

DIGITAL AUDIO – STEIGENDE NUTZUNG, GROSSE WERBERELEVANZ

Peter Scheurer | Verband Schweizer Privatradios (VSP)

Siri Fischer | IGEM

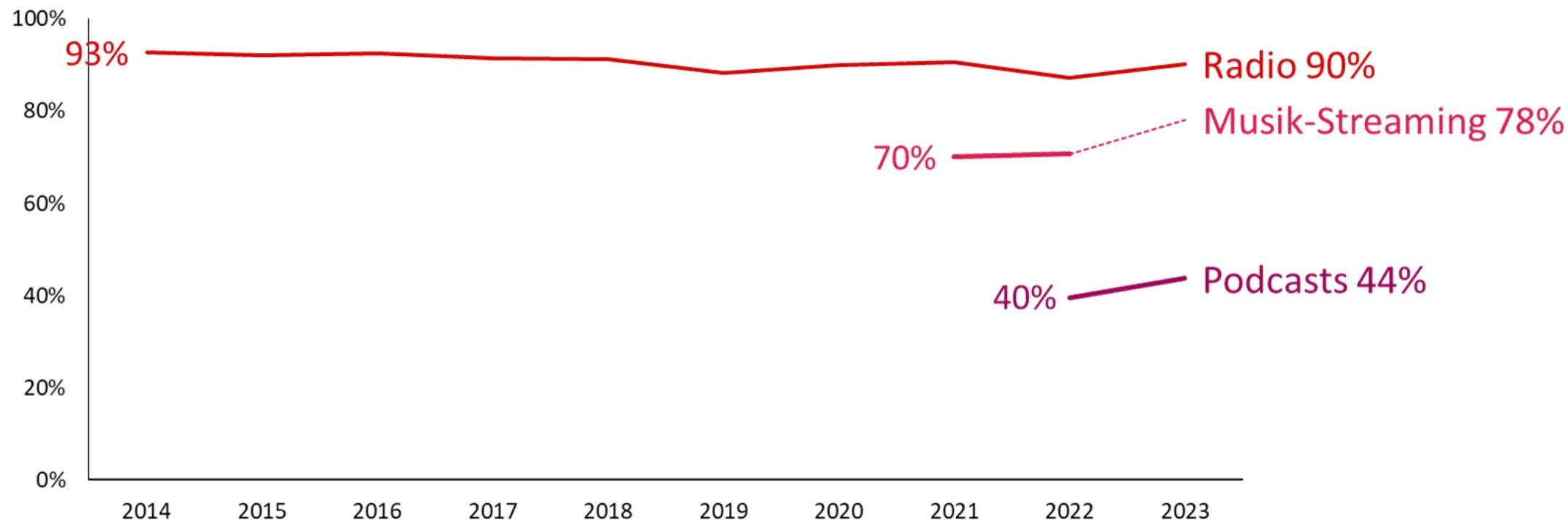
Nicolas Peggs | Swiss Radioworld



AUDIO NUTZUNG IM AUFWIND

KONSTANT HOHE RADIONUTZUNG, MUSIKSTREAMING UND PODCASTS MIT STEIGENDER NUTZUNG

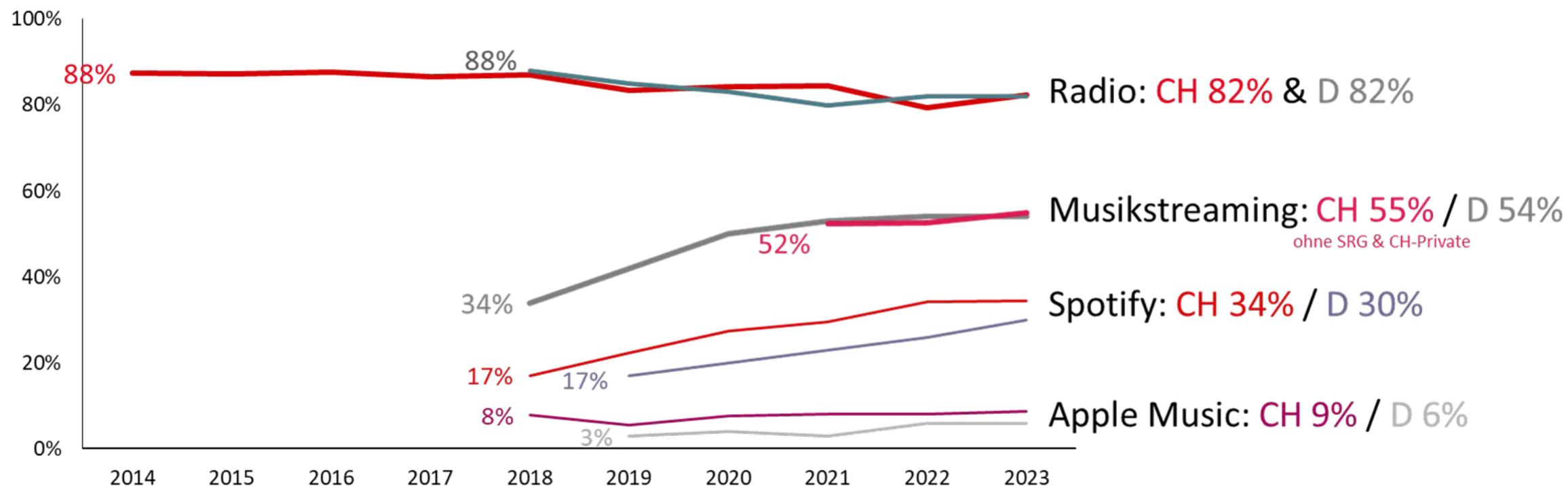
