

**Aktuelle Daten zur Hörfunknutzung  
in Deutschland**

## → **ma 2004 Radio II: Hörfunk behauptet Stärke**

*Von Walter Klingler\* und Dieter K. Müller\*\**

**Hörfunknutzung für  
331 Sender/Programme  
in 145 regionalen  
Splits ermittelt**

Der 20. Juli 2004, wie immer bei der „Sommer-ma“ ein Dienstag, war Veröffentlichungstag für die neue ma 2004 Radio II. Seit diesem Tag liegen die neuen Nutzungszahlen für den Hörfunk, liegen die aktuellen Reichweitendaten für die einzelnen Radioprogramme in Deutschland vor. Die Ergebnisse der neuen ma basieren auf insgesamt 58 631 Interviews, die in den beiden Erhebungszeiträumen vom 7. September 2003 bis zum 14. Dezember 2003 (ma 2004 Radio Herbstwelle 03) und vom 4. Januar 2004 bis zum 25. April 2004 (ma 2004 Radio Frühjahrswelle 04) realisiert wurden. Insgesamt wurde dabei – zur korrekten Abbildung aller 331 Sender/Programme – in 145 regionalen Splits die Mediennutzung ermittelt.

Die Untersuchung erlaubt wie in den vergangenen Jahren eine repräsentative Abbildung der Radionutzung aller Personen ab 14 Jahre in deutsch sprechenden Haushalten mit Telefonanschluss in Deutschland (64,721 Millionen Personen). Insgesamt steht damit ein Interview für 1104 Personen ab 14 Jahre.

### **Trends in der Radionutzung 2001 bis 2004**

Die Eckwerte der Radionutzung 2004 sind: Der Weitesten Hörerkreis des Radios liegt nach den Ergebnissen der ma 2004 Radio II bei 94,6 Prozent, der Wert für Hörer gestern (Montag bis Sonntag) bei 79,2 Prozent. Die durchschnittliche Hördauer für alle Bundesdeutschen wird mit 196 Minuten festgehalten, die Verweildauer – die Zeit, die ein Radiohörer/eine Radiohörerin am Tag mit dem Radio verbracht hat – liegt bei 248 Minuten oder bei etwas über vier Stunden.

Verglichen mit den Ergebnissen von vor drei Jahren (ma 2001) zeigt sich eine leichte Zunahme beim Weitesten Hörerkreis (plus 0,9%-Punkte). Das Ergebnis für die Zahl der täglichen Hörer (Hörer gestern) ist in diesem Zeitraum stabil geblieben, die Hördauer (minus 7 Minuten) und die Verweildauer (minus 8 Minuten) sind dagegen etwas zurückgegangen.

Die Analyse der Daten nach der Nutzung im Haus und der Nutzung außer Haus macht im mehrjährigen Vergleich leicht unterschiedliche Tendenzen deutlich. Täglich hören 2004 im Durchschnitt 63,5 Prozent aller Personen im Haus Radio. Die Hördauer beträgt durchschnittlich 111 Minu-

ten, bezogen auf die Hörer ergibt dies eine Verweildauer im Haus von fast drei Stunden (175 Minuten) täglich. Demgegenüber beträgt 2004 die Tagesreichweite für die Radionutzung außer Haus 44,7 Prozent mit einer Hördauer von 82 Minuten und einer Verweildauer von 184 Minuten. Während die Radionutzung damit in den heimischen vier Wänden etwas zurückgeht, steigen Tagesreichweite und Hördauer im Vergleich zur ma 2001 außer Haus leicht an (vgl. Tabelle 1).

Insgesamt ist die Radionutzung – gemessen an den Kriterien Hörer gestern und Hördauer – mit Blick auf die Gesamtheit der Bevölkerung recht stabil. Die Tagesreichweite liegt aktuell mit 79,2 Prozent 0,2 Prozentpunkte über dem Vorjahresergebnis, die Hördauer erreicht mit 196 Minuten punktgenau den selben Wert wie im Vorjahr.

Nach den in der ma 2004 Radio II ermittelten Tagesreichweiten liegt das Fernsehen mit 84,7 Prozent auf Rang 1, gefolgt vom Hörfunk mit – wie beschrieben – 79,2 Prozent. Die Tonträger (abgefragt: CD, Kassetten etc. hören) kommen auf eine Tagesreichweite von 18,1 Prozent, exakt ebenso hoch ist die Zahl der täglichen PC-Nutzer. Für Video wurden 2,3 Prozent tägliche Nutzer ermittelt. Die Nutzungsdauern von Fernsehen und Hörfunk liegen mit 202 Minuten bzw. 196 Minuten eng beieinander, auf PC-Nutzung entfallen 48 Minuten, auf die Tonträger 28 Minuten täglicher Nutzung. Im Schnitt sieht jeder Bundesbürger an einem durchschnittlichen Tag drei Minuten Videokassetten an (vgl. Tabelle 2).

Nach den Ergebnissen der ma 2004 Radio II erreichen Fernsehen und Hörfunk zusammengenommen an einem Durchschnittstag 96 Prozent aller Bundesdeutschen ab 14 Jahre, verbunden mit einer Nutzungsdauer von 396 Minuten oder von über sechseinhalb Stunden (bezogen auf den zugrundegelegten Durchschnittstag von 5.00 bis 24.00 Uhr).

Bei einer Analyse nach den Wochenabschnitten Montag bis Freitag, Samstag und Sonntag zeigen sich aktuell einige Differenzierungen. Die Tagesreichweite steigt an den Werktagen im Vergleich zum Vorjahr leicht um 0,3 Prozentpunkte, an den Wochenendtagen nur um 0,1 Prozentpunkte an. In allen Wochenabschnitten bleibt die Hördauer konstant zu den Daten der Vorjahres-ma (vgl. Tabelle 3).

Die Veränderungen bei der Analyse nach Frauen und Männern sind im Jahresvergleich minimal. In den einzelnen Altersgruppen zeichnen sich etwas unterschiedliche Entwicklungen ab. Besonders auffallend ist dabei – nach in der Vergangenheit erkennbaren Rückgängen in der Tagesreichweite und in der Hördauer – die Stabilisierung der Radionutzung bei den Jugendlichen, also bei den 14- bis 19-Jährigen.

