

einen sehr Hörer-nahen Zugang zum Medium. Das hat uns nicht nur um so viel größer gemacht, das hat auch zu einer immens starken Bindung zwischen dem Sender und seinen Hörerinnen und Hörern geführt.

Wir werden jetzt nicht übermütig, sondern bleiben unserem Weg treu und freuen uns über alle, die diesen Weg mitgehen.

medianet: *Apropos Ostösterreich – bei manchen unter Umständen im Kopf aus der Historie heraus noch als Sender vor allem in der Region Wien und Niederösterreich stark verankert, ist radio 88.6 mittlerweile aber in insgesamt fünf Bundesländern zu hören, womit Sie sich mit Mitbewerbern wie Arabella oder Energy matchen.*

Meier-Tanos: Ja, es stimmt schon – radio 88.6 ist bzw. war historisch gesehen stark in Wien und Niederösterreich – vor allem in Wien – verankert. Die Ausdehnung des Sendegebiets erfolgte schließlich in mehreren Schritten und über einen längeren Zeitraum hinweg.

2012 erhielten die lokalen Sender in Niederösterreich und dem Burgenland den Namen radio 88.6 – wenngleich in diesen Gebieten noch unterschiedliches Programm, vor allem unterschiedlich zum Sender in Wien gemacht wurde. Der dann entscheidende Schritt war sowohl inhaltlich als auch verbreitungstechnisch 2017.

Ab diesem Zeitpunkt waren wir ein großer regionaler Sender für Wien, Niederösterreich und dem Burgenland mit einem Programm und ab diesem Zeitpunkt gab es auch im Claim und im Programm ein klares Bekenntnis zu Rock.

Seit 2019 sind wir über DAB+ national verbreitet. Und durch diese DAB+ Verbreitung konnten wir gut erkennen, dass unser Programm auch in anderen Bundesländern Hörer findet, Bun-

desländer, in denen wir via UKW nicht verbreitet und hörbar waren. 2023 hat sich schließlich die Möglichkeit für uns in der Steiermark (genau genommen in Graz u.U) und später in Oberösterreich ergeben. Auch dort wird das radio 88.6-Programm gut angenommen – in diesen beiden

”

221.000 neue Hörerinnen und Hörer im Jahresvergleich – Nummer Eins Privatrado im Osten Österreichs, den Marktanteil österreichweit fast verdoppelt. Das ist ein Ergebnis, von dem traut man sich nicht mal zu träumen.

Ralph Meier-Tanos
Geschäftsführer
88.6

“

Sendegebieten mit viel regionalen Programmteilen.

Ich würde also nicht von einem Match gegen unsere Mitbewerber sprechen – die machen das, was sie tun, ebenfalls gut und bedienen andere Zielgruppen. Wir konzentrieren uns auf unser Programm und darauf, die Rockfans in den Sendegebieten zu erreichen. Unsere Expansion in fünf Bundesländer hat es uns ermöglicht, eine breitere Hörerschaft zu erreichen. Diese geografische Ausweitung ist demnach ein wichtiger Schritt in unserer Wachstumsstrategie und spiegelt unser Ziel wider, ein führender Privatsender in ganz Österreich zu sein.

medianet: *Wie wichtig ist diese verbreiterte Präsenz auch in Richtung Media-Agenturen und direkten Werbekunden?*

Günther Zögernitz: Die erweiterte Präsenz ist enorm wichtig für unsere Position bei Media-Agenturen und Werbekunden. Eine größere Reichweite bedeutet schlichtweg ein attraktiveres Angebot für Werbepartner zu haben. Z.B.: Wir sind ja nicht nur der drittgrößte Sender in Österreich oder das Nr. 1-Privatrado im Osten Österreichs – wir haben zudem im werberelevanten Segment 14-49 einen Marktanteil von bereits sieben Prozent in der Steiermark bzw. fünf Prozent in Oberösterreich. In den beiden Bundesländern waren wir nicht einmal über die gesamte Periode 2023 via UKW empfangbar. Das sind starke Zeichen in den Werbemarkt. Wir sind überzeugt, dass unser Programm letztlich in ganz Österreich erfolgreich sein kann, die Affinität zu Rock als Genre und Freunden des Genres als Stimmen des Senders ist keine Bundeslandsache, das kann überall seine Fans finden.

Meier-Tanos: Noch etwas, das für unsere Kundinnen und Kunden sehr attraktiv ist: Unser

Nahverhältnis zu den Hörerinnen und Hörern, das hohe Vertrauen, das sie uns entgegenbringen, macht uns zu einem attraktiven Partner für Werbekunden in allen Märkten. Wir können demnach umfangreicher und diversifizierter Zielgruppen ansprechen. Wir nutzen die immer größer werdende Reichweite und kombinieren die Hörfunk-Werbemöglichkeiten verstärkt mit digitalen Vermarktungs-Elementen. Das macht uns zu einem noch interessanteren Partner für regionale und auch nationale Werbekampagnen.

medianet: *Sie haben DAB+ schon angesprochen. Ihr Sender ist seit fünf Jahren via DAB+ hörbar. Hier kommt es ja im Juni zu weiteren Sendern. Wie wichtig ist diese Kombi aus nationaler Verbreitung über DAB+ und regionaler Verbreitung über UKW für Sie?*

Meier-Tanos: Für uns ist diese Kombi von großer Bedeutung, weil sie speziell für uns und unser Produkt der richtige Weg ist. DAB+ ermöglicht uns, eine breite, nationale Hörerschaft niederschwellig zu erreichen und unser Programmangebot in

538.000 Hörerinnen und Hörer täglich

Zuwachs um über 221.000

Mit dem aktuellen Radiotest durchbricht radio 88.6 die Schallmauer von einer halben Mio. Hörerinnen und Hörern mit einer täglichen Hörerschaft von gut 538.000 Menschen, was einer **Reichweitensteigerung von fast 70%** entspricht. Insbesondere in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen bleibt radio 88.6 mit 420.000 Hörern pro Tag unangefochten **drittgrößter Radiosender Österreichs** und der stärkste regionale Radiosender des Landes.

In den Bundesländern **Niederösterreich** und **Burgenland** behauptet radio 88.6 seine Position als **erfolgreichstes Privatrado** sowohl in Bezug auf Marktanteil als auch Reichweite.

Zudem konnte radio 88.6 nicht nur in seinen etablierten Sendegebieten, sondern auch in seinen neuen UKW-Gebieten deutliche Zuwächse verzeichnen. Seit Jänner 2023 ist radio 88.6 in Graz und Umgebung auf UKW zu empfangen und rangiert bereits jetzt als **Nummer 2 unter den regionalen Sendern in der Steiermark**. Der Marktanteil konnte dort von drei auf sieben Prozent mehr als verdoppelt werden.

Auch in **Oberösterreich**, obwohl radio 88.6 hier erst seit Juli 2023 über UKW zu empfangen ist, hat der Sender bereits erfreuliche Erfolge verbucht und seinen **Marktanteil auf fünf Prozent gesteigert**.