

Ergebnisse, Trends und Methodik
der ma 2010 Radio II

→ Radionutzung in Deutschland mit leichten Zuwächsen

Von Karin Gattringer* und Walter Klingler**

Am 13. Juli 2010 hat die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) die Media-Analyse (ma) 2010 Radio II veröffentlicht. Die ma Radio stellt für die Hörfunkplaner und Programmverantwortlichen die Leitwährung dar und ist die Grundlage für wichtige Programmentscheidungen und die Vergabe von Werbebudgets.

**ma 2010 Radio II:
Radio unangefochten
meist genutzter
Tagesbegleiter**

Ein zentrales Ergebnis der ma 2010 Radio II ist, dass Radio weiterhin der am meisten genutzte Tagesbegleiter aller in Deutschland lebenden Menschen ab 10 Jahren ist. Das Radio wird täglich von 58,059 Millionen Menschen im Durchschnitt über vier Stunden eingeschaltet und ist somit fest im Tagesablauf verankert. Es hat damit trotz der enormen Zunahme der medialen Angebote nichts an Attraktivität eingebüßt.

Methodische Anmerkungen zur ma 2010 Radio II

**Grundgesamtheit um
deutschsprachige
Nicht-EU-Ausländer
ergänzt**

Die vorliegenden Reichweiten der Radioprogramme basieren auf allen telefonisch erreichbaren deutschsprachigen Bevölkerungsgruppen in Deutschland. Die bisherige Grundgesamtheit, bestehend aus Deutschen sowie in Deutschland lebenden EU-Ausländern ab 10 Jahren (D+EU 10+), wurde um die in Deutschland lebenden deutschsprachigen Nicht-EU-Ausländer ab 10 Jahren erweitert. Diese breitere Grundgesamtheit der ma-Radio-Stichprobe stellt eine methodische Weiterentwicklung dar. Die ma Radio war die erste ma-Tranche in der ag.ma, die ihre Reichweiten auf Basis der erweiterten Grundgesamtheit veröffentlichte. Alle anderen von der ag.ma erhobenen Mediengattungen, das sind Plakat, Online und die Pressemedien, sind dem Beispiel von Radio mittlerweile gefolgt und haben ebenfalls auf Basis der Grundgesamtheit deutschsprachige Bevölkerung berichtet.

**Methodische
Voraussetzungen
der Integration**

Bis ins Jahr 2007 konnte nur auf die deutsche Bevölkerung projiziert werden, weil die notwendigen Referenzdaten vom Statistischen Bundesamt über Struktur, Erreichbarkeit und Deutschkenntnisse der Ausländer für eine korrekte Hochrechnung unzureichend waren. Ab 2008 standen vor allem wegen des kommunalen EU-Wahlrechts ausreichend Daten über die Anzahl und die Struktur der in Deutschland lebenden EU-Bürger für statistische Zwecke zur Verfügung. Zur ma 2008 Radio II wurden die Hörschaftsdaten von EU-Ausländern dann erstmals in einer Radio ma ausgewiesen (vgl. Abbildung 1). (1)

Auf Beschluss der ag.ma-Mitgliederversammlung vom 25. November 2009 vervollständigen nun die deutschsprachigen Ausländer aus Nicht-EU-Staaten die Grundgesamtheit der Media-Analyse. Voraussetzung für diese Erweiterung war eine neuerliche Verbesserung der Datenlage der amtlichen Statistik und die Operationalisierung der Deutschsprachigkeit über die Einbeziehung der Variable Schulbildung. Dies wurde möglich, weil die Daten des Sozioökonomischen Panels (SOEP) eindeutig einen Zusammenhang zwischen den Merkmalen „Schulabschluss/gegenwärtiger Schulbesuch“ und „Deutschkenntnisse“ von Nicht-EU-Ausländern zeigten. Das Merkmal „Schulabschluss/gegenwärtiger Schulbesuch“ eignet sich damit als Grundlage der Gewichtung und ist darüber hinaus im Mikrozensus verfügbar. Die Gremien der ag.ma haben dies als methodisch vertretbare pragmatische Lösung angesehen. Die Ergänzung der Grundgesamtheit stellt vor allem auch eine Qualitätsverbesserung dar, weil die befragten Personen erstmals entsprechend ihrer Nationalitäten methodisch korrekt dargestellt werden können.

Die neue Grundgesamtheit (= Gesamt 10+) umfasst 73,623 Millionen Menschen. Die einzelnen Bevölkerungsgruppen gehen nun präzise mit ihrem Anteil und ihrer Struktur in die Grundgesamtheit ein: 92 Prozent Deutsche (entspricht 67,580 Mio), 3 Prozent EU-Ausländer (2,279 Mio) und 5 Prozent Nicht-EU-Ausländer (3,804 Mio) (vgl. Abbildung 2).

Die Erweiterung der Grundgesamtheit entspricht einer Potenzialerhöhung von 5,4 Prozent. Die Verteilung der erfassten Bevölkerungsgruppen in den einzelnen Bundesländern ist sehr unterschiedlich. Während sich EU-Ausländer hauptsächlich in den Metropolen und den Regionen in Nachbarschaft zu anderen europäischen Ländern finden lassen, wird bei den übrigen Ausländern ein West-Ost-Gefälle deutlich. Deshalb erhöhen sich auch im Süden, Westen und in den Metropolen die Potenziale am stärksten. Bei der jungen Bevölkerung verstärkt sich dieser Effekt noch und bewirkt, dass hier mehr Hörer festgestellt werden können. Die Erhöhung der Potenziale muss bei der Bewertung von Reichweitzuwächsen dementsprechend berücksichtigt werden (vgl. Abbildung 3).

Durch die Erweiterung der Grundgesamtheit um die Nicht-EU-Ausländer lassen sich die Daten der ma 2010 Radio II nur eingeschränkt mit den Ergebnissen der vorangegangenen Jahre vergleichen. Um Aussagen zur Entwicklung der Radionutzung im Jahresverlauf treffen zu können, basieren Vergleiche deshalb auf Basis Deutsche und EU-Ausländer ab 10 Jahren.

Sechs unabhängige Marktforschungsinstitute führten im Auftrag der ag.ma für die ma 2010 Radio II insgesamt 65 264 Telefoninterviews durch. Befragt wurde vom 6. September bis zum 20. Dezember 2009 (Herbstwelle 2009) sowie vom 3. Januar bis zum 18. April 2010 (Frühjahrswelle 2010) unter Aussparung der Osterfeiertage. Es wurden 62 842 Deutsche, 1 019 EU-Ausländer und 1 403 Nicht-EU-

„Deutschsprachigkeit“ über Schulabschluss/Schulbesuch operationalisiert

Grundgesamtheit nun gut 73 Mio Menschen

Potenzialerhöhung um 5,4 Prozent

Kein Jahresvergleich auf Basis der neuen Grundgesamtheit möglich

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

** SWR-Medienforschung/Programmstrategie.

Ausländer sowie insgesamt 2 556 Kinder im Alter von 10 bis 13 Jahren befragt.

Erhobene Radiosender: der gesamte Radiomarkt wird abgebildet

Die ma Radio erhebt den Anspruch, alle in Deutschland empfangbaren Radioprogramme – unabhängig davon, ob sie über Antenne, Satellit, Kabel, Internet oder Handy gehört wurden – in der Befragung zu berücksichtigen (soweit sie im Rahmen einer solchen Studie messbar sind). Aktuell umfasst die Senderdatenbank der ag.ma über 400 Sender. Den Befragten können jedoch nicht alle Programme vorgelesen werden, um sie nicht zu überfordern. Deshalb muss die Anzahl der gestützt erhobenen Sender reduziert werden. Zu diesem Zweck erfolgt jährlich eine mediengerechte Zuteilung der Sender zu Befragungsgebieten, den so genannten Splitgebieten, die aus einem oder mehreren Landkreisen bestehen. Die Splitgebietsbildung und die Zuteilung der abzufragenden Sender erfolgt computergestützt auf Basis der Relevanz der Programme in den Kreisen. Diese orientiert sich an der Sendernutzung, die über den Weitesten Hörerkreis (WHK) der vorhergehenden ma Radio bestimmt wird. Für die ma 2010 Radio II wurden insgesamt 411 regionale Splits gebildet. Pro Split wurden durchschnittlich 25 ortsüblich empfangbare Sender einzeln vorgelesen. Neben der Bekanntheit (Sender schon mal gehört) wird die Nutzung innerhalb der letzten 14 Tage (Weitester Hörerkreis) erfragt. Gebietsfremde Sender werden über die offene Abfrage ermittelt, womit sichergestellt ist, dass wirklich jeder gehörte Radiosender registriert werden kann.

