



INHALT

- 1. TITELTHEMA: HÖRER MACHEN PROGRAMM
- 2. TITELTHEMA: FORTSETZUNG TITELTHEMA
NEWS: DIE KATHOLISCHE KIRCHE IM SINKFLUG
„HOTEL MAMA“ WEITERHIN IM TREND
- 3. PORTRAIT: NILS DAMM - BÄRENSTARKER EINSATZ
NEWS: DER DEUTSCHE AN SICH
- 4. NEWS: FORTSETZUNG: DER DEUTSCHE AN SICH
INTERN: UNSER SOMMERGEWINNSPIEL
AKTUELL: NEUE HOMEPAGE VON FOERSTER & THELEN



EDITORIAL

Liebe Mitarbeiterin, lieber Mitarbeiter,

„Eyjafjalla“ – selbst für erprobte Nachrichtensprecher erwies sich der Name des isländischen Vulkans als wahre phonetische Herausforderung. Mitte und Ende April diesen Jahres hatten sie auf jeden Fall genügend Gelegenheit zum Üben, denn da tauchte der Vulkan in allen Sendungen auf. Der Ausbruch des „Eyja... - na, Sie wissen schon“ war nicht nur ein Naturereignis im fernen Island, sondern die vom Vulkan in die Luft geschleuderte Asche legte auch den gesamten europäischen Flugverkehr lahm. In den Medien las man von der „Entschleunigung eines Kontinents“. Keine Kondensstreifen mehr am Himmel, kein Fluglärm in den Einflogschneisen, und dort, wo sonst eilige Geschäftsleute und Touristen von einem Gate zum anderen hetzen, standen jetzt Feldbetten, auf denen den „Gestrandeten“ nichts anderes übrig blieb als zu warten. Über den Wolken war die Freiheit auf einmal gar nicht mehr so grenzenlos, wie Reinhard Mey sie einst besang. Die deutsche Flugsicherung sperrte den Luftraum über Deutschland und sorgte damit, per Zwangsverordnung, bei Flugzeugen, Passagieren und Piloten, für ungewollte Bodenhaftung. Fast alle nahmen es gelassen. So ermittelte die Mannheimer Forschungsgruppe Wahlen in einer repräsentativen Umfrage, dass 78 % der Befragten das Flugverbot für richtig hielten. Wie konnte es nur zu soviel Zustimmung angesichts der Unannehmlichkeiten für den einzelnen kommen? Vielleicht lag es an der Ehrfurcht und dem Respekt vor den Erdgewalten, die man empfinden konnte, wenn man die Bilder des speienden Vulkans betrachtete. Vielleicht lag es aber auch an einem gewissen Gemeinschaftsgefühl, das sich einstellte, denn die Auswirkungen der Eruption machten vor niemandem halt. So musste unsere Bundeskanzlerin, Angela Merkel, in mehreren Etappen von ihrem USA-Besuch nach Deutschland zurückreisen; Fußballspieler fuhr quer durch Europa mit dem Bus zum nächsten Match, und königliche Häupter bestiegen Züge, um von A nach B zu gelangen.

Fünf Wochen lang hat der isländische Vulkan Asche gespuckt. Allein in der Woche nach dem ersten Ausbruch fielen täglich ca. 29.500 Flüge aus. Hunderttausende saßen an den Flughäfen fest und den Fluggesellschaften entstand ein Schaden in Milliardenhöhe. Was aber wird geschehen, wenn sich so ein Ereignis wiederholt, vielleicht sogar noch in viel größerem Ausmass? Vulkanologen spekulieren, dass der nahe Vulkan „Katla“ „wachgerüttelt“ worden sein könnte. „Katla“ hat nur einen Vorteil, dass der Name leichter auszusprechen ist, ansonsten rechnen die Wissenschaftler damit, dass die Eruption dieses Gletschervulkans zehn- bis hundertfach schlimmer ausfallen könnte. Aber pünktlich zur Urlaubszeit ist zunächst ein wenig Ruhe in Sachen „Vulkanasche“ eingeleitet. Derzeit begnügt sich „Eyjafjalla“ damit, heißen Wasserdampf auszuwerfen, und der Vulkan wird vorübergehend als „untätig“ eingestuft. Eine Sprecherin der isländischen Zivilschutzbehörde sagte, „es ist zu früh, um zu sagen, dass es vorbei ist - aber im Moment ist es ruhig.“ Nach Informationen des Meteorologischen Institutes von Reykjavik ließe sich ein Ausbruch zu einem späteren Zeitpunkt jedoch nicht ausschließen. Es bleibt also weiterhin spannend in Sachen „Vulkan“, oder wie der Vulkanier vom Raumschiff Enterprise, Mr. Spock, zu sagen pflegte: „faszinierend“! In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine schöne „vulkanaschefreie“ Urlaubszeit!

