

Medien



Kunde

Hessischer Rundfunk, Frankfurt

Jan Vorderwülbecke (Leiter YOU FM), Christoph Hammerschmidt (Leiter Unternehmenskommunikation Hessischer Rundfunk), Nora Löhlein (Marketing YOU FM)

Agentur

Lukas Lindemann Rosinski GmbH, Hamburg

Achim Rietze (Head of Strategy), Janosch Eink (Planner), Jan Hoffmeister, Tim Esser, Markus Kremer, Thomas Heyen (Creative Director), Sina Ferraro (Copywriter), Moritz Frehse, Dominik Geiger (Art Director), Janine Hardich, Katrin Wecker (Account Management)

Reinventing Radio

Marktsituation

Neustart.

YOU FM. Die junge Welle des Hessischen Rundfunks drückt auf Neustart. Mit neuem Markenauftritt und neuem Programm sollen neue junge Hörer in Hessen erreicht werden.

Eine große Aufgabe für den kleinen öffentlich-rechtlichen Sender. Denn die allgemeine Radionutzung stagniert und digitale Alternativen wie Spotify und Soundcloud boomen. Die neuen interaktiven Möglichkeiten sind Teil des Alltagslebens der jungen Hessen und lassen das klassische Radio alt aussehen. Digital gewinnt – das klassische Radio verliert.

Zudem gibt es mit Planet Radio und Hit Radio FFH zwei starke private Radiomarken im Rhein-Main-Gebiet. Die Hörerreichweite innerhalb der Kernzielgruppe der 14-29-Jährigen: YOU FM hat 27.000 Hörer pro Stunde und im Vergleich zum Vorjahr 15 % verloren. Der Hauptwettbewerber Planet Radio hingegen kommt auf 57.000. (Quelle: Radio MA 2012 I)

Ein weiterer Grund: YOU FM fehlt das richtige Image. Die Marke wird in Folge ihres überbunten Auftritts als zu pubertär wahrgenommen. Nach dem Motto: „YOU FM? Das ist eher was für Teenies, die Bravo lesen. Aber nix für mich.“ (Quelle: Insight Forschung 2012)

Herausforderung: Mehr Hörerreichweite. YOU FM vom klassischen Radio zur interaktiven Radiomärke machen, die das hellwache Lebensgefühl der jungen Hessen aufgreift.

Ziele

Ziel 1: Image-Alleinstellung als „Sender, bei dem man die Musik selbst bestimmen kann.“

Ziel 2: Identifikation schaffen: 50 % Zustimmung zu „Passt zu meinem Lebensgefühl“.

Ziel 3: Mindestens 20 % gestützte Claim-Bekanntheit für „Music like Me“.

Ziel 4: Online-Interaktion: 50.000 Votes monatlich über das neue Voting-Tool.

Ziel 5: Digital-Shift: Erhöhung der Musik-Stream-Nutzung um 30 % bis 2014.

Ziel 6: Hörer-Involvement: Interaktionsrate auf Facebook um 20 % steigern.

Ziel 7: Wichtig: Die Hörer-Reichweite bei den 14-29-Jährigen um 20 % erhöhen.

Ziel 8: Effizienter Mitteleinsatz: Ziel pro 1 Euro Media-Invest sind mindestens 15 neue Hörer pro Tag.

Medien

Zielgruppe

Kernzielgruppe sind die „Zielstrebigen Trendsetter“

Junge Hessen im Alter von 14 bis 29 Jahren mit hellwachem Lebensgefühl. Sie streben nach Selbstbestimmung, wollen ihre Jugend aber nicht ganz hinter sich lassen. Haben einen hohen Bildungsgrad. Über 50 % sind bereits berufstätig. Partys, Fashion-Trends und neue Musik wecken ihre Neugier. Sie wollen vor der Welle des Mainstreams sein. 98 % sind online. Sie nutzen täglich Facebook und hören Musik über ihr Smartphone. Über 70 % der jungen Leute nutzen digitale Musikdienste. (Quelle: MNT 2.0 & Ipsos MediaCT)

Kreativstrategie

Unsere Innovationsstrategie – „Reinventing Radio“. Zur Repositionierung des Senders setzen wir auf das Lebensgefühl der Zielgruppe und ihr Wunsch nach Mitbestimmung.

