

Das kleine

Life Radio abc

Aufsager: Ein von einem Programmmitarbeiter gesprochener Text in den Nachrichten oder im Flächenprogramm.

Affinität: Die Affinität zeigt die Nutzung eines Werbeblocks durch eine bestimmte Zielgruppe im Verhältnis zur Nutzung des Werbeblocks durch die Gesamthörer.

Backseller: Nachberichterstattung auf ein Ereignis oder eine bereits durchgeführte Berichterstattung im Programm. Diese kann entweder in Form einer Moderation oder eines produzierten Beitrages erfolgen.

Beitrag: Spezielle Form einer Berichterstattung. Ein Beitrag wird von einem Programmmitarbeiter erstellt, wobei sich O-Töne und Sprechtexte des Programmmitarbeiters abwechseln. Bei Life Radio haben Beiträge eine Maximallänge von 1:30 Minuten.

Claim: Subzeile des Sendernamens. Wird häufig dazu genutzt, das besondere Anliegen des Senders zu transportieren. Life Radio: Mehr Musik mehr Tirol.

Dj: Discjockey. Sorgt für die richtige Musik bei Veranstaltungen, kann teilweise als Animateur das Publikum „anheizen“, ist aber kein Moderator.

Dropper: Das sind vorproduzierte, kurze, gesprochene Hinweise und Nennungen. Zumeist handelt es sich dabei um Sendungsnamensnennungen oder Senderkennungen.

Effizienz: Als Effizienz bezeichnet man den an der Wirtschaftlichkeit gemessenen Erfolg von Werbemaßnahmen.

Fallzahl: Anzahl der in einem bestimmten Gebiet befragten Personen (Radiotest).

GRP Gross Rating Point: Messgröße zur Bestimmung des Werbedrucks, Bruttoreichweite in Prozent; ist der Anteil aller erreichten Personen multipliziert mit den Durchschnittskontakten.

Hinweis redaktionell: Außerhalb eines klassischen Werbeblocks wird ein Hinweis gegeben. Das kann im Flächenprogramm, in den Nachrichten oder im Veranstaltungskalender sein.

Homepage: Die Life Radio Internetseite www.liferadio-tirol.at

Infotrailer: Im Infotrailer können detaillierte Inhalte und Informationen transportiert werden. Sie bieten redaktionellen Charakter im werblichen Umfeld.

Intro: Ein kurzes (ca. 5 – 10 Sekunden) vorproduziertes Element, welches ein Werbe- oder Programmelement einleitet.

Jingle: Produzierte, mit Musik unterlegte Signation – Wiedererkennung.

Kampagne: Eine Kampagne umfasst alle für ein Produkt in einem bestimmten Zeitraum getroffenen Werbemaßnahmen.

Kontakt: Ein Kontakt ist dann gegeben, wenn eine Person in der relevanten Zielgruppe mit dem Hörfunkspot und somit mit der Werbebotschaft erreicht wird.

Life Radio: Tirols Musiksender

Link: Hinweis auf eine andere Homepage.

Marktanteil: Ist der prozentuelle Anteil am Hörermarkt.

Nachrichten: Unsere Nachrichten (immer 5 Minuten früher informiert) zur vollen Stunde mit allen wissenswerten Informationen aus Tirol und der Welt und zur halben Stunde mit allem Wissenswerten aus Tirol.

Nennung: Die Nennung eines Sponsors bedeutet, dass der Name des Sponsors und ggf. bei spezieller Vereinbarung auch eine Zusatzinfo on air genannt werden.

O-Ton: Ein kurzer (ca. 20 Sekunden Länge) Originalton eines Interviewpartners, der in Programminhalte (Verkehr/Wetterservice/ Nachrichten/Flächenmoderationen) eingebaut werden kann.

Outro: Ein kurzes (ca. 5 – 10 Sekunden) vorproduziertes Element, welches ein Werbe- oder Programmelement beendet.

Promo (Promotionspot):

Ein Promo dient zur Ankündigung von Promotions und Events. Es werden die Inhalte der jeweiligen Aktion vor bzw. während des Promotionzeitraums kommuniziert.

Radiotest: Im Radiotest werden die Radionutzungsdaten der österreichischen Bevölkerung ab 10 Jahre erhoben. Die Befragung erfolgt mittels telefonischer Interviews, wobei jährlich 24.000 (das sind 70 pro Tag) Interviews durchgeführt werden.

Reminder: Wird eingesetzt um einen Hörfunkspot nochmals in Erinnerung zu rufen; bei der Buchung eines Spots und eines Reminder Spots wird dazwischen ein Fremdsport platziert.

Single Spot: Ein Hörfunkspot, der in einem Werbeblock alleine steht; die Platzierung dieses Singlespots ist kurz vor den Nachrichten zur vollen und auch zur halben Stunde.

Sponsoring: Ist eine Möglichkeit, eine Werbebotschaft in Form einer Nennung des Firmennamens und eines kurzen Zusatzes bei Programmelementen und -promotions anzubringen.

Teaser: Kurzer, gesprochener oder vorproduzierter Hinweis auf ein später folgendes Werbe- oder Programmelement.

TKP Tausend-Kontakt-Preis: Der TKP zeigt, wie viel der Kontakt einer Werbebotschaft mit 1.000 Personen kostet. Radiowerbung ist eines der kostengünstigsten Medien.

TRW Tagesreichweite: Bei der Tagesreichweite handelt es sich um die HörerInnen, die einmal täglich einen Sender hören.

Umfrage: Ein Programmmitarbeiter sammelt Meinungen von Passanten zu einem bestimmten Thema und schneidet einige Äußerungen direkt hintereinander. Diese Umfragen geben ein Stimmungsbild wieder, ohne den Anspruch auf Repräsentativität zu haben.

Url: www.liferadio-tirol.at

V-Tipps: Veranstaltungshinweise täglich 2 x, jeweils 1 x am Vormittag und 1 x am Nachmittag; redaktionell aufbereitete Tipps zu den wichtigsten Veranstaltungen in unserem Bundesland.

Verkehrsservice: Die Life Radio Stauschau mit allen aktuellen Staumeldungen und Informationen über Radarkontrollen; jeweils halbstündlich im Anschluss an die Nachrichtensendungen in Zusammenarbeit mit dem ÖAMTC.

Viertelstundenreichweite: Die Viertelstundenreichweite ist die durchschnittliche Reichweite in den Stunden zwischen 6.00 und 18.00 Uhr. Entweder ist der Durchschnitt von Montag bis Freitag oder Montag bis Sonntag ausgewiesen. Es ist in der Hörfunkwerbung eine wichtige und übliche Messgröße zur Erleichterung des Vergleichs der Reichweiten der Radiosender untereinander.

Werbeplan: In übersichtlicher Form dargestellte Leistungsaufstellung.

WHK Weitester Hörerkreis: Der weiteste Hörerkreis ist die Anzahl der Personen, die den Radiosender innerhalb der letzten Woche mindestens eine Stunde gehört haben. Der WHK ist die Summe von Stammhörern (ca. 50 % der TRW) und Gelesenhörer.

Zielgruppe: Ist jene Gruppe der Bevölkerung, die der Radiosender besonders erreichen will oder als Hörerschaft hat. Life Radio Zielgruppe: 14 bis 49 Jährige.

Life
RADIO