S. Mun

TITELTHEMA

Hörer machen Programm

Für viele ist es die erste Handlung am Morgen: Das Einschalten des Radios. Manch einer will sich nur mit Musik berieseln lassen, um langsam wach zu werden, andere wiederum nutzen das Radio in den frühen Morgenstunden als erste Informationsquelle für Nachrichten und Geschehnisse aus Politik, Wirtschaft und Kultur. Laut Media Analyse (2010) schalten zwischen 07:00 und 08:00 Uhr morgens 29,5 Millionen Menschen einen Radiosender ein.

Das Radio war das erste elektronische Massenmedium und startete in Deutschland seinen Programmbetrieb 1923. Trotz zunehmender medialer Konkurrenz bleibt die Hörfunknutzung konstant auf einem hohen Niveau. 78,6 % der Deutschen hören täglich Radio und das im Durchschnitt vier Stunden lang. Dabei überwiegen die männlichen Hörer gegenüber den weiblichen Hörerinnen. Besonders beliebt ist das Radio bei den Berufstätigen. Immerhin hören 82 % entweder auf dem Weg zur Arbeit oder beim Arbeiten Radio.

Trotz zunehmender Sendervielfalt bleiben die Hörer ihrem Sender treu. Anders als beim Fernsehen findet beim Radiohören kaum „Sender-Hopping“ oder „Zapping“ statt. Es handelt sich also meist um Stammhörer, die an ihrem Lieblingssender bzw. ihrem Lieblingsprogramm die Inhalte der redaktionellen Beiträge, den Anteil zwischen Textbeiträgen und Musikeinspielungen, aber vor allem auch die Musikauswahl selber schätzen. Die einen mögen es, den ganzen Tag die Charts rauf- und runtergedudelt zu bekommen, andere stehen eher auf Oldies, die nächste Gruppe liebt Klassik und andere eher Volksmusik. So hat jedes Radioprogramm seine charakteristische

FORTSETZUNG AUF SEITE 2

Zur Mittagszeit steht das Lieblingsessen auf dem Tisch, der Kühlschrank ist immer gut gefüllt, wie von Zauberhand liegt die frisch gebügelte Wäsche im Schrank, und das Zimmer ist aufgeräumt – das Wohnen bei Mama und Papa hat schon seine Vorteile. Während 1972 noch 20 % der Mittzwanziger die gewohnten Bequemlichkeiten des elterlichen Haushaltes zu schätzen wussten, ist die Zahl der „Zu-Hause-Wohner“ aktuell auf 30 % gestiegen.

Vor allem Männer verzichten eher auf die Unabhängigkeit in einer eigenen Wohnung für das „rund-um-Sorglos-Paket“ bei Mutti. Von den heute 24-jährigen Männern wohnen noch 43 % zu Hause, im Gegensatz zu 27 % der Frauen. 13 % der Männer kommen selbst nach dem 30. Geburtstag nicht von Mamas Kochschürze los (Frauen 5 %), und bedenklich wird es mit dem Abnabelungsprozess bei den 4 % Männern, die auch jenseits



Musikausrichtung. Wer aber stellt die Auswahl der Titel eigentlich zusammen? Wer bestimmt, ob der neueste Song von Lady Gaga oder von Pink gespielt wird, wer gibt Peter Fox den Vorrang vor Xavier Naidoo? Wer bisher glaubte, die Auswahl läge bei den jeweiligen Moderatoren und ist abhängig von deren Stimmung, der irrt. Denn um den Musikgeschmack der Hörer so gut wie möglich zu treffen, bedienen sich die Programmierer auch der Marktforschung.

