



77,3%

Aufwärts

Im Vergleich zu 2018 ist die Tagesreichweite des Mediums Radio in Österreich von 75,5% auf 77,3% gestiegen.

Es wird wieder mehr Radio gehört

Good News: Der Radiotest 2019 ist da und er belegt steigende Tagesreichweiten und Hördauer.

WIEN. Die Tagesreichweite der österreichischen Radiosender in der Gesamtbevölkerung ist im Vorjahr auf 77,3% gegenüber 75,5% 2018 gestiegen.

Das geht aus den am gestern Donnerstag veröffentlichten Radiotest-Daten für 2019 hervor. Die Österreicherinnen und Österreicher hörten außerdem um 18 Minuten länger Radio als 2018.

63,2% für die ORF-Radios

Die ORF-Radios erreichten eine Gesamt-Tagesreichweite von 63,2% (2018: 60,5%), die Privatsender kamen auf 28,3% (2018: 27,8). Reichweitenstärkster Sender montags bis sonntags ist in

der Zielgruppe ab zehn Jahren weiterhin Ö3 mit einer Reichweite von 33,7% (31,7%).

10,7% für Kronehit

Der bundesweite Privat-Konkurrent Kronehit kam auf 10,7% (11,1%). Die Regionalsender des ORF erreichten österreichweit 29,6% (28,1%), die von der RMS vermarkteten Privaten (RMS Top) 27,8% (27,3%). Auch Ö1 konnte leicht auf 9,3% zulegen (8,5%), FM4 lag bei 3,2% (3,4%).

In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen steigerten sich die öffentlich-rechtlichen Sender insgesamt auf 54,6% Tagesreichweite (2018: 51,6%), die Privatradios kamen

auf 35,8% (35,4%). Ö3 hatte eine Tagesreichweite von 39% (36,7%), die RMS-Top-Sender 35,4% (35,1%). Die ORF-Regionalsender liegen mit 15,7% (14,6%) beinahe gleichauf mit Kronehit (16% nach 16,7% im Jahr davor). Ö1 erreicht täglich 5,8% (5,2%) der Jüngeren und liegt damit vor FM4 (5% nach 5,2% 2018).

201 Minuten am Tag

Die Österreicher ab zehn Jahren schalteten im Vorjahr im Schnitt 201 Minuten pro Tag das Radio ein – ganze 18 Minuten länger als 2018 (183 Minuten).

Der Marktanteil der ORF-Sender blieb mit 74% stabil, wobei die öffentlich-rechtlichen Regio-

nalsender (stabil mit 35%) knapp vor Ö3 (2019: 33%, 2018: 31%) lagen. Die Privatsender erzielten gemeinsam 25% Marktanteil (2018: 26%), die RMS-Sender ebenso. In der jüngeren Zielgruppe stehen 65% Marktanteil (2018: 64%) für die ORF-Radios 36% (37%) für die Privatradios gegenüber (35% für die RMS-Top). Ö3 kommt auf 43% (40%), Kronehit auf 12% (14%) und die ORF-Regionalsender lagen wie im Jahr davor bei 18%.

Neu am Markt: Radio Austria

Neuzugang am österreichischen Privatradiosender war als zweiter nationaler Sender 2019 Radio Austria. Der Sender der Mediengruppe Österreich nahm im 4. Quartal, konkret am 26. Oktober 2019, seinen Betrieb auf und ist im am Donnerstag veröffentlichten Radiotest noch in Kombinationen mit jenen Sendern, die bisher auf den Frequenzen zu hören waren, ausgewiesen. (red)

Einen ausführlichen Bericht zu den aktuellen Radiotest-Zahlen lesen Sie im Radiotest-Special in der medianet-Ausgabe am 7. Februar.