

88.6 rockt mit einer einzigen Lizenz

Als erster österreichischer Rundfunksender nützt man die Gesetzesnovelle zum PrR-G vom Sommer 2015.



Das Team

Marketingleiterin Niki Fuchs, Programmdirektor Bernhard Feichter, Technischer Leiter Gustav Wirtl, Verkaufsleiter Günther Zögernitz und GF Ralph Meier-Tanos.

... Von Paul Christian Jezek

WIEN. Die neue Form von Privatradiolizenzen ermöglicht Zusammenschlüsse von Regional- bzw. Lokalradios zu einer bundeslandübergreifenden Regionalradio-Lizenz. „Wir ziehen alle Vorteile aus einem Sendegebiet und einem Programm zusammen und haben mit dem Lizenzantrag neue Weichen gestellt“, meint 88.6-Geschäftsführer Ralph Meier-Tanos. „Wir senden im 88.6-Delta Wien, NÖ und Burgenland einheitlich und katapultieren unseren Radiosender damit in ein neues Zeitalter.“

Dank der Lizenz-Zusammenlegung erreicht der Radiosender technisch nun rund 3,5 Mio. Einwohner, das sind mehr als 40% der österreichischen Gesamtbevölkerung. Im Vorjahr wurde viel Marktforschung betrieben, um das Produkt noch zielgerechter auf die Bedürfnisse der Hörer auszurichten. Darauf folgte ein

groß angelegter Relaunch. „Wir haben das Markenbild von 88.6 geschärft, um es zukünftig stärker positionieren zu können“, erklärt Marketingleiterin Niki Fuchs. Das neue Logo, in seiner Farbgebung dem alten nachempfunden, um den Wiedererkennungswert zu erhalten, zeigt sich moderner, die Marke wirkt entsprechend zeitgemäß.

Rock als Lebensgefühl

Auch der Slogan wurde dabei komplett neu konzipiert. „So rockt das Leben!“ soll ein Lebensgefühl vermitteln und die Authentizität des Musiksenders, seiner Programmauswahl und Moderatoren unterstreichen.

Für heuer sind zahlreiche Highlights geplant. So übernimmt 88.6 etwa die Partnerschaft beim „Rock in Vienna“ und sendet live vom Festivalgelände.

Das Programm wurde ausgebaut und weiterentwickelt. Während es bis dato in allen

Bundesländern unterschiedliche Programminhalte gab, sind diese nun einheitlich. Musikalisch wird weiterhin auf die besten Rock- und Popsongs der Musikgeschichte gesetzt. Dabei gilt nun das neue Motto „Kein Song doppelt von 8 bis 6“, das während der Arbeit noch mehr musikalische Abwechslung verspricht. Auch das akustische Sounddesign wurde komplett neu überarbeitet und ein neues Jingle-Paket bei Wise Buddah in London produziert.

Neue Kooperationschancen

Auch die Werbepakete wurden entsprechend angepasst, um hier noch näher an den Bedürfnissen des Werbemarkts dran zu sein. „Durch die Lizenzzusammenführung schaffen wir neue Möglichkeiten für zukünftige Kooperationen sowie auch für bestehende Partnerschaften“, ist Verkaufsleiter Günther Zögernitz überzeugt.

BRANCHENPLATTFORM

Neues Konzept für die d3con 2017

HAMBURG. Die größte Fachtagung für digitale Werbung im deutschsprachigen Raum wartet im siebten Veranstaltungsjahr unter dem Motto „Programmatic Advertising – auf dem Weg zum Marketing Mainstream“ am 13. und 14.3. mit neuem Veranstaltungskonzept und neuer Event-Location auf. (pj)

PRINT HAT ZUKUNFT

Ein Fest für Print: Xfair die Zweite



WIEN. Vom 4. bis zum 6.4. findet man in der Marx-Halle auf 7.000 m² aktuelle Produktionstechnologien – vom klassischen Druck über digitalen Produktions- und Großformatdruck, Datenaufbereitung, Software, Veredelung, Nachbearbeitung, Werbetechnik und Signage bis zu Verpackungsproduktion, 3D-Druck u.v.m. (pj)

TOURISMUSMARKETING

Drei Neue für das CBNÖ-Netzwerk

ST. PÖLTEN. Das Hotel Schlosspark Mauerbach, Schloss Thalheim und das Schloss Rothschild in Waidhofen an der Ybbs verstärken 2017 die Partnerriege des Convention Bureau Niederösterreich. Das gesamte Portfolio mit 44 Partnern findet man im neuen Katalog. (pj)