

Autor: Heinz Duschanek

An: Gerhard Weis, HI
Karl Matuschka, TD
Bogdan Roscic, Ö3
Monika Brass, Ö3

Ö3 im Internet

Die physikalische Struktur des Internet liefert eine Grundlage für neue Medien, die sich als unübersehbare Bestandteile der Gesellschaft etabliert haben. Sei es die E-Mail (electronic mail), auf die niemand mehr verzichten will, der sie einmal benutzt hat, sei es das World Wide Web (WWW) mit seiner bunten Unüberschaubarkeit und seinem Informationsgehalt, sei es das Usenet mit den rund 12.000 Diskussionsforen und Tauschzentralen.

Allgemeines

Es ist damit zu rechnen, daß die Dienste des Internet bereits in den Haushalten der nahen Zukunft zum Alltagsleben zählen. Die heranwachsende Generation will nicht mehr darauf verzichten, Medien und Produzenten von Soft- und Hardware tun mit Berichterstattung und Werbung ihr übriges. Es gibt zwar Wirtschaftskreise, die am Überleben des Internet zweifeln, doch diese pessimistischen Prognosen entbehren jeder Grundlage. Denn gemeint ist das Engagement von Unternehmen, die vorwiegend am direkten Verkauf im Netz interessiert sind.

Die Kosten der Errichtung des Internet haben jedoch die Industriestaaten aus Forschungsmitteln beglichen, da das Netz ursprünglich das wichtigste Kommunikationsmittel zwischen Universitäten war, und das wird es auch bleiben. Der eventuelle Rückzug von Firmen, die ihr Angebot im Netz nicht aus dem Verkauf von Produkten per E-Mail finanzieren können, bedeutet daher nicht gleichzeitig den Untergang des Internet und den Rückbau von Datenleitungen. Ö3 verfolgt im Netz primär andere Interessen als den Direktverkauf, und kann nicht mit solchen Unternehmen verglichen werden.

Ö3 im Netz

Angesichts der kommenden Konkurrenzsituation im Radiobereich muß es das unbedingte Ziel von Ö3 sein, Hörer, die ihre Aufmerksamkeit vorwiegend oder ausschließlich auf Konkurrenzsender richten, zumindest an weitere Ö3-Angebote zu binden. Neben Außenaktionen wie Mountain- oder Beachmania ist das Internet, im speziellen das World Wide Web, ein nicht zu vernachlässigender Ansatz. Damit hat Ö3 die Möglichkeit, wieder in Haushalte zu dringen, die dem Ö3 Radioprogramm keine Beachtung mehr schenken. Es ist das erklärte Ziel jeder Ö3 Internet-Aktivität, den Einschaltimpuls zu erhöhen.

Der Status Quo

Ö3 hat sich schon seinen Platz im WWW gesichert und ist daraus nicht mehr wegzudenken. Obwohl die derzeitigen Ö3-Seiten von unerhörter grafischer Anspruchslosigkeit sind, werden die Seiten von den Usern mit einer Schulnote zwischen Sehr Gut und Gut benotet (ca. 1,8).

Die Hauptgründe dafür sind:

- Verweise auf andere attraktive Web-Seiten (Firmen, Universitäten und Privatpersonen),
- das Angebot der Ö3 Austria Top 40 (auch international hoch angesehen!),
- die Veröffentlichung von Hörerbriefen (die nicht vorhandene Zensur ist gerade im Internet im Sinne der Free-Speech ein absolutes Muß),
- die Veröffentlichung der Coverstory aus dem Club Ö3 Magazin,
- und ganz allgemein das deutlich erkennbare Zeichen, daß ein eventuell unnahbar scheinendes Ö3 die Kommunikation mit seinen Hörern und den Usern nicht scheut, sondern sogar noch sucht (siehe dazu auch die Ö3 Hörerbriefe im WWW). Punktuell sind die Hörer am inhaltlichen Aufbau der Ö3 Seiten im Netz beteiligt (siehe dazu die Ö3 URLs im WWW).

