

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

Radiohörer bleiben dem Medium rund vier Stunden täglich treu

- **ma 2015 Radio I: 57,6 Millionen Menschen in Deutschland nutzen täglich das Medium Radio. Sie hören im Durchschnitt mehr als vier Stunden (genau: 242 Minuten).**
- **Im Herbst 2015 wird die agma dem Markt erstmals konvergente Radioreichweiten zur Verfügung stellen. Damit wird es möglich sein, die Leistungswerte von klassischen Radioangeboten wie auch reinen Online-Audio-Angeboten zu bewerten.**
- **Aktuelle Ergebnisse zur Webradionutzung werden am 11. März im Rahmen der ma 2015 IP Audio I veröffentlicht.**

Frankfurt, den 25. Februar 2015 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) veröffentlicht am 4. März die ma 2015 Radio I mit den Reichweiten von 100 Hörfunksendern und 101 Vermarktungskombinationen.

Bereits heute erscheinen vorab die Eckdaten der Radionutzung in Deutschland. Erste Ergebnisse:

- 78,3 Prozent der Deutschen nutzen täglich Radio, das sind 57,6 Millionen tägliche Hörer.
- Die Altersgruppe der 30- bis 59-Jährigen nutzt das Medium am längsten (268 Minuten täglich).
- Im Durchschnitt hören Männer 256 Minuten Radio – und damit fast eine halbe Stunde länger als die Hörerinnen (230 Minuten).

Radio wird verstärkt über Internet genutzt. Dies zeigen auch die Ergebnisse der ma IP Audio, der Webradiomessung der agma. Neue Quartalszahlen der ma 2015 IP Audio I werden am 11. März veröffentlicht. Die Zahl der teilnehmenden Webradio-Anbieter ist erneut gestiegen – auf 42 Publisher mit insgesamt 228 Channels.

Erste Radio-Konvergenzwährung kommt im Herbst

„Der Countdown für die Ausweisung konvergenter Radioreichweiten läuft“, betont Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma: „Ab Herbst dieses Jahres werden Unternehmen ihre Werbeinvestitionen in

Radio übergreifend bewerten können: sowohl die Leistungsbeiträge der klassischen Radioangebote wie auch von Online-Audio Angeboten innerhalb einer konvergenten Planung – und dies auf der Basis valider Daten der Media-Analyse.“

Für die künftigen Konvergenzreichweiten wird die klassische ma Radio mit den Ergebnissen der Webradiomessung der ma IP Audio verknüpft.

Mit der neuen Konvergenzwährung können die Radiosender in Deutschland dem Markt künftig erstmals valide Gesamtreichweiten über alle Empfangswege zur Planung zur Verfügung stellen.

Die detaillierten Ergebnisse der ma 2015 Radio I – die Reichweiten der einzelnen Sender und Vermarktungskombinationen – werden dem Markt am 4. März ab 9:00 Uhr zur Verfügung gestellt.

Für die ma 2015 Radio I wurden fast 70.000 Interviews geführt. Sie liefert damit repräsentative Werbeträgerreichweiten für die deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Weitere Ergebnisse finden Sie in der beiliegenden Tabelle der „Eckdaten der Radionutzung“.

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

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mm.de bietet der „Methoden-Steckbrief zur ma 2015 Radio I“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Eckdaten der Radionutzung ma 2015 Radio I



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	72,799	99,0	68,179	92,7	57,562	78,3	190	242	54,018	73,5	157	214	48,841	66,4	136	204
GESCHLECHT																	
Männer	36,132	35,860	99,2	33,664	93,2	28,458	78,8	201	256	26,235	72,5	155	214	23,539	65,2	129	198
Frauen	37,385	36,939	98,8	34,516	92,3	29,104	77,9	179	230	27,783	74,4	160	215	25,302	67,6	142	210
ALTER																	
10-29 Jahre	17,634	17,463	99,0	15,989	90,7	12,350	70,0	126	180	11,316	64,6	96	148	9,766	55,3	84	151
14-49 Jahre	37,129	36,911	99,4	34,528	93,0	28,815	77,6	189	243	26,771	72,2	138	191	23,158	62,4	121	194
30-59 Jahre	34,573	34,381	99,4	32,703	94,6	28,544	82,6	222	268	26,928	77,8	179	230	24,076	69,7	146	210
50 Jahre und älter	33,396	32,944	98,6	30,955	92,7	26,759	80,2	203	254	25,358	75,7	188	248	23,922	71,6	157	220
BERUFSTÄTIGKEIT																	
in Ausbildung	10,825	10,721	99,0	9,729	89,9	7,329	67,5	87	128	6,594	61,9	83	134	5,899	54,5	67	123
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	38,898	38,703	99,5	36,861	94,8	32,149	82,7	223	269	30,485	77,7	172	221	26,880	69,4	144	207
Nicht berufstätig	6,087	6,001	98,6	5,544	91,1	4,508	74,2	182	245	3,995	66,3	150	226	3,626	58,3	133	229
Rentner/Pensionär	17,706	17,374	98,1	16,045	90,6	13,576	76,6	184	240	12,944	73,5	174	236	12,435	70,0	160	229

„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 2015 Radio I