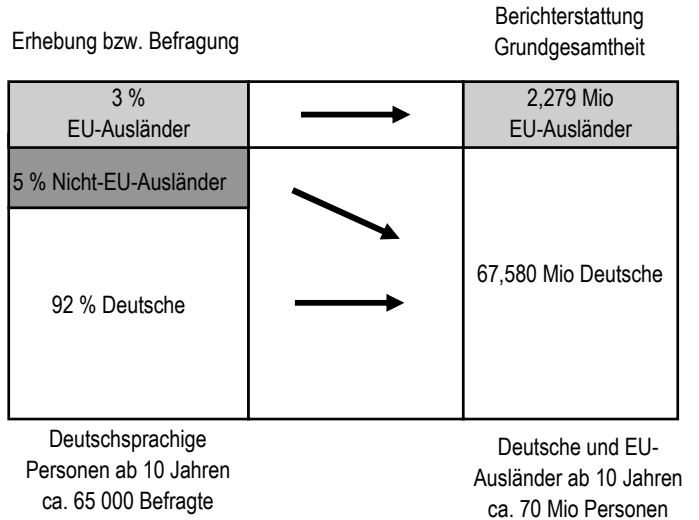
Ergebnisse der ma 2010 Radio II

Anstieg der Radionutzung in fast allen soziodemografischen Gruppen

Nach den aktuellen Ergebnissen der ma 2010 Radio II haben in den letzten zwei Wochen (Weitester Hörerkreis) 93,3 Prozent (2) der Befragten Radio gehört (vgl. Tabelle 1). Etwas höher als noch in der ma 2009 Radio II liegt die Tagesreichweite nun bei 76,7 Prozent (Gesamt 10+). Das heißt, Radio erreicht täglich über drei Viertel der Menschen in Deutschland (Hörer gestern, Mo-So). Die tägliche Hördauer stieg im Durchschnitt um neun Minuten von 177 Minuten (ma 2009 II, D+EU 10+) auf 186 Minuten (ma 2010 II, Gesamt 10+). Vergleicht man auf Basis der gemeinsamen Grundgesamtheit D+EU 10+, so ergibt sich ein Hördauererfolg von sogar 12 Minuten. Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass die deutschsprachigen Nicht-EU-Ausländer etwas weniger lang Radio hören als die deutsche Bevölkerung. Die Verweildauer, also die Hördauer der Hörer pro Tag, wird in der neuen ma um 10 bzw. 11 Minuten (Gesamt 10+ bzw. D+EU 10+) höher ausgewiesen und liegt jetzt bei 242 Minuten. Das entspricht einer durchschnittlichen Radionutzungszeit von vier Stunden pro Tag.

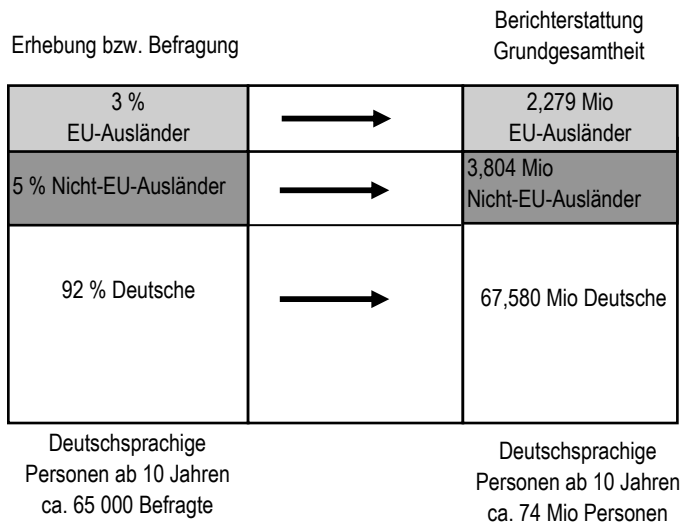
Diese für die Radiomacher positiven „Veränderungen der Radionutzung sind überwiegend marktbedingt und weniger auf methodische Änderungen zurückzuführen. Zu diesem Ergebnis ist die Technische Kommission in ihrem Prüfauftrag für den Arbeitsausschuss der ag.ma gekommen“. (3)

Abb. 1 Grundgesamtheit in der ma 2008



Quelle: ARD-Werbung SALES & SERVICES Radioforschung.

Abb. 2 Grundgesamtheit in der ma 2010



Quelle: ARD-Werbung SALES & SERVICES Radioforschung.

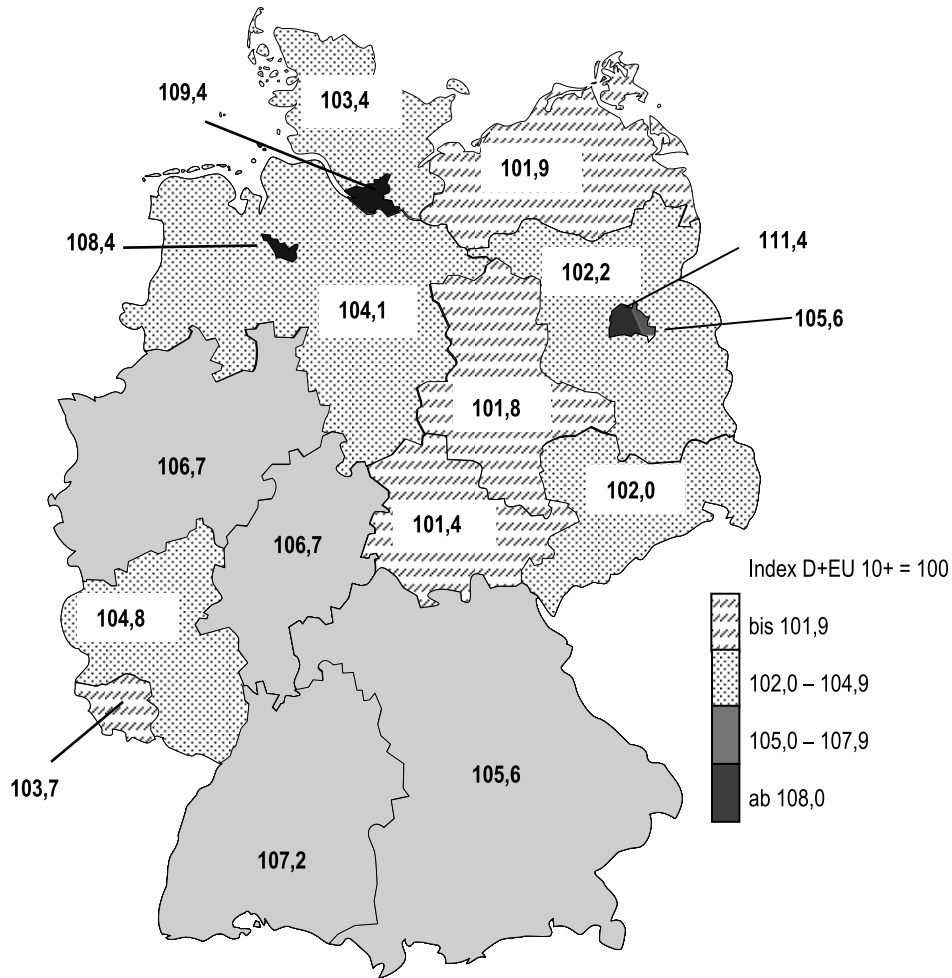
① Entwicklung Radionutzung 2009 und 2010
Mo-So, BRD gesamt

	D+EU 10+ ¹⁾		Dspr. Bev. 10+ ²⁾
	ma 2009	ma 2010	ma 2010
Weitester Hörerkreis in %	93,5	93,9	93,3
Tagesreichweite in %	76,4	77,9	76,7
Hördauer in Min.	177	189	186
Verweildauer in Min.	232	243	242

1) Deutsche und EU-Ausländer, ab 10 Jahren.
2) Deutschsprachige Bevölkerung, ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

Abb. 3 Erweiterung der Grundgesamtheit ab ma 2010 Radio I



Quelle: ma 2010 Radio I, ma 2009 Radio II.

