

BAVARIA KOMBI

**BAYERN'S
ZIELGRUPPEN
MIT EINEM
ANGEBOT**

WAS FÜR EIN PFUND

**Die Bavaria Kombi aus BAYERN 1 und BAYERN 3
verschafft Ihrer Werbekampagne den Zugang
zu 5,32 Millionen konsumstarken, aktiven Hörern
der unterschiedlichsten Zielgruppen.**



Quelle: ma 2020 Audio I, deutschsprachige Bevölkerung 14+, BRD, Tagesreichweite (Mo-Fr)

DARUM IST IHRE BAVARIA KOMBI-KAMPAGNE ERFOLGREICH

QUALITÄT

Werbung in hochwertigen, redaktionellen Programmumfeldern wirkt nachweislich besser – das bedeutet: Ihre Marke profitiert von der ausgewiesenen Qualität der Bavaria Kombi-Umfelder.

KAUFKRAFT

Von jungen Digital Natives bis Established 45 - 69 Jahre: Die markenaffinen und konsumfreudigen Hörer von BAYERN 1 und BAYERN 3 repräsentieren eine Kaufkraft von 137 Milliarden Euro*!

INVESTITIONSSICHERHEIT

Im Weitesten Hörerkreis verschafft die Bavaria Kombi Ihrer Marke den verlässlichen Zugang zu 7,48 Mio. Haupteinkommensbeziehern**. Damit punkten Sie gezielt bei den wichtigen Käuferzielgruppen***.

Quellen:

* ma 2020 Audio I, deutschspr. Bevölkerung 14+, BRD und GfK Kaufkraft 2020 – Errechnung Kaufkraft 2020: Tagesreichweite (Mo -Fr) x GfK Kaufkraft 2020

** ma 2020 Audio I, deutschspr. Bevölkerung 14+, BRD, Weitester Hörerkreis (4-Wochenzeitraum)

*** VuMA Touchpoints 2020 I

Haushaltsführer

Über eine Million Hörer der Bavaria Kombi sind Haushaltsführer – ihr Tausendkontaktpreis liegt bei 4,37 Euro.



I ♥ Marke

1,773 Millionen Bavaria Kombi-Hörer sind markenaffin (TKP: 2,68 Euro).
Fast ebenso viele bezeichnen sich als markentreu (TKP: 2,85 Euro).

Lebensmittel kaufen ...

... 1,654 Millionen Hörer der Bavaria Kombi mindestens einmal pro Woche ein (TKP: 2,87 Euro).



Guten Appetit

Mindestens einmal pro Monat verwenden Bavaria Kombi-Hörer Milchprodukte (1,953 Mio. Hörer). Ebenso häufig naschen die Bavaria Kombi-Fans (1,763 Mio.) Süßigkeiten. Hoch ist auch die Affinität zu Convenience-Produkten wie Tiefkühlprodukten, hier greifen die Hörer gerne zu Tiefkühlkost (1,941 Mio.) und Fertiggerichten (1,954 Mio. Hörer). Den Zugang zu diesen Zielgruppen liefert die Bavaria Kombi zu höchst attraktiven Tausendkontaktpreisen zwischen 2,43 Euro und 2,69 Euro.



Prost

Ein Bier genehmigen sich 1,343 Millionen Bavaria Kombi-Hörer mindestens einmal pro Monat (TKP: 3,54 Euro) – und 1,245 Millionen Hörer interessieren sich für alkoholfreie Getränke (TKP: 3,81 Euro). 1,927 Millionen Hörer von BAYERN 1 und BAYERN 3 trinken mindestens einmal im Monat Kaffee oder Tee (TKP: 2,46 Euro). Und bei 1,280 Millionen Hörern liegen monatlich Limo oder Cola im Warenkorb (TKP: 3,71 Euro).





Mega-Trend 1: Healthcare

Die wachsende Zahl von Menschen, die sich für Gesundheitsfragen interessieren, erreichen Marken in den Umfeldern der Bavaria Kombi besonders zuverlässig (1,212 Mio. Hörer, TKP: 3,92 Euro). Über eine Million Hörer zeigt Interesse an Gesundheitsdienstleistungen (TKP: 4,60 Euro), über 830.000 Bavaria Kombi-Fans für rezeptfreie Medikamente (TKP: 5,69 Euro). Und knapp 900.000 Hörer der Bavaria Kombi treiben mindestens mehrmals im Monat Sport (TKP: 5,29 Euro).



