

HORIZONT REPORT "Hörfunk-Marketing"

in HORIZONT 24 vom 12. Juni 2008
Anzeigenschluss: 22. Mai 2008
Druckvorlagenschluss: 5. Juni 2008

- Vorläufiger Themenplan -
- Änderungen/Ergänzungen vorbehalten

Gemeinsam stärker?

Über Erfolgsrezepte, Medienwandel und Massenzielgruppen.

Lieblingsmusik online:

Über Plattformen, die etablierten Hörfunkanbietern das Leben schwer machen können. Die Nutzer können sich dort ihre Lieblingsmusik selbst zusammenstellen.

Hallo Hörer:

Werbung in Webradios eröffnet dem Hörfunk neue Formen der Zielgruppenansprache.

Worüber man spricht:

Die Radiosender wollen sich wieder stärker mit Wortinhalten profilieren. Magazinsendungen, Comedy oder Hörersendungen werden wichtiger.

Wer hört zu?

Die Radionutzung von Jugendlichen ändert sich. Welche Auswirkungen hat das auf den künftigen Radiokonsum breiter Bevölkerungsgruppen?

Lokal ist Zukunft:

UKW-Frequenzen lassen sich heute leicht und zu geringen Kosten lokalisieren. Das eröffnet Lokal- und Regionalsendern neue Vermarktungschancen.

Strategiedebatte:

Große Hoffnungen werden auf die Vermarktung von Audioinhalten gesetzt. Aber was für Umsätze lassen sich mit Podcasts und Webradios erwirtschaften? Gehört die Zukunft der crossmedialen (Bildschirm)Kommunikation?

