



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Das Publikumsservice des ORF Landesstudios  
Niederösterreich

Verfasserin

Susanne Maria Käthe Stückerjürgen

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil)

Wien, 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 301 295

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Ao.Univ.Prof. Dr. Friedrich Hausjell

## Inhaltsverzeichnis

|                                                                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Vorwort .....                                                                                                                    | 4  |
| Speziell verwendete Ausdrücke und Begriffe.....                                                                                  | 5  |
| 1 Einleitung .....                                                                                                               | 7  |
| 1.1 Relevanz des Themas „Das Publikumsservice des ORF Landesstudios<br>Niederösterreich“ .....                                   | 8  |
| 1.2 Die Forschungsfragen .....                                                                                                   | 9  |
| 1.3 Die Forschungsmethoden.....                                                                                                  | 9  |
| 2 Die Begriffe Kundendienst und Publikumsservice.....                                                                            | 11 |
| 3 Die Telekommunikations- und Internetausstattung in Österreich.....                                                             | 13 |
| 4 Das ORF Landesstudio Niederösterreich .....                                                                                    | 15 |
| 4.1 Die Entstehung des Landesstudios Niederösterreich.....                                                                       | 15 |
| 4.2 Das Radio Programm des ORF Landesstudios Niederösterreich.....                                                               | 16 |
| 4.2.1 Das Radio Programm Schema .....                                                                                            | 16 |
| 4.2.2 Die Radionutzung von Radio Niederösterreich .....                                                                          | 20 |
| 4.3 Das Fernsehprogramm des ORF Landesstudios Niederösterreich.....                                                              | 21 |
| 4.3.1 Die Fernsehnutzung von Niederösterreich Heute .....                                                                        | 22 |
| 5 Die Publikumsservices/Kundendienste der ORF Landesstudios.....                                                                 | 24 |
| 6 Das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich .....                                                              | 34 |
| 6.1 Die Entstehung des Publikumsservices .....                                                                                   | 34 |
| 6.2 Die Aufgaben, die Organisation und Praxis.....                                                                               | 35 |
| 6.3 Grundlagen und Empfehlungen für die Kommunikation am Telefon .....                                                           | 38 |
| 7 Ziele, Bedeutung und Funktionen von Serviceeinrichtungen in Medienunternehmen<br>hinsichtlich einer wachsenden Konkurrenz..... | 42 |
| 7.1 Die Einführung des privaten Rundfunks in Österreich.....                                                                     | 42 |
| 7.1.1 Die Einführung der Privatradios .....                                                                                      | 42 |
| 7.1.2 Die Einführung von Privatfernsehen .....                                                                                   | 42 |
| 7.1.3 Öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk.....                                                                          | 42 |
| 7.2 Die Auswirkungen.....                                                                                                        | 43 |
| 7.2.1 Das Abwerben von Stars und Spitzenkräften.....                                                                             | 43 |
| 7.2.2 Die Preise für Lizenzen und Rechte steigen .....                                                                           | 43 |
| 7.2.3 Die Ungleichheit der Wettbewerbsbedingungen .....                                                                          | 44 |
| 7.2.4 Die Macht der Quote.....                                                                                                   | 44 |

|        |                                                                                                     |     |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 7.2.5  | Die Resultate für den ORF durch die Privatsender .....                                              | 44  |
| 7.3    | Maßnahmen und Lösungsansätze.....                                                                   | 45  |
| 7.3.1  | Die Individualität des Senders.....                                                                 | 45  |
| 7.3.2  | Die Kommunikation.....                                                                              | 46  |
| 7.3.3  | Zusatzangebote für den Kunden .....                                                                 | 46  |
| 7.3.4  | Der Service- und Kundendienst.....                                                                  | 47  |
| 8      | Interviews der Verantwortlichen des ORF Landesstudios Niederösterreich zum Publikumsservice .....   | 49  |
| 9      | Der Aufbau des Tagesprotokolls des ORF Publikumsservices Niederösterreich.....                      | 56  |
| 10     | Analyse der protokollierten Daten des Publikumsservices des ORF Landesstudios Niederösterreich..... | 60  |
| 10.1   | Trendanalyse der Anfragen an das Publikumsservice von 2005 bis 2008 .....                           | 61  |
| 10.2   | Analyse der Tagesprotokolle des Publikumsservices für 2005 .....                                    | 75  |
| 10.3   | Analyse der Tagesprotokolle des Publikumsservices für 2006 .....                                    | 94  |
| 10.4   | Analyse der Tagesprotokolle des Publikumsservices für 2007 .....                                    | 112 |
| 10.5   | Analyse der Tagesprotokolle des Publikumsservices für 2008 .....                                    | 130 |
| 11     | Resümee .....                                                                                       | 148 |
| ANHANG | .....                                                                                               | 154 |
|        | Literaturverzeichnis .....                                                                          | 154 |
|        | Auszug aus einem Tagesprotokoll des Publikumsservices vom 04.11.2008 .....                          | 159 |
|        | Tabellenverzeichnis .....                                                                           | 160 |
|        | Abbildungsverzeichnis .....                                                                         | 160 |
|        | Lebenslauf Susanne Maria Käthe Stückerjürgen .....                                                  | 163 |

## Vorwort

Der Kundendienst wird in vielen Bereichen als einfache Dienstleistungsstelle gesehen. Jedoch haben in den letzten Jahren viele Unternehmen, darunter auch der ORF, erkannt, dass sich mit einem gut funktionierenden und etablierten Kundendienst die Bindung zum Publikum massiv steigern lässt und dadurch eine stärkere Differenzierung zur Konkurrenz hergestellt werden kann.

Studien zu Serviceeinrichtungen von Medienunternehmen werden von den Betrieben als Interna gesehen. Sie werden nicht öffentlich publiziert bzw. scheinen in den Geschäftsberichten nur marginal auf.

Dies ist der entscheidende Grund für die Auswahl des Themas für diese Diplomarbeit um hier zumindest einen ersten Schritt zu setzen.

Aufgrund der Fülle der zur Verfügung gestellten Daten des Publikumsservices Niederösterreich und dem Anspruch diese Serviceeinrichtung tiefgehend genug zu analysieren wird im Wesentlichen nur dieses spezielle Service des öffentlich-rechtlichen Rundfunks untersucht. Rückschlüsse können sicherlich auch auf andere Serviceeinrichtungen des ORFs gezogen werden, sie stehen aber nicht im Fokus dieser Arbeit.

Bestärkt für die Wahl des Themas dieser Diplomarbeit hat mich auch meine Tätigkeit im Publikumsservice des ORF Landesstudio Niederösterreich, welches am 3. Oktober 2005 ins Leben gerufen wurde und bei der ich von Beginn an dabei sein konnte.

Auffällig ist, dass es zu diesem Thema, besonders zur Organisation und dem Ablauf in einer Serviceeinrichtung, Auswertungen von Protokollen von Kundendiensten, nur sehr wenig Literatur gibt, Standardwerke sind nicht vorhanden.

Danken möchte ich an dieser Stelle allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des ORF, die mich mit der Bereitstellung von Unterlagen während des Schreibens unterstützt haben, insbesondere bei jenen des ORF Landesstudios Niederösterreich und bei Landesdirektor Norbert Gollinger, der die Zustimmung zur Verwendung der Daten des Publikumsservices genehmigt hat.

Danken möchte ich auch Dr. Friedrich Hausjell, der diese Arbeit betreut hat.

Martina Moosleitner danke ich für Ihre Diskussionen und Anregungen zu diesem Thema.

Besonderer Dank gebührt aber meinem Mann Robert Geretschläger und meinen Töchtern Anna und Lena für ihre Unterstützung und Hilfe.

## Speziell verwendete Ausdrücke und Begriffe

In dieser Diplomarbeit werden Begriffe wie **Seher und Hörer**, **Fernseh- und Radionutzer**, **Niederösterreicher**, **Mitarbeiter** und **Rezipienten** verwendet. Diese sind aber nicht nur auf den männlichen Anteil bezogene, sondern beiderlei Geschlecht umschließende Begriffe.

Die elektronischen Medien haben ein eigenes Vokabular. Um die in dieser Diplomarbeit benützten Begriffe zu erklären, folgt nun eine Auflistung der wichtigsten Fachwörter. Es werden dabei nur die speziell für das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich relevanten Nutzungsbereiche angegeben:

Im Datenarchiv der **APA** (Austrian Presse Agentur) sind sämtliche Sendungen die der ORF produziert archiviert. In dieser Datenbank kann man gezielt nach verschiedenen Themen wie z.B. Gesundheitsbeiträgen suchen.

Das Programm **aris** (architektur integrierter informationssysteme) wird zur Suche und näheren Bestimmung eines Musiktitels verwendet wird. Insbesondere kann über aris der Name des Interpreten, die Dauer des Titels, der Musikverlag, das Produktionsjahr etc. abgefragt werden.

Als **Beitrag** bzw. **Sendungsbeitrag** wird ein Teil einer Radio- oder Fernsehsendung bezeichnet. Mehre Beiträge ergeben im Regelfall eine **Sendung**.

Die digitale Audibearbeitung mittels **Digas** (Digitales Audibearbeitungs-System) verwendet das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich zur Archivierung von Sendungen, zum Kopieren von Hörfunkbeiträgen sowie zum Abhören von Beiträgen und Sendungen.

**DVB-T** ist die Abkürzung von **D**igital **V**ideo **B**roadcasting - **T**errestrial und bezeichnet ein standardisiertes Verfahren zur terrestrischen Übertragung von digitalen Inhalten durch digitale Technik. Ab Oktober 2007 stellte der ORF die Sendeanlagen auf digitale Übertragung um. Für all jene Niederösterreicher, die Fragen zu der Umstellung hatten und haben, war und ist das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich eine Informations- und Anfragestelle.

Das **Headset** ist eine Kombination aus Kopfhörer und Mikrofon. Technisch gesehen ist es einem Telefonhörer gleichzusetzen, allerdings sind beide Arme bei einem Headset frei

beweglich, was die Arbeit am Computer wesentlich erleichtert. Das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich benutzt zur Beantwortung telefonischer Anfragen Headsets.

**IMX** (Interoperability **M**aterial **E**xchange) Sendebänder werden benötigt, wenn ein auf IMX Band gespeicherter Sendebeitrag oder Sendung auf eine DVD zu überspielen ist. Eine der Aufgaben des Publikumsservice ist auch die Erstellung von Kopien.

Die Abkürzung **NÖ** steht für Niederösterreich.

Das Publikumsservice wird in dieser Arbeit fallweise mit **PS** abgekürzt.

Für die Sendeablaufsteuerung beim Radio wird das **Radiomax** System, kurz Radiomax, beim ORF Landesstudio Niederösterreich eingesetzt. Es dient dem Publikumsservice ausschließlich als Musikauskunftssystem. Radiomax gibt Auskunft über die Uhrzeit wann ein Titel gespielt wurde sowie den Titel und den Interpreten. Sollten weitere Informationen zu einem Musiktitel benötigt werden, so werden diese Abfragen mittels aris eruiert.

Das Redaktionssystem, im Folgenden kurz **Redsys** genannt, hilft Redakteuren Sendungen inhaltlich und zeitlich zu planen. Das Redsys wird vom Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich verwendet, um Beiträge schnell abfragen zu können, um nach Datum und Uhrzeit von Sendungen und Beiträgen zu suchen und gewünschte Zusatzinformationen zu finden. Alle in das Redsys eingegebenen Sendungen und Beiträge werden automatisch in das Datenarchiv der APA übermittelt.

# 1 Einleitung

Diese Diplomarbeit soll es ermöglichen, einen detaillierten Einblick in den Tätigkeitsbereich einer Serviceeinrichtung, des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich zu bekommen. Die Schwerpunkte liegen in der Untersuchung des Aufbaues, der Aufgaben, der täglichen Arbeit, der Ziele, sowie in der Analyse von Protokollen des Publikumsservices des ORF Landesstudios Niederösterreich.

1995 starteten die ersten beiden Privatradios in Österreich. Mittlerweile gibt es über 70 private und freie Regional- und Lokal-Radiostationen in ganz Österreich. Die Zahl der privaten Fernsehanbieter in Österreich ist ebenfalls gestiegen. Haushalte mit Kabel- oder Satellitenempfang haben eine noch höhere Anzahl an Radio- und Fernsehsendern zur Verfügung.

In diesem stark umkämpften Markt von Radio und Fernsehen ist es von entscheidender Bedeutung, sich von anderen Anbietern abzuheben. Ein gut funktionierendes Publikumsservice trägt zweifelsfrei zur Profilierung des Unternehmens bei und führt dadurch zu Wettbewerbsvorteilen.

Der Kampf um Quoten und Marktanteile spiegelt sich in der Programmgestaltung wieder und hat somit auch direkten Einfluss auf die Reaktionen des Publikums und dadurch bedingt auch auf die Anfragen der Kundendienste. Dies soll in dieser Diplomarbeit näher untersucht werden.

Der ORF bietet aufgrund seiner Strukturen, in dem auch die lokale Präsenz in den Bundesländern verankert ist, dem Publikum die Möglichkeit, direkt beim jeweiligen ORF Landesstudio seine Fragen zu stellen. Bei der Namensgebung dieser Serviceeinrichtungen gibt es beim ORF sowohl die Bezeichnung Kundendienst, Hörserservice und Publikumsservice. Die Namensgebung obliegt dem jeweiligen Landesstudio.

Für die Untersuchung des Themas „Das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich“ wird dazu einleitend in Kapitel 1 auf die Relevanz, die sich ergebenden Forschungsfragen als auch auf die Forschungsmethodik eingegangen.

Die Begriffsdefinition der Worte „Kundendienst“ und „Publikumsservice“ hat das Kapitel 2 zum Inhalt. Hier wird erläutert, welche Aufgaben und Ziele sich dahinter verbergen.

Das Kapitel 3 schildert die Telekommunikations- und Internetausstattung in Österreich. Es soll dabei beantwortet werden welches Nutzungspotential die verschiedenen Kontaktformen aufweisen.

Ein allgemeiner Überblick über das ORF Landesstudio Niederösterreich, sowie dessen Entstehung, die Radio- und Fernsehsendungen und deren Nutzung werden in Kapitel 4 näher

erläutert. Diese Daten sind in weiterer Folge für die Bewertung der Analysen zum ORF Publikumsservice des Landesstudios Niederösterreich von wesentlicher Relevanz.

Im Kapitel 5 wird ein Vergleich der Publikumsservices/Kundendienste der ORF Landesstudios mittels Interviews gemacht. Im Vordergrund stehen dabei die Fragen nach dem Anfrageaufkommen und die Frage nach Auswertungen der protokollierten Daten von Serviceeinrichtungen der Landesstudios.

Das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich wird in Kapitel 6 behandelt. Hier geht es um die Entstehung einer Serviceeinrichtung, deren Aufgaben, den täglichen Ablauf und praktische Hinweise für die Kommunikation mit dem Kunden am Telefon.

Ziele, Bedeutung und Funktionen von Serviceeinrichtungen in Medienunternehmen hinsichtlich einer wachsenden Konkurrenz beinhaltet das Kapitel 7.

Die Aussagen der Verantwortlichen zum Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich mittels Interviews sind in Kapitel 8 festgehalten.

In Kapitel 9 wird die Struktur der Tagesprotokolle<sup>1</sup> erläutert, welche für die Analyse des Publikumsservices die Grundlage ist. Die Ergebnisse der Analysen zum Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich werden in weiterer Folge in Kapitel 10 dargestellt.

Das Resümee fasst die wichtigsten Erkenntnisse in dieser Arbeit zusammen (Kapitel 11).

Im Anhang finden sich ergänzende Details. Das Literatur- und Abbildungsverzeichnis, ein Auszug aus den protokollierten Daten (Tagesprotokoll), welche für die Analyse zu Grunde liegen, sowie der Lebenslauf.

## **1.1 Relevanz des Themas „Das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich“**

Die Hörer und Seher<sup>2</sup> wollen gut behandelt werden, sie bevorzugen Unternehmen, die besonderen Wert auf den Kundendienst legen.

Durch die vielen Medienangebote, die dem Fernseh- und Radionutzer heute zur Verfügung stehen, ist es unerlässlich jede Chance einer Unverwechselbarkeit und Imagesteigerung zu nützen. Ein gutes Publikumsservice will nicht nur die Hörer-/Seherbasis erweitern, die schon vorhandenen Kunden sollen auch gehalten werden. Ein Publikumsservice ist dafür ein geeignetes Instrument.

Für das ORF Landesstudio Niederösterreich gibt es seit dem 3. Oktober 2005 die Möglichkeit, direkt und spontan auf sein Publikum, seine Hörer und Seher, einzugehen, aber ebenfalls besteht auch für die Hörer und Seher die Möglichkeit, direkt mit den Mitarbeitern des Landesstudios Niederösterreich in Kontakt zu treten.

---

<sup>1</sup> Als Tagesprotokoll wird die protokollierte Niederschrift sämtlicher Anfragen eines Tages bezeichnet.

<sup>2</sup> Dieser Ausdruck ist nicht nur auf den männlichen Anteil bezogen, sondern dieser Begriff umschließt beiderlei Geschlecht.



Die Relevanz des Themas „Das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich“ liegt darin, wie sich in diesem Fall eine Einrichtung entwickelt hat, die von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit aufgebaut wurde und nun seit mehr als 3 Jahren für das Publikum des ORF, insbesondere aber für das niederösterreichische Publikum, zur Verfügung steht. Das Interesse besteht zudem darin, eine Einrichtung des ORF sozusagen von der Stunde Null an zu beobachten. Zudem wurde ein Publikumsservice des ORF noch nie genau analysiert.

Ein weiterer Grund liegt in den bis dato fehlenden Analysen der Publikumsservices der ORF Landesstudios. Es wird in dieser Diplomarbeit hauptsächlich die Arbeit des Publikumsservices des Landesstudios Niederösterreich untersucht.

## 1.2 Die Forschungsfragen

In dieser Arbeit sollen folgende wesentlichen Fragen beantwortet werden:

- Welche Inhalte und Grundlagen verwendet das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich im Arbeitsalltag?
- Was bedeutet die wachsende Konkurrenz der Medienunternehmen für Serviceeinrichtungen?
- Welchen Stellenwert hat das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich und was sagen die Verantwortlichen des ORF Landesstudios Niederösterreich dazu?
- Was sagen die Tagesprotokolle des ORF Publikumsservices Niederösterreich aus? Gibt es Auffälligkeiten?

## 1.3 Die Forschungsmethoden

Als Forschungsmethoden für diese Diplomarbeit war als erstes die **Literaturrecherche** unerlässlich. In betriebswirtschaftlicher Hinsicht gibt es viele Informationen zum Thema Serviceeinrichtungen. Über den Aufbau und die inhaltlichen Aspekte eines Publikumsservices sind jedoch wenige Informationen vorhanden. Dies mag daran liegen, dass ein Betrieb zu einer genauen Analyse Interna preisgeben muss, die er lieber unter Verschluss hält.

Als zweite Methode kommt das **Interview** zum Einsatz. Es handelt sich um eine **Expertenbefragung**.

Die zu stellenden Fragen wurden mittels E-Mail gesendet und ebenso empfangen. Es wurden folgende Stellen befragt: die ORF-Publikumsservices von Burgenland, Kärnten, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Tirol, Vorarlberg und Wien. Hier geht es um eine kurze

Darstellung des Arbeitsumfanges und allgemeiner Information zu den jeweiligen Serviceeinrichtungen.

Des Weiteren gibt es Interviews mit

- Norbert Gollinger, Landesdirektor des ORF Landesstudios Niederösterreich
- Michael Friedrich, Programmchef des ORF Landesstudios Niederösterreich
- Mag. Richard Grasl, Chefredakteur des ORF Landesstudios Niederösterreich
- Mag. Michael Koch, Chef des ORF Publikumsservices Niederösterreich

Diese wieder per E-Mail geführte Befragung soll Auskunft geben, wie sie das ORF Publikumsservice Niederösterreich sehen.

Als dritte Methode, für diese Diplomarbeit wesentlich, wurde die **Nutzungsstatistik** herangezogen. Hierbei werden die Tagesprotokolle des ORF Publikumsservices Niederösterreich einer Analyse unterzogen. Als Tagesprotokoll wird die protokollierte Niederschrift sämtlicher Anfragen eines Tages an das Publikumsservice bezeichnet.<sup>3</sup>

Die vierte Methode ist die der **Selbstbefragung**. Da ich selbst im ORF Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich mitarbeite, fließen auch eigene Erfahrungen mit ein. Fragen ohne speziellen Verweis oder Quellenangaben sind auf eigene Erfahrungswerte zurückzuführen.

---

<sup>3</sup> siehe Kapitel 9, Der Aufbau des Tagesprotokolls des ORF Publikumsservices Niederösterreich.

## 2 Die Begriffe Kundendienst und Publikumsservice

Es gibt zum Thema Publikumsservice oder Kundendienst in einem Medienunternehmen nur sehr wenig Literatur und keine Standardwerke. Die Literatur, die zu finden ist, beleuchtet fast ausschließlich den Bereich Wirtschaftsinformatik. In diesem Kapitel wird daher nur der Begriff Kundendienst dargestellt, da dieser die Aufgaben eines Publikumsservices mit einschließt.

Schon 1950 findet man beispielsweise bei **Waldemar Koch** eine Definition des Terminus „Kundendienst“:

*„Kundendienst sind solche Leistungen eines Vertreibers, die nicht Hauptleistung, sondern Nebenleistung sind, und deren alleiniger Zweck es ist, die Hauptleistung zu fördern. (...) Kundendienst ist die meist unentgeltliche, mitunter auch entgeltliche Tätigkeit eines Vertreibers, die nicht unmittelbar auf die Erzielung von Aufträgen hinarbeitet, sondern mittelbar, indem sie dem Abnehmer die Verwertung der gekauften Güter erleichtert durch Anlernen, Überwachen, Reparaturen, Ersatzteildienst, Information.“<sup>4</sup>*

Waldemar Koch sieht somit bereits 1950 im Kundendienst eine Informationsquelle für den Kunden, dem durch verschiedene Hinweise der Umgang mit dem Produkt erleichtert wird. Der Kunde erhält die Möglichkeit sich zu orientieren und eine Bindung zum Unternehmen herzustellen. Dem Unternehmen hilft der Kundendienst durch sein Feedback, das Produkt zu verbessern.

Mitte der 60er Jahre sieht **Volkmar Joachim Löbel** im Kundendienst die Möglichkeit für ein Unternehmen seine Kunden zufrieden zu stellen und sich von den anderen Unternehmen, zu unterscheiden.

*„Kundendienst ist ein geeignetes Instrument, das das Ziel der dauerhaften Befriedigung der Kundenwünsche realisieren hilft und mit dem sich Unternehmen wirkungsvoll von Maßnahmen der Konkurrenz absetzen können.“<sup>5</sup>*

**Erich Kütke** unterscheidet 1980 verschiedene Typen von Kundendienstleistungen<sup>6</sup>. (Angeführt werden nur jene Typen, die für eine Serviceeinrichtung eines Medienunternehmens von Relevanz sind.)

Er nennt den Beschaffungsservice, als eine der Aufgaben des Kundendienstes. Im Fall des Publikumsservice ist dies beispielsweise das Bestellen von CDs und DVDs durch den Kunden. Der Informationsservice macht sicherlich den größten Teil des Arbeitsbereichs einer

---

<sup>4</sup> Koch, Waldemar : 1950, Seite 55

<sup>5</sup> Löbel, Volkmar Joachim : 1966

<sup>6</sup> Kütke, Erich : 1980, Seite 139

Serviceeinrichtung aus. Im Landesstudio Niederösterreich sind es Zusatzinformationen die der Kunde benötigt, Information die er in einem Beitrag gehört oder gesehen hat und er mehr darüber erfahren möchte. Beim Anpassungsservice, erwartet der Kunde vom Unternehmen oftmals eine Änderung, wenn er seinen Wunsch, seine Beschwerde oder seine Anregung mitteilt.

Schlägt man unter den Stichworten „Kundendienst, Service“ im **Brockhaus** von 1992 nach, so findet man als Beschreibung:

*„i.w.S. Dienstleistung eines Herstellers oder Händlers vor, während oder nach dem Kauf, i.e.S. die in einem nach dem Kauf erbrachten Neben- bzw. Zusatzleistungen, die ihm den Ge- oder Verbrauch der gekauften Güter erleichtern sollen.“<sup>7</sup>*

Dem Hörer und Seher die Informationen zukommen zu lassen, die ihm wichtig sind, seine Anregungen und Beschwerden ernst zu nehmen, für den Kunden Kopien von Sendungen zu erstellen, dies sind Dienstleistungen die ein Publikumsservice oder der Kundendienst in einem Medienunternehmen zu leisten hat.

---

<sup>7</sup> Brockhaus Enzyklopädie, Band 12 , Pes-Rac , 1992, Seite 630

### 3 Die Telekommunikations- und Internetausstattung in Österreich

Dieses Kapitel soll Aufschluss darüber geben wie hoch die Telekommunikations- und Internetausstattung in Österreich ist, ob Alter und Geschlecht bei der Informationssuche im Internet eine Rolle spielen. Und ob man dadurch auch eine schlüssige Antwort auf die Frage „Welche Altersstruktur fragt per E-Mail an, wer ruft an?“ bekommt.

#### Die Ausstattung mit Fest- und Mobiltelefonen

Die Telekommunikationsausstattung der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren kann als sehr gut angesehen werden. So liegt die Marktdurchdringung gemäß RTR Telekom Monitor<sup>8</sup> für das Festnetz bei 57% und für Mobiltelefonie bei bereits über 120%. Im Mobilbereich entspricht dies rund 10 Millionen Sim-Karten, wobei hier auch die für mobiles Internet (mobiles Breitband) in Verwendung befindlichen Sim-Karten mitgezählt werden.

#### Die Internetnutzung in Bezug auf Alter und Geschlecht

Das Internet nimmt einen immer höheren Stellenwert ein um zu Informationen zu kommen. Nicht allen Menschen, insbesondere der älteren Schicht der Rezipienten ist es möglich das Internet auch zu nutzen.

Die Statistik Austria hat im Befragungszeitraum Februar und März 2007, festgestellt dass 71% der österreichischen Haushalte mit einem Computer (PC und/oder Laptop) ausgestattet waren. Sieht man sich den Zeitraum 2002 auf 2007 an, so hat sich dieser Anteil von 49% auf 71% erhöht, also insgesamt um +22 Prozentpunkte.

Befragt wurden nur Haushalte mit Haushaltsmitgliedern im Alter ab 16 bis 74 Jahren. Bei den Bundesländern führen Wien, Niederösterreich und Vorarlberg mit jeweils 73% computerisierten Haushalten, gefolgt von der Steiermark mit 72%, Tirol und Salzburg mit jeweils 70%, dem Burgenland mit 69%, Oberösterreich mit 68% und Kärnten mit 63%. (es kann zu ca. 2% Stichprobenfehler kommen).

Sieht man sich den Unterschied zwischen Männern und Frauen an, so bewegt er sich im Rahmen von 10 Prozentpunkten. Für 2007 liegt der männliche Anteil bei 78% und der weibliche Anteil bei 68%.

Ein deutlicher Unterschied zeigt sich beim Nutzungsverhalten nach Geschlecht und Alter. Bei den Jungen (16 bis 24 Jahre) gibt es keinen wesentlichen Unterschied (94% der Männer, 92% der Frauen dieser Altersgruppe). Jedoch mit zunehmendem Alter gibt es deutlich mehr Männer als Frauen, die einen Computer nutzen. Von den 55- bis 74-Jährigen nutzen 51% der

---

<sup>8</sup> Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (RTR), 2008, abrufbar unter [http://www.rtr.at/de/komp/TKMonitor\\_Q42008](http://www.rtr.at/de/komp/TKMonitor_Q42008)

Männer sowie 32% der Frauen einen Computer. 60% der befragten Haushalte hatten zum Befragungszeitpunkt einen Zugang zum Internet. Betrachtet man den Zeitraum von 2002 bis 2007, so ist dieser Anteil von 34% auf 60% gestiegen.<sup>9</sup>

Zusammenfassend wäre zu sagen, dass die Telekommunikationsausstattung als sehr gut angesehen werden kann. Der Anteil der Internetuser steigt stetig und sehr schnell an, jedoch nur ein Drittel der Frauen im Alter von 55 – 74 Jahren benutzen einen Computer. Daraus lässt sich schließen, dass gerade ältere Frauen beim Publikumsservice anrufen, wenn sie Informationen zu einzelnen Themen benötigen und die E-Mailanfragen hauptsächlich von jüngeren Hörern und Sehern kommen, die im Internet keine Antwort auf ihre Frage zum Programm finden können.

---

<sup>9</sup> Statistik Austria, [http://www.statistik.at/web\\_de/presse/024081](http://www.statistik.at/web_de/presse/024081), eingesehen am 14.3.2009

## 4 Das ORF Landesstudio Niederösterreich

### 4.1 Die Entstehung des Landesstudios Niederösterreich

Von der Gründung des ORF Niederösterreich im Jahr 1967 bis zum Jahr 1998 hatte das Landesstudio Niederösterreich seinen Sitz in der Argentinierstraße, im Funkhaus Wien. Die Überlegungen zum Bau eines eigenen Landesstudiogebäudes in St. Pölten führten im Januar 1991 zur Einsetzung einer Arbeitsgruppe unter dem Landesintendanten Dr. Paul Twaroch. Im Dezember 1993 wurde der Grundstückskauf vom ORF-Kuratorium genehmigt und 1994 wurden die Architekten Gustav Peichl und Rudolf Weber mit der Planung beauftragt die in den Jahren 1997 – 1998 ausgeführt wurde. Ende 1998 kam es zur Übersiedelung.

Nach diversen Umstrukturierungen<sup>10</sup>, dem ein weiterer Zubau folgte, wurde im September 2001 das jüngste Landesstudio des ORF feierlich eröffnet.

Im Eingangsbereich liegt das Foyer in dem regelmäßig Informationsveranstaltungen und Vernissagen stattfinden, beispielsweise für „Licht ins Dunkel“. Für Wahlberichterstattungen oder andere größere Anlässe kann das Foyer aber auch zum Fernsehstudio umfunktioniert werden.

Das ORF Funkhaus in St. Pölten hat ca. 1.200 Quadratmeter Nutzfläche und bietet Platz für 150 Arbeitsplätze. Die Baukosten betrugen 2 Millionen Euro.

Pro Tag werden 24 Stunden Radioprogramm gesendet, davon 16 Stunden live. Die Mitarbeiter gestalten jedes Jahr 8.400 Stunden Radioprogramm und mehr als 12.000 Fernsehminuten. Die ORF NÖ Webseite hat jährlich ca. 35 Millionen Zugriffe.<sup>11</sup>

Das Publikumsservice des Landesstudios Niederösterreich verzeichnet pro rund 25.000 Kontaktaufnahmen.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Ursprünglich war für das Landesstudio Niederösterreich, unter der Leitung von Dr. Paul Twaroch, geplant einen Teil der Mitarbeiter und Redaktionen in St. Pölten und einen Teil in Wien zu belassen. Unter Dr. Monika Lindner wurde dann das ganze Landesstudio übersiedelt, was aber auf Grund seiner Größe zu Beginn nicht für alle Mitarbeiter konzipiert war.

<sup>11</sup> architekturlandschaft.niederösterreich, [http://www.architektur-noe.at/be/detailansicht.php?architekturobjekt\\_id=121](http://www.architektur-noe.at/be/detailansicht.php?architekturobjekt_id=121) und ORF Landesstudio NÖ, <http://noe.orf.at/magazin/studio/stories/1167/>, eingesehen am 15.4.2009

<sup>12</sup> siehe Kapitel 10.5, Abbildung 86: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2008

## 4.2 Das Radio Programm des ORF Landesstudios Niederösterreich

### 4.2.1 Das Radio Programm Schema

|                       | Montag                 | Dienstag                                                      | Mittwoch                                              | Donnerstag                                                                                                           | Freitag                                          | Samstag                                                                 | Sonntag                                                      |
|-----------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 00:00:00 bis 05:00:00 | RNÖ Nachtschwärmer     | RNÖ Nachtschwärmer                                            | RNÖ Nachtschwärmer                                    | RNÖ Nachtschwärmer                                                                                                   | RNÖ Nachtschwärmer                               | RNÖ Nachtschwärmer                                                      | RNÖ Nachtschwärmer                                           |
| 5:00:00               | Guten Morgen NÖ        | Guten Morgen NÖ                                               | Guten Morgen NÖ                                       | Guten Morgen NÖ                                                                                                      | Guten Morgen NÖ                                  | Guten Morgen NÖ                                                         | RNÖ Nachtschwärmer                                           |
| 6:00:00               | NÖ-Journal             | NÖ-Journal                                                    | NÖ-Journal                                            | NÖ-Journal                                                                                                           | NÖ-Journal                                       | NÖ-Journal                                                              | Guten Morgen NÖ                                              |
| 6:09:00               | Guten Morgen NÖ        | Guten Morgen NÖ                                               | Guten Morgen NÖ                                       | Guten Morgen NÖ                                                                                                      | Guten Morgen NÖ                                  | Guten Morgen NÖ                                                         |                                                              |
| 7:00:00               | NÖ-Journal             | NÖ-Journal                                                    | NÖ-Journal                                            | NÖ-Journal                                                                                                           | NÖ-Journal                                       | NÖ-Journal                                                              | NÖ-Journal                                                   |
| 7:09:00               | Guten Morgen NÖ        | Guten Morgen NÖ                                               | Guten Morgen NÖ                                       | Guten Morgen NÖ                                                                                                      | Guten Morgen NÖ                                  | Guten Morgen NÖ                                                         | Guten Morgen NÖ                                              |
| 8:00:00               | NÖ-Journal             | NÖ-Journal                                                    | NÖ-Journal                                            | NÖ-Journal                                                                                                           | NÖ-Journal                                       | NÖ-Journal                                                              | NÖ-Journal                                                   |
| 8:09:00               | Guten Morgen NÖ        | Guten Morgen NÖ                                               | Guten Morgen NÖ                                       | Guten Morgen NÖ                                                                                                      | Guten Morgen NÖ                                  | Guten Morgen NÖ                                                         | Guten Morgen NÖ                                              |
| 9:00:00               | Hallo NÖ               | Hallo NÖ                                                      | Hallo NÖ                                              | Hallo NÖ                                                                                                             | Hallo NÖ                                         | Hallo NÖ                                                                | Nahaufnahme (an Sonntagen;<br>Guten Morgen NÖ an Feiertagen) |
| 10:00:00              | Hallo NÖ               | Hallo NÖ                                                      | Hallo NÖ                                              | Hallo NÖ                                                                                                             | Hallo NÖ                                         | Hallo NÖ                                                                | Gottesdienst                                                 |
| 11:00:00              | Hallo NÖ               | Hallo NÖ                                                      | Hallo NÖ                                              | Hallo NÖ                                                                                                             | Hallo NÖ                                         | Hallo NÖ                                                                | Frühschoppen                                                 |
| 12:00:00              | Mittagsglocken         | Mittagsglocken                                                | Mittagsglocken                                        | Mittagsglocken                                                                                                       | Mittagsglocken                                   | Mittagsglocken                                                          | Mittagsglocken                                               |
| 12:01:30              | NÖ-Journal             | NÖ-Journal                                                    | NÖ-Journal                                            | NÖ-Journal                                                                                                           | NÖ-Journal                                       | NÖ-Journal                                                              | NÖ-Journal                                                   |
| 12:10:00              | RNÖ Mittagmagazin      | RNÖ Mittagmagazin                                             | RNÖ Mittagmagazin                                     | RNÖ Mittagmagazin                                                                                                    | RNÖ Mittagmagazin                                | Urlaubsträume - das RNÖ<br>Reisemagazin                                 | 1000-Euro-Quiz                                               |
| 13:00:00              | Radiocafé              | Radiocafé                                                     | Radiocafé                                             | Radiocafé                                                                                                            | Radiocafé                                        | Urlaubsträume - das RNÖ<br>Reisemagazin                                 | Der Radio NÖ-<br>Musiksonntag                                |
| 14:00:00              | Radiocafé              | Radiocafé                                                     | Radiocafé                                             | Radiocafé                                                                                                            | Radiocafé                                        | Radio 4/4 - Ihr<br>Wochenende auf RNÖ                                   | Der Radio NÖ-<br>Musiksonntag                                |
| 15:00:00              | Radiocafé              | Radiocafé                                                     | Radiocafé                                             | Radiocafé                                                                                                            | Radiocafé                                        | Radio 4/4 - Ihr<br>Wochenende auf RNÖ<br>bzw. Radio 4/4 (Aussensendung) | Der Radio NÖ-<br>Musiksonntag                                |
| 16:00:00              | Radioclub              | Radioclub                                                     | Radioclub                                             | Radioclub                                                                                                            | Radioclub                                        | Radioclub                                                               | Radioclub                                                    |
| 17:00:00              | NÖ-Journal             | NÖ-Journal                                                    | NÖ-Journal                                            | NÖ-Journal                                                                                                           | NÖ-Journal                                       | NÖ-Journal                                                              | NÖ-Journal                                                   |
| 17:08:30              | Radioclub              | Radioclub                                                     | Radioclub                                             | Radioclub                                                                                                            | Radioclub                                        | Radioclub                                                               | Radioclub                                                    |
| 18:00:00              | Radioclub mit Horoskop | Radioclub                                                     | Radioclub                                             | Radioclub                                                                                                            | Radioclub                                        | Radioclub                                                               | Radioclub                                                    |
| 19:00:00              | Radioclub mit Horoskop | Radioclub                                                     | Radioclub                                             | Radioclub                                                                                                            | Radioclub                                        | Radioclub                                                               | Radioclub                                                    |
| 20:00:00              | Da Capo                | Aufho(h)rchen                                                 | G'sungen u. g'spielt /<br>Für Freunde d. Blasmusik    | G'sungen & g'spielt / Für<br>Freunde d. Blasmusik<br>***<br>jeden 2.Do: "Vielstimmig" statt<br>"g'sungen & g'spielt" | Musikanten spielt's auf                          | Herbstträume<br>(bzw. Winter-/Frühlings-<br>/Sommerträume)              | Melodie &<br>Nostalgie                                       |
| 21:00:00              | Da Capo                | Mitten ins Herz<br>***<br>1.Dienstag: "Naturerlebnis<br>Jagd" | Musikfest<br>***<br>1 x monatlich<br>"Kamingespräche" | Klassik am Abend                                                                                                     | Swingtime<br>***<br>1.Freitag: "Jazz Mendt Live" | Herbstträume<br>(bzw. Winter-/Frühlings-<br>/Sommerträume)              | Melodie &<br>Nostalgie                                       |
| 22:00:00 bis 24:00:00 | RNÖ Nachtschwärmer     | RNÖ Nachtschwärmer                                            | RNÖ Nachtschwärmer                                    | RNÖ Nachtschwärmer                                                                                                   | RNÖ Nachtschwärmer                               | RNÖ Nachtschwärmer                                                      | RNÖ Nachtschwärmer                                           |

Tabelle 1.: Radio Programm Schema 2008 <sup>13</sup>



**Radio Niederösterreich täglich von Montag bis Freitag:**

Das Tagesprogramm beginnt um **5:00 – 9:00** Uhr mit der Sendung **Guten Morgen Niederösterreich**. Ein Mix aus Service, Musik, Unterhaltung und Information. Wetterberichte und das Horoskop für den Tag, Nachrichten zur vollen und halben Stunde sowie alle 15 Minuten Verkehrsnachrichten gehören dazu.

Das **Journal** um **6:00, 7:00** und **8:00** Uhr informiert über Nachrichten aus Niederösterreich, Österreich und der Welt.

Von **9:00 – 12:00** Uhr heißt es **Hallo Niederösterreich**, hier gibt es Tipps zu Themen wie Gesundheit, Konsumentenschutz, Recht und Mode. Zwischen 11:00 und 12:00 Uhr ist dann ein prominenter Gast im Studio, der sein persönliches Lieblingsrezept mitbringt.

Zwischen **12:00 und 12:10** Uhr ist das **NÖ Journal** mit den wichtigsten Meldungen und von **12.10 - 13.00** Uhr das **Mittagsmagazin** auf Sendung.

Von **13:00 – 16:00** Uhr dauert die Sendung **Radiocafe**. Gegen 13:10 Uhr gibt es die Rubrik „Herzlichst Radio Niederösterreich“, es besteht hier die Möglichkeit Freunde oder Verwandte zu grüßen oder jemandem zu gratulieren. Neben der Musik unterhalten auch praktische Tipps und Veranstaltungen. In dieser Sendung gibt es die Radio Niederösterreich Kopfnuss, ein Rätsel, das es zu lösen gilt.

Um **16:00** Uhr beginnt der **Radioclub**, der **bis 20:00** Uhr dauert. Wetter, Verkehrshinweise, Sportmeldungen und das Wichtigste des Tages sind fixe Programmelemente des Radioclubs. Ein zweites Mal am Tag um 17.15 Uhr besteht die Möglichkeit seine Freunde und Angehörigen durch „Herzlichst Radio Niederösterreich“ grüßen zu lassen.

Zwischen **17:00** Uhr und **17:08** Uhr gibt es ein **Niederösterreich Journal**.

Am **Montag** von **18:00 – 20:00** Uhr wird der Radioclub mit dem Horoskop (**Sternenhimmel**) ergänzt. Die Radio Niederösterreich Astrologin Eva Vaskovich-Fidelsberger erstellt für Anrufer persönliche Horoskope und hat Tipps für jedes Sternzeichen.

An jedem Wochentag am Abend, gibt es bei Radio Niederösterreich eine Spezialsendung die in der Folge nun aufgelistet sind:

**Da Capo** heißt es jeden **Montag** von **20:00 – 22:00** Uhr. Peter Meissner präsentiert die Schlager der 50er bis zu den 80er Jahren und erzählt zu den Interpreten Hintergrundinformationen.

Am **Dienstag** ist von **20:00 – 21:00** Uhr die Sendung **Aufhorchen**. Verschiedene Volksmusikexperten präsentieren traditionelle Volksmusik und Informationen zu beispielsweise CD Neuerscheinungen.

Ebenfalls am **Dienstag** von **21:00 – 22:00** Uhr spielt Hannes Wolfsbauer volkstümliche Schlager in der Sendung **Mitten ins Herz**.

**Mittwoch und Donnerstag** zwischen **20:00 und 21:00** Uhr heißt es ***G'sungen und G'spielt*** und ***Für Freunde der Blasmusik***. Chöre, Blasmusikkapellen, Hausmusik stehen auf dem Programm dieser Volksmusik Sendung.

Das ***Musikfest*** gibt es am **Mittwoch** von **21:00 – 22:00** Uhr mit Thomas Schwarzmann. Zu hören sind bekannte Interpreten, die bei Radio Niederösterreich schon zu Gast waren.

***Klassik am Abend*** gibt es jeden **Donnerstag** von **21:00 – 22:00** Uhr. Jubiläen großer Künstler der Klassik, Komponisten und Aufzeichnungen von großen, klassischen Konzerten in Niederösterreich werden gespielt.

***Musikanten spielt's auf*** heißt es am **Freitag** von **20:00 – 21:00** Uhr. Eine Sendung mit Volksmusik-Gruppen aus allen österreichischen Bundesländern.

**Freitags** von **21:00 – 22:00** Uhr gibt es die ***Swing Time*** mit Musik von kleinen Ensembles, unbekannten Interpreten, aber auch weltberühmten Bands. Und **jeden ersten Freitag** im Monat stellt Marianne Mendt um diese Uhrzeit Jazz vor.

Von **22:00 – 05:00** Uhr gibt es die ***Radio Niederösterreich Nachtschwärmer***. Ein reines Musikprogramm mit Schlagern und Evergreens.

#### **Radio Niederösterreich am Samstag und Sonntag:**

An den Wochenenden gibt es teilweise andere Sendungen als Wochentags.

Am **Samstag** ist von **12:10 Uhr - 14:00** Uhr die Sendung ***Urlaubsträume***. Ein Reisemagazin mit einem Gewinnspiel.

Am **Samstag** von **14:00 - 16:00** Uhr steht ***Radio 4/4*** auf dem Programm. Mit Informationen aus allen Teilen Niederösterreichs und Musikwünschen. Von **15:00 – 16:00** Uhr ist ***Radio 4/4*** zumeist in einer Gemeinde zu Gast.

***Frühlings-, Sommer-, Herbst- oder Winterträume*** (je nach Jahreszeit) gibt es am **Samstag** von **20.00 – 22.00** Uhr. Zwei Stunden Schlager und Oldies.

Die ***Nahaufnahme*** am **Sonntag** zwischen **9:00 und 10:00** Uhr präsentiert einen prominenten Gast der einen Bezug zum Bundesland Niederösterreich hat.

Der ***Gottesdienst*** aus einer Pfarre in Österreich wird am Sonntag zwischen 10:00 und 11:00 Uhr übertragen.

Und von **11:00 bis 12:00** Uhr gibt es an **Sonntagen** den ***Frühschoppen***, der jedesmal aus einem anderen Bundesland kommt.

Ebenfalls am Sonntag können Hörer beim ***1.000 Euro Quiz*** gewinnen, in der Zeit von **12:05 – 13:00** Uhr.

Der **Radio Niederösterreich Musiksonntag** von **13.00 – 16.00** Uhr beinhaltet die Top 3 der Radio Niederösterreich Hörer-Hitparade und weitere Hits und Interpreten aus dem Schlagerbereich.

Zwischen **20.00 bis 22.00** Uhr kann man in der Sendung **Melodie und Nostalgie** alte Schlager, Chansons, Filmmusik, Wiener Lieder und Operettenmelodien hören.<sup>14</sup>

Für das Publikumsservice Niederösterreich ist das Programmschema die Ausgangsbasis für die Einteilung des Tagesprotokolls. Näheres dazu aber später in Kapitel 9: Der Aufbau des Tagesprotokolls des ORF Publikumsservices Niederösterreich.

---

<sup>14</sup> ORF Landesstudio NÖ, <http://noe.orf.at/magazin/studio/radionoe/stories/1700/>, eingesehen am 3.5.2009

### 4.2.2 Die Radionutzung von Radio Niederösterreich

| Radio-Tagesreichweiten und Marktanteile, Niederösterreich |                  |            |            |            |            |            |            |              |            |            |            |            |            |            |
|-----------------------------------------------------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 10+<br>(Montag-Sonntag)                                   | Tagesreichweiten |            |            |            |            |            |            | Marktanteile |            |            |            |            |            |            |
|                                                           | 2. HJ 2005       | 1. HJ 2006 | 2. HJ 2006 | 1. HJ 2007 | 2. HJ 2007 | 1. HJ 2008 | 2. HJ 2008 | 2. HJ 2005   | 1. HJ 2006 | 2. HJ 2006 | 1. HJ 2007 | 2. HJ 2007 | 1. HJ 2008 | 2. HJ 2008 |
| ORF Radios gesamt                                         | 76,3             | 76,6       | 74,1       | 75,6       | 75,4       | 75,2       | 75,5       | 84           | 85         | 83         | 82         | 84         | 82         | 83         |
| Ö3                                                        | 40,7             | 42,1       | 39,8       | 41,0       | 39,8       | 40,5       | 41,1       | 35           | 36         | 35         | 36         | 38         | 38         | 37         |
| Radio Niederösterreich                                    | 29,0             | 28,9       | 27,9       | 29,3       | 29,7       | 29,4       | 30,5       | 30           | 30         | 30         | 30         | 28         | 27         | 30         |
| KRONEHIT                                                  | 7,5              | 8,6        | 7,7        | 9,2        | 8,6        | 9,6        | 9,0        | 5            | 4          | 5          | 6          | 4          | 6          | 6          |
| Österreich 1                                              | 8,2              | 8,9        | 8,0        | 9,2        | 8,4        | 7,2        | 7,5        | 5            | 6          | 6          | 5          | 5          | 5          | 5          |
| 88.6                                                      | 2,6              | 3,7        | 2,9        | 3,0        | 3,5        | 4,2        | 3,6        | 1            | 2          | 2          | 2          | 3          | 3          | 3          |
| FM4                                                       | 3,9              | 2,8        | 3,3        | 3,4        | 4,1        | 2,5        | 3,3        | 3            | 2          | 2          | 2          | 2          | 1          | 2          |
| Radio Energy 104,2                                        | 1,5              | 0,9        | 1,4        | 0,8        | 1,4        | 0,9        | 1,4        | 1            | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 1          |
| Radio Arabella (VG 3)*                                    | -                | -          | 8,7        | 9,2        | 8,8        | 11,7       | 10,4       | -            | -          | 7          | 7          | 6          | 6          | 7          |
| Hit FM (VG 1)*                                            | 8,5              | 8,2        | 7,0        | 6,5        | 6,7        | 6,0        | 5,7        | 3            | 3          | 4          | 4          | 4          | 4          | 4          |
| Hit FM (VG 2)*                                            | 1,8              | 1,6        | 1,5        | 1,4        | 1,4        | 3,8        | 3,1        | 0            | 0          | 1          | 2          | 0          | 3          | 3          |
| Radio Arabella (VG 4)*                                    | -                | -          | -          | -          | -          | -          | 2,4        | -            | -          | -          | -          | -          | -          | 2          |

| 14-49<br>(Montag-Sonntag) | Tagesreichweiten |            |            |            |            |            |            | Marktanteile |            |            |            |            |            |            |
|---------------------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                           | 2. HJ 2005       | 1. HJ 2006 | 2. HJ 2006 | 1. HJ 2007 | 2. HJ 2007 | 1. HJ 2008 | 2. HJ 2008 | 2. HJ 2005   | 1. HJ 2006 | 2. HJ 2006 | 1. HJ 2007 | 2. HJ 2007 | 1. HJ 2008 | 2. HJ 2008 |
| ORF Radios gesamt         | 76,8             | 75,2       | 73,2       | 74,3       | 75,3       | 71,7       | 73,4       | 80           | 82         | 78         | 76         | 80         | 76         | 77         |
| Ö3                        | 55,0             | 55,9       | 52,9       | 56,9       | 54,7       | 52,2       | 53,2       | 47           | 49         | 47         | 48         | 52         | 50         | 48         |
| Radio Niederösterreich    | 18,3             | 16,7       | 16,5       | 17,4       | 18,2       | 16,7       | 17,9       | 16           | 16         | 17         | 15         | 14         | 13         | 15         |
| KRONEHIT                  | 11,5             | 13,1       | 10,7       | 13,4       | 12,7       | 14,4       | 13,7       | 7            | 7          | 7          | 9          | 6          | 10         | 10         |
| 88.6                      | 4,2              | 5,6        | 4,8        | 4,3        | 5,8        | 6,9        | 5,5        | 2            | 3          | 3          | 3          | 5          | 4          | 3          |
| FM4                       | 6,1              | 4,4        | 5,4        | 5,7        | 6,3        | 4,1        | 5,1        | 5            | 2          | 3          | 3          | 3          | 2          | 3          |
| Österreich 1              | 4,1              | 5,6        | 4,4        | 5,6        | 4,8        | 3,8        | 4,4        | 2            | 2          | 2          | 2          | 1          | 2          | 2          |
| Radio Energy 104,2        | 2,2              | 1,6        | 2,2        | 1,3        | 2,3        | 1,6        | 2,1        | 1            | 1          | 0          | 0          | 1          | 1          | 1          |
| Hit FM (VG 1)*            | 10,3             | 11,3       | 10,4       | 10,4       | 9,9        | 10,0       | 9,4        | 4            | 4          | 6          | 5          | 6          | 7          | 6          |
| Radio Arabella (VG 3)*    | -                | -          | 7,7        | 8,9        | 9,5        | 13,4       | 7,2        | -            | -          | 7          | 6          | 5          | 6          | 6          |
| Hit FM (VG 2)*            | 1,8              | 2,6        | 2,9        | 1,8        | 2,4        | 5,3        | 5,1        | 0            | 0          | 2          | 3          | 0          | 4          | 4          |
| Radio Arabella (VG 4)*    | -                | -          | -          | -          | -          | -          | 2,3        | -            | -          | -          | -          | -          | -          | 2          |

**Lokalsender:** Wert gilt nur für Verbreitungsgebiet; aktuelle Verbreitungsgebiete:  
 Hit FM (VG 1): St. Pölten Stadt/Land, Krems St./L., Gmünd, Horn, Zwertl, Waidh./Th., Melk,  
 Scheibbs, Waidh./Ybbs, Amstetten, Tulln  
 Hit FM (VG 2): Wr. Neustadt Stadt/Land, Baden, Neunkirchen, Mödling, Bruck/Leitha  
 Radio Arabella (VG 3): Amstetten, Melk, Scheibbs; Radio Arabella (VG 4): St. Pölten St./L.  
 Quelle: RADIOTEST 2.HJ 2005 - 2.HJ 2008; n = je 12.000 Personen 10+

MEDIENFORSCHUNG **ORF**

Abbildung 1: Radio-Tagesreichweiten und Marktanteile, Niederösterreich <sup>15</sup>

Die Radio **Tagesreichweite** gibt an wie viele Personen ab 10 Jahren zumindest eine Viertelstunde lang, am Tag vom betreffenden Radio erreicht werden. Es handelt sich um die **Nettoreichweite**, das heißt jede Person wird, unabhängig davon wie lange sie gehört hat, nur einmal gezählt.

<sup>15</sup> ORF-Medienforschung, <http://mediaresearch.orf.at/radio.htm>, eingesehen am 27.3.2009

Die Tagesreichweite für Radio Niederösterreich in der Gruppe 10+ liegt im 2. Halbjahr 2005 bei 29 %, das heißt 29 % der Niederösterreicher hören täglich zumindest eine Viertelstunde lang Radio Niederösterreich.

Betrachtet man die Tagesreichweiten im Verlauf ( 1. Halbjahr 2006: 28,9 %, 2. Halbjahr 2006: 27,9 %, 1. Halbjahr 2007: 29,3 %, 2. Halbjahr 2007: 29,7 %, 1. Halbjahr 2008: 29,4 %, 2. Halbjahr 2008: 30,5%), dann ist festzustellen, dass die Tagesreichweiten im 2. Halbjahr 2008 im Vergleich zum 2. Halbjahr 2006 für Radio Niederösterreich leicht gestiegen sind.

Die **Marktanteile** geben den Anteil des betreffenden Senders an der Gesamtnutzzeit Radio an (in Prozent).

Im 2. Halbjahr 2005 haben die Niederösterreicher von 100 gehörten Minuten 30 Minuten Radio Niederösterreich gehört. Auch hier bleiben die Werte relativ konstant. Im 2. Halbjahr 2008 entfallen ebenfalls 30% der gehörten Radiominuten auf Radio Niederösterreich.

Das Aktivsegment der 14 – 49-jährigen Personen ist vor allem für die Werbung relevant. Hier liegt Radio Niederösterreich, dessen Format klar auf die Bedürfnisse der niederösterreichischen Bevölkerung ab 35 Jahren abgestimmt ist, unter den Werten von der Gruppe 10+ ; aber sowohl bei der Tagesreichweite, als auch bei den Marktanteilen, bleiben die Werte ziemlich konstant.

Fasst man das zusammen, so ist anzumerken, dass sowohl die Tagesreichweiten als auch die Marktanteile von 2005 bis 2008 für Radio Niederösterreich – im Vergleich zur privaten Konkurrenz – auf hohem und relativ konstantem Niveau bleiben.

### 4.3 Das Fernsehprogramm des ORF Landesstudios Niederösterreich

Die Sendungen **NÖ Heute** („Bundesland Heute“, täglich ab 19:05 Uhr) und **Land & Leute** (alle zwei Wochen, Samstags) sind Produktionen des ORF Landesstudios Niederösterreich. Die Sendungen **Erlebnis Österreich / Österreich Bild** sind alternierende Produktionen aller ORF Landesstudios. Die Produktionen werden von ORF 2 ausgestrahlt.

„Bundesland Heute“ ist eine Informationssendung. Jedes Bundesland (Start: 2.5.1988) soll seine Seher mit Informationen speziell für und über das jeweilige Bundesland versorgen. Beiträge und Nachrichten für die Seher des jeweiligen Bundeslandes gehören zu einer der meist gesehenen ORF Sendungen.

Am Beginn wurden die Bundesland Heute Sendungen von Montag bis Freitag gesendet, Generalintendant Gerhard Weis führte am 25. September 1999 auch die Ausstrahlung am Wochenende ein. Der derzeitige ORF Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz sagt:

„Bundesland heute ist gelebter und täglich erbrachter Public Value, mit dem wir uns in der medialen Konkurrenzlandschaft Österreichs deutlich und erfolgreich unterscheiden.“<sup>16</sup>

#### 4.3.1 Die Fernsehnutzung von Niederösterreich Heute

Vorab kann gesagt werden, dass 96% der österreichischen Privathaushalte im 2. Halbjahr 2008 mit einem Fernsehgerät ausgestattet waren. Durch die zunehmende Digitalisierung nimmt die Empfangbarkeit von Sendern zu. Waren es im Jänner 2007 im Durchschnitt 52 Sender so waren es Ende 2008 schon 71. In Kabel-Satellitenhaushalten gab es im selben Zeitraum einen Anstieg von 59 auf 76 Sender und in Satellitenhaushalten von 75 auf 102 Sender<sup>17</sup>. Die Konkurrenzsituation für die österreichischen Sender steigt somit stetig.

**Abbildung 2** zeigt die Durchschnittsreichweite (DRW TSD<sup>18</sup>), den Marktanteil (MA) und den Marktanteil für Kabel-/Satellitenempfang (KMA<sup>19</sup>) für Niederösterreich Heute.

Die Durchschnittsreichweite (**DRW TSD**) oder Sehbeteiligung gibt an, wie viele Personen in einem bestimmten Zeitraum ferngesehen haben. Der Marktanteil (**MA**) gibt den relativen Anteil der Seh- oder Hördauer einer Sendungen bzw. eines Programms an der Gesamtsehdauer - oder Hördauer aller Sendungen bzw. Programme zu einem bestimmten Zeitintervall (Tag, Monat, etc.) an<sup>20</sup>. **KMA** ist der Kabel-/Satellitenempfangs Marktanteil. Hier wird der Marktanteil jener Haushalte gezeigt, die einen Kabel- und/oder Satellitenempfang haben.<sup>21</sup>

<sup>16</sup> ORF Landesstudio NÖ, [http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/blh\\_aktuell.html](http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/blh_aktuell.html), eingesehen am 28.5.2009

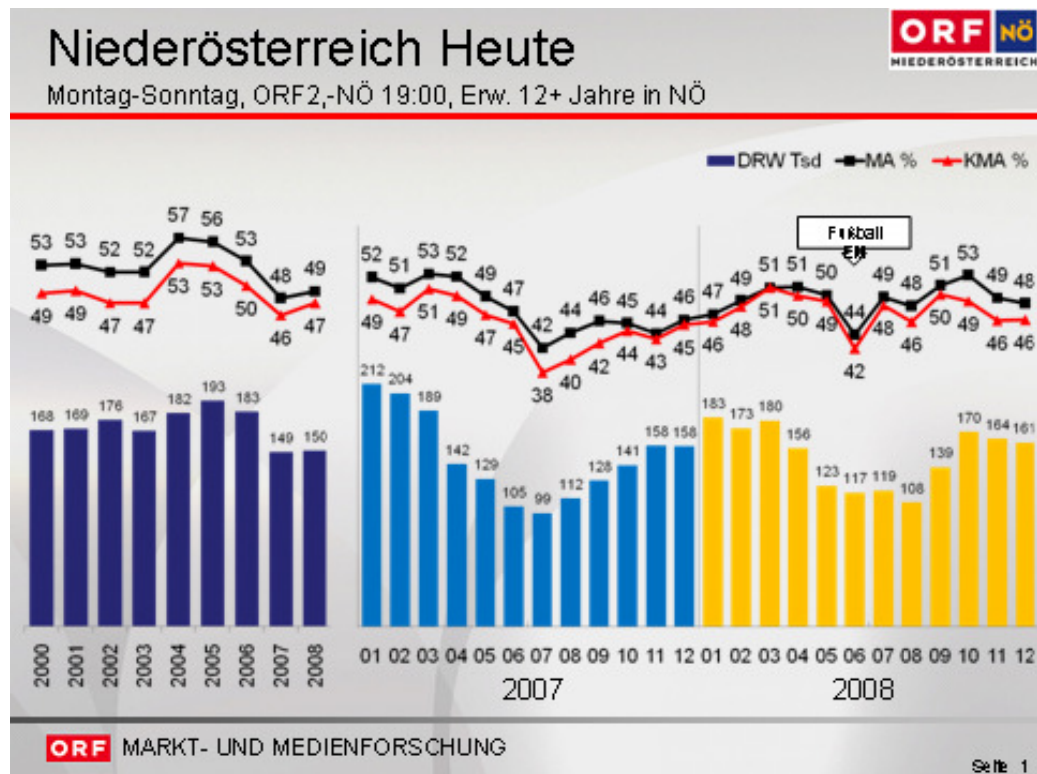
<sup>17</sup> ORF-Medienforschung, [http://mediasearch.orf.at/c\\_fernsehen/console/blank.htm?c\\_fernsehen\\_heimel](http://mediasearch.orf.at/c_fernsehen/console/blank.htm?c_fernsehen_heimel), eingesehen am 26.3.2009

<sup>18</sup> DRW TSD bedeutet Durchschnittsreichweite in Tausend

<sup>19</sup> KMA ist der Kabel-/Satellitenempfangs Marktanteil in Prozent

<sup>20</sup> Angaben in Prozent

<sup>21</sup> ORF-Medienforschung, <http://mediasearch.orf.at/glossar.htm>, eingesehen am 23.3.2009

Abbildung 2: Reichweite und Marktanteil von Niederösterreich Heute<sup>22</sup>

Die Durchschnittsreichweiten von NÖ Heute steigen von 2000 bis 2006 kontinuierlich an, zeigen jedoch mit 2007 einen erheblichen Rückgang von 183 (TSD) auf 149 (TSD) im Jahr 2006. Einen Anstieg des Marktanteils gab es von 2003 (52%) auf 2004 (57%). Danach kommt es zu einem leichten, kontinuierlichen Rückgang. Im Vergleich der Jahre 2007 auf 2008 ist der Marktanteil wieder gestiegen. Die Marktanteile bleiben über die Jahre auf hohem Niveau.