BEVÖLKERUNG AB 15 JAHREN, MINDESTENS GELEGENTLICHE NUTZUNG



VERBLÜFFENDE ÄHNLICHKEIT DER AUDIO-NUTZUNG IN CH & D

SPOTIFY (UND APPLE MUSIC) IN CH LEICHT RELEVANTER BEI DER WOCHEN-REICHWEITE

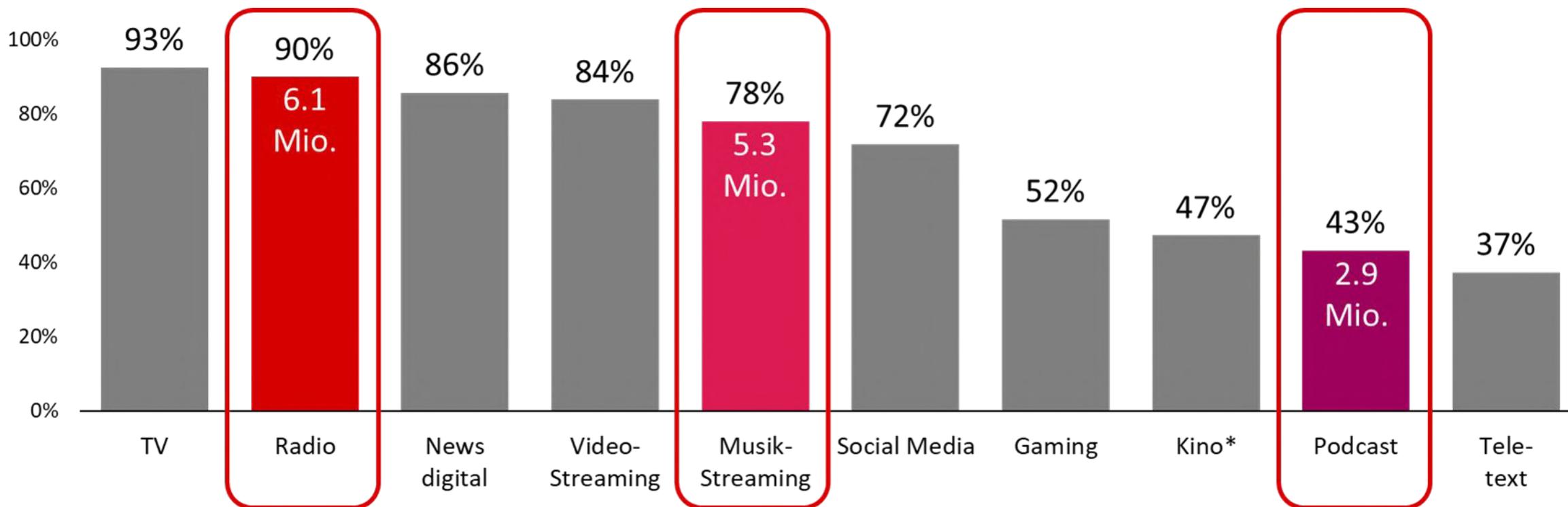
SCHWEIZ: BEVÖLKERUNG AB 15 J. / DEUTSCHLAND: BEVÖLKERUNG AB 14 J. WÖCHENTLICHE AUDIO-NUTZUNG



