

WERBEAKZEPTANZ STUDIE

PRÄSENTIERT VON



Der Audiovermarkter.

Mario Frühauf
RMS – Radio Marketing Service
Geschäftsführer - CEO



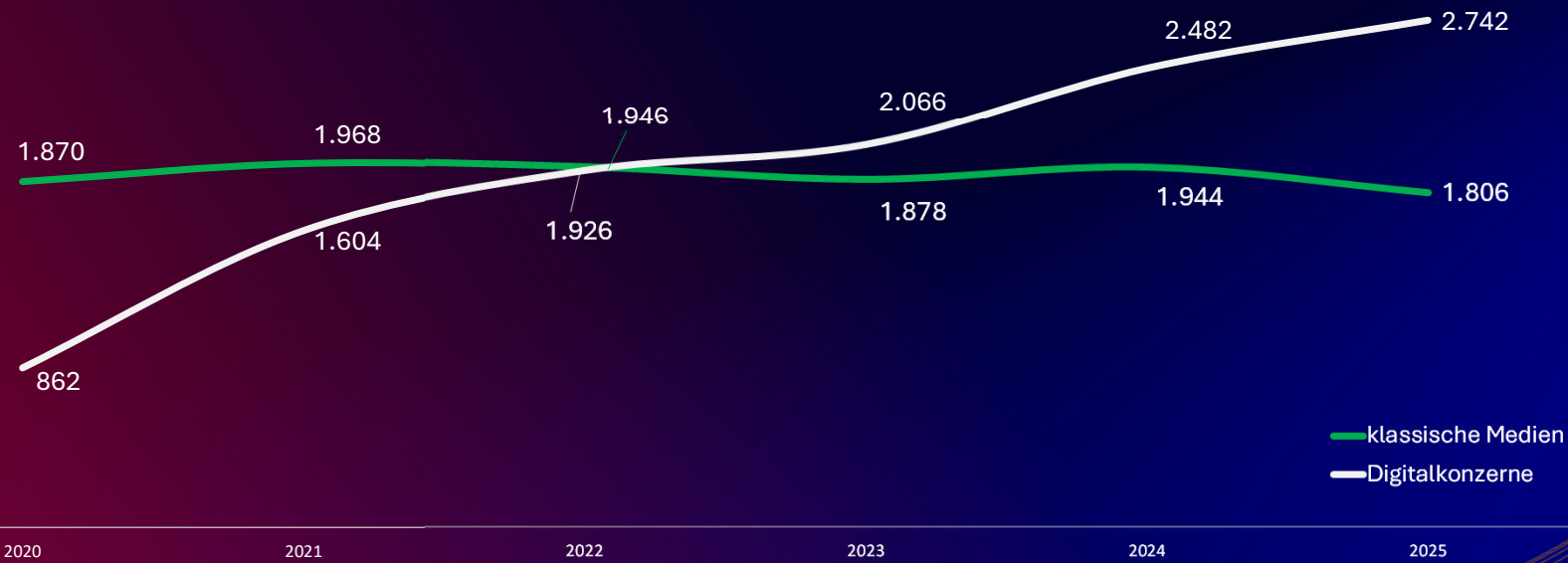
Dr. Heinz Mosser
ORF – ENTERPRISE
Geschäftsführer - CFO



