

# **6 GRÜNDE FÜR RADIOWERBUNG**

**GRUND No. 1:**

**RADIOWERBUNG  
IST UNSCHLAGBAR GÜNSTIG.**

## **RADIOWERBUNG IST UNSCHLAGBAR GÜNSTIG.**

**UNSCHLAGBARE TKPs IM INTERMEDIALEN VERGLEICH:**

**RADIO 2,14 €**

**30 SEKUNDEN**

**TAGESZEITUNG**

**12,05 €**

**ÜBERREGIONAL, ¼ SEITE, SW**

**FERNSEHEN**

**12,80 €**

**30 SEKUNDEN**

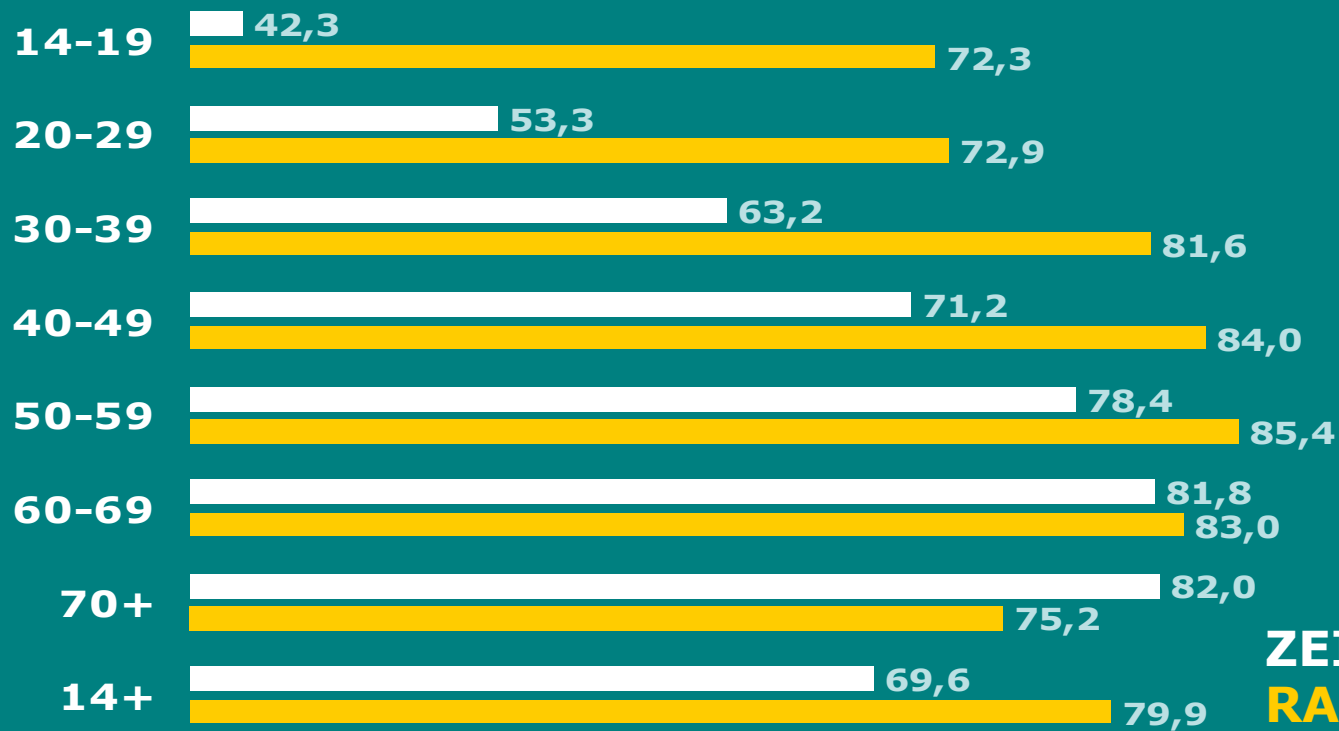
Quelle: Radio: ma 2011 Radio I; Deutschsprachige Bev. 14+, BRD gesamt, Werbefunk gesamt, D-Std. Mo-Fr, 6-18 Uhr, Preise 2011  
TZ: ma 2010 Tageszeitung II; Deutschsprachige Bev. 14+, BRD gesamt, Tageszeitungen gesamt, Preise 2010  
TV: AGF/GfK, pc#tv, Standardwerbung 1-30, Fernsehpanel D+EU, Ø 2010, Mo-So. 3-3 Uhr, 14+, TV Gesamt; Preise 2010

