

Das Radio – ein aussterbendes Werbemedium?

Mit einer knapp einhundertjährigen Geschichte, gehört das Radio zu den ältesten aller Medien. Durch seine Vielseitigkeit erfreut sich das Radio, auch heute noch, an großer Beliebtheit. Das Massenmedium wird, neben der Nutzung als Unterhaltungsmittel und Parallelmedium, auch von vielen Unternehmen als Werbemittel genutzt. Aufgrund stetiger Digitalisierung und Weiterentwicklung behauptet ein großer Teil der Gesellschaft, dass der Hörfunk in den kommenden Jahren der daraus entstehenden Konkurrenz weichen muss. Dennoch hat sich der Hörfunk bis zur heutigen Zeit beständig bewährt.

Bleibt das Radio als Medium und zugleich als Werbemedium bestehen?

Diese Betriebswirtarbeit beschäftigt sich damit, zu zeigen, dass Werbemaßnahmen im Hörfunk auch im Jahr 2020 ein wichtiger Baustein des Marketings sind. Entgegen der ständigen Modernisierung der Medien und somit neuaufkommender Konkurrenten, kann sich das Radio, bereits seit mehreren Jahrzehnten, immer wieder aufs Neue behaupten. Doch warum ist das so?

Anhand eines Experteninterviews beim privaten Hörfunksender Antenne 1, sowie durch die Auswertungen einer Umfrage, beantwortet diese Arbeit die obig gestellte Leitfrage. Des Weiteren zeigt die Betriebswirtarbeit eine Empfehlung für ein Unternehmen, welches akustische Werbung plant. Außerdem wird die Zukunftsentwicklung des Marketings im Hörfunk thematisiert.