

Newsletter

Radiotest 2. Halbjahr 2013

MINDSHARE



Key facts

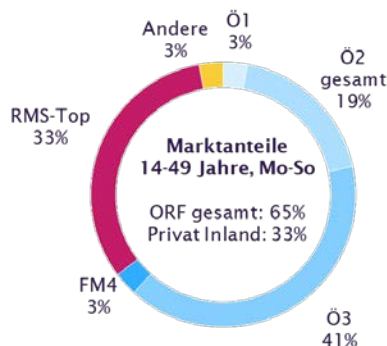
- Breitenmedium Radio: 81 Prozent der österreichischen Bevölkerung ab 10 Jahren hört täglich Radio
- Radio ist Begleiter: Radiokonsum der 14-49jährigen steigt leicht auf 194 Minuten täglich
- ORF gibt 1 Prozentpunkt Marktanteil ab, bleibt jedoch weiterhin Marktführer
- Hörerzuwachs bei Privatradios durch KroneHit

Eckdaten

An einem durchschnittlichen Wochentag wird in Österreich 3 Stunden und 11 Minuten Radio gehört (Personen ab 10 Jahren). Die Jüngeren hörten 2013 sogar länger, denn im Segment der 14-49 jährigen ist die Hördauer gegenüber 2012 leicht gestiegen – auf 3 Stunden und 14 Minuten.

Bei den Höreranteilen gibt der ORF erneut einen Marktanteilspunkt an die Privaten ab. Mit 65% Marktanteil an der Gesamthördauer der 14-49jährigen ist er aber weiterhin Marktführer. Der meistgehörte Sender in dieser Zielgruppe ist Ö3 (41% Marktanteil).

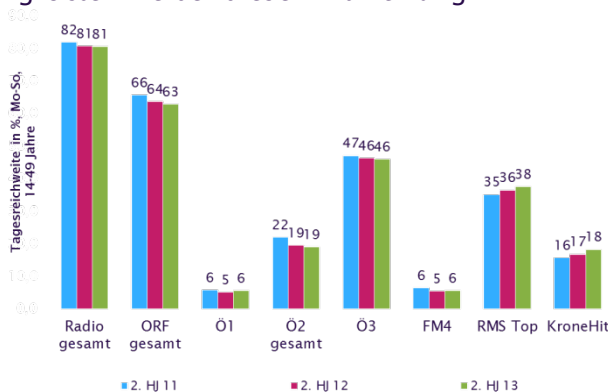
Jede dritte gehörte Radiominute entfällt auf einen Sender der RMS.



Quelle: Radiotest 2. Halbjahr 2013

Die Privatradios erreichen täglich 37,5% der 14-49jährigen, das entspricht einem Plus von 1,1 Prozentpunkten.

Wie schon in den letzten Jahren ist der Privatsender KroneHit mit +1,5 Prozentpunkte in der Tagesreichweite größter Treiber dieser Entwicklung.



Quelle: Radiotest 2. Halbjahr 2013

Eine rückläufige Reichweite hat dagegen Lounge FM zu verzeichnen, und zwar von 0,7% auf 0,4%. Der zur Mediengruppe Österreich gehörende Sender Radio Ö24 ersetzt seit 29. September seinen Vorgänger Antenne Wien auf dieser Frequenz. Die Reichweite von Radio Ö24/Antenne Wien liegt mit 0,6% um 0,3 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert von Antenne Wien.

Die Sender des ORF erzielen gemeinsam eine Reichweite von 63 Prozent bei den 14-49jährigen. Die Einzelsender des ORF bleiben weitgehend stabil, Ö1 kann bei Personen ab 10 Jahren ein Wachstum von 0,7 Prozentpunkten auf 8,8% aufweisen.



Newsletter

Radiotest 2. Halbjahr 2013

MINDSHARE



Bei den Top Ten der privaten Radiosender gibt es wenige Änderungen. 88,6 Der Musiksender steigt von Platz 5 auf Platz 3 auf. Antenne Wien fällt ganz aus dem Ranking, wodurch Life Radio Tirol auf Platz 10 einsteigt.

In Einklang mit der Marktanteils- und Tagesreichweitenentwicklung weist Focus Media Research den Privatradios im Jahr 2013 ein Wachstum von 6,1% Prozent gegenüber 2012 aus. Das entspricht rund 4,7 Millionen Euro.

Rang	Private Radiosender österreichweit	Hörer 14-49 Jahre in %	Projektion
1	KroneHit	18,2	755.846
2	Antenne Steiermark	3,8	157.814
3	88,6 Der Musiksender	3,1	128.743
4	Radio Energy	2,8	116.284
5	Life Radio	2,8	116.284
6	Radio Arabella	2,1	87.213
7	Antenne Kärnten	1,8	74.754
8	Antenne Salzburg	1,1	45.683
9	Antenne Vorarlberg	1,1	45.683
10	Life Radio Tirol	0,8	33.224

Reichweitentendenz vs. Vorjahr

- Zuwachs
- Stabilität
- Rückgang

Quelle: Radiotest 2. Halbjahr 2013

Radio: leicht verfügbar und praktikabel

Radio erreicht 8 von 10 Österreicher - und das jeden Tag. Gewohnheiten sind für die Radionutzung von großer Bedeutung. Daher ist es um so wichtiger neue Hörer frühzeitig emotional an den Sender zu binden. Digitale und mobile Verbreitungswege kombiniert mit gezielten social media Strategien bewirken hier aktuell, dass gerade jüngere sich wieder verstärkt dem Radiohören widmen.

Aus Sicht der Werbetreibenden erfordert fragmentierte Mediennutzung eine konvergente Mediaplanung, um die Zielgruppe über den Tag zu begleiten. Wie die Mindshare MindMinutes belegen ist Radio in unterschiedlichsten Situationen für den Konsumenten leicht verfügbar und bietet schnelle Information on the go. Und das schätzen alle Altersgruppen.

Studiensteckbrief Radiotest 2. HJ 2013

Grundgesamtheit	Österreichische Bevölkerung ab 10 Jahren (7,519 Mio Personen)
Sample	13.356 CATI-Interviews (Computer Assisted Telephone Interviews)
Feldzeit	Juli bis Dezember 2013
Institut	GfK Austria
Erscheinungsweise	Halbjährlich roulierend
Tagesreichweite	Personen, die gestern zumindest eine Viertelstunde Radio bzw. einen bestimmten Sender gehört haben
Marktanteil	Prozentualer Anteil der Hördauer eines bestimmten Senders an der Gesamthördauer

