



Ihr Thema bundesweit

ON AIR

Warum Hörfunk-PR die optimale Kommunikationsmaßnahme für Sie ist

Rund 80 Prozent aller Deutschen schalten mindestens einmal pro Tag ihr Radio ein, dabei beträgt die durchschnittliche tägliche Hördauer vier Stunden.

Um die über 400 Radiosender und größeren Internetradios in Deutschland anzusprechen und Ausstrahlungen zu generieren, greift klassische Pressearbeit häufig nicht – vielmehr muss oft eine umfangreiche Vorarbeit für die Hörfunk-Journalisten geleistet werden. Genau an diesem Punkt setzt die Hörfunk-PR an.

Hörfunk-PR ist gezielt auf das redaktionelle Umfeld der Sender ausgerichtet und nicht auf den Werbeblock. Daher ist es wichtig, Kunden-Interessen an die Bedürfnisse der Radiosender anzupassen. Der Content muss für die Hörer interessant sein, jedes Thema braucht einen interessanten und möglichst aktuellen Aufhänger und das Material muss radiotauglich präsentiert werden.

Unsere Redakteure und Berater sind erfahrene Radioleute, die mit Ihnen zusammen nach einem Thema, einem Aufhänger und einer radiotauglichen Umsetzung suchen. Der Vorteil für Sie: Ihre Themen erhalten ein seriöses Gewicht, wie es mit Werbung nie erreicht werden kann. Denn Ihre Themen werden von den Hörern aufmerksamer wahrgenommen als Werbung.

› Referenzen

Der Audioservice der my communications GmbH hat sich als anerkannter Audiodienst für Beiträge aller Themenrichtungen etabliert. Zu unseren Kunden zählen u.a. die Agenturen:

Weber Shandwick, Ketchum Pleon, Zucker. Kommunikation, FAKTOR 3 AG, Serviceplan, MSL Germany, sowie auch die Unternehmen: DaWanda, Ubisoft, Playmobil, Ullstein Buchverlage, Delius Klasing und Outfittery.

»Wer möchte, dass über ihn gesprochen wird, muss erst einmal gehört werden!«

› Grundkonzept

Ihre Hörfunk-PR-Aktion ist als Informationsangebot für das Radio konzipiert. Die genaue thematische Ausrichtung wird von Ihnen vorgegeben. Sie bestimmen die Botschaften und vermitteln durch den Service-Charakter des Materials Expertenkompetenz. Den Radiosendern wird das Material kostenfrei zur Ausstrahlung angeboten. Mit der in der Auftragsbestätigung ausgewiesenen Endsumme sind alle Distributions- und Platzierungskosten abgedeckt.

› Gewinnspielaktionen

Um die Reichweite einer Aktion zu steigern, haben sich Gewinnspielkoppelungen als äußerst effektiv erwiesen. Hierfür stellt der Kunde etwa 20 Gewinnpakete zur Verfügung. Verlosungsaktionen dienen den Radiosendern zur Hörerbindung und erhöhen die Attraktivität der Audioangebote enorm. Voraussetzung für die Teilnahme am Gewinnspiel ist die Ausstrahlung des angebotenen Audiomaterials oder eine eigene redaktionelle Umsetzung des Themas mit zuvor vereinbarten Nennungen.

› Reichweiten

Produktionen ohne Gewinnspielkoppelung erlangen erfahrungsgemäß Reichweiten von rund einer Million Hörern in der Durchschnittsstunde. Deutlich darüber liegen Produktionen mit Gewinnspielangebot, die im Durchschnitt 1,5 bis 2 Millionen Kontakte aufwärts erzielen. Aufgrund langjähriger Erfahrungen können wir prognostizieren, ob ein Beitrag mit Erfolg läuft. Halten wir ihn für zu werblich oder vermissen wir einen aktuellen Aufhänger, empfehlen wir unseren Kunden, die kritischen Aspekte der geplanten Aktion noch einmal zu überdenken. Dadurch erzielen wir für jedes Projekt bestmögliche Reichweiten.

› Distribution

Das Material wird bundesweit, in der deutschsprachigen Schweiz und in Österreich per E-Mail angekündigt, auf unserem Portal www.myaudioservice.de zum Download bereitgestellt und auf Facebook exklusiv präsentiert. Im Rahmen des Intensiv-Senderkontakts werden Journalisten gezielt angesprochen. Unsere Senderbetreuer beraten, wie das Material bestmöglich im Radio verwendet werden kann. Im Schnitt werden pro Aktion 150–200 Telefonate geführt.

› Dokumentation

Zu jedem Projekt erhalten Sie nach rund zwei Wochen einen Zwischenstand und ersten Mitschnitt. Sechs bis acht Wochen nach der Distribution wird die Aktion mit einer detaillierten Auswertung über die erreichten Hörerzahlen abgeschlossen. Diese Dokumentation gibt Ihnen den Überblick über die Sendegebiets-, die Reichweiten der einzelnen Sender in der Durchschnittsstunde und ihrer Reichweite am Tag laut aktueller Media-Analyse (MA). Wir schlüsseln Ihnen auf, welcher Sender welche Art von Material ausgestrahlt hat. Außerdem erhalten Sie eine Übersicht der geografischen Verteilung nach Nielsen-Gebiet. Zudem stellen wir Ihnen möglichst viele Sendebelege in Form von Mitschnitten zur Verfügung.