Optimierung durch Innovation:

Wir wollten das Radio neu erfinden. Dazu entwickelte YOU FM einen neuartigen digitalen Service. Und machte ihn zum Herz der YOU FM-Webseite und Radio-App: Zum ersten Mal können Hörer die On-Air-Musik in Echtzeit liken oder disliken. Egal ob sie in der Uni oder auf dem Weg zur Arbeit sind, sie bestimmen die Playlist. Die Moderatoren bekommen das Hörer-Feedback in Echtzeit und optimieren ihr Programm. Je beliebter ein Song, desto öfter hört man ihn.

YOU FM will keine bloße Werbung, sondern die Hörer zum Mittelpunkt der Marke machen. Das interaktive Programm erweckt den neuen Claim zum leben: „Music like me. YOU FM“



YOU FM

Aktivierung durch Identifikation:

Der neue Auftritt der Radiomarkte zeigt junge Hessen, die auf einem weißen YOU FM-Board kreativ und plakativ zum Ausdruck bringen, was Musik von heute für sie bedeutet:

„Nicht alles was am Main läuft ist Mainstream.“ / „Big Beats statt Bad Banks!“ / „Wer morgens oft neben sich steht, muss wenigstens nicht alleine tanzen.“

Die Hörer – aber auch Künstler, die den Sender besuchen – generieren eigene Botschaften und agieren als glaubwürdige Botschafter. Ob Webseite, App, im Studio, auf Facebook oder den Plakaten: Alles ist individuell gestaltet. Ein Auftritt, der die Diversität der Region feiert. Und ein Identifikationsangebot, auf das die jungen Hessen mit Likes und Loyalität reagieren.



Mediastrategie

Produkt, Marketing und Kommunikation verschmelzen zum neuen YOU FM – dem „Social Radio“. Medial konzentriert sich der Sender auf zwei Ziele.

Reichweite: YOU FM zum Gesprächsstoff auf der Straße und im Netz machen.

Die Kombination von Out-of-Home und digitalen Medien lässt den neuen YOU FM-Auftritt in Hessen erstrahlen. Ob als City Light an der Bushaltestelle, an der Litfasssäule vor der Uni oder im Newsfeed der Facebook App: YOU FM ist da, wo sich die junge Zielgruppe austauscht.

Interaktion: Echte Hörerbindung für YOU FM in den sozialen Medien schaffen.

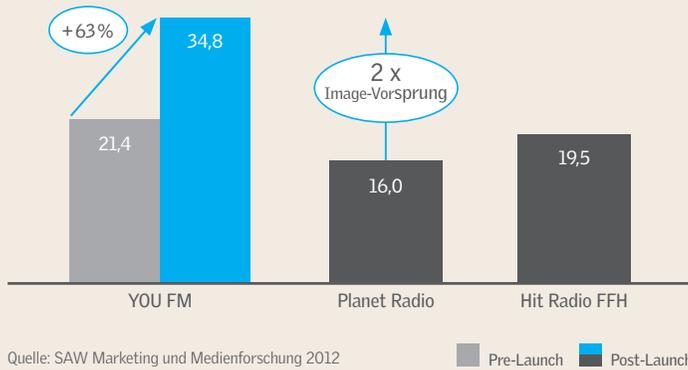
Das innovative digitale Voting-Tool auf der YOU FM-Webseite und der Radio-App führt zu hohem Online-Engagement und echter Interaktivität. Auf Facebook wird der Dialog mit markengerechtem Content weitergeführt. Dieser findet seinen Weg zurück ins Programm.

Medien

Ausgewählte Ergebnisse

YOU FM schafft Image-Alleinstellung über Interaktion

Spontane Nennung „Sender, bei denen man die Musik selbst bestimmen kann.“
14–29-Jährige Hessen (8 Wochen nach Launch), in %

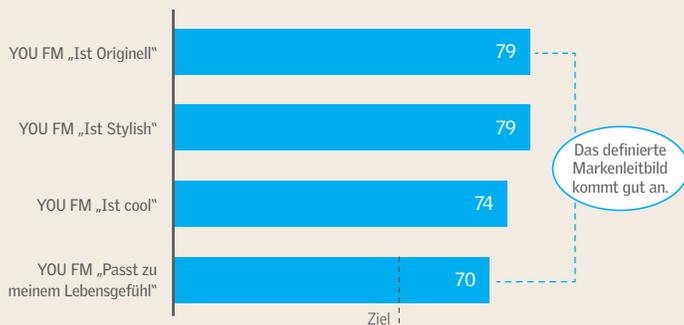


Erfolg 1: YOU FM ist die interaktivste Radiomärke!