Frauen hören immer noch kürzer als Männer Radio

Die längere Radionutzung gilt in fast gleichem Maße für alle gängigen soziodemografischen Zielgruppen – Jüngere wie Ältere, Auszubildende wie Berufstätige und Rentner (vgl. Tabelle 2). Die Radionutzung der beiden Geschlechter glich sich bis zur ma 2009 zunehmend an. In der ma 2010 Radio II erreichen die Frauen 75,8 Prozent (Gesamt 10+) bei der täglichen Reichweite, die Männer 77,8 Prozent. Allerdings wächst die Hördauer der Männer stärker, nämlich von 180 auf 195 bzw. 193 Minuten täglich (D+EU bzw. Gesamt), als die der Frauen. Diese erhöhen die Nutzungszeit von 175 auf 184 bzw. 180 Minuten (D+EU bzw. Gesamt). Die Männer schalten also täglich das Radio 13 Minuten länger als die Frauen ein. 2009 betrug der Unterschied zwischen den Geschlechtern nur 5 Minuten.

In allen Altersklassen wird mehr Radio gehört

Alter, Bildung und Berufstätigkeit beeinflussen Häufigkeit und Dauer der Radionutzung. Am häufigsten und längsten hören die 30- bis 69-jährigen Radio. Die 10- bis 29-jährigen sowie ältere Menschen ab 70 Jahren schalten das Radio dagegen sel-

tener und weniger lange ein. Im Vergleich zur vorangegangenen ma hat sich jedoch die Tagesreichweite in allen Altersklassen mit Ausnahme der 50- bis 59-jährigen leicht erhöht (Vergleich auf Basis D+EU 10+). Erfreulicherweise bescheinigt die aktuelle Media-Analyse, dass die 10- bis 19-jährigen nun das Medium wieder länger nutzen. Sie verzeichnen im Jahresvergleich eine überproportionale Steigerung der Hördauer um 17 Prozent.

Radio ist das mobilste aller Medien. Es kann immer und überall genutzt werden. Die ma Radio erfasst im CATI-Interview sowohl die Nutzung im Haus als auch die außer Haus. Im allgemeinen Bevölkerungsdurchschnitt erreicht das Radio täglich gut 60 Prozent der Menschen in ihrem Zuhause. Knapp 45 Prozent der Bevölkerung werden außer Haus, zum Beispiel bei der Ausübung der Berufsarbeit oder beim Autofahren, erreicht (vgl. Tabelle 3). Natürlich gibt es zwischen diesen Gruppen Überschneidungen, also Menschen, die sowohl im als auch außer Haus Radio hören. Die Hördauer im Haus und außer Haus steigt mit der ma 2010 gleichermaßen leicht an. Sie liegt im Haus nun bei 108 Minuten, außer Haus bei 76 Minuten. Ebenso steigt die Verweildauer im Haus von 171 auf

Radionutzung im Haus und außer Haus

② Hörfunknutzung nach soziodemografischen Gruppen 2009 und 2010

Mo-So, BRD gesamt

	Tagesreichweite in %			Index ma 2009 =100 D+EU 10+	Hördauer in Min.			Index ma 2009 =100 D+EU 10+
	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+		ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	
Personen ab 10 Jahren	76,4	77,9	76,7	102	177	189	186	107
Männer	76,9	78,8	77,8	102	180	195	193	108
Frauen	76,0	77,1	75,8	101	175	184	180	105
Altersgruppen								
10-19 J.	67,0	68,8	66,2	103	84	98	94	117
20-29 J.	69,3	71,3	69,8	103	157	166	163	106
30-39 J.	76,2	77,7	76,0	102	181	199	193	110
40-49 J.	80,9	82,3	81,0	102	206	216	212	105
50-59 J.	82,2	82,0	81,3	100	216	224	222	104
60-69 J.	81,6	83,1	82,9	102	205	212	211	103
ab 70 J.	74,0	76,7	76,5	104	165	181	180	110
Bildung								
Schüler in allgemeinbildender Schule	67,4	68,4	65,6	101	69	71	68	103
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	64,9	66,6	65,1	103	153	175	170	114
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre weiterführende Schule/Mittlere Reife	77,9	79,9	79,5	103	203	218	216	107
Fach-/Hochschulreife o. Studium	81,4	80,7	79,9	99	209	214	212	102
Fach-/Hochschulreife m. Studium	75,5	77,8	76,5	103	163	174	171	107
Fach-/Hochschulreife m. Studium	79,2	81,6	80,9	103	155	165	166	106
Beruf								
in Ausbildung	68,0	68,9	66,4	101	96	102	99	106
berufstätig	79,4	80,7	79,5	102	201	211	208	105
Rentner/Pensionär	77,0	79,1	78,9	103	182	194	194	107
nicht berufstätig	71,1	72,7	71,9	102	163	186	181	114

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

③ Radiohören im und außer Haus

Mo-So, BRD gesamt

	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	Index ma 2009=100 D+EU 10+
Radio gesamt				
Weitester Hörerkreis in %	93,5	93,9	93,3	100
Tagesreichweite in %	76,4	77,9	76,7	102
Hördauer in Min.	177	189	186	107
Verweildauer in Min.	232	243	242	105
Radiohören im Haus				
Tagesreichweite in %	60,3	62,2	60,8	103
Hördauer in Min.	103	111	108	108
Verweildauer in Min.	171	179	178	105
Radiohören außer Haus				
Tagesreichweite in %	44,0	45,1	44,7	103
Hördauer in Min.	72	76	76	106
Verweildauer in Min.	164	169	170	103

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

④ **Anteile der Radionutzung im Haus und außer Haus**

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

	ma 2009 D+EU 10+			ma 2010 D+EU 10+			ma 2010 Dspr. Bev. 10+		
	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus
Personen ab 10 J.	100	58	41	100	59	40	100	58	41
10-29 J.	100	41	57	100	43	56	100	43	56
30-49 J.	100	46	54	100	46	53	100	46	54
ab-50 J.	100	73	25	100	74	25	100	74	25
Schüler in allgemeinbildender Schule	100	68	29	100	69	28	100	68	31
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	100	67	31	100	66	31	100	64	34
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	100	64	35	100	66	33	100	65	34
weiterführende Schule/Mittlere Reife	100	52	47	100	52	48	100	52	48
Fach-/Hochschulreife o. Studium	100	46	53	100	49	51	100	49	51
Fach-/Hochschulreife m. Studium	100	58	41	100	56	43	100	56	43
in Ausbildung	100	49	49	100	51	47	100	51	47
berufstätig	100	44	55	100	45	55	100	44	56
Rentner/Pensionär	100	86	13	100	87	11	100	87	11
nicht berufstätig	100	78	20	100	81	18	100	78	20

Die Tätigkeit Schlafen wird weder der Radionutzung im Haus noch außer Haus zugeordnet.
Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

179/178 (D+EU/Gesamt) Minuten und außer Haus von 164 auf 169/170 Minuten.

Leichte Veränderungen nach soziodemografischen Merkmalen

Die Radionutzung findet unverändert zu 58 Prozent im Haus und zu 41 Prozent außer Haus statt (vgl. Tabelle 4). Auch in den einzelnen demografischen Untergruppen hat es hier zwischen der ma 2009 und der ma 2010 keine nennenswerten Verschiebungen gegeben, das allgemeine Nutzungsmuster blieb unverändert. Die höchste Nutzung im Haus haben wie bisher Rentner und nicht berufstätige Menschen mit einem Anteil von 87 Prozent bzw. 78 Prozent, bedingt durch die weit überdurchschnittliche „Häuslichkeit“ dieser Gruppe. Auch Menschen ab 50 Jahren (inklusive Rentner) sowie Schüler nutzen das Radio vorwiegend in ihren eigenen vier Wänden. Im Gegensatz dazu haben Menschen der Altersklasse 10 bis 49 Jahre sowie Berufstätige die höchsten Anteile an Nutzung außer Haus mit 56 bzw. 54 Prozent.

Die bereits beschriebenen Änderungen nach soziodemografischen Merkmalen können bei detaillierter Betrachtung auch für die Radionutzung im Haus und außer Haus festgestellt werden (vgl. Tabelle 5). So kann fast in allen Alters-, Bildungs- und Berufsgruppen eine leichte Erhöhung der Tagesreichweite konstatiert werden. Nur Menschen mit dem Bildungsabschluss „weiterführende Schule/mittlere Reife“ bleiben stabil bei einem Index von 99. Auffällig sind lediglich Rückgänge der Verweildauer außer Haus bei den Schülern in allgemeinbildenden Schulen (Index 89) und den Rentnern/Pensionären (Index 95), bei fast stabilen Ergebnissen für die Auszubildenden (Index 99) und für die nicht Berufstätigen (Index 97).