Beim Hörer-gestern-Wert, der die Zahl der täglichen Hörer angibt, zeigen sich für die 14- bis 19-Jährigen mit aktuell 74,9 Prozent keine großen Veränderungen, die Hördauer liegt in der aktuellen

**Wenig Veränderung  
zum Vorjahr**

**Radio und TV liegen  
in der Konkurrenz  
elektronischer  
Medien vorn**

**Hörfunknutzung an  
Werktagen und an  
Wochenendtagen**

**Hörfunknutzung  
nach soziodemogra-  
phischen Kriterien**

**Hördauer der 14- bis  
19-Jährigen stabili-  
siert**

**Weitester Hörerkreis  
fast 95 %, Hörer  
gestern 79 %**

**Vergleich mit 2001  
zeigt unterschied-  
liche Tendenzen**

\* SWR Medienforschung/Programmstrategie;

\*\* ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH, Frankfurt am Main.

ma bei 122 Minuten und damit um neun Minuten über dem entsprechenden Vorjahreswert (vgl. Tabelle 4). Insgesamt setzt sich damit eine seit einiger Zeit beobachtbare tendenzielle Abnahme des quantitativen Stellenwerts des Radios bei Jugendlichen nicht fort. Die Entwicklung in der Hördauer signalisiert, dass sich die Anstrengungen der Programmveranstalter, den Interessen der Jugendlichen zu entsprechen, positiv niederschlagen. Wenn für diese Zielgruppe ausgerichtete Programme angeboten werden, werden diese von den Jugendlichen auch genutzt.

**Radio hören im Haus und außer Haus in der aktuellen Entwicklung**

Betrachtet man noch einmal die Tagesreichweiten im Wochendurchschnitt, zeigen sich hinter den weitgehend stabilen Gesamtwerten einige Nuancierungen bei der Im-Haus- und der Außer-Haus-Nutzung. So lassen sich beispielsweise in den Altersgruppen folgende Tendenzen im Jahresvergleich der beiden ma-Untersuchungen ma 2003 Radio II und der ma 2004 Radio II feststellen: Bei den 14- bis 29-Jährigen zeichnet sich - im Haus und außer Haus - eine nur geringfügig niedrigere Tagesreichweite ab, die Hördauer und die Verweildauer sinken im Haus leicht, steigen aber in stärkerem Umfang außer Haus an. Bei den 30- bis 49-Jährigen zeigt sich dieser leicht gegenläufige Effekt sowohl in der Tagesreichweite als auch in der Hördauer. Bei den ab 50-Jährigen steigt die Tagesreichweite außer Haus leicht an, die anderen Werte bleiben eher konstant (vgl. Tabelle 5).

**Berufstätige: Zunahme der Außer-Haus-Nutzung**

Interessant ist in diesem Kontext auch die Entwicklung nach Berufstätigkeit. Bei Berufstätigen nimmt die Reichweite des Mediums außerhalb des Hauses leicht zu, umgekehrt sieht das Bild im Haus aus. Ähnlich ist die Entwicklung bei der Hördauer. Bei Rentnern/Pensionären bleibt die Im-Haus-Nutzung stabil, die Außer-Haus-Nutzung steigt ebenfalls leicht an. Bei (den meist jungen) Menschen in Ausbildung zeigt sich folgendes Bild: Die Tagesreichweite des Hörfunks bleibt im Haus und außer Haus gleich, die Hördauer steigt sowohl im Haus wie außer Haus an.

**Im mehrjährigen Vergleich Tendenz zu wachsender Außer-Haus-Nutzung**

Die generelle Bedeutung von Radio als „Überall-Medium“ lässt sich mit den Anteilen verdeutlichen, die auf die unterschiedlichen Nutzungsorte entfallen. Hier werden bei einem Vergleich der letzten drei Erhebungen leichte Verschiebungen deutlich. Nach den Ergebnissen der ma 2002 entfielen 59 Prozent der Radionutzung auf die Im-Haus-Nutzung und 40 Prozent auf die Außer-Haus-Nutzung (die Differenz von 1%-Punkt zu 100 ist auf Rundungen zurückzuführen). Nach den aktuellen Resultaten der ma 2004 Radio II fallen noch 57 Prozent der Radionutzung im Haus an und 42 Prozent auf die Nutzung außerhalb des eigenen Haushalts - also eine leichte Verschiebung in Richtung Außer-Haus-Nutzung.

Diese Tendenz zeigt sich bei allen hier dargestellten soziodemographischen Gruppen, mit Ausnahme der Personen mit höherer formaler Schul-

① **Radio hören im und außer Haus**

Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt

	MA 2001	ma 2002	ma 2003	ma 2004
<b>Radio gesamt</b>				
Weitester Hörerkreis in %	93,7	94,5	94,6	94,6
Hörer gestern in %	79,3	79,5	79,0	79,2
Dauer in Minuten	203	202	196	196
Verweildauer in Minuten	256	254	248	248
<b>Radio hören im Haus</b>				
Hörer gestern in %	65,9	65,8	64,8	63,5
Dauer in Minuten	120	119	115	111
Verweildauer in Minuten	182	180	177	175
<b>Radio hören außer Haus</b>				
Hörer gestern in %	42,5	43,1	43,3	44,7
Dauer in Minuten	80	80	79	82
Verweildauer in Minuten	189	187	183	184

Quellen: MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II.

bildung. Am stärksten fällt der Trend in Richtung der Außer-Haus-Nutzung (+5%-Punkte gegenüber 2002) bei den 30- bis 49-Jährigen aus. In dieser Gruppe beträgt dieser Anteil mittlerweile 55 Prozent, ein Wert, der nur noch von den Berufstätigen (58%) und generell den 14- bis 29-Jährigen (59%) übertroffen wird (vgl. Tabelle 6).

Das Bild der Im-Haus- und der Außer-Haus-Radionutzung lässt sich weiter detaillieren. Bei der Gesamtheit der Bevölkerung, bei Frauen und bei Männern, ist die Tagesreichweite des Radios (Montag bis Sonntag) im Haus höher als die Tagesreichweite für die Außer-Haus-Nutzung. Das heißt, das Radio wird häufiger im eigenen Haushalt genutzt als außerhalb. Dies gilt auch für die 14- bis 19-Jährigen und für die ab 40-Jährigen. Die 20- bis 39-Jährigen hören Radio dagegen deutlich häufiger außer Haus als im Haus. Gerade in dieser mobilen Altersgruppe ist Radio das Begleitmedium für unterwegs.

