

# MARKETING- KONZEPT

Vibes from outer space!



**RADIO  
KOMET**

# Einführung

Unser Projekt ist ein Radio für Jugendliche in der Deutschschweiz, welches eine Vielzahl von Dienstleistungen anbietet. Wir spielen einerseits Musik von den Hitcharts, aber bieten auch Ratschläge, Nachrichten und Insights zu Themen, die für Jugendliche als relevant erscheinen.

Unsere Aufnahmen werden dann im Nachhinein auf Spotify als Podcast-Episoden veröffentlicht und auch unterteilt in ihren Themenbereichen, sei es Ratschläge, Nachrichten und so weiter.

## Ausgangslage

Unser deutschschweizer Sender bietet eine Vielzahl von Angeboten. Wir spielen Musik, die speziell auf Jugendliche zugeschnitten ist. Außerdem bieten wir einen laufenden Podcast zu relevanten Themen an. Darüber hinaus bieten wir Tipps und Ratschläge für Jugendliche an.

Mit dieser vielfältigen Mischung wollen wir den Bedürfnissen und Interessen junger Menschen gerecht werden und ihnen ein unterhaltsames und informatives Programm bieten.

Der Markt für Jugendradios in der Deutschschweiz ist wettbewerbsintensiv. Es gibt schon einige Jugendradiosender hier, die ähnliches bereitstellt. D.h. unsere Konkurrenz besteht vorallem aus Schul-Podcasts und Influencern, die ebenfalls Inhalte für Jugendliche produzieren. Beispiele dazu wären Radio Summernight,

Radio 4TNG und RadioChico.

Zusätzlich erschwert sich unsere Verbreitung durch die Bildung der Jugendlichen in anderen Sprachen, vorallem Englisch, da das ihnen ermöglicht, Inhalte von anderen Ländern zu konsumieren. Das Jugendradio muss sich daher durch Stärken von der Konkurrenz abheben, um die gewünschte Zielgruppe anzusprechen.

## Der Markt

Der Markt für Jugendradios in der Deutschschweiz ist wettbewerbsintensiv. Es gibt schon einige Jugendradiosender hier, die ähnliche Dienstleistungen anbieten. D.h. unsere Konkurrenz besteht vorallem aus Schul-Podcasts und Influencern, die ebenfalls Inhalte für Jugendliche produzieren. Zusätzlich erschwert sich unsere Verbreitung durch die Bildung der Jugendlichen in anderen Sprachen, vorallem Englisch, da das ihnen ermöglicht, Inhalte von anderen Ländern zu konsumieren. Das Jugendradio muss sich daher durch eine gezielte Positionierung und differenzierte Inhalte von der Konkurrenz abheben, um die gewünschte Zielgruppe anzusprechen.



## USP

Wir sind nicht irgend ein Jugendradio in der Schweiz, wir befassen uns mit Themen, die relevant sind für Jugendliche in der Deutschschweiz. Sei es Umwelt, Politik, Ausbildung, Sexualität und weitere Themen. Wir geben Jugendlichen Anhaltspunkte und Informationen, aber bieten auch Raum für Diskussionen und Meinungsfreiheit.

Von Jugendlichen  
für Jugendlichen!

# Zielgruppe

Unsere Zielgruppe sind Jugendliche im Alter von 16 bis 25 Jahren. Das Jugendradio spricht diese Zielgruppe an, indem es ihnen eine Plattform bietet, auf der sie sich mit Gleichaltrigen identifizieren können. Das Ziel ist es, den Jugendlichen ein authentisches Erlebnis anzubieten, die sie unterhält, informiert und inspiriert. Ich habe folgende Personas erstellt:

## Lilly

Geografisch:

- wohnt in einem Stadtteil in Zürich
- spricht Deutsch

Soziodemografisch:

- 17 Jahre
- Lernende Kauffrau
- weiblich

Verhaltensbezogen:

- geht gern spazieren, spielt in einer Band

Psychografisch:

- vegan
- kauft in Secondhand-Läden ein
- extrovertiert

## Ben

Geografisch:

- wohnt in einem Dorf in Bern
- spricht Deutsch

Soziodemografisch:

- 23 Jahre
- Mechaniker
- männlich

Verhaltensbezogen:

- spielt Fussball, geht gern in den Ausgang

Psychografisch:

- SP
- eher introvertiert

## Alex

Geografisch:

- wohnt in einer Stadt in Luzern
- spricht deutsch

Soziodemografisch:

- 19 Jahre
- Gymischülerin, kurz vor Matur
- nicht-binär

Verhaltensbezogen:

- strickt und häkelt
- spielt Theater

Psychografisch:

- parteilos
- introvertiert
- legt Wert auf Umweltschutz und Gleichberechtigung



# SWOT-Analyse



## Stärken

1. Vielfältige und relevante Inhalte
2. Authentische Vermittlung von Jugendlichen
3. Fokus auf das Leben in der (Deutsch-) Schweiz

## Schwächen

1. Sind noch unbekannt
2. Schwache Online-Präsenz
3. Es gibt schon Jugendradios

## Chancen

1. Zusammenarbeit mit Bekanntheiten oder mit älteren Personen, die auf ihre Zeit zurückblicken
2. Auf mehreren Plattformen verbreiten
3. Aktivität auf Social Media stärken

## Risiken

1. Zu wenig SprecherInnen für das Radio
2. Schon wettbewerbsintensiver Markt
3. Expansion, ohne Zuhörer zu verlieren

## Chancen - Stärken

1. Zusammenarbeit mit Bekanntheiten oder mit älteren Personen, um die Reichweite des Jugendradios zu steigern
2. Authentische Vermittlung der Jugendlichen verwenden, um aktiver auf Social Media zu sein

## Risiken - Stärken

1. Dem wettbewerbsintensiven Markt entgegenwirken, indem wir den Fokus auf das Leben in der Schweiz richten
2. Eine Expansion, ohne Zuhörer zu verlieren, wenn wir noch mehr Inhalte anbieten würden

## Chancen - Schwächen

1. Stärkung der Aktivität auf Social Media durch Werbung und interaktive Inhalte, um die Online-Präsenz des Jugendradios zu verbessern
2. Sender kann auf mehreren Plattformen veröffentlicht werden, um uns besser auf dem Markt zu positionieren

## Risiken - Schwächen

1. Indem wir unsere Online-Präsenz aufbereiten, können wir mehr SprecherInnen organisieren.
2. Da es schon Jugendradios gibt, ist der Markt schon wettbewerbsintensiv.

# Marketingziele

1. Gewinnung von 20 Zuhörern innerhalb der nächsten sechs Monate.
2. Veröffentlichung von zwei Podcast-Episoden pro Monat.
3. Regelmässige Umfragen durchführen mithilfe von sozialen Medien.
4. Kollaborationen mit mindestens zwei externen Personen innerhalb der nächsten acht Monate.
5. Aufnahmen ab dem nächsten Jahr auch auf Apple Podcasts verfügbar machen.



# Strategie

## IST

unbekannt, jung, lokaler Fokus, überschaubar, beschränkte Ressourcen

## SOLL

jung, Meinungsfreiheit, offen für andere Perspektiven, Transparenz