich eine wichtige Stellung genießt, an Bedeutung. Dies erscheint am ersten Blick in einem Widerspruch zu den zuvor genannten Erkenntnissen, wonach die Lokalsender im Zeitraum *ab Corona* einen höheren Personalisierungsgrad bei ihrer Themenwahl aufweisen, zu stehen. Bei näherer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass ab dem Schlüsselereignis zwar vermehrt auf Berichte, in denen Einzelpersonen im Rahmen von Interviews im Fokus stehen, gesetzt wird. Diese Personen fungieren aber vorwiegend als Expertinnen und Experten und nicht, wie es der Nachrichtenfaktor *Personalisierung* bedingt, als Privatpersonen. Die untersuchten Sender erhöhen demnach im zweiten Untersuchungszeitraum den vermittelten Personalisierungsgrad ihrer Beiträge, ohne eine höhere Anzahl an Privatpersonen in den Fokus zu rücken.

Die Nachrichtenfaktoren *Visualität* und *Faktizität* verlieren mit dem Auftreten des Coronavirus in Österreich ebenfalls massiv und höchstsignifikant ($p < ,001$) an Relevanz in der Selektionsentscheidung der Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten. Die Erklärung steht in einem Zusammenhang mit der geänderten Themensetzung *ab Corona*: Durch den deutlich verlagerten Schwerpunkt auf Interviews werden die beiden genannten Faktoren irrelevant. Einzelgespräche, egal ob per Videokonferenz oder in einer Realsituation geführt, erfüllen nicht die Anforderungen des Nachrichtenfaktors *Visualität*. Für dessen Zutreffen müssen dem Ereignis, über das berichtet wird, Bilder inhärent sein und nicht nur als optische Grundlage für etwaige Sprechhandlungen dienen. Und auch der Faktor *Faktizität* kann angesichts ausbleibender echter Handlungen im Zuge von Interviews nicht vorhanden sein.

Der Anstieg der Nachrichtenfaktoren *Etablierung* und *Einfluss* fällt im Zeitraumvergleich nur gering aus. Dass diese Faktoren nicht signifikant an Bedeutung gewinnen, erscheint in Hinblick auf die veränderten Themenschwerpunkte ebenso schlüssig wie die leichten Einbußen des Nachrichtenfaktors *Einfachheit*. Der lediglich geringe Zugewinn an Wichtigkeit lässt sich, zumindest für *Etablierung*, mit einem ohnehin schon hohen Niveau *vor Corona* erklären. Außerdem zeigen die Daten, dass *Etablierung* genau den prozentuellen Zugewinn -nämlich rund 10%- erhält, den *Einfachheit ab Corona* verliert. Dies legt eine Verschiebung der Relevanz von *einfachen* zu *etablierten* Themen nahe.

Die Nachrichtenfaktoren *Räumliche Nähe*, *Politische Nähe*, *Kulturelle Nähe*, *Prominenz*, *Überraschung*, *Verfänglichkeit* und *Demonstration* steigen weder in der Wichtigkeit für Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten, noch büßen sie ab dem April 2020 in einem relevanten Ausmaß in deren Selektionsentscheidungen ein.

Die oben genannten Erkenntnisse zur veränderten Selektionsentscheidung werden durch die befragte Journalistin beziehungsweise den Journalisten untermauert. Die befragte Person verweist darauf, dass ein verantwortungsvolleres Auftreten aus zweierlei Gründen in der gegebenen Situation unumgänglich ist: Einerseits besteht der Wunsch auf Seiten der Redakteurinnen und Redakteure, seriösen regionalen Journalismus zu betreiben, was unter anderem durch eine schwerwiegendere Themensetzung und eine gehäufte Anzahl an Interviews erreicht wird. Auf der anderen Seite herrscht der bereits erwähnte Druck durch die Regulierungsbehörde, das Wochenprogramm wie gewohnt aufrecht zu erhalten, was durch diverse Ausgangs- und Hygienebeschränkungen vorwiegend durch die Etablierung inszenierter Programme, wie etwa Diskussionen, erreicht wird.

Zusammenfassend können im Sinne der Forschungsfrage FF1 folgende Erkenntnisse über die durch die Coronapandemie veränderte Themensetzung österreichischer Lokalfernsehsender gewonnen werden:

- (1) Die Themen *Bildung* und *Politik* verlieren an Bedeutung, wenngleich politische Berichte dennoch als wesentlicher Programmbeitrag gelten.
- (2) *Wirtschaftsberichte* und *Sicherheitsthemen* verzeichnen einen Zuwachs an Beiträgen.
- (3) Die Themen *Freizeit* und *Medizin* erscheinen als neue Aspekte in der Lokalberichterstattung.
- (4) Sowohl der Chi-Quadrat-Test nach Pearson ($p=,004$), als auch der exakte Test nach Fisher-Freeman-Halton ($p=,001$) legen einen sehr signifikanten beziehungsweise höchstsignifikanten Zusammenhang von Publikationsdatum und Themenwahl nahe.
- (5) Über *Schulen*, *Benefizveranstaltungen*, *Informationsveranstaltungen* und *Nachrichtenbeiträge* wird ab Corona weniger berichtet.
- (6) Im Fokus stehen ab dem April 2020 *Gemeindeeinrichtungen* und *Interviews*, welche vermehrt *draußen* und als neues Element per *Videokonferenz* geführt werden.
- (7) Ebenfalls neu sind *Naturimpressionen*, *Gottesdienste* und die Subkategorie *Bewegung & Sport*.
- (8) Beiträge über *Haushalt & Heimwerken* und *Werbung* erhalten ab Corona weniger Platz in den Lokalprogrammen.
- (9) Die Korrelation von Publikationsdatum und Subthemenwahl ist sowohl nach dem Pearson-Chi-Quadrat-Test ($p<,001$), als auch nach dem exakten Test nach Fisher-Freeman-Halton ($p=,000$) höchstsignifikant.
- (10) Die Nachrichtenfaktoren *Dauer*, *Status der Ereignisregion*, *Erfolg*, *Visualität* und *Faktizität* werden ab dem April 2020 für die Selektionsentscheidungen von Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten signifikant (Pearson-Chi-Quadrat) weniger relevant. Die Faktoren *Einfachheit* und *Personalisierung* verlieren nicht signifikant an Bedeutung.

- (11) Wichtiger werden hingegen die Faktoren *Etablierung* und *Einfluss*. Der Nachrichtenfaktor *Reichweite* wird dem Pearson-Chi-Quadrat-Test zufolge sehr signifikant ($p=,006$) bedeutsamer.

6.2 Gestaltung

Es ist anzunehmen, dass das Verantwortungsbewusstsein von Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten in Bezug auf Krisen nicht nur eine Veränderung in der Themensetzung, sondern auch in der Gestaltung der einzelnen Berichte nach sich zieht. Die vorliegende Arbeit zeigt auf, dass eine solche Beeinflussung durch das Schlüsselereignis Corona in einigen, aber nicht in allen Aspekten der Beitragsgestaltung vorhanden ist.

So ist unter anderem eine signifikante ($p=,034$) Zunahme von Berichten mit negativer und neutraler Grundstimmung festzustellen. Zwar dominieren Beiträge über positive Ereignisse auch *ab Corona* weiterhin die Programmgestaltung der Lokalsender, die Quasi-Monopolstellung des *Gute-Laune-Journalismus* zerfällt aber. Die Ursache dieser Verschiebung zu Gunsten negativer und neutraler Berichte ist augenscheinlich im Eintreten des Schlüsselereignisses begründet. In rund 70% aller Beiträge im Untersuchungszeitraum ab April 2020 wird ein Bezug zum Coronavirus hergestellt. Dabei steht die Pandemie zwar nicht zwingend im Fokus der einzelnen Berichte, wird aber durch explizite Nachfragen - beispielsweise zu persönlichen Erfahrungen mit den behördlichen Auflagen- thematisiert und nimmt so einen Einfluss auf die vermittelte Stimmung. Dies zeigt sich auch in der Kritik, die durch die Lokalsender publiziert wird. *Ab Corona* ist ein Anstieg von Beiträgen, in denen kritische Aspekte aufgeworfen werden, zu verzeichnen, wenngleich der Anteil kritischer Berichte mit 27,8% auf einem niedrigen Niveau bleibt. Eben diese Kritik richtet sich zumeist gegen politische Entscheidungen zum Thema Corona. Dass die Pandemie nur bedingt als Chance zu einem Journalismus, der energische Nachfragen stellt, genutzt wird, liegt dem Forschungsstand folgend im lokalen Kontext begründet. Ein durch die geographische Einschränkung bedingtes soziales Naheverhältnis von Journalismus und Machteliten verunmöglicht demnach eine kritische Gesprächsführung, die allenfalls die Harmonie zwischen den Akteurinnen und Akteuren gefährden würde (Arnold & Wagner 2018, S. 180f.; Leonarz 2015, S. 73; Möhring 2015, S. 45f.).