MUSIK-STREAMING MIT GRÖßERER REICHWEITE ALS SOCIAL MEDIA

RADIO HAT MEHR REICHWEITE ALS VIDEO-STREAMING

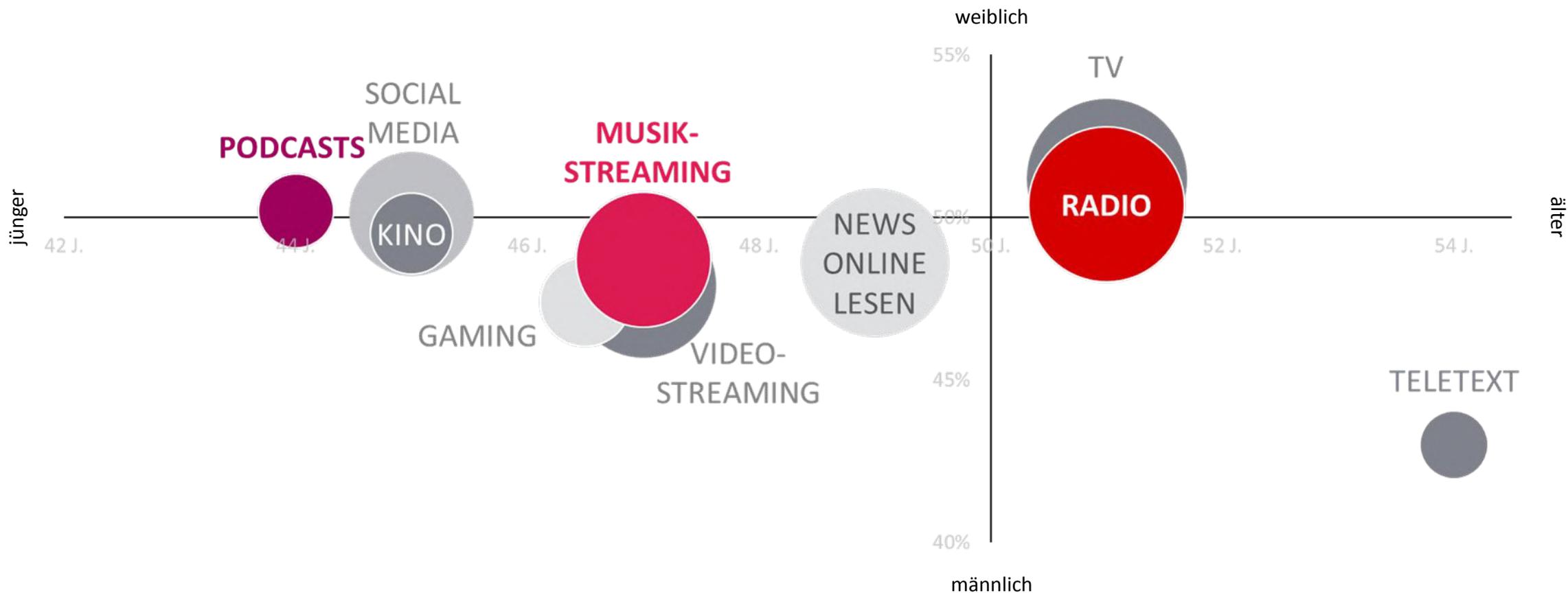
BEVÖLKERUNG AB 15 JAHREN, MINDESTENS GELEGENTLICHE NUTZUNG



Quelle: IGEM-Digimonitor 2023, Bevölkerung ab 15 J. in Schweiz (6.8 Mio.), n=2'087. * Kino: mindestens 1 Besuch in letzten 6 Monaten. Musikstreaming = Spotify, Apple Music, Soundcloud, YouTube Music (inkl. Gratisangebot), Webseiten/Apps von SRF/RTS/RSI, Webseiten/Apps von privaten CH-Radiosendern, andere Musik- und Radiostreaming-Dienste. Social Media = BeReal, Discord, Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter/X, Xing, andere soziale Netzwerke. Video-Streaming = Sunrise TV App, Teleboy, Zattoo, Swisscom blue TV App, Quickline TV, Webseiten/ Apps von SRF/RTS/RSI, Webseiten /Apps von privaten CH-TV-Sendern, Blick TV, Salt TV, Yallo TV, Netflix, Amazon Prime Video, Sky (Sky Show/Sport), YouTube, YouTube Premium, Twitch, Dailymotion, Apple TV Plus, Disney+, Play Suisse, blue+, RTL+, OnePlus, Paramount+, my Sports, Dazn

