



PublicRadio

Uns hören Sie mehr als Sie denken

1. Was ist PR im Radio?

PR im Radio ist die Platzierung von redaktionellen Inhalten im Hörfunk. PublicRadio hat sich darauf spezialisiert und ist seit fast 20 Jahren am Markt.

2. Welche Möglichkeiten habe ich?

Erfolgreiche Hörfunk-PR bedingt, dass ein Programmzulieferer – und als diesen verstehen wir uns – verschiedene Dienstleistungen für einen Radiosender im Angebot hat und diese auch gezielt im Sinne des Auftraggebers einsetzt. Warum? Weil das Programm eines Radiosenders aus unterschiedlichsten Stilmitteln besteht und diese möglichst umfassend bedient werden müssen.

Deshalb bauen wir im Wesentlichen auf fünf PR-Instrumente:

- *Audio-Pressedienst*: Das ist ein Hörfunkbeitrag mit O-Tönen, der max. 1'45 lang sein sollte
- *PinnWand*: Ein wöchentlich erscheinendes Verbrauchermagazin, das aus vier bis fünf 30sekündigen Meldungen besteht (ohne O-Töne). Geeignet für kurze PR-News.
- *InterviewStaffel*: Die Vermittlung von Radiointerviews bei öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosendern zu aktuellen, verbraucherorientierten, aber auch wirtschaftspolitischen Themen. Der Experte (Kunde) sollte medienerfahren sein.
- *O-Ton-Service*: Ist ein vorproduziertes Interview mit einzelnen, aktuellen O-Tönen, die den Nachrichtenredaktionen zur Ausstrahlung angeboten werden.
- *Podcasts*: Sind z.B. über iTunes abonnierbare Audio-Dateien. Auf unserer mp3-Tankstelle www.SoundFacts.de stehen für Verbraucher zu verschiedenen Rubriken (z.B. Computer, Medizin, Forschung, Politik, Sport, Unterhaltung etc.) über 3.000 Audio-Dateien zum Download bereit. Im Januar 2008 verzeichnete SoundFacts.de den 1 millionsten Besucher. PublicRadio produziert Podcast-Serien im Ratgeberstil oder auch in Verbindung mit Hörfunk-PR-Aufträgen.

3. Wie ist der Erfolg?

Entscheidend sind das Thema, eine professionelle redaktionelle und technische Umsetzung (keine Telefon-O-Töne!) und – ganz wichtig – der direkte Kontakt zu den Redakteuren. Sie sind ebenso Kunden und wollen auch so behandelt werden! Die Redaktionen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch bedient.

Zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit gehören also weder das „blinde“ Versenden von CD's noch Telefoninterviews oder etwa ein mp3-Downloadangebot im Internet, das den Sendern O-Ton-Sequenzen en Block anbietet.

Service ist mindestens genauso wichtig. „Klicken, laden, senden“ – so ist unser Audio-Portal für Radiojournalisten www.O-Ton-Service.de aufgebaut. Überzeugen Sie sich selbst!

4. Wie laufen die Produktionen ab?

Neben dem Thema brauchen wir von Ihnen lediglich einen/oder mehrere Gesprächspartner, die als Interviewpartner zur Verfügung stehen müssen. Die Ausarbeitung der Interviewfragen, die Durchführung der Interviews, die Erstellung des redaktionellen Beitrages, die Produktion, der Vertrieb, die nachweisbare abschließende Dokumentation und optional ein Podcast: All' dies sind Leistungen, die Sie bei uns aus einer Hand bekommen.

5. Wie wird mein Thema den Radiosendern angeboten?

Ausschließlich telefonisch. Die Redakteure können bei uns Ihren Beitrag bestellen – so wie sie es wünschen, per mp3, MD oder CD. Und natürlich auch ablehnen. Das vermeidet im Übrigen „digitale Müllberge“ und damit Frust bei den Sendern. Und spart Kosten. Apropos Kosten: Sämtliche Produktionen werden den Radiosender **kostenlos** zur Ausstrahlung angeboten.

Der Newsletter-Versand über unser Audio-Portal www.O-Ton-Service.de erfolgt nur an Redaktionen, die sich bei uns angemeldet haben. Jeglichen „Blindversand“ (Bewerbungs-E-Mails oder Faxrundrufe etc.) lehnen wir ab!

6. Welche weiteren Vertriebswege gehören noch zu moderner Hörfunk-PR?

Wer den „Air-Check“ bei den Sendern bestehen will, muss im Internet präsent sein. Deshalb haben wir seit März 2003 mit www.O-Ton-Service.de ein reines Infoserviceportal speziell für Hörfunkredaktionen und Radiojournalisten aufgebaut. Es zählt mit seinen über 2.000 Radiobeiträgen, O-Tönen und Verbrauchertipps wohl zu den größten Audio-Datenbanken in Deutschland.

Von dieser nahezu täglich „frischen“ Hörfunkplattform laden sich öffentlich-rechtliche und private Sender monatlich rund 1.000 digitale O-Töne bzw. 2.000 Moderationstexte herunter (Durchschnittswerte seit März 2003).

Darüber hinaus erstellt *PublicRadio* Podcasts (Zweitnutzung), die auf unserer Plattform www.SoundFacts.de veröffentlicht und natürlich auch dem Kunden zur Verfügung gestellt werden.

7. Welche Hörerquoten erreiche ich?

Im Schnitt erreichen Sie bei uns eine Nettostundenreichweite von 1,5 Millionen. Die Tagesreichweite liegt bei ca. 8-10 Millionen.

8. Wie lese ich die Dokumentation?

Dies ist ein Thema, dem wir uns ausführlich gewidmet haben. Lesen Sie dazu mehr unter „Hörerkunde“ auf dieser Webseite. Fragen Sie immer nach den „echten Hörern pro Stunde“ (Nettostundenreichweite). Nur diese Zahl gibt Aufschluss über die tatsächliche Quote! Daneben erhalten unsere Kunden eine Auswertung inklusive Senderkarte in schriftlicher und, wenn gewünscht, in digitaler Form – „echt“, unverfälscht und in Farbe.

9. Mit wem arbeitet PublicRadio zusammen?

Zu unseren Kunden zählen Ministerien und Verbände, Unternehmen und namhafte PR-Agenturen, die auf PublicRadio als Spezialdienstleister zurückgreifen.

10. Was kostet Hörfunk-PR?

PR im Radio ist bei PublicRadio ab ca. 2.000 Euro möglich.

11. Was muss ich tun, um ins Radio zu kommen?

Sie rufen uns an und wir sprechen dann gemeinsam die Möglichkeiten durch. Denn auch die Beratung ist wichtig. Neben den redaktionellen Dienstleistungen platziert PublicRadio auch Gewinnspiele und vieles mehr. Ganz auf Ihre Wünsche ausgerichtet!