

2020 gehört Radio zu den Gewinnern

In Zeiten, wo schnell und effizient mit Konsumenten kommuniziert werden muss, konnte vor allem die Gattung Hörfunk ihre Vorteile ausspielen.

••• Von Dinko Fejzuli

WIEN. Ob das Platzen der Dot-Com-Blase im Jahr 2001 oder die Finanz- und Weltwirtschaftskrise im Jahr 2008 bzw. 2009 oder der März 2020, der Beginn der Coronakrise – egal welches Unheil über das Land oder die Welt hereinbricht, eine der ersten Maßnahmen, die Marketingverantwortliche treffen, um zu erwartende Ausfälle bei den Erlösen abzufedern, ist das Kürzen von Kommunikationsbudgets, womit oft Medien die ersten Opfer einer wirtschaftlichen Rezession sind.

Plus 9,1% laut Focus

Doch auch dies Mal gab es bei den Medien eindeutige Sieger. Neben Online mit 7,6% zählt Radio mit satten 9,1% Zuwachs bei den Werbespendings zu den Gewinnern in 2020. Entsprechend positiv fallen auch die Rückmeldungen der Verantwortlichen aus der Branche aus, gefragt nach einem ganz persönlichen Rückblick für ihr jeweiliges Unternehmen.

ORF

So meint etwa ORF-Radiodirektorin Monika Eigensperger gegenüber medianet: „2020 war für die ORF-Radios ein herausforderndes Jahr. Binnen kürzester Zeit musste sowohl inhaltlich

