

***** Presse-Information / Radiotest 2020_4 *****

Gesperrt bis Donnerstag, 4. Februar, 12:00 Uhr, frei für die Freitags-Ausgabe

Mit RMS TOP Kombi ein guter Start ins Jahr 2021

Radiowerbung mit RMS wirkt immer. Das zeigen auch die Ergebnisse des aktuellen Radiotests! Über **2 Millionen ÖsterreicherInnen** (ab 10 Jahre) hören täglich zumindest einen Privatsender aus dem RMS-Verbund. In der Zielgruppe der **14-49jährigen** werden mit der RMS TOP Kombi täglich **mehr als ein Drittel** der aktiven Kaufentscheider-Zielgruppe erreicht. Damit gehört RMS auch 2021 zu den relevantesten Audio-Angeboten des Landes.

In der Metropole Wien erzielt die RMS TOP Kombi erneut einen Spitzenplatz: mit einer Reichweite von 26,8 Prozent in der Kern-Zielgruppe sichert sich die RMS TOP Kombi unangefochten Platz 1 (Ö3: 20,2 Prozent). Auch beim Marktanteil belegt die Privatrado-Kombi mit 39 Prozent den Spitzenplatz – mit großem Abstand zum Zweitplatzierten (Ö3: 28 Prozent).

Radio gesamt beweist sich trotz Home Office, Home Schooling und vielen Videokonferenzen als unverzichtbares Medium: Rund 6 Millionen ÖsterreicherInnen nutzen täglich Radio, das entspricht einem täglichen Potential von 75,7 Prozent. Und Herr und Frau Österreicher hören im Schnitt 3 Stunden und 16 Minuten Radio pro Tag.

Auch in der entscheidenden Zielgruppe der 14-49jährigen ÖsterreicherInnen nimmt Radio einen fixen Platz im Tagesablauf ein: 69,5 Prozent – das entspricht rd. 2,8 Millionen HörerInnen – schalten Radio täglich ein und hören fast 3 Stunden (170 Minuten).

Ergebnisse aus dem Radiotest 2020_4 (Mo-So)

- Die RMS TOP Kombi erreicht täglich über 2 Millionen ÖsterreicherInnen
- In der werberelevanten Kern-Zielgruppe der 14-49jährigen erreicht die RMS TOP Kombi eine Tagesreichweite von 33,1 Prozent
- Der Marktanteil der RMS TOP Kombi beträgt in der werberelevanten Zielgruppe der 14-49jährigen 35 Prozent
- Die RMS TOP Kombi erzielt in Wien bei den 14-49jährigen eine Tagesreichweite von 26,8 Prozent (Ö3: 20,2 Prozent) und ist damit unangefochten Nummer 1
- Mit einem Marktanteil von 39 Prozent in der Bundeshauptstadt liegt die RMS TOP Kombi in der Kern-Zielgruppe deutlich vor dem Wettbewerb (Ö3: 28 Prozent)
- Radio ist mit 75,7% Tagesreichweite und 196 gehörten Minuten weiterhin eines der beliebtesten Medien

Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria, über den aktuellen Radiotest: *„Die aktuellen RMS-Werte im Radiotest beweisen, RMS ist auch 2021 unverzichtbar. Ob man weiter am Gas bleibt, das Gaspedal noch stärker durchdrückt, neu startet oder neu durchstartet: um die Kauflust der ÖsterreicherInnen zu stimulieren, die Wirtschaft zu unterstützen und zu stärken, bringt die Marktkraft der RMS den nötigen Schub. Über 2 Mio. NutzerInnen wollen täglich zum Kauf aktiviert werden und in Kombination mit unserer partnerschaftlichen Haltung können alle Auftraggeber sicher sein, dass ihr Werbeinvestment optimal und effizient platziert wird.“*

Seit 2018 wird der Radiotest von zwei Instituten durchgeführt: GfK Austria ist für die Feldarbeit sowie Gewichtung, Ankordata für die Prüfung der Daten und Auswertung verantwortlich.