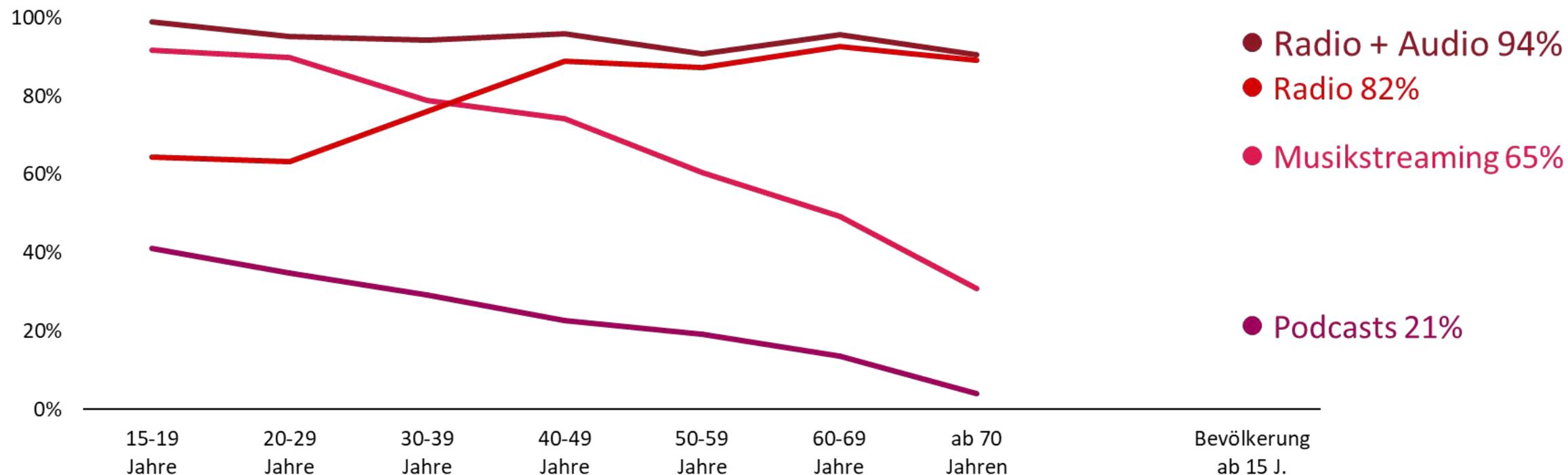
RADIO + AUDIO DECKEN EIN BREITES FELD DER BEVÖLKERUNG AB

MUSIK-STREAMING IN DER MITTE, PODCASTS MIT JÜNGSTEM PUBLIKUM, RADIO AUF Ø DER BEVÖLKERUNG



RADIO-AUDIO-KOMBI ERREICHT MIND. 90% WOCHEN-REICHWEITE IN ALLEN ALTERSGRUPPEN

AUDIO, WÖCHENTLICHE NUTZUNG NACH ALTERSKLASSEN



DIGITAL AUDIO STUDIE 2023

NICOLAS PEGGS

WERBEFORMATE IM DIGITAL AUDIO



BUCHUNGS-
MÖGLICHKEITEN:



TARGETING
MÖGLICHKEITEN:



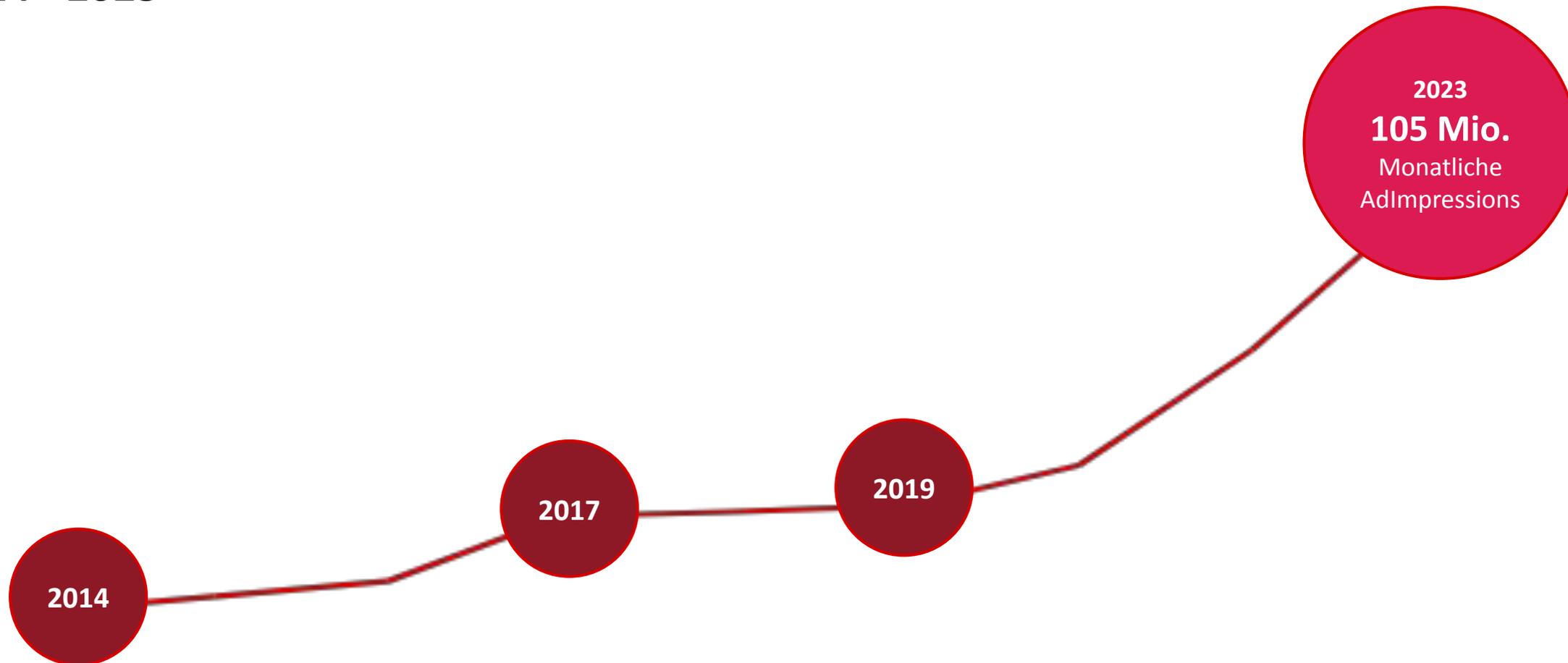
BUCHUNGS-
MÖGLICHKEITEN:



TARGETING
MÖGLICHKEITEN:

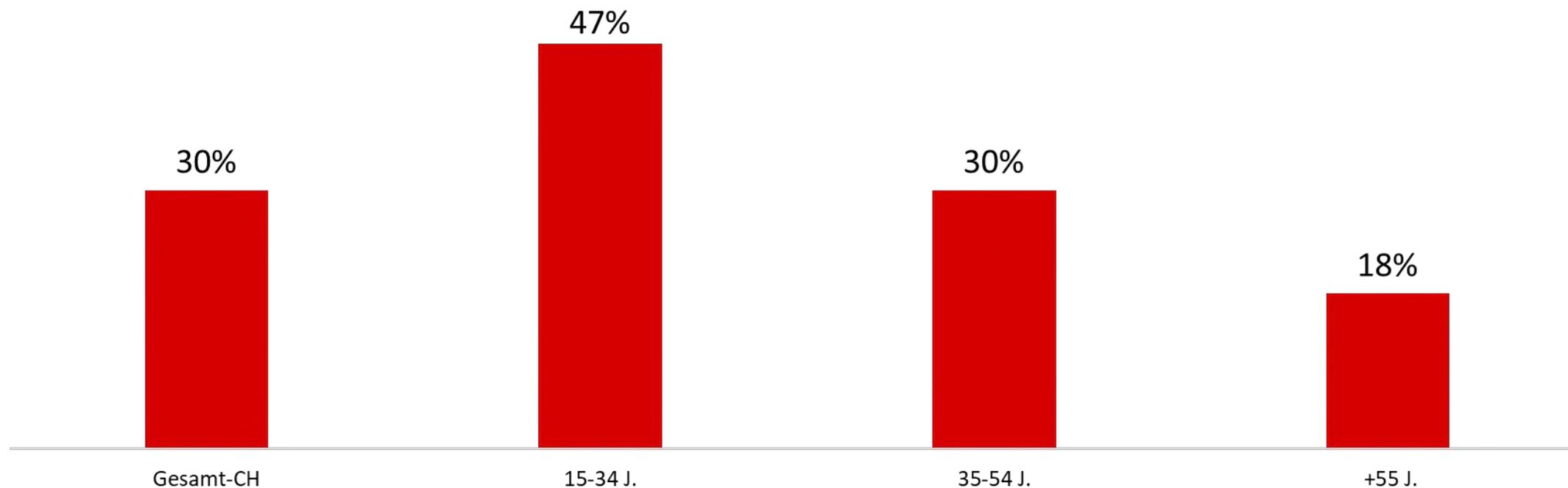


STEIGENDES DIGITAL AUDIO INVENTAR IN DER SCHWEIZ 2014 - 2023



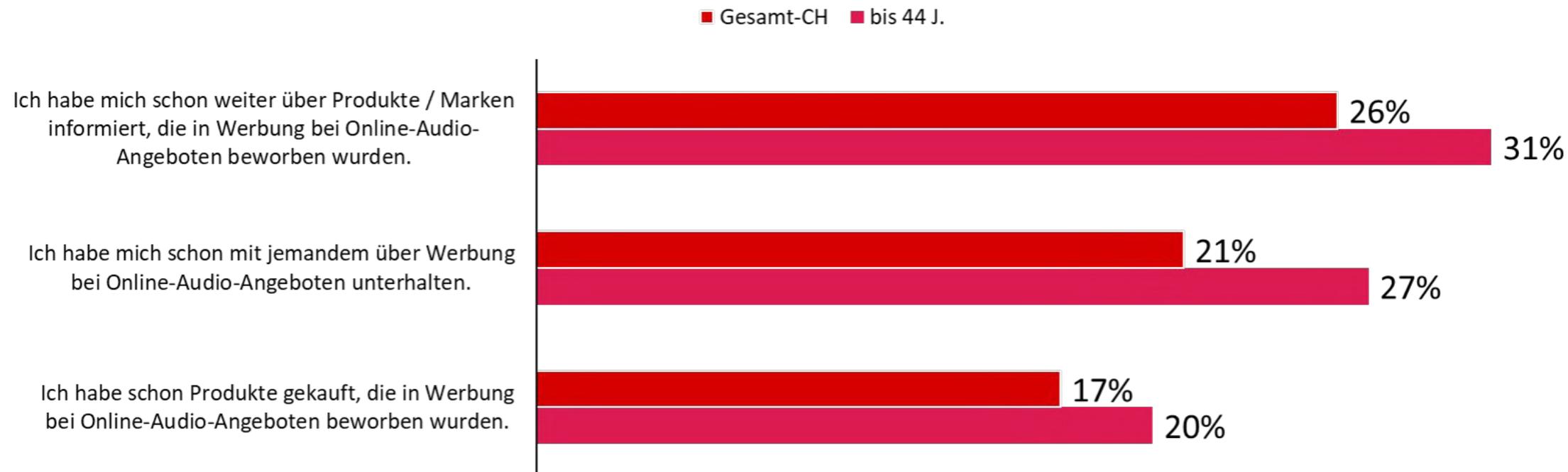
HOHER ANTEIL AN KOPFHÖRERNUTZUNG IM DIGITAL AUDIO GESAMT-CH UND ALTERSKLASSEN

FRAGE: ÜBER DIE GESAMTE ZEIT, IN DER SIE DIGITAL AUDIO HÖREN, BETRACHTET: WAS SCHÄTZEN SIE, WIE VIEL PROZENT DAVON HÖREN SIE ÜBER KOPFHÖRER? → MITTELWERT



AKTIVIERUNG DER ZIELGRUPPE DURCH DIGITAL AUDIO GESAMT-CH UND BIS 44-JÄHRIGE

FRAGE: WIE SEHR STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN AUSSAGEN ZU? → STIMME VOLL UND GANZ ZU UND STIMME EHER ZU



ACTIV FITNESS CASE

DIGITAL AUDIO STUDIE 2023

A large red circle containing the text 'ACTIV' in a bold, sans-serif font and 'FITNESS' in a lighter, spaced-out sans-serif font below it.

