

RADIOWERBUNG IN BAYERN

**REICHWEITE +
KAUFKRAFT
= WIRKUNG**

BRmedia

WIRKUNGSPOTENTIAL VON RADIOKAMPAGNEN

Nachweisführung

Vergleich der massenattraktiven bayernweit verbreiteten bayerischen Einzelradioprogramme und deren Kombination zu Werbekombis.

Analysierte Leistungskategorien: WHK, Tagesreichweite und Bruttokontaktsumme in der Ø Stunde mit Werbung.

Erwachsene ab 14 Jahre (E. 14+), Haupteinkommensbezieher (HEB) und E. 14+ / HEB in der Zuordnung von HH-Nettoeinkommensklassen.

Bestimmungsfaktoren

Die Kaufkraft bzw. das Konsumpotenzial sind der Schlüssel zur Nachfrage.

Das Wirkungspotenzial einer Kampagne wird bestimmt durch die Kaufkraft bzw. durch das wohnhaushaltsbezogene Konsumpotenzial der durch die Kampagne erreichten Hörer.

Qualitäts-Effekt

Der Qualitätseffekt belegt die höhere Wertigkeit von Werbekontakten bei einem höheren Konsumpotenzial der erreichten Hörerhaushalte: höhere Wertigkeit = höheres Radiokampagnen-Wirkungspotenzial.

QUALITÄTS-MEDIAPLANUNG

■ Konsumieren wollen heißt nicht zwingend konsumieren können.

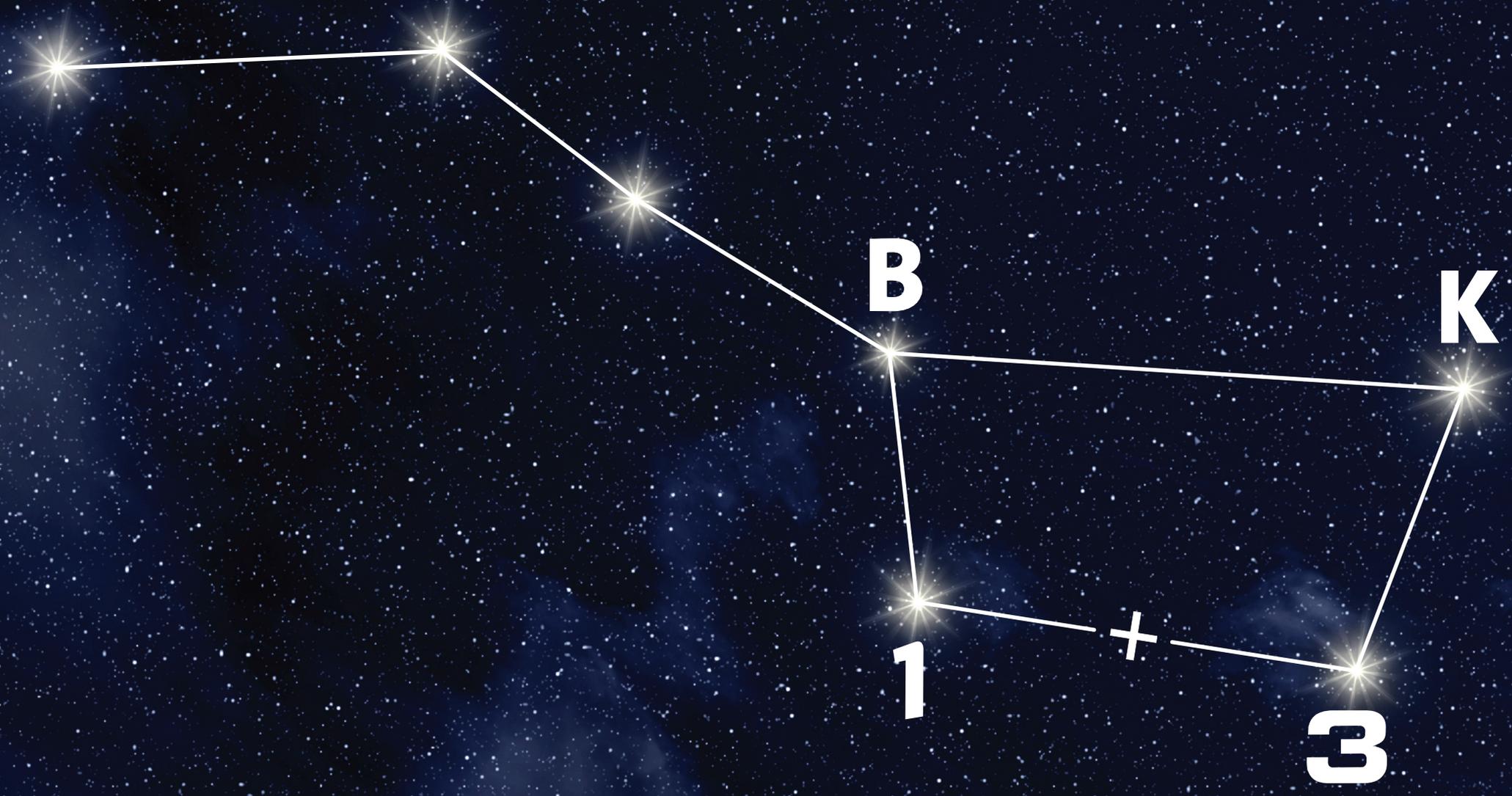
Die Kaufkraft macht den Unterschied.

