

**Ansprechpartner**

Dieter K. Müller

Vorstand Radio der agma

Telefon: 069.15424-101

[dieter.mueller@ard-](mailto:dieter.mueller@ard-werbung.de)

[werbung.de](mailto:dieter.mueller@ard-werbung.de)

Christiane Korch

Ressortleitung Radio

Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-20

[korch@agma-mmcc.de](mailto:korch@agma-mmcc.de)

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

## Radioreichweiten bleiben auf hohem Niveau stabil

- Nach wie vor hört fast jeder in Deutschland werktags Radio.
- Die Hörer eines Senders bleiben ihm mehr als vier Stunden lang treu (249 Minuten) – ein Wert der sich seit Jahren auf diesem hohem Niveau eingependelt hat (Vorjahr: 247 Minuten).
- Die durchschnittliche Hördauer liegt ebenfalls konstant hoch – bei drei Stunden und 18 Minuten.

---

**Frankfurt, den 9. Juli 2013** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) veröffentlicht am 16. Juli die ma 2013 Radio II mit den Reichweiten von 101 Radiosendern und 103 Vermarktungskombinationen.

Während sich die Reichweiten der einzelnen Sender im täglichen Wettbewerb um die Hörer untereinander erfahrungsgemäß von ma zu ma unterscheiden, verändert sich die Radionutzung insgesamt nur marginal, also in den Stellen hinter dem Komma.

**Dies zeigen die Eckdaten der Radionutzung der ma 2013 Radio II, die heute vorab veröffentlicht werden:** Der Weitesten Hörerkreis in der deutschsprachigen Bevölkerung liegt demnach mit 94,0 Prozent minimal höher als in der letzten ma (93,6 Prozent). In der jungen Zielgruppe der 10- bis 29-Jährigen ist er um einen Prozentpunkt auf 93,1 Prozent gewachsen. Bei den sogenannten werberelevanten 14- bis 49-Jährigen blieb er mit 93,9 Prozent exakt auf Vorjahres-Niveau.

Radio wird montags bis freitags von 79,4 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab zehn Jahren genutzt (zuletzt: 79,7 Prozent). In absoluten Zahlen bedeutet dies an jedem Werktag rund 58 Millionen Hörer.

**„Die Menschen in Deutschland sind trotz des medialen Wandels extrem treue Radiohörer“**, stellt Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma, fest: „Die stabilen Reichweiten zeigen, wie erfolgreich die Sender in ihrer Gesamtheit im Hörermarkt sind.“

Für Werbungtreibende und Agenturen bleibt Radio als Werbeträger eine Konstante im sich verändernden Medienmarkt.“

**Die detaillierten Ergebnisse der ma 2013 Radio II zu den Sendern und Vermarktungskombinationen werden dem Markt am 16. Juli um 9:00 Uhr zur Verfügung gestellt.**

Die ma 2013 Radio II dokumentiert auf Basis von 66.957 Interviews die Werbeträger-Reichweiten der meistgehörten Hörfunksender sowie der Vermarktungskombinationen.

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-mm.de](http://www.agma-mm.de) bietet der „Methoden-Steckbrief zur ma 2013 Radio II“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

## Eckdaten der Radionutzung ma 2013 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.
<b>TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung</b>																	
Personen ab 10 Jahren	73,360	72,873	99,3	68,940	94,0	58,218	79,4	198	249	55,391	75,5	167	221	50,555	68,9	147	213
<b>GESCHLECHT</b>																	
Männer	36,022	35,871	99,6	34,071	94,6	28,741	79,8	209	262	26,820	74,5	166	223	24,478	68,0	140	206
Frauen	37,338	37,002	99,1	34,869	93,4	29,477	79,0	187	236	28,571	76,4	168	220	26,077	69,8	153	220
<b>ALTER</b>																	
10-29 Jahre	17,737	17,655	99,5	16,506	93,1	12,591	71,0	141	199	11,643	65,7	103	157	10,585	59,5	91	153
14-49 Jahre	37,471	37,297	99,5	35,175	93,9	29,294	78,2	199	255	27,484	73,3	154	210	24,322	64,9	127	195
30-59 Jahre	34,581	34,425	99,5	32,898	95,1	28,775	83,2	227	273	27,721	80,1	186	232	24,150	69,9	157	224
50 Jahre und älter	32,855	32,571	99,1	30,878	94,0	26,881	81,8	209	256	26,009	79,3	192	242	24,450	74,4	178	240
<b>BERUFSTÄTIGKEIT</b>																	
in Ausbildung	10,725	10,663	99,4	9,996	93,2	7,405	68,7	100	145	6,938	66,4	93	140	6,334	58,9	77	131
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	38,822	38,706	99,7	37,009	95,3	32,296	83,4	229	275	30,395	77,3	178	231	27,048	69,6	151	218
Nicht berufstätig	5,836	5,761	98,7	5,356	91,8	4,305	73,0	182	249	4,241	75,9	162	214	3,779	65,4	155	237
Rentner/Pensionär	17,977	17,743	98,7	16,579	92,2	14,212	79,1	194	245	13,817	76,7	187	244	13,394	74,5	177	237

„**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 2013 Radio II