

**Die ma 2010 Radio I bildet die Hörschaft noch präziser ab –  
die Radionutzung bleibt auf konstant hohem Niveau**

Frankfurt/Main (03. März 2010) **Radio ist Vorreiter einer neuen Entwicklung: Als erste Mediengattung innerhalb der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) legt der Hörfunk aktuelle Daten auf der Basis der erweiterten Grundgesamtheit vor: Am 10. März erscheint die ma 2010 Radio I, in der erstmals umfassend die Reichweiten deutschsprachiger ausländischer Mitbürger integriert sind. Die Eckdaten der Radionutzung liegen bereits heute vor und bestätigen das hohe Niveau der Radionutzung in Deutschland.**

Während die ma Radio bislang nur die Hörfunknutzung von Deutschen und EU-Ausländern registrierte, werden die Daten jetzt für die gesamte deutschsprachige Bevölkerung ab zehn Jahren (inklusive der Nicht-EU-Ausländer) in der Untersuchung dargestellt. **Damit wird die bisherige Grundgesamtheit von 69,859 auf 73,663 Millionen erweitert. Die Radionutzung in Deutschland wird damit noch präziser erfasst.**

**Bereits heute werden die Eckdaten der ma 2010 Radio I veröffentlicht.** Sie bestätigen den hohen Stellenwert des Mediums im Alltag der Bevölkerung. Die Radionutzung in Deutschland bleibt konstant: 78,6 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab zehn Jahren hören täglich Radio. Die Hördauer liegt bei 192 Minuten, die Verweildauer derjenigen, die mindestens einen Sender hören, bei 244 Minuten am Tag. „Radio bestätigt sich damit um so mehr als soziographisches Allround-Medium, das selbst noch in Zeiten struktureller Veränderungen durch seine Angebotsvielfalt nach wie vor alle Zielgruppenfacetten bedienen kann“, betont Hans Georg Stolz, Vorstandsvorsitzender der ag.ma.

„**Die Radionutzung in Deutschland hält ihr konstant hohes Niveau,**“ analysiert Dieter K. Müller, Vorstand Radio der ag.ma: „Die Erweiterung der Grundgesamtheit führt aber dazu, dass die Media-Analyse mehr Personen erfasst und damit die Radionutzung noch präziser als bisher abbilden kann.“ Die erweiterte Grundgesamtheit umfasst **zusätzlich 3,8 Millionen Menschen.** Zum weitesten Hörerkreis zählen jetzt 68,577 Millionen Personen, das sind rund 3,2 Millionen mehr als im Vorjahr. Täglich hören nunmehr 57,871 Millionen Personen Radio, das sind rund 2,9 Millionen Hörer mehr als bisher. Allerdings ist zu beachten, dass aufgrund der Erweiterung der Grundgesamtheit die Reichweiten der aktuellen ma 2010 Radio I naturgemäß nicht direkt vergleichbar mit denen früherer Erhebungen sind. Wir bitten Sie, dies in Ihrer Berichterstattung zu berücksichtigen.

**Am 10. März 2010 ab 9:00 Uhr werden die Daten der ma 2010 Radio I** vollständig aufgeschlüsselt für alle Werbeträgerangebote veröffentlicht. Ausgewiesen werden in der ma 2010 Radio I insgesamt 102 Radiosender und 105 Kombinationen. Insgesamt wurden 65.964 repräsentativ ausgewählte Personen zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Homepage unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de). Dort stehen Ihnen in den "ag.ma Themen ma Radio 2010" sowie im Newsletter "ag.ma insight" (Ausgabe 4/2009) auch Details zur neuen Definition der Grundgesamtheit zur Verfügung.



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

## Infos für Presse, Radio, TV und Online vom 03. März 2010

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

Kontakt:

Dieter K. Müller

Vorstand Radio der ag.ma

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Telefon: 069 - 1 54 24 101

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

Christiane Korch

Ressortleitung Radio der ag.ma

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Telefon: 069 - 156 805 20

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

**Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma)** ist ein Zusammenschluss von rund 260 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft mit dem Ziel der Erforschung der Massenkommunikation. Sie ermittelt regelmäßig das Radionutzungsverhalten in Deutschland. Durch die ermittelten Reichweitendaten erfahren die privaten und öffentlich-rechtlichen Radiosender, wie viele Hörer welche ihrer Programme verfolgen. Für die Werbewirtschaft sind die ma-Daten die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.

## Eckdaten der Radionutzung ma 2010 Radio I

	Basis in Mio.	Schon gehört <sup>1)</sup>		Weitester Hörerkreis <sup>1)</sup>		Tages- reichweite <sup>2)</sup>		Hör- dauer <sup>2)</sup> in Min.	Verweil- dauer <sup>2)</sup> in Min.
		Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%		
<b><u>TOTAL</u></b> Deutschsprachige Bevölkerung									
Personen ab 10 Jahren	73,663	72,946	99,0	68,577	93,1	57,871	78,6	192	244
<b><u>GESCHLECHT</u></b>									
Männer	36,088	35,825	99,3	33,855	93,8	28,765	79,7	201	253
Frauen	37,575	37,121	98,8	34,722	92,4	29,106	77,5	183	236
<b><u>BERUFSTÄTIGKEIT</u></b>									
In Ausbildung	10,973	10,896	99,3	10,099	92,0	7,499	67,5	97	144
Berufstätig	38,293	38,091	99,5	36,129	94,4	31,412	82,2	222	271
Nicht Berufstätig	6,617	6,554	99,0	6,048	91,4	4,940	75,1	181	241
Rentner/Pensionär	17,781	17,405	97,9	16,301	91,7	14,021	79,0	190	240
<b><u>ALTER</u></b>									
10-29 Jahre	18,368	18,273	99,5	16,926	92,2	12,881	70,1	136	194
14-49 Jahre	39,417	39,233	99,5	36,824	93,4	30,624	77,6	192	247
30-59 Jahre	35,075	34,864	99,4	33,022	94,1	28,903	82,4	222	269
50 Jahre und älter	31,154	30,667	98,4	28,978	93,0	25,274	81,1	205	253

### 1) Basis: ma 2010 Radio I (Radio gesamt / Schon gehört und Weitester Hörerkreis / Mo-So / 5-24 Uhr)

„**Schon mal gehört**“: hierzu zählen alle Personen, die einen Radiosender "schon einmal gehört" haben.

„**Weitester Hörerkreis**“: hierzu zählen alle Personen, die angeben, dieses Programm innerhalb der vergangenen 14 Tage gehört zu haben.

### 2) Basis: ma 2010 Radio I (Radio gesamt / Tagesreichweite, Hördauer und Verweildauer / Mo-Fr / 5-24 Uhr)

„**Tagesreichweite**“: gibt an, wie viele Personen an einem durchschnittlichen Tag während mindestens eines vorgegebenen Zeitabschnitts von 15 Minuten Radio gehört haben. Dies gilt für einzelne Programme und Programmkombinationen.

„**Hördauer in Minuten**“: gibt an, wie lange die Bevölkerung/Bevölkerungsgruppen täglich im Durchschnitt insgesamt Radio hört/hören.

„**Verweildauer in Minuten**“: gibt an, wie lange die Hörer eines Senders diesen im Durchschnitt hören.

**Quelle:** ma 2010 Radio I