Konsum wird bestimmt durch die individuelle Kaufkraft bzw. durch das sich daraus ergebende Konsumpotenzial.

Das heißt: Kontakt ist ungleich Kontakt.

■ **Qualitäts-Mediaplanung zählt und bewertet jede erreichte Person und ihre Kaufkraft einzeln.**

RADIOWERBUNG IN BAYERN



WERBEN, WO DIE KAUFKRAFT IST = ERFOLG HABEN!

Ein klarer Fall für die Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3.

Die Gesamtheit der Bavaria Kombi-Hörer verfügt aktuell in 2021 über eine Kaufkraft von rd. 135 Mrd. Euro / Jahr. **Ganz schön prall gefüllt der große (Einkaufs) Wagen!**

Die Bavaria Kombi BAYERN 1 und BAYERN 3 erreicht in der Ø Stunde mit Werbung

DEUTSCHLAND

128 % mehr Personen ab 14 Jahre

158 % mehr Haupteinkommensbezieher

124 % mehr Haupteinkommensbezieher aus Haushalten mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 4.000 € und mehr

BAYERN

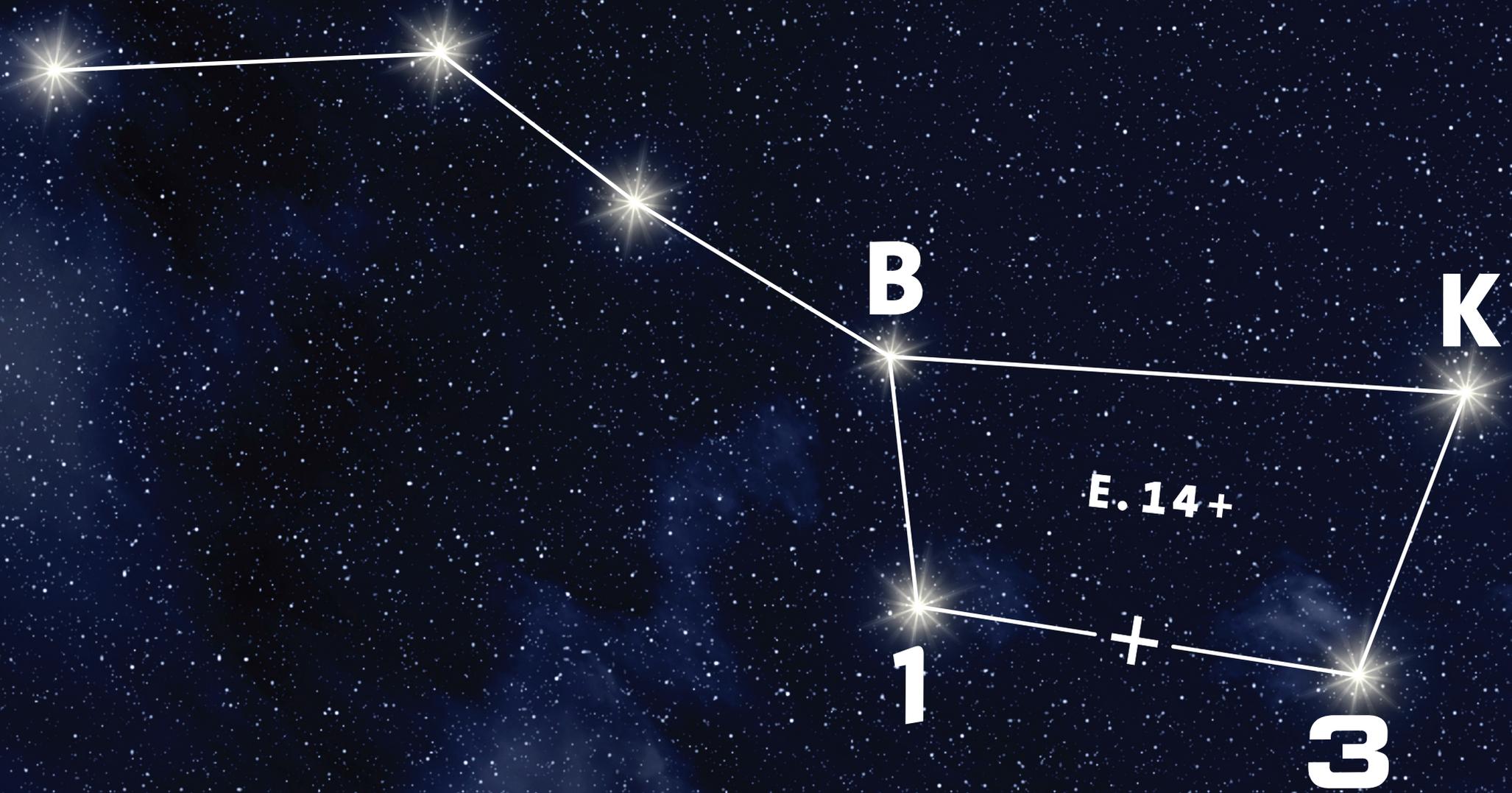
138 % mehr Personen ab 14 Jahre

179 % mehr Haupteinkommensbezieher

140 % mehr Haupteinkommensbezieher aus Haushalten mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 4.000 € und mehr