Das Massenmedium Radio steht zunehmend in Konkurrenz zu anderen Medien. Bisher konnte es allerdings nicht von seinem Platz verdrängt werden. Die Bedeutung von Radio wird durch die aktuellen Ergebnisse der Media-Analyse wieder bestätigt (vgl. Tabelle 6). Das Fernsehen liegt mit einer Tagesreichweite von 82,2 Prozent auf Platz eins, gefolgt vom Radio mit 76,7 Prozent. Die PC-Nutzung erhöhte sich von 32,5 Prozent auf 37,8 Prozent und weist somit den höchsten Index von 115 auf. Die Tonträger sanken marginal und landen bei 22,5 Prozent Tagesreichweite (Index 97). Video/DVD verzeichnen in der Tagesreichweite eine leichte Steigerung von 3,0 auf 3,4 Prozent.

Auch hinsichtlich der Nutzungsdauer bleiben Fernsehen und Radio in 2010 die wichtigsten Medien. Fernsehen liegt mit täglich 190 Minuten und Radio mit 186 Minuten pro Tag weit vor den anderen Medien. Die PC-Nutzung – von der Dauer her an dritter Stelle – stieg von 76 auf 87 Minuten pro Tag. Die tägliche Nutzung der Tonträger sowie von DVD/Video blieb fast unverändert bei 33 bzw. 4 Minuten.

Die Radionutzung unterscheidet sich zwischen den Wochenabschnitten Montag bis Freitag bzw. Samstag und Sonntag. Werktags von Montag bis Freitag wird das Radio am häufigsten genutzt. Die Tagesreichweite liegt bei 78,9 Prozent und ist damit geringfügig höher als noch zur letzten ma (vgl. Tabelle 7). Auch die Nutzungsdauer ist während der Woche mit 198 Minuten deutlich höher als am Wochenende. Samstags erreicht das Radio genau drei Viertel der Bevölkerung. Die Radiohörer bleiben im Durchschnitt drei Stunden und 51 Minuten, das sind 20 Minuten kürzer als während der Woche, dran. Sonntags nutzen 68 Prozent der Bevölkerung

Konkurrenz zu anderen Medien: Fernsehen und Radio vorn

Radionutzung während der Woche und am Wochenende unterschiedlich

⑤ Radiohören im Haus und außer Haus

BRD gesamt

	Radionutzung gesamt				im Haus			
	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	Index ma 2009=100 D+EU 10+	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	Index ma 2009=100 D+EU 10+
Tagesreichweite in %								
Personen ab 10 J.	76,4	77,9	76,7	102	60,3	62,2	60,8	103
10-29 J.	68,2	70,1	68,1	103	49,3	51,4	49,3	104
30-49 J.	78,9	80,3	79,8	102	56,7	58,4	56,7	103
ab 50 J.	79,2	80,4	80,1	102	69,2	70,9	70,5	102
Schüler in allgemein- bildender Schule	67,4	68,4	65,6	101	55,8	57,0	54,2	102
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	64,9	66,6	65,1	103	53,1	54,6	51,8	103
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	77,9	79,9	79,5	103	64,1	66,3	65,3	103
weiterführende Schule/ Mittlere Reife	81,4	80,7	79,9	99	62,7	62,8	61,9	100
Fach-/Hochschulreife o. Studium	75,5	77,8	76,5	103	54,3	58,1	56,6	107
Fach-/Hochschulreife m. Studium	79,2	81,6	80,9	103	60,6	63,5	63,0	105
in Ausbildung	68,0	68,9	66,4	101	52,3	53,9	51,6	103
berufstätig	79,4	80,7	79,5	102	57,7	59,3	57,8	103
Rentner/Pensionär	77,0	79,1	78,9	103	70,8	73,8	73,6	104
nicht berufstätig	71,1	72,7	71,9	102	59,3	60,2	58,5	102
Hördauer in Min. ¹⁾								
Personen ab 10 J.	177	189	186	107	103	111	108	108
10-29 J.	123	134	131	109	51	58	56	114
30-49 J.	195	209	204	107	89	97	93	109
ab 50 J.	195	205	204	105	143	151	150	106
Schüler in allgemein- bildender Schule	69	71	68	103	47	49	46	104
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	153	175	170	114	103	116	109	113
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	203	218	216	107	130	143	140	110
weiterführende Schule/ Mittlere Reife	209	214	212	102	109	112	110	103
Fach-/Hochschulreife o. Studium	163	174	171	107	75	85	83	113
Fach-/Hochschulreife m. Studium	155	165	166	106	90	93	93	103
in Ausbildung	96	102	99	106	47	52	50	111
berufstätig	201	211	208	105	89	94	92	106
Rentner/Pensionär	182	194	194	107	157	169	169	108
nicht berufstätig	163	186	181	114	127	151	142	119
Verweildauer in Min. ²⁾								
Personen ab 10 J.	232	243	242	105	171	179	178	105
10-29 J.	180	192	192	107	104	114	113	110
30-49 J.	247	260	259	105	156	166	165	106
ab 50 J.	246	255	255	104	207	213	213	103
Schüler in allgemein- bildender Schule	103	103	104	100	84	87	85	104
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	235	263	260	112	194	213	210	110
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	261	272	272	104	203	215	214	106
weiterführende Schule/ Mittlere Reife	257	266	265	104	173	178	177	103
Fach-/Hochschulreife o. Studium	216	224	223	104	138	146	146	106
Fach-/Hochschulreife m. Studium	195	202	205	104	148	147	147	99
in Ausbildung	141	149	149	106	91	97	96	107
berufstätig	253	262	262	104	154	159	158	103
Rentner/Pensionär	237	245	246	103	221	229	229	104
nicht berufstätig	229	256	251	112	215	251	243	117

(Fortsetzung nächste Seite)

⑤ **Radiohören im Haus und außer Haus (Fortsetzung)**

BRD gesamt

	außer Haus			Index ma 2009=100 D+EU 10+
	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	
Tagesreichweite in %				
Personen ab 10 J.	44,0	45,1	44,7	103
10-29 J.	40,6	42,5	41,6	105
30-49 J.	57,0	57,8	56,9	101
ab 50 J.	36,2	37,3	37,3	103
Schüler in allgemein- bildender Schule				
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	28,7	31,7	30,6	110
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	27,8	28,3	29,2	102
weiterführende Schule/				
Mittlere Reife	41,4	41,8	42,0	101
Fach-/Hochschulreife o. Studium	53,3	53,2	52,8	100
Fach-/Hochschulreife m. Studium in Ausbildung	50,9	50,6	50,2	99
berufstätig	49,4	52,2	51,8	106
Rentner/Pensionär	34,9	36,4	35,2	104
nicht berufstätig	57,3	58,1	57,6	101
	25,0	25,8	25,8	103
	34,7	36,1	36,2	104
Hördauer in Min.¹⁾				
Personen ab 10 J.	72	76	76	106
10-29 J.	70	75	74	107
30-49 J.	105	111	110	106
ab 50 J.	49	52	52	106
Schüler in allgemein- bildender Schule				
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	20	20	21	100
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	47	55	58	117
weiterführende Schule/				
Mittlere Reife	71	73	74	103
Fach-/Hochschulreife o. Studium	99	102	101	103
Fach-/Hochschulreife m. Studium in Ausbildung	86	88	87	102
berufstätig	63	71	71	113
Rentner/Pensionär	47	48	47	102
nicht berufstätig	110	116	116	105
	23	22	22	96
	33	33	37	100

(Fortsetzung nächste Seite)

das Radio immerhin noch drei Stunden und 25 Minuten lang.

Betrachtet man die Nutzung im Tagesverlauf der verschiedenen Wochentage (vgl. Abbildung 4) so unterscheiden sich Montag bis Freitag sowie Samstag und Sonntag doch beträchtlich. Während der Woche beginnt die Radionutzung früher und steigt steil an. Sie erreicht ihren Höhepunkt um 8.00 Uhr mit 31,5 Prozent Reichweite in der Viertelstunde. Auch nachmittags bleibt die Nutzung auf hohem Niveau. Zwischen 18.00 Uhr und 20.00 Uhr sinkt die Nutzungskurve dann deutlich. Samstags

setzt die Nutzung ungefähr eine Stunde später ein, erreicht ihren Peak um 9.00 Uhr und liegt nachmittags etwas unter der Nutzungskurve der Werk-tage. Sonntags wird noch später eingeschaltet und das Niveau ist generell etwas geringer.