Die vertiefend befragte Journalistin beziehungsweise der Journalist beschreibt das Aufkommen negativer und kritischer Aspekte als notwendigen Anknüpfungspunkt an die Realität der Rezipientinnen und Rezipienten. So sei es durch eine abwechselnde Themensetzung von negativen und positiven Beiträgen möglich, Berichte, die einen Bezug zu Corona herstellen, nicht nur in dramatisierender Weise darzustellen, sondern auch explizit das

Gute in Pandemiezeiten aufzuzeigen. Dass auf Seiten des lokalen Fernsehpublikums ein kritischer Informationsjournalismus als wünschenswert erscheint und ein deutlicher Bezug zur Lebenswelt der Rezipientinnen und Rezipienten gegeben sein muss, deckt sich mit dem Forschungsstand (Bucher 2012, S. 136-139). Auch der Grundsatz, selbst in negativen Zeiten ein lokales *Wohlfühlprogramm* gestalten zu wollen, ist aufgrund der Literatur nicht überraschend (Dorner & Pfurtscheller 2013, S. 136; Möhring 2015, S. 29).

Des Weiteren setzen die drei untersuchten Lokalsender im Untersuchungszeitraum ab April 2020 verstärkt auf inszenierte Handlungen: Während Berichte über Interviews und Pressekonferenzen anstatt 42% ab dem Schlüsselereignis 59,3% der Beiträge umfassen, sinkt die Anzahl der dokumentierten Ereignisse von 58% auf 40,7%. Diese inszenierten Ereignisse werden -bis auf die bereits erwähnten verstärkte Einbindung kritischer Aspekte- prinzipiell nicht anders gestaltet als *vor Corona*. Es kommen jedoch andere Techniken zum Einsatz. So werden bei Interviews anstelle von Ansteckmikrofonen fast ausschließlich Handmikrofone, die auf Stativen oder langen Halterungen montiert sind, verwendet. Auch wird mit der Videokonferenz eine völlig neue Art der Interviewsituation etabliert. Ein direkter Zusammenhang mit dem Schlüsselereignis ist hier unweigerlich zu erkennen, war die für Videointerviews nötige Technik doch schon vor Ausbruch des Coronavirus in Österreich vorhanden. Ein Einsatz dieser war aufgrund des lokalen Kontexts jedoch nicht nötig, erst die durch die Coronapandemie bedingten behördlichen Auflagen und Beschränkungen ziehen eine physisch distanzierte Gesprächsführung als Konsequenz nach sich.

Der stärkere Interview-Schwerpunkt in Kombination mit der veränderten Art der Durchführung dieser führt dazu, dass die Lokalsender im Untersuchungszeitraum *ab Corona* eine geringere Vielfalt an Einstellungsgrößen und Kamerabewegungen aufweisen. Auch die Anzahl an Einstellungen sinkt, womit die Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner länger am Stück, ohne eine optische Unterbrechungen durch Schnittbilder, zu sehen sind. Außerdem erfolgen weniger Kommentare aus dem *Off*, der Einsatz von Sprache findet -ebenfalls bedingt durch die häufiger publizierten Interviews- verstärkt aus dem *On* statt. Als Interviewpartnerinnen und Interviewpartner setzen die drei untersuchten Lokalsender im Zeitraum ab April 2020 vermehrt auf Expertinnen und Experten. Vor allem Medizinerinnen und Mediziner erfahren im zweiten Untersuchungszeitraum erheblich mehr Aufmerksamkeit als *vor Corona*. Deutlich weniger gefragt sind hingegen Funktionärinnen und Funktionäre und Politikerinnen und Politiker. Dies führt zu einer geänderten Inszenierung der Figuren in Berichten, in denen Expertinnen und Experten zu Wort kommen. Eben diese fungieren nicht mehr, wie beispielsweise bei dem in Kapitel 5.2.2 angeführten Beispiel (SW1 2019c), als Nebendarstellerinnen und Nebendarsteller, während Politikerinnen und Politiker im Fokus stehen, sondern rücken ihrerseits selbst in den Mittelpunkt der Beiträge. Als entscheidend gelten *ab Corona* die Expertise und die Erfahrungen der Expertinnen und Experten, nicht mehr lediglich ihre

Reputation. Eine mögliche Erklärung für diesen Wandel ist in zwei Aspekten zu finden: Einerseits kommen die Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten durch diesen für Spezialistinnen und Spezialisten eröffneten Raum ihrer durch die Krise gesteigerten Verantwortung gegenüber ihren Rezipientinnen und Rezipienten nach (Wilkins 2016). Andererseits wirkt der Effekt der Koorientierung, demzufolge sich die Redakteurinnen und Redakteure kleiner Medien, insbesondere in Situationen der Unsicherheit, an Entscheidungen und etablierten Frames überregionaler Medien orientieren (Geiß 2013).

In der Befragung der betreffenden Lokaljournalistin beziehungsweise des Lokaljournalisten bestätigen sich die genannten Annahmen. Die befragte Person sieht ihre Verantwortung darin, sich als regionaler Gegenpol zu etwaigen irreführenden Darstellungen zum Thema Corona in anderen Medien zu etablieren. Die überregionale Berichterstattung sieht die befragte Person als expliziten Ansporn, selbst in diesem Themenkomplex journalistisch korrekt zu arbeiten. Auch verortet sie -laut Eigenauskunft auf Grundlage von Rückmeldungen des eigenen Publikums- eine höhere Relevanz von Regionalmedien für Rezipientinnen und Rezipienten in Krisenzeiten. Damit gehe ein hohe Verantwortung, insbesondere in problematischen Zeiten, einher.

Auch Bürgermeisterinnen und Bürgermeister erhalten *ab Corona* weniger Medienzeit bei den Lokalsendern. Außerdem ändert sich der Anlass, der ihnen diese Aufmerksamkeit ermöglicht. *Vor Corona* werden die Stadtoberhäupter häufig in Situationen zu Figuren erhoben, in denen sie selbst beziehungsweise ihr inhaltlicher Beitrag nicht im Fokus des Berichts stehen. Vielmehr entsteht der Eindruck, durch die Einbindung dieser Personen soll die Relevanz von Ereignissen im Gemeindegebiet künstlich erhöht werden. Diese übermäßige Einbindung lokaler politischer Eliten deckt sich mit den Erkenntnissen der Literatur (Möhring 2015, S. 45f.). *Ab Corona* rücken die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister häufiger in den Mittelpunkt von einzelnen Beiträgen. Dies geschieht im Zuge von sogenannten *Corona-Updates* und Statusmeldungen rund um die Coronapandemie. Ohne kritische Nachfragen beziehungsweise teils gänzlich ohne Fragen durch die Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten verkünden die Stadtoberhäupter dabei die aktuellen Entwicklungen und Regeln in den Gemeinden, die im Zusammenhang mit dem Coronavirus stehen. Neben dieser Art der Sendereihe etablieren die untersuchten Lokalsender *ab Corona* verschiedene wiederkehrende Formate, deren Anlass im Auftreten des Schlüsselereignisses steht. Dabei handelt es sich in der Regel um Interviewformate mit verschiedenen Schwerpunkten, wobei das Coronavirus immer als Ausgangspunkt dient.

Die für die zumeist für Sendereien verwendeten Grafiken und Effekte werden dabei zwar seltener als *vor Corona* eingesetzt, eine (negative) Anpassung, wie etwa eine dunklere Gestaltung selbiger, kann jedoch nicht festgestellt werden. Auch ist keine Anwendung von

Filtern oder Effekten festzustellen, die das Gesamtbild dunkler und damit gedämpfter erscheinen wirken lassen.

Im Untersuchungszeitraum *ab Corona* kommt bei den untersuchten Lokalsendern hingegen negative Musik zur akustischen Untermalung der Berichte zum Einsatz. Dies ist im ersten Untersuchungszeitraum bei keinem der qualitativ untersuchten Fälle zu beobachten. Die meisten Beiträge bedienen sich jedoch auch ab dem April 2020 weiterhin positiver Musik oder verzichten gänzlich auf diese, negative Töne finden nur in sehr wenigen Berichten Anwendung. Alle Beiträge, die akustisch negativ untermalt sind, behandeln das Thema Corona. Die Auswirkungen der Pandemie auf die Beitragsgestaltung beschränken sich somit in Hinblick auf die eingesetzte Musik auf das Schlüsselereignis selbst, nicht jedoch auf Berichte aus anderen Themenkomplexen. Des Weiteren ist hervorzuheben, dass die in den untersuchten Beiträgen zur Anwendung kommende Musik nur als Untermalung genutzt wird und gesprochene Sprache aus dem *On* oder *Off* nicht ersetzt.

