



© Panthermedia.net/Wavebreakmedia Ltd

Audio boomt

Die von RMS Austria durchgeführte Studie Audioversum belegt: Radio ist ein tolles Werbeumfeld.

Radio ist noch immer sehr beliebt

RMS Austria führte im Rahmen des Audioversums 2.000 Interviews zu Audionutzung und -marketing.

••• Von Georg Sander

WIEN. In einer erstmalig durchgeführten Studie untersuchte RMS Austria mit dem Audioversum die Nutzung von Audio. Die wichtigste Erkenntnis: Radio, also ein geführtes und kuratiertes Programm, hat mit 94%

„

Kuratiertes und von Moderatoren gemachtes Radio wird durch algorithmusbasierte Playlists nicht ersetzt.

Joachim Feher
RMS Austria

“

Wochenreichweite eine ungebrochene Strahlkraft für Werbetreibende. Zwischen August und September 2018 wurden im Rahmen des Audioversum in 2.000 Interviews ausführliche Daten erhoben.

Auch bei der Jugend

Alexa hin, Spotify her – das ‚normale‘ Radio spielt quer durch alle Gruppen nach wie vor eine große Rolle. „Die 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 gemachtes Radio, einen hohen Stellenwert und wird durch algorithmusbasierte Playlists nicht ersetzt“, stellt Joachim Feher, Geschäftsführer von RMS Austria, fest und weist auf eine ganz wichtige

Gruppe: „Dies gilt insbesondere auch bei Jugendlichen.“

In dieser Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen haben 83% Radio häufiger oder gleich oft wie noch im Vorjahr genutzt. Radio ist für diese Altersgruppe also ein fixer Bestandteil ihrer Mediennutzung. Der Nutzungs-

grund Nummer eins für Radio in dieser Zielgruppe ist, dass dieses Medium am besten die Langeweile vertreibt und unterhaltsam ist.

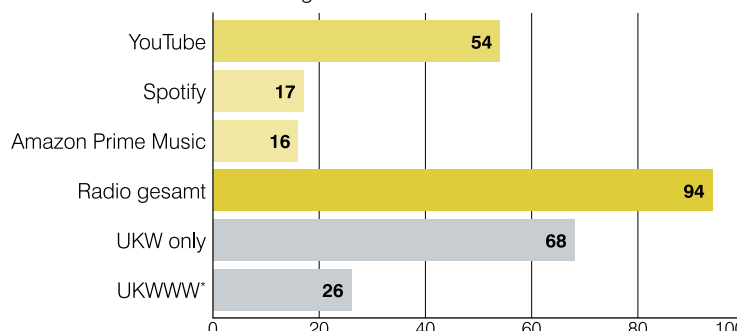
Smart Speaker

Die neuen Möglichkeiten wie Smart Speaker machen Radio noch attraktiver und beinahe jeder kennt sie. Die Bekanntheit beläuft sich auf 90% der Bevölkerung. Allerdings besitzen erst 16% der Österreicher Alexa & Co. Die Studie zeigt zudem ganz deutlich, dass Radio bei den täglichen Nutzern mit 75% die Nase gegenüber Onlinegrößen wie YouTube (25%), Spotify (8%) oder Amazon Music (7%) vorn hat. Bei den Smart Speakern belegt Radio von zehn abgefragten Inhalten den dritten Platz.

Radio im Mitbewerber-Umfeld

Wochenreichweite

Radio hat eine beinahe unschlagbare Wochenreichweite



* Webradio; Quelle: Audioversum, Meinungsraum, 16-65 Jahre, n=2.000, August/September 2018, Angaben in Prozent