Diese Unterschiede in der Nutzung haben schon in der Vergangenheit dazu geführt, dass es unterschiedliche Daten für die verschiedenen Wochentage als auch unterschiedliche Preise für Hörfunkwerbung Montag bis Freitag als auch Samstag bzw. Sonntag gab. Nur die Nutzungswahrscheinlichkeiten – die ag.ma-Leitwährung – wurden lediglich als Durchschnitt für Montag bis Samstag ausgewiesen. Dies soll sich zur ma 2011 Radio I ändern. Sofern die

**ma 2011 Radio I:
Werbeträgerreich-
weiten für Wochen-
tage und Samstag/
Sonntag – neue Wäh-
rung**

⑤ **Radiohören im Haus und außer Haus (Fortsetzung)**

BRD gesamt

	außer Haus			Index ma 2009=100 D+EU 10+
	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	
Verweildauer in Min. ²⁾				
Personen ab 10 J.	164	169	170	103
10–29 J.	173	175	177	101
30–49 J.	184	192	193	104
ab 50 J.	136	139	140	102
Schüler in allgemein- bildender Schule	71	63	68	89
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	170	196	198	115
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	172	175	176	102
weiterführende Schule/ Mittlere Reife	186	191	192	103
Fach-/Hochschulreife o. Studium	169	175	173	104
Fach-/Hochschulreife m. Studium in Ausbildung	128	135	138	105
berufstätig	134	133	135	99
berufstätig	192	200	201	104
Rentner/Pensionär	91	86	86	95
nicht berufstätig	95	92	103	97

1) Basis: gesamte Bevölkerung.

2) Basis: Hörfunknutzer.

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

⑥ **Mediennutzung pro Tag**

Mo–So, BRD gesamt

	ma 2009	ma 2010	ma 2010	Index
	D+EU 10+	D+EU 10+	Dspr. Bev. 10+	ma 2009=100 D+EU 10+
Radio gesamt				
netto 5.00–24.00 Uhr in %	76,4	77,9	76,7	102
Hördauer in Min.	177	189	186	107
Verweildauer in Min.	232	243	242	105
Fernsehen gesamt				
netto 5.00–24.00 Uhr in %	82,9	82,5	82,2	100
Sehdauer in Min.	193	191	190	99
Verweildauer in Min.	232	232	231	100
Video/DVD				
netto 5.00–24.00 Uhr in %	3,0	3,4	3,4	113
Nutzungsdauer in Min.	4	4	4	100
Verweildauer in Min.	125	128	129	102
Tonträger hören				
netto 5.00–24.00 Uhr in %	22,7	22,1	22,5	97
Hördauer in Min.	32	32	33	100
Verweildauer in Min.	141	146	144	104
mit PC beschäftigen				
netto 5.00–24.00 Uhr in %	32,5	37,4	37,8	115
Nutzungsdauer in Min.	76	87	87	114
Verweildauer in Min.	233	233	231	100

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

⑦ Entwicklung der Hörfunknutzung nach Wochentagen

BRD gesamt

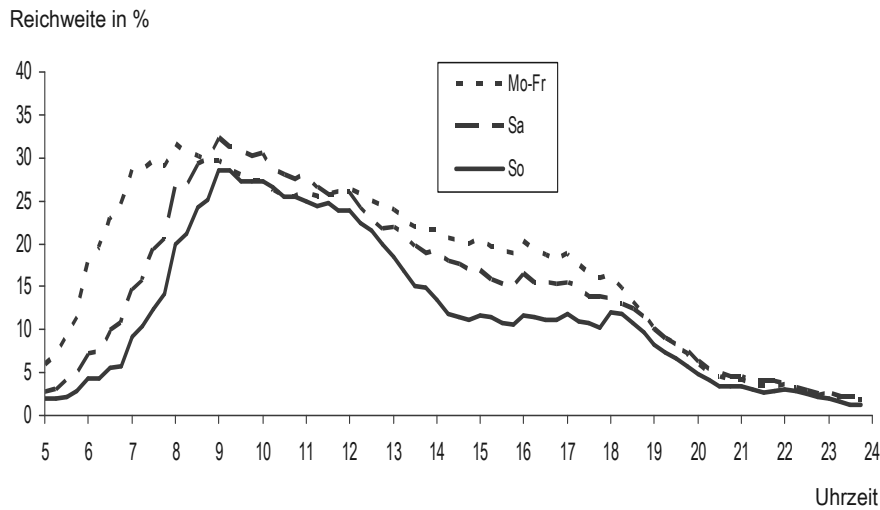
	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	Index ma 2009=100 D+EU 10+
Montag bis Freitag				
Tagesreichweite in %	78,7	80,1	78,9	102
Hördauer in Min.	188	201	198	107
Verweildauer in Min.	239	251	251	105
Samstag				
Tagesreichweite in %	73,3	76,3	75,0	104
Hördauer in Min.	165	177	173	107
Verweildauer in Min.	225	231	231	103
Sonntag				
Tagesreichweite in %	68,3	68,7	68,0	101
Hördauer in Min.	139	141	140	101
Verweildauer in Min.	203	205	205	101
Montag bis Sonntag				
Tagesreichweite in %	76,4	77,9	76,7	102
Hördauer in Min.	177	189	186	107
Verweildauer in Min.	232	243	242	105

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

Abb. 4 Tagesverlauf der Radionutzung 2010 nach Wochentagen

Mo-Fr, Sa, So



Basis: BRD Gesamt, Gesamt 10+.

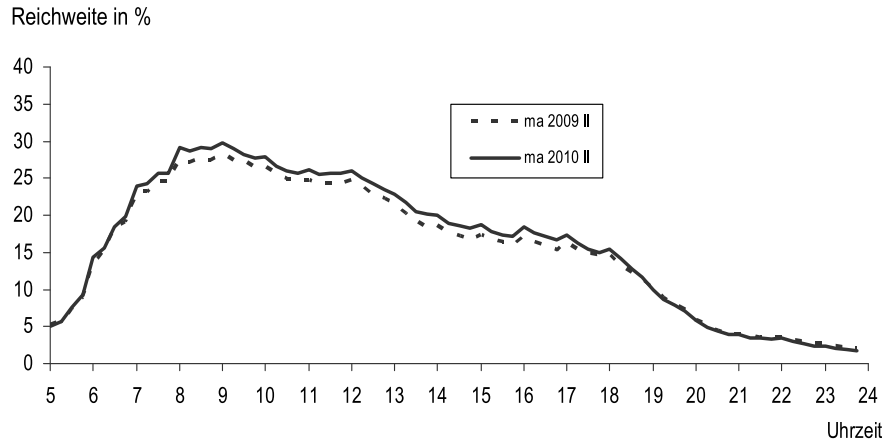
Quelle: ma 2010 Radio II.

ag.ma-Mitgliederversammlung im November 2010 dies abschließend befürwortet, wird die ma im kommenden Frühjahr erstmals Leistungswerte für die Wochentage Montag bis Freitag sowie für die Tage Samstag und Sonntag getrennt voneinander darstellen. Diese Neuerung geht zurück auf Anforderungen in den Gremien der ag.ma, die nun realisiert werden.

Radiohören und einzelne Tätigkeiten

Radio ist das Begleitmedium für verschiedene Tätigkeiten im Verlauf eines Tages. Zu welchen Zeiten welche Tätigkeiten und welche Mediennutzung stattfindet, wird im so genannten Tagesablaufscheema erhoben, dem Kernstück des CATI-Interviews. Für jede Viertelstunde zwischen 5.00 und 24.00 Uhr wird in einer Gesprächssituation zwischen Telefoninterviewer und Befragtem anhand von elf Leitaktivitäten wie zum Beispiel Essen, Körperpflege, Haus- oder Berufsarbeit ermittelt, womit sich die Befragten am Tag zuvor beschäftigt haben und

Abb. 5 Radionutzung im Tagesverlauf 2009 und 2010



Basis: Mo-So, BRD Gesamt, ma 2009 II: D+EU 10+, ma 2010 II: Deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 Radio II und ma 2010 Radio II.

ob bei diesen Tätigkeiten, Medien genutzt wurden. Die Ergebnisse der ma 2010 zeigen am Beispiel der fünf „Nebentätigkeiten“ Essen, Arbeit im oder außer Haus, Autofahren oder sonstige Tätigkeiten, wie das Radiohören in den Tagesablauf eingebunden ist (vgl. Tabelle 8).

