

### \*\*\* Presse-Information / Studie AUDIOversum \*\*\*

## AUDIOversum belegt: Beliebtheit von Radio ist ungebrochen!

Die im Auftrag von RMS Austria durchgeführte AUDIOversum beantwortet erstmalig und exklusiv in Österreich die Fragen, die in puncto (Audio-)Marketing zählen. Zwischen August und September 2018 wurden im Rahmen der AUDIOversum in 2.000 Interviews ausführliche Daten zur Audio-Nutzung erhoben. Die Analyse ebendieser hat eine Fülle an neuen Erkenntnissen im Themenfeld ‚Audio‘ ergeben.

#### Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:

- ✓ Die Zahlen der AUDIOversum zeigen: **Radio** hat eine unschlagbare **Wochenreichweite von 94%**. Die Studie zeigt hier ganz klar: Radio wird im Vergleich mit anderen Internet-Plattformen (YouTube, Spotify, Amazon Music) am allerhäufigsten zur Audiorezeption genutzt.
- ✓ Bei den täglichen Usern – also den treuen Nutzern – ist der Abstand von Radio zu den Onlinegrößen noch deutlicher: **Radio 75%**, YouTube (25%), Spotify (8%) und Amazon Music (7%).
- ✓ **Die Bekanntheit von Smart Speakern** beläuft sich derzeit auf **90% der Bevölkerung**, wobei erst 16 Prozent der ÖsterreicherInnen Alexa, Cortana & Co. besitzen.
- ✓ **Radio belegt** von zehn abgefragten Inhalten auf Smart Speakern den hervorragenden **Platz drei**.
- ✓ In der Veränderung der Radionutzung zeigt sich: **Die Beliebtheit von Radio ist ungebrochen! 87% der Österreicher** nutzen Radio häufiger oder zumindest gleich oft wie im Vorjahr!
- ✓ Radio ist auch aus dem Alltag von **Jugendlichen (16-29 J.)** nicht wegzudenken. In dieser Altersgruppe haben **83%** Radio häufiger oder gleich oft wie noch im Vorjahr genutzt.
- ✓ In puncto **Nutzungsgründe** ist Radio für Jugendliche ein fixer Bestandteil ihrer „Mediennutzung“. Der Nutzungsgrund Nr. 1 der jungen Altersgruppe für Radio ist, dass dieses Medium am besten **die Langeweile vertreibt** und unterhält.

Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria: „Die exklusive AUDIO Studie zeigt in eindrucksvoller Weise: trotz eines vielfältigen Angebots an Audio-Plattformen und Streamingdiensten hat „kuratiertes“, also von professionellen Programm- und Musik-Experten zusammengestelltes und von Moderatoren/ Moderatorinnen gemachtes Radio, einen hohen Stellenwert und wird durch algorithmusbasierte Playlists nicht ersetzt. Und dies gilt insbesondere auch bei Jugendlichen.“

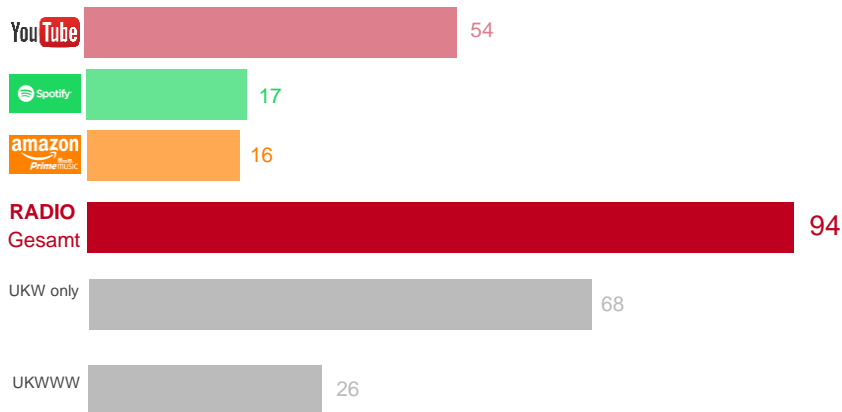
Die Ergebnisse und neuen Erkenntnisse aus der AUDIOversum zeigen deutlich: **Die Beliebtheit von Radio ist ungebrochen**. Werber können die volle Reichweitenkraft des Mediums ganz einfach bei konvergenter Buchung von Webradio und klassischem UKW bei RMS für ihre Marke ausschöpfen.

Neue Möglichkeiten Audio zu konsumieren (Kopfhörer/InEar, Voice Assistants/Smart Speaker) machen Radio zu einem attraktiven Medium – überall verfügbar, zu jeder Zeit und je nach Stimmung.

**Radio** ist also auch in Zeiten neuer technologischer Entwicklungen und verändertem Nutzungsverhalten **der unverzichtbare Tagesbegleiter mit Touchpoints in kaufentscheidenden Momenten**.

## Radio im Mitbewerber-Umfeld

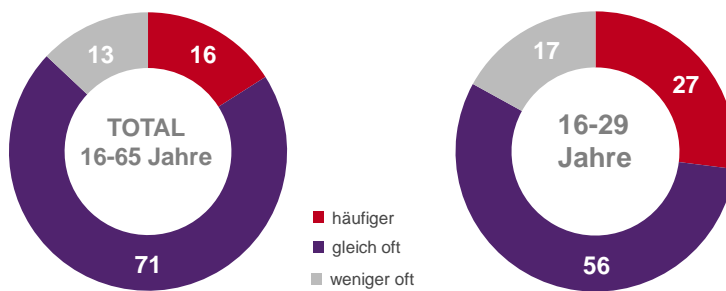
### Wochenreichweite



Quelle: AUDIOversum, Meinungsraum, 16-65 Jahre, n=2.000, August/September 2018, Angaben in Prozent

## Veränderung der Radionutzung (vgl. 1 Jahr)

### Beliebtheit von Radio



Quelle: AUDIOversum, Meinungsraum, 16-65 Jahre, n=2.000, August/September 2018, Angaben in Prozent

#### Kontakt:

Prok. Doris Ragette  
 Head of Research & Communications  
 Radio Marketing Service  
 1030 Wien, Engelsberggasse 4/2  
 Tel: (01) 710 58 10 – 30  
 Mail: [ragette@rms-austria.at](mailto:ragette@rms-austria.at)