Außerdem setzen die untersuchten Lokalsender im Zeitraum ab April 2020 weniger Standbilder und Archivaufnahmen ein. Aufgrund der behördlich festgelegten Ausgangsbeschränkungen und dem Aufkommen von Videokonferenzen als Mittel der Interviewgestaltung kann zwar angenommen werden, dass sich die Journalistinnen und Journalisten verstärkt Archivmaterial bedienen. Es gibt jedoch zwei Aspekte, die den beobachteten gegenteiligen Effekt erklären. Zum einen weisen, wie bereits erwähnt, die Beiträge aus dem Untersuchungszeitraum *ab Corona* weniger Einstellungen auf, die einzelnen Berichte benötigen demnach weniger differenziertes Videomaterial. Zum anderen sind für einen stimmigen Gesamtbeitrag aktuelle Aufnahmen notwendig. Im Falle dieser Untersuchung gilt beispielsweise der Mund-Nasen-Schutz, der *vor Corona* keine Relevanz im öffentlichen Raum hat, als wesentliches optisches Erkennungsmerkmal des Zeitraums ab April 2020. Auch das Zeigen leerer Straßen unterstreicht den Grundtenor, die eigenen Räumlichkeiten nur in ausgewählten Ausnahmefällen zu verlassen, besser als Schnittbilder, in denen volle Parkanlagen oder Wirtshäuser zu sehen sind.

Keinen Einfluss des Schlüsselereignisses kann auf die Inszenierung der Figuren festgestellt werden. Diese werden unverändert positiv dargestellt, echte Antagonistinnen und Antagonisten sind nicht Teil lokaler Fernsehberichterstattung. Auch ändert sich weder die Inszenierung, noch die Häufigkeit der Einbindung von Bewohnerinnen und Bewohnern als Figuren wesentlich. Anzumerken ist hierbei, dass die Einwohnerinnen und Einwohner in beiden Untersuchungszeiträumen nur selten aktiv in die Berichterstattung eingebunden werden. Dies ist zwar nach Möhring (2015, S. 25f.) nicht unüblich, es wird aber auf die Nutzung einer der potentiellen Stärken des Lokalfernsehens verzichtet (Dorner & Pfurtscheller 2013, S. 136). Aus technisch-handwerklicher Sicht ist kein wesentlicher Einfluss des

Schlüsselereignisses auf die optische Fokussierung und den Einsatz verschiedener Perspektiven zu erkennen. Die Quellen der musikalischen Untermalung bleiben ebenfalls vom Ausbruch des Coronavirus in Österreich unberührt.

In Hinblick auf die Forschungsfrage FF2 können zusammengefasst folgende, in einem Zusammenhang mit der Coronapandemie stehende Veränderungen der Gestaltung von Lokalfernsehbeiträgen festgestellt werden:

- (1) Die Grundstimmung der Beiträge wird signifikant ($p=,034$) schlechter. Außerdem werden häufiger kritische Aspekte aufgeworfen und negative Musik kommt zur Anwendung. Dies ist unter anderem der Fall, weil der Großteil der Berichte die Coronapandemie thematisiert.
- (2) Es werden mehr Handlungen inszeniert als dokumentiert.
- (3) Bei den inszenierten Ereignissen kommen andere Techniken zum Einsatz: Es wird auf Ansteckmikrofone verzichtet und Interviews werden häufig im Zuge von Videokonferenzen geführt.
- (4) Die Beiträge werden weniger abwechslungsreich gestaltet: Es gibt weniger Einstellungen, Einstellungsgrößen, Kamerabewegungen und Grafiken beziehungsweise Effekte, außerdem werden Kommentare aus dem *Off* zugunsten von Sprache aus dem *On* reduziert.
- (5) Gleichzeitig wird vermehrt auf aktuelles Bildmaterial gesetzt, der Einsatz von Stand- und Archivbildern nimmt ab.
- (6) Expertinnen und Experten werden *ab Corona* stärker als Interviewpartnerinnen und Interviewpartner gefragt. Funktionärinnen und Funktionäre, Politikerinnen und Politiker und Bürgermeisterinnen und Bürgermeister erfahren weniger Aufmerksamkeit durch die Lokalsender.
- (7) Bürgermeisterinnen und Bürgermeister treten in Beiträgen, in denen sie als Figuren agieren, in den Fokus. Dies geschieht zum Teil im Zuge neu geschaffener Sendereihen.

7 Kritik und Ausblick

Mit der vorliegenden Arbeit kann ein Einfluss eines gesamtgesellschaftlichen Schlüsselereignisses auf die Themensetzung und die Gestaltung von Beiträgen österreichischer Lokalfernsehsender nachgewiesen werden. Die Analyse dreier Lokalsender zeigt dabei aber nicht nur große Schnittmengen, sondern zum Teil deutliche Unterschiede in der Gestaltung und in der Schwerpunktsetzung. Hier sei reeins.tv als herausragendes Beispiel der vorliegenden Untersuchung genannt: Der Tiroler Sender setzt in seinen Berichten erheblich mehr Einstellungen und Effekte ein als SW1 oder HiWay-TV. Außerdem wird Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern bei reeins.tv sehr viel weniger medialer Platz zugesprochen als bei den beiden Vergleichssendern. Auch unterscheidet sich die Inszenierung der Stadtoberhäupter teils erheblich. Eine weitergehende Forschung dieser Darstellung -und die Beweggründe der Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten dafür- erscheint lohnenswert.

Aufgrund des seit Jahrzehnten mangelnden Forschungsstandes zu österreichischem beziehungsweise deutschsprachigem Lokalfernsehen, erscheinen valide quantitative Untersuchungen derzeit nur schwer möglich. Hier ist auch der Grund für die (zu) kleine Stichprobengröße und die damit mangelnde Repräsentativität im quantitativen Teil der vorangegangenen Untersuchung zu finden. Diverse limitierende Faktoren bedingen, dass eine vollumfängliche qualitative Vorbereitung für eine quantitative Ausarbeitung im Rahmen dieser Analyse nicht zu bewerkstelligen ist. Dennoch stellt die vorliegende Arbeit vielversprechende Ergebnisse in Bezug auf eine breit aufgestellte Analyse zur Veränderung der Themenauswahl aufgrund eines Schlüsselereignisses in Aussicht. Auch eine quantitative Herangehensweise an einzelne Aspekte der qualitativen Forschung dieser Untersuchung erscheint aussichtsreich. Konkret stellen die Zunahme von Kritik, die stärkere Einbeziehung und Fokussierung auf Expertinnen und Experten und die veränderte Inszenierung von Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern potentielle Forschungsinteressen dar.

In den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit verdichten sich zudem -unter anderem verstärkt durch die Aussagen der vertiefend befragten Journalistinnen und Journalisten- die Hinweise auf einen ausgeprägten Koorientierungseffekt. Eine weiterführende qualitative Forschung zum Einfluss von Agenda Setting-Thematiken überregionaler Medien auf Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten, die eben diese in den Mittelpunkt der Forschung stellt, erscheint sinnvoll.