Hälfte der Bevölkerung hört beim Essen Radio

Knapp die Hälfte der Bevölkerung wird während des Essens – morgens, mittags oder abends – mit Radio erreicht. Der Bevölkerungsdurchschnitt hört ein halbe Stunde Radio während der Mahlzeiten. Frauen (50,4%) und ältere Menschen hören tendenziell öfter und länger Radio beim Essen als Männer (46,5%) oder Jüngere. Insgesamt wird dafür zwischen einer Viertelstunde (20- bis 29-Jährige) bis zu einer Dreiviertelstunde (ab 60-Jährige) in Anspruch genommen. Fast alle diese Werte sind im Vergleich zur ma 2009 gestiegen, lediglich die Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen isst und/oder hört etwas weniger.

Frauen hören mehr Radio bei der Arbeit im Haus

Radio begleitet auch die Arbeit im und/oder außer Haus. Bei diesen beiden Leitaktivitäten sind auch die Unterschiede zwischen Männern und Frauen am größten. Während fast ein Drittel der Frauen bei der Arbeit im Haus von ihrem Programm im Durchschnitt knapp 50 Minuten erreicht wird, sind es bei den Männern lediglich knapp 15 Prozent und das auch nur 19 Minuten lang. Bei der Arbeit außer Haus verhält es sich genau umgekehrt. Hier liegt die Tagesreichweite bei den Männern bei 13,5 Prozent und die Hördauer bei knapp einer Stunde. Die Frauen wiederum werden täglich zu 7,3 Prozent eine knappe halbe Stunde bei der Arbeit außer Haus erreicht. Drei Viertel der Zeit beim Autofahren wird Radio gehört. Laut ma 2010 fahren Männer öfter mit eingeschaltetem Radio (41,7%) als Frauen (34,2%).

Die Nutzungsmuster dieser wichtigsten Leitaktivitäten sind im Vergleich zwischen der ma 2010 und der ma 2009 im Wesentlichen unverändert geblieben. Die Reichweite sowie die Dauer

sind bis auf wenige Ausnahmen in allen soziodemografischen Gruppen gestiegen.

Radiohören im Tagesverlauf

Die Media-Analyse erfasst die Nutzung der Medien im Zeitraum von 5.00 bis 24.00 Uhr. Die Radionutzung im Tagesverlauf folgt auch laut ma 2010 Radio II bekannten und stabilen Mustern. Der Nutzungsschwerpunkt liegt unverändert zwischen 7.00 Uhr und 12.00 Uhr mit Reichweiten bis zu 30 Prozent (vgl. Abbildung 5). Im Vergleich zur ma 2009 Radio II erreicht das Radio tagsüber zwischen 7.00 und 18.00 Uhr in allen Zeitschienen etwas mehr Hörer.

Bei einem Vergleich der Tagesverläufe der unterschiedlichen Altersgruppen zeigen sich deutliche Unterschiede, die sich aus den unterschiedlichen Hintergründen der Tagesabläufe, zum Beispiel beruflichen und sozialen Einbindungen, erklären (vgl. Abbildung 6).

Welche und wie viele Radioprogramme die Hörer tatsächlich einschalten und hören, bleibt einer der spannendsten Aspekte der Radioforschung. In der Media-Analyse 2010 Radio II nannten alle Befragten insgesamt 355 Radioprogramme, die – natürlich in sehr unterschiedlichem Umfang – in den letzten zwei Wochen (= Weitester Hörerkreis, WHK) tatsächlich genutzt wurden. Im Durchschnitt hat der einzelne Befragte maximal vier Sender in den letzten zwei Wochen eingeschaltet (vgl. Tabelle 9).

Und wie viele Sender nutzen die Menschen täglich in Deutschland im Durchschnitt? Laut ma 2010 Radio II schalten 62,1 Prozent (ma 2009 II: 63,2%) aller Radiohörer an einem Durchschnittstag nur einen Sender ein. Weitere 25,9 Prozent (ma 2009 II: 25,2%) hören zwei Sender pro Tag. Die Anzahl der

Nutzungsspitze weiterhin zwischen 7.00 und 12.00 Uhr

30 Prozent der Hörer nutzen am Tag nur einen bis zwei Sender

Bindung zwischen Hörer und Sender unschlagbar hoch

⑧ **Radiohören und Tätigkeiten nach soziodemografischen Gruppen**

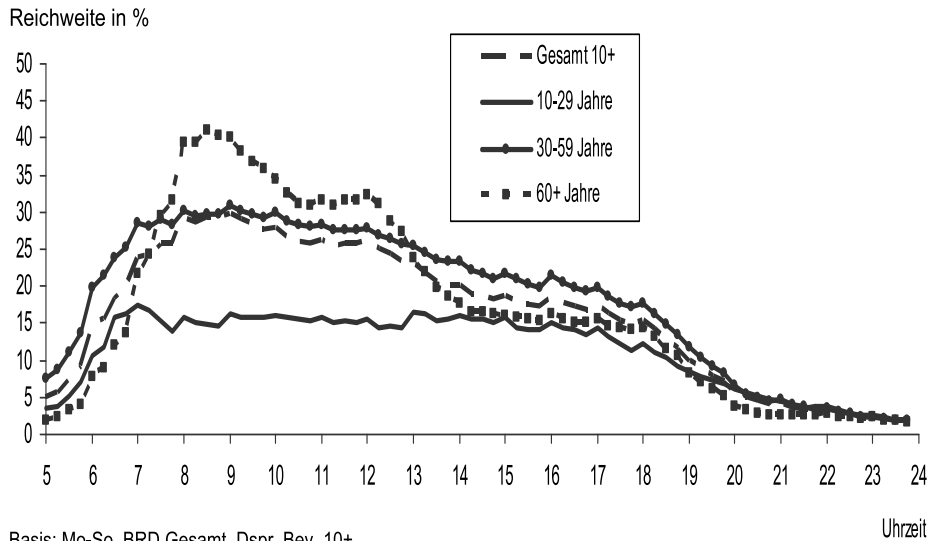
Mo-So, BRD gesamt

Radiohören und ... Hördauer in Min.	Essen		Arbeit im Haus		Arbeit außer Haus		Autofahren	
	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010
Personen ab 10 Jahren	29	29	31	34	39	42	28	30
Männer	26	26	17	19	53	57	33	36
Frauen	32	31	45	48	25	27	23	23
Altersgruppen								
10-19 J.	16	17	5	5	16	22	9	10
20-29 J.	15	15	15	15	64	65	28	28
30-39 J.	21	19	26	30	59	69	37	40
40-49 J.	26	26	33	35	64	63	41	43
50-59 J.	33	32	40	43	47	52	37	40
60-69 J.	45	45	48	53	9	10	25	26
ab 70 J.	42	45	44	48	2	2	10	11
Radiohören und ... Hördauer in Min.	sonstige Tätigkeiten		im Haus gesamt		außer Haus gesamt			
	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010		
Personen ab 10 Jahren	39	41	103	108	72	76		
Männer	41	45	86	93	92	99		
Frauen	38	38	120	123	54	54		
Altersgruppen								
10-19 J.	21	24	46	50	36	41		
20-29 J.	21	28	56	60	100	101		
30-39 J.	29	29	79	81	101	111		
40-49 J.	34	37	96	103	108	108		
50-59 J.	48	44	125	124	89	96		
60-69 J.	64	64	161	168	41	41		
ab 70 J.	55	62	146	160	16	17		
Radiohören und ... Tagesreichweite in %	Essen		Arbeit im Haus		Arbeit außer Haus		Autofahren	
	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010
Personen ab 10 Jahren	47,1	48,4	21,3	23,1	9,8	10,3	36,9	37,9
Männer	44,4	46,3	12,9	14,7	12,8	13,5	40,3	41,7
Frauen	49,6	50,4	29,3	31,2	7,0	7,3	33,8	34,2
Altersgruppen								
10-19 J.	38,7	38,6	5,1	5,9	4,1	4,6	15,9	17,2
20-29 J.	29,8	32,4	10,9	11,5	15,5	16,4	38,3	38,8
30-39 J.	38,9	36,7	17,7	19,9	14,9	16,2	48,1	49,6
40-49 J.	44,5	46,7	21,8	23,4	16,2	16,0	52,1	51,6
50-59 J.	53,2	54,2	25,6	27,0	12,3	13,0	46,7	47,7
60-69 J.	62,1	64,8	32,6	35,5	2,8	2,8	34,3	34,8
ab 70 J.	59,3	62,9	30,9	34,7	0,5	0,4	15,2	17,7
Radiohören und ... Tagesreichweite in %	sonstige Tätigkeiten		im Haus gesamt		außer Haus gesamt			
	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010	ma 2009	ma 2010		
Personen ab 10 Jahren	28,0	29,2	60,3	60,8	44,0	44,7		
Männer	28,2	30,4	57,4	58,5	48,4	49,6		
Frauen	27,7	28,2	63,2	63,0	39,9	40,0		
Altersgruppen								
10-19 J.	21,5	23,8	53,5	52,5	31,6	33,4		
20-29 J.	18,9	20,6	45,7	46,6	48,5	48,7		
30-39 J.	23,3	22,9	53,3	51,5	55,3	55,8		
40-49 J.	25,9	28,0	59,3	60,5	58,3	57,7		
50-59 J.	31,5	30,7	66,2	65,4	52,8	52,9		
60-69 J.	38,4	39,9	72,5	74,7	37,8	38,2		
ab 70 J.	34,5	37,9	69,1	72,0	18,1	20,6		

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

Abb. 6 Radionutzung im Tagesverlauf 2010 nach Alter



Basis: Mo-So, BRD Gesamt, Dspr. Bev. 10+.

