

Presseinformation, 30. März 2020

Gebührenzahler bestätigen: „Mein Beitrag zahlt sich aus“

Die GIS startet die seit Dezember 2019 vorbereitete Werbekampagne, die aufgrund der Covid19-Ausnahmesituation zusätzliche Relevanz bekommen hat. Ab sofort kommen Seher und Hörer zu Wort. Sie sprechen über den persönlichen und zugleich gesellschaftlichen Mehrwert der Rundfunkgebühren, der besonders jetzt während der Corona-Krise in den Vordergrund rückt.

Wien – „Ich bin für Sondersendungen jederzeit gerüstet“, spricht eine Krankenschwester in die Kamera und bestätigt das, was die Österreicher jeden Tag und speziell seit dem Beginn der Corona-Krise im ORF-TV, -Radio und online erleben. Sie ist eine von sechs Stimmen der ersten Kampagnen-Welle, die ab Ende März 2020 Gebührenzahler vor den Vorhang holt. „Die Mehrheit der Bevölkerung weiß um die Sinnhaftigkeit der Rundfunkgebühren und leistet sie in diesem Sinne. Diese Mitbürgerinnen und Mitbürger wollen wir in der von ihnen übernommenen Verantwortung für öffentlich-rechtliche Qualität bestätigen und mit der neuen Werbelinie Danke sagen. Gleichzeitig zeigen wir auf, was alles durch ihren Beitrag ermöglicht wird“, sagt Harald Kräuter, Geschäftsführer der GIS.

Während der aktuellen Corona-Krise wird einmal mehr deutlich, wie wichtig die Arbeit der GIS ist. Denn sie trägt dazu bei, dass der ORF aus einer stabilen und unabhängigen Finanzierung heraus rasch auf aktuelle Situationen reagieren kann und seinem öffentlichen Auftrag gerade auch in Krisensituationen in vollem Umfang nachkommen kann.

Gebührenzahler sprechen selbst als Testimonials

Ein 33-jähriger Sozialpädagoge, eine Krankenschwester und Fotografin, eine junge Steinmetzin aus dem Pongau, ein Landwirt und Laienschauspieler, eine 80-jährige Pensionistin sowie ein Beamter aus Wien. Diese sechs Gebührenzahler sprechen in der neuen GIS-Kampagne aus, was den Menschen wichtig ist. „Ich halte die unabhängige Berichterstattung hoch“, „Ich zeige die packendsten Filme ohne Unterbrechung“, „Ich bin für Sondersendungen jederzeit gerüstet“ oder auch „Ich hab dem Mundl sein Bier bezahlt“ hört und liest man ab dem 30. März 2020. Sie bestätigen damit, was viele Menschen denken: „Mein Beitrag zahlt sich aus.“

In diesen Aussagen spiegelt sich die ganze Bandbreite des öffentlich-rechtlichen Angebotes. Neben der unabhängigen Berichterstattung sind für die Menschen gerade in unsicheren Zeiten auch spannende Dokumentationen, Sport in allen Facetten sowie viele Stunden Unterhaltung und Kultur wichtig. „Als wir die Kampagne letztes Jahr entwickelt haben, konnten wir nicht ahnen, dass die Aussagen durch die Krise so an Tagesaktualität gewinnen würden. Und wie klar sie die Notwendigkeit der Programmentgelte aufzeigen“, erklärt Kräuter.

GIS mit höchstem Teilnehmerstand und bester Bekanntheit

Die GIS genießt in der Öffentlichkeit ein gutes Image, besser als kritische Stimmen glauben machen wollen. Zudem hat sie den bislang höchsten Teilnehmerstand. Von 2001 bis Anfang 2020 konnte von 2,66 Millionen auf 3,66 Millionen erhöht werden. 78 Prozent der Österreicher wissen, dass die GIS für die Einhebung der gesetzlich vorgeschriebenen Gebühren zuständig ist.

„Das Motto der GIS lautet seit langem: Informieren statt kontrollieren. Das hat sich mit Blick auf die Zahlen bewährt. Wir gehen nun den nächsten Schritt und spiegeln unseren Kundinnen und Kunden zurück, was sie alles mit ihrer Rundfunkgebühr ermöglichen“, erklärt Kräuter. Nach dem „Warum“ der Beitragszahlung steht nun das „Wofür“ im Mittelpunkt. Kräuter: „Es geht dabei um weit mehr als einen persönlichen Nutzen. Es geht, und das zeigt sich gerade in Krisenzeiten besonders deutlich, um einen gesamtgesellschaftlichen Mehrwert.“ In der Verantwortung der GIS liege es, dies zu ermöglichen.