Mega-Trend 2: Nachhaltigkeit

Umweltfreundliche Produkte – auch wenn sie mehr kosten – wünschen sich fast 1,1 Millionen Bavaria Kombi-Hörer (TKP: 4,45 Euro). Mit Bio-Lebensmitteln beschäftigen sich 989.000 Hörer der Bavaria Kombi (TKP: 4,80 Euro), und die Zahl der BAYERN 1- und BAYERN 3-Fans, die beim Lebensmitteleinkauf auf Öko- oder Bio-Prüfsiegel achtet, knackt ebenfalls die Millionen-Grenze (TKP: 4,57 Euro).



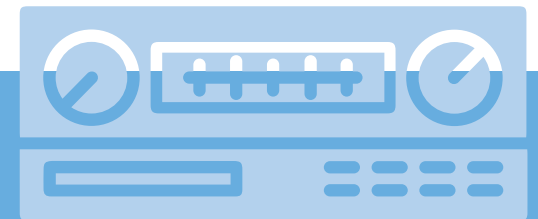
Schönen Urlaub

Reiseangebote und Infos zu Urlaubszielen? Da werden 1,446 Millionen Nutzer der Bavaria Kombi garantiert hellhörig (TKP: 3,29 Euro). Fast ebenso viele Hörer haben in den letzten 12 Monaten Urlaub gemacht (TKP: 3,40 Euro).



Radio-Fans lieben Autos

Über eine Million – genauer: 1.039.000 Hörer von BAYERN 1 und BAYERN 3 interessieren sich für Autos (TKP: 4,57 Euro), 898.000 Hörer „stehen“ voll auf Autozubehör (TKP: 5,29 Euro).



Fakten aus der VuMA Touchpoints

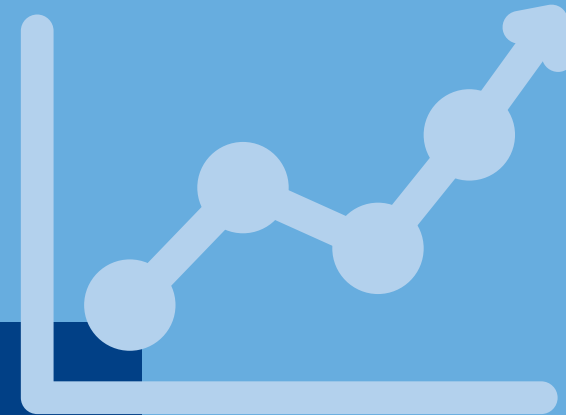


Auf Nummer sicher

Mindestens eine Versicherung besitzen 1,961 Millionen Hörer der Bavaria Kombi (TKP: 2,42 Euro). Und 1,797 Millionen Hörer haben ihr Geld angelegt (TKP: 2,64 Euro). Auf's Glück bei Lotteriespielen hoffen 832.000 Bavaria Kombi-Hörer (TKP: 5,71 Euro).

Sinn für Werte

Eine verlässlich große Hörerschaft von BAYERN 1 und BAYERN 3 interessiert sich für Schmuck (890.000 Hörer, TKP: 5,34 Euro), Armbanduhren (884.000 Hörer, TKP: 5,37 Euro) und Brillen (941.000 Hörer, TKP: 5,05 Euro).



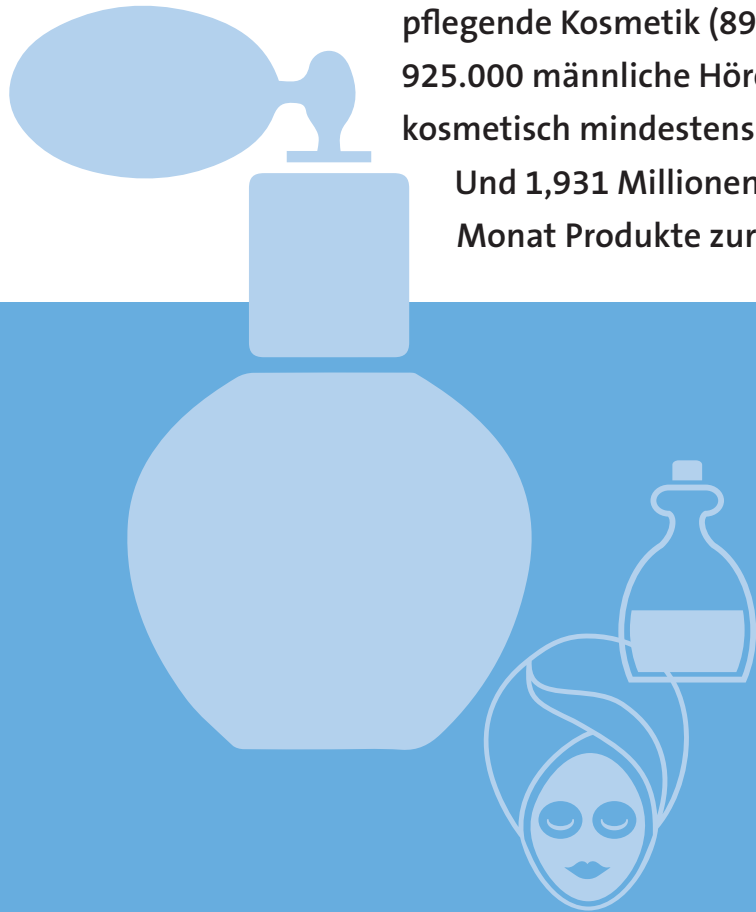
Ein Hauch von ...