Quellen: ma 2010 Radio II.

pro Tag im Schnitt von allen Hörern eingeschalteten Sender beträgt aktuell 1,6 Programme und liegt damit minimal höher als im Vorjahr. Das heißt, knapp 90 Prozent der Bevölkerung hören täglich nur einen bis zwei Sender. Und die Hörer schalten in der Regel ihren Lieblingssender nur ein- bis zweimal pro Tag ein und hören dann bis zu vier Stunden durch. Das belegt die hohe Verweildauer des Mediums und die Anzahl der Hörvorgänge, die auch in der ma 2010 stabil bei zwei Hörvorgängen im Bevölkerungsdurchschnitt bleibt. Diese Werte bestätigen abermals eindrucksvoll die Treue der Hörer zu ihrem Sender.

Hörer können aus immer größerem Angebot auswählen

Die Radiohörer identifizieren sich also in hohem Maße mit ihrem Lieblingssender, und das obwohl in den letzten Jahren in Deutschland die Anzahl der verbreiteten Programme kontinuierlich und überproportional gestiegen ist. Wurden vor 20 Jahren 163 Programme im ma-Interview genannt, so sind in der aktuellen ma 2010 Radio II bereits 355 verschiedene Sender aufgezählt worden (vgl. Abbildung 7). Dies ist einerseits auf die Zunahme der Zahl verbreiteter Sender und andererseits auf die bessere Marktdurchdringung neuer Empfangsmöglichkeiten, wie zum Beispiel Radioempfang via Internet, zurückzuführen. Aktuelle Nutzungszahlen aus der ma 2010 Radio II belegen, dass 16,7 Prozent der Befragten Radio über PC/Laptop nutzen und immerhin 4,4 Prozent der Befragten ein internettaugliches Radio besitzen. Durch diese so genannten W-Lan-Radios, also Radios, die im Internet verbreitete Programme – egal ob terrestrisch verfügbar oder reines Internetradio – empfangen können, wird die Auswahl weiterer hunderter nationaler und internationaler Sender ermöglicht. Die zunehmende Verbreitung von Breitbandanschlüssen inklusive Flatrate-Abrechnung setzt der Live-stream-Nutzung von Radios im Netz auch kaum noch Grenzen.

⑨ Anzahl genannter Programme/Senderbindung

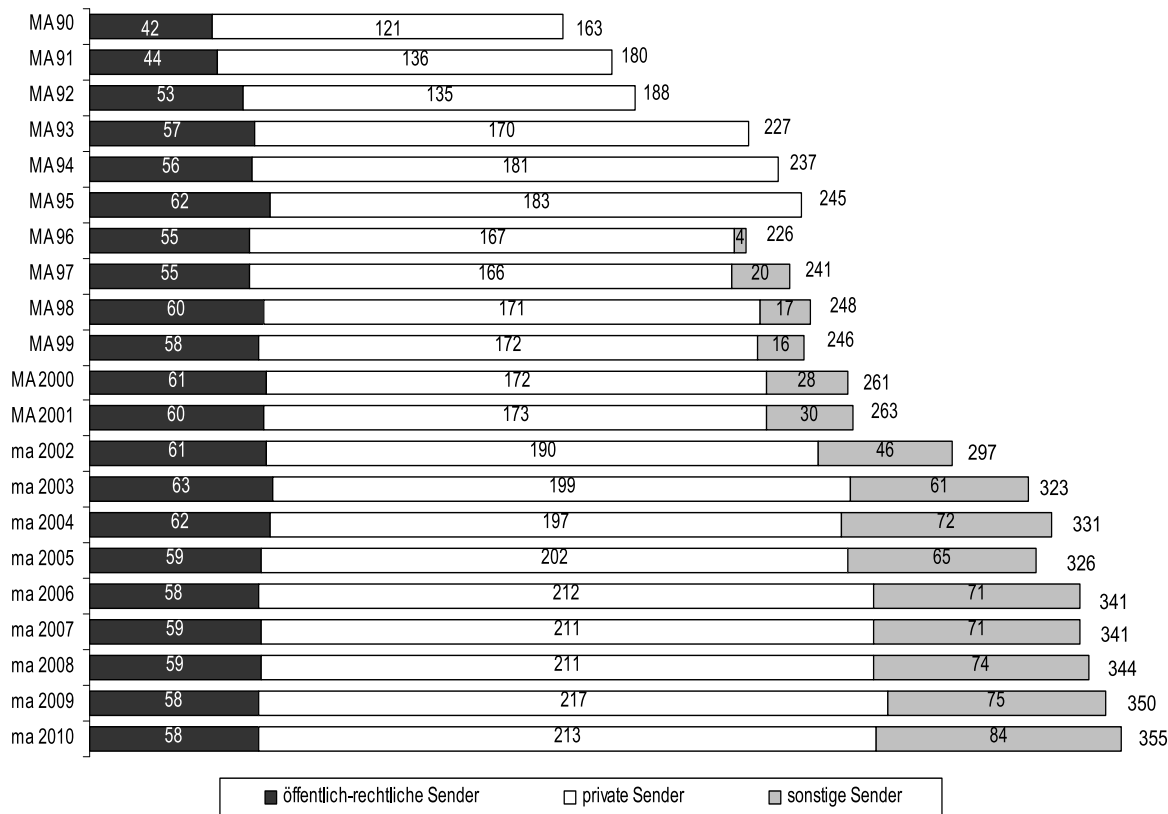
Mo-So, BRD gesamt

	ma 2009 in %	ma 2010 in %
Anzahl Programme im Weitesten Hörerkreis (14 Tage)		
1 Programm	15,7	15,9
2 Programme	15,5	15,2
3 Programme	14,8	14,6
4 Programme	13,0	12,7
5 Programme	10,3	10,2
6 Programme	7,8	7,9
7 Programme	5,4	5,6
8 Programme und mehr	11,1	11,2
Durchschnitt alle Hörer (Anzahl Programme)	4,2	4,2
Durchschnitt alle Befragte (Anzahl Programme)	3,9	3,9
Anzahl Programme pro Tag		
1 Programm	63,2	62,1
2 Programme	25,2	25,9
3 Programme	8,1	7,9
4 Programme	2,1	2,4
5 Programme und mehr	1,3	1,7
Durchschnitt alle Hörer (Anzahl Programme)	1,5	1,6
Anzahl Hörvorgänge		
Durchschnitt	2,1	2,2

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

Abb. 7 Anzahl erhobener Sender in der Media-Analyse 1990 bis 2010



Basis: Mindestens eine Nennung im Weitesten Hörerkreis.

Quelle: Media-Analyse.

10 Webcastradionutzung 2010

Mo-So, BRD gesamt

	Gesamt	Männer	Frauen	10-19 J.	20-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50-59 J.	60-69 J.
Weitester Hörerkreis in Mio	0,769	0,600	0,169	0,172	0,205	0,172	0,126	0,039	0,020
Tagesreichweite in %	0,5	0,9	0,2	1,0	1,0	0,8	0,4	0,2	0,1
Tagesreichweite in Mio	0,378	0,315	0,064	0,089	0,097	0,081	0,06	0,018	0,008

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quelle: ma 2010 Radio II.