Der kleine öffentlich-rechtliche Sender verweist die großen Privaten Planet Radio und Hit Radio FFH auf den zweiten und dritten Platz. Und ist nun unangefochtener Wahrnehmungsführer bei der spontanen Nennung: „Ein Sender, bei dem man die Musik selbst bestimmen kann.“

Der neue Markenauftritt trifft den Nerv der Zielgruppe

Eigenschaftsprofil YOU FM: Zustimmung der 18-29-Jährigen Hessen (8 Wochen nach Launch), in %

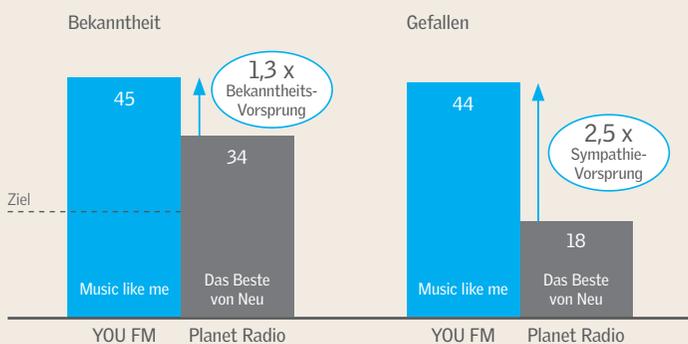


Erfolg 2: Hohe Zustimmung zum neuen YOU FM Markenauftritt.

Die jungen Hessen identifizieren sich mit dem neuen YOU FM. Das angestrebte Image setzt sich durch und gibt der Marke ein starkes Profil. So gelingt es erfolgreich sich als ein Original zu positionieren, das „stylish“ und „cool“ ist und zum eigenen Lebensgefühl passt.

Der neue Claim setzt sich in der jungen Zielgruppe durch

Bekanntheit und Gefallen bei den 14–29-Jährigen Hessen (8 Wochen nach Launch), in %



Erfolg 3: „Music like me“ erreicht 45 % Claim-Bekanntheit.

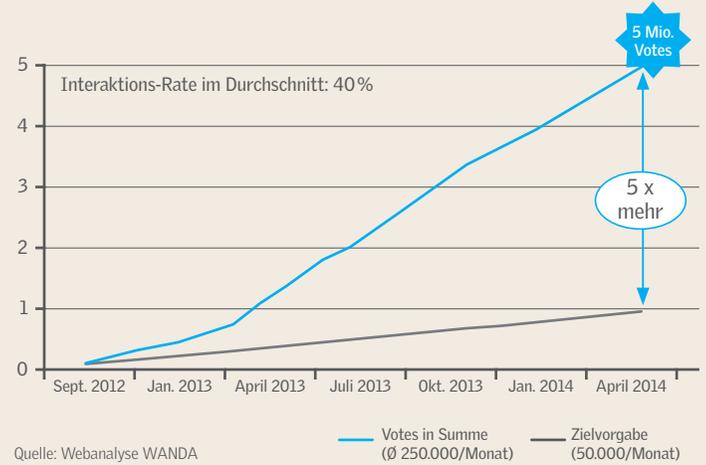
Der neue YOU FM-Claim „Music like me“ erzielt bereits nach acht Wochen eine gestützte Claim-Bekanntheit von 45 %. Der zur gleichen Zeit mit gleichem Geld eingeführte Claim des Hauptkonkurrenten erreicht 34 %. Und: Der neue YOU FM-Claim gefällt mehr als doppelt so gut.

Erfolg 4: Mehr als fünf Million Votes mit dem neuem Tool.

Der Wunsch der jungen Hessen nach einer interaktiven Radiomarkete zeigt sich in der Nutzung des neuen Voting-Tools. Ziel waren 50.000, erreicht haben wir 250.000 Votes dank einer hohen, durchschnittlichen Interaktionsrate von 40 %. Bis April 2014 sind es stolze fünf Millionen Votes.

Fast jeder Zweite nutzt das neue Voting-Tool

Voting-Tool-Nutzung total und Interaktionsrate: Votes/Visits (App & Website), in Mio.