„Es ist letztlich ein Geben und Zurückgeben. Der Bund etwa mit der Filmförderung, die Länder auf ganz unterschiedliche Weise und der ORF mit seinen Angeboten; alle drei geben ganz viel an die Gebührenzahlerinnen und Gebührenzahler zurück. Wir sind die verbindende Servicestelle dazwischen“, so Kräuter.

Public Value als gemeinschaftliches Gut

Mit dem Start der Kampagne am 30. März 2020 werden die einzelnen Aussagen auf der Website vorgestellt: Was bedeutet „*Ich bringe Kultur in Österreichs Wohnzimmer*“ in Zahlen ausgekleidet? Wie spiegelt sich „*Ich bin für Sondersendungen jederzeit gerüstet*“ in den TV-Sendern und Radiostationen des ORF wider? Kurz gesagt, die Gebührenzahler sollen sehen, welchen (Mehr)Wert sie ermöglichen. Und jenen, die die Rundfunkgebühren bislang nicht zahlen, wird so deren Sinnhaftigkeit vor Augen geführt.

dwb als neuer Agenturpartner

Anfang September 2019 lud die GIS in einem Vergabeverfahren zur Agenturauswahl. Nach einem Screening wurden sechs Agenturen zu einer zweistufigen Wettbewerbspräsentation geladen. Schließlich überzeugte donnerwetterblitz (dwb) mit diesem Gesamtkonzept, Gebührenzahler vor die Kamera zu bitten. Im Dezember 2019 starteten die Arbeiten mit der Einladung an Gebührenzahler als Testimonials und auch mit ihren Überlegungen an der Kampagne teilzunehmen.

„Die Strategien und kreativen Konzepte, aber auch der persönliche Auftritt des Agenturteams rund um Strategen Thomas Schmidbauer, CD Andreas Eisenwagen und Raffaele Arturo haben die letzten Punkte für unsere Entscheidung gegeben“, erläutert Kräuter: „Das ist für mein Team und mich persönlich essenziell. Diese gute Chemie fördert die Zusammenarbeit, generiert steigende Ergebnisse und auf genau diesen gemeinsamen Kurs werden wir nun setzen.“

Im dwb-Team ist die Freude in diesen Tagen enorm. Die Kreativagentur arbeitet seit Mitte Dezember 2019 an der Umsetzung ihrer Ideen. „Die ohnehin schon komplexen Zusammenhänge dieser kommunikativen Aufgabe setzen wir aktuell mit Bedacht auf die notwendige Sensibilität in und für unsere Gesellschaft um“, berichtet Raffaele Arturo, Geschäftsführer der Pitch-Siegeragentur dwb.

www.gis.at/mein-beitrag

Über die GIS – Gebühren Info Service GmbH

Die GIS, Gebühren Info Service GmbH, tätigt die Einbringung und Abrechnung der Rundfunk- und Fernsehgebühren und führt diese an ORF, Bund und Länder ab. Dabei geht die GIS als modernes Dienstleistungsunternehmen weit über finanzielle Transaktion hinaus; sie fungiert als Informationsdrehscheibe und übernimmt mit der Gebührenbefreiung soziale Verantwortung.

Rund 22 Mio. Kontakte jährlich über alle Kanäle, davon etwa 800.000 im Call Center

Teilnehmerinnen und Teilnehmer: 3,66 Mio. (3,36 Mio. gebührenpflichtig, 300.000 befreit)

Transaktionsvolumen 2019: 931 Millionen Euro (Rundfunkgebühren, Abgaben und Entgelte)

- ORF: EUR 612 Mio. Programmentgelte

- Bund: EUR 139,8 Mio. Rundfunkgebühren, Kunstförderungsbeitrag, Steuern

- Länder: EUR 148,2 Mio. Landesabgaben

Geschäftsführung: Dr. Harald Kräuter und Mag. Christian Kerschbaumsteiner

über donnerwetterblitz

Agentur-Geschichte: donnerwetterblitz ist eine inhabergeführte Agentur mit Fokus auf strategische Planung, Kampagnenkonzeption und -management.

Anzahl der Mitarbeiter: 10 fixe und ca. 20 freie Mitarbeiter

Agenturphilosophie: Jede Marke hat sich einen roten Faden verdient.

Rückfragehinweis

Dr. Harald Kräuter

0664 6278636

harald.kraeuter@gis.at