

1 Frekvence

HUDBA, ZPRÁVY, ZÁBAVA.

HISTORIE

Rádio Frekvence 1 začalo vysílat 24. října 1993. A hned nastolilo fenomén tehdejší doby – pořad Dámský klub, který moderovaly TV hlasatelky Hana Šveinohová, Jaroslava Panýrková, Milena Vostřáková a Marie Tomsová. Již v následujícím roce se v éteru rádia objevuje slavné duo Těžkej Pokondr alias Roman Ondráček a Miloš Pokorný. S několikaletou přestávkou jsou na Frekvenci 1 dodnes, aktuálně s nejposlouchanějším rozhovorem českého éteru. Od začátku přichází do vysílání i populární Pressklub, který v průběhu let moderovali například Zuzana Bubilková, Ondřej Hejma, Barbora Tachecí, Václav Moravec nebo Luboš Xaver Veselý. Rok 2002 přinesl další fenomén, který změnil český éter. Každý si pamatuje pořad Sexy život, který prolomil tabu. O vztazích a intimních

věcech otevřeně mluvila Jitka Asterová a odborné komentáře měl doktor Miloš Plzák. Nechyběly ani britké glosy v pořadu „Co vy na to pane Kraus“ s Janem Krausem v první dekádě nového milénia a jeho následně pokračování v „Kraus a blondýna“. Rok 2003 je pro Frekvenci 1 zlomový z hlediska marketingu a komunikace. Dochází ke změně loga. Původně kopretinové rádio se rebrandingem mění na modernější, dynamickou stanicí a vzápětí rozjíždí, jako jedna z prvních rozhlasových stanic, web www.frekvence1.cz.

Za zrodem Frekvence 1 stejně jako u jiných značek z portfolia Lagardère Active ČR stál charismatický Michel Fleischmann. Ten je dnes prezidentem celého velkého



multimediálního domu, do jehož sítě spadá nejen zmiňovaná Frekvence 1, ale také Evropa 2, Rádio ZET, Dance rádio, Rádio Bonton, multimediální aktivity dětského prasátka Pigy, streamová služba Youradio a Youradio News, eventová divize No Limits nebo portály Humr.cz, Koule.cz a další. Po celou novodobou historii svobodného vysílání v ČR je Frekvence 1 na špičce. Dnes patří Frekvenci 1, s aktuálním tržním podílem 10,2 %, druhé místo mezi českými rádií. Týdně si ji ladí kolem 1,5 milionu posluchačů, denně jich je kolem 850 tisíc. Dnes mohou posluchači na stanici slyšet například hlas Libora Boučka, Romana Ondráčka, Miloše Pokorného (Těžkej Pokondr), Miloše Zemana (v podání imitátora

Petra Jablonského), Andreje Babiše alias Andreje Baviše (nová parodie na předního českého politika) a dalších, kteří společně tvoří tým Frekvence 1.

INOVACE

Frekvence 1 je na trhu téměř 25 let. Zatímco dříve byla kopretinovým rádiem, dnes je to multimediální produkt, který představuje balík aktivit od rádia přes weby a sociální sítě až po nejrůznější akce pro posluchače, jako jsou road-show, hudební festivaly nebo soutěže. V širším pojetí jde o produkční společnost s výrobou zajímavého obsahu všeho druhu, distribuovaného digitální cestou do mobilů, tabletů, čteček, DAB přijímačů a všeho dalšího, co technologický vývoj přinese. To je mise Frekvence 1 – přinášet lidem radost, dobrou náladu a poznání a hledat k tomu ty správné cesty. Vedle toho se Frekvence 1 zaměřuje na inovativní

projekty marketingové komunikace. Rozvíjí know-how jak propojovat obsah, produkty, posluchače a klienty. V rámci tzv. speciálních operací má řadu success stories s projekty pro značky Bohemia Sekt, Mountfield, Minit, Madeta a další. Zde naplňuje Frekvence 1 svoji vizi – pomáhá budovat vztahy mezi svou značkou, značkou zadavatele a posluchači. Do inovací radí Frekvence 1 i stále oblíbenější speciální marketingové projekty, jako je pořádání akcí a festivalů. Vlajkovou lodí je hudební festival PARÁDA FEST, jehož 1. ročníku se v roce 2016 zúčastnilo několik tisíc spokojených návštěvníků, což přineslo marketingový efekt jak pro jeho partnery, tak i pro Frekvenci 1.