Bei der Detailbetrachtung der Jahre 2007 und 2008 zeigt sich, dass es in den Sommermonaten zum typischen „Sommerloch“ kommt. Mit Mitte 2007 beginnend zeigt sich ein positiver Trend nach oben.

Für 2008 zeigt sich ein Marktanteil von 49% und eine Durchschnittsreichweite von 150 (TSD). Somit sieht fast jeder zweite Niederösterreicher die Sendung Niederösterreich Heute. Und das ist in Anbetracht der Vielfalt und Konkurrenzsituation der Sender ein sehr gutes Ergebnis.

<sup>22</sup> TELETEST / ORF / AGTT / GfK-Fernsehforschung

## 5 Die Publikumsservices/Kundendienste der ORF Landesstudios

Dieses Kapitel soll einen kurzen Einblick in den Tätigkeitsbereich und das Anfrageaufkommen in den ORF Landesstudios geben. Die genaue Detailanalyse aller Landesstudios hätte den Arbeitsrahmen gesprengt. *(Die Analyse für das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich ist in Kapitel 10 zu finden.)*

Wichtig und von Interesse sind die Fragen nach dem Anfrageaufkommen, den Themen der Anfragen und ob es genaue Auswertungen, Analysen oder Studien gibt oder gab.

In der Folge findet sich eine Übersicht über die **Publikumsservices** bzw. der **Kundendienste** nachfolgender Landesstudios:

- Burgenland
- Kärnten
- Niederösterreich *(Details siehe Kapitel 6 und 10)*
- Oberösterreich
- Salzburg
- Steiermark
- Tirol
- Vorarlberg
- Wien

Die wichtigsten Daten von den Landesstudios wurden mittels schriftlicher Befragung (E-Mail) im Juni 2009 durchgeführt und die Fragen lauten wie folgt:

- 1) Seit wann gibt es das Publikumsservice/Kundendienst des ORF Landesstudios?
- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen (täglich, monatlich oder jährlich)?
- 3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)?
- 4) Wie viele Mitarbeiter sind beim ORF Landesstudio beim Publikumsservice/Kundendienst beschäftigt?
- 5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum ORF Publikumsservice/Kundendienst?



## KUNDENDIENST ORF BURGENLAND



Besetzt ist das Telefon Montag bis Freitag von 8:00 bis 17:00 Uhr.

- 1) Seit wann gibt es das Servicetelefon des ORF Burgenland?

*1999*

- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen (tägl., monatl., oder jährlich)?

*durchschnittlich tägl. 44 Telefonate und 31,8 E-Mails*

- 3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)?

*Programm- u. typ. Serviceanfragen wie z.B. Wetter, B-heute Beiträge, Gäste der Sendung „Mahlzeit Burgenland“....*

- 4) Wie viele Mitarbeiter sind beim Servicetelefon beschäftigt?

*Unser Kundendienst ist bis Freitag von 8:00 bis 17:00 Uhr von insgesamt 3 Mitarbeiterinnen besetzt.*

- 5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum Servicetelefon des ORF Burgenland?

*Es wird ein tägliches Hörerprotokoll geschrieben, das in einem Monatsprotokoll und einer Jahresauswertung zusammengefasst wird.<sup>23</sup>*

## SERVICETEAM ORF KÄRNTEN



- 1) Seit wann gibt es das Servicetelefon des ORF Kärnten?

*Im Prinzip seit Bestehen des Landesstudios Kärnten.*

- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen (tägl., monatl., oder jährlich)?

*tägl. im Schnitt ca. 40 – 60 Mails, 15 – 20 Anrufe*

---

<sup>23</sup> Schloffer, Anita [Kundendienst ORF Burgenland] : E-Mail vom 05.06.2009

- 3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)?

*Betrifft überwiegend die Fläche – z.B.: Musik, Gesundheit, Buchvorstellungen, Frühschoppen, Kärnten Heute, Kultur, sowie TV Sendungen aus Wien wie z.B. Vera, Willkommen Österreich, Sommerzeit u.v.m.*

- 4) Wie viele Mitarbeiter sind beim Servicetelefon beschäftigt?

*Eine Mitarbeiterin*

- 5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum Servicetelefon des ORF Kärnten?

*Nein<sup>24</sup>*

## ORF OBERÖSTERREICH KUNDENSERVICE



Wochentags und außerhalb der Ferien von 8:30 Uhr bis 12:00 Uhr und von 13:00 bis 17:00 Uhr zu erreichen.

- 1) Seit wann gibt es das Servicetelefon des ORF OÖ?

*Es gibt das (damals hieß es noch) Hörservice OÖ seit 1997 (damals nur mit 1 Person besetzt).*

- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen?

*17482 Kundenanfragen insgesamt im Jahr 2008,*

*diese teilen sich auf in:*

- *69% telefonische Anfragen*
- *30% Briefe bzw. E-Mails*
- *1% persönliche Vorsprachen*

*Tagesdurchschnitt: ca. 67 Anliegen, die beantwortet werden (wobei dies sehr variiert):*

*Beispiel:*

*min. 44 im Sommer 2008 (nur 8 – 14 Uhr besetzt) zu 81 im Nov., Dez. 2008*

*Es gab einzelne Tage, an denen eine Aktion lief, die dann über 100 Anrufer an diesem Tag nur zu dieser Aktion brachte.*

<sup>24</sup> Weberhofer, Martin [Programmmchef Radio Kärnten] : E-Mail vom 10.06.2009

3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)?

*Das ist tageweise sehr unterschiedlich und hängt von den aktuellen Themen ab.*

*Insgesamt schätze ich, dass es sich bei den meisten Anfragen inhaltlich um Servicefragen (Kontaktadressen zu Ärzten, interviewten Experten, Rezepten, Büchern,...) handelt, gefolgt von Tiersuchmeldungen (wir betreuen diese Rubrik) und Anregungen, Beschwerden zum Musikprogramm. Auch Anfragen zu Kopien bzw. Kopierbestellungen decken ein größeres Feld von Anliegen ab.*

*Zunehmend (im Vergleich zu unseren Anfangsjahren) auch Anfragen zu technischen Empfangsproblemen.*

*2007: 664 Anfragen, die vom ORF OÖ Kundenservice selber beantwortet wurden.*

*2008: 379 Anfragen, die vom ORF OÖ Kundenservice selber beantwortet wurden. (Es gab im Haus an die Technik auch sehr viele Anfragen.)*

*(Die von Ihnen angeführten Themen Sport, Wetter, Aktueller Dienst werden (bis auf das Thema Gesundheit) so gut wie gar nicht nachgefragt.)*

*Sendungsbezogen sind die Spitzenreiter bei den Kundenanfragen: „OÖ-heute“ und die Sendung „Radio OÖ am Vormittag“.*

4) Wie viele Mitarbeiter sind beim Servicetelefon beschäftigt?

*Unser Kundenservice ist vormittags meist mit 2 Personen, nachmittags mit 1 Person besetzt.*

*Während der Sommermonate (Schulferien) haben wir eingeschränkte Dienstzeiten (nur von 8 – 14 Uhr besetzt), in dieser Zeit nur 1 Person.*

*Dienstposten:*

*1 ORF angestellte Vollzeitstelle = aufgeteilt auf 2 Halbtagskräfte*

*Diese beiden können sich gegenseitig nicht vertreten, da beide je einen weiteren Halbtags-Job in anderen Firmen haben. Deshalb vertretungsweise und vormittags zusätzlich 1 bis 2 Aushilfskräfte. Es gibt also 4 Mitarbeiter, die für das Kundenservice arbeiten.*

5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum Servicetelefon des ORF OÖ?

*Ja, ich habe das von Beginn an, aber nicht regelmäßig gemacht. Leider sind einige dieser Auswertungen mittlerweile nicht mehr vorhanden, da sie nicht mehr gebraucht wurden.<sup>25</sup>*

---

<sup>25</sup> Fuchs, Monika [ORF OÖ Kundenservice] : E-Mail vom 19.06.2009

**ORF PUBLIKUMSSERVICE SALZBURG**

Die Erreichbarkeit des ORF Publikumsservice Salzburg ist Montag bis Freitag von 8:00 bis 16.00 Uhr (österreichweit kostenfrei 0800/226960) gegeben.

- 1) Seit wann gibt es das Servicetelefon des ORF Salzburg?

*Das Publikumsservice generell gibt es seit Jahrzehnten, da es vormals von der Abteilung „Programmkoordination“ mit betreut wurde. Kundenanfragen wurden auch immer von der damaligen „Intendanz“ beantwortet.*

- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen (tägl., monatlich, oder jährlich)?

*Teilweise gibt es E- Mail Anfragen (z.B. Montag) die an die 100er Grenze gelangen. Dazu kommen noch die eingehenden Telefonate, welche diese Zahl dementsprechend erhöhen können. Es kann ein Mittelwert von 135 Anfragen pro Tag angenommen werden.*

- 3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)?

*Die Anfragen betreffen durchwegs unsere Informationen aus HF (Gesundheit, Literatur, Volkskultur) Veranstaltungshinweise, wie viel diverse Sendungskopien kosten, Grußdurchsagen – FS / Salzburg Heute – wie man die Sendungen im Internet ansehen bzw. anhören kann, „Klingendes Österreich“, „Erlebnis Österreich“ und „Ö-Bild“-Sendungsinhalt, Anfragen über Mitwirkende oder Sendungskopien ....*

- 4) Wie viele Mitarbeiter sind beim Servicetelefon beschäftigt?

*Darf ich Ihnen mitteilen, dass dieser Aufgabenbereich von mir erledigt wird. Hier in Salzburg gibt es nur eine Person, welche das Publikumsservice betreut.*

- 5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum Servicetelefon des ORF Salzburg?

*Muss ich leider mitteilen, dass ich außer dem täglichen Protokoll, welches an die div. Abteilungen versandt wird, keine Auswertungen gibt.<sup>26</sup>*

---

<sup>26</sup> Mayerhofer, Herta [ORF-Publikumsservice Salzburg] : E-Mail vom 03.06.2009

## KUNDENDIENST ORF STEIERMARK



Die Hörer und Seher erreichen das Kundenservice des ORF Steiermark Montag bis Freitag von 8:00 Uhr bis 16:30 Uhr.

- 1) Seit wann gibt es das Servicetelefon des ORF Steiermark?

*Unser steirisches Kundenservice gibt es seit 1.7.1997.*

- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen (täglich, monatlich oder jährlich)?

*Tägliche Anfragen haben wir im Schnitt ca. 50-60.*

- 3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)?

*Dabei geht es hauptsächlich um Liedauskünfte, Interpretensuche, diverse Rezepte/Kochbücher bzw. um Auskünfte zu verschiedenen Gesundheitsbeiträgen.*

*Die Zahl der Anrufer/Beschwerden steigt natürlich bei jeder Senderumstellungen bzw. Neuverschlüsselung enorm.*

- 4) Wie viele Mitarbeiter sind beim Servicetelefon beschäftigt?

*Wir arbeiten zu zweit im Kundenservice (je 8 Stunden) und haben für 2 x 4 Stunden die Woche eine Aushilfe bzw. Urlaubsvertretung. (Diese Kollegin betreut aber hauptsächlich die Führungen.)*

- 5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum Servicetelefon des ORF Steiermark?

*Auswertungen/Studien zum Servicetelefon gibt es bei uns nicht.<sup>27</sup>*

---

<sup>27</sup> Schicker, Maria [Kundendienst ORF Steiermark] : E-Mail vom 02.06.2009

## ORF TIROL PUBLIKUMSSERVICE



Das ORF Tirol Publikumsservice ist Montag bis Freitag von 9.00 bis 17.30 Uhr erreichbar. Außerhalb dieser Zeit sind die Mitarbeiter des Empfangs da.

- 1) Seit wann gibt es das Servicetelefon des ORF Tirol?

*Seit dem 1.1.1997*

- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen (täglich, monatlich oder jährlich)?

*40 bis 50 Anrufe täglich*

- 3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)?

*Gesundheit, Aktueller Dienst, Musik, ...*

- 4) Wie viele Mitarbeiter sind beim Servicetelefon beschäftigt?

*zwei Personen*

- 5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum Servicetelefon des ORF Tirol?

*nein<sup>28</sup>*

## PUBLIKUMSSERVICE ORF VORARLBERG



Das ORF Vorarlberg Publikums-Service ist von Montag bis Freitag von 8:00 bis 11:30 Uhr und von 13:30 bis 16:30 Uhr erreichbar.

- 1) Seit wann gibt es das Publikumsservice Vorarlberg?

*1997*

---

<sup>28</sup> Kluckner Sonja [Direktion ORF Landesstudio Tirol] : E-Mail vom 02.06.2009

- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen (tägl., monatl., oder jährlich)

*Täglich durchschnittlich 80 Kundenkontakte*

- 3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)

*Auskünfte zu Vorarlberg-Heute- und Radio-Beiträgen, Bestellungen von DVD- und CD-Kopien, Rezepte und Infos zu Beiträgen bzw. Infos zu Liedtiteln und gelegentlich natürlich auch Reklamationen wegen Musik etc. – seit der Umstellung auf DVB-T gibt's auch täglich Anfragen technischer Natur, die wir allerdings weiterleiten.*

- 4) Wie viele Mitarbeiter sind beim Servicetelefon beschäftigt?

*1 x Vollzeitkraft, 1 x 50%-Kraft (macht alle DVD- und CD-Kopien sowie Dokumentationen für Partner Marketing)*

- 5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum Publikumservice Vorarlberg?

*Nein*<sup>29</sup>

## ORF WIEN SERVICETELEFON



Die Erreichbarkeit des ORF Wien Servicetelefon ist Montag bis Freitag von 6:00 bis 20:00 Uhr, sowie Samstag und Sonntag von 8:00 bis 19:30 Uhr möglich.

- 1) Seit wann gibt es das Servicetelefon des ORF Wien?

*Das Radio Wien Servicetelefon gibt es seit 1996.*

*2005 wurde es zur ORF Tochterfirma „Radio Service GmbH“ ausgelagert.*

- 2) Wie hoch ist das durchschnittliche Anfrageaufkommen (täglich, monatlich, oder jährlich)?

*Im Jahr 2008 wurden 74.805 Telefonate geführt, 27.925 E-Mails, Briefe & Faxe bearbeitet und es gab 455.740 Anmeldungen zu Internet-Gewinnspielen. Da das ORF Wien Service 365 Tage im Jahr besetzt ist, ergibt das folgende Durchschnittszahlen*

<sup>29</sup> Spiegel, Marianne [Publikumsservice ORF Vorarlberg] : E-Mail vom 23.06.2009

*für 2008: durchschnittlich täglich 205 Anrufe, 76 E-Mails und 1250 Internet-Anmeldungen zu Ö3-Gewinnspielen.*

- 3) Wonach wird am meisten gefragt (Sport, Wetter, Gesundheit, aktueller Dienst,...)?

*Die meisten Fragen beziehen sich auf das aktuelle Programm aus dem Landesstudio Wien: Veranstaltungen, Wetter, Musik, aber auch Gewinnspiele, die ebenfalls von uns abgewickelt werden.*

- 4) Wie viele Mitarbeiter sind beim Servicetelefon beschäftigt?

*Das Team besteht aus 4 Angestellten (inkl. Leitung) und 3 freien MitarbeiterInnen.*

- 5) Gibt oder gab es schon Auswertungen (der Protokolle), Untersuchungen, Studien zum Servicetelefon des ORF Wien?

*Voriges Jahr wurde vom ORF Zentrum (Pius Strobl) eine Untersuchung über die ORF-Kundendienste<sup>30</sup> durchgeführt, deren Ergebnis uns leider nicht bekannt ist.*

*Intern werden jährlich Quartals- und Jahresberichte über die genauen Zahlen aller Hörer- und Seher-Kontakte erstellt.<sup>31</sup>*

### **Die wichtigsten Ergebnisse kurz zusammengefasst:**

Die Erreichbarkeit der Serviceeinrichtungen der Landesstudios variieren. Das Servicetelefon des Landesstudios Wien ist aber als einziges auch am Wochenende erreichbar. Der Personalaufwand ist in jedem Landesstudio ebenfalls unterschiedlich.

Beliebte Anfragen gibt es zu den Themen: Gesundheit, Bundesland-heute, Musik, Promigäste und Rezepte.

Studien oder analytische Auswertungen der Tagesprotokolle, gibt es nur im Landesstudio Wien.

Bevor in den nächsten Kapiteln speziell auf das ORF Landesstudio Niederösterreich eingegangen wird, soll ein kurzer Überblick über das tägliche Arbeitsaufkommen der Publikumservice/Kundendienste der ORF Landesstudios gegeben werden.

<sup>30</sup> Nach dieser Studie habe ich die Leiterin der ORF Medienforschung Frau Dr. Hedwig Zehetner im Juni 2009 gefragt, sie meinte dazu dass diese Studie für meine Diplomarbeit nicht relevant ist.

<sup>31</sup> Marcik, Marion [Leiterin ORF Wien Service] : E-Mail vom 02.06.2009



Der **Arbeitsumfang der Publikumsservices/Kundendienste der ORF Landesstudios** sowie deren zahlenmäßiger und prozentueller Vergleich pro Tag zeigt folgendes Bild (**Abbildung 3**)<sup>32</sup>:

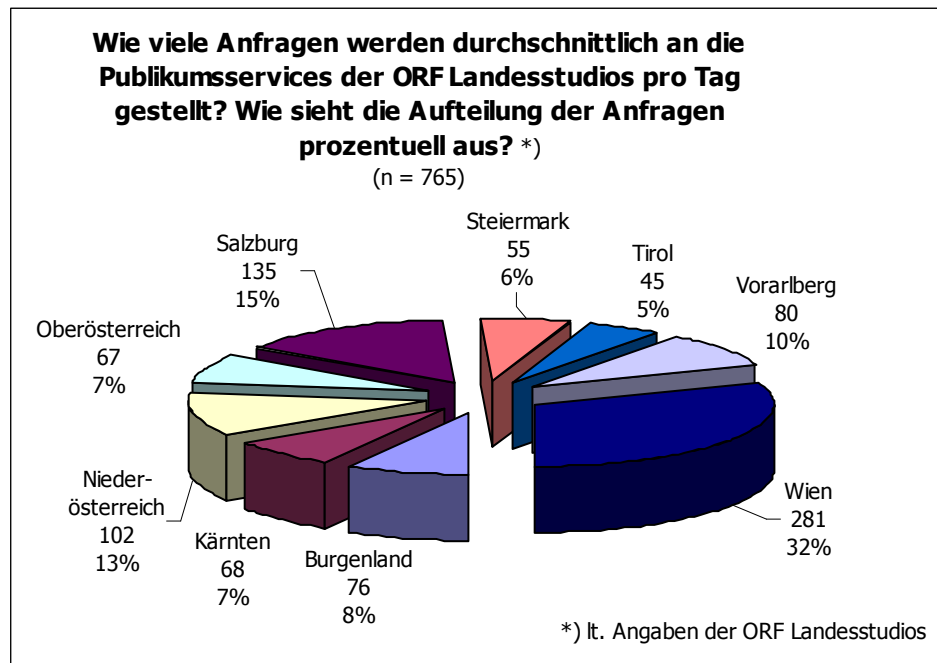


Abbildung 3: Die Publikumsservices/Kundendienste der ORF Landesstudios im Vergleich - Durchschnittliche Anfragen pro Tag und deren prozentuelle Verteilung

Im Schnitt werden pro Tag etwa 765 Anfragen an die ORF Landesstudios gestellt. Die meisten Anfragen werden an das Landesstudio Wien mit 32% bzw. 281 Anfragen im Tagesdurchschnitt gerichtet, gefolgt von Salzburg mit 15% bzw. 135 Anfragen täglich, Niederösterreich mit 13% bzw. einem Durchschnittswert von 102 und Vorarlberg mit 10%, was einem Durchschnittswert von 80 Anfragen pro Tag entspricht. Die restlichen ORF Landesstudios haben ein Aufkommen pro Tag zwischen 45 und 76 Anfragen, das einem Anteil von 5% bis 8% entspricht.

<sup>32</sup> Die Angaben erfolgten im Juni 2009 von:

Schloffer, Anita [Kundendienst ORF Burgenland] : E-Mail vom 05.06.2009

Weberhofer, Martin [Programmcchef Radio Kärnten] : E-Mail vom 10.06.2009

ORF Landesstudio NÖ, Tagesprotokolle, siehe Kapitel 10

Fuchs, Monika [ORF OÖ Kundenservice] : E-Mail vom 19.06.2009

Mayerhofer, Herta [ORF-Publikumsservice Salzburg] : E-Mail vom 03.06.2009

Schicker, Maria [Kundendienst ORF Steiermark] : E-Mail vom 02.06.2009

Kluckner Sonja [Direktion ORF Landesstudio Tirol] : E-Mail vom 02.06.2009

Spiegel, Marianne [Publikumsservice ORF Vorarlberg] : E-Mail vom 23.06.2009

Marcik, Marion [Leiterin ORF Wien Service] : E-Mail vom 02.06.2009

## 6 Das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich



### 6.1 Die Entstehung des Publikumsservices

Wie schon in Kapitel 4.1 erwähnt hatte das Landesstudio Niederösterreich von der Gründung des ORF Niederösterreich im Jahr 1967 bis zum Jahr 1998 seinen Standort im Funkhaus Wien. Die Anfragen des Publikums wurden entweder vom zentralen Kundendienst in Wien, oder innerhalb der Redaktionen beantwortet.

Nach einer Volksbefragung im Jahr 1986 ging es darum die Hauptstadtfrage von Niederösterreich zu lösen. Die Entscheidung der Mehrheit der Bevölkerung fiel auf St. Pölten.

Die Überlegungen zum Bau eines eigenen Landesstudiogebäudes in St. Pölten führten im Januar 1991 zur Einsetzung einer Arbeitsgruppe unter dem Landesintendanten Dr. Paul Twaroch. Nachdem Spatenstich zum Bau des Regierungsviertels in St. Pölten 1992 wurde im Dezember 1993 der Grundstückskauf vom ORF-Kuratorium genehmigt. 1994 wurde geplant und gebaut und Ende 1998 kam es zur Übersiedelung des ORF Landesstudios Niederösterreich. Nach diversen Umstrukturierungen<sup>33</sup>, dem ein weiterer Zubau folgte, wurde im September 2001 das jüngste Landesstudio des ORF feierlich eröffnet.

Weiterhin stand für das Publikum des ORF Landesstudios Niederösterreich der ORF-Kundendienst im ORF-Zentrum in Wien zur Verfügung. Oft mussten auch die einzelnen Sekretariate, Abteilungen und die Beitragsgestalter des Landesstudios Niederösterreich, neben ihrer Arbeit, die Fragen des Publikums beantworten.

Am Montag, den **3. Oktober 2005** gab es erstmals die Möglichkeit, für die Hörer und Seher, das ORF Publikumsservice Niederösterreich zu kontaktieren. In der Planungsphase des Publikumsservices galt es viele Fragen zu lösen. Michael Koch (Leiter des Publikumsservice Niederösterreich) informierte sich bei einigen anderen Landesstudios über das mögliche Anfrageaufkommen, die Schwerpunkte der Anfragen, sowie über die notwendigen Strukturen einer Serviceeinrichtung. Durch diese Informationen kam es dann zu einer Umstrukturierung von Dienstposten. Vier bisher schon für das Landesstudio Niederösterreich tätige Mitarbeiter wurden dem Publikumsservice zugeteilt.

Seitdem ist das Publikumsservice Niederösterreich der erste Ansprechpartner, für alle von außen an das Landesstudio herangetragenen Fragen, Wünsche und Beschwerden. Dadurch werden viele Mitarbeiter aus den Redaktionen des Landesstudios nachhaltig entlastet.

---

<sup>33</sup> Ursprünglich war für das Landesstudio Niederösterreich, unter der Leitung von Dr. Paul Twaroch, geplant einen Teil der Mitarbeiter und Redaktionen in St. Pölten und einen Teil in Wien zu belassen. Unter Dr. Monika Lindner wurde dann das ganze Landesstudio übersiedelt, was aber auf Grund seiner Größe zu Beginn nicht für alle Mitarbeiter konzipiert war.

Die Anfangsphase war geprägt durch "learning by doing" und im Lauf des Oktobers wurde dieses neue Angebot für die Hörer und Seher des Landesstudios Niederösterreich aktiv nach außen kommuniziert.

Dies geschieht auch weiterhin im Anschluss an Beiträge im Radio, wo man darauf hinweist, dass Informationen zu Beiträgen beim Publikumsservice NÖ zu erfragen sind. Man kann auch alle Kontaktdaten auf der Webseite des Landesstudios Niederösterreich finden. In der NÖ-Heute Sendung um 19.00 Uhr wird ebenso auf das Publikumsservice verwiesen. Die auf der Homepage von Land & Leute gestellten E-Mailanfragen an die Redaktion werden ebenfalls in den Posteingang des Publikumsservice geleitet und dann durch die Mitarbeiter des Publikumsservices bearbeitet.

Das ORF Publikumsservice Niederösterreich ist von Montag bis Freitag in der Zeit von 8:00 bis 18:00 Uhr zu erreichen. Ist die Publikumsservice-Hotline besetzt, können Anrufer auch auf einen Anrufbeantworter weitergeleitet werden. Außerhalb der genannten Zeiten wird das Telefon in die Kundendienst-Zentrale nach Wien umgeleitet.

## 6.2 Die Aufgaben, die Organisation und Praxis

In diesem Kapitel geht es zunächst um die Aufgaben einer Serviceeinrichtung, die nun näher erläutert werden. Dieser Teil der Diplomarbeit beruht auf Selbstbefragung.

Die zentralen **Aufgaben** des ORF Publikumsservices Niederösterreich bestehen sicherlich darin, für die Hörer und Seher des Senders da zu sein. Informationen zu den ORF Sendungen des Radios und Fernsehens zu geben, im speziellen aber Informationen zum Programm des ORF Landesstudios Niederösterreich bereit zu stellen.

Die Arbeit wird geteilt zwischen der Erledigung aller telefonisch eingehenden Anfragen und der Betreuung von E-Mail- und Post-Eingängen.

Weitere Aufgaben sind die Archivierung von Hörfunksendungen und die Anfertigung von Kopien von Hörfunk- und Fernsehsendungen oder Beiträgen. Bei Bestellungen von Sendungskopien, sowohl Fernseh- als auch Radiobeiträgen des ORF Landesstudio Niederösterreich, müssen diese bearbeitet (geschnitten) werden, was auch zu den Aufgaben des Publikumsservices zählt. Wenn die CD, DVD, Musikkassette oder die VHS Kassette fertig zum Versand ist, wird sie mit einem Zahlschein versehen und dem Kunden zugeschickt. Zu Beginn des Jahres 2009 gab es eine technische Neuerung für Fernsehmitschnitte, die jetzt das Kopieren insofern erleichtert, als dass man nun die Sendung direkt am Computer bearbeiten kann und dadurch ein sauberes, korrekteres Schneiden ermöglicht wird. Bis zu diesem Datum musste die jeweilige IMX Kassette geholt werden, in den DVD-Rekorder eingespielt, und dann bearbeitet werden.

Wenn ein Zuseher der Sendung „Niederösterreich Heute“ gerne einen Blick hinter die Kulissen werfen möchte so ist dies möglich. Per E-Mail oder telefonisch kann er das Publikumsservice Niederösterreich kontaktieren und gemeinsam wird ein Termin vereinbart.

Zweimal am Tag (um 13:10 Uhr und um 17:15 Uhr) haben die Anrufer die Möglichkeit, bei der Sendung „Herzlichst Niederösterreich“, ihre Liebsten und Freunde grüßen lassen und ihnen zu besonderen Anlässen zu gratulieren. Wenn der Anrufer beim Publikumsservice anruft, wird gemeinsam der Gruß formuliert und dieser unter dem betreffenden Tag und der gewünschten Uhrzeit ins Redsys gestellt. Der Moderator übernimmt dann diese Grüße und verlautbart sie auf Sendung.

Das Organisieren von Führungen für Gruppen ist ebenfalls eine Aufgabe des Publikumsservices Niederösterreich. Prinzipiell gibt es an einem Tag in der Woche die Möglichkeit für Gruppen das Landestudio Niederösterreich zu besichtigen.

Große Gewinnspiele oder Verlosungen sind fallweise auch eine Aufgabe des Publikumsservice. Wenn die Anrufe eingehen, werden der Name und die Telefonnummer aufgenommen und an den Verantwortlichen, der das Gewinnspiel betreut, weitergemailt, bei größeren Gewinnspielen wird eine Liste mit den Kontaktdaten erstellt, auf die der Redakteur dann jederzeit zugreifen kann.

Im Folgenden wird die **Organisation** geschildert. Es folgt zuerst die Angabe wie der Anrufer eine Verbindung zum Publikumsservice Niederösterreich herstellen kann.

Von Montag bis Freitag in der Zeit von 8:00 – 18:00 Uhr ist das ORF Publikumsservice Niederösterreich unter der Rufnummer 02742/23 330 erreichbar. Es gibt zwei Telefonleitungen von denen die Gespräche entgegengenommen werden können. Kommuniziert wird mittels Headset.

Wenn beide Leitungen besetzt sind, kommt der Anrufer auf einen Anrufbeantworter, dort kann er seinen Namen, die Telefonnummer und sein Anliegen bekannt geben, er wird zurückgerufen sobald ein Mitarbeiter Zeit hat.

Ebenso ist es möglich seine Anfrage, seinen Wunsch oder seine Beschwerde per E-Mail an das ORF Publikumsservice Niederösterreich zu richten unter: [noe.publikum@orf.at](mailto:noe.publikum@orf.at)

Das Aufkommen von Anfragen per Brief ist sehr gering. Mitteilungen per Fax sind (fast) nicht vorhanden.

Eher selten kommt es vor, dass ein Kunde persönlich ins Landesstudio kommt und ein Anliegen hat.

Das Team besteht aus 4 Mitarbeitern, konkret 3 Teilzeitkräften und einer Vollzeitkraft.

Im **praktischen Teil** wird nun der Ablauf geschildert, wenn eine Anfrage einlangt.

Bei jeder Kontaktaufnahme kommt es in der Folge für den Mitarbeiter zu einer Suche der gewünschten Informationen. Dafür werden die diversen Suchoptionen wie das Redsys, der Radiomax, die APA, das Internet, die ORF Niederösterreich Webseiten, etc. benutzt. Ist die gewünschte Antwort gefunden, dann wird sie dem Kunden vermittelt, oder bei Wunsch (z.B. Rezept) auch zugesandt.

Wenn ein von der Kundenseite exaktes Datum und eine ungefähre Uhrzeit bekannt sind, ist die Suche relativ einfach. Wenn die Anfrage aber komplexer wird oder die Angaben sehr ungenau sind, ist es erforderlich den Kunden zu bitten, mehr Details anzugeben, um so die Anfrage des Anrufers exakt beantworten zu können.

Oftmals ist auch ein Verweis auf die Webseiten des Landesstudios Niederösterreich ausreichend. Wenn die Internetkenntnisse eher gering auf der Seite des Anrufers sind, kann das Publikumsservice auch da helfen und parallel Schritt für Schritt mit dem Kunden zum gesuchten Ergebnis kommen.

Kritiken und Beschwerden werden sehr ernst genommen. Denn hier besteht die Möglichkeit für das Landesstudio, Verbesserungen und Adaptionen im Programm vorzunehmen. Diese werden genau im Tagesprotokoll vermerkt und sind somit für alle Verantwortlichen jederzeit abrufbar.

Manche Anliegen erfordern ein Verweisen an andere Stellen im Haus. Anfragen die das weitere ORF Programm betreffen, werden an den Kundendienst in Wien weitergegeben. Es kommt auch vor, dass Fragen oder Anliegen gestellt werden, die nicht den ORF betreffen und mit dem Programm nichts zu tun haben.

Es ist festzuhalten, dass sich die Schwierigkeit für den Mitarbeiter daraus ergibt, dass er sich nicht vorbereiten kann. Im Kundendienstbereich ist es nur sehr schwer möglich, alle Informationen, die zur Lösung von Kundenproblemen benötigt werden, von vornherein bereitzuhalten. (...) Elektronische Nachschlagewerke, (...) wissensbasierte Systeme (...) erhöhen die Kompetenz des Mitarbeiters.<sup>34</sup>

Anfragen von den Hörern und Sehern beziehen sich auf die verschiedensten Themen: Die Bestellung von Rezepten. Es werden Musiktitel und/oder Interpreten, Unterlagen oder Kontaktadressen zu Gesundheitsbeiträgen gesucht. Detailanfragen zu Servicethemen (z.B. das Wetter, den Verkehr), die Nachfrage von durchgesagten Veranstaltungshinweisen gehören dazu. Anfragen zu NÖ-heute, ebenso Fragen zu weiteren Fernsehproduktionen (das Landesstudio Niederösterreich produziert auch die Sendung Land & Leute, fallweise Erlebnis Österreich und Österreich-Bild) sowie Fragen zum ORF allgemein und auch Anfragen zu anderen Fernseh- oder Radiosendern sind täglich gestellte Fragen.

Ob man die Anfrage sofort oder später erledigen kann, ist wichtig für den Kunden, der immer wissen muss, wie es weitergeht. Wenn es ungenaue Angaben von der Anruferseite gibt, kann nicht sofort geantwortet werden, da die Recherche der Information mehr Zeit beansprucht. Der Anrufer erfährt aber in solchen Fällen sofort, wann er mit einem Rückruf rechnen kann.

Wenn der Anruf beendet ist wird dieser inhaltlich zusammengefasst und schriftlich im Tagesprotokoll festgehalten. Es werden die Uhrzeit des Anrufs, der Inhalt des Gesprächs, ob es ein männlicher oder weiblicher Anrufer war, sowie die Art der Kontaktaufnahme (Telefon, E-Mail oder Brief) festgehalten. Zu Beginn der Protokollierung wurde auch das Alter festgehalten, da das Alter aber vom Mitarbeiter geschätzt werden musste, wies es eine zu

---

<sup>34</sup> Auszüge aus Schröder, Martin: 1997, Seite 19

hohe Fehleranfälligkeit auf und wird nun im Tagesprotokoll von den Mitarbeitern nicht mehr berücksichtigt.

Anfragen die das weitere ORF Programm betreffen, werden an den Kundendienst in Wien weitergegeben. Es kommt auch vor, dass Fragen oder Anliegen gestellt werden, die nicht den ORF betreffen und mit dem Programm nichts zu tun haben.

Es würde jetzt zu sehr ins Detail und in den psychologischen Aspekt zwischen Anrufer und Servicemitarbeiter gehen, aber oft möchten die Anrufer nur mit jemandem reden. Oder sie suchen einen persönlichen Rat. Teilweise wird das Publikumsservice Niederösterreich als Kummernummer gesehen, aber auch diese Probleme werden ernst genommen und jeder Mitarbeiter ist bemüht weiterzuhelfen.

Für ein gutes Publikumsservice sind zwei Faktoren entscheidend. Die Informationen, die zur Verfügung stehen, und das Engagement der Mitarbeiter.

### 6.3 Grundlagen und Empfehlungen für die Kommunikation am Telefon

In diesem Kapitel werden einige Grundlagen und Tipps im Umgang mit dem Gesprächspartner am Telefon erläutert. Es müssen gewisse Kriterien und Anforderungen erfüllt werden, damit das Gespräch für beide Seiten als zufriedenstellend empfunden wird. Die Relevanz dieses Kapitels liegt daran, dass das Telefongespräch die am häufigsten genutzte Form der Kontaktaufnahme mit dem Publikumsservice Niederösterreich ist. Im Gegensatz zum E-Mail oder zum Briefverkehr spielt hier die Stimme eine zentrale Rolle. Zudem heißt es schnell zu reagieren, denn bei einem Brief oder E-Mail steht mehr Zeit zur Verfügung um sich die Wortwahl genau zu überlegen.

Ganz wichtig ist: **Für den Anrufenden, repräsentiert der Mitarbeiter, der das Gespräch entgegen nimmt, das Unternehmen. Mann/Frau ist die Firma.**

Der psychologische Hintergrund wird klar, denn schon wie wir etwas sagen kommt beim Gesprächspartner an. Sympathie, Glaubwürdigkeit, Arroganz, Unsicherheit, etc. – wird durch die Stimme und den Sprachinhalt bestimmt.

Paul Watzlawick (1969) sagt „Man kann nicht nicht kommunizieren!“<sup>35</sup> Man kommuniziert immer, auch wenn man schweigt, stellt dies eine Botschaft dar. Man sendet auch über die Gestik oder Mimik Botschaften für das Gegenüber aus.

Die Besonderheit bei einem Telefongespräch ist die, dass die nonverbale (Mimik, Gestik) Kommunikation ausscheidet, da man sein Gegenüber nicht sehen kann. Daher kann man sich

---

<sup>35</sup> Watzlawick, Paul,: 1969

nur auf die Stimme verlassen – sie ist die einzige Informationsquelle für beide Seiten, sowohl für den Anrufer als auch für den Angerufenen.

Friedemann Schulz von Thun entwickelte das 4 Ebenen Modell der Kommunikation, das sowohl für die Empfängerseite als auch für die Senderseite gilt. Grundlegend ist zu sagen, dass jede Nachricht, die gesendet und ebenso die Nachricht, die empfangen wird, vier Seiten hat. Den Sachinhalt, den Appell, die Beziehung und die Selbstoffenbarung.

Der Sachinhalt ist klar. Hier geht es nur um die reine Information, die Fakten der Nachricht, worüber informiert wird.

Im Appell versucht der Sender den Gesprächspartner zu beeinflussen.

Die Beziehungsebene gibt darüber Auskunft, wie beide Gesprächspartner sich zueinander verhalten, was sie voneinander halten. Bei einem Telefongespräch geschieht dies durch Formulierungen und den Tonfall.

In der Selbstoffenbarung spiegelt sich die persönliche Ebene wieder. Der Gesprächspartner gibt etwas von sich preis (vor allem über seine Emotionen) und der Empfänger erhält dadurch Zusatzinformationen.

Der abgesendete Inhalt, kommt beim Empfänger nicht immer so an, wie er gemeint war. Probleme entstehen dadurch, dass der Empfänger mit „4 Ohren“ (symbolisch für die 4 Ebenen des Empfangs) gleichzeitig die Nachricht wahrnimmt. Und eines dieser Ohren/Aspekte kann für den Empfänger mehr Bedeutung haben als die anderen.

*„Den Sachinhalt sucht er zu verstehen. Sobald er die Nachricht auf die Selbstoffenbarungsseite hin abklopft, ist er personaldiagnostisch tätig („Was ist das für eine(r)? (...)). Durch die Beziehungsseite ist der Empfänger persönlich getroffen (Wie steht der Sender zu mir, was hält er von mir, wen glaubt er vor sich zu haben, wie fühle ich mich behandelt?). Die Auswertung der Appellseite lautet (...) „Wo will er mich hinhaben? Bzw. in Hinblick auf die Informationsnutzung („Was soll ich am besten tun, nachdem ich dies nun weiß“).“<sup>36</sup>*

Fest zu halten ist dass bis zu diesem Punkt die Botschaft übermittelt wurde. Allein mit einer Botschaftssendung des Empfängers ist das Telefongespräch noch nicht beendet, denn der Empfänger reagiert und wird somit zum Sender und umgekehrt. Damit beginnt dann die Interaktion. Die Authentizität ist sehr wichtig, das was gesagt wird, muss auch stimmig sein. Die Übereinstimmung mit sich selbst und die Übereinstimmung mit der Situation, dem Anlass - müssen zusammenpassen.

---

<sup>36</sup> Schulz von Thun, Friedemann : 1997, Seite 44

Die Struktur jedes Telefongesprächs hat eine Gliederung in: die Eröffnung, den Hauptteil und einen Schluss.<sup>37</sup>

Im Eröffnungsteil sollte man sich erst dann melden, wenn der Telefonhörer am Ohr ist. Es folgt ein freundliches Grüßen mit dem Firmenwortlaut und dem Vor- und Familiennamen.

Der Hauptteil soll klar und deutlich formuliert sein. Die Argumentation logisch und nachvollziehbar. Aufmerksames Zuhören vermittelt Kompetenz und Interesse. In den Hauptteil gehören Fragen und das Wiederholen wichtiger Informationen.

Zum Schluss werden die gewünschten Vereinbarungen wiederholt und es kommt zu einer freundlichen Verabschiedung.

Das Gestaltungsmittel Stimme ist für das Telefongespräch wichtig.

Atmung, Lautstärke, Sprechtempo und Klangfarbe sind Gestaltungsmittel des Sprechens. Wenn die Atmung nicht passt, klingt die Stimme abgehackt, gepresst und zerrissen. Das Sprechen nach einem anstrengenden Lauf klingt ebenso.

Wenn etwas zu laut gesagt wird, dann vermittelt das einen dominanten oder sogar aggressiven Eindruck. Eine zu laute Stimme erzeugt immer Unbehagen. Eine leise Stimme hingegen lässt Unsicherheit und Schüchternheit erkennen.

Beim Sprechtempo ist es wichtig sich dem Gesprächspartner anzupassen, um als angenehm empfunden zu werden. Wenn man zu schnell redet, kann der Angesprochene nicht folgen und wenn zu langsam geredet wird, wirkt es als teilnahmslos, uninteressiert.

Der Klang der Stimme, oder die Art und Weise wie man etwas sagt, sind oft wichtiger als die Worte. Das Modulieren der Sprache kann eingesetzt werden, um wichtige Begriffe und Argumente hervorzuheben, oder um Spannung zu erzeugen. Es sollte aber geübt werden, um authentisch zu wirken.<sup>38</sup>

Es gibt einige **Tipps**, die man während eines Telefongesprächs beachten sollte. Es ist nicht von Nöten, alle Tipps zu benutzen. Wichtig ist sich das herauszusuchen, wo nach eigener Einschätzung die Schwachpunkte liegen.

- Wenn möglich einfache Formulierungen verwenden und keine Fremd-, Mode- oder Szenewörter.
- Eine Ordnung und Gliederung des Gesprächs ist wichtig. Wenn man vom eigentlichen Sachinhalt abkommt, ist es wichtig den Weg zum eigentlichen Thema zurückzufinden.
- Kürze und Prägnanz, sind essentiell, denn wenn etwas lang und breit erklärt wird, ermüdet der Gesprächspartner und hört nicht mehr aufmerksam zu.

---

<sup>37</sup> Schulz von Thun, Friedemann : 1997

<sup>38</sup> Österreichischer Blinden – und Sehbehindertenverband,  
<http://www.fgtb.at/Rueckblick/telefonseminar.htm>, eingesehen am 12.3.2009



- Das Setzen von Pausen ist ein wichtiges Mittel, um dem Gesprächspartner die Möglichkeit zu geben über Gehörtes nachzudenken.
- Das Wiederholen von wichtigen Informationen sollte eingesetzt werden, um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen.
- Wenn es nötig sein sollte, dann ist eine Entschuldigung zum richtigen Zeitpunkt angebracht.<sup>39</sup>

Ein besonderer Aspekt ist die Kritik oder Beschwerde bei einem Telefongespräch.

Wenn etwas kritisiert wird, ist dies nicht ein persönlicher Angriff, denn der Anrufer bezieht die Kritik auf das Unternehmen. Ihre Erledigung wird von vielen als eine sehr unangenehme Aufgabe verstanden. Das Kundenservice einer Firma ist daran erkennbar, wie Beschwerden und Reklamationen gehandhabt werden. Man muss sich immer bewusst sein, dass in den meisten Reklamationen echte Chancen stecken. Man erhält Hinweise wie ein Produkt, die Organisation oder eine Dienstleistung verbessert werden können. Es kommt zu Erkenntnissen von Problemen, die bis dahin unbekannt waren. Endet das Gespräch für beide als angenehm, gewinnt man einen zufriedenen Kunden. Kunden, die sich beschweren, sind noch nicht verloren, sie wollen nur etwas verändern oder das Unternehmen auf etwas aufmerksam machen.<sup>40</sup>

Der Anrufer hat wichtige Grundbedürfnisse. Er möchte verstanden werden, sich willkommen fühlen und als wichtig geschätzt und ernst genommen werden.<sup>41</sup>

Bei einem Telefongespräch ist es wichtig, zu verstehen worum es überhaupt geht. Das bedeutet, dass versucht wird sich in die Lage des Kunden zu versetzen. Man muss die Situation durch seine Augen sehen. Es drängt sich damit die Frage auf: Wenn ich der Kunde wäre, was würde ich wollen?

---

<sup>39</sup> Österreichischer Blinden – und Sehbehindertenverband,  
<http://www.fgtb.at/Rueckblick/telefonseminar.htm>, eingesehen am 12.3.2009

<sup>40</sup> ORF/GHR Schulung: 2006

<sup>41</sup> Martin, William B : 1992, Seite 44

## **7 Ziele, Bedeutung und Funktionen von Serviceeinrichtungen in Medienunternehmen hinsichtlich einer wachsenden Konkurrenz**

### **7.1 Die Einführung des privaten Rundfunks in Österreich**

#### **7.1.1 Die Einführung der Privatradios**

1995 starteten die ersten beiden Privatradios in Österreich. Am 1. April 1998 fiel in Österreich das staatliche Rundfunkmonopol für das Radio und so waren insgesamt 15 Privatradios auf dem österreichischen Radiomarkt. Mittlerweile gibt es in Österreich über 70 Radiostationen.<sup>42</sup>

#### **7.1.2 Die Einführung von Privatfernsehen**

Am 1. August 2001 trat das Privatfernsehgesetz in Kraft. Am 1. Juni 2003 startete ATVplus als erster terrestrischer Privatfernsehsender Österreichs. Es wurde dann in ATV umbenannt. Mit dem Verlust des Rundfunkmonopols bangte der ORF sicherlich um die Gunst der Hörer und Seher. Denn dadurch war der weitere Verlust der Einschaltquoten, der schon durch den Empfang der deutschen Privatsender gegeben war, zu befürchten. Denn weniger Quote bedeuten geringere Werbeeinnahmen.

Sieht man sich die Lage für das Fernsehen im 2. Halbjahr 2008 an so sind 96% der österreichischen Privathaushalte mit einem Fernsehgerät ausgestattet. Durch die zunehmende Digitalisierung nimmt die Empfangbarkeit von Sendern zu. Waren es im Jänner 2007 im Durchschnitt 52 Sender so waren es Ende 2008 schon 71. In Kabel-Satellitenhaushalten gab es im selben Zeitraum einen Anstieg von 59 auf 76 Sender und in Satellitenhaushalten von 75 auf 102 Sender.<sup>43</sup>

#### **7.1.3 Öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk**

Hanni Chill und Hermann Meyn meinen in ihrem Bericht „Konkurrenz zwischen den Medien“, dass es durch die Erweiterung des Angebots über Kabel, Satellit und zusätzlicher Frequenzen in der Mitte der 80er Jahre in Deutschland die Hoffnung gab, dass es dadurch mehr Informationsfreiheit geben könnte und die Angst vor dem privaten Rundfunk bestand darin

---

<sup>42</sup> ORF-Medienforschung, <http://mediaresearch.orf.at/radio.htm>, eingesehen am 27.3.2009

<sup>43</sup> ORF-Medienforschung, [http://mediasearch.orf.at/c\\_fernsehen/console/blank.htm?c\\_fernsehen\\_heimel](http://mediasearch.orf.at/c_fernsehen/console/blank.htm?c_fernsehen_heimel), eingesehen am 26.3.2009

eine völlig neue Medienordnung in Deutschland zu bekommen. Dies kann man sicherlich auch auf Österreich beziehen.

Privater gegen öffentlich-rechtlichen Rundfunk, das ist aber hauptsächlich der Kampf um Werbung und Einschaltquoten. Auf der einen Seite steht der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der sich einerseits teilweise durch die Gebühren finanziert und der seinen Programmauftrag erfüllen muss, und auf der anderen Seite steht der private Rundfunk der gewinnorientiert handelt.<sup>44</sup> Dies gilt in Deutschland genauso wie in anderen Ländern.

## 7.2 Die Auswirkungen

### 7.2.1 Das Abwerben von Stars und Spitzenkräften

Die privaten Rundfunksender in Deutschland bieten oft populären Stars und Spitzenkräften, die bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu Unterhaltungsmagneten aufgebaut wurden, höhere Gagen an und werben sie so ab. In Österreich war zu beobachten, dass einige Mitarbeiter des ORFs zu den privaten Radio- oder Fernsehanstalten wechselten. Umgekehrt ist es aber so, dass der ORF ebenfalls viele Moderatoren von privaten Radiosendern und Fernsehanstalten abgeworben hat, sowie weiterhin abwirbt und dies geschieht in einem größeren Maße als umgekehrt.

Untermauert wird dies durch eine Aussage im Buch „Privatradio in Österreich - eine schwere Geburt, Piraten, Profis Pleiten“ (Rezension).

*„Wer profitiert am meisten vom Privatradio? Am ehesten der ORF, der in den letzten Jahren viele halbwegs ausgebildete Nachwuchs-Moderatoren und –Journalisten zum Spartarif verpflichten konnte.“<sup>45</sup>*

### 7.2.2 Die Preise für Lizenzen und Rechte steigen

Die Preise für Lizenzen um einen Spitzenfilm zu senden steigen, da auch die Privatanbieter mitbieten. Besonders begehrt sind die Rechte für die Erstausstrahlung von sogenannten „Blockbustern“<sup>46</sup>.

Der Preis für Sportrechte ist ebenfalls sehr gestiegen. Hanni Chill und Hermann Meyn führen in ihrem Bericht an, dass die Rechte für die Fußballbundesliga pro Saison für die ARD und den ZDF 1985/86 noch 12 Millionen DM (ca. 6 Millionen €) ausmachten. 1997/98 war schon ein Betrag von 180 Millionen DM (ca. 90 Millionen €) zu zahlen, wenn man die Rechte erwerben wollte. Auch der ORF muss nun für Lizenzen wesentlich mehr aufbringen als in der Vergangenheit.

---

<sup>44</sup> Bundeszentrale für politische Bildung : Bonn, 1998

<sup>45</sup> Reichel, Werner : Rezension unter:

<http://www.nurido.at/news/buecher/privatradioinoesterreicheinerezension.html>, eingesehen am 23.2.2009

<sup>46</sup> Erklärung zu Blockbuster: Filme mit hohem Bekanntheitsgrad, sogenannte Straßenfeger

### 7.2.3 Die Ungleichheit der Wettbewerbsbedingungen

Alle Fernsehanstalten, egal ob öffentlich-rechtlich oder privat, kritisieren die unterschiedlichen Wettbewerbsbedingungen. Die Privaten kritisieren die Doppelfinanzierung für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch Rundfunkgebühren und Werbung. Umgekehrt kritisieren die öffentlich-rechtlichen die freien Werbezeiten für die privaten Rundfunkunternehmen. Ein Ungleichgewicht scheint sicher zu bestehen; die großen Privatsender in Deutschland und Österreich sind in Besitz großer, auflagenstarker Zeitungen und Magazine, und hier haben sie die Möglichkeit für ihre Programme zu werben, was oft genutzt wird.

### 7.2.4 Die Macht der Quote

Die Jagd nach der Quote führt dazu, dass auch die öffentlich-rechtlichen Programme durch den Wettbewerbsdruck, mit ähnlichen Programmangeboten wie die Privatsender, ihr Programm verändern.

Im deutschen Hörfunk werden ununterbrochen die Programme der Landesrundfunkanstalten reformiert, um die Hörer der privaten Hörfunkanbieter zurückzugewinnen. Angebote der Konkurrenz die erfolgreich sind werden adaptiert und übernommen.

Dies führt sowohl beim Hörfunk als auch bei den Fernsehsendern dazu, dass sich die Programme immer ähnlicher werden und die Unverwechselbarkeit der Rundfunkanbieter für den Hörer und Seher immer mehr verloren geht.<sup>47</sup>

### 7.2.5 Die Resultate für den ORF durch die Privatsender

Auch sechs Jahre nach der Zulassung der Privatradios in Österreich liegt deren Marktanteil noch immer unter 20%. Die ORF-Radios konnten sich in ihrer Gesamtheit gegenüber den Privatradios klar behaupten. Wobei Ö3 die unangefochtene „Nummer Eins“ auf dem Radiomarkt ist. Im November 1996 wurde Ö3 reformiert. Der Sender erhielt, ein neues Logo, ein professionelles Radiomarketing und wurde als Hitradio der 1980er und 1990er Jahre positioniert. In der Folge bekam Ö3 auch ein neues Studio (vormals war Ö3 im Funkhaus in der Argentinierstraße in Wien untergebracht) in 1190 Wien.<sup>48</sup>

Die Konkurrenz zwischen dem ORF und den österreichischen Privatfernsehsationen, hat für den ORF weniger einschneidende Wirkungen gehabt, als befürchtet. Allerdings sind die großen

---

<sup>47</sup> Bundeszentrale für politische Bildung : Bonn, 1998

<sup>48</sup> medialine.de, <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon/medialexikon-oesterreich.php?snr=402>, eingesehen am 06.07.2009

deutschen Privatsender wie RTL, ProSieben, Sat.1 viel eher Konkurrenten. 1996 starteten die eigenen Österreich Werbefenster von RTL und Sat.1; 1998 von ProSieben.<sup>49</sup>

Der extradienst schreibt in seinem Artikel "Werbeeinnahmen: Privat-TV vor ORF" das 54% aller Bruttowerbeausgaben zu ProSieben, RTL, ATV, Puls 4, und Co gingen und 46% an den ORF. Das bedeutet einen Verlust der beiden ORF-Sender von 16% (Vergleich Jänner 2009 mit dem Jänner 2008). Vom Plus profitieren hauptsächlich die deutschen Sender mit österreichischem Werbefenster.<sup>50</sup>

## 7.3 Maßnahmen und Lösungsansätze

Um auf den bestehenden Konkurrenzdruck zu reagieren, muss ein Sender die nötigen Schritte setzen. Im Folgenden sollen einige wichtige Punkte erläutert werden.

### 7.3.1 Die Individualität des Senders

Der wachsende Konkurrenzdruck erfordert es neue Maßnahmen zu treffen. Wichtig für den Kunden ist die Unverwechselbarkeit des Senders. Dies ist insofern schwieriger geworden, da, sich, wie schon erwähnt, die Programme immer ähnlicher werden.

Dies liegt auch daran, dass die meisten Programmanbieter die gleiche Zielgruppe ansprechen wollen. Es geht den Medienunternehmen um die Konsumenten zwischen 14 und 49 Jahren. Dadurch kommt es zu einer Angleichung der Programme und zu einem Verlust des Profils.<sup>51</sup>

H.P.Dubke meint, dass es bei mangelnder Markttransparenz von großer Wichtigkeit für den Konsumenten ist, leicht bewert- und vergleichbare Entscheidungskriterien zu haben. Eine Individualisierung der Angebotsleistung, schafft Unverwechselbarkeit, Vertrauen des Kunden und ein positives Image für das Unternehmen. Die Gewinnung neuer Hörer und Seher ist wichtig. Viel mehr Wert sollte aber besonders auf die Erhaltung alter Kunden gelegt werden, dann kommt es zur Schaffung von Dauerkunden.<sup>52</sup>

Die Unverwechselbarkeit ist enorm wichtig. Wenn der Hörer und/oder Seher ein bestimmtes Programm sehen oder hören will, sollte er es leicht erkennen können und zwar nicht am eingeblendeten Logo, sondern an den Stimmen und Eigenheiten der Moderatoren, beim Radio besonders am Musikformat. Sendungen und Beiträge sollten nach Möglichkeit immer an einem bestimmten Tag zu einer bestimmten Uhrzeit gesendet werden. Das verschafft Vertrauen zum Programm und einen Wiedererkennungswert.

Die Medienunternehmen und die Werbung haben die Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen zu ihrer Hauptzielgruppe erkoren. In einer Zeit in der man von einer rasch zunehmenden

---

<sup>49</sup> Wirtschaftsblatt, Bericht von Stefan Mey und Robert Prazak, <http://www.wirtschaftsblatt.at/archiv/352183/index.do>, eingesehen am 28.5.2009

<sup>50</sup> extradienst, <http://www.extradienst.at/Artikel.33+M59a8fe70dce.0.html>, eingesehen am 16.4.2009

<sup>51</sup> Meister, Ulla, Meister, Holger : München 2006. Seite 365-379.

<sup>52</sup> Dubke, H.P. : Wiesbaden 1981

Überalterung, verbunden mit Lebensqualität und Vitalität redet, ist es erstaunlich dass diese ständig wachsende Zielgruppe der über 55jährigen so wenig berücksichtigt wird. Im ORF ist weder im Fernsehen, noch bei Radio Niederösterreich eine Sendung für diese Zielgruppe vorhanden. Die Zielgruppe 55+ ist auch finanzkräftig, da alle Basisanschaffungen (z.B. Wohnung/Haus, Einrichtung, Auto,...) vorhanden sind und die Kinder meist nicht mehr zu Hause wohnen. Darüber sollten die Sendungsverantwortlichen und die Werbung nachdenken. Die Schaffung von Neukunden ist sicherlich erstrebenswert, aber die „alten“ Kunden zu halten ist viel leichter zu bewerkstelligen, denn hier muss keine Überzeugungsarbeit geleistet werden. Wichtig ist eine „Kundenpflege“, die sicherlich mit einer gut funktionierenden Serviceeinrichtung zu bewerkstelligen ist.

### 7.3.2 Die Kommunikation

Das Hauptaugenmerk der Öffentlichkeitsarbeit eines Medienunternehmens, wie dem ORF, liegt auf der Kommunikation. Das heißt, der ORF gibt Informationen nach außen ab. Im Rahmen der Kommunikation hat das Unternehmen die Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben, indem es seine Andersartigkeit bzw. besondere Eigenschaften unterstreicht. Der ORF informiert sein Publikum durch Information über das Programmangebot von Radio und Fernsehen und holt ein Feedback ein, durch Teletests und Radiotests. Damit ist es möglich, die Wünsche des Publikums herauszufinden und gegebenenfalls eine neue Programmgestaltung vorzunehmen.<sup>53</sup> Dem ist hinzuzufügen, dass es durch den Radio- und Teletest kein genaues Feedback gibt, da hier vorwiegend die Reichweite und der Marktanteil von Interesse sind. Einzelne Inhalte, Details und Meinungen aber auch Kritiken von Seiten des Publikums erfährt das Unternehmen nur durch die Protokolle der ORF-Serviceeinrichtungen. Die Informationsvielfalt und das Detailwissen der Mitarbeiter einer Serviceeinrichtung über die Kunden/das Publikum wird im ORF noch zu wenig genutzt.

### 7.3.3 Zusatzangebote für den Kunden

Sehr häufig werden bei Privaten und bei öffentlich-rechtlichen Sendern Clubs gegründet, die regelmäßig Clubzeitschriften herausgeben oder beispielsweise Veranstaltungen und Reisen organisieren. Damit versucht man Teile des Publikums als Multiplikatoren zu nutzen. Ein weiteres Mittel, die PR-Erreichbarkeit des Publikums zu nutzen, sind Sendungen in eigener Sache. Darüber hinaus sind, wie in anderen Branchen auch Informationsbroschüren über das Unternehmen, Jahrbücher, Geschäftsberichte und diverse Arten von Werbeartikeln wichtig.<sup>54</sup>

On-Air-Promotions, die durch den Kontakt mit dem Hörer/Zuseher entsteht, wenn etwa Gewinnspiele durchgeführt oder Hörerwünsche platziert werden, sind ebenfalls von der Kundenseite sehr geschätzte Leistungen im Programmangebot.

---

<sup>53</sup> Sulzbacher, Claudia : 2002, Seite 107

<sup>54</sup> Pirner, Gerhard : 1989, Seite 179-180

Bei Radio Niederösterreich werden mehrere Mittel eingesetzt. Beispielsweise gibt es einmal im Jahr den Radio NÖ Schlagerdampfer, eine Veranstaltung die im Sommer auf einem Schiff stattfindet und Radio Niederösterreich Moderatoren durch das Programm führen, des weiteren tritt dort ein musikalischer Stargast auf und während der Fahrt kann getanzt werden. Anzuführen sind auch die Radio Niederösterreich Hörerreisen mit einem, oder einer Moderator(in) des ORF Landesstudios. Hier können die teilnehmenden Urlauber auch auf Sendung von der Reise berichten. Im Fernsehprogramm sind es die NÖ-Heute Gäste, denen es ermöglicht wird einmal hinter die Kulissen zu blicken und live im Fernsehen zu grüßen und die Sendung anzukündigen. Oder die ORF Niederösterreich Sommertour, bei der sich beispielsweise Vereine im Fernsehen präsentieren und die Zuseher ihren Favoriten der Vereine wählen. Die Angebote für das Publikum sind noch zahlreicher und werden gerne in Anspruch genommen, dies zeigen die Reaktionen beim ORF Publikumsservice Niederösterreich.