...Parfums und Düften liegt in der Luft – und Produkte dieser Kategorie ganz sicher im Relevant Set bei 1,128 Millionen Hörern der Bavaria Kombi (TKP: 4,21 Euro).

Mindestens mehrmals pro Woche nutzen weibliche Bavaria Kombi-Hörerinnen pflegende Kosmetik (896.000 Hörerinnen, TKP: 5,30 Euro).

925.000 männliche Hörer von BAYERN 1 und BAYERN 3 sind kosmetisch mindestens einmal pro Woche aktiv (TKP: 5,13 Euro).

Und 1,931 Millionen Hörer kaufen mindestens einmal pro Monat Produkte zur Haarpflege.



Eine saubere Entscheidung

Küche und Bad müssen glänzen – das finden 752.000 Bavaria Kombi-Hörer, die sich für Putz- und Pflegemittel interessieren (TKP: 6,32 Euro). Zum günstigen Tausendkontaktpreis von 4,08 Euro erreichen Waschmittelmarken ihre Zielgruppe:

1,165 Millionen Bavaria Kombi-Hörer verwenden entsprechende Produkte mindestens mehrmals pro Woche.

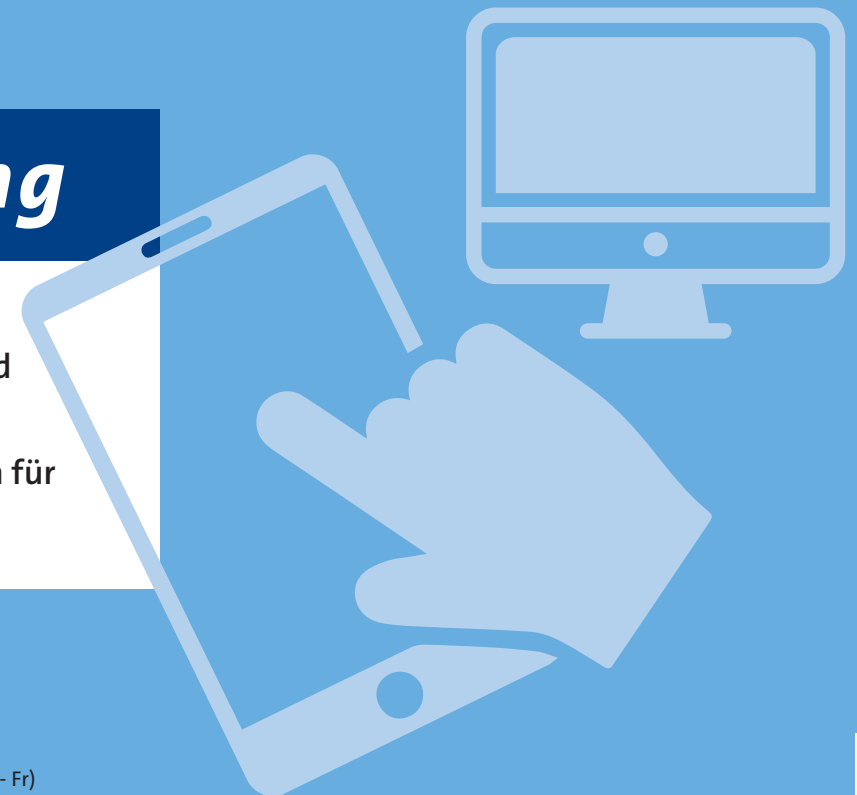


Unterhaltungselektronik rockt!

1,95 Millionen Hörer der Bavaria Kombi haben im Haushalt mindestens ein TV-Gerät – das bedeutet für Kampagnen einen Tausendkontaktpreis von wirtschaftlichen 2,44 Euro. Hoch ist das Interesse für LCD- und Plasma-TV-Geräte – 1,120 Millionen Hörer verfolgen hier werbliche Informationen mit gesteigerter Aufmerksamkeit (TKP: 4,24 Euro) – ebenso für Produkte aus dem HiFi-Bereich, für Musik-CDs oder DVDs.

