

Der Intendant
Prof. Peter Voß**SÜDWESTRUNDFUNK** · 70150 StuttgartHerrn
Boris Palmer, MdL
Konrad-Adenauer-Str. 12

70173 Stuttgart**Postadresse** 70150 Stuttgart
Hausadresse Neckarstr. 230
70190 Stuttgart**Tel. Zentrale** 0711/929-0
Durchw. 0711/929-1000
Fax 0711/929-1010**Internet** www.swr.de
E-Mail Peter.Voss@swr.de

18. Februar 2004/pd

Sehr geehrter Herr Palmer,

vielen Dank für Ihr Schreiben vom 20. Januar.

Um es vorweg zu sagen: Es freut mich, daß Sie SWR3 als Ihr Lieblingsprogramm bezeichnen. Gerne biete ich Ihnen an, doch einmal die Redaktion von SWR3 in Baden-Baden zu besuchen. Sie werden dort sehen, wie Deutschlands erfolgreichstes Radioprogramm produziert wird, und können mit den Machern die von Ihnen kritisierten Punkte diskutieren. Für einen Besuch bitte ich Sie, auf Herrn Hörfunkdirektor Bernhard Hermann zuzugehen (Tel. 07221/929-2211).

Ich kann nachvollziehen, daß Sie die SWR3-Aktion „Elch und weg“ kritisch sehen. Gerne erläutere ich Ihnen das Konzept dieser Marketingmaßnahme.

SWR3 will rund um die Uhr aktuell informieren und zuverlässigen Service bieten; zugleich muß das Programm für seine Hörerinnen und Hörern „da sein“, sprich Spaß machen und unterhalten. Das macht bei dieser Zielgruppe einen wichtigen Faktor zur Hörerbindung aus. Als meistgehörtes Radioprogramm in Deutschland wird SWR3 täglich von mehr als drei Millionen Menschen eingeschaltet. Nicht alle haben die Möglichkeit, SWR3 und seine Macher vor Ort – beispielsweise bei einer Veranstaltung – zu erleben. Um so wichtiger sind Programmaktionen, an denen man sich einfach beteiligen kann.

Wir wollen Hörern unverhofft einen Wunsch erfüllen oder einfach etwas Spannung und Hörspaß im Radio bieten.

Die überwältigende Beteiligung an der Aktion hat uns selbst überrascht. Sie zeigte uns, daß wir mit „Elch und weg“ und dem Party-Konzept genau die Erwartungen vieler SWR3-Hörerinnen und Hörer trafen.

Kritische Ansätze zum Thema „Reisen“ oder „Klimawandel“ verliert SWR3 dabei keineswegs aus dem Auge. Erst Anfang Februar berichteten wir im SWR3 Topthema über die „Billig-Airlines“. Bei der jüngsten „Elch und weg“-Aktion war neben der Finnair die finnische Tourismuszentrale eng in die Vorbereitungen der „Party am Polarkreis“ eingebunden. Sehr frühzeitig hatten die zuständigen finnischen Unternehmen und Verbände und sogar die EU den medialen Wert dieser Veranstaltung verstanden und deshalb die „Party“ durch Sponsoring, Förderung, Genehmigungen etc. unterstützt. Diese Aktion war übrigens keine Tanzveranstaltung. Die 160 Hörer wurden rund um die Uhr von finnischen Reiseleitern betreut. Sie erfuhren sehr viel über Geschichte, Kultur, Flora und Fauna. Im SWR3-Programm wurde die Aktion durch zahlreiche Reportagen begleitet, die den Hörern Finnisch-Lapland näher bringen sollten. Zudem war das Gewinnspiel so konzipiert, daß die Hörerinnen und Hörer durch die Fragen einiges über Land und Leute lernen konnten.

Selbstverständlich wurden für „Elch und weg“ keinerlei Rundfunkgebühren aufgewandt. Uns ist es gelungen, für dieses Konzept starke Kooperationspartner zu finden. Ohne eine solche Zusammenarbeit wäre eine Aktion wie „Elch und weg“ für uns nicht machbar. Finnair, die finnische Tourismuszentrale und die Stadt Rovaniemi kamen für den Gewinn sowie alle Sachleistungen und Kosten auf. Selbst die EU unterstützte im Rahmen der Tourismusförderung das Projekt. Wir konnten durch diese Kooperationen eine Marketingkampagne durchführen, die uns hilft, die Marktposition von SWR3 zu sichern. Die Kooperationen wurden im Programm entsprechend der Richtlinien kenntlich gemacht.

Mir ist es wichtig darauf hinzuweisen, daß „Elch und weg“ nur ein Programmelement in SWR3 darstellt. Im vergangenen Jahr wurde SWR3 mit dem Geisendörfer-Preis für

seine Informationssendung „SWR3 Topthema“ ausgezeichnet. Und gerade in den vergangenen Wochen hat das Programm durch verschiedene inhaltliche Schwerpunkte von sich Reden gemacht. Im November und im Dezember wurde jeweils eine Schwerpunktwoche zu den Themen „Ehrenamt“ sowie zu „Aids - die vergessene Krankheit?“ gesendet. Darüber hinaus wurde kurz vor Weihnachten noch ein Schwerkpunkttag zum Thema Rente/Vorsorge gestaltet. Dieses inhaltliche Profil trägt erheblich zum Erfolg von SWR3 bei. Der Hörfunkausschuß des Rundfunkrats des SWR hat in seiner letzten Sitzung ausdrücklich begrüßt, daß SWR3 trotz seiner schwierigen Positionierung im Markt nicht nur an seinem quantitativen Erfolg, sondern ebenso auch an seinem qualitativen Profil arbeitet.

Ich bedanke mich nochmals für Ihre kritische Rückmeldung, die ich der Redaktion zur Kenntnis gegeben habe.

Mit freundlichen Grüßen



Prof. Peter Voß