Seit vielen Jahren führt unser Institut, die „Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH“, im Auftrag von öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosendern bzw. von Programmberatern, in unseren Telefonstudios so genannte „call-outs“ durch. Hierbei werden Personen zufällig angerufen und nach ihren Sendervorlieben gefragt. Fallen sie in ein bestimmtes, vom Auftraggeber vorgegebenes, Quotenraster werden ihnen per Telefon verschiedene kurze Musiktitel von unterschiedlichen Interpreten eingespielt, die sie beurteilen sollen. Über 10.000 dieser Anrufe tätigt unser Telefonstudio pro Jahr.

Auch unser Partnerinstitut, „Dr. Haspel & Partner Teststudio GmbH“, führt an seinen Standorten in Berlin und Dresden telefonische Musiktests durch. Gleichzeitig werden aber auch persönliche Musiktests vor Ort organisiert. Mit seinem mobilen Musikteststudio reisen Dr. Ulrich Haspel und seine Mitarbeiter durch ganz Deutschland, die Schweiz und Österreich – und auf Anfrage sogar noch weiter – um mittels einer eigens durch sein Institut entwickelten Computersoftware mehr über den Musikgeschmack der Bevölkerung zu erfahren.



Ungefähr 40 Personen werden zu diesen Tests jeweils zufällig per Telefon, nach bestimmten Kriterien (wie z.B. Sendervorlieben, Soziodemografie) rekrutiert. Die Musiktests finden in der Regel in größeren Hotels statt, um allen Teilnehmern sowie dem mitgebrachten technischen Equipment genügend Platz zu bieten. Nach einer kurzen Einweisung nimmt jeder Teilnehmer an einem Laptop Platz und beurteilt eigenständig mehrere hundert Musiktitel, die jeweils kurz angespielt werden. Zu jedem Titel werden zwei bis drei Fragen gestellt. Noch während die Tester ihre Beurteilungen abgeben, sind zeitgleich schon die ersten Ergebnisse sichtbar. Man kann erkennen, welche Titel eher den Geschmack der Tester treffen als andere, ebenso, wie sich gewisse alters- oder geschlechtsspezifische Vorlieben bei den Testern herauskristalisieren. Somit wird Radiohören zu einem ähnlichen Vorgang wie jeder andere Bereich in dem etwas konsumiert wird und bei dem es notwendig ist, mittels Markt- und Meinungsforschung das „Produkt“ oder in diesem Fall die Musikauswahl optimal auf die Konsumenten/Hörer abzustimmen.



Vatikanisches Museum

Die katholische Kirche im Sinkflug

„Habemus papam – wir haben einen Papst“ – nicht ohne Stolz übersetzten deutsche Zeitungen diese Verkündigungsformel einer erfolgreichen Papstwahl mit den Worten „Wir sind Papst“. Zum ersten Mal seit über 500 Jahren wurde im April 2005, mit Kardinal Joseph Ratzingers, ein Deutscher zum neuen Oberhirten der katholischen Kirche benannt. Fünf Jahre nach Beginn seines Pontifikates kann sich Papst Benedikt XVI. weiterhin nicht über mangelnde Aufmerksamkeit in den Medien beklagen, allerdings werden ihm die Richtung und die Themen der Berichterstattung weniger erfreuen, denn die einstigen Jubelstürme sind in herbe Kritik umgeschlagen. Kein Wunder, denn mit Beginn des Jahres wurden fast wöchentlich immer wieder neue Missbrauchsfälle in Einrichtungen der katholischen Kirche bekannt. Das Image der katholischen Kirche ist schwer angeschlagen.

