

RMS



Eckdatenbericht 1. Halbjahr 2003

Zusammenfassung

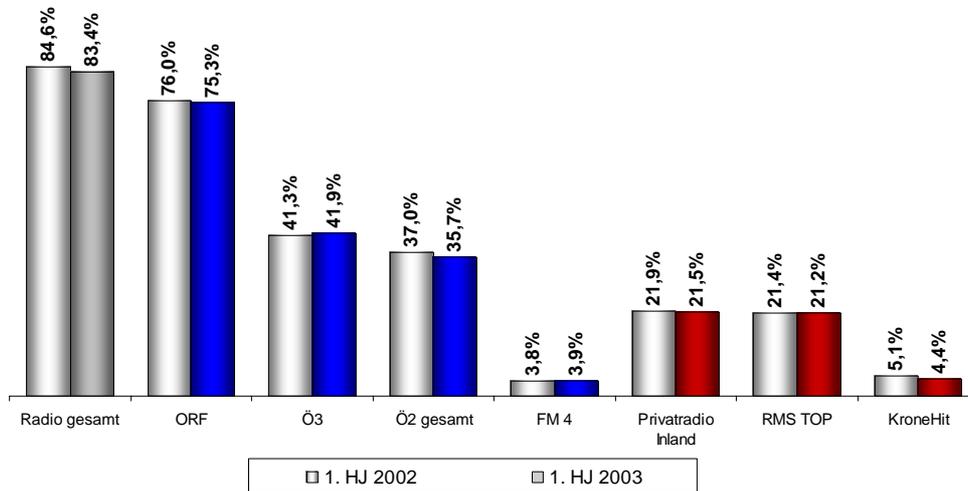


- ✓ Privatrado in Österreich nicht mehr wegzudenken
- ✓ RMS TOP: 21% Reichweite in der Gesamtbevölkerung
- ✓ RMS TOP: 27% Reichweite bei den 14-49jährigen
- ✓ In 8 von 9 Bundesländern erzielt die RMS eine Reichweite von deutlich über 20%
- ✓ „Reichweiten-Kaiser“ im jeweiligen Bundesland sind: Antenne Steiermark, Antenne Vorarlberg und Life Radio. Die meisten Hörer insgesamt erreicht KroneHit.

Entwicklung der Tagesreichweite in %



Zielgruppe: 10+



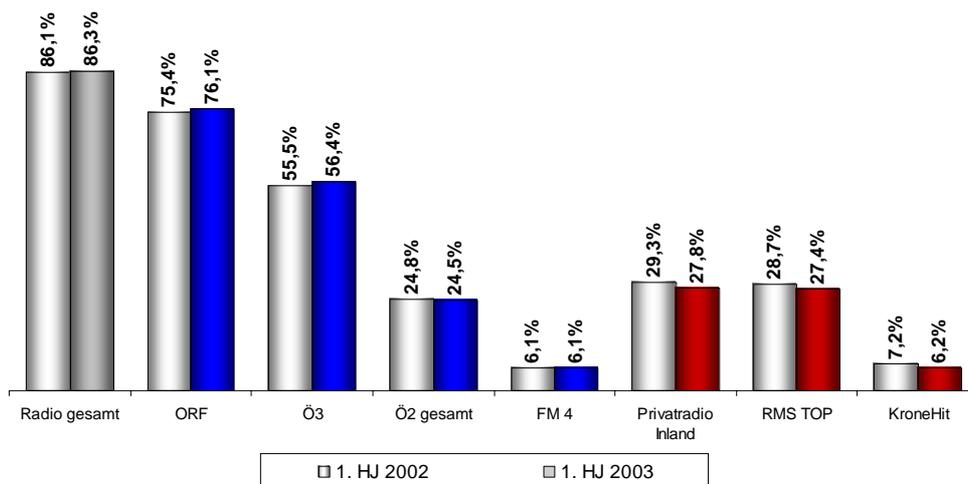
Quelle: Radiotest, Tagesreichweiten in %, 10+, Mo-So

