

„Radio wird plötzlich sichtbar“

Tonio, die App von LoungeFM-Geschäftsführer Florian Novak, mit der Fernseh- und Radiosender programmbegleitend Informationen senden können, gewann den Medien-Zukunftspreis für „Medienunternehmen und ihr Medium“

Interview von
Claudia Tschabuschnig

HORIZONT: Wie kam die Idee zur Tonio-App?

Florian Novak: Der Heureka-Moment kam beim Durchblättern einer Gratis-Tageszeitung, in der ich Gutscheine eines Eisenbahnbetreibers entdeckte. Inspiriert durch QR-Codes und digitale Gutscheine, habe ich überlegt, was Radio machen müsste, um begleitend zum Programm einen Gutschein auf das Handy zu liefern. Dann habe ich mich auf die Suche gemacht, etwas gefunden und dem einen Namen gegeben.

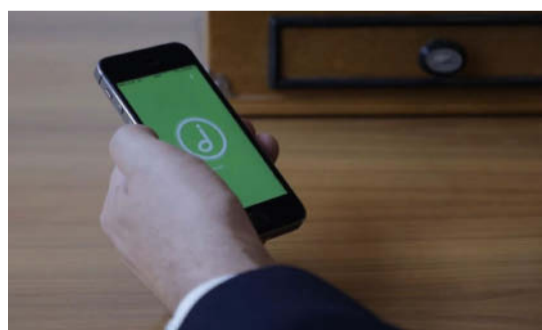
Technologisch erinnert Tonio an Musikkennungssoftware wie Shazam.

Das Erlebnis ist für den Nutzer mit Shazam vergleichbar – das Ökosystem dahinter ist aber genau das Gegenteil. Shazam erkennt Muster, vergleicht diese mit einer Datenbank und liefert dann Information aus. Der Absender bemerkt nichts davon. Tonio ermöglicht dem Sender selbst zu bestimmen, welche Informationen er mitschickt.

Wo findet Tonio Einsatz?

Unser größtes Potenzial sehen wir dort, wo wir die lineare Medienwelt mit dem Smartphone vernetzen können, wie bei Quizshows, einer Urdomäne des Radios und Fernsehens. Im redaktionellen Bereich können Radiofeatures visualisiert werden. Wenn nun Karim El-Gawhary aus Kairo berichtet, können wir Bilder zu diesem Beitrag mitliefern. Wir reden auch mit Musiklabels. Eine Musiknummer kann kodiert werden und beim Abspielen einen Link zu einer DVD oder einem Konzertticket mitschicken. Die Kür wäre, wenn Radio zum Einkaufsmittel wird. Jedes Produkt im E-Commerce-Bereich, sei es ein Konzertticket, ein Schuh von Zalando oder ein Buch von Amazon, ist verlinkbar und ist damit als Link auslieferbar.

Warum sollten die Radiosender Tonio integrieren?



Auf dem Smartphone installiert, empfängt die App Tonio („Ton mit Information“) über den integrierten Lautsprecher unhörbare, verschlüsselte Informationen und entschlüsselt sie. © Stephan Rauch, Tonio



Florian Novak, Geschäftsführer von LoungeFM und Organisator der TEDxLinz, will einen weltweiten Standard setzen.

Wie bewerten Sie die Innovationskraft in Österreich?

Österreich hat eine große Tradition von innovativen Geistern und kreativen Erfindern. Die haben es in Österreich außerordentlich schwer, da die Zahl der Bedenkenträger sie übertrifft. Gleichzeitig birgt der Standort Österreich enorme Stärken. Es gibt einen kleinen Markt, der im positiven Sinn überschaubar ist. Man kann schnell viel ausprobieren und durch die Zentrierung auf Wien ist es leichter die Entscheider an einen Tisch zu holen. Dennoch bin ich überrascht auf wie viele Bedenkenträger man trifft. Ich habe das Gefühl, dass man als Österreicher besser daran ist, zu erzählen, dass etwas aus dem Ausland kommt, weil es dann gleich mehr Wertschätzung genießt.

Es gibt aber auch auf viele „Schulterklopper“

Ja, wir haben den ersten Österreichischen Radiopreis gewonnen in der Kategorie „Innovation“. Und jetzt den Medien-Zukunftspreis. Wir merken, dass dieser Preis einen enormen Rückenwind gibt. Auf den Medientagen wurde uns eine Bühne gegeben und die Möglichkeit Kontakte zu knüpfen. Da ist viel Anerkennung da. Die Bestätigung von einer 21-köpfigen, unabhängigen Jury aus der Branche ausgezeichnet zu werden, ist ein wichtiges Signal in dieser österreichischen Unsicherheit.

Ein Radiosender kann ein synchronisiertes Erlebnis mit dem Smartphone bieten. Radio wird plötzlich sichtbar und kann die Verweildauer des Mediums erhöhen – zum Beispiel mit Gewinnspielen oder Quizfragen.

Nun hört nicht jeder aktiv Radio.

