

Ansprechpartner

Dieter K. Müller

Vorstand Hörfunk der agma

Telefon: 069.15424-101

dieter.mueller@ard-werbung.de

Christiane Korch

Ressortleitung Hörfunk der

MMC

Telefon: 069.156805-20

korch@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

Radio-Reichweite in jungen Zielgruppen steigt stetig

• Die Radionutzung in Deutschland wächst insgesamt leicht.

Die Hördauer liegt mit 199 Minuten auf demselben hohen Niveau wie in der letzten ma Radio.

• Vor allem in jungen Zielgruppen steigen die Reichweiten mit jeder Berichterstattung der Media-Analyse weiter an.

Frankfurt, den 29. Februar 2012 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht am 7. März die ma 2012 Radio I. Bereits heute stehen die Eckdaten der Radionutzung in Deutschland zur Verfügung.

Ergebnis der Eckdaten der ma 2012 Radio I: Die Radionutzung in Deutschland bleibt über alle Zielgruppen hinweg sehr stabil. Die Tagesreichweite des Mediums steigt sogar weiter leicht an – von 79,3 auf 79,6 Prozent (ma 2011 Radio II im Vergleich zur aktuellen ma 2012 Radio I). Die Hördauer liegt mit 199 Minuten exakt auf demselben hohen Niveau wie im Vorjahr.

"Wir freuen uns über den Reichweitenerfolg des Mediums und damit die Bestätigung der Leistung des Werbeträgers Hörfunk", erklärt Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma: "Die Zahlen – seit Jahren generelle Stabilität, beziehungsweise leichte Zuwächse – mögen auf den ersten Blick eher unspektakulär erscheinen. Sie zeigen aber eindrucksvoll, dass Hörfunk auch im Internetzeitalter eine unverändert hohe Bedeutung für die Menschen hat. Das gilt vor allem für junge Zielgruppen." Bei den 10- bis 29-Jährigen ist die Radionutzung in den letzten zwei Jahren stetig gestiegen – von 70,1 auf jetzt 71,5 Prozent. Auch die Hördauer wuchs in diesem Zeitraum (seit ma 2010 Radio I) deutlich – von 136 auf 145 Minuten. Bei einer weiteren jungen Zielgruppe, den Auszubildenden, ist diese Entwicklung noch stärker ausgeprägt: Hier stieg die Tagesreichweite im Verlauf der letzten zwei Jahre von 67,5 auf 71,5 Prozent an.

Die detaillierten Ergebnisse der ma 2012 Radio I werden dem Markt am 7. März 2012 um 9:00 Uhr zur Verfügung gestellt.

Die ma 2012 Radio I dokumentiert auf Basis von 64.263 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.

Bitte beachten Sie in Ihrer Berichterstattung, dass die agma seit Herbst letzten Jahres ein neues Logo hat.

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

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2012 Radio I detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Eckdaten der Radionutzung ma 2012 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	73,437	72,738	99,0	68,546	93,3	58,426	79,6	199	250	54,715	74,5	161	217	51,118	69,6	141	203
GESCHLECHT																	
Männer	36,007	35,779	99,4	33,923	94,2	28,888	80,2	208	259	26,328	73,0	154	211	24,511	68,1	130	191
Frauen	37,430	36,960	98,7	34,623	92,5	29,538	78,9	190	241	28,387	75,9	169	222	26,607	71,1	153	215
BERUFSTÄTIGKEIT																	
in Ausbildung	11,062	11,018	99,6	10,310	93,2	7,890	71,5	109	152	7,352	66,1	94	142	7,013	62,9	83	132
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	38,217	38,011	99,5	36,251	94,9	31,929	83,7	232	277	30,200	77,4	173	223	26,647	70,4	149	211
Nicht berufstätig	6,380	6,289	98,6	5,750	90,1	4,733	72,5	177	244	3,899	69,8	160	229	4,172	64,9	137	211
Rentner/Pensionär	17,778	17,421	98,0	16,234	91,3	13,874	78,2	191	244	13,263	74,8	178	238	13,286	73,8	164	222
ALTER																	
10-29 Jahre	18,102	18,012	99,5	16,665	92,1	12,957	71,5	145	202	11,682	64,7	105	163	11,232	62,2	94	151
14-49 Jahre	38,389	38,195	99,5	35,894	93,5	30,464	79,0	201	254	27,567	72,6	152	209	25,213	66,3	125	188
30-59 Jahre	34,746	34,557	99,5	33,024	95,0	29,276	84,3	232	275	27,177	78,1	176	226	24,501	70,5	151	214
50 Jahre und älter	31,943	31,460	98,5	29,768	93,2	26,003	81,4	209	257	24,967	78,2	183	234	23,842	74,5	169	227

„**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 I