



vida on air

Vorstudie zur Mediennutzung und zum Informationsbedarf in der Transportbranche

Autor und Projektleiter: Andreas Gebesmair

Forschungsteam: Astrid Ebner-Zarl, Angelina Loy, Tibor Hanifl, Felix Frühwirth

Forschungsgruppe Media Business

Institut für Creative\Media\Technologies

Inhalt	Seite
1 Einleitung.....	4
2 Überblick über die Branche	6
2.1 Statistiken der Wirtschaftskammer Österreich	6
2.2 Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria	8
2.3 Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung der Statistik Austria	10
2.4 Die Spezifika der Branche im Überblick	13
3 Qualitative Befragung	14
3.1 Methode	14
3.2 Arbeitssituation und der daraus entstehende Informationsbedarf.....	16
3.2.1 Taxis	16
3.2.2 Güterbeförderung	18
3.2.3 Paketdienst	20
3.3 Mediennutzung und Kommunikation	22
3.3.1 Taxis	22
3.3.2 Güterbeförderung	24
3.3.3 Paketdienst	26
3.4 Zusammenfassung	28
4 Quantitative Befragung.....	30
4.1 Methode.....	30
4.2 Arbeitssituation	33
4.3 Mediennutzung	35
5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen.....	42
6 Anhang.....	45
6.1 Leitfaden	45
6.2 Fragebogen für die Online-Befragung.....	47

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Überblick über die relevanten Branchen in der Sparte Transport und Verkehr 2019	7
Tabelle 2: Überblick über die relevanten Branchen im ÖNACE-Abschnitt H Verkehr 2018...10	
Tabelle 3: Soziodemografischer Überblick über die relevanten Berufsuntergruppen	11
Tabelle 4: Soziodemografische Zusammensetzung der Stichprobe	15
Tabelle 5: Beschreibung der Stichprobe: Geschlecht, Migrationshintergrund, Alter	31
Tabelle 6: Beschreibung der Stichprobe: Bildung, Stellung im Beruf	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Arbeitssituation	33
Abbildung 2: Verwendung von Geräten während der Arbeit und in Pausen.....	35
Abbildung 3: Verwendung von Geräten in Abhängigkeit vom Alter	36
Abbildung 4: Mediennutzung während der Arbeit und in den Pausen	37
Abbildung 5: Mediennutzung in Abhängigkeit vom Alter	37
Abbildung 6: Nennung der offen abgefragten Radiosender	38
Abbildung 7: Nutzung von Social Media Plattformen	39
Abbildung 8: Vorlieben für Musikrichtungen.....	40
Abbildung 9: Vorlieben von Personen ohne Migrationshintergrund	41
Abbildung 10: Vorlieben von Personen mit Migrationshintergrund	41

1 Einleitung

Mitarbeiter*innen im Transportgewerbe wie Paketzusteller*innen, Fernfahrer*innen, aber auch Taxi- und Mietwagenfahrer*innen stehen aufgrund ihrer Tätigkeit nur in losem Kontakt zu Kolleg*innen. Dementsprechend schwierig gestaltet sich für sie die betriebliche Vernetzung und Mitbestimmung, wie auch der Zugang zu Informationen hinsichtlich arbeitsrechtlicher und branchenspezifischer Fragen.

In diesem Projekt werden die Kommunikationsmöglichkeiten mit und unter den Mitarbeiter*innen in der Transportbranche ausgelotet. Diese Branche zeichnet sich durch ein hohes Maß an Heterogenität aus. Die Beschäftigten unterscheiden sich nicht nur stark hinsichtlich der Anstellungs- und Vertragsverhältnisse, der Arbeitsbelastung und der Unsicherheit der Beschäftigung, sondern auch in soziodemografischer Hinsicht (Alter, Bildung). Dazu kommt ein relativ hoher Anteil von Personen mit Migrationshintergrund, die im Alltag häufig in ihrer Muttersprache sprechen. Kommunikationsmaßnahmen sind vor diesem Hintergrund nicht einfach zu realisieren. Die Berufslenker*innen können nicht mit einem Instrument angesprochen werden, vielmehr müssen die Maßnahmen flexibel an die jeweiligen Gruppen und ihre spezifischen Bedürfnisse und Arbeitsbedingungen angepasst werden. Ein Aspekt trifft aber auf alle Beschäftigten in dieser Branche zu: Sie haben in der Regel Gelegenheit, während der Arbeit Hörmedien zu konsumieren. Insofern liegt der Schluss nahe, Mitarbeiter*innen im Transportgewerbe über ein attraktives auditives Begleitmedium zu adressieren, das sie auf der Fahrt über Branchenspezifika und arbeitsrechtliche Regelungen zielgruppengerecht informiert, zugleich entsprechend den Hörgewohnheiten unterhält, aber auch die Möglichkeit des Austauschs und der Vernetzung bietet.

In dieser Vorstudie werden die Mediennutzung, wie auch der Informations- und Kommunikationsbedarf der Berufskraftfahrer*innen während der Arbeit untersucht. Die Analyse erfolgt in vier Schritten: Im ersten Kapitel wird auf der Basis existierender Statistiken der Wirtschaftskammer und der Statistik Austria ein Überblick über die Branche und ihre Beschäftigten gegeben. Die Beschreibung der Branche in struktureller und demografischer Hinsicht dient vor allem als Grundlage für die Auswahl der Interviewpartner*innen bzw. zur Bewertung der Güte des Umfragesamples. Im zweiten Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen Interviews zusammengefasst. Diese geben einen Einblick in den Berufsalltag der Kraftfahrzeuglenker*innen. Im Zentrum steht dabei die Frage, welche Medien sie während der Arbeit und in den Arbeitspausen nutzen, welche Inhalte sie präferieren, wie sie sich mit ihren Kolleg*innen

austauschen und an welchen berufsbezogenen Informationen sie interessiert sind. Im dritten Kapitel werden diese Fragen noch einer statistischen Bewertung unterzogen. Anhand der Umfrageergebnisse werden Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den verschiedenen Berufsgruppen im Detail dargestellt. Abschließend werden vor dem Hintergrund der Analysen die unterschiedlichen Kommunikationsmaßnahmen bewertet. Es werden Szenarien für eine zielgruppenspezifische Ansprache der Beschäftigten in der Transportbranche entwickelt und deren Vor- und Nachteile benannt. Damit sollen die Grundlagen für konkrete Kommunikationsinstrumente der Gewerkschaft vida geschaffen werden.

An dieser Stelle sei dem Forschungsteam gedankt, das wesentlich zum Gelingen des Projekts beitrug: Astrid Ebner-Zarl für die Aufbereitung eines Teils der Industriestatistik, Angelina Loy, Tibor Hanifl und Felix Frühwirth für die Durchführung der qualitativen Befragung und die Vorbereitung der Online-Befragung. Ganz besonders sei auch dem Team der vida gedankt, insbesondere Yvonne Heuber, Franz Binderlehner und Christian Kainz, die uns bei der Entwicklung des Forschungsdesigns, der Erhebungsinstrumente und beim Feldzugang unterstützt haben. Last but not least möchten wir uns bei der Arbeiterkammer NÖ bedanken, die das Projekt im Rahmen des Projektfonds Arbeit 4.0 großzügig und unbürokratisch unterstützt hat.

2 Überblick über die Branche

Für die Darstellung der Branchenstruktur und der demografischen Zusammensetzung der Beschäftigten stehen grundsätzlich drei unterschiedliche Datenbestände zur Verfügung: die Statistiken der Wirtschaftskammer Österreich, die Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria und die Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung der Statistik Austria. Den drei Datenbeständen stehen leider unterschiedliche Klassifikationen zugrunde, weshalb die Ergebnisse nur bedingt miteinander vergleichbar sind. Im Folgenden werden die relevanten Merkmale aus den drei Statistiken dargestellt.

2.1 Statistiken der Wirtschaftskammer Österreich

Die Sparte Transport und Verkehr der Wirtschaftskammer Österreich ist in acht Fachverbände untergliedert, wovon vier den Gegenstandsbereich unserer Untersuchung berühren: Spedition und Logistik, Beförderungsgewerbe mit Personenkraftwagen, Güterbeförderungsgewerbe und Autobus-, Luftfahrt- und Schifffahrtsunternehmungen, wobei in der letzten Kategorie nur der Berufszweig der Autobusunternehmen in Betracht gezogen wird. Die *Tabelle 1* bietet einen ersten Überblick über die Branche.

Die meisten *Unternehmen* finden sich im *Güterbeförderungsgewerbe* (Frächter und Kleintransporteure). Mit 9.062 Mitgliedern handelt es sich um den größten Fachverband in unserem Untersuchungsbereich, wobei hier allerdings nur jene Unternehmen berücksichtigt sind, die in diesem Gewerbe ihren Schwerpunkt haben. Mehrfachmitgliedschaften infolge der Anmeldung verschiedener Gewerbe wurden hier bereits abgezogen. Diese Fachgruppe hat mit 36,1% den größten Anteil an Einpersonenerunternehmen (EPU). In 86% der Unternehmen sind weniger als 10 Personen beschäftigt. Es handelt sich also um eine relativ kleinteilige Unternehmenslandschaft mit einer großen Zahl von EPU und Kleinstunternehmen. Dies gilt in gleicher Weise für das Beförderungsgewerbe mit PKWs, das die Beförderung mit Taxis, Mietwagen, Gästewagen und Fiaker, aber auch die Vermietung von KFZ ohne Beistellung eines Lenkers umfasst. In dieser Fachgruppe werden 6.736 Unternehmen mit einem Schwerpunkt in der Branche gezählt, wobei davon 26% EPU sind und sogar 95,5% weniger als 10 Personen beschäftigen.

Etwas anders sieht die Branchenstruktur bei den 978 *Speditionen und Logistikunternehmen* aus. Hier ist der Anteil der EPU mit 14% und der Anteil der Kleinstunternehmen mit weniger

als 10 Beschäftigten von 19,5% deutlich geringer. In dieser Hinsicht sind die Speditionen den 432 *Autobusunternehmen* ähnlich, bei denen nur 69,7% weniger als 10 Beschäftigte haben.

Tabelle 1: Überblick über die relevanten Branchen in der Sparte Transport und Verkehr 2019

	Spedition & Logistik	Beförderungsgewerbe mit PKW	Güterbeförderungsgewerbe	Autobusunternehmen
Unternehmen	978	6.736	9.062	432
Anteil EPU's	14%	26%	36,1%	n.v.
Anteil Unternehmen mit 0-9 Beschäftigten	71,4%	95,5%	86,5%	69,7%
Anteil Unternehmen mit 10-49 Beschäftigten	19,5%	4,1%	11,6%	22,5%
Anteil Unternehmen mit 50-249 Beschäftigten	7,3%	0,4%	1,8%	6,9%
Anteil Unternehmen mit mindestens 250 Beschäftigten	1,8%	0,0%	0,1%	0,9%
Arbeitnehmer inkl. geringfügig Beschäftigte	26.374	22.044	80.547	11.160
Geringfügigenanteil	2%	37,5%	6,5%	7,4%
Durchschnittlicher Personalaufwand für unselb. Beschäftigte	57.265 €	19.336€	41.742€	46.239€
Frauenanteil (inkl. geringfügig B)	34,7%	22,4%	18,8%	16,3%

Quelle: Diverse Berichte verfügbar unter <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/branchendaten-FV-TV.html> (Abfrage vom 02.10.2020).

Werfen wir nun einen kurzen Blick auf die *Beschäftigtenzahlen*. Auch hier führt das Güterbeförderungsgewerbe mit 80.547 unselbständig Beschäftigten, gefolgt von den Speditionen und Logistikunternehmen mit 26.374 Beschäftigten. Mit 22.044 fast gleich groß ist die Beschäftigtenzahl in der Personenbeförderung mit PKWs, wobei 37,5% davon aber geringfügig beschäftigt ist! Daraus resultiert wohl auch der vergleichsweise geringe jährliche Personalaufwand (inklusive Lohnnebenkosten) für die unselbständigen Beschäftigten, der mit Euro 19.336,-

gerade mal ein Drittel des Aufwands in Speditionen und Logistikunternehmen ausmacht. Dort liegt der durchschnittliche Personalaufwand bei Euro 57.265,-, in Autobusunternehmungen bei Euro 46.239,- und im Güterbeförderungsgewerbe bei Euro 41.742,-.

Zum Abschluss sei noch die demografische Zusammensetzung hinsichtlich des Geschlechts erwähnt. Frauen sind in dieser Sparte stark unterrepräsentiert. Am höchsten ist der Anteil mit 34,7% bei Speditionen und Logistikunternehmen, wobei hier angemerkt werden muss, dass hier nicht nur die Lenkerinnen erfasst sind, sondern alle Berufsgruppen in den Branchen, d.h. auch zum Beispiel Beschäftigte in der Administration. In den drei anderen Fachverbänden liegt der Anteil bei nur 22,4% (Beförderungsgewerbe mit PKW), 18,8% (Güterbeförderungsgewerbe) bzw. 16,3% (Autobusunternehmungen).

2.2 Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria

Die Leistungs- und Strukturstatistik ist leider mit den Statistiken der Wirtschaftskammer nur bedingt vergleichbar. Dies liegt an den unterschiedlichen zugrundeliegenden Klassifikationen. Während sich die WKO-Statistiken an der historisch gewachsenen Kammerstruktur mit ihren Sparten und Fachverbänden orientiert, folgt die Leistungs- und Strukturstatistik der Österreichischen Systematik der Wirtschaftstätigkeiten (ÖNACE), die auf den internationalen Klassifikationen der Wirtschaftszweige (NACE - Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne) aufbaut.

Die Branchen in unserer Untersuchung sind alle dem Abschnitt H zugeordnet. Dieser umfasst darüber hinaus auch den gesamten Schienen- und Flugverkehr, der nicht Gegenstand unserer Untersuchung ist. Es handelt sich im Wesentlichen um die folgenden drei Gruppen:¹

- H 49.3 *Sonstige Personenbeförderung* im Landverkehr mit den Klassen H 49.31 *Personenbeförderung im Nahverkehr zu Lande (ohne Taxis)*, zu der insbesondere der gesamte Linienverkehr gerechnet wird, H 49.32 *Betrieb von Taxis*, die auch die Vermietung von Kraftfahrzeugen mit und ohne Lenker miteinschließt, und H 49.39 *Sonstige Personenbeförderung im Landverkehr a.n.g. (andere nicht genannte)* mit der Unterklasse *Sonstige Personenbeförderung im Landverkehr a.n.g. (ohne*

¹ Vgl. http://www.statistik.at/web_de/klassifikationen/index.html

Seilbahnwirtschaft), die neben dem nicht linienmäßigen Autobusverkehr (Reisebusse) auch Fiaker und Fahrradtaxi umfasst.

- H 49.4 *Güterbeförderung im Straßenverkehr, Umzugstransporte* mit den Klassen H 49.41 *Güterbeförderung im Straßenverkehr* (das sind im Wesentlichen sämtliche Schwertransporte, aber auch Kleintransporte ausgenommen Umzugstransporte und Paketzusteller) und H 49.42 *Umzugstransporte*
- H 53.2 *Sonstige Post-, Kurier- und Expressdienste*, jene Gruppe, die alle Liefer- und Zustelldienste umfasst, die nicht von der Österreichischen Post AG wahrgenommen werden.

In der Tabelle 2 sind die wichtigsten Ergebnisse aus der Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria zusammengefasst. Da auf der Ebene der vierstelligen Klassen nur beschränkt Daten zur Verfügung stehen, werden im Folgenden auch die Ergebnisse auf Gruppenebene ausgewiesen. Die Angaben beziehen sich im Unterschied zur Statistik der Wirtschaftskammer auf das Berichtsjahr 2018.

Die Werte zur *Taxi- und Mietwagenbranche* weichen am wenigsten stark von jenen der Wirtschaftskammerstatistik ab. 2018 wurden 4.833 Betriebe in der Leistungs- und Strukturstatistik gezählt (Wirtschaftskammer: 6.736), Angaben zur Zahl der Beschäftigten sind leider nicht verfügbar. Für die gesamte Gruppe *Sonstiger Landverkehr* sind 59.351 Beschäftigte ausgewiesen (davon 53.192 unselbständig beschäftigt), wobei hier aber auch die Beschäftigten im gesamten Linien- und Reiseverkehr inkludiert sind.

Die 929 Unternehmen, die in der Kategorie *Sonstige Personenbeförderung im Landverkehr a.n.g.* genannt werden, beinhalten Autobusunternehmen (nicht aber den Linienverkehr) und Betriebe der Seilbahnwirtschaft. Sie sind mit den Angaben Wirtschaftskammer nicht direkt vergleichbar (dort nur 432 Betriebe).

In der Gruppe *Güterbeförderung im Straßenverkehr* wurden 2018 6.607 Unternehmen mit insgesamt 65.327 Beschäftigten (davon 58.894 unselbständig) erfasst. Selbst wenn hier noch die sonstigen *Post-, Kurier- und Expressdienste* dazugerechnet werden (533) liegt die Zahl der Unternehmen doch deutlich unter den fast 10.000 Unternehmen, die in den Fachverbänden Güterbeförderungsgewerbe bzw. Spedition und Logistik als Mitglieder gemeldet sind. Dementsprechend werden wohl auch die Beschäftigten in dieser Branche von der Leistungs- und Strukturstatistik unterschätzt. Es sei hier nochmals darauf hingewiesen, dass hier nicht nur die Lenker*innen, sondern alle Berufe in der Branche, also auch die Beschäftigten in der Administration erfasst sind.