Quellenverzeichnis

- Ali, C., Radcliffe, D., Schmidt, T. & Donald, R. (2020): Searching for Sheboygans: On the future of small market newspapers. *Journalism*, 21(4), 453–471. <https://doi.org/10.1177/1464884917749667>
- Arendt, F., Brosius, H. & Hauck, P. (2017): Die Auswirkung des Schlüsselereignisses „Silvesternacht in Köln“ auf die Kriminalitätsberichterstattung. *Publizistik*, 62(2), 135-152. <https://doi.org/10.1007/s11616-017-0322-z>
- Arnold, K. & Wagner, A. (2018): Die Leistungen des Lokaljournalismus. *Publizistik*, 63(2), 177-206. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0422-4>
- Benkenstein, M. & Reppenhagen, N. (2007): *Lokales Fernsehen in Mecklenburg-Vorpommern 2006/2007. Programmanalyse, Strukturen und Potential*. Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern.
- Brosius, H.-B. & Eps, P. (1995): Prototyping through Key Events: News Selection in the Case of Violence against Aliens and Asylum Seekers in Germany. *European Journal of Communication*, 10(3), 391–412. <https://doi.org/10.1177/0267323195010003005>
- Bucher, H. (2012): Lokaler Fernseh-Journalismus: Wachhund oder netter Nachbar? Rezeptionsbefunde zu Zuschauererwartungen und Qualitätskriterien. In Fengler S., Eberwein T. & Jorch J. (Hg.), *Theoretisch praktisch!? Anwendungsoptionen und gesellschaftliche Relevanz der Kommunikations- und Medienforschung* (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 39, 127-146). UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Bucher, H., Huggenberger, M., Sauter, M. & Schumacher, P. (2012): *Publizistische Qualität im lokalen Fernsehen. Eine sendungsbezogene Rezeptionsstudie*. Nomos.
- Bullerjahn, C. (2018): Psychologie der Filmmusik. In Hentschel F. & Moormann P. (Hg.), *Filmmusik* (181–229). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-11237-0_9
- Burkart, R. (2019): *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder einer interdisziplinären Sozialwissenschaft* (5. Auflage). Böhlau Verlag.
- Chmielewski, D. (2011): *Lokale Leser. Lokale Nutzer. Informationsinteressen und Ortsbindung im Vergleich. Eine crossmediale Fallstudie*. Herbert von Halem Verlag.
- Currah, A. (2009): *Navigating the Crisis in Local and Regional News: A Critical Review of Solutions*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Diehlmann, N. (2003): Journalisten und Fernsehnachrichten. In: Ruhrmann G., Woelke J., Maier M. & Diehlmann N. (Hg.), *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen* (99-144). Leske und Budrich.
- Dorner, C. & Pfurtscheller, D. (2013): Lokales Fernsehen in Tirol. In Dander V., Gründhammer V., Ortner H., Pfurtscheller D. & Rizzolli M. (Hg.), *Medienräume: Materialität und Regionalität* (1. Auflage, 129-146). innsbruck university press. https://doi.org/10.26530/OAPEN_503844
- Downs, A. (1972): Up and Down with ecology - the „issue-attention cycle“. *The Public Interest*, 28, 38-50.
- Eilders, C. (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Westdeutscher Verlag.
- Eilders, C. & Wirth, W. (1999): Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. *Publizistik*, 44(1), 35-57.
- Eilders, C. (2006): News factors and news decisions. Theoretical and methodological advances in Germany. *Communications*, 31(1), 5–24. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.002>
- Engelmann, I. (2012): *Alltagsrationalität im Journalismus. Akteurs- und organisationsbezogene Einflussfaktoren der Nachrichtenauswahl*. UVK.
- Engelmann, I., & Wendelin, M. (2015). Relevanzzuschreibung und Nachrichtenauswahl des Publikums im Internet. *Publizistik*, 60(2), 165–185. <https://doi.org/10.1007/s11616-015-0230-z>
- Engelmann, I. (2016): Journalismus und alltagsrationale Nachrichtenauswahl. In Löffelholz M. & Rothenberger L. (Hg.), *Handbuch Journalismustheorien* (457–471). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6_28
- Esser, F. (2011): Schockwellen im Mediensystem: Der Fukushima-Unfall als Schlüsselereignis. *Message*, (2), 44-47.
- Faulstich, W. (2013): *Grundkurs Filmanalyse* (3. Auflage). Wilhelm Fink Verlag.
- Frerichs, S. (2016): Journalismus als konstruktives Chaos. In Löffelholz M., Rothenberger L. (Hg.), *Handbuch Journalismustheorien* (191–200). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6_28
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965): The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-91.

- Geiß, S. (2013) Zwischenmediale Einflüsse: Koorientierung und Verselbständigungstendenzen der Medien in Orientierungs- und Routinephasen. In Quiring O., Kepplinger H., Weber M. & Geiß S. (Hg.), *Lehman Brothers und die Folgen* (91-110). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19294-9_8
- Gerstner, J. (2018): *Print in Motion. Qualität und Mehrwert der Onlinevideoangebote deutscher Tageszeitungen*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-20579-9>
- Goldhammer, K., Wiegand, A., Altendorfer, O. & Stange, T. (2005): *Neue Formate für lokales Fernsehen in Sachsen. Analysen, Konzepte und Vorschläge – ein Handbuch*. Schriftenreihe der SLM. Band 13. VISTAS.
- Hahn, O. (2008): Reiz und Routine. Neue alte Kriterien der Nachrichtenauswahl. In Löffelholz M., Trippe C. & Hoffmann A. (Hg.), *Kriegs- und Krisenberichterstattung. Ein Handbuch* (231-235). UVK.
- Hanusch, F. (2015): A Different Breed Altogether? *Journalism Studies*, 16(6), 816-833. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.950880>
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2017): What is News? *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Heath, R. & O'Hair, H. (2008): The Significance of Crisis and Risk Communication. In Heath R. & O'Hair H. (Hg.): *Handbook of Risk and Crisis Communication* (5-30). Routledge.
- Herrmann, S. (2012): *Kommunikation bei Krisenausbruch: Wirkung von Krisen-PR und Koorientierung auf die journalistische Wahrnehmung*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00309-8>
- Hickethier, K. (2012): *Film- und Fernsehanalyse* (5. Auflage). J.B. Metzler.
- Hooffacker, G. (2020): *Journalistische Praxis: Konstruktiver Journalismus. Wie Medien das Thema Migration für Jugendliche umsetzen können*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-31771-3>
- Jenkins, J. & Graves, L. (2019): *Case Studies in Collaborative Local Journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Kammerer, D. (2020): Qualitative Verfahren der Filmanalyse. In Hagener M. & Pantenburg V. (Hg.), *Handbuch Filmanalyse* (S. 385-397). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-13339-9_26
- Kapfenberg (o.D.): *Kultur in Kapfenberg*. In: https://www.kapfenberg.gv.at/Kultur_in_Kapfenberg (09.07.2021)

- Keldenich, F. (2019): *Lokaler Journalismus und Wirtschafts-PR: Wahrnehmung und Wirkung der Pressearbeit lokaler Wirtschaftsakteure* (1. Auflage 2019. ed.). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748901075>
- Kepplinger, H. & Weißbecker, H. (1991): Negativität als Nachrichtenideologie. *Publizistik*, 36(3), 330-342.
- Kepplinger, H. (2004): Problemdimensionen des Journalismus. Wechselwirkung von Theorie und Empirie. In Löffelholz M. (Hg.), *Theorien des Journalismus*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-663-01620-5_3
- Kepplinger, H. (2011a): *Journalismus als Beruf*. VS Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92915-6>
- Kepplinger, H. (2011b): *Realitätskonstruktionen*. VS Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92780-0>
- Kolb, S. (2015): Qualität im Regionalfernsehen mit und ohne Leistungsauftrag im Großraum Zürich. In Leonarz M. (Hg.), *Wissenschaftliche und praktische Medienpolitik als politische Daueraufgabe* (1. Auflage, 239-260). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845251592-239>
- Krotz, F. (2005): *Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung*. Halem.
- Kuckartz, U. (2014): *Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren*. Springer VS.
- Kuckartz, U. (2018): *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Auflage). Beltz Juventa.
- Leonarz, M. (2015): Über die Medien in den Gemeinden. Wie die Gemeinden die publizistische Leistung der Regionalmedien einschätzen. In Leonarz M. (Hg.), *Wissenschaftliche und praktische Medienpolitik als politische Daueraufgabe* (1. Auflage, 71-96). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & KG. <https://doi.org/10.5771/9783845251592-71>
- Lippmann, W. (2017): *Public Opinion* (First ed.). Taylor and Francis.
- Maier, M. (2003): Analysen deutscher Fernsehnachrichten 1992-2001. In: Ruhrmann G., Woelke J., Maier M. & Diehlmann N. (Hg.), *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen* (61-96). Leske und Budrich.

