

ma 2020 Audio II

RMS Reichweitenkombis liefern konstant hohe Leistung

Audioangebote erreichen täglich 83 Prozent aller Deutschen

Hamburg, 15. Juli 2020

Heute veröffentlichte die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse mit der **ma 2020 Audio II** die neuesten Zahlen für die konvergenten Reichweiten der Audionutzung. Sie bestätigen einmal mehr die führende Position der RMS AUDIO TOTAL Konvergenzkombi als reichweitenstärkstes Angebot für UKW- und Online Audio-Kampagnen. Mit einer Buchung erreichen Werbetreibende über 169 Privatsender und mehr als 1.400 Streams nun täglich 144 Mio. Kontakte in der Zielgruppe ab 14 Jahren. Im Vergleich dazu landet die AS&S Radio Deutschland-Kombi mit täglich 130 Mio. Kontakten auf Platz zwei, Spotify bietet 11 Mio. Kontakte*.

Radio behauptet zudem seine unangefochtene Position als Massenmedium. Über alle Kanäle erreichen Audioangebote 83 Prozent der Bevölkerung täglich**.

Für **Marianne Bullwinkel**, Sprecherin der Geschäftsführung bei RMS, belegen die aktuellen ma-Zahlen die Relevanz von Radio- und Audioangeboten im Marketing-Mix: „Radio hat seine unique Position als massenhaft genutztes Vertrauensmedium in den letzten Monaten nachhaltig gestärkt. Übersetzt man das in den Kontext von Markenkommunikation, lautet die Botschaft – Radio ist das einzige Massenmedium das noch wirkungsvollen Werbedruck für nationale Kampagnen liefert. Kombiniert man diese hohen Reichweiten und die Aktivierungskraft mit den vielfältigen digitalen Ausspielwegen und innovativen Audioformaten, ist der Kampagnenerfolg so gut wie sicher.“

Die ma Audio stärkt als konvergente Leitwährung die Relevanz von Audio im Marketing-Mix. Keine andere Mediengattung hat die Chancen der Digitalisierung so ausgeschöpft und wird der Mediennutzung und den sich wandelnden Anforderungen an die Mediaplanung derart gerecht wie Audio. Die digitalen Ausspielwege gewinnen weiterhin an Bedeutung. Erstmalige Zahlen für die Nutzung von Podcast zeigen, dass ein Drittel (33,5 Prozent) der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen schon einmal Podcasts gehört haben.

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 II

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

Pressekontakt

RMS Radio Marketing
Service GmbH & Co. KG

Kirsten Schade
Unternehmenskommunikation
Pressesprecherin

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