

# „Fels in der Brandung“

Mit über drei Stunden durchschnittlicher täglicher Hörzeit in Österreich steht Radio noch immer auf Platz 1 der täglichen Mediennutzung.

## Gastbeitrag

••• Von Joachim Feher

WIEN. In einer von Industrie 4.0 und Disruption geprägten Zeit erweist sich das „alte“ UKW-Radio als bemerkenswert robust.

Während rundherum Print „ächzt und stöhnt“, dass immer weniger gelesen wird und die Werbeerlöse drastisch sinken, boomt auf der anderen Seite Bewegtbild immer stärker.

Das lineare Fernsehen jubelt über steigende Reichweiten, YouTube ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken, und bei Streaming-Plattformen freuen sich immer mehr User, selbst der Programmdirektor zu sein. Unaufgeregt und in den Augen vieler gar nicht hip, behauptet aber Radio seinen Platz. Mit über 3 Stunden durchschnittlicher täglicher Hörzeit in Österreich steht Radio noch immer am 1. Platz der täglichen Mediennutzung.

### Nebenmedium als Vorteil

Denn was man lang als Nachteil des Radios gesehen hatte – das typische Nebenbeimedium, wer sagt denn je, ‚jetzt setze ich mich mal für eine halbe Stunde hin und höre in Ruhe Radio‘, Ö1 und ähnliche Sender mögen hier eine Ausnahme sein –, erweist sich in unserem Multitasking-Zeitalter als immenser Vorteil. Radio im Hintergrund beim Checken des



© Panthermedia.net/istockphoto

### Im Fokus

„Gerade das Nebenbeimedium Radio erweist sich in unserer Multitasking-Welt als Vorteil“, so MediaCom-CEO Joachim Feher

News-Feeds, Radio beim Liken der Bilder der Freunde, Radio im Hintergrund bei der Jagd nach Pokemons geht wunderbar, und wie uns die Daten bestätigen, wird dies auch gern gemacht.

Radio ist eben *mehr* als Musik; kein Wunder, dass nun die globalen Musik-Streaminganbieter beginnen, auch Radioprogramme anzubieten. Den Unterschied zum reinen Musikhören macht die *Moderation*; sie schafft Nähe und Verbindlichkeit – Radio kann am Morgen mit Humor fantastisch Wecken oder die Menschen den Ärger im Stau vergessen lassen. Daher ist es nur logisch, dass Radiosender weltweit in Social Media sehr erfolgreich sind, denn dadurch kommen sie noch näher und direkter an die Hörer heran.

### Digitalisierung kommt

Selbstverständlich wird sich Radio auf Dauer einer Umstellung auf Digital nicht entziehen können; auch wenn DAB und DAB+ in Österreich ohne nennenswerte Bedeutung bei den Konsumenten

### Daten

Die Digitalisierung bringt laut Joachim Feher vor allem den Vorteil, dass künftig „Messen statt Befragen“ als Methode gilt.

in den Fachkreisen schon lang diskutiert und getestet werden, steht wohl in den nächsten Jahren die Umstellung bevor.

Höhere Effizienz für die Anbieter und der eine oder andere Mehrwert für den Konsumenten sind unschlagbare Argumente. Und hoffentlich gilt dann auch bei Radio ‚Messen statt Befragen‘ für die Reichweiterhebung, denn leider ist unser menschliches Gedächtnis nicht dafür gebaut, den gestrigen Tag in allen Details punktgenau wiedergeben zu können. In der Zwischenzeit freuen wir uns, dass nach dem Bekanntwerden der Manipulationen der GfK beim Radiotest nun die Sicherheit für valide Daten durch strengere Kontrollen und Prüfungen gegeben ist.

Und warum Radio zu jeder Zeit eine großartige Zukunft hat: Es regt die Fantasie der Konsumenten an wie kein anderes Medium.

Joachim Feher ist CEO der MediaCom, Österreichs größter Mediaagentur.



© MediaCom