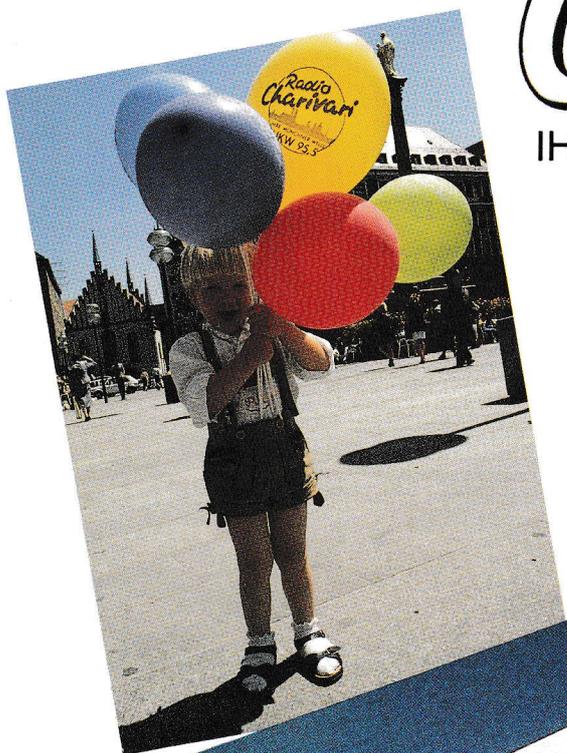


Radio Charivari

IHRE MÜNCHNER WELLE

UKW
95,5



RADIO CHARIVARI

8000 MÜNCHEN 2 · PAUL-HEYSE-STRASSE 2-4
POSTFACH 20 20 40 · TELEFON 089/51 41 00-0



UNSERE HÖRER SIND IHRE KUNDEN

DATEN · ZAHLEN · FAKTEN
AUS DEN HÖRFUNK-
BEFRAGUNGEN 1987
FÜR MÜNCHEN
UND DIE REGION

Seit dem
11. 4. 88 sendet
RADIO CHARIVARI
täglich 24 Stunden
auf UKW 95,5

RADIO CHARIVARI · IHRE MÜNCHNER WELLE
8000 MÜNCHEN 2 · PAUL-HEYSE-STRASSE 2-4
POSTFACH 20 20 40 · TELEFON 0 89/51 41 00 - 70

Zur Untersuchung

Wann? Wie? Wo? Wer wurde befragt?

A

ZEITPUNKT-STUDIE *Emnid-Institut, Bielefeld*

Erhebungszeitraum: 5. 10. – 18. 10. 1987. **Art der Befragung:** Mündliche Interviews anhand eines vollstrukturierten Fragebogens. **Befragungsgebiet:** Stadt und Landkreis München. **Grundgesamtheit:** 1 864 000 Personen ab 14 Jahren leben im Befragungsgebiet. Die Befragung bezieht sich auf die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (das sind 1 377 500 Personen). **Auswahlverfahren:** Dreifach geschichtete Random-Route-Stichprobe. **Stichprobenumfang:** 1942 Fälle bei einer Ausschöpfungsquote von 75,3 %.

B

ZEITRAUM-STUDIE *Umfrageinstitut Klaus Peinelt, München*

Erhebungszeitraum: 5 Untersuchungswellen in 1987 (März/April, Mai/Juni, Juli/August, September/Oktober, November/Dezember). **Grundgesamtheit:** Erwachsene Personen in Privathaushalten mit Telefon in der Region München. **Befragungsart:** Schriftliche Umfrage mit zwei Nachfaß-Aktionen. **Befragungsgebiet:** Stadt München, Landkreise München, Ebersberg, Dachau, Fürstenfeldbruck, Starnberg, Erding, Freising, Bad Tölz-Wolfratshausen. Die Einwohnerzahl des Gebiets liegt bei etwa 2,3 Millionen. Das entspricht bei einer durchschnittlichen Haushaltsgröße von 2,3 Personen etwa 1 Million Haushalten. **Telefonabdeckung:** Etwa 90 Prozent der Haushalte im Befragungsgebiet verfügen über einen Telefon-Anschluß. Dies entspricht etwa 850 000 Haushalten mit etwa 1,5 Millionen erwachsenen Personen, die in der Grundgesamtheit enthalten sind. Für diesen Personenkreis sind die Befragungen jeweils repräsentativ. **Stichprobe:** Zweistufige Zufalls-Stichprobe aus den amtlichen Telefonadressen. 1. Stufe: Haushaltsadressen-Auswahl aus den amtlichen Telefonadressen. 2. Stufe: Zielperson im ausgewählten Befragungs-Haushalt. **Adressen-Einsatz:** Jeweils etwa 1400 Haushalte. Ausschöpfung: Zwischen 50 und 60 Prozent des vollständigen Brutto-Einsatzes (ca. 750 Interviews). **Befragungszeitraum:** Jeweils 4 Wochen.