HODNOTA ZNAČKY

„Malé radosti dělají velká přátelství,“ říká Jakub Wajshajtl, Project manager Frekvence 1 a držitel „Lagardère Media Star“ (ocenění, v rámci něhož všichni lidé z Lagardère Active ČR volí nejinspirativnějšího a nejmilejšího kolegu). Taková je i Frekvence 1 – milá a přitom inspirativní. Vždy myslí na to, jak udělat drobnou radost. Nedávny příklad: Stávka řidičů autobusů; reportéři všech médií se sjíždějí na autobusovém nádraží a investigují: ptají se cestujících/necestujících, jestli je to štve; ptají se řidičů, proč nejezdí; ptají se všech, jestli stávka za vyšší platy má smysl. Reportér Frekvence 1 raději osloví tři ženy, které se nemohou dostat do práce, a nabídne jim odvoz. Toto je ta největší přidaná hodnota značky. Frekvence 1 jako srdeční záležitost. Rozveselí, pobaví, potěší hezkou písničkou, někdy možná i naštvě. To proto, že má duši. Jak říká Jakub Wajshajtl: „Jen děláme lidem lepší ráno, lepší čas strávený v práci, lepší cestu domů za rodinou, lepší dny.“

Hodnotu Frekvence 1 tvoří také osobnosti. S nadsázkou platí, že kdo něco znamená na české mediální scéně, prošel Frekvencí 1: Václav Moravec, Jan Kraus, Halina Pawlovská, Petr Čtvrtíček, Petr Novotný, Lucie Výborná, Tereza Pergnerová, Miloš Šimek a Zuzana Bubilková, památné televizní hlasatelky i Michel Fleischmann tu vysílal – jenom Leoše Mareše to ještě teprve čeká. Frekvence 1 je mainstreamový produkt s netradičním přístupem k tématům, obsahu, posluchačům, klientům. Než na obecné informace a profesionálně korektní vztahy se zaměřuje na skutečné emoce a příběhy lidí. Ať posluchačů, tak partnerů. Zdánlivě nepodstatné detaily mnohdy skrývají velmi emotivní příběhy. Tento kontext je výraznou přidanou hodnotou a součástí značky Frekvence 1. Frekvence 1 není rádio pro posluchače a klienty. Je rádiem posluchačů a klientů.

KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

Frekvence 1 staví strategie a svůj positioning na dvou paralelních linkách. Jednak komunikuje obsahové atributy značky (HUDBA – ZPRÁVY – ZÁBAVA) a vedle toho jejich citové

ekvivalenty (EMOCE – DŮVĚRA – VZTAHY). Důležitým prvkem jsou také osobnosti, jako tvůrci a mluvčí uvedených obsahů a hodnot. Velkou výhodou Frekvence 1 je fakt, že s ní rádi spolupracují umělci, celebrity a lidé uznávaní ve svém oboru. S touto v podstatě konkurenční výhodou se snaží rádio ve svých kampaních rovněž pracovat, a proto minimálně jednou ročně připraví na české poměry unikátní kampaň, v níž právě VIP osobnosti vystupují. V loňském roce Frekvence 1 odstartovala imageovou kampaň, na které spolupracovala s hvězdami domácí pop music (Michal Malátný, Lucie Bílá, Tomáš Klus, Richard Krajčo, Měky Žbirka, Lucie Vondráčková, Janek Ledecký, Petr Kolář a další). Kampaň běžela zejména na TV a online kanálech a v síti multikin. Jejím cílem bylo zvýšit povědomí veřejnosti o tom, že Frekvence 1 staví svou image i na hudební stránce programu a orientuje se na tuzemskou tvorbu. „Současnou českou a slovenskou tvorbu sledujeme intenzivně a pracujeme i s hudebními novinkami. Oslovovali jsme interprety a autory, které má jednak Frekvence 1 v playlistu a kteří zároveň mají u publika dlouhodobě pozitivní hodnocení. Je to vůbec poprvé, kdy se podařilo dostat do komunikace ty největší současné hvězdy,“ říká Miroslav Škoda, ředitel Frekvence 1. Úspěch této kampaně těší o to více, že se na něm přímo podílel interní tým Frekvence 1.