08. Juni 2026

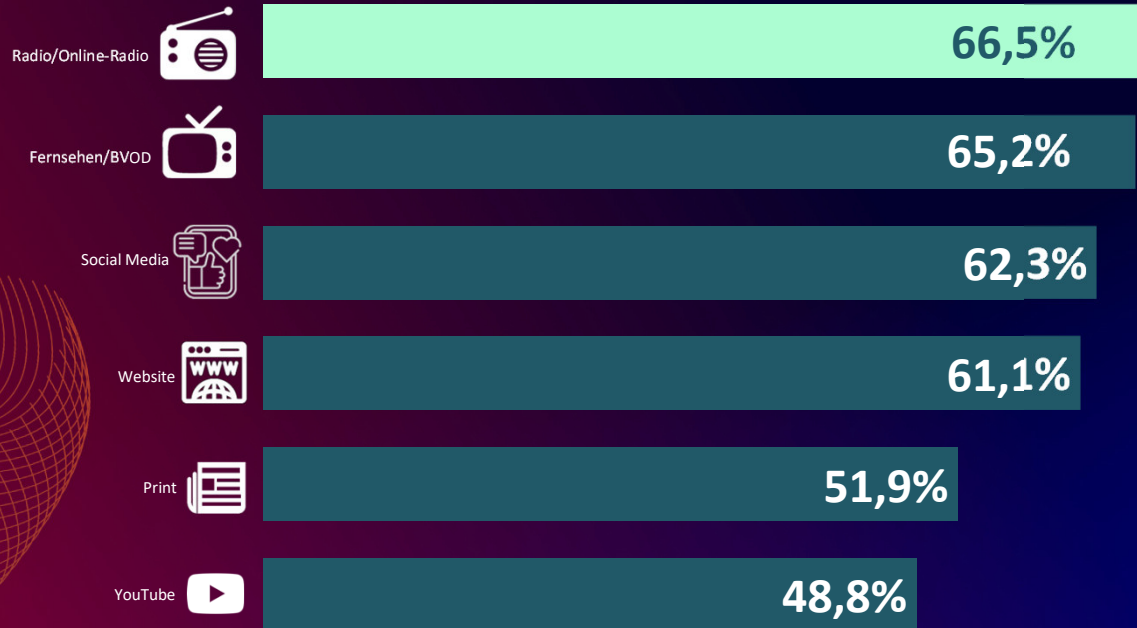
ÖSTERREICH WIRBT, BIG TECH JUBELT

Google, Facebook & Co wachsen weiter: 60% des Werbevolumens bei Digitalkonzernen



RADIO – GEHT INS OHR, BLEIBT IM KOPF

Innerhalb der letzten Woche wahrgenommene/ erinnerte Werbeformen

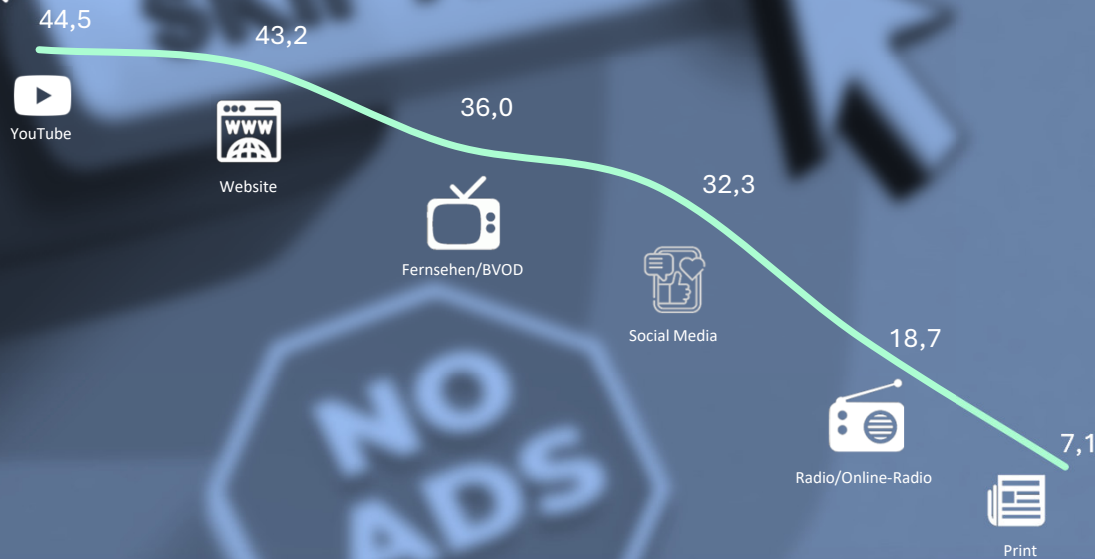


Wann haben Sie zuletzt irgendeine Art von Werbung auf den folgenden Kanälen wahrgenommen? | Basis: Nutzen das jeweilige Medium zumindest selten

AKZEPTANZ & VERMEIDUNG VON WERBUNG

Wo Werbung am meisten stört...