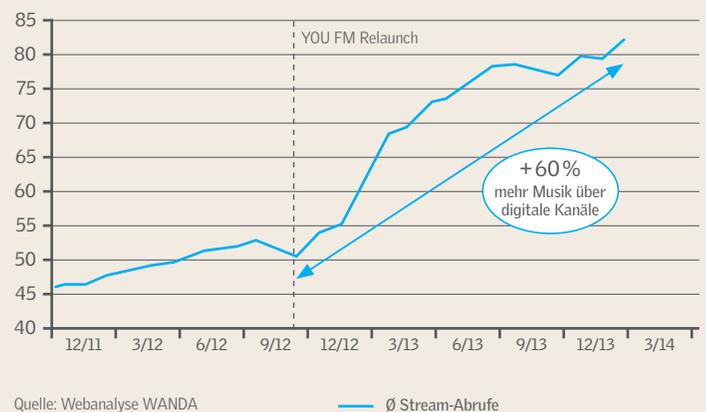


Erfolg 5: Über 60 % mehr Musik über die digitalen Kanäle.

Der rasante Anstieg in der Musik-Stream-Nutzung zeigt: Heute bedient YOU FM den Wunsch der jungen Hessen nach einem interaktiven Umgang mit ihrer Musik. Sie streamen den Sender auf allen digitalen Endgeräten und zeigen damit, dass YOU FM Spotify & Co. die Stirn bieten kann.

Die Musik-Stream Nutzung steigt nach Relaunch massiv

Ø YOU FM Musicstream-Abrufe pro Tag (Website und App), in Tsd.

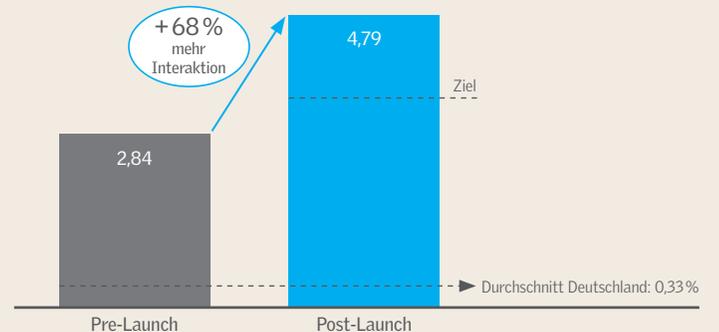


Erfolg 6: Fast 70 % höheres Engagement auf Facebook.

Kein One-Hit-Wonder: YOU FM überzeugt nachhaltig im digitalen Raum. Die neue Nähe, Identifikation und Relevanz zeigt sich im hohen Anstieg der Interaktion auf Facebook. Liegt der deutsche Durchschnitt hier bei 0,33 %, so erreicht YOU FM: 4,79 %. (Quelle: Socialbakers 2013)

YOU FM kann die Interaktion auf Facebook um fast 70 % erhöhen

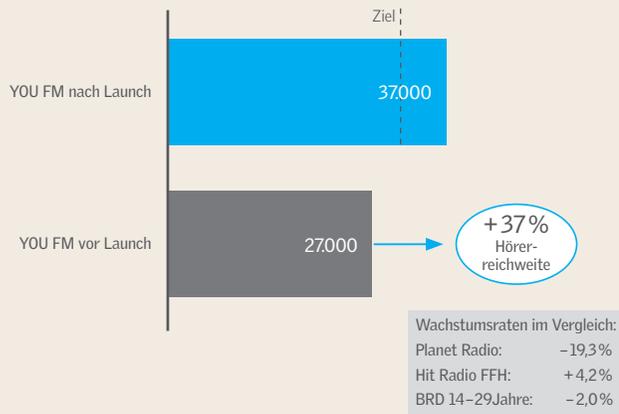
Ø Engagement Rate (daily engaged users/lifetime likes) Ø 1.Jahr vor vs. Ø seit Launch, in %



Medien

Die Reichweite in der Kernzielgruppe wächst um fast 40 %

Ø Hörer pro Stunde vor und nach Launch (MA 2014 I vs. MA 2012 I)



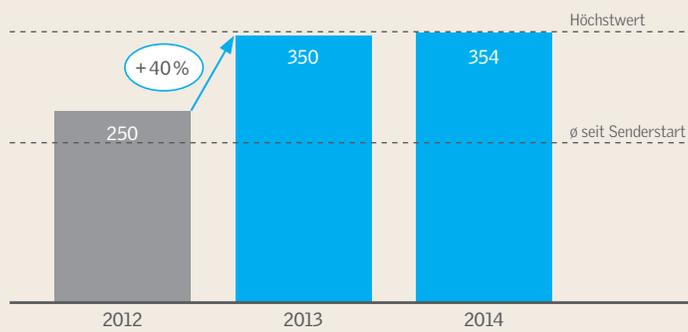
Quelle: AS&S MA 2014 I

Erfolg 7.1: Fast 40 % mehr Hörerreichweite für YOU FM.

