



© VÖP/igruerpictures

Freude auch bei Privaten

Das öffentlich-rechtliche Radio ist die eine Sache, das private die andere. Nach dem großen Zuwachs im letzten Jahr stellt sich nun die Frage, wie es punkto Radio dort aussieht. „Radio hat die Umsätze in den letzten beiden Jahren sehr stabil auf hohem Niveau gehalten bzw. gesteigert, auch jetzt ist die Nachfrage ungebrochen hoch“, meint dazu Mario Frühauf, Geschäftsführer von Kronehit, auf Anfrage.

„Radio ist als Tagesbegleiter immer und überall mit dabei“, bestätigt er die eingangs erwähnte Annahme. Zudem würde Radio auch „die Menschen herausholen aus den vielen negativen Nachrichten in eine Wohlfühlumgebung“. Radiowerbung sei sehr kosteneffizient und erreiche täglich rund 75% der Bevölkerung.

Wichtige Informationsrolle

Die Privatradios hätten auch hinsichtlich Information eine enorm wichtige Rolle, wie sein Kollege Philipp König festhält: „Gerade in Krisensituationen, sei es durch Krieg oder Naturkatastrophen, spielt objektive Information durch private, unabhängige Rundfunkunternehmen eine wichtige Rolle.“ Internetbasierte Informationsquellen wären einerseits anfällig für Falschinformation und durch gezielte Eingriffe einfach zu unterbinden. Im Gegensatz dazu sind Informationen über UKW leichter zu transportieren und auch in absoluten Krisen aufrechtzuerhalten.

In ein ähnliches Horn stoßen Joachim Feher, CEO von RMS Austria, und Corinna Drumm,

© Sabine Hauswirth



”

In einer Zeit, in der Kurzfristigkeit und Flexibilität unabdingbar sind, treffen alle Merkmale von Radiowerbung punktgenau die aktuellen Anforderungen.

Joachim Feher
RMS Austria

“

Geschäftsführerin des Verbands österreichischer Privatsender (VÖP). Privatradios müssen aber klarerweise auch finanziert werden. „Radiowerbung kann Personen hervorragend aktivieren. Sie ist außerdem sehr flexibel und kosteneffizient, was viele Werbetreibende gerade in schwierigen Situationen mit geringer Visibilität besonders schätzen“, erklärt etwa die Geschäftsführerin.

Werbung ist punktgenau

Feher meint: „Alle Merkmale von Radiowerbung treffen punktgenau die aktuellen Marketinganforderungen. In einer

Zeit, in der Kurzfristigkeit und Flexibilität unabdingbar sind, punktet Radio mit Schnelligkeit in der Produktion, extrem kurzen Buchungszyklen, schneller Durchdringung der Zielgruppen, der höchsten Effizienz aller Mediengattungen, genau steuerbaren Einsatzpunkten und einer immensen Aktivierungskraft.“

Das führe dazu, dass die Konsumenten die Kaufimpulse in Handlungen übersetzen. Feher meint abschließend mit Stolz: „Radio ist aus vielerlei Gründen das Medium der Stunde.“ Service, Information, Werbung – Radio ist ein gutes Umfeld.

”

Radiowerbung kann Personen hervorragend aktivieren. Sie ist außerdem sehr flexibel und kosteneffizient, was viele gerade in schwierigen Situationen schätzen.

Corinna Drumm
VÖP

“

”

Radio hat die Umsätze in den letzten beiden Jahren sehr stabil auf hohem Niveau gehalten bzw. gesteigert; auch jetzt ist die Nachfrage ungebrochen hoch.

Mario Frühauf
Kronehit

“



© Kronehit