Der Stellenwert, den das Radio außer Haus mittlerweile erreicht hat, resultiert aus den beiden Kontexten Radio hören bei der Arbeit und Radio hören im Auto. Allerdings unterscheiden sich diese beiden Nutzungsbereiche deutlich in ihrer Struktur: 10,7 Prozent aller Personen ab 14 Jahre hören an einem Durchschnittstag (Montag bis Sonntag) außer Haus bei der Arbeit Radio. Die Hördauer dieser Hörerinnen und Hörer beläuft sich auf insgesamt 46 Minuten, ein Resultat der hohen Verweildauer bei der Radionutzung am Arbeitsplatz. Anders das Bild beim Autofahren: 38,7 Prozent aller Personen ab 14 Jahre hören im Auto zumindest kurz Radio, damit werden insgesamt 30 Minuten - etwa halb so viel wie außer Haus bei der Arbeit - zur Gesamtadionutzung beigetragen. Hier

**Radio bei jüngeren Begleitmedium für unterwegs**

**Radio hören und einzelne Tätigkeiten in der Detailanalyse**

② **Mediennutzung pro Tag 2001 bis 2004**

*Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt*

	MA 2001	ma 2002	ma 2003	ma 2004
<b>Radio gesamt</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	79,3	79,5	79,0	79,2
Dauer in Minuten	203	202	196	196
Verweildauer in Minuten	256	254	248	248
<b>Fernsehen gesamt</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	83,1	83,9	84,5	84,7
Dauer in Minuten	193	198	199	202
Verweildauer in Minuten	232	237	236	238
<b>TV und Radio</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	95,7	95,9	96,0	96,0
Dauer in Minuten	393	397	393	396
Verweildauer in Minuten	411	414	409	412
<b>Video</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	1,4	1,8	1,9	2,3
Dauer in Minuten	2	2	3	3
Verweildauer in Minuten	121	128	132	128
<b>Fernsehen und Video</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	83,5	84,3	85,0	85,3
Dauer in Minuten	195	201	202	205
Verweildauer in Minuten	233	238	237	240
<b>CD/Kassette hören</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	13,8	15,1	16,0	18,1
Dauer in Minuten	21	23	24	28
Verweildauer in Minuten	150	149	148	154
<b>Radio und CD/Kassette</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	82,6	83,1	82,9	83,4
Dauer in Minuten	223	224	219	223
Verweildauer in Minuten	270	269	264	268
<b>Mit PC beschäftigen</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	7,0	10,5	13,0	18,1
Dauer in Minuten	16	25	32	48
Verweildauer in Minuten	226	236	247	263
<b>Audiovisuelle Medien klassisch (CD/Kassette, TV, Video, Radio)</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	96,6	96,9	97,1	97,3
Dauer in Minuten	415	421	418	425
Verweildauer in Minuten	429	434	431	437
<b>Komplementärmedien (CD/Kassette, Video, PC)</b>				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	19,9	24,1	26,5	32,1
Dauer in Minuten	38	49	57	77
Verweildauer in Minuten	190	203	215	239

Quellen: MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II.

liegt die Verweildauer naturgemäß erheblich niedriger als bei der Arbeit, weil die Arbeitszeit meist länger ist als die Fahrtzeit von und zur Arbeit.

**Hohe Reichweite des Radios in einigen Altersgruppen beim Autofahren**

Wenn also 38,7 Prozent aller Personen ab 14 Jahre an einem durchschnittlichen Wochentag das Radio beim Autofahren einschalten, bedeutet dies bei einer Gesamtreichweite des Mediums von 79,2 Prozent, dass fast jeder zweite Hörer bzw. jede zweite

Hörerin Radio auch während der Fahrt hört. Dabei liegt die Tagesreichweite des Hörfunks im Auto bei den 30- bis 39-Jährigen mit 54,1 Prozent und bei den 40- bis 49-Jährigen mit 54,0 Prozent weit über dem Durchschnitt. Die Hördauer beträgt jeweils 43 Minuten. Somit fällt bei diesen Altersgruppen rund 20 Prozent der Radionutzung während des Autofahrens an (vgl. Tabelle 7).

**Entwicklung im Tagesverlauf**

Bei der Radionutzung im Tagesablauf, die sich aus den beschriebenen Puzzleteilen zusammensetzt, er-

**Radionutzung im Tagesverlauf stabil**

geben sich im Vergleich zum Vorjahr für die Gesamtbevölkerung so gut wie keine Unterschiede. Nach wie vor liegt die Nutzungsspitze in der Zeit zwischen 8.00 Uhr und 9.30 Uhr (vgl. Abbildung 1). Auch in den einzelnen Altersgruppen zeigt sich eine hohe Stabilität.

**14- bis 29-Jährige mit gleichbleibendem Nutzungsniveau über den Tag hinweg**

Dies gilt auch für die 14- bis 29-Jährigen. Wenn Bewegungen über den Tag zu verzeichnen sind, deuten sie – mit der Ausnahme am Morgen – eher etwas nach oben, weisen also auf eine Tendenz zu stärkerer Radionutzung hin. Allerdings gibt es bei den 14- bis 29-Jährigen den morgendlichen Höhepunkt des Radiohörens nicht. Ihre Radionutzung ist durch das fast gleichbleibende Nutzungsniveau zwischen 7.00 Uhr und 17.00 Uhr gekennzeichnet. Dies ist ein insbesondere für die Werbeplanung interessanter Aspekt: Junge Zielgruppen sind tagsüber zu jedem Zeitpunkt mit Radiowerbung gleichermaßen gut zu erreichen (vgl. Abbildung 2).

Bei den 30- bis 49-Jährigen zeigt sich insgesamt ebenfalls eine hohe Stabilität, bei einer im Vergleich zur ma des Vorjahres tendenziell etwas schwächeren Nutzung zwischen 9.00 Uhr und 11.00 Uhr (vgl. Abbildung 3). Ebenso weitgehend unverändert zeigt sich das Bild bei den ab 50-Jährigen. Hier existiert die bekannte Schwerpunktbildung am Vormittag weiter, mit dem höchsten Wert zwischen 8.00 Uhr und 9.30 Uhr (vgl. Abbildung 4).

Ein Blick auf die Radionutzung der Berufstätigen im Tagesverlauf unter der Woche von Montag

**③ Entwicklung der Hörfunknutzung**

*Personen ab 14 J., BRD gesamt*

	MA 2001	ma 2002	ma 2003	ma 2004
<b>Montag bis Freitag</b>				
Hörer gestern in %	81,8	81,6	80,9	81,2
Hördauer in Minuten	217	216	210	210
Verweildauer in Minuten	265	264	259	259
<b>Samstag</b>				
Hörer gestern in %	75,6	76,5	76,8	76,9
Hördauer in Minuten	185	182	177	176
Verweildauer in Minuten	245	239	230	228
<b>Sonntag</b>				
Hörer gestern in %	70,2	72,2	71,6	71,7
Hördauer in Minuten	152	151	146	145
Verweildauer in Minuten	216	210	204	202
<b>Montag bis Sonntag</b>				
Hörer gestern in %	79,3	79,5	79,0	79,2
Hördauer in Minuten	203	202	196	196
Verweildauer in Minuten	256	254	248	248

Quellen: MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II.

