

Presse-Information / Radiotest 2026_2

Gesperrt bis Donnerstag, 23. Juli 2026, 12:00 Uhr

Radiotest 2026_2: RMS TOP Kombi erzielt historischen Spitzenwert – Marktanteil in der Kernzielgruppe mehr als doppelt so hoch wie Ö3

Wien, 22.07.2026 – Der aktuelle Radiotest 2026_2 bestätigt die herausragende Marktposition der RMS TOP Kombi und setzt ein deutliches Zeichen im österreichischen Audiomarkt. Mit einem Marktanteil von 56 Prozent in der Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen entfällt mittlerweile jede zweite gehörte Radiominute auf die RMS TOP Kombi. Besonders eindrucksvoll ist, dass der Marktanteil der RMS TOP Kombi damit mehr als doppelt so hoch ist, wie jener von Ö3 (27 Prozent) und weiterhin klar vor dem ORF Gesamtangebot (43 Prozent) liegt.

Private Radiosender prägen den österreichischen Audiomarkt

Die Ergebnisse des Radiotests 2026_2 zeigen einmal mehr die hohe Relevanz privater Radiosender für den täglichen Medienkonsum. Denn auch bei der Reichweite setzt die RMS TOP Kombi neue Maßstäbe: Mit 1.876.000 täglichen Hörer:innen erreicht sie in der Kernzielgruppe (14-49 Jahre) nicht nur deutlich mehr Menschen als Ö3 (1.263.000), sondern mittlerweile auch deutlich mehr Hörer:innen als das gesamte ORF-Radioangebot (1.798.000). Damit unterstreicht RMS Austria die ungeschlagene Position am Audiomarkt und für Werbetreibende in Österreich.

Radio bleibt eines der stärksten Werbemedien Österreichs

Radio ist ein unverzichtbarer Begleiter im Alltag und eines der reichweitenstärksten Medien des Landes: Täglich nutzen mehr als 6,1 Millionen Menschen ab 10 Jahren Radio mit einer durchschnittlichen Hördauer von über 3 Stunden.

Für Werbetreibende bedeutet dies ein leistungsstarkes Umfeld mit hoher Reichweite, intensiver Nutzung und einer außergewöhnlich starken Präsenz.

Flächendeckende Marktführerschaft in ganz Österreich

Die Stärke der RMS TOP Kombi zeigt sich nicht nur auf Bundesebene. Beim Marktanteil liegt RMS in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen in allen neun Bundesländern vor Ö3 und in acht Bundesländern sogar vor dem ORF Gesamtangebot. Auch bei der Tagesreichweite erreicht die RMS TOP Kombi in der Kernzielgruppe (14-49 Jahre) österreichweit sowie in acht Bundesländern mehr Hörer:innen als Ö3 und übertrifft ebenfalls in acht Bundesländern das gesamte ORF-Angebot.

Diese Ergebnisse unterstreichen die flächendeckende Stärke der privaten Radiosender und machen RMS Austria zum ungeschlagenen nationalen Audiovermarkter für effektive Werbekommunikation.

Ergebnisse aus dem Radiotest 2026_2 (Mo-So)

- Die RMS TOP Kombi erreicht in der Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen einen Marktanteil von 56 Prozent und bleibt damit die klare Nummer 1 am österreichischen Radiomarkt.

- Der Marktanteil der RMS TOP Kombi (14-49 Jahre) ist mit 56 Prozent mehr als doppelt so hoch wie jener von Ö3 (27 Prozent).
- Die RMS TOP Kombi erreicht in Absolutzahlen 1.876.000 tägliche Hörer:innen bei den 14- bis 49-Jährigen und liegt damit deutlich vor dem gesamten ORF-Radioangebot (1.798.000) sowie vor Ö3 (1.263.000).
- Mit einer Tagesreichweite von 46,5 Prozent in der Kernzielgruppe bleibt die RMS TOP Kombi das reichweitenstärkste Audio-Angebot am Markt.
- Beim Marktanteil liegt die RMS TOP Kombi in allen neun Bundesländern vor Ö3 und in acht Bundesländern vor dem ORF-Gesamtangebot (14-49 Jahre).
- Auch bei der Tagesreichweite erreicht die RMS TOP Kombi österreichweit sowie in acht Bundesländern mehr Hörer:innen als Ö3 und ebenso in acht Bundesländern mehr Hörer:innen als das ORF-Gesamtangebot in der Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.
- Radio ist mit einer Tagesreichweite von 74,9 Prozent und einer durchschnittlichen Hördauer von 199 Minuten täglich eines der meistgenutzten Medien der österreichischen Bevölkerung ab 10 Jahre.

Mario Frühauf, Geschäftsführer RMS Austria, über den aktuellen Radiotest:
„Die Privatradios prägen den Audiomarkt in Österreich wie nie zuvor. Zu diesem außergewöhnlichen Erfolg gratuliere ich allen Programmacherinnen und Programmachern sehr herzlich. Dieses Ergebnis zeigt, dass Radio für Millionen Menschen täglich unverzichtbar ist und als Werbemedium nichts von seiner Stärke verloren hat – im Gegenteil. Kein anderes Medium verbindet Reichweite, Vertrauen und Werbeakzeptanz so erfolgreich wie Radio. Mit den deutlichen Zugewinnen der RMS TOP Kombi steigt die Effizienz jedes investierten Werbeeuros weiter. Die aktuellen Radiotest-Ergebnisse sind daher ein starkes Argument, den Anteil der RMS TOP Kombi im Mediamix zu erhöhen.“

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

Quelle: Radiotest 2026_2, Mo-So (alle Vergleiche mit RT 2025_2)

Rückfragehinweis:

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