Weitere Informationen finden Sie unter: <https://rms-austria.at/mediaservice/radiotest>

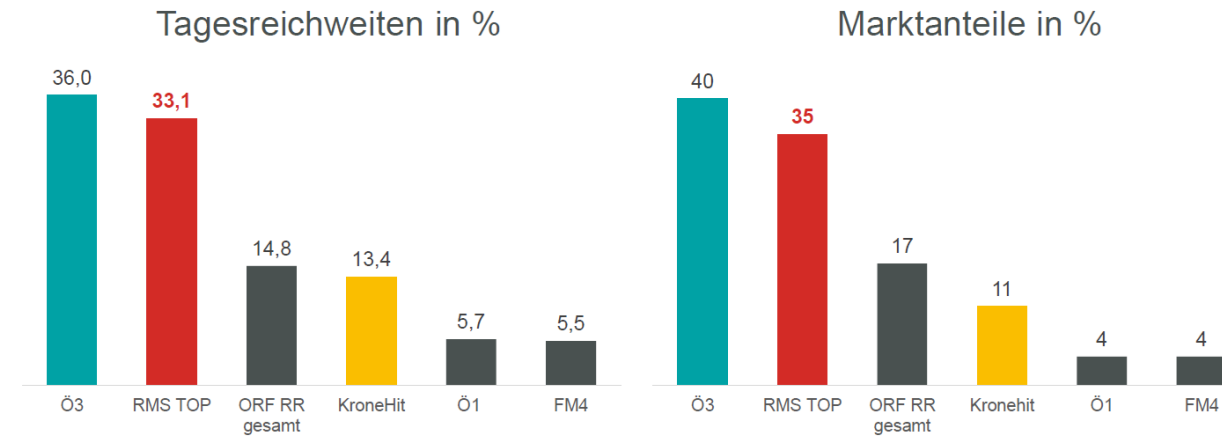
Quelle: Radiotest 2020_4, Mo-So (alle Vergleiche mit RT 2019_4)

Kontakt:

Radio Marketing Service GmbH Austria
Prok. Doris Ragette | Head of Research & Communications
1030 Wien | Engelsberggasse 4/2
Tel.: (01) 710 58 10 – DW 30 | ragette@rms-austria.at

Der Radiomarkt Österreich

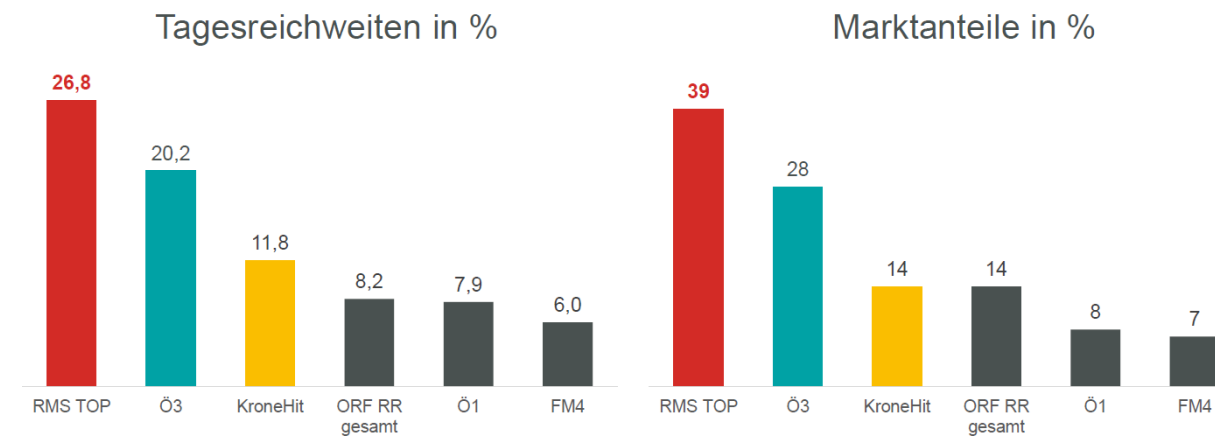
RMS TOP auf Augenhöhe mit Ö3



Quelle: Radiotest 2020_4, Tagesreichweiten und Marktanteile in %, 14-49 Jahre, Basis: Gesamt-Ö, Mo-So

