

PRESSEINFORMATION

Neue Targeting-Gruppen im Blick: Berufstätige Mütter verbringen ihre knappe Zeit lieber mit Radio als mit TV

Berlin, 28. März 2007 – Eine Sonderauswertung der Radiozentrale aus der Media-Analyse 2007 Radio I zeigt, dass die Gruppe der berufstätigen Mütter zwischen 20 und 59 Jahren* über Radio besser und intensiver erreicht wird als beispielsweise über das Fernsehen. „Working Mamas“ müssen neben Kindern, Beruf und Haushalt die privaten Freiräume gut organisieren bzw. optimieren. Das knappe Zeitbudget führt zu einer entsprechend angelegten Mediennutzung:

Tagesreichweite

Während der tägliche Fernsehkonsum von berufstätigen Müttern um 2,9% geringer ausfällt als beim Durchschnitt der 20-59jährigen Frauen, liegt die Radio-Tagesreichweite um 3,3% höher. 83,8% der erwerbstätigen Mütter in dieser Altersgruppe schalten täglich ihr Radio ein, aber nur 79,9% der berufstätigen Mütter nutzen täglich TV. Das entspricht einem Potential von über 200 Tsd. Frauen, die nicht via TV, wohl aber mittels Radio erreicht werden.

Verweildauer

Noch deutlicher sind die Unterschiede bei der Verweildauer: Radio findet bei berufstätigen Müttern täglich 266 Minuten lang Gehör, das sind elf Minuten bzw. 5% länger als bei ihren Alterskolleginnen. Hingegen reduzieren berufstätige Mütter ihr TV-Zeitinvest um 19 Minuten auf 195 Minuten (-9,7%)**.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Immer mehr gut ausgebildete Frauen bringen Beruf und Familie erfolgreich unter einen Hut. Der mobile Tagesbegleiter Radio unterstützt sie dabei, begleitet bei parallelen Tätigkeiten und liefert hilfreiche Informationen. Werbebotschaften über Radio, das letztgenutzte Medium vor dem Einkauf, finden bei berufstätigen Müttern täglich 71 Minuten länger Gehör als beispielsweise TV.“*

* Basis: Berufstätige Frauen zwischen 20-59 Jahren mit Kindern unter 18 Jahre im Haushalt

** Quelle: Media-Analyse ma 2007 Radio I; Radio und TV Gesamt Mo-Fr

Charts u. mehr Infos zur Auswertung unter <http://www.radiozentrale.de/site/494.0.html>. Weiteres Pressematerial inkl. Fotos des Geschäftsführers unter www.radiozentrale.de.

Die von führenden Privatrado-Unternehmern und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gemeinsam gegründete Gattungsinitiative „Radiozentrale“ wurde im Frühjahr 2005 gegründet und ging im Frühherbst darauf operativ an den Start.

Pressekontakt:

Susanne Baldauf, Leitung Kommunikation

Telefon: +49 (0)30 / 32 51 21 63

E-Mail: susanne.baldauf@radiozentrale.de