bis Freitag zeigt, dass sich das Radio am Arbeitsplatz und/oder im Berufsverkehr – mit Nutzungswerten von zum Teil über 30 Prozent zwischen

**④ Hörfunknutzung nach soziodemographischen Gruppen 2003 und 2004**

*Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt*

	Hörer gestern in %			Hördauer in Minuten		
	ma 2003	ma 2004	Index <sup>1)</sup>	ma 2003	ma 2004	Index <sup>1)</sup>
<b>Personen ab 14 Jahre</b>	79,0	79,2	100	196	196	100
Männer	80,1	79,9	100	201	199	99
Frauen	78,0	78,5	101	191	194	102
<b>Alter in Jahren</b>						
14-19	75,4	74,9	99	113	122	108
20-29	75,7	75,3	99	187	185	99
30-39	82,1	82,1	100	221	221	100
40-49	83,7	83,8	100	231	225	97
50-59	83,1	84,1	101	222	222	100
60-69	80,5	80,4	100	196	200	102
70 u. älter	68,3	69,6	102	147	150	102
<b>Bildung</b>						
Schüler in allgemeinbildender Schule	76,3	74,5	98	94	98	104
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	66,1	69,6	105	163	176	108
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	79,6	79,0	99	207	207	100
weiterführende Schule/Mittlere Reife	82,7	83,0	100	224	223	100
Fach-/Hochschulreife o. Studium	78,5	78,4	100	172	170	99
Fach-/Hochschulreife m. Studium	80,6	81,1	101	169	160	95
<b>Beruf</b>						
in Ausbildung	75,2	75,1	100	116	124	107
berufstätig	82,9	82,7	100	225	223	99
Rentner/Pensionär	74,2	75,3	101	174	174	100
nicht berufstätig	76,8	76,7	100	193	193	100

1) ma 2003 = 100.

⑤ Radio hören im Haus und außer Haus 2003 und 2004

Mo-So, BRD gesamt

	Radionutzung								
	gesamt		Index	im Haus		Index	außer Haus		Index
	ma 2003	ma 2004	ma 2003 =100	ma 2003	ma 2004	ma 2003 =100	ma 2003	ma 2004	ma 2003 =100
<b>Reichweite in %</b>									
Personen ab 14 Jahre	79,0	79,2	100	64,8	63,5	98	43,3	44,7	103
14-29 Jahre	75,6	75,1	99	55,1	54,2	98	46,0	45,8	100
30-49 Jahre	82,9	82,9	100	63,5	60,6	95	58,0	60,5	104
50 Jahre und älter	77,5	78,1	101	70,1	69,9	100	30,5	31,9	105
Schüler in allgemeinbildender Schule	76,3	74,5	98	66,7	64,2	96	26,9	27,4	102
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	66,1	9,6	105	56,8	58,4	103	25,5	27,1	106
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	79,6	79,0	99	66,8	65,0	97	39,7	40,9	103
weiterführende Schule/Mittlere Reife	82,7	83,0	100	66,3	64,6	97	52,8	54,6	103
Fach-/Hochschulreife o. Studium	78,5	78,4	100	58,4	58,8	101	50,3	51,7	103
Fach-/Hochschulreife m. Studium	80,6	81,1	101	63,8	63,1	99	49,9	49,0	98
in Ausbildung	75,2	75,1	100	60,6	60,8	100	35,8	36,1	101
berufstätig	82,9	82,7	100	62,5	60,1	96	59,3	60,9	103
Rentner/Pensionär	74,5	75,3	101	70,2	70,3	100	20,3	21,2	104
nicht berufstätig	75,5	76,7	102	65,6	64,8	99	33,8	37,8	112
<b>Hördauer in Min.<sup>1)</sup></b>									
Personen ab 14 Jahre	196	196	100	115	111	97	79	82	104
14-29 Jahre	158	160	101	64	62	97	91	95	104
30-49 Jahre	226	223	99	107	99	93	117	123	105
50 Jahre und älter	189	190	101	143	143	100	44	45	102
Schüler in allgemeinbildender Schule	94	98	104	67	65	97	23	29	126
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	163	176	108	118	126	107	43	48	112
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	207	207	100	133	127	95	73	78	107
weiterführende Schule/Mittlere Reife	224	223	100	114	111	97	108	110	102
Fach-/Hochschulreife o. Studium	172	170	99	82	83	101	87	85	98
Fach-/Hochschulreife m. Studium	169	160	95	94	86	91	73	71	97
in Ausbildung	116	124	107	62	64	103	51	57	112
berufstätig	225	223	99	97	92	95	126	130	103
Rentner/Pensionär	174	174	100	151	150	99	20	21	105
nicht berufstätig	193	193	100	158	154	97	34	37	109
<b>Verweildauer in Min.<sup>2)</sup></b>									
Personen ab 14 Jahre	248	248	100	177	175	99	183	184	101
14-29 Jahre	209	213	102	116	114	98	198	208	105
30-49 Jahre	273	269	99	169	163	96	202	203	100
50 Jahre und älter	244	244	100	203	204	100	144	141	98
Schüler in allgemeinbildender Schule	123	131	107	101	101	100	87	104	120
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	247	253	102	208	215	103	167	176	105
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	261	263	101	198	196	99	184	190	103
weiterführende Schule/Mittlere Reife	271	269	99	172	172	100	204	201	99
Fach-/Hochschulreife o. Studium	219	217	99	140	141	101	174	164	94
Fach-/Hochschulreife m. Studium	210	198	94	148	137	93	147	146	99
in Ausbildung	154	165	107	103	105	102	142	157	111
berufstätig	271	270	100	154	153	99	213	213	100
Rentner/Pensionär	233	232	100	216	214	99	98	99	101
nicht berufstätig	256	251	98	240	238	99	99	97	98

1) Basis: gesamte Bevölkerung.

2) Basis: Hörfunknutzer.

⑥ **Anteile der Radionutzung im Haus und außer Haus 2002 bis 2004**

Mo-So, Hördauer in %, BRD gesamt

	ma 2002			ma 2003			ma 2004		
	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus
Personen ab 14 Jahre	100	59	40	100	59	40	100	57	42
14-29 Jahre	100	41	57	100	41	58	100	39	59
30-49 Jahre	100	49	50	100	47	52	100	44	55
50 Jahre und älter	100	76	22	100	76	23	100	75	24
Schüler in allgemeinbildender Schule	100	68	27	100	71	24	100	66	30
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	100	75	24	100	72	26	100	72	27
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	100	64	35	100	64	35	100	61	38
weiterführende Schule/Mittlere Reife	100	52	47	100	51	48	100	50	49
Fach-/Hochschulreife o. Studium	100	48	51	100	48	51	100	49	50
Fach-/Hochschulreife m. Studium	100	54	45	100	56	43	100	54	44
in Ausbildung	100	53	44	100	53	44	100	52	46
berufstätig	100	44	55	100	43	56	100	41	58
Rentner/Pensionär	100	87	11	100	87	11	100	86	12
nicht berufstätig	100	83	16	100	82	18	100	80	19

Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II.

