



© Panthermedia.net/Girivaidis

Radio hören und Österreich gehören zusammen

Im Tagesschnitt hören 77,3% der 7,8 Mio. Österreicher ab zehn Jahren von Montag bis Sonntag Radio, was im Vergleich zu 2015/16 ein Plus von 0,5% Prozent ergibt.

••• Von Michael Fiala

Radio ist und bleibt eines der beliebtesten Medien der Österreicher. Das hat der aktuelle Radiotest wieder einmal gezeigt: 77,3 Prozent der 7,8 Mio. Österreicher ab zehn Jahren hören von Montag bis Sonntag im Tagesschnitt Radio, was im Vergleich zu 2015/16 ein Plus von 0,5 Prozent darstellt. Insgesamt kommen die Österreicher im Durchschnitt auf 183

Minuten – das ist eine Steigerung von einer Minute.

Und wie sieht es in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen aus? Hier hören 75,4 Prozent Radio – ein leichtes Minus von 0,2 Prozentpunkte – bzw. 177 Minuten täglich und somit vier Minuten weniger als zuvor.

Hohe Bedeutung

„Der Radiotest zeigt eindrucksvoll: Kein anderes Medium hat eine derart hohe Bedeutung im Alltag der Österreicher wie

Radio. Täglich schalten über drei Viertel ein Empfangsgerät ein und nutzen mehr als drei Stunden Radioprogramme. Steigende Mobilität, ‚smart‘ in allen Lebenslagen und diverse andere aktuelle gesellschaftliche Veränderungen haben den perfekten Fit mit Radiogenuss. Und wenn ich die Stärken von Privatrado bei den Jüngeren und im urbanen Gebiet sehe, dann lässt mich dies für Privatrado extrem positiv in die Zukunft blicken. Bereits seit 2016 ist die RMS Top

Kombi auf Augenhöhe mit Ö3, daher braucht es für reichweitenstarke und effiziente Radiopläne auch das Gleichgewicht von 50:50 im Werbebudgetmix“, so Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria, zu den aktuellen Radiotest-Ergebnissen.

Apropos Ö3

Die ORF-Radios erreichen eine Reichweite von 61,9 Prozent und somit eine Steigerung von 0,3 Prozent. Wirklich signifikant zulegen konnte dabei Ö3 um einen

Prozentpunkt auf 33,9 Prozent. Die Privatradios erreichen in der RMS-Top-Kombi 28,4 Prozent, was einer Steigerung von 0,1 Prozentpunkten entspricht. In der werberelevanten Zielgruppe erreichen die ORF-Radios 54,9 Prozent (minus 0,2 Punkte), die Privaten in der RMS-Top-Kombi (alle Privatsender im Radiotest inklusive dem einzigen nationalen Privatsender KroneHit) 37,4 Prozent (plus 0,2 Punkte).

”

Diese Performance ist ein Beweis dafür, dass nicht alle sogenannten alten Mediengattungen von den Neuen und Jungen bedroht werden.

Georg Spatt
Senderchef Ö3

“

Weniger gut ergangen ist es dem einzig nationalen Privatradiosender KroneHit: Der Sender verliert 0,6 Punkte und erreicht 11,3 Prozent. Bei den 14- bis 49-Jährigen erreicht Ö3 40,6 Prozent (plus ein Punkt). Auch hier verliert KroneHit statistisch signifikant einen Punkt auf 17 Prozent Tagesreichweite. Speziell in Niederösterreich muss KroneHit „Federn lassen“: In der Gruppe 10+ ein Minus von 17,0 auf 14,7 Prozent in der Tagesreichweite, in der Gruppe 14-49 Jahre ein Minus von 26,5 Prozent auf 23,3 Prozent in der Tagesreichweite.

„Programm für Österreicher“ Mit den Ergebnissen für Ö3 ist man beim ORF naturgemäß hoch erfreut. „Diese Per-

formance ist ein Beweis dafür, dass nicht alle sogenannten alten Mediengattungen und auch nicht alle ‚alten‘ Marken von den Neuen und Jungen bedroht werden“, zeigt sich Ö3-Senderchef Georg Spatt zufrieden und ergänzt: „Wichtig für Ö3 als österreichweiten Sender mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag ist es, erfolgreich ein Programm für alle Österreicher anzubieten und langfristig die Balance zwischen den einflussreichen urbanen Märkten wie Wien und dem publikumsstarken ländlichen Raum zu schaffen.“

Radio Wien baut aus

In Wien konnte Radio Wien seinen ersten Platz unter den Lokalradios in der Bundeshauptstadt nicht nur behaupten, sondern sogar kräftig ausbauen: Insgesamt erreicht der Lokalsender des ORF in der Hauptstadt täglich 316.000 Personen und liegt beim Marktanteil höher als bei beiden stärksten Privatradios zusammen.