- Maier, M., Ruhrmann, G. & Klietsch, K. (2006): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse 1992-2004*. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM).
- Maier, M., Retzbach, J., Glogger, I. & Stengel, K. (2018): *Nachrichtenwerttheorie* (2., aktualisierte Auflage.). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845284934>
- Matthes, J. (2014): *Framing*. Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845260259>
- Maurer, M. (2017): *Agenda-Setting* (2. Auflage). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845283043>
- McCombs, M. (1977): Newspaper Versus Television: Mass Communication Effects Across Time. In Shaw D. & McCombs M. (Hg.), *The Emergence of American Political Issues. The Agenda-Setting Function of the Press* (89-106). West.
- Merten, K. (2008): Krise und Krisenkommunikation: Von der Ausnahme zur Regel? In Nolting T. & Thießen A. (Hg), *Krisenmanagement in der Mediengesellschaft* (83–97). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91191-5_5
- Mikos, L. (2015): *Film- und Fernsehanalyse* (3., überarb. und aktualisierte Aufl.). UVK-Verl.-Ges.
- Mikos, L. (2018): Methoden der Film- und Fernsehanalyse. In Moritz C. & Corsten M. (Hg.), *Handbuch Qualitative Videoanalyse* (89-100). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15894-1_5
- Möhring, W. (2015): *Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft. Zum Forschungsstand Lokaljournalismus – unter besonderer Berücksichtigung von Nordrhein-Westfalen; eine Expertise im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)*. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen.
- Neuman, R. W., Guggenheim, L., Mo Jan, S. & Bae, S. Y. (2014): The Dynamic of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data. *Journal of Communication*, 64(2), 193-214. <https://doi.org/10.1111/jcom.12088>
- Örnebring, H., Kingsepp, E. & Möller, C. (2020): Journalism in small towns : A special issue of Journalism: Theory, Practice, Criticism. *Journalism*, 21(4), 447–452. <https://doi.org/10.1177/1464884919886442>
- Östgaard, E. (1965): Factors Influencing the Flow of News. *Journal of Peace Research*, 2(1), 39-63.
- Peltzer, A. & Keppler, A. (2015): *Die soziologische Film- und Fernsehanalyse. Eine Einführung*. De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110413779>

- Rauchenzauner, E. (2008): *Schlüsselereignisse in der Medienberichterstattung*. VS.
<https://doi.org/10.1007/978-3-531-90951-6>
- reeins.tv (o.D.): *Impressum*. In: <https://www.reeins.tv/impressum> (06.07.2021).
- Regier, S., Schunk, H. & Könecke, T. (2016): *Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien*. Springer Gabler.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-06934-6>
- reutte.com (o.D.): *Veranstaltungen*. In: <https://www.reutte.com/veranstaltungen/> (07.07.2021)
- Rosenstiel, T., Just, M., Belt, T., Pertilla, A., Dean, W. & Chinni, D. (2007): *We Interrupt This Newscast*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511841064>
- RTR (o.D.a): *Regional Media GmbH*. In:
<https://www.rtr.at/migration/veranstalter/994b027877c84135aac9dcc4a6011d67>
 (06.07.2021)
- RTR (o.D.b): *PIWImedia GmbH*. In:
<https://www.rtr.at/migration/veranstalter/2e49597cadb540f3bde0c32be0d04e33>
 (06.07.2021)
- RTR (o.D.c): *Re1 Digital Media GmbH*. In:
<https://www.rtr.at/migration/veranstalter/20c368c1294d41ce9a603e94b25f621a>
 (06.07.2021)
- Ruhrmann, G. (1989): *Rezipient und Nachricht: Struktur und Prozeß der Nachrichtenrekonstruktion*. Westdt. Verl.
- Ruhrmann, G., Woelke, J., Maier, M. & Diehlmann, N. (2003): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen*. Leske und Budrich.
- Ruhrmann, G. & Göbbel, R. (2007): *Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland. Abschlussbericht für netzwerk recherche e.V.* In: <https://netzwerkrecherche.org/files/nr-studie-nachrichtenfaktoren.pdf>
 (02.11.2021)
- Ruigrok, N. & Van Atteveldt, W. (2007): Global angling with a local angle: How U.S., British, and Dutch newspapers frame global and local terrorist attacks. *Harvard International Journal of Press/politics*, 12(1), 68-90. <https://doi.org/10.1177/1081180X06297436>
- Sande, Ø. (1971): The Perception of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 8(3/4), 221–237. <https://doi.org/10.1177/002234337100800303>

- Saxer, U. (1980): Lokale Kommunikation – Bilanz der Forschung. In Langenbucher W., Wolfgang R. (Hg.), *Lokalkommunikation – Analysen, Beispiele, Alternativen* (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, 33-42). Ölschläger.
- Sayre, B., Bode, L., Shah, D., Wilcox, D. & Shah, C. (2010): Agenda Setting in a Digital Age: Tracking Attention to California Proposition 8 in Social Media, Online News and Conventional News. *Policy and Internet*, 2(2), 7–32. <https://doi.org/10.2202/1944-2866.1040>
- Scheufele, B. (2006): Frames, schemata, and news reporting. *Communications*, 31(1), 65-83. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.005>
- Schulz, W. (1976): *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien*. Alber.
- Schulz, W. (1982): News structures and people's awareness of political events. *International Communication Gazette*, 30, 139-153.
- Schwarz, A., Seeger, M. & Auer, C. (2016): Significance and Structure of International Risk and Crisis Communication Research. In Schwarz A., Seeger M. & Auer C. (Hg.), *The Handbook of International Crisis Communication Research* (1–10). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118516812.ch1>
- Searles, K. & Smith, G. (2016): Who's the Boss? Setting the Agenda in a Fragmented Media Environment. *International Journal of Communication*, 10, 2074-2095.
- Sell, S. (2016): Agenda Setting. In Heesen J. (Hg.), *Handbuch Medien- und Informationsethik* (121-125). J.B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05394-7_16
- Shoemaker, P. & Cohen, A. (2006): *News Around the World*. Taylor and Francis.
- Sommer, D., Fretwurst, B., Sommer, K. & Gehrau, V. (2012): Nachrichtenwert und Gespräche über Medienthemen. *Publizistik*, 57(4), 381-401. <https://doi.org/10.1007/s11616-012-0162-9>
- Staab, J. (1990): *Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Verlag Karl Alber.
- Statistik Austria (2021a): *Einwohnerzahl und Komponenten der Bevölkerungsentwicklung. Schwechat*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/pr1/g30740.pdf> (07.07.2021)
- Statistik Austria (2021b): *Einwohnerzahl und Komponenten der Bevölkerungsentwicklung. Kapfenberg*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/pr1/g62140.pdf> (07.07.2021)
- Statistik Austria (2021c): *Einwohnerzahl und Komponenten der Bevölkerungsentwicklung. Reutte*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/pr1/g70828.pdf> (06.07.2021)

- Statistik Austria (o.D.a): *Ein Blick auf die Gemeinde Schwechat*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/G0501/g30740.pdf> (07.07.2021)
- Statistik Austria (o.D.b): *Ein Blick auf die Gemeinde Schwechat*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/G0803/g30740.pdf> (07.07.2021)
- Statistik Austria (o.D.c): *Ein Blick auf die Gemeinde Kapfenberg*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/G0501/g62140.pdf> (07.07.2021)
- Statistik Austria (o.D.d): *Ein Blick auf die Gemeinde Kapfenberg*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/G0803/g62140.pdf> (07.07.2021)
- Statistik Austria (o.D.e): *Ein Blick auf die Gemeinde Reutte*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/G0501/g70828.pdf> (06.07.2021)
- Statistik Austria (o.D.f): *Ein Blick auf die Gemeinde Reutte*. In: <https://www.statistik.at/blickgem/G0803/g70828.pdf> (06.07.2021)
- Uhlemann, I. (2012): *Der Nachrichtenwert im situativen Kontext: Eine Studie zur Auswahlwahrscheinlichkeit von Nachrichten*. VS Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-94335-0>
- Usher, N. (2019): Putting “Place” in the Center of Journalism Research: A Way Forward to Understand Challenges to Trust and Knowledge in News. *Journalism & Communication Monographs*, 21(2), 84–146. <https://doi.org/10.1177/1522637919848362>
- van Eimeren, B. & Frees, B. (2010): Fast 50 Millionen Deutsche online – Multimedia für alle? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010. *Media Perspektiven*, 7-8, 334-349.
- von Nordheim, G., Boczek, K., Koppers, L. & Erdmann, E. (2018): Reuniting a Divided Public? Tracing the TTIP Debate on Twitter and in Traditional Media. *International Journal of Communication*, 12, 548-569.
- Völker, D. (2017): *Kommunikation im Krisenmodus. Konzeption des Strategischen Framing am Beispiel der Finanzkrise 2008/09*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-17357-9>
- Weber, P. & Wirth, W. (2015): Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren in der interpersonalen Nachrichtendiffusion: Die vermittelnde Rolle von Involvement und Elaborationen. *Publizistik*, 60(2), 187–203. <https://doi.org/10.1007/s11616-015-0233-9>
- Weber, P. (2016): Nachrichtenwert. In Heesen J. (Hg.), *Handbuch Medien- und Informationsethik* (114-121). J.B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05394-7_15

