

••• Von Chris Radda

Mit insgesamt über drei Stunden täglich wird in der Steiermark und in Kärnten am meisten Radio gehört – das ist Österreichrekord und unterstreicht die ungebrochene Kraft von Audio in diesen beiden Bundesländern. Da kann kein anderes Medium mithalten“, erklärt Gottfried Bichler. Als Geschäftsführer von Antenne Steiermark und Kärnten weiß er, warum Radio auch – oder gerade – in Zeiten der Digitalisierung funktioniert. Die gelben Sender Antenne Kärnten und Antenne Steier-

”

Regionalradio muss nah am Hörer sein, den Puls der Zeit widerspiegeln und das Programm auf seine Art und Weise interpretieren.

Gottfried Bichler
Geschäftsführer

“

mark gehen beide bereits in das dritte Jahrzehnt ihres Bestehens und verstehen sich mittlerweile nicht nur als Radio, sondern als ‚umfassendes Entertainmentunternehmen‘. „Unser Anspruch ist es, unsere Hörer in der Steiermark und Kärnten täglich mit dem unterhaltsamsten Radioprogramm und dem besten regionalen Service zu versorgen. Wir wollen die Menschen informieren und unterhalten, ihnen etwas Positives mit in den Tag geben.“ Daran arbeiten knapp

80 Menschen in beiden Bundesländern – und das mit großem Erfolg. Der Grund dafür ist das klare Alleinstellungsmerkmal der Antennen: „Unser USP ist die moderne Regionalität und unsere spürbare Hörernähe.“

Denn gerade in Zeiten von sich schnell verbreitenden Fake News wollen sich die Menschen auf *echte* Information verlassen können und auf eine Marke, zu der sie Vertrauen haben. Das weiß auch Gottfried Bichler: „Regionalradio muss nah am Hörer sein, den Puls der Zeit widerspiegeln und das Programm auf seine Art und Weise interpretieren. Genau daran arbeiten wir jeden Tag.“

Die Nähe zu den Hörern gelingt den Antennen durch das regionale Service mit aktuellen Verkehrsnachrichten und Blitzerwarnungen sowie durch Aktionen wie die Antenne-Events SchulGolfTag oder SchulSkiTag, bei denen jedes Jahr mehr als 20.000 Schüler aus beiden Bundesländern teilnehmen. Das alles schafft eine starke Bindung zwischen Hörern und Sender. Und das könne das technisch womöglich antiquierte analoge Radio, eine Playlist, eben nicht. Kein Wunder, dass das funktioniert, zwei Drittel der Hörer schalten das Radio beim Autofahren ein.

Einsatz für die Hörer

Laut aktuellem Radiotest erreicht die Antenne über eine Viertelmillion Steirer, beziehungsweise über 105.000 Kärntner. „Unsere Hörer sind durchschnittlich rund 38 Jahre alt – und Frauen und Männer halten sich die Waage. Aber wir wollen diese nicht am Alter oder Geschlecht festmachen, denn wir sind das regionale Privatradio der Kärntnerinnen und Kärntner sowie der Steirerinnen und Steirer – egal welchen Alters oder Geschlechts“, umreißt der Geschäftsführer die Lage.

”

Wir wollen die Menschen informieren und unterhalten, ihnen etwas Positives mit in den Tag geben.

“

„Selbstverständlich arbeiten wir aber permanent daran, unser Programm zu optimieren, um auch neue Hörer anzusprechen. Wir haben beispielsweise das Projekt ‚Antenne macht Schule‘, bei dem jährlich rund 9.000 Schüler zu uns in die Studios kommen und erleben, wie Radio gemacht wird. Sie dürfen bei ihrem Besuch einen Beitrag einsprechen und lernen die Moderatoren hautnah kennen.“

Entwicklung am Werbemarkt

Den Werbemarkt im Radiogeschäft beschreibt Gottfried Bichler als relativ stabil. Durch die Digitalisierung hat sich das klassische Medium Radio allerdings zum individuellen Massenmedium Audio entwickelt, das weder orts-, zeit- noch geräteabhängig ist und uns durch den gesamten Tag begleitet: „Ganz automatisch schalten wir noch vor der Kaffeemaschine das Radio oder die App an. Ebenso im Auto, bei der Arbeit oder in der Freizeit. Kein anderes Medium ist so in unsere tägliche Routine integriert. Daher ist Audio vor allem als Werbeträger besonders effizient. Ein weiterer Pluspunkt: Audio *emotionalisiert* und ist damit das ideale Umfeld für wirkungsvolle Werbung. Nur durch Erzählungen, Geräusche und Töne erzeugt Radio in unseren Köpfen innere Bilder, die

wiederum Kaufentscheidungen beeinflussen können – und das ganz ohne Bild; nur mit einem Gefühl, das erzeugt wird, trifft man mitten ins Herz.“

Als innovative Sender haben die Antennen selbstverständlich auf die digitalen Entwicklungen der letzten Jahre reagiert, doch die persönliche Betreuung ist nach wie vor ein „Riesenthema“. Denn ähnlich nah wie am Hörer ist man auch an den Werbekunden dran. „Wir legen großen Wert auf klassischen Außendienst, weil unsere Kunden die Face-to-face-Ansprache sehr schätzen.“ Digital gearbeitet wird da, wo es Sinn macht. „Man muss erkennen und verstehen, was der Kunde will, wie man helfen kann. Als Full-Service-Partner leisten wir Hilfestellung – von der Konzeption über die Produktion bis zum perfekt abgestimmten Schaltplan“, bringt es Gottfried Bichler auf den Punkt.

Gesund wachsen

„Das letzte Jahr war außergewöhnlich. Und es sieht gut aus, dass sich das dieses Jahr wiederholt.“ Der Geschäftsführer ist aber Realist: In dem so engen Markt wachsen die Bäume eben nicht in den Himmel. Die Tagesreichweiten der Sender liegen in der Steiermark sowie in Kärnten bei knapp 30%, was sie zur privaten Nummer eins im Süden Österreichs macht. Doch es geht um *mehr*, als um schnelle Gewinne: „Wir investieren ins Produkt, den Service, die Mitarbeiter, um das Ganze nachhaltiger zu gestalten. Schließlich ist ein solcher Erfolg immer eine Gemeinschaftsproduktion“, stellt er klar. „Es ist wie ein großes Puzzle, bei dem irgendwann das endgültige Bild zu sehen ist. Bei uns bestehen die Puzzleteile vor allem aus Kontinuität, Leidenschaft, Teamgeist, Unternehmenskultur, Hörer- und Kundennähe“, meint Gottfried Bichler abschließend.