

Radionutzung in Deutschland unverändert auf hohem Niveau

Frankfurt/Main (05. Juli 2011) Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) veröffentlicht am 12.7.2011 die ma 2011 Radio II. Bereits heute stehen die Eckdaten der Radionutzung in Deutschland zur Verfügung.

Erstes Ergebnis der Eckdaten der ma 2011 Radio II: Die Radionutzung in Deutschland bleibt über alle Zielgruppen hinweg stabil. Wie bereits in der letzten Berichterstattung (ma 2011 Radio I) liegt die Tagesreichweite in der aktuellen Erhebung unverändert bei 79,3 Prozent. Die Hördauer bleibt mit 199 Minuten ebenso konstant, wie die Verweildauer (also die Hördauer derjenigen, die Radio hören). Basis dieser Zahlen ist jeweils die deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren (Montag bis Freitag).

In der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind leichte Zuwächse zu verzeichnen: Hier stieg die Hördauer von 201 auf 204 Minuten (Montag bis Freitag), die Tagesreichweite von 78,6 auf 79 Prozent.

"Die enorme Stabilität der Nutzungsdaten zeigt, dass sich Radio im wachsenden Wettbewerbsumfeld medialer Angebote hervorragend positioniert hat", erklärt Dieter K. Müller, Vorstand Radio der ag.ma. Da es bei der ma 2011 Radio II keinerlei methodische Veränderungen gab, sind die Reichweitzahlen uneingeschränkt mit der vorherigen Berichterstattung der ma 2011 Radio I vergleichbar und spiegeln die Marktentwicklung wider.

Die letzte Untersuchung (ma 2011 Radio I) hatte umwälzende Neuerungen in der Berechnungsgrundlage mit sich gebracht und konnte deshalb nicht mit früheren Veröffentlichungen verglichen werden. Beispielsweise wurden darin erstmals die Werbeträger-Reichweiten für die Werktage und für Samstag und Sonntag separat dargestellt. Damit ist die gezielte Planung von Radioangeboten möglich, die nur an den Wochenendtagen zu hören sind. Diese Möglichkeit bietet selbstverständlich auch die aktuelle ma 2011 Radio II.

Hintergrund der damaligen Reichweitenreform war die Tatsache, dass sich die Radionutzung an den Werk- und an den Wochenendtagen deutlich unterscheidet – schon allein dadurch, dass viele Menschen üblicherweise werktags arbeiten, am Wochenende aber länger schlafen und das Radio deshalb später einschalten. Deshalb hat Radio werktags mehr Hörer, die auch länger einschalten, als an den Wochenendtagen (Verweildauer werktags durchschnittlich 4 Stunden und 11 Minuten und am Sonntag 3 Stunden und 20 Minuten (Basis ma 2011 Radio II, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren).

Die ma 2011 Radio II wird am 12. Juli 2011 um 9:00 Uhr veröffentlicht.

Sie dokumentiert auf Basis von 64.335 Interviews die Werbeträger-Reichweiten von 102 Hörfunksendern und 107 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.

Weitere Informationen erhalten Sie auf unserer Homepage unter der Adresse www.agma-mmc.de. Dort bieten die „ag.ma themen ma 2011 Radio II“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode.



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Infos für Presse, Radio, TV und Online vom 05. Juli 2011

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

Christiane Korch
Ressortleitung Radio der ag.ma
Media-Micro-Census GmbH
Telefon: 069 - 15 68 05 - 20
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. Für die Werbewirtschaft sind die Reichweitendaten der ag.ma die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Die ag.ma erhebt regelmäßig die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften, Radio und Fernsehen, der Außenwerbung sowie der Online-Medien. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungstreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.

Eckdaten der Radionutzung ma 2011 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.
TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung																	
Personen ab 10 Jahren	73,437	72,717	99,0	68,475	93,2	58,216	79,3	199	251	54,882	74,7	167	223	50,016	68,1	136	200
GESCHLECHT																	
Männer	36,007	35,708	99,2	33,844	94,0	28,723	79,8	210	264	26,929	74,8	166	221	23,994	66,6	127	191
Frauen	37,430	37,009	98,9	34,631	92,5	29,493	78,8	189	240	27,953	74,7	168	225	26,022	69,5	144	207
BERUFSTÄTIGKEIT																	
in Ausbildung	10,958	10,897	99,4	10,092	92,1	7,581	69,6	101	145	7,277	65,0	98	151	7,055	64,1	85	132
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	38,272	38,057	99,4	36,297	94,8	31,976	83,5	234	280	30,422	78,6	182	231	25,855	68,4	141	206
Nicht berufstätig	6,401	6,296	98,4	5,760	90,0	4,763	73,2	183	250	4,178	70,2	160	228	4,004	63,4	127	200
Rentner/Pensionär	17,806	17,467	98,1	16,325	91,7	13,896	78,3	191	244	13,005	74,0	180	244	13,102	71,5	159	223
ALTER																	
10-29 Jahre	18,102	17,986	99,4	16,603	91,7	12,915	71,3	143	201	11,745	65,1	106	163	11,272	62,4	97	156
14-49 Jahre	38,389	38,163	99,4	35,839	93,4	30,380	79,0	204	258	27,448	72,0	157	218	24,639	64,5	120	186
30-59 Jahre	34,746	34,554	99,4	32,996	95,0	29,095	83,8	232	277	27,263	78,3	188	240	23,786	68,4	143	209
50 Jahre und älter	31,944	31,486	98,6	29,795	93,3	25,889	81,1	208	256	25,156	78,7	188	239	23,072	72,2	161	223

„**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 2011 Radio II