- Wendelin, M., Engelmann, I. & Neubarth, J. (2017): User Rankings and Journalistic News Selection. *Journalism Studies*, 18(2), 135–153.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1040892>
- Wilkins, L. (2016): Affirmative Duties. The institutional and individual capabilities required in disaster coverage. *Journalism Studies*, 17(2), 216-230.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.974985>
- Wippersberg, J. & Dietrich, A. (2007): *Lokales Fernsehen in Österreich. Eine explorative Studie zu Programmstruktur und Programminhalt sowie zu Nutzung und Nutzen von lokalen Fernsehprogrammanbietern* (Schriftenreihe der Rundfunk-und-Telekom-Regulierungs-GmbH; Band 4). Rundfunk-und-Telekom-Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH).
- Woelke, J. (2003): Rezeption von Fernsehnachrichten: Befunde zum Nachrichtenwert und zur Relevanz von Nachrichtenfaktoren. In Ruhrmann G., Woelke J., Maier M. & Dielmann N. (Hg.), *Der Wert der Nachrichten im deutschen Fernsehen: Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren* (163-199). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
https://doi.org/10.1007/978-3-663-09644-3_7
- Wolf, C. (2012): Funktionen regionaler Onlineportale. Kommunikationswissenschaftliche Forschung als Chance für Lokalzeitungen. In Fengler S., Eberwein T. & Jorch J. (Hg.), *Theoretisch praktisch!? Anwendungsoptionen und gesellschaftliche Relevanz der Kommunikations- und Medienforschung* (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 39, 147-162). UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Ziegele, M. (2016): *Nutzerkommentare als Anschlusskommunikation*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12822-7>

Untersuchungsmaterial

- HiWay-TV (2019a, 09. Oktober): *Ehre wem Ehre gebührt* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=pD3y6M-QHzw> (04.03.2022)
- HiWay-TV (2019b, 23. Oktober): *Pädagogischer Austausch Kapfenberg - China* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=Xz0DVU0PBRI> (04.03.2022)
- HiWay-TV (2019c, 12. Dezember): *Orchesterkonzert in Kapfenberg* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=12ZJqj7Cijo> (04.03.2022)

HiWay-TV (2019d, 14. November): *Hidden Heroes – Kulturzentrum Kapfenberg* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=K40Hx29u3tw> (04.03.2022)

HiWay-TV (2019e, 10. Dezember): *Hidden Heroes – Georg Dunst von der Firma Saubermacher* [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=3-bLaIECNpY> (04.03.2022)

HiWay-TV (2020a, 23. September): *Das Gespräch suchen bevor man straft* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=bMmN5nuaPYQ> (05.03.2022)

HiWay-TV (2020b, 24. April): *Kapfenberg – Aktuelle Informationen zur Corona Situation* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XBxmgdy0p9c> (05.03.2022)

HiWay-TV (2020c, 14. April): *Erster Schritt in Richtung Normalität* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=88Slk9guzwM> (05.03.2022)

reeins.tv (2019a, 22. Juli): *Meine Meinung – EU – Fluch oder Segen?* [Video]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=40UAicKK_go (26.02.2022)

reeins.tv (2019b, 20. November): *Hot oder Schrott - Plastikflaschen* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=vN543KjfpWw> (26.02.2022)

reeins.tv (2020a, 08. April): *Basteltipps mit Ronja - Knetmasse* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=Eno0lqnGHUw> (01.03.2022)

reeins.tv (2020b, 24. Juni): *Im Gespräch mit Chefinspektor Walter Schimpfössl* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=6_NzQ789Cp0 (01.03.2022)

reeins.tv (2020c, 14. Juni): *Reuttener Gastronomie mit den Corona-Maßnahmen* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Wb771zucctw> (01.03.2022)

reeins.tv (2020d, 29. April): *Coronakrise: Interview mit Dr. Eugen Ladner* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=gN1ARTt6xA8> (01.03.2022)

reeins.tv (2020e, 29. April): *Coronakrise: Interview mit Christoph Koler* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=2iuEqGXvOUU> (01.03.2022)

SW1 (2019a, 13. Juli): *Kleintierausstellung in Schwechat* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=kqSFRvL1j0w> (02.02.2022)

SW1 (2019b, 10. September): *Chill & Grill Demo in Kledering* [Video]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=2cllq_2zKzw (02.02.2022)

SW1 (2019c, 19. November): *„Mehr Raum für Nase und Eisvogel“ in Schwechat* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=iwZZZimNiWE> (02.02.2022)

SW1 (2020a, 13. Juli): *Basketballplatz in der Schwechater Mappesgasse* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=numjc2ZeiTA> (02.02.2022)

- SW1 (2020b, 20. April): *Frühling in der Mannswörther Au* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Eg6VfkkXlio> (02.02.2022)
- SW1 (2020c, 05. Mai): *Der Mannswörther Teich: Bilder aus der Au in Schwechat* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vbGxOniVcCU> (02.02.2022)
- SW1 (2020d, 28. April): *Wie geht es den Schwechatern während der Corona-Krise* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=ywnyyAhMIFE> (03.02.2022)
- SW1 (2020e, 03. April): *Update 03.04.2020 „Corona Krise“ Statement Bürgermeisterin Karin Baier, Schwechat* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=V2WGb8Sw1ns> (02.02.2022)
- SW1 (2020f, 21. Jänner): *Infoveranstaltung zum Winterdienst in Schwechat* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TXt9cfLRRBI> (03.02.2022)
- SW1 (2020g, 31. März): *Statement Dr. Sailer, Schwechat* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hptfbR0RT1U> (03.02.2022)
- SW1 (2020h, 21. Jänner): *Gemeinderatswahl 2020: „Battleground Schwechat“?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=toLv-mpfK7c> (03.02.2022)
- SW1 (2020i, 14. Jänner): *Interview mit Schwechats Bürgermeisterin Karin Baier* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=g8EFDTwT28k> (03.02.2022)

Anhang

Anhang A – Codebuch

Sender

Numerische Zuordnung	Sender
1	SW1
2	HiWay-TV
3	reeins.tv

Datum

Numerische Zuordnung	Zeitpunkt
0	Vor Corona
1	Ab Corona

Thema

Numerische Zuordnung	Thema	Codierung, wenn Bericht über
1	Bildung	Bildungseinrichtungen wie Schulen, Kindergärten, etc.
2	Dokumentation	Allgemeine Ereignisse (z.B. Porträts) ohne konkreten Bezug auf eine andere Kategorie
3	Freizeit	Offene Veranstaltungen ohne Vereinszwang (z.B. Spielplätze, Wanderrouen)
4	Geschichte	Gemeindegeschichte
5	Kultur	Kulturelle Veranstaltungen (Musik, Vernissagen, etc.)
6	Medizin	Gesundheitsthemen
7	Politik	Politische Veranstaltungen, Interviews und Ereignisse

8	Service	Hilfestellungen und Hinweise für den Alltag
9	Sicherheit	Polizei, Militär, Ordnungsdienste, öffentliche Ordnung, Versorgungssicherheit
10	Sozialarbeit	Einrichtungen und Organisationen für Jugendliche, Erwachsene und PensionistInnen (ausgenommen Bildungseinrichtungen)
11	Sport	Organisierte Sportveranstaltungen
12	Umfrage	Meinungsbilder von zufällig befragten Personen
13	Wirtschaft	Arbeit und Wirtschaft
99	Sonstige	Keine Zuordnung zu einer anderen Kategorie möglich

Subthema

Numerische Zuordnung	Thema	Codierung, wenn Bericht über
S1	Benefiz	Veranstaltung zu einem guten/karitativen Zweck
S2	Bewegung & Sport	Sportereignisse, Einrichtungen oder Hinweise, die nicht durch einen Verein organisiert oder limitiert sind
S3	Demonstration/Protest	Versammlungen mit einem politischen Ziel
S4	Feuerwehr	Einsätze oder Ereignisse Feuerwehren betreffend

S5	Gemeindeeinrichtung	Einrichtungen der Gemeindeverwaltung (Gärtnerei, Bauhof, etc.)
S6	Gottesdienst	Messen, unabhängig von Konfession
S7	Haushalt & Heimwerken	Tipps für Alltag und Haushalt
S8	Informationsveranstaltung	Medienereignisse wie Pressekonferenzen oder Vorträge
S9	Interview – Indoor	Gespräch, bei dem einE oder wenige GesprächspartnerInnen im Fokus stehen und diese in einem Raum stattfinden
S10	Interview – Outdoor	Gespräch, bei dem einE oder wenige GesprächspartnerInnen im Fokus stehen und diese draußen stattfinden
S11	Interview – Videokonferenz	Gespräch, bei dem einE oder wenige GesprächspartnerInnen im Fokus stehen und diese digital stattfinden
S12	Kinderbetreuung	Kindergärten, Horte und andere Einrichtungen zur (Klein-)Kinderbetreuung
S13	Kultur	Rein kulturelle Veranstaltungen ohne anderweitigen Zweck (z.B. Konzerte, Kabarett)
S14	Nachrichtenbeitrag	Allgemeine einmalige Ereignisse, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können (z.B.