Sowohl in der *Güterbeförderung* als auch in der *Personenbeförderung* scheint der Anteil der Selbständigen in etwa bei 10% zu liegen, wobei der Anteil in der Taxi- und Mietwagenbranche wohl noch größer ist, bedenkt man, dass Mitarbeiter*innen im Linien- als auch im Reiseverkehr (die auch zur Personenförderung gerechnet werden) wohl hauptsächlich unselbständig beschäftigt sind. Diese Zahlen sind zwar nicht unmittelbar vergleichbar mit den Angaben zu den EPU's in der Statistik der Wirtschaftskammer, weisen aber in die gleiche Richtung.

Tabelle 2: Überblick über die relevanten Branchen im ÖNACE-Abschnitt H Verkehr 2018

ÖNACE Code	Bezeichnung	Unternehmen	Beschäftigte im Jahresdurchschnitt	Davon unselbständig beschäftigt
H	Verkehr	14.816	210.209	195.637
H49.3	Sonstiger Landverkehr	5.854	59.351	53.192
H49.31	Nahverkehr zu Lande (Linienpersonenverkehr)	92	19.897	19.828
H49.32	Betrieb von Taxis/Mietw.	4.833	n.v.	n.v.
H49.39	Landverkehr a.n.g. (Reisepersonenverkehr)	929	n.v.	n.v.
H49.4	Güterbeförderung im Straßenverkehr	6.607	65.327	58.894
H49.41	Güterbeförderung im Straßenverkehr	6.430	64.210	57.950
H49.42	Umzugstransporte	177	1.117	944
H53	Post- und Kurierdienste	534	24.723	24.211
H53.1	Postdienste von Universaldienstleistungsanbietern	1	n.v.	n.v.
H53.2	Sonstige Post-, Kurier- und Expressdienst	533	n.v.	n.v.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2018 der Statistik Austria, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/unternehmen_arbeitsstaetten/leistungs-_und_strukturdaten/index.html (Abfrage vom 02.10.2020).

2.3 Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung der Statistik Austria

Eine dritte Möglichkeit, die Branche vor allem auch in sozio-demografischer Hinsicht zu beschreiben, bietet die Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung der Statistik Austria. Analyseeinheiten sind hierbei nicht die Unternehmen, sondern die erwerbstätigen Personen in der österreichischen Bevölkerung. Für die Analyse haben wir hier zwei für unsere Zwecke zentrale

Berufsuntergruppen aus der Ö-ISCO herangezogen. Die Ö-ISCO 08 beruht auf der internationalen Standardklassifikation der Berufe, die von der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO - International Labour Organisation) entwickelt wurde.

In der Berufsgruppe 83 der Fahrzeugführer*innen und Bediener*innen mobiler Anlagen interessieren wir uns ausschließlich für die *Kraftfahrzeugführer*innen* (Untergruppe 832), der Lenker*innen von Personenkraftwagen, Taxis, Kleintransportern, Kleinbussen, aber auch Kraftfahrzeugführer*innen zugeordnet sind, und für die *Fahrer*innen schwerer Lastkraftwagen, Busse und Straßenbahnen* (Untergruppe 833). Für die erste Gruppe wird eine Gesamtzahl von 32.667 ausgewiesen, für die zweite 68.883, in Summe können wir also von rund 100.000 Berufskraftfahrer*innen in Österreich ausgehen. Diese sind allerdings nicht ausschließlich in der Transportbranche beschäftigt, sondern als Berufslenker*innen zum Teil auch in anderen Branchen tätig. Die Zahlen sind also nicht direkt mit den zuvor genannten Beschäftigtenzahlen der Kammer- bzw. Industriestatistik vergleichbar. Die beiden Gruppen bilden aber unseren Untersuchungsgegenstand recht gut ab.

Tabelle 3: Soziodemografischer Überblick über die relevanten Berufsuntergruppen

In Prozenten										
	Anteil Männer	Geb. Österreich	Geb. Ex-Jugoslawien	Geb. Türkei	Geb. Bulgarien, Rumänien	Migrationshintergrund	Pflichtschule	Lehrabschluss	Altersdurchschnitt	Unselbständig
Taxi und Kleintransporte (832)	88,6	50,5	8,4	12,8	6,8	56,2	25,0	41,8	45,4	83,3
Schwere LKWs und Busse (833)	96,8	65,3	15,6	5,8	4,7	38,8	20,9	65,1	45,1	97,7
Alle Beschäftigten	49,2	81,3	4,2	1,8	1,6	23,7	18,2	29,2	42,2	43,9

Quelle: Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung 2019 der Statistik Austria, eigene Berechnungen auf Basis der Jahresdaten 2019.

Tabelle 3 zeigt den Anteil der Personen in der jeweiligen Gruppe nach einigen soziodemografischen Merkmalen im Vergleich zu allen Beschäftigten in Österreich. Hier sticht natürlich

gleich der äußerst hohe Anteil der Männer in diesen Berufsgruppen ins Auge, der unter den Taxi- und Kleintransporterfahrer*innen 88,6%, unter den Fahrer*innen von schweren LKWs und Bussen sogar 96,8% ausmacht. Auffällig hoch ist auch der Anteil von Personen mit Migrationshintergrund (das sind alle, deren beide Eltern im Ausland geboren wurden) – insbesondere in der Gruppe der Taxi- und Kleintransportler*innen. In dieser Berufsgruppe überwiegen Personen, die in der Türkei geboren wurden, während bei den Fahrer*innen von schweren LKWs und Bussen die Personen mit ex-jugoslawischen Wurzeln die größte Gruppe darstellen.

Was die Bildung und das Alter anlangt, sind die Unterschiede zwischen den beiden Gruppen wie auch die Unterschiede zur Gesamtgruppe aller Beschäftigten nicht so stark ausgeprägt. Die Beschäftigten in diesen Bereichen haben etwas häufiger einen Pflichtschul- und Lehrabschluss, d.h. sie verfügen über etwas weniger Bildung als die Beschäftigten im Durchschnitt. Allerdings ist auch der Anteil der Personen mit Matura mit ca. 9% in der Gruppe der Taxi- und Kleintransporterfahrer*innen über dem Durchschnitt (nicht in der Tabelle), wodurch das Klischee des taxifahrenden Studienabbrechers eine Bestätigung findet.

Groß ist die Differenz zur Gesamtzahl aller Beschäftigten bei der Beschäftigungsform: Hier dominiert in unseren Berufsgruppen die Unselbständigkeit, wobei die Zahlen für die erwerbstätige Gesamtbevölkerung überraschen. Die Zahl der Selbständigen ist unter den Taxi- und Kleintransporterlenker*innen jedoch deutlich größer als in der Gruppe der Lenker*innen von schweren LKWs und Bussen.

Werfen wir abschließend noch einen Blick auf das Lohnniveau in dieser Branche. Leider standen im SPSS-Datensatz der Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung 2019 keine Daten diesbezüglich zur Verfügung. Auf der Website der Statistik finden sich allerdings folgende Angaben:² Das durchschnittliche Bruttojahreseinkommen der Fahrer*innen schwerer Lastkraftwagen lag 2019 bei Euro 33.752 (ohne Busfahrer*innen), das der Fahrer*innen von Personenkraftwagen, Taxis, Kleintransportern und Kleinbussen bei Euro 11.668,- und damit deutlich unter dem Durchschnitt aller unselbständig Beschäftigten, das 2019 Euro 29.458, ausmachte. Busfahrer*innen und Straßenbahnfahrer*innen verdienen mit einem durchschnittlichen Jahresbrutto von Euro 40.041,- deutlich besser.

² http://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_NATIVE_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=125046

2.4 Die Spezifika der Branche im Überblick

Fassen wir die Ergebnisse der Analyse kurz zusammen. Auf der Basis der Branchenstatistiken der Wirtschaftskammer und der Statistik Austria lassen sich die Größenordnungen der uns interessierenden Branchen folgendermaßen angeben: Das Taxi- und Mietwagengewerbe umfasst österreichweit 5.000 bis 7.000 Unternehmen und 20.000 bis 25.000 Beschäftigte, der Autobusbereich (ohne Linienverkehr) 500 – 1.000 Unternehmen und ca. 10.000 Beschäftigte und schließlich das Güterbeförderungsgewerbe 7.000 bis 10.000 Betrieben und 70.000 bis 100.000 Beschäftigten. Die Zahl der Paketzusteller und Lieferdienste lässt sich auf der Basis der Daten schwer abschätzen, wir gehen aber (angelehnt an die Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria) von einem eher kleinen Segment (unter 10% der gesamten Güterbeförderungsbranche) aus. In diesen Beschäftigtenzahlen sind nicht nur Berufslenker*innen, sondern alle Berufsgruppen inkludiert. Auf der Basis des Mikrozensus lässt sich der Umfang der uns interessierenden Gruppe von Kraftfahrzeuglenker*innen in Österreich mit ca. 100.000 beziffern, wobei ein Teil davon auch in anderen Branchen tätig ist.

Betrachtet man nun lediglich die Gruppe der Berufslenker*innen, so zeigt sich, dass diese stark männlich geprägt ist, sie einen hohen Anteil von Personen mit Migrationshintergrund umfasst und dass die Personen über etwas unterdurchschnittliche Bildungsabschlüsse verfügen. Insbesondere die Lenker*innen von Taxis und Kleintransportern verdienen unterdurchschnittlich und sind auch zu einem höheren Anteil selbständig. Insofern lässt sich ihre Situation durchaus als prekär bezeichnen.

Die Spezifika der verschiedenen Branchen und Berufsgruppen werden auch bei der Auswahl der Interviewpartner*innen in der qualitativen Befragung berücksichtigt. Die Autobusfahrer*innen wurden dabei nicht berücksichtigt, da sie einerseits nicht in gleichem Ausmaß von den schwierigen Arbeitsbedingungen, die in den anderen Gruppen zu beobachten sind, betroffen sind und zudem sich ihre Mediennutzung während der Arbeit doch auch deutlich von der der anderen unterscheidet, die hier einen größeren Handlungsspielraum haben.

3 Qualitative Befragung

3.1 Methode

Um mehr über die Arbeitssituation, das Informations- und Kommunikationsbedürfnis, wie auch die Mediennutzung während der Arbeit herauszubekommen, haben wir 26 leitfadengestützte Interviews mit ausgewählten Beschäftigten in der Transportbranche durchgeführt. Aufgrund der Covid-19-Pandemie und dem zweiten Lockdown im Herbst 2020 gestaltete sich der Zugang zum Feld und die Durchführung der Interviews leider äußerst schwierig. Der ursprüngliche Plan, die Interviews mit den Berufslenker*innen im Arbeitskontext durchzuführen, konnte nicht realisiert werden. Stattdessen wurden die Interviews telefonisch geführt.

Die Auswahl der Interviewten erfolgte aus einem Mix unterschiedlicher Verfahren: Erstens wurde von der Gewerkschaft *vida* ein Aufruf unter den Mitgliedern gestartet, am Projekt teilzunehmen. Weitere Personen wurden direkt über Fachbereichsleiter der Gewerkschaft bzw. – im Falle der Taxilenker*innen – über den Fachverband der Wirtschaftskammer angesprochen. Einige Taxilenker*innen konnten auch direkt an den Ständen zur Teilnahme gewonnen werden. Schließlich erreichten wir auch Interviewpartner*innen über Empfehlung durch Interviewte und den Bekanntenkreis der Interviewer*innen. Bei der Auswahl wurde auf die Merkmalsverteilung in den Berufsgruppen, wie sie sich aus der Analyse der Mikrozensus-Daten ergeben hat (siehe Kapitel 2.3), Bedacht genommen. Alle Interviewten wurde ein 20 Euro Gutschein als Anreiz für die Teilnahme angeboten.

Die Tabelle 4 zeigt einen Überblick über die soziodemografische Zusammensetzung unserer Stichprobe, die die Heterogenität der Grundgesamtheit gut abbildet.³ Die Stichprobe besteht aus 12 Personen, die als *Taxilenker*innen* tätig sind, und aus 14 Personen, die in der Güterbeförderung arbeiten. In dieser Gruppe wurde nochmals unterschieden zwischen der *Güterbeförderung* im engeren Sinne, das sind jene, die in der *Regel mit schweren Lastkraftwagen für eine Spedition Güter Business-to-Business* transportieren, und den *Paketsdiensten*, die mit *Kleintransporter Pakete oder andere Lieferungen zu den Endkunden* ausliefern. Diese Definition entspricht zwar nicht exakt den Klassifikationen der Wirtschaftskammer bzw. der Statistik

³ Stichproben für qualitative Befragung sind in der Regel nicht repräsentativ im inferenzstatistischen Sinne, sondern bilden lediglich die wichtigsten Strukturmerkmale der Grundgesamtheit ab. Insofern sind Verallgemeinerungen nur bedingt möglich. Nichtsdestotrotz erlauben sie einen guten Einblick in die Vielfalt der Lebens- und Berufswelten.

Austria, erwies sich aber für unsere Zwecke als nützlich. Autobusfahrer*innen wurden, wie schon erwähnt, in der qualitativen Studie nicht berücksichtigt, da sie sich was Arbeitsalltag, Informationsbedarf und Mediennutzung doch deutlich von den anderen Beschäftigten in dieser Branche unterscheiden.

Tabelle 4: Soziodemografische Zusammensetzung der Stichprobe

Nr.	Branche	Geschlecht	Alter	Stellung	Muttersprache	Bildung
T1	Taxi	männlich	58	selbstständig	Türkisch	Matura
T2	Taxi	männlich	49	angestellt	Deutsch	Hochschule
T3	Taxi	männlich	54	angestellt	Deutsch	Berufsschule
T4	Taxi	männlich	55	angestellt	Deutsch	Matura
T5	Taxi	männlich	61	selbstständig	Deutsch	Lehre
T6	Taxi	männlich	57	selbstständig	Polnisch	Matura
T7	Taxi	weiblich	43	angestellt	Bulgarisch	Matura
T8	Taxi	männlich	36	angestellt	Türkisch	Pflichtschule
T9	Taxi	männlich	57	selbstständig	Nigerianisch	Universität
T10	Taxi	männlich	52	selbstständig	Bulgarisch	Matura
T11	Taxi	männlich	47	selbstständig	Türkisch	Berufsschule
T12	Taxi	männlich	47	selbstständig	Türkisch	Matura
G1	Güterbeförderung	männlich	45	angestellt	Deutsch	Lehre
G2	Güterbeförderung	männlich	33	selbstständig	Deutsch	Lehre
G3	Güterbeförderung	männlich	25	angestellt	Kroatisch/Deutsch	Lehre
G4	Güterbeförderung	männlich	54	angestellt	Deutsch	Lehre
G5	Güterbeförderung	männlich	58	angestellt	Deutsch	Lehre
G6	Güterbeförderung	männlich	37	angestellt	Deutsch	Lehre
G7	Güterbeförderung	männlich	51	angestellt	Deutsch	Lehre
P1	Paketdienst	männlich	33	selbstständig	Serbisch	Lehre
P2	Paketdienst	weiblich	51	angestellt	Deutsch	Pflichtschule
P3	Paketdienst	männlich	54	angestellt	Deutsch	Lehre
P4	Paketdienst	weiblich	31	angestellt	Slowakisch	Pflichtschule
P5	Paketdienst	männlich	33	angestellt	Rumänisch	Matura
P6	Paketdienst	männlich	26	angestellt	Serbisch/Deutsch	Lehre
P7	Paketdienst	männlich	27	angestellt	Serbisch/Deutsch	Lehre

Die Interviews wurden von Dezember 2020 bis Februar 2021 von einem Team aus drei Interviewer*innen durchgeführt und vollständig transkribiert. Sie dauerten im Durchschnitt 30 Minuten.

Im Folgenden werden die Ergebnisse zusammengefasst. Die Zusammenfassung ist im Wesentlichen an den Themen aus dem Interviewleitfaden orientiert (siehe Anhang). Nach einem kurzen Überblick über die Arbeitssituation in den drei Branchen, spezifischen Problemen und den daraus folgenden Informationsbedürfnissen folgt die Darstellung der Mediennutzung

während der Arbeit, des Austauschs mit anderen und ein kurzer Abriss des Freizeitverhaltens. Originalzitate aus den Interviews sind mit einer Nummer versehen, die auf die Liste der Interviews in Tabelle 4 verweist.

3.2 Arbeitssituation und der daraus entstehende Informationsbedarf

3.2.1 Taxis

Die Taxisbranche ist sicherlich ein von der **Covid-19-Pandemie** besonders stark betroffener Wirtschaftszweig. Das schlug sich auch in den Interviews nieder, in denen der enorme Einnahmefall beklagt wurde. Gäbe es keine Zahlungen aus dem Härtefallfonds und Fixkostenzuschüsse hätten einige ihre Tätigkeit bereits einstellen müssen. Unabhängig von dieser speziellen Belastung zeichnet sich die Arbeitssituation der Taxifahrer*innen durch drei Charakteristika aus: lange, familienfeindliche Arbeitszeiten, verstärkte Konkurrenz durch internationale Online-Plattformen und Alltagsrassismus.

