

Privatradios unter einem Dach

Joachim Feher, Geschäftsführer der RMS Austria freut sich über die Ergebnisse des Radiotests.

Privatradios

Joachim Feher darf sich über die Zahlen des Radiotests freuen: 44% aller gehörten Radiominuten entfallen auf die RMS Top.

WIEN. „In einer sich immer mehr fragmentierenden Medienlandschaft bestätigt sich Radio als verlässlicher und starker Partner: 2,1 Mio. Österreicher sind mit der RMS Top Kombi schnell und über nur einen Ansprechpartner erreichbar“, so Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria, über die am gestrigen Donnerstag erschienenen Radiotest-Daten für das erste Halbjahr 2018.

Reduzierung der Komplexität

„Die RMS bietet, was der Werbewirtschaft aktuell besonders wichtig ist, eine Reduzierung der Komplexität, ein vertrauenswürdiges und bekanntes Werbeumfeld und den hundertfach bewiesenen, kurzfristigen Return on Investment.“

Seine Stärke spiele Privatradio insbesondere in Wien – dem Markt mit der höchsten Vielfalt aus: 44% aller gehörten Radiominuten entfallen auf die RMS Top.

„Da kann ich nur einmal mehr betonen, ein zukunftssicherer Radioplan braucht einen Anteil von 50 Prozent RMS Top Kombi“, sagt Feher überzeugt und aus gutem Grund. In Wien er-



© RMS Austria/www.rms.at

zielt die RMS Top Kombi eine Tagesreichweite von 27,8%. Sowohl über die Tagesreichweiten als auch die Marktanteile in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen darf sich die RMS Top Kombi über die positiven Ergebnisse freuen.

Stärke des Radios

Somit erreicht man in der genannten Zielgruppe eine Tagesreichweite von 35%. Der Marktanteil der RMS Top Kombi beträgt in der Zielgruppe 36%. Grundsätzlich stehen die Zahlen für Radio gut, so beweist dieses

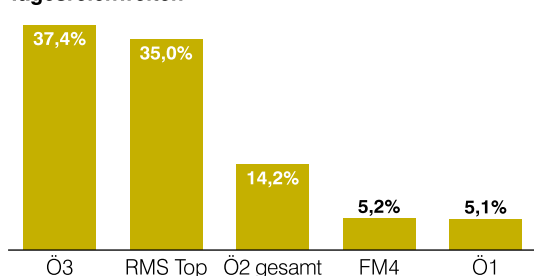
weiterhin seine Stärke, heißt es in der Aussendung der RMS zum Radiotest und weiter: „Für über 5,8 Millionen Österreicher ist Radio ein unverzichtbarer Fixpunkt in ihrem Tagesablauf. Über 2¾ Stunden täglich bringen sich die Menschen durch Radio in gute Stimmung, werden von ihren Lieblingsmoderatoren bestens unterhalten und informiert.“

Der Radiomarkt in Österreich

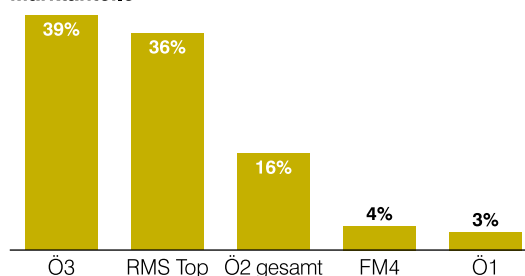
RMS Top auf Augenhöhe mit Ö3

Die Ergebnisse für die werberelevante Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen

Tagesreichweiten



Marktanteile



Basis: Österreich, Mo-So; Quelle: Radiotest 2018_2

Die RMS GmbH Austria wurde mit dem flächendeckenden Start der Privatradios in Österreich im März 1998 als Tochterunternehmen der RMS Hamburg gegründet. Als Vermarkter österreichischer Privatradios will RMS seinen Kunden helfen, räumlich, zeitlich und thematisch näher an die Zielgruppe zu gelangen. (gs)

www.rms-austria.at