		Gemeinderatsbeschlüsse, Ehrungen)
S15	Natur	Natur per se, keine Berichte über Ereignisse, die zusammenhanglos in der Natur stattfinden
S16	Schule	Schulen und deren Betrieb
S17	Sportverein	Sportvereine und Ereignisse, die von einem Sportverein organisiert werden (ausgenommen überregionale Ereignisse)
S18	Überregionale Sportveranstaltung	Überregionale Sportveranstaltungen, die im Gemeindegebiet ausgetragen werden
S19	Veranstaltungshinweis	Organisierte Veranstaltungen, an denen BewohnerInnen teilnehmen können
S20	Verein (sonstige)	Vereinstätigkeiten (ausgenommen Sport)
S21	Werbebeitrag	Extern produzierte Werbebeiträge
S99	Sonstige	Keine Zuordnung zu einer anderen Kategorie möglich

Nachrichtenfaktoren

Code	Nachrichtenfaktor	Definition
N1	Dauer	Kurze Ereignisse, die keine mittel- oder langfristigen Konsequenzen (Schaden/Nutzen) in Aussicht stellen.
N2	Etablierung	Ereignisse, die auf bereits vorhandenen Ereignissen basieren.

N3	Räumliche Nähe	Ereignisse, die im untersuchten Gemeindegebiet oder der unmittelbaren Umgebung dessen stattfinden.
N4	Politische Nähe	Ereignisse, die an einem Ort außerhalb der Gemeinde stattfinden, der explizit in einer politischen oder wirtschaftlichen Beziehung zur untersuchten Gemeinde steht.
N5	Kulturelle Nähe	Ereignisse, die an einem Ort außerhalb der Gemeinde stattfinden, der explizit in einer kulturellen Beziehung zur untersuchten Gemeinde steht.
N6	Reichweite	Ereignisse, von denen ein (vermutlich) signifikanter Teil der EinwohnerInnen der untersuchten Gemeinde und/oder deren unmittelbarer Umgebung explizit betroffen sind, sein könnten, sein werden oder waren.
N7	Status der Ereignisregion	Ereignisse im untersuchten Gemeindegebiet oder dessen unmittelbarer Umgebung, die eine explizite Wichtigkeit für andere Regionen oder ganz Österreich aufweisen.
N8	Einfluss	Berichte, die auf Grund der (politischen oder wirtschaftlichen) Macht der handlungsleitenden Figur (Person, Unternehmen, Organisation, Institution, Verein) publiziert werden.
N9	Prominenz	Ereignisse, die überregional bekannte Persönlichkeiten betreffen.
N10	Überraschung	Ereignisse, die explizit unerwartet eintreten.
N11	Einfachheit	Ereignisse, die keine hohe Komplexität aufweisen und ohne Vorwissen der RezipientInnen verstanden werden können.
N12	Verfänglichkeit	Beiträge, in denen eine Meinung zu einem Thema als (nicht) zulässig vermittelt wird.

N13	Erfolg	Berichte über wirtschaftliche, politische, kulturelle oder sportliche Erfolge.
N14	Personalisierung	Berichte, in denen Einzelpersonen als Privatpersonen (keine Funktion oder Vertretung einer Institution) als ProtagonistInnen fungieren.
N15	Visualität	Ereignisse, die Bewegtbilder liefern. Ausgeschlossen werden hierbei Pressekonferenzen/Interviews und Ereignisse, die lediglich eine Grundlage für Informationsgrafiken liefern oder die mit zusammenhanglosen Schnittbildern untermalt werden.
N16	Demonstration	Beiträge, in denen Demonstrationen (Versammlungen mit explizitem Ziel) gezeigt werden.
N17	Faktizität	Berichte über konkrete Handlungen von Personen, Unternehmen, Organisationen, Institutionen oder Vereinen. Ausgeschlossen werden hierbei bloße Sprechhandlungen (Pressekonferenzen, Interviews) und Meinungsäußerungen (Straßenumfragen).

Anhang B – Filmprotokoll

Dieses Filmprotokoll gilt als Basis und kann im Zuge der induktiven Vorgangsweise beliebig erweitert werden.

Sender

Publikationssender der untersuchten Beitrags.

- SW1
- HiWay-TV
- reeins.tv

Publikationsdatum

Es werden zwei Untersuchungszeiträume, die sich am Datum der Veröffentlichung festmachen, unterschieden:

- Vor Corona (bis inkl. 01/2020)
- Ab Corona (ab inkl. 04/2020)

Titel

Der Titel, unter dem der Beitrag veröffentlicht wurde.

Beitragslänge

Die Länge des Beitrags in Minuten und Sekunden, wobei etwaige Anmoderationen aus einem Studio nicht eingerechnet werden.

Thema

Der Beitrag wird einem der folgenden Themenkomplexe zugeteilt:

- Bildung
- Dokumentation
- Freizeit (Veranstaltungstipps für frei zugängliche Aktivitäten ohne Verein -bspw. Wanderrouten oder Spielplätze- die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können)

- Geschichte
- Kultur
- Politik
- Service
- Soziale Arbeit (Alle sozialen Einrichtungen für Jugendliche, Erwachsene und Pensionisten)
- Sport
- Umfrage
- Wirtschaft

Subthema

Innerhalb des übergeordneten Themenkomplexes wird jeder Beitrag thematisch genauer eingeordnet. So kann es sich bei Dokumentationen beispielsweise um Beiträge über eine Gemeindeeinrichtung (Feuerwehr, Stadtgärtnerei, etc.) handeln.

- Benefiz
- Bewegung & Sport
- Demonstration/Protest
- Feuerwehr
- Gemeindeeinrichtung (sonstige)
- Informationsveranstaltung (auch Pressekonferenzen)
- Interview (Indoor, Outdoor, Videokonferenz)
- Natur
- Sportverein
- Überregionale Sportveranstaltung
- Verein (sonstige)

Kontext (Nachrichtenfaktoren)

Codiert wird das Auftreten der deduktiv bestimmten Nachrichtenfaktoren. Die Stärke der auftretenden Faktoren ist irrelevant, es wird lediglich zwischen vorhanden und nicht vorhanden unterschieden.

- Dauer
- Etablierung
- Räumliche Nähe
- Politische Nähe

- Kulturelle Nähe
- Reichweite
- Status der Ereignisregion
- Einfluss
- Prominenz
- Überraschung
- Einfachheit
- Verfänglichkeit
- Erfolg
- Personalisierung
- Visualität
- Demonstration
- Faktizität

Narration

Es wird die Grundstimmung des Beitragsthemas bzw. die durch den Schnitt erzeugte Stimmung dokumentiert.

- Grundthema/-stimmung (positiv, negativ, neutral),
- Handlung (inszeniert, dokumentiert),
- ProtagonistIn (Held, Antiheld, neutral/n.V.)

Figuren

Es wird dokumentiert, welche Personen in einem Beitrag zu Wort kommen.

- ArbeiterIn
- BewohnerIn
- BürgermeisterIn
- ExpertIn
- FunktionärIn (bei einem Verein, Institution, Unternehmen oder Organisation)
- Kind
- PolitikerIn
- SportlerIn
- TouristIn

Audio

Es werden die akustischen Merkmale des Beitrags dokumentiert.

- Musik-Stimmung (positiv, negativ, n.V.)
- Musik-Quelle (On, Off, n.V.)
- Geräusche (vorhanden, Tonlücken vorhanden, Tonlücken synthetisch überspielt)
- Sprache (On, Off, n.V.)

Optische Gestaltung

Dokumentiert werden die optischen Merkmale des Beitrags.

- Anzahl der Einstellungen
- Einstellungsgrößen (Super-Totale, Totale, Halbtotale, Amerikanisch, Halbnahe, Nahe, Großaufnahme, Detailaufnahme)
- Perspektiven (Normal, Übersicht, Untersicht)
- Kamerabewegung (Fahrt, Flug, Schwenk, Starr, Subjektive Fahrt)
- Fokus (Menschen, Objekte, Landschaften)
- Schnittbilder (Aktuell, Archiv, Standbild, BewohnerInnen)

Beschreibung (Gesamtbeitrag)

Der Beitrag wird kurz zusammengefasst, etwaige Besonderheiten (wie bspw. kritische Fragen) werden notiert.