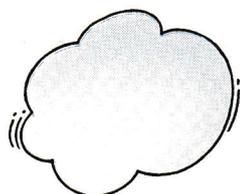
71,5 Prozent der Gesamtbevölkerung* kennt uns!

Darauf sind wir ganz schön stolz.

| Sender | Frequenz | Bekanntheit in % | schon einmal gehört in % |
|--|-----------------|----------------------------|--------------------------------|
| Radio Charivari Radio 2 Day | 95,5 MHz | 71,5 27,3 | 65,9 |
| Radio Aktiv | 92,4 MHz | 30,9 | 47,3 |
| Radio Brenner | | 38,0 | |
| Radio C | | 23,4 | |
| Jazzwelle | | 19,2 | |
| Radio M 1 | | 32,4 | |
| Radio Soundtrack | | 22,4 | |
| Radio Xanadu | 43,5 | | |
| Radio Gong | 96,3 MHz | 75,5 | 68,9 |
| Bayern 1 | | 96,5 | 86,5 |
| Bayern 3 | | 98,6 | 94,8 |

* deutschsprachige Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren im Befragungsgebiet
(das sind 1 377 500 Personen).

Daten aus der Emnid-Untersuchung, Oktober 1987



*Werbung stellt Weichen
und hilft Käuferströme lenken.*

Reichweiten! Wer hört Ihre Werbung?

472 000 Hörer im weitesten Hörerkreis,
241 000 Stammhörer,
in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren.

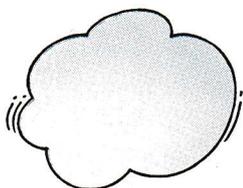
| | Radio Charivari 2 Day 95,5 MHz | 96,3 MHz | 92,4 MHz | B 1 | B 3 |
|---|---|-------------|-------------|------|------|
| Weitester Hörerkreis (innerhalb der letzten 2 Wochen gehört) | 34,3 | 41,7 | 23,3 | 55,4 | 76,8 |
| Stammhörer (Hörer, die mindestens an 4 von 7 Tagen eine Frequenz/Sender hören) | 17,5 | 22,3 | 12,1 | 37,4 | 55,0 |
| Hörer, die am Tage vor der Befragung den Sender/Frequenz gehört haben | 11,1 | 18,4 | 8,5 | 32,8 | 41,6 |

In der Altersgruppe von 25 bis 54 Jahren
(das sind 53,4 Prozent der Gesamtbevölkerung)
erreichen wir täglich 154 500 Stammhörer.

| | | | | | |
|--|-------------|------|------|------|------|
| Weitester Hörerkreis (innerhalb der letzten 2 Wochen gehört) | 39,0 | 49,0 | 24,0 | 49,0 | 83,0 |
| Stammhörer (Hörer die mindestens an 4 von 7 Tagen eine Frequenz/Sender hören) | 21,0 | 25,0 | 11,0 | 30,0 | 62,0 |
| Hörer, die am Tage vor der Befragung den Sender/Frequenz gehört haben | 13,0 | 21,0 | 8,0 | 25,0 | 50,0 |

Daten aus der Emnid-Untersuchung, Oktober 1987

Prozentangaben



Reichweiten,
auf die Sie nicht verzichten sollten.

RADIO CHARIVARI auf dem Prüfstand.



Frage: Was finden sie am meist-
gehörten Programm besonders gut?

| | Total | Radio Charivari 2 Day 95,5 MHz | 96,3 MHz | 92,4 MHz | B 1 | B 3 |
|--|-------|---|-------------|-------------|------|------|
| die Musik, die gebracht wird | 68,7 | 82,1 | 80,1 | 80,6 | 67,1 | 62,6 |
| die Nachrichtensendungen | 46,9 | 43,7 | 34,1 | 14,9 | 63,6 | 50,1 |
| die Informationen und Berichte über das, was hier am Ort und in der Umgebung so passiert | 37,0 | 54,4 | 39,2 | 27,4 | 43,3 | 38,5 |
| die Themen, die in den Wortbeiträgen angesprochen werden | 23,8 | 32,9 | 21,9 | 19,0 | 31,2 | 19,8 |
| die Art, wie schwierige Themen und Sachverhalte dem Hörer verständlich gemacht werden | 19,1 | 23,5 | 15,9 | 10,0 | 28,1 | 15,8 |
| die Zuverlässigkeit und die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung | 13,8 | 16,1 | 14,2 | 4,7 | 18,7 | 12,1 |
| die Sprecherinnen und Sprecher, die Art der Moderation | 33,7 | 54,6 | 46,8 | 32,6 | 36,6 | 30,4 |
| die Möglichkeit, sich am Programm beteiligen zu können; die Art, wie die Hörer einbezogen werden | 11,7 | 14,4 | 29,5 | 14,8 | 11,6 | 7,8 |
| die Spiele und Quizsendungen | 8,3 | 16,8 | 26,7 | 11,7 | 6,5 | 4,2 |
| die Chance, daß man Preise gewinnen kann | 3,4 | 8,9 | 16,6 | 5,5 | 1,9 | 0,5 |

Daten aus der Emnid-Untersuchung, Oktober 1987

Prozentangaben



Ein Programm, das sich Vertrauen und
Sympathie geschaffen hat, schafft auch für
Ihre Produkte Vertrauen und Sympathie.

Nutzen sie die Freizeit-Interessen unserer Hörer.



Frage: Wie oft kommen Sie zu folgenden
Beschäftigungen?

| | Radio Charivari 2 Day 95,5 MHz | 96,3 MHz | 92,4 MHz | B 1 | B 3 |
|--|---|-------------|-------------|------|------|
| Radio hören | 1,16 | 1,22 | 1,22 | 1,21 | 1,25 |
| Fernsehen | 1,74 | 1,76 | 1,92 | 1,65 | 1,72 |
| Basteln, Heimwerken, Do it yourself | 4,36 | 4,40 | 4,48 | 4,39 | 4,35 |
| Im Garten arbeiten | 4,85 | 5,07 | 5,24 | 4,48 | 4,74 |
| Spaziergehen, Wandern, einen Ausflug machen | 3,31 | 3,37 | 3,42 | 3,02 | 3,16 |
| Einkaufen gehen | 2,40 | 2,45 | 2,44 | 2,29 | 2,38 |

Angaben = Durchschnitt der Häufigkeit

- 1 = täglich, fast täglich
- 2 = 2-3mal in der Woche
- 3 = 1mal in der Woche
- 4 = 1-3mal im Monat
- 5 = seltener
- 6 = nie, so gut wie nie

Bezogen auf den weitesten Hörerkreis
(= Hörer, die in den letzten 14 Tagen den Sender/Frequenz gehört haben)

Daten aus der Emnid-Untersuchung, Oktober 1987



Die Hörer von RADIO CHARIVARI sind bei all
den angegebenen Tätigkeiten am aktivsten.

Die Münchner Lokalsender haben sich ganz schön gemausert.

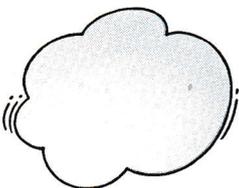


Frage: Welchen Sender bzw. Frequenz
haben Sie gestern gehört?

| Einschaltquoten in Prozent | Radio Charivari 2 Day 95,5 MHz | 96,3 MHz | 92,4 MHz | B 1 | B 3 |
|-------------------------------|---|-------------|-------------|------|------|
| März/April | 15,8 | 13,0 | 10,9 | 37,7 | 51,4 |
| Mai/Juni | 15,3 | 17,7 | 15,4 | 32,4 | 51,1 |
| Juli/August | 19,0 | 17,6 | 16,8 | 40,1 | 53,3 |
| September/Oktober | 19,6 | 20,6 | 16,2 | 40,1 | 59,0 |
| November/Dezember | 27,3 | 21,6 | 16,1 | 43,3 | 57,7 |

27,3 Prozent Einschaltquoten im November/Dezember 1987, das sind für Sie täglich
409.500 Hörer auf Frequenz 95,5 mit Radio Charivari.

Peinelt-Studien 1987



Lokaler Hörfunk...
Werbung, die Sie fest einplanen sollten.

Die kaufkraftstarke Schicht zwischen 30 und 50 Jahren läßt die Kassen klingeln.



Frage: Welchen Sender bzw. Frequenz
haben Sie gestern gehört?

Hörerpotential nach Altersgruppen:

| | | Radio Charivari 2 Day 95,5 MHz | 96,3 MHz | 92,4 MHz | B 1 | B 3 |
|-------------------------------|-------------------|---|-------------|-------------|------|------|
| März/April 1987 | 18 bis 30 Jahre | 17,6 | 24,4 | 16,8 | 8,8 | 70,2 |
| | 30 bis 39 Jahre | 29,7 | 18,4 | 8,1 | 20,6 | 68,5 |
| | 40 bis 49 Jahre | 15,3 | 9,8 | 13,2 | 50,3 | 54,4 |
| | 50 bis 59 Jahre | 8,8 | 6,4 | 7,4 | 54,0 | 43,0 |
| | 60 Jahre u. älter | 8,1 | 3,9 | 6,9 | 58,9 | 22,3 |
| Mai/Juni 1987 | 18 bis 30 Jahre | 17,6 | 33,6 | 28,0 | 7,4 | 62,1 |
| | 30 bis 39 Jahre | 20,1 | 24,2 | 14,6 | 25,3 | 69,4 |
| | 40 bis 49 Jahre | 20,2 | 17,6 | 9,0 | 28,7 | 57,7 |
| | 50 bis 59 Jahre | 11,8 | 9,8 | 14,9 | 55,5 | 36,1 |
| | 60 Jahre u. älter | 7,4 | 2,0 | 8,4 | 51,0 | 30,9 |
| Juli/August 1987 | 18 bis 30 Jahre | 24,0 | 26,0 | 30,5 | 24,4 | 74,3 |
| | 30 bis 39 Jahre | 28,3 | 31,2 | 16,9 | 18,0 | 65,1 |
| | 40 bis 49 Jahre | 20,2 | 16,5 | 12,0 | 46,8 | 58,8 |
| | 50 bis 59 Jahre | 12,1 | 11,4 | 14,8 | 55,7 | 38,3 |
| | 60 Jahre u. älter | 9,7 | 3,7 | 8,3 | 58,7 | 26,9 |
| September/ Oktober 1987 | 18 bis 30 Jahre | 26,0 | 42,3 | 23,9 | 11,9 | 80,0 |
| | 30 bis 39 Jahre | 24,7 | 29,1 | 24,8 | 23,3 | 68,0 |
| | 40 bis 49 Jahre | 18,5 | 15,7 | 12,8 | 45,5 | 62,0 |
| | 50 bis 59 Jahre | 18,8 | 13,8 | 9,3 | 55,2 | 50,5 |
| | 60 Jahre u. älter | 10,9 | 1,0 | 10,0 | 68,9 | 32,3 |
| November/ Dezember 1987 | 18 bis 30 Jahre | 38,4 | 48,6 | 27,6 | 6,8 | 71,2 |
| | 30 bis 39 Jahre | 26,2 | 24,7 | 17,8 | 30,3 | 75,0 |
| | 40 bis 49 Jahre | 32,2 | 13,6 | 11,2 | 52,4 | 55,4 |
| | 50 bis 59 Jahre | 27,0 | 16,2 | 14,8 | 66,4 | 51,4 |
| | 60 Jahre u. älter | 13,2 | 2,3 | 8,5 | 67,3 | 37,6 |

Mit ihrem Einkommen können unsere Hörer gut auskommen.



Frage: Welchen Sender bzw. Frequenz
haben Sie gestern gehört?

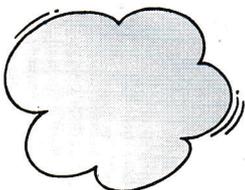
Angaben zum Netto-Haushaltseinkommen.

