



Tržište

Radio 101 svrstava se među tri najslušanije radio postaje u glavnom gradu Hrvatske, Zagrebu (s dnevnim dosegom od 30% slušanosti), i među pet najslušanijih radio postaja na državnoj razini (iako se ne čuje u cijeloj Hrvatskoj). Vlasnički je u 75% vlasništvu bivših i sadašnjih djelatnika, a 25% je u rukama Grada Zagreba.

Trend slušanosti radio postaja kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj, pokazuje da su najslušanije upravo lokalne ili regionalne radio postaje, jer se neposrednije mogu obratiti slušateljima informacijama lokalnog karaktera u programskom dijelu, odnosno svojoj ciljnoj skupini u marketingu svoga programa.

Dostignuća

Na samome početku vlastite produkcije tržište je bilo iznenađeno provokativnošću, dinamikom, pa i neuobičajenim rječnikom reklama, u kojima su često upotrebljavani lokalizmi, dijalektizmi, a katkad i funkcionalne psovke. Iznenađenje koje su izazvali urodilo je pravom revolucijom i na ostalim medijima, čime je Radio 101 svakako utjecao na porast kvalitete propagandnih poruka na ovom prostoru.

Radio 101, kao medij, nije bio pokretač promjena samo u ostalim medijima, već i u svijesti slušatelja. Naime, početkom 80-ih, koristeći komparativne prednosti radijskog medija – kraći put plasiranja informacija nego kod ostalih medija (što je tehnički kudikamo jednostavnije izvesti), veća mogućnost impovizacije (fleksibilnost programske sheme), to jest mogućnost da se informacije objavljuju u trenutku kad se dogode, „intimnija“ povezanost studija, režije i redakcije nego, primjerice na televiziji, koordiniranost tehničke ekipe u režiji i voditelja (mogućnost uporabe jingleova kao komentara) – Radio 101 u mnogo čemu utječe i na promjenu dinamike baš kao i forme te sadržaja koji se pojavljuju na televiziji, a često je bio izvor informacija koje su se tek sutradan pojavljivale u tisku. U programu Radija 101 pojavljuju se i mnoge dramske i igrane forme, serijali, koji ubrzo postižu kulturni status i popularnost koja nadilazi radijske okvire. Također, forma

dramatiziranih i duhovitih radijskih reklamnih spotova, koji postaju nezaobilaznim i rado slušanim segmentom programa, pionirski inauguriraju jedan potpuno novi pristup oglašavanju te kontinuirano osvajaju brojne nagrade i priznanja na festivalima tržišnih komunikacija.

Povijest

Nakon kratke ali eksperimentalne faze, Radio 101 počeo je službeno emitirati u svibnju 1984. godine, priključivši se etabliranim radiopostajama koje su se tada slušale na prostoru grada Zagreba.

U turbulentnim vremenima implozije komunizma upravo je Radio 101 odigrao bitnu ulogu u demokratskim promjenama u hrvatskom društvu. Svojim provokativnim emisijama (okruglim stolovima, radio dvobojima, intervjuima...) i vijestima, koje su se koncepcijom i oblikom razlikovale od svih državnih glasila, Radio 101 bio je vjesnik novog doba. Prvi se uključio u aktivno praćenje prvih višestranačkih izbora otvarajući svoj eter svim novonastalim demokratskim strankama. S ponosom se bilježi da su svoje prve javne nastupe nakon političkih progona 70-ih godina i gotovo dvadeset godina šutnje svi proskribirani hrvatski političari imali baš na valovima Radija 101.

