

INHALT

Vorwort	5
KAPITEL 1	
Einleitung	9
1.1. Anlaß und Zielsetzungen	9
1.2. Methodik der Untersuchungen	11
KAPITEL 2	
Die heutige Programmkonzeption	13
2.1. Ein „geschichtlicher“ Rückblick	13
2.2. Die gegenwärtige Programmkonzeption und Programmstruktur	16
KAPITEL 3	
Die Resonanz in der Presse	19
KAPITEL 4	
Die Resonanz beim Publikum	24
4.1. Die Empfangssituation bei „Südwest 3“	24
4.2. Die allgemeine Sehfrequenz (Schätzung des durchschnittlichen Verhaltens)	25
4.3. Die Sehbeteiligung	27
4.4. Das Image von „Südwest 3“	50

KAPITEL 5	
Die Interessen der Zuschauer	54
5.1. Zum Problem der Interessenserhebung	54
5.2. Interessens- und Desinteressenspublika	57
5.3. Demographische Besonderheiten	62
5.4. Die Interessensüberschneidungen	64
KAPITEL 6	
Zuschauertypologie und Programmstruktur	66
6.1. Zur Methodik	66
6.2. Die Zuschauertypen im Sendegebiet von „Südwest 3“	69
6.3. Interessentypen und Nutzung der Dritten Programme	81
6.4. Graphische Darstellung der Interessenzusammenhänge und der Typen	82
KAPITEL 7	
Ein Zielkonzept für „Südwest 3“	87
7.1. Definitionen von Publikums- und Programmbegriffen	87
7.2. Programmstrategische Zielvorstellungen	91
7.3. Operationelle Zielvorstellungen zu Konzeption und Struktur	92
KAPITEL 8	
Realisierung des Zielkonzepts für „Südwest 3“	97
8.1. Zur Anwendung der Typologie	97
8.2. Diskussion der gegenwärtigen Programmstruktur	98
8.3. Ein Vorschlag für die künftige Struktur von „Südwest 3“	115