



© Sabine Hauswirth

Reihe von Vorteilen gegenüber UKW, wie beispielsweise eine bessere Klangqualität, eine größere Sendervielfalt und zusätzliche Funktionen wie Slideshows und Zusatzinformationen.“ Der öffentlich-rechtliche Rundfunk beobachtet diese Entwicklung „ganz genau“, wie Radiodirektorin Ingrid Thurnher wissen lässt. Aber: „Derzeit können wir über UKW weiterhin ein deutlich größeres Publikum erreichen. Zudem ist es uns im Gegensatz zu den Privatradoanbietern nicht möglich, die technischen Möglichkeiten von DAB+ zu nutzen, um unser Radioangebot zu verbreitern.“

”

Radio ist das robusteste Massenmedium. Auch für die Gen Z ist Radio ein unverzichtbarer Begleiter durch den Tag.

Joachim Feher
RMS Austria

“

um hat also weiteres Potenzial.“ Die positive Entwicklung registriert auch Kronehit. Mit einer Rolle spielen die EU-Verordnung aus dem Jahr 2020, meint Gerner. Diese besagt, dass Neuwagen seit 2021 einen digital-terrestischen Empfänger haben müssen. Das und DAB+ im Allgemeinen eröffnen viele Möglichkeiten.

Ein guter Markt

Eine Entwicklung, die sie freut, ist, dass der Radiomarkt hierzulande nicht nur stabil sei, sondern „auch Junge sind nach wie vor vom Radio begeistert“. Ein diverses Angebot helfe, die Zielgruppen spezifischer anzusprechen – durchaus erfolgreich, wie sie meint: „Das Radio als Medi-

”

Uns hat die Änderung die Möglichkeit eröffnet, auf DAB+ mit zusätzlichen Programmen aktiv zu werden.

Mario Frühauf
kronehit

“



© kronehit

Feher: „Radio ist das robusteste Massenmedium, auch für die Gen Z ist Radio ein unverzichtbarer Begleiter durch den Tag. Kein anderes buchbares Medium bietet pro Tag quer durch alle Bevölkerungsschichten eine so hohe Reichweite.“ Demzufolge sei Radio aus vielen Gründen das Medium der Stunde: Tätigkeiten, für die man nicht extra Zeit freimachen muss, werden immer wichtiger, und Radio ist das Medium, bei dem Augen und Hände immer frei sind. Trotz der hohen Bedeutung von Musik-Streaming zeigt eine aktuelle Studie, dass Radio das Nr. 1-Medium ist, mit dem man neue Musiktitel entdeckt: „Und da Radio *alle* Verbreitungs Kanäle nutzt, ist es mittels Streaming-technologie überall dabei.“ Ein weiterer Vorteil: der sehr geringe CO₂-Footprint. Das würde auch der Werbemarkt mehr und mehr annehmen, da es, so Feher, ein „extrem gutes Preis-Leistungsverhältnis in Produktion und Auspielung“ habe. Es gebe zudem noch Luft nach oben, da Radio einen zweistelligen Prozentanteil am Werbemarkt verdiene.

Kooperative Player

Um dies zu erreichen bzw. weiterhin stabil zu sein, stieg der ORF beim österreichischen Radioplayer ein. Von der BBC entwickelt, hat er sich europaweit als führende Technologie für Radioangebote in der digitalen Welt etabliert. „Er bietet den ORF-Radios neben ORF Sound eine weitere Ausspielquelle“, so Thurnher. Gerner ergänzt: „Die Kooperation zwischen ORF und privaten Sendern beim Radioplayer ist ein begrüßenswerter

Schritt, um die digitale Verbreitung von Radio in Österreich zu fördern.“ Frühauf ist frohen Mutes: „Wir befinden uns in der Zielgeraden einer langen Strecke, und ich bin optimistisch, dass wir die letzten Meter auch noch schaffen.“ Feher meint: „Radiosender brauchen gemeinsame Plattformen, um auf den Dashboards. Ich hoffe sehr, dass diese Koop endlich live geht.“



© Erzdiözese Wien/Stephan Schönhaub

”

DAB+ hat sich zu einer unverzichtbaren Säule entwickelt, aktuell nutzen bereits ein Drittel aller Österreicher DAB+.

Roman Gerner
Verein Digitalradio Österreich

“