Eine im Auftrag der „Bild“-Zeitung durch das Meinungsforschungsinstitut Forsa durchgeführte Umfrage zeigt, dass fast ein Viertel der deutschen Katholiken über einen Kirchenaustritt nachdenken. Nicht nur die Tatsache, dass es zu den Missbrauchsfällen gekommen ist, sondern auch die Art und Weise der Aufarbeitung des Skandals wird scharf kritisiert. Bei 77 % der Befragten ist der Eindruck entstanden, dass die Kirche versucht, die Vorfälle zu vertuschen. Kein Wunder, denn der Vorsitzende der katholischen Bischofskonferenz, Erzbischof Robert Zollitsch, hatte sich lange gegen die Einrichtung eines gemeinsamen Forums aus Opfer-, Staats- und Kirchenvertretern zur Aufarbeitung der Fälle gewehrt. Mit dieser Haltung hat er es geschafft, dass ihm bei einer Umfrage für das Manager Magazin zum Thema Ethik noch weniger Wertorientierung zugetraut wird als dem Chef der Deutschen Bank, Josef Ackermann. Besonders ärgern wird sich Zollitsch über diese „rote Laterne“, da die (aus eigenen Stücken) wegen Trunkenheit am Steuer zurückgetretene Ratsvorsitzende der evangelischen Kirche, Margot Käßmann, ihm ein Vorbild sein sollte. Niemanden trauen die Deutschen mehr Orientierung an den für sie wichtigen Werten „Ehrlichkeit“, „Gerechtigkeit“ und „Verlässlichkeit“ zu, als Margot Käßmann.

der 40 noch im Kinderzimmer wohnen. Neben der Bequemlichkeit sind es aber vor allem finanzielle Belange, die den Auszug in die eigenen vier Wände verzögern.

Vor allem der Wunsch nach einer eigenen Immobilie steht hoch im Kurs. Laut einer aktuellen Emnid-Studie, im Auftrag der BHW Bausparkasse, möchte jeder zweite junge Deutsche in zehn Jahren eine Familie gründen und zusammen mit Partner/Partnerin und Kindern in den eigenen vier Wänden leben. Als alternative Wohnform – sozusagen als Zwischenschritt von den Eltern zum alleine leben – gilt die Wohngemeinschaft. Jeder vierte Student teilt sich heute eine Wohnung mit anderen.



Nils Damm – bärenstarker Einsatz

Nils Thorben – was die Namensgebung angeht, legten seine Eltern unserem Kollegen mit diesen beiden Vornamen schon ein gewisses kämpferisches Naturell mit in die Wiege. Denn: Nils ist die schwedische und norwegische Kurzform von Nikolaus. Dieser Name ist aus den griechischen Wörtern für "Sieg" und "Volk" abgeleitet, und Thorben ist die Zusammensetzung der nordischen Namen „Thor“ (Gott des Donners) und Björn (der Bär/bärenstark) – für den Einsatz in der POS-Abteilung eigentlich genau der Richtige! Jeden Tag gilt es hier Standorte und Einsätze für Kundenzufriedenheitsbefragungen zu organisieren. Ein nicht immer ganz leichtes Unterfangen, denn wie in allen Einsatzabteilungen herrscht auch in der POS-Abteilung ein ständiger Termindruck und tagesaktuelle Ausfälle gilt es innerhalb von nur wenigen Stunden wieder neu zu besetzen. Für unseren 24-jährigen Kollegen, Nils Thorben Damm, ist das seit langem beruf

unserem Nachbarland verbracht hat und selbst so gar ein bisschen niederländisch spricht.

Zum anderen interessiert er sich aber auch für jüngere Zeitgeschichte. Historische Persönlichkeiten und die Zeit um den 2. Weltkrieg haben es ihm besonders angetan. Kein Wunder also, dass in Nils Bücherschrank sowohl die Erinnerungen von Hitlers Privatsekretärin, Traudl Junge, mit dem Titel „Bis zur letzten Stunde“ neben Frank Goosens Kult-Fußballbuch „Weil heute Samstag ist“ Platz finden.

