

***** Presse-Information / Radiotest 2024_4 *****

Gesperrt bis Donnerstag, 30. Jänner 2025, 12:00 Uhr, frei für die Freitags-Ausgabe

Radiotest 2024_4: RMS dominiert als Marktführer und setzt mit der TOP Kombi neue Maßstäbe am österreichischen Audiomarkt

Wien, 29.01.2025 – Der aktuelle Radiotest 2024_4 unterstreicht eindrucksvoll die unangefochtene Marktführerschaft der RMS TOP Kombi: Mit herausragenden Ergebnissen in allen wesentlichen Kennzahlen übernimmt die RMS TOP Kombi erstmals die Gesamt-Marktführerschaft in allen neun Bundesländern in der werberelevanten Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Die TOP Kombi erzielt eine Tagesreichweite von 45,2 Prozent (Ö3 32,6 Prozent) und einen beeindruckenden Marktanteil von 52 Prozent. Damit ist die RMS weiterhin klar auf Überholkurs und liegt in der werberelevanten Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen vor allen anderen Radio-Angeboten und sogar vor dem ORF Gesamtangebot (45 Prozent).

In der Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren erreicht die RMS TOP Kombi täglich mehr als 2,7 Millionen Hörer:innen und beweist auch hier eine herausragende Marktstellung vor Ö3. Diese eindrucksvollen Zahlen bestätigen erneut die RMS TOP Kombi als das mit Abstand stärkste und erfolgreichste Radio-Angebot des Landes.

Nicht nur der Marktanteil wächst, sondern auch die Sendervielfalt. Denn RMS Austria hat das Angebot mit Beginn des Jahres 2025 um 17 neue DAB+ Sender erweitert, wodurch die Vielfalt und Reichweite auch zukünftig noch weiter gestärkt werden.

Ein Meilenstein ist außerdem die erstmals flächendeckende Marktführerschaft in allen neun Bundesländern: Die RMS TOP Kombi ist in der Kern-Zielgruppe (14-49 Jahre) beim Marktanteil österreichweit die Nummer 1 – seit dem aktuellen Radiotest auch in Salzburg mit 38 Prozent vor Ö3 (36 Prozent).

In Wien setzt die RMS TOP Kombi ebenfalls Maßstäbe: Mit einer Tagesreichweite von 35,1 Prozent in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen liegt die RMS TOP Kombi deutlich vor Ö3 (20,8 Prozent). Der Marktanteil in der Hauptstadt beträgt beeindruckende 56 Prozent – fast dreimal so hoch wie der Wert des nächstplatzierten Mitbewerbers (Ö3 20 Prozent).

Der aktuelle Radiotest hebt erneut die anhaltende Bedeutung des Mediums Radio für die österreichische Bevölkerung hervor: Täglich hören rund 6,1 Millionen Menschen ab 10 Jahren Radio, was einer Tagesreichweite von 75,0 Prozent entspricht. Pro Tag werden in der Gesamtbevölkerung (ab 10 Jahren) durchschnittlich 199 Minuten Radio gehört. Und auch hier wurde ein weiterer Meilenstein erreicht, denn erstmals liegt die tägliche Radionutzung in der Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen mit beeindruckenden 201 täglich gehörten Minuten über jener der Gesamtbevölkerung.

Ergebnisse aus dem Radiotest 2024_4 (Mo-So)

- Die RMS TOP Kombi ist mit 45,2 Prozent Tagesreichweite bei den 14- bis 49-Jährigen Nummer 1 in Österreich unter allen Radio-Angeboten (Ö3 32,6 Prozent)
- Auch beim Marktanteil liegt RMS mit 52 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen deutlich vor Ö3 (28 Prozent) und weiterhin vor dem ORF Gesamt-Angebot (45 Prozent)
- Die RMS TOP Kombi liegt in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen erstmals in allen neun Bundesländern im Marktanteil vor Ö3
- Die RMS TOP Kombi erzielt in Wien bei den 14- bis 49-Jährigen eine Tagesreichweite von 35,1 Prozent (Ö3 20,8 Prozent) und ist damit unangefochten Nummer 1
- Mit einem Marktanteil von 56 Prozent in der Bundeshauptstadt liegt die RMS TOP Kombi in der Kern-Zielgruppe (14-49 Jahre) weit vor dem Wettbewerb (Ö3 20 Prozent)
- Die RMS TOP Kombi erreicht täglich mehr als 2,7 Millionen Österreicher:innen ab 10 Jahre
- Radio ist mit 75,0 Prozent Tagesreichweite und 199 täglich gehörten Minuten weiterhin eines der beliebtesten Medien der österreichischen Bevölkerung ab 10 Jahre
- Die tägliche Radionutzung der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen liegt mit 201 täglich gehörten Minuten erstmals über jener der Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren (199 Minuten).

Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria, über den aktuellen Radiotest:
„Der aktuelle Radiotest zeigt eindrucksvoll, dass junge Menschen weiterhin klassische Medien konsumieren. Mit einer Tagesreichweite von 45,7 % erreichen die Privatradios ein All-Time-High und dominieren mit 53 % erstmals die Hörminuten der Österreicher:innen. Es liegt an der Stärke der Privatradios, dass erstmals die 14- bis 49-Jährigen mit beeindruckenden 201 Minuten länger Radio hören als die Gesamtbevölkerung. Privatrado hat somit seine Hörerschaft in allen Generationen, auch in der Gen Z.

Diese Reichweitenstärke machen wir mit der RMS TOP Kombi gebündelt und einfach buchbar. Mit 17 neuen DAB+ Sendern ist die RMS TOP Kombi so stark wie noch nie – und der Abstand zu Ö3 wächst kontinuierlich. Bei einem Marktanteil von 52 % ist ein Verzicht auf die RMS TOP Kombi mit keinem KPI mehr rechtfertigbar.“

Weitere Informationen finden Sie unter: <https://rms-austria.at/mediaservice/radiotest>

Quelle: Radiotest 2024_4, Mo-So (alle Vergleiche mit RT 2023_4)

Kontakt:

Radio Marketing Service GmbH Austria
Stefan Gensasz | Head of Market and Media Research
Tel.: +43 676 5227881 | stefan.gensasz@rms-austria.at