

Stand: Mittwoch, 09-Apr-2008 23:04



## SCHLAGZEILEN

Berichte, Meinungen, Hintergründe, Satiren, Interviews  
Schick Dein Themenvorschlag einfach an: [jb@radioszene.de](mailto:jb@radioszene.de)

[RADIOFOREN](#)
[JOBS](#)
[GERÜCHTETICKER](#)
[AIRCHECKS](#)
[FOTOS](#)
[LINKS](#)
[KONTAKT](#)
[HOME](#)
[SCHLAGZEILEN](#)
[PRESSESPIEGEL](#)
[BITTER LEMMER](#)
[FEATURES](#)
[TERMINE](#)
[JINGLES](#)
[VIDEOS](#)
[CLAIMS](#)
[BILLBOARDS](#)
[LIVESTREAMS](#)
[PERSONALITIES](#)
[BUCHTIPPS](#)
[MEMOS](#)
[CD-TIPPS](#)
[PRESSE](#)
[ÜBER UNS](#)
[MEDIADATEN](#)

### Florian Novak: „Wollen Mai oder Juni on Air gehen“



LoungeFM wird noch vor dem Sommer in Oberösterreich über UKW und österreichweit über DVB-H zu hören sein. Werner Reichel hat mit Florian Novak über LoungeFM, Digitalradio und die Zukunft von UKW-Radio gesprochen.

#### **Seit einigen Tagen kann man LoungeFM via derstandard.at hören, wie sind die ersten Reaktionen?**

Das erste Feedback ist sehr, sehr gut. Wir haben auf einer der größten Informationsplattformen im Internet eine sehr prominente Präsenz. Die Menüpunkte in der schwarzen Menüleiste wurden erweitert. Bereits in den ersten Minuten und Stunden war bemerkbar, was hier abgeht. Das spannende am Radio im Internet ist, wir können alles, was die Hörsituation betrifft, sehr genau verfolgen. Wir sehen ganz genau, von wann bis wann wie viele unterschiedliche Menschen unser Programm hören und ich kann zumindest soviel sagen, wir haben unsere Reichweite vervielfacht.

#### **Was sind die Ziele der Zusammenarbeit von LoungeFM und derstandard.at?**

Wir merken, dass acht Jahre nach dem Platzen der dot-com-bubble tatsächlich das Thema Internet die österreichischen Haushalte erreicht hat. Ob es das Küchengerät ist, das sozusagen 10.000 Radiosender aus der ganzen Welt empfängt oder der PC am Arbeitsplatz. Das gute alte Radio über UKW hat auch Alternativen und die wollen wir nutzen. Wir fahren ja unser Programm seit zweieinhalb Jahren im Internet und merken, dass es sich sehr gut entwickelt. Wir haben mit der Integration auf derstandard.at für uns einen enorm wichtigen strategischen Schritt gesetzt, um hier österreichweit ein Radioprogramm, ein Radioangebot, eine Radiomarkte aufzubauen und dabei ist derstandard.at ein ganz wesentliches Mosaiksteinchen am Weg zu einer österreichweiten Relevanz.

#### **Bleiben wir gleich bei einem weiteren Mosaiksteinchen. LoungeFM wird aller Voraussicht nach noch vor der EURO 08 über DVB-H österreichweit zu hören sein. Welche Erwartungen haben Sie in Bezug auf Reichweiten und auf die Wirtschaftlichkeit?**

Die Digitalisierung in Europa zeigt, dass die Voraussetzung für eine erfolgreiche mobile Alternative zu UKW leistbare Endgeräte heißt. Mit der Konzeption von DVB-H, so wie es in Österreich aufgesetzt wird, glaube ich, dass das gelingen wird. Ich glaube, dass - anders als in Deutschland - DVB-H hier der Wegbereiter für digitales mobiles Radio sein wird. Damit schlagen wird der Frequenzknappheit auf UKW ein Schnippchen, weil es jetzt eine Chance auf mehr Angebote geben wird. Ich gehe davon aus, dass die Einführung von digitalem Radio am Handy ein Erfolg wird. Dafür gibt es mehrere Gründe: neben dem leistbaren Empfangsgerät auch die Tatsache, dass Handys im Schnitt alle 18 Monate ausgetauscht werden. Wir merken auch, dass diese Geräte als Radioempfangsgerät extrem attraktiv sind. Ich sage das sehr wohl in dem Bewusstsein, dass DVB-H Radio und Fernsehen bringen wird. Ich glaube, dass das Radio sehr große Aufmerksamkeit genießen wird.