### 7.3.4 Der Service- und Kundendienst

Dass der Service-/Kundendienst oft als Notwendigkeit für den Kunden, aber nicht als wichtig für das Unternehmen, gesehen wurde war lange Zeit so. Erst durch Maßnahmen der Corporate-Identity-Konzepte wurde die Bedeutung der Service- und Kundendienste in zunehmendem Maße wichtiger. Die Begründung ist schnell gefunden, denn Servicemitarbeiter haben sehr viele Kontakte mit den Kunden und somit können sie das Image und Erscheinungsbild des Unternehmens beeinflussen. Die Service-Mitarbeiter sind für die Kunden sehr oft die einzigen Repräsentanten des Unternehmens.<sup>55</sup>

Setzt man die ORF Almanache mit der Wichtigkeit des Kundendienstes für den ORF in Relation, so führen diese von 1971 bis zum Jahr 1995/96 den ORF Kundendienst immer an. Die einzige Ausnahme ist der ORF Almanach von 1991/92, bei dem der Kundendienst nicht erwähnt wird. Im Geschäftsbericht von 2002 ist zu lesen, und dies ist die Quintessenz wenn man alle Almanache zusammenfassen möchte, dass der ORF Kundendienst einen eindrucksvollen Beitrag zur Kundenzufriedenheit leistet.<sup>56</sup> 1971 übersiedelte der Kundendienst in das fertiggestellte ORF-Zentrum am Küniglberg. Interessant ist der Almanach von 1971 wo es heißt „Wenn es ich bei den angeschnittenen Fragen um Probleme die auch für die breitere Öffentlichkeit von Interesse sind handelt, so werden sie alle 14 Tage in der Kundendienstsendung im 1.Fernsehprogramm des ORF beantwortet“<sup>57</sup> Es gab also eine eigene Fernsehsendung zu den Kundenanfragen.

Ein entscheidender Faktor zur Bindung des Publikums an den ORF ist die Kundenzufriedenheit. Die ORF Publikumsratsstudie aus dem Jahr 2005 die besagt, dass 70 % der befragten Österreicherinnen und Österreicher die bestehenden Kontakt- und Beteiligungsmöglichkeiten mit dem ORF genutzt haben. Die mehrheitlich positive Bewertung der ORF-Serviceeinrichtungen und die Möglichkeiten der Publikumsbeteiligung an ORF-Sendungen waren eindeutig. Es gibt es eine hohe Zufriedenheit mit den Service-Angeboten des ORF. Die

---

<sup>55</sup> Maier, Bernhard C. : 1994 . Seite 19

<sup>56</sup> ORF Almanache der Jahre : 1971, 1974, 1977, 1980, 1983, 1986/87, 1991/92, 1995/96 und der ORF Geschäftsbericht 2002, Seite 35

<sup>57</sup> ORF Almanach : 1971, Seite 251

beste Bewertung auf der fünfteiligen Schulnotenskala (1 = sehr zufrieden, 5 = überhaupt nicht zufrieden) erreicht mit Note 1,6 das Ö1-Service, mit einer Note von jeweils 1,8 folgen die Publikumsservices der Landesstudios, die SMS-Dienste, der ORF-Shop und das ORF-Videoservice. ORF-Kundendienst, Ö3-Hörerservice und der direkte Kontakt mit Redaktionen erreichen Note 2,0.<sup>58</sup> Obwohl es zu diesem Zeitpunkt das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich noch nicht gab, darf davon ausgegangen werden, dass die Studienergebnisse die gleichen gewesen wären.

In wirtschaftlicher Hinsicht hat sich der Wettbewerb auf einen anderen Bereich geschlagen. Um sich in den sechziger Jahren zu profilieren, hat man sich des Marketings bedient. In Laufe der siebziger Jahre erhielt die Produktion die größte Aufmerksamkeit und rund 10 Jahre später die Qualität. Momentan hat das Service Eingang in den Wettbewerb gefunden - ein Bedeutungswandel von Service- und Kundendienst, der sich in Zukunft noch verstärken wird.<sup>59</sup>

Genau dies belegt die Studie zum Thema "Einsatz von Service-Rufnummern und Premium SMS in Medienunternehmen" welche vom Marktforschungsinstitut Karmasin 2005 durchgeführt wurde. Die Studie belegt, dass **Service-Rufnummern boomen**. Rund 200 österreichische Unternehmen aus den verschiedensten Sparten des Medienbereiches bildeten dabei die Grundgesamtheit.

Durch die zahlreichen Vorteile, die Service-Rufnummern bieten - kostengünstig, leichte Merkbarkeit, einfache Bedienung - werden sie in Zukunft noch viel öfter zum Einsatz kommen.

Knapp die Hälfte der Befragten hat bereits einmal eine Service-Rufnummer im Unternehmen eingesetzt. Am häufigsten werden Service-Rufnummern mit 69 % für Gewinnspiele genutzt. Fast genauso beliebt - mit 58 Prozent - sind Service-Rufnummern für Infolines, 28 Prozent setzen sie für interaktive Services wie Votings ein, Bestellhotlines nannten 19 Prozent der Befragten.

Ein Drittel der Interviewten nutzt Service-Rufnummern zur Leser- bzw. Seherbindung.

Als die Befragten ihre Zufriedenheit über den Einsatz von Service-Rufnummern mittels Schulnotensystem bewerteten, vergaben knapp drei Viertel die Noten "Sehr gut" und "Gut", das verbleibende Drittel war durchschnittlich zufrieden.<sup>60</sup>

Es wird in Zukunft unumgänglich sein das Serviceangebot zu erweitern. Das bedeutet Besonderheiten in das Angebot einzubauen, um sich weiter von der Konkurrenz abzuheben. Solche Extras muss man herausfinden und zudem sollten sie für die Konkurrenz nur schwer zu kopieren sein.

---

<sup>58</sup> ORF-Medienforschung, Publikumsratsstudie 2005, [http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien\\_orf\\_service.htm](http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_orf_service.htm), eingesehen am 27.2.2009

<sup>59</sup> Davidow, H. William, Uttal, Bro :, Frankfurt/Main, New York 1991, Seite 43 ff

<sup>60</sup> presstext austria, <http://presstext.at/news/050929011/karmasin-studie-belegt-service-rufnummern-boomen/>, eingesehen am 20.6.2006



## 8 Interviews der Verantwortlichen des ORF Landesstudios Niederösterreich zum Publikumsservice

Die Ziele, Hauptaufgaben und die Gründe warum es eine eigene Serviceeinrichtung für das Landesstudio Niederösterreich gibt, sollen nun im folgenden Kapitel die Verantwortlichen des Landesstudios Niederösterreich erklären: der Landesdirektor Norbert Gollinger, der Programmchef Michael Friedrich, der Chefredakteur Mag. Richard Grasl, sowie der Chef des ORF Publikumsservices Niederösterreich Mag. Michael Koch.

Die Fragen wurden per E-Mail gestellt und ebenso beantwortet.

### Interview mit Norbert Gollinger, Landesdirektor

- 1) Warum war es Ihnen wichtig, ein eigenes Publikumsservice NÖ einzuführen?

*Für die optimale Betreuung unserer Zuseher/innen und Hörer/innen ist es wichtig, dass die Kunden eine eigene Anlaufstelle im Landesstudio haben, an die sie sich mit ihren Anliegen, Wünschen und auch Kritik wenden können. Gleichzeitig ist es notwendig, dass Mitarbeiter des Landesstudios direkt die anrufenden Hörern und Sehern betreuen können, damit das Publikum möglichst rasch die gewünschten Informationen erhält. Schließlich haben die Kolleginnen und Kollegen des PS die Möglichkeit sich die notwendigen Unterlagen und Daten in den zuständigen Abteilungen des Landesstudios auf kurzem Weg zu organisieren. Die optimale Betreuung des Publikums ist ein wichtiger Faktor bei der Hörer- und Seher-Bindung.*

- 2) Worin sehen Sie die Hauptaufgaben eines Publikumsservice?

*Die Hauptaufgabe des Publikumsservices (PS) ist es, die Wünsche der anrufenden Hörer u. Seher nach Möglichkeit zu erfüllen. Das reicht von einfachen Auskünften wie Musiktiteln oder Sendezeiten, bis zu umfangreichen Unterlagen zu Sachthemen und der Übermittlung von Beitrags- und Sendungskopien. In vielen Fällen werden die Mitarbeiter des PS auch Missverständnisse und Unklarheiten, die bei den Kunden entstanden sind, aufklären können. Alles das trägt neben einem optimalen Programm ganz wesentlich zur Zufriedenheit des Publikums bei. Im zunehmend härter werdenden Radio- und Fernsehmarkt sind die Leistungen des PS mit entscheidend über Erfolg und Akzeptanz des Senders.*

- 3) Was bringt ein Publikumsservice den anderen Mitarbeitern und Kollegen?

*Die Arbeit des PS entlastet die Programmmacher. Die Programmmacher, die in der Vergangenheit während der Gestaltung von Beiträgen oder der Vorbereitung von Sendungen, Publikumsanfragen, die im News-Room gelandet sind, beantwortet haben. Da der Zeitdruck eines Redakteurs einer gedeihlichen Gesprächsatmosphäre mit Hörern und Sehern nicht förderlich ist hat sich die Einführung des PS auch in dieser Hinsicht ganz klar bewährt.*

- 4) Hat das Tagesprotokoll des Publikumsservice jemals Einfluss auf Entscheidungen/Handlungen/Argumentationen bei Ihnen gehabt? Und wenn ja, können Sie mir ein Beispiel nennen?

*Ja. Wir haben Hinweise und Anmerkungen des Publikums bereits häufig berücksichtigt. Das hängt natürlich von der Intensität der Reaktionen und vom jeweiligen Thema ab. Anmerkungen über zu schnelles Sprechtempo von Moderatoren oder zu laute Hintergrundmusik bei Schlagzeilen oder Flächenbeiträgen sind bereits zum Anlass genommen worden, die Fragen mit den Betroffenen zu erörtern und Gegenmaßnahmen zu setzen.*

- 5) Was bedeutet für Sie das Publikumsservice NÖ?

*Für mich bedeutet das PS die direkte Verbindung des Landesstudios zu seinen Hörern und Sehern.*

- 6) Ist ein Publikumsservice ein Mittel zur Imagesteigerung und Werbung eines Unternehmens?

*Das PS fördert die Zufriedenheit der Kunden und leistet damit natürlich einen Beitrag zum positiven Image des Landesstudios.*

- 7) Welche Wünsche, Erwartungen und Anregungen haben Sie an das Publikumsservice NÖ?

*Das PS des Landesstudios Niederösterreich leistet in der Betreuung unserer Hörer und Seher exzellente Arbeit. Wofür ich den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch meinen Dank und meine Anerkennung aussprechen möchte. Ich wünsche mir, dass die Kolleginnen und Kollegen des PS auch weiterhin mit der gleichen Umsicht, Geduld und hohem Einfühlungsvermögen zum Erfolg des Landesstudios beitragen.<sup>61</sup>*

### **Interview mit Michael Friedrich, Programmchef**

- 1) Warum war es Ihnen wichtig, ein eigenes Publikumsservice NÖ einzuführen?

*ORF-NÖ wurde von Publikumsservice der ORF-Zentrale mitversorgt, deshalb Notwendigkeit einer eigenen Servicestelle, die im Landesstudio NÖ angesiedelt – mit NÖ-Telefonnummer – Hörern und Sehern zur Verfügung steht. Komplexeres Serviceangebot, weil im eigenen Haus.*

- 2) Worin sehen Sie die Hauptaufgaben eines Publikumsservice?

*Schnelles, kompetentes Kommunikationszentrum im Dienste des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags.*

---

<sup>61</sup> Gollinger, Norbert [Landesdirektor ORF Niederösterreich] : E-Mail vom 17.06.2009

- 3) Was bringt ein Publikumsservice den anderen Mitarbeitern und Kollegen?

*Kundennähe und Feedback.*

- 4) Hat das Tagesprotokoll des Publikumsservice jemals Einfluss auf Entscheidungen/Handlungen/Argumentationen bei Ihnen gehabt? Und wenn ja, können Sie mir ein Beispiel nennen?

*Tagesprotokolle sind auch Indikatoren für Programmleistungen – bei Aktiva bzw. Defiziten. Können mithelfen, Unzulänglichkeiten schnell zu beheben und Kundenwünsche bzw. –bedürfnisse rasch umzusetzen. Beispiel: Musiktitelabfrage wurde nicht zuletzt aufgrund der Rückmeldungen via Publikumsservice realisiert.*

- 5) Was bedeutet für Sie das Publikumsservice NÖ?

*Dienstleistungsstelle.*

- 6) Ist ein Publikumsservice ein Mittel zur Imagesteigerung und Werbung eines Unternehmens?

*Service is our success – Kundendienst zählt zur unverzichtbaren, selbstverständlichen Grundausrüstung eines Kommunikationsbetriebs.*

*Den Unterschied macht die Servicequalität, sie ist bestimmender Imagefaktor.*

- 7) Welche Wünsche, Erwartungen und Anregungen haben Sie an das Publikumsservice NÖ?

*Noch stärkere An- und Einbindung ans/ins Programm – noch höhere Wertschöpfung durch unmittelbaren Kundenkontakt.<sup>62</sup>*

### **Interview mit Mag. Richard Grasl, Chefredakteur**

- 1) Warum war es Ihnen wichtig, ein eigenes Publikumsservice NÖ einzuführen?

*Die Bindung unserer Kunden an unsere Sendungen und an das Unternehmen ist in Zeiten zunehmender Konkurrenz immer wichtiger. Darüberhinaus wird die Kommunikation zwischen einem TV- und Radio-Sender mit seinen Kunden immer interaktiver. E-Mails aber auch Telefonkontakte werden häufiger. Die korrekte, fachkundige, aber auch rasche Betreuung von Kundenanfragen halte ich für einen kritischen Erfolgsfaktor für ein Medienunternehmen.*

- 2) Worin sehen Sie die Hauptaufgaben eines Publikumsservice?

*Einerseits Hintergründe über ausgestrahlte Beiträge zu vermitteln, aber auch Anlaufstelle für Wünsche und Beschwerden der Zuseher zu sein.*

---

<sup>62</sup> Friedrich, Michael [Programschef ORF Niederösterreich] : E-Mail vom 24.06.2009

- 3) Was bringt ein Publikumsservice den anderen Mitarbeitern und Kollegen?

*Das Feedback auf unsere Sendungen ist ein wichtiger Gradmesser für die weitere Ausrichtung der Sendungsinhalte. Eine kompetente Weitervermittlung der Kundenwünsche ist daher für die „Lernkurve“ der Redaktion von großer Bedeutung.*

- 4) Hat das Tagesprotokoll des Publikumsservice jemals Einfluss auf Entscheidungen/Handlungen/Argumentationen bei Ihnen gehabt? Und wenn ja, können Sie mir ein Beispiel nennen?

*Ja. Bei klaren Fehlern kann man diese gegebenenfalls korrigieren. Bei „Meinungskomentaren“ zu Sendungsinhalten oder Moderatoren ist vor allem wiederkehrende Kritik Anlass zum Nachdenken, ob man auf dem richtigen Weg ist. Konkreter letzter Fall einer Publikumsanregung, die wir umsetzen werden: ein Seher hat schriftlich den Vorschlag eingebracht, dass wir in Zeiten der Wirtschaftskrise „gute“ Nachrichten verstärken und auch ausschildern sollen. Nachdem wir die Kritik, dass zu viel Negatives berichtet wird, zuletzt öfter wahrgenommen haben, starten wir die Sommer-Kampagne „die gute Nachricht“.*

- 5) Was bedeutet für Sie das Publikumsservice NÖ?

*Einen direkten Draht zu unseren SeherInnen und HörerInnen und das Wissen, dass diese gut und rasch beraten werden.*

- 6) Ist ein Publikumsservice ein Mittel zur Imagesteigerung und Werbung eines Unternehmens?

*Na klar: service is our success. Die Zeiten, in denen ein Monopolist den Sehern einfach das Programm „vorgesetzt“ hat, sind vorbei.*

- 7) Welche Wünsche, Erwartungen und Anregungen haben Sie an das Publikumsservice NÖ?

*Der „Seismograph“ für die Programmmacher an den Kunden zu sein. Trends bei den Anrufern gut gewichtet an die Verantwortlichen weiterzugeben. Unwichtiges von Wichtigem zu trennen. Und für unsere Hörer und Seher mit all ihren Wünschen, Ärgernissen, Kritikpunkten und Bedürfnissen ein guter Ansprechpartner zu sein.<sup>63</sup>*

### **Interview mit Mag. Michael Koch, Chef des Publikumsservice Niederösterreich**

- 1+2) Warum war es Ihnen wichtig ein eigenes PS NÖ einzuführen und worin sehen Sie die Hauptaufgaben eines Publikumsservice?

*Das Publikumsservice ist ein ganz wichtiges Link zwischen Publikum und Programm respektive dem ORF – und je „direkter“ da die Kommunikation läuft, desto besser. Daher ist es meines Erachtens auch durchaus sinnvoll und im Sinn des gesamten*

<sup>63</sup> Grasl, Richard [Chefredakteur ORF Niederösterreich] : E-Mail vom 23.06.2009

*Unternehmens, wenn es über den zentralen ORF Kundendienst hinaus auch die regionalen Ansprechpartner gibt.*

*Abgesehen davon sind auf diesem Weg auch die bestmöglichen (und vor allem rasche) inhaltlichen Antworten zu regionalen Anfragen sichergestellt. Nicht zuletzt leistet das Publikumsservice auch organisatorische Unterstützung für die Abwicklung diverser On-Air-Aktivitäten (Gewinnspiele, Verlosungen etc.) und betreut auch die Hörfunk- und Fernseh-Kopien für das Publikum.*

3) Was bringt ein Publikumsservice den anderen Mitarbeitern und Kollegen?

*Das Publikumsservice ist zum einen „Blitzableiter“ und zum anderen wichtige Auskunftstation innerhalb des ORF NÖ. Wer sich über etwas ärgert und aufregt – oder aber eine konkrete Information bzw. Hilfestellung sucht, wendet sich hierher bzw. wird hierher verwiesen. Das erklärt noch einmal die Bedeutung des PS für das Studio – abgesehen davon, dass vor der Einführung des Publikumsservice viele der Anfragen „quer durch die Redaktion“ gelaufen sind und da zum einen falsche Gesprächspartner bzw. zeitliche Probleme (Produktionsdruck etc.) aufgetreten sind, was die Kommunikation mit den Anrufern für beide Seiten nicht gerade erleichtert hat.*

4) Hat das Tagesprotokoll des Publikumsservice schon jemals Einfluss auf Entscheidungen/Handlungen/Argumentationen bei Ihnen gehabt? Und wenn ja, können Sie mir ein kurzes Beispiel nennen?

*Diese Frage müssten die Programmverantwortlichen beantworten. Aus meiner Sicht als Serviceredakteur kann ich nur sagen, dass das direkte Feedback – wie viele und welche Reaktionen bzw. Anfragen gibt es zu konkreten Themen – durchaus Rückschlüsse auf die Interessenslage des Publikums und damit auch auf die Themenauswahl und Gestaltung hat.*

5) Was bedeutet für Sie das Publikumsservice NÖ?

*Wie schon gesagt, eine wichtige Kommunikations-Drehscheibe und ein „Filter“ für Publikumsstimmungen, den primären Ansprechpartner für den Konsumenten und insgesamt eine Servicestelle für das gesamte Landesstudio.*

6) Sehen Sie das Publikumsservice NÖ auch als ein Mittel zur Werbung und Imagesteigerung für den ORF NÖ?

*Wenn es „gut“ funktioniert und vor allem auch menschlich kompetent mit dem Publikum umgeht, in jedem Fall. Das ist meines Erachtens noch wichtiger, als in jedem Fall auf jede Anfrage sofort eine umfassende Antwort geben zu können – dafür gibt's Verständnis, dass manches erst recherchiert werden muss. Es kommt auf die Atmosphäre des Gesprächs an.*

*Und da sprechen Dankes-Karten, selbstgebackene Kuchen u.a.m. des Publikums eine gute Sprache.*

7) Welche Wünsche, Erwartungen und Anregungen haben Sie an das Publikumsservice NÖ?

*Ist eigentlich schon zuvor gesagt – vor allem menschliche Kompetenz, Verständnis für die Anliegen des Publikums (und damit verbunden sicher oft auch Geduld). Und letztlich Freude am Umgang mit Menschen sowie ein gewisses Maß an „detektivischem Drang“, um auch verzwickte Fragen positiv zu beantworten.*

*Inwieweit Publikumsanfragen bzw. –anrufe noch stärker direkt oder indirekt in das Programm einfließen können/sollen, ist eine Frage an die Programmverantwortlichen.<sup>64</sup>*

Fasst man die Interviews zusammen, so waren die Beweggründe ein eigenes ORF Publikumsservice im Landesstudio Niederösterreich zu gründen die, eine Serviceeinrichtung im Haus zu haben die ein regionaler Ansprechpartner für die Hörer und Seher ist.

Für die Mitarbeiter und Kollegen im Landesstudio Niederösterreich bedeutet das Publikumsservice eine Entlastung insofern, dass vor der Einführung des Publikumsservices Niederösterreich die Anfragen quer durch die Redaktionen gingen. So kamen die Anfragen oft zum falschen Ansprechpartner oder es gab zeitliche Probleme, die Kommunikation für beide Seiten war somit nicht zufriedenstellend.

Schnelligkeit und Kompetenz sind für die Zufriedenheit der Hörer und Seher die sich bei einer Servicestelle melden wichtig. Eine rasche Beantwortung einer detaillierten Anfrage, kann insofern schneller erledigt werden, da sich die Mitarbeiter des Publikumsservices Niederösterreich direkt an die Programmgestalter, wenn nötig, wenden können.

Kundenbindung in Zeiten der zunehmenden Konkurrenz von Fernsehen und Radio ist ein Erfolgsfaktor für ein Unternehmen. Die fachkundige, korrekte Vorgehensweise auf Seiten der Mitarbeiter im Publikumsservice ist daher unumgänglich. Menschlichkeit, Kompetenz und Höflichkeit am Telefon trägt zur positiven Imagesteigerung bei. „Service is our success“ ist eine unverzichtbare Grundausstattung eines Kommunikationsbetriebes.

Der Aufgabenbereiche des Publikumsservice liegen darin Auskünfte zu geben und Missverständnisse sowie Unklarheiten auf Seiten des Publikums auszuräumen. Die Bedeutung des Publikumsservices liegt in der direkten Verbindung mit den Hörern und Sehern. Hintergründe können vermittelt werden. Die Atmosphäre des Gesprächs ist als wichtiger zu erachten als die Schnelligkeit eine Antwort parat zu haben. Der Hörer und Seher hat Verständnis, wenn manches recherchiert werden muss. Die Erwartungen an das Publikumsservice von Seiten der Seher und Hörer sind Umsicht und Geduld, Einfühlungsvermögen, menschliche Kompetenz und Verständnis. Die Dienstleistung die erbracht wird, ist eine rasche und gute Beratung. Beim Kunden Zufriedenheit zu erreichen, Auskunfts- und Servicestelle für Konsumenten und Mitarbeiter zu sein, darin liegt der Wert und die Bedeutung einer solchen Einrichtung.

---

<sup>64</sup> Koch, Michael [Chef des Publikumsservice Niederösterreich] : E-Mail vom 2.6.2009

Trends, Entwicklungen, Wünsche, Anregungen und Kritiken an die Programmverantwortlichen weiterzugeben – das sind wichtige Hinweise für die Programmgestalter.

Das Feedback ist für die Moderatoren und Programmgestalter ein Gradmesser für die Ausrichtung der Inhalte und für persönliche und strukturelle Entwicklungsprozesse. Dass das Tagesprotokoll Auswirkungen auf Entscheidungen hat wird ausdrücklich mit „ja“ beantwortet. Die positiven Reaktionen und Meinungen bestätigen die Themenauswahl und Gestaltung von Beiträgen und Sendungen. Meinungskommentare, Anregungen und Kritiken, die sich wiederholen, geben Anlass nachzudenken, sich zu besprechen und gegebenenfalls Gegenmaßnahmen einzuleiten. Konkrete Beispiele die angeführt werden sind: Meinungen zum schnellen Sprechtempo einzelner Moderatoren, zu laute Hintergrundmusik bei den Schlagzeilen oder Beiträgen. Nach Unterredungen mit den Betroffenen konnte schnell Abhilfe geschaffen werden. Die Musiktitelabfrage auf der Website des ORF Landesstudios Niederösterreich waren wiederholte Hörerwünsche, die umgesetzt wurden. Der aktuelle Dienst setzt 2009 in einer Sommerkampagne die „gute Nachricht“ auf Anregung eines Sehers um.

Wäre also abschließend noch zu sagen - „*Alles das trägt neben einem optimalen Programm ganz wesentlich zur Zufriedenheit des Publikums bei. Im zunehmend härter werdenden Radio- und Fernsehmarkt sind die Leistungen des Publikumsservices mit entscheidend über Erfolg und Akzeptanz des Senders.*“<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Gollinger, Norbert [Landesdirektor ORF Niederösterreich] : E-Mail vom 17.06.2009

## 9 Der Aufbau des Tagesprotokolls des ORF Publikumsservices Niederösterreich

Michael Koch, Chef des ORF Niederösterreich Publikumsservices, informierte sich bei einigen anderen Landesstudios im Vorfeld über deren Serviceeinrichtungen und Protokolle. Dies trug wesentlich dazu bei, eine geeignete Struktur (wie weiter unten beschrieben) zu finden. Durch Vorschläge seinerseits und Anregungen der Mitarbeiter des Publikumsservice andererseits wurde das Protokoll in der hier abgebildeten Form entwickelt - siehe **Tabelle 2** / Seite 57. Natürlich ist das Programmschema und die Sendungen des Landesstudios die Voraussetzung für die Einteilungen des Tagesprotokolls. Die Protokolle der Serviceeinrichtungen des ORFs sind nicht standardisiert.

Zu jeder Anfrage an das Publikumsservice werden entsprechende Anfragedetails durch die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Publikumsservice in einer Tabelle festgehalten. Diese werden pro Tag (Montag bis Freitag) erfasst und als sogenanntes **Tagesprotokoll** bezeichnet.

Nun folgen die näheren Erläuterungen zum Tagesprotokoll:

Die **Zeit** gibt an wann das Gespräch/die schriftliche Anfrage stattgefunden hat.

Die **Art der Kontaktaufnahme** gibt an in welcher Form der Kontakt zustande kam (Brief, Telefon, E-Mail oder Fax).

Die **Anfragen zum Radio** (gemeint ist das Radioprogramm):

- **A** Adressen – wenn beispielsweise ein Mediziner zu Gast ist und der Hörer gerne zu ihm Kontakt aufnehmen möchte, dann kann er beim Publikumsservice Niederösterreich die Adresse erfahren.
- **M** Musik – hier werden hauptsächlich Musikanfragen wie Titel, Interpreten oder Plattenlabels erfragt.
- **N** News – unter News werden alle Fragen die die Hörer von Radio Niederösterreich zu den Radionachrichten haben protokolliert.
- **R** Rezept – wenn jemand gerne ein Rezept zugesendet haben möchte das er bei einer Radiosendung gehört hat (z.B. während der Promitime), dann wird ihm dieses zugeschickt.
- **W** Wellness – alles was mit Gesundheit und Wohlbefinden zu tun hat kann erfragt werden und falls Unterlagen (z.B. vom Apothekertipp am Samstag) vorhanden sind, können diese zugesandt werden.
- **O** Anfragen zu anderen ORF Sendern, z.B. zu Ö1 oder Ö3
- **S** Sonstiges – alles was nicht in die anderen Kategorien fällt, wird unter Sonstiges vermerkt.



[illegible]

**Tabelle 2: Tagesprotokoll des Publikumsservices des ORF Landesstudios Niederösterreich**

Die **Anfragen zum TV** (gemeint ist das Fernsehprogramm):

- **NÖ NÖ Heute** - wenn ein Seher etwas zu NÖ-heute anfragt, z.B. zu Beiträgen oder sich als Studiogast anmelden möchte, so wird dies entsprechend vermerkt.
- **L Land & Leute** - Wenn man über die Homepage von Land und Leute eine E-Mail an die Redaktion sendet, dann wird diese an den Posteingang des ORF Publikumsservice Niederösterreich weitergeleitet und bearbeitet. (Land und Leute ist eine Sendung die vom ORF Landesstudio Niederösterreich produziert wird.)
- **EÖ Erlebnis Österreich/Österreich Bild** - Anfragen dazu können, wenn die Sendung vom Landesstudio Niederösterreich produziert worden ist, beantwortet werden. Ansonsten werden sie an den zuständigen Servicedienst weitergeleitet.
- **O ORF 1, ORF 2** - Fragen dazu werden an das ORF-Zentrum in Wien weitergeleitet.

### Meinungen

Meinungen werden je nach Betreff zugeordnet:

- **RNÖ** Radio Niederösterreich
- **NÖH** Niederösterreich Heute
- **O** ORF sonstige Sender
- **A** allgemein

Alle Meinungen (Wünsche, Anregungen und Kritiken) werden in dieser Spalte genau vermerkt. Dieser Bereich ist für die Programmverantwortlichen von großem Interesse, da durch mehrmalige berechtigte Anregungen oder Kritiken Veränderungen im Programm vorgenommen werden können.

**B** Bestellungen – wenn eine Kopie einer von Radio Niederösterreich produzierten Hörfunk oder Fernsehsendung, oder eines Beitrags gewünscht wird, so wird diese vom ORF Publikumsservice Niederösterreich erstellt, versendet und im Protokoll vermerkt.

**F** Führungen - wenn eine Gruppe sich das Landesstudio Niederösterreich ansehen möchte, so kann man sich beim Publikumsservice dazu anmelden. Das Publikumsservice organisiert die Führung und diese wird von den Mitarbeitern im Tagesprotokoll festgehalten.

**männlich/weiblich** - hier wird das Geschlecht des Hörers oder Sehers festgehalten.

ca. **Alter** – hier kann das Alter der Kontaktperson vermerkt werden. Da in den Schätzungen des Alters jedoch zu viele Unsicherheiten liegen, wurde mittlerweile beschlossen das Alter nicht mehr auszufüllen. Diese Kategorie macht nur dann Sinn, wenn man ausdrücklich nachfragt.

**Kontakt** - wenn nötig: Name, Erreichbarkeit - wenn ein Rückruf erforderlich ist, oder die Meldung des Anrufers wichtig für das Programm ist, so ist dies in dieser Spalte festzuhalten.

**Stand** – was wurde getan? - hier wird beispielsweise festgehalten, dass eine Anfrage erledigt ist oder dass sie an den zuständigen Bereich/die zuständige Person weitergeleitet wurde.

**BearbeiterIn** – durch das Namenskürzel ist vermerkt wer die Anfrage eines Hörers oder Sehers beim Publikumsservice bearbeitet hat.

**Anmerkungen** - Besonderheiten, die in keine der anderen Kategorien passen werden hier festgehalten.

Je nach Inhalt der Anfrage sind die oben aufgelisteten Daten zu verwenden und bei Bedarf mit einer kurzen stichwortartigen Zusammenfassung zu ergänzen. Ein Auszug eines Tagesprotokolls ist im **Anhang**, Tabelle 3 / Seite 159, zu finden.

Zur besseren Übersicht wurden die wichtigsten Themen nochmals in **Abbildung 4** veranschaulicht. Dies wird in weitere Folge als Basis für die Analysen in Kapitel 10 herangezogen.

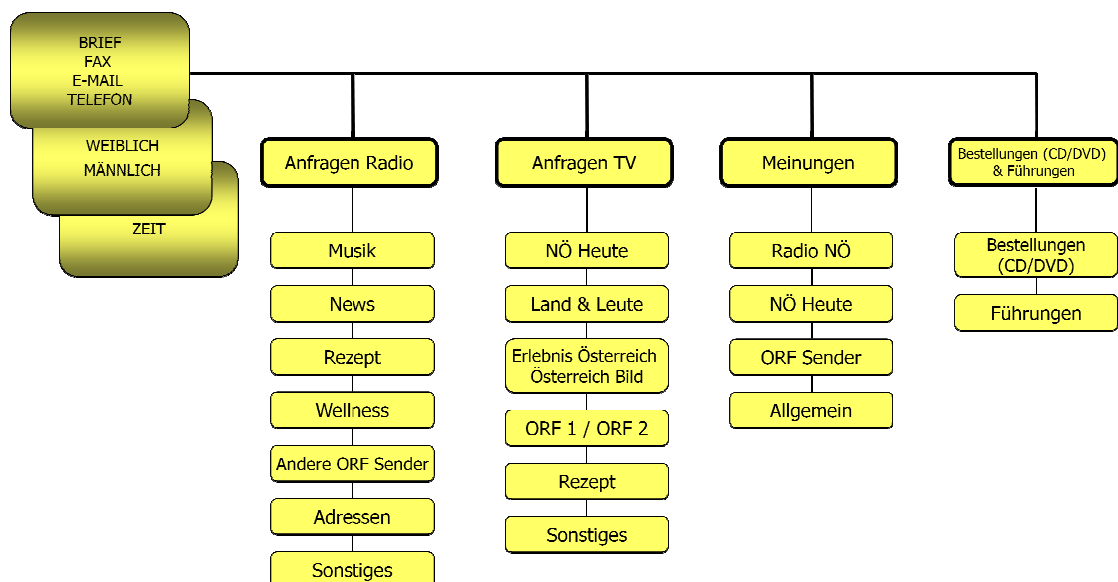


Abbildung 4: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich (Überblick)

Diese Abbildung enthält nicht: Alter, Kontakt, Stand - Was wurde getan?, BearbeiterIn und Anmerkungen, da diese Angaben für die Auswertungen nicht relevant sind.

## 10 Analyse der protokollierten Daten des Publikumsservices des ORF Landesstudios Niederösterreich

In diesem Kapitel werden die protokollierten Daten (Tagesprotokolle<sup>66</sup>) des Publikumsservices des ORF Landesstudios Niederösterreich analysiert. Insbesondere sollen die eingangs, in Kapitel 1.2, angegebenen Forschungsfragen „Was sagen die Tagesprotokolle des ORF Publikumsservices Niederösterreich aus? Gibt es Auffälligkeiten?“ hier beantwortet werden. Sämtliche Aussagen beziehen sich ausschließlich auf das ORF Landesstudio Niederösterreich.

Die Tagesprotokolle des Publikumsservices wurden freundlicherweise vom ORF Landesstudio Niederösterreich bereitgestellt. Die manuellen Eingaben in die Tagesprotokolle durch die Mitarbeiter des Publikumsservice können durchaus zu einem geringen Teil fehlerbehaftet sein, sind aber für die hier gemachten Analysen als vernachlässigbar anzusehen. Die in diesem Kapitel dargestellten Abbildungen können Rundungsfehler bei den Prozentangaben aufweisen.

Der **Betrachtungszeitraum** beginnt mit Einführung des Publikumsservices im **Oktober 2005**<sup>67</sup> und endet mit **Dezember 2008**.

Der Datenbestand für den genannten Zeitraum umfasst etwa **67.000 Datensätze** mit rund **430.000 Einträgen** zu den einzelnen Themen, wie die Art der Kontaktaufnahme, Anfragen zum Radio, Fernsehen (TV), zu Meinungen usw. Unter Meinungen werden insbesondere Wünsche, Anregungen und Beschwerden verstanden.

Eingangs, im Kapitel 10.1, werden Trends zu den Anfragen an das Publikumsservice von Oktober 2005 bis Ende 2008 analysiert und bewertet.

In den weiteren Kapiteln 10.2, 10.3, 10.4, und 10.5 werden jeweils die Jahre 2005, 2006, 2007 und 2008 getrennt und im Detail analysiert und bewertet.

---

<sup>66</sup> Tagesprotokolle, Publikumsservice ORF Niederösterreich (vgl. Kapitel 9)

<sup>67</sup> Das Publikumsservice wurde am 3. Oktober 2005 eingeführt.

## 10.1 Trendanalyse der Anfragen an das Publikumsservice von 2005 bis 2008

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der Trendanalysen zum Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich für den Zeitraum Oktober 2005 bis Dezember 2008 dargestellt. Als Basis dienen die Einträge in den Tagesprotokollen<sup>68</sup> des Publikumsservices.

Der Fokus liegt hierbei auf der Analyse und den Trends zu:

- Wie haben sich die Anfragen an das Publikumsservice im Zeitraum 2005 bis 2008 zahlenmäßig entwickelt?
- Wie entwickelten sich die Kontaktaufnahmen mittels Brief, E-Mail und Telefon im Zeitraum 2005 bis 2008 und wie sieht deren prozentuelle Aufteilung aus?
- Wie entwickelten sich zahlenmäßig die Anfragen zum Radioprogramm?
- Wie entwickelten sich zahlenmäßig die Anfragen zum Fernsehen (TV)?
- Wie entwickelten sich zahlenmäßig die abgegebenen Meinungen (Wünsche, Anregungen und Beschwerden)?
- Wie entwickelten sich zahlenmäßig Bestellungen<sup>69</sup> (CD/DVD) und Führungen?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung von Anfragen zum Radio, Fernsehen (TV), zu Meinungen und Bestellungen & Führungen aus?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie sieht das zeitliche Aufkommen der Anfragen zwischen 07:00 Uhr und 18:00 Uhr aus?<sup>70</sup>

In **Abbildung 5** ist der Fokus der in diesem Kapitel gemachten Analysen nochmals veranschaulicht.

---

<sup>68</sup> Tagesprotokolle, Publikumsservice ORF Niederösterreich (vgl. Kapitel 9)

<sup>69</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

<sup>70</sup> Das Publikumsservice Niederösterreich ist Montag bis Freitag in der Zeit von 08:00 bis 18:00 Uhr besetzt.

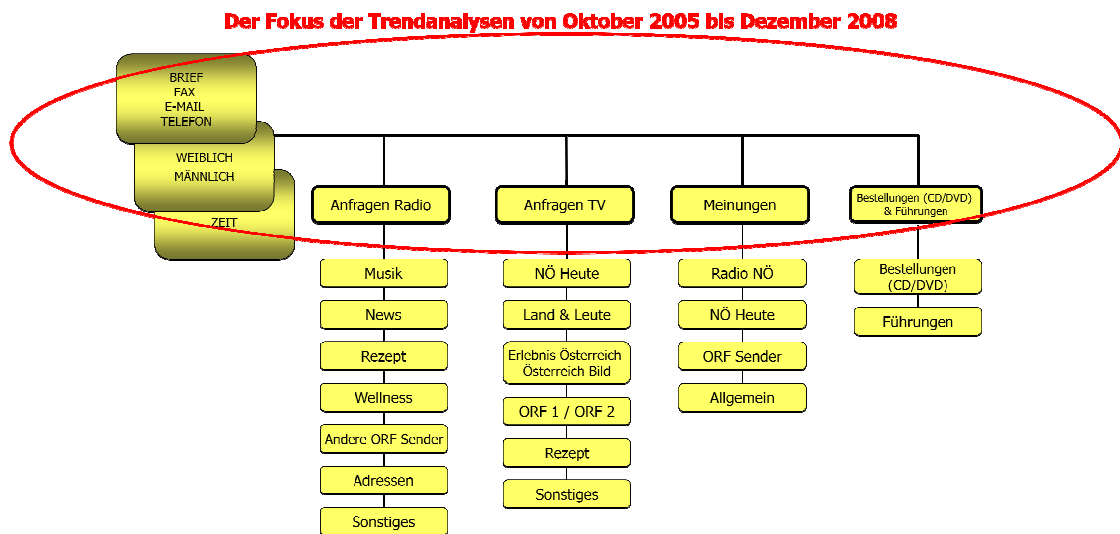


Abbildung 5: Fokus der Analysen für den Zeitraum 2005 bis 2008

Der **Arbeitsumfang** des Publikumsservices zeigt zahlenmäßig im Zeitraum 2005 bis 2008 pro Monat folgende Werte (**Abbildung 6**):

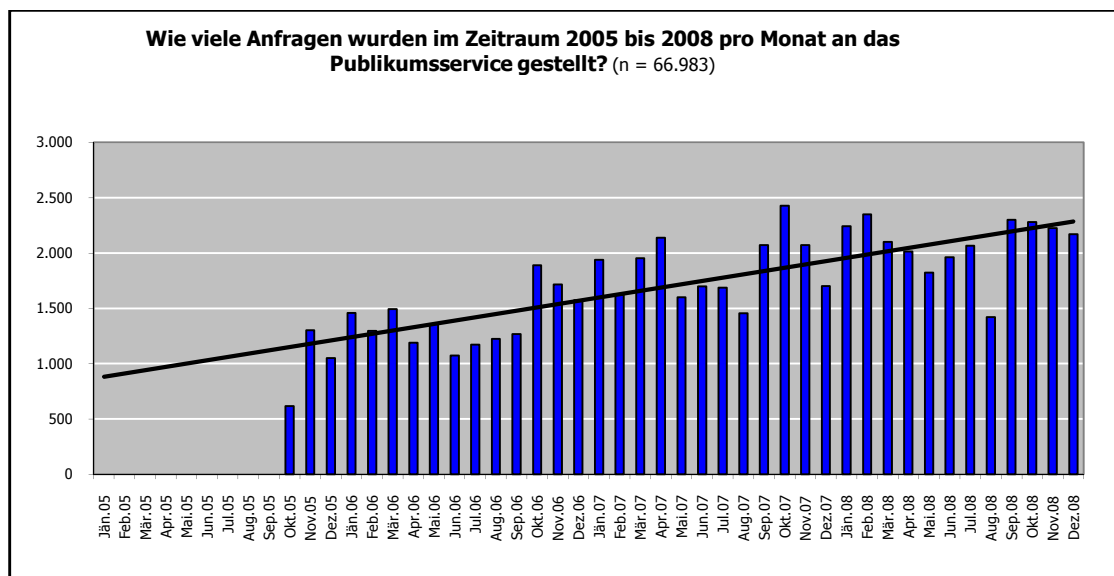


Abbildung 6: Anfragen an das Publikumsservice - 2005 bis 2008

Rund 67.000 Anfragen wurden im Zeitraum Oktober 2005 bis Ende 2008 gestellt und diese bilden für die hier gemachten Analysen die Grundgesamtheit. Wie aus der Trendlinie in **Abbildung 6** ersichtlich ist, verzeichneten die Anfragen an das Publikumsservice eine rasante Steigerung von 2005 bis Ende 2008. So waren es im Durchschnitt 990 Kontakte pro Monat im

Jahr 2005 (4. Quartal) und bereits rund 2.230 Anfragen im 4. Quartal 2008, was einer Steigerung von etwa 225% entspricht.

Bezieht man das **Geschlecht** in die Anfragen mit ein, so ergibt sich, dass Frauen weit über die Hälfte der Anfragen stellen. Männer stellen nur rund 37% der Anfragen (**Abbildung 7**).

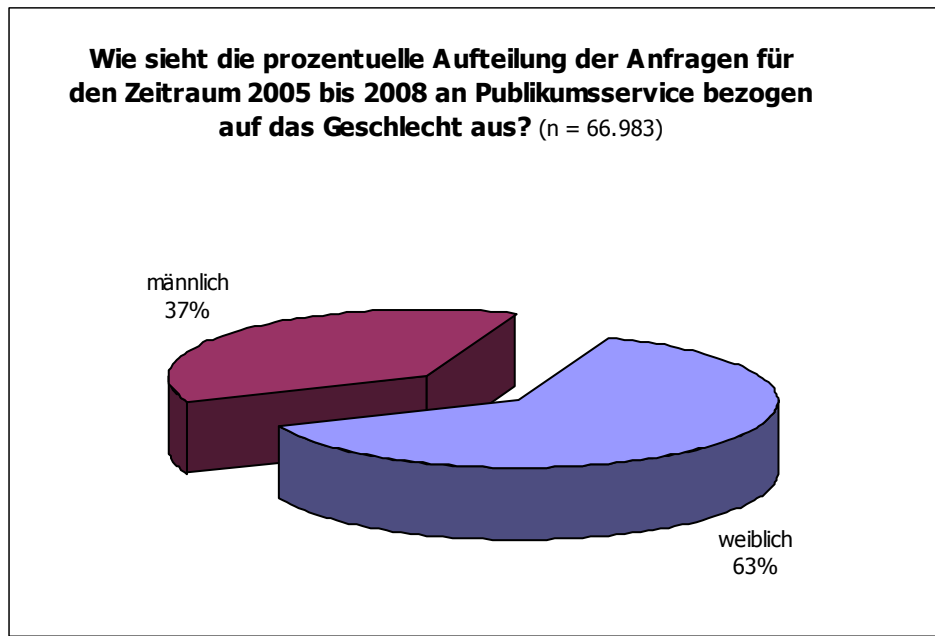


Abbildung 7: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005 bis 2008

Schlüsselt man die Anfragen nach der **Art der Kontaktaufnahme** auf, so ergibt sich für den Zeitraum 2005 bis 2008 pro Monat zahlenmäßig folgendes Bild (**Abbildung 8**):

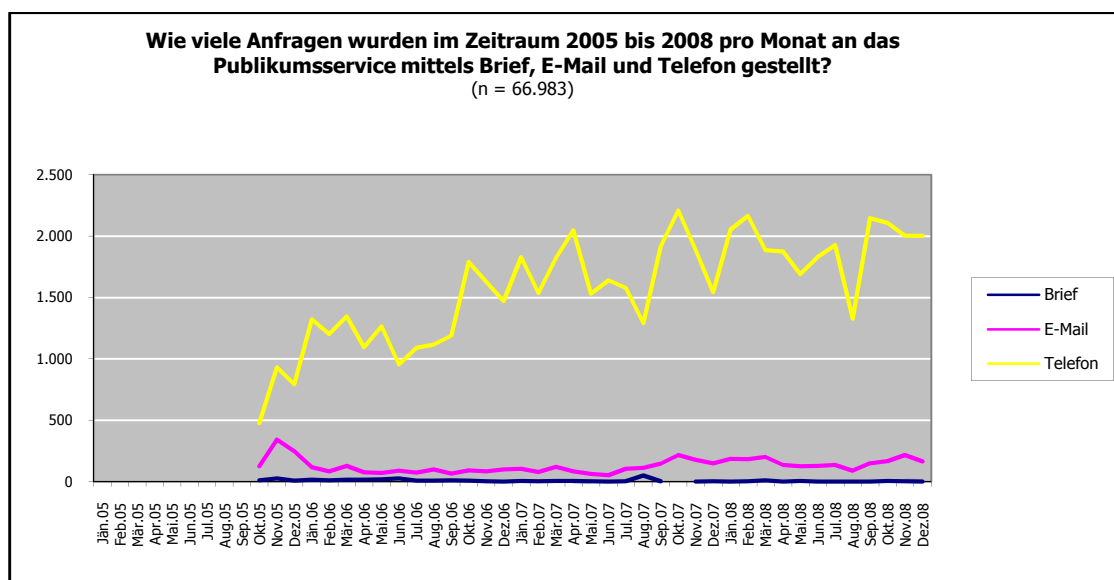


Abbildung 8: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon – 2005 bis 2008

Die wichtigste Kontaktaufnahmeform ist das Telefon mit einer Gesamtanzahl von knapp 61.600, gefolgt von den Anfragen per E-Mail mit 5.100 und Briefen von rund 300.

Darüber hinaus steht das Fax zur Verfügung, welches jedoch aufgrund zu geringer Datenmengen (n=8 für den gesamten Analysezeitraum) für die hier gemachten Analysen nicht weiter berücksichtigt wird.

Um die Trends der einzelnen Kontaktaufnahmeformen besser analysieren zu können wird jede Form einzeln dargestellt und untersucht:

#### Brief:

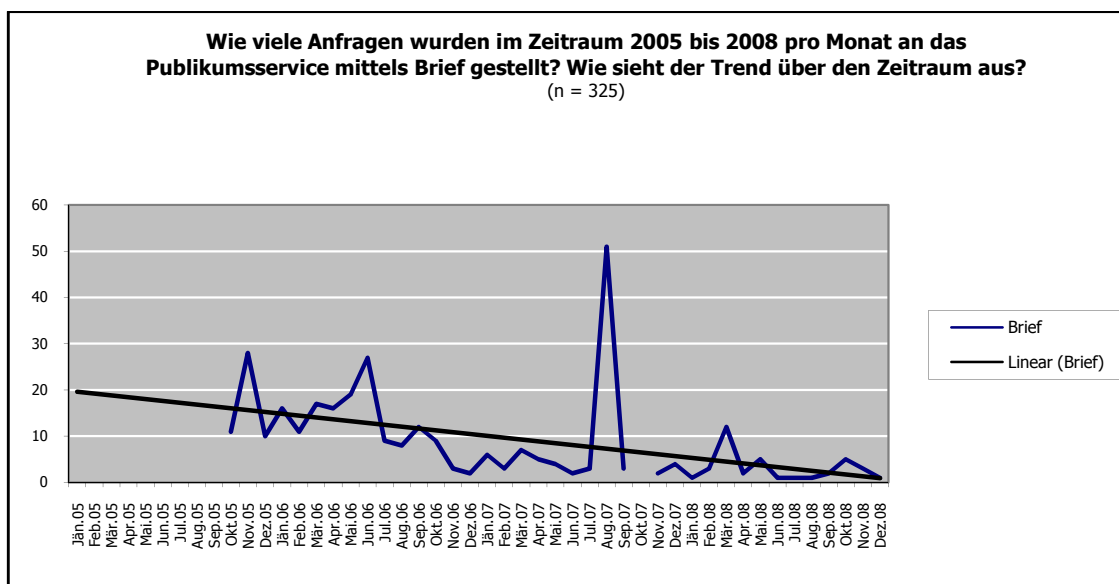


Abbildung 9: Anfragen an das Publikumsservice mittels Brief - 2005 bis 2008

Im Zeitraum Oktober 2005 bis Ende 2008 wurden 325 Anfragen mittels Brief an das Publikumsservice gemacht. Wie aus der Trendlinie in **Abbildung 9** ersichtlich ist, nehmen die Anfragen mittels Brief kontinuierlich ab. So waren es im Jahr 2005 noch knapp 17 Briefe im Monatsdurchschnitt und im 4. Quartal 2008 nur noch 4 Briefe pro Monat. Markant ist der Spitzenwert im August 2007 mit rund 50 Briefen. Die Ursache dafür wird im Kapitel 10.4 untersucht. Im Oktober 2007 gab es keine Anfragen mittels Brief.



### E-Mail:

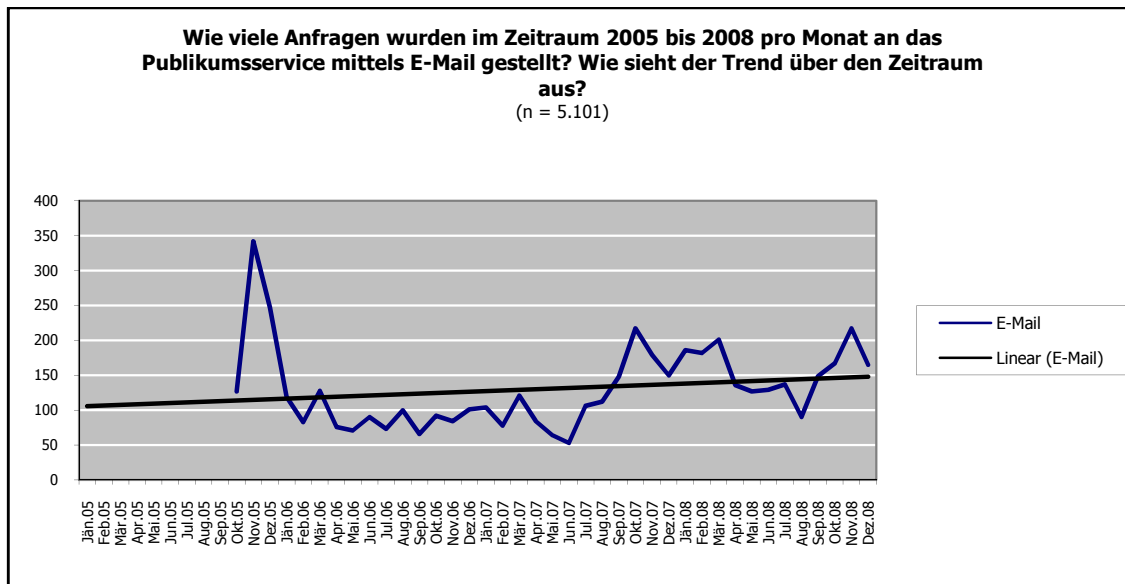


Abbildung 10: Anfragen an das Publikumsservice mittels E-Mail - 2005 bis 2008

Rund 5.100 E-Mailanfragen wurden im Zeitraum Oktober 2005 bis Ende 2008 gemacht. Wie aus der Trendlinie in **Abbildung 10** ersichtlich ist, nehmen die Anfragen mittels E-Mail stetig zu. Eine Ausnahme mit einem Spitzenwert von rund 350 E-Mails ist im November 2005 (Die Ursache wird in Kapitel 10.2 untersucht). Mit einem Durchschnittswert von etwa 110 E-Mails pro Monat mit Beginn 2006 stieg die Anzahl der Anfragen auf rund 185 E-Mails pro Monat im 4. Quartal 2008, was einer Steigerung von etwa 170% entspricht.

### Telefon:

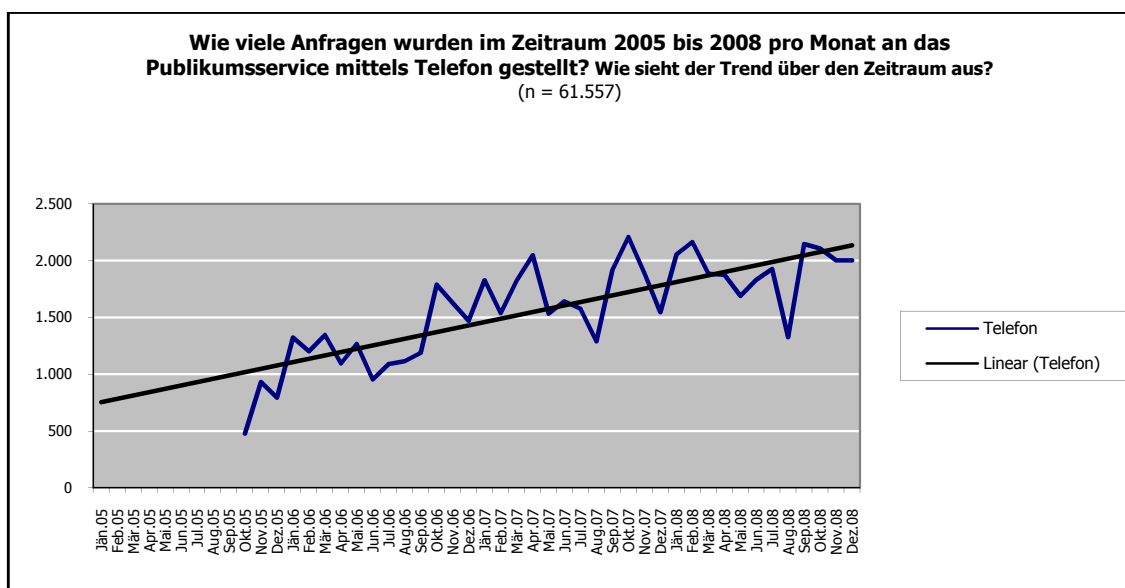


Abbildung 11: Anfragen an das Publikumsservice mittels Telefon - 2005 bis 2008

Rund 61.500 Anfragen wurden im Zeitraum Oktober 2005 bis Ende 2008 mittels Telefon gemacht und das Telefon stellt somit bei weitem die wichtigste Kontaktform dar. Wie aus der Trendlinie in **Abbildung 11** ersichtlich ist, verzeichneten die Anfragen an das Publikumsservice eine rasante Steigerung von 2005 bis Ende 2008. So waren es im Durchschnitt 735 telefonische Kontakte pro Monat im Jahr 2005 und bereits rund 2.040 Anfragen im 4. Quartal 2008, was einer Steigerung von knapp 280% entspricht.

Bei einer **Gesamtbetrachtung der Kontaktformen** ergibt sich für den Zeitraum Oktober 2005 bis Dezember 2008, dass das Telefon für 91,9%, das E-Mail für 7,6% und der Brief für 0,5% der Anfragen verwendet wird (**Abbildung 12**).

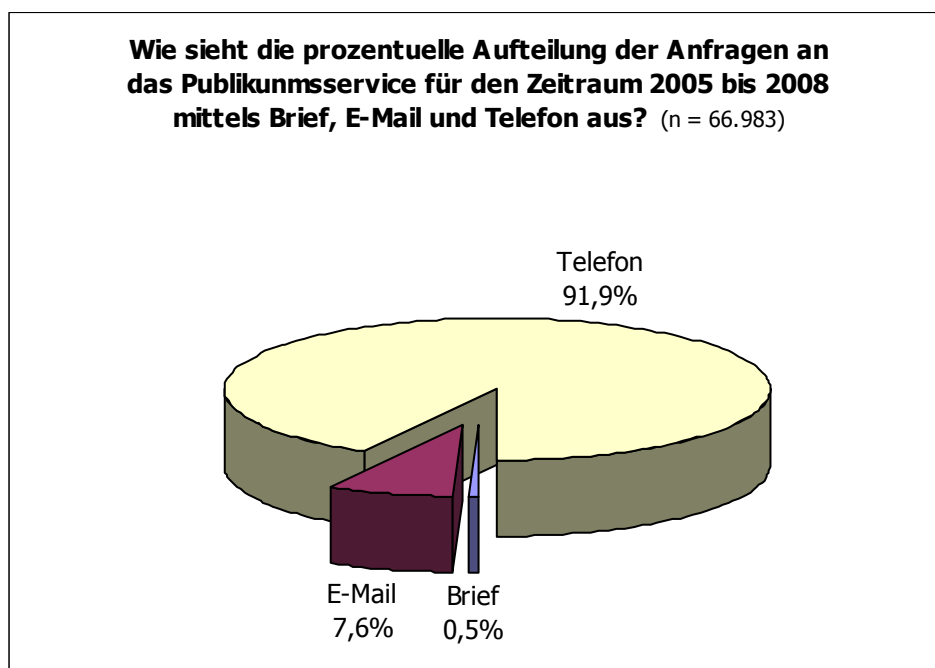


Abbildung 12: Aufteilung der Kontaktformen Brief, E-Mail und Telefon – 2005 bis 2008

#### Aufschlüsselung in Anfragethemen:

Schlüsselt man die Anfragen an das Publikumsservice in Anfragen zum **Radio**, in Anfragen zum **Fernsehen (TV)**, sowie **Meinungen** und **Bestellungen**<sup>71</sup> & **Führungen** auf, so stellt sich dies zahlenmäßig für den Zeitraum 2005 bis 2008 pro Monat wie folgt dar (**Abbildung 13**):

<sup>71</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

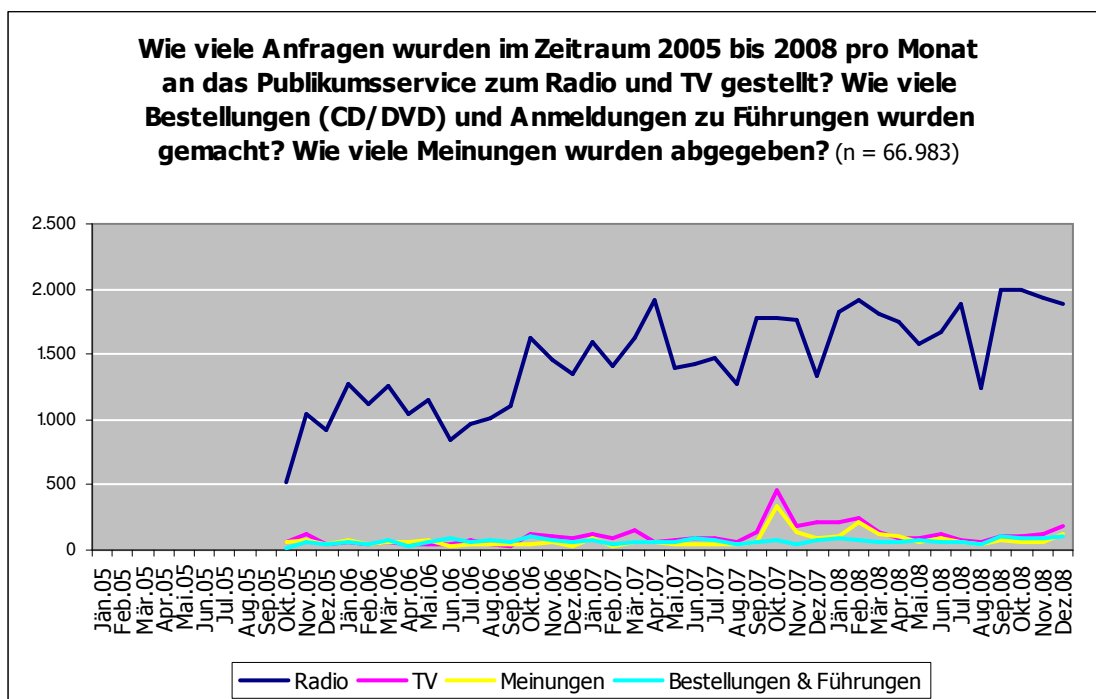


Abbildung 13: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen – 2005 bis 2008

Die Anfragen zum Radio mit insgesamt knapp 57.000 stellen bei weitem den höchsten Anteil bei den Anfragen dar, gefolgt von Anfragen zum TV (Fernsehen) mit rund 4.300, abgegebenen Meinungen mit rund 3.000 und etwa 2.700 Bestellungen<sup>72</sup> & Führungen.

