

## (Privat-) Radio trifft punktgenau.

- ✓ Radio ist mit rd. 80% Tagesreichweite und 186 gehörten Minuten das mit Abstand meist genutzte Medium
- ✓ Wiederum Zugewinne der RMS TOP-Kombi sowohl bei der Tagesreichweite als auch beim Marktanteil in der Kern-Zielgruppe der 14-49jährigen
- ✓ Innerhalb einer Dekade konnten die Privatradios der RMS TOP-Kombi ihren Marktanteil um 11 Prozentpunkte steigern
- ✓ In Wien liegt die RMS TOP Kombi in der Kern-Zielgruppe bereits zum dritten Mal in Folge vor dem Mitbewerber – sowohl in der Tagesreichweite als auch beim Marktanteil

Der aktuelle Radiotest weist für die Gattung Radio ebenso hohe wie stabile Werte aus: rd. 80% der Österreicher ab 10 Jahre hören täglich Radio – und das etwas mehr als 3 Stunden (186 Minuten). Damit ist Radio im Vergleich zu allen anderen Mediengattungen unangefochten das Massmedium Nummer 1. In der Kern-Zielgruppe der 14-49jährigen konnte die Hördauer sogar um 3 Minuten gesteigert werden (aktuell: 190 Minuten). Der außergewöhnlich heiße Sommer hat jedoch in Wien deutliche Spuren auch bei der Nutzungsdauer hinterlassen: Radio wurde in Wien um 26 Minuten weniger gehört – die Vermutung, dass sich die Wiener/-innen aus der hitzigen Großstadt in kühlere Gastgärten geflüchtet haben, liegt nahe.

Die RMS TOP Kombi zeigt in der Kern-Zielgruppe der 14-49jährigen wiederum Zugewinne – sowohl bei der Tagesreichweite als auch beim Marktanteil. Im wichtigen Werbemarkt Wien liegt die RMS TOP Kombi in der Kern-Zielgruppe bereits zum dritten Mal in Folge vor dem Mitbewerber Ö3: sowohl in der Tagesreichweite als auch beim Marktanteil.

Bei den Einzelsendern sind besonders die Reichweiten-Steigerungen (14-49 Jahre) der Sender Antenne Kärnten, Antenne Steiermark, Antenne Vorarlberg sowie Radio Ö24 in Wien hervorzuheben. In ihrem jeweiligen lokalen Verbreitungsgebiet konnten vor allem die Welle-Sender in Salzburg, OÖ, Kärnten und Tirol sowie Radio Grün-Weiß in der Obersteiermark und Radio Arabella in Linz zulegen. Reichweitenstärkstes Privatrado ist mit 18,8 Prozent nationaler Reichweite unangefochten KroneHit.

Michael Graf, Geschäftsführer RMS Austria: „Das Jahr 2015 war ein gutes Radio- und ein noch besseres Privatradojahr. Das betrifft sowohl den Hörer- als auch den Werbemarkt. Über die neuerlichen Zugewinne der RMS im aktuellen Radiotest freuen wir uns, bestätigen sie wiederum den kontinuierlichen Aufwärtstrend der Privatrados. Aber auch die Zugewinne am Werbemarkt sind speziell für Privatrado sehr positiv: Während der Radiowerbemarkt um 4% gewachsen ist, legte Privatrado um 7% zu. Ich gehe für 2016 zwar von keinem Aufschwung, wohl aber von einer mäßig positiven Entwicklung der Gesamtkonjunktur und des Medienmarktes aus. Für Radio erwarte ich eine Entwicklung, die zumindest im Schnitt der anderen Mediengattungen liegt, für Privatrado bzw. RMS hoffe ich wiederum auf eine überproportionale Steigerung.“

**Quelle:** Radiotest 2. Halbjahr 2015 versus 2. Halbjahr 2014, Mo-So

**Kontakt:**

Radio Marketing Service GmbH Austria  
Prof. Doris Ragette  
Marktforschung & Media-Service  
1030 Wien, Engelsberggasse 4/2  
Tel.: (01) 710 58 10 – DW 30