Fast alle Interviewten in dieser Branche berichten von sehr **langen Arbeitstagen** und familienfeindlichen **Arbeitszeiten**. Da viele selbständig sind, verbringen sie oft einen halben Tag und mehr im Auto. Besonders in den Anfangsjahren fuhren viele auch in der Nacht und am Wochenende – dies ist zwar besonders einträglich, aber auch eine Belastung für Beziehungen und die Familie. „Zwölf-Stunden-Schichten, wo man zwar nicht zwölf Stunden fährt, aber zwölf Stunden im Auto sitzt – das ist kein familiengerechter Job.“ (T12) Etwas besser können sich Taxilenker*innen die Zeit einteilen, wenn sie es schaffen, einen Stock von Geschäfts- und Stammkunden aufzubauen. Das ist zwei unserer Interviewpartner gelungen: Der eine konnte aufgrund seiner Kenntnis von Ostsprachen eine tragfähige Geschäftsbeziehung zu touristischen Betrieben aufbauen, ein anderer punktete mit seinem „fahrenden Büro“, das schon in den 1990er-Jahren mit Drucker, Fax und E-Mail ausgerüstet war, bei fixen Firmenkunden. Nichtsdestotrotz mussten auch diese sich an den Wünschen der Stammkunden orientieren und auch schon mal um drei Uhr in der Früh Fahrten einplanen.

Stellte schon die Verlängerung des Fahrbetriebs der öffentlichen Verkehrsbetriebe eine spürbare Konkurrenz dar, so erleben die von uns befragten Taxilenker*innen die **Konkurrenz durch internationale Online-Fahrdienste** wie Uber, Free Now oder Bolt als durchaus existenzbedrohend. Unsere Gespräche fanden zu einem Zeitpunkt statt, als gerade Verhandlungen zur Anpassung des Gelegenheitsverkehrsgesetzes und über die Tarifierhöhung liefen. Dementsprechend emotional wurde dieses Thema auch in den Interviews angesprochen. Die

meisten empfanden den Entwurf der Regierung als unfair, obgleich auch einige die Vorzüge von Fahrt-Bestellungen über eine Smartphone-App erkennen. Aber vor dem Hintergrund steigender Kosten für das Fahrzeug, für Versicherungen und die Buchhaltung werden die frei vereinbarten Preise der Online-Dienste als auch die bescheidene Anpassung der Tarife als Bedrohung der Existenzgrundlage betrachtet. Die Zukunft wird zeigen, wie sich die nun vereinbarten Regeln und Tarife auf die Branche auswirken. Während ein Interviewpartner die intransparenten Verhandlungen zwischen Stadt Wien und der Wirtschaftskammer massiv kritisierte, wurde in einem anderen Interview die Tatsache, dass die Gewerkschaft *vida* die Interessen der Taxilenker*innen unterstützte, lobend hervorgehoben.

Nicht unerwähnt bleiben soll ein dritter Aspekt der Arbeitssituation, der in den Interviews genannt wurde. Die Fahrer*innen sind zuweilen massiver **Respektlosigkeit** und **rassistischen Beleidigungen** durch Kund*innen ausgesetzt. Dies trifft in erster Linie auf Lenker*innen mit dunkler Hautfarbe oder Akzent zu. Bedauerlicherweise war zu hören, dass diese verbale Gewalt auch von Seiten der Exekutive kommt:

„Die jungen Polizisten vor allem übertreiben manchmal. Die glauben, weil sie Polizisten sind, haben sie alle Macht der Welt. Die sprechen nicht höflich, kommen her und sagen: ‚Hey, was tust du da?!‘“ (T9)

Nichtsdestotrotz betonen die meisten der von uns befragten Taxifahrer*innen, dass sie ihren Beruf auch lieben und viele **Vorzüge** sehen würden. So halten sie die Arbeitsbedingungen im Vergleich zu denen anderer Berufslenker*innen für durchaus annehmbar, zumal die Arbeitszeiten flexibler und doch planbarer seien. Sie wären nicht wie Fernfahrer tagelang von ihren Familien getrennt und schätzten auch den Kontakt und die Kommunikation mit den Kund*innen. Manche betonen auch das kollegiale Klima sowohl an den Ständen, aber auch – im Falle einer unselbständigen Beschäftigung – mit den Vorgesetzten.

„Ich habe das Glück, dass mein Chef seit 20 Jahren auch mit mir befreundet ist. Aber auch wenn dem nicht so wäre – ich hatte ja auch schon andere Chefs: Man muss nicht immer gleich zum Richter laufen, sondern man kann sich einfach an einen Tisch setzen. (...) Und das funktioniert meistens besser.“ (T4)

Welche Schlüsse ergeben sich daraus für das **Informationsbedürfnis** in dieser Branche? Direkt darauf angesprochen, gaben unsere Interviewpartner*innen in der Regel an, dass sie sich von der Wirtschaftskammerfachgruppe als Selbständige bzw. durch die Arbeiterkammer als Angestellte in branchenspezifischen und arbeitsrechtlichen Belangen gut informiert und beraten sehen. Einige erwähnen die Zeitung der Taxiinnung, andere berichten, dass sie über das Internet ausreichend Informationen bekommen würden, manche tauschen sich auch in eigens

eingerrichteten WhatsApp-Gruppen über Branchenspezifika aus. Auch die für den Arbeitsalltag wichtigen Meldungen zu Baustellen und Staus in der Stadt würden in ausreichendem Maße (z.B. durch die Radiosender oder über die Funktaxizentralen) zur Verfügung stehen. Die Notwendigkeit eines auf die Taxibranche abgestimmten Angebots wird nicht gesehen, es wird aber auch nicht ausgeschlossen, dass ein entsprechendes Angebot konsumiert wird, sofern es dem **Geschmack** entspricht: "Wenn es das zufällig gebe und ich höre mal hinein und sage: He, das ist nett, das ist interessant oder die spielen gute Musik'. Ja vielleicht würde ich es mir anhören." (T4) Unerwähnt bleibt aber auch nicht die Sorge vor einem Information-Overkill: „Wenn zu viel Information reinkommt, finde ich das auch nicht gut. Das ist dann auch belastend.“ (T11)

3.2.2 Güterbeförderung

Die Arbeitszeit ist in der Güterbeförderung mit schweren LKWs ebenso wie in der Taxibranche das zentrale Thema in der Bewertung der Arbeitssituation. Allerdings kommt hier auch noch der Druck durch die Kunden und die Arbeitgeber dazu, der die Tätigkeit zuweilen sehr belastend macht. Der Stress wird durch die zunehmende Konkurrenz durch osteuropäische Frächter noch verstärkt.

Grundsätzlich sind die **Arbeitszeiten** und Pausen bei Berufslenkern in der Güterbeförderung sehr streng geregelt. Zwar können LKW-Lenker*innen bis zu 15 Stunden am Tag arbeiten, das Gesetz schreibt aber entsprechende Ruhezeiten genau vor. Digitale Fahrtenschreiber und Kontrollstellen erlauben auch eine lückenlose Überprüfung der Einhaltung der Pausen, was von einigen der interviewten Lenker durchaus kritisch gesehen wird: „Warum soll ich die Pause machen, wenn ich nicht müde bin.“ (G6)

Jedenfalls erfordern die Arbeits- und Ruhezeitenregelungen eine genaue Planung der Fahrten, die durch Verzögerungen beim „Rüsten“ (der Beladung der Lastwägen), durch Staus oder Pannen auch einmal ordentlich durcheinandergeraten können. Alle LKW-Fahrer in unserer Stichprobe erzählen von zuweilen sehr **belastenden Situationen** während der Arbeit:

"Ein Problem ist zum Beispiel, wenn eine Ware beim ‚Rüsten‘ nicht fertig wird. (...) Hast du Probleme, wenn du die Ware nicht hinausbekommst in der Früh, warten ja alle auf den Frischdienst. Das ist das Erste was eingeräumt wird. Dann nervt dich vielleicht die Filiale (...)." (G4)

"Unser größtes Problem ist der Stau. Jetzt, wo alles wieder losgeht, ist das das größte Problem, weil wenn ein Riesenstau ist oder ein Unfall und wir mittendrin im

Stau stehen, dann verzögert sich das alles, das heißt wir kommen später bei den Kunden an (...)." (G3)

Da kommt es auch vor, dass Kunden ungehalten werden und ihren Ärger an den Fahrer*innen loswerden. Ein Taxifahrer, der früher in der Güterbeförderung tätig war und diese nicht vermisst, erzählt:

„Es war oft so, dass sehr viele aus einer Thematik, die eigentlich nur eine logistische Sache betrifft, etwas Persönliches machen. Da werden dann viele Menschen leicht untergriffig. „Du bist a Trottl. Du bist deppert.““ (T2)

Dazu kommt die Respektlosigkeit auf der Straße: "Es gibt kein Monat, wo nicht ein PKW-Fahrer vor mir einschert und mich voll ausbremst, nur weil ich fürs Überholen ein bisschen länger brauche – dort wo ich überholen darf.“ (G1)

Da die LKW-Fahrer*innen in der Regel angestellt sind und nach den geleisteten Stunden bezahlt werden, üben auch ihre Vorgesetzten zuweilen Druck aus, indem sie die Touren immer dichter planen und von den Lenker*innen verlangen, mehr Ziele in der gleichen Zeit anzufahren. Einige zeigen dafür sogar ein wenig Verständnis, da ihnen der Druck auf die heimischen Frächter durch die **Konkurrenz** aus dem Ausland nicht entgeht. „Die fahren mit unserer Fracht und die Firmen sagen, ja wenn ihr es nicht um den Preis liefert, dann fährt eben ein Rumäne um ein Vielfaches billiger, was natürlich mit erheblichem Sozial- und Lohndumping einhergeht.“ (G1) Diesbezüglich empfinden die von uns Interviewten die Kontrollen der ausländischen Frächter als viel zu lasch.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass, obwohl die Bezahlung, wie der statistische Überblick gezeigt hat, für LKW-Fahrer deutlich besser ist als für die Taxi- und Kleintransportfahrer*innen, die Arbeitsbelastung sehr hoch sein kann. Der Druck kommt dabei von allen Seiten: den Kunden, den Vorgesetzten, dem Verkehr und anderen Straßenbenützern. Auch die Tatsache, dass Frächter, die längere Strecken bzw. ins Ausland fahren, oft viele Tage von ihren Partner*innen und Familien getrennt sind, trägt nicht unbedingt zur Zufriedenheit bei. Andererseits soll auch nicht unterschlagen werden, dass die von uns befragten LKW-Fahrer ihren Job natürlich gerne machen und in der Regel auch im besten **Einvernehmen mit ihren Arbeitgebern** stehen. So erwähnt etwa ein Fahrer, wie gut seine Beziehung zum Geschäftsführer ist:

"Es gibt, glaube ich, wenige Firmen, wo man noch selber den Geschäftsführer kennt und mit ihm selber redet, wenn man Probleme hat, wo man sich 24/7 melden kann und er wirklich bei Problemen da ist. Das ist wirklich selten, deswegen freut

es mich, dass ich da bin und, wie gesagt, ich hab' nicht vor, da rauszugehen auf lange, lange Zeit." (G3)

Auch andere berichten, dass sie bei Problemen im Arbeitsalltag ausreichend Unterstützung bekommen, sei es durch die Disponenten, die unmittelbar Vorgesetzten oder eben die Geschäftsführung.

Anders als die von uns interviewten Taxifahrer*innen artikulieren die LKW-Fahrer*innen doch einen gewissen Mangel an Information, insbesondere was aktuelle **Verkehrsmeldungen** und **branchenrelevante Informationen** (z.B. zur Straßenverkehrsordnung oder technischen Neuerungen) angeht, und würden ein entsprechendes Angebot durchaus goutieren. Das liegt vielleicht auch daran, dass sich Staus oder unbeabsichtigte Regelverstöße viel stärker auf die Arbeitsroutinen auswirken und damit den Arbeitsdruck erhöhen. Ein Interviewter wünscht sich z.B. explizit Verkehrsinformationen alle 10 Minuten, ein anderer Schulungen zum Thema Ladesicherung, ein dritter einen Erste-Hilfe-Kurs, da der, den er absolviert hatte, schon Jahrzehnte zurück liegt. Auch regelmäßige Updates des Arbeitsrecht betreffend werden als sinnvoll erachtet. Für konkrete arbeitsrechtliche Probleme wird aber auch jetzt schon gerne die Beratung durch die **Arbeiterkammer** genutzt. „Wenn ich Probleme in der Firma habe, weil Unrecht passiert ist, dann rufe ich die Arbeiterkammer an, informiere mich vorher, wie ich mich verhalten soll. (...) Die Arbeiterkammer ist ein Wahnsinn. Die hat mir die Info gegeben, dass ich mich so oder so verhalten soll.“ (G4) Zusätzlich wurde auf Initiative eines Gewerkschaftsmitglieds eine Whatsapp-Gruppe gegründet, über die sich die Kolleg*innen schnell und unbürokratisch über aktuelle Themen austauschen und informieren.

3.2.3 Paketdienst

Die **Arbeitszeit** ist natürlich auch bei Paketdiensten ein großes Thema, obgleich die Bewertung der Belastung zumindest in unserer kleinen Stichprobe recht widersprüchlich ausfällt. Zum einen wird beklagt, dass pro Ausfahrt an einem Tag immer mehr Pakete ausgeliefert werden müssen, was aber nicht entgolten wird.

"Wir haben momentan doppelt so viel Arbeit und bekommen aber immer nur den gleichen Lohn. Wir hatten am Anfang, als ich in die Firma gekommen bin, maximal 90 Pakete pro Tag. Maximal. Es waren auch manchmal weniger, so zwischen 60 und 70 Paketen. Jetzt haben wir immer doppelt so viele." (P4)

Insbesondere Anfänger und weniger erfahrene Fahrer*innen sind dann auch schon mal 13 oder 14 Stunden unterwegs. Zeit für Pausen bleibt kaum. Das wirkt sich auch auf das Privatleben und auf die Freizeit aus, die dann zu kurz kommen.

Andererseits schätzen gerade erfahrene Paketzusteller*innen auch die Planbarkeit der Arbeit, da sie meistens die gleiche oder eine ähnliche Route fahren, das fixe Gehalt und die Unterstützung durch den Arbeitgeber, d.s. in der Regel kleinere Firmen, die im Auftrag von großen Online-Händlern wie Amazon ausliefern.

„Ich mag das, dass es durchstrukturiert ist, dass alles eine klare Linie hat, das passt so. Also, wir bekommen ja am Vorabend von der Firma immer die Nachricht, wann wir am nächsten Tag anfangen, wie gesagt, ist das eigentlich immer die gleiche Zeit und man kann sich drauf einstellen und für uns, also für mich ist es perfekt, wie es ist.“ (P3)

Die Probleme werden keineswegs geleugnet, aber für erfahrene Lenker*innen ist das – im Unterschied zu Anfängern – gut zu bewältigen:

„Vom Grund her ist es eigentlich wirklich gut durchdacht, nur ist es eben so geplant, dass man davon ausgeht, dass die Kundschaft zu Hause ist. Nach diesem Plan würde es perfekt runter laufen. Das stimmt aber nicht. Denn die meisten Kundschaften sind eben nicht zu Hause, dann muss man sich einen Nachbarn suchen, dem man das Paket geben kann und das kostet natürlich Zeit. Du kommst in Wien auch nicht überall rein in die Häuser. Das ist vom System her nicht eingerechnet. Wir, die wir schon 5 Monate dabei sind, kennen alle Häuser und wir wissen schon, wie wir das machen und wissen schon, wo wir wieder Zeit einarbeiten können und somit schaffen wir das, auch wenn wir Probleme haben, in der vorgegebenen Zeit. Aber jeder der neu ist, für den ist das ein Horror. (...) (P3)

Im Vergleich zu den anderen beiden Gruppen von Berufslenker*innen, die wir untersuchten, kommt bei Lieferdiensten auch die **körperliche Anstrengung** dazu, da die Waren ja händisch in manchen Fällen über mehrere Stockwerke zu den Kund*innen getragen werden müssen – während der Pandemie auch noch mit Mundschutz. Dennoch reden die Paketzusteller*innen in unserer Stichprobe tendenziell positiv über ihre Arbeit. Sie fühlen sich durch die Disponenten in den Firmen bzw. ihre Vorgesetzten auch im Alltag **gut unterstützt**. „Wir haben eine Dispo, die können wir jederzeit anrufen, wenn wir Fragen haben und kriegen auch meistens sofort eine Antwort.“ (P2) Auch gegenseitig unterstützen sich die Fahrer*innen über WhatsApp oder Telefon. Gerade unerfahrene Fahrer werden durch ihre Kolleg*innen in den Job eingeführt:

"Wenn neue Fahrer kommen, feuern wir die an. (...) Wenn irgendwas ist, rufen sie uns an: ‚Wir helfen euch weiter, wir erklären euch das Ganze.‘ Die Firma sagt zwar immer, man soll in der Firma anrufen, aber der Disponent hat so viel um die Ohren. Und der Disponent ist irgendwann einmal gefahren, aber wir wissen wirklich wies heutzutage aussieht. Das weiß der gar nicht mehr. Und wir sagen bitte ruft uns an, wir erklären euch die ganze Sache und wenn ihr uns 10-mal anruft, scheiß egal, ruft uns an und wir erklären euch das.“ (P3)

Dementsprechend gering ist auch der **Informationsbedarf** in dieser Branche. Direkt darauf angesprochen, ob sie zusätzliche Informationen im Arbeitsalltag benötigten, winkten die von uns befragten Lenker*innen eher ab. Staus seien in der Pandemie ohnehin kein großes Thema und könnten leicht umfahren werden, insofern sind genauere Verkehrsinformationen nicht notwendig. Bei Problemen im Arbeitsalltag bekäme man ohnehin Unterstützung durch die Dispo oder von Kolleg*innen. Und das Interesse an arbeitsrechtlichen Fragen und Politik schien in den Interviews insgesamt eher gering. Für die Adressierbarkeit dieser Berufsgruppe ergeben sich hier schon einige wichtige Konsequenzen. Der Arbeitsalltag im Transporter erscheint einerseits zu gut organisiert und andererseits aber auch zu hektisch, als dass hier ein weiteres zielgruppenspezifisches Begleitmedium von Nutzen wäre.

