

# Führungsanspruch mit noch mehr Musik

Ab April präsentiert Kronehit-Radio die neue Programmstruktur. Das Ziel: noch mehr Zuhörer und Zuhörerinnen gewinnen.

••• Von Elisabeth Schmoller-Schmidbauer/Dinko Fejzuli

Erst vor wenigen Monaten heuerte Georg Spatt, bis Sommer 2023 langjähriger Ö3-Chef, als „Flottenmanager“ bei Kronehit-Radio an. Eine aufregende und vor allem arbeitsreiche Zeit, wie der Neo-Programmdirektor – so die offizielle Bezeichnung seiner Funktion – des größten österreichischen Privatsenders betont. „Ich bin die letzten drei Monate sehr stark herausgefordert worden und habe sehr, sehr viel Freude daran“, erzählt Spatt. „Denn bei Kronehit zu arbeiten, ist wirklich ein ganz anderes Fahrgefühl. Ich habe Abläufe, die ich bereits sehr gut kannte, ganz neu kennengelernt; das hat auch mit dem völlig anderen Ressourceneinsatz zu tun, den man in Privatradiosendern hat.“

## Neuerungen im Programm

Hauptgrund für das große Arbeitspensum dürfte aber ein anderer sein: Ab 3. April präsentiert Kronehit-Radio eine neue Programmstruktur, die sich vor allem durch ein Mehr an Musik auszeichnet. Das Ziel: der Ausbau der Zielgruppe und langfristig die Position als größter Privatradiosender festigen. „Wir wollen diese Rolle und diese Position, die sich Kronehit seit 20 Jahren erarbeitet hat, stärker ausbauen und ganz klar Führungsanspruch erheben“, so Georg Spatt.

„Werktags erreichen wir derzeit rund 950.000 Zuhörerinnen. Aber unser weitester Hörerkreis (WHK, Anm. d. Red.) liegt bei



© Martina Berger

”

*Wir werden in Österreich der erste Sender sein, der während des Tages bei den Nachrichten auf einen Zwei-Stunden-Rhythmus zurückgeht.*

**Georg Spatt**  
Programm-Chef

rund 2,7 Millionen Menschen, in diesem Segment sehen wir großes Potenzial“, erklärt Mario Frühauf, seit dem Jahr 2021 Geschäftsführer von Kronehit. „Und das ist die Hauptstoßrichtung: Denen wollen wir ein Angebot bieten, das dazu führt, dass

möglichst viele aus dem WHK uns künftig täglich einschalten und wir damit Tagesreichweite und Marktanteile generieren.“

Um diese Zuhörer zu gewinnen, habe man sich laut Spatt zunächst angesehen, was sie sich von einem Radiosender wünschen.

„Und das ist zum einen die Vielfaltigkeit: Wir werden also zwischen 9 und 17 Uhr keine Musik wiederholen. Und zum anderen wünschen sich die Zuhörer Zuverlässigkeit, unter anderem in Bezug auf Hits – und das geben wir ihnen, wir werden zuverlässig Hits spielen, aber ohne Wiederholungen.“ Eine wesentliche Veränderung in der Programmstruktur betrifft eine andere Wiederholungsposition im Programm: die Nachrichten.

## Mehr Musik, weniger News

„Wir werden in Österreich der erste Sender sein, der während des Tages bei den Nachrichten auf einen Zwei-Stunden-Rhythmus zurückgeht. Wir verzichten also künftig bewusst auf Nachrichten für ein Mehr an Musik“, so Georg Spatt. „Und zwar aus einem gesellschaftlichen Wandel heraus: Wir haben alle ein Handy in der Hosentasche und können Nachrichten rezipieren, wann immer wir wollen.“

Denn die digitale Durchdringung des Alltags und ständige Verfügbarkeit von großteils schlechten Nachrichten führt zu einer gewissen Nachrichtenmüdigkeit der Zuhörer. „Viele Radiohörer können die ständig schlechten Nachrichten schon nicht mehr hören, und gerade wenn man Nachrichten stündlich bringt, erhöht sich auch die

Wahrscheinlichkeit, dass sich die Meldungen wiederholen“, so der Kronehit-Programmdirektor. „Das bedeutet aber nicht, dass wir uns aus dem Infobereich verabschieden, sondern darauf Rücksicht nehmen, dass die jungen Zielgruppen ein völlig anderes Medienverhalten haben.“

## Morgens & abends: stündlich

Künftig wird Kronehit also in den Morgenstunden die Nachrichten stündlich senden. Bis zur Primetime stellt sich die Nachrichtenfrequenz dann auf einen Zwei-Stunden-Rhythmus um, um schließlich zur Drive-Time wieder stündlich News zu senden. „Kronehit macht damit ein Bekenntnis zu seiner Rolle: Eindeutig ein Begleiter zu sein, der motiviert, der gute Laune verbreitet“, so Spatt. „Der Spaß steht hier im Vordergrund. Denn das ist ja auch unsere Position am Markt: die Position des jungen, des modernen, des fröhlichen

”

*Wir wollen diese Rolle und diese Position, die sich Kronehit seit 20 Jahren erarbeitet hat, stärker ausbauen und ganz klar Führungsanspruch erheben.*

“