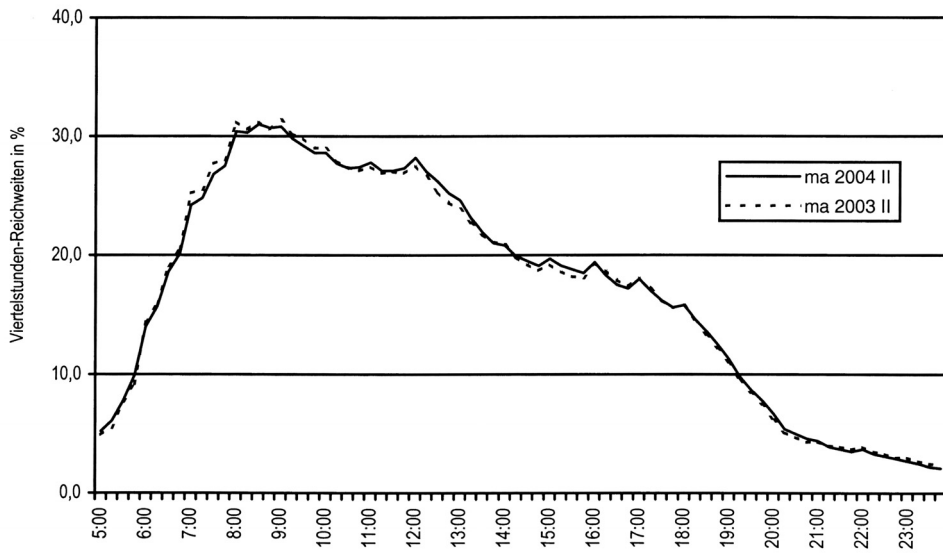
⑦ **Radio hören und Tätigkeiten nach soziodemographischen Gruppen 2004**

Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt

	Radio hören und ... Hördauer in Minuten						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto-fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 Jahre	30	38	46	30	39	111	82
Männer	27	19	64	38	39	88	108
Frauen	33	55	29	23	38	133	58
Alter in Jahren							
14-19	15	9	25	13	37	65	53
20-29	16	18	81	34	21	60	123
30-39	24	32	78	43	32	91	128
40-49	28	39	70	43	34	106	117
50-59	35	46	48	37	42	130	90
60-69	45	59	7	21	54	164	33
70 u. älter	37	42	2	9	47	132	14
	Radio hören und ... Reichweite in %						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto-fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 Jahre	50,4	24,2	10,7	38,7	27,1	63,5	44,7
Männer	48,1	13,3	14,4	44,2	27,4	60,3	51,0
Frauen	52,6	34,3	7,2	33,7	26,8	66,5	38,9
Alter in Jahren							
14-19	40,1	8,1	5,9	21,0	29,5	62,9	32,3
20-29	32,9	11,9	17,9	45,8	17,7	48,5	54,7
30-39	43,7	20,2	17,7	54,1	22,7	57,6	60,8
40-49	49,7	25,0	16,6	54,0	25,0	63,6	60,3
50-59	58,6	28,6	11,6	45,6	29,1	70,4	52,1
60-69	63,9	35,7	1,8	27,1	34,7	73,7	30,6
70 u. älter	56,1	29,6	0,6	11,3	30,8	65,3	13,4

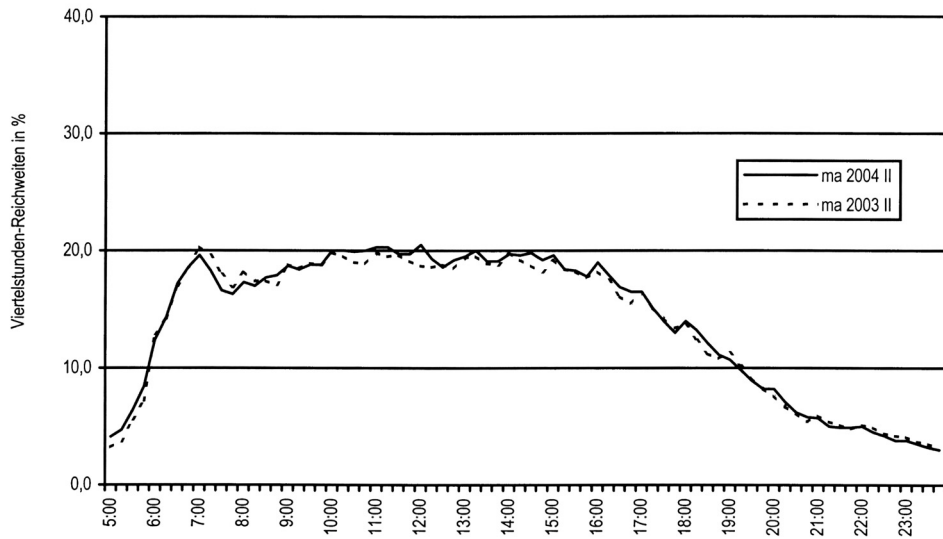
Quelle: ma 2004 II.

**Abb. 1 Radionutzung im Tagesverlauf 2003 und 2004**  
 Personen ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2003 II, ma 2004 II.

**Abb. 2 Radionutzung der 14- bis 29-Jährigen im Tagesverlauf 2003 und 2004**  
 BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2003 II, ma 2004 II.