3.3 Mediennutzung und Kommunikation

3.3.1 Taxis

Bei der Mediennutzung der Taxilenker*innen muss zwischen den Fahrten mit den Kund*innen und den Pausen unterschieden werden. **Während der Fahrt** nehmen die Fahrer*innen in der Regel **Rücksicht auf die Mitfahrenden** und passen die Radioprogramme auch an. Dabei werden so ziemlich alle in Ostösterreich empfangbaren Sender genannt: Ö3, Radio Wien, Radio Austria, Arabella, Kronehit, Radio Energy. Wenn junge Fahrgäste einsteigen, wird auch mal auf FM4 umgeschaltet. Ein Taxifahrer macht für die Gäste, die aus der Staatsoper herauskommen, extra Radio Stephansdom an, ein anderer hat sogar auf seinem iPod eigene Playlists vorbereitet: „Der Kunde kann wählen von Jazz bis Klassik, also da ist für jeden was dabei.“ (T5)

Während der Fahrt gibt es im Wesentlichen drei Motive der Mediennutzung: Erstens sollte es Hintergrundmusik geben, da die Stille von den Fahrer*innen, aber auch von den Gästen als unangenehm empfunden wird. Zweitens ist natürlich der Verkehrsfunk wichtig, der laut

unseren Interviewten auf Radio Wien, Radio NÖ und Ö3 am besten sei. Schließlich schätzen einige der von uns befragten Taxilenker*inne auch die regelmäßige Information über das Tagesgeschehen.

Letzteres steht auch im Zentrum des Medienkonsums in den **Pausen**, wobei hier nun statt des Radios das **Smartphone (und viel seltener das Tablet)** als wichtigste Medientechnologien genannt werden. Die Online-Portale und insbesondere die Facebook- und YouTube-Auftritte der einschlägigen Boulevardmedien wie Krone, heute und oe24 werden am häufigsten als Informationsquelle genannt, nur wenige greifen auch noch nach den Printausgaben.

Explizit genannt werden in diesem Kontext auch Medienangebote in der **Muttersprache**. Die Taxisfahrerin mit bulgarischen Wurzeln in unserer Stichprobe verweist auf die beiden populären Onlinemedien Bulgariens dir.bg und blitz.bg, die Fahrer mit türkischem Hintergrund erwähnen www.ensonhaber.com, dessen politische Ausrichtung auf Wikipedia als nationalistisch, islamisch, konservativ bezeichnet wird.⁴ Diese Medien aus dem Herkunftsland werden als Ergänzung zu den österreichischen Medien genannt. Welchen Stellenwert sie im Leben der Berufslenker*innen mit Migrationshintergrund haben, wird deutlich, wenn wir uns der Frage des Musikgeschmacks zu wenden

Wie schon die Radiosender sind auch die präferierten **Musikstile** in unserer Stichprobe sehr breit gefächert. Während ein 55-jähriger, österreichischer Taxifahrer mit Matura am liebsten Radio Wien hört, weil ihm die Musikmischung dort am meisten zusagt, greifen einige der von uns befragten türkischsprachigen Fahrer*innen über türkische Webradios oder YouTube auf die von ihnen präferierte türkische Musik zu. Doch so eindeutig lassen sich die Präferenzen entlang ethnisch-kultureller Grenzen nicht einordnen. Ein jüngerer Lenker mit türkischem Migrationshintergrund hört am liebsten Radio Energy, einer mit polnischen Wurzeln Radio Austria, während der Austro-Nigerianer in unserer Stichprobe als großer Musikfan grundsätzlich alles hört: von Reggae, Disco und HipHop, über französische und orientalische Musik bis hin zu Jazz, eine Leidenschaft, die er mit dem ältesten Taxifahrer in unserer Stichprobe teilt. Dazu nutzt er auch eigens angelegte Playlists auf Streaming-Plattformen. Das Alter ist insgesamt ein wichtiger Faktor in der Begründung der Musikpräferenzen. Dazu nochmals der oben erwähnte Radio-Wien-Hörer, der sich beim Sender gleich mal bedankt, dass Andreas Gabalier nicht gespielt wird:

⁴ https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_t%C3%BCrkischer_Zeitungen

„Ich habe ja anfangs gesagt, ich bin 55. Das heißt, für mich sind eigentlich die 80er-Jahre die Epoche mit der besten Musik. Das war die Zeit, wo ich gerade vom Pubertierenden ins Erwachsenenalter übergegangen bin. Und (Radio Wien) machen halt eine echt vernünftige Mischung. Es spielt mal was von Queen, dann spielt es was Moderneres, dann spielt es Abba. Es gefällt mir einfach.“ (T4)

Diese Vielfalt an Vorlieben spiegelt sich auch in der **Freizeit** wider. Da werden türkische Sender und Serien neben den ORF-Informationssendung wie der ZIB 2 gesehen, Puls 4 und RTL geschaut, Filme auf Amazon oder Netflix gestreamt, aber auch mal ein Abend mit Roulette und Fußballwetten online verbracht. Nicht unerwähnt soll bleiben, dass viele der von uns Befragten betonen, wie wichtig es ist, Zeit mit der Familie und Freunden zu verbringen. Mit der Familie spazieren gehen und Rad fahren, Essen gehen, mit Freunden im Sommer grillen, Fußball spielen, sich in Lokalen treffen – das alles wird als wichtiger Ausgleich zum stundenlangen Sitzen im Taxi gesehen.

Abschließend sei auch noch erwähnt, dass die Pausen natürlich auch genutzt werden, um mit anderen zu **kommunizieren**. Sei es mit Freund*innen, die man direkt kontaktiert oder deren neuesten Instagram- und Facebook-Postings kommentiert werden, sei es mit Kolleg*innen über spezielle Taxisgruppen auf Facebook oder WhatsApp oder einfach am Taxistand. Für einige scheint die direkte Face-to-face-Kommunikation am Stand von großer Wichtigkeit zu sein.

„Die älteren Taxifahrer sind ja meistens an einen Stammplatz gebunden. Ich z.B. bin 80% von meiner Zeit an meinem Stammplatz. (...) Und da kennt man sich natürlich. (...) Bei uns am Taxistammplatz spielen einige von uns Poker. Wir stellen uns in eine Ecke und spielen mit den Würfeln. Das ist sehr lustig. Passiert aber nur im Sommer.“ (T9)

3.3.2 Güterbeförderung

In den Gesprächen mit den LKW-Fahrer*innen kamen drei wesentliche Unterschiede zur Mediennutzung der Taxifahrer*innen zum Ausdruck: Erstens, stärker und gezielter als bei den Taxler*innen kommen während der Fahrt neben dem Radio auch andere Technologien zum Einsatz, wie z.B. USB-Sticks oder Smartphones, die über USB oder Bluetooth mit dem Autoradio verbunden werden. Zweitens, von größerer Bedeutung ist bei der Mediennutzung auch die gesprochene Sprache, auf die man sich bei langen Fahrten auch besser konzentrieren kann. Da die Pausen der LKW-Fahrer*innen in der Regel länger sind, spielt drittens auch das

Bewegtbild eine größere Rolle. Dabei werden auch schon mal Fernsehsendungen gestreamt oder Serien angesehen. Schauen wir uns die Aspekte der Mediennutzung im Detail an.

Natürlich spielt auch bei den LKW-Lenker*innen **während der Fahrt** das Radio eine große Rolle. Doch bei längeren Fahrten kann es schon auch mal dazu kommen, dass das Radio zu nerven beginnt: die immer gleichen im so genannten „Powerplay“ gespielten Songs, die aufgekrazten Blödeleien der Moderator*innen.

"Was ich mittlerweile aber auch tue, ist die Verwendung von USB-Sticks, weil wir haben ja einen USB-Anschluss. Also USB-Sticks mit Hörspielen oder Hörbüchern. Ich höre von vielen anderen, die sagen, sie laden sich die Hörbücher herunter und hören diese während der Fahrt an. Weil über den Tag verteilt 10-mal den gleichen Song zu hören einfach nervt. Ja das ist so. Und was mich selbst verwundert hat und ich von anderen Fahrern erfahren habe: Viele hören Radio Maria. Das ist klassisch, das ist super. Radio Maria ist in Italien gegründet worden, italienische Fernfahrer haben alle Radio Maria gehört. Weil diese Blödeleien von Ö3 und Kronehit die Leute nicht mehr vertragen haben. Und Radio Maria hat schon gute Ansätze, gerade mit der Lebenshilfe." (G1)

In diesem Zitat kommen gleich zwei der eingangs erwähnten Charakteristika zum Ausdruck. Erstens werden neben dem Radiogerät auch andere Technologien (wie z.B. USB-Sticks) verwendet und zweitens spielt Sprache eine wichtige Rolle, und zwar aus zwei Gründen: einerseits um der Dauerberieselung mit Superhits im Radio zu entgehen und andererseits auch um das Gefühl der Ansprache zu haben. In der Mediensoziologie ist seit langem bekannt, dass Medien auch die Funktion eines parasozialen Kontakts erfüllen, d.h. sie vermitteln den Hörer*innen das Gefühl nicht alleine zu sein, ja auch in einem Dialog mit den Kommunikator*innen zu stehen. Ein anderer Fahrer drückt das folgendermaßen aus: „Grundsätzlich hör ich da einfach zu, dass mir nicht langweilig ist. Was die jetzt reden, das ist mir mehr oder weniger egal. Hauptsache, da tut sich etwas, wenn ich ehrlich bin" (G3)

Die Mediennutzung **in den Pausen** unterscheidet sich nicht sehr vom Mediengebrauch der Taxilenker*innen. Auch hier spielen das Smartphone und die Sozialen Medien eine bedeutende Rolle. Auch Handy-Spiele wie Candy Crush oder Homescapes werden von den Befragten erwähnt. Explizite Erwähnung finden aber auch TV-Sendungen oder Serien, die auch am Laptop angesehen werden. Da die Pausen in der Regel länger sind und bei Fernfahrern auch über die Nacht gehen, ist dieser aufwändigere Medienkonsum aber verständlich.

Was den **Musikgeschmack** und die **Mediennutzung** in der Freizeit anlangt, stoßen wir bei den interviewten LKW-Fahrern auf die gleiche Vielfalt wie schon bei den Taxi-Fahrer*innen.

Die Palette reicht von Rock, Pop über Hip-Hop bis zu klassischer Musik, von Tier- und Natursendungen auf Servus TV, über Alarm für Kobra 11 auf RTL bis hin zu jeglicher Art von Actionfilmen. Nur zwei Beobachtungen seien hier noch ergänzt: Zum einen spielten Angebote aus anderen Ländern in den Interviews keine Rolle. Dies liegt natürlich daran, dass unsere Stichprobe der LKW-Fahrer lediglich eine Person mit **Migrationshintergrund** umfasst, die aber auch Angebote aus dem Herkunftsland (der Eltern) nicht explizit erwähnte und offensichtlich auch nicht nutzt. In Kapitel 2.3 konnte gezeigt werden, dass der Anteil von Personen mit Migrationshintergrund in dieser Berufsgruppe geringer ist als unter Taxler*innen oder Kleintransportfahrer*innen. Insofern entspricht unsere Wahrnehmung auch der demografischen Zusammensetzung der Gruppe. Zum anderen werden von unseren Gesprächspartnern in dieser Berufsgruppe viel öfter Kraftfahrzeuge, Motoren und Motorräder als Hobby genannt.

„Wir sind Autofreaks sozusagen und 90 % von meinen Kollegen sind auch so verrückt. Wir treffen uns auch am Wochenende, wenn wir dürfen, und sind quasi so 7 Tage die Woche zusammen.“ (G3)

Sieht man einmal von dem dichten berufsbezogenen Freundschafts-Netzwerk ab, von dem der Interviewpartner G3 erzählt, findet der Austausch zwischen den Kolleg*innen entweder in der Zentrale oder über das Smartphone statt. CB-Funk ist zwar nach wie vor in vielen LKWs installiert, scheint aber mittlerweile eine untergeordnete Rolle zu spielen.

„(Wir kommunizieren) selten über den Funk, den wir herinnen natürlich haben. Wir haben 10 Autos bei meinem Arbeitgeber, und wenn jemand entgegenkommt, funkt man halt nachher 2-3 Minuten. Aber prinzipiell die Hauptkommunikation läuft über das Telefon.“ (G1)

3.3.3 Paketdienst

Wenden wir uns nun noch den Paketzusteller*innen zu. Der wesentliche Unterschied zur Mediennutzung der anderen Berufslenker*innen ergibt sich aus der deutlich hektischeren Arbeitssituation: die Fahrzeiten sind kurz, ebenso die Pausen, ein konzentriertes Zuhören ist kaum möglich. Insofern spielt die **Mediennutzung** überhaupt eine **untergeordnete Rolle**:

"Bei mir gibt's gar nichts, ich dreh gar nichts auf, ich mach meine Arbeit."

Interviewer*in: „Sie hören nicht mal im Hintergrund ein bisschen Musik oder Nachrichten?“

„Nein, nein. Nur am Weg zum Depot und wenn ich dann fertig bin. Ansonsten ist bei mir der Radio abgedreht und mit 200% zieh ich meine Arbeit durch.“ (P3)

Dieser Interviewpartner stellt sicher eine Extremposition dar, doch die untergeordnete Bedeutung des Begleitmediums wird auch von anderen bestätigt. Der folgende Fahrer hört zwar Radio, aber kann nicht einmal genau sagen welchen Sender: „Internet verwende ich nicht, weil keine Zeit zum Internet spielen ist. Aber manchmal Radio.“ Interviewer*in: Und was hören Sie dann für Radiosender?“ „Kronehit, glaube ich.“ Interviewer*in: „Und CDs, Podcasts oder Hörbücher?“ „Nein, gar nichts.“ (P4)

In einem Interview klingt auch die Kritik an den Radiosendern an, die wir schon im Abschnitt über die LKW-Lenker*innen kennengelernt haben. Diese nerven mit ihren immer gleichen Liedern und werden von einer Befragten als „Wiederholungstäter“ (P2) bezeichnet. „Ich habe auch Kronehit probiert, aber die spielen halt die ganze Zeit dieselbe Musik. Sogar in einer Stunde zwei-, dreimal den gleichen Song. Das ist nicht so lustig.“ (P5) Deshalb weichen auch einige auf ihre eigenen YouTube-Playlists aus.

Etwas anders gestalten sich bei den Paketlieferern offensichtlich die Pausen, die oft auch genutzt werden, um entweder nach Hause zu fahren oder sich mit Kolleg*innen zu treffen:

„Es gibt Tage, da habe ich eine Pause von zweieinhalb bis drei Stunden. Da komme ich meistens nach Hause. Oder ich treffe mich mit einem anderen Arbeitskollegen und wir holen uns was zum Essen. Wir haben auch einen Aufenthaltsraum im Lager, wo es schön warm ist.“ (P7)

Bei den Fragen zu den musikalischen Vorlieben begegnet uns in dieser Gruppe wieder stark die **Musik des Herkunftslandes**. Drei der von uns Befragten haben serbische Wurzeln und hören deshalb auch bevorzugt serbische Pop- und Volksmusik. Ansonsten ist die Palette ebenso breit wie unter den anderen Berufslenker*innen und reicht von Arabella bis zu Kronehit.

Auch das **Freizeitverhalten** unterscheidet sich nicht von dem der anderen von uns untersuchten Berufsgruppen: österreichische und serbische Fernsehsender, Filme von Streaming-Plattformen wie Netflix, Amazon Prime oder YouTube, Social Media insbesondere Facebook und Instagram, Handy-Spiele wie Southpark und Coin Master, all das findet sich natürlich auch in dieser Gruppe. Und auch in dieser Gruppe wird der Zeit, die man mit der Familie, mit den Kindern und mit Freunden verbringt, eine wichtige Rolle zugeschrieben.

