

Wichtige Ergebnisse und Trends aus der  
ma 2007 Radio II

## → Radio behauptet seine Position im Wettbewerb

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

Seit dem 17. Juli 2007 liegen die Ergebnisse der ma 2007 Radio II und damit die aktuellen Nutzungszahlen für den Hörfunk und die Reichweiten für die einzelnen Radioprogramme in Deutschland vor. Die neue Media-Analyse (ma) gilt jeweils auch als eine Leistungsbilanz für das Medium Radio im Vergleich zu den anderen Medien.

### Repäsentative Abbildung der Radio- nutzung aller Perso- nen ab 14 Jahre

Die ma 2007 Radio II basiert auf insgesamt 64 504 Interviews, die in zwei Erhebungszeiträumen, vom 3. September 2006 bis zum 17. Dezember 2006 (ma 2007 Radio Herbstwelle 06) und vom 7. Januar 2007 bis zum 22. April 2007 (ma 2007 Radio Frühjahrswelle 07), realisiert wurden. Insgesamt wurde dabei zur korrekten Abbildung aller 341 Sender/Programme die Mediennutzung in 432 regionalen Splits ermittelt. Die ma erlaubt eine repräsentative Abbildung der Radionutzung aller Personen ab 14 Jahre in deutsch sprechenden Haushalten mit Festnetzanschluss in der Bundesrepublik (insgesamt 64,818 Millionen Personen). Jedes Interview steht dabei für 1 005 Personen ab 14 Jahre.

### Neuer Mikrozensus als statistische Basis

Die ma berichtet die Radionutzung immer auf der Basis der geltenden statistischen Grundzahlen, die wiederum auf den Angaben des Statistischen Bundesamtes basieren. In den letzten Jahren gab es immer wieder kleinere Veränderungen in der Zusammensetzung der Grundgesamtheit, die aber in der Öffentlichkeit wegen ihrer begrenzten Auswirkungen kaum registriert wurden.

Die aktuellsten Basiszahlen – eine verfeinerte Fortschreibung des bekannten Mikrozensus – des Statistischen Bundesamtes (1), haben für die ma 2007 Radio II nun deutliche Veränderungen vor allem in der Zusammensetzung der Bevölkerung mit sich gebracht. Diese gelten übrigens nicht nur als neue Basis für die Meinungsforschung, sondern auch für Behörden, Institutionen und das gesamte öffentliche Leben. Im Vergleich der Basiszahlen der ma 2007 Radio II mit der ma ein Jahr zuvor liegt zum Beispiel die Anzahl der 14- bis 29-Jährigen und der 40- bis 49-Jährigen höher. Die der 30- bis 39-Jährigen und insbesondere auch die Zahl der ab 60-Jährigen fällt dagegen niedriger aus.

### Veränderte Basis- zahlen mit zweierlei Konsequenzen

Diese Veränderungen in den Basiszahlen haben auf die ma zweierlei Auswirkungen: Innerhalb der einzelnen Zielgruppen, beispielsweise Altersgruppen, bleiben die Tagesreichweiten, Hördauern usw. mit den Daten der Vorjahre vergleichbar. In den Gesamtdaten allerdings schlägt die veränderte Zusammensetzung durch (etwas mehr jüngere, etwas

weniger Ältere). Dies hat dann unterschiedliche Auswirkungen beispielsweise auf Programme mit jüngeren oder älteren Hörerstrukturen.

Insgesamt haben diese Veränderungen in der Basis jedoch nur relativ geringe Auswirkungen auf das Medium Radio, so dass auch weiterhin Vergleiche zu früheren Jahren – nicht nur im Hinblick auf einzelne Zielgruppen – gezogen werden können. Und: Anpassungen an neue Bevölkerungshochrechnungen wird es auch in Zukunft immer wieder geben.

### Mittelfristiger Vergleich 2004 bis 2007

Der Weitesten Hörerkreis des Radios liegt nach den Ergebnissen der ma 2007 Radio II bei 93,8 Prozent (vgl. Tabelle 1). Unverändert im Vergleich zur ma 2006 II werden die Tagesreichweite (Hörer gestern, Montag bis Sonntag), also die durchschnittliche Zahl der täglichen Hörer, mit 77,1 Prozent und die durchschnittliche Hördauer mit 186 Minuten ausgewiesen. Die Verweildauer – die Zeit, die eine Radiohörerin/ein Radiohörer am Tag mit dem Radio verbracht hat – liegt bei durchschnittlich 241 Minuten, also wie im Jahr 2006 bei fast genau vier Stunden.

Im Vergleich zu den Vorjahren ist die Radionutzung insgesamt geringfügig gesunken. Seit der ma 2004 gingen der Weitesten Hörerkreis (WHK, minus 0,8%-Punkte), die Tagesreichweite, also die durchschnittliche Zahl der täglichen Hörer (minus 2,1%-Punkte), die Hördauer (minus 10 Minuten) und die Verweildauer (minus 7 Minuten) jeweils leicht zurück – bei allerdings in jüngster Zeit, wie im Folgenden erläutert wird, wieder eher stabilen Nutzungszahlen.

### Radio in der Konkurrenz zu anderen Medien

Im Rahmen der Media-Analyse wird außer dem Radio auch die Nutzung anderer Medien abgefragt. Dies ermöglicht einen Vergleich der aktuellen Nutzung und der Entwicklung dieser Medien. Bezogen auf die in der aktuellen ma 2007 Radio II ermittel-

**Vier Stunden  
durchschnittliche  
Verweildauer**

**Radionutzung  
leicht gesunken**

**Nur Radio und  
Fernsehen erreichen  
täglich mehr als 75 %  
der Bevölkerung**

### ① Radio hören im und außer Haus 2004 bis 2007

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

	ma 2004	ma 2005	ma 2006	ma 2007
<b>Radio gesamt</b>				
Weitester Hörerkreis in %	94,6	94,4	93,5	93,8
Tagesreichweite in %	79,2	79,3	77,1	77,1
Hördauer in Minuten	196	193	186	186
Verweildauer in Minuten	248	244	242	241
<b>Radio hören im Haus</b>				
Tagesreichweite in %	63,5	63,6	61,9	60,8
Hördauer in Minuten	111	109	107	105
Verweildauer in Minuten	175	171	172	172
<b>Radio hören außer Haus</b>				
Tagesreichweite in %	44,7	45,3	43,3	44,6
Hördauer in Minuten	82	82	78	79
Verweildauer in Minuten	184	181	180	177

Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II, ma 2006 II, ma 2007 II.

