

# RADIOCOM BRANCHENBETRACHTUNG: SOCIAL MEDIA UND RADIO 2.0



## Welche Ziele verfolgt bigFM im Social Web?

Für die RPR Sendergruppe ist Social Media kein Selbstzweck. Wir setzen „Facebook“, „Wer kennt wen“ und „Studi/SchülerVZ“ ganz gezielt ein, um zielgruppenspezifische Marken- und Senderbotschaften viral zu platzieren. Denn es gilt als unwidersprochen, dass Inhalte, die von Hörern respektive Nutzern weiterverbreitet werden, innerhalb der jeweiligen Community eine sehr große Glaubwürdigkeit erzielen. Diesen Vertrauensbonus kann sich aber nur der sichern, der auch hält, was er verspricht. So legen wir größten Wert darauf, dass unsere Botschaften auch wahrheitsgemäß umgesetzt werden, um die Bindung der Hörer zu fördern und ihnen auch einen klaren Vorteil zu bieten.

## Wie viele Facebook-Fans hat bigFM?

Gerade unser Produkt bigFM, der beliebteste Sender für Jugendliche und junge Erwachsene in Deutschland, verfolgt eine „Multi-Fanpage-Strategie“ mit bis zu 20 sendereigenen Fanseiten. Die Hauptseite bindet mittlerweile über 140.000 Fans. Die Gesamtsumme aller Seiten liegt bei über 350.000 registrierten Mitgliedern. Eine stattliche Anzahl, die täglich weiter anwächst.

## Lassen sich die Social-Web-Kontakte monetarisieren?

Eine solche Monetarisierung findet, wenn überhaupt, nur indirekt statt. Jedoch rücken diese Optionen bei der werbetreibenden Wirtschaft immer stärker in den Focus. Entsprechende Anfragen erreichen uns immer häufiger. Das

Interesse basiert auf dem großen Erfolg, den wir im Social-Web generiert haben. Einerseits durch unsere Kompetenz im Onlinebereich allgemein und speziell bei Social Media. Durch diesen Vorsprung generieren wir vermehrt Umsätze mit unseren gruppeneigenen Onlineangeboten.

Interview mit Aleksander Rustemovski, Leiter New Business geführt durch die Absatzwirtschaft

## Über die RADIOCOM S.W.

RADIOCOM S.W. ist der überregionale private Vermarktungsspezialist für Radiosender und crossmediale Werbeformen im Südwesten Deutschlands mit Firmensitz in Ludwigshafen. Neben den Hörfunkmarken Radio Regenbogen und bigFM Der Neue Beat in Baden-Württemberg haben auch die Sender RPR1., bigFM Hot Music und Rockland Radio in Rheinland-Pfalz sowie bigFM Saarlands Neuster Beat die RADIOCOM S.W. mit der Vermarktung ihrer Werbezeiten beauftragt. Die etablierten Sender sind in ihrem jeweiligen Sendegebiet überaus erfolgreich und erzielen insgesamt 821.000 Kontakte\* in der Ø Stunde.

\*Quelle.: ma 2011 II, BRD gesamt, Dspr. Bev. 10+, Ø-Stunde 6-18 Uhr, Mo-Sa, Bruttoreichweite