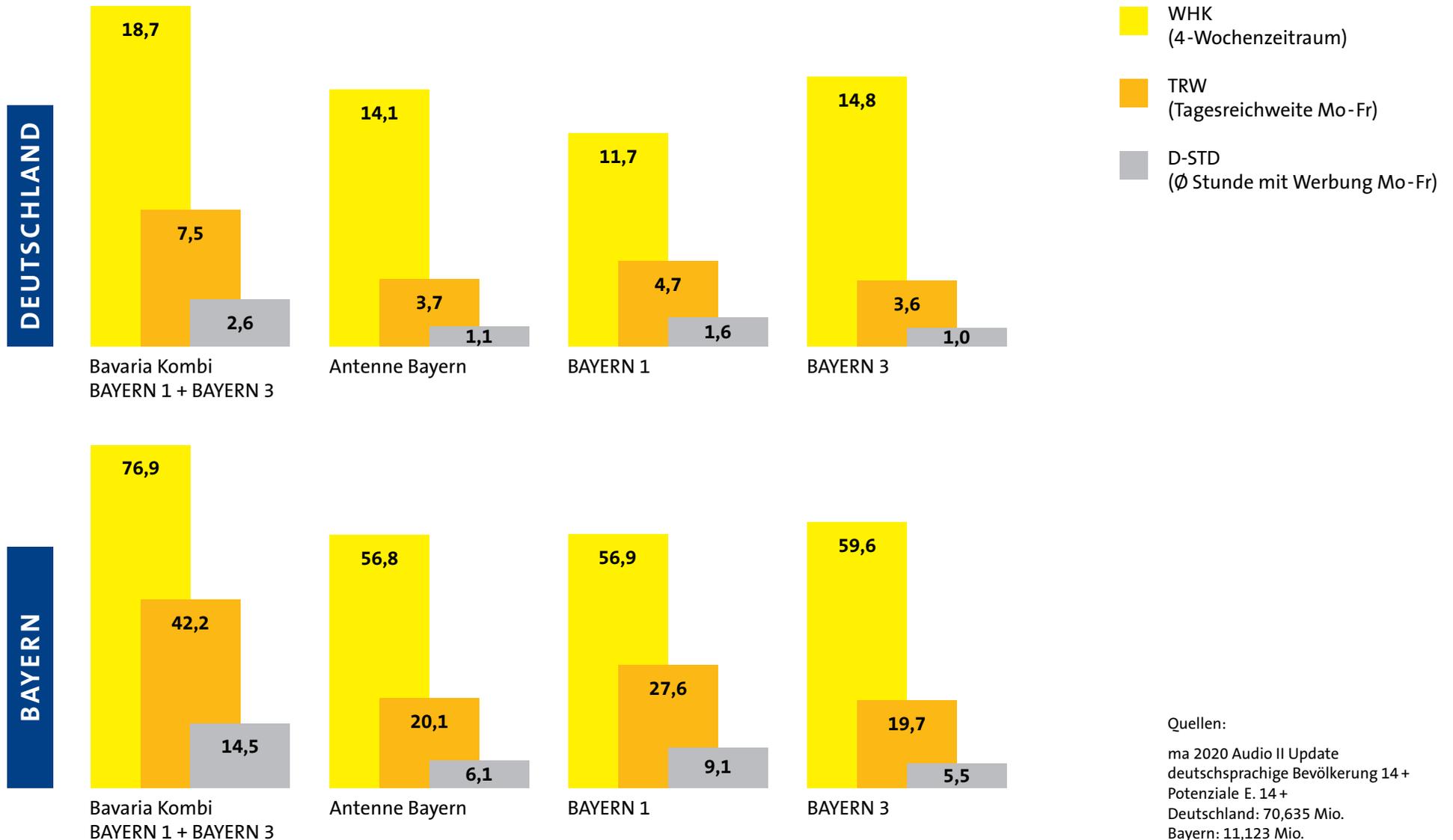
als die Antenne Bayern.

RADIOWERBUNG IN BAYERN



ERWACHSENE AB 14 JAHRE

Reichweiten %



Quellen:
 ma 2020 Audio II Update
 deutschsprachige Bevölkerung 14 +
 Potenziale E. 14 +
 Deutschland: 70,635 Mio.
 Bayern: 11,123 Mio.

ERWACHSENE AB 14 JAHRE

Kontakte Tsd.



Quellen:
ma 2020 Audio II Update
deutschsprachige Bevölkerung 14 +
Potenziale E. 14 +
Deutschland: 70,635 Mio.
Bayern: 11,123 Mio.

ERWACHSENE AB 14 JAHRE

Konsumpotenzial nach HH-Nettoeinkommensklassen

Erwachsene ab 14 Jahre aus Haushalten mit einem Haushaltsnettoeinkommen	Ø Stunde mit Werbung (Mo - Fr)	
	Bruttokontakte	TKP 2021

Quellen:
ma 2020 Audio II Update
Preise 2021

DEUTSCHLAND

	Bruttokontakte		TKP 2021	
	Antenne Bayern Tsd.	Bavaria Kombi Tsd.	Antenne Bayern €	Bavaria Kombi €
bis unter 1.000 €	27	82	97,09	55,43
1.000 bis unter 2.000 €	108	370	24,45	12,30
2.000 bis unter 4.000 €	403	807	6,58	5,64
4.000 € und mehr	267	573	9,93	7,94
Gesamt	805	1.832	3,29	2,48

100,3 %
114,6 %
1+3
Leistungs-
vorteil

14,3 %
20,0 %
1+3
Preis-
vorteil

Potenzial E. 14+
Deutschland: 70,635 Mio.

Deutliche Leistungs- und Preisvorteile für die Bavaria Kombi!

