

Die Hörfunknutzung legt vor allem im Westen deutlich zu



## Media Analyse 1997: Der Hörfunk als Gewinner

Von Michael Keller\* und Walter Klingler\*\*

Hörfunk legt in nahezu allen Reichweitenwerten der MA 97 zu

Die Media Analyse 1997 (MA 97) hat in diesem Jahr einen Gewinner: den Hörfunk selbst. In nahezu allen Reichweitenwerten konnte das Radio gegenüber den Vorjahren zulegen. Dies ist eines der zentralen Ergebnisse der MA 97, die als wichtigste Reichweitenwährung für den bundesdeutschen Hörfunkmarkt gilt. Zum einen dienen die MA-Zahlen als Basis für die Berechnung der Leistungswerte für die mit Werbung belegbaren Hörfunkangebote. Zum anderen sind die Zahlen für programmbezogene Analysen unerlässlich.

Die Gewinn- und Verlustrechnungen der einzelnen Hörfunkanbieter beruhen auf zwei Befragungswellen. Die Feldzeiten der ersten Befragungswelle dauerten von September bis Dezember 1996, die der zweiten Welle von Januar bis Ende März 1997. In diesen beiden Wellen wurden insgesamt 46784 Interviews durchgeführt, repräsentativ für die deutsche Bevölkerung in Privathaushalten ab 14 Jahren. Diese Grundgesamtheit umfaßt damit über 63 Millionen Personen.

### Das Erhebungsmodell der MA 97

Wie immer wurde die Feldarbeit von acht Instituten durchgeführt. Neben der detaillierten Abfrage der Radionutzung im besonderen und der Mediennutzung im allgemeinen werden in der MA weiterhin noch Fragen zum Freizeitverhalten, zur technischen Ausstattung des jeweiligen Haushaltes sowie zur Soziodemographie gestellt.

241 Radioprogramme erfaßt, darunter 137 lokale/regionale

Darüber hinaus haben sich im Vergleich zu den Vorjahren am Fragebogen der MA 97 eine Reihe von Veränderungen ergeben, die hier kurz angesprochen, später noch eingehender analysiert werden sollen. In der MA 97 wurden insgesamt 241 verschiedene Radiosender/-programme für die Bundesrepublik Deutschland erhoben. Von diesen 241 Hörfunkangeboten sind nur ein Bruchteil – nämlich neun – national verbreitete Programme, 91 senden landesweit. Eine weitere Besonderheit sind die derzeit 137 lokalen/ regionalen Sender, die es entsprechend der Mediengesetzgebung nur in vier von 16 Bundesländern gibt. (1) Diese Besonderheiten der Angebotsstruktur muß das MA-Erhebungsmodell berücksichtigen, wenn daraus im Ergebnis Reichweitendaten für alle Angebote und Planungsdaten für nationale, landesbezogene und auch regionale und lokale Belegungseinheiten entstehen sollen.

sichtigen, wenn daraus im Ergebnis Reichweitendaten für alle Angebote und Planungsdaten für nationale, landesbezogene und auch regionale und lokale Belegungseinheiten entstehen sollen.

Die Anzahl der erhobenen Hörfunkprogramme seit 1986 verdeutlicht die gestiegenen Anforderungen an die Untersuchung. In der MA 87 mußten nur 44 Sender bzw. Programme repräsentativ und valide abgebildet werden (vgl. Tabelle 1). Damals reichte ein einziger einheitlicher Fragebogen zur vollständigen Erhebung des Angebots, während in der MA 97 insgesamt 49 regionale Fragebogensplits zum Einsatz kamen.

① Anzahl erhobener Sender und Programme 1987 bis 1997

MA 87	44
MA 88	48
MA 89	140
MA 90	163
MA 91	180
MA 92	188
MA 93	227
MA 94	237
MA 95	245
MA 96	226
MA 97	241

Quelle: MA 87 - MA 97.

Von den 241 in der MA 97 erhobenen Programmen entfallen 166 allein auf den privatrechtlichen Hörfunk, 55 Programme werden von den elf öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten produziert. Ein Novum ist auch in dieser MA zu verzeichnen: Insgesamt wurden 20 „Sonstige“ Programme erhoben, die es in dieser Zahl in den letzten Media Analysen nicht gegeben hat. Darunter fallen die sogenannten nichtkommerziellen privatrechtlichen Programme wie zum Beispiel der Bürgerfunk oder in zunehmendem Maße Uni-Radios.