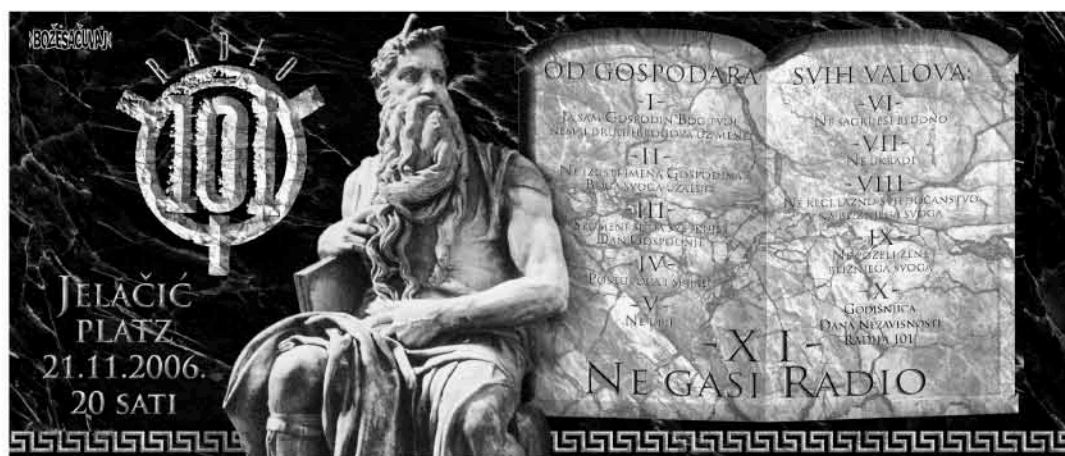
No, popularnost Radija 101, te osobito, kritično preispitivanje društvene i političke zbilje, postalo je trn u oku tadašnjoj autoritarnoj vlasti.

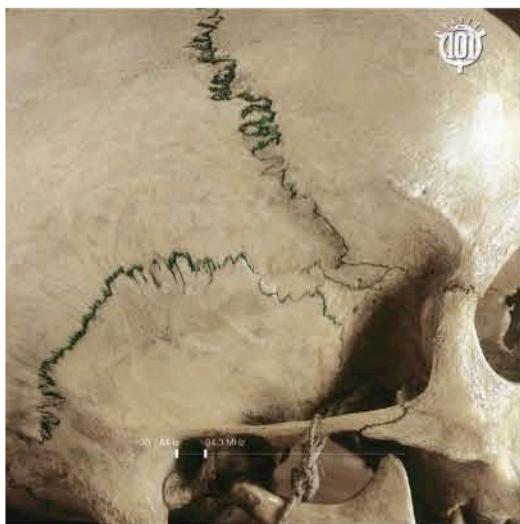
Naime, 1996. godine tadašnje Vijeće za telekomunikacije (institucija koja izdaje dozvole za emitiranje) tri je puta Radiju 101 odbilo dodijeliti stalnu frekvenciju. Vrhunac borbe za dozvolu za emitiranje dogodio se 20. studenog 1996. godine kada je osmeročlano Vijeće (od kojih su šestoro bili tadašnji visoki dužnosnici vladajuće stranke), Radiju 101 odlučilo uskratiti frekvenciju. Ta je odluka izazvala bujicu nezadovoljstva među ljudima iz svih područja života, koji su Radiju 101 poslali tisuće i tisuće pisama i faksova podrške. Prvi skup podrške, u kojem je sudjelovalo oko 10.000 ljudi, održan je u središtu grada (na Cvjetnom trgu) samo nekoliko sati nakon što je objavljena odluka Vijeća za telekomunikacije. Međutim, slušatelji (a i šire) svoje su neslaganje s odlukom najočitiije iskazali 21. studenog 1996. kada se na središnjem zagrebačkom Trgu bana Josipa Jelačića okupilo oko 120.000 ljudi kako bi u jednosatnom mirnom (uz upaljene svijeće) prosvjedu izrazili svoju bezrezervnu podršku Radiju 101.

Trebalo je proći još neko vrijeme prije nego li će Radio 101 dobiti koncesiju za nesmetan rad, a 2003. vraćena je frekvencija 101 FM i povećana razina čujnosti.