BAYERN

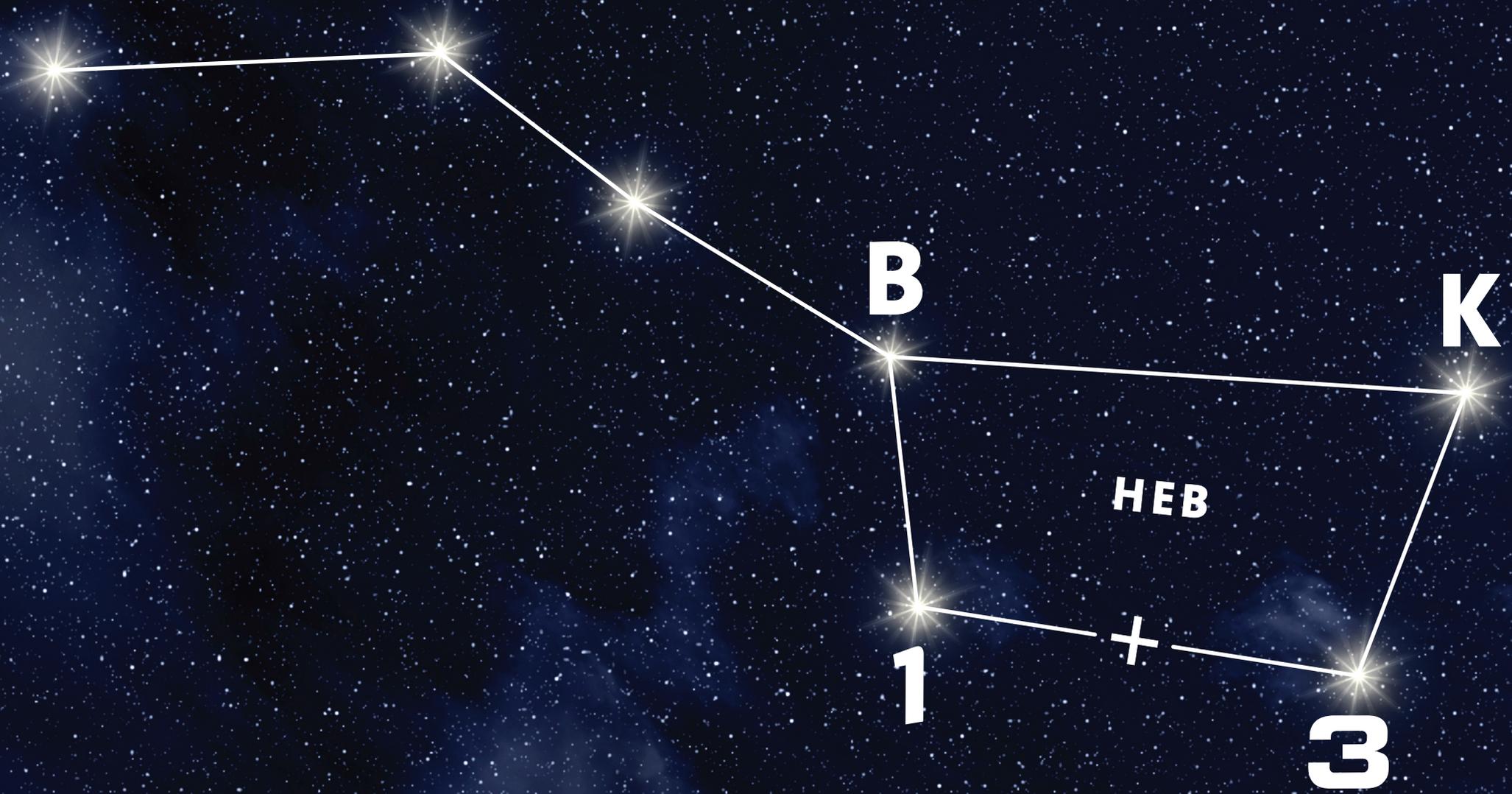
	Bruttokontakte		TKP 2021	
	Antenne Bayern Tsd.	Bavaria Kombi Tsd.	Antenne Bayern €	Bavaria Kombi €
bis unter 1.000 €	23	72	115,53	63,21
1.000 bis unter 2.000 €	87	330	30,64	13,77
2.000 bis unter 4.000 €	346	698	7,66	6,52
4.000 € und mehr	225	515	11,80	8,84
Gesamt	680	1.615	3,90	2,82

101,7 %
128,9 %
1+3
Leistungs-
vorteil

14,9 %
25,1 %
1+3
Preis-
vorteil

Potenzial E. 14+
Bayern: 11,123 Mio.