Um die Trends der einzelnen Anfragen besser analysieren zu können wird jede Anfrageart einzeln dargestellt und untersucht:

#### Anfragen zum Radio (Abbildung 14):

Rund 57.000 Anfragen gab es im Zeitraum Oktober 2005 bis Ende 2008 zum Thema Radio. Wie aus der Trendlinie in **Abbildung 14** ersichtlich ist, verzeichneten die Anfragen zum Radio eine erhebliche Steigerung von 2005 bis Ende 2008. So waren es im Durchschnitt 830 Kontakte zum Radio pro Monat im Jahr 2005 und bereits rund 1.937 Anfragen im 4. Quartal 2008, was einer Steigerung von etwa 230% entspricht. Dies entspricht im Übrigen auch der Steigerungsrate der gesamten Anfragen an das Publikumsservice (vgl. *Abbildung 6: Anfragen an das Publikumsservice - 2005 bis 2008*)

<sup>72</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

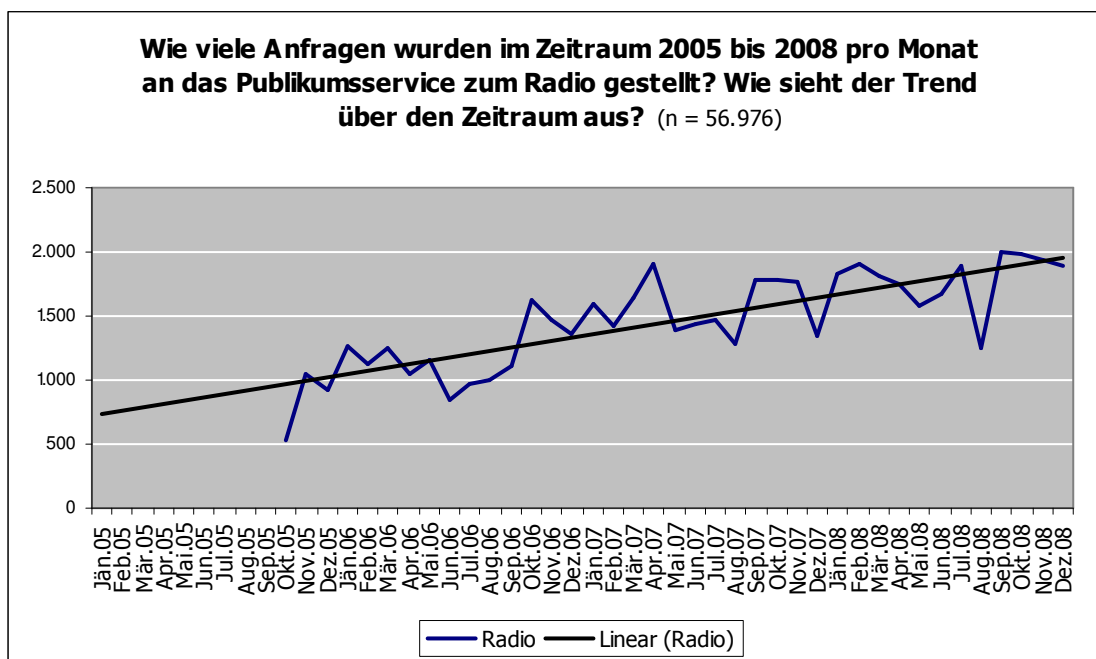


Abbildung 14: Anfragen an das Publikumsservice zum Radio - 2005 bis 2008

#### Anfragen zum Fernsehen (TV):

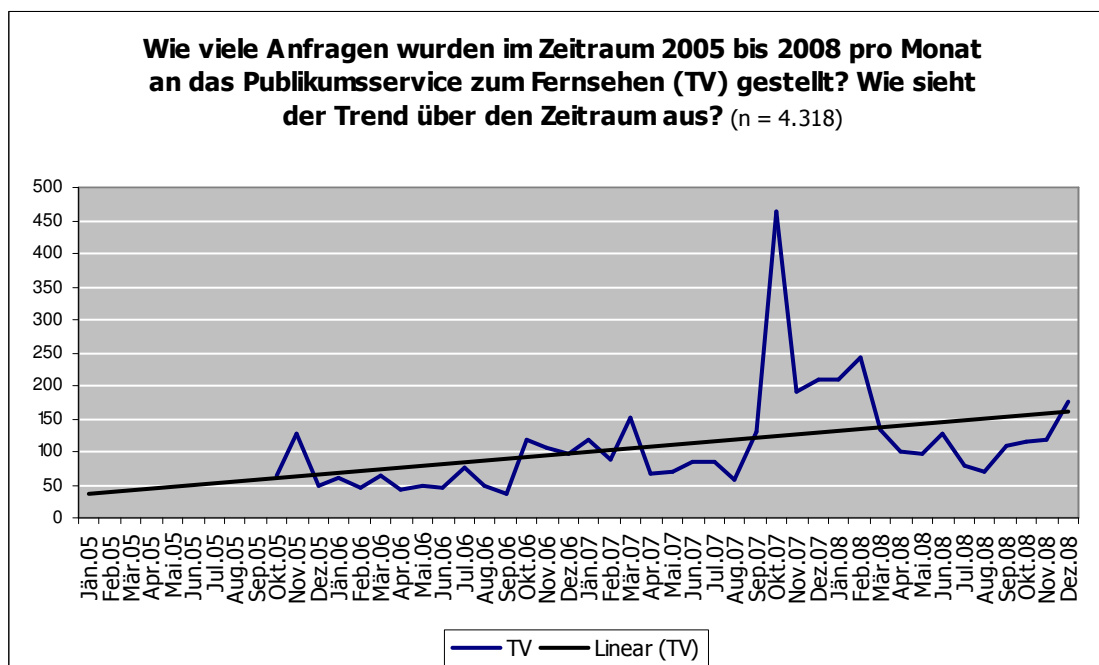


Abbildung 15: Anfragen an das Publikumsservice zum Fernsehen (TV) - 2005 bis 2008

Im Zeitraum Oktober 2005 bis Ende 2008 wurden rund 4.300 Anfragen zum Fernsehen (TV) gemacht. Wie aus der Trendlinie in **Abbildung 15** ersichtlich ist, nehmen die Anfragen stetig zu. So waren es im Jahr 2005 rund 80 Fernsehanfragen im Monatsdurchschnitt und im 4. Quartal 2008 bereits 137 Anfragen pro Monat, was einer Steigerung von etwa 170% entspricht.

Markant ist der Spitzenwert im Oktober 2007 mit rund 460 Anfragen und der hohe Wert von 241 im Februar 2008. Die Ursachen dafür werden in den Kapiteln 10.4 und 10.5 näher untersucht.

#### Abgegebene Meinungen:

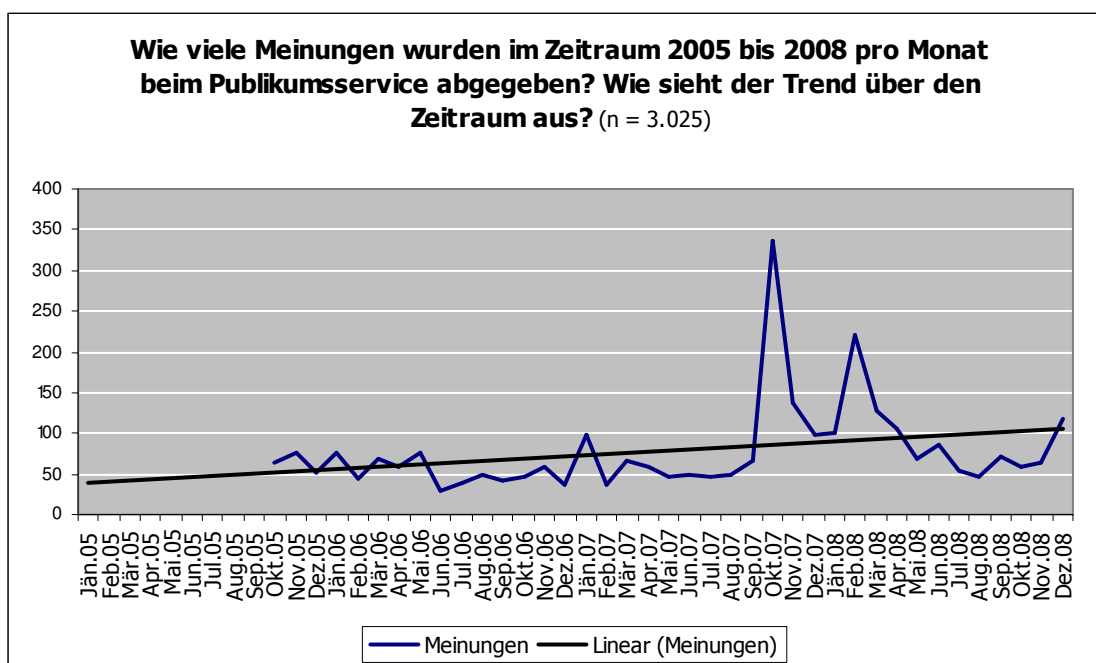


Abbildung 16: Abgegebene Meinungen - 2005 bis 2008

Rund 3.000 Meinungen (Wünsche, Anregungen und Kritiken) wurden im Zeitraum Oktober 2005 bis Ende 2008 abgegeben. Wie aus der Trendlinie in **Abbildung 16** ersichtlich ist, nehmen die Anfragen kontinuierlich zu. Ausnahmen mit Spitzenwerten von rund 290 abgegebenen Meinungen im Oktober 2007, gefolgt von 155 abgegebenen Meinungen im Februar 2008 sind ersichtlich. Die Ursachen werden in den späteren Kapiteln untersucht – siehe Kapitel 10.4 und 10.5). Mit einem Durchschnittswert von etwa 62 abgegebenen Meinungen pro Monat im Jahr 2005 stieg die Anzahl der Meinungen auf rund 81 pro Monat im 4. Quartal 2008, was einer Steigerung von etwa 130% entspricht.

### Bestellungen & Führungen:

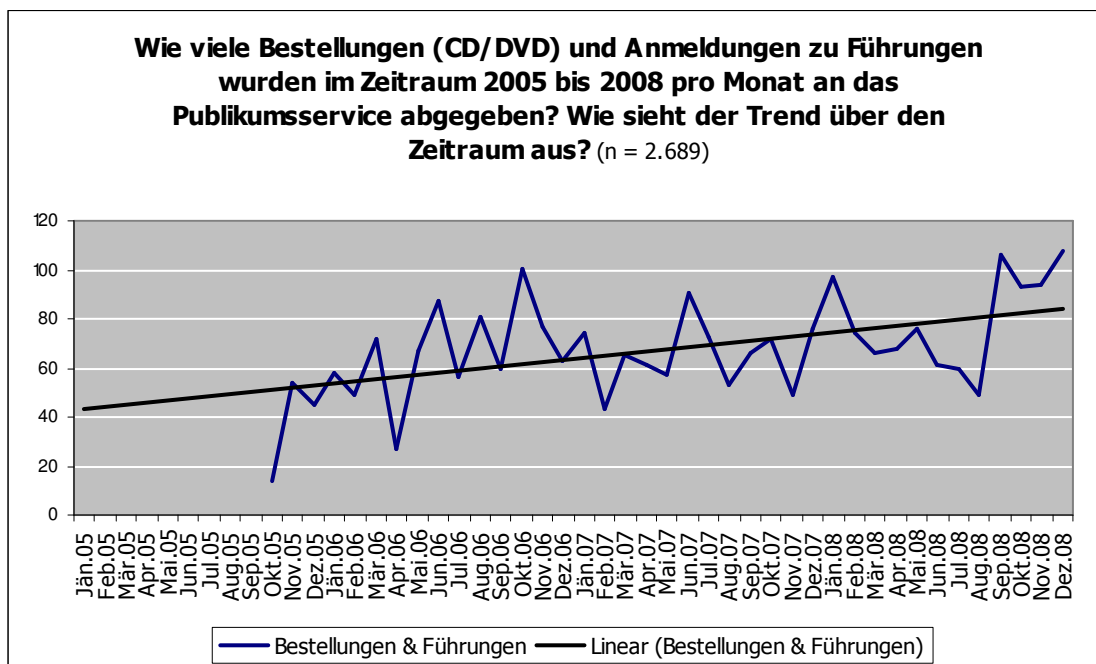


Abbildung 17: Anzahl der Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2005 bis 2008

Knapp 2.700 „Bestellungen von CDs oder DVDs“<sup>73</sup> & Anmeldungen zu Führungen“ wurden im Zeitraum Oktober 2005 bis Ende 2008 gemacht. Über den Beobachtungszeitraum ergibt sich ein stetiger Anstieg (siehe Trendlinie in **Abbildung 17**). So waren es im Durchschnitt 37 „Bestellungen & Führungen“ pro Monat im Jahr 2005 und rund 100 im 4. Quartal 2008, was einer erheblichen Steigerung von etwa 270% entspricht.

Betrachtet man „Bestellungen & Führungen“ im Detail, so stellt sich dies für den Zeitraum 2005 bis 2008 zahlenmäßig und pro Monat wie folgt dar (**Abbildung 18**):

Bestellungen (CD/DVD) zeigen eine stetige Steigerung von rund 13 pro Monat im Jahr 2005 auf knapp 71 im 4. Quartal 2008. Hingegen zeigen Anmeldungen zu Führungen einen eher gegenläufigen Trend, so waren es im Jahr 2005 rund 24 und im 2. Halbjahr 2008 noch 23 Anmeldungen im Monatsdurchschnitt. Würde man das 4. Quartal 2008 alleine betrachten, so würden sich pro Monat knapp 30 Anmeldungen ergeben, was gegenläufig zum dargestellten Trend ist. Ob sich eine anhaltende Trendumkehr in 2009 ergeben hat, kann hier aufgrund des definierten Analysezeitraumes nicht gesagt werden.

<sup>73</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

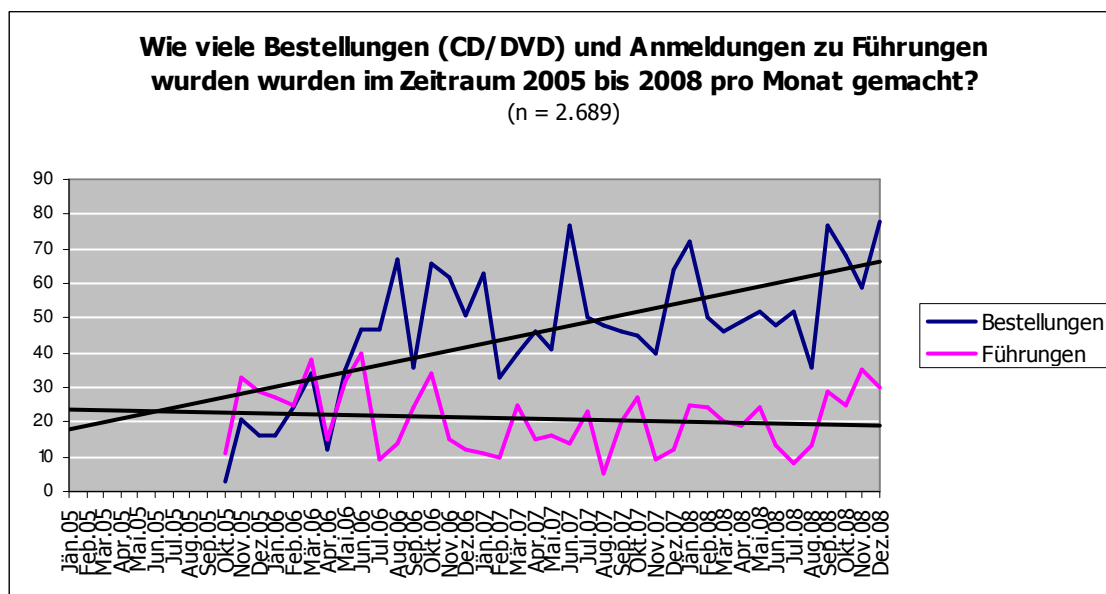


Abbildung 18: Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen im Detail - 2005 bis 2008

Wie in **Abbildung 18** ersichtlich ist, zeigt sich in den Anfangsmonaten des Publikumservices ein sehr großes Interesse zu Führungenanmeldungen, Bestellungen von CDs und DVDs wurden anfangs eher zögerlich gemacht. Nach dieser kurzen Anfangsphase haben Bestellungen über den Zeitraum 2005 bis 2008 jedoch um knapp 550% zugenommen.

Für den Zeitraum Oktober 2005 bis Dezember 2008 ergibt sich, dass Bestellungen (CD/DVD) 69% und Anmeldungen zu Führungen 31% ausmachen (**Abbildung 19**).



Abbildung 19: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2005 bis 2008

Bei einer **Gesamtbetrachtung der Anfragethemen** ergibt sich für den Zeitraum Oktober 2005 bis Dezember 2008, dass die Anfragen zum Radio mit 85,03% den weitaus größten Teil ausmachen, gefolgt von Anfragen zum Fernsehen (TV) mit 6,44%, abgegebenen Meinungen mit 4,51% und Bestellungen & Führungen mit 4,01% (**Abbildung 20**).

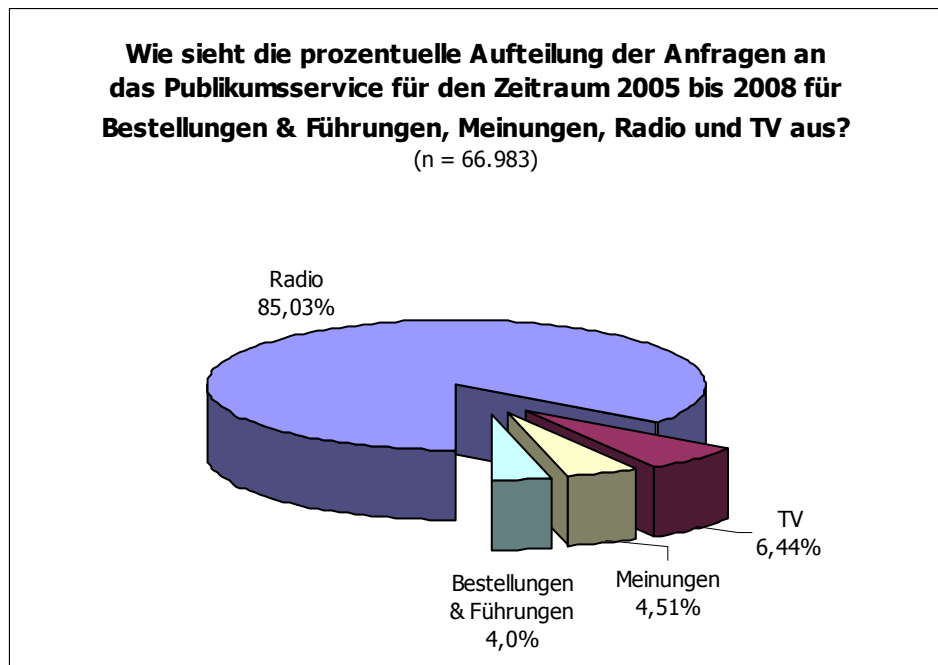


Abbildung 20: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen – 2005 bis 2008

Im Zuge der Analyse wurden auch **Mehrfachnennungen**, d.h. ein Anrufer stellt z.B. eine Anfrage zum Radio und gibt zugleich auch eine Meinung ab, beleuchtet. Das Ergebnis zeigt, dass Mehrfachnennungen in Summe etwas mehr als ein Prozent der Anfragen ausmachen, daher eine untergeordnete Rolle spielen und deshalb nicht weiter analysiert werden. Es kann somit gesagt werden, dass innerhalb eines Kontaktes im Allgemeinen nur ein einziges Thema angesprochen wird.



Analysiert man **das zeitliche Aufkommen** der Anfragen zwischen 08:00 Uhr und 18:00 Uhr<sup>74</sup> so zeigt sich (**Abbildung 21**):

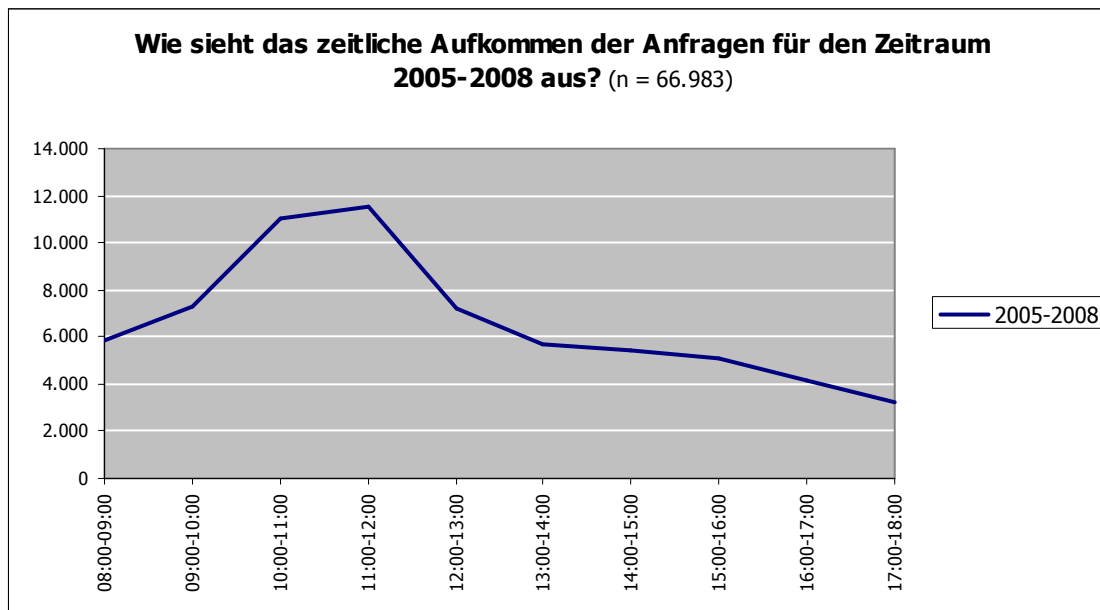


Abbildung 21: Zeitliches Aufkommen der Anfragen zwischen 08:00 Uhr und 18:00 Uhr – 2005 bis 2008

Mehr als die Hälfte der Anfragen – nämlich rund 55% - werden zwischen 09:00 Uhr und 13:00 Uhr gestellt. Die meisten Anfragen werden zwischen 11:00 Uhr und 12:00 Uhr gestellt und machen rund 17% aus, gefolgt von rund 16,5% zwischen 10:00 Uhr und 11:00 Uhr. Jeweils 11% der Anfragen werden zwischen 09:00 Uhr und 10:00 Uhr und 12:00 Uhr und 13:00 Uhr gestellt. Betrachtet man die einzelnen Jahre von 2005 bis 2008 so ist die prozentuelle Verteilung zwischen 08:00 Uhr und 18:00 Uhr über die Jahre gleichbleibend.

Zusammenfassend zur **Trendanalyse** kann festgehalten werden, dass die Anfragen an das Publikumsservice über den Analysezeitraum Oktober 2005 bis Dezember 2008 einen stetigen Anstieg verzeichneten und sich mit einer Steigerung von 225% beziffern lassen (Durchschnitt 990 Kontakte im 4. Quartal 2005, rund 2.230 Anfragen im 4. Quartal 2008). Insgesamt wurden rund **67.000 Anfragen** wurden diesem Analysezeitraum gestellt. Interessant ist dabei, dass trotz der relativ gleichbleibenden Marktanteile und Tagesreichweiten von rund 30% (*Radio NÖ 2005 – 2008; vgl Kapitel 4.2.2, Die Radionutzung von Radio Niederösterreich*) die Anzahl der Kontakte zum Publikumsservice stark ansteigt. Dies bestätigt, dass die Serviceangebote des Programmes des ORF Niederösterreich vom Publikum sehr geschätzt werden und die Kundenbindung gut funktioniert.

<sup>74</sup> Das Publikumsservice Niederösterreich ist von Montag bis Freitag in der Zeit von 08:00 bis 18:00 Uhr besetzt.

Gemessen am Anfrageaufkommen haben Frauen den weitaus höheren Anteil von Anfragen mit 63%. Als Kontaktform ist das Telefon mit 91,9% weit vor E-Mailanfragen mit 7,6% und Briefen mit 0,5%. Anzumerken ist, dass Anfragen mittels Brief eine sinkende Tendenz aufweisen und künftig eine vernachlässigbare Größe einnehmen werden. Telefonische Anfragen verzeichnen über den genannten Zeitraum eine Steigerungsrate von 280%, E-Mails von 170%. Vergleicht man die Steigerung bei E-Mail mit den Angaben aus Kapitel 3, +22% Internetanschlüsse in Österreich von 2000 bis 2007, so sieht man, dass die Anzahl der Anfragen überproportional zur Steigerung der Internetanschlüsse ist. In den ORF Almanachen von 1971 bis 1995/96 ist festzustellen, dass das Telefon von den Kunden zur Kontaktaufnahme zunehmend mehr genutzt wird und der Briefverkehr kontinuierlich abnimmt.<sup>75</sup> Eine ORF Publikumsratsstudie besagt zudem: Die am häufigsten genutzte Interaktionsform ist das Telefon. Mehr als die Hälfte jener, die schon einmal Kontakt zum ORF hatten, haben angerufen. Die zweithäufigste Kontaktform ist das E-Mail.<sup>76</sup> Dies kann somit bestätigt und auch mit konkreten Zahlen belegt werden.

Im Weiteren stellen Anfragen zum Thema Radio mit 85,03% beim Publikumservice des ORF Landesstudios Niederösterreich den weitaus größten Teil dar, gefolgt von Anfragen zum Fernsehen (TV) mit 6,44%, abgegebenen Meinungen mit 4,51% und Bestellungen (CD/DVD)<sup>77</sup> & Führungen mit 4,01%. Mehrfachnennungen bei Anfragen, sprich mehrere Anfragethemen werden innerhalb eines Kontaktes gestellt, machen nur etwa 1% aus und haben daher eine untergeordnete Rolle.

Mehr als die Hälfte der Anfragen – rund 55% - werden im Zeitraum von 09:00 Uhr bis 13:00 Uhr gestellt.

Im Allgemeinen kann gesagt werden, dass bei allen bereits gemachten Analysen die Anzahl der Anfragen in den Sommermonaten Juni, Juli und August im Regelfall geringer sind als im restlichen Zeitraum. Dies kann auf die Urlaubssaison zurückgeführt werden, das sogenannte „Sommerloch“.

---

<sup>75</sup> ORF Medienforschung, ORF Almanache der Jahre 1971, 1974, 1977, 1980, 1983, 1986/87, 1991/92, 1995/96

<sup>76</sup> ORF-Medienforschung, Publikumsratsstudie 2005, [http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien\\_orf\\_service.htm](http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_orf_service.htm), eingesehen am 27.2.2009

<sup>77</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

## 10.2 Analyse der Tagesprotokolle des Publikumsservices für 2005

In diesem Abschnitt werden Detailanalysen und deren Ergebnisse zum Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich für das Jahr **2005** dargestellt.

Als Basis dienen die Einträge in den Tagesprotokollen<sup>78</sup> des Publikumsservices.

Der Analyse erfolgt anhand folgender Fragestellungen:

- Wie viele **Anfragen** wurden an das Publikumsservice im Jahr 2005 gestellt?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen für das Jahr 2005 an das Publikumsservice bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie viele Anfragen wurden im Jahr 2005 pro Monat an das Publikumsservice mittels **Brief, E-Mail** und **Telefon** gestellt?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen für das Jahr 2005 an das Publikumsservice mittels Brief, E-Mail und Telefon aus?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen mittels Brief für das Jahr 2005 an das Publikumsservice bezogen auf das Geschlecht aus? Wie sieht die Aufteilung für E-Mail und Telefon aus?
- Wie viele Anfragen wurden im Jahr 2005 pro Monat an das Publikumsservice zum **Radio** und **Fernsehen** (TV) gestellt? Wie viele **Bestellungen** (CD/DVD)<sup>79</sup> und Anmeldungen zu **Führungen** wurden gemacht? Wie viele **Meinungen** wurden abgegeben?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen an das Publikumsservice für das Jahr 2005 für Bestellungen & Führungen, Meinungen, Radio und Fernsehen (TV) aus?
- Wie teilen sich die Radioanfragen im Jahr 2005 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele **Adressauskünfte** gab es? Wie viele Anfragen zu **Musik, News, anderen ORF Sendern, Rezepten, Wellness** und **Sonstigem** gab es?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen im Jahr 2005 aus? Wie teilen sich die Anfragen zu Musik, News, anderen ORF Sendern, Rezepten, Wellness und Sonstiges auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen für das Jahr 2005 bezogen auf das Geschlecht aus?

---

<sup>78</sup> Tagesprotokolle, Publikumsservice ORF Niederösterreich (vgl. Kapitel 9)

<sup>79</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

- Wie teilen sich die Fernsehanfragen im Jahr 2005 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele Anfragen zu **Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2** und **Sonstigem** gab es?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Fernsehanfragen im Jahr 2005 aus? Wie teilen sich die Anfragen zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2 und Sonstiges auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Fernsehanfragen für das Jahr 2005 bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie teilen sich die abgegebenen **Meinungen** im Jahr 2005 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele Meinungen gab es zu **NÖ Heute, Radio NÖ, sonstigen ORF Sendern** und zu **Allgemeinem**?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Jahr 2005 aus? Wie teilen sich die Meinungen zu NÖ Heute, Radio NÖ, sonstigen ORF Sendern und zu Allgemeinem auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der abgegebenen Meinungen für das Jahr 2005 bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie viele **Bestellungen** (CD/DVD) und **Anmeldungen zu Führungen** wurden im Jahr 2005 pro Monat gemacht?

**Abbildung 22** gibt einen Überblick über die Themeneinteilung beim Publikumsservice welche für die Definition der Fragen zu Grunde lag.

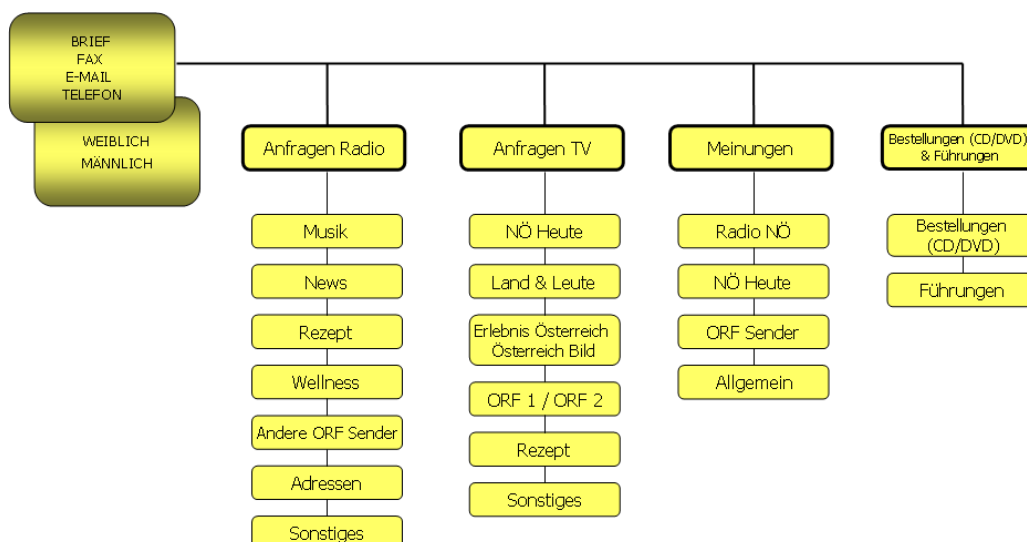


Abbildung 22: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich (Überblick)

Der **Arbeitsumfang** des Publikumsservices zeigt zahlenmäßig im Jahr 2005<sup>80</sup> pro Monat folgende Werte:

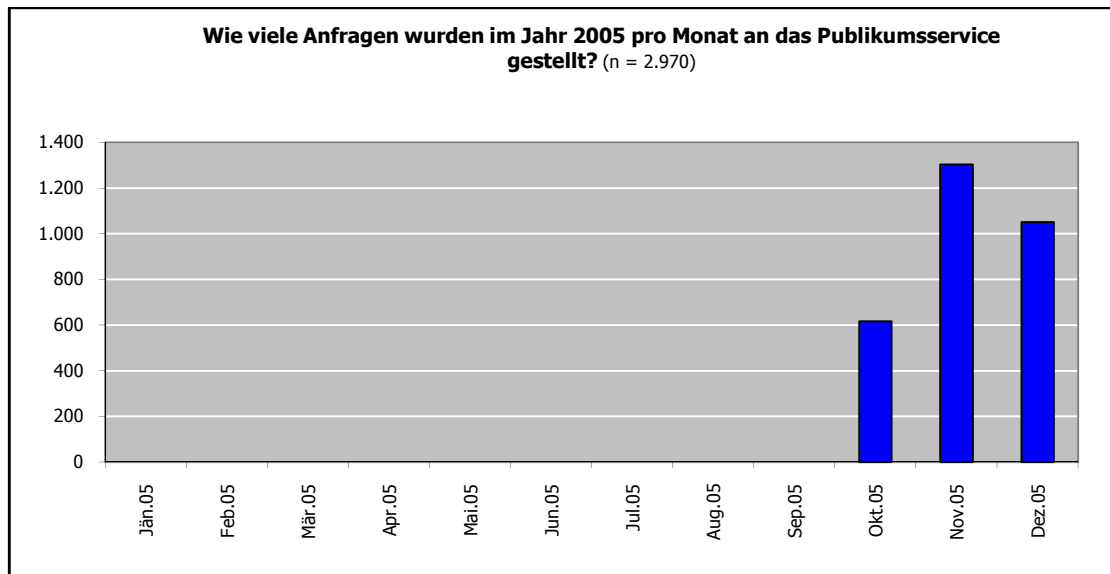


Abbildung 23: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2005

Rund 3.000 Anfragen wurden im Jahr 2005 gestellt und diese bilden für die hier gemachten Analysen die Basis. Die **Abbildung 23** zeigt einen rasanten Anstieg der Anfragen von Oktober 2005 von 616 auf rund 1.300 im November 2005. Dies ist zurückzuführen auf die entsprechend hohe Anzahl an Verlautbarungen in Radio NÖ und NÖ Heute welche im Zuge der Einführung des Publikumsservices des ORF Landesstudio Niederösterreich beginnend mit Oktober gemacht wurden. Im Dezember gab es einen Rückgang auf etwa 1.000 Anfragen, dies ist auf die Feiertage und Weihnachtsferien zurückzuführen.

Analysiert man die Daten nach dem **Geschlecht**, so zeigt sich, dass der Anteil der Anfragen von Frauen bei 57,1% liegt und der Anteil der Männer bei 42,9% (**Abbildung 24**). Im Vergleich zum Wert des Gesamtanalysezeitraumes – siehe Abbildung 7, Seite 63 – liegen Frauen rund 5,9% unter dem Vergleichswert, Männer um diesen Prozentsatz darüber.

<sup>80</sup> Das Publikumsservice des ORF Landesstudio Niederösterreich startete am 3. Oktober 2005

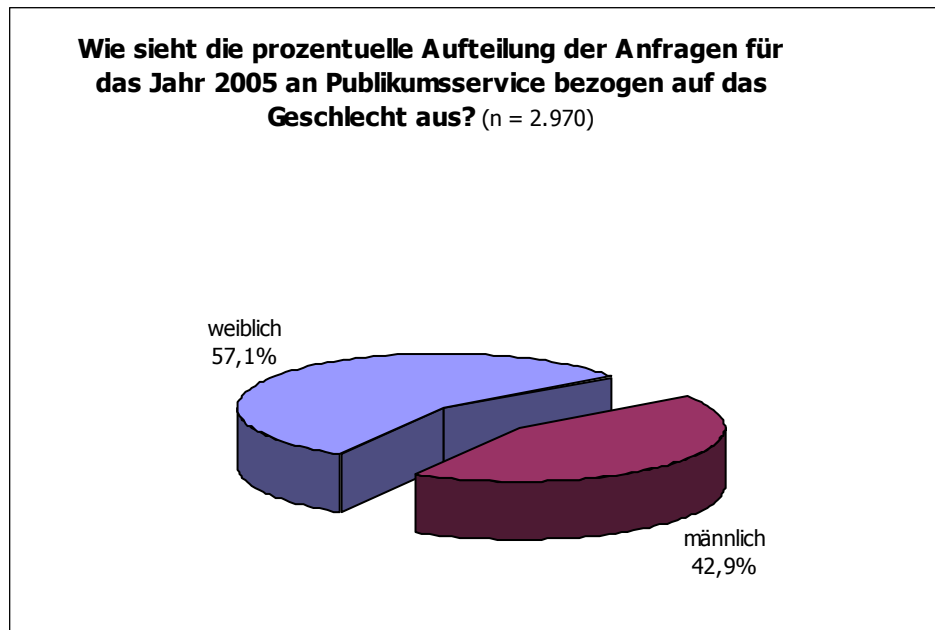


Abbildung 24: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005

Schlüsselt man die Anfragen nach der **Art der Kontaktaufnahme** auf, so ergibt sich für das Jahr 2005 pro Monat zahlenmäßig folgendes Bild (**Abbildung 25**):

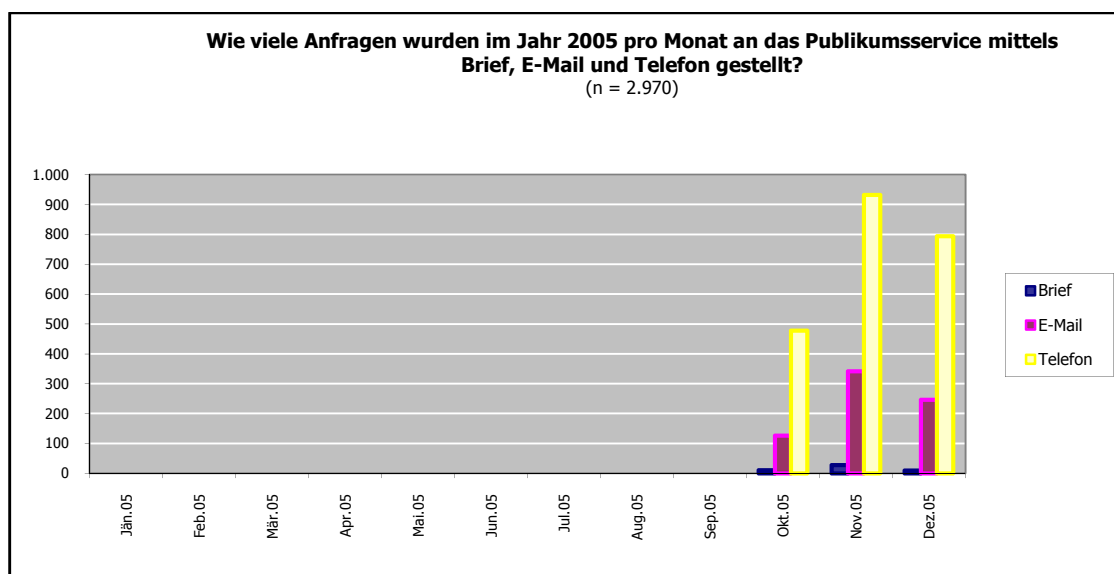


Abbildung 25: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2005

Die Anfragen per Brief nehmen mit Werten von elf, achtzehn und zehn für die Monate Oktober bis Dezember einen relativ kleinen Stellenwert ein.

Der Anstieg der Anfragen per E-Mail von Oktober mit rund 130 auf den Spitzenwert von 350 im November 2005 ist auf die Programmdurchsagen für das Publikumservice in Radio NÖ und NÖ Heute zurückzuführen. Ein vergleichbar hoher Wert bei den E-Mailanfragen wurde im

gesamten Analysezeitraum nicht wieder gefunden. Wie in Abbildung 25 ersichtlich ist, gab es bei den telefonischen Anfragen Werte von knapp 500 im Oktober, einen Spitzenwert von 933 im November, gefolgt rund 800 im Dezember. Die Ursache für den rasanten Anstieg im November ist wiederum in den geführten Verlautbarungen und Programmhinweisen für das Publikumsservice zu sehen.

Bei einer **Gesamt Betrachtung der Kontaktformen** ergibt sich für das Jahr **2005**, dass das Telefon für 74,2%, das E-Mail für 24,1% und der Brief für 1,6% der Anfragen verwendet wird (**Abbildung 26**). Der Anteil von E-Mail und Briefen liegt weit über dem Vergleichswert des Gesamtanalysezeitraumes – siehe Abbildung 12, Seite 66. Das E-Mail zeigt im Vergleich ein Plus von 13,5% und Briefe ein Plus von 1,1%. Der Grund hierfür liegt in den intensiven Programmhinweisen in Radio NÖ und Fernsehen (NÖ Heute) zum Beginn des Publikumservices. Insbesondere wurde auch die Webseite des ORF Niederösterreich beworben, dessen Inhalte auch die E-Mailadresse des Publikumservices angeben.

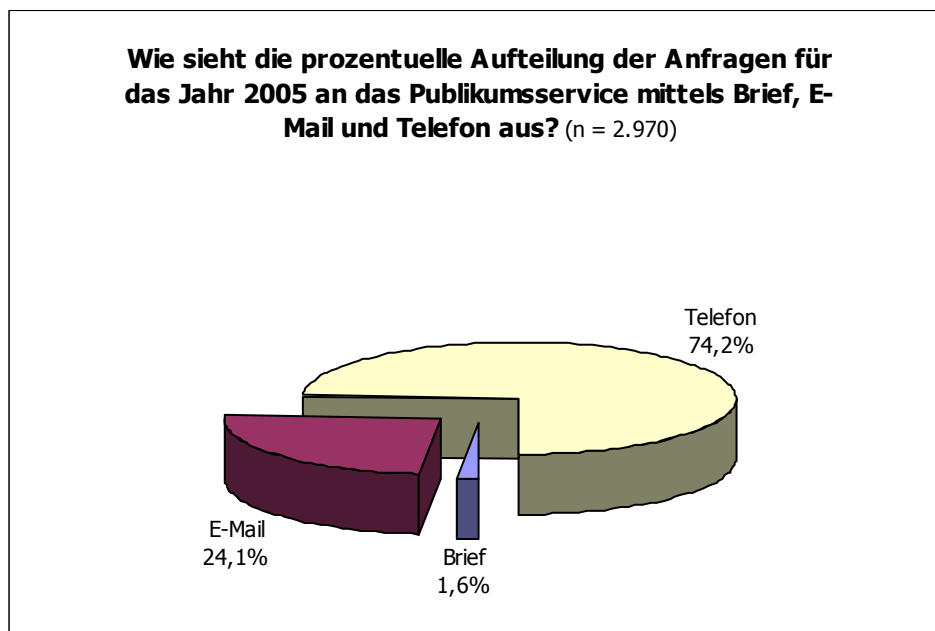


Abbildung 26: Aufteilung der Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2005

Betrachtet man die Kontaktformen Brief, E-Mail und Telefon getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 27, Abbildung 28, Abbildung 29**):

Bei den Anfragen per Brief liegen die Frauen mit 84,4% wesentlich vor den Männern mit 15,6%, hingegen bei den Anfragen per E-Mail Männer mit 55,8% vor den Frauen mit 44,2% liegen. Ein konträres Bild ergibt sich beim Telefon, wo Frauen bei 59,4% und Männer bei einem Anteil von 40,6% liegen. (vgl. dazu auch Abbildung 24: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005 - Seite 78).

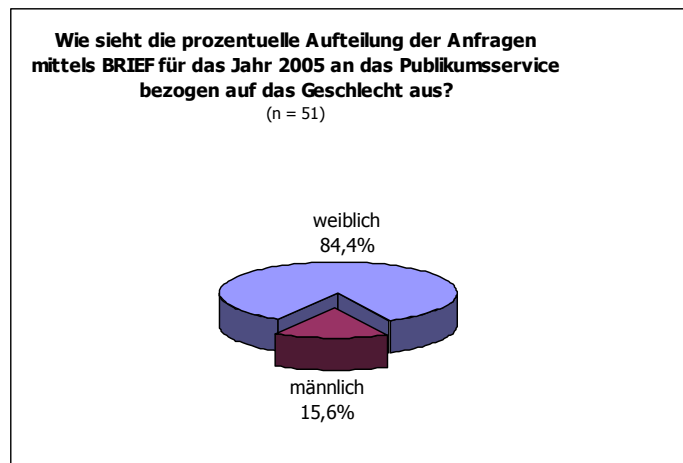


Abbildung 27: Verteilung der Anfragen mittels BRIEF bezogen auf das Geschlecht - 2005



Abbildung 28: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2005

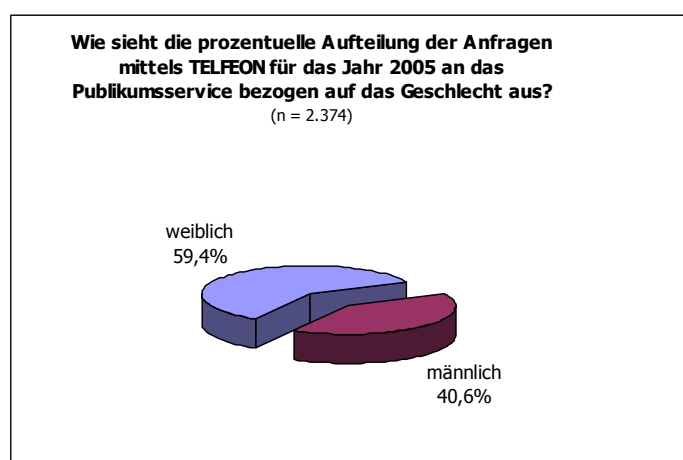


Abbildung 29: Verteilung der Anfragen mittels TELEFON bezogen auf das Geschlecht - 2005



### Aufschlüsselung in Anfragethemen:

Schlüsselt man die Anfragen an das Publikumsservice in Anfragen zum **Radio**, in Anfragen zum **Fernsehen (TV)**, sowie **Meinungen** und **Bestellungen & Führungen** auf, so stellt sich dies zahlenmäßig für 2005 pro Monat wie folgt dar (**Abbildung 30**):

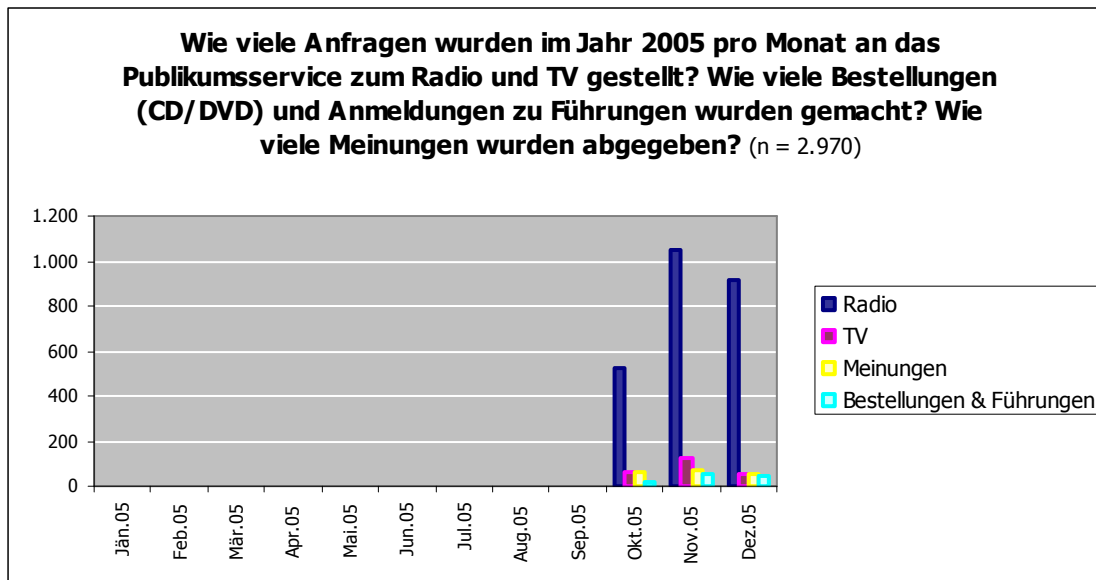


Abbildung 30: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2005

Die Anfragen zum Radio zeigen im November einen Spitzenwert von 1.048 und stellen auch mit erheblichem Abstand den höchsten Anteil dar, gefolgt von Anfragen zum Fernsehen (TV), abgegebenen Meinungen und Bestellungen & Führungen. Die abgegebenen Meinungen zeigen über die Monate einen stabilen Verlauf mit jeweils einem Wert von rund 60. Hingegen gibt es bei Bestellungen & Führungen einen Anstieg von 14 im Oktober, auf 54 im November 2005, was etwa einer Vervielfachung entspricht.

Die **prozentuelle Aufteilung** der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen zeigt zahlenmäßig für 2005 folgende Werte (**Abbildung 31**):

Anfragen zum Radio mit 82% liegen deutlich vor TV mit 8%, Meinungen mit 6,3% und Bestellungen & Führungen mit 3,7%. Im Vergleich zum Gesamtanalysezeitraum (siehe *Abbildung 20: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen – 2005 bis 2008* - Seite 72) zeigt sich für 2005 beim Radio eine Abweichung von -3%, bei TV +1,6%, bei Meinungen von +1,7% und bei Bestellungen und Führungen von -0,3%.

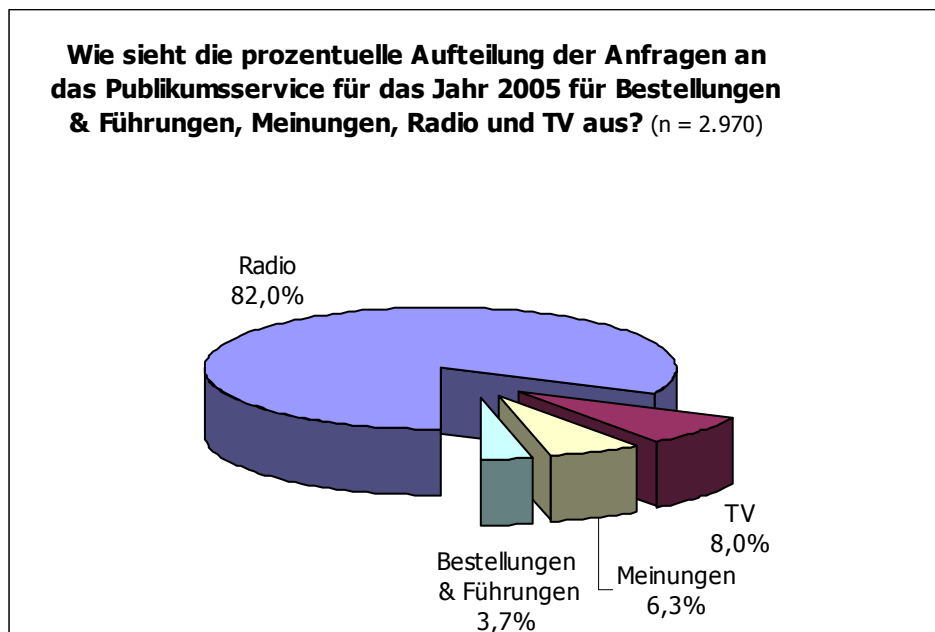


Abbildung 31: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2005

Die **Anfragen zum Radio** werden beim Publikumsservice weiter in Anfragen zu Adressen, Musik, News, andere ORF Sender, Rezepte, Wellness und Sonstiges unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2005 wie folgt dar (**Abbildung 32**):

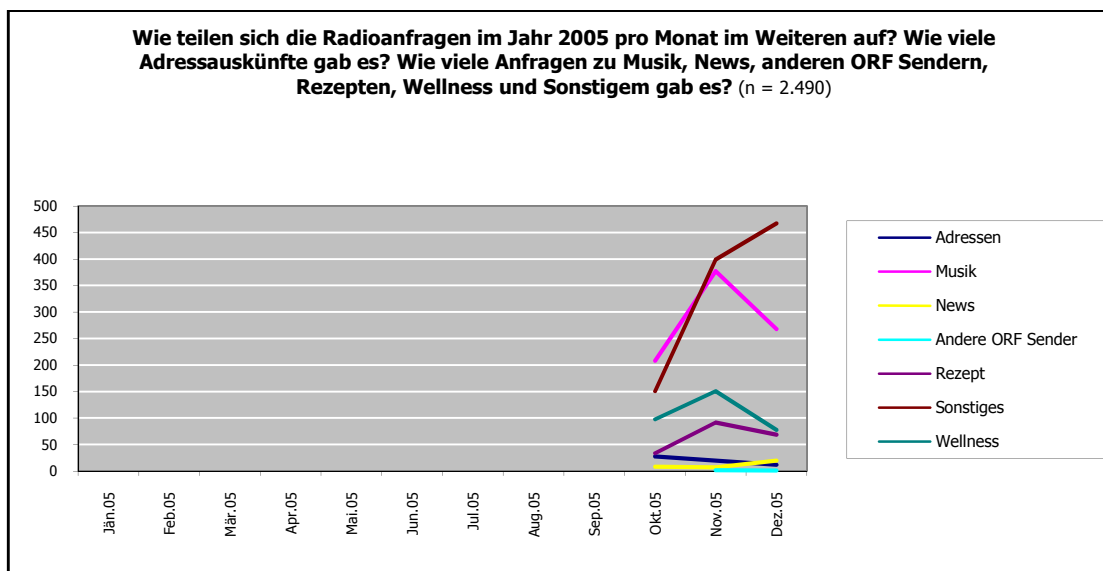


Abbildung 32: Anfragen zum Radio an das Publikumsservice im Detail - 2005

Am Häufigsten gab es Anfragen zum Thema „Sonstiges“ mit einem Spitzenwert im Dezember von rund 470. In Summe gab es 1.017 Anfragen zu „Sonstiges“, knapp gefolgt von Musik mit gesamt 853 Anfragen. Schon etwas abgeschlagen liegt Wellness mit rund 330 Anfragen, gefolgt

von Rezepten mit 195 Anfragen für 2005. Adressauskünfte, Anfragen zu News und zu anderen ORF Sendern machen mit 98 Protokollierungen den geringsten Teil aus.

Für 2005 ergibt sich bei der Aufteilung der Anfragen zum Radio folgende Verteilung (**Abbildung 33**):

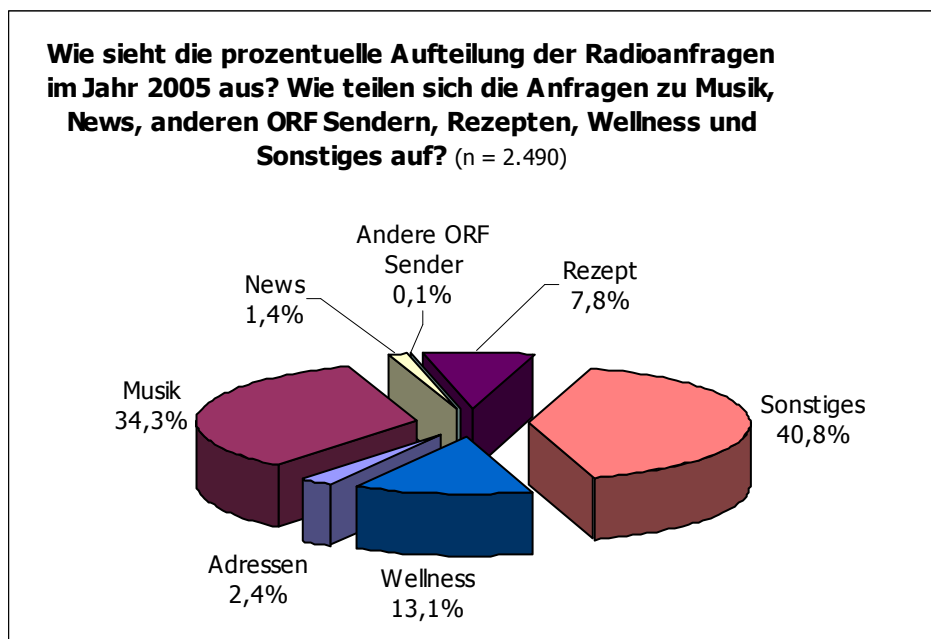


Abbildung 33: Aufteilung der Anfragen zum Radio im Detail - 2005

Rund 41% der gestellten Anfragen werden unter Sonstiges eingereiht, gefolgt von Anfragen zu Musik mit 34,3%, Wellness mit 13,1%, und Rezepten mit 7,8%. Der Rest teilt sich für Adressauskünfte, Anfragen zu News und anderen ORF Sendern auf.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2005 gibt Auskunft über **die am häufigsten gestellten Fragen zum Radio**<sup>81</sup>:

Bei „**Sonstiges**“ wurden insbesondere folgende Anfragen gestellt:

- Nachfragen zu Veranstaltungen
- Niederösterreich Hörerreisen (Madeira, ..)
- Anmeldungen zu Gewinnspielen
- Sportmeldungen

<sup>81</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

zu **Musik** wurden folgende Auskünfte am häufigsten gegeben:

- Musiktitelauskunft, Interpretenauskunft
- Musikwunsch

bei **Wellness** waren folgende Themen beliebt:

- Anfragen zur Schmerzambulanz
- Bachblüten
- Sodbrennen

und bei **Rezepten** von prominenten Gästen gab es folgende Favoriten:

- Salzburger Nockerl,
- Schinkenfleckerl, Pasta
- Gefüllte Gans
- Kalbsbraten
- Gulasch

Betrachtet man die Radioanfragen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 34**):

Bei den Anfragen zum Radio liegen Frauen mit 59% vor den Männern mit 41%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2005 ist dies ein Plus von 1,9% bei Frauen, bei Männern ein um diesen Prozentsatz reduzierter Wert (vgl. dazu *Abbildung 24: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005 - Seite 78*).

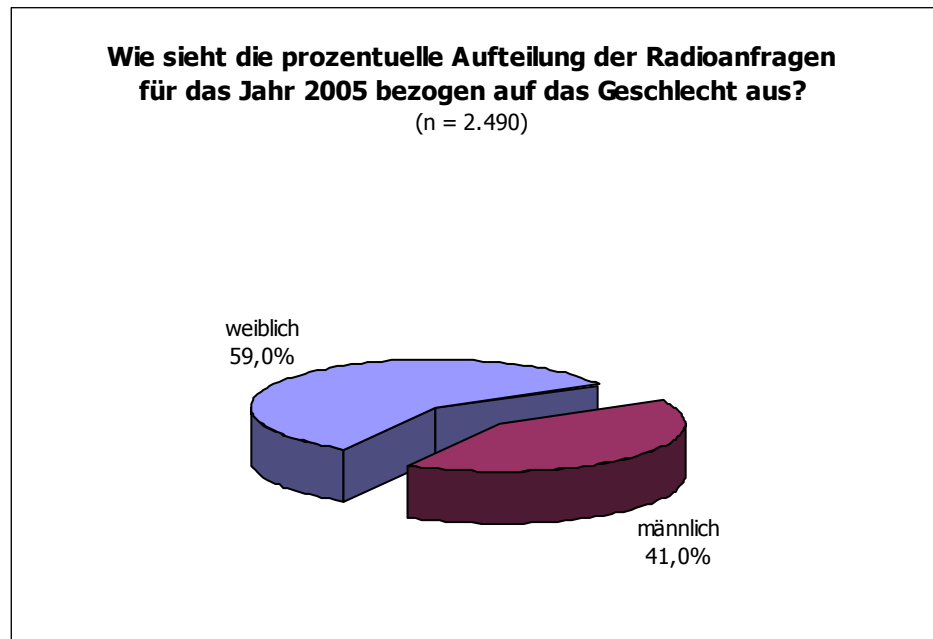


Abbildung 34: Aufteilung der Radioanfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005

Die **Anfragen zum Fernsehen (TV)** werden beim Publikumservice weiter in Anfragen zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2 und Sonstiges unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2005 wie folgt dar (**Abbildung 35**):

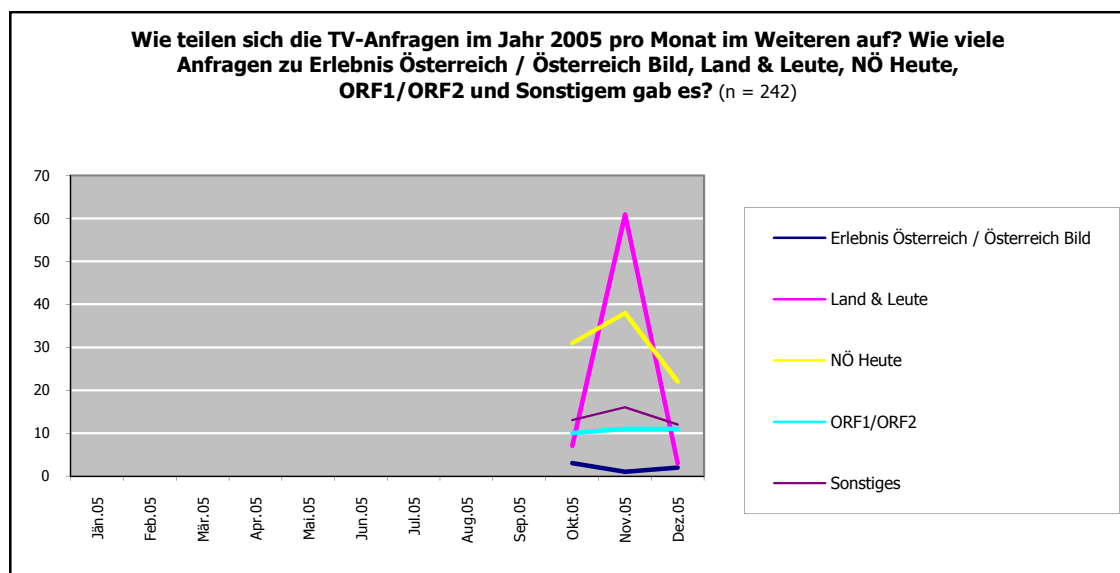


Abbildung 35: Anfragen zum Fernsehen (TV) an das Publikumservice im Detail - 2005

Ein Spitzenwert von 61 Anfragen wurde zum Thema Land & Leute im November 2005 verzeichnet. Am Häufigsten wurden jedoch Auskünfte zu NÖ Heute mit in Summe 91 Anfragen

gegeben, gefolgt von Land & Leute mit 71, Sonstiges mit 41 und ORF1/ORF2 mit 31. Erlebnis Österreich / Österreich Bild zeigt einen Summenwert für 2005 von 6 Anfragen.

