

RADIOWERBUNG IN BAYERN

**BAVARIA KOMBI 1+3:
DER GENERALSCHLÜSSEL
ZU BAYERNS CONSUMER-
ZIELGRUPPEN**



VuMA Touchpoints

- Die VuMA Touchpoints ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die elektronischen Medien.
- Mediennutzungsdaten im Tagesverlauf werden zur optimalen Zielgruppenplanung mit detaillierten Konsuminformationen wie Produktinteresse, Kaufabsicht oder Verwendung kombiniert. Vorteil: Käuferzielgruppen oder die Hörer eines Radioprogramms können gezielt angesteuert werden.
- **Die VuMA Touchpoints 2021 belegt: Die Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3 ist in der deutlichen Mehrzahl der Auswertungskategorien Produktinteresse, Verwendung und Kaufabsicht bei nahezu allen für den Werbemarkt relevanten Produkten im Vergleich zu Antenne Bayern und dem Bayern Funkpaket das reichweitenstärkste (Erwachsene 14+) und gleichzeitig kostengünstigste (TKP / Preise 2021) Angebot im Freistaat.**



Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3

Die Bavaria Kombi aus BAYERN 1 und BAYERN 3 verschafft Ihrer Werbekampagne Zugang zu 5,28 Millionen konsumstarken, aktiven Hörern aus den unterschiedlichsten Consumer-Zielgruppen.

BAYERN 1 ist mit einem Marktanteil von 27,5 Prozent das mit Abstand meistgehörte Radioprogramm Bayerns. Unter dem Motto „BAYERN 1 – Gehört ins Leben.“ bietet das Programm internationalen Rock & Pop vor allem aus den 70er, 80er und 90er Jahren. Daneben gibt es die wichtigsten Informationen aus allen Regionen Bayerns. Kein anderer Sender in Bayern bindet seine Hörer intensiver an sich als BAYERN 1.

BAYERN 3 ist Bayerns Hitradio Nummer 1 mit den meisten aktuellen und besten neuen Hits aus den Charts und ganz viel neue Musik. BAYERN 3 Fans sind mit ihrem Lieblingsradio immer mittendrin: in der aktuellen Musikszene, in spannenden Diskussionen, im Leben. Die Moderatoren und Moderatorinnen sind witzig und unterhaltsam, haben immer ein offenes Ohr und informieren kompetent über alles, was Bayern bewegt.

Bavaria Kombi – das Traum-Duo für ganz Bayern aus einer Hand.



DARUM IST IHRE BAVARIA KOMBI-KAMPAGNE ERFOLGREICH

QUALITÄT

Werbung in hochwertigen, redaktionellen Programmumfeldern wirkt nachweislich besser – das bedeutet: Ihre Marke profitiert von der ausgewiesenen Qualität der Bavaria Kombi-Umfelder. Diese Qualität schließt mit ein den Schutz Ihrer Marke – Stichwort „Brand Safety“.

KAUFKRAFT

Von jungen Digital Natives bis Established 45 - 69 Jahre: Die markenaffinen und konsumfreudigen Hörer von BAYERN 1 und BAYERN 3 repräsentieren eine Kaufkraft von 135 Milliarden Euro*!

INVESTITIONSSICHERHEIT

Im Weitesten Hörerkreis verschafft die Bavaria Kombi Ihrer Marke den verlässlichen Zugang zu 7,41 Mio. Haupteinkommensbeziehern**. Damit punkten Sie gezielt bei den wichtigen Käuferzielgruppen***.

Quellen:

* ma 2020 Audio II Update, deutschspr. Bevölkerung 14+, BRD und GfK Kaufkraft 2021 – Errechnung Kaufkraft 2021: Tagesreichweite (Mo -Fr) x GfK Kaufkraft 2021

** ma 2020 Audio II Update, deutschspr. Bevölkerung 14+, BRD, Weitesten Hörerkreis (4-Wochenzeitraum)

*** VuMA Touchpoints 2021

Fakten aus der VuMA Touchpoints

Haushaltsführer

Über eine Million Hörer (1,058 Mio.) der Bavaria Kombi sind Haushaltsführer – ihr Tausendkontaktpreis liegt bei 4,30 Euro.



I ♥ Marke

1,680 Millionen Bavaria Kombi-Hörer sind markenaffin (TKP: 2,71 Euro).
Und 1,529 Millionen bezeichnen sich als markentreu (TKP: 2,98 Euro).

Lebensmittel kaufen ...

