

ma 2020 Audio I

RMS Reichweitenkombis auf hohem Niveau stabil

Zusätzliche Ad-hoc-Umfragen in Corona-Zeiten zeigen Radionutzung gantztägig auf Primetime-Niveau

Hamburg, 1. April 2020

Heute veröffentlichte die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse mit der **ma 2020 Audio I** die neuesten Zahlen für die konvergenten Reichweiten der Audionutzung. Sie bestätigen die RMS AUDIO TOTAL Konvergenzkombi als leistungsstärkstes Angebot für UKW- und Online-Audio-Kampagnen. Mit einer Buchung erreichen Werbekunden via 169 Privatsender und mehr als 1.400 Streams nun täglich 147 Mio. Kontakte in der Zielgruppe ab 14 Jahren. Im Wettbewerb belegt die AS&S Radio Deutschland-Kombi mit täglich 135 Mio. Kontakten Platz zwei, Spotify liefert 10 Mio. Kontakte*.

Auch die neueste **ma 2020 Audio I** bestätigt **Radio als Massenmedium**: Über alle Kanäle erreichen Audioangebote 83 Prozent der Bevölkerung täglich**.

Eine jüngst ebenfalls erschienene Ad-hoc-Umfrage*** zeigt die Stärke von Audio in der aktuellen Krise. Die tägliche Nutzung ist gleichmäßig über den Tag sehr hoch, auch außerhalb der klassischen Prime Time, wie die Befragung belegt: Am Vormittag hören 55 Prozent der Befragten Audio, 48 Prozent in der Drive Time, 46 Prozent zwischen 17 und 20 Uhr und auch am Abend, nach 20 Uhr, nutzt noch jeder Vierte das Medium. Diese Zahlen bestätigen eindrucksvoll die große Nähe und das Vertrauen, das Menschen dem Radio und seinen engagierten Programm-Machern vor Ort entgegenbringen.

Für **Marianne Bullwinkel**, Sprecherin der Geschäftsführung bei RMS, zeigen die ma-Ergebnisse die Relevanz von Radio- und Audioangeboten im Marketing-Mix: „Wir erzielen extrem schnell hohe Reichweiten auf allen Verbreitungswegen. Vor allem aber vertrauen die Menschen ihrem lokalen Radiosender – Nutzungszahlen auf Primetime-Niveau über den gesamten Tag, wie die Ad-hoc-Umfrage sie zeigt, sprechen eine deutliche Sprache. Für Werbekunden entsteht hier die Chance, in einem durchweg positiven Umfeld wichtige Unternehmensbotschaften zu verbreiten, Zielgruppen zu aktivieren oder über neue Angebote zu informieren. Und sei es das herzliche Dankeschön an die eigenen Teams.“

Im Online-Tool [ma Trend](#) auf der RMS Website können Werbekunden und ihre Agenturen die Reichweiten und Strukturen der werbetragenden Konvergenz-, Online- Audio- und klassischen Angeboten nach Zielgruppen analysieren. www.rms.de

Datenbasis:

* Dspr. Bev. 14+, brutto Hörer pro Tag bzw. Tagesreichweite, Mo-Fr, ma 2020 Audio I

** Dspr. Bev. 14+, Gattungswert Radio, Webradio und Streaming; Tagesreichweite, Mo-So, ma 2020 Audio I

***Quelle: Bevölkerungsrepräsentative Erhebung in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 16 Jahren vom 19.-22.03.2020; Durchführung: Marktforschungsinstitut GIM, Fallzahl: n=2.060 (25% CATI / 75% CAWI)

RMS ist der führende Vermarkter im deutschen Audiowerbemarkt. Mit einem breiten Portfolio an Radio- und Online-Audio-Werbeplattformen bietet RMS Werbetreibenden individuelle Lösungsansätze für eine effektive Zielgruppenansprache. Das Vermarktungsangebot von RMS umfasst alle Dienstleistungen aus dem gesamten Audiospektrum: Werbezeiten und -formate von 169 privaten Radiosendern sowie über 1400 Online-Audio-Streams, mobile Apps und Podcasts. RMS ist Treiber hinter zahlreichen Innovationen in den Bereichen Konvergenzwährung, Marktforschung, Media Management und Kreation – immer mit dem Anspruch, Werbetreibenden mit neuen Wirkungsnachweisen und Buchungstools Lösungen für die komplexen Anforderungen der wirksamen Mediaplanung anzubieten. Der Umsatz der RMS-Partnersender betrug im Jahr 2019 laut Nielsen Media Research 1,372 Milliarden Euro. Zusammen mit RMS Austria ist RMS größter Audiovermarkter Europas. www.rms.de

Pressekontakt

RMS Radio Marketing
Service GmbH & Co. KG

Kirsten Schade
Unternehmenskommunikation
Pressesprecherin

T. 040. 23890-153
M. 0175. 9346079
schade@rms.de