Proizvod

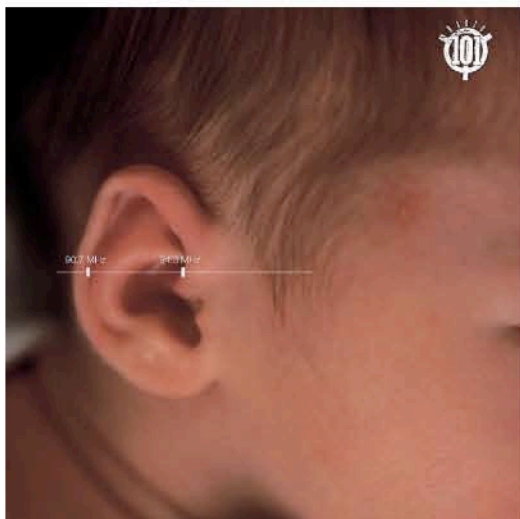
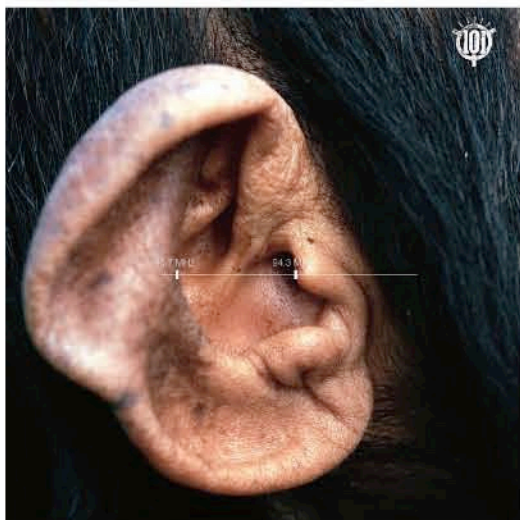
Radio 101 se, od svog osnivanja 1984. godine, zalaže za razvoj tržišne ekonomije i nezavisnih





proizvoda ili usluga. Čuje se u širem krugu oko Zagreba i u centrima središnje Hrvatske poput Varaždina, Čakovca, Koprivnice, Bjelovara i Karlovca. U tim sredinama bilježi se značajan porast slušatelja. Vodeća mjesta pripadaju, naravno, radio postajama lokalnog i regionalnog karaktera spomenutih sredina.

Zalaže se i za razvoj i promociju radija kao najbržeg i najpristupačnijeg medija. Stoga, na pitanje konkurencije na tržištu radio postaja gleda kao na sastavni dio svoga rada i unapređenje suradnje s drugima. Proizvodi reklamne materijale za oglašivače (spotove, skečeve, ankete, emisije, priloge), koje klijenti u dogovoru plasiraju i u programe drugih najslušanijih radio postaja. Zalaže se za što bolji i kvalitetniji razvoj različito profiliranih radio postaja na tržištu, koje će međusobno surađivati u marketinškom dijelu programa. Njegov cilj je zadržati i razvijati vlastitu urbanu programsku orijentaciju, kako u glazbi, tako i u govornom djelu programa. Ponosi se time što je uspio napraviti program koji se prožima s marketingom jer mu je podjednako važno marketinško i programsko poslovanje radija. Takvim je pristupom osigurao oglašivačima što neposredniji pristup ciljnoj skupini. Oglašivači znaju da su njihovi slušatelji opinion makeri koji jasno izražavaju svoj stav o aktualnim političkim i društvenim zbivanjima, pa će reklamna poruka koju čuju u programu ispuniti funkciju. Reklame u programu Radija 101 nisu samo prolazna kulisa, one su dio redovitog programa koji slušatelji ciljano slušaju, te imaju potrebu reagirati na sadržaj. Reklame u obliku skečeva imaju jako dobar odjek među slušateljima, ali i oglašivačima. Tako, primjerice, postoje jutarnje emisije u kojima voditelji u sadržaju emisije opisuju proizvod na nenametljiv i jednostavan način kako bi ga što bolje približili slušatelju.



Nedavni razvoj

Slijedeći tržišne potrebe u produkciji, Radio 101 nedavno je nadogradio svoj tonski studio za video sinkronizaciju reklamnih spotova. Uz redovitu proizvodnju programa, Radio 101 osnovao je svoje tvrtke kćeri kako bi unaprijedio aktivnosti u cilju što bolje organizacije događanja i poslovnih prezentacija za poslovne partnere te koncertnih projekata.