„Ich gratuliere dem engagierten Radio Wien-Team und meiner Programmchefin Jasmin Dolati zu diesem beeindruckenden Erfolg. Der jüngste Radiotest beweist ein weiteres Mal, dass sich das Bemühen um Qualität, das unentwegte Ringen um Aktualität mit Wien-Bezügen

”

Kein anderes Medium hat eine derart hohe Bedeutung im Alltag der Österreicher wie Radio. Täglich schalten über drei Viertel ein Empfangsgerät ein.

Joachim Feher
GF RMS Austria

“

und der unermüdliche Einsatz im Dienste unserer Hörerinnen und Hörer auf jeden Fall auszahlen. Wir sind – und das vielleicht mehr denn je – ein Radio, wie Wien es braucht“, meint ORF-Landesdirektorin Brigitte Wolf zu diesen Ergebnissen.

Interessante Steiermark

In der Steiermark gab es auch interessante Ergebnisse: Radio Steiermark musste in der Gruppe 14-49 Jahre ein Minus von 17,8 Prozent auf 14,8 Prozent in der Tagesreichweite hinnehmen; Soundportal hingegen erreichte ein Plus von 5,0 Prozent auf 6,8 Prozent in der Tagesreichweite.

Positive Reaktionen gibt es auch von Antenne Steiermark und Antenne Kärnten: „Antenne Steiermark und Antenne Kärnten sind wieder die regionale Nummer 1 im jeweiligen Bundesland. Mit einem Marktanteil

von 29 Prozent (Steiermark) und 26 Prozent (Kärnten) konnten die Styria-Radios ihre jeweilige Führungsposition in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen auch in diesem Jahr behaupten“, so die offizielle Reaktion. „Wir konnten unsere Nummer 1-Position erfolgreich verteidigen und lassen alle regionalen Mitbewerber hinter uns. Die Tagesreichweiten der Styria-Sender von 30,7 Prozent (Steiermark) bzw. 28,8 Prozent (Kärnten) untermauern, dass die Radiowelt im Süden Österreichs fest in Antenne-Hand ist.“

Radio Burgenland verliert

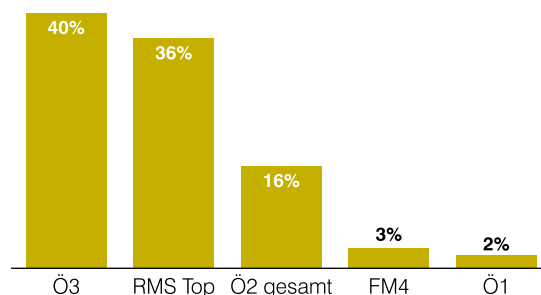
Auch im Burgenland gab es signifikante Veränderungen: 88,6 konnte sich in der Zielgruppe 14-49 Jahre mit einem Plus von 8 Prozent auf 10,4 Prozent Tagesreichweite steigern; Radio Burgenland hingegen musste bei der Tagesreichweite einen Einbruch von 36,2 auf 32,8 Prozent hinnehmen. Von 100 gehörten Radiominuten entfallen 35 auf Radio Burgenland.

ORF-Landesdirektor Werner Herics freut sich dennoch, „dass unsere Hörerinnen und Hörer Radio Burgenland weiterhin treu sind. Sie wissen, dass sie auf den ORF Burgenland als verlässlicher Begleiter durch den Tag vertrauen können.“

Der Radiomarkt

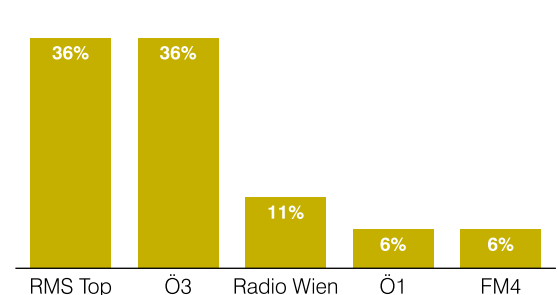
Marktanteile Österreich

Österreichweit liegt Ö3 knapp vor der RMS-Top-Kombi



Marktanteile Wien

Kopf-an-Kopf-Rennen in Wien zwischen RMS und Ö3



Quelle: Radiotest 2017_2, 14-49 Jahre, Basis: Österreich bzw. Wien, Mo-So