3.4 Zusammenfassung

Betrachten wir abschließend die drei Branchen im Vergleich. Sie unterscheiden sich zuerst einmal im Arbeitsrhythmus, den Arbeitszeiten und der Arbeitsbelastung. Von den **Arbeitssituationen** in den drei Branchen ist sicherlich jene der Paketdienste am hektischsten. Zum einen sind die Fahrten relativ kurz, der Wechsel zwischen Fahren und Stehen häufig und die manuelle Zulieferung anstrengend. Zum anderen steigt der Druck durch die immer engere Verplanung der Zustellung. Auch die Güterbeförderung in den LKWs kann durchaus belastend sein, da die Kund*innen zeitgerecht beliefert werden müssen und eine verzögerte Abfahrt, Staus und Pannen einen erheblichen Zeitdruck erzeugen können. Am ruhigsten erscheint die Arbeit im Taxi, obgleich die langen Wartezeiten (gerade auch jetzt in der Pandemie) auch eine vor allem psychische Belastung darstellen.

Aus den unterschiedlichen Arbeitssituationen ergeben sich auch Konsequenzen für den Informationsbedarf und die Mediennutzung. Am explizitesten wird der **Informationsbedarf** während der Arbeit von den LKW-Lenker*innen artikuliert. Diese wünschen sich zum einen detaillierte Verkehrsnachrichten, zum anderen aber auch berufsspezifische Information zu den rechtlichen Bestimmungen im Gütertransport, zu Änderungen in der Straßenverkehrsordnung und im Arbeitsrecht. Zwar gibt es bereits teilweise Informationsangebote sei es über den Arbeitgeber oder über Arbeiterkammer und Gewerkschaft, durch die langen Fahrzeiten und die Möglichkeit des konzentrierten Zuhörens, hätte ein entsprechendes branchenspezifisches Angebot aber eine Chance. In den anderen beiden Berufsgruppen wird ein derartiges Angebot eher skeptisch gesehen. Einerseits wird nicht unbedingt eine Notwendigkeit gesehen, andererseits wird auch auf die Informationsüberflutung und die Abstimmung des Angebots auf den persönlichen Geschmack hingewiesen.

Was die **Mediennutzung** anlangt, zeigen sich weitere Unterschiede zwischen den drei Gruppen. Die intensivste Art Medien zu nutzen, findet sich unter den LKW-Fahrer*innen. Die langen Fahrzeiten ermöglichen ein konzentriertes Hören, ein hoher Wortanteil wird als Ausgleich zu den Hitradios mit ihren engen Playlists explizit gesucht. In den längeren Pausen wird viel Bewegtbild konsumiert. Auch unter den Taxifahrer*innen werden Medien in den Pausen intensiv genutzt. Hierbei dominiert das Smartphone, mit dem vor allem auf die Online-Angebote heimischer Nachrichtenmedien oder jener aus dem Herkunftsland zugegriffen wird. Bei den Fahrer*innen im Paketdienst ist konzentriertes Hören kaum möglich. Medien – insbesondere das Radio und das Smartphone – werden, wenn überhaupt, hier vor allem zur Zerstreung, zur Entspannung und zur Kommunikation mit Kolleg*innen genutzt.

Die **Vorlieben** für bestimmte Medieninhalte und Musik variieren nicht zwischen den Berufsgruppen, sondern vielmehr mit den soziodemografischen Merkmalen der Personen, insbesondere mit der Herkunft, dem Alter und der Bildung. Personen mit Migrationshintergrund nutzen gerne das Medienangebot der Herkunftsländer und hören auch bevorzugt Musik aus den Ländern. Doch nicht notwendigerweise. Auch in unserer kleinen Stichprobe fanden sich Personen, die zwar ihre Wurzeln in einem anderen Land haben, sich aber dennoch in der Medien- und Musikausrichtung nicht von den Menschen in der österreichischen Mehrheitsgesellschaft unterscheiden. Viel stärker differenzieren hier die Eigenschaften Alter und Bildung. So war etwa unter den älteren Befragten in unserem Sample unabhängig von der Berufsgruppe zuweilen eine deutliche Skepsis gegenüber Sozialen Medien wie Facebook und Instagram zu vernehmen. Gleichzeitig werden von den Höhergebildeten in unserer Stichprobe – unter den Taxifahrer*innen waren immerhin zwei mit einem Hochschulabschluss – Medien genannt, die man in der Transportbranche nicht unbedingt erwarten würde: Der eine Taxifahrer mit Hochschulbildung liest in den Pausen gerne Bücher, der andere schwärmt für Kultursendungen auf Ö1. Lassen wir zum Schluss nochmals einen 55-Jährigen Taxifahrer mit Matura zu Wort kommen, der die Mediennutzung in dieser Altersgruppe auf den Punkt bringt:

"Ich bin ein Facebook-Verweigerer, weil ich schon einen Tobsuchtsanfall kriege, wenn ich das Ding aufdrehe und dort als Erstes steht: ‚Was tust Du gerade?‘ Nein, Danke. Und wenn man sich das mal anschaut – für zwei Wochen habe ich es mal versucht –, dann steht nur unnötiger Scheißdreck drinnen. (...) Das ist zeitverschwenderisch, was da abgeht. Also ich brauche es nicht. Wenn ich von jemandem etwas will, dann bin noch Oldschool-mäßig jemand, der mit ihm spricht. Ich höre nämlich auch gerne die Emotionen meines Gegenübers. Weil schreiben kann ich leicht was, aber aus dem Tonfall kann man sehr viel herauslesen." (T4)

4 Quantitative Befragung

4.1 Methode

Auf der Basis der Ergebnisse der qualitativen Interviews wurde ein standardisierter Online-Fragebogen entwickelt, mit dem ein größeres Sample von Berufslenker*innen zu ihrer Arbeitssituation, wie auch zur Mediennutzung während der Arbeit befragt wurde (siehe Fragebogen im Anhang 6.2). Wie schon bei der qualitativen Befragung war auch bei der quantitativen Befragung der Feldzugang durch die Covid-19-Pandemie und die Lockdowns wesentlich erschwert. Der ursprüngliche Plan, das Sample durch eine Klumpenauswahl⁵ zusammenzustellen, konnte leider nicht realisiert werden. Wir entschieden uns für zwei andere Auswahlverfahren. Zum einen wurde der Link zum Onlinefragebogen an die Mitglieder der Gewerkschaft vida ausgesendet, zum anderen wurden insbesondere Taxifahrer*innen von Dialogwerber*innen der vida Face-to-face am Stand befragt. Insgesamt wurden 138 Personen befragt. Von diesen 138 befragten Berufslenker*innen sind 23 Personen LKW-Lenker, 91 Taxifahrer*innen, 20 Busfahrer*innen, 3 Paketzusteller und 1 Fahrradbote. Busfahrer*innen haben wir in unserer qualitativen Untersuchung nicht berücksichtigt (siehe Kapitel 3.1). Da der Aufruf zur Teilnahme an alle vida-Mitglieder ging und sich Busfahrer in größerer Zahl beteiligt haben, werden diese nun in der quantitativen Analyse mitberücksichtigt.

Die Stichprobe entspricht sowohl was die Größe als auch was das Auswahlverfahren anlangt keinesfalls den Kriterien einer repräsentativen Zufallsstichprobe, d.h. Aussagen über die Grundgesamtheit der Berufskraftfahrer lassen sich nur bedingt machen. Insbesondere die Antworten der Paketzusteller und des einen Fahrradboten können in der Auswertung nur sehr eingeschränkt berücksichtigt werden. Nichtsdestotrotz lassen sich aus dem *Vergleich der drei Gruppen* – LKW-Lenker*innen, Taxifahrer*innen und Busfahrer*innen – einige (auch in einem statistischen Sinne⁶) signifikante Unterschiede ableiten, die den unterschiedlichen

⁵ Bei einer Klumpenauswahl werden in einem ersten Schritt Organisationseinheiten (in unserem Fall Firmen der Transportbranche) per Zufall ausgewählt. Im zweiten Schritt werden dann die Mitarbeiter*innen der Organisationseinheit möglichst erschöpfend befragt.

⁶ Alle Unterschiede wurden mittels Chi-Quadrat-Test (für relative Häufigkeiten) und Varianzanalyse (für Mittelwerte) auf Signifikanz geprüft. Der Schwerpunkt der Ergebnisdarstellung liegt auf den statistisch signifikanten Unterschieden.

Arbeitsbedingungen dieser Gruppen geschuldet sind und nicht zufällig entstanden sind. Diese bestätigen und ergänzen, wie wir sehen werden, die Befunde der qualitativen Analyse.

Bevor wir uns der Arbeitssituation und der Mediennutzung der Berufslenker*innen zuwenden, sei hier noch kurz die Stichprobe in groben Zügen charakterisiert.

Tabelle 5: Beschreibung der Stichprobe: Geschlecht, Migrationshintergrund, Alter

Lenker*innen von (n)	Anteil Männer	Kein Migrationshintergrund	Ex-Jugoslawien	Türkei	Sonst. Osteuropa	Außerhalb Europas	Altersdurchschnitt
LKWs (23)	100%	87%	9%	-	4%	-	55
Taxis (91)	97%	26%	22%	15%	17%	20%	47
Bussen (20)	90%	85%	15%	-	-	-	54
<i>Paketzust. (3)</i>	<i>100%</i>	<i>66%</i>	<i>33%</i>	<i>-</i>			<i>52</i>

Vergleicht man die soziodemografische Zusammensetzung unseres Sample mit den Ergebnissen aus der Mikrozensus-Befragung in Tabelle 3, so zeigen sich durchaus ähnliche Tendenzen. Der Frauenanteil ist sehr gering. Die vier Frauen in unserer Stichprobe sind Taxi- bzw. Busfahrerinnen, von den befragten LKW-Lenker*innen sind alle männlich. Der Anteil von Personen mit Migrationshintergrund ist beachtlich.⁷ Insbesondere unter den Taxifahrer*innen gibt es eine große Vielfalt an Kulturen und Sprachen, wobei in allen Berufsgruppen eine ex-jugoslawischer Hintergrund dominiert. Der Altersdurchschnitt in den drei Gruppen in unserer Stichprobe liegt zwischen 47 und 55 Jahren und damit etwas über den Altersdurchschnitten, die im Mikrozensus berichtet werden.

⁷ Wir haben im Fragebogen nicht nach dem Migrationshintergrund, sondern nach den gesprochenen Sprachen gefragt und daraus den Migrationshintergrund abgeleitet.

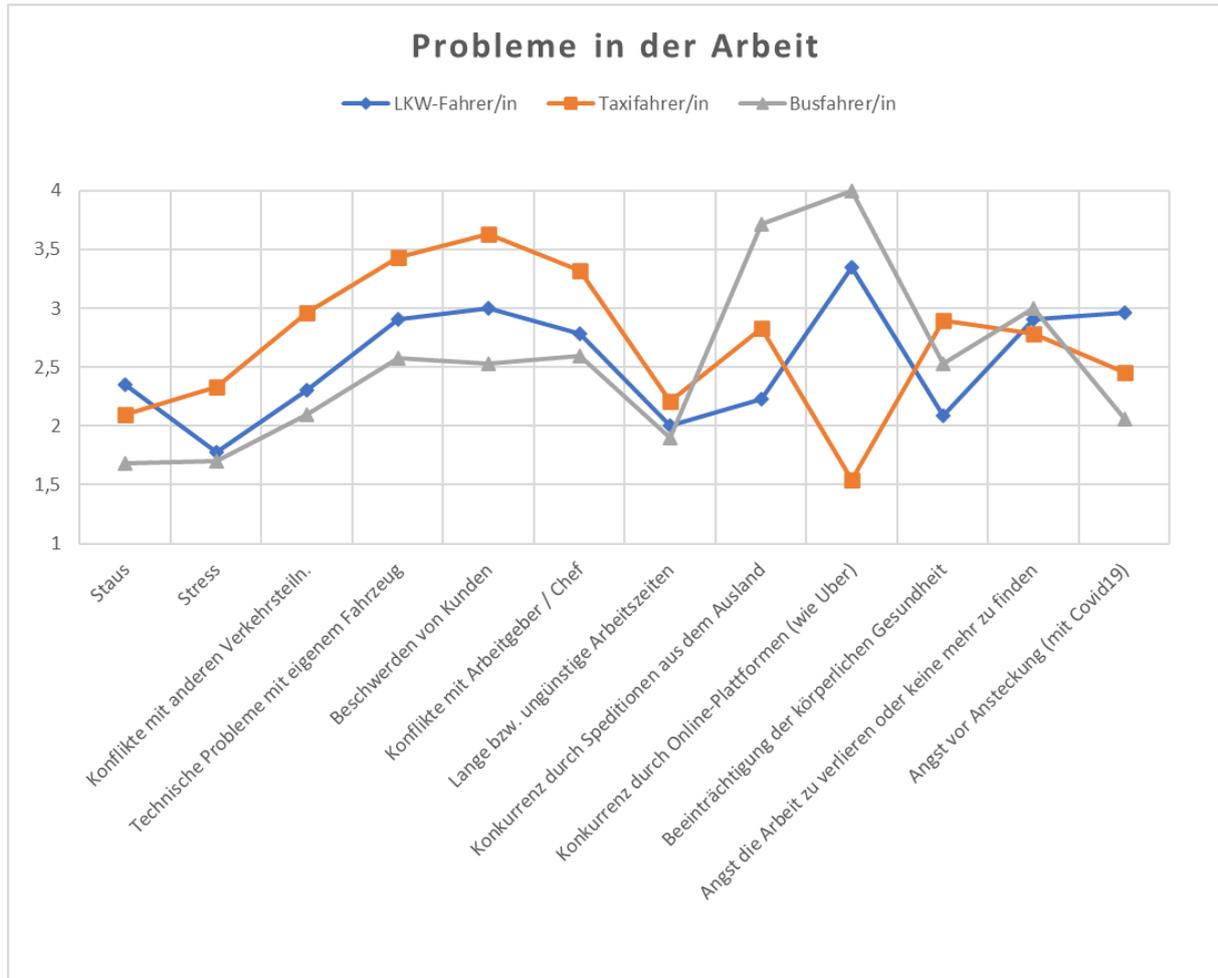
Tabelle 6: Beschreibung der Stichprobe: Bildung, Stellung im Beruf

Lenker*innen von	Pflichtschule	Lehre	Höhere Schule mit Matura	Hochschule	Unselbständig
LKWs (23)	18%	65%	17%		91%
Taxis (91)	18%	38%	24%	20%	50%
Bussen (20)	-	95%	5%		100%
<i>Paketzust. (3)</i>	33%	66%	-	-	100%

Interessant sind die Unterschiede in der Bildung (siehe Tabelle 6). Während unter den LKW- und Busfahrer*innen die Lehre dominiert, gibt es unter den Taxilenker*innen einen durchaus beachtlichen Anteil von Personen mit Matura und Hochschulabschluss. In dieser Berufsgruppe ist auch der Anteil der Unselbständigen am geringsten. Alles in allem weicht die Verteilung der soziodemographischen Merkmale nicht stark von der Verteilung im Mikrozensus der Statistik Austria ab. Insofern kann auch von einer groben Übereinstimmung mit der Grundgesamtheit ausgegangen werden.

4.2 Arbeitssituation

Abbildung 1: Arbeitssituation



Frage: „Mit welchen der folgenden Probleme sind Sie in der Arbeit konfrontiert?“ Antwortmöglichkeiten: „häufig“ (1), „manchmal“ (2), „selten“ (3), „nie“ (4)

Die Abbildung 1 zeigt die durchschnittliche Bewertung der Arbeitssituation in den drei Gruppen. Hierbei wurden die Interviewten gefragt, wie häufig sie mit diesen Problemen konfrontiert sind. Die Skala reicht von „häufig“ (1) bis „nie“ (4), d.h. ein niedriger Mittelwert weist auf ein großes Problem hin. Alle drei Gruppen betrachten Staus, den Stress während der Arbeit und die langen bzw. ungünstigen Arbeitszeiten als die größten Probleme. Die Beschwerden der Kunden, technische Probleme mit dem Fahrzeug und Konflikte kommen hingegen nur manchmal oder selten vor. Die Unterschiede zwischen den Gruppen sind nicht groß und in der Regel auch nicht statistisch signifikant. Insgesamt bewerten die Taxifahrer*innen die Arbeitssituation etwas weniger kritisch als die anderen beiden Berufsgruppen, insbesondere die Konflikte mit

anderen Verkehrsteilnehmern, die technischen Probleme, Beschwerden der Kunden, Konflikte mit den Arbeitgebern und die körperlichen Beschwerden – mit Ausnahme der Konkurrenz durch Online-Plattformen, die natürlich von den Taxilenker*innen als besonders kritisch gesehen werden.⁸ Umgekehrt ist die Konkurrenz durch Speditionen aus dem Ausland vor allem unter LKW-Lenkern ein Problem. Busfahrer*innen sind durch die Konkurrenz von Plattformen und ausländischen Speditionen nicht betroffen.

In einem offenen Feld konnten die Befragten weitere, nicht genannte Probleme nennen bzw. ihre Meinung zum Ausdruck bringen, eine Möglichkeit, die von vielen auch genutzt wurde.

Von den Taxifahrer*innen wird nochmals explizit auf die Konkurrenz durch Uber und Bolt verwiesen und auf den enormen Rückgang der Kund*innen aufgrund der Pandemie. Dies wird (wie schon in den qualitativen Interviews) als existenzbedrohend betrachtet. Zusätzlich werden aber auch Probleme genannt, die bislang noch nicht thematisiert wurden, wie z.B. die schwachen Kollektivverträge, die mangelnde Kontrolle der Arbeitsstunden, die Konkurrenz durch „Schwarzfahrer“. Und auch hier wird nochmals das Verhalten von Kundschaft und Polizei erwähnt, die in den Kommentaren als „frech“ bezeichnet werden.