Die Zukunft

Das Informationsangebot und die Attraktivität muß allerdings verstärkt und ausgebaut werden. Ö3 steht im Netz nicht nur mit anderen Radiostationen in Konkurrenz, sondern mit sämtlichen anderen Anbietern, von Firmen über offizielle Institutionen bis zu Privatpersonen. Im besonderen sind Installationen vorzunehmen, die das gleichzeitige Hören von Ö3 höchst sinnvoll machen. Ein Beispiel dafür ist eine Livekamera, die aktuelle Bilder aus dem Ö3-Studio oder einer Ö3-Redaktion liefert, während der Ton aus dem Radiogerät kommt. Eine solche Kamera wird übrigens vorerst einmal für die Dauer der IFABO '96 installiert.

Ö3 muß im Internet auch gehört werden können. Nach Abklärung rechtlicher Grundlagen entweder das gesamte Programm, oder Ausschnitte daraus (Nachrichten, trockene Reportagen), oder einfach Jingles und Signations zum Sammeln und zur privaten Verwendung. Denkbar ist auch das Angebot von allgemeinen Texten für Anrufbeantworter, die von unseren Moderatoren gesprochen werden.

Weitere mögliche Punkte in Kurzform:

- attraktive Programmvorschau,
- Spiele,
- gut gemachte Biografien von Ö3 Mitarbeitern,
- multimediale Anwendungen (virtueller Studiobesuch, Countdown zu Sendungen),
- verstärkte Kommunikationsmöglichkeiten mit Moderatoren (bisher so gut wie nicht vorhanden).
- marktorientierte grafische Gestaltung
- Einbindung der Service-Redaktion
- Belange des Club Ö3 (Mitgliedschaften, Verkauf)

So viel zur Hebung der "Quoten" im Netz, die hier als "hits" (Treffer) bezeichnet werden. Ö3 hat jedoch einen Kulturauftrag, dem es auch im Internet gerecht werden kann. Der Sender muß sich ganz allgemein als erste Adresse für Informationen aus den Bereichen Pop, Sport und Unterhaltung etablieren.

Intranet

Darüber hinaus sollte die Struktur des World Wide Web auch zur internen Kommunikation herangezogen werden. So wie mit den üblichen Browsern (das sind Programme zum Surfen im Internet) auf Dokumente in anderen Kontinenten zugegriffen werden kann, ist auch der Zugriff auf interne Dokumente möglich. Zahlreiche Unternehmen in Deutschland und in den USA nutzen ein solches Intranet bereits routinemäßig zur internen Kommunikation.

Inhalte des Ö3-Intranet sind:

- Verlautbarungen von Geschäftsführung, Programmgestaltern und Betriebsrat
- Moderatoren-Infos
- Gerüchteküche und schwarzes Brett von und für Ö3-Mitarbeiter
- Wochenplan der Kantine
- Allgemeine wesentliche Informationen für sämtliche Mitarbeiter (diverse Öffnungszeiten, Betriebsarzt, diverse Änderungen im Verwaltungsablauf, Telefonnummern, etc.)

Die elektronische Handhabung eines Intranets gestaltet sich nach der üblichen Anlaufzeit weitaus einfacher, als das Hantieren mit Zetteln und Plakaten. So können auch jederzeit ältere, bereits ungültige Informationen in Streitfällen mit Argumentationsnotstand sofort wieder aufgerufen werden. Dazu ist es allerdings nötig, so viele Arbeitsplätze wie möglich mit Web-Browsern auszustatten.

Was hat Ö3 vom Internet?

Das explosive Anwachsen von Information im Internet macht es zu einer mehr und mehr unverzichtbaren Informationsquelle und zu einem wichtigen Recherche-Medium. Es gibt keine Redaktion, die nicht schon derzeit Informationen und Klangbeispiele aus dem Internet verwenden kann. Korrespondenten und Reportern auf Reisen wird die Kommunikation mit dem Sender erheblich erleichtert. O-Töne können ohne Qualitätsverlust von jedem Punkt der Erde überspielt werden, vorausgesetzt dort befindet sich ein Telefon. Kontakte zu Interview-Partnern und Mitarbeitern ausländischer Stationen lassen sich leichter halten und pflegen, als brieflich, per Telefon oder per Fax.

Die Technik

Wenn Ö3 eine Pole-Position im österreichischen Teil des Internet einnehmen will, dann ist die Anschaffung eines eigenen Computers für dieses Projekt absolut empfehlenswert. Ein solcher Ö3-Server würde direkt über den Großanbieter EUNET mit dem Internet verbunden werden. Der Ausschluß einer Provider-Zwischenstation (derzeit Spardat-Telecom) bietet weitreichendere Möglichkeiten im Internet-Angebot, und wirkt auf Dauer kostensenkend.

