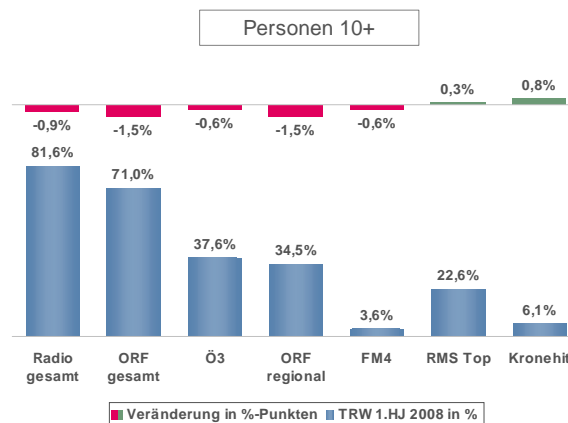




Geringe Veränderungen bei Reichweiten und Marktanteilen zeigt der aktuelle Radiotest für das 1. Halbjahr 2008. Hitradio Ö3 bleibt nach wie vor mit 37,6% Tagesreichweite Marktführer vor den ORF Regionalsendern mit insgesamt 34,5%. An dritter Stelle liegt erneut der Vermarktungsverband RMS Top mit 22,6%.

Einen leichten Rückgang gibt es bei der Gesamttagesreichweite. 81,6% der Österreicher im Alter ab 10 Jahren hören täglich Radio (1. HJ 2007: 82,5%; 10+). Die durchschnittliche tägliche Hördauer bleibt unverändert bei 203 Minuten. In der Zielgruppe der 14-49jährigen ist die Hördauer von 210 Minuten auf 209 Minuten pro Tag geringfügig gesunken. Gleichzeitig ist auch die durchschnittliche tägliche Hörerzahl in dieser Zielgruppe auf 81,2% zurückgegangen (vgl. 1. HJ 2007: 82,5%).

Nationale Sender/Senderverbände



Quelle: Radiotest 1. HJ 2008

Die ORF-Radios dominieren nach wie vor den österreichischen Hörfunkmarkt: Der Marktanteil liegt bei 78% (1. HJ 2007: 79%; 10+), die durchschnittliche Tagesreichweite aller ORF-Radioangebote geht jedoch auf 71,0% zurück (vgl. 1.HJ 2007: 72,5%; 10+).

Hitradio Ö3 kann mit einer Reichweite von 37,6% (1. HJ 2007: 38,2%; 10+) seine Position als meistgehörter Radiosender Österreichs halten. In der jungen Zielgruppe der 14-49jährigen sinkt die Reichweite jedoch signifikant auf 48,9% (1. HJ 2007: 50,8%; A 14-49) und unterschreitet wie im 2. HJ 2007 die 50%

Marke. Der Marktanteil liegt stabil bei 45%. In der Gesamtbevölkerung steigt er um einen Prozentpunkt auf 34%.

FM4 verzeichnet bei den nationalen Sendern die markantesten Einbußen. In der Kernzielgruppe der 14-49jährigen verliert es 1,1%-Punkte und hält jetzt bei einer Reichweite von 5,6% (1. HJ 2007: 6,7%; A 14-49). Ebenfalls signifikant sind die Verluste bei den Österreichern ab 10 Jahren. Hier geht die Reichweite von 4,2% im 1. HJ 2007 auf 3,6% im 1. HJ 2008 zurück. Die Marktanteile bleiben in der Kernzielgruppe mit 4% konstant, in der Gesamtbevölkerung verbucht der Sender einen leichten Rückgang auf 2% (1. HJ 2007: 3%; 10+).

Die **regionalen ORF-Sender** verlieren wie die nationalen Sendern ebenfalls an Reichweite: Mit 34,5% liegen sie in der Zielgruppe 10+ unter dem Vorjahreswert von 36,0%. Der Marktanteil geht auf 36% zurück (1. HJ 2007: 37%; 10+).

Leichte Gewinne zeigt der aktuelle Radiotest für die **privaten inländischen Radiosender**. In der Zielgruppe der 14-49jährigen steigt der Marktanteil von 23% auf 25%. Die Sender erzielen eine Tagesreichweite von 23,2% (vgl. 1. HJ 2007: 22,7%; 10+).

RMS Top, die nationale private Senderkombi, baut in der Gesamtbevölkerung die Reichweite auf 22,6% aus. Das gleiche Bild zeigt sich bei den 14-49jährigen: Mit 1,2%-Punkten fällt der Zugewinn auf 29,3% etwas deutlicher – wenn auch nicht signifikant – aus (1. HJ 2007: 28,1%; A 14-49). Gleichzeitig steigen die Marktanteile in beiden Zielgruppen und halten jetzt bei 19% bei 10+ (1. HJ 2007: 18%) und 25% bei den 14-49jährigen (1. HJ 2007: 23%).

Als Gewinner beim aktuellen Radiotest kann sich **Kronehit** präsentieren. Die Hörergemeinde vergrößert sich deutlich und der Sender hält nun bei einer Reichweite von 6,1% (1. HJ 2007: 5,3%; 10+). Ebenso deutlich der Anstieg der Reichweite in der jungen Zielgruppe (A 14-49): Hier kann sich Kronehit auf 9,0% steigern (1. HJ 2007: 7,9%; A 14-49).