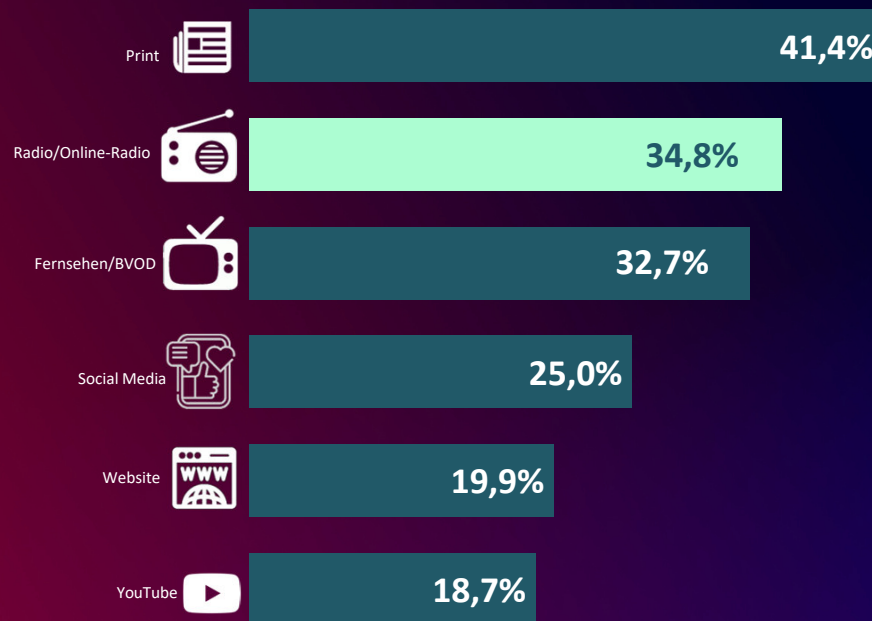
YouTube
als größter
Werbestörfaktor



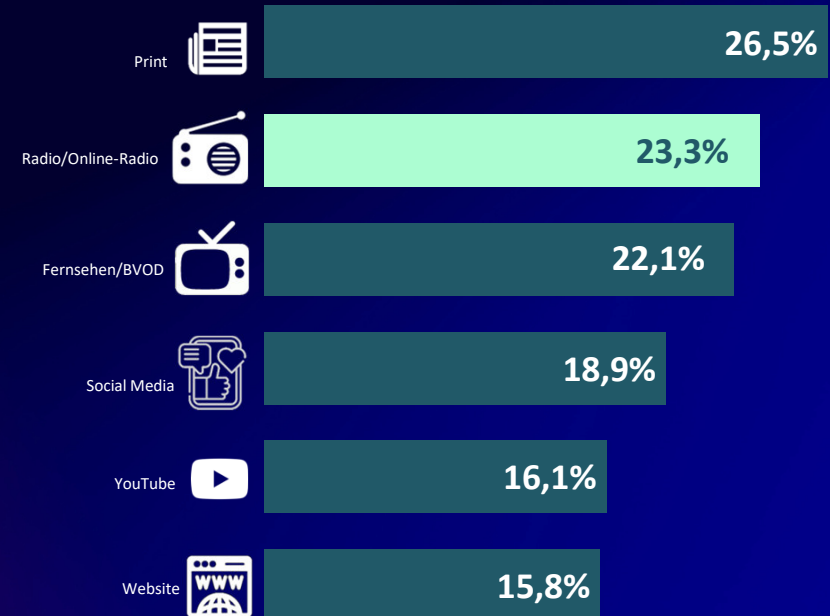
Welche Werbeformen empfinden Sie alles in allem am störendsten?