Bei den LKW-Fahrern dominieren die Beschwerden über den steigenden Druck durch die Arbeitgeber und Vorgesetzten (bis hin zum „Bossing“) und die mangelnde Kontrolle der Einhaltung des Kollektivvertrags. Für Strafen bei Verstößen gegen die Pausenregelungen müssten die Fahrer aufkommen, die Vorgesetzten hätten, so ein Lenker in einem Kommentar, nichts zu befürchten. Dazu kommen Probleme, für Pausen oder für die Nacht einen Parkplatz zu finden, da diese oft von internationalen Frächtern besetzt seien. Aber auch das schlechte Image der LKWs als „Umweltverschmutzer“ und „Hindernis“ wird erwähnt.

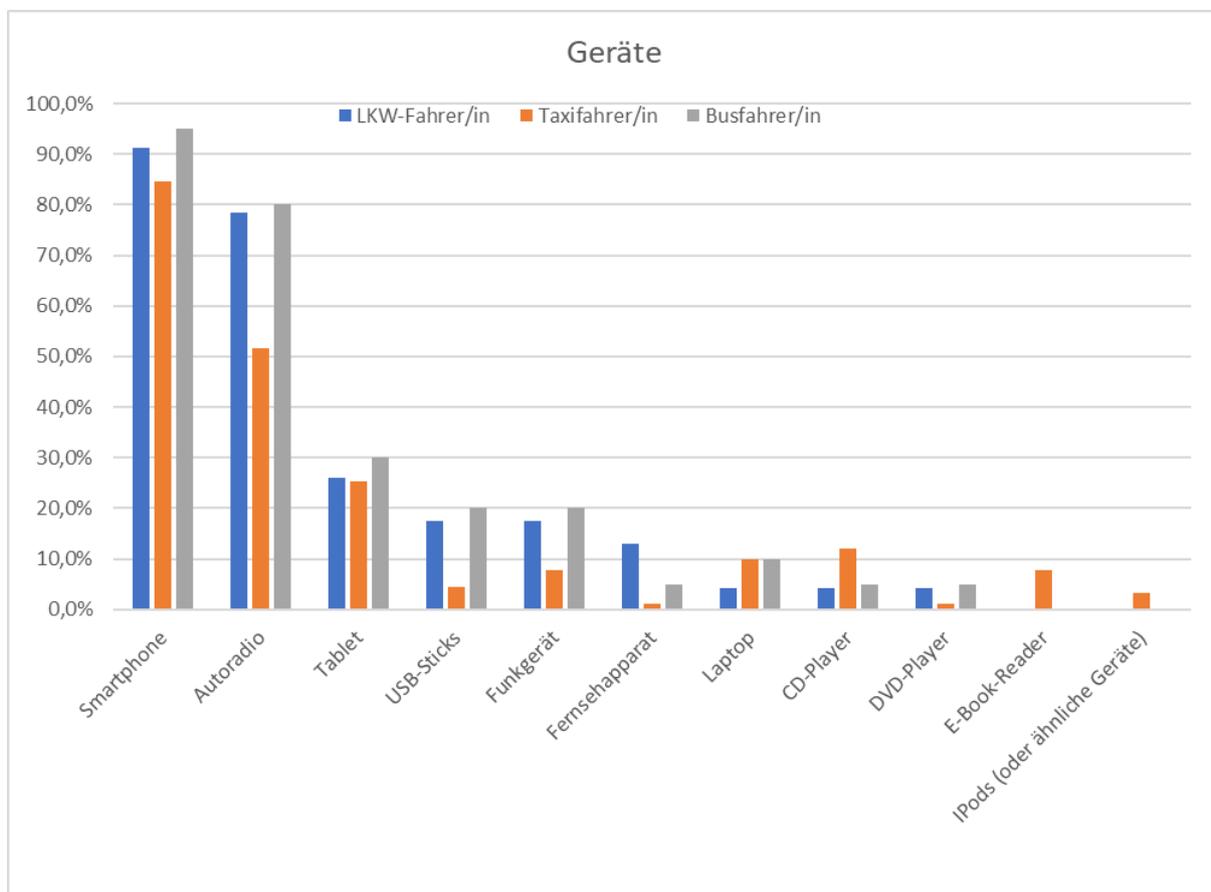
Die befragten Busfahrer*innen beklagen vor allem die unregelmäßigen Arbeitszeiten, aber auch das Klima in den Unternehmen (die mangelnde Unterstützung des Arbeitgebers, Freunderlwirtschaft, das Management, geringe Wertschätzung und Mitsprache). Auch die Antwort des Fahrradbotens in unserer Stichprobe soll nicht unterschlagen werden, der naturgemäß auf das Problem des schlechten Wetters hinweist.

⁸ Möglicherweise ist die weniger kritische Bewertung der Arbeitssituation durch die Taxler*innen aber auch den unterschiedlichen Erhebungsformen geschuldet. Da die Taxifahrer*innen vor allem Face-to-face befragt wurden, kann hier auch ein Intervieweffekt („soziale Erwünschtheit“) wirksam werden, der bei Online-Befragungen eher eine untergeordnete Rolle spielt.

4.3 Mediennutzung

Wenden wir uns nun der Mediennutzung zu. Erwartungsgemäß sind das Smartphone und das Autoradio die am meisten verwendeten *Geräte während der Arbeit*. Letzteres kommt bei den Taxifahrern etwas weniger zum Einsatz als in den beiden anderen Gruppen. Dies trifft auch auf USB-Sticks zu, die aber bei den LKW-Fahrern und bei den Busfahrer*innen immerhin nach Smartphone, Autoradio und Tablet schon an vierter Stelle kommen. Alle anderen Unterschiede sind unwesentlich und nicht signifikant.

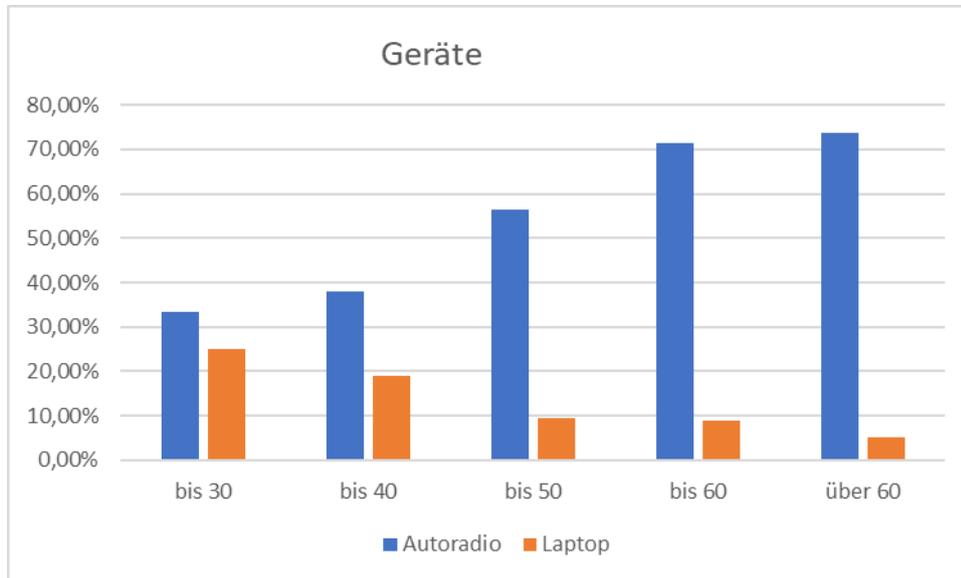
Abbildung 2: Verwendung von Geräten während der Arbeit und in Pausen



Frage: „Welche der folgenden Geräte verwenden Sie während der Arbeit (während der Fahrt oder in den Pausen)?“ (Mehrfachnennungen)

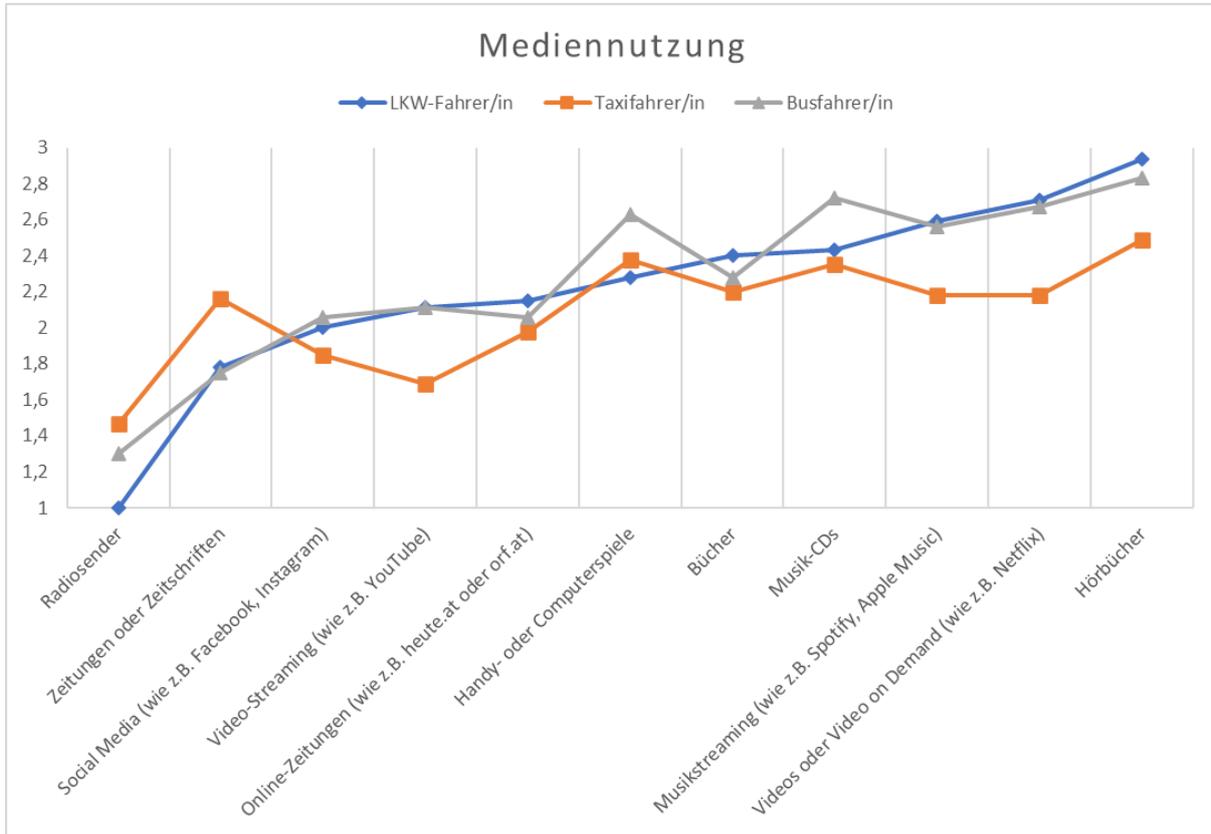
Interessanter in diesem Zusammenhang sind die Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Abbildung 3 zeigt, dass das Autoradio mit dem Alter an Relevanz gewinnt, während es beim Laptop genau umgekehrt ist. Für die anderen Geräte lässt sich aber ein Zusammenhang mit dem Alter nicht nachweisen.

Abbildung 3: Verwendung von Geräten in Abhängigkeit vom Alter



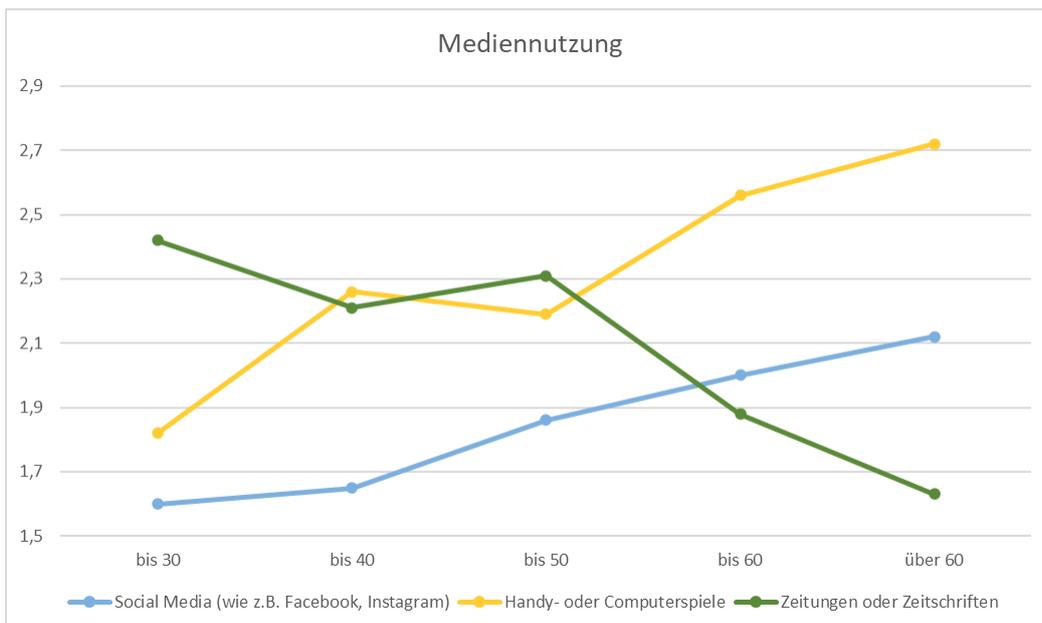
Auch in der *Nutzung verschiedener Medien* unterscheiden sich die Berufsgruppen kaum. In Abbildung 4 werden wieder die Mittelwerte diesmal auf einer dreistufigen Skala von „häufig“ (1) bis „nie“ (3) gezeigt, d.h. ein kleiner Wert bedeutet häufige Nutzung. Die Unterschiede zwischen den LKW-Fahrern und den Bus-Fahrern sind vernachlässigbar. Am öftesten genutzt wird zweifelsohne das Radio. Zeitungen oder Zeitschriften, Social Media (wie z.B. Facebook, Instagram), Video-Streaming (wie z.B. YouTube) und Online-Zeitungen (wie z.B. heute.at oder orf.at) werden aber auch hin und wieder genutzt. Anders als in der qualitativen Befragung, in der auch auf die Relevanz von Hörbüchern verwiesen wurde, werden diese von den Befragten in der Online-Umfrage als unbedeutend bewertet. Die Taxifahrer*innen weichen in einigen Punkten (auch statistisch) signifikant von den anderen ab. Radio, Zeitungen oder Zeitschriften werden seltener genutzt, Video-Streaming (wie z.B. YouTube), Musikstreaming, Videos oder Video on Demand (wie z.B. Netflix) und Hörbücher werden aber öfter genutzt, was vor allem auf die langen Wartezeiten zurückzuführen ist, gerade jetzt in der Pandemie.

Abbildung 4: Mediennutzung während der Arbeit und in den Pausen



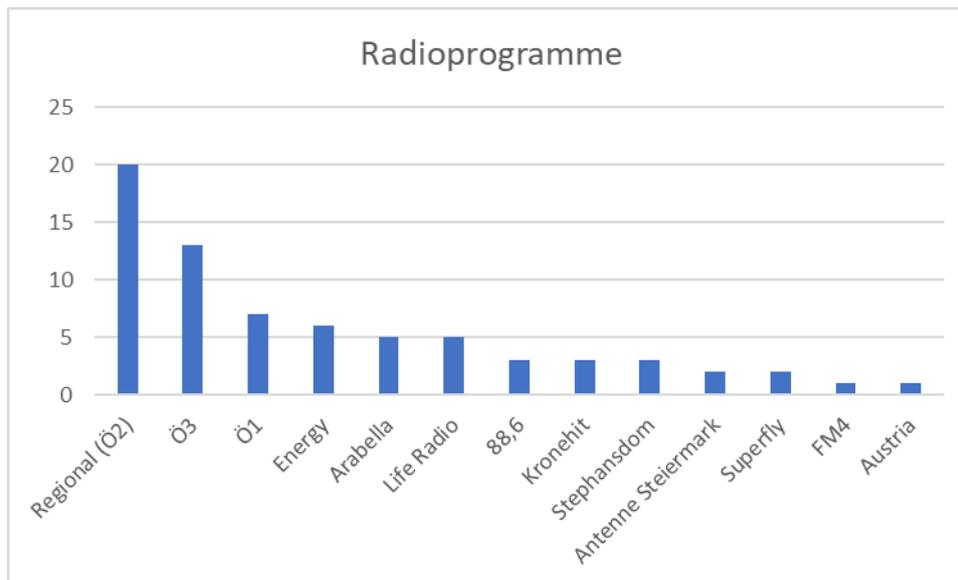
Frage: „Welche der folgenden Medien nutzen Sie während der Arbeit (während der Fahrt oder in den Pausen)?“
Antwortmöglichkeiten; „häufig“ (1), „manchmal“ (2), „nie“ (3)

Abbildung 5: Mediennutzung in Abhängigkeit vom Alter



Wie schon bei der Gerätenutzung zeigt sich auch hier eine gewisse Abhängigkeit vom Alter. Insbesondere die Nutzung von Social Media und von Handy- bzw. Computerspielen sinkt mit dem Alter, während Zeitungen und Zeitschriften unter älteren Berufslenker*innen häufiger genutzt werden (siehe Abbildung 5).