RADIOWERBUNG IN BAYERN



HAUPTTEINKOMMENSBEZIEHER

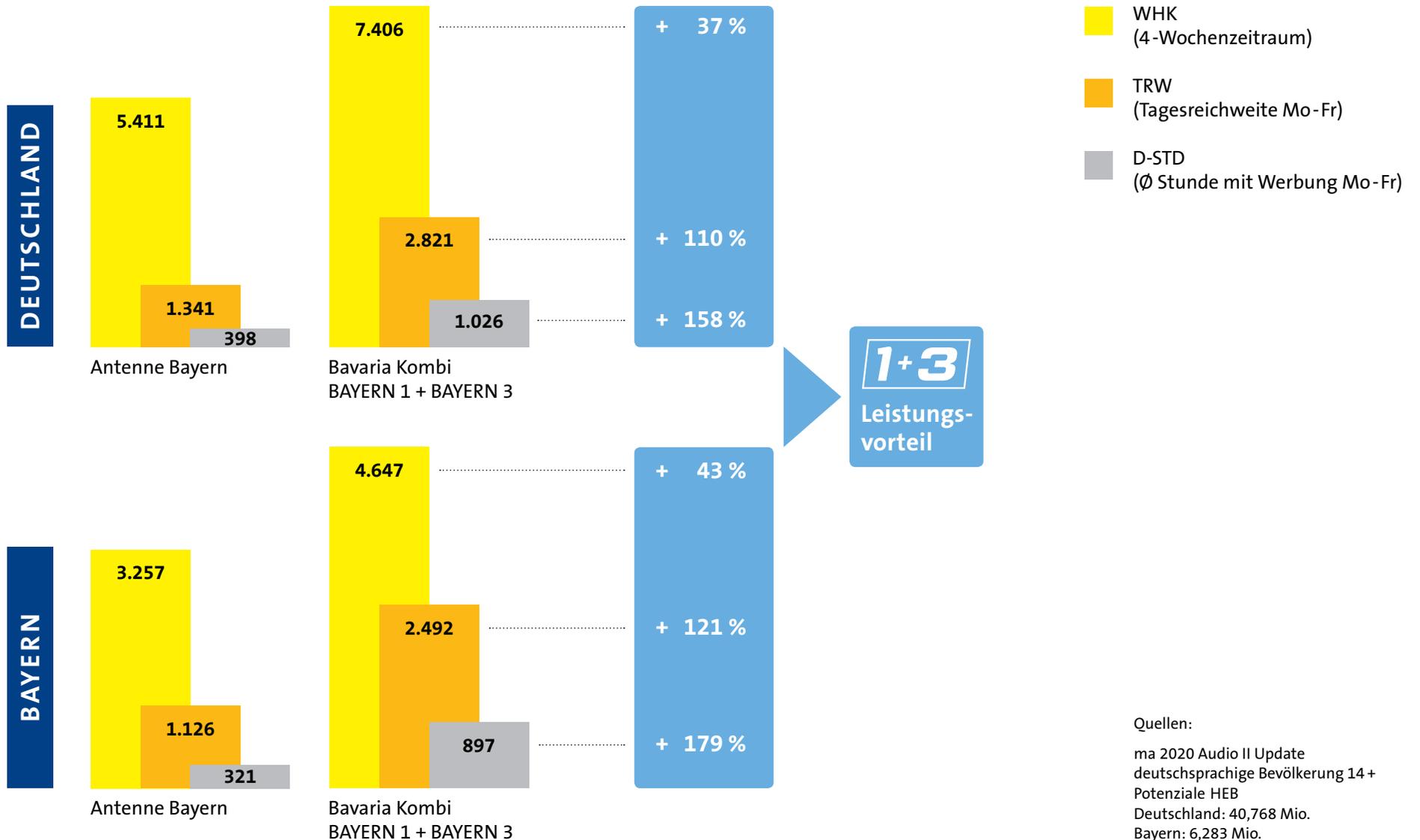
Reichweiten %



Quellen:
ma 2020 Audio II Update
deutschsprachige Bevölkerung 14 +
Potenziale HEB
Deutschland: 40,768 Mio.
Bayern: 6,283 Mio.

