

## Zehn Jahre World Radio Day: Die ORF-Enterprise feiert meistgenutztes Medium der Welt – BILD/ VIDEO

ID: LCG21035 | 11.02.2021 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Medien – sterreich | Medieninformation

**Großes Radio-Jubiläum am Wochenende: Laut UNESCO meistgenutztes Lieblingsmedium feiert 110. Geburtstag. World Radio Day findet bereits zum zehnten Mal statt.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © ORF-Enterprise

Video zur Meldung auf [YouTube](#)

Wien (LCG) – Unter dem Titel „New World, New Radio“ wird am 13. Februar 2021 auf Initiative der Vereinten Nationen bereits zum zehnten Mal der World Radio Day gefeiert. Die Jubiläumsauflage steht im Zeichen der Resilienz und Evolution des traditionsreichen Mediums. Überall und jederzeit verfügbar, ist Radio laut UNESCO das meistgenutzte Medium der Welt und Plattform für Meinungsvielfalt, Information und Unterhaltung, das die Menschen seit 110 Jahren begleitet und an historischen Momenten teilhaben lässt. Durch die wachsende Mobilität, Digitalisierung und neue technische Verbreitungsmedien ist Radio mehr denn je immer und überall präsent und kann von den Menschen auf jedem Device genutzt werden. Von Smartphone über Smart Speaker und Smart TV bis zum Küchenradio: Es gab noch nie so viele Möglichkeiten, Radio zu empfangen. Im Ausnahmejahr hat das Medium einmal mehr seine gesellschaftlich verbindende Rolle unter Beweis gestellt. Schnelle Information und verlässlicher Journalismus waren ebenso wichtig wie Unterhaltung und Musik, die für gute Laune sorgten.

„Seit 66 Jahren sind die Radiosender des ORF die vertrauten Begleiter der Menschen in Österreich und mit täglich 4,85 Millionen Hörerinnen und Hörern sowie einem Marktanteil von 74 Prozent in der Gesamtbevölkerung der Garant für fantastische Werbewirkung“, sagt ORF-Enterprise-CEO **Oliver Böhm** anlässlich des Jubiläums. „In der fordernden Pandemiesituation beweisen die ORF-Radios ihre Bedeutung für den wirtschaftlichen Aufschwung. Allen voran steht Hitradio Ö3 mit täglich 2,45 Millionen Hörerinnen und Hörern für unüberhörbare Werbeerfolge. Sie schaffen dringend benötigte Konsumanreize!“

## ORF-Radiothek ist wichtiger Evolutionsschritt für die werbetreibende Wirtschaft

Im aktuellen RADIOTEST 2020\_4 erreichen die ORF-Radios einen Marktanteil von 74 Prozent in der Gesamtbevölkerung (Personen 10+, Montag – Sonntag). Österreichs größter und erfolgreichster Sender, Hitradio Ö3, erreicht in der Gesamtbevölkerung einen Marktanteil von 30 Prozent und in der attraktiven Aktivgruppe der 14-bis 49-Jährigen beachtliche 40 Prozent Marktanteil. FM4 baut die Tagesreichweite bei den 14-bis 49-Jährigen innerhalb eines Jahres auf 5,5 Prozent aus. Die treue Community des multilingualen Senders für die junge Avantgarde wächst in der Gesamtbevölkerung auf täglich 276.000 Menschen. Der international vielfach prämierte Kultur- und Informationssender Ö1 baut den Marktanteil in der Gesamtbevölkerung in einem Jahr um zwei Prozentpunkte auf neun Prozent aus. Die ORF-Regionalradios erzielen einen konstanten Marktanteil von 35 Prozent in der Gesamtbevölkerung und erreichen täglich 2,31 Millionen Hörerinnen und Hörer, die Informationen aus ihrem nächsten Umfeld und den Lokalkolorit der Bundesländerradios ebenso schätzen, wie den individuellen Musikmix.

„Der World Radio Day steht zu seinem zehnten Jubiläum im Zeichen der Evolution. Mit der ORF-Radiothek ist der ORF einen großen Evolutionsschritt gegangen, von dem die werbetreibende Wirtschaft profitiert. Sie vereint alle zwölf ORF-Sender unter einem digitalen Dach und bietet eine schlagkräftige Kombination aus Video- und Displaywerbung im qualitativ hochwertigen Audio-Umfeld des ORF, die Werbeerfolge verstärkt“, so Böhm.

Informationen zum World Radio Day 2021 auf [worldradioday.org](http://worldradioday.org)

## Über die ORF-Enterprise

Als Vermarktungstochter des ORF zeichnet die ORF-Enterprise exklusiv für die Vermarktung sämtlicher überregionaler Medienangebote des führenden österreichischen Medienkonzerns verantwortlich. Das Portfolio umfasst unter anderem vier Fernsehsender (ORF 1, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Ö1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Digital-Angebot auf ORF.at, die ORF-TVthek und ORF-Radiothek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing sowie Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Enterprise Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Das Unternehmen ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativfestivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-TOP SPOT, ORF-WERBEHAHN und ORF-ONWARD. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung, Contentverwertung) und **Heinz Mosser** (Finanzen und Administration, Musikverlag & Label, Sound & Vision, ORF nachlese) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns. Weitere Informationen auf [enterprise.ORF.at](http://enterprise.ORF.at), [contentsales.ORF.at](http://contentsales.ORF.at) und [musikverlag.ORF.at](http://musikverlag.ORF.at)

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](https://www.leisure.at)

(Schluss)