Für 2005 ergibt sich bei der Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) folgende Verteilung (**Abbildung 36**):

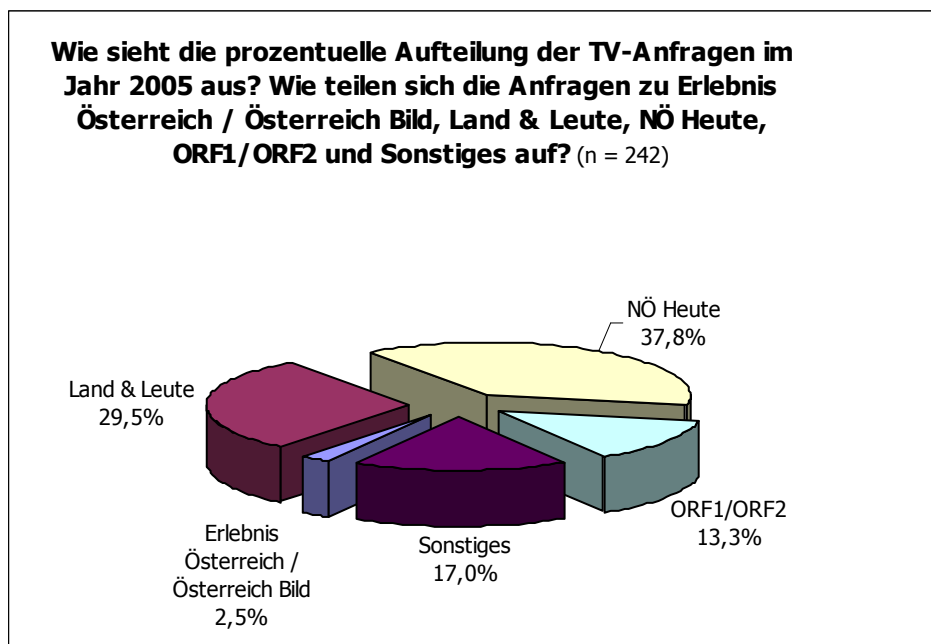


Abbildung 36: Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) im Detail - 2005

NÖ Heute zeigt mit 37,8% den höchsten Wert, gefolgt von Land & Leute mit 29,5%, Sonstiges mit 17% und ORF1/ORF2 mit 13,3%. Die restlichen Anfragen wurden zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild gestellt.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2005 gibt Auskunft über **die am häufigsten gestellten Fragen zum Fernsehen (TV)**<sup>82</sup>:

Zu **NÖ Heute** gab es speziell folgende Anfragen:

- NÖ Heute Beitrag zum Pfeifenmacher
- Vorschläge für Sendungsbeiträge (z.B. Schlaganfall)
- Anfragen zu Büchern
- „Gibt es das NÖ Heute Programm im Teletext?“

<sup>82</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

zu **Land & Leute** wurden insbesondere folgende Themen beantwortet:

- Dinkelkochbuch
- Adresse Kekswerkstatt

zu **Sonstigem** gab es folgende Auskünfte:

- Anfragen zu Privatsendern
- ORF Digital
- Programmauskünfte

zu **ORF1/ORF2** wurden häufig diese Themen gefragt:

- Willkommen Österreich
- Vera
- Zeit im Bild 2 Beiträge
- Licht ins Dunkel

Betrachtet man die Fernsehanfragen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 37**):

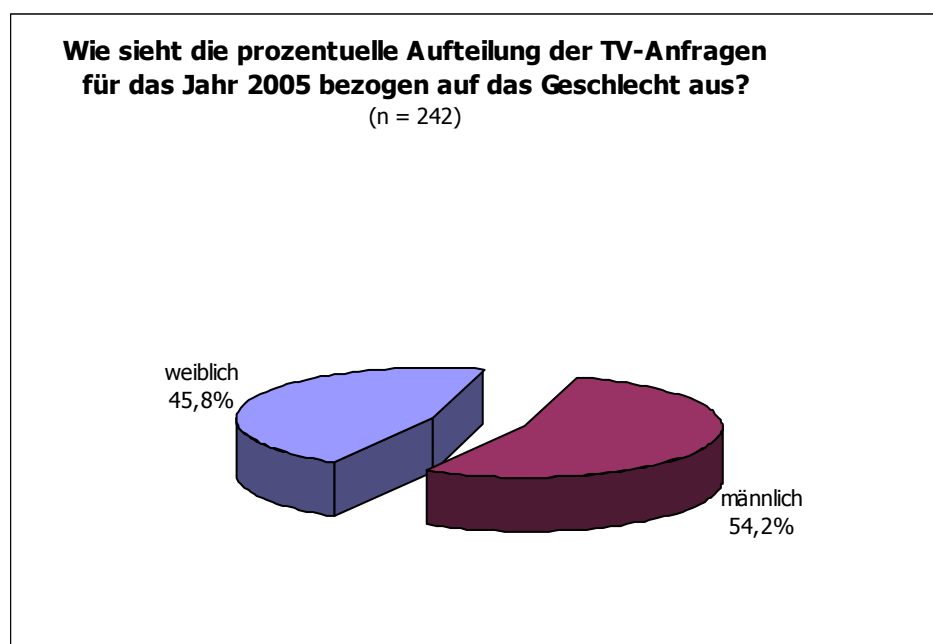


Abbildung 37: Aufteilung der Fernsehanfragen (TV) bezogen auf das Geschlecht - 2005

Frauen liegen mit 45,8% hinter den Männern mit 54,2%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2005 zeigt sich eine deutliche Abweichung bei Frauen von -11,3%, bei Männern analog von +11,3% (vgl. dazu *Abbildung 24: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005* (Seite 78)).

Die abgegebenen **Meinungen** (Wünsche, Anregungen und Beschwerden) werden beim Publikumsservice weiter in Allgemein, NÖ Heute, sonstige ORF Sender und Radio NÖ unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2005 wie folgt dar (**Abbildung 38**):

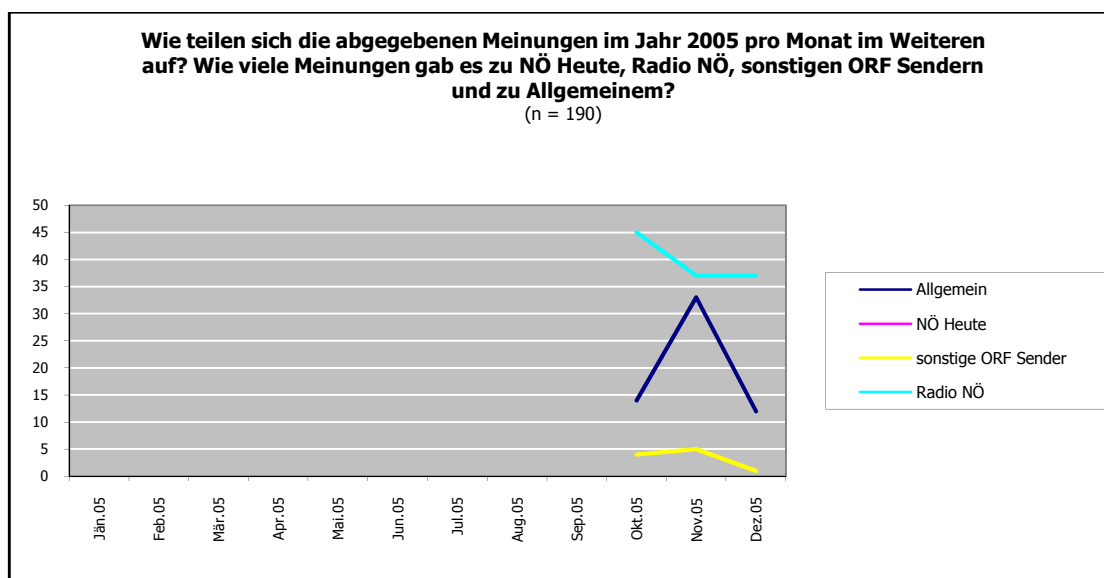


Abbildung 38: Abgegebene Meinungen an das Publikumsservice im Detail - 2005

Am Häufigsten wurden Meinungen zu Radio NÖ mit einem Gesamtwert von 119 abgegeben. Ein Spitzenwert mit 45 abgegebenen Meinungen ist im Oktober 2005 zu sehen.

Insgesamt wurden 59 allgemeine Meinungen abgegeben, zu sonstigen ORF Sendern gab es 10 und zu NÖ Heute ganze 2 Stellungnahmen. Zu allgemeinen Meinungen gab es einen Spitzenwert im November mit 33 protokollierten Einträgen.

Für 2005 ergibt sich für die abgegebenen Meinungen folgende Verteilung (**Abbildung 39**):

Radio NÖ zeigt mit 62,6% den absoluten Spitzenwert, gefolgt von Allgemein mit 31,1%. Meinungen zu anderen ORF Sendern mit 5,3% und NÖ Heute mit 1,1% liegen mit deutlichem Abstand dahinter.



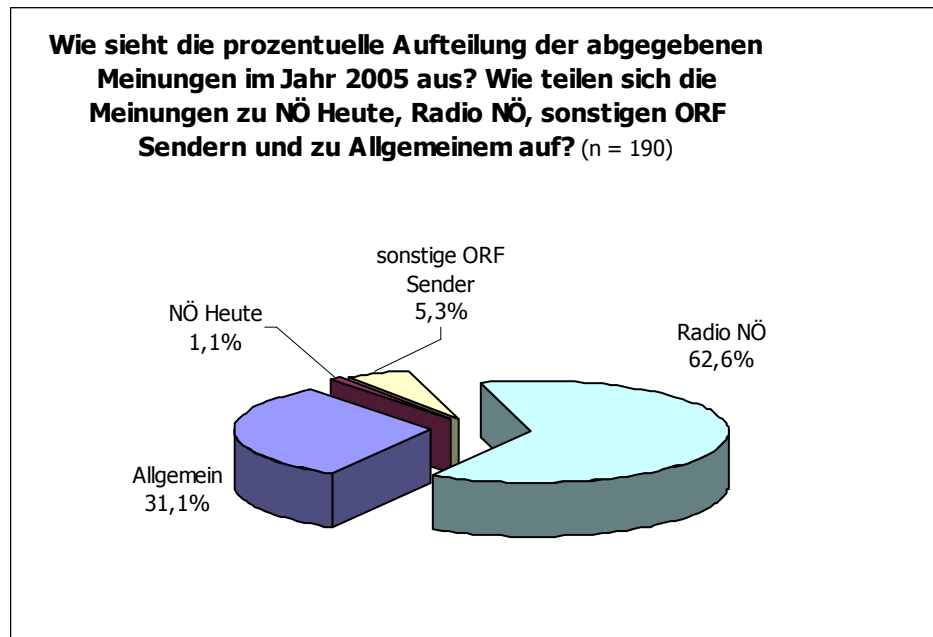


Abbildung 39: Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Detail - 2005

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2005 gibt Auskunft über **die am häufigsten abgegebenen Meinungen** (Wünsche, Anregungen und Beschwerden)<sup>83</sup>:

Zu **Radio NÖ** gab es folgende Stellungnahmen:

- Lob für Radio NÖ „Danke für die wunderschöne Musik“, Lob an das ganze Team, „Musik ist super“
- Beschwerden über zu viele englische Titel
- Beschwerden über den Verkehrsfunk: „zu viele Radarwarnungen“, „Raser werden gewarnt“
- „viel zu wenig über den Advent“
- „zu wenig österreichische weihnachtliche Musik“

zu **Allgemeinem** gab es folgende Meldungen:

- Senderstörung
- „Die Webseite von ORF NÖ ist unmöglich“
- „Danke für die Zusendung eines Rezepts“

<sup>83</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

- „Vater gestorben, ORF abmelden (GIS Gebühren abmelden)“
- „man sollte Tempo 50 in NÖ am Samstag und Sonntag einführen“
- „warum gibt es keine Titelafrage auf der Webseite des ORF NÖ?“
- „Die Werbung ist furchtbar“

Betrachtet man die abgegebenen Meinungen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 40**):

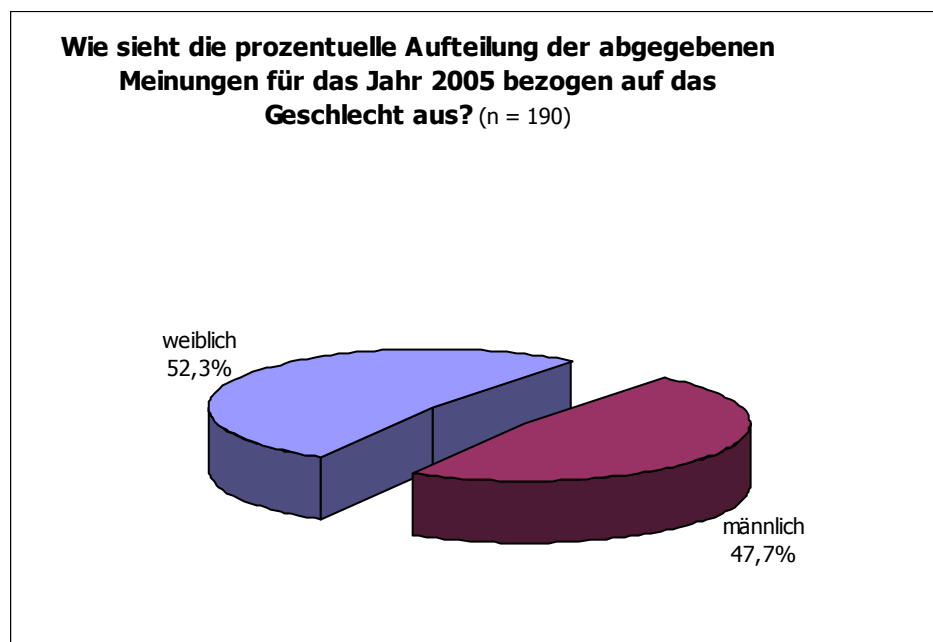


Abbildung 40: Aufteilung der abgegebenen Meinungen auf das Geschlecht - 2005

Bei den Meinungsabgaben liegen die Frauen mit 52,3% vor den Männern mit 47,7%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2005 zeigt sich eine Abweichung bei Frauen von -4,8%, bei Männern analog von +4,8% (vgl. dazu *Abbildung 24: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005 (Seite 78)*).

**Bestellungen & Führungen** werden beim Publikumsservice weiter in Bestellungen und Führungen unterteilt. Zahlenmäßig stellen sich „Bestellungen & Führungen“ für 2005 wie folgt dar (**Abbildung 41**):

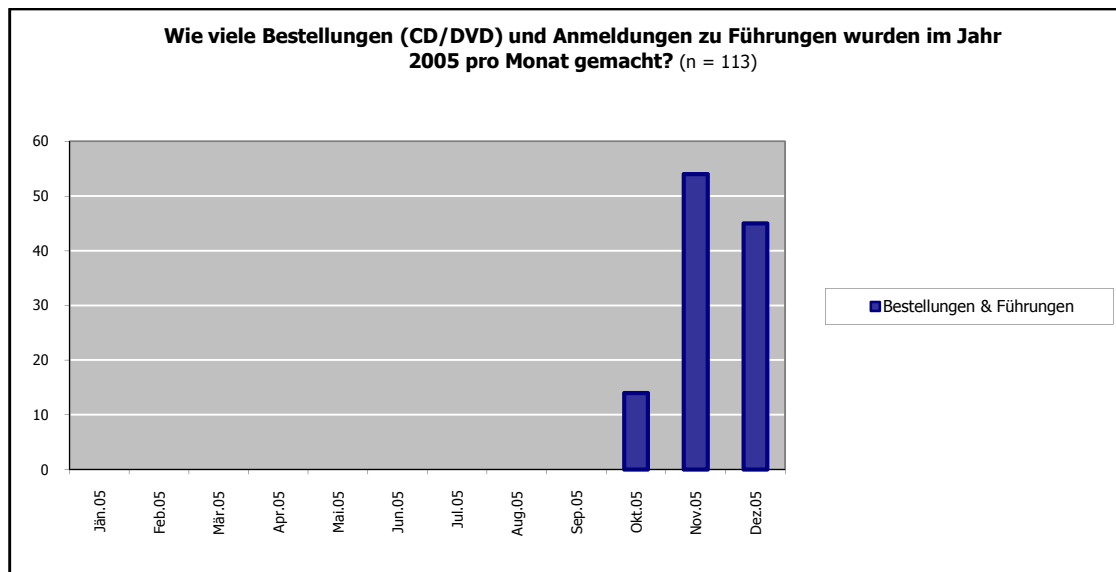


Abbildung 41: Bestellungen (CD/DVD) & Führungen - 2005

Gesamt wurden 113 „Bestellungen & Führungen“ durchgeführt. Der Spitzenwert mit rund 55 ist im November 2005. Im Monatsschnitt wurden somit rund 37 „Bestellungen & Führungen“ durchgeführt.

Für 2005 ergibt sich, dass Bestellungen (CD/DVD) 35% und Anmeldungen zu Führungen 65% ausmachen (**Abbildung 42**).

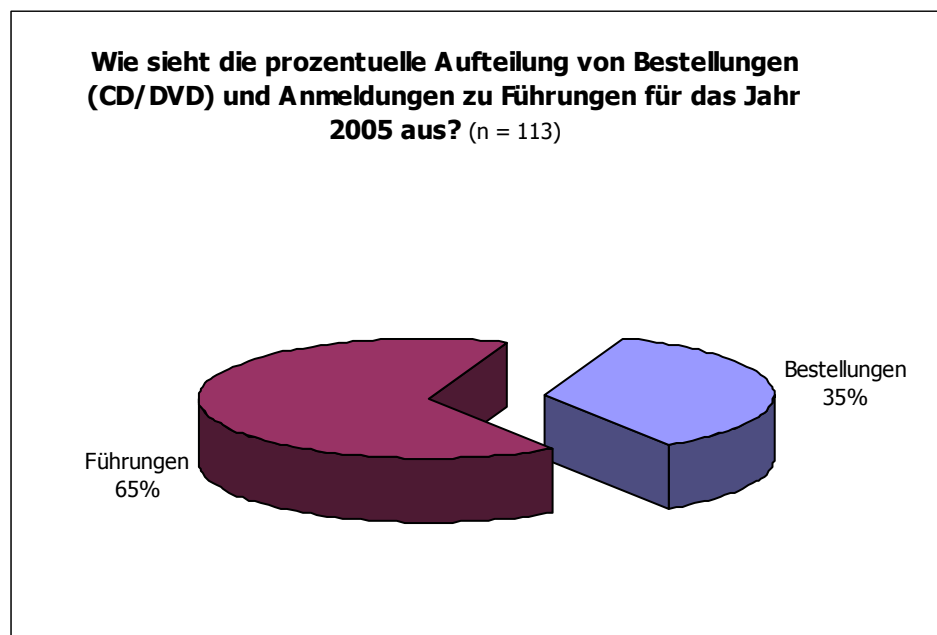


Abbildung 42: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2005

Man könnte an dieser Stelle noch tiefer gehende Analysen anstellen, wie z.B. den folgenden Fragen nachgehen:

- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung für Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen für 2005 bezogen auf Brief, E-Mail und Telefon aus? Wie viele Bestellungen und Führungsanmeldungen wurden mittels Brief, E-Mail und Telefon gemacht?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen für das Jahr 2005 bezogen auf Brief, E-Mail und Telefon aus? Wie viele Radioanfragen wurden mittels Brief, E-Mail und Telefon gemacht?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen für Adressen, Musik, News, andere ORF Sender, Rezepte, Wellness und Sonstiges für das Jahr 2005 bezogen auf Brief, E-Mail und Telefon aus? Wie viele Radioanfragen wurden mittels Brief, E-Mail und Telefon gemacht? etc.

In der Analysephase konnten bei diesen Fragen keine wesentlichen Abweichungen zur Gesamtverteilung der Kontaktformen für 2005, als auch für die weiteren Jahre, festgestellt werden. Es wird somit auf eine Darstellung der Ergebnisse im Weiteren verzichtet.

Abschließend kann zur **Analyse des Jahres 2005** gesagt werden, dass aufgrund der Einführung des Publikumservices mit Oktober 2005 nur Daten für drei Monate zur Analyse bereitstanden. Die ersten Monate zeigen einen teilweise abweichenden Trend im Vergleich zum Gesamtanalysezeitraum 2005 bis 2008, der insbesondere auf die vom ORF Landesstudio Niederösterreich gesetzten Ankündigungen in Radio NÖ und NÖ Heute zum neuen Publikumservice zu Beginn zurückzuführen ist. So sind am Beginn E-Mailanfragen sehr populär und zeigen dabei einen nie mehr erreichten Spitzenwert von 350 im November 2005.

Rund 3.000 Anfragen wurden im Jahr 2005 gestellt. Das Telefon wird dabei für 74,2%, das E-Mail für 24,1% und Briefe für 1,6% der Anfragen verwendet.

Bei brieflichen Anfragen haben die Frauen (*Hörerinnen/Seherinnen*) einen erheblichen Anteil von 84,4% und bei telefonischen Kontakten von rund 60%. Männer (*Hörer/Seher*) hingegen bevorzugen eher die Kommunikation mittels E-Mail. Hier halten sie einen Anteil von rund 56%. Die Gesamtverteilung für 2005 ergibt, dass Frauen 57,1% und Männer 42,9% der Anfragen stellen.

82% der Anfragen erfolgen zum Thema Radio, gefolgt von Fernsehanfragen (TV) mit 8%, Meinungen mit 6,3% und Bestellungen (CD/DVD)<sup>84</sup> & Führungen mit 3,7%.

---

<sup>84</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

Resultierend aus dem Radioprogramm werden insbesondere Veranstaltungshinweise, Gewinnspiele und Reisetipps vermehrt beim Publikumservice nachgefragt. Musikwünsche, Titel- und Interpretenauskünfte sowie Nachfragen zu gesendeten Wellness- und Rezepttipps sind ebenfalls sehr beliebt.

Bei den Anfragen bzw. Rückmeldungen zum Fernsehprogramm ist erwartungsgemäß die Sendung NÖ Heute voran, gefolgt von Meldungen zu Land & Leute.

Bei den abgegebenen Meinungen sind in gleichem Maße Lob als auch Kritik zum Radioprogramm zu finden. Zum Verkehrsfunk gibt es viele Rückmeldungen, wie z.B. „zu viele Radarwarnungen“ und „Raser werden gewarnt“.

Im Allgemeinen ist festzustellen, dass das Spektrum der Anfragethemen und Rückmeldungen sehr weit gestreut ist. Die Angaben in den Tagesprotokollen<sup>85</sup> sind sehr oft kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

---

<sup>85</sup> Tagesprotokolle, Publikumservice ORF Niederösterreich (vgl. Kapitel 9)

### 10.3 Analyse der Tagesprotokolle des Publikumsservices für 2006

In diesem Abschnitt werden Detailanalysen und deren Ergebnisse zum Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich für das Jahr **2006** dargestellt.

Als Basis dienen die Einträge in den Tagesprotokollen<sup>86</sup> des Publikumsservices.

Der Analyse erfolgt anhand folgender Fragestellungen:

- Wie viele **Anfragen** wurden an das Publikumsservice im Jahr 2006 gestellt?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen für das Jahr 2006 an das Publikumsservice bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie viele Anfragen wurden im Jahr 2006 pro Monat an das Publikumsservice mittels **Brief, E-Mail** und **Telefon** gestellt?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen für das Jahr 2006 an das Publikumsservice mittels Brief, E-Mail und Telefon aus?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen mittels Brief für das Jahr 2006 an das Publikumsservice bezogen auf das Geschlecht aus? Wie sieht die Aufteilung für E-Mail und Telefon aus?
- Wie viele Anfragen wurden im Jahr 2006 pro Monat an das Publikumsservice zum **Radio** und **Fernsehen** (TV) gestellt? Wie viele **Bestellungen** (CD/DVD)<sup>87</sup> und Anmeldungen zu **Führungen** wurden gemacht? Wie viele **Meinungen** wurden abgegeben?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen an das Publikumsservice für das Jahr 2006 für Bestellungen & Führungen, Meinungen, Radio und Fernsehen (TV) aus?
- Wie teilen sich die Radioanfragen im Jahr 2006 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele **Adressauskünfte** gab es? Wie viele Anfragen zu **Musik, News, anderen ORF Sendern, Rezepten, Wellness** und **Sonstigem** gab es?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen im Jahr 2006 aus? Wie teilen sich die Anfragen zu Musik, News, anderen ORF Sendern, Rezepten, Wellness und Sonstiges auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen für das Jahr 2006 bezogen auf das Geschlecht aus?

---

<sup>86</sup> Tagesprotokolle, Publikumsservice ORF Niederösterreich (vgl. Kapitel 9)

<sup>87</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

- Wie teilen sich die Fernsehanfragen im Jahr 2006 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele Anfragen zu **Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2** und **Sonstigem** gab es?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Fernsehanfragen im Jahr 2006 aus? Wie teilen sich die Anfragen zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2 und Sonstiges auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Fernsehanfragen für das Jahr 2006 bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie teilen sich die abgegebenen **Meinungen** im Jahr 2006 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele Meinungen gab es zu **NÖ Heute, Radio NÖ, sonstigen ORF Sendern** und zu **Allgemeinem**?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Jahr 2006 aus? Wie teilen sich die Meinungen zu NÖ Heute, Radio NÖ, sonstigen ORF Sendern und zu Allgemeinem auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der abgegebenen Meinungen für das Jahr 2006 bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie viele **Bestellungen** (CD/DVD) und **Anmeldungen zu Führungen** wurden im Jahr 2006 pro Monat gemacht?

**Abbildung 43** gibt einen Überblick über die Themeneinteilung beim Publikumsservice welche für die Definition der Fragen zu Grunde lag.

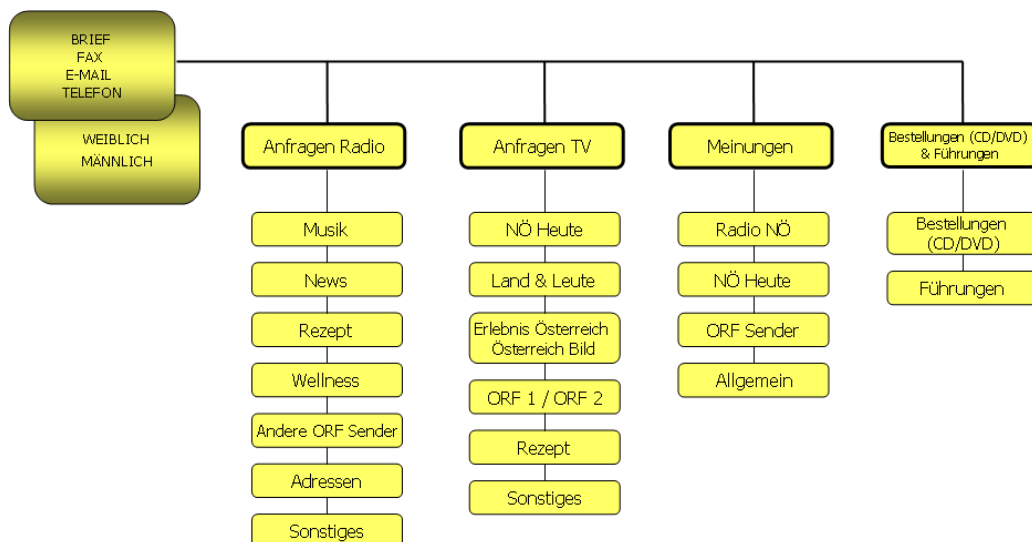


Abbildung 43: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich (Überblick)

Der **Arbeitsumfang** des Publikumsservices zeigt zahlenmäßig im Jahr **2006** pro Monat folgende Werte:

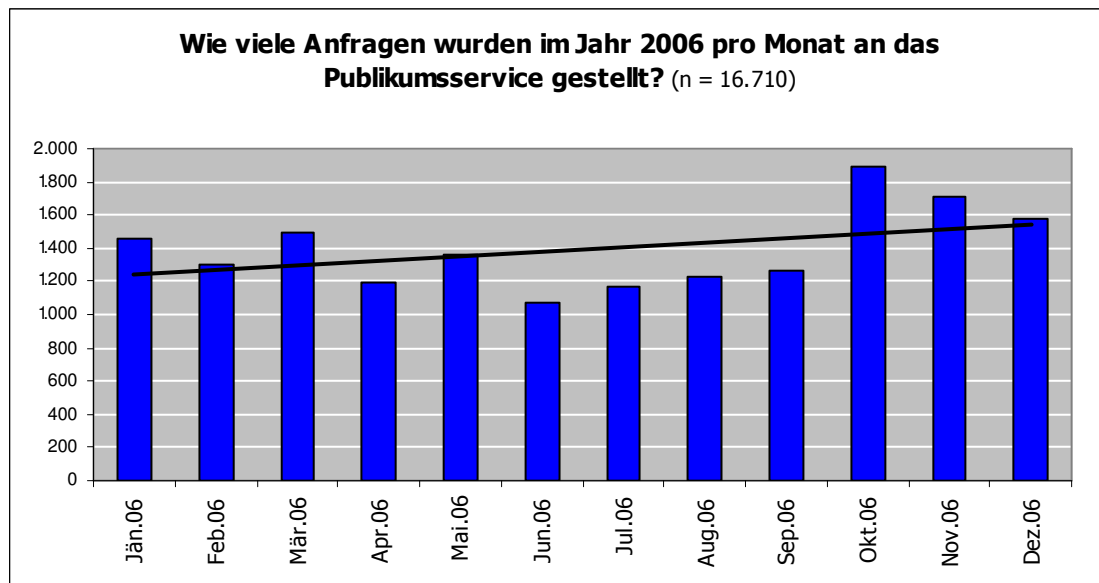


Abbildung 44: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2006

Rund 16.700 Anfragen wurden im Jahr 2006 gestellt und diese bilden für die hier gemachten Analysen die Basis. Die **Abbildung 44** zeigt einen Spitzenwert im Oktober 2006 mit 1.890 Anfragen. Anhand der eingezeichneten Trendlinie ist ersichtlich, dass die Anfragen im Durchschnitt von rund 1.200 mit Jahresbeginn auf knapp 1.400 Anfragen zum Jahresende anwachsen, dies entspricht einer Steigerung von etwa 16%. Die Monate Jänner bis Mai zeigen Werte zwischen rund 1.200 bis 1.450. Hingegen zeigen die Monate Juni bis September nur rund 1.100 bis 1.200 Anfragen, bedingt durch die Urlaubssaison. Von Oktober bis Dezember sind wieder deutlich höhere Werte zu sehen, wobei der Wert im Dezember durch die Feiertage und Weihnachtsferien auf 1.589 zurückgeht.

Berechnet man den Mittelwert der Anfragen pro Monat, dann ergibt sich ein Wert von knapp 1.400. Dies entspricht einem Plus von rund 40% im Vergleich zum Jahr 2005 (rund 990 Anfragen pro Monat).

Analysiert man die Daten nach dem **Geschlecht**, so zeigt sich, dass der Anteil der Anfragen von Frauen bei 64,2% liegt und der Anteil der Männer bei 35,8% (**Abbildung 45**). Im Vergleich zum Wert des Gesamtanalysezeitraumes – siehe Abbildung 7, Seite 63 – liegen Frauen rund 1,2% über dem Vergleichswert, Männer um diesen Prozentsatz darunter.



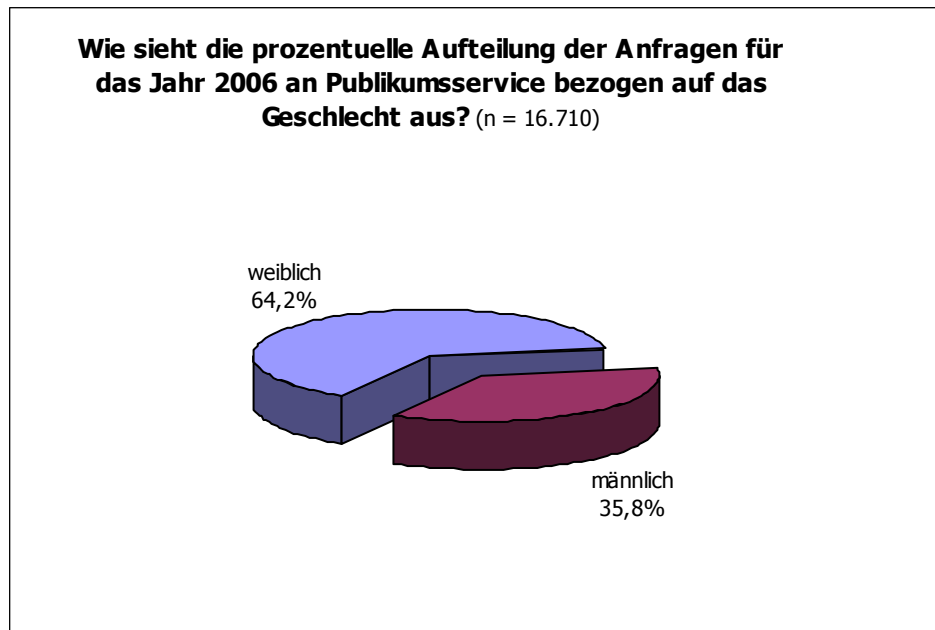


Abbildung 45: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2006

Schlüsselt man die Anfragen nach der **Art der Kontaktaufnahme** auf, so ergibt sich für das Jahr 2006 pro Monat zahlenmäßig folgendes Bild (**Abbildung 46**):

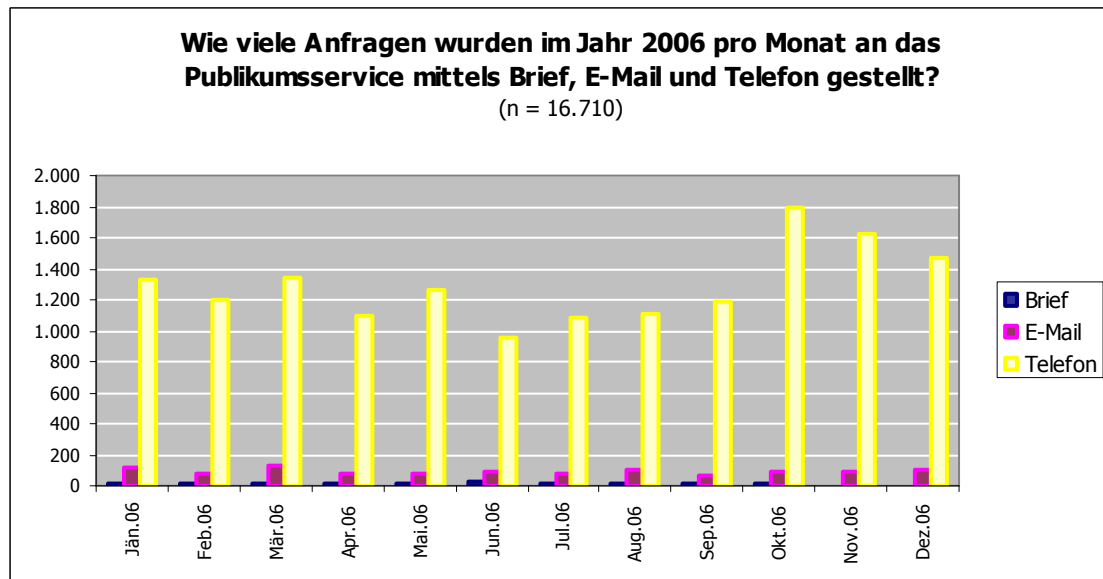


Abbildung 46: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2006

Die Anfragen per Brief nehmen mit einem Gesamtwert von rund 150 einen relativ kleinen Stellenwert ein. Wurden im Jänner noch 16 Briefe verzeichnet, im Juni rund 25 Briefe, so waren es im November und Dezember jeweils nur mehr 2 Briefe.

Die Anzahl der Anfragen per E-Mail belaufen sich auf rund 1.100 für 2006. Die Monate Jänner und März haben Werte von etwa 125, die restlichen Monate haben ein Aufkommen von 70 bis 100 Anfragen. Wie in **Abbildung 46** ersichtlich ist, gab es bei den telefonischen Anfragen einen Spitzenwert von knapp 1.800 im Oktober, gefolgt rund 1.600 im November.

Bei einer **Gesamtbetrachtung der Kontaktformen** ergibt sich für das Jahr 2006, dass das Telefon für 92,6%, das E-Mail für 6,5% und der Brief für 0,9% der Anfragen verwendet wird (**Abbildung 47**). Der Anteil von E-Mail liegt 1,1% unterhalb, der Wert der Briefe mit 0,4% oberhalb des Vergleichswerts des Gesamtanalysezeitraumes – vgl. Abbildung 12, Seite 66. Die telefonischen Anfragen zeigen ebenfalls eine leichte Abweichung von +0,7%.

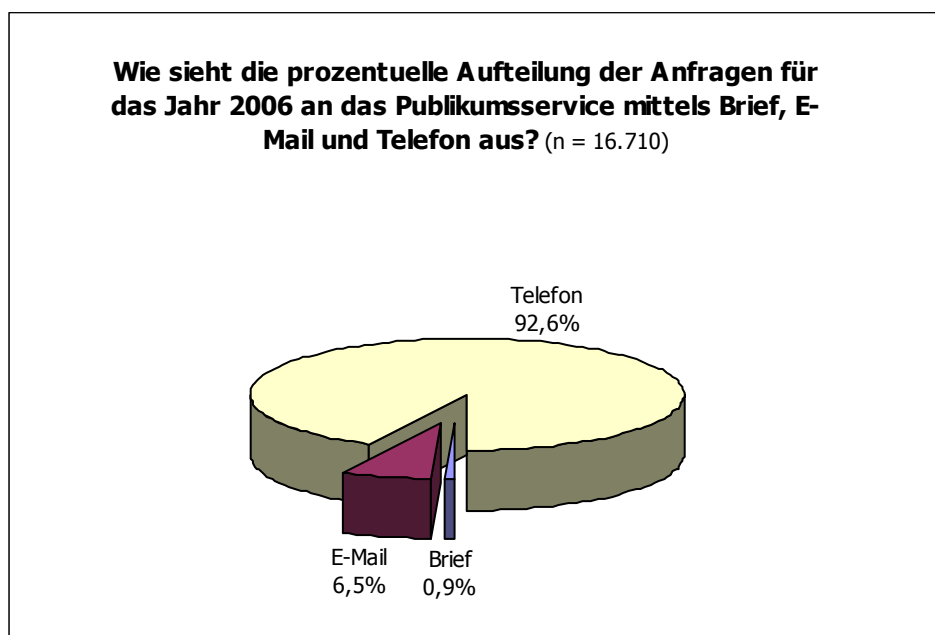


Abbildung 47: Aufteilung der Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2006

Betrachtet man die Kontaktformen Brief, E-Mail und Telefon getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 48, Abbildung 49, Abbildung 50**):

Bei den Anfragen per Brief liegen die Frauen mit 65,5% wesentlich vor den Männern mit 34,5%, hingegen bei den Anfragen per E-Mail Männer mit 53,0% vor den Frauen mit 47,0% liegen. Ein konträres Bild ergibt sich beim Telefon, wo Frauen bei 65,9% und Männer bei einem Anteil von 34,1% liegen. (vgl. dazu auch Abbildung 45: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2006 - Seite 97).

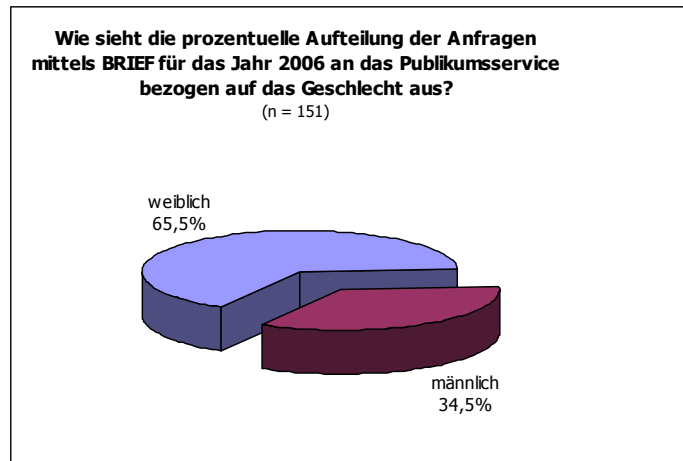


Abbildung 48: Verteilung der Anfragen mittels BRIEF bezogen auf das Geschlecht - 2006



Abbildung 49: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2006

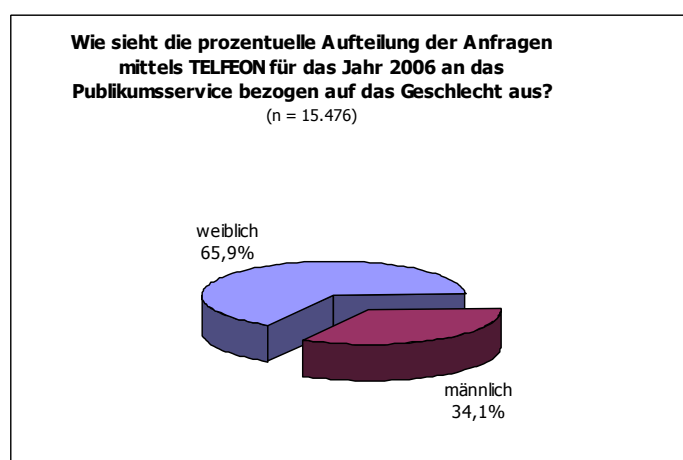


Abbildung 50: Verteilung der Anfragen mittels TELEFON bezogen auf das Geschlecht - 2006

### Aufschlüsselung in Anfragethemen:

Schlüsselt man die Anfragen an das Publikumsservice in Anfragen zum **Radio**, in Anfragen zum **Fernsehen (TV)**, sowie **Meinungen** und **Bestellungen & Führungen** auf, so stellt sich dies zahlenmäßig für 2006 pro Monat wie folgt dar (**Abbildung 51**):

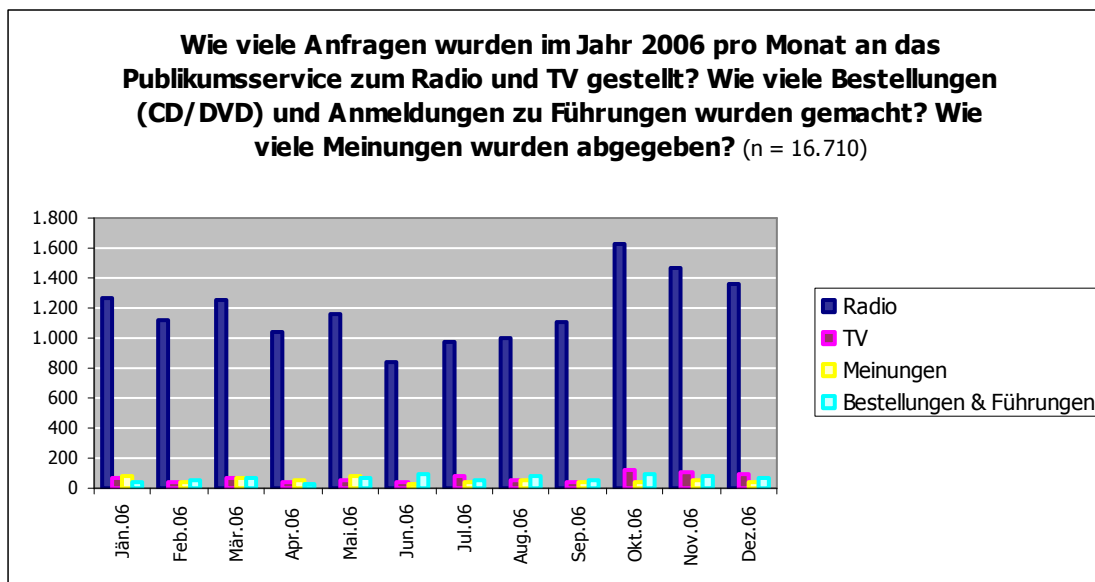


Abbildung 51: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2006

Die Anfragen zum Radio zeigen im Oktober einen Spitzenwert von 1.627 und stellen auch mit erheblichem Abstand den höchsten Anteil dar, gefolgt von Anfragen zum Fernsehen (TV), abgegebenen Meinungen und Bestellungen & Führungen. Die abgegebenen Meinungen zeigen über die Monate einen stabilen Verlauf mit jeweils einem Wert von rund 52. Hingegen gibt es bei Bestellungen & Führungen einen Anstieg von 60 im September, auf 100 im Oktober 2006.

Die **prozentuelle Aufteilung** der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen zeigt zahlenmäßig für 2006 folgende Werte (**Abbildung 52**):

Anfragen zum Radio mit 86,67% liegen deutlich vor TV mit 4,76%, Meinungen mit 3,80% und Bestellungen & Führungen mit 4,77%. Im Vergleich zum Gesamtanalysezeitraum (siehe *Abbildung 20: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen – 2005 bis 2008 - Seite 72*) zeigt sich für 2006 beim Radio eine Abweichung von +1,64%, bei TV -1,68%, bei Meinungen von -0,71% und bei Bestellungen und Führungen von +0,77%.

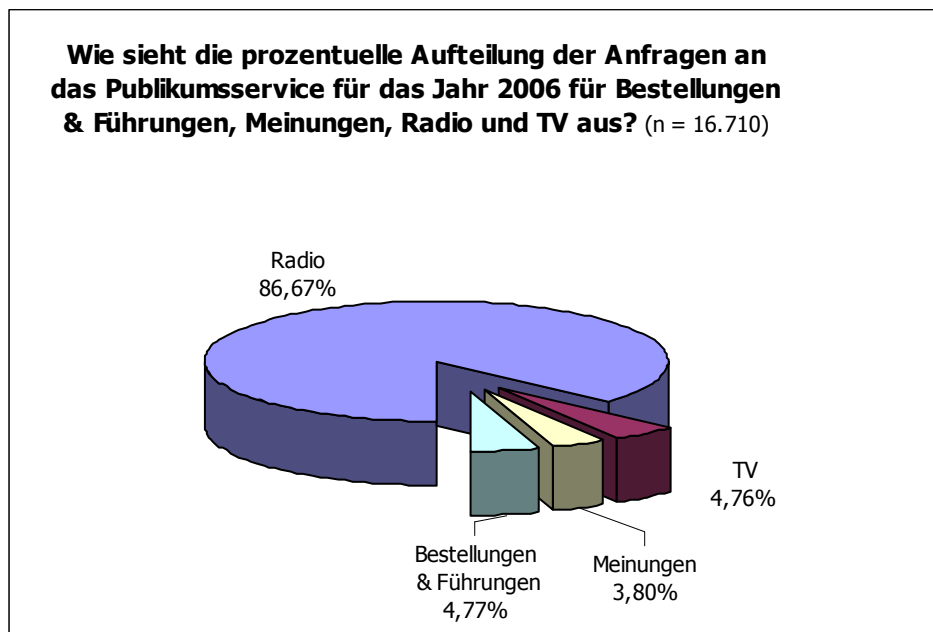


Abbildung 52: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2006

Die **Anfragen zum Radio** werden beim Publikumsservice weiter in Anfragen zu Adressen, Musik, News, andere ORF Sender, Rezepte, Wellness und Sonstiges unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2006 wie folgt dar (**Abbildung 53**):

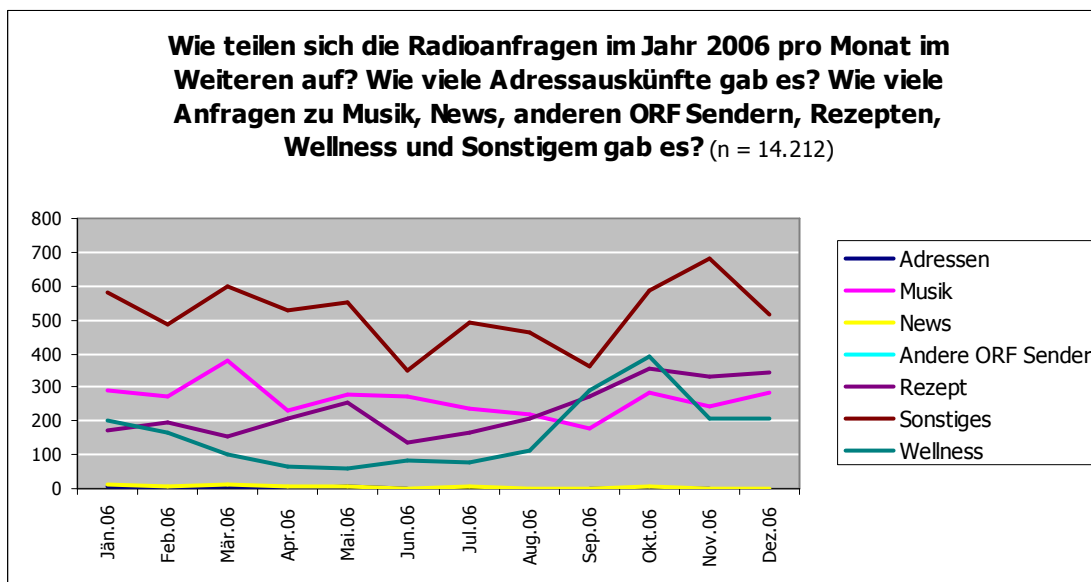


Abbildung 53: Anfragen zum Radio an das Publikumsservice im Detail - 2006

Am Häufigsten gab es Anfragen zum Thema „Sonstiges“ mit einem Spitzenwert im November von rund 680, verursacht durch Gewinnspiele und Anfragen zur Aktion Kinderskikurs. In Summe gab es 6.192 Anfragen zu „Sonstiges“, gefolgt von Musik mit gesamt 3.164 Anfragen. Schon etwas abgeschlagen liegen Rezepte mit rund 2.800 Anfragen, gefolgt von Wellness mit

1.968 Anfragen für 2006. Bei Wellness ist ein starker Anstieg in den Monaten September und Oktober mit Werten von 290 und 391 aufgrund der Themen Schmerztherapie, Seife und Dusche, Anti Aging und Rheuma zu sehen. Adressauskünfte, Anfragen zu News und zu anderen ORF Sendern machen mit 91 Protokollierungen den geringsten Teil aus.

Für 2006 ergibt sich bei der Aufteilung der Anfragen zum Radio folgende Verteilung (**Abbildung 54**):

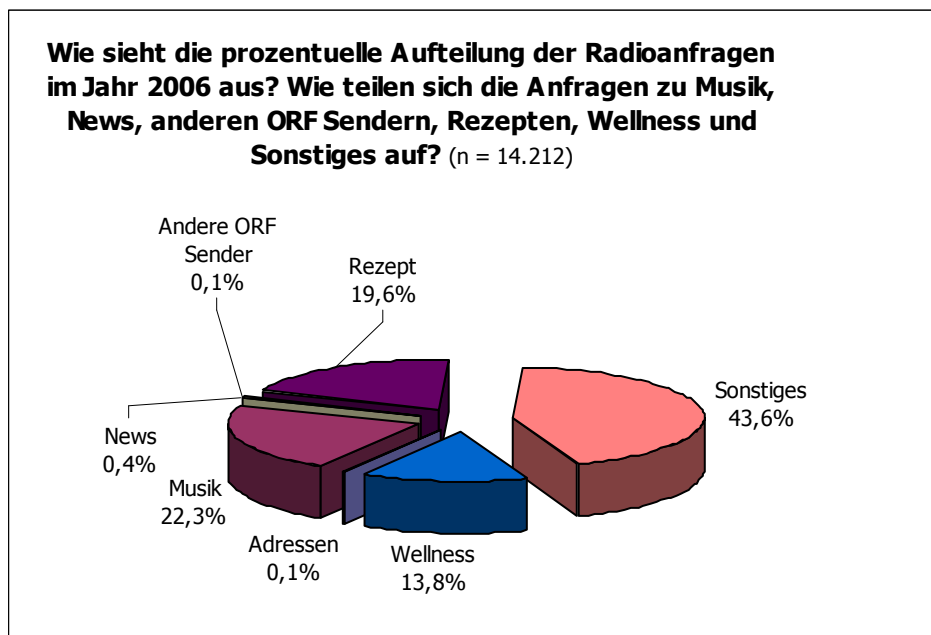


Abbildung 54: Aufteilung der Anfragen zum Radio im Detail - 2006

Rund 44% der gestellten Anfragen werden unter Sonstiges eingereiht, gefolgt von Anfragen zu Musik mit 22,3%, Rezepten mit 19,6% und Wellness mit 13,8%. Der Rest teilt sich in Adressauskünfte, Anfragen zu News und anderen ORF Sendern auf.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2006 gibt Auskunft über **die am häufigsten gestellten Fragen zum Radio**<sup>88</sup>:

Bei „**Sonstiges**“ wurden insbesondere folgende Anfragen gestellt:

- Nachfragen zu Veranstaltungen
- Niederösterreich Hörerreisen (Madeira, Portugal, Andalusien, Nordkap, ..)
- Anmeldungen zu Gewinnspielen

<sup>88</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

- Auskunft Spenden-Konto (Hochwasser, ..)
- Wohnbauförderung
- Infos zur ORF NÖ Sommertour, Radio NÖ Dampfer / Schlagerdampfer, Info Gratis-Kinderskikurs, der Kräuterbauer
- Anfragen zu prominenten Gästen, Autogrammkarten (Udo Jürgens, Patrick Lindner, ..)
- Blumenaktion am Valentinstag<sup>89</sup>
- Koch-Buch-Tipps, Mottenbroschüre, Energiespartipps
- Euro Wechselbus (Tourenplan ÖNB)
- Waschnüsse, Anti-Schnarch Spray

zu **Musik** wurden folgende Auskünfte am häufigsten gegeben:

- Musiktitelauskunft, Interpretenauskunft
- Musikwunsch

bei **Rezepten** von prominenten Gästen waren beliebt:

- Kekseverwertung (Rezept für die Verwertung von übriggebliebener Weihnachtsbäckerei)
- Erdäpfelsuppe
- Schwammerlgulasch, Krautwickler, Reisauflauf, Bärlauchrisotto, Erdäpfel Pfanne, Kasnudeln, Entenbrust, Kletzennudeln, Lasagne
- Marillenknödel, Mohntorte, Briocheknödel, Sachertorte
- Marmelade, Einkochrezepte

und bei **Wellness** gab es folgende Favoriten:

- Mentales Heilen, Bachblüten, Migräne
- Anti Aging, Rheuma, Positives Denken
- Zahnersatz, Osteoporose, Verkühlung
- Sanddorn, Thymian
- Anfragen zur Schmerzambulanz

---

<sup>89</sup> Hier werden Blumen in Niederösterreich verteilt.

Betrachtet man die Radioanfragen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 55**):

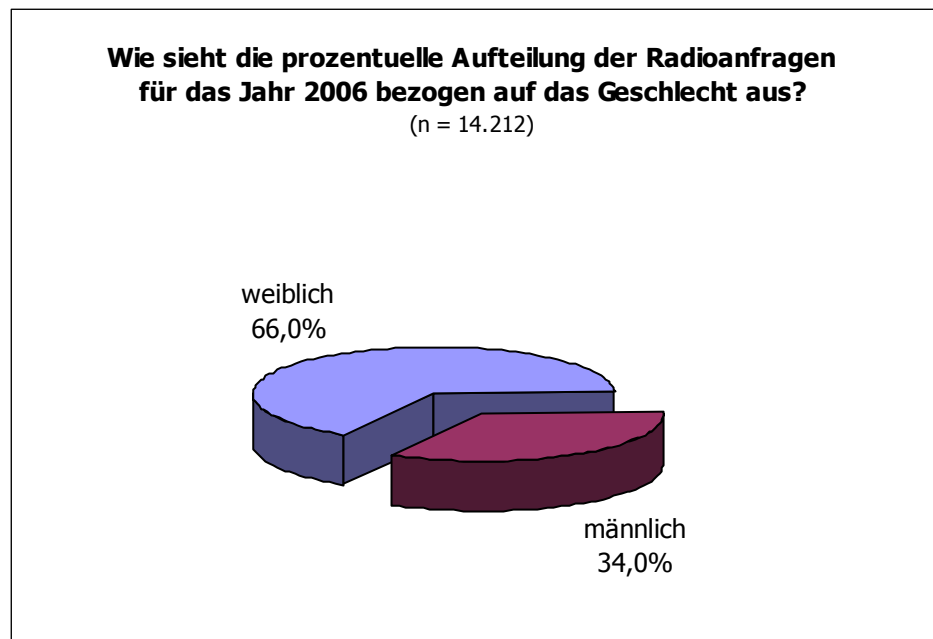


Abbildung 55: Aufteilung der Radioanfragen bezogen auf das Geschlecht - 2006

Bei den Anfragen zum Radio liegen Frauen mit 66% vor den Männern mit 34%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2006 ist dies ein Plus von 1,8% bei Frauen, bei Männern ein um diesen Prozentsatz reduzierter Wert (vgl. dazu *Abbildung 45: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2006 - Seite 78*).

Die **Anfragen zum Fernsehen (TV)** werden beim Publikumsservice weiter in Anfragen zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2 und Sonstiges unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2006 wie folgt dar (**Abbildung 56**):

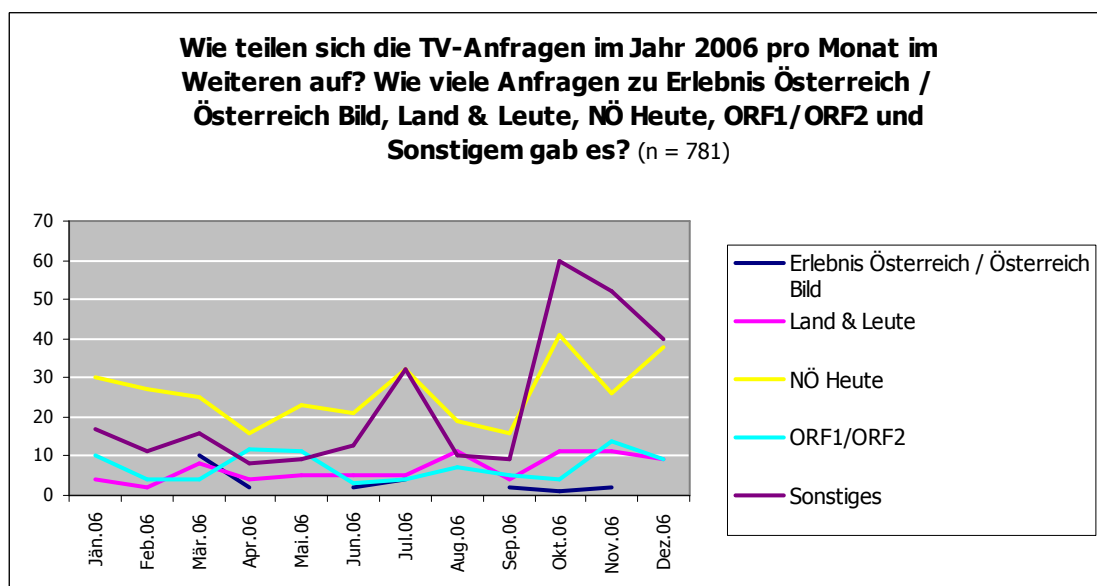


Abbildung 56: Anfragen zum Fernsehen (TV) an das Publikumsservice im Detail - 2006



Ein Spitzenwert von 60 Anfragen wurde zu Sonstiges, verursacht durch Anfragen zu ORF Digital (DVB-T), im Oktober 2006 verzeichnet. Am Häufigsten wurden jedoch Auskünfte zu NÖ Heute mit in Summe 314 Anfragen gegeben, gefolgt von Sonstigem mit 277, ORF1/ORF2 mit 87 und Land & Leute mit 79. Erlebnis Österreich / Österreich Bild zeigt einen Summenwert für 2006 von 24 Anfragen, wobei hier nur Anfragen in den Monaten März, Mai, sowie Juni, Juli und September, Oktober, November vorkommen.

Für 2006 ergibt sich bei der Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) folgende Verteilung (**Abbildung 57**):

NÖ Heute zeigt mit 40,2% den höchsten Wert, gefolgt von Sonstigem mit 35,5%, ORF1/ORF2 mit 11,1% und Land & Leute mit 10,1%. Die restlichen Anfragen wurden zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild gestellt.

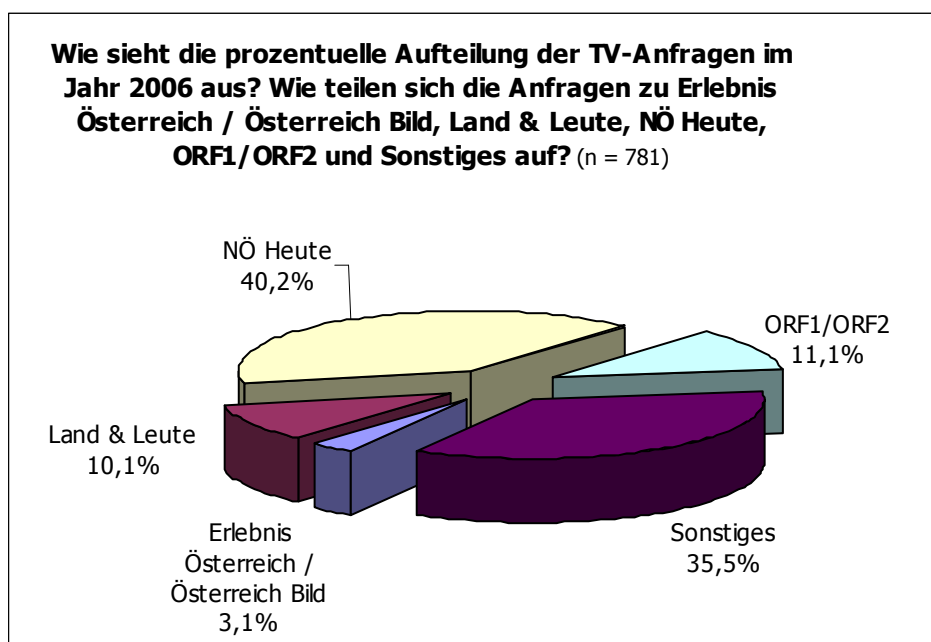


Abbildung 57: Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) im Detail - 2006

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2006 gibt Auskunft über **die am häufigsten gestellten Fragen zum Fernsehen (TV)**<sup>90</sup>:

Zu **NÖ Heute** gab es speziell folgende Anfragen:

- NÖ-Heute Beiträge zum Familienalbum, Puppenmacherin
- ORF NÖ Sommertour

<sup>90</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

- Ernährungsberatung
- Spielplatzführer

zu **Sonstigem** gab es folgende Auskünfte:

- ORF Digital (DVB-T)
- Programmauskünfte

Betrachtet man die Fernsehanfragen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 58**):

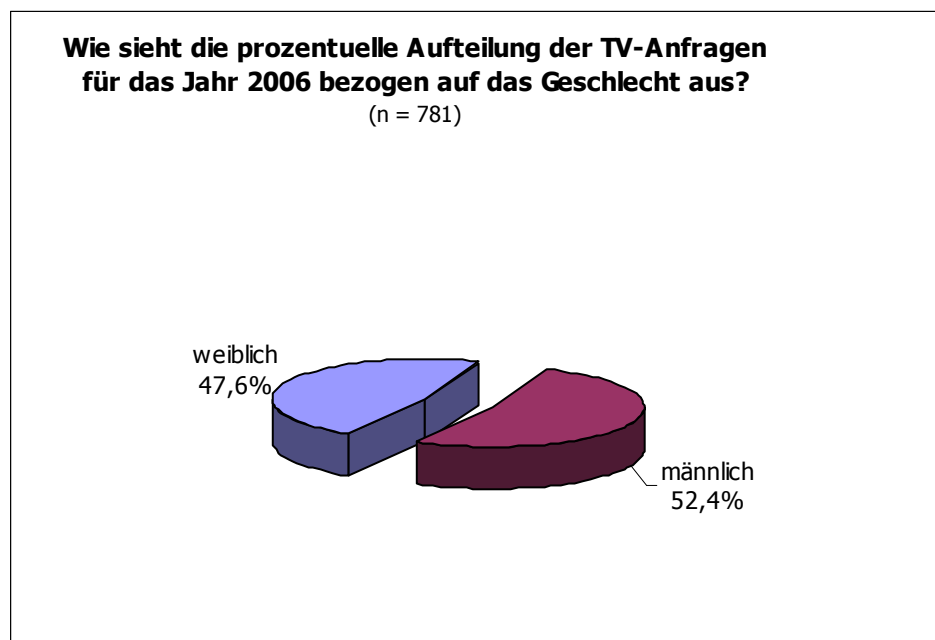


Abbildung 58: Aufteilung der Fernsehanfragen (TV) bezogen auf das Geschlecht - 2006

Frauen liegen mit 47,6% hinter den Männern mit 52,4%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2006 zeigt sich eine deutliche Abweichung bei Frauen von -16,6%, bei Männern analog von +16,6% (vgl. dazu *Abbildung 45: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2006 (Seite 97)*). Ein wesentlicher Grund für diese große Differenz liegt in der großen Anzahl an Anfragen zu DVB-T, die vorwiegend von Männern gestellt werden.