© RMS Radio Marketing Service 2003

Entwicklung der Tagesreichweite in %

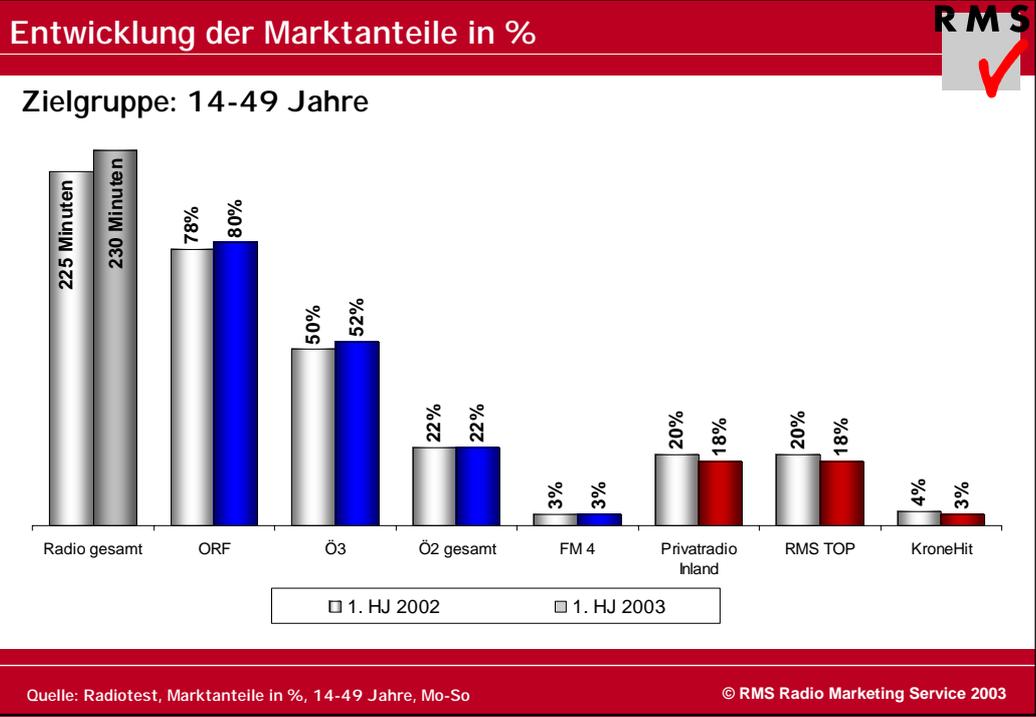
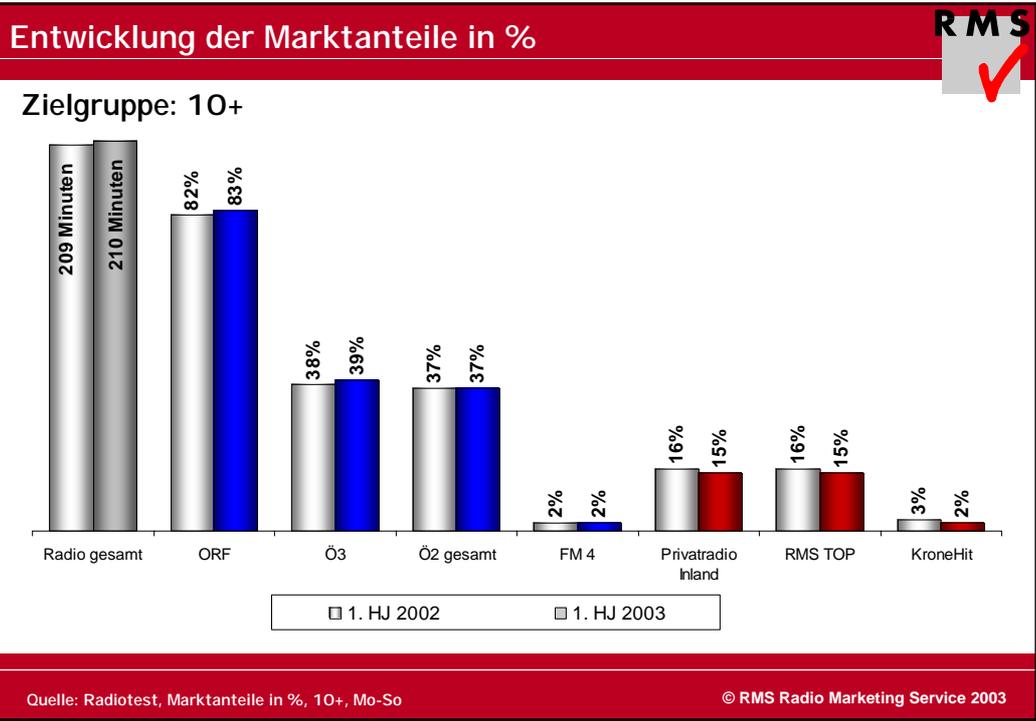


