



LOKALRUNDFUNKTAGE NÜRNBERG 6. - 7. JULI 2010

PRESSEMITTEILUNG, 06. Juli 2010

Radio & Social Media: Mit Facebook und Twitter auf Sendung, 15.00 – 16.00 Uhr

„Aufmerksamkeit generieren“ – wie Facebook und Co. die Vermarktungsstrategien des Hörfunks verändern

(mw) Sind die Social Media Plattformen nur ein Hype und werden überbewertet? Oder sind Facebook und Co. *die* Marketinginstrumente der Zukunft, auf die die Verantwortlichen der Hörfunkanbieter unbedingt setzen sollten, wenn sie auch weiterhin am Markt bestehen wollen? Darüber und über die Möglichkeiten, wie ein Markenauftritt beispielsweise auf Facebook konkret aussehen und erfolgreich gestaltet werden kann, diskutierten die WorkshopteilnehmerInnen.

Wie Jan-Boyke Seemann von den „Seebären“ aus Kiel ermittelte, sind zwar 82 Prozent der untersuchten Radiosender mit einer sogenannten Fanpage auf Facebook vertreten, jedoch haben diese im Durchschnitt nur 2400 Fans. Von Seiten der Sender sei der Wille zur Einbindung von Facebook und Co. zwar durchaus gegeben, jedoch müssten gerade online die einzelnen Zweige wie Vertrieb, Marketing und Redaktion noch enger zusammen arbeiten, um im Web2.0 auch Umsatz generieren zu können.

Wolfgang Struber von Radio Arabella Wien betont, dass alle, die die jüngere Zielgruppe erreichen wollen, zusätzlich zu einem guten Radioprogramm, auch auf den Social Media Plattformen präsent sein müssen. Deshalb lautet sein Erfolgsrezept, die Marke Radio Arabella in den Mittelpunkt zu stellen, die unterschiedlichen Marketinginstrumente und Übertragungswege zu vernetzen und dadurch die Kernbotschaften zu vermitteln. „Unser Ziel ist es, mit Hilfe von Facebook, Twitter, Flickr und Youtube Aufmerksamkeit zu generieren, die Menschen an unsere Marke zu binden und sie im Optimalfall wieder auf unsere Senderhomepage zurückzuführen.“

„Man muss als Sender da hin gehen, wo die Zielgruppe ist.“ So lautet das Credo von Thomas Wetzel von egoFM. Die Tatsache, dass sein Sender mit knapp 11.000 Fans fast genauso viele Befürworter auf Facebook wie durchschnittliche Radiohörer pro Stunde aufweist, zeigt, dass er mit dieser Einschätzung richtig liegt. Der Fokus der Social Media Aktivitäten von egoFM liegt ganz klar auf Facebook, denn dank der Funktion der Fanpages könne man auch mit einer kleinen Mitarbeiteranzahl online erfolgreich aktiv sein. „Facebook erleichtert es uns mit den Hörern in Kontakt zu treten, weil deren Hemmschwelle sinkt und sie sich viel eher trauen uns beispielsweise einen Musikwunsch auf die Seite zu posten, den wir dann wiederum schnell umsetzen können.“

Nicht immer, so gibt Dani Büchi von Energy Zürich zu, war ihm die Bedeutung von Social Media Plattformen für den Erfolg eines Radiosenders bewusst. So untersagte er vor einigen Jahren seinen Mitarbeitern, sich während der Arbeitszeit auf den sozialen Netzwerken aufzuhalten.

Als dann jedoch Energy Zürich der Konzessionsentzug drohte und sich auf Facebook Tausende von Hörern in Gruppen zusammenschlossen, um sich für den Fortbestand des Radiosenders auszusprechen, erkannte er das Potenzial bezüglich Hörerbindung und -Mobilisierung. Seitdem ist nicht nur das Verbot für die Mitarbeiter aufgehoben, sondern auch das Gesamtmarketingkonzept wurde sehr stark auf Online ausgerichtet. Konkret heißt dies, dass nun das ganze Spektrum der Marke Energy ausgenutzt wird, indem die Hörer beispielsweise dazu angeregt werden, aktiv mitzumachen und bei Diskussionen auf der Facebook-Fanpage von Radio Energy Zürich Kommentare zu schreiben oder auch mal nur den „Gefällt mir“-Button zu drücken.

Doch trotz der vielfältigen Möglichkeiten, die Social Media Plattformen den Marketingfachleuten eröffnen, sei für den Erfolg eines Senders immer noch der gute und überzeugende Inhalt entscheidend, so waren sich die Podiumsdiskussionsteilnehmer einig. Jedoch könnten Facebook, Twitter und Co. vor allem dabei helfen, die jungen Hörer, die sogenannten Digital Natives, die mit dem Internet und den Social Media Plattformen aufgewachsen sind, abzuholen und sie langfristig an den Sender zu binden.

Verfasserin: Miriam Wolf

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.lokalrundfunktage.de.