WERBUNG, DIE AKZEPTIERT WIRD

... gehört für mich einfach dazu



... ist sympathisch



Inwieweit treffen die folgenden Aussagen und Eigenschaften Ihrer Ansicht nach auf Werbung ... zu? , Top-2-Box trifft voll und ganz/ eher zu

BEWUSSTE VERMEIDUNG VON WERBUNG

AKTIVE MASSNAHMEN ZUR VERMEIDUNG

58,9%

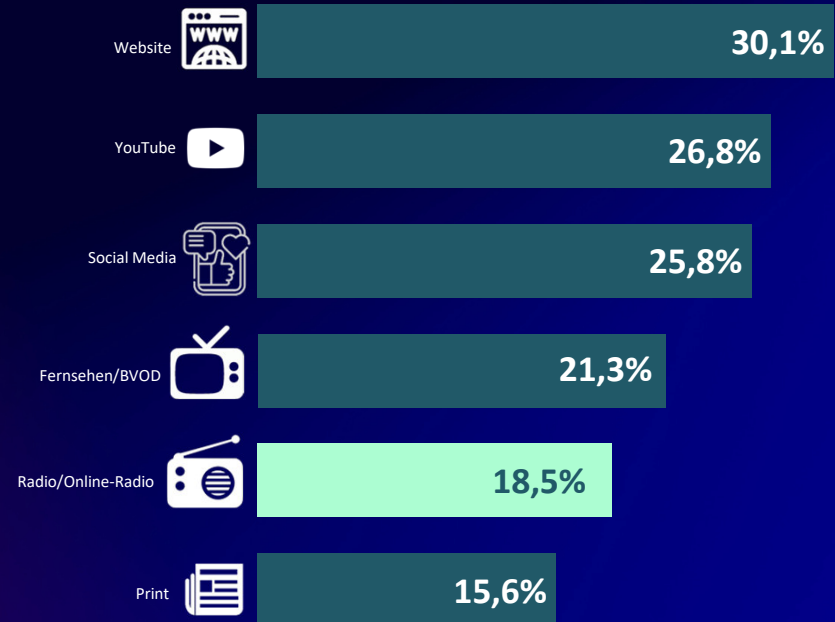
der Befragten setzen aktiv
Maßnahmen, um Werbung
zu vermeiden



14 – 29 Jahre

80,7%

... überfordert mich



Gibt es Maßnahmen, die Sie dauerhaft setzen, um Werbung aktiv zu vermeiden?

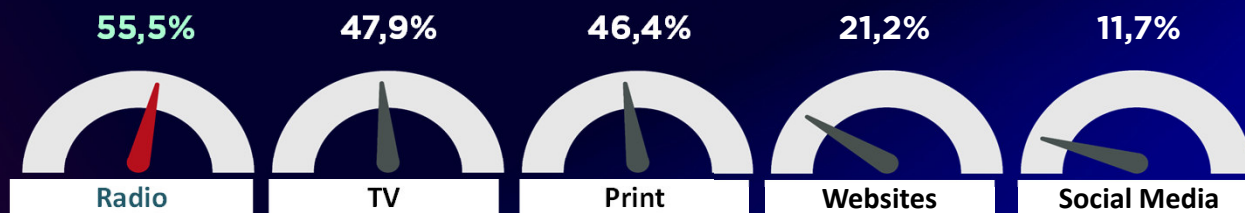
Inwieweit treffen die folgenden Aussagen und Eigenschaften Ihrer Ansicht nach auf Werbung ... zu?, Top-2-Box trifft voll und ganz/ eher zu

