

## Some live twice

Radio durchlebt seit einigen Jahren seine Renaissance und befindet sich weiterhin im Wachstum.

## Entwicklung Werbeaufwand 2018 – Hörfunk total

Werbebilanz 2018 Hörfunk total: plus 4,4%

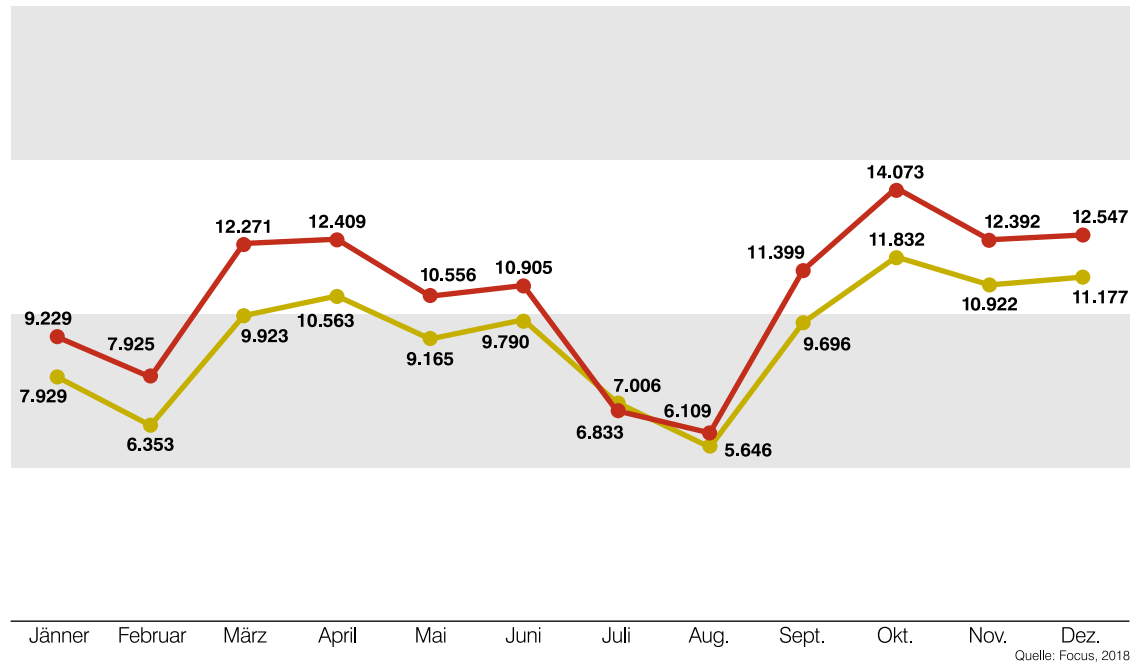
Bruttowerbewertung in 1.000 €

● Hörfunk ORF

● Hörfunk Private

ORF  
gesamt  
126.647

Private  
gesamt  
110.002



# Ö3: „We try harder and succeed“

Der Radiosender hatte auch 2018 Erfolg mit vielen Highlights, News und einem Geburtstag.

WIEN. Für Georg Spatt, Ö3-Senderchef, war 2018 sehr erfolgreich: „Unsere Devise 2018 und auch heuer lautet: ‚We try harder‘. Ö3 hat in den letzten Monaten sehr stark auf die Entwicklung und Pflege vieler Formate gesetzt – von spektakulären Aktionen wie dem Ö3-Weihnachtswunder (3.750.497 Euro an Spenden für den ‚Licht ins Dunkel‘-Soforthilfefonds) über den Ausbau des täglichen Informations- und Serviceangebots.

### Neue Wochenformate

Im März 2018 wurde eine neue wöchentliche Sendung („Treffpunkt Österreich – österreichische Musikerinnen und Musiker live bei Ö3“) eingeführt. Außerdem sendet Ö3 zwischen 8 und 16 Uhr keinen Song mehr doppelt.

Im April ist die neue Sendung „Ö3-Backstage“ gestartet: Nach den Ö3-Konzerten, die in ganz Österreich in den großen und

kleinen Konzerthallen präsentiert werden, sendet Ö3 eine Sendung mit Live-Musik der jeweiligen Künstler – mit Interviews und Publikumsreaktionen. Im Juni wurde die Team Österreich-App präsentiert, mit Funktionen

wie einem interaktiven Vorbereitungsassistenten, punktgenauen Warnungen im Katastrophenfall und der Möglichkeit, direkt vor Ort oder auch online über das Smartphone zu helfen“, so Spatt, der natürlich nicht vergaß, den

50sten Geburtstag des Ö3 Weckers zu erwähnen.

Wenn der Senderchef an die Zukunft denkt, dann spricht er über die Mitbewerber um Aufmerksamkeit und von einer Vielzahl an neuen Medien sowie dem sich rasch ändernden Freizeitverhalten und den Formen der Mobilität: „Wir Radiomacher werden daher auch 2019 Diskussionen über neue Trends à la Podcasting, digitale Sprachassistenten und logarithmusgesteuerte oder userspezifische Programmierung und Formatierung führen – und es wird allen, denen dabei nicht ‚die Luft ausgehen‘ wird, viel Freude machen und einigen auch Erfolg bringen. Unser Fokus 2019 liegt auf unseren Hörern, die genau zu unterscheiden wissen, was sie sich von wem und wann wie erwarten und daher verfolgen wir auch in diesem Jahr den konsequenten Fokus auf die Stärken des Mediums: Topicality, Motivation und Begleitung.“ (skf)



Ö3-Senderchef Georg Spatt, stets auf der Suche nach Trends im Radio.