Rundfunkwerbung

Kategorie
- Marketing

Zielgruppe
- Bürgerinnen und Bürger
- Pendler

Projektphase
- Umsetzung
- Fortsetzung

Quelle: Gesundheit / Getty Images

Was ist Rundfunkwerbung?

Bei der Rundfunkwerbung handelt es sich um Werbespots, die im Programm eines Radiosenders gesendet werden. Ein Radiowerbespot dauert üblicherweise 20 bis 30 Sekunden. Dabei können die Zuhörenden über ein neues Mobilitätsangebot informiert werden. Rundfunkwerbespots können aufgrund der weiten Verbreitung des Radios eine hohe Reichweite im Sendegebiet erzielen und Aufmerksamkeit bei den Zuhörenden schaffen.

Was sind die Vorteile der Rundfunkwerbung?

Die Radionutzung findet in der Regel parallel zu anderen Aktivitäten statt, wie z. B. Autofahren, Arbeit oder Zeitunglesen. Daher handelt es sich bei der Rundfunkwerbung um ein sogenanntes Nebenmedium und wirkt daher oft unterschwellig. Informationen können auf kreative Weise akustisch vermittelt werden und wirken damit emotionaler und lebendiger als beispielsweise Werbung in Printmedien.

Durch die Beschränkung auf das lokale Sendegebiet des Radiosenders ist sichergestellt, dass Werbebotschaften oder Informationen die Hörerinnen und Hörern vor Ort erreichen. Eine weitere Eingrenzung der Zielgruppe kann durch die Auswahl des Radiosenders und des Sendezeitpunkts erreicht werden.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Die Schaltung von Radiowerbespots ist in der Regel günstiger als ein Werbespot im Lokalfernsehen. Je nach Radiosender und Uhrzeit liegen die Kosten zwischen 50 Cent und 200 Euro pro Sekunde. Die Produktionskosten für einen Radiowerbespot sind in der Regel ebenfalls geringer als für einen TV-Werbespot.

Des Weiteren ist bei der Produktion zu beachten, dass die begrenzte Länge eines Werbespots im Radio eine Fokussierung auf die zentralen Inhalte erfordert, d.h. die Werbebotschaft sollte klar und

unkompliziert vermittelt werden. Dies ist bei Radiowerbung besonders wichtig, da keine visuellen Gestaltungselemente zur Verfügung stehen. Alle wichtigen Inhalte der Werbung müssen als Mono- oder Dialog den Hörerinnen und Hörern präsentiert werden.

Radiowerbung sollte in eine übergeordnete Marketing- und Kommunikationsstrategie eingebettet werden. Je nachdem welche Ziele diese Strategie verfolgt, können verschiedene Werbemaßnahmen im Rahmen einer Kosten-Nutzen-Analyse gegenübergestellt werden.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Es ist zu beachten, dass es sich bei einer Rundfunkwerbung um ein Zusatzmedium handelt. Das heißt, Radiowerbung dient primär dazu, die Werbebotschaften aus anderen Medien zu unterstützen und diese wieder in das Gedächtnis zu rufen. Aufgrund der unterschwelligen Wahrnehmung von Rundfunkwerbung ist es schwierig, allein durch die Verbreitung über das Radio genügend Aufmerksamkeit für ein Mobilitätsangebot zu erlangen. Da die Radiowerbung nicht durch Bilder oder Abbildungen unterstützt werden kann, sind komplexe und detailreiche Sachverhalte nur begrenzt kommunizierbar.

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Berichterstattung in Lokalmedien (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/berichterstattung-lokalmedien)
Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie)
Online-Werbung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/online-werbung)
TV-Werbung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/tv-werbung)
Zeitungs- und Zeitschriftenwerbung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/zeitungs-und-zeitschriftenwerbung)

Quellen

Klassische Werbung, 2020: Klassische Werbung. Zugriff: https://www.klassische-werbung.de* [abgerufen am 31.07.2023].

***Hinweis: Die Seite ist nicht mehr abrufbar (14.12.2023).**