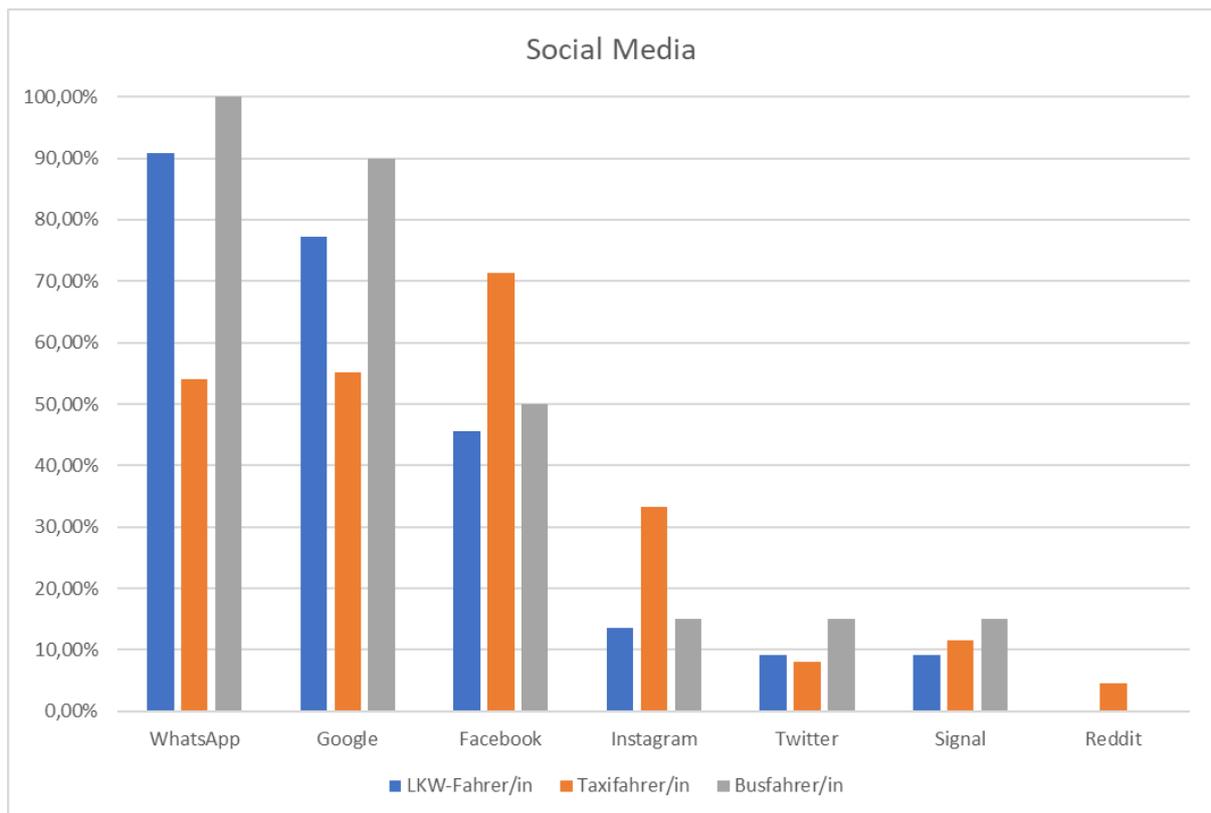
Abbildung 6: Nennung der offen abgefragten Radiosender



In einem offenen Feld konnten die Befragten angeben, welche Sender sie während der Arbeit hören. Am häufigsten wurden die ORF-Radioprogramme genannt (Abbildung 6): Die Regionalprogramme zwanzigmal (aufgrund des Befragungsschwerpunktes in Ostösterreich allen voran Radio Wien (achtmal) und Radio Niederösterreich (dreimal), Ö3 dreizehnmal und Ö1 siebenmal. Von den Privatsendern wurden am häufigsten Life Radio, 88,6, Kronehit und Radio Stephansdom genannt. Die Rangordnung ist in allen drei Gruppen in etwa gleich. Allerdings scheint unter den Taxifahrern die Verteilung zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern etwas gleichmäßiger zu sein. Interessant ist auch, dass von den Taxilenker*innen zuweilen interessante Kombinationen genannt wurden, wie z.B. „Energy, Stephansdom, Ö1“ oder „Ö3, Stephansdom“. Dies mag dem Umstand geschuldet sein, dass Taxifahrer*innen das Programm auch an den Geschmack der Fahrgäste anpassen, was in der qualitativen Befragung zum Ausdruck gebracht wurde. Nicht unerwähnt soll bleiben, dass einige Fahrer auch explizit Sender und insbesondere Musiksender verweigern. Sie schreiben, dass sie gar keine Sender bzw. gar keine Musik hören würden.

Was die Nutzung von Social Media Plattformen anlangt, zeigen sich zwischen den drei Berufsgruppen ein paar Unterschiede (Abbildung 7). Während es unter den LKW-Fahrern und den Bus-Fahrer*inne eine klare Präferenz für WhatsApp, Google und Facebook gibt – und zwar genau in dieser Reihenfolge –, nutzen die Taxifahrer*innen vorwiegend Facebook.

Abbildung 7: Nutzung von Social Media Plattformen

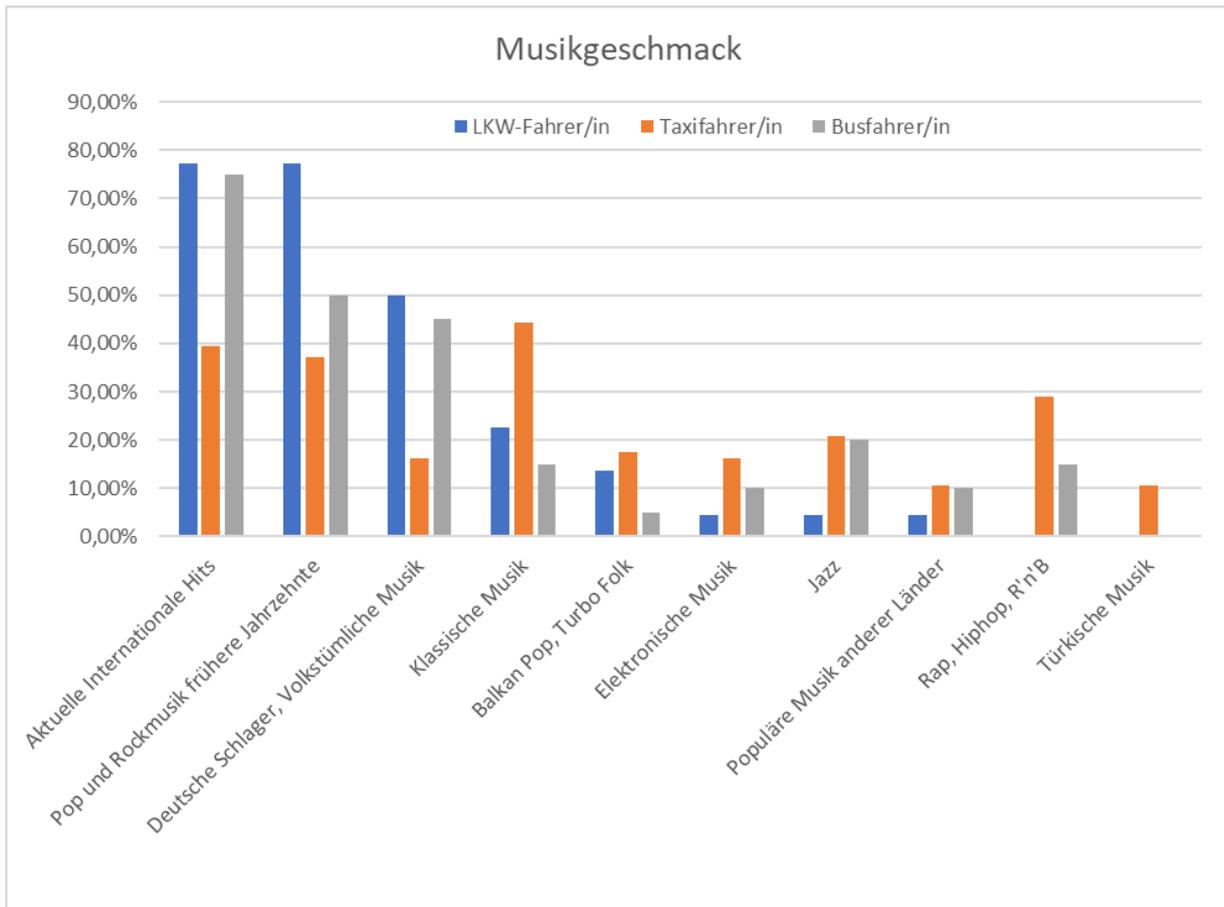


Frage: „Welche der folgenden Social Media Plattformen nutzen Sie regelmäßig?“ (Mehrfachnennungen) *

Abschließend sei noch ein Blick auf den Musikgeschmack der Berufskraftfahrer*innen in unserer Stichprobe geworfen (Abbildung 8). Unter den LKW- und Buslenker*innen gibt es wiederum eine klare Rangordnung, wobei aktuelle internationale Hits, Pop und Rockmusik früherer Jahrzehnte, wie auch Deutscher Schlager und Volkstümliche Musik klar bevorzugt werden. In der Gruppe der Taxilenker*innen, die auch bildungsmäßig und in ethnischer Hinsicht weit aus heterogener ist, sind auch die Präferenzen gleichmäßiger über die Genres verteilt. In dieser Gruppe führt die klassische Musik, gefolgt von internationalen Hits, Pop und Rockmusik früherer Jahrzehnte. Auch speziellere Genres wie Jazz und Rap, als auch die Musik anderer Länder werden von den Taxifahrer*innen gehört. Wie schon in der qualitativen Untersuchung angemerkt, variieren Vorlieben für Musik vor allem mit den soziodemografischen Merkmalen. So werden etwa klassische Musik, Deutscher Schlager und Volkstümliche Musik bevorzugt

von Älteren gehört, während Rap, HipHop und R'n'B von den Jüngeren präferiert wird. Die Vorlieben für Jazz und klassische Musik hängen auch stark von der Bildung ab: Unter den Hochschulabsolvent*innen in unserer Stichprobe sind es die zwei beliebtesten Genres.

Abbildung 8: Vorlieben für Musikrichtungen



Frage: „Welche Musikrichtungen hören Sie? (Mehrfachnennungen)“

Die Einsicht, dass der Balkan Pop bzw. Turbo Folk wie auch die türkische Musik insbesondere unter den Personen mit entsprechendem Migrationshintergrund gehört wird, ist trivial. Wichtiger ist der Hinweis, dass für die Befragten mit Migrationshintergrund die Musik aus dem Herkunftsland nur ein präferiertes Genres unter vielen ist. In den beiden folgenden Abbildungen 9 und 10 sind die Präferenzen der Personen mit Migrationshintergrund jenen der Personen ohne Migrationshintergrund gegenübergestellt. Sieht man von der Bedeutung der Musik der Herkunftsländer in der zweiten Gruppe einmal ab, erkennt man eine durchaus vergleichbare Reihung der Genres.

Abbildung 9: Vorlieben von Personen **ohne** Migrationshintergrund

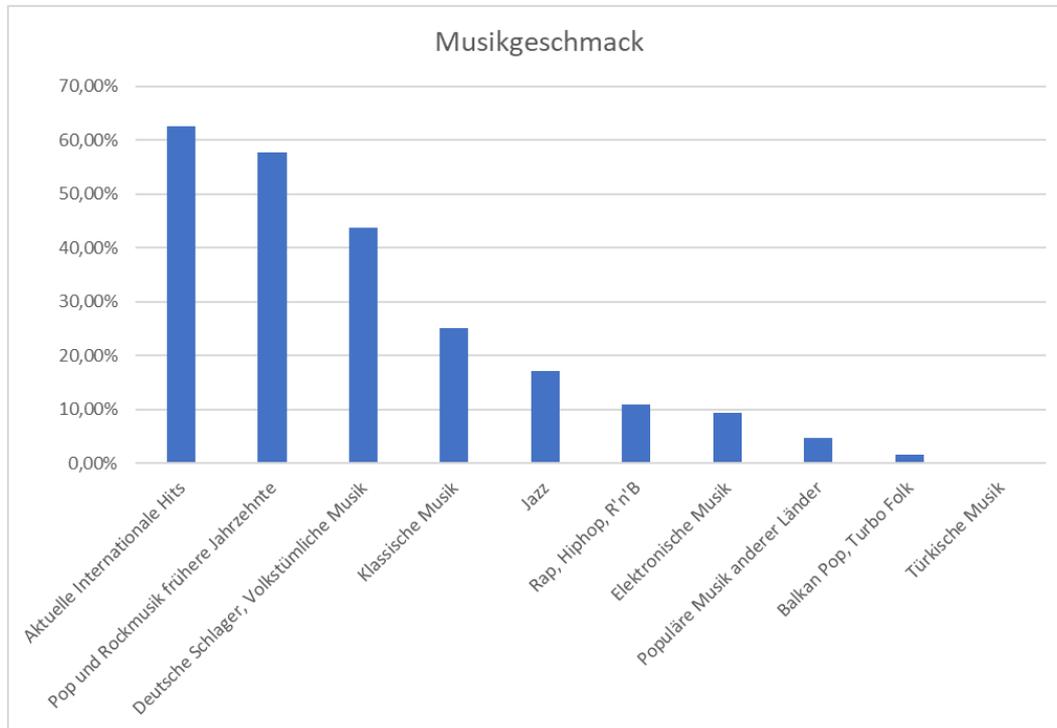
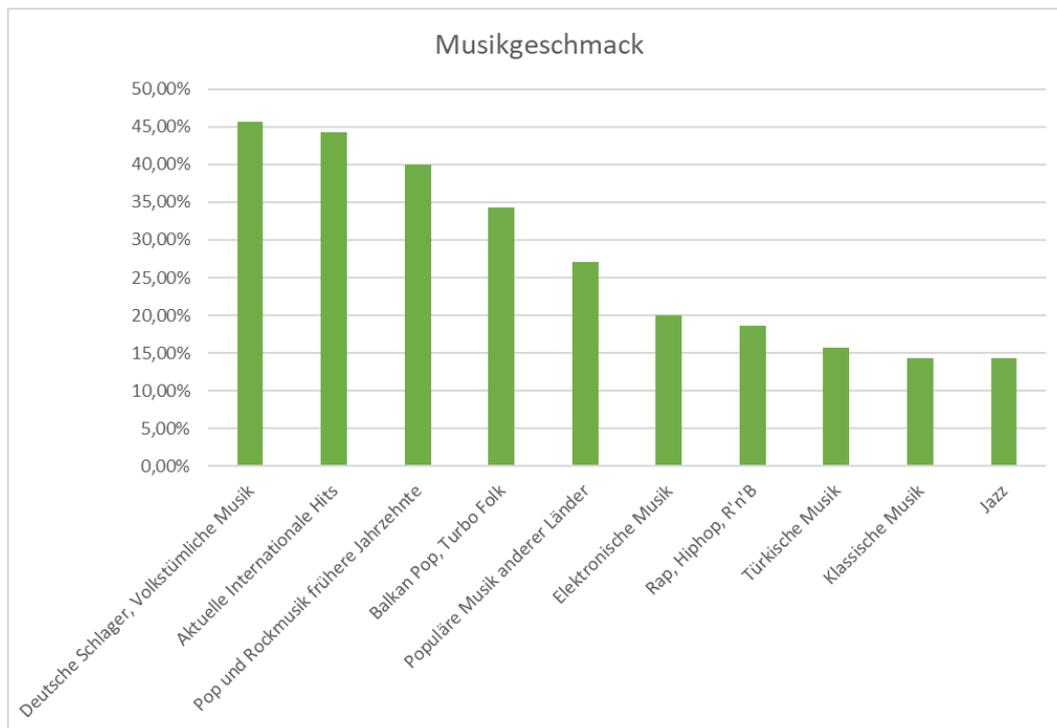


Abbildung 10: Vorlieben von Personen **mit** Migrationshintergrund



5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die qualitative und quantitative Untersuchung der Arbeitssituation, des Informationsbedarfs und der Mediennutzung in der Transportbranche hat eine Fülle von Einzelbeobachtungen zu den unterschiedlichen Berufsgruppen und zur Branche insgesamt hervorgebracht. Die zentralsten Einsichten werden hier nochmals zusammengefasst.