#### **Für die Anbieterseite, den Gerätehersteller und den Netzbetreiber, ist Radio**

**via DVB-H neben TV nur ein Anhängsel. Sie glauben, dass Radio über DVB-H eine größere Bedeutung erlangen wird?**

Absolut. Ich glaube, dass die Industrie hier Fernsehen überschätzt und Radio unterschätzt. Das heißt nicht, dass wir nicht glauben, dass Fernsehen über Handy kein attraktives Angebot ist. Nur, in Zeiten wo der Flachbildschirm immer größer wird, sind dem Video am Handy augenscheinlich Grenzen gesetzt. Ich glaube, dass ähnlich wie beim iPod, der seit Jahren auch Videos abspielen kann und sich dennoch als Audioabspielgerät etabliert hat, wir das auch beim Handy erleben werden. Ich glaube aber schon – und da ist Ihre Einschätzung richtig, dass die Industrie die Attraktivität von Radio unterschätzt und dass es hier zu mancher Überraschung kommen kann, weil möglicherweise die Handyuser nicht ganz so reagieren, wie sich das die Mobile-Operator vorstellen. Ich glaube aber, dass alle am Ende happy sein werden. Ich möchte auch dazusagen, dass wir aus internationalen Studien wissen, dass Radio im Vergleich zu TV am Handy zumindest bei offenen Befragungen als attraktiver empfunden wird und dass die Verweildauer bei Radio nachweislich länger ist. Was nicht verwunderlich ist, denn wann habe ich tatsächlich Zeit über Handy länger fernzusehen? Wenn ich nicht gleichzeitig die Möglichkeit habe, den Fernseher aufzudrehen – vielleicht an der Bushaltestelle, aber sobald ich unterwegs bin – ist Radio das ideale Angebot über das Handy.

**Machen wir eine Blick zurück zu dem Verbreitungsweg, über den Radio hauptsächlich konsumiert wird, zu UKW. Der Bundeskommunikationssenat hat die Zulassung für LoungeFM in Oberösterreich bestätigt. Wie schaut hier der Fahrplan aus?**

Wir warten derzeit auf das grüne Licht der Technikfirma um loszulegen. Der Plan ist, dass wir im Mai/Juni on Air gehen wollen. Ein softer Launch im Vorfeld der EM und mit sehr vielen Guerilla-Begleitmaßnahmen, um unsere Zielgruppe in einem extrem attraktiven Sendegebiet zu erreichen. Mit Linz, Wels und Steyr erreichen wir 1,2 Millionen Ohren. In einem Gebiet, wo wir sehr stark spüren, dass uns sehr viele Hörerinnen und Hörer sehnsüchtig erwarten. Wir bekommen auch sehr viele Mails, in denen wir genau diese Frage gestellt bekommen.

**Wird sich das Programm von LoungeFM in Oberösterreich von jenem Programm, das im Internet zu hören ist oder über DVB-H zu hören sein wird, unterscheiden?**

Wir glauben, dass LoungeFM als Marke einem klaren Versprechen folgen muss. Pointiert formuliert lautet dieses Versprechen „Listen & Relax“. Dieses Versprechen wollen wir sowohl mit dem österreichweiten Angebot einlösen, als auch mit dem in Linz, Wels und Steyr. Es wird aber ein 24 Stunden Programm in Oberösterreich sein, das eigens für den oberösterreichischen Markt gestaltet sein wird. Aus mehreren Gründen: Radio ist das Fenster zu Welt und das wollen wir auch in der lokalen Perspektive. Konkret: die Information wird – ebenso wie die Serviceelemente, Wetter und Verkehr – starken Lokalbezug haben.