ACTIV
FITNESS

WACHSTUM DER UNGESTÜTZTEN BEKANNTHEIT VON ACTIV FITNESS

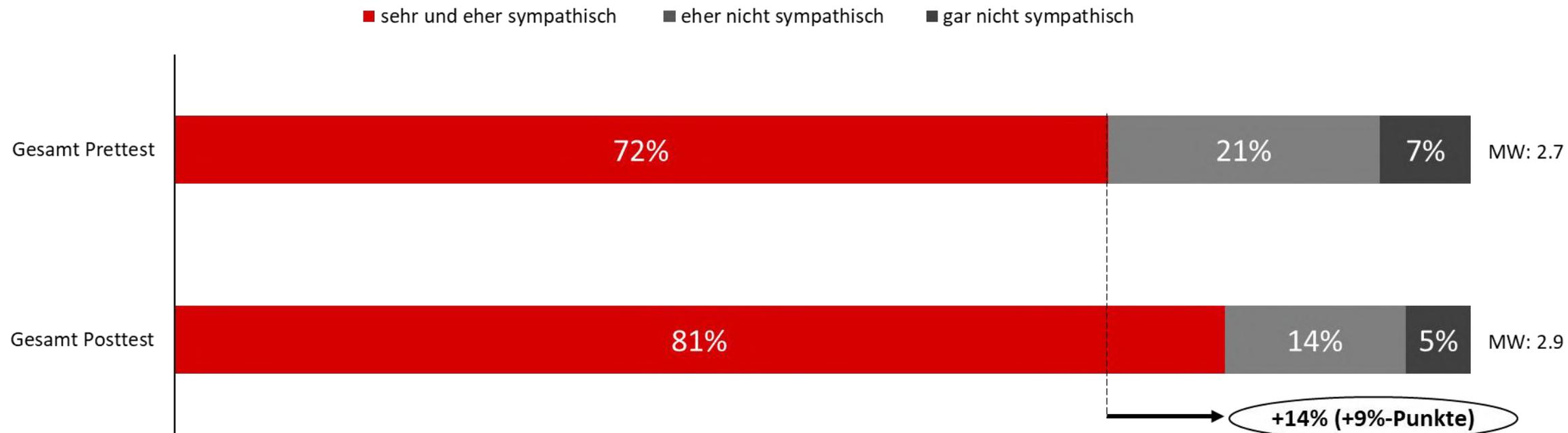
ZIELGRUPPE 18–44 J.

FRAGE: WENN SIE AN FITNESSSTUDIOS DENKEN: WELCHE MARKE FÜR FITNESSSTUDIOS FÄLLT IHNEN ALS ERSTES EIN?