- Die größten Probleme in der Transportbranche sind zweifelsohne der **enorme Stress**, die **ungünstigen Arbeitszeiten** und natürlich **Staus**. Berufsgruppenspezifisch erhöht sich der Druck durch die Konkurrenz durch **Frächter aus dem Ausland** (für den Gütertransport mit LKWs) und durch **Online-Plattformen** wie Uber (für die Taxi-Fahrer*innen). Insbesondere Personen mit Migrationshintergrund beklagen aber auch die **Respektlosigkeit** und den **Alltagsrassismus** der Kund*innen und der Exekutive.
- Der **Informationsbedarf** wird insgesamt als **gering** eingeschätzt. Die Befragten finden sich über die Verkehrslage, über das Arbeitsrecht und über branchenspezifische Belange durch Radiosender, Online-Plattformen und die Angebote der Wirtschaftskammer und der Arbeiterkammer ausreichend informiert. Die Notwendigkeit eines eigenen branchenspezifischen Begleitmediums wird nicht gesehen, obgleich auch nicht ausgeschlossen wird, ein solches zu nutzen. Am größten scheint das Interesse an branchenspezifischen Informationen unter LKW-Fahrer*innen zu sein.
- Im Zentrum der Mediennutzung in der Transportbranche steht zweifellos das **Radio**. Die **Nutzung von Medien und Medientechnologien** ist aber stark von den unterschiedlichen Arbeitssituationen und Arbeitsrhythmen in den Bereichen abhängigen. Für Berufslenker*innen im **Paketdienst** ist aufgrund des ständigen Wechsels zwischen Fahrt und manueller Auslieferung ein **konzentriertes Hören nicht möglich**. Pausen werden kaum gemacht oder für Gespräche mit Kolleg*innen genutzt. **Taxifahrer*innen** nutzen Medien konzentriert vor allem **in den Wartezeiten**, wobei hier vor allem das **Smartphone**, aber auch **Zeitungen und Zeitschriften** und **Tablets** Verwendung finden. **Konzentriertes Hören** ist insbesondere auf den langen Fahrten **der LKW-Fahrer*innen** möglich. Diese weisen in den Interviews auch explizit auf die Nutzung von anderen Hörmedien (wie **USB-Sticks** oder über Bluetooth gekoppelte **Smartphones**) während der Fahrt abseits des Radios hin.
- Was die **Präferenzen für Medieninhalte** anlangt, sollen hier zwei wichtige und überraschende Einsichten festgehalten werden. Gerade jene Berufslenker*innen, die

während der Fahrt keinen direkten Kontakt zu Kund*innen oder Kolleg*innen haben, schätzen auch Wortbeiträge. Dies hat zwei Gründe: Zum einen wird die Dauerberieselung mit den immer gleichen Songs in den Hitradios zuweilen als nervig erlebt, zum anderen dienen Medien auch als parasozialer Kontakt, d.h. die Moderator*innen oder Vortragenden werden als Ersatz für die fehlenden Kommunikationspartner*innen geschätzt.

- Ansonsten variieren die Vorlieben für bestimmte Medieninhalte oder Musikgenres weniger mit den Berufsgruppen als vielmehr mit den soziodemografischen Merkmalen der Berufslenker*innen. Hier gilt es vor allem drei Faktoren in Betracht zu ziehen. Erstens nutzen Personen mit **Migrationshintergrund** gerne Angebote aus dem Herkunftsland. Das gilt insbesondere für das Angebot auf Facebook und Instagram, für Online-Zeitungen und für Musik, die auf YouTube gestreamt, auf Webradios gehört oder als Playlists auf den entsprechenden Apps abgespeichert wird. Ebenso wichtig wie der Migrationshintergrund ist für die Vorhersage der Präferenzen die **Bildung**. Gerade unter den Taxifahrer*innen finden sich auch viele mit Matura oder sogar Hochschulabschluss, die dann auch das entsprechende Angebot wie z.B. Kultursendungen oder klassische Musik nutzen. Am stärksten werden der Geschmack und die Vorlieben durch das **Alter** bestimmt. Sowohl in der qualitativen als auch in der quantitativen Analyse konnte gezeigt werden, dass die Nutzung von Social-Media-Plattformen und die Vorlieben für bestimmte Medieninhalte, Handyspielen und Musikgenres mit dem Alter stark variieren.
- Die medien- und musiksoziologisch gestützte Beobachtung einer starken Alters- und Bildungsabhängigkeit der Präferenzen trifft natürlich auch auf die Freizeit zu. Zwei Branchenspezifika gilt es aber auch hier zu erwähnen. In den qualitativen Interviews wurde oft auf die Wichtigkeit, **Zeit mit Familie und Freunden** zu verbringen, verwiesen. Dies trifft sicherlich auch auf viele andere Berufsgruppen zu. Durch die langen und ungünstigen und daher auch familienfeindlichen Arbeitszeiten wird dieses Bedürfnis aber in der Transportbranche möglicherweise verstärkt. Definitiv branchenspezifisch ist aber sicherlich das Bedürfnis, sich auch in der Freizeit mit **motorspezifischen Hobbys** zu beschäftigen.

Welche Empfehlungen ergeben sich daraus für die Kommunikationspolitik der vida?

- Das Kommunikationsmedium soll aufgrund der sehr unterschiedlichen Arbeitszeiten flexibel, d.h. nicht zeitgebundene genutzt werden können (kein Broad- and Simulcasting).

- Insofern sollten auch flexibel nutzbare Technologien (z.B. USB-Sticks) und Medienformate (z.B. Podcasts, Videos, Online-Angebote) angedacht werden.
- Das Medienangebot muss an die Arbeitsrealität der drei Berufsgruppen angepasst werden.
 - Für LKW-Fahrer*innen sind z.B. Webradios oder Podcasts mit hohem Wortanteil, die über das Internet aber auch über USB-Sticks vertrieben werden, denkbar.
 - Für Taxifahrer*innen muss das Angebot vor allem für Smartphones skaliert sein, die in den Pausen als Medium genutzt werden. Sinnvoll wäre z.B. ein Angebot auf Social Media (Facebook, Instagram, YouTube). Aber auch Printprodukte könnten eine Rolle spielen.
 - Paketfahrer*innen haben während der Fahrt bzw. während der Arbeit kaum Zeit zur konzentrierten Mediennutzung. Diese müssten im Wesentlichen in der Freizeit adressiert werden. Die Aufenthaltsräume der Firmen, Lokale und Vereine in den jeweiligen Communities, Sportvereine aber auch Motor- und Motorsport-bezogene Aktivitäten (z.B. bei Tankstellen) könnten hier eine Rolle spielen.
- Das Medienangebot muss der Vielfalt an musikalischen Vorlieben gerecht werden. Diese variieren nicht mit den Berufsgruppen, sondern mit Herkunft, Bildung und vor allem Alter. Da es schwierig ist den unterschiedlichen Präferenzen gerecht zu werden, ergeben sich für die musikalische Gestaltung der Kommunikationsformate drei Szenarien:
 - Verzicht auf musikalische Einbettung und Konzentration auf Wortbeiträge, wodurch allerdings das Angebot an Attraktivität verliert.
 - Kleinster gemeinsamer Nenner, d.h. ein möglichst neutraler und unauffälliger musikalischer Rahmen
 - Starke Ausdifferenzierung des Angebots nach Zielgruppen und musikalischen Vorlieben. Die Produktion wird dadurch sehr aufwändig.

6 Anhang

6.1 Leitfaden

Einleitung

Mitarbeiter*innen im Transportgewerbe (Paketzusteller*innen, Fernfahrer*innen, Taxi- und Mietwagenfahrer*innen) stehen aufgrund ihrer Tätigkeit nur in losem **Kontakt zu Kolleg*innen**. Dementsprechend schwierig gestaltet sich die betriebliche Vernetzung und die **Einholung von Informationen zu arbeitsrechtlichen und branchenspezifischen Fragen**. Aus diesem Grund plant die Gewerkschaft vida und das Campus-Radio der Fachhochschule St. Pölten, ein **mehrsprachiges Webradio** für die Transportbranche einzurichten. In einem ersten Schritt werden von der Forschungsgruppe Media Business der FH St. Pölten die Informations- und Kommunikationsbedürfnisse wie auch die Hörgewohnheiten und Die Mediennutzung der Mitarbeiter*innen in der Branche erhoben.

Auftraggeber und Finanzierung: Arbeiterkammer NÖ

Herzlichen Dank fürs Mitmachen! Die Gewerkschaft vida wird mit Ihnen in Kontakt treten und Ihnen einen **Geschenkgutschein** zukommen lassen.

P.S.: Das Gespräch wird für die Auswertung aufgenommen. Die Auswertung erfolgt aber anonymisiert, d.h. dass eine **Identifizierung der Person nicht möglich** ist. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben und an sicheren Orten gespeichert. Wenn für Sie das okay ist, bitten wir Sie die Einwilligung mündlich (/im Chat/per SMS/per E-Mail) zu bestätigen. Sie können die Einwilligung jederzeit widerrufen.

Das Gespräch besteht aus **drei Teilen**: 1. Ihre Arbeitssituation, 2. Ihre Mediennutzung während der Arbeit und in der Freizeit, 3. Ihre Informationsbedürfnisse. Zuvor hätte ich von Ihnen gerne ein paar soziodemografische Angaben.

Kurzfragebogen

Name des Interviewten

Datum des Interviews _____

Geschlecht _____

Alter..... _____

Derzeitige berufliche Tätigkeit _____

Tätig für (Firmenname)..... _____

Standort der Firma _____

Geburtsort _____

Muttersprache (Erstsprache) _____

Höchste abgeschlossene Ausbildung _____

Arbeitssituation

Können Sie kurz erzählen, wie Sie zu diesem Job kamen und was Sie zuvor gemacht haben?

- Falls Migrationshintergrund: Wann and warum Zuwanderung?
- Andere Jobs vor diesem Job

Bitte beschreiben Sie Ihren Arbeitstag. Wann beginnen Sie üblicherweise und welche Aufgaben übernehmen Sie?

Was sind die größten Probleme in Ihrer Arbeit?

- Probleme mit der Arbeitszeit
- Probleme mit der Gestaltung und Einteilung der Arbeit
- Probleme mit dem Arbeitgeber
- Probleme mit dem Fahrzeug und mit dem Verkehr
- Rechtliche Probleme (STVO, Zoll, Aufenthaltsgesetz, Arbeitszeitgesetz ...)

Mediennutzung

Welche Medien nutzen Sie während der Arbeit?

- Technisches Übertragungsmedium: CDs, Autoradio, Handy, Smartphone oder andere Handhelds, andere internetfähige Medien, Amateurfunkgeräte
- Konkrete Angebote: Welche konkreten Musik-CDs, Hörbücher, Radiosender, Playlists (Spotify, Deezer, Apple Music), YouTube-Channels, Podcasts?

Welche Medien nutzen Sie in Arbeitspausen?

- Mediengattungen: Buch, Zeitung, Tonträger, Radio, Online-Zeitungen, Streamingdienste Musik, Podcasts, Streamingdienste Video, Social Media (Facebook, Twitter, Instagram etc.), Handyspiele
- Welche konkreten Inhalte?

Sind Sie während der Arbeit mit Kolleg*innen oder Freund*innen in Kontakt? Wenn ja, wie?

Welche Medien Nutzen Sie in der Freizeit, wenn Sie zu Hause sind? Wie häufig nutzen Sie diese?

- Mediengattungen: Buch, Zeitung, Tonträger, Radio, TV, Online-Zeitungen, Streamingdienste Musik, Podcasts, Streamingdienste Video, Social Media (Facebook, Twitter, Instagram etc.), Handy, PC- oder Konsolenspiele
- Welche konkreten Inhalte?

Und was machen Sie sonst so in Ihrer Freizeit?

- Freunde treffen, Sportaktivitäten, kulturelle Aktivitäten, Lokale, Vereine

Informationsbedürfnis

An wen wenden Sie sich, wenn während der Arbeit Fragen auftauchen?

An wen wenden Sie sich, wenn Sie Probleme mit dem Arbeitgeber haben?

Gibt es Dinge, über die Sie gerne regelmäßig informiert werden möchten?

- Transportbranche (z.B. Konkurrenz, Firmengründungen bzw. Konkurse)
- Fahrzeugtechnologie
- Arbeitsrecht
- Verkehrslage
- Politik, Kultur, Sport in Österreich
- Sofern Migrationshintergrund: Politik, Kultur, Sport im Herkunftsland

Abschlussfrage

Gibt es noch etwas, was Sie uns sagen wollen? Gibt es eventuell ein Anliegen, das wir an die Gewerkschaft vida übermitteln sollen?

Könnten Sie uns vielleicht zwei oder drei Namen von Kolleg*innen nennen, die wir für unsere Gespräche kontaktieren könnten? (Quoten!)

6.2 Fragebogen für die Online-Befragung

Vielen Dank, dass Sie sich für die Umfrage Zeit nehmen! Wir haben ein paar Fragen zur Mediennutzung und zu Problemen während der Arbeit. Die Umfrage dauert ungefähr 5 Minuten. Alle Daten sind anonymisiert.

Das Projekt ist eine Kooperation der Fachhochschule St. Pölten und der Gewerkschaft vida.

In dieser Umfrage sind 16 Fragen enthalten.

Mediennutzung und Musikgeschmack

*Welche der folgenden Geräte verwenden Sie während der Arbeit (während der Fahrt oder in den Pausen)? (Mehrfachnennungen) **

Bitte wählen Sie die zutreffenden Antworten aus:

- Smartphone
- Tablet
- E-Book-Reader
- Laptop
- Autoradio
- CD-Player
- iPods (oder ähnliche Geräte)
- USB-Sticks
- DVD-Player
- Fernsehapparat
- Funkgerät
- Sonstiges:

Welche der folgenden Medien nutzen Sie während der Arbeit (während der Fahrt oder in den Pausen)?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

häufig manchmal nie

Radiosender

Hörbücher

Musik-CDs

Musikstreaming (wie z.B.
Spotify, Apple Music)

Online-Zeitungen (wie z.B.
heute.at oder orf.at)

häufig

manchmal

nie

Videos oder Video on Demand (wie z.B. Netflix)

Video-Streaming (wie z.B. YouTube)

Social Media (wie z.B. Facebook, Instagram)

Handy- oder Computerspiele

Zeitungen oder Zeitschriften

Bücher

Welche Radiosender hören Sie bei der Arbeit?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

*In welchen Sprachen nutzen Sie die Medien (Mehrfachnennungen)? Ich nutze **

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- deutschsprachige Medien
- englischsprachige Medien
- Medien in meiner Muttersprache
- Sonstiges:

*Welche der folgenden Social Media Plattformen nutzen Sie regelmäßig? (Mehrfachnennungen) **

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Google
- Facebook
- Instagram
- Reddit
- Twitter
- WhatsApp
- Signal
- Sonstiges:

*Welche Musikrichtungen hören Sie? (Mehrfachnennungen) **

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Aktuelle Internationale Hits
- Pop und Rockmusik frühere Jahrzehnte
- Rap, Hiphop, R'n'B
- Elektronische Musik
- Jazz
- Klassische Musik
- Deutsche Schlager, Volkstümliche Musik
- Balkan Pop, Turbo Folk
- Türkische Musik
- Populäre Musik anderer Länder
- Sonstiges:

Nennen Sie uns bitte Ihre 3 Lieblingsinterpretinnen oder -interpreten.

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Probleme in der Arbeit

Mit welchen der folgenden Probleme sind Sie in der Arbeit konfrontiert?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

häufig manchmal selten nie

Staus

häufig

manchmal

selten

nie

Konflikte mit anderen Ver-
kehrsteilnehmern

Technische Probleme mit ei-
genem Fahrzeug

Beschwerden von Kunden

Konflikte mit Arbeitgeber /
Chef

Lange bzw. ungünstige Ar-
beitszeiten

Stress

Konkurrenz durch Speditio-
nen aus dem Ausland

Konkurrenz durch Online-
Plattformen (wie Uber)

Beeinträchtigung der körperli-
chen Gesundheit

Angst die Arbeit zu verlieren
oder keine mehr zu finden

Angst vor Ansteckung (mit
Covid19)

Gibt es noch weitere Probleme mit denen Sie bei der Arbeit konfrontiert sind?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Angaben zu Ihrer Person

Wie alt sind Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Welches Geschlecht haben Sie?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- weiblich
- männlich

Was ist Ihr derzeitiger Beruf? (Mehrfachnennungen) Ich arbeite derzeit als

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- LKW-Fahrer/in
- Paketzusteller mit Kleintransporter
- Taxifahrer/in
- Fahrradbote/in
- Sonstiges:

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Pflichtschule
- Lehre oder Fachschule ohne Matura
- Höhere Schule mit Matura (AHS, BHS)
- Fachhochschule oder Universität
- Sonstiges

*Welche Stellung haben Sie momentan im Beruf? **

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Bei Firma angestellt
- Selbstständig mit Gewerbeschein
- Selbstständig ohne Gewerbeschein
- Über Leiharbeitsfirma angestellt
- Ohne Beschäftigung
- Sonstiges

*Wo wohnen Sie derzeit? **

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Wien
- Vorarlberg
- Tirol
- Steiermark
- Salzburg
- Oberösterreich
- Niederösterreich
- Kärnten
- Burgenland
- Ich wohne nicht in Österreich

*Welche Sprachen sprechen Sie? (Mehrfachnennungen) **

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Deutsch
- Englisch
- Serbisch
- Bosnisch
- Kroatisch
- Türkisch
- Slowakisch
- Tschechisch
- Slowenisch
- Polnisch
- Armenisch
- Bulgarisch
- Arabisch

- Ungarisch
- Rumänisch
- Russisch
- Sonstiges:

Vielen Dank, dass Sie sich für die Umfrage Zeit genommen haben!