Anhang C – Begriffsdefinitionen

Bewegung: In dieser Arbeit werden fünf Kamerabewegungen, basierend auf Hickethier (2012, S. 62), unterschieden:

- Schwenk: Die Kamera bleibt am Standpunkt, der gezeigte Ausschnitt wird durch eine axiale Bewegung verändert.
- Fahrt: Der gezeigte Ausschnitt wird durch eine Änderung des Standpunktes der Kamera (bspw. via Dolly, Auto oder Kran) erzielt.
- Flug: Die Kamera hat keinen fixen Standpunkt, der mit dem Boden verknüpft ist.
- Subjektive Fahrt: Die Kamera wird manuell (bspw. auf der Schulter) geführt, zu erkennen an leicht oder stark verwackelten Aufnahmen, verzerrten oder hektischen Bewegungen.
- Zoom: Eine *unechte* Kamerabewegung, bei der der gezeigte Ausschnitt ohne eine physische Veränderung des Kamerastandpunktes erzeugt wird.

Einstellung: Einheit zwischen zwei Schnitten (Mikos 2015, S. 82).

Einstellungsgröße: Beschreibt die Relation von Standpunkt und dem Gezeigten. Nach Hickethier (2012, S. 56ff.) und Mikos (2015, S. 186ff.) werden derer acht unterschieden:

- Super-Totale: Großflächige Landschaftsaufnahme, in der Menschen gar nicht oder kaum noch zu erkennen sind.
- Totale: Abbildung des Handlungsraums, also des Ortes, der für den Beitrag relevant ist.
- Halbtotale: Menschen sind als Ganzes, von Kopf bis Fuß, zu sehen, ihre Handlungen sind gut zu erkennen.
- Amerikanisch: Personenaufnahmen, die vom Kopf bis zu den Oberschenkeln reichen.
- Halbnahe: Personenaufnahmen, die vom Kopf bis zur Hüfte reichen.
- Nahe: Personenaufnahmen, die vom Kopf bis zur Mitte des Oberkörpers reichen.
- Großaufnahme: Aufnahmen, die auf bestimmte Körperteile (Kopf, Hand, etc.) oder Teile eines Objekts fokussieren.
- Detailaufnahme: Aufnahmen, auf denen nur noch Details (bestimmte Gesichtspartie, Blatt eines Baums) zu sehen sind.

Figuren: Personen, die in den untersuchten Beiträgen zu Wort kommen.

Goldener Schnitt: Dieser gilt in der Fotografie und in der Filmproduktion als Richtmarke im Bild. Dabei wird dieses sowohl horizontal, als auch vertikal gedrittelt. Für ein lebendiges Bild sollte der Fokus -je nach Inszenierung- entweder in der Mitte des Bildes oder an einer der Kreuzungen der Drittel-Linien liegen.

On/ Off (Audio): Beschreibt die Verbindung von räumlicher und zeitlicher Zuordnung zwischen Ton und Bild (Hickethier 2012, S. 104):

- On: Wort und Bild sind für das Publikum sichtbar verbunden, die Quelle des Audios ist also sichtbar im Bild (z.B.: Interviewsituation).
- Off: Wort und Bild können vom Publikum zwar zeitlich, aber nicht räumlich verbunden werden, die Quelle eines Audios ist also nicht im Bild zu sehen (z.B. musikalische Untermalung von Schnittbildern).

Perspektive: Beschreibt das Verhältnis von Kameraposition zum Gefilmten. Es werden drei Perspektiven unterschieden (Mikos 2015, S. 189ff.):

- Normal: Kamera und gezeigter Ausschnitt befinden sich auf gleicher Höhe.
- Übersicht (Vogelperspektive): Die Kamera filmt aus einer erhöhten Position herab.
- Untersicht (Froschperspektive): Die Kamera filmt aus niedriger Position auf etwas Höherstehendes.

Protagonistin/Protagonist: Mikos (2015, S. 163): „Die Protagonisten hingegen sind [...] vor allem über die Handlung selbst definiert, in Ausübung ihrer Handlungsrollen treiben sie die Geschichte voran.“ Es muss sich demnach um echte Personen handeln, die für den Beitrag relevant sind.

Schnittbild: Dabei handelt es sich um (Bewegt-)Bilder, die gezeigt werden, während im Ton weiterhin ein laufendes Gespräch oder ein Kommentar aus dem *Off* zu hören ist.

Abstract (Deutsch)

Die vorliegende Arbeit untersucht den Einfluss des Schlüsselereignisses *Corona-Pandemie* auf die Themensetzung und die Gestaltung von lokalen österreichischen Fernsehprogrammen. Als Untersuchungsgegenstand gelten dabei die drei Lokalsender SW1 (Schwechat, Niederösterreich), HiWay-TV (Kapfenberg, Steiermark) und reeins.tv (Reutte, Tirol), von denen jeweils zwei Zeiträume verglichen werden: Als *vor Corona* gilt der Zeitraum bis einschließlich Jänner 2020, *ab Corona* umfasst Berichte ab einschließlich April 2020. Im Sinne des *Mixed-Methods-Ansatz* werden die thematischen Umbrüche im Zuge einer quantitativen Erhebung analysiert, etwaige Veränderungen der Gestaltung der Berichte werden mittels der qualitativen Film- und Fernsehanalyse untersucht. Die theoretische Basis setzt sich aus Erkenntnissen der Nachrichtenwerttheorie, des Agenda-Setting-Ansatzes, der Schlüsselereignisse und Medien in Krisenzeiten zusammen.

In Bezug auf die thematischen Einflüsse der Corona-Pandemie kann festgestellt werden, dass die Komplexe *Politik* und *Bildung* an Relevanz einbüßen, während *Wirtschaft*, *Freizeit* und *Medizin* an Wichtigkeit gewinnen. Interviews erfahren einen erheblichen Zuwachs an Relevanz, wobei diese vermehrt an der frischen Luft oder -als neues Stilmittel- per Videokonferenz geführt werden. Außerdem gewinnen die Nachrichtenfaktoren *Etablierung*, *Reichweite* und *Einfluss* an Wichtigkeit in der Selektionsentscheidung von Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten, während unter anderem *Dauer*, *Erfolg*, *Visualität* und *Faktizität* an Bedeutung verlieren.

In der Gestaltung lässt sich eine negativere Grundstimmung der Beiträge feststellen, außerdem werden vermehrt inszenierte als dokumentierte Handlungen publiziert. Zwar werden die einzelnen Berichte weniger abwechslungsreich gestaltet, es kommt aber mehr aktuelles Videomaterial zum Einsatz. Expertinnen und Experten sind *ab Corona* stärker als Interviewpartnerinnen und Interviewpartner gefragt, während Funktionärinnen und Funktionären, Politikerinnen und Politikern und Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern weniger Aufmerksamkeit durch die Lokalsender zuteilwird. Letztere treten dafür in den Berichten, in denen sie als Figuren agieren, vermehrt in den Mittelpunkt.

Schlüsselwörter: Lokalfernsehen, Corona, Schlüsselereignis, Krise, Nachrichtenwerttheorie, Agenda Setting, Film- und Fernsehanalyse

Abstract (English)

This thesis examines the influence of the key event *Corona-pandemic* on the setting of topics and the design of local Austrian television programs. The three local broadcasters SW1 (Schwechat, Lower Austria), HiWay-TV (Kapfenberg, Styria) and reeins.tv (Reutte, Tyrol) are the subject of the investigation. Each of them is compared in two periods: The period *before Corona* is considered to be the period up to and including January 2020, *from Corona on* includes media reports from and including April 2020. In the spirit of the mixed-methods approach, the thematic changes are analyzed in the course of a quantitative survey. Any changes in the design of the media reports are examined using qualitative film and television analysis. The theoretical basis consists of findings from news value theory, the agenda-setting approach, key events and media in times of crisis.

In terms of the thematic influences of the Corona-pandemic, it can be stated that the topic complexes of *politics* and *education* are losing relevance, while *business*, *leisure* and *medicine* are gaining in importance. Interviews are experiencing a significant increase in relevance, whereby they are increasingly being conducted in the fresh air or -as a new stylistic device- via video conference. Furthermore, the news factors of *establishment*, *reach* and *influence* are becoming more important in the selection decision of local journalists, while *duration*, *success*, *visuality* and *factuality* are becoming less important.

In terms of design, a more negative basic mood can be determined in the media reports. Furthermore, more staged than documented actions are published. Although the individual reports are less varied, more up-to-date video material is used. From Corona on, experts are more in demand as interview partners, while officials, politicians and mayors receive less attention from local broadcasters. In the reports in which they act as characters, mayors increasingly take center stage.

Keywords: local television, corona, key event, crisis, news value theory, agenda setting, film and television analysis