



**Joachim Feher**  
Seit Mai 2017  
Geschäftsführer  
der RMS.

# The song of RMS: „Mehr Reichweite“

RMS sang auch im Jahr 2018 das Lied vom Wachstum und trieb die Digitalisierung voran.

••• Von Skender Fejzuli

WIEN. „Reichweitentechnisch auf Augenhöhe mit Ö3, ein deutlich zweistelliges Plus bei Neukunden, eine Reihe von Innovationen im Markt platziert, ein zum wiederholten Male erfolgreicher Radio Research Day und mit dem Sommerfest ‚Cheers to 20 Years‘ das Branchenhighlight

des Jahres gesetzt – ich kann mit dem Jubiläumsjahr sehr zufrieden sein“, so Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria, der auch gleich auf das seit 2018 zu 100% programmatisch verfügbare Online-Angebot der RMS hinweist.

Das Angebot endet jedoch, laut Feher, nicht bei der individuellen Spot-Platzierung, sondern

auch die Spots können für die User automatisiert in Real-Time individualisiert werden.

Für 2019 stehen zwei große Themen auf der Agenda des Geschäftsführers – die Aufnahme und Integration der DAB+ Sender in das RMS-Portfolio, die am 28. Mai auf dem bundesweiten Mux starten, und der Launch der ersten intelligenten Audio Data Management-Plattform in Österreich.

## Radio wird interaktiv

„Audio wird interaktiv, auch ohne Click-Button – das belegen wir mit unseren aktuellen Produkten ‚Shake Me‘ und ‚Smart Speaker Special‘. Mit ‚Shake Me‘ können über Handybewegungen Gutscheine, Produktinfos, etc. direkt aufs Smartphone geschickt werden. Und mit dem ‚Smart Speaker Special‘ triggert sogar UKW den Dialog. So funktioniert Conversion im Zukunftskanal Audio“, ergänzt Joachim Feher.



Doris Ragetté, RMS Head of Research & Communications.

## KRONEHIT

### Entertainment als Gesamtangebot

WIEN. Kronehit konnte zum zweiten Mal in Folge seinen Umsatzrekord des Vorjahres übertreffen – kein Wunder, dass Ernst Swoboda, Geschäftsführer Kronehit, auf die Frage nach dem Geschäftsjahr 2018 ein erfreutes „Sehr gut“ sprach, dem der Hinweis auf die gesteigerten Reichweiten und Umsätze folgte.

## Positive Resonanz

Bei der Frage nach den Highlights des Vorjahres wird die Mine des Geschäftsführers, der Kronehit weiter zu einem umfassenden Entertainment-Unternehmen ausbauen will, etwas nachdenklicher: „Aus meiner Sicht war das Highlight 2018 ausnahmsweise kein senderspezifisches, sondern die von Minister Blümel organisierte *Medienenquete*, weil diese den Anstoß zu einem dringend notwendigen Reformprozess, betreffend den Medienstandort Österreich und vor allem den ORF gegeben hat, von dem wir uns einen starken Impact für die Zukunft erwarten dürfen.“

Wenn es um Impact 2019 und die ersten Highlights geht, spricht Swoboda von der neuen Kronehit Kommunikationslinie 2019: „Wir sind mit einer grundlegenden Veränderung unserer Außen- und Markenkommunikation in 2019 gestartet und verzeichnen erfreulich positive Resonanz.“ (skf)



© APA/Hans Purz