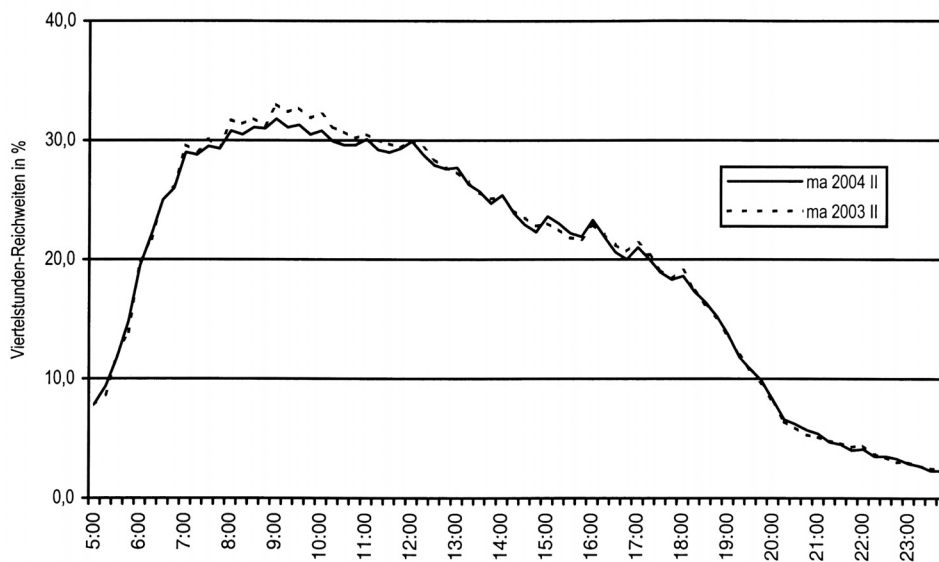
**Nutzertypen im Tagesverlauf**

Hinter den Tagesablaufstrukturen, wie sie die Abbildungen dokumentieren, lassen sich Nutzungsmuster über den Tag hinweg identifizieren. Danach können Hörerinnen und Hörer in Vielhörer, Frühhörer, Vormittagshörer, Späthörer und Gelegenheitshörer unterschieden werden. Dabei wird im folgenden erneut der Durchschnittstag von Montag bis Sonntag zugrundegelegt.

Insgesamt zeigt sich folgende Verteilung: Die größte Hörergruppe sind mit rund 17 Millionen die Gelegenheitshörer. Ihnen folgen mit 13,9 Millionen die Frühhörer. 11,6 Millionen Hörerinnen und Hörer gehören in die Kategorie der Vormittagshörer. Späthörer sind insgesamt neun Millionen Personen, und acht Millionen gehören in die Kategorie der Vielhörer. Die kleinste Gruppe stellen die 5,2 Millionen Wenighörer dar, die am Stichtag selbst im Tagesverlauf kein Radio nutzten. Damit sind 26 Prozent der Bevölkerung so genannte Gelegenheitshörer, 21 Prozent Frühhörer, 18 Prozent Vormittagshörer, 14 Prozent Späthörer, 12 Prozent gehören in die Kategorie der Vielhörer und 8 Prozent schließlich zu den Wenighörern.

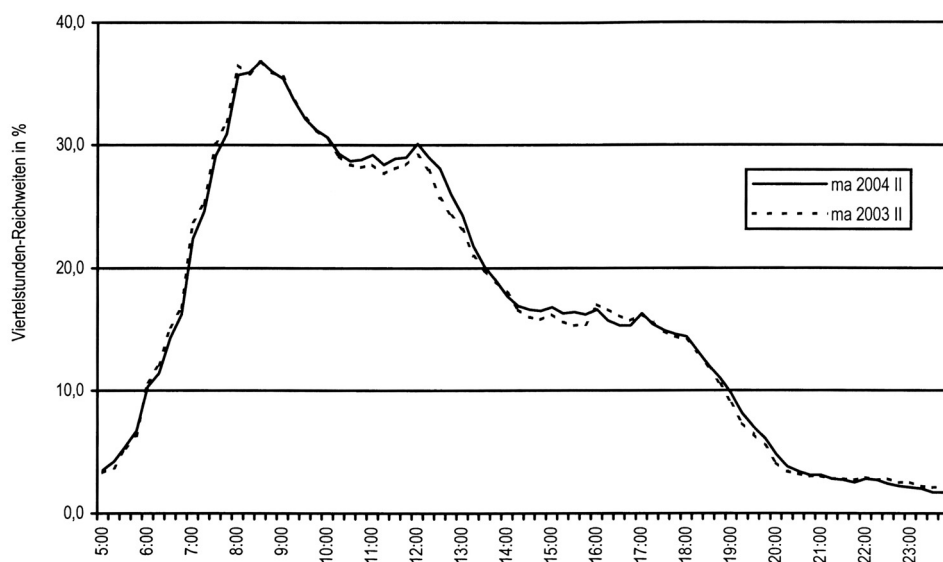
**Gelegenheitshörer sowie Früh- und Vormittagshörer bilden größte Gruppen**

**Abb. 3 Radionutzung der 30- bis 49-Jährigen im Tagesverlauf 2003 und 2004**  
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2003 II, ma 2004 II.

**Abb. 4 Radionutzung der ab 50-Jährigen im Tagesverlauf 2003 und 2004**  
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2003 II, ma 2004 II.

Sowohl die Viel-, Früh-, Vormittags- als auch die Späthörer hören fast vollständig innerhalb von zwei Wochen Radio (99% Weitesten Hörerkreis), und zu 90 Prozent haben sie am Stichtag Radio gehört. Bei den Gelegenheitshörern sinkt der Weitesten Hörerkreis auf 96 Prozent und die Tagesreichweite (Hörer gestern) auf 68 Prozent. Selbst die Wenighörer hören noch relativ regelmäßig Radio. 52 Prozent dieser Gruppe schalten innerhalb von zwei Wochen das Radio ein, 17 Prozent zählten zu den Hörern gestern.

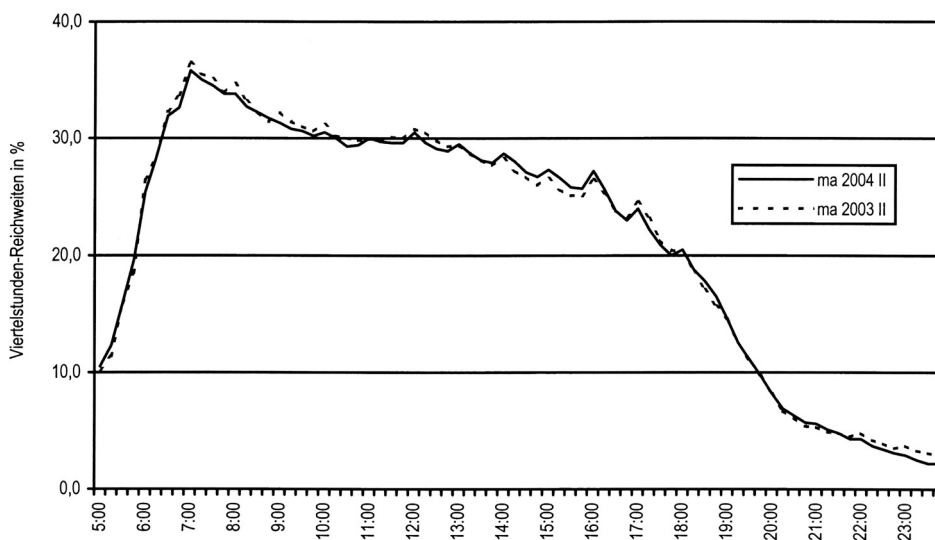
Minuten. Eine eher durchschnittliche Nutzung liegt bei den Späthörern mit 199 Minuten und bei den Frühhörern mit 182 Minuten vor. Die Gelegenheitshörer mit 92 Minuten und die Wenighörer mit 25 Minuten nutzen Radio der Typologie entsprechend weit unterdurchschnittlich. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Verweildauer. Vielhörer mit 447 Minuten und Vormittagshörer mit 311 Minuten liegen weit über dem Durchschnitt von 248 Minuten. Späthörer mit 220 Minuten und Frühhörern mit 200 Minuten nutzen Radio leicht unterdurch-