Promocija

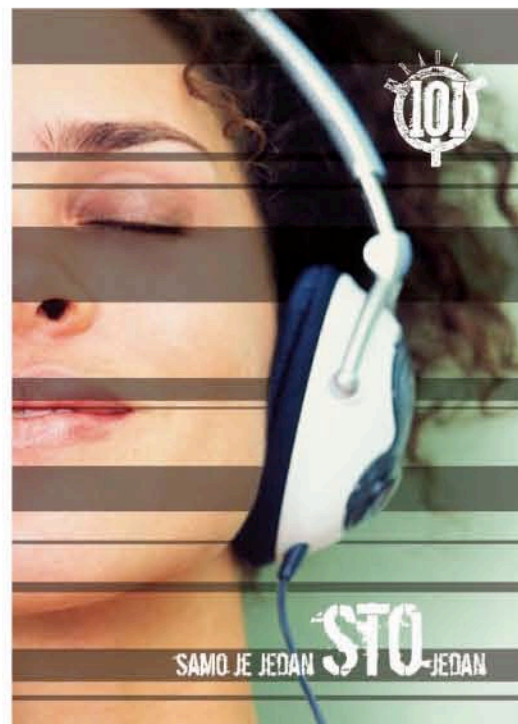
Radio 101 medijski pokriva najznačajnija koncertna i kulturna događanja u Zagrebu. Osim medijskog vezivanja kojim Radio promovira svoj image, u zadnjih su nekoliko godina i sami organizirali nekoliko značajnih koncerata domaćih i stranih glazbenika.

Uz klupska gostovanja glazbenika, u 2006. godini su u sklopu redovitih ljetnih marketinških aktivnosti organizirali i ljetnu turneju Ede Maajke, jednog od najtraženijih domaćih glazbenika, uz značajnu potporu sponzorskog partnera.

Radio 101 za članove svoga fan kluba i vjerne radijske slušatelje, organizira doček Nove godine u zanimljivim klupskim i kazališnim prostorima u gradu.

medija u društvu, pa tako i u vlastitom poslovanju. Poslovanje je organizirano na način stopostotnog financiranja iz prihoda Marketinga. Prodaja programa postaje glavni i jedini način financiranja i opstanka nezavisnosti Radija 101.

Radio 101 emitira najaktualniji informativno-politički program te informira slušatelje o svim relevantnim kulturnim i sportskim događanjima – reporteri uživo su prisutni na svim značajnijim sportskim događanjima (skijanje, nogomet, košarka, rukomet), a novinari se nalaze u središtu svjetske politike. Radio 101 redovito prati svjetsku recentnu glazbu, a kroz specijalizirane emisije prati i povijest različitih glazbenih pravaca. Slijedom specijaliziranih tematskih emisija u programu oglašivačima nudi ciljano oglašavanje unutar pojedinih emisija namijenjenih krajnjim korisnicima njihovih



Vrijednosti robne marke

Kada su na Radiju 101 počeli s organiziranjem humanitarnih akcija, shvatili su istinitu snagu medija te u kojoj mjeri mogu pomoći ljudima. Izdvaja se veća humanitarna akcija kojom je prikupljen novac za kupnju inkubatora za intenzivnu skrb novorođenčadi ispod 1.000 grama porođajne težine za četiri zagrebačka rodilišta i Neonatologiju na Rebru.

Logo Radija 101 ujedno je i njegov najprepoznatljiviji vizualni identitet, a dizajnirao ga je poznati hrvatski dizajnerski dvojac Greiner&Kropliak davnih 80-ih godina.

www.radio101.hr

Želite spasiti jedan život? Spasite ga!
Humanitarna akcija Radija 101

Cilj: Kupnja inkubatora za intenzivnu skrb novorođenčadi • Donatori: budite i vi! Izbite! Svoim likovnim sadržajem ili likovnim prilogom • Likovnim izdascima! Muzičarima, izumiteljima, dizajnerima, fotografima za veliku enklitsku izložbu Novčanom prilogom! • Održavajte kesu i uplatite na žiro račun: Hypo-Alpe Adria Banka • Žiro: 2500009-1000000013
 Poziv na broj: 016-05-018392 • Svrha donacije: za humanitarnu akciju

Ako nešto ne razumijete na ovom plakatu sve dodatne informacije potražite na broj tel: 01/4891120

JESTE LI ZNALI...

Radio 101

- Radio 101 je osnovan od strane Saveza socijalističke omladine Hrvatske.
- Blentoni su dobili nagradu 7 sekretara SKOJ-a.
- Ekipe Radija 101 je osvajač prvog prvenstva u rukometu na pijesku u RH.
- Radio 101 proizvodi više od 170 emisija tjedno.