**GRUND No. 2:**

**80% DER BEVÖLKERUNG  
HÖREN RADIO – JEDEN TAG.**

# 80% DER BEVÖLKERUNG HÖREN RADIO – JEDEN TAG.

## NUTZER GESTERN IN PROZENT:

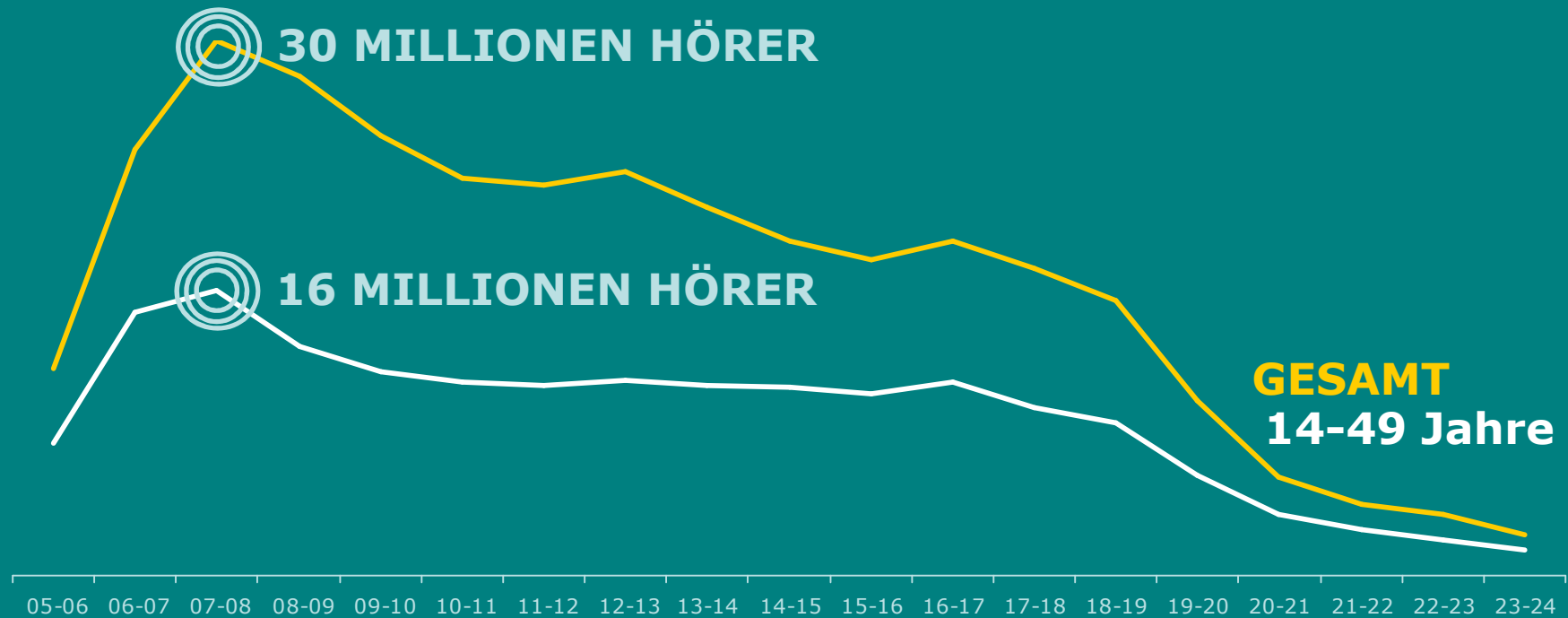


**ZEITUNG**  
**RADIO**

**GRUND No. 3:**

**30 MILLIONEN MENSCHEN  
HÖREN MORGENS RADIO –  
TAG FÜR TAG.**

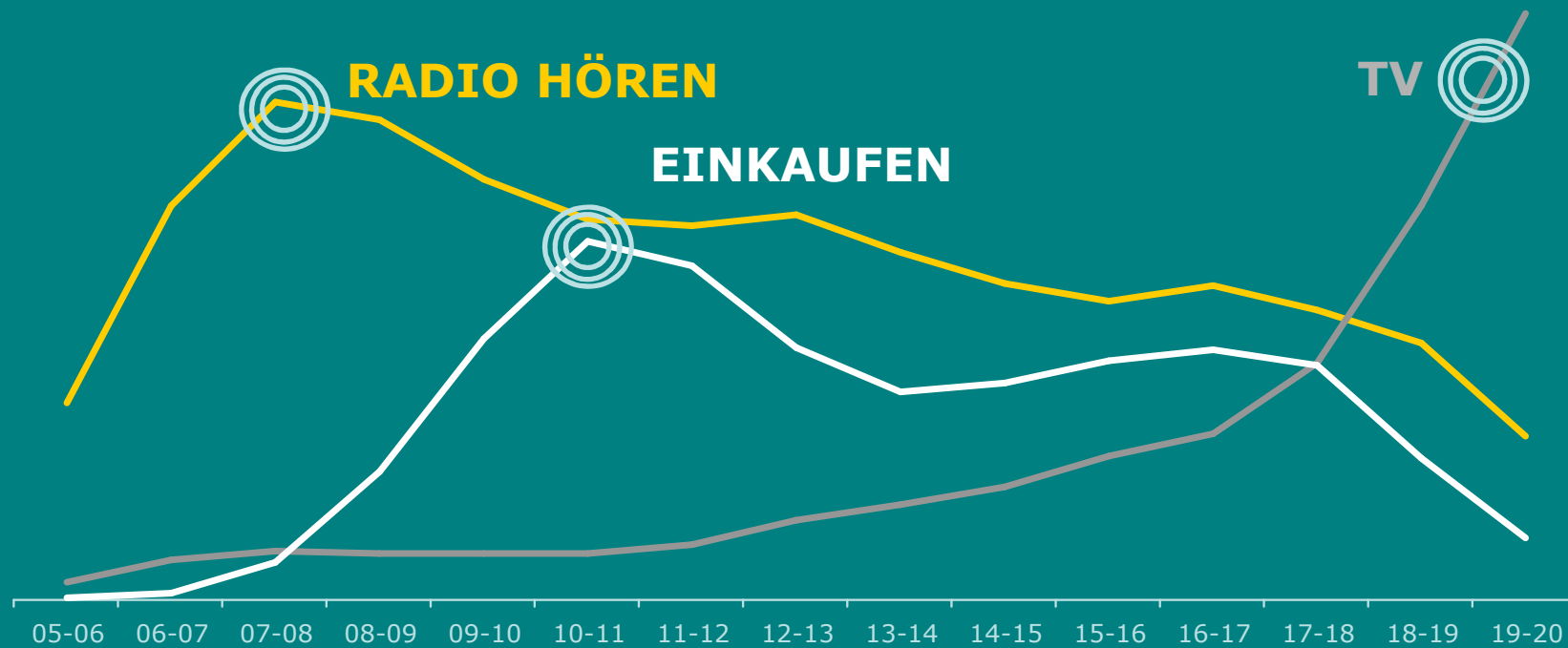
# 30 MILLIONEN MENSCHEN HÖREN MORGENS RADIO – TAG FÜR TAG.



## **GRUND No. 4:**

**RADIOWERBUNG IST DER  
LETZTE WERBEKONTAKT  
VOR DEM EINKAUF.**

# RADIOWERBUNG IST DER LETZTE WERBEKONTAKT VOR DEM EINKAUF.



Quelle: ma 2011 Radio II, Stundennettoreichweiten Radio Gesamt (inkl. werbefreier Programme) Mo-Fr; Gestern eingekauft