- Die Installation von Livekameras gestaltet sich einfacher und billiger (Wegfall von Kosten für ISDN-Übertragung).
- Die Übertragung von durchgehenden Audioprogrammen wird erstmals möglich.
- Auf neue multimediale Technologien im Internet kann schneller reagiert werden.
- Ö3 benötigt die eigene Adresse www.oe3.at oder zumindest www.orf.oe3.at. Es geht nicht an, daß man auf Eingabe der Adresse www.orf.at das Begrüßungsbild eines Providers sieht.
- Das Anlegen weiterer E-Mail Adressen für Redaktionen und Einzelpersonen erfolgt schnell und kostenfrei.
- Informationen aus dem Hausnetz können leicht und trotzdem sicher auf den Ö3-Server übertragen werden (Presseaussendungen, Musiklisten spezieller Sendungen, etc.)
- Denkbar ist auch das Auftreten von Ö3 als Provider für Privatpersonen, d.h. Ö3 ermöglicht die Auffahrt auf den zukünftigen Daten-Highway. Damit können Kosten wieder eingespielt werden.

Die Kosten

Der Aufwand für den ordnungsmäßigen Betrieb der Ö3-Seiten im Internet hängt von einigen Faktoren ab. Je mehr Aussendungen der einzelnen Redaktionen und Presseaussendungen bereits in elektronischer Form vorliegen, umso geringer wird der Aufwand diese Informationen auch auf den Ö3-Seiten zu präsentieren. Bei entsprechend gut angelegtem System der Ö3-Seiten genügt zur Wartung dieser Seiten voraussichtlich eine Person, bzw. zwei Personen, die sich die Arbeit entsprechend aufteilen können.

Mit den eigenen Seiten im Netz können aber auch finanzielle Mittel lukriert werden. Und das nicht nur über den Verkauf von Produkten, sondern über Werbung. Anbei ein Tabelle mit den Preisen, die das deutsche Nachrichten-Magazin Focus für Werbung auf den Focus-Seiten verlangt. Die Preise verstehen sich für eine vierwöchige Schaltung und sind in DM angegeben.

Anzahl der Zugriffe	Statisch	Interaktiv
30.000 (Unterseiten)	2.400,-	6.000,-
100.000 (Inhaltsverzeichnis)	8.000,-	20.000,-
150.000 (Homepage)	12.000,-	30.000,-

Statisch: Abbildung des Firmen-Logo

Interaktiv: Logo mit Link auf die Homepage des Werbekunden

Der deutsche Markt ist zwar um einiges größer als der österreichische, der Trend für Werbekosten im Netz ist aber eindeutig herauszulesen: Die Preise bewegen sich durchaus in den bekannten Kategorien von Printmedien.

Vor allem für Kooperationspartner und Werbekunden, die selbst noch keine Homepages im World Wide Web haben, könnte die Werbung auf den Ö3-Seiten höchst attraktiv sein. Kunden mit eigener Homepage sind wahrscheinlich für gemeinsame Aktionen im Netz zu gewinnen. Allgemein ergeben sich durch die Möglichkeiten im WWW völlig neue Marketing-Möglichkeiten.

Zusammenfassung

Ö3 darf aus dem World Wide Web nicht mehr verschwinden. Auch dann nicht, wenn es weitere, durchaus begrüßenswerte Überlegungen zu einer ORF-Online Aktivität mittels der neuen digitalen Set-Top-Boxen gibt. Ö3 muß zu einem der führenden Publisher im WWW werden, und die noch vorhandene emotionale Bindung der Österreicher an den Namen "Ö3" ausnutzen. Wo Personen als Hörer vorerst unwiederbringlich verloren gehen, sollen sie als Internet-Surfer wieder gewonnen werden. Dazu muß das Ö3 Angebot im Internet attraktiv und informationsreich gestaltet werden.

Keep Surfin'!



25.3.96

Heinz "MC Internet" Duschaneck
oe3@orf.at (Subject=Heinz Duschaneck)
50101 / 8910 (Radiodrom)

Werbung auf der Ö3-Homepage

Die Voraussetzungen für einen finanziellen Erfolg der Ö3-Homepage sind mit dem neuen Layout beinahe schon gegeben.