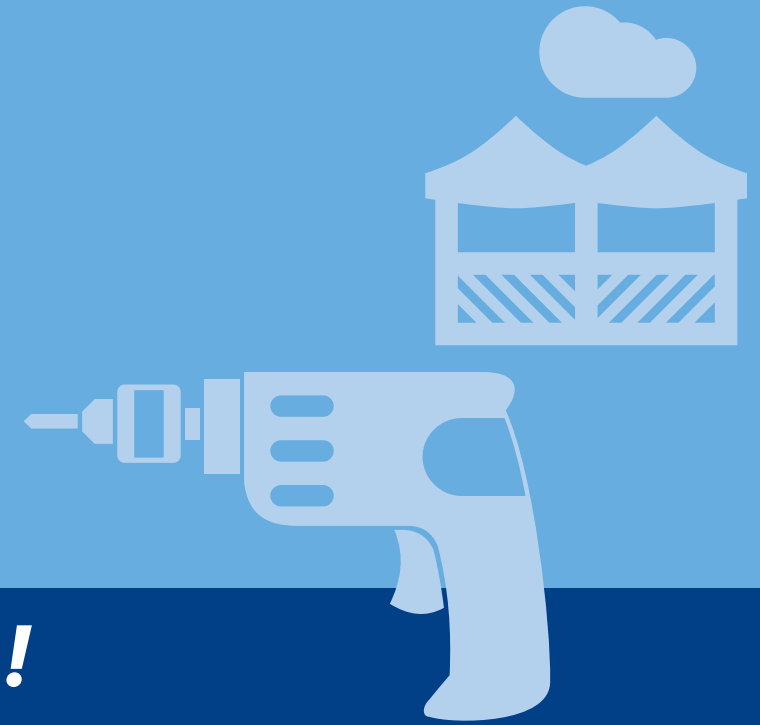
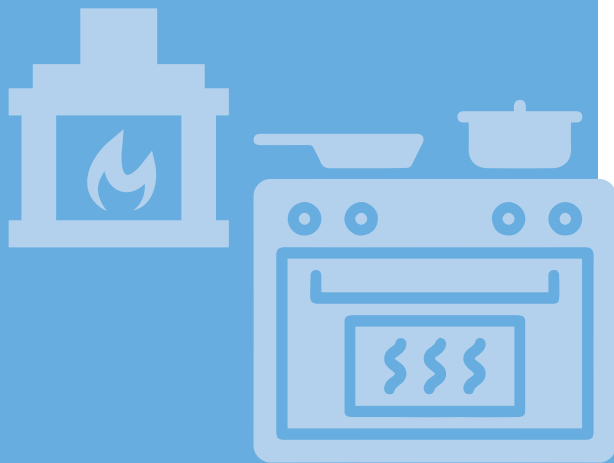
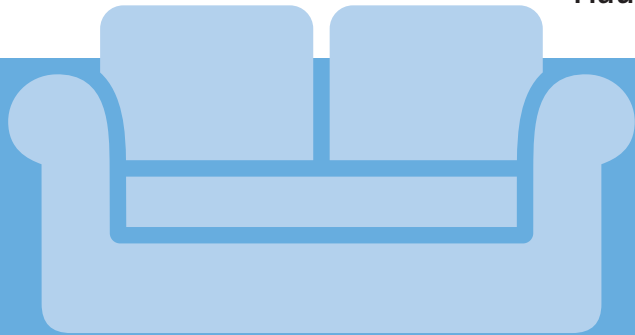
Digitale Nutzer auf Empfang

Die Menschen werden immer kommunikativer und vernetzter – so auch die kauffreudigen Zielgruppen der Bavaria Kombi. Mobilfunkangebote sind bei 1.145.000 Hörern der Bavaria Kombi-Programme im Relevant Set (TKP: 4,15 Euro). Knapp eine Million Hörer (TKP: 4,82 Euro) interessiert sich für Produkte und Dienstleistungen rund um Festnetztelefonie.



Nothing Like Home

Fast 1,2 Millionen Hörer mit Interesse für Möbel erreicht die Bavaria Kombi (TKP: 3,97 Euro); jeweils rd. 1,1 Million Hörer interessieren sich für die Themen Kücheneinrichtung (TKP: 4,27 Euro) und elektrische Haushaltsgeräte (TKP: 4,27 Euro).



Viel zu tun!