Zielgruppe: 14-49 Jahre

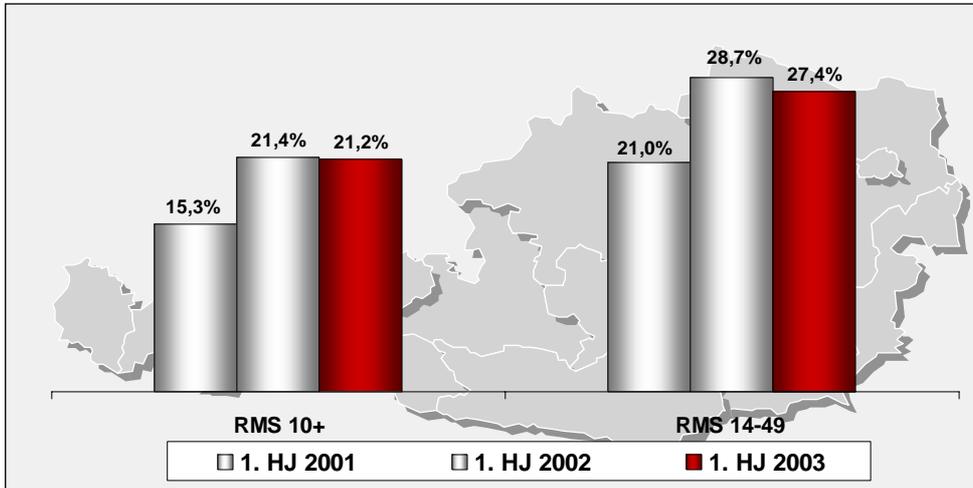


Quelle: Radiotest, Tagesreichweiten in %, 14-49 Jahre, Mo-So

© RMS Radio Marketing Service 2003



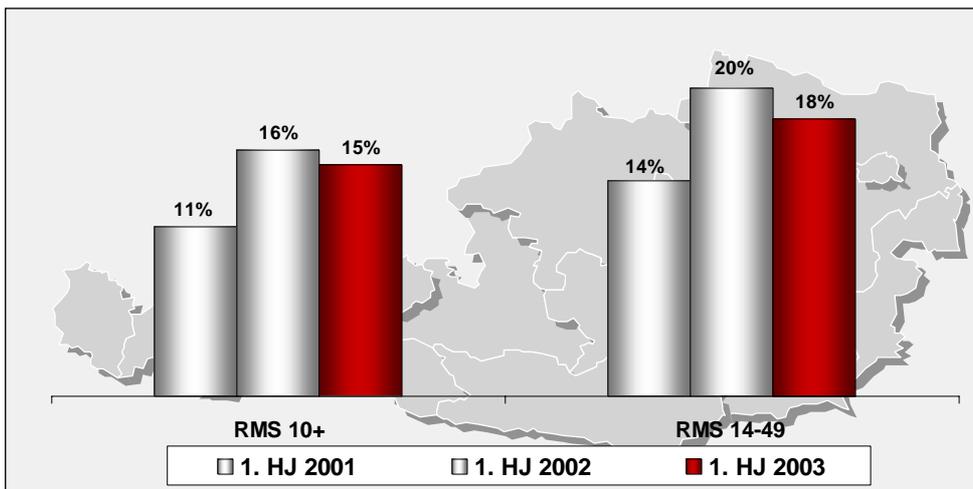
RMS TOP Kombi: Entwicklung der Tagesreichweite in %