Es fehlen noch:

- die „HELP“-Datenbank,
- das tägliche Programm, und
- ein Programm, das die Zugriffe auf die Homepage und Unterseiten zählt.

Weitere Punkte können und sollten dann noch im Laufe der Zeit hinzugefügt werden, um die Attraktivität der Ö3-Homepage auf einem konstant hohen Level zu halten. Die Homepage bietet jedenfalls auch jetzt schon ein höchst interessantes Forum für Werbekunden von Ö3.

Es muß gesondert darauf hingewiesen werden, daß im Fall von Kooperationen die Ö3-spezifische Vernetzung „Radio/Internet“ zum Tragen kommt. Handelt es sich um eine Kooperation, die auch im Ö3-Programm „passiert“, dann erfolgen in den Kooperations-Trailern auch Hinweise auf die Ö3-Homepage.

Preistaffelung

	Art der Werbung
Am teuersten	Logo mit Link auf eine Homepage des Kunden, die extra dafür auf dem Ö3-Server von Ö3-Mitarbeitern eingerichtet werden. Bsp: Delial auf der Pro Sieben-Homepage (www.pro-sieben.de)
↕	Logo mit Link auf die vorhandene Homepage des Kunden Bsp: Aspirin C auf der Pro Sieben Homepage
Am billigsten	Logo ohne Link

Diese prinzipielle Einteilung gilt sowohl für eine Platzierung auf allen Seiten und auf nur einer oder wenigen Seiten.

Preisgestaltung

Die Grundpreise sollten sich durchaus an den Tausender-Kontaktpreisen von Printmedien wie Wochen- oder Monatsmagazinen halten. Sie dürfen keinesfalls niedrig angesetzt werden, denn Werbung im Internet ist ein ernstzunehmender Werbefaktor und sollte mittlerweile als eigener Posten im Werbebudget aller innovativer Unternehmen aufgenommen werden.

Es könnte ein Zählwerk eingerichtet werden, das bei Logos mit Links mitzählt, wie oft dieses Logo angeklickt wurde. Pro Klick verringert sich der speziell eingerichtete (virtuelle) Kontostand des Kunden um ÖS x,-. Darüber hinaus bezahlt der Kunde einen Grundpreis für die bereits visuelle Präsenz auf den Seiten.

Preisnachlässe in der Höhe von ca. 10% können gewährt werden, wenn das Logo des Kunden nicht sofort beim Öffnen der entsprechenden Seite sichtbar wird, d.h., wenn das Logo erst beim „Scrollen“ nach unten auftaucht.

Gestaltung der Werbung

Im Gegensatz zu Printmedien muß Werbung im Internet (World-Wide-Web) nicht flach und leblos sein. Ganz im Gegenteil: gute Werbung zeichnet sich hier durch ein gewisses Maß an Interaktivität und Animation aus, sie kann mit dem Schlagwort „multimedial“ bezeichnet werden.

Das reicht von Models, die zu Musikbegleitung von einem Bildschirmrand zum anderen spazieren (animated GIFS, Java, Shockwave; für Modeunternehmen), über interaktiv zu lösende Rätsel (Java, Shockwave; für diverse Firmen) bis zu virtuellen dreidimensionalen Shoppingräumen (VRML; für diverse Firmen). Besonders muß auf die sofortige Bestellmöglichkeit hingewiesen werden.

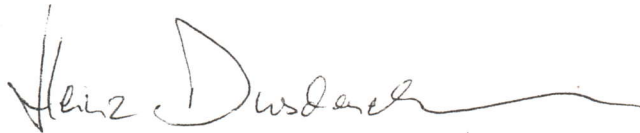
Annahmestellen

Die Annahme von Werbung auf der Ö3-Homepage erfolgt im ORF prinzipiell an drei Stellen:

- Programm-Marketing
- Event-Marketing
- K4

Resümee

Die Ö3-Homepage kann und muß als Einnahmequelle von Werbemitteln dienen. Binnen weniger Monate müssen die Errichtungskosten eingespielt sein, dann muß mit der Homepage auch unter Einrechnung der Erhaltungskosten Gewinn erzielt werden.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Heinz Duschaneck', with a long horizontal flourish extending to the right.

Heinz „MC Internet“ Duschaneck