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

Značka Frekvence 1 pravidelně podporuje aktivity společenské odpovědnosti a je partnerem mnoha projektů. Jmenovitě Nadace Charty 77, Pro Fair Play, Bílá Pastelka, Dopravní jednička, OPS La Sophia, Movember, Avon Pochod, Celé Česko čte dětem. Věnujeme se také aktivitám Konta Bariéry (Pomáhej (s) humorem, Run and Help, Aukční salon výtvarníků), pomoci nevidomým a slabozrakým, podpoře vzdělání hudebně a sportovně talentovaných dětí z dětských domovů, podpoře mužského a ženského zdraví, rodinným vztahům a kulturním vazbám. Do budoucna se Frekvence 1 zapojí do nově chystané CSR aktivity s názvem Hraj si s námi.

Tato aktivita se bude zaměřovat na témata, jako je společné hraní dětí s rodiči nebo přístup rodičů k zabavení dítěte, k jednotlivým herním aktivitám i hračkám obecně. Konkrétně se Frekvence 1 stejně jako další značky z portfolia Lagardère Active ČR také aktivně angažuje v projektech Pro Fair Play a Dopravní jednička. Zatímco v rámci Pro Fair Play se multimediální dům zaměřuje na medializaci témat rovných příležitostí ve společnosti, tak u Dopravní jedničky je cílem masivní zvýšení povědomí o bezpečné dopravě.



MICHEL FLEISCHMANN
PREZIDENT LAGARDÈRE ACTIVE ČR
A ZAKLADATEL RÁDIA FREKVENCE 1

„Frekvence 1 se za svou víc jak dvacetiletou existenci stala jedním z pilířů rozhlasového vysílání v České republice. Je to má femme fatale – výjimečná a slavná, přitom mluví s lidmi o všedních radostech a strastech, tak zvané z očí do očí. Veselá, usměvavý hlas. Uvolněná. Sem tam něco poplete – ale jen tak vzniknou vtipné a pro posluchače zábavné momenty. Umí naslouchat i poradit. Je ochotná pomoci. Má spoustu informací z první ruky. Umí rozveselit, pobavit, nebo třeba jen i potěšit hezkou písničkou. Všechny značky, co máme, mám rád. Ale Frekvenci 1 tajně miluji.“

ZAJÍMAVOSTI

- 2 000 – MODERÁTORSKÉ DUO TĚŽKEJ POKONDR VYZPOVIDALO VÍCE NEŽ 2 000 HOSTŮ.
- 100 – FREKVENCE 1 JE RÁDIO CELEBRIT. NA FREKVENCÍ 1 SE ZA MIKROFONEM OBJEVILA NEJMÉNĚ STOVKA OSOBNOSTÍ.
- 25 – V ROCE 2018 BUDE FREKVENCE 1 NA TRHU UŽ 25 LET.
- 2 – FREKVENCE 1 JE RÁDIO S DRUHÝM NEJVĚTŠÍM PODÍLEM NA TRHU, DRUHÉ NEJPOSLOUCHANĚJŠÍ V CÍLOVÉ SKUPINĚ HOSPODYNĚ A ŽENA 35+.