SYMPATHIE-ZUNAHME VON ACTIV FITNESS GESAMT

FRAGE: WIE SYMPATHISCH SIND IHNEN DIESE FITNESSSTUDIO-MARKEN? → ACTIV FITNESS

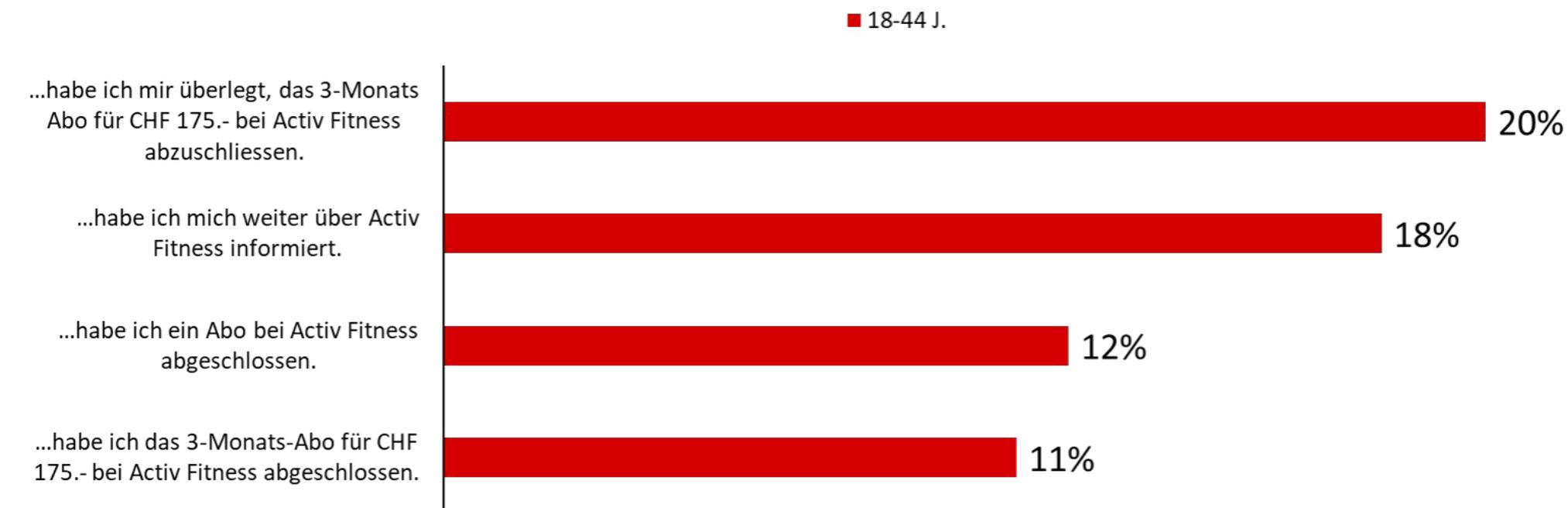


HANDLUNG AUFGRUND DER WERBEMITTEL

ZIELGRUPPE 18–44 J.

FRAGE: SIE HABEN ANGEZEIGT, DASS SIE DEN SPOT SCHON EINMAL GEHÖRT HABEN. GEBEN SIE BITTE AN, WAS SIE UNTERNOMMEN HABEN, NACHDEM SIE DEN SPOT GEHÖRT HABEN. → JA

NACHDEM ICH DEN SPOT GEHÖRT HABE...



STEIGENDE MARKENBELIEBTHEIT VON ACTIV FITNESS GESAMT

FRAGE: WENN SIE SICH DAS NÄCHSTE MAL FÜR EIN FITNESSSTUDIO ENTSCHIEDEN: FÜR WELCHE DER FOLGENDEN FITNESSSTUDIO-MARKEN WÜRDEN SIE SICH AM EHESTEN ENTSCHIEDEN? (MEHRFACHANTWORTEN MÖGLICH)

