



Geschäftsführer Life Radio. Er launcht nicht nur DAB+-Sender im eigenen Haus, sondern auch einen eigenen Nachrichtensender für den Eigentümer Verlags- haus der Oberösterreichischen Nachrichten und einen für den Möbelriesen XXXLutz als externen Kunden.

Stögmüller dazu: „Der 21. Juni ist ein kräftiges Zeichen für einen gewissen Grad an Konsolidierung der Player und auch der Versuch, uns gegen die Big Tech mit einem eigenen digitalen Programm zu positionieren. Mittlerweile verfügt gut ein Drittel aller Personen über ein DAB-Gerät – und auch die EU-Verordnung, dass jedes Auto und jedes Radio, das auf den Markt kommt, DAB+-tauglich sein muss, hilft uns.“

Auch Gottfried Bichler, Geschäftsführer Antenne Radios, der mit Radio Flamingo in der eigenen Region bereits einen auf ein junges Format fokussierten deutschsprachigen Schlagersender mit wachsender Hörerschaft via DAB+ betreibt, lobt die neu-

en Möglichkeiten: „Mutig‘ ist jetzt möglich, weil es eben via DAB+ möglich ist, solche Segmente auszuprobieren. Und Gott sei Dank findet es Anklang, wird angenommen, und die Hörerschaft steigt jeden Tag. Wir sind zufrieden.“

Neue Zielgruppen ansprechen

Ein weiterer Vorteil von DAB+ sei die Möglichkeit, spezifischere, auch kleinere Zielgruppen anzusprechen und damit die eigene Bedeutung als Werbepartner zu erhöhen. Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria: „Wir werden viele unterschiedliche Programme erleben, und es werden alle Österreicher und Österreicherinnen in ihren Interessen abgeholt werden. Das ist das Erfolgsrezept des Privatradios, dass wir kontinuierlich bunter und breiter werden – und DAB+ wird das nochmals beschleunigen. Diese Vielfalt ermöglicht es den Sendern, größere Nischen zu bedienen und somit ihre Reichweite und Attraktivität auch für Werbetreibende zu erhöhen.“

Fachgespräch

medianet-Herausgeber Chris Radda, NRJ-Geschäftsführer Alexander Wagner, VÖP-Präsident und Kronehit-Geschäftsführer Mario Frühauf, Life Radio-Geschäftsführer Christian Stögmüller, Antenne-Chef Gottfried Bichler und RMS Austria-Geschäftsführer Joachim Feher im medianet-TV-Studio.

vor, die sich durch DAB+ für die Radiobranche ergeben – insbesondere in Perioden wirtschaftlicher Unsicherheit: „Gerade in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten ist es wichtig, mit neuen Formaten neue Zielgruppen ansprechen zu können und so neue Wachstumsmöglichkeiten zu eröffnen. So können wir mittel- und langfristig auch wirtschaftlich erfolgreicher weiter agieren.“ Kronehit selbst geht mit zwei nationalen und zwei regionalen Sendern an den Start.

Einen wesentlichen Aspekt beleuchtet Christian Stögmüller,