\* SWR Medienforschung/Programmstrategie;

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

② **Mediennutzung pro Tag 2004 bis 2007**

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

	ma 2004	ma 2005	ma 2006	ma 2007
<b>Radio gesamt</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	79,2	79,3	77,1	77,1
Hördauer in Minuten	196	193	186	186
Verweildauer in Minuten	248	244	242	241
<b>Fernsehen gesamt</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	84,7	84,6	84,6	82,6
Hördauer in Minuten	202	202	202	192
Verweildauer in Minuten	238	238	238	232
<b>TV und Radio</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	96,0	95,8	95,5	94,9
Hördauer in Minuten	396	392	386	376
Verweildauer in Minuten	412	409	404	396
<b>Video/DVD</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	2,3	3,0	2,9	3,0
Hördauer in Minuten	3	4	4	4
Verweildauer in Minuten	128	130	128	126
<b>Fernsehen und Video/DVD</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	85,3	85,3	85,4	83,4
Hördauer in Minuten	205	205	205	196
Verweildauer in Minuten	240	240	240	234
<b>Tonträger hören</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	18,1	20,1	19,6	20,8
Hördauer in Minuten	28	30	30	32
Verweildauer in Minuten	154	149	152	156
<b>Radio und Tonträger</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	83,4	84,5	82,2	82,9
Hördauer in Minuten	223	222	215	218
Verweildauer in Minuten	268	263	262	263
<b>Mit PC beschäftigen</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	18,1	21,3	21,9	24,2
Hördauer in Minuten	48	56	55	61
Verweildauer in Minuten	263	263	251	251
<b>Audiovisuelle Medien klassisch (Tonträger, TV, Video/DVD, Radio)</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	97,3	97,2	96,9	96,6
Hördauer in Minuten	425	425	418	410
Verweildauer in Minuten	437	437	431	425
<b>Komplementärmedien (Tonträger, Video/DVD, PC)</b>				
(netto 5.00–24.00 Uhr) in %	32,1	36,3	36,0	37,9
Hördauer in Minuten	77	87	86	93
Verweildauer in Minuten	239	241	240	246

Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II, ma 2006 II, ma 2007 II.

ten Tagesreichweiten liegt das Fernsehen mit 82,6 Prozent auf Platz eins, gefolgt vom Hörfunk mit – wie beschrieben – 77,1 Prozent (vgl. Tabelle 2). Die Tonträger erzielen eine Tagesreichweite von 20,8 Prozent. Etwas darüber liegt die Zahl der PC-Nutzer am Durchschnittstag mit 24,2 Prozent. Videos/DVDs nutzen täglich 3,0 Prozent. Fernsehen

und Hörfunk weisen mit 192 Minuten bzw. 186 Minuten eine vergleichbare Nutzungsdauer auf. Der PC wird im Durchschnitt 61 Minuten täglich genutzt, die Tonträger 32 Minuten. Videos/DVDs kommen dagegen nur auf 4 Minuten pro Tag.

An einem Durchschnittstag erreichen Fernsehen und Hörfunk von 5.00 bis 24.00 Uhr gemeinsam 94,9 Prozent aller Bundesdeutschen ab 14 Jahre, bei einer Nutzungsdauer von 376 Minuten, also deutlich über sechs Stunden.

## ③ Radio und MP3-Player

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

	Bevölkerung in Mio		Radio gesamt Tagesreichweite in %		Hördauer in Minuten		Tonträger hören Hördauer in Minuten	
	Gesamt	Besitz MP3-Player	Gesamt	Besitz MP3-Player	Gesamt	Besitz MP3-Player	Gesamt	Besitz MP3-Player
<b>Alter in Jahren</b>								
Personen ab 14 Jahre	64,818	26,898	77,1	78,1	186	187	32	51
14-19 Jahre	5,221	4,784	69,5	70,4	95	96	94	96
20-29 Jahre	8,363	5,568	71,4	71,5	172	171	67	74
30-39 Jahre	10,117	5,314	77,4	78,0	199	211	37	41
40-49 Jahre	12,179	6,266	81,7	85,0	215	228	25	28
ab 50 Jahre	28,937	4,965	78,1	84,5	190	216	13	22
<b>Soziodemografische Merkmale</b>								
Männer	31,398	14,274	77,8	77,4	192	193	34	52
Frauen	33,420	12,623	76,5	79,1	180	181	31	51
in Ausbildung	7,377	6,411	70,2	71,0	103	102	87	91
berufstätig	34,006	16,431	80,3	81,1	213	220	32	40

Quelle: ma 2007 II.

**Besitzer von MP3-Playern hören etwas mehr Radio**

Etwa 27 Millionen Deutsche ab 14 Jahre verfügen über einen MP3-Player. Dieses Gerät hat mittlerweile in allen Generationen Verbreitung gefunden (vgl. Tabelle 3). Vergleicht man in der ma 2007 Radio II die Hörfunknutzung derjenigen, die einen MP3-Player besitzen, mit der durchschnittlichen Radionutzung, zeigt sich ein interessantes Bild: Für MP3-Besitzer wurde eine Hördauer von 187 Minuten ermittelt, die Hördauer für alle Befragten liegt mit 186 Minuten auf demselben Niveau. Damit ist nachgewiesen, dass MP3-Affine insgesamt mehr Musik/Audios hören und das Radio auch bei ihnen keinen Bedeutungsverlust erleidet.

**Hörfunknutzung an Werktagen und am Wochenende**

Nach Wochenabschnitten Montag bis Freitag bzw. Samstag und Sonntag differenziert zeigen sich keine eindeutigen Trends. Die Tagesreichweite an den Werktagen bleibt im Vergleich zu 2006 stabil, ebenso an den Samstagen (vgl. Tabelle 4). An den Sonntagen geht die Tagesreichweite leicht zurück, von 68,9 Prozent auf 68,2 Prozent, ebenso die Hördauer (von 142 auf 138 Minuten).

**Hörfunknutzung insgesamt stabil****Hörfunknutzung nach soziodemografischen Gruppen**

Die Hörfunknutzung insgesamt ist bei einer Analyse nach Frauen und Männern stabil. Ein Rückgang ist bei den 14- bis 19-Jährigen und bei den 30- bis 39-Jährigen festzustellen (vgl. Tabelle 5). Dies gilt für die Tagesreichweite (minus 2,7%-Punkte bzw. minus 1,8%-Punkte) ebenso wie für die Hördauer (jeweils minus 13 Minuten). Auch die Radionutzung bei den Schülern geht, nach einer Zunahme bei der ma 2006 II, wieder zurück (minus 2,7%-Punkte bzw. minus 12 Minuten). Bei den Auszubildenden gab es dagegen so gut wie keine Veränderung.