**Wie lässt sich das Programm von LoungeFM am besten charakterisieren?**

Wir spüren eine Sehnsucht am Markt, die sich sehr gut umschreiben damit lässt, dass viele die Nase voll haben, von den besten Hits der 80er und 90er. LoungeFM setzt hier auf eine Alternative, die sich nicht daran orientiert, dass man das Genre und die Songs bereits kennen muss, um sie zu schätzen. LoungeFM setzt auf „Listen & Relax“. Auf einer oberflächlichen Ebene könnte man sagen, LoungeFM verspricht Entspannung beim Radiohören. In der Musik, wenn man sie in Schubladen kategorisieren will, heißt das Chillout, Lounge, Smooth Jazz und Downbeat, wobei uns das weniger kümmert, als die richtige musikalische Intensität. In sich ist LoungeFM sehr abwechslungsreich, indem es sich aus unterschiedlichen Kategorien bedient. Wobei wir auch auf eine Abwechslung in den unterschiedlichen Tageszeiten im Broadcast-Management Wert legen. Stationvoice ist Dieter Moor, der unserem Programm ein Gesicht und seine Stimme gibt. Und was uns wichtig ist, dass gerade mit unserem Erwachsenwerden – mit dem jetzigen UKW-Angebot – der Bereich Nachrichten eine größere, eine prominentere Rolle spielen wird. Trotz oder gerade wegen des Versprechens „Viel Musik wenig Wort“ legen wir sehr viel Wert auf qualitativ hochwertige Angebote, auf informative, pointiert formulierte Angebote. Ich glaube, dass es uns gelingen wird, als Privatsender hier erstmals auch wieder auf eine

sehr hörbar spürbare Weise ein Premium-Angebot auch im Informationsbereich zu liefern.



Florian Novak (Lounge FM Head of Operations)

**Inwieweit trifft der Claim „Listen & Relax“ auch auf den Wortanteil zu?**

Das ist eine sehr gute Frage. Der Wortanteil hat sehr viel mit Listen zu tun, die Musik mit Relax. Also, wenn man in Krisenzeiten Nachrichten hört, ist das Leben auch oft kein Hit. Trotzdem wird hier journalistisch ausgewogen und objektiv berichtet. „Listen & Relax“ ist hier kein Dogma. Wir wollen das Versprechen und auch die Notwendigkeit, dass sich unsere Zielgruppe informiert fühlt, bedienen. Das heißt konkret, dass wir merken, dass wir auch Nachrichtenlieferant sein werden, der in einer vertrauten und tradierten, aber sehr auf unsere Zielgruppe abgestimmten Weise - abseits von „Listen & Relax“ - informiert.

**Moderation ist kein Thema?**

Moderation ist ein Thema, wobei wir aber auch sagen, wir haben aus dem Privatrado der letzten zehn Jahre gelernt. Wir fangen in der Struktur sicherlich nicht groß an und bauen dann ab, sondern wollen in den nächsten Jahren mitwachsen. Möglicherweise ist nicht jede Moderation live, aber im Laufe der Zeit wird das ein Thema sein, dass es mehr zu hören gibt, was die Moderation betrifft. Es muss allerdings immer daran gemessen werden, ob es einen Mehrwert bietet. Es darf nicht zum sinnlosen Gelaber verkommen. Das interessiert heute niemanden mehr.

**Noch vor dem Sommer wird LoungeFM über UKW, DVB-H, Internet und Handynetze empfangbar sein. Sind weitere Verbreitungswege geplant oder denkbar?**

Alles was wirtschaftlich vertretbar ist, um an die Ohren der Österreicherinnen und Österreicher zu kommen, verfolgen wir konsequent. Das heißt konkret, wir streben Kabelverbreitung an, sowohl analog als auch digital. Wir stoßen auch hier auf Interesse bei den Kabelbetreibern. Einerseits, weil es hier ein Premium-Radioangebot gibt, das man gratis im Kabel anbieten kann und in einem stärker werdenden Kampf um die letzte Meile, einfach einen Beitrag zu mehr Attraktivität im Kabelnetz leistet. Wir wollen österreichweit über Kabel verbreitet werden, da gibt es ganz gute Gespräche. Und wir denken laut nach, ob wir uns nicht – angesichts der in den letzten

Tagen präsentierten, starken digitalen Sat-Verbreitung - den Luxus einer Sat-Verbreitung leisten können und wollen.