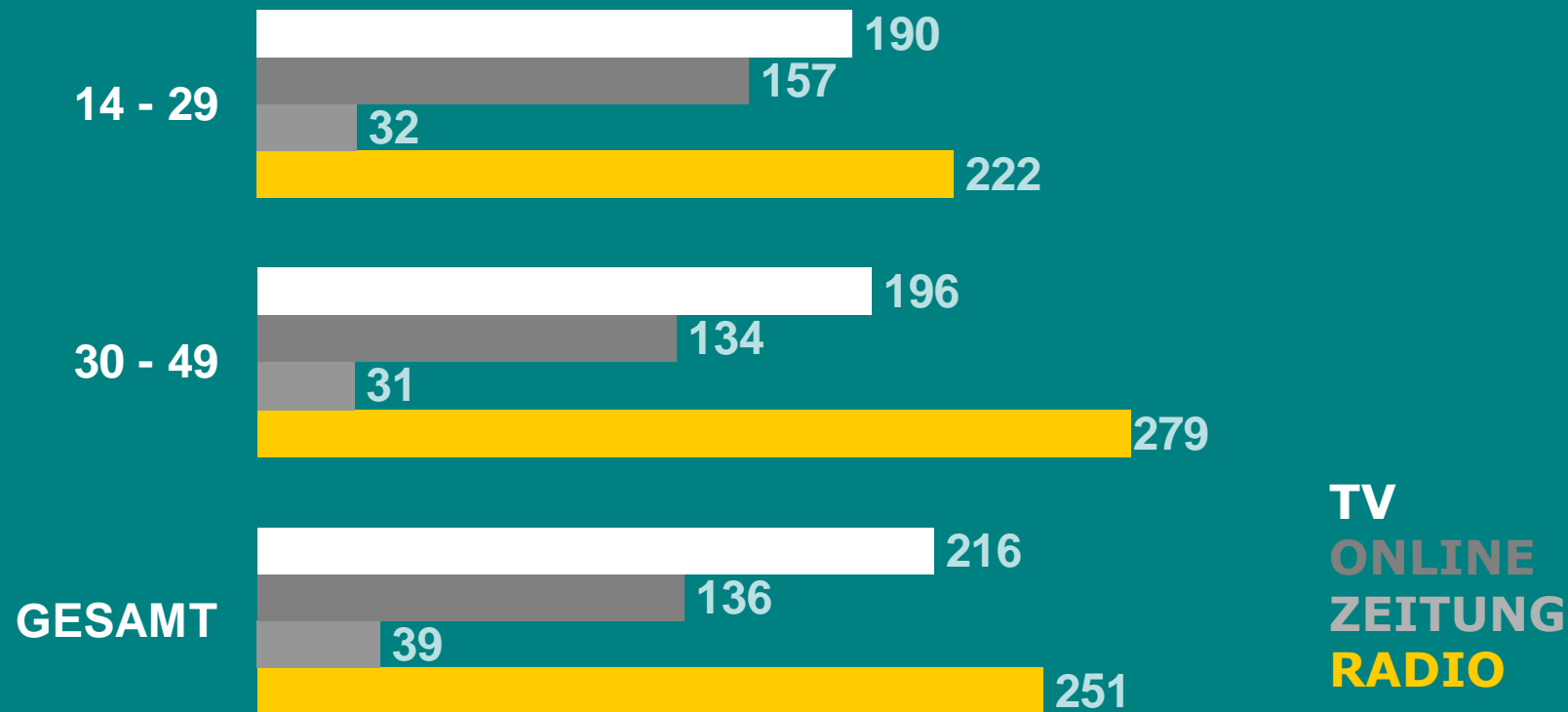
**GRUND No. 5:**

**4 STUNDEN VERBRINGT EIN  
HÖRER**

**VOR DEM RADIO - JEDEN TAG.**

## 4 STUNDEN VERBRINGT EIN HÖRER VOR DEM RADIO - JEDEN TAG.

VERWEILDAUER IN MINUTEN NACH ALTERSSPLITS:



## **GRUND No. 6:**

**76% HÖREN AUSSER HAUS:  
RADIO IST DAS MOBILE  
MEDIUM NR. 1.**

## 76% HÖREN AUSSER HAUS: RADIO IST DAS MOBILE MEDIUM NR. 1.

### MEDIENNUTZUNG AUSSER HAUS:

