

Ansprechpartner

Dieter K. Müller

Vorstand Radio der agma

Telefon: 069.15424-101

dieter.mueller@ard-werbung.de

Christiane Korch

Ressortleitung Radio

Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-20

korch@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

Radioreichweiten steigen, Hördauer bleibt auf konstant hohem Niveau

- **Radio erreicht immer mehr Hörer.**
- **In jungen Zielgruppen sind die Reichweitengewinne seit Jahren besonders deutlich.**

Frankfurt, den 10. Juli 2012 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht am 17. Juli die ma 2012 Radio II. Bereits heute stehen die Eckdaten der Radionutzung in Deutschland zur Verfügung.

Erstes Ergebnis der Eckdaten der ma 2012 Radio II: Die Zahl der Personen, die täglichen Radio hören (Mo-Fr) steigt in allen Zielgruppen an: Insgesamt wächst die Tagesreichweite von 79,6 auf 80,2 Prozent (ma 2012 Radio I im Vergleich zu ma 2012 Radio II).

Radio wird überdies unverändert lang genutzt – bereits seit zweieinhalb Jahren liegt die durchschnittliche Hördauer bei 199 Minuten – also bei drei Stunden und 19 Minuten täglich.

Das Medium Hörfunk beweist dem Werbemarkt damit erneut sein hohes und gegen den Trend wachsendes Leistungsniveau.

"Besonders in jungen Zielgruppen wächst die Reichweite von Radio seit Jahren kontinuierlich an", erklärt Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma: „Der aktuelle Anstieg der Radionutzung der 10- bis 29-Jährigen um 0,6 Prozentpunkte auf 72,1 Prozent bestätigt den Aufwärtstrend, der dem Medium in dieser Zielgruppe seit 2010 einen Zuwachs von nahezu drei Prozent bescherte.“

Doch nicht nur bei den jungen Hörern, sondern in allen Altersgruppen verzeichnet Radio zusätzliche Hörer (Mo-Fr): In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen stieg die Reichweite gegenüber der ma 2012 Radio I von 79,0 auf 80,1 Prozent, bei den 30 bis 59-Jährigen von 84,3 auf 85,1 Prozent und bei den über 50-Jährigen von 81,4 auf 81,7 Prozent.

Die detaillierten Ergebnisse der ma 2012 Radio II werden dem Markt am 17. Juli 2012 um 9:00 Uhr zur Verfügung gestellt.

Die ma 2012 Radio II dokumentiert auf Basis von 64.337 Interviews die Werbeträger-Reichweiten von 100 Hörfunksendern und 111 Vermarktungskombinationen, die von Montag bis Freitag belegbar sind.

Interaktive Charts zu den Eckdaten der Radionutzung finden Sie im Anhang zu dieser Pressemitteilung. Diese iCharts können Sie im Rahmen der Berichterstattung in Ihren Internetauftritt einbinden.

Sollten Sie Fragen haben oder weitere Informationen benötigen, dann melden Sie sich doch bitte einfach bei uns.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bieten der „Methoden-Steckbrief zur ma 2012 Radio II“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Eckdaten der Radionutzung ma 2012 Radio II

|  Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. | Montag - Sonntag | | | | | Montag - Freitag | | | | Samstag | | | Sonntag | | | | |
|---|------------------|-------------------------|------|---------------------------------|------|------------------------------|------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|------|--------------------------|------------------------------|
| | Basis in Mio. | schon gehört Mio. | % | Weitester Hörerkreis Mio. | % | Tages- reichweite Mio. | % | Hör- dauer in Min. | Verweil- dauer in Min. | Tages- reichweite Mio. | % | Hör- dauer in Min. | Verweil- dauer in Min. | Tages- reichweite Mio. | % | Hör- dauer in Min. | Verweil- dauer in Min. |
| TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung Personen ab 10 Jahren | 73,320 | 72,579 | 99,0 | 68,557 | 93,5 | 58,830 | 80,2 | 199 | 248 | 54,382 | 74,2 | 170 | 229 | 50,559 | 69,0 | 141 | 205 |
| GESCHLECHT | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Männer | 35,957 | 35,754 | 99,4 | 33,912 | 94,3 | 28,945 | 80,5 | 210 | 261 | 26,480 | 73,6 | 163 | 221 | 24,477 | 68,1 | 133 | 195 |
| Frauen | 37,363 | 36,825 | 98,6 | 34,645 | 92,7 | 29,885 | 80,0 | 188 | 235 | 27,902 | 74,7 | 176 | 236 | 26,082 | 69,8 | 150 | 215 |
| BERUFSTÄTIGKEIT | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| in Ausbildung | 10,818 | 10,762 | 99,5 | 10,076 | 93,1 | 7,757 | 71,3 | 103 | 145 | 6,953 | 63,5 | 93 | 147 | 6,263 | 60,3 | 79 | 131 |
| berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos) | 38,521 | 38,324 | 99,5 | 36,671 | 95,2 | 32,546 | 84,8 | 235 | 277 | 30,584 | 77,5 | 188 | 242 | 26,893 | 70,0 | 149 | 213 |
| Nicht berufstätig | 6,038 | 5,957 | 98,7 | 5,466 | 90,5 | 4,479 | 73,0 | 177 | 242 | 3,580 | 69,2 | 167 | 242 | 4,261 | 66,3 | 141 | 213 |
| Rentner/Pensionär | 17,943 | 17,535 | 97,7 | 16,344 | 91,1 | 14,049 | 78,3 | 187 | 239 | 13,265 | 74,8 | 177 | 237 | 13,141 | 72,5 | 160 | 221 |
| ALTER | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10-29 Jahre | 17,951 | 17,837 | 99,4 | 16,509 | 92,0 | 12,957 | 72,1 | 144 | 199 | 11,482 | 64,1 | 117 | 183 | 10,677 | 59,7 | 95 | 159 |
| 14-49 Jahre | 37,879 | 37,671 | 99,5 | 35,619 | 94,0 | 30,435 | 80,1 | 203 | 253 | 27,270 | 72,9 | 165 | 226 | 24,619 | 65,2 | 123 | 189 |
| 30-59 Jahre | 34,554 | 34,369 | 99,5 | 32,953 | 95,4 | 29,377 | 85,1 | 234 | 275 | 27,063 | 78,2 | 189 | 242 | 24,390 | 70,6 | 150 | 212 |
| 50 Jahre und älter | 32,335 | 31,830 | 98,4 | 30,089 | 93,1 | 26,405 | 81,7 | 207 | 254 | 25,115 | 77,7 | 185 | 239 | 24,158 | 74,5 | 170 | 228 |

„**Schon gehört**“: hierzu zählen alle Personen, die einen Radiosender "schon einmal gehört" haben.

„**Weitester Hörerkreis**“: hierzu zählen alle Personen, die "in den letzten 14 Tagen", bezogen auf den Befragungstag, einen Radiosender gehört haben.

„**Tagesreichweite**“: gibt an, wie viele Personen an einem durchschnittlichen Tag in mindestens einem 15-minütigen Zeitabschnitt Radio gehört haben. Dies gilt für einzelne Programme und Programmkombinationen.

„**Hördauer in Minuten**“: gibt an, wie lange die Bevölkerung/Bevölkerungsgruppen täglich im Durchschnitt Radio hört/hören.

„**Verweildauer in Minuten**“: gibt an, wie lange die Hörer eines Senders diesen im Durchschnitt hören.

Quelle: ma 2012 Radio II