

Roman M. Koidl
Radio Business

Roman M. Koidl

Radio Business

Radiostationen unternehmerisch führen

GABLER

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Koidl, Roman M. :

Radio Business : Radiostationen unternehmerisch führen /

Roman M. Koidl. – Wiesbaden : Gabler, 1995

ISBN-13: 978-3-322-84682-2 e-ISBN-13: 978-3-322-84681-5

DOI: 10.1007/978-3-322-84681-5

© Manzsche Verlags- und Universitätsbuchhandlung, Wien 1995

Softcover reprint of the hardcover 1st edition 1995

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen der Bertelsmann Fachinformation.

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1995



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Höchste inhaltliche und technische Qualität unserer Produkte ist unser Ziel. Bei der Produktion und Verbreitung unserer Bücher wollen wir die Umwelt schonen: Das Buch ist auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Die Einschweißfolie besteht aus Polyäthylen und damit aus organischen Grundstoffen, die weder bei der Herstellung noch bei der Verbrennung Schadstoffe freisetzen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

ISBN-13: 978-3-322-84682-2

*Meinen Eltern
Dorothee und Gerd Koidl
sowie meiner Großmutter
Maria Kölschbach*

Herzlichen Dank für die Unterstützung bei
meiner Arbeit an diesem Buch an

Anya Schutzbach,
meine Lebensgefährtin, für Liebe, Geduld und Rat.

Dr. Natalie Püttmann,
die als freie Lektorin mein Buch zweimal äußerst
zuverlässig überarbeitet hat.

die Mitarbeiter
meiner Unternehmensberatung Koidl & Cie. Management
Consultants GmbH, Frankfurt,
für ihre Hilfe, insbesondere Sabine Floeth.

Inhaltsverzeichnis

I.	Die vierte Dimension	11
A.	Die Ubiquität des Radios	11
B.	Radio im täglichen Gebrauch.....	13
II.	Strategieansätze	19
A.	Corporate Identity	19
	Die Unternehmensleitlinie • Strategieformulierung	
B.	Markenpositionierung	31
	Alleinstellungsmerkmal: Name • Alleinstellungsmerkmale: Slogan und Logo • Corporate Design	
III.	Management Konzept.....	41
A.	Grundsätze des Radio-Managements.....	41
	Unternehmenshierarchien	
B.	Personal.....	48
	Mitarbertypen • Frauen beim Radio • Stellenbeschreibungen • Aus- und Fortbildung	
C.	Marktforschung	71
	Hörergewohnheiten • Techniken zur Messung von Erfolgsquoten • Strukturdatenerhebung • Ratings	
D.	Sales	93
	Sales-Abteilung • Organisation und Planung • Buchen und Schalten • Besser Verkaufen • Verkaufsunterlagen • Agenturen und Vermarktungsgesellschaften • Sonderwerbformen	
E.	Marketing	134
	Marketing-Mix • Klassische Kommunikation – Werbung • Durchführung einer Werbekampagne • Public Relations • Trade Marketing	
IV.	Promotions	161
A.	Verkaufsförderung als Schnittstelle	161
B.	Off-Air-Promotions	170
C.	Tie-In-Promotions.....	181
D.	On-Air-Promotions	192
	Zusammenfassung	201
	Literatur- und Quellenverzeichnis	205
	Abbildungsverzeichnis	206
	Bildteil nach Seite	112