

Informationen zur GEZ-Kampagne „Natürlich zahl’ ich.“

Kampagne mit neuer Strategie

Unter dem Slogan „Natürlich zahl’ ich.“ startete die GEZ im August 2007 ihre aktuelle Kommunikationskampagne. Diese wendet sich nicht nur an die Nichtzahler und die Gebührenverweigerer, sondern auch an die zahlenden Rundfunkteilnehmerinnen und -teilnehmer, die dadurch in ihrem Handeln bestärkt werden. Die Botschaft vermittelt die Werte Fairness, Gerechtigkeit und Solidarität innerhalb der Gemeinschaft der Rundfunkteilnehmer. Dazu bekennen sich angemeldete Rundfunkteilnehmer zur Gebührenpflicht und wenden sich damit an alle noch nicht Angemeldeten.

Der Hinweis auf die gesetzliche Pflicht einer Teilnehmerin oder eines Teilnehmers, Rundfunkgebühren zu zahlen, wurde um Informationsbestandteile, wie die Vielfältigkeit der Programme und die Unabhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Sender, ergänzt.

Die Inhalte

Die Gebührenzahler stehen zum ersten Mal im Mittelpunkt einer GEZ-Kampagne. Sie geben in den einzelnen Motiven als bekennende Zahler der Rundfunkgebühren das Statement „Natürlich zahl’ ich.“ ab. Mittels bekannter Persönlichkeiten, wie dem Hip-Hopper Samy Deluxe, sowie Jugendkultur-Moderatoren, Caroline Korneli und Klaas Heufer-Umlauf, aber auch durch nicht prominente Rundfunkteilnehmer/innen, die in ihren Alltagssituationen und Berufen dargestellt werden, werden positive Identifikationsfiguren geschaffen.

Zu ihnen zählt auch die Gewinnerin des letzt jährigen IFA-Shootings, Susanne Petzold, Informationselektronikerin aus Sachsen, die nun mit einem eigenen Print-Motiv für die Rundfunkgebühren wirbt.

Seit Frühjahr 2009 hat die Kampagne ein weiteres prominentes Gesicht, den Tennisspieler **Nicolas Kiefer**. „Im Profisport, wie auch im täglichen Leben, werden Leistungen erbracht, für die natürlich auch Gegenleistungen erwartet werden – so auch beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen (Rundfunk).“, erläutert Kiefer, dem die bisherige Kampagne so positiv aufgefallen war, dass er sich entschloss, bei dieser mitzuwirken.

„Durch mein Image und meine Bekanntheit möchte ich ein Bewusstsein dafür schaffen, dass das Fernsehangebot in Deutschland ohne das gebührenfinanzierte Programm von ARD, ZDF und den Dritten, sowie dem Deutschlandradio und den vielen Spartenkanälen sehr arm wäre.“, so Kiefer weiter.

Auch der türkischstämmige Schauspieler **Tim Seyfi** unterstützt die GEZ-Kampagne seit September 2009 mit einem eigenen Motiv. Er ist durch seine Auftritte in Kinofilmen wie „Gegen die Wand“ oder „Wer früher stirbt, ist länger tot“ sowie durch zahlreiche Fernsehrollen bei einem breiteren Publikum bekannt geworden.

Tim Seyfi bekennt sich ebenfalls mit einem eigenen Statement zum öffentlichen-rechtlichen Rundfunk und damit auch zum Zahlen der Rundfunkgebühren:

„Seit zirka 15 Jahren zahle ich meine Rundfunkgebühren, da ich besonders nach Reisen in viele Länder mehr denn je der festen Überzeugung bin, dass wir in Deutschland eins der besten Fernsehprogramme haben, auch wenn das viele nicht glauben wollen. Als Schauspieler und zweifacher Vater engagiere ich mich gerne für den Erhalt eines Qualitätsfernsehens. Deshalb möchte ich auch in Zukunft auf außergewöhnliche Fernsehfilme, Reportagen und auf Sender wie ARTE, 3Sat, ZDF-Doku, KIKA und exzellente Radioprogramme keinesfalls verzichten.“

Die Botschaft

Die Botschaft der Kampagne vermittelt die Werte Fairness, Gerechtigkeit und Solidarität innerhalb der Gemeinschaft der Rundfunkteilnehmer. Aus dem Bekenntnis zur Gebührenzahlung wird ein Selbstverständnis, dessen Wirkung sich auch die Gebührenverweigerer und bewussten Nichtanmelder nur schwer entziehen können.

Die Ziele

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk ist Rundfunk „von allen für alle“. Mit der neuen Werbekampagne werden Argumente für das Zahlen der Rundfunkgebühren vermittelt und Fairness gegenüber den Gebührendzahlern eingefordert.

Die gegebenen Informationen sollen in erster Linie die Anmeldebereitschaft erhöhen und die Gebührenakzeptanz positiv beeinflussen. Nichtanmelder sollen auf eine innovative Art der Ansprache zum Anmelden und Zahlen der Rundfunkgebühren bewegt und somit zu einem Teil eines funktionierenden und gerechten Systems werden.

Die Kreativagentur

Die Kampagne wird mit der Münchener Werbeagentur Hello AG, ehemals Xynias, Wetzel GmbH, durchgeführt. Diese hatte sich im Jahr 2006 gegen sieben Konkurrenten in einem Wettbewerb durchgesetzt.

Weitere Informationen finden Sie auf der Internet-Seite zur Kampagne www.natuerlich-zahl-ich.de auf den Presseseiten unter: www.gez.de.

Kontakt: Nicole Hurst, Gebühreneinzugszentrale (GEZ), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Freimersdorfer Weg 6, 50829 Köln, Tel.: 0221 / 5061-21 85, presse@gez.de