**Anstieg der Radionutzung bei den 20- bis 29-Jährigen**

Bei den 20- bis 29-Jährigen steigt die Radionutzung nach einem zuletzt zu verzeichnenden Rückgang bei der ma 2006 II wieder an. So legt die Tagesreichweite leicht um 0,6 Prozentpunkte zu, und die

## ④ Entwicklung der Hörfunknutzung 2004 bis 2007

Personen ab 14 J., BRD gesamt

	ma 2004	ma 2005	ma 2006	ma 2007
<b>Montag bis Freitag</b>				
Tagesreichweite in %	81,2	81,6	79,3	79,4
Hördauer in Minuten	210	206	199	200
Verweildauer in Minuten	259	253	251	252
<b>Samstag</b>				
Tagesreichweite in %	76,9	76,7	74,4	74,7
Hördauer in Minuten	176	176	167	165
Verweildauer in Minuten	228	230	224	220
<b>Sonntag</b>				
Tagesreichweite in %	71,7	70,4	68,9	68,2
Hördauer in Minuten	145	145	142	138
Verweildauer in Minuten	202	206	206	203
<b>Montag bis Sonntag</b>				
Tagesreichweite in %	79,2	79,3	77,1	77,1
Hördauer in Minuten	196	193	186	186
Verweildauer in Minuten	248	244	242	241

Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II, ma 2006 II, ma 2007 II.

Hördauer steigt um 17 Minuten von 155 auf 172 Minuten am Tag. Die Radionutzung der Altersgruppe 60 bis 69 Jahre zeigt unterschiedliche Tendenzen: Einem Zuwachs in der Tagesreichweite um 1,6 Prozentpunkte steht ein leichter Rückgang bei der Hördauer um 4 Minuten von 197 auf 193 Minuten gegenüber.

**Radiohören im Haus und außer Haus**

Im Kontrast zu den konstanten Gesamtwerten im Wochendurchschnitt sind einige leichte Veränderungen bei der Im-Haus- und Außer-Haus-Nutzung für 2007 festzustellen. Im Haus geht die Tages-

⑤ **Hörfunknutzung nach soziodemografischen Gruppen 2006 und 2007**

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

	Tagesreichweite in %			Hördauer in Minuten		
	ma 2006	ma 2007	Index <sup>1)</sup>	ma 2006	ma 2007	Index <sup>1)</sup>
Personen ab 14 Jahre	77,1	77,1	100	186	186	100
Männer	78,1	77,8	100	194	192	99
Frauen	76,2	76,5	100	179	180	101
Alter in Jahren						
14-19 Jahre	72,2	69,5	96	108	95	88
20-29 Jahre	70,8	71,4	101	155	172	111
30-39 Jahre	79,2	77,4	98	212	199	94
40-49 Jahre	81,7	81,7	100	214	215	100
50-59 Jahre	82,6	82,2	100	219	214	98
60-69 Jahre	78,7	80,3	102	197	193	98
ab 70 Jahre	69,8	71,9	103	147	163	111
Bildung						
Schüler in allgemeinbildender Schule	72,7	70,0	96	91	79	87
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	64,0	63,7	100	149	149	100
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	77,9	78,5	101	205	203	99
weiterführende Schule/Mittlere Reife	80,5	80,8	100	209	215	103
Fach-/Hochschulreife o. Studium	74,9	74,4	99	160	159	99
Fach-/Hochschulreife m. Studium	80,6	79,7	99	162	159	98
Beruf						
in Ausbildung	71,2	70,2	99	104	103	99
berufstätig	80,7	80,3	100	214	213	100
Rentner/Pensionär	74,0	75,3	102	172	176	102
nicht berufstätig	73,6	72,6	99	170	167	98

1) ma 2006 = 100.

Quelle: ma 2006 II, ma 2007 II.

reichweite von 61,9 Prozent im Jahre 2006 auf 60,8 Prozent und die Hördauer von 107 auf 105 Minuten zurück (vgl. Tabelle 6). Außer Haus steigen die Tagesreichweite von 43,3 Prozent auf 44,6 Prozent und die Hördauer von 78 auf 79 Minuten dagegen leicht an.

**56 Prozent der Nutzung „im Haus“**

Ein Vergleich der Daten aus den beiden letzten Erhebungen 2006 und 2007 belegt weitgehend unveränderte Relationen zwischen der Radionutzung „im Haus“ und „außer Haus“. Die ma 2006 Radio II wies einen Anteil von 58 Prozent für die Im-Haus-Nutzung und 42 Prozent auf die Außer-Haus-Nutzung aus (vgl. Tabelle 7). Die aktuelle ma 2007 Radio II liefert Werte von 56 Prozent für Radionutzung im Haus und 42 Prozent für außerhalb der eigenen vier Wände.

**Radio bleibt „Überall-Medium“**

Die Veränderungen bei der Im-Haus- und Außer-Haus-Nutzung sind erkennbar auf die 14- bis 29-Jährigen und damit auch auf die Schüler und Auszubildenden zurückzuführen. Bei diesen Gruppen ist ein Anstieg der Außer-Haus-Nutzung festzustellen. Bei den Schülern und Auszubildenden wird dieser Anstieg zusätzlich von einem Rückgang der Im-Haus-Nutzung begleitet. Insgesamt bleibt der Hörfunk auch nach den Ergebnissen der ma 2007 Radio II ein „Überall-Medium“.

**Radiohören und einzelne Tätigkeiten**

„Essen und Radiohören“ ist von den fünf hier näher analysierten „Nebentätigkeiten“ des Radiohörens mit 47,8 Prozent Tagesreichweite die am häufigsten anzutreffende Tätigkeit (vgl. Tabelle 8). Fast jeder Zweite hört demnach an einem durchschnittlichen Tag beim Essen (Frühstück, Mittagessen u. a.) Radio. Bezogen auf die Gesamtbevölkerung beträgt die Hördauer 29 Minuten. Bei den 60- bis 69-Jährigen liegt die Tagesreichweite – bei einer Hördauer von 44 Minuten – mit 61,7 Prozent sogar noch deutlich höher. Für „Autofahren und Radio“ ist in der ma 2007 Radio II im Schnitt für alle Personen ab 14 Jahre eine Tagesreichweite von 38,3 Prozent und eine Hördauer von 30 Minuten gemessen worden. Am häufigsten hören die 30- bis 49-Jährigen Radio beim Autofahren. Die Reihenfolge der weiteren Radiobegleittätigkeiten nach Tagesreichweiten sind „Radiohören und Sonstiges“ mit einer Tagesreichweite von 25,8 Prozent sowie einer Hördauer von 37 Minuten und „Arbeit im Haus und Radiohören“ mit 22,3 Prozent Tagesreichweite bzw. 34 Minuten Hördauer.

