

# Die Media-Analyse (ma) 2010 Radio II

Stand: 13. Juli 2010, gültig bis 31. Dezember 2010

## Die Hörfunkangebote in NRW



Der Vorteil der WDR-Hörfunk-Angebote: Für jedes Zielgruppenprofil steht ein Qualitätsangebot zur Verfügung!  
Informationen für Radio-Einsteiger im Webguide für erfolgreiche Radiowerbung: [www.meinersterradiopot.de](http://www.meinersterradiopot.de)

Kriterien	Landesweite, einheitliche Vollprogramme			Landesweite Hörfunkpakete			
	<b>1 LIVE</b>	<b>WDR 2</b> Der Sender.	<b>WDR 4</b>	<b>WDR Best of</b>	<b>WDR Best of 30+</b>	<b>WDR Best of 14-49</b>	radio NRW
<b>Bruttopreis 2010 (30 Sek., Mo–Sa) in Euro</b>	2.232,92	1.273,33	1.567,08	4.572,92	2.687,08	3.523,33	2.675,00
<b>Gesamthörerschaft in Tsd.</b>	985	1.000	893	2.915	1.893	2.022	1.613
<b>TKP in Euro</b>	2,27	1,27	1,75	1,57	1,42	1,74	1,66
<b>Kernhörerschaft in Jahren</b>	14–39	25–59	45–69	20–59	30–64	14–49	20–49
<b>Kernhörerschaft in Tsd.</b>	612	693	380	1.799	1.055	1.358	899
<b>TKP in Euro</b>	3,65	1,84	4,12	2,54	2,55	2,60	2,98

Quelle: ma 2010 Radio II, BRD, deutschsprachige Bevölkerung 10+, Ø-Std. 6–18 Uhr, Mo–Sa, Bruttokontaktsummen-Werbeträgerreichweite, Preise 2010 – Stand Juli 2010.

**Lesebeispiel:** Ein 30-Sek.-Spot auf 1LIVE kostet 2.232,92 Euro. 1LIVE erzielt in einer Stunde zwischen 6 und 18 Uhr durchschnittlich 985.000 Bruttokontakte in der Hörerschaft ab 10 Jahren. Der TKP (Tausend-Kontakt-Preis) hierzu beträgt 2,27 Euro. Der TKP gibt an, wie hoch die Kosten sind, um mit einem Werbeträger 1.000 Zielgruppenkontakte zu erreichen.

**Wichtige Termine 2010:** Am 17. September 2010 werden **die neuen Radiopreise für 2011** veröffentlicht. Die Tarifdaten können Sie dann über unsere Homepage [www.wdr-mediagroup.com](http://www.wdr-mediagroup.com) abrufen. Am 7. Oktober 2010 findet der **Radio Day** statt. Es erwarten Sie aktuelle Themen, Trends und Lösungen rund um das Radio. Selbstverständlich stehen wir Ihnen an diesem Tag für Kontakte und Gespräche persönlich zur Verfügung – sprechen Sie uns einfach an!

# Die Media-Analyse (ma) 2010 Radio II

Stand: 13. Juli 2010, gültig bis 31. Dezember 2010



**1LIVE unterhält, informiert, bewegt die junge Zielgruppe.**  
Spannend, witzig und ohne ein Blatt vor den Mund zu nehmen.  
Die Devise ist: Programm pur! So gibt es kein Programm-Sponsoring  
und nur einen Werbeblock pro Stunde!



**WDR 2 bietet ein vielversprechendes Werbeumfeld.**  
Intelligente Unterhaltung, herausragender Journalismus und eine  
Top-Sport-Kompetenz. 1:0 für Ihren Imagetransfer.



**Erreichen Sie die, die viele vernachlässigen, aber viel zu bieten haben.** Nutzen Sie die Chance auf Kunden über 50 Jahre, die ihren Sender kennen und lieben.



**Das Komplettpaket: 1LIVE, WDR 2, WDR 4 und 100'5 Das Hitradio.**  
Beim WDR können Sie die besten Werbeplätze auf mehreren landes-  
weiten Vollprogrammen gleichzeitig buchen. Diese geballte Kraft  
bedeutet: Qualität. Im Paket. Gegenüber der Einzelbelegung der  
jeweiligen Radiosender bietet WDR Best of einen Preisvorteil von  
12,6 Prozent\*.



**Das Zielgruppen-Paket für Leute ab 30 Jahren: WDR 2 und WDR 4.**  
Das Paket verbindet die Qualität des Infosenders WDR 2 mit der  
hohen Reichweite von WDR 4. Gegenüber der Einzelbelegung der  
jeweiligen Radiosender bietet WDR Best of 30+ einen Preisvorteil  
von 5,4 Prozent\*.



**Das Zielgruppen-Paket: 1LIVE, WDR 2 und 100'5 Das Hitradio.**  
Höchste journalistische Sorgfalt, intelligente Unterhaltung,  
unabhängige Berichterstattung. Dazu natürliche Moderation und  
Musik am Puls der Zeit. Gegenüber der Einzelbelegung der jeweiligen  
Radiosender bietet WDR Best of 14-49 einen Preisvorteil von  
3,9 Prozent\*.