**Hördauer der Hörertypen**

In der Hördauer liegen die Vielhörer mit 423 Minuten und die Vormittagshörer mit 282 Minuten weit über dem bundesweiten Durchschnitt von 196



**Abb. 5 Radionutzung von Berufstätigen im Tagesverlauf 2003 und 2004**  
 Personen ab 14 J., BRD gesamt, Mo-Fr



Quelle: ma 2003 II, ma 2004 II.

schnittlich. Die Wenighörer, die Radio hören, nutzen das Medium mit 149 Minuten intensiver als die Geleghenheitshörer mit 136 Minuten.

Vorwiegend im Haus nutzen die Früh-, Vormittags-, Spät- und Geleghenheitshörer Radio. Die Wenighörer schalten das Medium vorwiegend außer Haus ein.

Soziodemographisch betrachtet sind die Viel- und Späthörer eher berufstätige Männer mit durchschnittlichem oder leicht überdurchschnittlichem Einkommen und etwas jünger als der durchschnittliche Hörer. Die jungen Hörer zwischen 14 und 19 Jahren sind eher Spät- und Geleghenheitshörer, da sie aufgrund des Schulbesuchs weniger die Möglichkeit haben, das Radio vormittags oder über den ganzen Tag hinweg einzuschalten. Die 20- bis 29-

**Soziodemographie der Hörertypen**

⑧ **Hörertypen**

Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt

	Gesamt	Vielhörer	Frühhörer	Vormittagshörer	Späthörer	Geleghenheitshörer	Wenighörer
Hochrechnung in Mio	64,721	8,064	13,850	11,615	9,002	17,002	5,187
Zusammensetzung in %	100	12	21	18	14	26	8
Weitester Höerkreis in %	94,6	99,5	99,0	99,1	99,2	96,0	51,9
Hörer gestern in %	79,2	94,6	90,8	90,6	90,5	67,8	16,8
Hördauer in Minuten	196	423	182	282	199	92	25
Verweildauer in Minuten	248	447	200	311	220	136	149
Radio hören im Haus, Anteil in %	57	52	60	60	59	57	20
Radio hören außer Haus, Anteil in %	42	48	38	39	39	42	84
Altersstruktur in %							
Personen ab 14 Jahre	100	12	21	18	14	26	8
14-19 Jahre	100	5	19	7	21	41	7
20-29 Jahre	100	13	17	15	16	29	9
30-39 Jahre	100	16	22	17	15	24	6
40-49 Jahre	100	16	25	15	16	23	5
50-59 Jahre	100	13	25	16	17	23	6
60-69 Jahre	100	13	20	27	8	25	7
70 Jahre und älter	100	7	19	24	8	28	15
Soziodemographische Merkmale in %							
Männer	48	54	47	42	56	46	46
Frauen	52	46	53	58	44	54	55
berufstätig	52	65	56	42	65	44	40
in Ausbildung	10	5	9	4	16	16	10
haushaltsführend	55	52	56	61	44	53	64

Quelle: ma 2004 II.

Jährigen gehören schon zu den Vielhörern, jedoch weniger in der Frühe oder am Vormittag, sondern am Abend. Die 30- bis 59-Jährigen sind Vielhörer, die Radio eher früh oder spät einschalten. Personen ab 60 Jahre hören Radio eher am Vormittag und in der Frühe als am Abend; sie haben aber den höchsten Anteil an den Wenighörern (vgl. Tabelle 8).

**Wieviele Sender nutzen die Hörer?**

Durchschnittlich werden vier Programme in 14 Tagen gehört

Wie die beiden vorangegangenen Erhebungen bestätigt auch die ma 2004 Radio II ein leichtes Anwachsen der Zahl der gehörten Programme bzw. Sender. Nach den Ergebnissen der ma 2001 lag die Zahl der Sender bzw. Programme, die eine Person innerhalb von 14 Tagen (Weitester Hörerkreis) zumindest einmal kurz gehört hat, noch bei 3,7. Seit der ma 2002 Radio II stehen hier nun vier zu Buche. Das bedeutet, dass vier Radiosender bzw. Programme zum so genannten Relevant Set gehören, die Senderauswahl in einem Zwei-Wochen-Zeitraum also zwischen durchschnittlich vier Sendern erfolgt.

Gehörte Programme pro Tag: 1,6

Bei der Zahl der an einem Tag durchschnittlich gehörten Programme ergibt sich 2004 ein marginaler Zuwachs, wenn man die nun 1,6 im Durchschnitt pro Tag gehörten Programme gegenüber den 1,5 der vorangegangenen Jahre als Veränderung bewertet. Tendenziell ist dieser Effekt allerdings stärker auf Hörerinnen und Hörer zurückzuführen, die schon in der Vergangenheit eher drei oder mehr Sender bzw. Programme gehört haben als auf die, die im Schnitt eines Tages eines (62,9% aller Radiohörer) oder maximal zwei Programme (25,3%) eingeschaltet hatten (vgl. Tabelle 9).

**Hörfunknutzung nach Bundesländern**

79,2 Prozent Tagesreichweite und 196 Minuten Hördauer sind die bundesdeutschen Durchschnittswerte für die Radionutzung. Traditionell existieren dabei in Deutschland Bundesländer mit einer leicht oder deutlich überdurchschnittlichen Radionutzung und Bundesländer, bei denen das Gegenteil festzustellen ist.

Nördliche und neue Bundesländer mit der höchsten Radionutzung

Diese Strukturen finden sich auch in der aktuellen Media-Analyse wieder: Die Bundesländer im Norden und die neuen Bundesländer weisen mit Ausnahme einiger Stadtstaaten (Berlin und Hamburg) eine überdurchschnittliche Radionutzung auf. Für die Bundesländer Hessen, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und das Saarland liegen die Werte (deutlich) unter dem Durchschnitt. Spitzenreiter in der Tagesreichweite ist Mecklenburg-Vorpommern mit 84,1 Prozent (Montag bis Sonntag), das auch bei der Hördauer mit 226 Minuten die Rangreihe der Länder anführt (vgl. Tabelle 10).