Die „Radionutzung bei der Arbeit außer Haus“ (ohne Autofahren) ist insofern ein Sonderfall als bei einer Tagesreichweite von lediglich 10,7 Prozent eine Hördauer von immerhin 44 Minuten erzielt wurde. Dies geht auf eine überdurchschnittlich hohe individuelle Verweildauer zurück. Besonders trifft dies auf die Männer zu. Bei ihnen liegt

**Fast jeder Zweite hört beim Essen Radio**

## ⑥ Radiohören im Haus und außer Haus 2006 und 2007

Mo-So, BRD gesamt

	Radionutzung								
	gesamt			im Haus			außer Haus		
	ma 2006	ma 2007	Index ma 2006 =100	ma 2006	ma 2007	Index ma 2006 =100	ma 2006	ma 2007	Index ma 2006 =100
<b>Tagesreichweite in %</b>									
Personen ab 14 Jahre	77,1	77,1	100	61,9	60,8	98	43,3	44,6	103
14-29 Jahre	71,4	70,7	99	52,2	50,6	97	41,9	43,4	104
30-49 Jahre	80,6	79,8	99	59,0	57,5	97	58,4	58,6	100
ab 50 Jahre	77,0	78,1	101	68,3	68,2	100	32,6	34,4	106
Schüler in allgemeinbildender Schule	72,7	70,0	96	62,4	58,2	93	29,6	28,3	96
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	64,0	63,7	100	54,3	53,3	98	23,8	26,6	112
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	77,9	78,5	101	64,5	64,2	100	40,9	41,6	102
weiterführende Schule/Mittlere Reife	80,5	80,8	100	62,7	61,7	98	50,9	52,9	104
Fach-/Hochschulreife o. Studium	74,9	74,4	99	56,2	55,6	99	48,4	48,1	99
Fach-/Hochschulreife m. Studium	80,6	79,7	99	62,1	60,3	97	49,1	50,5	103
in Ausbildung	71,2	70,2	99	56,9	54,7	96	34,9	35,0	100
berufstätig	80,7	80,3	100	59,5	57,6	97	58,2	58,9	101
Rentner/Pensionär	74,0	75,3	102	68,2	69,3	102	22,3	24,1	108
nicht berufstätig	73,6	72,6	99	61,1	60,8	100	35,4	37,2	105
<b>Hördauer in Min.<sup>1)</sup></b>									
Personen ab 14 Jahre	186	186	100	107	105	98	78	79	101
14-29 Jahre	137	142	104	56	54	96	79	86	109
30-49 Jahre	213	208	98	93	91	98	119	115	97
ab 50 Jahre	188	190	101	139	139	100	47	48	102
Schüler in allgemeinbildender Schule	91	79	87	64	54	84	24	23	96
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	149	149	100	109	104	95	39	43	110
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	205	203	99	130	128	98	73	72	99
weiterführende Schule/Mittlere Reife	209	215	103	104	104	100	103	109	106
Fach-/Hochschulreife o. Studium	160	159	99	71	75	106	87	82	94
Fach-/Hochschulreife m. Studium	162	159	98	87	86	99	73	71	97
in Ausbildung	104	103	99	57	52	91	45	48	107
berufstätig	214	213	100	89	88	99	124	123	99
Rentner/Pensionär	172	176	102	148	150	101	21	23	110
nicht berufstätig	170	167	98	136	131	96	33	34	103
<b>Verweildauer in Min.<sup>2)</sup></b>									
Personen ab 14 Jahre	242	241	100	172	172	100	180	177	98
14-29 Jahre	192	201	105	108	107	99	188	198	105
30-49 Jahre	265	261	98	158	158	100	204	197	97
ab 50 Jahre	244	243	100	203	204	100	143	139	97
Schüler in allgemeinbildender Schule	125	113	90	103	92	89	81	82	101
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	233	234	100	201	195	97	163	161	99
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	263	258	98	201	200	100	178	173	97
weiterführende Schule/Mittlere Reife	260	266	102	166	169	102	203	205	101
Fach-/Hochschulreife o. Studium	214	214	100	127	135	106	179	170	95
Fach-/Hochschulreife m. Studium	201	199	99	141	143	101	148	140	95
in Ausbildung	147	147	100	100	96	96	130	137	105
berufstätig	266	265	100	149	152	102	213	209	98
Rentner/Pensionär	233	234	100	217	216	100	96	94	98
nicht berufstätig	231	230	100	222	216	97	93	91	98

1) Basis: gesamte Bevölkerung.

2) Basis: Hörfunknutzer.

Quelle: ma 2006 II, ma 2007 II.

⑦ **Anteile der Radionutzung im Haus und außer Haus 2005 bis 2007<sup>1</sup>**

Mo-So, BRD gesamt, Anteil an der Hördauer in %

	ma 2005			ma 2006			ma 2007		
	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus
Personen ab 14 Jahre	100	56	42	100	58	42	100	56	42
14-29 Jahre	100	39	59	100	41	58	100	38	61
30-49 Jahre	100	44	56	100	44	56	100	44	55
ab 50 Jahre	100	74	25	100	74	25	100	73	25
Schüler in allgemeinbildender Schule	100	67	28	100	70	26	100	68	29
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	100	71	28	100	73	26	100	70	29
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	100	61	38	100	63	36	100	63	35
weiterführende Schule/Mittlere Reife	100	50	50	100	50	49	100	48	51
Fach-/Hochschulreife o. Studium	100	45	54	100	44	54	100	47	52
Fach-/Hochschulreife m. Studium	100	54	44	100	54	45	100	54	45
in Ausbildung	100	49	48	100	55	43	100	50	47
berufstätig	100	41	59	100	42	58	100	41	58
Rentner/Pensionär	100	86	13	100	86	12	100	85	13
nicht berufstätig	100	83	17	100	80	19	100	78	20

1) Die Tätigkeit Schlafen wird weder der Radionutzung im Haus noch außer Haus zugeordnet.

Quelle: ma 2005 II, ma 2006 II, ma 2007 II.

