

Innovativ und stabil: Massenmedium Radio

Radio spricht alle an. Das spiegeln auch die Zahlen für das vergangene Jahr wider. Der technologische Fortschritt ermöglicht mehr Treffsicherheit.

... Von Georg Sohler

Mehr als 6,1 Mio. Österreicher nutzen pro Tag Radio, das entspricht einem täglichen Potenzial von 76,1%. Auch in der Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen nimmt Radio einen fixen Platz im Tagesablauf ein: 74,0%, also knapp drei Mio. Hörer, schalten täglich das Radio ein – fast logisch, denn es ist für die meisten Menschen kein Problem, wenn Radio läuft. Der Mix aus kuratierter Musik, Information und leichten Inhalten kommt gut an.

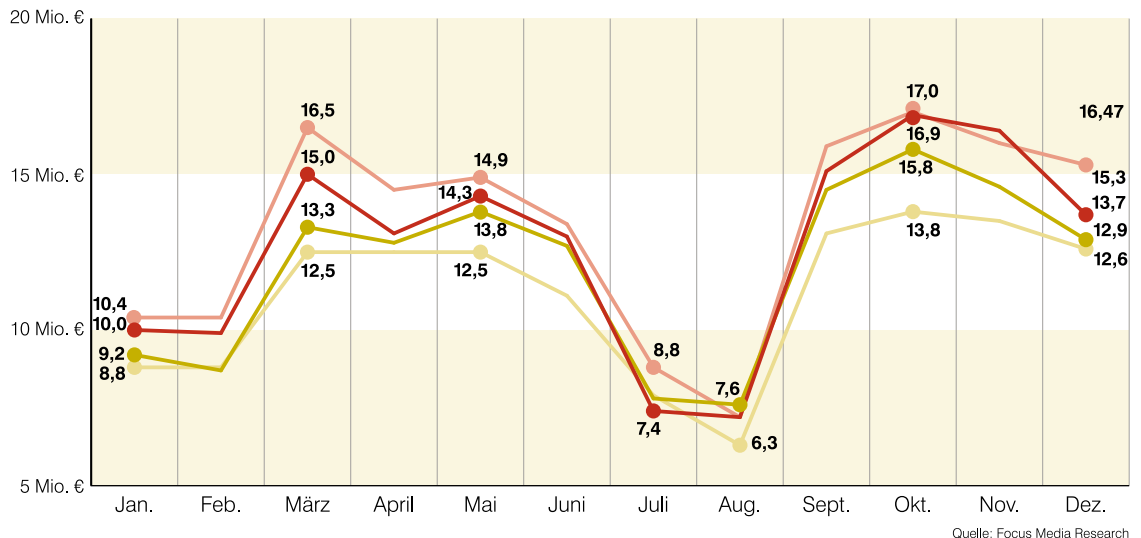
2022 übernahmen die heimischen Privatradios die Führung bei der Reichweite vor dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dieser Trend hält an. Mit 42,3% Tagesreichweite und 44% Marktanteil baut die RMS Top Kombi im aktuellen Radiotest in der Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen in beiden Leistungswerten die Marktführerschaft deutlich aus und liegt damit vor

Werbeausgaben Hörfunk

Stabile Spendings

Die Ausgaben für Radio-Werbung in Österreich im Jahresvergleich

ORF ● 2022 ● 2023 Privatrado gesamt (inkl. RMS Top) ● 2022 ● 2023



Quelle: Focus Media Research

dem Wettbewerb Ö3 (36,2% Tagesreichweite beziehungsweise 32% Marktanteil). Mit DAB+ gibt

es nun neue Möglichkeiten – wie reagiert die Branche auf diese Entwicklungen? Ein medianet-Rundruf.

Noch mehr Audio

„DAB+ hat sich zu einer unverzichtbaren dritten Säule neben UKW und Streaming entwickelt; aktuell nutzen bereits ein Drittel aller Österreicher DAB+“, sagt Joachim Feher, Geschäftsführer von RMS Austria. „Für die Hörer wird die Vielfalt immens steigen, vom Austropop-Sender bis hin zu Nachrichtensendern. Zusätzlich können viele Sender ihr Sendegebiet nun auf ganz Österreich ausweiten.“

Zu den jüngsten Entwicklungen im Bereich DAB+ gehört der kontinuierliche Ausbau des

Sendernetzes in Österreich. „Uns hat die im letzten Jahr erfolgte Änderung des §9 Privatradiogesetzes die Möglichkeit eröffnet, auf DAB+ mit zusätzlichen Programmen aktiv zu werden. Diese Chance wollen wir nutzen, um uns von einer Single-Brand hin zu einer Multi-Brand-Strategie weiterzuentwickeln“, blickt beispielsweise Mario Frühauf, Geschäftsführer Kronehit, auf die jüngsten Entwicklungen.

Ab Juni werden weitere 28 Sender national und regional verfügbar sein, führt Roman Gerner, Vorsitzender des Vereins Digitalradio Österreich, aus. „Dies ist eine positive Entwicklung, die die Attraktivität und Reichweite von DAB+ weiter erhöhen wird. DAB+ bietet eine



© ORF/Thomas Ramstorfer

”

Im Gegensatz zu den Privatradoanbietern ist es uns nicht möglich, die technischen Möglichkeiten von DAB+ zu nutzen.

Ingrid Thurnher
ORF-Radiodirektorin

“