

**Neupositionierung** LoungeFM erweitert neben seinem Musikrepertoire auch sein multimediales Angebot österreichweit

# Radiosender LoungeFM dreht auf

Radiosender will auf nationaler Ebene ausbauen und dabei auch die eigene Marke stärken.

ELGIN FEUSCHAR

**Wien.** Wirft man einen kritischen Blick auf die österreichische Radiolandschaft, erkennt man schnell, dass sich bei den etablierten Sendern des Landes eine gewisse Konformität eingeschlichen hat. Das 2005 gegründete LoungeFM hat es sich daher in den vergangenen Jahren zur Aufgabe gemacht, sich musikalisch und medientechnisch als Innovator und Alternative am Markt zu etablieren.

Im Juni diesen Jahres erweitert LoungeFM nun sein Portfolio gleich auf mehreren Ebenen. Nach dem Motto „Vom Relax-Sender zur Wohlfühlmarke“ findet in diesen Tagen eine Adaption des Programms statt, so Geschäftsführer Florian Novak.

„Chilliger Pop, loungiger Swing und Easy Listening“, begleiten laut Novak nun die Informationsoffensive im UKW-Angebot. Gleichzei-

der Drivetime Show am Nachmittag zusammen. Unverändert werden nationale und internationale Nachrichten in Kooperation mit derstandard.at zur vollen Stunde gesendet und liefern dabei einen elementaren Bestandteil des Programms.

Teil der Neupositionierung ist es, auch im Web stärker vertreten zu sein und unter der Dachmarke LoungeFM mehr Angebote aufweisen zu können. Auch das Musikportfolio wird ausgebaut und es sind weitere digitale Spartenkanäle unter derselben Dachmarke in Planung. Ein entsprechender nationaler Roll-out mit zusätzlichen

Frequenzen in den sechs größten Landeshauptstädten ist bereits im Gange. Damit will man weitere Hörer gewinnen und neue Werbepartner ansprechen und ihnen ein Angebot machen können, so Novak. „Wir sehen uns als Premium Radio und wollen ein wertiges Umfeld für Premium-Marken schaffen“, erklärt der Geschäftsführer abschließend zur aktuellen Positionierung am Markt.

## Alternative Geburt

Novak selbst kann auf 15 Jahre Senderbestehen zurückblicken und erinnert sich noch an die Anfänge,

als ob es gestern gewesen wäre. Die Grundidee für ein Gegenstück zum damals bestehenden Angebot am Radiomarkt hatte er bereits im Jahr 1998. Den eigentlichen „Chill-out-Gedanken“ im Radio konnte er indes erst Jahre später mit der Gründung von LoungeFM umsetzen.

Aktuell zählen 100.000 Österreicher zur wöchentlichen Hörschaft des Radiosenders. „Die UKW-Reichweite ist für uns sozusagen noch der große Bringer, aber wir leben in einer veränderten Medienwelt und diese wird auch durch unsere Multiplattformen repräsentiert“, so Novak.



Florian Novak, Privatradiopionier und Geschäftsführer von LoungeFM.

„Wir werden auch älter.

Wir sind als Zweisitzer gestartet und haben nun in einem Viersitzer Platz für die erweiterte Familie geschaffen.“

FLORIAN NOVAK, GF LOUNGEFM

tig soll eine Senderfamilie im Web künftig für noch mehr Programmvielfalt sorgen.

Diese frische Denkrichtung ist auch abgestimmt mit dem neuen Partner, dem *Weekend Magazin*, welcher sich Ende 2013 an der Lounge FM Familie mit 50% beteiligt hat. Bei dem Radiosender etwa verspricht man sich von der Partnerschaft mit dem Weekend Verlag eine gute Zusammenarbeit und zusätzlich die entscheidende Zündstufe für ein Etablieren in den österreichischen Landeshauptstädten.

## Synergien nutzen

Novak selbst sieht die Partnerschaft als „große Stütze“, um den Radiosender weiter voranzutreiben. „Radio ist hierzulande noch sehr regional gedacht und das wollen wir ändern. Wir wollen ein urbanes, familienfreundliches, erwachsenes Radio sein, das sich von Charts und Hits absetzt und einen Mehrwert schafft“, so der Eigentümer über die künftigen Ziele des Radiosenders.

Als Medienunternehmen hat sich das *Weekend Magazin* von einem klassischen Printunternehmen über die Jahre ebenfalls repositioniert und kann nun mit LoungeFM auf Synergien mit einer Radioplattform in seinem Repertoire setzen.

Diese Konvergenz bietet crossmediale Möglichkeiten für beide Beteiligten, so die Partner unisono. LoungeFM will sich in Zukunft verstärkt mehr als Wohlfühl-Marke etablieren und baut auf seine bestehende Hörer-Community auf. Das UKW-Programm setzt sich zukünftig aus der Moderation einer eigenen Morningshow und

[www.popupagency.at](http://www.popupagency.at) / [mail@popupagency.at](mailto:mail@popupagency.at)

Wien, 13. 06. 2014

An alle,

Wir suchen Menschen, die von Kommunikation begeistert sind\*, die ihre Köpfe für 24h zusammenstecken und einfach eine lässige Agentur sind.

Der Auftrag: Eine City Light-Kampagne für Wien.

Der Auftraggeber: W24 - das Wiener Stadtfernsehen.

Und damit auch wirklich alle etwas davon haben: Das erste Briefing, das es auch in gesungener Form gibt! Das und mehr auf [www.popupagency.at](http://www.popupagency.at).

Unter anderem kann man sich dort gleich online bewerben.

Das Honorar richtet sich nach den tariflichen Standards.



\* Kreative, Kundenberater/-innen, Planer/-innen, Mediaplaner/-innen, Producer/-innen, Künstler/-innen, Musiker/-innen, Nerds, Digitalisten/-innen, Mobilisten/-innen ...



**DAS ERSTE  
GESUNGENE  
BRIEFING!**



POP/UP/AGENCY