→ ICH NUTZE KEINE FITNESSSTUDIOS AUSGEKLAMMERT



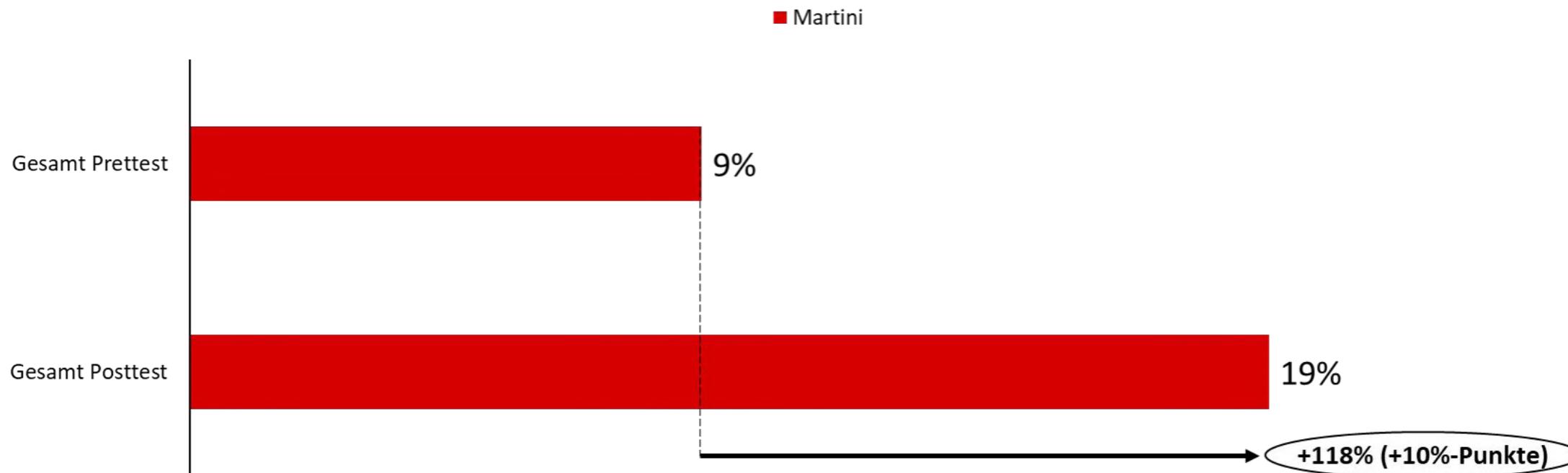
MARTINI CASE

DIGITAL AUDIO STUDIE 2023



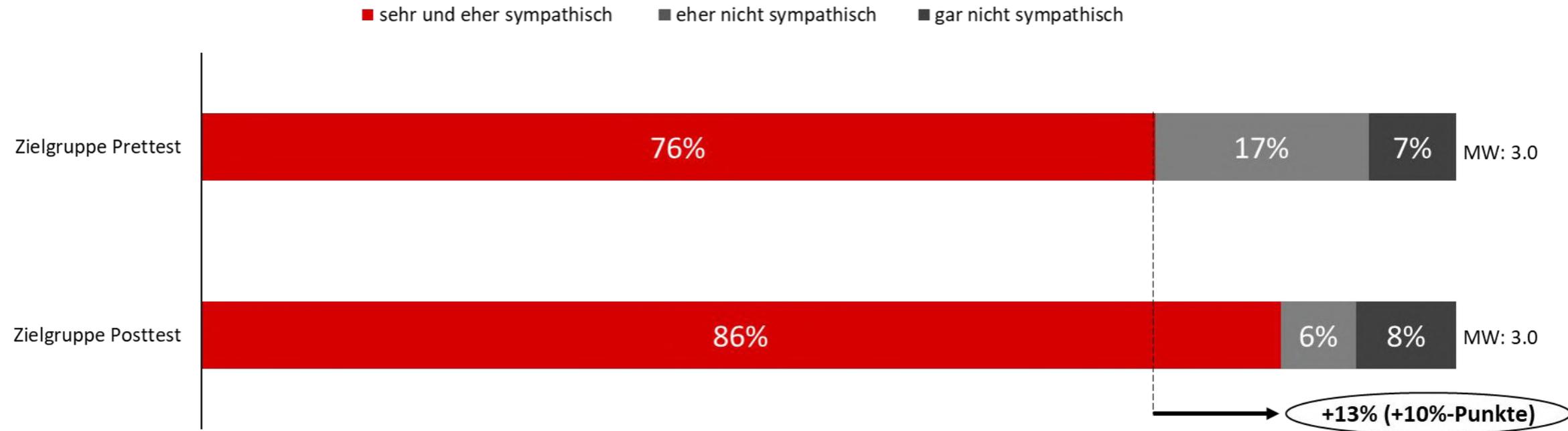
ZUWACHS DER UNGESTÜTZTEN BEKANNTHEIT VON MARTINI GESAMT

FRAGE: WENN SIE AN ALKOHOLISCHE APÉRITIF-GETRÄNKE DENKEN: WELCHE MARKE FÄLLT IHNEN ALS ERSTES EIN?



STEIGERUNG DER SYMPATHIE VON MARTINI ZIELGRUPPE

FRAGE: WIE SYMPATHISCH SIND IHNEN DIESE MARKEN FÜR APÉRITIF-GETRÄNKE? → MARTINI

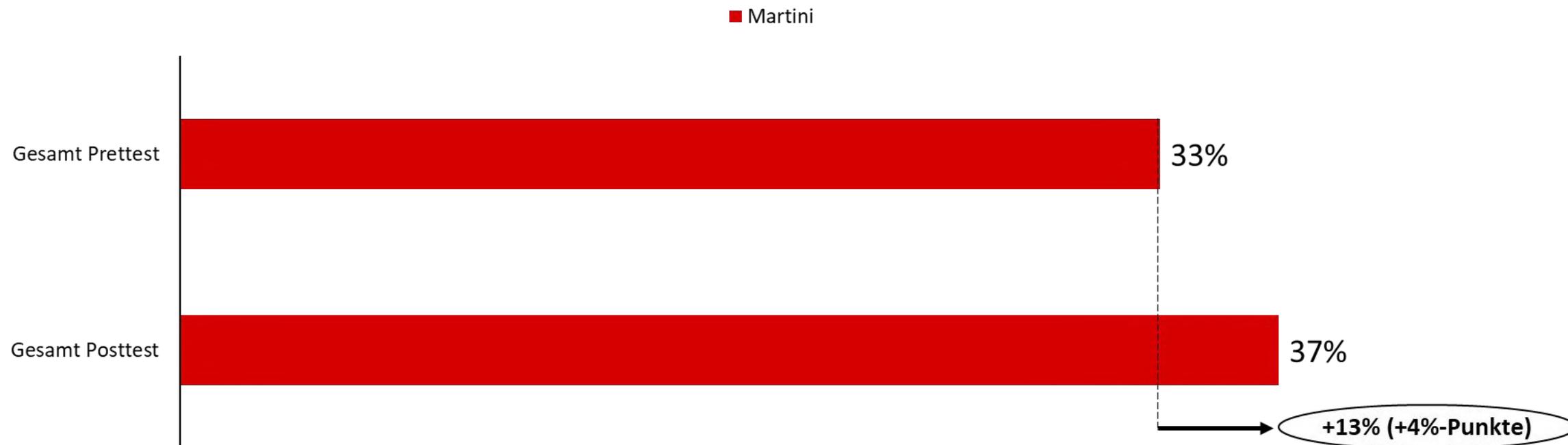


ERHÖHTE MARKENBEKANNTHEIT BEI MARTINI

GESAMT

FRAGE: WENN SIE SICH DAS NÄCHSTE MAL FÜR EIN APÉRITIF-GETRÄNK ENTSCHIEDEN: FÜR WELCHE DER FOLGENDEN MARKEN WÜRDEN SIE SICH AM EHESTEN ENTSCHIEDEN?
(MEHRFACHANTWORTEN MÖGLICH)

→ ICH TRINKE KEINE ALKOHOLISCHEN APÉRITIF-GETRÄNKE AUSGEKLAMMERT



AUDIO GEHT DURCH DIE OHREN UND BLEIBT IM KOPF - SO AUCH BEI IHRER DIGITAL AUDIO WERBUNG

