

RMS reicht weit.

- ✓ Radio weiterhin mit rd. 80% Tagesreichweite Tagesbegleiter Nummer 1 in Österreich
- ✓ Radio wird von der werberelevanten Zielgruppe 190 Minuten pro Tag gehört, das ist um 4 Minuten länger als vor einem Jahr
- ✓ Reichweiten- und Marktanteils-Gewinne der RMS TOP-Kombi in der Kern-Zielgruppe der 14-49jährigen
- ✓ Innerhalb einer Dekade konnten die Privatradios der RMS TOP-Kombi ihren Marktanteil um 11 Prozentpunkte steigern
- ✓ In Wien liegt die RMS TOP Kombi in der Kern-Zielgruppe bereits zum vierten Mal in Serie vor dem Mitbewerber – sowohl in der Tagesreichweite als auch beim Marktanteil

Der aktuelle Radiotest weist für die Gattung Radio wiederum ebenso hohe wie stabile Werte aus: rd. 80% der Österreicher hören täglich Radio. In beiden Zielgruppen konnte die Hördauer ausgebaut werden: insgesamt werden 193 Minuten Radio gehört (+ 2 Minuten); die Kernzielgruppe nutzt Radio 190 Minuten pro Tag (+ 4 Minuten). Damit ist Radio im Vergleich zu allen anderen Mediengattungen unangefochten das Massenmedium Nummer 1.

Die RMS TOP-Kombi kann sowohl Reichweite wie auch Marktanteil in der Kern-Zielgruppe weiter ausbauen – im Gegensatz zum Mitbewerber, dessen Reichweite und Marktanteil leicht sinken. Im wichtigen Werbemarkt Wien liegt die RMS TOP Kombi bei den 14-49jährigen sowohl bei der Reichweite (31,8%) als auch beim Marktanteil (38%) vor Ö3.

Bei den Einzelsendern sind besonders der Marktanteilsgewinn von Radio Energy in Wien sowie die Reichweiten-Steigerungen (14-49 Jahre) der Sender 88.6 Der Musiksender, der Antennen in Steiermark, Salzburg und Vorarlberg sowie Radio Ö24 und Radio Arabella in Wien hervorzuheben. Ebenso konnten die Lokalsender Soundportal und Welle 1 in der Steiermark, Arabella in Oberösterreich sowie in Salzburg die Sender Welle 1, Radio Energy und Lounge FM ihre Reichweiten im jeweiligen Bundesland ausbauen. Reichweitenstärkstes Privatrado ist mit 17,2 Prozent nationaler Reichweite weiterhin unangefochten KroneHit.

„Nach einem erfolgreichen 1. Halbjahr am Werbemarkt freuen wir uns jetzt über die guten Nachrichten vom Hörermarkt. Das Klima in der Kommunikationsbranche war deutlich besser als es in Anbetracht des konjunkturellen Umfeldes zu erwarten war. Vor diesem erfreulichen Hintergrund ist Hörfunk überdurchschnittlich gewachsen und innerhalb unserer Mediengattung verzeichnet RMS die höchsten Zuwachsraten. Dieser Radiotest liefert nun den Beweis, dass Radio – insbesondere das Privatrado – einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Werbeziele unserer Kunden leisten kann. Und das zu einem unschlagbar günstigen Preis“, so Michael Graf, Geschäftsführer RMS Austria, zum aktuellen Radiotest.

Quelle: Radiotest 1. Halbjahr 2015 versus 1. Halbjahr 2014, Mo-So

Kontakt:

Radio Marketing Service GmbH Austria
Prok. Doris Ragetté
Marktforschung & Media-Service
1030 Wien, Engelsberggasse 4/2
Tel.: (01) 710 58 10 – DW 30