Do it yourself-Fans und Gartenfreunde hören in großer Zahl die Bavaria Kombi-Programme. Eine dreiviertel Million Hörer interessiert sich für elektrische Heimwerkergeschäfte (TKP: 6,37 Euro). Viele Hörer (633.000, TKP: 7,51 Euro) interessieren sich für Renovieren und Bauen, 533.000 Hörer planen Modernisierungsmaßnahmen in Haus und Wohnung (TKP: 8,91 Euro). Zudem zeigen die Bavaria Kombi-Hörer eine hohe Affinität zu erneuerbaren Energien (TKP: 6,96 Euro) und entsprechender Technik wie beispielsweise Solaranlagen (TKP: 8,75 Euro).

FACTS: LEISTUNGSWERTE IM VERGLEICH

**BAVARIA KOMBI
BAYERN 1 + BAYERN 3**

Bruttokontakte
Mio.

1,955

Tausendkontaktpreis
€

2,43

ANTENNE BAYERN

0,896

3,38

BAYERN FUNKPAKET

1,114

3,12

Quellen: ma 2020 Audio I, deutschsprachige Bevölkerung 14+, BRD, Ø Stunde mit Werbung (Mo -Fr) und Ø Preise 2020 (Mo - Fr)

BAVARIA KOMBI-HÖRER MIT 137 MRD. € KAUFKRAFT



BAVARIA

1+3

KOMBI

137 MRD. €

RESERVED FOR YOU

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

Verkaufsleiter

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 712

Fax +49 89 / 59 00 - 10 720

E-Mail michael.walter@br-media.de

IMPRESSUM

BRmedia GmbH
Hopfenstraße 4, 80335 München
Postfach 200562, 80005 München

Telefon +49 89 / 59 00 - 10 600

Telefax +49 89 / 59 00 - 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: Adobe Stock, iStock Foto

Stand: München, April 2020

Wo Werbung wirkt
BRmedia
br-media.de

1

BAYERN 1 ist mit einem Marktanteil von 26,4 Prozent das mit Abstand meistgehörte Radioprogramm Bayerns. Insgesamt hören bundesweit werktags 3,30 Mio. Hörer BAYERN 1 – davon 1,75 Mio. aus der Kernzielgruppe der Established 45 - 69 Jahre. BAYERN 1 spielt internationalen Pop & Rock vor allem aus den 70er, 80er und 90er Jahren. Dazu gibt es die wichtigsten Informationen aus allen Regionen in Bayern. Kein anderer Sender in Bayern bindet seine Hörer intensiver an sich als BAYERN 1: Durchschnittliche Verweildauer 209 Minuten (Zielgruppe Established 45 - 69 Jahre: 218 Minuten). BAYERN 1 – Musik und Lebensgefühl für Menschen in der Mitte des Lebens (Daten: ma 2020 Audio I).

3

BAYERN 3 spielt die aktuellen Hits und ganz viel neue Musik – von bayerischen Newcomern und internationalen Megastars. BAYERN 3 Fans sind mit ihrem Lieblingsradio immer mittendrin – mittendrin in der aktuellen Musikszene, mittendrin in spannenden Diskussionen, mittendrin im Leben! Die Moderatoren begleiten Millionen von Hörerinnen und Hörern rund um die Uhr durch den Tag. Sie sind witzig und unterhaltsam, haben immer ein offenes Ohr und informieren kompetent über alles, was Bayern bewegt. Egal ob im Radio, über die App, den Webstream, auf bayern3.de oder in den Social-Media-Kanälen und jetzt neu auf Smart-Speakern: BAYERN 3 ist immer mittendrin und live dabei! Mit den Mega-Live-Events bringt BAYERN 3 die Stars in die bayerischen Regionen.

VUMA
TOUCHPOINTS

Die VuMA Touchpoints ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die elektronischen Medien. Mediennutzungsdaten im Tagesverlauf werden zur optimalen Zielgruppenplanung mit detaillierten Konsuminformationen wie Produktinteresse, Kaufabsicht oder Verwendung kombiniert. Vorteil: Käuferzielgruppen oder Hörer eines Radioprogramms können gezielt angesteuert werden.

Die VuMA Touchpoints 2020 I belegt: Die Bavaria Kombi ist in der deutlichen Mehrzahl der Auswertungskategorien (Produktinteresse, Verwendung, Kaufabsicht) bei nahezu allen für den Werbemarkt relevanten Produkten im Vergleich mit Antenne Bayern und dem Bayern Funkpaket das reichweitenstärkste (Erwachsene 14+) und gleichzeitig kostengünstigste Angebot im Freistaat.