VERLÄSSLICHE INFORMATION HAT EINEN KLANG: RADIO

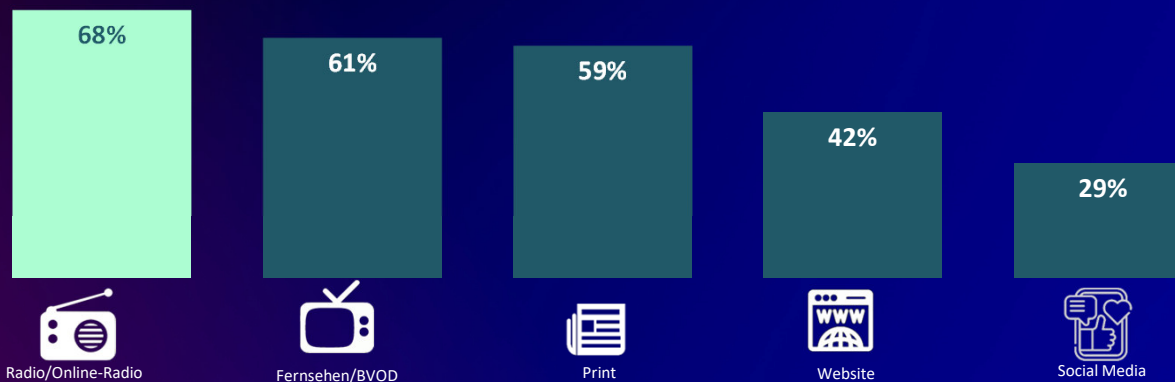
Informationen in Medien & deren Glaubwürdigkeit



Einschätzung der Medieninhalte in AT sehr/eher glaubwürdig



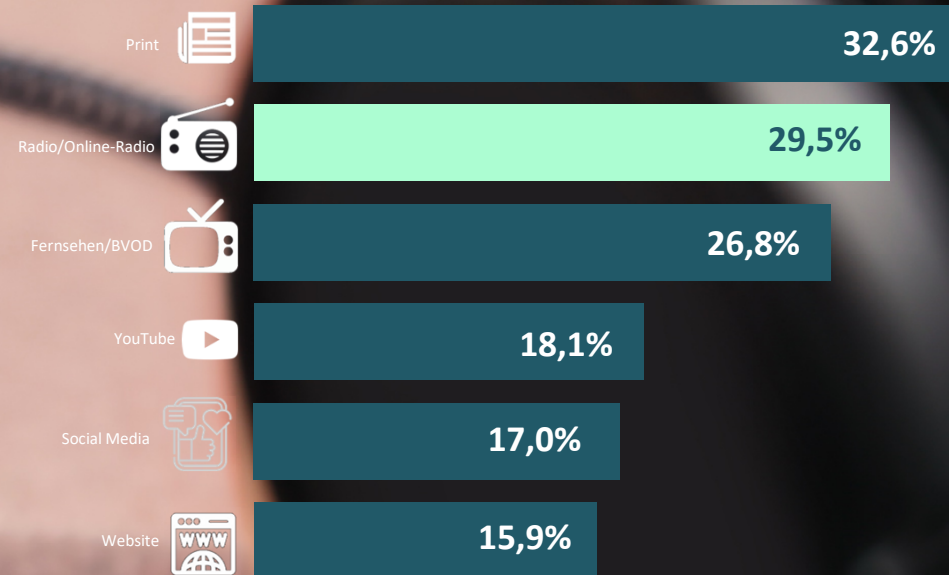
Vertrauen in Medien (Eurobarometer 2025)



CONTEXT MATTERS!

Das Werbeumfeld beeinflusst maßgeblich die Wahrnehmung

Glaubwürdigkeit von Werbung



Inwieweit treffen die folgenden Aussagen und Eigenschaften Ihrer Ansicht nach auf Werbung ... zu? , Top-2-Box trifft voll und ganz/ eher zu

IN ÖSTERREICH WERBEN – MEHRFACH WIRKEN

Für Marken, Medien und Wirtschaft

BUCHUNGEN BEI ÖSTERREICHISCHEN MEDIEN...



... bieten **Transparenz** und **Brand Safety** durch ein qualitätsgesichertes Werbeumfeld



... sichern **gesellschaftliche Verantwortung** durch faktenbasierte Informationen und den Diskurs



... tragen im Gegensatz zu globalen Plattformen zur heimischen **Wertschöpfung** und **Standortsicherung** bei



... bieten eine **hohe Reichweite**, da österreichische Medien täglich **97%** der Bevölkerung* erreichen* und als sehr glaubwürdig gelten



... ermöglichen flexible Beratungen für **langfristige Partnerschaften** durch den persönlichen Kontakt mit den Medienberater:innen

STARKE WERBUNG BEGINNT MIT AKZEPTANZ