HAUPTINKOMMENSBEZIEHER

Kontakte Tsd.



Quellen:
 ma 2020 Audio II Update
 deutschsprachige Bevölkerung 14 +
 Potenziale HEB
 Deutschland: 40,768 Mio.
 Bayern: 6,283 Mio.

HAUPTINKOMMENSBEZIEHER

Konsumpotenzial nach HH-Nettoeinkommensklassen

Haupteinkommensbezieher aus Haushalten mit einem Haushaltsnettoeinkommen	Ø Stunde mit Werbung (Mo - Fr)	
	Bruttokontakte	TKP 2021

Quellen:
ma 2020 Audio II Update
Preise 2021

DEUTSCHLAND

	Bruttokontakte		TKP 2021	
	Antenne Bayern Tsd.	Bavaria Kombi Tsd.	Antenne Bayern €	Bavaria Kombi €
bis unter 1.000 €	25	77	104,33	59,41
1.000 bis unter 2.000 €	88	280	30,12	16,24
2.000 bis unter 4.000 €	174	420	15,26	10,83
4.000 € und mehr	111	249	23,95	18,31
Gesamt	398	1.026	6,66	4,44

1+3
Leistungs-
vorteil

1+3
Preis-
vorteil

Potenzial HEB
Deutschland: 40,768 Mio.

Deutliche Leistungs- und Preisvorteile für die Bavaria Kombi!

BAYERN

	Bruttokontakte		TKP 2021	
	Antenne Bayern Tsd.	Bavaria Kombi Tsd.	Antenne Bayern €	Bavaria Kombi €
bis unter 1.000 €	21	67	124,04	67,99
1.000 bis unter 2.000 €	70	249	37,60	18,27
2.000 bis unter 4.000 €	138	364	19,20	12,51
4.000 € und mehr	91	218	28,97	20,91
Gesamt	321	897	8,25	5,07

1+3
Leistungs-
vorteil

1+3
Preis-
vorteil

Potenzial HEB
Bayern: 6,283 Mio.

Die Bavaria Kombi steht für Reichweite und Kaufkraft pur. *

Ob Konsumgüter des täglichen Bedarfs, Reisen, Autos, Gesundheits- oder Finanz- und Versicherungsprodukte, technische Innovationen oder Angebote rund um Haus und Garten: die Hörer der Bavaria Kombi sind ausgesprochen markenaffin und gehören überdurchschnittlich häufig zu den wichtigen konsumrelevanten Käuferzielgruppen.

Die Bavaria Kombi verschafft Werbekampagnen den Zugang zu 5,28 Mio. konsumstarken aktiven Hörern. **

Die Bavaria Kombi erreicht mehr Haupteinkommensbezieher als die Antenne Bayern und das Funkpaket Bayern zusammen. ***

Quellen:

ma 2020 Audio II Update, GfK Kaufkraft 2021, VuMA Touchpoints 2021 (deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland)

*Errechnung Kaufkraft: Tagesreichweite (Mo - Fr) x GfK Kaufkraft 2021

** Tagesreichweite (Mo - Fr)

*** Ø Stunde mit Werbung (Mo - Fr)

Werben in der Bavaria Kombi ist eine der attraktivsten Investitionen in den Erfolg Ihrer Marken, Dienstleistungen und Produkte.

		DEUTSCHLAND		BAYERN	
		Brutto-Kontakte Tsd.	TKP 2021 €	Brutto-Kontakte Tsd.	TKP 2021 €
Erwachsene ab 14 Jahre	Bavaria Kombi	1.832	2,48	1.615	2,82
	Antenne Bayern	805	3,29	680	3,90
Haupteinkommensbezieher	Bavaria Kombi	1.026	4,44	897	5,07
	Antenne Bayern	398	6,66	321	8,25
Haupteinkommensbezieher aus Haushalten 4.000 €+	Bavaria Kombi	249	18,31	218	20,91
	Antenne Bayern	111	23,95	91	28,97

Quellen:

ma 2020 Audio II Update, deutschsprachige Bevölkerung 14+, Ø Stunde mit Werbung Mo- Fr und Ø Preise 2021 Mo- Fr

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 89/5900-10 600
Telefax +49 89/5900-10 704
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, Februar 2021