

”

*Radio geht nachhaltig ins Ohr und hat nicht nur das beste Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern bietet auch den niedrigsten Emissionsausstoß aller Medien.*

munity sind seit dem Sendestart der Antennen ein wesentlicher Baustein unserer DNA und Teil unseres Erfolgskonzepts.

**medianet:** Neben den beiden Antenne-Sendern haben Sie vor einem Jahr mit ‚Radio Flamingo‘ einen eigenen Schlager-Sender gegründet. Wie lautet Ihr Rückblick auf das erste Jahr?

**Bichler:** Mit Radio Flamingo haben wir am 28. Juni 2021 einen prominenten Zuwachs in unserer Senderfamilie der Styria-Radios bekommen. 100 Prozent Schlager – das erweitert nicht nur das Audio-Portfolio des Konzerns, sondern schafft gleichzeitig auch eine für den österreichischen Radiomarkt einzigartige und unverwechselbare Positionierung.

Das Echo darauf ist großartig, und auch der Radiotest bestätigt uns, mit diesem Format vollends in die richtige Kerbe geschlagen zu haben. Wir dürfen uns über Fans in allen Bundesländern freuen. Neben den erfreulichen Reichweiten beim Radiotest freuen wir uns auch über eine überwältigende Online-Audio-Nutzung. Allein in den letzten drei Monaten konnten wir rund eine Million Online-Hörerinnen und -Hörer verzeichnen. Das positive Feedback unserer Hörerinnen und Hörer liegt deutlich über unseren Erwartungen.

**medianet:** Apropos Online: Um dem geänderten Hörer- und Nutzungsverhalten gerecht zu werden, wird ein Teil der Radiotest-Daten – und hier für die junge Zielgruppe – online erhoben. Im Endausbau können das bis zu 20 Prozent der Befragungen sein. Hilft das dabei, die Nutzung noch realitätsnaher abzubilden?

**Bichler:** Zur Gewährleistung einer hohen Ausschöpfung quer durch alle Zielgruppen und somit zur Sicherstellung valider und qualitativer Daten ist der

**Gottfried Bichler**

neue Methodenmix – sozusagen der Hybrid ‚Telefon, gemischt mit Online-Befragung‘ – nicht nur zeitgemäß und sinnvoll, sondern es führt absolut kein Weg daran vorbei. Nach meiner momentanen Einschätzung sind die 20 Prozent der Online-Minimum-Anteil, um das Hörernutzungsverhalten und die Qualität der Darstellung aufrechtzuerhalten.

**medianet:** Apropos Nutzungsverhalten. Neben UKW und diversen Apps und Streams sind Sie auch via DAB+ präsent – ein Thema, dem nicht alle Radiomacher die gleiche Bedeutung zumessen. Welchen Stellenwert hat DAB+ für Ihre Sender als Verbreitungsweg?

**Bichler:** Wir sind da pragmatisch und glauben an alle wirtschaftlich sinnvollen und technisch möglichen Verbreitungswege, weshalb unsere Ambitionen für den Empfang stets mit der Zeit gehen. Das war in den letzten Jahren maßgeblich dafür, dass sich unsere Sender zum verlässlichen orts-, zeit- und geräteunabhängigen Tagesbegleiter entwickeln konnten. Wir gehen mit unseren Hörern und liefern ihnen unsere Radios ‚To Go‘.

**medianet:** Wie in anderen Branchen wird auch im Mediensektor das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger. Wie ist Ihr Zugang zum Thema und was unternehmen Sie, um einen möglichst umweltfreundlichen Fußabdruck zu hinterlassen?

**Bichler:** Dieses Thema betrifft uns alle und macht auch um die Werbe- und Medienbranche keinen Bogen. Werbekunden und Hörer haben den Vorteil, guten Gewissens unser Medium konsumieren zu können. Radio geht nachhaltig ins Ohr und hat nicht nur das beste Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern bietet auch den niedrigsten Emissionsausstoß aller Medien. Dadurch kann man mit Radiowerbung klimafreundlich die Kommunikationsziele erreichen.

Natürlich spielt Nachhaltigkeit auch in unserem täglichen

sowohl bei der TRW als auch bei den Marktanteilen vor Ö3. Welche Bedeutung hat das für den Radiomarkt generell, vor allem für die Privatsender, in der Wahrnehmung der Agenturen und Auftraggebern gegenüber?

**Bichler:** Radio ist ‚in‘ und die Privatradios sind mehr denn je im Aufwind. Die Entwicklung, dass so viele Privatradios gegenüber dem gebührenfinanzierten Mitbewerb an Leistung zunehmen konnten, ist äußerst erfreulich. Mit 37,9 Prozent Tagesreichweite und 40 Prozent Marktanteil in der werberele-



© Kleine Zeitung/Juergen Fuchs  
Gesendet wird auch aus dem Antenne-Studio am Styria-Standort in Graz.

Tun eine wesentliche Rolle. Innerhalb der Styria wird beispielsweise Strom ausschließlich aus erneuerbaren Energieträgern bezogen. Sie hat sich bewusst gegen Atomstrom und Strom aus fossilen Energiequellen entschieden und stattdessen grünen UZ46-Strom eingekauft. Eines vieler Zeichen, die hier unter der Prämisse ‚Green Stories ohne Green Washing‘ inhouse gesetzt werden.

**medianet:** Abseits Ihrer eigenen Sender: Mit dem aktuellen Radiotest liegen die Privatradios

vanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen jubelt die RMS Top Kombi unter den nationalen Radioangeboten in Österreich über den ersten Platz und übernimmt damit die Marktführerschaft.

Die aktuellen Radiotest-Ergebnisse signalisieren deutlich, dass die Mitarbeiterinnen und Hörer der österreichischen Privatradios täglich mit großer Leidenschaft einen hervorragenden Job machen, auch wenn die Rahmenbedingungen für einen fairen Wettbewerb am Markt nach wie vor zu wünschen übrig lassen. (fej/mab)