

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

ma 2015 Radio II mit drei methodischen Verbesserungen

- **Neue amtliche Bevölkerungsstatistik ist ab sofort Grundlage aller Media-Analysen und damit auch der ma Radio.**
- **Für die aktuelle ma 2015 Radio II wurden erstmals mehr als 8000 Menschen auf dem Handy angerufen und befragt.**
- **Die Anzahl der Befragten in der Altersgruppe zwischen 20 und 49 Jahren wurde aufgestockt.**
- **Radio als verlässlicher Werbeträger: Die durchschnittliche Hördauer liegt konstant bei 190 Minuten täglich.**

Frankfurt, den 22. Juli 2015 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) veröffentlicht heute die ma 2015 Radio II mit den Reichweiten von 101 einzelnen Hörfunksendern ebenso vielen Vermarktungskombinationen.

Die ma 2015 Radio II wurde in dreierlei Hinsicht methodisch optimiert: Sie basiert (wie ab sofort alle Media-Analysen) auf der neuen amtlichen Bevölkerungsstatistik. Zudem wurden erstmals auch Interviews am Handy durchgeführt. Überdies wurde die Anzahl der Interviews in der Zielgruppe der 20 bis 49-Jährigen aufgestockt.

„Mit der ma 2015 Radio II können wir dem Markt die modernste und beste Reichweitenuntersuchung bieten, die es je gab“, so Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma: „Damit schafft die agma hervorragende Voraussetzungen für die Ausweisung konvergenter Radioreichweiten, deren Veröffentlichung im Herbst vorgesehen ist.“

Eine weitere gute Nachricht für die werbungreibende Wirtschaft: „Radio erweist sich erneut als verlässlicher, stabiler Werbeträger“, betont Dieter K. Müller: „Die durchschnittliche Hördauer der Bevölkerung bleibt mit 190 Minuten auf exakt demselben hohen Niveau wie in der letzten ma Radio. Die Verweildauer, also die Nutzungsdauer derjenigen, die Radio hören, liegt bei über vier Stunden täglich und stieg sogar noch leicht an – von 242 auf 245 Minuten.“

Zum Hintergrund der methodischen Optimierungen:

1) Neue amtliche Bevölkerungsstatistik (Mikrozensus)

Wie die ebenfalls heute erscheinenden Reichweitenuntersuchungen der agma für die Tageszeitungen und die Publikumszeitschriften, basiert auch die ma 2015 Radio II erstmals auf den Daten der neuen amtlichen Bevölkerungsstatistik. Demnach leben in Deutschland ca. 1,8 Prozent weniger Menschen (deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre) als bislang angenommen. Je nach Region oder Zielgruppe fällt dies aber sehr unterschiedlich aus – einige Bevölkerungsgruppen sind sogar größer als bisher vermutet.

2) Dual Frame – erste Mobilfunkstichprobe der Media-Analyse

Die ma 2015 Radio II ist die erste ma-Reichweitenuntersuchung mit Dual Frame-Ansatz – d.h. Befragte wurden nicht nur auf dem Festnetz, sondern auch auf dem Handy angerufen. Damit trägt die ma 2015 Radio II der Entwicklung Rechnung, dass immer mehr Menschen in Deutschland teilweise, überwiegend oder sogar ausschließlich per Handy erreichbar sind.

3) Mehr Befragte in jüngeren Zielgruppen

Zusätzlich wurde die Anzahl der Befragten zwischen 20 und 49 Jahre erhöht, da diese Altersgruppen per Festnetz schwer erreichbar sind und deshalb in der Stichprobe bisher leicht unterrepräsentiert waren.

Vergleiche zu früheren Media-Analysen sind nur sehr eingeschränkt möglich, weil diese methodischen Veränderungen die tatsächliche Reichweitenentwicklung überlagern können. Details dazu finden Sie in einer separaten Pressemitteilung, die Ihnen am letzten Freitag zuging. (<http://www.agma-mmc.de/nc/presse/pressemitteilungen.html>).

Die Reichweiten der einzelnen Sender und der Vermarktungskombinationen entnehmen Sie bitte der beiliegenden Tabelle.

Weitere Informationen: Unter www.agma-mmc.de bietet der „Methoden-Steckbrief zur ma 2015 Radio II“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.