Kommerzielles Radio ist im Regelfall ein Medium, bei dem man sich zurücklehnen kann. Aber es wird ja trotzdem gehört und der Hörer kann dabei aktiviert werden. Vieles hängt von dem Angebot des Mediums ab. Der Ö1-Hörer hört aktiver Radio. Hier denken wir zum Beispiel daran, synchron zu einer Oper im Radio Untertitel auf das Smartphone zu schicken.

Radio wird also sichtbar – und wie sieht es mit Fernsehen aus?

Wenn es das Fernsehen schafft, direkt mit dem Smartphone zu kommunizieren, kann das die Art, wie man Fernsehen macht, stark verändern. Als mächtiges, lineares Massenmedium ist man gewohnt zu existieren und sich nicht aufgrund einer Technologie zu verändern. Wir verstehen Tonio als eine Innovation, die einem bestehenden Medium die Möglichkeit gibt disruptiv zu sein.

Was muss passieren, damit Tonio noch erfolgreicher wird?

Ich bräuchte Märkte, in denen mindestens zwei bis drei Radiosender

Tonio gleichzeitig unterstützen. Die Schlüsselfrage ist hier, wen wir in unser Ökosystem integrieren. Unser Idealbild wäre, Sender und Werbetreibende gemeinsam an einen Tisch zu holen.

Warum gibt es das System noch nicht?

Wir haben eine Veränderung im Ökosystem, in dem auch der elektronische Handel eine treibende Kraft ist. Heute habe ich als Radio- oder Fernsehmacher die Gewissheit, dass knapp 80 Prozent der Bevölkerung ein Smartphone besitzen – eine wichtige Voraussetzung. Zudem lernt der Konsument, dass sein Smartphone jeden Tag mehr kann. Ob nun Apples Sprachassistentin Siri E-Mails vorliest oder der Einsatz von QR Codes – ein

Smartphone zu einer Audioquelle zu halten, um Informationen zu bekommen, löst bei der Zielgruppe keinen Schweißausbruch aus.

Sie haben in der Kategorie „Medienunternehmen und ihr Medium“ gewonnen. Welchen Mehrwert bringt Tonio für den privaten Radiosender Lounge FM?

Das Projekt unterstützt uns, einen visuellen Mehrwert und Rückkanal zu bieten. In der vollen Ausbaustufe kann ich als Hörer die Nachrichten von derstandard.at hören und erhalte dazu die Meldungen in visueller Form. Das Projekt Tonio läuft aber unabhängig von LoungeFM, da es auch für Mitbewerber interessant sein sollte und der Markt sehr sensibel ist.

TrendingTopics.at

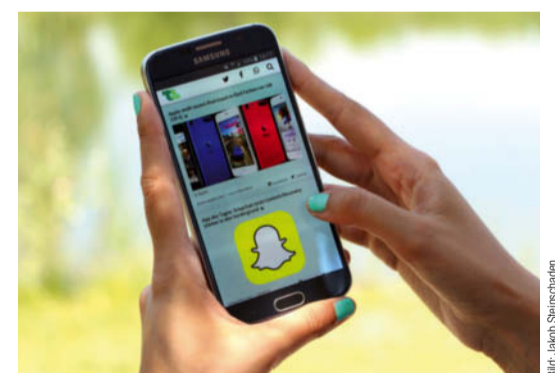
Das perfekte Portal für's digitale Business

Wer tagtäglich mit der Digitalisierung der Wirtschaft zu tun hat, der sollte stets am schnellsten und kompetentesten informiert sein.

Der Manstein Verlag bietet mit TrendingTopics.at genau diese schnellen und kompetenten Informationen an – egal ob Social Media, Startups, Mobile Business, Digital Advertising, Online Media, Big Data oder Netzpolitik – das Online-Portal bietet alle relevanten Informationen fürs digitale Business. Hier finden Sie all jene Features, die genau das und noch mehr ermöglichen: nämlich nicht nur eine zeitgemäße B2B-Plattform zur Verfügung zu stellen, sondern auch eine, die inhaltlich wie technisch bereits in der Zukunft angekommen ist.

Die wichtigsten Features

So passt sich zum Beispiel das Design sämtlichen gängigen Displays an, kann man mit jedem Smartphone Artikel via WhatsApp versenden, bietet ein News Stream täglich die wichtigsten Meldungen aus der digitalen Welt in Wort und Bild, wird der Datenverkehr zwischen Server und User HTTPS-verschlüsselt, werden die Inhalte der Plattform im wöchentlichen Printmedium HORIZONT widergespiegelt und umgekehrt. Außerdem kooperiert man mit dem Startup Storyclash, der Puls-4-Start-up-



Show „2 Minuten 2 Millionen“ und dem deutschen Online-Magazin Netzpiloten.de.

Und: TrendingTopics.at ist auch eine ideale Werbeplattform und längst kein Geheimtipp mehr. Kontakt: Martina Hofmann Anzeigenleitung
m.hofmann@manstein.at.

TRENDING TOPICS

Das jüngste Portal aus der **HORIZONT** Gruppe

Wir danken unseren Partnern.

voestalpine
EINEN SCHRITT VORWAUS.