Seine Urlaube verbringt der eingefleischte Camper am liebsten in Frankreich an der Atlantikküste, wo er die Natur, das Wasser sowie die kulinarischen Köstlichkeiten genießt und seine Sprachkenntnisse von Jahr zu Jahr aufbessert.



Foto: Ina Förster

licher Alltag. Schon als Praktikant in unserem Institut erwarb er seine ersten Erfahrungen in Sachen „Feldarbeit“ in der POS-Abteilung und blieb auch nach seiner Ausbildungszeit dieser Abteilung treu. Mit viel Organisationstalent und einem guten Gespür für den Umgang mit unseren Interviewern meistert er das berufliche Tagesgeschäft. Was ihm besonders gefällt und ihn immer wieder aufs Neue motiviert ist das gute Arbeitsklima in der Abteilung, die thematischen, aber auch technischen neuen Herausforderungen und der sehr intensive Kontakt zu den Interviewern. Als willkommene Abwechslung zum Büroalltag ist Nils auch häufiger als Supervisor bei Schwerpunkteinsätzen unterwegs. Dort, am Ort des Geschehens, betreut er den Interviewereinsatz und steht aber auch den Kunden als Ansprechpartner unseres Hauses zur Verfügung.

Privat sind seine Interessen sehr unterschiedlich ausgerichtet. Sein sportliches Herz schlägt für den örtlichen, zwar mittlerweile in die 2. Bundesliga abgestiegenen, örtlichen Fußballverein, VfL Bochum. International ist er Fan des holländischen Erstligisten „Ajax Amsterdam“, und das nicht zuletzt deshalb, weil er in seiner Kindheit nahezu jedes Wochenende bei Familienangehörigen in

Der Deutsche an sich

„Man spricht deutsch“, so hieß ein Film, von und mit dem Kabarettisten Gerhard Polt aus dem Jahr 1987, in dem er alle Klischees des peinlichen, ewig unzufriedenen deutschen Touristen im Ausland darstellte: Weiße Socken zu den Bermudashort tragend, mit den Handtüchern morgens früh die Liegen am Pool reservierend, knauserig und permanent nörgelnd. So wie Polt die deutschen Touristen im Urlaub darstellte sehen anscheinend viele Deutsche ihre Landsleute auch, das zeigen die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage des Meinungsforschungsinstitutes TNS Infratest Emnid: 45 % der Befragten fühlten sich schon einmal peinlich berührt von dem Benehmen Deutscher im Ausland. 69 % fanden das Verhalten von Deutschen gegenüber den Einheimischen als herablassend. Für betrunkene Landsleute schämen sich 67 %, fast ebenso viele wie für übertriebene Beschwerden (64 %).

Aber eigentlich ist alles gar nicht so schlimm, denn fast sieht es so aus, als wären wir etwas zu selbstkritisch in der Betrachtung der eigenen Verhaltensweisen.



Bei der Befragung von 4.500 Hotelmanagern aus 27 Ländern sieht das Ergebnis eigentlich ganz passabel aus. Besonders schätzen die Hoteliers den Ordnungssinn deutscher Urlauber. Hier machen wir unseren Tugenden alle Ehre: In der Kategorie Sauberkeit/Ordnung belegen wir Platz 2. Zudem gelten wir Bundesbürger eher als recht ruhig und geben großzügig Trinkgeld - in beiden Punkten belegten wir Rang 3. Bei der Meckerei und Nörgelei gibt es noch viel schlimmere als uns. In diesen Kategorien kommen wir auf den viertletzten Platz. „Beschwerdefreudigere“ Nationen sind hingegen USA, Großbritannien und Frankreich. Sie belegen die ersten drei Plätze.