... 1,554 Millionen Hörer der Bavaria Kombi mindestens einmal pro Woche ein (TKP: 2,93 Euro).



Fakten aus der VuMA Touchpoints

Guten Appetit

Mindestens einmal pro Monat verwenden Bavaria Kombi-Hörer Milchprodukte (1,803 Mio. Hörer). Ebenso häufig naschen die Bavaria Kombi-Fans (1,687 Mio.) Süßigkeiten. Hoch ist auch die Affinität zu Convenience-Produkten wie Tiefkühlprodukten, hier greifen die Hörer gerne zu Tiefkühlkost (1,780 Mio.) und Fertiggerichten (1,814 Mio. Hörer). Den Zugang zu diesen Zielgruppen liefert die

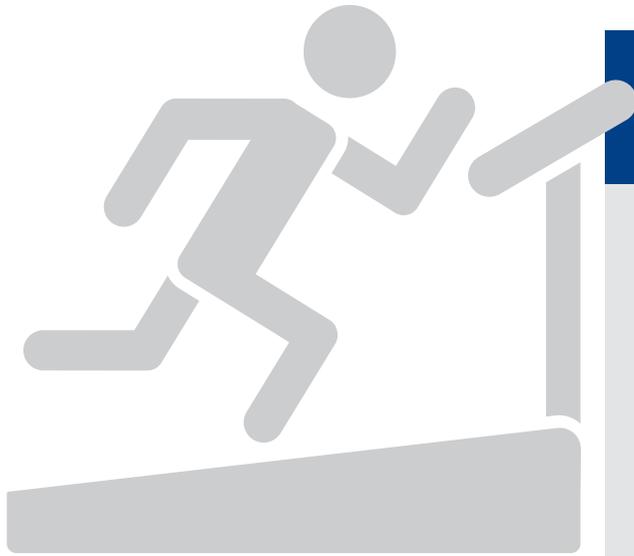
Bavaria Kombi zu höchst attraktiven Tausendkontaktpreisen zwischen 2,51 Euro und 2,70 Euro.



Prost

Ein Bier genehmigen sich 1,289 Millionen Bavaria Kombi-Hörer mindestens einmal pro Monat (TKP: 3,53 Euro) – und 0,962 Millionen Hörer interessieren sich für alkoholfreie Getränke (TKP: 4,73 Euro). 1,781 Millionen Hörer von BAYERN 1 und BAYERN 3 trinken mindestens einmal im Monat Kaffee oder Tee (TKP: 2,56 Euro). Und bei 1,077 Millionen Hörern liegen monatlich Limo oder Cola im Warenkorb (TKP: 4,22 Euro).

Fakten aus der VuMA Touchpoints



Mega-Trend 1: Healthcare

Die wachsende Zahl von Menschen, die sich für Gesundheitsfragen interessieren, erreichen Marken in den Umfeldern der Bavaria Kombi besonders zuverlässig (1,043 Mio. Hörer, TKP: 4,36 Euro). 900.000 Hörer zeigen Interesse an Gesundheitsdienstleistungen (TKP: 4,95 Euro) und 787.000 Bavaria Kombi-Fans für rezeptfreie Medikamente (TKP: 5,78 Euro). Und knapp 880.000 Hörer der Bavaria Kombi treiben mindestens mehrmals im Monat Sport (TKP: 5,18 Euro).



Mega-Trend 2: Nachhaltigkeit

Umweltfreundliche Produkte – auch wenn sie mehr kosten – wünschen sich 1,066 Millionen Bavaria Kombi-Hörer (TKP: 4,27 Euro). Mit Bio-Lebensmitteln beschäftigen sich 778.000 Hörer der Bavaria Kombi (TKP: 5,85 Euro), und die Zahl der BAYERN 1 und BAYERN 3 Fans, die beim Lebensmitteleinkauf auf Öko- oder Bio-Prüfsiegel achtet, beläuft sich auf 921.000 Hörer (TKP: 4,94 Euro).



Fakten aus der VuMA Touchpoints

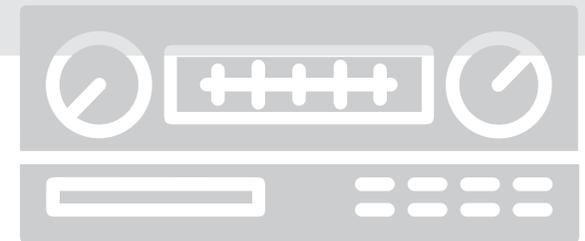
Schönen Urlaub

Reiseangebote und Infos zu Urlaubszielen? Da werden 1,307 Millionen Nutzer der Bavaria Kombi garantiert hellhörig (TKP: 3,48 Euro). Fast ebenso viele Hörer (1,273 Mio.) haben in den letzten 12 Monaten Urlaub gemacht (TKP: 3,57 Euro).



