

## **ORF Radio Vorarlberg bleibt spitze**

Utl.: Vorarlberger ORF-Regionalradio ist klare Nummer 1 =

Wien (OTS) - Kein Radio ist in Vorarlberg so beliebt und wird so viel gehört wie ORF Radio Vorarlberg. Das belegt der soeben veröffentlichte Radiotest für das Gesamtjahr 2016. ORF Radio Vorarlberg legt im Gesamtradiomarkt an Marktanteilen und Tagesreichweite zu und verteidigt damit erfolgreich seine Spitzenposition.

Zuwächse an Hörerinnen und Hörern und Marktanteil im Gesamtradiomarkt

Von 100 gehörten Radiominuten in Vorarlberg entfallen 33 auf ORF Radio Vorarlberg. Damit ist das öffentlich-rechtliche Regionalprogramm des ORF mit 33 Prozent Marktanteil eindeutiger Marktführer. Mit 31,7 Prozent Tagesreichweite ist ORF Radio Vorarlberg auch der reichweitenstärkste Sender in Vorarlberg. Von Montag bis Freitag hören täglich allein in Vorarlberg 115.000 Personen das Regionalradio des ORF, von Montag bis Sonntag sind es rund 107.000 Personen.

Jeder fünfte in der jungen Zielgruppe hört ORF Radio Vorarlberg

Bei den 14- bis 49-Jährigen erzielt ORF Radio Vorarlberg im Gesamtwochenschnitt 20,1 Prozent Tagesreichweite (wochentags sogar 22,3 Prozent). Mehr als jede/r fünfte junge Vorarlberger Radiohörer/in schaltet zumindest einmal täglich das regionale ORF-Radioprogramm ein. Der Marktanteil liegt bei 18 Prozent. Damit widmen die Vorarlberger auch in der jungen Zielgruppe fast jede fünfte gehörte Radiominute ORF Radio Vorarlberg.

Rund doppelt so viele Hörer/innen wie bester Privatsender bei über 35-Jährigen

In seiner Kernzielgruppe (Personen ab 35 Jahre) kann ORF Radio Vorarlberg 41 Prozent Marktanteil für sich verbuchen. Von 100 gehörten Radiominuten in Vorarlberg entfallen somit 41 auf den regionalen ORF-Sender. Die Tagesreichweite liegt bei 41,3 Prozent (wochentags sogar bei 44,9 Prozent). Das bedeutet, ORF Radio Vorarlberg erreicht bei den über 35-Jährigen fast doppelt so viele

Hörer/innen in Vorarlberg wie der nächstfolgende private Mitbewerber.

Markus Klement, Landesdirektor des ORF Vorarlberg: „Es ist äußerst erfreulich, wenn wir von unseren Hörerinnen und Hörern mit so viel Zuspruch belohnt werden. Und es ist für uns Ansporn zugleich, weiterhin einfach näher dran zu bleiben. Das ist die Stärke unseres regionalen Radios für Vorarlberg und die Region.“

Dreimal so viele Hörer/innen wie alle ausländischen Sender zusammen

ORF Radio Vorarlberg erreicht im Gesamtradiomarkt in Vorarlberg dreimal so viele Hörer/innen wie sämtliche ausländischen Radios zusammen. Alle ORF-Radioprogramme erzielen in Vorarlberg zusammen 64 Prozent Marktanteil. Somit gehen zwei von drei gehörten Radiominuten auf das Konto der ORF-Radios. Erfreulich für die Vorarlberger Radioszene ist, dass in Vorarlberg weiterhin rund drei Stunden Radio täglich gehört wird.

Gerd Endrich, Zentraler Chefredakteur des ORF Vorarlberg: „Seriöse Unterhaltung und regionale Informationskompetenz, gepaart mit dem Wichtigsten jenseits unserer Landesgrenzen – diese Mischung schätzen unsere Hörer/innen zunehmend. In einer immer unübersichtlicheren Medienwelt wollen wir auch weiterhin ein modernes regionales Radio für alle Lebensbereiche sein.“

Ein Radiotest für alle Sender

Der Radiotest wird vom Marktforschungsinstitut „GfK Austria“ für alle österreichischen Radiostationen durchgeführt. Die Radionutzung wird nach Tagesreichweite und Marktanteil ausgewiesen. Der Marktanteil gibt den Anteil eines bestimmten Programms an der Radionutzungszeit insgesamt an. Die Tagesreichweite definiert, wie viele Leute das jeweilige Programm während eines Tages mindestens eine Viertelstunde eingeschaltet haben.

~

Rückfragehinweis:

Julia Zangerl

ORF Vorarlberg

julia.zangerl@orf.at

+43 5572 301 – DW 22558

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/248/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0105 2017-02-02/12:00

021200 Feb 17

Link zur Aussendung:

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20170202\\_OTS0105](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170202_OTS0105)