

## Informationen zum Antenne Pressefrühstück am 26. APRIL 2001, 10.00 Uhr

Utl.: Antenne - die Nummer 1 der Privatradios =

Wien (OTS) - Die Antenne-Radios haben sich dazu entschlossen, unter der gemeinsamen Dachmarke "Die Antenne" näher zusammen zu rücken, sich in einheitlichem Design zu präsentieren und die Kooperationen sowie Synergien auf allen Ebenen zu verstärken. Mit dieser Entscheidung der Regionalradios

- Antenne Kärnten
- Antenne Salzburg
- Antenne Steiermark
- Antenne Tirol
- Antenne Vorarlberg und
- Antenne Wien

entsteht mit 1. Mai 2001 die größte in sich geschlossene Privatradiogruppe Österreichs. Die Antenne-Gruppe versteht sich (gemeinsam mit Life Radio als Partner) als die einzige nahezu flächendeckende und damit österreichweite Privatradiogruppe und damit als Alternative zu den Hörfunkprogrammen des ORF.

Die Nummer-1-Position unter den Privatradios ergibt sich aus der Leistungsstärke dieser Gruppe:

Die Antenne-Gruppe erreicht täglich 593 Tausend HörerInnen, das sind 37,2 % aller ÖsterreicherInnen, die täglich ein Privatradio hören. Unter Einschluß des mit der Antenne-Gruppe verbundenen Life Radio Oberösterreich beträgt der Anteil sogar 48,5 % aller täglichen Privatradio-HörerInnen (in absoluten Zahlen 776 Tsd. Personen).

In der durchschnittlichen Viertelstunde zwischen 06.00 und 18.00 Uhr werden regelmäßig 98 Tsd. HörerInnen erreicht, mit Life Radio 131 Tsd. HörerInnen. (die dargestellten Daten sind dem Radiotest Gesamtjahr 2000 entnommen und beziehen sich auf die Auswertungen Montag bis Sonntag, alle Altersgruppen).

Eine starke gemeinsame Dachmarke

Die Antenne-Gruppe hat die renommierte Agentur Euro RSCG mit der

Entwicklung einer Dachmarkenkonzeption beauftragt. Das optisch sichtbare Ergebnis ist die Vorlage eines gemeinsamen und einheitlichen Antenne-Logos, das in den Bundesländern Kärnten, Salzburg, Steiermark, Tirol, Vorarlberg und Wien gleichermaßen Verwendung finden wird. Das neue Logo ist eine zeitgemäße Fortentwicklung der in allen Bundesländern unterschiedlichen Logo-Varianten und knüpft an das zu allererst im Jahre 1995 von Antenne Steiermark präsentierte Bild an.

Die mit dem optischen Auftritt verbundene Botschaft ist unverändert:

Der schwungvolle rote Antenne-Schriftzug auf gelbem Hintergrund steht für Jugend, Schwung und Lebensfreude. Das einheitliche Erscheinungsbild gewährleistet für Hörer wie für Kunden eine emotionale Beheimatung unter dem Dach einer verlässlichen und erfolgreichen Radiomärke.

Die Dachmarken-Konzeption beinhaltet im laufenden Jahr mehrere Module:

- CD-Manual zur Absicherung des gemeinsamen Corporate Design in allen Darstellungen und Abbildungen.
- Entwicklung gemeinsamer Kampagnen für Plakat und Print.
- Einsatz eines TV- bzw. Kinospots in den Österreichfenstern von Privat-TV, im Kabelfernsehen sowie in den Kinos (Produktion Close up: Daniel Schmutzer, Regie: Philipp Kaiser, Länge 35 Sekunden).

Die regionale Identität als besondere Stärke

Die Regionalsender der Antenne-Gruppe leiten ihre besondere Stärke aus der Verwurzelung in ihrem Sendegebiet im jeweiligen Bundesland ab. Sie verstehen diese Regionalität nicht als Gegensatz zur einheitlichen Dachmarke, sondern vielmehr als mit besonderem Hörernutzen verbundenen Vorteil im Vergleich zu anderen Kooperationsformen, die von zentralistischem Denken und vorrangig von der Idee der Kostenminimierung getragen sind. Die Antenne-Radios sehen regionale Informationen und regionales Hörservice nicht als störende Wortteile, sondern als notwendige Ergänzung eines stark musikorientierten Radios, das sich als kurzweiliger Begleiter durch das Tagesgeschehen versteht. Die Radios der Antenne-Gruppe sind in den meisten Fällen die einzige und vor allem bedeutendste bundeslandweite Alternative zu den öffentlich rechtlichen

Hörfunkprogrammen.

Antenne-Gruppe mit gemeinsamen Sonderwerbformen und Promotions

Die Entwicklung der vergangenen Jahre hat deutlich gemacht, dass die werbung treibende Wirtschaft ein immer größeres Augenmerk der Abwicklung von Sonderwerbformen und Promotions widmet. Diesem werblichen Interesse über den klassischen Bereich hinaus kommt die nun neu etablierte Antenne-Gruppe entgegen. Unter dem kundenorientierten Motto "one face to the customer" ist es ab sofort möglich, österreichweite Promotions mit regionalen Inhalten redaktionell zu begleiten. Mit Coca Cola, Smart und Fiat wurden bereits beispielhafte Modelle entwickelt und umgesetzt.

Weitere Ziele gemeinsamer Aktivitäten:

- Aufbau einer gemeinsamen Veranstaltungsmarke unter dem Antenne-Dach
- Österreichweite Konzertangebote
- Aufbau eines österreichweiten Antenne-Clubs

Programmkooperationen

Die Antenne-Gruppe wird ab sofort alle Kooperationen in programmlicher Hinsicht verstärken. Dies gilt insbesondere für den Austausch von "contents" in redaktioneller Hinsicht, wie z. B. in den Bereichen Sport, Kino oder Musik.

In weiterer Folge ist auch die Übernahme von "Special-Interest-Sendungen" geplant. Ebenso wird es schrittweise zu einer Angleichung im "Sounddesign" und zu einem ständigen Informationsaustausch im Bereich Research (Marktforschung) kommen.

Rückfragehinweis: Antenne Wien  
Peter Don  
Tel: 01/21700-211

Antenne Steiermark  
Dr. Alfred Grinschgl  
Tel: 03136/505-100

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER

VERANTWORTUNG DES AUSENDERS \*\*\*

OTS0184 2001-04-26/13:53

261353 Apr 01

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20010426\\_OTS0184](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20010426_OTS0184)