⑧ **Radiohören und Tätigkeiten nach soziodemografischen Gruppen 2007**

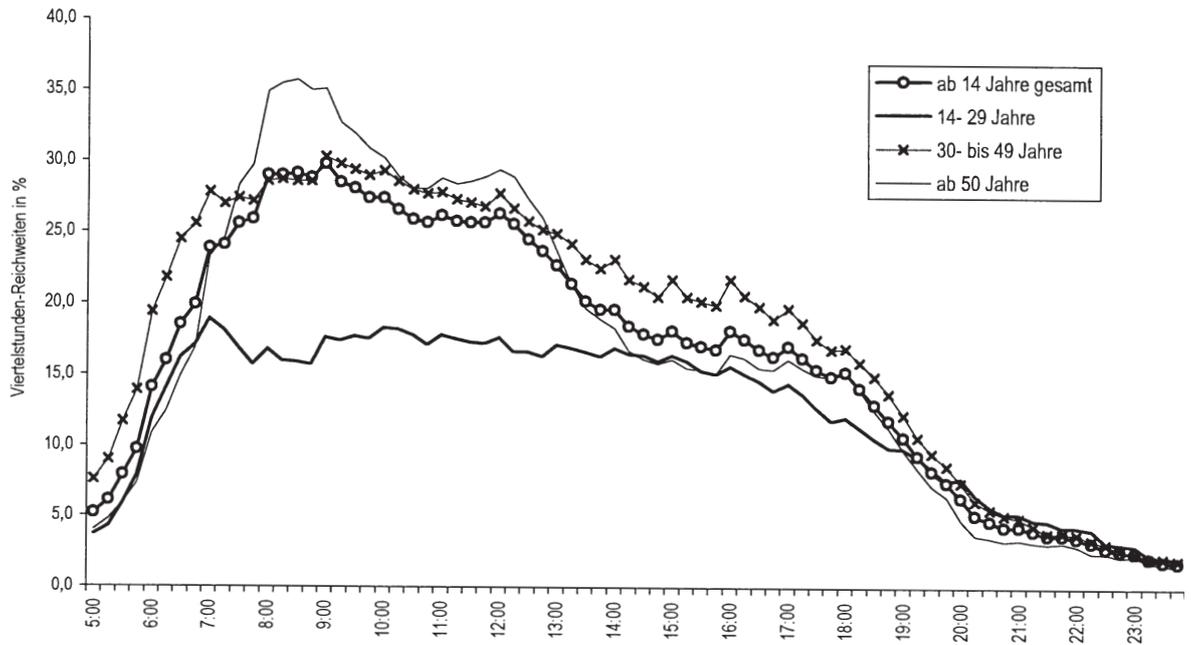
Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt

	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	29	34	44	30	37	105	79
Männer	26	18	63	37	38	85	106
Frauen	32	49	26	23	35	123	54
Alter in Jahren							
14-19 Jahre	15	7	21	12	23	51	41
20-29 Jahre	14	16	75	32	22	56	114
30-39 Jahre	21	28	71	41	28	82	116
40-49 Jahre	27	36	67	45	31	99	115
50-59 Jahre	33	43	51	34	42	122	91
60-69 Jahre	44	48	9	23	54	150	39
ab 70 Jahre	42	47	1	10	49	144	16
	Radio hören und ... Tagesreichweite in %						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto-fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 Jahre	47,8	22,3	10,7	38,3	25,8	60,8	44,6
Männer	45,4	12,2	14,5	43,3	26,2	57,6	50,8
Frauen	50,1	31,8	7,0	33,6	25,3	63,9	38,9
Alter in Jahren							
14-19 Jahre	37,5	6,1	4,7	21,9	21,1	56,1	31,4
20-29 Jahre	30,5	10,3	16,8	40,9	17,9	47,1	50,9
30-39 Jahre	39,2	19,2	17,2	50,8	21,0	53,4	57,7
40-49 Jahre	47,2	22,7	16,9	52,9	23,5	60,9	59,3
50-59 Jahre	53,9	26,1	12,6	45,3	28,2	65,5	51,9
60-69 Jahre	61,7	31,9	2,4	29,9	33,7	71,9	33,7
ab 70 Jahre	58,0	30,9	0,5	15,2	32,2	67,1	18,2

Quelle: ma 2007 II.

Abb. 1 Radionutzung im Tagesverlauf 2007

BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2007 II.

die Tagesreichweite bei 14,5 Prozent, die Hördauer bei 63 Minuten.

zung über den Tag hinweg im Vergleich zur ma 2006 II so gut wie unverändert.

#### Radionutzung erreicht Höhepunkt in der ersten Tageshälfte

##### Radiohören im Tagesverlauf

Die Media-Analyse erfasst die Nutzung der Medien im Zeitraum von 5.00 bis 24.00 Uhr. Nach wie vor liegt die Nutzungsspitze beim Radio in der Zeit zwischen 8.00 Uhr und 12.00 Uhr (vgl. Abbildung 1). Bei sehr geringen Veränderungen gegenüber dem Vorjahr zeigen die Nutzungskurven der Altersgruppen im Jahr 2007 erneut einige markante Unterschiede: Bei den 14- bis 29-Jährigen ist Radionutzung über den ganzen Tag hinweg relativ stabil, zwischen 7.00 Uhr und 17.00 Uhr liegt sie zum größten Teil auf dem gleichen Niveau. Wie oben bereits angedeutet, trägt zur Stabilität der Radionutzung in der jüngeren Altersgruppe in diesem Jahr die Nutzungszunahme bei den 20- bis 29-Jährigen bei. Ob dies in den nächsten Jahren zum Trend wird, bleibt abzuwarten.

Nah an der Kurve des Durchschnittsnutzers ab 14 Jahre liegt die Nutzungskurve der 30- bis 49-Jährigen. Nach einer Nutzungsspitze am Morgen geht die Nutzung im Laufe des Tages stetig zurück. Den ausgeprägtesten Nutzungshöhepunkt zwischen 8.00 und 10.00 Uhr zeigt allerdings die Altersgruppe ab 50 Jahre. Bis zum Mittag liegt deren Nutzung noch über dem Durchschnitt, ehe sie nach 13.00 Uhr ebenfalls deutlich abnimmt.