Die abgegebenen **Meinungen** (Wünsche, Anregungen und Beschwerden) werden beim Publikumservice weiter in Allgemein, NÖ Heute, sonstige ORF Sender und Radio NÖ unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2006 wie folgt dar (**Abbildung 38**):

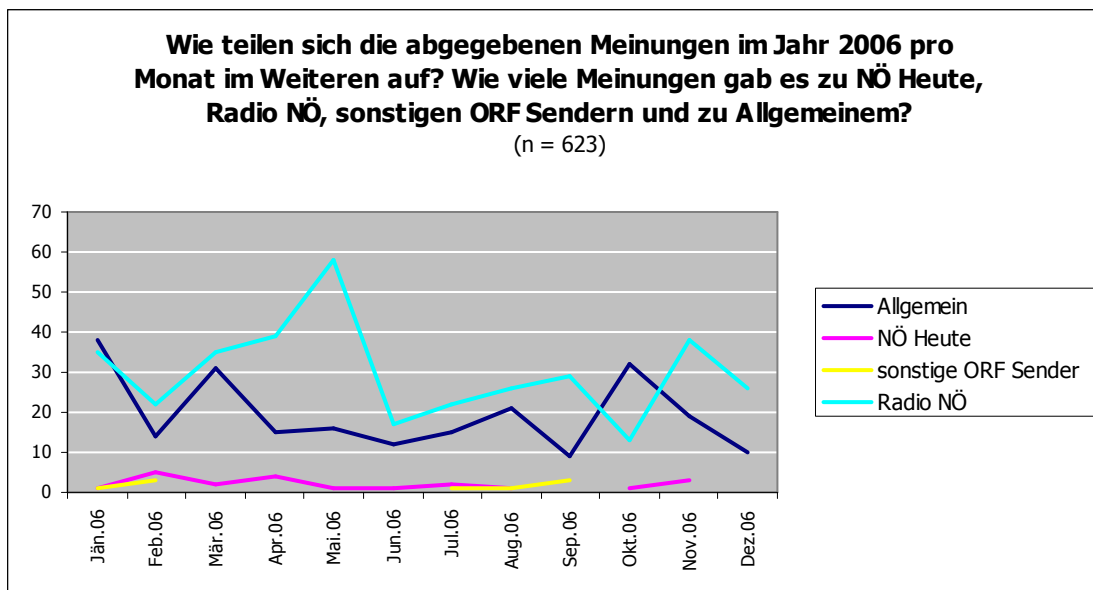


Abbildung 59: Abgegebene Meinungen an das Publikumservice im Detail - 2006

Am Häufigsten wurden Meinungen zu Radio NÖ mit einem Gesamtwert von 360 abgegeben. Ein Spitzenwert mit 58 abgegebenen Meinungen ist im Mai 2006 zu sehen. Als wesentliche Gründe hierfür sind Beschwerden zur Aussage „Der Durchschnittsverdienst der Österreicher beträgt 1.800 Euro“ zu nennen, als auch Beschwerden über das in einem Beitrag angesprochene Musikschulgesetz.

Insgesamt wurden 232 allgemeine Meinungen abgegeben, zu NÖ Heute gab es 21 und zu sonstigen ORF Sendern ganze 10 Stellungnahmen. Zu allgemeinen Meinungen gab es einen Spitzenwert im Jänner mit 38 protokollierten Einträgen.

Für 2006 ergibt sich für die abgegebenen Meinungen folgende Verteilung (**Abbildung 60**):

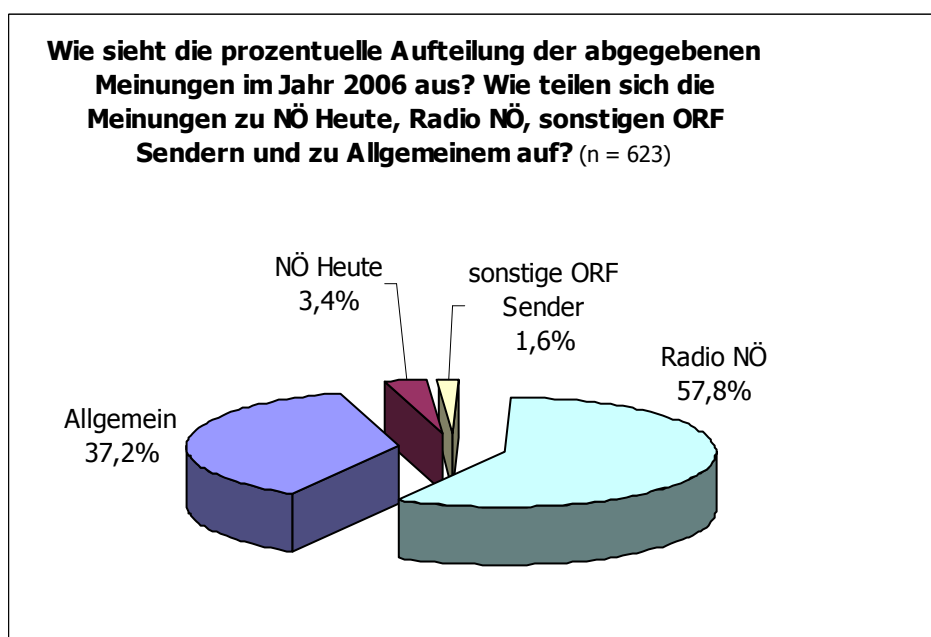


Abbildung 60: Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Detail - 2006

Radio NÖ zeigt mit 57,8% den absoluten Spitzenwert, gefolgt von Allgemeinem mit 37,2%. Meinungen zu anderen ORF Sendern mit 1,6% und NÖ Heute mit 3,4% liegen mit deutlichem Abstand dahinter.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2006 gibt Auskunft über **die am häufigsten abgegebenen Meinungen** (Wünsche, Anregungen und Beschwerden)<sup>91</sup>:

Zu **Radio NÖ** gab es folgende Stellungnahmen:

- Lob für Radio NÖ „Danke für die wunderschöne Musik“, Lob an das ganze Team, „Musik ist super“
- Beschwerden zur Aussage „Der Durchschnittsverdienst der Österreicher beträgt 1.800 Euro“
- Beschwerden über Musikschulgesetz, Beschwerden zur Fußball WM
- Beschwerden über zu viele englische Titel, „bitte mehr Lolita spielen“
- Beschwerden über den Verkehrsfunk („Raser werden gewarnt“)
- „zu wenig Weihnachtslieder“

zu **Allgemeinem** gab es folgende Meldungen:

- „ORF Ski Challenge ist toll“
- Kritik nach Aussage „Girls day“: „Könnt ihr nicht deutsch reden“
- "man kommt nie durch"
- Rundfunkgebühren, „Bahn kommt immer zu spät“, „Stetten ist im Weinviertel , nicht im Marchfeld“
- „Reise schon ausgebucht“
- „Valentinstag ist zu kommerziell“
- „Kochbuch ist gut“

---

<sup>91</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

Betrachtet man die abgegebenen Meinungen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 61**):

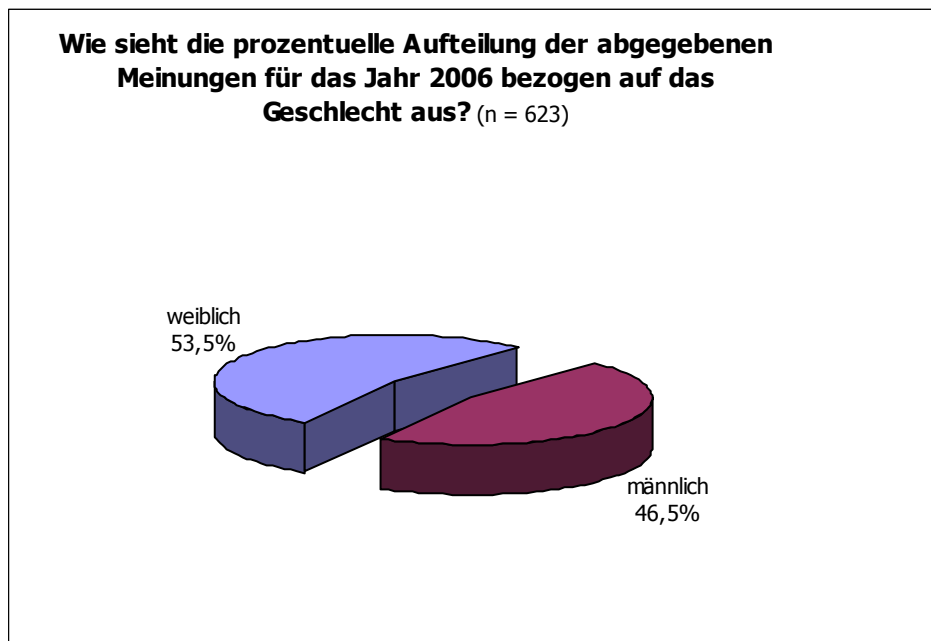


Abbildung 61: Aufteilung der abgegebenen Meinungen auf das Geschlecht - 2006

Bei den Meinungsabgaben liegen die Frauen mit 53,5% vor den Männern mit 46,6%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2006 zeigt sich eine Abweichung bei Frauen von -10,7%, bei Männern analog von +10,7% (vgl. dazu *Abbildung 45: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2006 (Seite 97)*).

**Bestellungen & Führungen** werden beim Publikumservice weiter in Bestellungen und Führungen unterteilt. Zahlenmäßig stellen sich „Bestellungen & Führungen“ für 2006 wie folgt dar (**Abbildung 62**):

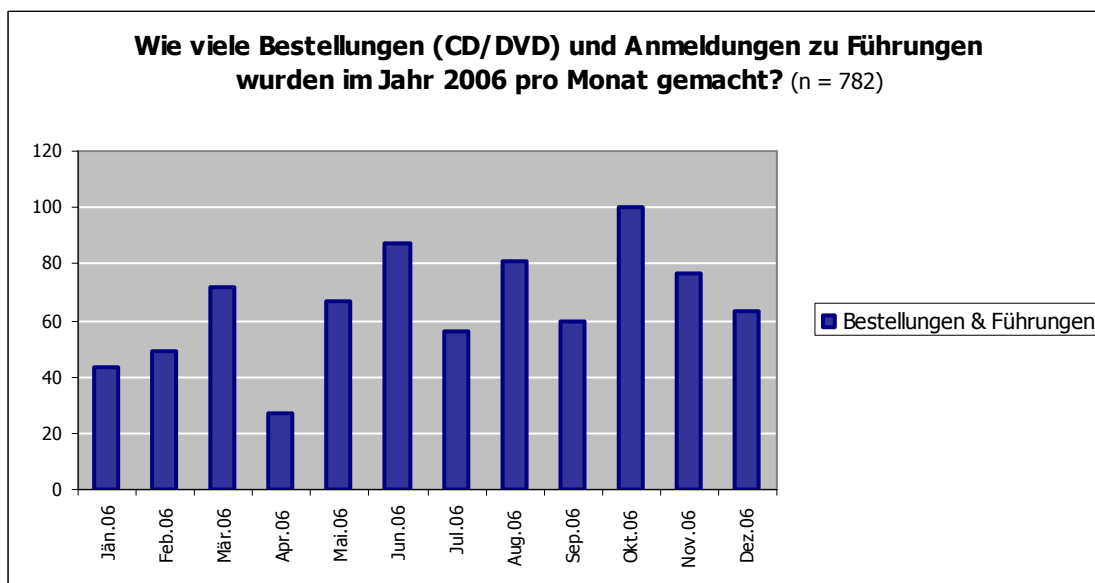


Abbildung 62: Bestellungen (CD/DVD) & Führungen - 2006

Gesamt wurden 782 „Bestellungen & Führungen“ durchgeführt. Den Spitzenwert mit 100 gibt es im Oktober 2006.

Für 2006 ergibt sich, dass Bestellungen (CD/DVD) 64% und Anmeldungen zu Führungen 36% ausmachen (**Abbildung 63**).



Abbildung 63: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2006

Abschließend kann zur **Analyse des Jahres 2006** gesagt werden, dass das Aufkommen der Anfragen um rund 40% höher war als im Vergleichszeitraum 2005.

Rund 16.700 Anfragen wurden gestellt. Das Telefon wird hierbei für 92,6%, das E-Mail für 6,5% und Briefe für 0,9% der Anfragen genutzt.

Bei brieflichen Anfragen haben die Frauen (*Hörerinnen/Seherinnen*) einen erheblichen Anteil von 65,5% und bei telefonischen Kontakten von rund 66%. Männer (*Hörer/Seher*) hingegen bevorzugen eher die Kommunikation mittels E-Mail. Hier halten sie einen Anteil von rund 53%. Die Gesamtverteilung für 2006 ergibt, dass Frauen 64,2% und Männer 35,8% der Anfragen stellen.

86,67% der Anfragen erfolgen zum Thema Radio, gefolgt von Bestellungen (CD/DVD)<sup>92</sup> & Führungen mit 4,77%, Fernsehansuchen (TV) mit 4,76%, Meinungen mit 3,8%.

<sup>92</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

Resultierend aus dem Radioprogramm werden insbesondere Gewinnspiele, Hörerreisen und Aktionen, wie z.B. Kinderskikurs, beim Publikumservice nachgefragt. Auskünfte über das Spendenkonto für die Hochwassergeschädigten gehören ebenfalls dazu. Musikwünsche, Titel- und Interpretenauskünfte sowie Nachfragen zu gesendeten Rezept- und Wellnessstipps sind ebenfalls sehr beliebt. So gehören Rezepte für die Verwertung von übriggebliebener Weihnachtsbäckerei, Schwammerlgulasch, sowie die Zusendung von diversem Wellness- Informationsmaterial zu einem Schwerpunkt beim Publikumservice.

Bei den Anfragen bzw. Rückmeldungen zum Fernsehprogramm ist erwartungsgemäß die Sendung NÖ Heute voran, gefolgt von sonstigen Anfragen. Hierzu sind viele Fragen zu ORF Digital bzw. DVB-T eingegangen.

Bei den abgegebenen Meinungen sind in gleichem Maße Lob als auch Kritik zum Radioprogramm zu finden. Aufregung verursachte die Aussage, dass „Der Durchschnittsverdienst der Österreicher 1.800 Euro beträgt“, dass vielen wohl etwas zu hoch gegriffen erschien. Ebenso hat der Beitrag über das Musikschulgesetz viele Rückmeldungen gebracht.

Im Allgemeinen ist festzustellen, dass das Spektrum der Anfragethemen und Rückmeldungen sehr weit gestreut ist, so ist von „ORF Ski Challenge ist toll“ bis hin zu Kritiken wie „Girls day: Könnt ihr nicht deutsch reden“, oder von „das Musikprogramm ist toll“ bis „zu viele englische Lieder“, so gut wie alles vertreten.

## 10.4 Analyse der Tagesprotokolle des Publikumsservices für 2007

In diesem Abschnitt werden Detailanalysen und deren Ergebnisse zum Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich für das Jahr **2007** dargestellt.

Als Basis dienen die Einträge in den Tagesprotokollen<sup>93</sup> des Publikumsservices.

Der Analyse erfolgt anhand folgender Fragestellungen:

- Wie viele **Anfragen** wurden an das Publikumsservice im Jahr 2007 gestellt?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen für das Jahr 2007 an das Publikumsservice bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie viele Anfragen wurden im Jahr 2007 pro Monat an das Publikumsservice mittels **Brief, E-Mail** und **Telefon** gestellt?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen für das Jahr 2007 an das Publikumsservice mittels Brief, E-Mail und Telefon aus?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen mittels Brief für das Jahr 2007 an das Publikumsservice bezogen auf das Geschlecht aus? Wie sieht die Aufteilung für E-Mail und Telefon aus?
- Wie viele Anfragen wurden im Jahr 2007 pro Monat an das Publikumsservice zum **Radio** und **Fernsehen** (TV) gestellt? Wie viele **Bestellungen** (CD/DVD)<sup>94</sup> und Anmeldungen zu **Führungen** wurden gemacht? Wie viele **Meinungen** wurden abgegeben?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen an das Publikumsservice für das Jahr 2007 für Bestellungen & Führungen, Meinungen, Radio und Fernsehen (TV) aus?
- Wie teilen sich die Radioanfragen im Jahr 2007 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele **Adressauskünfte** gab es? Wie viele Anfragen zu **Musik, News, anderen ORF Sendern, Rezepten, Wellness** und **Sonstigem** gab es?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen im Jahr 2007 aus? Wie teilen sich die Anfragen zu Musik, News, anderen ORF Sendern, Rezepten, Wellness und Sonstiges auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen für das Jahr 2007 bezogen auf das Geschlecht aus?

---

<sup>93</sup> Tagesprotokolle, Publikumsservice ORF Niederösterreich (vgl. Kapitel 9)

<sup>94</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.



- Wie teilen sich die Fernsehanfragen im Jahr 2007 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele Anfragen zu **Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2** und **Sonstigem** gab es?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Fernsehanfragen im Jahr 2007 aus? Wie teilen sich die Anfragen zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2 und Sonstiges auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Fernsehanfragen für das Jahr 2007 bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie teilen sich die abgegebenen **Meinungen** im Jahr 2007 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele Meinungen gab es zu **NÖ Heute, Radio NÖ, sonstigen ORF Sendern** und zu **Allgemeinem**?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Jahr 2007 aus? Wie teilen sich die Meinungen zu NÖ Heute, Radio NÖ, sonstigen ORF Sendern und zu Allgemeinem auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der abgegebenen Meinungen für das Jahr 2007 bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie viele **Bestellungen** (CD/DVD) und **Anmeldungen zu Führungen** wurden im Jahr 2007 pro Monat gemacht?

**Abbildung 64** gibt einen Überblick über die Themeneinteilung beim Publikumsservice welche für die Definition der Fragen zu Grunde lag.

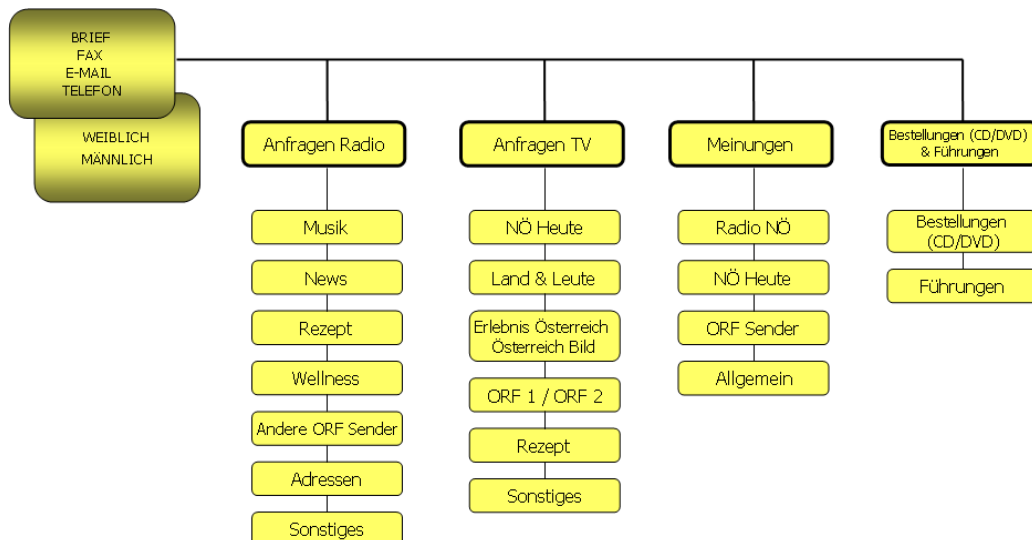


Abbildung 64: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich (Überblick)

Der **Arbeitsumfang** des Publikumsservices zeigt zahlenmäßig im Jahr 2007 pro Monat folgende Werte:

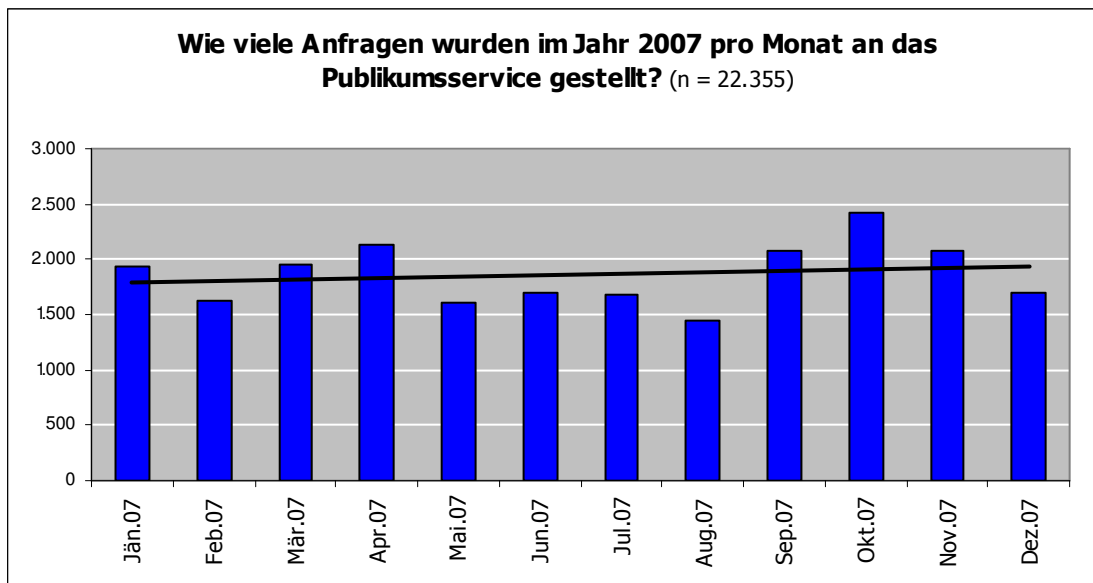


Abbildung 65: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2007

Rund 22.300 Anfragen wurden im Jahr 2007 gestellt und diese bilden für die hier gemachten Analysen die Basis. Die **Abbildung 65** zeigt einen Spitzenwert im Oktober 2007 mit 2.427 Anfragen. Anhand der eingezeichneten Trendlinie ist ersichtlich, dass die Anfragen im Durchschnitt von rund 1.800 mit Jahresbeginn auf knapp 2.000 Anfragen zum Jahresende anwachsen, dies entspricht einer Steigerung von etwa 11%. Mit Ausnahme des Februars zeigen die ersten Monate bis April steigende Werte von rund 1.900 bis knapp 2.100. Hingegen zeigen die Monate Mai bis Juli nur rund 1.600, der August nur und 1.400 Anfragen, bedingt durch die Urlaubssaison. Der Mai zeigt hier auch bereits niedrigere Werte aufgrund der vielen Feier- und Feiertage. Von September bis November sind wieder deutlich höhere Werte zu sehen. Der Wert im Dezember geht aufgrund der Feiertage und Weihnachtsferien auf 1.700 zurück.

Berechnet man den Mittelwert der Anfragen pro Monat, dann ergibt sich ein Wert von rund 1.860. Dies entspricht einem Plus von knapp 33% im Vergleich zum Jahr 2006 (rund 1.400 Anfragen pro Monat).

Analysiert man die Daten nach dem **Geschlecht**, so zeigt sich, dass der Anteil der Anfragen von Frauen bei 61,8% liegt und der Anteil der Männer bei 38,2% (**Abbildung 66**). Im Vergleich zum Wert des Gesamtanalysezeitraumes – siehe Abbildung 7, Seite 63 – liegen Frauen rund 1,2% unter dem Vergleichswert, Männer um diesen Prozentsatz darüber.

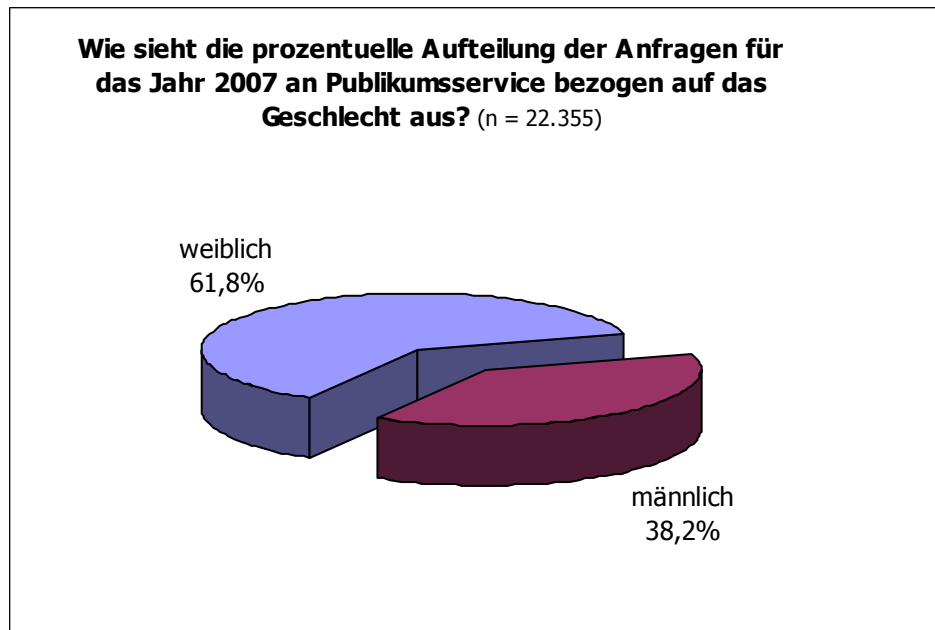


Abbildung 66: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2007

Schlüsselt man die Anfragen nach der **Art der Kontaktaufnahme** auf, so ergibt sich für das Jahr 2007 pro Monat zahlenmäßig folgendes Bild (**Abbildung 67**):

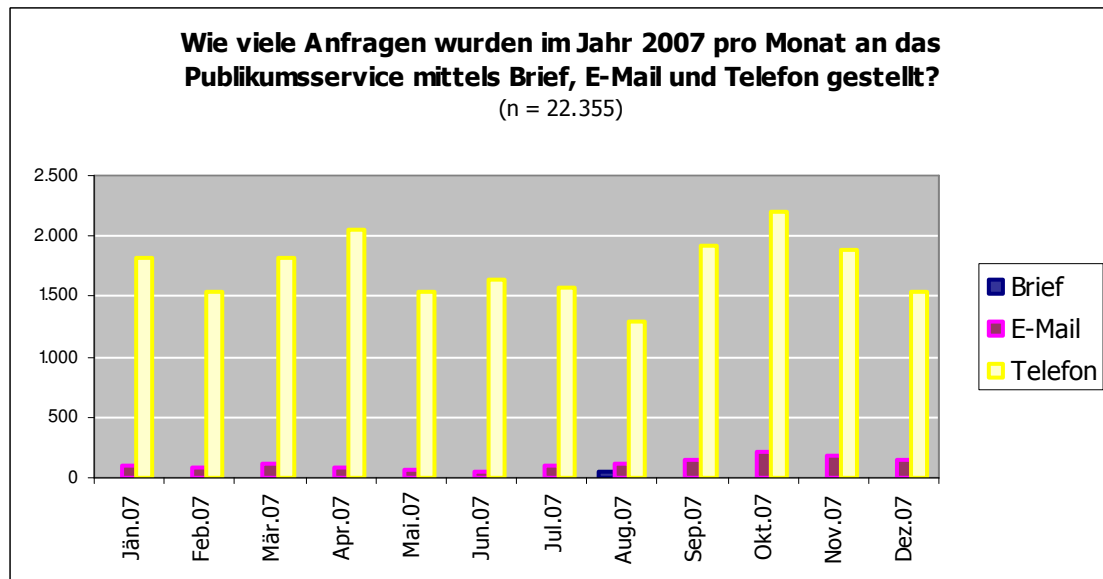


Abbildung 67: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2007

Die Anfragen per Brief nehmen mit einem Gesamtwert von rund 90 einen relativ kleinen Stellenwert ein. Im Jahr 2006 waren es noch 115 Briefe. Pro Monat werden etwa 3 bis 5 Briefe durch das Publikumsservice bearbeitet, wobei eine Ausnahme im August mit 51 Briefen zu sehen ist. Im den Tagesprotokollen ist ersichtlich, dass hier Rezepte zu Kärntner Kasnudeln und Schottwiener Torte angefragt wurden.

Die Anzahl der Anfragen per E-Mail belaufen sich auf rund 1.400 für 2007. In den ersten Monaten sind Werte von rund 100 zu sehen, ab September steigen diese auf 150 bis 220 an.

Wie in **Abbildung 67** ersichtlich ist, gab es bei den telefonischen Anfragen einen Spitzenwert von knapp 2.210 im Oktober und einen ebenfalls hohen Wert von rund 2.050 im April 2007. Im August wurden nur rund 1.300 Anrufe protokolliert.

Bei einer **Gesamtbetrachtung der Kontaktformen** ergibt sich für das Jahr **2007**, dass das Telefon für 93,3%, das E-Mail für 6,3% und der Brief für 0,4% der Anfragen verwendet wird (**Abbildung 68**). Der Anteil von E-Mail liegt 1,3%, der Wert der Briefe 0,1% unterhalb des Vergleichswerts des Gesamtanalysezeitraumes – vgl. Abbildung 12, Seite 66. Die telefonischen Anfragen zeigen ebenfalls eine leichte Abweichung von +1,4%.

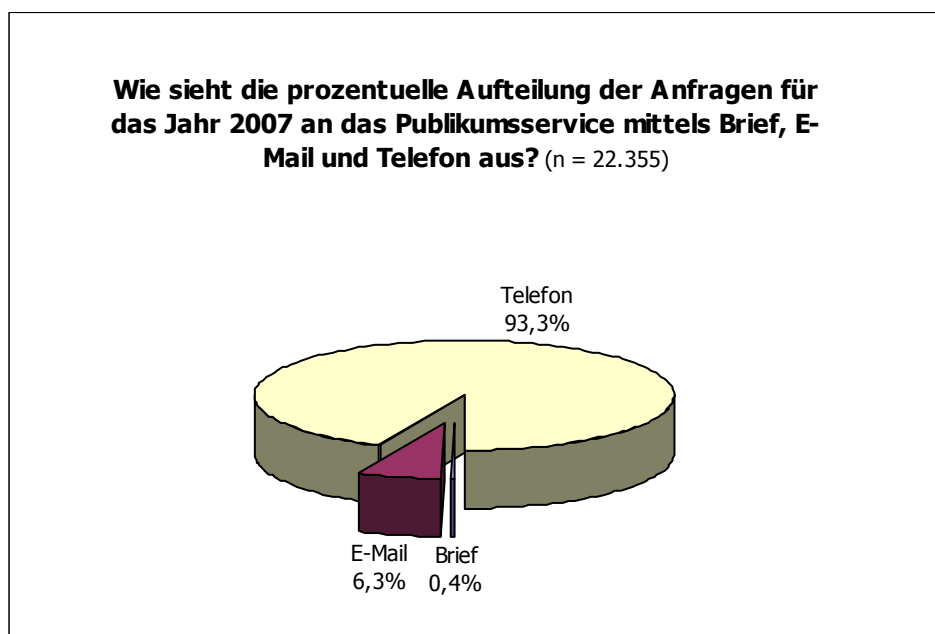


Abbildung 68: Aufteilung der Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2007

Betrachtet man die Kontaktformen Brief, E-Mail und Telefon getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 69, Abbildung 70, Abbildung 71**):

Bei den Anfragen per Brief liegen die Frauen mit 72,2% wesentlich vor den Männern mit 27,8%, hingegen bei den Anfragen per E-Mail Männer mit 51,0% knapp vor den Frauen mit 49,0% liegen. Ein konträres Bild ergibt sich beim Telefon, wo Frauen bei 62,5% und Männer bei einem Anteil von 37,5% liegen. (vgl. dazu auch Abbildung 66: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2007 – Seite 115).

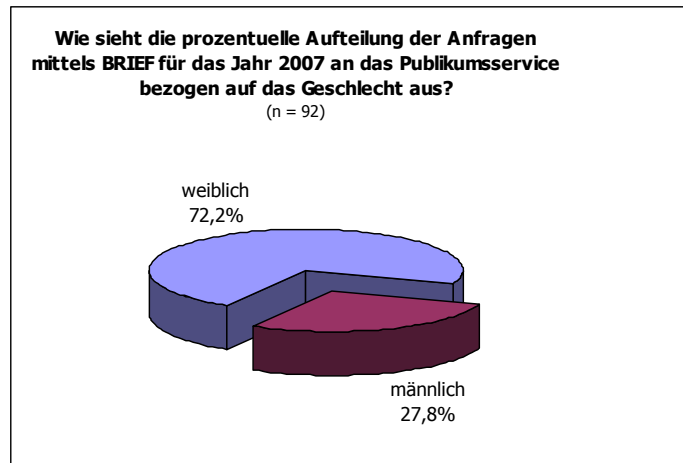


Abbildung 69: Verteilung der Anfragen mittels BRIEF bezogen auf das Geschlecht - 2007



Abbildung 70: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2007

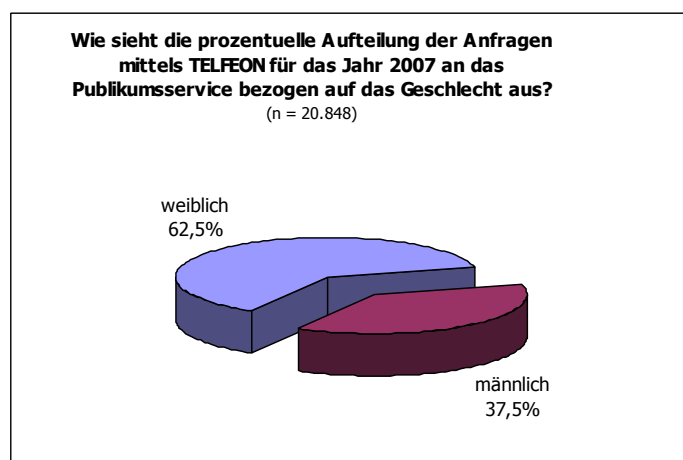


Abbildung 71: Verteilung der Anfragen mittels TELEFON bezogen auf das Geschlecht - 2007

### Aufschlüsselung in Anfragethemen:

Schlüsselt man die Anfragen an das Publikumservice in Anfragen zum **Radio**, in Anfragen zum **Fernsehen (TV)**, sowie **Meinungen** und **Bestellungen & Führungen** auf, so stellt sich dies zahlenmäßig für 2007 pro Monat wie folgt dar (**Abbildung 72**):

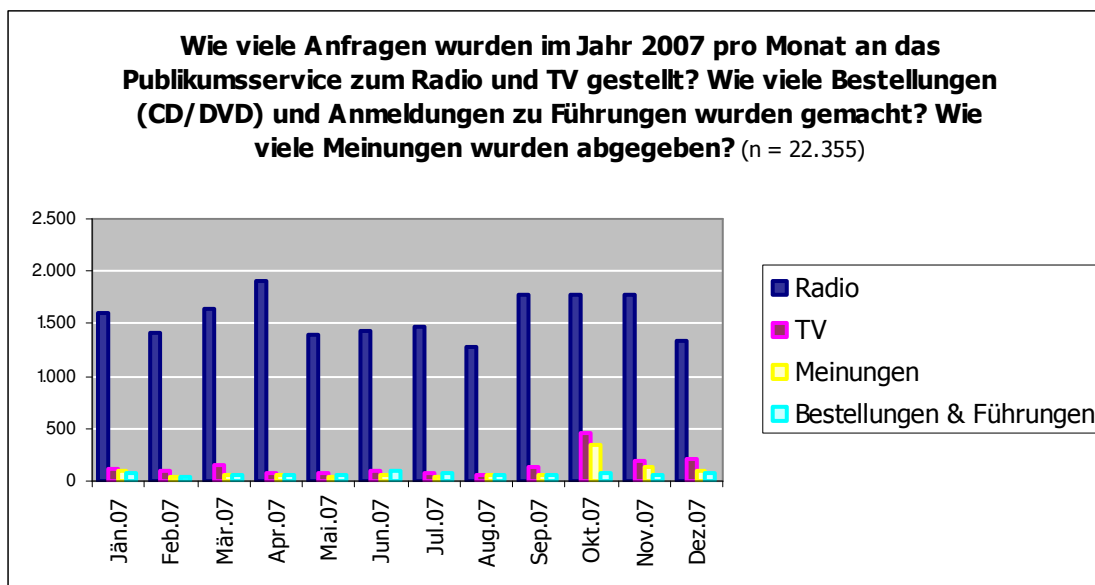


Abbildung 72: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2007

Die Anfragen zum Radio zeigen im April einen Spitzenwert von 1.911 und stellen auch mit erheblichem Abstand den höchsten Anteil mit Gesamt rund 18.800 Anfragen dar, gefolgt von zum Fernsehen (TV) mit 1.721, abgegebenen Meinungen mit 1.090 und Bestellungen & Führungen mit einem Wert von 780. Bei Bestellungen & Führungen zeigt sich ein über die Monate stabiler Verlauf mit jeweils einem Wert von rund 65. Hingegen gibt es bei Anfragen zum Fernsehen (TV) mit 463 und 337 abgegebenen Meinungen einen erheblichen Anstieg im Oktober 2007. Die Tagesprotokolle zeigen dazu eine große Anzahl an Anfragen zum Thema DVB-T.

Die **prozentuelle Aufteilung** der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen zeigt zahlenmäßig für 2007 folgende Werte (**Abbildung 73**):

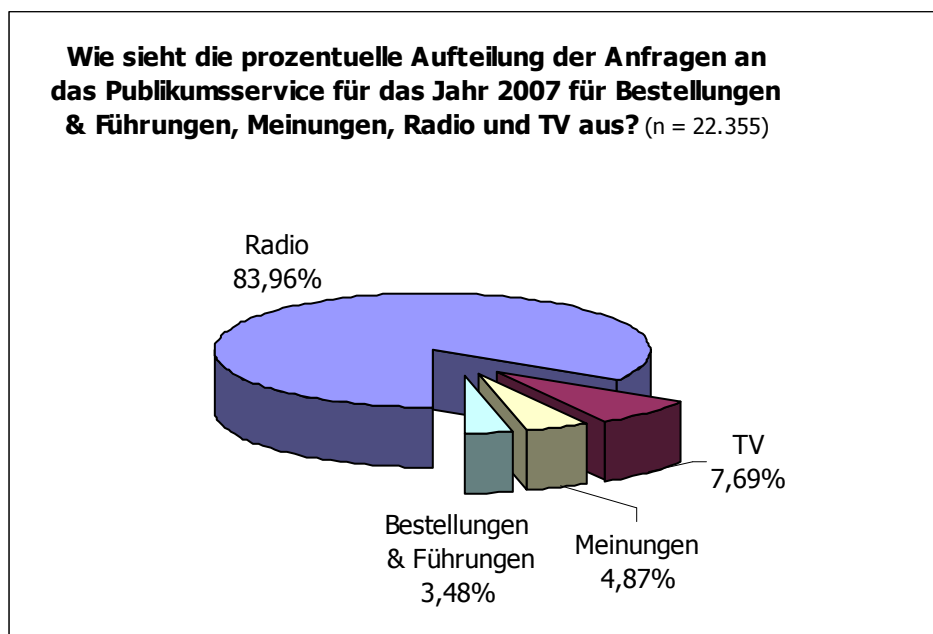


Abbildung 73: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2007

Anfragen zum Radio mit 83,96% liegen deutlich vor TV mit 7,69%, Meinungen mit 4,87% und Bestellungen & Führungen mit 3,48%. Im Vergleich zum Gesamtanalysezeitraum (siehe Abbildung 20: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen – 2005 bis 2008 - Seite 72) zeigt sich für 2007 beim Radio eine Abweichung von -1,07%, bei TV +1,25%, bei Meinungen von +0,36% und bei Bestellungen und Führungen von -0,52%.

Die **Anfragen zum Radio** werden beim Publikumsservice weiter in Anfragen zu Adressen, Musik, News, andere ORF Sender, Rezepte, Wellness und Sonstiges unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2007 wie folgt dar (Abbildung 74):

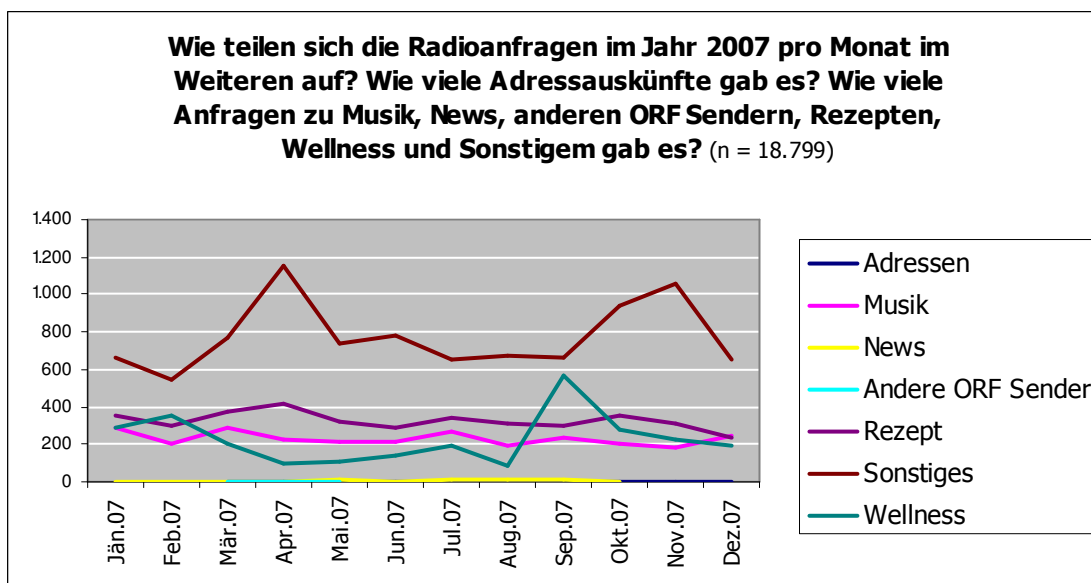


Abbildung 74: Anfragen zum Radio an das Publikumsservice im Detail - 2007

Am Häufigsten gab es Anfragen zum Thema „Sonstiges“ mit Spitzenwerten im April von 1.156, aufgrund des Gewinnspiels „Swimmingpool“<sup>95</sup>, und im November mit rund 1.050 Anfragen zu Rezepten von „Hildegard von Bingen“. In Summe gab es 9.306 Anfragen zu „Sonstiges“, gefolgt von Rezepten mit gesamt 3.895 Anfragen, Musik mit 2.771 und Wellness mit 2.731 Anfragen. Bei Wellness ist ein starker Anstieg im September auf 568 zu sehen. Hier gab es vermehrt Anfragen zum Thema Wirbelsäule. Weit abgeschlagen liegen News mit 61, Adressauskünfte mit 26 und Anfragen zu anderen ORF Sendern mit 9 protokollierten Einträgen.

Für 2007 ergibt sich bei der Aufteilung der Anfragen zum Radio folgende Verteilung (**Abbildung 75**):

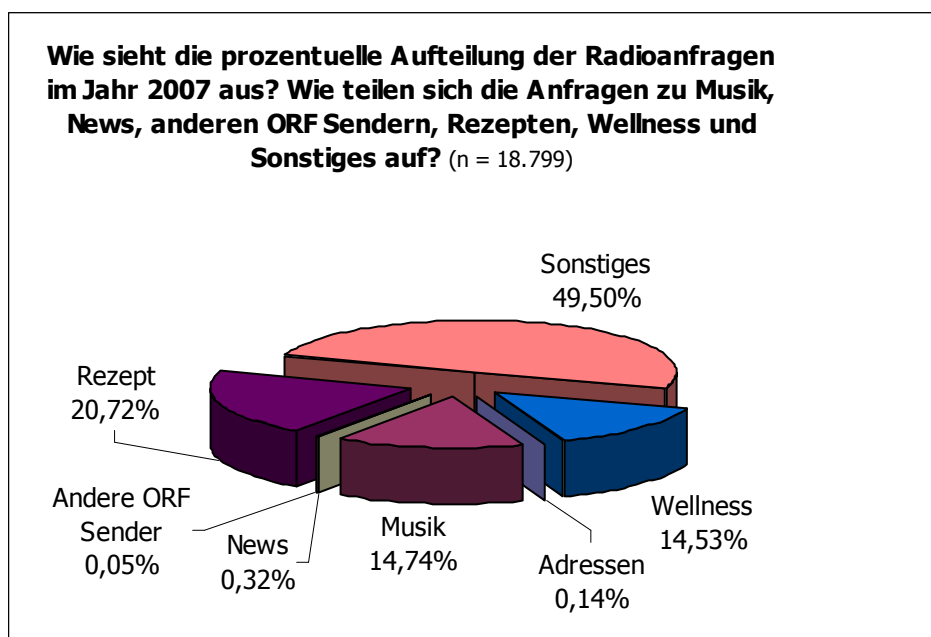


Abbildung 75: Aufteilung der Anfragen zum Radio im Detail - 2007

49,5% der gestellten Anfragen werden unter Sonstiges eingereiht, gefolgt von Anfragen zu Rezepten mit 20,7%, Musik mit 14,7% und Wellness mit 14,5%. Der Rest teilt sich für Adressauskünfte, Anfragen zu News und anderen ORF Sendern auf.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2007 gibt Auskunft über **die am häufigsten gestellten Fragen zum Radio**<sup>96</sup>:

Bei „**Sonstiges**“ wurden insbesondere folgende Anfragen gestellt:

- Nachfragen zu Veranstaltungen

<sup>95</sup> Es war ein Swimmingpool zu gewinnen.

<sup>96</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.



- Niederösterreich Hörerreisen
- Anmeldungen zum Gewinnspiel „Swimmingpool“<sup>97</sup>
- Anfragen zu prominenten Gästen, Autogrammkarten
- Jungwinzerinnenkalender, Tag der offenen Tür im Landesstudio, Gratis Skikurs, Info Pflegehotline, Broschüre „Weg damit“, Führungskräfte CD, Schimmel
- DVB-T, DVB-T Gutscheine
- Rätsel (aus der Reihe Kopfnuss<sup>98</sup>)
- Aktion „Hallo Nachbar“<sup>99</sup>
- Jahreshoroskop

bei **Rezepten** von prominenten Gästen waren beliebt:

- Rezepte von „Hildegard von Bingen“
- Lauchcremesuppe
- Pasta mit Kürbis, Nudeln mit Zucchini
- Kärnter Kasnudeln, Huhn und Pilzpastetchen, Rindsschnitzel, Schinkenfleckerl, Gebackener Spargel, Schweinsbraten, Karfiol im Bierteig
- Forelle Müllerin, Thunfischsalat, Lachsnudeln
- Schottwiener Torte, Buttercremetorte, Mohnkuchen, Becherlkuchen, Waldviertler Mohnroulade, Blunzengugelhupf, Orangenreis, Topfenockerl, Quiche
- Klosterbrot, Lebkuchen

zu **Musik** wurden folgende Auskünfte am häufigsten gegeben:

- Musiktitelauskunft, Interpretenauskunft
- Musikwunsch

und bei **Wellness** gab es folgende Favoriten:

- Zusendung von diversen Broschüren (Herz Broschüre, ..)
- Wirbelsäule (Gesundheitsbeitrag in der Sendung „Hallo Niederösterreich“)

---

<sup>97</sup> Es war ein Swimmingpool zu gewinnen.

<sup>98</sup> Rätsel werden unter dem Titel Kopfnuss am Montag, Mittwoch und Freitag ab 14:00 Uhr im Radioprogramm angeboten.

<sup>99</sup> Hierbei kann man den Nachbarn zu einem Gewinnspiel anmelden. Als Gewinn gibt es einen Weihnachtsbaum.

- Kalte Hände und Füße, Vitalmacher Tee, Richtige Ernährung, Gräser-tablette, Sonnenschutz, Bachblüten
- Organspende, Unruhige Beine, Rauchen, Cellulite, Osteoporose, Arthrose, Brustkrebs, Wechselbeschwerden, Zähne im Alter,

Betrachtet man die Radioanfragen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 76**):

Bei den Anfragen zum Radio liegen Frauen mit 63,8% vor den Männern mit 36,2%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2007 ist dies ein Plus von 2,0% bei Frauen, bei Männern ein um diesen Prozentsatz reduzierter Wert (vgl. dazu *Abbildung 66: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2007 - Seite 115*).

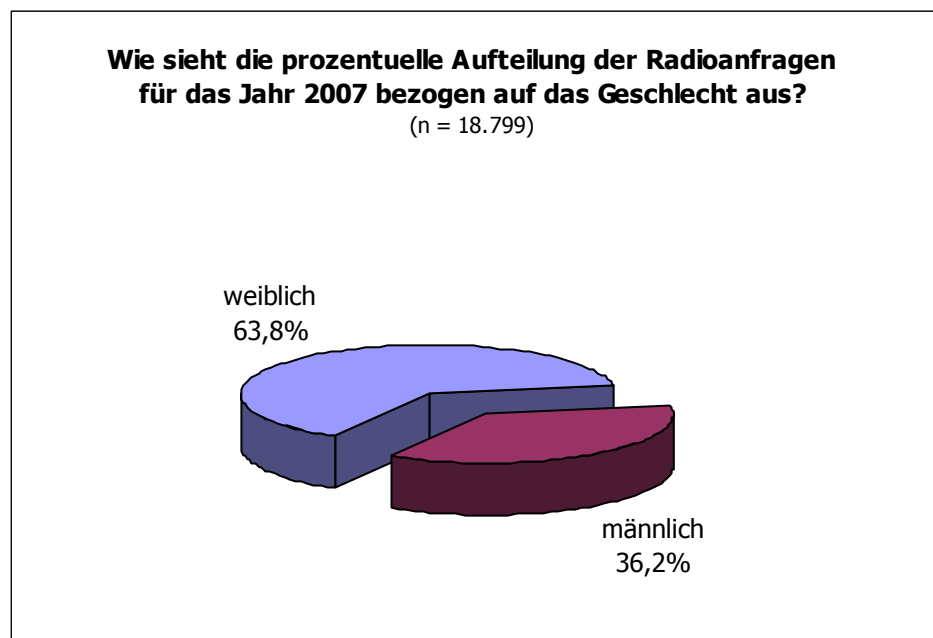


Abbildung 76: Aufteilung der Radioanfragen bezogen auf das Geschlecht - 2007

Die **Anfragen zum Fernsehen (TV)** werden beim Publikumservice weiter in Anfragen zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2 und Sonstiges unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2007 wie folgt dar (**Abbildung 77**):

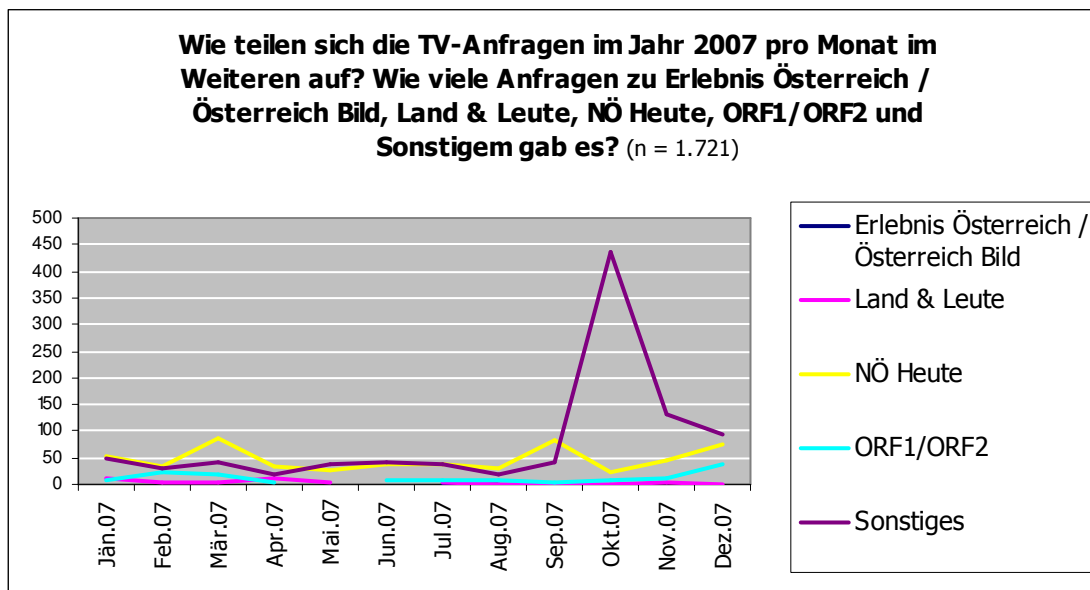


Abbildung 77: Anfragen zum Fernsehen (TV) an das Publikumsservice im Detail - 2007

Ein Spitzenwert von 435 Anfragen wurde zu Sonstiges, verursacht durch Anfragen zu ORF Digital (DVB-T), im Oktober 2007 verzeichnet. In Summe wurden zu Sonstigem 974 Auskünfte gegeben, gefolgt von NÖ Heute mit 561, ORF1/ORF2 mit 142 und Land & Leute mit 41. Erlebnis Österreich / Österreich Bild zeigt einen Summenwert für 2007 von 3 Anfragen, wobei hier nur jeweils eine Anfrage im Juli, August, sowie im Dezember gestellt wurde.

Für 2007 ergibt sich bei der Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) folgende Verteilung (Abbildung 78):

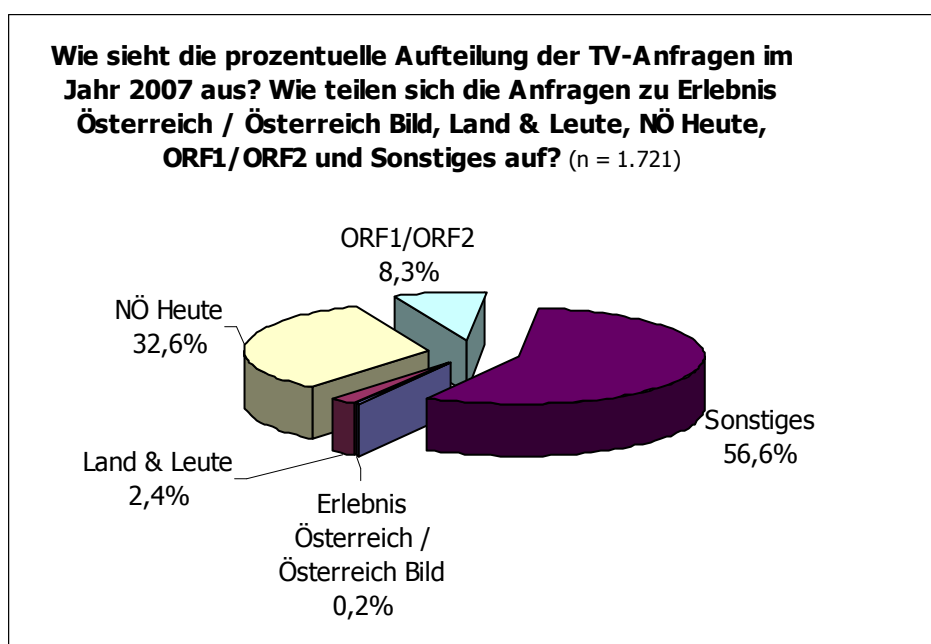


Abbildung 78: Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) im Detail - 2007

Sonstiges zeigt mit 56,6% den höchsten Wert, gefolgt von NÖ Heute mit 32,6%, ORF1/ORF2 mit 8,3% und Land & Leute mit 2,4%. Die restlichen 0,2% der Anfragen wurden zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild gestellt.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2007 gibt Auskunft über **die am häufigsten gestellten Fragen zum Fernsehen (TV)**<sup>100</sup>:

Zu **Sonstigem** gab es speziell folgende Anfragen:

- ORF Digital (DVB-T), DVB-T Gutschein, „geht DVB-T in ....(z.B. Seitenstetten)“, DVB-T Händlerliste, Sendestörung

zu **NÖ Heute** gab es folgende Auskünfte:

- NÖ Heute Beiträge zum Tonbandmuseum, Hutmacherin, Rumänienprojekt, Minimed
- Anmeldung zum NÖ Heute Studiogast, ORF NÖ Sommertour
- Pendlerhilfen

Betrachtet man die Fernsehanfragen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 79**):

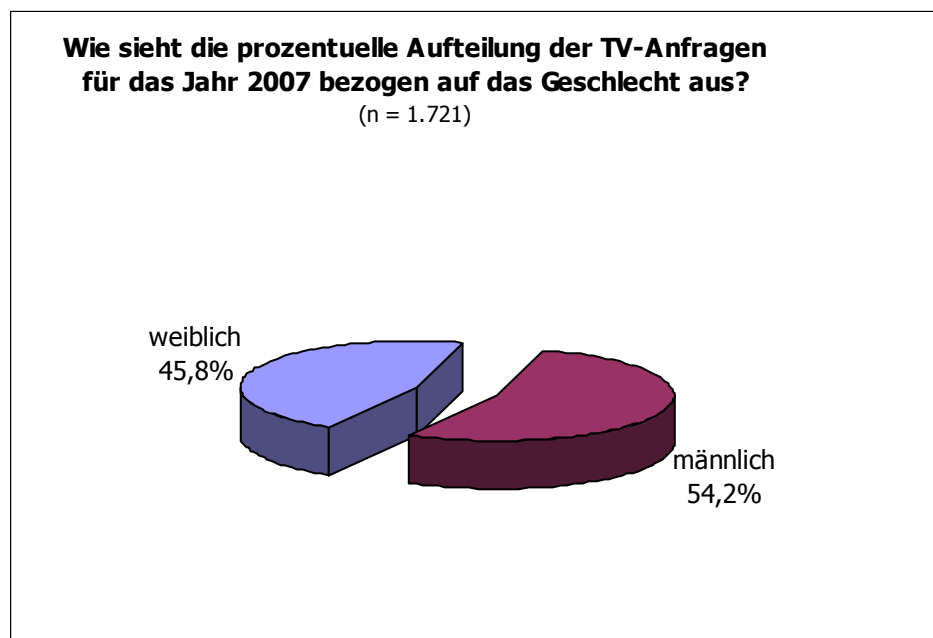


Abbildung 79: Aufteilung der Fernsehanfragen (TV) bezogen auf das Geschlecht - 2007

<sup>100</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

Frauen liegen mit 45,8% hinter den Männern mit 54,2%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2007 zeigt sich eine deutliche Abweichung bei Frauen von -16,0%, bei Männern analog von +16,0% (vgl. dazu *Abbildung 66: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2007 (Seite 115)*). Ein wesentlicher Grund für diese große Differenz liegt in der großen Anzahl an Anfragen zu DVB-T, die vorwiegend von Männern gestellt werden.

