

Feher: Agilität hat sich 2020 vom gern ausgesprochenen Schlagwort in die tägliche Realität umgesetzt. Wenn sich die Rahmenbedingungen plötzlich ändern können, Schließungen mit wenigen Tagen Vorlauf umgesetzt werden, Freizeitaktivitäten unter bestimmten Auflagen wieder möglich sind, dann müssen einerseits die Werbe-Messages schnell darauf abgestimmt werden und dann umgehend auch bei den Konsumenten ankommen. Das kann keine andere Mediengattung so gut wie Radio: In wenigen Stunden hochprofessionell produziert, kommuniziert über einen Kanal, der von Jung bis Alt, von Vorarlberg bis Wien genutzt wird, den Männer und Frauen lieben und der ein täglicher, unverzichtbarer Alltagsbegleiter der Menschen ist. Die RMS unterstützt die Auftraggeber und Agenturen dabei optimal; wir sind so aufgestellt, dass wir jedes Briefing

”
Focus Media weist für Jänner bis Oktober Radio einen Marktanteil von 7,3% aus; so hoch war der Anteil von Radio wohl zuletzt, bevor es Fernsehwerbung gab.

Joachim Feher
Geschäftsführer
RMS

taggleich in eine hochwirksame Kampagne übersetzen, und leben unsere Partnerschaft mit der Werbewirtschaft, indem wir auf notwendige kurzfristige Änderungen immer flexibel und unbürokratisch eingehen.

Und es ist einfach auch effizient günstig, wenn du eine Message produziert, von der du nicht weißt, wie lange sie hält, dann ist ein vierstelliger Betrag leichter in den Wind geschossen als eine Schaltung um 50.000 Euro für drei Wochen.

medianet: Bei einer so positiven Entwicklung: Ist es gelungen, auch neue Kunden, die vorher die Gattung Radio nicht im Mediaplan hatten, ins Boot zu holen?

Feher: Bezüglich der Entwicklung 2020 sehe ich, dass die RMS-Message „Jeder gute Kommunikationsplan braucht Audio im Mix“ verstärkt im Markt gelandet ist. Zahlreiche treue Radiokunden haben ihren Share erhöht, neue Kunden aus dem institutionellen Bereich sind dazugekommen, und auch aus dem FMCG-Bereich bemerken wir Anzeichen, dass Radio Teil des Kommunikationsmixes wird.

medianet: Wenn Sie eine Prognose für 2021 wagen sollen – wie wird es der Gattung Radio nach der eben beschriebenen Entwicklung im diesen Jahr gehen?

Feher: Ich erwarte generell ein sehr schwieriges nächstes Jahr. Ehrlicherweise gibt es so viele Unbekannte – vom Funktionieren des Wintertourismus bis hin zur Geschwindigkeit der Durchimpfung –, dass eine seriöse Prognose kaum möglich ist. Wir haben uns auf unterschiedlichste Szenarien vorbereitet und können uns schnell anpassen.

medianet: Und wenn Sie die Gattung Radio nochmals mit den anderen vergleichen?

Feher: Auch wenn mit Blick auf 2021 vieles ungewiss ist, von einem bin ich überzeugt: Radio wird auch 2021 im Vergleich zu den anderen Mediengattungen überproportional gut abschneiden, auf welchem Niveau, weiß ich noch nicht.



Entgeltliche Einschaltung / Adobe Stock

Digitalisierung bringt Wachstum und Arbeitsplätze

#einfachdigital

 Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

Jeder in die Digitalisierung investierte Euro wirkt doppelt. Denn Investitionen von einer Milliarde Euro in die Digitalisierung aktivieren weitere 1,2 Milliarden Euro in der gesamten Wirtschaft. So schafft Digitalisierung 20.000 zusätzliche Jobs und bis zu 3,6 Milliarden Euro pro Jahr an zusätzlicher Wertschöpfung in Österreich. Nähere Informationen finden Sie unter: bmdw.gv.at