Der Radiomarkt Wien

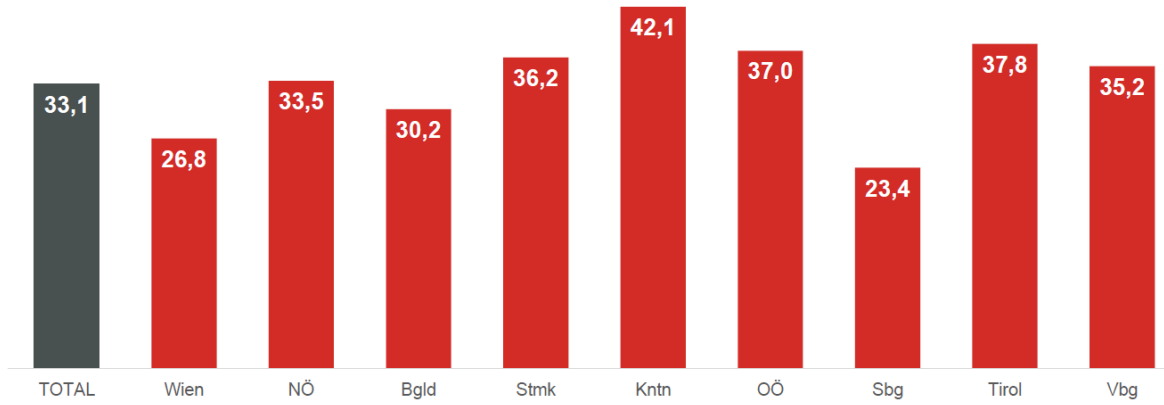
RMS TOP in Wien die Nummer 1



Quelle: Radiotest 2020_4, Tagesreichweiten und Marktanteile in %, 14-49 Jahre, Basis: Wien, Mo-So

Tagesreichweiten der RMS TOP Kombi

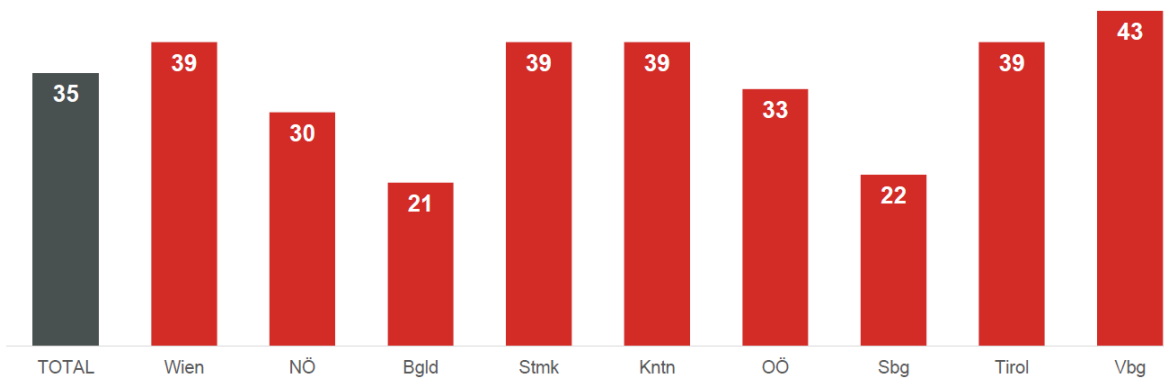
Personen 14-49 Jahre



Quelle: Radiotest 2020_4, Tagesreichweiten in %, 14-49 Jahre, Mo-So

Marktanteile der RMS TOP Kombi

Personen 14-49 Jahre



Quelle: Radiotest 2020_4, Marktanteile in %, 14-49 Jahre, Mo-So