**Öffentlich-rechtlicher und privatrechtlicher Hörfunk im Vergleich**

Ö.-r. Hörfunk hat Vorsprung gegenüber Privatradios ausgebaut

Nach den Ergebnissen der ma 2004 Radio II schalten täglich 33,879 Millionen Hörerinnen und Hörer mindestens ein Radioprogramm der ARD-Landesrundfunkanstalten oder der nationalen Programme

**⑨ Anzahl genannter Programme/Senderbindung 2001 bis 2004**

Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt

	MA 2001	MA 2002	ma 2003	ma 2004
Anzahl Programme im Weitesten Hörerkreis (14 Tage)				
1 Programm	17,5	15,2	15,5	15,0
2 Programme	16,5	15,8	14,7	15,1
3 Programme	15,0	14,5	14,4	14,7
4 Programme	12,5	13,4	13,2	12,8
5 Programme	10,3	10,4	10,4	10,5
6 Programme	7,2	8,1	8,2	8,2
7 Programme	5,2	5,8	5,8	6,0
8+ Programme	9,5	11,3	12,5	12,2
Durchschnitt alle Hörer	3,9	4,2	4,3	4,3
Durchschnitt alle Befragte	3,7	4,0	4,1	4,0
Anzahl Programme pro Tag				
1 Programm	65,6	63,9	63,8	62,9
2 Programme	24,3	25,0	25,3	25,3
3 Programme	6,7	7,4	7,7	8,1
4 Programme	2,1	2,3	2,1	2,4
5+ Programme	1,3	1,4	1,1	1,4
Durchschnitt alle Hörer	1,5	1,5	1,5	1,6

Quellen: MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II.

**⑩ Hörfunknutzung in den einzelnen Bundesländern**

Mo-So, Personen ab 14 J.

Bundesland	Hörer gestern in %		Hördauer in Minuten	
	ma 2003	ma 2004	ma 2003	ma 2004
<b>Norddeutschland</b>				
Mecklenburg-Vorpommern	82,9	84,1	215	226
Schleswig-Holstein	82,8	82,7	213	215
Brandenburg	81,2	82,7	205	216
Niedersachsen	82,2	81,9	218	216
<b>Mitteldeutschland</b>				
Sachsen-Anhalt	82,3	80,7	220	219
Sachsen	83,0	83,0	219	209
Thüringen	81,4	79,4	220	204
<b>Mitte/Süden/Westen</b>				
Bayern	80,1	79,7	192	194
Hessen	78,2	78,0	186	192
Nordrhein-Westfalen	76,2	77,5	186	185
<b>Stadtstaaten</b>				
Hamburg	73,6	77,8	171	199
Berlin	76,9	76,7	182	183
Bremen	77,7	80,8	195	218
<b>Südwestdeutschland</b>				
Baden-Württemberg	77,1	77,7	185	184
Rheinland-Pfalz	76,9	74,7	181	184
Saarland	78,8	78,6	184	175

Quelle: ma 2003 II, ma 2004 II.

⑪ Hörer gestern 2001 bis 2004

Mo-So, Personen ab 14 J.

	Hörer gestern in Mio				Differenz ma 2004 zu MA 2001
	MA 2001	MA 2002	ma 2003	ma 2004 II	
Basis	64,097	64,254	64,430	64,721	-
Radio Bremen	0,462	0,573	0,573	0,731	0,269
Norddeutscher Rundfunk	6,984	6,755	6,885	6,712	-0,272
Westdeutscher Rundfunk	7,246	7,318	7,309	7,494	0,248
Hessischer Rundfunk	2,177	2,148	2,276	2,406	0,229
Südwestrundfunk	5,538	5,976	6,055	6,727	1,189
Saarländischer Rundfunk	0,446	0,466	0,458	0,494	0,048
Bayerischer Rundfunk	4,745	4,647	4,684	4,714	-0,031
Rundfunk Berlin Brandenburg*	1,526	1,764	1,822	1,845	0,319
Mitteldeutscher Rundfunk	4,320	4,389	4,499	4,197	-0,123
DeutschlandRadio Berlin	0,237	0,243	0,219	0,252	0,015
Deutschlandfunk	1,038	1,164	1,182	1,081	0,043
ARD gesamt	32,414	32,855	33,295	33,879	1,465
Private gesamt	28,620	28,838	27,946	28,083	-0,537
Radio gesamt	50,823	51,090	50,907	51,265	0,442

\* Bis ma 2003 I Sender Freies Berlin/Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg.

Quelle: ma 2001, ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II.

DeutschlandRadio und Deutschlandfunk ein. Alle bundesdeutschen privatrechtlich organisierten Hörfunksender kommen gemeinsam auf 28,083 Millionen tägliche Hörer. Im mittelfristigen Vergleich ergibt sich daraus für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den letzten drei Jahren ein Plus von rund 1,465 Millionen täglicher Hörerinnen/Hörer, für die kommerziellen Wettbewerber ein Minus von rund 537 000 Nutzer. Die größten Gewinner unter den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten waren in diesem mittelfristigen Vergleich der SWR (plus 1,189 Millionen Hörer), der Rundfunk Berlin Brandenburg (plus 0,319 Millionen) und Radio Bremen (plus 0,269 Millionen) (vgl. Tabelle 11).

**Fazit**

Insgesamt bestätigt die ma 2004 Radio II die hohe Wertschätzung, die der Hörfunk heute bei Hörerinnen und Hörern genießt, wobei fast alle Bundesdeutschen dieses Medium nutzen (Weitester Hörerkreis 94,6%). 79,2 Prozent Tagesreichweite, 196 Mi-

nuten Hördauer und 248 Minuten Verweildauer belegen die Stärke des Mediums. Damit bleibt der Hörfunk gemessen an der Zuwendungszeit mit weitem Abstand vor allen anderen Medien gemeinsam mit dem Fernsehen die Nummer eins bei den Deutschen. Die Bedeutung des Radios außer Haus nimmt weiter zu. Insgesamt bestätigt die ma 2004 Radio II die hohe Einbindung des Radios in den Alltag. Die Zahl der Umschaltungen zwischen Programmen hat in den letzten Jahren tendenziell zugenommen, ein Aspekt, der die Programmveranstalter sicher zu weiteren Anstrengungen in Sachen Hörerbindung bewegen wird. Bei den 14- bis 19-Jährigen fällt die wieder gestiegene Hördauer auf. Sie verdeutlicht, dass ganz offensichtlich das Medium - bei entsprechendem Angebot - auch für die Generation der Jugendlichen ein wichtiges Thema ist.

**Hörfunk behauptet Stärke**