Das wichtigste Ziel des kleinen Senders wurde mehr als erreicht. Der Abwärtstrend aus 2012 ist gestoppt! Die Marke wächst um stolze 37 % in der Kernzielgruppe und das gegen einen gesamtdeutschen Negativtrend von -2 % bei den jungen Hörern.

YOU FM erzielt die höchste Hörerreichweite seit Senderstart

Werktägliche Hörerreichweite seit 2004, in Tsd.



Quelle: AS&S MA 2014 I

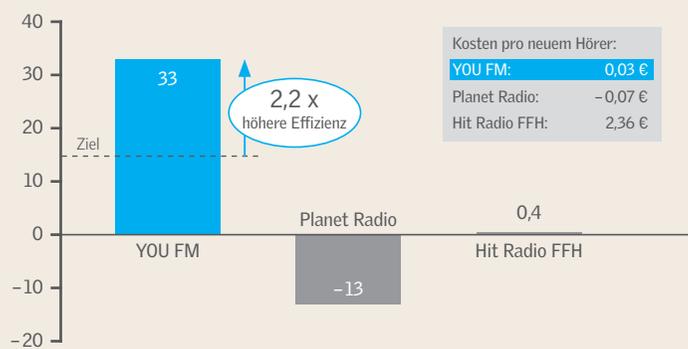
■ Pre-Launch ■ Post-Launch

Erfolg 7.2: Rekord! YOU FM hat mehr Hörer als je zuvor!

2012 noch mit Verlusten, schafft YOU FM die Trendwende und erzielt nach rasantem Wachstum 2013 im Jahr 2014 sogar einen Höchstwert. Mehr als 40 % Wachstum der Hörerreichweite in der Gesamtbevölkerung seit Relaunch sprechen für das neue YOU FM.

YOU FM gewinnt pro 1 Euro Media-Invest 33 neue Hörer

Hörer Zuwachs pro Tag 2012-2014/Brutto-Spendings 2012-2014



Quelle: Mediaplus, Nielsen

Erfolg 8: YOU FM ist Effizienzsieger.

Die öffentlich-rechtlichen Gebührengelder wurden effizient eingesetzt. Mit einem Zuwachs von 33 Hörern pro Euro ist YOU FM mit Abstand Effizienzsieger in Hessen. Großer Applaus. Das Ziel wird dabei um das 2,2-Fache übertroffen.

YOU FM

Fazit

Hitverdächtig: Die Neuerfindung einer kleinen Radiomärke.

Mit einer konsequenten Repositionierung beweist YOU FM die Innovationsfähigkeit einer öffentlich-rechtlichen Marke. Produkt, Marketing und Kommunikation verschmelzen zum neuen YOU FM – dem „Social Radio“. Auf glaubwürdige und partizipative Weise wird das Lebensgefühl und der Wunsch nach Selbstbestimmung der jungen Hessen aufgegriffen. Dadurch gelingt es, die Marke nachhaltig mit neuem Leben und neuer Relevanz zu füllen:

- > **Rekord: Höchste Hörerreichweite seit Senderstart.**
- > **Über 100.000 neue Hörer für YOU FM.**
- > **Mehr als fünf Million Votes übers neue Voting-Tool.**
- > **Über 60 % mehr Musik über die digitalen Kanäle.**
- > **70 % höhere Facebook-Engagement-Rate.**
- > **Image-Alleinstellung als das Innovationsradio.**
- > **Stolze 45 % gestützte Claim-Bekanntheit.**
- > **Effizienzsieger mit 3 Cent pro neuem Hörer.**

Der Mut zur Veränderung zahlt sich aus. Der Abwärtstrend aus 2012 ist gestoppt. Die Hörerreichweite bei den jungen Hessen wird um fast 40 % gesteigert. Und das gegen den gesamtdeutschen Abwärtstrend bei der Radionutzung.

YOU FM - Radio Reinvented.