Unser Sommergewinnspiel

„Deutschland – ein Sommermärchen“, so nannte der Regisseur Sönke Wortmann seinen Kino-Dokumentarfilm, mit dem er versuchte, die Stimmung der Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland einzufangen. Manch einer mag sich in diesen Tagen an die Bilder von tanzenden, feiernden, gut gelaunten Menschen erinnern; an den berühmten Zettel, den Oliver Kahn seinem Dauerkonkurrenten Jens Lehmann beim Elfmeterschießen gegen Argentinien zusteckte und nicht zuletzt an die Siegesfeiern am Brandenburger Tor, auch wenn es die deutsche Elf nur auf den 3. Platz geschafft hat. Richtig schön und emotional war es damals, und so wird der diesjährige Ausrichter der WM, Südafrika, sich an diesen Bildern messen lassen müssen. Aber ein wirklicher Vergleich ist kaum statthaff, denn alleine schon flächenmäßig ist Südafrika 3,4-fach größer als die Bundesrepublik Deutschland. Ein „Sommermärchen“

kann es auch nicht werden, denn klimatisch gesehen herrscht während der WM in Südafrika Winter, allerdings mit gemäßigten Durchschnittstemperaturen von ca. 18 Grad. Kritische Stimmen wurden im Vorfeld vor allem hinsichtlich der Infrastruktur und der Sicherheitslage vor Ort laut. Dennoch glauben, nach SID-SportMonitor, der von der promit GmbH ermittelt wird, ca. 60 % der Befragten, dass Südafrika ein geeigneter Gastgeber für die WM 2010 ist. Wie gut unser deutsches Team bei diesem sportlichen Großereignis abschneidet, darüber wurden nicht nur Umfragen durchgeführt, in Internetblogs heftig diskutiert, sondern in unzähligen Tippgemeinschaften Spekulationen angestellt. Unabhängig davon wie gut unsere Mannschaft bei den letzten WMs abgeschnitten hat, möchten wir als erste Frage unseres diesjährigen Sommergewinnspiels wissen: Zum wievielten Mal hat sich Deutschland für eine Fußballweltmeisterschaft qualifiziert?

Aufgrund ihrer orangefarbenen Trikots, die sie traditionell seit 1907 bei Fußballspielen tragen und wegen des niederländischen Königshauses Oranien-Nassau, wird die niederländische Nationalelf auch gerne als „Oranjes“ bezeichnet. Oranje ist aber auch der Name des mit 2.160 Kilometern längsten Flusses Südafrikas. Wir möchten nun von Ihnen wissen: In welchem Gebirge Südafrikas, in dem sich über 3.000m hohe Gipfel finden, entspringt der Oranje?

Untrennbar verknüpft mit der politischen Entwicklung Südafrikas ist die Person Nelson Mandelas. Der heute 92jährige saß u.a. 18 Jahre lang für seine politische Überzeugung auf der Gefängnisinsel Robben Island in Haft. 1994 wurde er zum ersten schwarzen Präsidenten Südafrikas gewählt. Für seine Bemühungen, die Herrschaft der weißen Minderheit über die schwarze Bevölkerung zu beenden, wurde er mehrfach ausgezeichnet. Frage Numero drei lautet: Mit wem zusammen bekam er 1993 den Friedensnobelpreis?

Wenn Sie also glauben, die richtigen Antworten auf unsere drei Fragen zu kennen, dann schreiben Sie uns eine E-Mail unter schulung@ftmafo.de oder senden Sie uns eine Postkarte. Der Gewinner oder die Gewinnerin erhält einen Restaurantgutschein im Wert von 50 Euro. Einsendeschluss ist der 31.08.2010. Bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los.

Neue Homepage von Foerster & Thelen

Klicken Sie doch mal wieder ins Netz! Unter der bekannten Internetadresse www.ftmafo.de finden Sie unsere neu gestaltete Homepage. Lebendiger, bildreicher und aktueller, so präsentieren wir uns im World Wide Web. Entwickelt wurde das Ganze von der spanischen Werbeagentur „Lemon Audiovisual“, mit Sitz in Sevilla. Mitinhaber und Geschäftsführer, Uwe Manuel Förster (Sohn von Uwe Förster), hat sich mit seinem jungen Unternehmen auf die Produktion von Werbespots im Internet spezialisiert. Schauen Sie einfach mal rein, und geben Sie uns Ihre Rückmeldung zu unserem neuen Internetauftritt. Für konstruktive Kritik und Anregungen sind wir jederzeit dankbar.