

Ansprechpartner

Dieter K. Müller
Vorstand Radio der agma
Telefon: 069.15424-101
[dieter.mueller@ard-
werbung.de](mailto: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

Radionutzung in Deutschland pendelt sich auf hohem Niveau ein

- **79,7 Prozent der Deutschen hören täglich Radio – im Durchschnitt drei Stunden und 14 Minuten lang.**
- **Die Tagesreichweite (aktuell: 79,7 Prozent) und der Weitesten Hörerkreis (aktuell: 93,5 Prozent) von Radio liegen seit Jahren auf konstant hohem Niveau.**

Frankfurt, den 8. Juli 2014 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) veröffentlicht am 15. Juli die ma 2014 Radio II mit den Reichweiten von 101 einzelnen Hörfunksendern und 102 Vermarktungskombinationen.

Bereits heute werden vorab die Eckdaten der Radionutzung in Deutschland veröffentlicht. Die wichtigsten Ergebnisse: Der Weitesten Hörerkreis (WHK) sowie die Tagesreichweite liegen laut ma 2014 Radio II zwar geringfügig unter den Werten der letzten ma 2014 Radio I, bleiben jedoch weiterhin extrem stabil. **„Nach den Zuwächsen der letzten Jahre pendeln sich die Radio-reichweiten damit auf hohem Niveau ein“, konstatiert Dieter K. Müller**, Vorstand Radio der agma. „Damit bleibt Hörfunk für die Werbungtreibenden die verlässliche Größe in einem sich rasant wandelnden Medienmarkt“, so Dieter K. Müller weiter.

Dass Internet ein zunehmend wichtiger Verbreitungsweg für Radio ist, zeigt seit März dieses Jahres die quartalsweise erscheinende Webradio-Messung der agma – die ma 2014 IP Audio, die allerdings noch keine direkt mit der ma vergleichbaren Leistungswerte liefert. **„Ziel der agma ist es deshalb, die Nutzung von Radio über alle Empfangswege in einer einzigen Konvergenzdatei abzubilden“, betont agma-Geschäftsführer Olaf Lassalle.**

Die Vorarbeiten daran sind bereits in vollem Gange.

„Wir arbeiten mit Hochdruck daran, in der ma IP Audio zu den technisch gemessenen Nutzungsvorgängen auch personenbezogene Daten zu liefern“, **so Christiane Korch**,

Ressortleiterin Radio der agma: **„So schaffen wir die Grundlage, um die Daten der ma Radio und der ma IP Audio künftig zu einer Konvergenzdatei zu verknüpfen.“** Damit werden Unternehmen ihre Werbeinvestitionen in Radio in Zukunft übergreifend über alle Offline- und Online-Empfangswege planen können.

Zunächst aber werden die detaillierten Ergebnisse der ma 2014 Radio II und damit die Reichweiten der einzelnen Sender und Vermarktungskombinationen am 15. Juli ab 9:00 Uhr zur Verfügung gestellt.

Für die ma 2014 Radio II wurden mehr als 70.000 Interviews geführt. Sie liefert damit repräsentative Werbeträgerreichweiten für die deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

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.

Und noch eine Ankündigung: **Die nächsten Ergebnisse der Webradio-Messung der agma, die ma 2014 IP Audio III, werden am 10. September veröffentlicht.**

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mm.de bietet der „Methoden-Steckbrief zur ma 2014 Radio II“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Eckdaten der Radionutzung ma 2014 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	73,517	72,930	99,2	68,726	93,5	58,586	79,7	194	243	54,173	73,7	161	219	51,191	69,6	138	199
GESCHLECHT																	
Männer	36,132	35,884	99,3	33,919	93,9	28,997	80,2	204	254	26,104	72,3	157	217	25,178	69,8	134	193
Frauen	37,385	37,047	99,1	34,806	93,1	29,589	79,2	184	232	28,069	75,1	165	220	26,013	69,5	142	205
ALTER																	
10-29 Jahre	17,634	17,521	99,4	16,211	91,9	12,636	71,6	130	181	11,062	63,0	92	146	10,423	59,1	85	144
14-49 Jahre	37,129	36,951	99,5	34,715	93,5	29,220	78,7	193	245	26,279	70,8	141	200	24,390	65,8	120	183
30-59 Jahre	34,573	34,400	99,5	32,817	94,9	28,942	83,7	226	270	27,016	78,1	184	236	24,854	72,0	149	208
50 Jahre und älter	33,396	33,038	98,9	31,268	93,6	27,312	81,8	207	254	25,998	77,7	191	246	25,039	74,9	166	221
BERUFSTÄTIGKEIT																	
in Ausbildung	10,703	10,631	99,3	9,800	91,6	7,540	70,3	94	133	6,500	61,9	75	121	6,251	58,0	69	119
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,291	39,121	99,6	37,394	95,2	32,838	83,5	225	269	30,299	76,7	176	229	27,526	70,6	144	203
Nicht berufstätig	5,821	5,765	99,0	5,357	92,0	4,388	76,0	182	240	4,140	70,4	169	240	4,207	70,1	147	210
Rentner/Pensionär	17,703	17,414	98,4	16,174	91,4	13,821	78,1	188	241	13,234	75,0	176	235	13,206	74,4	166	223

„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 2014 Radio II