Radio-Fans lieben Autos

Über eine Million – genauer: 952.000 Hörer von BAYERN 1 und BAYERN 3 interessieren sich für Autos (TKP: 4,78 Euro), 705.000 Hörer „stehen“ voll auf Autozubehör (TKP: 6,45 Euro).



Fakten aus der VuMA Touchpoints



Auf Nummer sicher

Mindestens eine Versicherung besitzen 1,823 Millionen Hörer der Bavaria Kombi (TKP: 2,50 Euro). Und 1,662 Millionen Hörer haben ihr Geld angelegt (TKP: 2,74 Euro). Auf's Glück bei Lotteriespielen hoffen 830.000 Bavaria Kombi-Hörer (TKP: 5,48 Euro).



Sinn für Werte

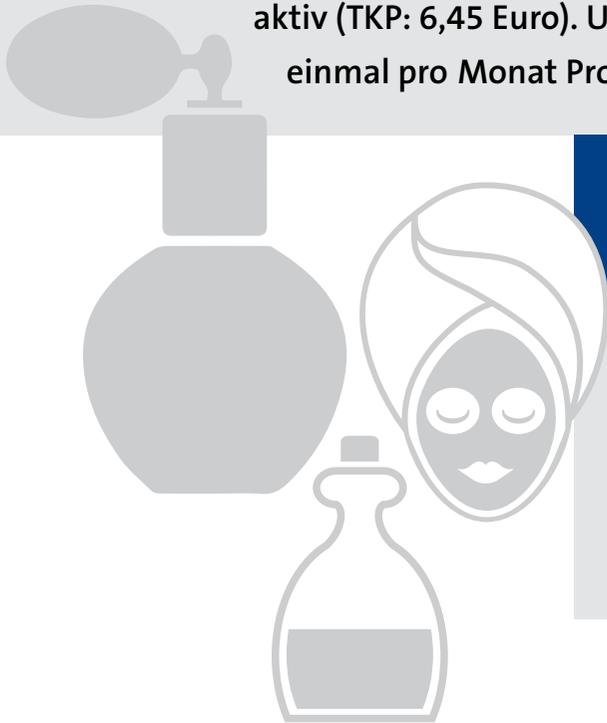
Eine verlässlich große Hörerschaft von BAYERN 1 und BAYERN 3 interessiert sich für Schmuck (690.000 Hörer, TKP: 6,59 Euro), Armbanduhren (756.000 Hörer, TKP: 6,02 Euro) und Brillen (765.000 Hörer, TKP: 5,95 Euro).



Fakten aus der VuMA Touchpoints

Ein Hauch von ...

...Parfums und Düften liegt in der Luft – und Produkte dieser Kategorie ganz sicher im Relevant Set bei knapp einer Million Hörern der Bavaria Kombi (TKP: 4,59 Euro). Mindestens mehrmals pro Woche nutzen weibliche Bavaria Kombi-Hörerinnen pflegende Kosmetik (877.000 Hörerinnen, TKP: 5,19 Euro). 834.000 männliche Hörer von BAYERN 1 und BAYERN 3 sind kosmetisch mindestens einmal pro Woche aktiv (TKP: 6,45 Euro). Und 1,803 Millionen Hörer kaufen mindestens einmal pro Monat Produkte zur Haarpflege (TKP: 2,52 Euro).



Eine saubere Entscheidung

Küche und Bad müssen glänzen – das finden 565.000 Bavaria Kombi-Hörer, die sich für Putz- und Pflegemittel interessieren (TKP: 8,06 Euro). Zum günstigen Tausendkontaktpreis von 4,21 Euro erreichen Waschmittelmarken ihre Zielgruppe: 1,082 Millionen Bavaria Kombi-Hörer verwenden entsprechende Produkte mindestens mehrmals pro Woche.

Fakten aus der VuMA Touchpoints



Unterhaltungselektronik rockt!

1,796 Millionen Hörer der Bavaria Kombi haben im Haushalt mindestens ein TV-Gerät – das bedeutet für Kampagnen einen Tausendkontaktpreis von wirtschaftlichen 2,53 Euro. Hoch ist das Interesse für LCD- und Plasma-TV-Geräte – 1,071 Millionen Hörer verfolgen hier werbliche Informationen mit gesteigerter Aufmerksamkeit (TKP: 4,25 Euro) – ebenso Produktinformationen aus dem HiFi-Bereich, für Musik-CDs oder DVD erwecken das Interesse von 0,7 Millionen Bavaria-Hörern.