#### Radionutzung der Berufstätigen gegenüber Vorjahr kaum verändert

Die Radionutzung der Berufstätigen im Tagesverlauf von Montag bis Freitag zeigt, dass sich das Radiohören am Arbeitsplatz und/oder im Berufsverkehr in der Zeit zwischen 6.30 Uhr und 10.30 Uhr mit Nutzungswerten von über 30 Prozent einer unverändert hohen Akzeptanz erfreut (vgl. Abbildung 2). Bei einem leichten Rückgang in der Spitzenzeit zwischen 7.30 und 9.00 Uhr bleibt die Radionut-

##### Nutzungsmuster der Hörertypen

Neben der Differenzierung nach demografischen Merkmalen ergänzt die Unterscheidung von Nutzergruppen nach der Intensität ihrer Zuwendung zum Medium Radio das traditionelle Instrumentarium der Radioforschung. Bei einer solchen Analyse der Muster der Radionutzung zeigen sich im Wesentlichen sechs unterschiedliche Hörertypen (vgl. Tabelle 9):

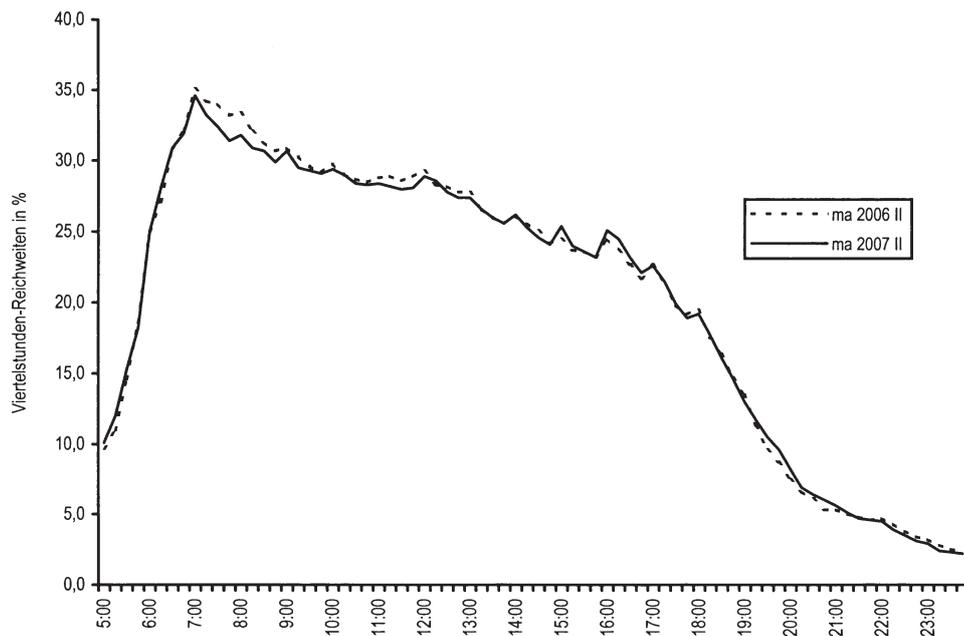
Die so genannten Vielhörer repräsentieren die intensivsten Nutzer des Radios. Dieser Hörertyp repräsentiert 7,6 Millionen Radiohörer ab 14 Jahre (= 12% der Bevölkerung). 54 Prozent von ihnen sind Männer, 46 Prozent Frauen. 63 Prozent sind berufstätig – eine der Erklärungen für die mit 428 Minuten höchste Hördauer aller Typen. Der Altersschwerpunkt liegt zwischen 30 und 59 Jahren. Ausgesprochen hoch ist hier die Tagesreichweite des Radios, sie erreicht 94,9 Prozent. Der weiteste Hörerkreis liegt bei 99,4 Prozent.

Mit dem Durchschnitt 283 Minuten erreicht der Typ der Vormittagshörer die zweithöchste Hördauer am Tag. Der Schwerpunkt seiner Radionutzung liegt in der ersten Tageshälfte, er steht stellvertretend für rund 10,7 Millionen Bundesdeutsche ab 14 Jahre (= 16%). 57 Prozent dieses Hörertyps sind Frauen. Der Altersschwerpunkt liegt mit 60 Jahren und älter deutlich über dem der Vielhörer. Etwa 44 Prozent der Vormittagshörer sind berufstätig. Die Tagesreichweite beträgt bei diesem Hörertyp 90,9 Prozent.

**Vielhörer: Tagesreichweite von fast 95 Prozent**

**Vormittagshörer: Vor allem Ältere und Frauen**

**Abb. 2 Radionutzung von Berufstätigen im Tagesverlauf 2006 und 2007**  
 Personen ab 14 J., BRD gesamt, Mo-Fr



Quelle: ma 2006 II, ma 2007 II.

⑨ Hörertypen

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

	Gesamt	Vielhörer	Frühhörer	Vormittagshörer	Späthörer	Gelegenheitshörer	Wenighörer
Hochrechnung in Mio	64,818	7,585	14,053	10,690	9,109	17,134	6,247
Zusammensetzung in %	100	12	22	16	14	26	10
Weitester Hörerkreis in %	93,8	99,4	99,2	99,2	99,0	95,8	52,2
Tagesreichweite in %	77,1	94,9	91,1	90,9	88,7	65,5	15,5
Hördauer in Minuten	186	428	179	283	182	87	19
Verweildauer in Minuten	241	451	196	311	205	133	125
Radio hören im Haus, Anteil in %	56	53	60	58	58	54	21
Radio hören außer Haus, Anteil in %	42	46	38	42	41	45	79
Altersstruktur in %							
Personen ab 14 Jahre	100	12	22	16	14	26	10
14-19 Jahre	100	3	20	5	18	43	10
20-29 Jahre	100	11	18	13	17	30	12
30-39 Jahre	100	13	22	15	15	25	9
40-49 Jahre	100	15	25	13	18	22	7
50-59 Jahre	100	14	24	16	16	23	7
60-69 Jahre	100	12	20	25	9	26	9
ab 70 Jahre	100	9	20	24	8	25	14
Soziodemografische Merkmale in %							
Männer	48	54	47	43	57	47	45
Frauen	52	46	53	57	43	53	55
berufstätig	53	63	58	44	66	46	41
in Ausbildung	11	4	11	4	15	17	13
haushaltsführend	55	56	55	61	44	53	61
Nettoeinkommen Befragter in %							
bis 500 Euro	12	9	12	12	9	13	13
500-1 000 Euro	21	20	21	24	16	21	26
1 000-1 500 Euro	22	23	21	23	21	20	22
1 500 Euro und mehr	33	42	34	32	44	28	21
kein eigenes Einkommen	13	7	12	9	11	18	17

Quelle: ma 2007 II.

**Frühörer** Eine durchschnittliche Hördauer von 179 Minuten am Tag und eine Tagesreichweite von 91,1 Prozent weisen die 14,1 Millionen Frühörer (= 22%) auf. Sie hören vor allem morgens Radio. Frauen sind hier mit 53 Prozent etwas stärker vertreten, ebenso die Berufstätigen mit 58 Prozent.

**Späthörer:** Auf ähnliche Werte für Hördauer (182 Minuten) und Tagesreichweite (88,7 Prozent) kommen auch die 9,1 Millionen Späthörer (= 14%). Dieser Hörertyp ist charakterisiert durch eine intensivere Spätnachmittag-/Abendnutzung und eine deutlich unterdurchschnittliche Nutzung über den Tag. Hier sind Männer in der Mehrheit (57%), wobei alle Altersgruppen von 14 bis 59 Jahren vertreten sind.