### **Wie wird LoungeFM vermarktet werden?**

LoungeFM verfolgt eine sehr klassische Vermarktungsmethode. Es wird in Oberösterreich einen Lokalverkauf geben. Es wird die Möglichkeit geben LoungeFM über die RMS zu buchen, jedenfalls in Oberösterreich und möglicherweise auch österreichweit. Zusätzlich zur lokalen Vermarktung wird es eine österreichweite Vermarktung geben. Auch im Zusammenspiel mit der Präsenz auf [derstandard.at](http://derstandard.at) merken wir, dass die Premiumpositionierung für viele Werbekunden extrem attraktiv ist. Wenn es uns gelingt, entsprechende Reichweite auch nachzuweisen, steht einem Erfolg nicht viel entgegen. Ich möchte aber natürlich nicht die Augen davor verschließen, dass unsere Strategie ganz klar sein muss, dass wir in der Struktur sehr schlank und überschaubar bleiben.

### **Wo wird LoungeFM in fünf Jahren stehen?**

Ich glaube, dass wir in den nächsten 12 Monaten ein ganz kräftiges Lebenszeichen von uns geben werden, dass LoungeFM österreichweit Relevanz bekommt. Das sehen wir mit einer gewissen Demut vor für uns immer noch sehr großen Wettbewerbern wie Krone Hit, aber doch auch aus der klaren Erkenntnis heraus, dass die neuen Übertragungsmöglichkeiten ein Vakuum entstehen lassen, um hier österreichweite Angebote zu haben. Das Beispiel DVB-H zeigt, dass sehr viele der lokalen UKW-Anbieter gar nicht so gut gerüstet sind, um österreichweit ein Player zu sein.

In fünf Jahren, also im Jahr 2012, wird LoungeFM definitiv in weiteren Städten über UKW zu empfangen sein. Da verfolgen wir eine Landeshauptstadtstrategie, natürlich schielend auf Graz, aber wir geben auch die Hoffnung auf Wien nicht auf. Ganz im Gegenteil! Ich glaube, dass wir beweisen werden, das Wien uns braucht.

Ich glaube aber auch, dass für Lounge FM, dem Markenverständnis eines Multimediums folgend - sozusagen aus einer Tradition heraus - das Thema Online extrem wichtig bleibt. Wir sehen da große Chancen, haben unsere Hausaufgaben auch ganz gut gemacht und denken über eine Präsenz von [lounge.at](http://lounge.at) nach. Ich schließe auch nicht aus, dass hier das Thema der visuellen Unterhaltung, das Musikfernsehen, möglicherweise im Zusammenhang mit LoungeTV ein Thema werden kann. Ob das in fünf Jahren bereits soweit ist, hängt davon ab, ob die Rahmenbedingungen passen, weil wir schon der "Eins nach dem Anderen-Philosophie" folgen. Aber ich glaube, dass sich die Marke Lounge nicht auf Radio beschränken muss.

### **Wie wird sich Ihrer Meinung nach das Verhältnis beim Radio zwischen UKW und den anderen Verbreitungsarten entwickeln?**

Für mich ist dies eine spannende Frage rund um das Thema „10 Jahre Privatrado“, wenn ich zurückblicke, sozusagen meine Sorgen vor 10 Jahren, wo spürbar war, die Digitalisierung kommt und was heißt das für UKW, wird es in 10 Jahren noch UKW geben. Darüber muss ich jetzt schon lachen. Ich glaube, dass die vergangenen 10 Jahre eine gute Lektion waren. Meine Einschätzung ist, dass UKW in den nächsten 10 Jahren - um nicht zu sagen Jahrzehnten - ein extrem attraktives Medium bleibt. Aus mehreren Gründen glaube ich, dass Radio eine goldene Zukunft vor sich hat. Aufgrund seiner Begleitfunktion beim Konsum anderer Medien kann Radio eine ganz wichtige Rolle spielen - zum Beispiel beim Internetsurfen. Ich glaube auch, dass das für die Werbewirtschaft interessant ist. Während hier ganz klar die Investitionen in die Printmedien unter Druck kommen werden - auch das Fernsehen wird mit seinem linearen Programmangebot und seinem klassischen Werbeblock ein Problem bekommen - glaube ich, dass das Radio an sich extrem attraktiv bleiben wird.

**Herr Novak, vielen Dank für das interessante Gespräch.**

### **(WR/RADIO SZENE)**

#### **Audio:**



[RADIO SZENE-Interview mit Florian Novak \(mp3\)](#)

**Link:**

[Lounge.fm](#)

Design © 2003 by U. Köring. All Rights Reserved.  
Radioformat- und Produktionsberatung,  
Bahnstr. 3b, D-47551 Bedburg-Hau  
E-Mail: [jb@radioszene.de](mailto:jb@radioszene.de)