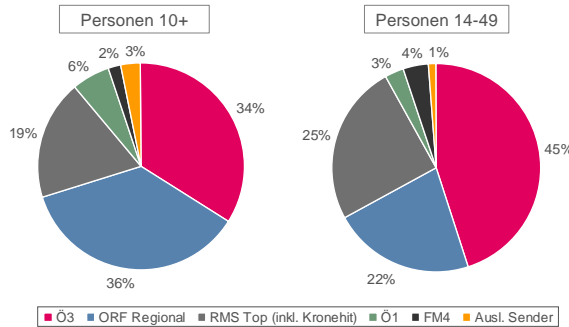


MediaCom News

24. Juli 2008

Radiotest 1. Halbjahr 2008

Marktanteile



Quelle: Radiotest 1. HJ 2008

Regional-/Lokal-Sender

Im Raum Wien gibt es in der Gesamtbevölkerung sowie in der Zielgruppe der 14-49jährigen bei fast allen Sendern Hörerzuwächse. Die Ausnahme bildet **Radio Arabella**. Der Sender verliert in der Gesamtbevölkerung an Tagesreichweite und hält jetzt bei 9,7% (1. HJ 2007: 10,9%; 10+).

Erneut erfreuliche Nachrichten aus Niederösterreich gibt es für **Radio Arabella Mostviertel**: Wie schon im 2. HJ 2007 können die Reichweiten in beiden Zielgruppen auf 11,7% in der Gesamtbevölkerung (1. HJ 2007: 9,2%; 10+) und 13,4% bei den 14-49jährigen (1. HJ 2007: 8,9%; A 14-49) gesteigert werden.

Leichte Verluste muss **Hit FM** im Burgenland hinnehmen: Die Reichweiten sinken sowohl bei 10+ (1. HJ 2008: 2,6%; 1. HJ 2007: 2,9%; 10+) als auch bei den 14-49jährigen (1. HJ 2008: 3,8%; 1. HJ 2007: 4,5%; A 14-49).

In der Steiermark verliert mit **Antenne Steiermark** der reichweitenstärkste Sender in beiden Zielgruppen leicht an Hörern. Den 15,6% Reichweite in der Gesamtbevölkerung (1. HJ 2007: 16,2%; 10+) stehen 19,1% bei den 14-49jährigen (1. HJ 2007: 20,3%; A 14-49) gegenüber.

In Kärnten verliert das lokale **Antenne**-Radio erneut Zuhörer (1. HJ 2008: 12,2% vs. 1. HJ 2007: 14,4%; 10+). Gleiches gilt für **Radio Harmonie**: Hier sinkt die Reichweite auf 5,0% (1. HJ 2007: 5,6%; 10+).

Kaum Veränderungen bei den Privatradios in Oberösterreich: Einzig in der Zielgruppe 14-49 Jahre gibt es Zugewinne für **Radio Arabella** auf 5,2% Reichweite (1. HJ 2007: 3,4%) während **Life Radio** als reichweitenstärkster Sender stabil bei 18,0% liegt.

Ähnlich wie in Oberösterreich präsentiert sich auch in Salzburg die private Radiolandschaft nahezu unverändert: Der größte Sender **Antenne Salzburg** kann die Reichweiten aus dem Vergleichszeitraum 2007 nicht halten und erreicht jetzt 13,0% der Salzburger (1. HJ 2007: 13,9%; 10+) und 16,2% in der jungen Zielgruppe (1. HJ 2007: 17,0%; A 14-49).

Anhaltend der Abwärtstrend bei den Privatradios in Tirol: Sämtliche Sender verzeichnen Reichweitenverluste, wobei **Antenne Tirol** bei der Tiroler Gesamtbevölkerung (10+) mit 1,1%-Punkten die höchsten Einbußen beklagen muss (1. HJ 2008: 3,2%; 1. HJ 2007: 4,3%).

Ebenso abnehmend die Reichweiten der Sender in Vorarlberg: **Antenne Vorarlberg** hält nun bei einer Tagesreichweite von 17,8% (A 14-49), **Radio Arabella Bregenz** büßt 1,1%-punkte ein, womit sich die Reichweiten mit 0,9% bei den 14-49jährigen mehr als halbieren.

Resümee

Erneut beweist der aktuelle Radiotest die stabilen Verhältnisse des heimischen Radiomarktes. Zwar gibt es einige signifikante Reichweitschwankungen auf nationaler Ebene, die Verhältnisse bleiben aber nach wie vor unverändert. Hervorzuheben ist die Tatsache, dass **Ö3** zum zweiten Mal nach dem 2. HJ 2007 bei den 14-49jährigen unter 50% Tagesreichweite erzielt. Aber an der Marktdominanz dieses Senders ändert das nichts.

Für Planung und Buying bedeutet dies, dass Radio nach wie vor als stabiler und verlässlicher Partner mit einem günstigen TKP im Vergleich zu anderen Medien gilt.