**Überdurchschnittlich viele Männer**

**Ein Viertel der Nutzer sind Gelegenheitshörer** Zu den Gelegenheitshörern gehören ca. 17,1 Millionen Personen (= 26%). Sie haben keine ausgeprägte Schwerpunktzeit aufzuweisen, sondern nutzen Radio eben dann, wenn sich ihnen im Tagesablauf die Gelegenheit bietet. Sie sind vor allem bei den 14- bis 29-Jährigen überdurchschnittlich vertreten, es gibt kaum geschlechtsspezifische Unterschiede. Die Tagesreichweite der Gelegenheitshörer liegt bei 65,5 Prozent, die durchschnittliche Hördauer bei 87 Minuten.

**10 Prozent sind Wenighörer** Mit einem Anteil von rund 10 Prozent sind schließlich die Wenighörer die kleinste der hier differenzierten Hörergruppen. Zu ihnen gehören 6,3 Millionen Personen. 52,2 Prozent dieser Gruppe hören innerhalb von 14 Tagen zumindest einmal Radio, nur 15,5 Prozent sind es an einem durchschnittlichen Tag. Die Hördauer der Wenighörer liegt am Tag bei durchschnittlich 19 Minuten. Frauen sind hier mit 55 Prozent überdurchschnittlich vertreten, ebenso wie die beiden Altersgruppen der 14- bis 29-Jährigen und der ab 70-Jährigen. Bei den Wenighörern ist der Anteil der Berufstätigen deutlich unterdurchschnittlich.

**Zahl der gehörten Programme**  
Die Zahl der heute verfügbaren Programme ermöglicht dem Einzelnen die Auswahl eines Lieblingsprogramms, ebenso aber auch die Möglichkeit, immer mal wieder die unterschiedlichsten Programme zu hören. Welche und wie viele dieser Angebote die Hörer tatsächlich wahrnehmen und nutzen, ist einer der spannendsten Aspekte der Radionutzungsforschung. Die ma 2007 II bestätigt auch in diesem Jahr die Erkenntnis aus früheren Analysen, dass die Radiohörer in Deutschland im Durchschnitt vier Programme innerhalb von 14 Tagen nutzen (Weitester Hörerkreis). Damit hat sich seit 2004 am Relevant Set nichts geändert, denn auch damals lag dieser Wert bei 4,0 (vgl. Tabelle 10).

**Fast zwei Drittel hören am Tag nur ein Programm** Auch bezogen auf die Zahl der an einem Durchschnittstag gehörten Programme hat sich in den letzten Jahren wenig bewegt. Laut ma 2007 Radio II nutzen 61,7 Prozent aller Radiohörer am Durchschnittstag nur ein Programm, weitere 26,4 Prozent hören zwei. 2004 betragen diese Werte 62,9 bzw. 25,3 Prozent. Das tägliche Programmrepertoire aller

### ⑩ Anzahl genannter Programme/Senderbindung 2004 bis 2007

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

	ma 2004	ma 2005	ma 2006	ma 2007
<b>Anzahl Programme im Weitesten Hörerkreis (14 Tage)</b>				
1 Programm	15,0	15,1	15,2	15,3
2 Programme	15,1	15,3	15,4	15,2
3 Programme	14,7	14,0	14,5	14,2
4 Programme	12,8	13,2	12,9	12,5
5 Programme	10,5	10,2	10,2	10,6
6 Programme	8,2	8,2	8,0	8,1
7 Programme	6,0	6,3	5,6	5,8
8 Programme und mehr	12,2	12,1	11,6	12,1
Durchschnitt alle Hörer	4,3	4,3	4,2	4,3
Durchschnitt alle Befragte	4,0	4,1	4,0	4,0
<b>Anzahl Programme pro Tag</b>				
1 Programm	62,9	62,2	62,9	61,7
2 Programme	25,3	25,5	25,1	26,4
3 Programme	8,1	8,2	8,0	8,0
4 Programme	2,4	2,5	2,4	2,4
5 Programme und mehr	1,4	1,5	1,6	1,5
Durchschnitt alle Hörer	1,6	1,6	1,6	1,6

Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II, ma 2006 II, ma 2007 II.

Hörer beträgt 2007 (wie in den Jahren zuvor) durchschnittlich 1,6 Programme.

### Hörfunknutzung nach Bundesländern

An der Spitze der Radionutzung liegen gemessen an der Tagesreichweite die vier norddeutschen Länder (vgl. Tabelle 11) Schleswig-Holstein (84,9%), Mecklenburg-Vorpommern (79,5%), Niedersachsen (78,4%) und Brandenburg (80,0%). Diese Bundesländer weisen auch gemeinsam mit Sachsen-Anhalt die höchsten Hördauerwerte (alle über 200 Minuten) auf.

Die geringste Tagesreichweite wird für Berlin (72,8%), das Saarland (73,0%) und Nordrhein-Westfalen (73,9%) gemessen. Hier liegen auch die Hördauerwerte mit 169 bis 174 Minuten vergleichsweise niedrig.

Der Vergleich der ma 2007 Radio II mit dem Vorjahr lässt auf eine zweigeteilte Entwicklung schließen: Reichweitenverbesserungen ziehen eine steigende Hördauer nach sich, Reichweitenrückgänge eine sinkende. In einigen Ländern wie zum Beispiel Bremen (minus 26 Minuten), Hamburg (minus 17 Minuten), Sachsen-Anhalt (plus 20 Minuten), Hessen (plus 17 Minuten) und Mecklenburg-Vorpommern (plus 14 Minuten) gab es dabei größere Veränderungen. Diese Ergebnisse werden erst in den nächsten Jahren, nach Vorliegen weiterer ma-Wellen, im Detail bewertbar sein.

### Öffentlich-rechtliches und privates Radio im Vergleich

An einem Durchschnittstag schalten 32,5 Millionen Hörerinnen und Hörer mindestens ein Radioprogramm der ARD-Landesrundfunkanstalten oder des Deutschlandfunks ein (vgl. Tabelle 12). Die priva-

**Höhere Nutzung in Norddeutschland**

**Geringere Nutzung in Berlin, Saarland und NRW**

**Ö.-r Radios kommen auf 32,5 Millionen tägliche Hörer, Private auf 27,8 Millionen**

⑪ **Hörfunknutzung in den einzelnen Bundesländern**

Mo-So, Personen ab 14 J.