Die abgegebenen **Meinungen** (Wünsche, Anregungen und Beschwerden) werden beim Publikumsservice weiter in Allgemein, NÖ Heute, sonstige ORF Sender und Radio NÖ unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2007 wie folgt dar (**Abbildung 80**):

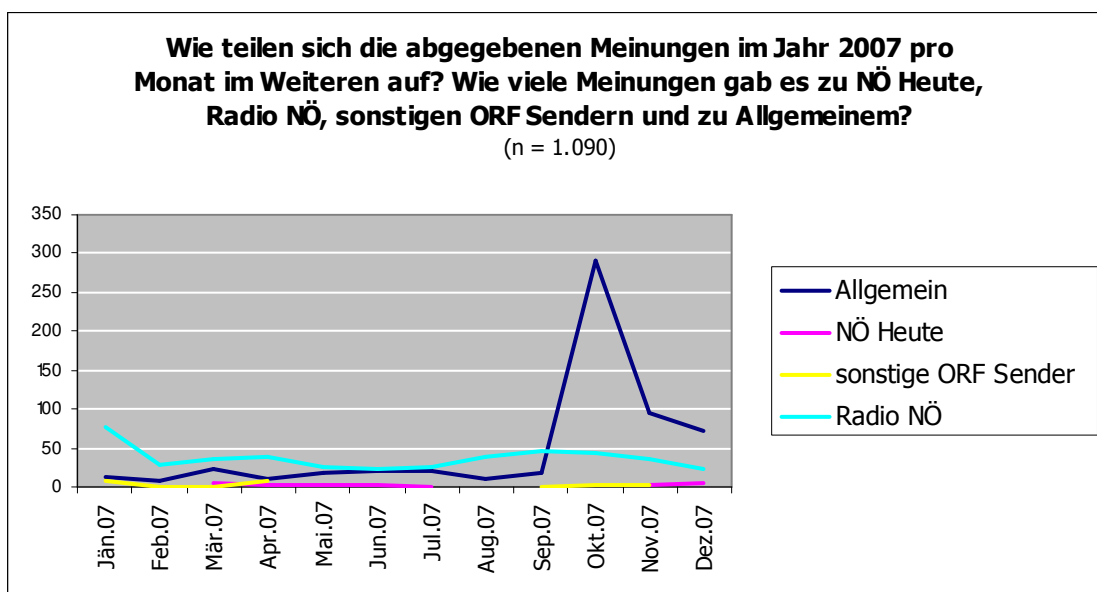


Abbildung 80: Abgegebene Meinungen an das Publikumsservice im Detail - 2007

Am Häufigsten wurden Meinungen zu Allgemeinem mit einem Gesamtwert von 600 abgegeben. Ein Spitzenwert mit 292 ist im Oktober 2007 zu sehen. Als wesentliche Gründe hierfür sind „DVB-T, kein Empfang“, „DVB-T Gutschein“ und „wann erfolgt die Umschaltung auf DVB-T“ protokolliert.

Meinungen zu Radio NÖ wurden insgesamt 445 abgegeben, zu sonstigen ORF Sendern gab es 23 und zu NÖ Heute 22 Stellungnahmen.

Für 2007 ergibt sich für die abgegebenen Meinungen folgende Verteilung (**Abbildung 81**):

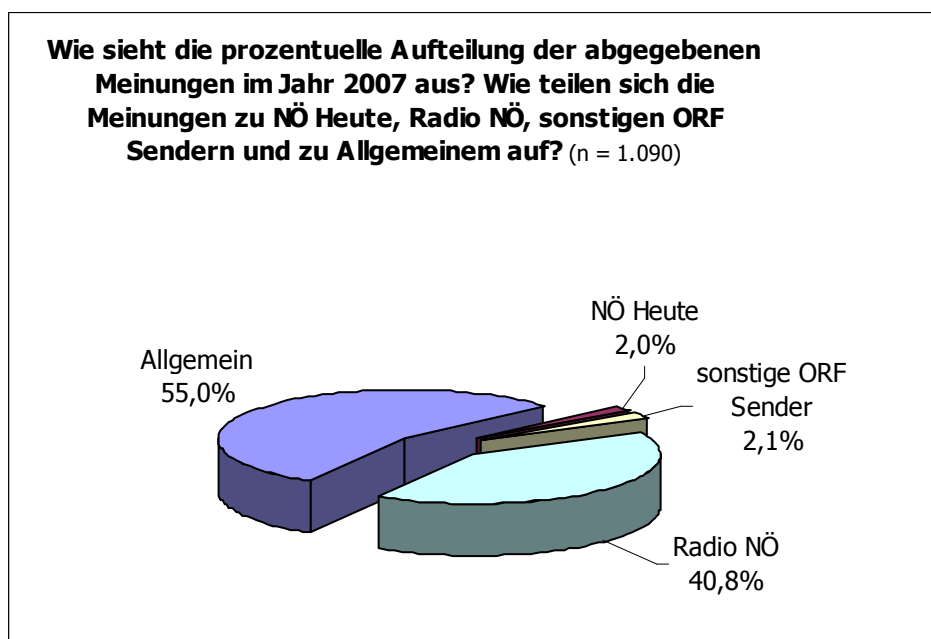


Abbildung 81: Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Detail - 2007

Allgemeines zeigt mit 55% den absoluten Spitzenwert, gefolgt von Meinungen zu Radio NÖ mit 40,8%. Meinungen zu anderen ORF Sendern mit 2,1% und NÖ Heute mit 2% liegen mit deutlichem Abstand dahinter.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2007 gibt Auskunft über **die am häufigsten abgegebenen Meinungen** (Wünsche, Anregungen und Beschwerden)<sup>101</sup>:

Zu **Allgemeinem** gab es folgende Meldungen:

- „DVB-T, kein Empfang“, „DVB-T Gutschein“, „wann erfolgt die Umschaltung auf DVB-T“, Sendestörungen
- „Straßensperren im Internet nicht zu finden“, „Fahren ohne Licht gehört bestraft“
- „Weniger EU Förderung für Bauern“

zu **Radio NÖ** gab es folgende Stellungnahmen:

- Lob für Radio NÖ „Danke für die wunderschöne Musik“, „Musik ist heute besonders gut“, Lob an das ganze Team
- Beschwerden über zu viele englische Titel, „mehr Volksmusik“
- Trauerfeierlichkeiten Prokop, Beschwerde Requiem

<sup>101</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

- „zu viele Berichte zum Fall Kampusch“
- Hochwasserberichterstattung
- Beschwerde über Werbung in Radio NÖ
- „Schade um die Sendung Liebesgrüße und Herzenswünsche“
- Schulbus Beitrag
- Beschwerde zum Fall "Arigona"

Betrachtet man die abgegebenen Meinungen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (Abbildung 82):

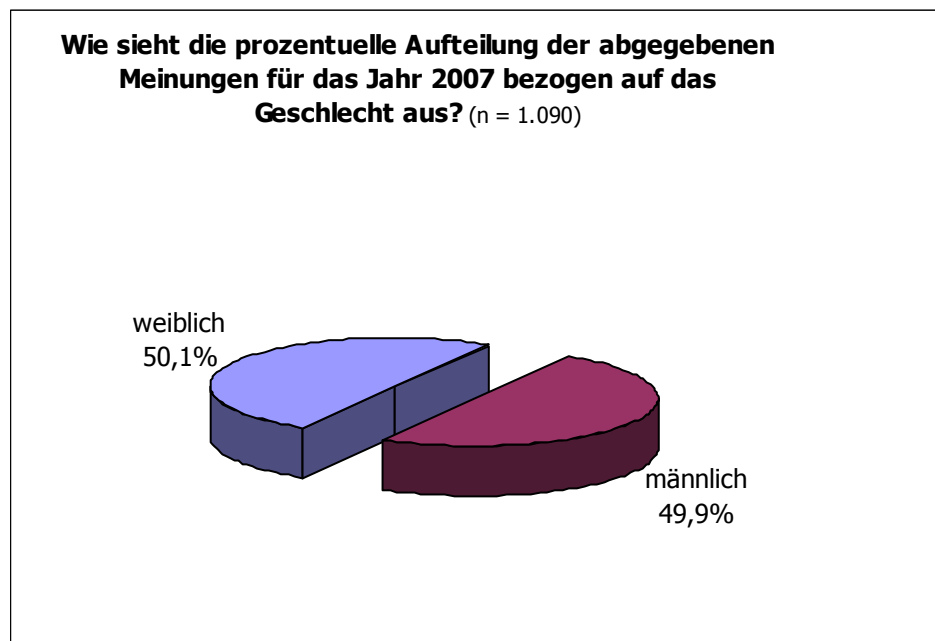


Abbildung 82: Aufteilung der abgegebenen Meinungen auf das Geschlecht - 2007

Bei den Meinungsabgaben liegen die Frauen mit 50,1% knapp vor den Männern mit 49,9%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2006 zeigt sich eine Abweichung bei Frauen von -11,7%, bei Männern analog von +11,7% (vgl. dazu Abbildung 66: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2007 (Seite 115)).

**Bestellungen & Führungen** werden beim Publikumservice weiter in Bestellungen und Führungen unterteilt. Zahlenmäßig stellen sich „Bestellungen & Führungen“ für 2007 wie folgt dar (**Abbildung 83**):

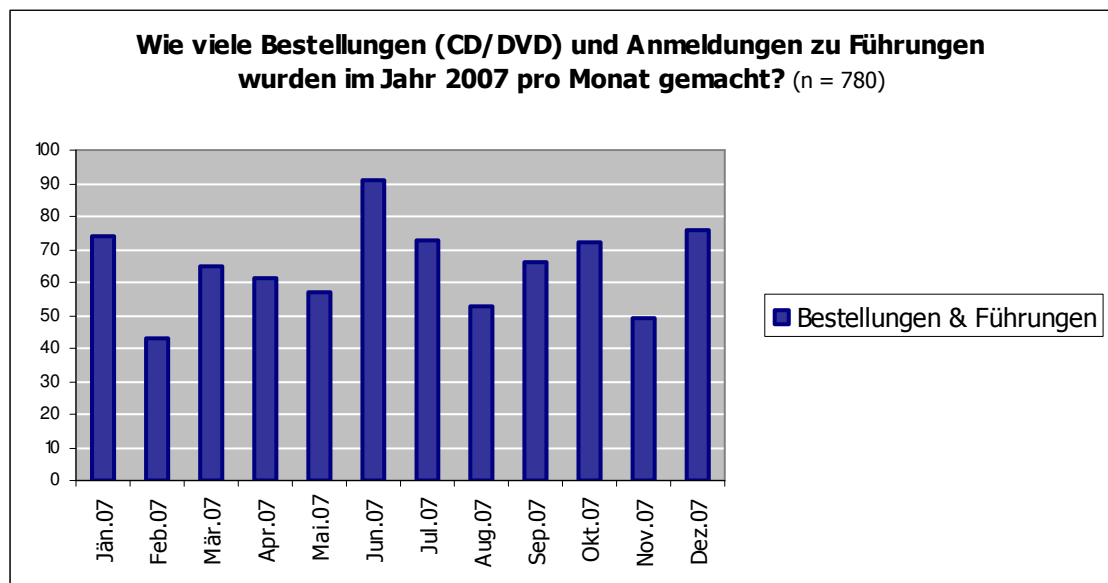


Abbildung 83: Bestellungen (CD/DVD) & Führungen - 2007

Gesamt wurden 780 „Bestellungen & Führungen“ durchgeführt. Der Spitzenwert mit 91 ist im Juni 2007.

Für 2007 ergibt sich, dass Bestellungen (CD/DVD) 76% und Anmeldungen zu Führungen 24% ausmachen (**Abbildung 84**).



Abbildung 84: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2007



Abschließend kann zur **Analyse des Jahres 2007** gesagt werden, dass das Aufkommen mit rund 22.300 Anfragen um 33% höher war als im Vergleichszeitraum 2006.

Das Telefon wird für 93,3%, das E-Mail für 6,3% und Briefe für 0,4% der Anfragen verwendet.

Bei brieflichen Anfragen haben die Frauen (*Hörerinnen/Seherinnen*) einen erheblichen Anteil von 72,2% und bei telefonischen Kontakten von rund 62,5%. Männer (*Hörer/Seher*) hingegen bevorzugen eher die Kommunikation mittels E-Mail. Hier halten sie einen Anteil von rund 51%. Die Gesamtverteilung für 2007 ergibt, dass Frauen 61,8% und Männer 38,2% der Anfragen stellen.

83,96% der Anfragen erfolgen zum Thema Radio, gefolgt von Fernsehanfragen mit 7,69%, Meinungen mit 4,87 und Bestellungen (CD/DVD)<sup>102</sup> & Führungen mit 3,48%.

Resultierend aus dem Radioprogramm werden insbesondere Gewinnspiele, wie „Swimmingpool“<sup>103</sup>, und Hörerreisen beim Publikumsservice nachgefragt. Besonders hohe Anfragezahlen gab es auch zu DVB-T Gutscheinen als auch zu DVB-T im Speziellen. Musikwünsche, Titel- und Interpretenauskünfte sowie Nachfragen zu gesendeten Rezept- und Wellnessstipps sind ebenfalls sehr beliebt. So gehören Rezepte von „Hildegard von Bingen“ sowie die Zusendung von diversen Wellness-Broschüren zu einem Schwerpunkt beim Publikumsservice. Zu Wellness wurden sehr viele Anfragen zum Gesundheitsbeitrag „Wirbelsäule“ in der Sendung „Hallo Niederösterreich“ gestellt.

Bei den Anfragen bzw. Rückmeldungen zum Fernsehen oder Fernsehprogramm wird das Thema DVB-T am meisten genannt. Ebenso beliebt sind Anfragen zur ORF NÖ Sommertour und Anmeldungen als Studiogast von NÖ Heute.

Bei den abgegebenen Meinungen dominiert ebenfalls das Thema DVB-T. Hier wurden u.a. „DVB-T, kein Empfang“, „DVB-T Gutschein“ und „wann erfolgt die Umschaltung auf DVB-T“ genannt, mit einem Spitzenwert von 292 Anfragen im Oktober 2007. Im Weiteren sind die Hochwasserberichterstattung, „zu viele Berichte zum Fall Kampusch“ und die Trauerfeierlichkeiten von Frau Prokop ein Thema. Viele Rückmeldungen gab es auch zur Radiosendung „Liebesgrüße und Herzenswünsche“.

Im Allgemeinen ist festzustellen, dass das Spektrum der Anfragethemen und Rückmeldungen sehr weit gestreut ist. Die Angaben in den Tagesprotokollen<sup>104</sup> sind sehr oft kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

---

<sup>102</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

<sup>103</sup> Es war ein Swimmingpool zu gewinnen.

<sup>104</sup> Tagesprotokolle, Publikumsservice ORF Niederösterreich (vgl. Kapitel 9)

## 10.5 Analyse der Tagesprotokolle des Publikumsservices für 2008

In diesem Abschnitt werden Detailanalysen und deren Ergebnisse zum Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich für das Jahr **2008** dargestellt.

Als Basis dienen die Einträge in den Tagesprotokollen<sup>105</sup> des Publikumsservices.

Der Analyse erfolgt anhand folgender Fragestellungen:

- Wie viele **Anfragen** wurden an das Publikumsservice im Jahr 2008 gestellt?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen für das Jahr 2008 an das Publikumsservice bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie viele Anfragen wurden im Jahr 2008 pro Monat an das Publikumsservice mittels **Brief, E-Mail** und **Telefon** gestellt?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen für das Jahr 2008 an das Publikumsservice mittels Brief, E-Mail und Telefon aus?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen mittels Brief für das Jahr 2008 an das Publikumsservice bezogen auf das Geschlecht aus? Wie sieht die Aufteilung für E-Mail und Telefon aus?
- Wie viele Anfragen wurden im Jahr 2008 pro Monat an das Publikumsservice zum **Radio** und **Fernsehen** (TV) gestellt? Wie viele **Bestellungen** (CD/DVD)<sup>106</sup> und Anmeldungen zu **Führungen** wurden gemacht? Wie viele **Meinungen** wurden abgegeben?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Anfragen an das Publikumsservice für das Jahr 2008 für Bestellungen & Führungen, Meinungen, Radio und Fernsehen (TV) aus?
- Wie teilen sich die Radioanfragen im Jahr 2008 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele **Adressauskünfte** gab es? Wie viele Anfragen zu **Musik, News, anderen ORF Sendern, Rezepten, Wellness** und **Sonstigem** gab es?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen im Jahr 2008 aus? Wie teilen sich die Anfragen zu Musik, News, anderen ORF Sendern, Rezepten, Wellness und Sonstiges auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Radioanfragen für das Jahr 2008 bezogen auf das Geschlecht aus?

---

<sup>105</sup> Tagesprotokolle, Publikumsservice ORF Niederösterreich (vgl. Kapitel 9)

<sup>106</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

- Wie teilen sich die Fernsehanfragen im Jahr 2008 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele Anfragen zu **Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2** und **Sonstigem** gab es?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Fernsehanfragen im Jahr 2008 aus? Wie teilen sich die Anfragen zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2 und Sonstiges auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der Fernsehanfragen für das Jahr 2008 bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie teilen sich die abgegebenen **Meinungen** im Jahr 2008 pro Monat im Weiteren auf? Wie viele Meinungen gab es zu **NÖ Heute, Radio NÖ, sonstigen ORF Sendern** und zu **Allgemeinem**?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Jahr 2008 aus? Wie teilen sich die Meinungen zu NÖ Heute, Radio NÖ, sonstigen ORF Sendern und zu Allgemeinem auf?
- Wie sieht die prozentuelle Aufteilung der abgegebenen Meinungen für das Jahr 2008 bezogen auf das Geschlecht aus?
- Wie viele **Bestellungen** (CD/DVD) und **Anmeldungen zu Führungen** wurden im Jahr 2008 pro Monat gemacht?

**Abbildung 85** gibt einen Überblick über die Themeneinteilung beim Publikumsservice welche für die Definition der Fragen zu Grunde lag.

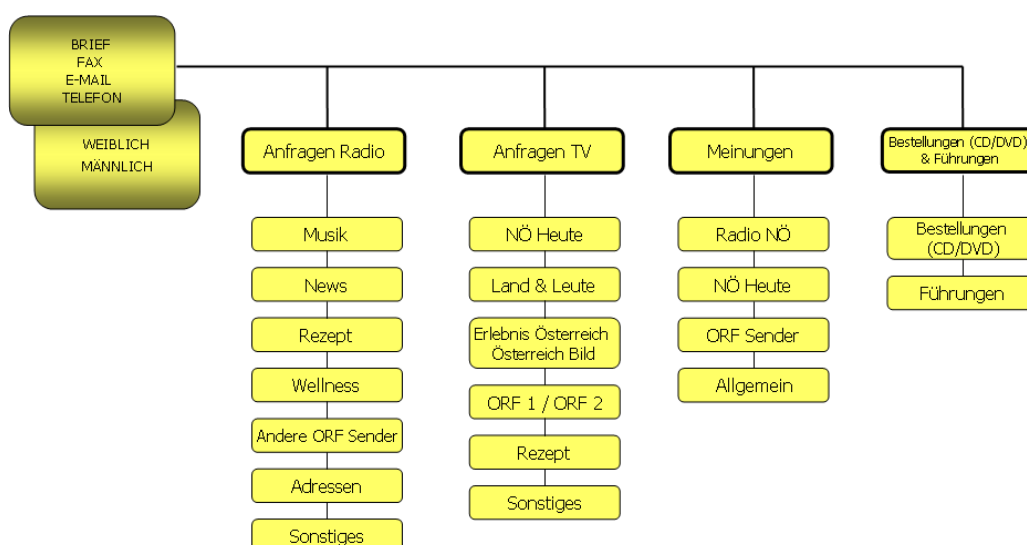


Abbildung 85: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich  
 (Überblick)

Der **Arbeitsumfang** des Publikumsservices zeigt zahlenmäßig im Jahr **2008** pro Monat folgende Werte:

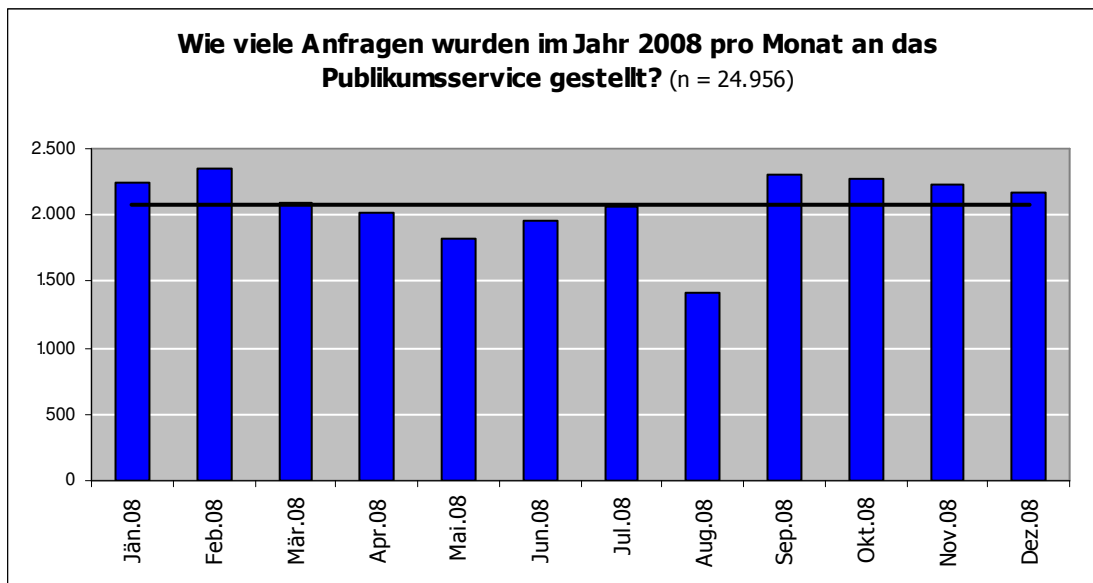


Abbildung 86: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2008

Rund 25.000 Anfragen wurden im Jahr 2008 gestellt und diese bilden für die hier gemachten Analysen die Basis. Die **Abbildung 86** zeigt einen Spitzenwert im Februar 2008 mit 2.350 Anfragen. Die eingezeichnete Trendlinie zeigt einen nahezu gleichbleibenden Verlauf, so waren es im Durchschnitt 2230 Anfragen im 1. Quartal und 2226 Anfragen im 4. Quartal. Die Sommermonate Juni und Juli zeigen deutlich höhere Werte als in den Vorjahren mit Werten von 1.962 und 2.066 Anfragen. Im August sind deutlich weniger Anfragen gestellt worden und das Anfrageaufkommen liegt mit 1.419 deutlich unter dem Jahresschnitt. Der Dezember zeigt im Vergleich zu den Vorjahren keinen großen Rückgang (vgl. z.B. *Abbildung 65: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2007 – Seite 114*).

Berechnet man den Mittelwert der Anfragen pro Monat, dann ergibt sich ein Wert von knapp 2.080 Anfragen. Dies entspricht einem Plus von rund 12% im Vergleich zum Jahr 2007 (rund 1.860 Anfragen pro Monat).

Analysiert man die Daten nach dem **Geschlecht**, so zeigt sich, dass der Anteil der Anfragen von Frauen bei 63,9% liegt und der Anteil der Männer bei 36,1% (**Abbildung 87**). Im Vergleich zum Wert des Gesamtanalysezeitraumes – siehe *Abbildung 7, Seite 63* – liegen Frauen rund 0,9% über dem Vergleichswert, Männer um diesen Prozentsatz darunter.

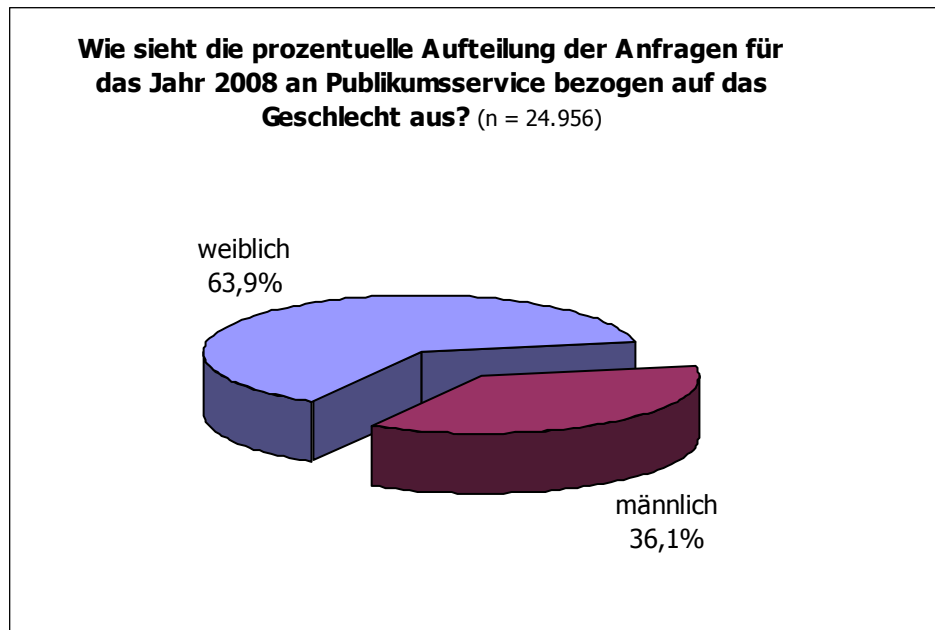


Abbildung 87: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2008

Schlüsselt man die Anfragen nach der **Art der Kontaktaufnahme** auf, so ergibt sich für das Jahr 2008 pro Monat zahlenmäßig folgendes Bild (**Abbildung 88**):

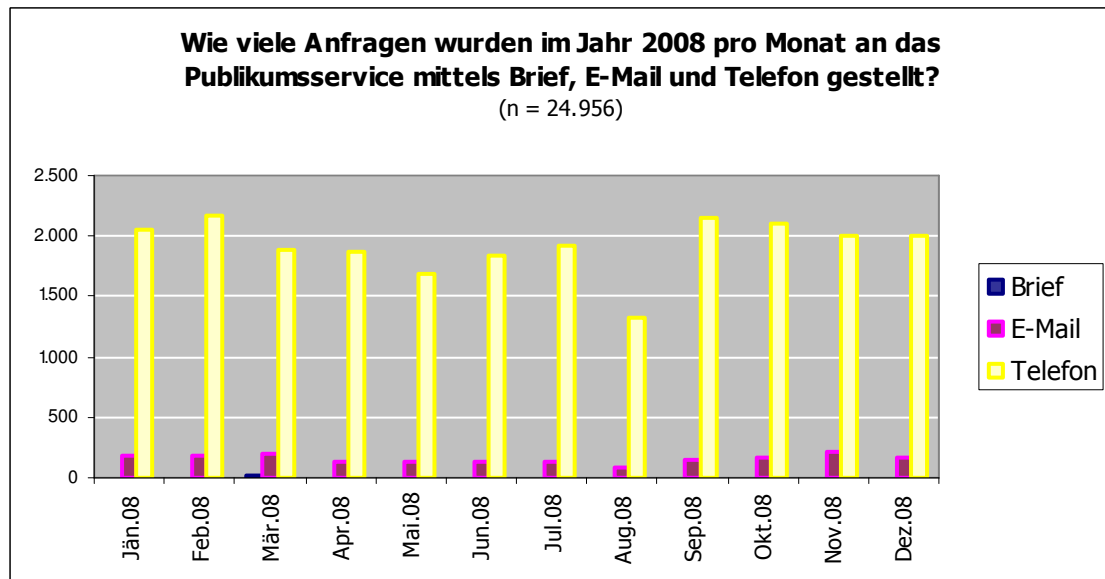


Abbildung 88: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2008

Die Anfragen per Brief nehmen mit einem Gesamtwert von rund 40 einen sehr kleinen Stellenwert ein, 12 davon wurden im März protokolliert.

Die Anzahl der Anfragen per E-Mail belaufen sich auf rund 1.800 für 2008. Die Monate Jänner und März haben Werte von etwa 190, der November zeigt einen Spitzenwert mit 217. Die restlichen Monate haben ein Aufkommen von 90 bis 140 Anfragen.

Wie in **Abbildung 88** ersichtlich ist, gab es bei den telefonischen Anfragen einen Spitzenwert von knapp 2.200 im Februar, gefolgt rund 2.100 im September.

Bei einer **Gesamtbetrachtung der Kontaktformen** ergibt sich für das Jahr **2008**, dass das Telefon für 92,3%, das E-Mail für 7,6% und der Brief für knapp 0,2% der Anfragen verwendet wird (**Abbildung 89**). Im Vergleich zu den Werten des Gesamtanalysezeitraumes zeigen die E-Mailanfragen den gleichen Wert, bei Briefen gibt es eine leichte Änderung von rund -0,35% und bei den telefonischen Anfragen von knapp +0,35% – vgl. Abbildung 12, Seite 66.

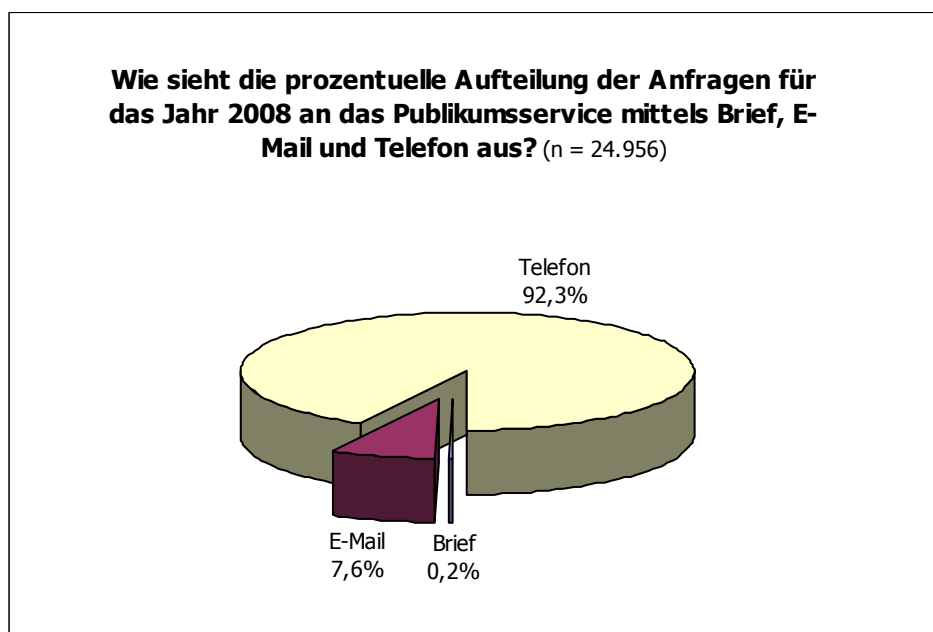


Abbildung 89: Aufteilung der Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2008

Betrachtet man die Kontaktformen Brief, E-Mail und Telefon getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich (**Abbildung 90, Abbildung 91, Abbildung 92**):

Bei den Anfragen per Brief liegen die Frauen mit 54,1% vor den Männern mit 45,9%. Entgegen den Werten aus den Vorjahren liegen bei E-Mailanfragen im Jahr 2008 Frauen mit 55,6% vor den Männern mit 44,4% (vgl. z.B. *Abbildung 70: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2007 - Seite 117*). Telefonische Anfragen sind weiterhin eine Domäne der Frauen, sie halten einen Anteil von 64,6%. (vgl. dazu auch *Abbildung 87: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2008 – Seite 133*).



Abbildung 90: Verteilung der Anfragen mittels BRIEF bezogen auf das Geschlecht - 2008

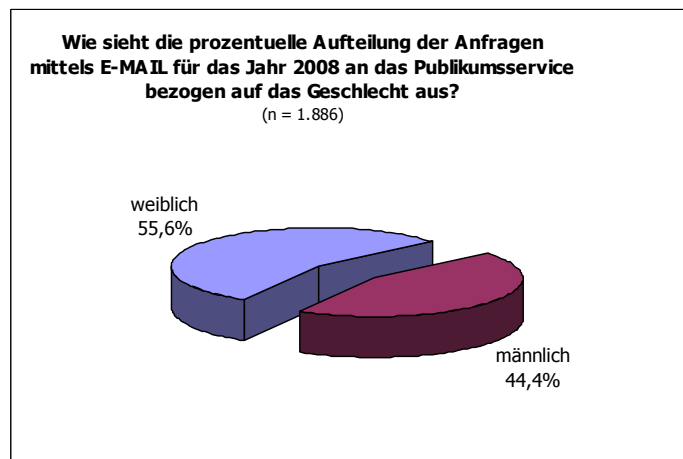


Abbildung 91: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2008

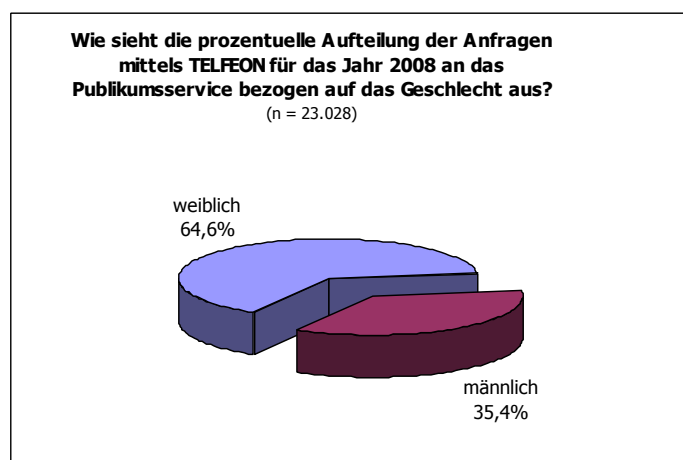


Abbildung 92: Verteilung der Anfragen mittels TELEFON bezogen auf das Geschlecht - 2008

### Aufschlüsselung in Anfragethemen:

Schlüsselt man die Anfragen an das Publikumsservice weiter in Anfragen zum **Radio**, in Anfragen zum **Fernsehen (TV)**, sowie **Meinungen** und **Bestellungen & Führungen** auf, so stellt sich dies zahlenmäßig für 2008 pro Monat wie folgt dar (**Abbildung 93**):

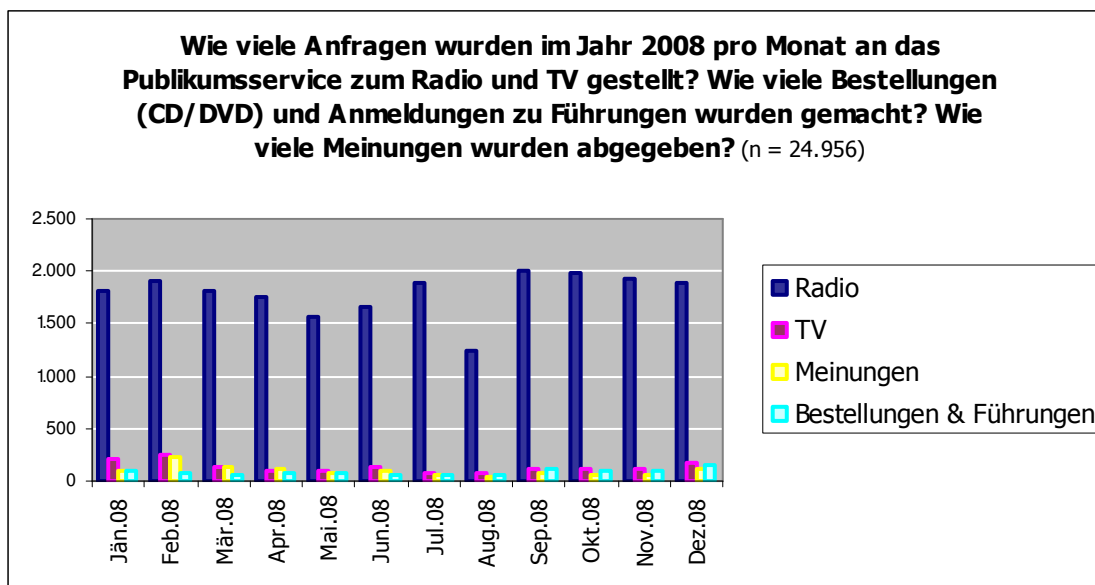


Abbildung 93: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2008

Die Anfragen zum Radio zeigen im September einen Spitzenwert von knapp 2.000 und stellen auch mit gesamt 21.471 Anfragen den höchsten Anteil dar, gefolgt von Anfragen zum Fernsehen (TV) mit 1.574, abgegebenen Meinungen mit 1.122 und Bestellungen & Führungen mit 999. Fernseh-anfragen zeigen leicht erhöhte Werte mit jeweils rund 220 im Jänner und Februar, sowie im Dezember mit knapp 180. Bei abgegebenen Meinungen ist im Februar ein etwas erhöhter Wert mit 220 zu sehen. Führungen & Bestellungen zeigen keine besonderen Auffälligkeiten.

Die **prozentuelle Aufteilung** der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen zeigt zahlenmäßig für 2008 folgende Werte (**Abbildung 94**):



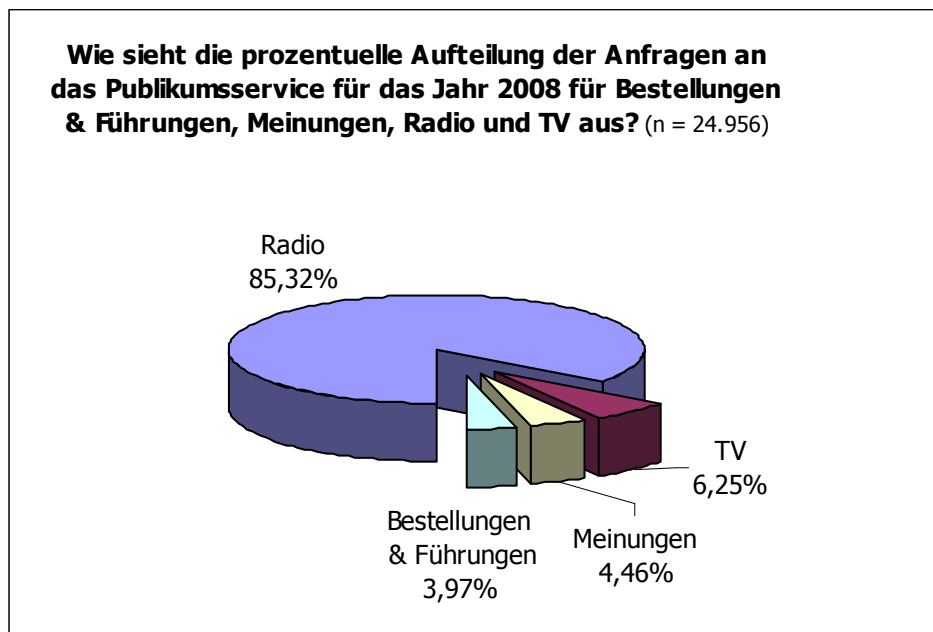


Abbildung 94: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2008

Anfragen zum Radio mit 85,32% liegen deutlich vor TV mit 6,25%, Meinungen mit 4,46% und Bestellungen & Führungen mit 3,97%. Im Vergleich zum Gesamtanalysezeitraum (siehe Abbildung 20: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen – 2005 bis 2008 - Seite 72) zeigt sich für 2008 beim Radio eine Abweichung von +0,29%, beim TV - 0,19%, bei Meinungen von -0,05% sowie bei Bestellungen & Führungen von -0,03% (Rundungsfehler werden vernachlässigt).

Die **Anfragen zum Radio** werden beim Publikumsservice weiter in Anfragen zu Adressen, Musik, News, andere ORF Sender, Rezept, Wellness und Sonstiges unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2008 wie folgt dar (**Abbildung 95**):

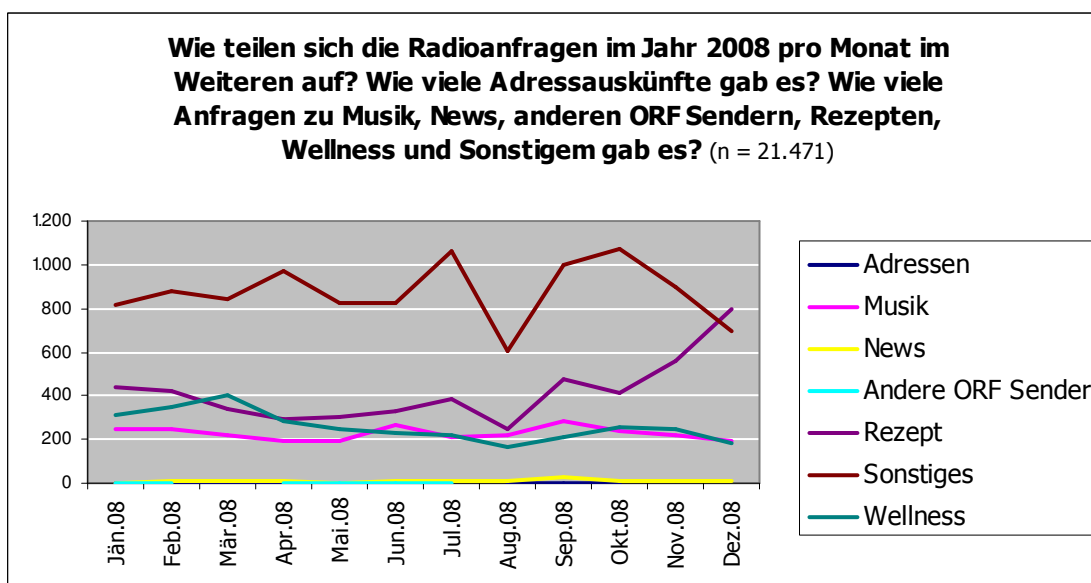


Abbildung 95: Anfragen zum Radio an das Publikumsservice im Detail - 2008

Am Häufigsten gab es Anfragen zum Thema „Sonstiges“ mit Spitzenwerten im Juli und Oktober mit rund 1.070. In Summe gab es 10.502 Anfragen zu „Sonstiges“, gefolgt von Rezepten mit gesamt 4.991 Anfragen, Wellness mit 3.106 und Musik mit 2.729. Rezepte zeigen einen starken Anstieg in den Monaten November und Dezember mit Werten von 559 und 801. Hierbei waren Rezepte für Apfelguglhupf und Sachertorte besonders beliebt. Weit abgeschlagen liegen News mit einem Wert von 108, Anfragen zu anderen ORF Sendern mit 14 und Adressen mit 11 Anfragen.

Für 2008 ergibt sich bei der Aufteilung der Anfragen zum Radio folgende Verteilung (**Abbildung 96**):

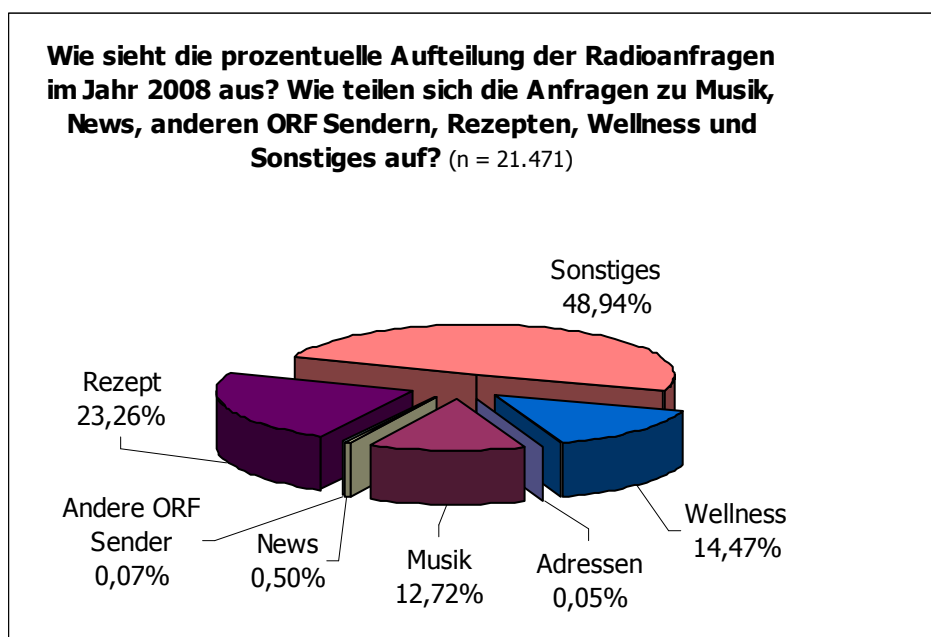


Abbildung 96: Aufteilung der Anfragen zum Radio im Detail - 2008

Rund 49% der gestellten Anfragen werden unter Sonstiges eingereiht, gefolgt von Anfragen zu Rezepten mit 23,26%, Wellness mit 14,47% und Musik mit 12,72%. Der Rest teilt sich in Adressauskünfte, Anfragen zu News und anderen ORF Sendern auf.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2008 gibt Auskunft über **die am häufigsten gestellten Fragen zum Radio**<sup>107</sup>:

Bei „**Sonstiges**“ wurden insbesondere folgende Anfragen gestellt:

- Anmeldungen zu Gewinnspielen, Anfragen zu Rätsellösungen der Kopfnuss<sup>108</sup>, Grußwünsche für die Sendung „Herzlichst Radio Niederösterreich“

<sup>107</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

- Info zum Beitrag Familienrat<sup>109</sup>, Rechtsecke<sup>110</sup>
- Niederösterreich Hörerreisen, Umweltbroschüre
- Jahreshoroskop, Pflegehotline, Info Technik Hotline, Info zu Hörbüchern, Pension richtig planen, Info Tumbolino Teller, Informationen zum Helene Fischer Konzert, Info zur Langen Nacht der Museen, Informationen zum ÖAMTC Check

bei **Rezepten** von prominenten Gästen waren beliebt:

- Schinkenfleckerl, Ratatouille, Frühlingsrisotto, Gulasch, Löwinger Schnitzel, Heidensterz, Zucchini-gulasch, Hirseauflauf
- Liptauer, Strankerlsuppe, Rote Rüben Suppe
- Sachertorte, Apfelguglhupf, Nervenkekse, Waldviertler Mohnzuzler, Mohr im Hemd, Mohntorte, Marmelade mal anders

bei **Wellness** gab es folgende Favoriten:

- Zusendung von diversen Broschüren (Rücken, ...)
- Gewichtsreduktion, Schnupfen, Ernährung für Kinder, Schlank ohne Diät, Blütenessenzen, Fit in den Frühling, Frühjahrsmüdigkeit, Osteoporose, Erkältung, Zahnimplantate, der Apotheker am Samstag<sup>111</sup> (Läuse, Bachblüten, Homöopathie, Völlegefühl, ....)

und zu **Musik** wurden folgende Auskünfte am häufigsten gegeben:

- Musiktitelauskunft, Interpretenauskunft
- Musikwunsch

Betrachtet man die Radioanfragen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich folgendes Bild (**Abbildung 97**):

Bei den Anfragen zum Radio liegen Frauen mit 65,8% vor den Männern mit 34,2%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2008 ist dies ein Plus von 1,9% bei Frauen, bei Männern ein um diesen Prozentsatz reduzierter Wert (vgl. dazu *Abbildung 87: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2008 – Seite 133*).

---

<sup>108</sup> Rätsel werden unter dem Titel Kopfnuss am Montag, Mittwoch und Freitag ab 14:00 Uhr im Radioprogramm angeboten. Die Lösungen können beim Publikumservice erfragt werden.

<sup>109</sup> Hierbei werden Familienprobleme mit Therapeuten besprochen.

<sup>110</sup> Hierbei werden rechtliche Probleme durch Rechtsanwälte erläutert.

<sup>111</sup> Jeden Samstag wird im Radioprogramm zwischen 10:00 Uhr und 11:00 von einem Apotheker ein medizinisches Thema behandelt.

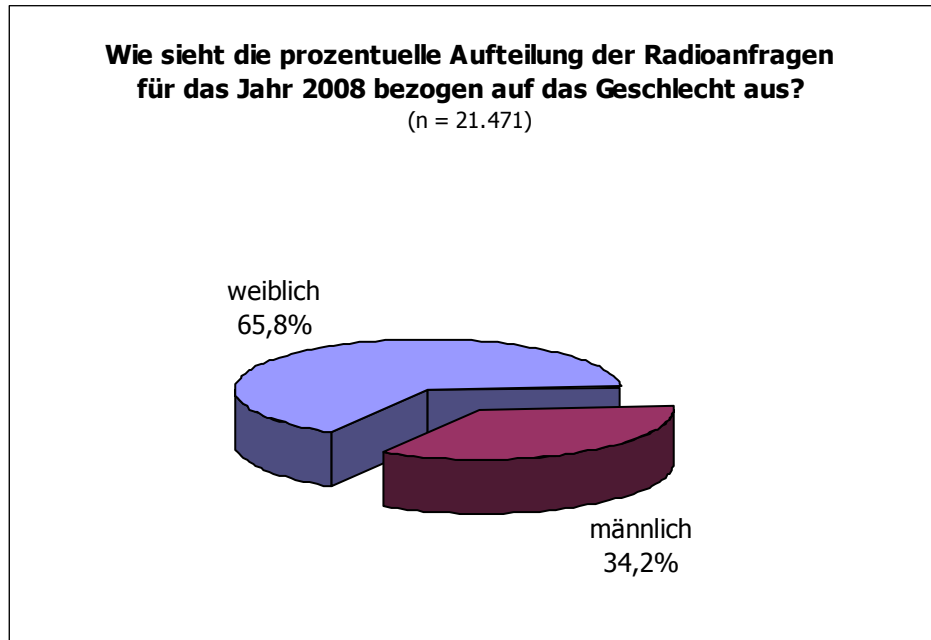


Abbildung 97: Aufteilung der Radioanfragen bezogen auf das Geschlecht - 2008

Die **Anfragen zum Fernsehen (TV)** werden beim Publikumsservice weiter in Anfragen zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild, Land & Leute, NÖ Heute, ORF1/ORF2 und Sonstiges unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2008 wie folgt dar (**Abbildung 98**):

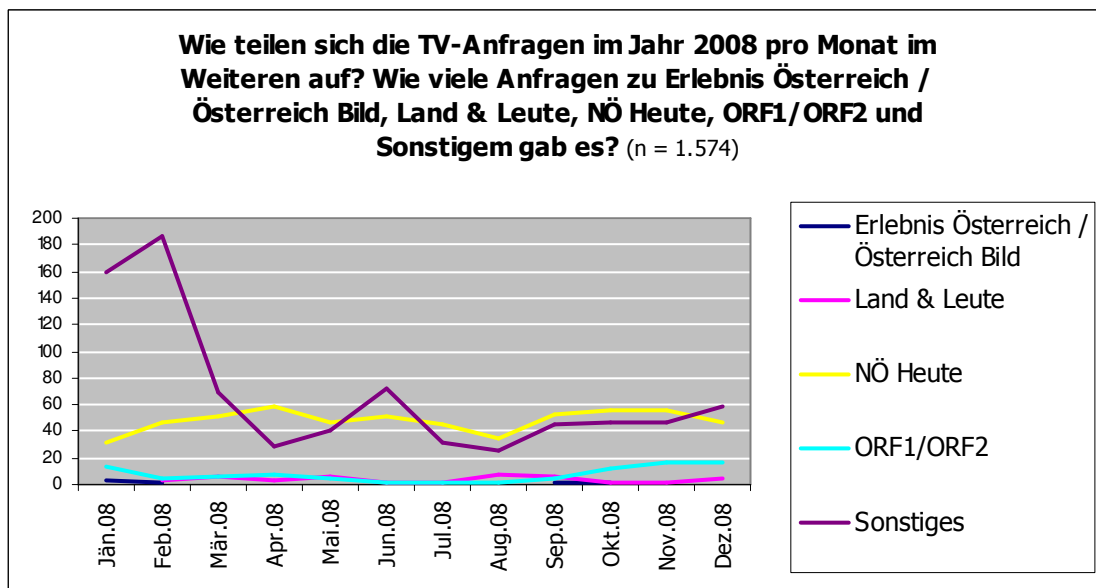


Abbildung 98: Anfragen zum Fernsehen (TV) an das Publikumsservice im Detail - 2008

Ein Spitzenwert von 186 Anfragen wurde zu Sonstiges, verursacht durch Anfragen zu ORF Digital (DVB-T), im Februar 2008 verzeichnet. Sonstiges verzeichnet auch die meisten Anfragen im Jahr 2008 mit einem Wert von 810, gefolgt von Anfragen zu NÖ Heute mit 575, ORF1/ORF2

mit 137, Land & Leute mit 40. Erlebnis Österreich / Österreich Bild zeigt einen Summenwert für 2008 von 12 Anfragen, wobei hier nur Anfragen in den Monaten Jänner, Februar, sowie September, Oktober und Dezember vorkommen.

Für 2008 ergibt sich bei der Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) folgende Verteilung (**Abbildung 99**):

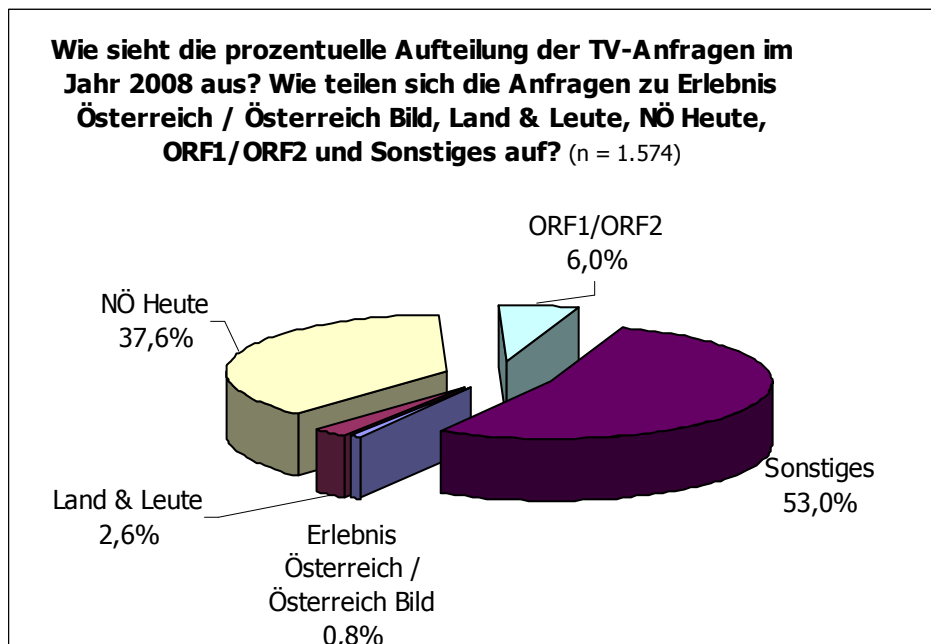


Abbildung 99: Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) im Detail - 2008

Sonstiges zeigt mit 53% den höchsten Wert, gefolgt von NÖ Heute mit 37,6%, ORF1/ORF2 mit 6% und Land & Leute mit 2,6%. Die restlichen Anfragen wurden zu Erlebnis Österreich / Österreich Bild gestellt.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2008 gibt Auskunft über **die am häufigsten gestellten Fragen zum Fernsehen (TV)**<sup>112</sup>:

Zu **Sonstigem** gab es folgende Auskünfte:

- ORF Digital (DVB-T)
- Programmauskünfte

zu **NÖ Heute** gab es speziell folgende Anfragen:

- Anmeldung als NÖ Heute Studiogast

<sup>112</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.

- NÖ Heute Wetterbilder
- NÖ Heute Beiträge zu La Vita Atemlehre, La Vita Brokkolistrudel, Gartenbuch
- ORF NÖ Sommertour

Betrachtet man die Fernsehanfragen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich folgendes Bild (**Abbildung 100**):

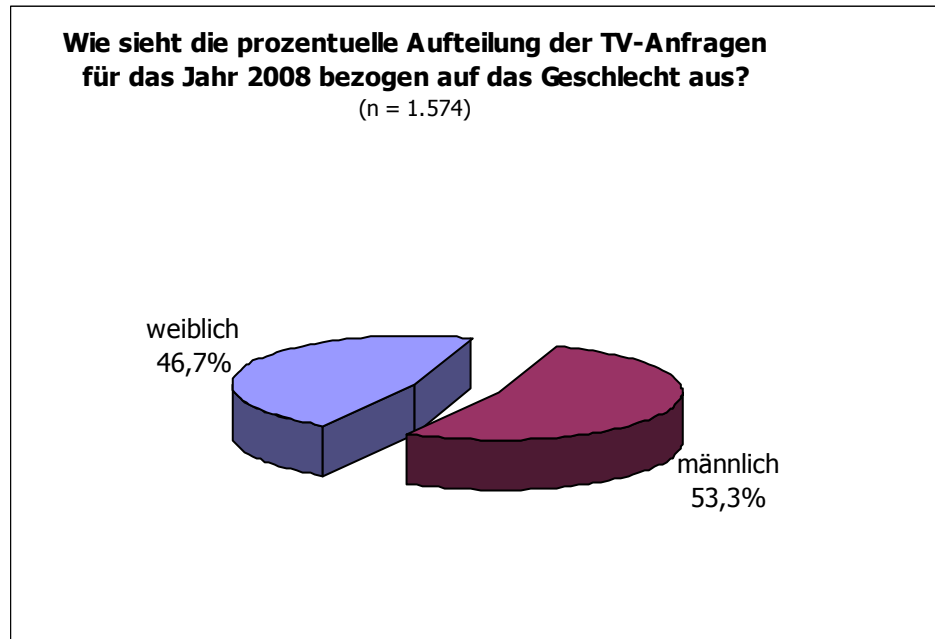


Abbildung 100: Aufteilung der Fernsehanfragen (TV) bezogen auf das Geschlecht - 2008

Die Frauen liegen mit 46,7% hinter den Männern mit 53,3%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2008 zeigt sich eine deutliche Abweichung bei den Frauen von -17,2%, bei den Männern analog von +17,2% (vgl. dazu *Abbildung 87: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2008 (Seite 133)*). Ein wesentlicher Grund für diese große Differenz liegt in der großen Anzahl an Anfragen zu DVB-T, die vorwiegend von Männern gestellt werden.

Die abgegebenen **Meinungen** (Wünsche, Anregungen und Beschwerden) werden beim Publikumsservice weiter in Allgemein, NÖ Heute, sonstige ORF Sender und Radio NÖ unterteilt und diese stellen sich zahlenmäßig für 2008 wie folgt dar (**Abbildung 101**):

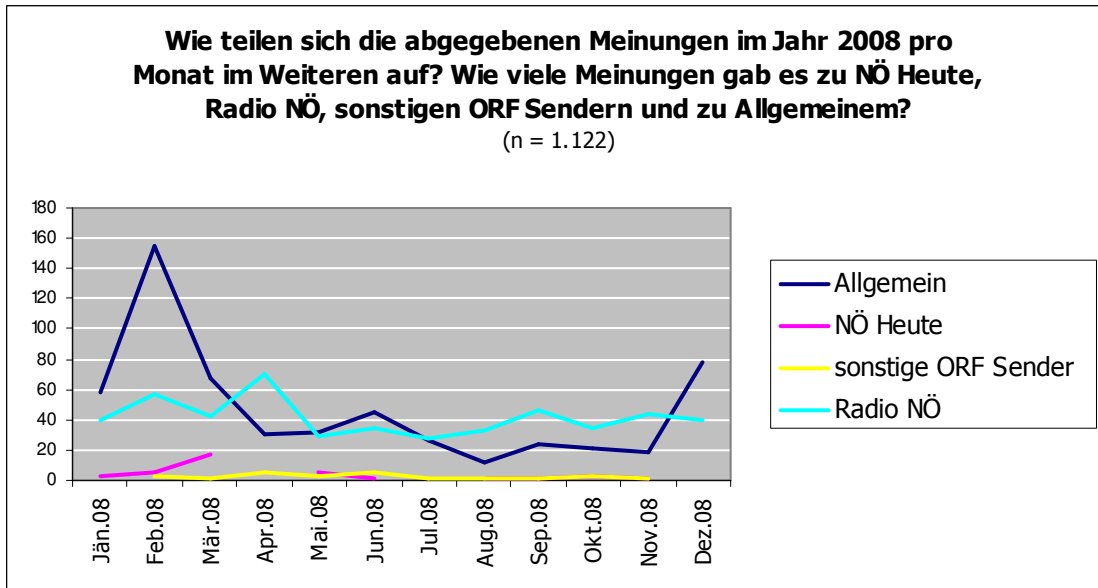


Abbildung 101: Abgegebene Meinungen an das Publikumservice im Detail - 2008

Am Häufigsten wurden Meinungen zu Allgemeinem mit einem Gesamtwert von 567 abgegeben. Ein Spitzenwert mit 155 abgegebenen Meinungen ist im Februar 2008 zu sehen. Als wesentliche Gründe hierfür sind Beschwerden wie „schlechter Empfang“ und „Ton- und Bildstörungen“ im Zusammenhang mit der digitalen Umstellung auf DVB-T protokolliert. Im Dezember ist ein Anstieg auf 78 zu sehen.

Zu Radio NÖ wurden insgesamt 498 Meinungen abgegeben, zu NÖ Heute 35 und zu sonstigen ORF Sendern ganze 22 Stellungnahmen.

Für 2008 ergibt sich für die abgegebenen Meinungen folgende Verteilung (**Abbildung 102**):

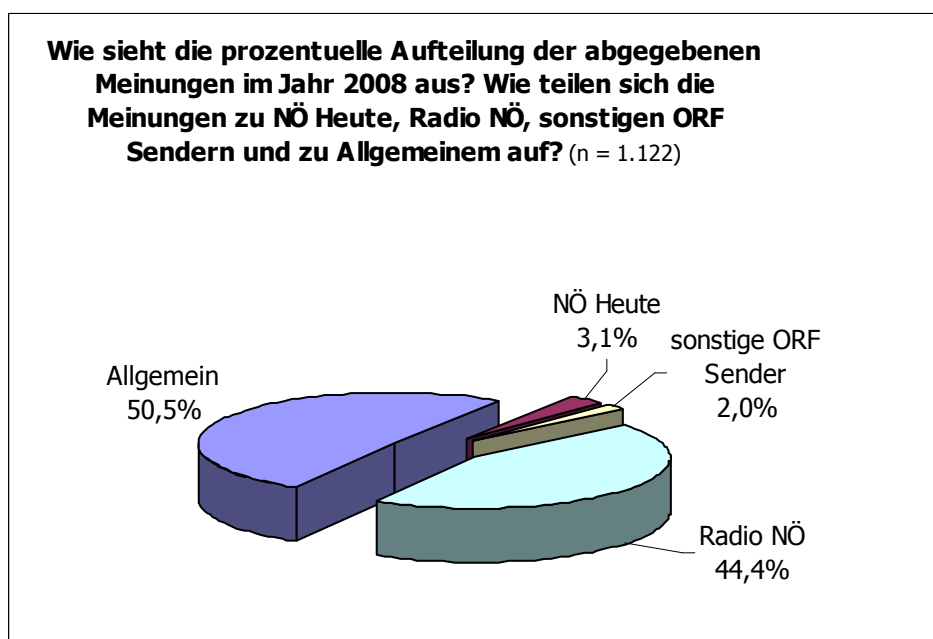


Abbildung 102: Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Detail - 2008

Allgemeine Meinungen zeigen mit 50,5% den Spitzenwert, gefolgt von Radio NÖ mit 44,4%. Meinungen zu NÖ Heute mit 3,1% und anderen ORF Sendern mit 2% liegen mit deutlichem Abstand dahinter.