Quelle: Radiotest, Tagesreichweiten in %, Mo-So

© RMS Radio Marketing Service 2003

RMS TOP Kombi: Entwicklung der Marktanteile in %



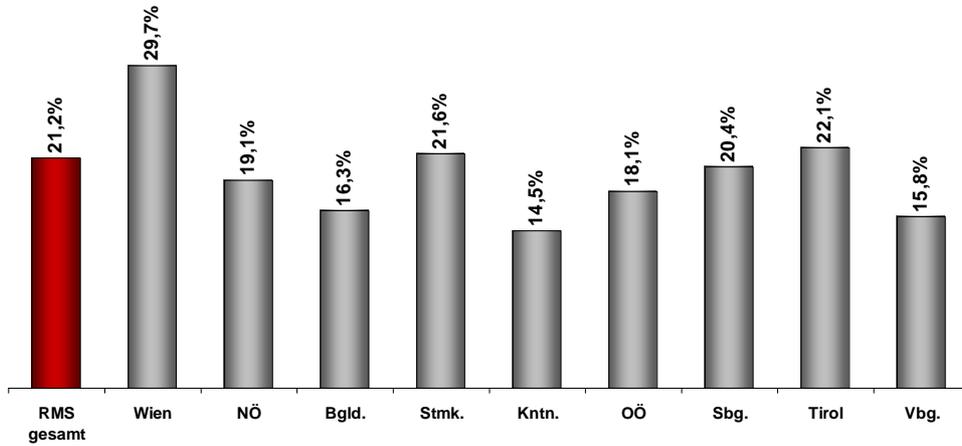
Quelle: Radiotest, Marktanteile in %, Mo-So

© RMS Radio Marketing Service 2003

RMS TOP in den Bundesländern: Tagesreichweite in %



Zielgruppe: 10+



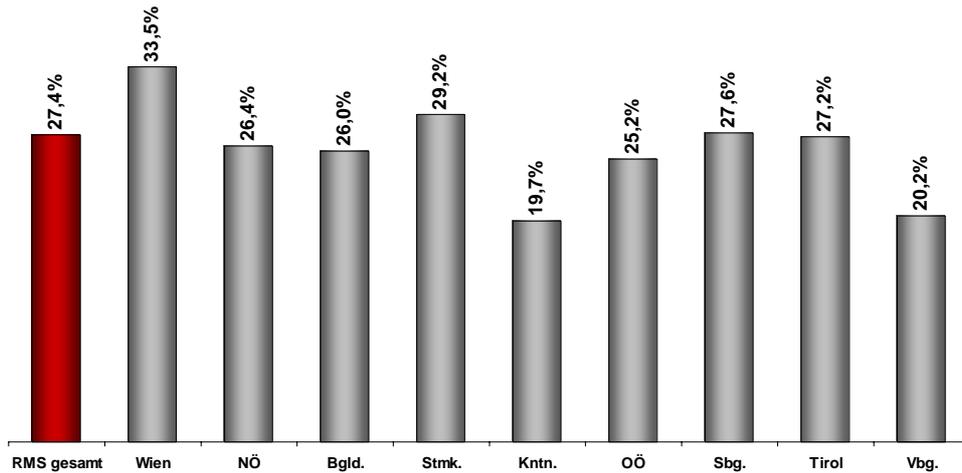
Quelle: Radiotest 1. Hj. 2003, Tagesreichweiten in %, 10+, Mo-So

© RMS Radio Marketing Service 2003

RMS TOP in den Bundesländern: Tagesreichweite in %



Zielgruppe: 14-49 Jahre



Quelle: Radiotest 1. Hj. 2003, Tagesreichweiten in %, 14-49 Jahre, Mo-So

© RMS Radio Marketing Service 2003

Grundgesamtheit:	Personen ab 10 Jahre = 7,125.000 Personen Personen 14-49 Jahre = 4,103.000 Personen
Befragungsgebiet:	Gesamt-Österreich, alle Bundesländer kleinste Einheit = politischer Bezirk
Feldzeit:	Jänner – Juni 2003, tagesgleichverteilt
Fallzahl:	13.918 Interviews ab 10 Jahre 8.070 Interviews 14-49 Jahre
Befragungsart:	telefonisch, CATI
Durchführung:	Fessel-GfK

1. Tagesreichweite

Personen, die gestern zumindest 1 Viertelstunde lang Radio bzw. einen bestimmten Sender gehört haben. Dabei ist es unerheblich, wann und wie lange insgesamt Radio bzw. der bestimmte Sender gehört wurde.

⇒ Ausweisung in % und Projektion in 1.000

2. Marktanteil

Der Marktanteil eines Senders oder Werbeverbundes gibt an, wie groß der prozentuellen Anteil der Hördauer des Senders oder des Werbeverbundes an der gesamten Hördauer ist.

Der Marktanteil wird immer in Prozent angegeben.

RMS. gehört. gebucht.



RMS – Radio Marketing Service
1030 Wien, Pfarrhofgasse 16
Tel.: (01) 710 58 10
www.rms-austria.at