Digitale Nutzer auf Empfang

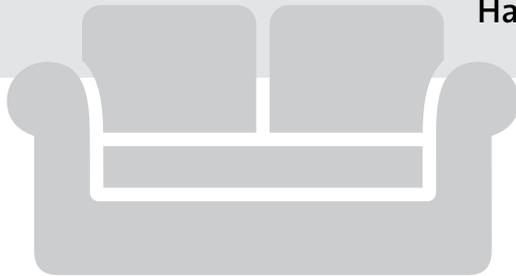
Die Menschen werden immer kommunikativer und vernetzter – so auch die kauffreudigen Zielgruppen der Bavaria Kombi. Mobilfunkangebote sind bei 1.011.000 Hörern der Bavaria Kombi-Programme im Relevant Set (TKP: 4,50 Euro). Knapp 900.000 Hörer (TKP: 5,15 Euro) interessieren sich für Produkte und Dienstleistungen rund um Festnetztelefonie.



Fakten aus der VuMA Touchpoints

Nothing Like Home

Fast 1,1 Millionen Hörer mit Interesse für Möbel erreicht die Bavaria Kombi (TKP: 4,17 Euro); jeweils rd. 1 Million Hörer interessieren sich für die Themen Kücheneinrichtung (TKP: 4,64 Euro) und elektrische Haushaltsgeräte (TKP: 4,60 Euro).



Viel zu tun!

Do it yourself-Fans und Gartenfreunde hören in großer Zahl die Bavaria Kombi-Programme. Knapp eine dreiviertel Million Hörer interessiert sich für elektrische Heimwerkergeräte (TKP: 6,19 Euro). Viele Hörer (613.000, TKP: 7,43 Euro) interessieren sich für Renovieren und Bauen, 532.000 Hörer planen Modernisierungsmaßnahmen in Haus und Wohnung. Zudem zeigen die Bavaria Kombi-Hörer eine hohe Affinität zu erneuerbaren Energien (TKP: 7,00 Euro) und entsprechender Technik wie beispielsweise Solaranlagen (TKP: 9,48 Euro).

Faktencheck

Status Quo: Leistungswerte im Vergleich

	Bruttokontakte Mio.	Tausendkontaktpreis €
BAVARIA KOMBI BAYERN 1 + BAYERN 3	1,832	2,48
ANTENNE BAYERN	0,805	3,29
BAYERN FUNKPAKET	0,987	3,23

Bavaria Kombi-Hörer mit Spitzenkaufkraft



KONTAKT



Peter Jakob

Verkaufsdirektor

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 710
Fax +49 89 / 59 00 - 10 720
E-Mail peter.jakob@br-media.de



Michael Walter

Verkaufsleitung / Business Development

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 712
Fax +49 89 / 59 00 - 10 720
E-Mail michael.walter@br-media.de



Claudia Sorowka

Verkauf

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 721
Fax +49 89 / 59 00 - 10 720
E-Mail claudia.sorowka@br-media.de



Klaus Obermeier

Media – Strategie und Planung

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 716
Fax +49 89 / 59 00 - 10 720
E-Mail klaus.obermeier@br-media.de



Heinz Brückl

Verkaufsberatung in/ für Österreich

Tel. +43 77 64 / 61 242
Mobil +43 664 / 40 20 721
E-Mail brueckl@brueckl.eu

IMPRESSUM

BRmedia

BRmedia GmbH
Hopfenstraße 4, 80335 München
Postfach 200562, 80005 München

Telefon +49 89 / 59 00 - 10 600
Telefax +49 89 / 59 00 - 10 704
E-Mail info@br-media.de
Internet www.br-media.de

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Dr. Lorenz Wolf

Geschäftsführer:

Ludger Lausberg

Sitz und Registergericht:

München HRB 4060

USt.-IdNr. DE 811173592

St.-Nr. 143 / 119 / 000 73

FA München für Körperschaften

Gesellschafter

Mitglied



Redaktion: BRmedia-Marketing

Konzeption, Redaktion, Gestaltung und
Realisation: Kay Krüger Kommunikation,
Studio Zinkl Grafik-Design

Bildnachweise:

Bayerischer Rundfunk, Adobe Stockfoto

Stand: München, April 2021