27,3 Prozent Reichweite weist die Studie für die
Frequenz 95,5 aus. In der Einkommensgruppe
2000–3000 netto liegen wir um 18 % darüber,
4000–5000 netto liegen wir um 30 % darüber und
bei 5000 und mehr liegen wir um 33 % darüber.

| | Radio Charivari 2 Day 95,5 MHz | 96,3 MHz | 92,4 MHz | B 1 | B 3 |
|-----------------|---|-------------|-------------|------|------|
| Gesamthaushalte | 27,3 | 21,6 | 16,1 | 43,3 | 57,7 |
| unter 2000 | 17,1 | 29,2 | 15,4 | 36,0 | 44,9 |
| 2000 bis 3000 | 32,2 | 20,2 | 12,9 | 47,6 | 56,8 |
| 3000 bis 4000 | 16,5 | 22,3 | 14,5 | 47,5 | 62,7 |
| 4000 bis 5000 | 35,6 | 19,1 | 13,5 | 45,3 | 51,4 |
| 5000 und mehr | 36,4 | 19,1 | 22,8 | 31,0 | 68,3 |

Peinelt-Studie, November/Dezember 1987

Prozentangaben



... wie erreichen Sie diese Einkommensgruppen?
Mit gezielter Werbung.

Jeder Haushalt hat individuelle Bedürfnisse. Der Schlüssel für Ihre Werbung.



*Frage: Welchen Sender bzw. Frequenz
haben Sie gestern gehört?*

Die drei Münchner Frequenzen
erreichten folgende Haushaltsgrößen:

| | Radio Charivari 2 Day 95,5 MHz | 96,3 MHz | 92,4 MHz |
|---------------------------------|---|-------------|-------------|
| Gesamtreichweite | 27,3 | 21,6 | 16,1 |
| 1-Personen-Haushalte | 21,5 | 14,2 | 11,3 |
| 2-Personen-Haushalte | 25,5 | 17,0 | 15,7 |
| 3-Personen-Haushalte | 22,0 | 31,1 | 16,9 |
| 4 und mehr Personen im Haushalt | 37,1 | 22,7 | 18,5 |

... wenn Kinder für Sie wichtig sind:

Haushalte mit Kindern erreichten die drei Münchner Frequenzen
zu folgenden Prozent-Sätzen:

| | | | |
|-------------------------------|-------------|------|------|
| 1 Kind im Haushalt | 19,9 | 29,8 | 15,5 |
| 2 und mehr Kinder im Haushalt | 38,8 | 18,3 | 21,1 |

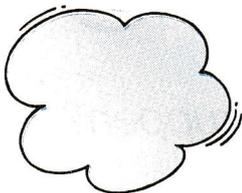
*Es sind die Entscheidungsträger, die Ihnen
auf die Umsatzsprünge helfen!*

Die Befragung bezieht sich auf erwachsene Personen ab 18 Jahren in Privathaushalten.
43,6 Prozent sind Haushaltsvorstände, 38,8 Prozent sind haushaltsführende Personen.

| | | | |
|----------------------------|-------------|------|------|
| Haushaltsvorstände | 27,4 | 17,0 | 13,0 |
| Haushaltsführende Personen | 21,1 | 16,3 | 18,7 |

Peinelt-Studie, November/Dezember 1987

Prozentangaben



*Lokale Hörfunkwerbung: Direkt und gezielt,
zur richtigen Zeit und im richtigen Ton.
Darin liegt unsere Stärke!*

CHARIVARI-Hörer stehen mitten im Leben.



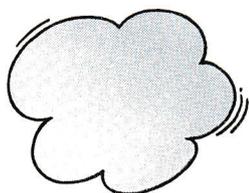
Frage: Welchen Sender bzw. Frequenz
haben Sie gestern gehört?

Angaben, ob berufstätig oder in Ausbildung.

| | Radio Charivari 2 Day 95,5 MHz | 96,3 MHz | 92,4 MHz | B 1 | B 3 |
|-----------------------|---|-------------|-------------|------|------|
| voll berufstätig | 59,5 | 63,7 | 49,8 | 38,6 | 53,0 |
| teilweise berufstätig | 13,1 | 6,7 | 11,9 | 15,5 | 11,7 |
| Rentner/Pensionäre | 6,8 | 1,0 | 9,4 | 27,2 | 11,0 |
| in Ausbildung | 11,6 | 17,5 | 14,9 | – | 9,5 |
| nicht berufstätig | 8,8 | 10,8 | 13,2 | 17,1 | 14,4 |

Peinelt-Studie, November/Dezember 1987

Prozentangaben



Kaufkraft, auf die Sie nicht verzichten sollten.



**UNSERE HÖRER
SIND IHRE KUNDEN**

RADIO CHARIVARI
IHRE MÜNCHNER WELLE
8 0 0 0 M Ü N C H E N 2
PAUL-HEYSE-STRASSE 2-4
POSTFACH 20 20 40
TELEFON 089/51 41 00-70