Bundesland	Tagesreichweite in %		Hördauer in Minuten	
	ma 2006	ma 2007	ma 2006	ma 2007
<b>Norddeutschland</b>				
Mecklenburg-Vorpommern	83,3	84,9	205	219
Schleswig-Holstein	83,5	79,5	201	202
Brandenburg	80,6	80,0	208	202
Niedersachsen	80,7	78,4	208	206
<b>Stadtstaaten</b>				
Hamburg	76,8	74,4	204	187
Berlin	74,9	72,8	173	169
Bremen	79,3	76,9	202	176
<b>Mitteldeutschland</b>				
Sachsen-Anhalt	77,1	81,0	183	203
Sachsen	79,9	80,3	193	194
Thüringen	77,4	78,3	188	188
<b>Süden/Mitte/Westen</b>				
Bayern	79,0	78,9	193	184
Hessen	73,9	76,8	172	189
Nordrhein-Westfalen	73,3	73,9	174	172
<b>Südwestdeutschland</b>				
Baden-Württemberg	75,9	76,1	178	181
Rheinland-Pfalz	76,5	77,2	181	182
Saarland	76,5	73,0	176	174

Quelle: ma 2006 II, ma 2007 II.

ten Hörfunksender kommen zusammen auf eine Tagesreichweite von 27,8 Millionen Hörerinnen und Hörer. Damit hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk in den letzten drei Jahren rund 1,4 Millionen Hörer am Durchschnittstag verloren, die Privatradios haben im gleichen Zeitraum ein Minus von 300 000 Hörern zu verzeichnen. Hier schlägt sich der Rückgang der Radioreichweite insgesamt nieder. Unabhängig davon hat das öffentlich-rechtliche System weiterhin mit Abstand die meisten Hörer.

**Fazit**

Das Radio genießt, trotz aller Veränderungen im Markt, große Wertschätzung durch die Mediennutzer. Dies bestätigt auch die ma 2007 Radio II. Mit einem Weitesten Hörerkreis von 93,8 Prozent und einer Tagesreichweite von 77,1 Prozent ist das Radio – neben dem Fernsehen – weiterhin das Leitmedium in Deutschland. Mit einer Hördauer von durchschnittlich mehr als vier Stunden (bezogen auf alle Bundesbürger ab 14 Jahre, die am Stichtag Radio gehört haben), sowohl im Haus als auch außer Haus, ist das Radio nach wie vor der wichtigste Tagesbegleiter für die große Mehrheit der Mediennutzer.

**Große Wertschätzung des Radios**

Die aktuelle Anpassung an den Mikrozensus schlägt sich in den Ergebnissen der ma nieder. Allerdings gilt dies weniger für die Gesamtreichweite und die anderen Werte der Gesamtnutzung, ebenfalls weni-

**Mikrozensus beeinflusst Ergebnisse, Grundtenor und Trends bleiben**

⑫ **Tagesreichweite 2004 bis 2007**

Mo-So, Personen ab 14 J.

	Tagesreichweite in Mio				Differenz ma 2007 zu ma 2004
	ma 2004	ma 2005	ma 2006	ma 2007	
Basis	64,721	64,889	65,066	64,818	-0,097
Radio Bremen	0,731	0,666	0,673	0,671	-0,060
Norddeutscher Rundfunk	6,712	6,885	6,756	6,393	-0,319
Westdeutscher Rundfunk	7,494	7,630	7,065	6,954	-0,540
Hessischer Rundfunk	2,406	2,253	2,253	2,407	0,001
Südwestrundfunk	6,727	6,747	6,700	6,707	-0,020
Saarländischer Rundfunk	0,494	0,540	0,463	0,474	-0,020
Bayerischer Rundfunk	4,714	4,745	4,533	4,552	-0,162
Rundfunk Berlin Brandenburg	1,845	1,901	1,871	1,766	-0,079
Mitteldeutscher Rundfunk	4,197	4,238	3,940	3,769	-0,428
Deutschlandradio Kultur <sup>1)</sup>	0,252	-	0,296	0,276	0,024
Deutschlandfunk	1,081	1,180	1,334	1,273	0,192
ARD gesamt	33,879	34,166	32,966	32,451	-1,428
Private gesamt	28,083	28,146	27,553	27,786	-0,297
Radio gesamt	51,265	51,448	50,168	49,981	-1,284

1) Wegen Programmumstellung in der ma 2005 II nicht ausgewiesen.

Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II, ma 2006 II, ma 2007 II.

ger für die Fortschreibung in den einzelnen soziodemografischen Segmenten, sondern in den Verhältnissen zum Beispiel der Altersgruppen zueinander. Wenn durch die neue Grundgesamtheit rund 600 000 Hörerinnen und Hörer von 14 bis 29 Jahren am Tag hinzukommen, aber die Zahl der Hörer ab 60 Jahre um rund 900 000 geringer ist, hat dies zwangsläufig Einfluss auf die Reichweitenzahlen – insbesondere auch der unterschiedlichen Programmformate.

**Radionutzung steigt bei 20- bis 29-Jährigen an – ein neuer Trend?**

Die Radionutzung ist jedoch im Vergleich zu 2006 insgesamt sehr konstant. Bei den 20- bis 29-Jährigen steigen Tagesreichweite (plus 0,6%-Punkte) und Hördauer (plus 17 Minuten) sogar an. Dies könnte bedeuten, dass Radio seinen Stellenwert bei den 20- bis 29-Jährigen wieder etwas zurückgewinnt, vielleicht auch auf Grund neuer Empfangswege wie zum Beispiel dem Handy. Dies bleibt zu beobachten und zu analysieren. Bei den 14- bis 19-Jährigen geht die Radionutzung dagegen weiter leicht zurück.

In diesen Kontext der mittelfristigen Entwicklung gehört auch: Der MP3-Player ersetzt nicht das Radio, sondern ergänzt es. Das Radio behauptet auch bei jüngeren Zielgruppen seine starke Position. Bei den Besitzern eines MP3-Players liegt 2007 die Radionutzung sogar leicht über dem Durchschnitt.

Festzuhalten bleibt: Die ma 2007 Radio II bestätigt die Relevanz des Hörfunks, sowohl für die einzelnen Mediennutzer als auch im Medienmarkt insgesamt – im Wettbewerb zum Fernsehen und zu den neueren Konkurrenten MP3, PC und Internet.

**Anmerkung:**

- 1) Weitere Informationen sind hierzu unter folgenden Links zu finden: <http://www.statistik-berlin.de/pms2000/sg07/2005/05-01-27.html> und [http://www.wagma-mmcc.de/05\\_forschung/methodische\\_berichte/asp?topnav=10&subnav=203](http://www.wagma-mmcc.de/05_forschung/methodische_berichte/asp?topnav=10&subnav=203)

**Auch bei MP3-Player-Besitzern starke Position behauptet**

**ma 2007 unterstreicht Relevanz des Radios**