Die Untersuchung der Tagesprotokolle von 2008 gibt Auskunft über **die am häufigsten abgegebenen Meinungen** (Wünsche, Anregungen und Beschwerden)<sup>113</sup>:

Zu Allgemeinem gab es folgende Meldungen:

- Sendestörung, „schlechter Empfang“, „Tonstörungen“ im Zusammenhang mit der digitalen Umstellung auf DVB-T, „Techniker soll kommen“, „Wann wird umgestellt“ (gemeint ist DVB-T)
- „Zu viel Oscar Berichterstattung“, "danke für die Rezepte", Gewinnspiel: „Rufe dauernd an und komme nie dran...“
- Berichtigungen von Hörern zu Sendungsdetails, z.B. es heißt „...der Arbeitsmarktservice...“ und nicht „...das Arbeitsmarktservice...“

zu **Radio NÖ** gab es folgende Stellungnahmen:

- Lob für Radio NÖ „danke für die wunderschöne Musik“, „Musik ist super“, Lob an das ganze Team, „Da Capo ist eine wunderbare Sendung“
- Beschwerde, dass die Sendung „Melodie und Nostalgie“ wegen der EURO ausfällt!
- Beschwerden: „zuviel Ambros und Fendrich“
- „warum wird dauernd "Sie hören Radio NÖ" gesagt; das halt ich nicht aus“, "Viele Beiträge werden 10 Minuten lang angekündigt und dauern dann nur 3 Minuten"
- „Menschen mit Behinderung sollten bei den Veranstaltungshinweisen auch erfahren ob diese entsprechend für Behinderte geeignet sind“
- Rückmeldungen zu prominenten Gästen: „...hat mir nicht gefallen“
- Beschwerden, dass mit der Berichterstattung zum Fall Fritzl / Amstetten endlich aufgehört werden soll
- Beschwerden über zu viel Fußball am Sender

---

<sup>113</sup> Die Angaben in den Tagesprotokollen zu den einzelnen Themen sind sehr kurz gefasst und haben daher nur stichwortartigen Charakter.



Betrachtet man die abgegebenen Meinungen getrennt nach dem **Geschlecht**, so ergibt sich folgendes Bild (**Abbildung 103**):

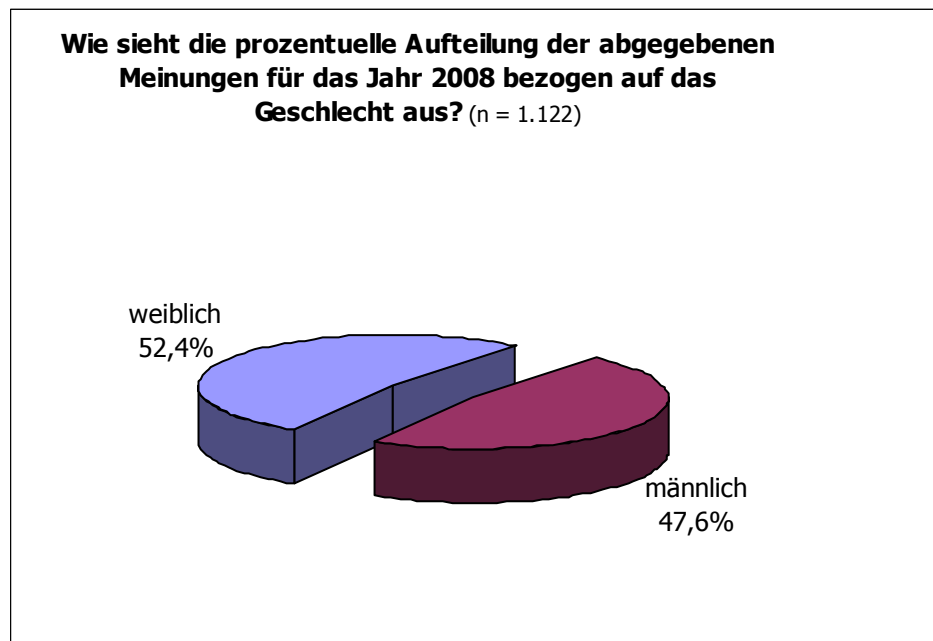


Abbildung 103: Aufteilung der abgegebenen Meinungen auf das Geschlecht - 2008

Bei den Meinungsabgaben liegen die Frauen mit 52,4% vor den Männern mit 47,6%. Im Vergleich zum Gesamtwert des Jahres 2008 zeigt sich eine Abweichung bei den Frauen von - 11,5%, bei den Männern analog von +11,5% (vgl. dazu *Abbildung 87: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2008* (Seite 133)).

**Bestellungen & Führungen** werden beim Publikumservice weiter in Bestellungen und Führungen unterteilt. Zahlenmäßig stellen sich „Bestellungen & Führungen“ für 2008 wie folgt dar (**Abbildung 104**):

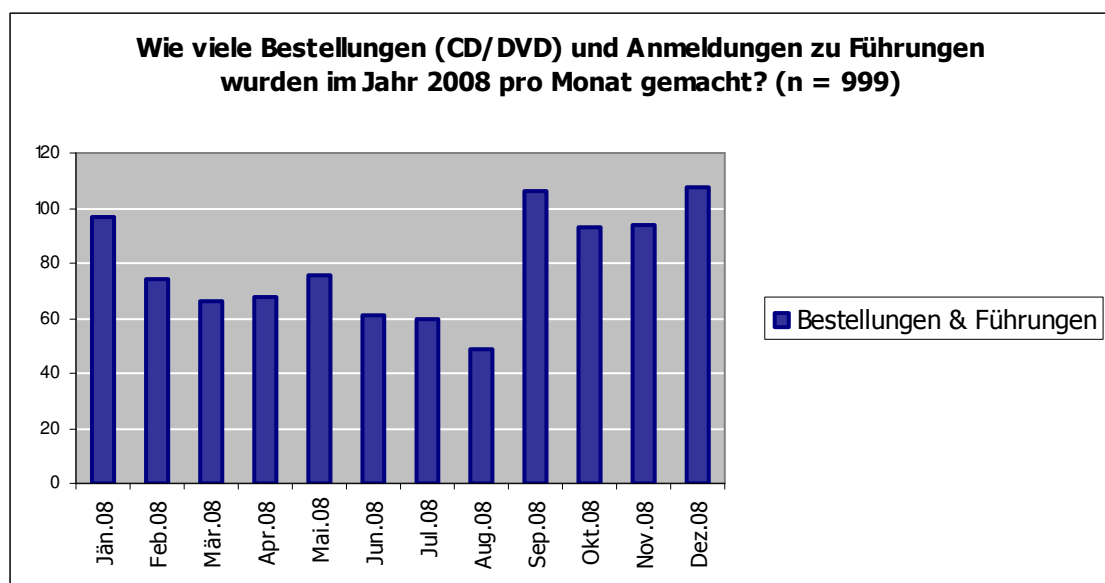


Abbildung 104: Bestellungen (CD/DVD) & Führungen - 2008

Gesamt wurden 999 „Bestellungen & Führungen“ durchgeführt. Der Spitzenwert mit 108 ist im Dezember. Dies liegt daran, dass viele Seher und Hörer Kopien (CDs oder DVDs) als Weihnachtsgeschenk bestellen.

Für 2008 ergibt sich, dass Bestellungen (CD/DVD) 72% und Anmeldungen zu Führungen 28% ausmachen (**Abbildung 2**).

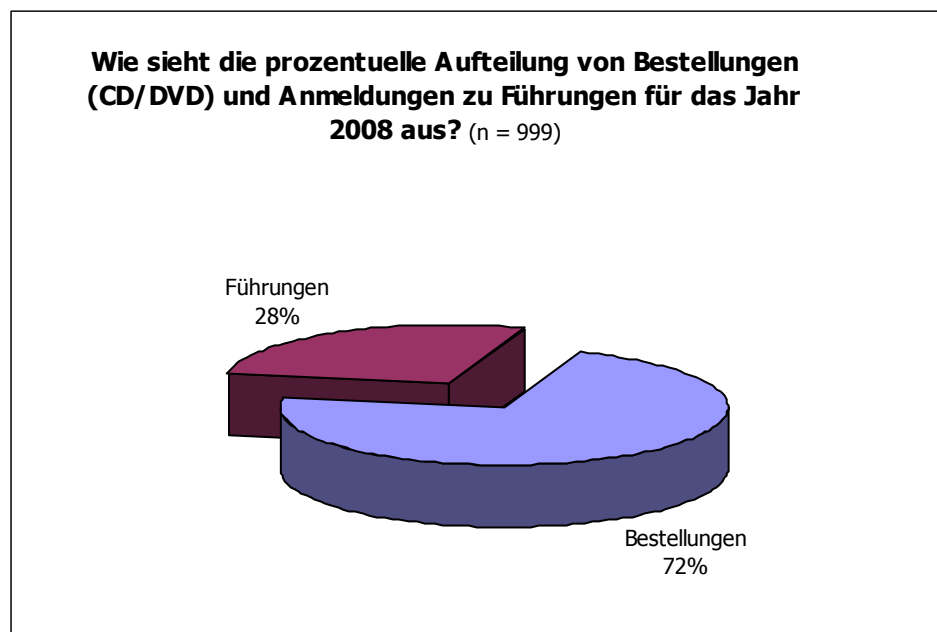


Abbildung 105: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2008

Abschließend kann für die **Analyse des Jahres 2008** gesagt werden, dass das Aufkommen mit rund 25.000 Anfragen um rund 12% höher war als im Vergleichszeitraum 2007.

Das Telefon wird für 92,3%, das E-Mail für 7,6% und Briefe für knapp 0,2% der Anfragen genutzt.

Bei brieflichen Anfragen haben die Frauen (*Hörerinnen/Seherinnen*) einen Anteil von 54,1%, bei E-Mail von 55,6% und Telefon von 64,6%. Männer (*Hörer/Seher*) haben somit erstmals bei E-Mailanfragen mit 44,4% das Nachsehen gegenüber den Frauen. Die Gesamtverteilung für 2008 ergibt, dass Frauen 63,9% und Männer 36,1% der Anfragen stellen.

85,32% der Anfragen erfolgen zum Thema Radio, gefolgt von Fernsehanfragen mit 6,25%, Meinungen mit 4,46% und Bestellungen (CD/DVD) & Führungen mit 3,97%.

Resultierend aus dem Radioprogramm werden insbesondere Gewinnspiele, Rätsellösungen<sup>114</sup>, Grußwünsche<sup>115</sup>, Veranstaltungshinweise beim Publikumservice nachgefragt. Musikwünsche, Titel- und Interpretenauskünfte sowie Nachfragen zu gesendeten Rezept- und Wellnessstipps sind ebenfalls sehr beliebt. So gehören Rezepte für Apfelmuglhupf und Sachertorte, sowie die Zusendung von diversen Wellness-Broschüren zu einem Schwerpunkt beim Publikumservice.

Bei den Anfragen bzw. Rückmeldungen zum Fernsehprogramm wurden Programmauskünfte und insbesondere Fragen zu DVB-T beantwortet. Zur Sendung NÖ Heute gab es viele Rückmeldungen zum Wetterbild, Beiträgen wie La Vita Atemlehre, La Vita Rezepten sowie zur ORF NÖ Sommertour.

Bei den abgegebenen Meinungen gab es einen Spitzenwert im Februar 2008 mit den Hinweisen „schlechter Empfang“ und „Ton- und Bildstörungen“, welche im Zusammenhang mit der digitalen Umstellung auf DVB-T genannt wurden. Für das Radioprogramm sind in gleichem Maße Lob als auch Kritik zu finden.

Im Allgemeinen ist festzustellen, dass das Spektrum der Anfragethemen und Rückmeldungen sehr weit gestreut ist, es ist von protokollierten Beschimpfungen bis zu „Musik ist super“ so gut wie alles vertreten.

---

<sup>114</sup> Rätsel werden unter dem Titel Kopfnuss am Montag, Mittwoch und Freitag ab 14:00 Uhr im Radioprogramm angeboten. Die Lösungen können beim Publikumservice erfragt werden.

<sup>115</sup> Sendung „Herzlichst Radio Niederösterreich“

## 11 Resümee

Am Ende der Betrachtungen und Ergebnisse sollen hier die Resultate zusammengefasst werden. Die vorliegende Diplomarbeit hat „Das ORF Publikumsservice des Landesstudios Niederösterreich“ zum Thema.

Die Aufgabe und der Inhalt liegt schon in der Bezeichnung des Namens ORF Publikumsservice Niederösterreich. Es ist die Aufgabe dem Publikum, dass das niederösterreichische ORF Programm nutzt, ein Service anzubieten.

Die zentrale Aufgabe des ORF Publikumsservices ist die Beantwortung der Hörer- und Seheranfragen und die Entgegennahme von Wünschen, Anregungen und Kritiken. Die Meinungen werden genau im Tagesprotokoll vermerkt und sind somit für alle Verantwortlichen jederzeit abrufbar. Anregungen, Wünsche und Kritiken bieten Möglichkeiten für das Landesstudio Verbesserungen und Adaptionen im Programm vorzunehmen. Wenn etwas kritisiert wird ist dies nicht ein persönlicher Angriff, denn der Anrufer bezieht die Kritik auf das Unternehmen.

Wenn ein Anruf, oder eine schriftliche Frage einlangt kommt es zu einer Suche der gewünschten Informationen. Die Anfragen von den Hörern und Sehern beziehen sich auf die verschiedensten Themen wie die Frage nach Rezepten, Musiktitel und/oder Interpreten, Informationen zu Gesundheitsbeiträgen, Veranstaltungen, Wetter, Verkehr, Anfragen zu NÖ-heute, ebenso Fragen zu weiteren Fernsehproduktionen (das Landesstudio Niederösterreich produziert auch die Sendung Land & Leute, fallweise Erlebnis Österreich und Österreich-Bild) sowie Fragen zum ORF allgemein.

Ob man die Anfrage sofort oder später erledigen kann, ist wichtig für den Kunden, der immer wissen muss, wie es weitergeht. Wenn der Anruf beendet oder die schriftliche Beantwortung abgeschlossen ist, werden die Anfrageinformationen inhaltlich zusammengefasst und im Tagesprotokoll festgehalten. Falls die Beantwortung der Anfrage längere Zeit in Anspruch nimmt, wird der Kunde schriftlich oder telefonisch darüber informiert.

Für den Mitarbeiter einer Serviceeinrichtung ist es wichtig sich immer zu vergegenwärtigen, dass der Mitarbeiter der das Gespräch entgegennimmt, für den Anrufenden das Unternehmen repräsentiert. Mann/Frau ist die Firma.

Das Telefongespräch ist die häufigste Kontaktaufnahmeform der Hörer und Seher zum Publikumsservice Niederösterreich. Das Telefongespräch ist die einzige Form der Kontaktaufnahme die ein intuitives, flexibles und einfühlsames Gespür verlangt, da man sich nicht vorbereiten kann, in welcher Stimmung, mit welchem Anliegen der Hörer oder Seher dem Servicemitarbeiter begegnen wird.

Die Stimme ist dabei ein wichtiges Ausdrucksmittel und zwar das einzige das während der Interaktion zur Verfügung steht. Wenn der Servicemitarbeiter seine Stimme richtig einsetzt ist schon viel erreicht. Daneben sollten im Gespräch möglichst einfache Formulierungen verwendet werden. Wenn man vom eigentlichen Sachinhalt abkommt, ist es wichtig den Weg

zum Thema zurückzufinden. Das Gespräch sollte gut gegliedert sein und das Wiederholen von wichtigen Informationen sollte dabei eingesetzt werden, um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen.

Mit einer Inhaltlichen Zusammenfassung verabschiedet man sich höflich und im besten Fall beenden beide Seiten das Telefonat mit einem positiven Gefühl.

Die Serviceeinrichtungen gewannen für den ORF ab Mitte der achtziger Jahre zunehmend an Bedeutung, da immer mehr österreichische Haushalte Kabel-, oder Satellitenempfang hatten und somit die Marktsituation neu gestalteten. Die Konkurrenzsituation und damit auch der Wettbewerb wuchsen weiter mit der Einführung der österreichischen Privatradios 1998 und dem Beginn des österreichischen Privatfernsehens im Jahr 2003.

Serviceeinrichtungen sind ein wichtiges Marketinginstrument. Der ORF beauftragte daher 2005 das Marktforschungsinstitut Integral mit einer Studie zur Kundenzufriedenheit mit den ORF Serviceeinrichtungen.<sup>116</sup> Das Ergebnis war gut. Die Publikumsservice und Kundendienste fördern die Zufriedenheit der Kunden und leisten damit einen Beitrag zum positiven Image des ORF.

Die Individualität und Unverwechselbarkeit eines Senders gepaart mit einem Service für das Publikum ist der entscheidende Schritt um im Konkurrenzkampf bestehen zu können. Natürlich darf der ORF als öffentlich-rechtlicher Sender seinen Programmauftrag dabei nie außer Acht lassen.

Der Anspruch an ein qualitätsvolles Programm und Servicequalität sind Faktoren um sich einen Wettbewerbsvorteil zu schaffen, sich von der Konkurrenz abzuheben und gleichzeitig die Kundenbedürfnisse zu erfüllen, was wiederum zur Kundenbindung beiträgt. Servicequalität ist eine Herausforderung für jedes größere Unternehmen in den nächsten Jahren. Da es für Unternehmen immer schwieriger wird, auf einem wettbewerbsintensiven Markt zu konkurrieren, werden sie zwangsläufig genaue und detaillierte Maßnahmen erstellen müssen und sich dabei ganz auf die Qualität konzentrieren.<sup>117</sup>

Der Stellenwert und die Bedeutung des ORF Publikumsservices Niederösterreich für die Verantwortlichen sind unbestritten.

Landesdirektor Norbert Gollinger hält es für sehr wichtig, dass die Kunden eine eigene Anlaufstelle im Landesstudio haben, an die sie sich mit ihren Anliegen, Wünschen und auch Kritiken wenden können. Die optimale Betreuung des Publikums ist ein wichtiger Faktor bei der Hörer- und Seher-Bindung. Das Publikumsservice Niederösterreich ist die direkte Verbindung des Landesstudios zu seinen Hörern und Sehern.

---

<sup>116</sup> ORF-Medienforschung, Publikumsratsstudie 2005, [http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien\\_orf\\_service.htm](http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_orf_service.htm), eingesehen am 27.2.2009

<sup>117</sup> Nippert, Anne : 1994, Seite 146

Michael Friedrich, dem Programmchef, ist es wichtig ein direktes Feedback auf das Programm zu erhalten um so rasch reagieren zu können. Tagesprotokolle sind Indikatoren für Programmleistungen – bei Aktiva bzw. Defiziten. Sie können dabei helfen, Unzulänglichkeiten schnell zu beheben und Kundenwünsche sowie -bedürfnisse rasch umzusetzen. Als Beispiel führt er die Musiktitelabfrage an. Sie ist über die Webseite des ORF Niederösterreich möglich und wurde nicht zuletzt aufgrund der Rückmeldungen via Publikumsservice realisiert. Die Servicequalität ist bestimmender Imagefaktor für ein Unternehmen.

Richard Grasl, der Chefredakteur des Landesstudios Niederösterreich, hält die Bindung der Kunden an die Sendungen und das Unternehmen in Zeiten zunehmender Konkurrenz für immer wichtiger. Darüberhinaus wird die Kommunikation zwischen einem TV- und Radio-Sender mit seinen Kunden immer interaktiver, das bedeutet, dass E-Mails aber auch Telefonkontakte zunehmen. Die korrekte, fachkundige, aber auch rasche Betreuung von Kundenanfragen bedeutet für ihn einen kritischen Erfolgsfaktor für ein Medienunternehmen. Das Feedback des Publikums auf die Sendungen des Landesstudios ist ein wichtiger Gradmesser für die weitere Ausrichtung der Sendungsinhalte. Eine kompetente Weitervermittlung der Kundenwünsche ist daher für die „Lernkurve“ der Redaktion von großer Bedeutung. Für ihn sind eindeutig die Zeiten vorbei, in denen ein Monopolist den Sehern einfach das Programm „vorgesetzt“ hat.

Michael Koch, Leiter des ORF Publikumsservices Niederösterreich, sieht die Berechtigung der Serviceeinrichtungen der Landesstudios darin, auf diesem Weg die bestmöglichen (und vor allem raschen) inhaltlichen Antworten zu regionalen Anfragen sicherzustellen. Eine Serviceeinrichtung ist wichtige Kommunikations-Drehscheibe und ein „Filter“ für Publikumsstimmungen. Das Publikumsservice ist primärer Ansprechpartner für den Konsumenten und insgesamt eine Servicestelle für das gesamte Landesstudio.

Nachdem die Tagesprotokolle die Aussagen und Fragen des Publikums widerspiegeln ist dies ein sehr zentraler Aspekt, denn hier ist u.a. erstmals dokumentiert was für das Publikum wichtig ist, wie das direkte Feedback auf das Programm aussieht.

Die Hauptergebnisse der Analyse der Tagesprotokolle: Im Analysezeitraum wurden insgesamt rund **67.000 Anfragen** an das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich gestellt. Die Anfragen verzeichneten über den Analysezeitraum Oktober 2005<sup>118</sup> bis Dezember 2008 einen stetigen Anstieg. So waren es im Durchschnitt 990 Kontakte im 4. Quartal Jahr 2005 und bereits rund 2.230 Anfragen im 4. Quartal 2008, was einer Steigerung von etwa 225% entspricht. Interessant ist dabei, dass trotz der relativ gleichbleibenden Marktanteile und Tagesreichweiten von rund 30% (*Radio NÖ 2005 – 2008; vgl Kapitel 4.2.2, Die Radionutzung von Radio Niederösterreich*) die Anzahl der Kontakte zum Publikumsservice stark ansteigt. Dies bestätigt, dass die Serviceangebote des Programmes des ORF Niederösterreich vom Publikum sehr geschätzt werden, die Kundenbindung und die Interaktion mit den Sehern und Hörern gut funktioniert.

---

<sup>118</sup> Das Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich wurde am 3. Oktober 2005 eingerichtet.

Betrachtet man die Jahresdurchschnittswerte der Anfragen, so ergeben sich Steigerungen von 40% von 2005 auf 2006, 33% von 2006 auf 2007 und 12% von 2007 auf 2008. Die Steigerungsraten nehmen über die Jahre ab.

Als Kontaktform ist das Telefon mit 91,9% weit vor den E-Mailanfragen mit 7,6% und Briefen mit 0,5%. Anzumerken ist, dass Anfragen mittels Brief eine sinkende Tendenz aufweisen und künftig eine vernachlässigbare Größe einnehmen werden. Telefonische Anfragen verzeichneten über den genannten Zeitraum eine Steigerungsrate von 280%, E-Mails von 170%. Vergleicht man die Steigerung bei den E-Mails mit den Angaben aus Kapitel 3, +22% Internetanschlüsse in Österreich von 2000 bis 2007, so sieht man, dass die Anzahl der Anfragen überproportional zur Steigerung der Internetanschlüsse ist.

In den ORF Almanachen von 1971 bis 1995/96 ist festzustellen, dass das Telefon von den Kunden zur Kontaktaufnahme zunehmend mehr genutzt wird und der Briefverkehr kontinuierlich abnimmt.<sup>119</sup> Eine ORF Publikumsratsstudie besagt zudem: Die am häufigsten genutzte Interaktionsform ist das Telefon. Mehr als die Hälfte jener, die schon einmal Kontakt zum ORF hatten, haben angerufen. Die zweithäufigste Kontaktform ist das E-Mail.<sup>120</sup> Dies konnte somit bestätigt und auch mit konkreten Zahlen belegt werden.

Frauen (Hörerinnen/Seherinnen) stellen mit 63% den größten Teil der Anfragen an das Publikumsservice. Zu Beginn des Analysezeitraumes haben die Frauen einen Anteil bei telefonischen Kontakten von rund 60%. Männer (*Hörer/Seher*) hingegen bevorzugen eher die Kommunikation mittels E-Mail. Hier halten sie einen Anteil von rund 56%. Am Ende des Analysezeitraumes haben die Frauen bei telefonischen Anfragen 64,6% und bei E-Mailanfragen stellen sie bereits mehr als die Hälfte – nämlich 55,6%.

Im Weiteren stellen Anfragen zum Thema Radio mit 85,03% beim Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich den weitaus größten Teil dar, gefolgt von Anfragen zum Fernsehen (TV) mit 6,44%, abgegebenen Meinungen mit 4,51% und Bestellungen (CD/DVD)<sup>121</sup> & Führungen mit 4,01%. Mehrfachnennungen bei Anfragen, sprich mehrere Anfragethemen werden innerhalb eines Kontaktes gestellt, machen nur etwa 1% aus und haben daher eine untergeordnete Rolle.

Radioanfragen verzeichnen über den Analysezeitraum eine Steigerung von rund 230%, so waren es im Durchschnitt 830 Kontakte pro Monat im 4. Quartal 2005 und rund 1.937 Anfragen pro Monat im 4. Quartal 2008.

Fernsehanfragen wurden im 4. Quartal 2005 rund 80 im Monatsdurchschnitt gestellt und im 4. Quartal 2008 bereits 137 Anfragen pro Monat, was einer Steigerung von knapp 170% entspricht.

Mit einem Durchschnittswert von etwa 62 abgegebenen Meinungen pro Monat im 4. Quartal 2005 stieg die Anzahl der Meinungen auf rund 81 pro Monat im 4. Quartal 2008 (+130%).

<sup>119</sup> ORF Medienforschung, ORF Almanache der Jahre 1971, 1974, 1977, 1980, 1983, 1986/87, 1991/92, 1995/96

<sup>120</sup> ORF-Medienforschung, Publikumsratsstudie 2005, [http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien\\_orf\\_service.htm](http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_orf_service.htm), eingesehen am 27.2.2009

<sup>121</sup> Beispielsweise Kopien von NÖ Heute Sendungen oder Beiträgen, Gesundheitsbeiträge, Sendungsmitschnitte mit prominenten Gästen etc.

Führungsanmeldungen gab es im 4.Quartal 2005 rund 24, im 4. Quartal 2008 rund 33 pro Monat. Bestellungen (CD/DVD) zeigen eine Steigerung von rund 13 pro Monat im Jahr 2005 auf knapp 71 im 4. Quartal 2008-

Mehr als die Hälfte der Anfragen – rund 55% - werden im Zeitraum von 09:00 Uhr bis 13:00 Uhr gestellt.

Die Anzahl der Anfragen in den Sommermonaten Juni, Juli und August ist im Regelfall geringer als im restlichen Zeitraum. Dies kann auf die Urlaubssaison zurückgeführt werden, das sogenannte „Sommerloch“.

Resultierend aus dem Radioprogramm werden insbesondere Rätsellösungen der Kopfnuss<sup>122</sup>, Grußwünsche<sup>123</sup>, Gewinnspiele, wie z.B. „Swimmingpool“<sup>124</sup>, Veranstaltungshinweise, Reisetipps (NÖ Hörerreisen) und Aktionen, wie z.B. Gratis-Kinderskikurs, vermehrt beim Publikumsservice nachgefragt.

Musikwünsche, Titel- und Interpretenauskünfte sowie Nachfragen zu gesendeten Wellness- und Rezepttipps sind ebenfalls sehr beliebt. So gehören Rezepte von prominenten Gästen, wie Sachertorte, Apfelguglhupf, Schwammerlgulasch sowie Rezepte von „Hildegard von Bingen“, Rezepten für die Verwertung von übriggebliebener Weihnachtsbäckerei etc., zu einem Schwerpunkt beim Publikumsservice. Zu Wellness wurden sehr viele Anfragen zu Gesundheitsbeiträgen, wie z.B. zur Wirbelsäule in der Sendung „Hallo Niederösterreich“ gestellt. Die Zusendung von diversen Wellness-Broschüren wird zudem von vielen Hörern und Sehern gewünscht. Auskünfte über diverse Spendenkontos gehören ebenfalls dazu.

Bei den Anfragen bzw. Rückmeldungen zum Fernsehen oder Fernsehprogramm wird das Thema DVB-T am meisten genannt. Zur Sendung NÖ Heute gab es viele Rückmeldungen zum Wetterbild, Beiträgen wie La Vita Atemlehre, zur ORF NÖ Sommertour und Anmeldung als Studiogast von NÖ Heute.

Bei den abgegebenen Meinungen sind in gleichem Maße Lob als auch Kritik zum Radioprogramm zu finden. Zum Verkehrsfunk gibt es viele Rückmeldungen, wie z.B. „zu viele Radarwarnungen“ und „Raser werden gewarnt“. Aufregung verursachte die Aussage, dass „Der Durchschnittsverdienst der Österreicher 1.800 Euro beträgt“, dass vielen wohl etwas zu hoch gegriffen erschien. Dominant ist hier auch das Thema DVB-T. Hier wurden u.a. „wann erfolgt die Umschaltung auf DVB-T“, „gibt es noch DVB-T Gutscheine“, „kein oder schlechter Empfang“, und „Ton- und Bildstörungen“ häufig genannt. Im Weiteren sind die Themen Hochwasserberichterstattung, „zu viele Berichte zum Fall Kampusch“, „die Berichterstattung zum Fall Fritzl / Amstetten soll endlich aufhören“ bis hin zu den Trauerfeierlichkeiten von Frau Prokop dem Publikum ein Anliegen bei den Kontakten zum Publikumsservice.

---

<sup>122</sup> Rätsel werden unter dem Titel Kopfnuss am Montag, Mittwoch und Freitag ab 14:00 Uhr im Radioprogramm angeboten. Die Lösungen können beim Publikumsservice erfragt werden.

<sup>123</sup> Sendung „Herzlichst Radio Niederösterreich“

<sup>124</sup> Es war ein Swimmingpool zu gewinnen.



Es bleibt die Frage, ob der ORF das Potenzial seiner Serviceeinrichtungen in Zukunft noch mehr als bisher nutzen will, da der Kundendienstbereich zunehmend an Bedeutung gewinnen wird. Immer mehr Unternehmen verstärken ihre Aktivitäten auf diesem Gebiet. Es darf nicht aufgehört werden das Service gegenüber dem Kunden zu perfektionieren. Mittels gezielter PR-Aktionen sollte vermehrt versucht werden, auf die Existenz des Kundendienstes aufmerksam zu machen und das Publikum anzuregen, seine Meinung kundzutun.

Beschwerdezufriedenheit und Konsumentenzufriedenheit stehen in einem engen Zusammenhang. Wenn der ORF es schafft, dem Publikum das Gefühl zu geben, dass seine Meinung und Wünsche berücksichtigt werden, kann das aus einem unzufriedenen einen zufriedenen Kunden machen.

Die Serviceeinrichtungen des ORFs sind das geeignete Mittel, die Einbahnkommunikation, die das Fernsehen und der Hörfunk nun einmal darstellen, zu überbrücken. Anhand der Tagesprotokolle wird tagtäglich berichtet was dem Publikum gefällt bzw. was ihm nicht gefällt, was verstanden wurde oder auch nicht, was seine Wünsche und Anliegen an den ORF sind.

Die Einführung eines einheitlichen und standardisierten Systems für die Protokollierungen und Auswertungen der Kundenanfragen, würde es ermöglichen die Interaktion zwischen ORF und dem Publikum in Zukunft weiter zu verbessern.

## ANHANG

### Literaturverzeichnis

#### *Bücher / Zeitschriften:*

**Berry, Leonard L., Parasuraman, A.:** Service-Marketing - Wettbewerbsvorsprung durch erstklassige Qualität, Frankfurt/Main, New York 1992, Campus Verlag

**Brockhaus Enzyklopädie** in 24 Bänden ; Band 12 , Pes-Rac , 19. Aufl. , Mannheim, 1992, LA00574212

**Bundeszentrale für politische Bildung :** Informationen zur politischen Bildung, Heft 260, 2.Quartal 1998, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 1998

**Davidow, H. William, Uttal, Bro :** Service total – mit perfektem Dienst am Kunden die Konkurrenz schlagen, Frankfurt/Main, New York 1991, Campus Verlag

**Dubke, H.P. :** „Kundendienstpolitik, in: H.Dallner und R.Thedens, Handbuch des Direct-Marketing, 5.Auflage, Wiesbaden 1981

**Internationales Handbuch Medien** / Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg . - Baden-Baden : Nomos Verl.-Ges. , 2002 . - 0946-3348

**Kaupp, Peter :** Presse, Hörfunk, Fernsehen : Funktion, Wirkung ; ein medienkundliches Handbuch / Peter Kaupp . - 1. Aufl. . - Frankfurt am Main : Dipa-Verl. , 1979 . - 255 S. . - 3-7638-0018-2. - (Jugend und pädagogische Probleme ; 18 )

**Koch, Waldemar :** Grundlagen und Technik des Vertriebes, Finanz-Verlag, Berlin 1950

**Koller, Thomas :** Kundendienst anhand der Fallstudie Österreichischer Rundfunk : die Bewältigung von Datenbankfunktionen mittels EDV / eingereicht von Thomas Koller , 1988 . - 111 Bl. - Wien, Wirtschaftsuniv., Dipl.-Arb., 1989

**Küthe, Erich :** Einzelhandelsmarketing, Kohlhammer (Stuttgart) 1980

**Löbel, Volkmar Joachim :** Kundendienst als absatzwirtschaftliche Leistung, Formen und Möglichkeiten, Verlag Spindler, Dissertation, Erlangen-Nürnberg 1966

**Maier, Bernhard C. :** Der Service- und Kundendienst, dessen Bedeutung, Funktionen und Komponenten / eingereicht von Bernhard Claus Maier , 1994 . - IV, 102 Bl. - Linz, Univ., Dipl.-Arb., 1994.

**Martin, William B. :** Exzellenter Kundenservice : ein Leitfaden für vorzügliche Dienstleistungen; die Kunst, Kunden als Gäste zu behandeln / William B. Martin. [Ill.: Josef Koo] . - Wien : Ueberreuter , 1992 . - 85 S. . - 3-8000-3424-7 kart.

- Meister, Ulla, Meister, Holger** : Wettbewerbsvorteil durch Kundenzufriedenheit im Medienbereich in: Medien - Politik - Kommunikation : Festschrift für Heinz-Werner Stuiber / Heinz Pürer ; Wolfgang Eichhorn ; Karl Pauler (Hrsg.) München 2006. S. 365-379. 1/77169
- Nippert, Anne** : Servicequalität / eingereicht von Anne Nippert , 1994 . - 151 Bl. - Linz, Univ., Dipl.-Arb., 1994.
- Novoszel, Alexander** : Quo vadis ORF? : eine qualitative Analyse der Publikumszufriedenheit in Bezug auf den aktuellen ORF und dessen Programmgestaltung nach der Reform 2007 / Verf. Alexander Novoszel , 2007 . - 206 S.
- ORF Medienforschung**, ORF Almanache der Jahre 1971, 1974, 1977, 1980, 1983, 1986/87, 1991/92, 1995/96
- ORF**, ORF Geschäftsbericht 2002, Wien
- Pirner, Gerhard** : Public Relations von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland / eingereicht von Gerhard Pirner, 1989, III, 331 Bl. – Salzburg, Univ., Dissertation, 1989
- Pürer, Heinz** [Hrsg.] : Medien, Politik, Kommunikation : Festschrift für Heinz-Werner Stuiber / Heinz Pürer ... (Hrsg.) . - München : Reinhard Fischer , 2006 . - 500 S. . - 978-3-88927-407-6.
- Schröder, Martin** : Informationsverarbeitung im Kundendienst : Einsatz- und Gestaltungsmöglichkeiten / Martin Schröder. Mit einem Geleitw. von Peter Mertens . - Wiesbaden : Dt. Univ.-Verl. , 1997 . - XI, 159 S. . - 3-8244-0331-5 kart.
- Schulz von Thun, Friedemann** : Miteinander Reden, ro ro ro Sachbuch, Rowohlt Taschenbuch, Hamburg August 1997
- Sulzbacher, Claudia** : Die Entwicklung von Öffentlichkeitsarbeit und Marketing im Österreichischen Rundfunk / eingereicht von Claudia Sulzbacher , 2002 . - 122 Bl. - Salzburg, Univ., Dipl.-Arb., 2002
- Töpfer, Armin** : Servicequalität am Telefon : Corporate Identity im Kundendialog / Armin Töpfer ; Günter Greff . - Neuwied [u.a.] : Luchterhand , 1995 . - X, 217 S. . - 3-472-02145-4
- Vojcsik, Kurt** : Der Kundendienst als Ausdrucksform der Werbung / eingereicht von Kurt Vojcsik , 1949 . - 174 Bl. - Wien, Univ., Dissertation 1949.
- Watzlawick, Paul, und Beaven, J. H.** : Menschliche Kommunikation, Bern – Stuttgart 1969
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A., Berry, Leonard L.** : Qualitätsservice: deutsche Übersetzung von Hartmut J.H. Rastalsky. Frankfurt, Main; New York: Campus Verlag 1992

*E-Mail:*

**Friedrich, Michael** [Programmchef ORF Niederösterreich] : Beantwortung der Fragen zum ORF Publikumsservice Niederösterreich, E-Mail vom 24.06.2009

**Fuchs, Monika** [ORF OÖ Kundenservice] : Beantwortung der Fragen zum ORF OÖ Kundenservice, E-Mail vom 19.06.2009

**Gollinger, Norbert** [Landesdirektor ORF Niederösterreich] : Beantwortung der Fragen zum ORF Publikumsservice Niederösterreich, E-Mail vom 17.06.2009

**Grasl, Richard** [Chefredakteur ORF Niederösterreich] : Beantwortung der Fragen zum ORF Publikumsservice Niederösterreich, E-Mail vom 23.06.2009

**Kluckner Sonja** [Direktion ORF Landesstudio Tirol] : Beantwortung der Fragen zum ORF Tirol Publikumsservice, E-Mail vom 02.06.2009

**Koch, Michael** [Chef des Publikumsservice Niederösterreich] : Beantwortung der Fragen zum ORF Publikumsservice Niederösterreich, E-Mail vom 2.6.2009

**Marcik, Marion** [Leiterin ORF Wien Service] : Beantwortung der Fragen zum ORF Wien Servicetelefon, E-Mail vom 02.06.2009

**Mayerhofer, Herta** [ORF-Publikumsservice Salzburg] : Beantwortung der Fragen zum ORF-Publikumsservice Salzburg, E-Mail vom 03.06.2009

**Schicker, Maria** [Kundendienst ORF Steiermark] : Beantwortung der Fragen zum Kundendienst ORF Steiermark, E-Mail vom 02.06.2009

**Schloffer, Anita** [Kundendienst ORF Burgenland] : Beantwortung der Fragen zum Kundendienst ORF Burgenland, E-Mail vom 05.06.2009

**Spiegel, Marianne** [Publikumsservice ORF Vorarlberg] : Beantwortung der Fragen zum Publikumsservice des ORF Vorarlberg, E-Mail vom 23.06.2009

**Weberhofer, Martin** [Programmchef Radio Kärnten] : Beantwortung der Fragen zum Serviceteam ORF Kärnten, E-Mail vom 10.06.2009

*Internet:*

**architekturlandschaft.niederösterreich**, Objektbeschreibung ORF Landesstudio Niederösterreich, [http://www.architektur-noe.at/be/detailansicht.php?architekturobjekt\\_id=121](http://www.architektur-noe.at/be/detailansicht.php?architekturobjekt_id=121), eingesehen am 15.4.2009

**extradienst**, Werbeeinnahmen: Privat TV vor ORF, <http://www.extradienst.at/Artikel.33+M59a8fe70dce.0.html>, eingesehen am 16.4.2009

**medialine.de**, Privatrado in Österreich, <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon/medialexikon-oesterreich.php?snr=402>, eingesehen am 06.07.2009

**ORF Landesstudio NÖ**, 20 Jahre „Bundesland heute“,  
[http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/blh\\_aktuell.html](http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/blh_aktuell.html), eingesehen am 28.5.2009

**ORF Landesstudio NÖ**, Das ORF Landesstudio Niederösterreich,  
<http://noe.orf.at/magazin/studio/stories/1167/>, eingesehen am 15.4.2009

**ORF Landesstudio NÖ**, Die Sendungen von Radio NÖ,  
<http://noe.orf.at/magazin/studio/radionoe/stories/1700/>, eingesehen am 3.5.2009

**ORF-Medienforschung**, Fernsehen,  
[http://mediasearch.orf.at/c\\_fernsehen./console/blank.htm?c\\_fernsehen\\_heimel](http://mediasearch.orf.at/c_fernsehen./console/blank.htm?c_fernsehen_heimel), eingesehen am 26.3.2009

**ORF-Medienforschung**, Glossar, <http://mediasearch.orf.at/glossar.htm>, eingesehen am 23.3.2009

**ORF-Medienforschung, Publikumsratsstudie 2005**, Studie über die ORF Service Angebote über die „Interaktion des ORF mit dem Publikum“ und die „Zufriedenheit des Publikums mit ORF Angeboten wie Kundendienst, Serviceleistungen, Programmangeboten mit Publikumsbeteiligung“,  
[http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien\\_orf\\_service.htm](http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_orf_service.htm), eingesehen am 27.2.2009

**ORF-Medienforschung**, Radio, <http://mediaresearch.orf.at/radio.htm>, eingesehen am 27.3.2009

**Österreichischer Blinden – und Sehbehindertenverband**, Homepage der Fachgruppe für Telekommunikation und Büroberufe des Österreichischen Blinden – und Sehbehindertenverband, <http://www.fgtb.at/Rueckblick/telefonseminar.htm>, eingesehen am 12.3.2009

**presstext austria**, Karmasin-Studie belegt: Service Rufnummern boomen,  
<http://presstext.at/news/050929011/karmasin-studie-belegt-service-rufnummern-boomen/>, eingesehen am 20.6.2006

**Reichel, Werner** : Eine Rezension zum Buch: „Privatradio in Österreich - eine schwere Geburt, Piraten, Profis Pleiten“, Werner Reichel u.a., Nomos Verlag, 2005, Rezension unter:  
<http://www.nurido.at/news/buecher/privatradioinoesterreicheinerezenension.html>, eingesehen am 23.2.2009

**Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (RTR)**, 2008, „RTR Telekom Monitor – 4. Quartal 2008“, abrufbar unter [http://www.rtr.at/de/komp/TKMonitor\\_Q42008](http://www.rtr.at/de/komp/TKMonitor_Q42008)

**Statistik Austria**, Computer und Internet: häufiger, mobiler, schneller,  
[http://www.statistik.at/web\\_de/presse/024081](http://www.statistik.at/web_de/presse/024081), eingesehen am 14.3.2009

**Wirtschaftsblatt**, Bericht von Stefan Mey und Robert Prazak, Bericht: Der Anfang vom Ende, 24.11.2008, <http://www.wirtschaftsblatt.at/archiv/352183/index.do>, eingesehen am 28.5.2009

*Sonstige -/ Trainingsunterlagen:*

**ORF, GHR Schulung** : Kommunikation am Telefon von Claudia Petschl-Kerek, 2006

**ORF Landesstudio NÖ**, Radio Programm Schema 2008, St. Pölten, 2008

**ORF Landesstudio NÖ**, Tagesprotokolle des Publikumservices ORF Niederösterreich von 2005 bis 2008

**TELETEST / ORF / AGTT / GfK-Fernsehforschung**, Reichweite und Marktanteil von Niederösterreich Heute

## Auszug aus einem Tagesprotokoll des Publikumsservices vom 04.11.2008

| Zeit    | Art der Kontaktaufnahme | Anfragen Radio:<br>A: Adressen, M: Musik, H: Heureka, R: Rezept, S: Sonett, W: Wellness, O: andere ORF-Sender | Anfragen TV:<br>H: NO heute, L: Land & Leute, G: GÖ, O: ORF 1, ORF 2 | Meinungen<br>H: Radio NO, L: Land & Leute heute, O: ORF sonstige Sender, A: allgemein | B: Bestellungen & F: Führungen | mindestens<br>wählbar | Kontakt -<br>wenn nötig Name, Erreichbarkeit | Stand - was wurde getan? | Bearbeitet | Anmerkungen |
|---------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------|--------------------------|------------|-------------|
| 08:01 T | Telefonat               | S Info Melodie und Nostalgie                                                                                  |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:05 T |                         | S Info Horoskop                                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:10 T |                         | R Paprikaheidi                                                                                                |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:15 M |                         |                                                                                                               |                                                                      |                                                                                       | HF Kopie                       |                       |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:19 T |                         |                                                                                                               |                                                                      |                                                                                       | HF Kopie                       |                       |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:26 M |                         | S Garancia Sendetermin                                                                                        |                                                                      |                                                                                       | HF Kopie                       |                       |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:34 T |                         |                                                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:35 T |                         | S Madeira Reise                                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:45 T |                         | W Apotheker am Samstag                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:49 T |                         | S Info Promigast heute                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:51 M |                         | S Info Horoskop                                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 08:57 T |                         | S Info Adresse vom ORF NO                                                                                     |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:02 M |                         | Landesstudio                                                                                                  |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:07 T |                         | S Kopfmuss                                                                                                    |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:14 T |                         | S Info Teil Nr. - ORF Shop in Wien                                                                            |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:22 M |                         | S Info Promigast heute                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:39 T |                         | S Herzlichst                                                                                                  |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:39 T |                         | S Info wie das Wetter in Tulln morgen wird                                                                    |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:40 M |                         | R Paprikaheidi                                                                                                |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:44 T |                         | S Info Walter Sagan                                                                                           |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:46 T |                         | S Info Promigast heute                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 09:55 T |                         | S Bewerbung LKW Fahrer                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | schickt Brief            | W          |             |
| 10:04 T |                         | S Frühstücken                                                                                                 |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | ok                       | W          |             |
| 10:06 T |                         | S Fr. Maria                                                                                                   |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | ok                       | W          |             |
| 10:10 T |                         | S Madeira Reise                                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:11 T |                         |                                                                                                               |                                                                      |                                                                                       | HF Kopie                       |                       |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:11 T |                         | S E Pocksteiner                                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:12 M |                         | R Paprikaheidi                                                                                                |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:15   |                         |                                                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:20 T |                         |                                                                                                               |                                                                      |                                                                                       | HF Kopie                       |                       |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:20 T |                         |                                                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                |                       |                                              |                          | W          |             |
| 10:25 T |                         | W Dungi Knoblauch                                                                                             |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | gesendet                 | W          |             |
| 10:25 T |                         | W Dungi Knoblauch                                                                                             |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | gesendet                 | W          |             |
| 10:26 T |                         | W Dungi Knoblauch                                                                                             |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | gesendet                 | W          |             |
| 10:30 T |                         | W Dungi sprechen                                                                                              |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | leider nein              | W          |             |
| 10:33 T |                         | W Dungi                                                                                                       |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:33 T |                         | W Dungi Knoblauch                                                                                             |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | gesendet                 | W          |             |
| 10:34 T |                         | S Frühstücken Gedichte                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | ok                       | W          |             |
| 10:34 T |                         | S Frühstücken Gedichte                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | >K                       | W          |             |
| 10:36   |                         | MD O Heid                                                                                                     |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:37 T |                         | S Einladung Studiogast                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:37   |                         | MD K. Bach                                                                                                    |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | W          |             |
| 10:38   |                         | MD Filppers                                                                                                   |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | W          |             |
| 10:39   |                         | MD/Gold des Pharaos/Noekalm                                                                                   |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | W          |             |
| 10:39   |                         | Quirett                                                                                                       |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:40 T |                         | S Info Liedwunschsending                                                                                      |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:43 T |                         | S Info Eintragsanfrage                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:43 T |                         | W Dungi Knoblauch                                                                                             |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | gesendet                 | W          |             |
| 10:45 T |                         | S Info Herzlichst Radio NO                                                                                    |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:46 T |                         | MD A Berg                                                                                                     |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | W          |             |
| 10:52 T |                         | R P. Paprikaheidi                                                                                             |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:55   |                         | S Info Technik Anfrage Digital                                                                                |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:55 T |                         | Hotline                                                                                                       |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 10:55 T |                         | W Dungi Knoblauch                                                                                             |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | gesendet                 | W          |             |
| 10:57 T |                         | ME B. Vee                                                                                                     |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | W          |             |
| 10:59   |                         | MD/Starke wie nie zuvor /Nedine                                                                               |                                                                      |                                                                                       |                                |                       |                                              |                          |            |             |
| 11:00 T |                         | Norell                                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 11:02 T |                         | W Dungi                                                                                                       |                                                                      |                                                                                       | DVD Kopie                      | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 11:08 T |                         | S Einladung Studiogast                                                                                        |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | W          |             |
| 11:18   |                         |                                                                                                               |                                                                      |                                                                                       | Nahaufnahme Kopie              | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 11:19 T |                         | W Dungi                                                                                                       |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 11:20 T |                         | W Dungi                                                                                                       |                                                                      |                                                                                       |                                | W                     |                                              | OK                       | BT         |             |
| 11:22 T |                         | W Dungi                                                                                                       |                                                                      |                                                                                       |                                | M                     |                                              | OK                       | BT         |             |

Tabelle 3: Auszug aus einem Tagesprotokoll des Publikumsservices vom 04.11.2008<sup>125</sup>

## Tabellenverzeichnis

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabelle 1: Radio Programm Schema 2008 .....                                                  | 16  |
| Tabelle 2: Tagesprotokoll des Publikumsservices des ORF Landesstudios Niederösterreich ..... | 57  |
| Tabelle 3: Auszug aus einem Tagesprotokoll des Publikumsservices vom 04.11.2008 .....        | 159 |

## Abbildungsverzeichnis

|                                                                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1: Radio-Tagesreichweiten und Marktanteile, Niederösterreich .....                                                                                        | 20 |
| Abbildung 2: Reichweite und Marktanteil von Niederösterreich Heute .....                                                                                            | 23 |
| Abbildung 3: Die Publikumsservices/Kundendienste der ORF Landesstudios im Vergleich -<br>Durchschnittliche Anfragen pro Tag und deren prozentuelle Verteilung ..... | 33 |
| Abbildung 4: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios<br>Niederösterreich (Überblick) .....                                                     | 59 |
| Abbildung 5: Fokus der Analysen für den Zeitraum 2005 bis 2008 .....                                                                                                | 62 |
| Abbildung 6: Anfragen an das Publikumsservice - 2005 bis 2008 .....                                                                                                 | 62 |
| Abbildung 7: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005 bis 2008 .....                                                                               | 63 |
| Abbildung 8: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon – 2005 bis 2008 .....                                                                            | 63 |
| Abbildung 9: Anfragen an das Publikumsservice mittels Brief - 2005 bis 2008 .....                                                                                   | 64 |
| Abbildung 10: Anfragen an das Publikumsservice mittels E-Mail - 2005 bis 2008 .....                                                                                 | 65 |
| Abbildung 11: Anfragen an das Publikumsservice mittels Telefon - 2005 bis 2008 .....                                                                                | 65 |
| Abbildung 12: Aufteilung der Kontaktformen Brief, E-Mail und Telefon – 2005 bis 2008 .....                                                                          | 66 |
| Abbildung 13: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen – 2005 bis<br>2008 .....                                                               | 67 |
| Abbildung 14: Anfragen an das Publikumsservice zum Radio - 2005 bis 2008 .....                                                                                      | 68 |
| Abbildung 15: Anfragen an das Publikumsservice zum Fernsehen (TV) - 2005 bis 2008 .....                                                                             | 68 |
| Abbildung 16: Abgegebene Meinungen - 2005 bis 2008 .....                                                                                                            | 69 |
| Abbildung 17: Anzahl der Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2005 bis<br>2008 .....                                                                | 70 |
| Abbildung 18: Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen im Detail - 2005 bis<br>2008 .....                                                                 | 71 |
| Abbildung 19: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2005<br>bis 2008 .....                                                            | 71 |
| Abbildung 20: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen &<br>Führungen – 2005 bis 2008 .....                                                | 72 |
| Abbildung 21: Zeitliches Aufkommen der Anfragen zwischen 08:00 Uhr und 18:00 Uhr – 2005<br>bis 2008 .....                                                           | 73 |
| Abbildung 22: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios<br>Niederösterreich (Überblick) .....                                                    | 76 |
| Abbildung 23: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2005 .....                                                                                                   | 77 |
| Abbildung 24: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005 .....                                                                                       | 78 |



|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abbildung 25: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2005 .....                              | 78  |
| Abbildung 26: Aufteilung der Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2005 ....                | 79  |
| Abbildung 27: Verteilung der Anfragen mittels BRIEF bezogen auf das Geschlecht - 2005 .....                   | 80  |
| Abbildung 28: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2005 .....                  | 80  |
| Abbildung 29: Verteilung der Anfragen mittels TELEFON bezogen auf das Geschlecht - 2005 ..                    | 80  |
| Abbildung 30: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2005 ....                      | 81  |
| Abbildung 31: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2005 .....      | 82  |
| Abbildung 32: Anfragen zum Radio an das Publikumsservice im Detail - 2005 .....                               | 82  |
| Abbildung 33: Aufteilung der Anfragen zum Radio im Detail - 2005 .....                                        | 83  |
| Abbildung 34: Aufteilung der Radioanfragen bezogen auf das Geschlecht - 2005 .....                            | 85  |
| Abbildung 35: Anfragen zum Fernsehen (TV) an das Publikumsservice im Detail - 2005 .....                      | 85  |
| Abbildung 36: Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) im Detail - 2005 .....                               | 86  |
| Abbildung 37: Aufteilung der Fernsehanfragen (TV) bezogen auf das Geschlecht - 2005 .....                     | 87  |
| Abbildung 38: Abgegebene Meinungen an das Publikumsservice im Detail - 2005 .....                             | 88  |
| Abbildung 39: Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Detail - 2005 .....                                     | 89  |
| Abbildung 40: Aufteilung der abgegebenen Meinungen auf das Geschlecht - 2005 .....                            | 90  |
| Abbildung 41: Bestellungen (CD/DVD) & Führungen - 2005 .....                                                  | 91  |
| Abbildung 42: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2005 .....                  | 91  |
| Abbildung 43: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich (Überblick) ..... | 95  |
| Abbildung 44: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2006 .....                                             | 96  |
| Abbildung 45: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2006 .....                                 | 97  |
| Abbildung 46: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2006 .....                              | 97  |
| Abbildung 47: Aufteilung der Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2006 ....                | 98  |
| Abbildung 48: Verteilung der Anfragen mittels BRIEF bezogen auf das Geschlecht - 2006 .....                   | 99  |
| Abbildung 49: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2006 .....                  | 99  |
| Abbildung 50: Verteilung der Anfragen mittels TELEFON bezogen auf das Geschlecht - 2006 ..                    | 99  |
| Abbildung 51: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2006 ..                        | 100 |
| Abbildung 52: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2006 .....      | 101 |
| Abbildung 53: Anfragen zum Radio an das Publikumsservice im Detail - 2006 .....                               | 101 |
| Abbildung 54: Aufteilung der Anfragen zum Radio im Detail - 2006 .....                                        | 102 |
| Abbildung 55: Aufteilung der Radioanfragen bezogen auf das Geschlecht - 2006 .....                            | 104 |
| Abbildung 56: Anfragen zum Fernsehen (TV) an das Publikumsservice im Detail - 2006 .....                      | 104 |
| Abbildung 57: Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) im Detail - 2006 .....                               | 105 |
| Abbildung 58: Aufteilung der Fernsehanfragen (TV) bezogen auf das Geschlecht - 2006 .....                     | 106 |
| Abbildung 59: Abgegebene Meinungen an das Publikumsservice im Detail - 2006 .....                             | 107 |
| Abbildung 60: Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Detail - 2006 .....                                     | 107 |
| Abbildung 61: Aufteilung der abgegebenen Meinungen auf das Geschlecht - 2006 .....                            | 109 |
| Abbildung 62: Bestellungen (CD/DVD) & Führungen - 2006 .....                                                  | 109 |
| Abbildung 63: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2006 .....                  | 110 |
| Abbildung 64: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios Niederösterreich (Überblick) ..... | 113 |

|                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abbildung 65: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2007 .....                                               | 114 |
| Abbildung 66: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2007.....                                    | 115 |
| Abbildung 67: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2007 .....                                | 115 |
| Abbildung 68: Aufteilung der Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2007 ..                    | 116 |
| Abbildung 69: Verteilung der Anfragen mittels BRIEF bezogen auf das Geschlecht - 2007 .....                     | 117 |
| Abbildung 70: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2007 ...                      | 117 |
| Abbildung 71: Verteilung der Anfragen mittels TELEFON bezogen auf das Geschlecht - 2007                         | 117 |
| Abbildung 72: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2007 ..                          | 118 |
| Abbildung 73: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2007 .....        | 119 |
| Abbildung 74: Anfragen zum Radio an das Publikumsservice im Detail - 2007 .....                                 | 119 |
| Abbildung 75: Aufteilung der Anfragen zum Radio im Detail - 2007 .....                                          | 120 |
| Abbildung 76: Aufteilung der Radioanfragen bezogen auf das Geschlecht - 2007.....                               | 122 |
| Abbildung 77: Anfragen zum Fernsehen (TV) an das Publikumsservice im Detail - 2007.....                         | 123 |
| Abbildung 78: Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) im Detail - 2007 .....                                 | 123 |
| Abbildung 79: Aufteilung der Fernsehanfragen (TV) bezogen auf das Geschlecht - 2007 .....                       | 124 |
| Abbildung 80: Abgegebene Meinungen an das Publikumsservice im Detail - 2007 .....                               | 125 |
| Abbildung 81: Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Detail - 2007 .....                                       | 126 |
| Abbildung 82: Aufteilung der abgegebenen Meinungen auf das Geschlecht - 2007.....                               | 127 |
| Abbildung 83: Bestellungen (CD/DVD) & Führungen - 2007.....                                                     | 128 |
| Abbildung 84: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2007 .....                    | 128 |
| Abbildung 85: Themeneinteilung beim Publikumsservice des ORF Landesstudios<br>Niederösterreich (Überblick)..... | 131 |
| Abbildung 86: Anfragen an das Publikumsservice im Jahr 2008.....                                                | 132 |
| Abbildung 87: Aufteilung der Anfragen bezogen auf das Geschlecht - 2008.....                                    | 133 |
| Abbildung 88: Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2008 .....                                | 133 |
| Abbildung 89: Aufteilung der Anzahl der Anfragen mittels Brief, E-Mail und Telefon - 2008 ..                    | 134 |
| Abbildung 90: Verteilung der Anfragen mittels BRIEF bezogen auf das Geschlecht - 2008 .....                     | 135 |
| Abbildung 91: Verteilung der Anfragen mittels E-MAIL bezogen auf das Geschlecht - 2008...                       | 135 |
| Abbildung 92: Verteilung der Anfragen mittels TELEFON bezogen auf das Geschlecht - 2008                         | 135 |
| Abbildung 93: Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2008 ..                          | 136 |
| Abbildung 94: Aufteilung der Anfragen zum Radio, TV, Meinungen und Bestellungen & Führungen - 2008 .....        | 137 |
| Abbildung 95: Anfragen zum Radio an das Publikumsservice im Detail - 2008 .....                                 | 137 |
| Abbildung 96: Aufteilung der Anfragen zum Radio im Detail - 2008 .....                                          | 138 |
| Abbildung 97: Aufteilung der Radioanfragen bezogen auf das Geschlecht - 2008.....                               | 140 |
| Abbildung 98: Anfragen zum Fernsehen (TV) an das Publikumsservice im Detail - 2008.....                         | 140 |
| Abbildung 99: Aufteilung der Anfragen zum Fernsehen (TV) im Detail - 2008.....                                  | 141 |
| Abbildung 100: Aufteilung der Fernsehanfragen (TV) bezogen auf das Geschlecht - 2008 .....                      | 142 |
| Abbildung 101: Abgegebene Meinungen an das Publikumsservice im Detail - 2008 .....                              | 143 |
| Abbildung 102: Aufteilung der abgegebenen Meinungen im Detail - 2008 .....                                      | 143 |
| Abbildung 103: Aufteilung der abgegebenen Meinungen auf das Geschlecht - 2008.....                              | 145 |
| Abbildung 104: Bestellungen (CD/DVD) & Führungen - 2008.....                                                    | 145 |
| Abbildung 105: Aufteilung von Bestellungen (CD/DVD) und Anmeldungen zu Führungen - 2008 .....                   | 146 |

## Lebenslauf Susanne Maria Käthe Stückerjürgen

geboren: 13.6.1966, Wattenscheid BRD

Staatsbürgerschaft: deutsch

verheiratet, 2 Kinder

1.6.1988 Matura am BRG Waidhofen/Ybbs

ab 1988 Beginn des Studiums der Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien

Fächerkombination: Politikwissenschaft und Psychologie

ab Juli 1994 Freie Mitarbeiterin beim ORF Radio Niederösterreich

zusätzlich:

1995/1996 Freie Mitarbeiterin in der ORF Opernredaktion von Ö1

Freie Mitarbeiterin beim Ö1-Club

1997 Freie Mitarbeiterin in der Wissenschaftsabteilung beim ORF Radio Wien

1997 Heirat

2000 Geburt meiner Tochter Anna

2002/2003 Freie Mitarbeiterin im ORF Landesstudio Niederösterreich

2003 Geburt meiner Tochter Lena

2005 Mitarbeiterin im ORF Landesstudio Niederösterreich

Mitarbeit in der Musikredaktion

Mitarbeit in der Redaktion von Land & Leute

Mitarbeit beim Publikumsservice

Ferialpraxis: Praktikum im St. Anna Hospital (BRD), Juli, August und September 1988 – 1992

Praktikum in der ORF Medienforschung, September 1993; Februar, April 1994

Praktikum in der ORF Pressestelle, Mai 1994

Wien, 2009

Susanne Maria Käthe Stückerjürgen