Webcastradios werden in der ma erfasst, aber noch kaum genutzt

Da die ma Radio auch die Nutzung reiner Webcastradios wie zum Beispiel TechnoBase.fm erfasst, ist es in diesem Zusammenhang besonders interessant, sich hier die aktuellen Nutzungsdaten anzusehen (vgl. Tabelle 10). Diese belegen, dass die reinen Internetangebote quantitativ noch sehr geringen Anklang in der Gesamtbevölkerung finden. Hören in Deutschland täglich über 58 Millionen Menschen „herkömmliches“ Radio über UKW, Kabel oder Satellit, so nutzen lediglich rund 400 000 Menschen überregionale Webcastradios im Internet. Auch die ARD/ZDF-Onlinestudie 2010 belegt, dass diese neuen Angebote bzw. Verbreitungsplat-

formen noch kaum genutzt werden. So erfolgt drei Viertel der Livestream-Nutzung über Webseiten von herkömmlichen UKW-Radios. (4) Darüber hinaus nutzen lediglich 4 Prozent der Onliner mehrmals täglich/täglich Radio über das Internet. Charakteristisch für den Radioempfang via Internet ist vielmehr die gelegentliche Nutzung. (5)

ARD-Hörfunk und Privatfunk im Vergleich

Bei einem Vergleich der beiden Radiosysteme – öffentlich-rechtlich und privat – wird in der ma 2010 Radio II die Stärke des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erneut bestätigt. An einem durchschnittlichen Wochentag schalten 37,65 Millionen Hörerinnen und Hörer mindestens ein Programm des öffentlich-rechtlichen Hörfunks ein und damit 1,2 Millionen Hörerinnen und Hörer mehr als im Vor-

Fast 38 Mio Hörer schalten täglich ARD-Radios ein, Knapp 31 Mio private Sender

⑪ Tagesreichweiten der Radiosender 2009 und 2010

Mo-So, BRD gesamt

	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	Differenz ma 2010 zu ma 2009 D+EU 10+
Basis	69,86	69,86	73,62	0,00
Radio Bremen	0,65	0,71	0,75	0,06
Norddeutscher Rundfunk	6,72	6,97	7,10	0,25
Westdeutscher Rundfunk	7,76	8,25	8,61	0,48
Hessischer Rundfunk	2,65	2,83	2,94	0,18
Südwestrundfunk	7,24	7,31	7,52	0,07
Saarländischer Rundfunk	0,50	0,49	0,50	-0,01
Bayerischer Rundfunk	5,57	5,80	5,97	0,23
Rundfunk Berlin Brandenburg	1,85	1,93	2,00	0,08
Mitteldeutscher Rundfunk	3,76	3,82	3,85	0,06
Deutschlandradio Kultur	0,42	0,40	0,41	-0,02
Deutschlandfunk	1,38	1,37	1,41	-0,01
ARD gesamt	35,36	36,61	37,65	1,25
Private gesamt	28,60	29,20	30,59	0,60
Radio gesamt	53,39	54,44	56,50	1,05

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

⑫ Hörfunknutzung in den einzelnen Bundesländern

Mo-So

Bundesland	Tagesreichweite in %				Hördauer in Min.			
	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	Index ma 2009 =100 D+EU 10+	ma 2009 D+EU 10+	ma 2010 D+EU 10+	ma 2010 Dspr. Bev. 10+	Index ma 2009 =100 D+EU 10+
Norddeutschland								
Mecklenburg-Vorpommern	80,8	83,1	82,3	103	198	219	217	111
Schleswig-Holstein	77,8	81,4	80,4	105	187	200	200	107
Brandenburg	80,3	79,8	79,1	99	184	205	204	111
Niedersachsen	80,1	79,4	78,2	99	198	196	194	99
Stadtstaaten								
Hamburg	71,9	71,7	69,8	100	162	170	163	105
Berlin	70,2	73,7	72,2	105	158	174	171	110
Bremen	73,8	78,2	75,7	106	189	185	177	98
Mitteldeutschland								
Sachsen-Anhalt	79,2	80,6	80,3	102	204	207	208	101
Sachsen	78,6	77,0	76,7	98	184	186	184	101
Thüringen	79,2	79,9	79,5	101	196	201	199	103
Süden/Mitte/Westen								
Bayern	80,9	81,7	81,0	101	197	208	209	106
Hessen	73,0	76,0	74,6	104	168	187	180	111
Nordrhein-Westfalen	73,4	75,6	74,1	103	163	177	173	109
Südwestdeutschland								
Baden-Württemberg	75,1	77,4	75,9	103	160	179	174	112
Rheinland-Pfalz	73,8	76,2	75,0	103	169	176	172	104
Saarland	75,9	76,7	76,0	101	166	180	176	108

Basis: ma 2009 II: D+EU 10+; ma 2010 II: D+EU 10+, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Quellen: ma 2009 II, 2010 II.

jahr (vgl. Tabelle 11). Die privaten Hörfunksender werden pro Tag von 30,59 Millionen Menschen genutzt.

Bayern sowie Nord- und Mitteldeutschland mit der höchsten Nutzung

Hörfunknutzung nach Bundesländern

An der Spitze der Radionutzung liegen, bezogen auf die Tagesreichweite und verglichen auf Basis der Grundgesamtheit „D+EU 10+“, Bayern und die Flächenländer in Nord- und Mitteldeutschland (vgl. Tabelle 12). Die höchsten Tagesreichweiten werden in Mecklenburg-Vorpommern mit 83,1 Prozent (ma 2009 II: 80,8%) und in Bayern mit 81,7 Prozent (ma 2009 II: 80,9%) erzielt. Es folgen Schleswig-Holstein mit 81,4 Prozent und Sachsen-Anhalt mit 80,6 Prozent. Etwas unterhalb der 80 Prozent liegen Thüringen mit 79,9 Prozent, Brandenburg mit 79,8 Prozent und Niedersachsen mit 79,4 Prozent. Die genannten Bundesländer weisen auch die höchsten Werte für die tägliche Hördauer (184 bis 209 Min.) auf. Spitzenreiter in der Radionutzung mit 217 Minuten Hördauer am Tag sind die Hörer in Mecklenburg-Vorpommern (Gesamt 10+).

Geringere Nutzung in den Stadtstaaten und im Westen

Trotz des vielfältigen Angebots ist die Tagesreichweite in Berlin deutlich unterdurchschnittlich und landet in der ma 2010 Radio II bei 72,2 Prozent (Gesamt 10+). Auch in den übrigen Stadtstaaten Hamburg und Bremen sind die Werte unterdurchschnittlich bei 69,8 Prozent bzw. 75,7 Prozent. Die Bundesländer im Westen und Südwesten – Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-

Pfalz – weisen Tagesreichweiten zwischen 75 und 76 Prozent auf (Gesamt 10+). Lediglich Niedersachsen und Bremen folgen dem insgesamt positiven Trend der ma 2010 Radio II, nämlich der Steigerung der Hördauer, nicht.

Fazit

Die ma 2010 Radio II bestätigt, dass das Radiohören weiterhin durch konstante Nutzungsmuster und weniger durch situativ-punktuell Auswahlverhalten geprägt ist. Das Medium Radio genießt eine unverändert hohe Akzeptanz in der Bevölkerung. Mit einem Weitesten Hörerkreis von 93,3 Prozent und einer Tagesreichweite von 76,7 Prozent bleibt es, neben dem Fernsehen, das am meisten genutzte Medium in Deutschland. Die hohe Verweildauer von durchschnittlich knapp über vier Stunden pro Tag sowie die exklusive Nutzung von nur ein bis zwei Programmen pro Tag zeigen die hohe Identifikation und Treue der Hörer zu ihrem Sender.

Radio genießt weiterhin große Akzeptanz

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Müller, Dieter K./Walter Klingler: ma 2008 Radio II: Stabile Nutzungsmuster auch bei erweiterter Grundgesamtheit. Radionutzung erstmals inklusive EU-Ausländer und Kinder ab zehn Jahren In: Media Perspektiven 10/2008, S. 502-515.
- 2) Die wichtigsten Leistungswerte der ma werden auch unter www.reichweiten.de veröffentlicht.
- 3) ag.ma Pressemitteilung zur ma 2010 Radio II vom 6. Juli 2010, S. 1.
- 4) Vgl. Mende, Annette: Das Radio in der digitalen Welt. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010 und einer qualitativen Untersuchung. In: Media Perspektiven 7-8/2010, S. 369-376.
- 5) Vgl. ebd. S. 369.