166 private, 55 ö.-r. und 20 sonstige Hörfunkprogramme

Kern des MA-Fragebogens für die elektronischen Medien ist nach wie vor der sogenannte Tagesablauf. Im Tagesablauf werden Tätigkeiten und Mediennutzung für den gestrigen Tag (Stichtagsbefragung) in Viertelstunden für den Zeitraum 5.00 bis 24.00 Uhr erhoben. Der Interviewer legt dabei dem Befragten Titelkarten vor, auf denen die Namen von Radioprogrammen stehen. Die miterhobenen Tätigkeiten wie z. B. Essen oder Arbeiten sollen dem Befragten als Erinnerungstütze dienen. Der gestrige Tag kann mit diesen Leitaktivitäten besser strukturiert werden. Gleichzeitig stellen diese Daten wichtige Hintergrundinformationen dar.

Tagesablauf bildet weiterhin Kern des Fragebogens

Bis zur MA 96 wurden neben der Abfrage der Radionutzung auch die Fernsehnutzung nach einzelnen Sendern erfragt. Die Erkenntnisse aus einem im Jahre 1995 durchgeführten Methodentest haben hier jedoch für den Fragebogen der

Fernsehnutzung erstmals nicht mehr nach Sendern differenziert

\* ARD-Werbung SALES & SERVICES;  
\*\* SWF-Unternehmensplanung/Medienforschung.

aktuellen MA 97 zu einigen Modifikationen geführt. Im Tagesablauf wurde und wird demnach nicht mehr nach jedem einzelnen Fernsehsender gefragt, sondern danach, ob insgesamt in einer Viertelstunde ferngesehen wurde oder nicht. Zu den Ursachen dieser Veränderung und zur Bewertung der Auswirkungen später mehr.

**Kooperationen und Fallzahlaufstockungen der MA-Stichprobe in Hamburg, Baden-Württemberg, NRW, Berlin und Brandenburg**

Darüber hinaus erfordert die Hörfunkerhebung eine regional disproportionale Stichprobe und ausreichende Fallzahlen für die Senderabbildung. Die in der MA 94 erstmalig zustandekommenen Kooperationen mit den Landesmedienanstalten in Baden-Württemberg und Hamburg konnten auch für die MA 97 wieder realisiert werden. Diese Kooperationen waren aus der Berücksichtigung der hörfunkspezifischen Besonderheiten der jeweiligen Regionen heraus entstanden. Nur eine Aufstockung der Fallzahlen auf Kreis- bzw. Stadtbezirksebenen erlaubt eine angemessene Abbildung der Hörfunknutzung auch in lokalen Räumen – die Basisstichprobe der MA ist für derartig kleinräumige Auswertungen zu gering.

Die betroffenen Hörfunkanbieter in Baden-Württemberg und in Hamburg haben sich deshalb mit der jeweiligen Landesmedienanstalt zu Anbietergemeinschaften zusammengeschlossen, um die Finanzierung von Aufstockungsinterviews in der MA zu gewährleisten. Dadurch konnten – vorher parallel zur MA durchgeführte – regionale Funkanalysen entfallen. Allein in Baden-Württemberg stieg die Basisstichprobe von rund 3 200 Fällen um knapp 7 000 auf über 10 000 Fälle und ermöglicht den Vergleich der lokalen Angebote in Baden-Württemberg im Rahmen der MA, worauf hier allerdings nicht weiter eingegangen wird.

Einen weiteren Sonderfall stellt Nordrhein-Westfalen dar, wo nun bereits zum vierten Mal die Auftraggebergemeinschaft Reichweitenuntersuchung Nordrhein-Westfalen die MA-Basisstichprobe als Grundstock benutzt, um diese dann um mehr als 17 000 parallel zur MA durchgeführte Interviews zu ergänzen. Da Stichprobe, Befragungszeit und Befragungsprogramm auf die MA abgestimmt sind, steht den nordrhein-westfälischen Hörfunkanbietern und der Landesmedienanstalt LfR somit eine Regionaldatei mit insgesamt über 20 000 Fällen zur Verfügung.

In Berlin und Brandenburg hat sich ein Teil der Hörfunkanbieter – ohne die Beteiligung der dortigen Landesmedienanstalt – ebenfalls zu einer Kooperation zusammengeschlossen. Mit insgesamt knapp 5 000 Interviews soll die Vielfalt des Marktes mit seinen über 20 Hörfunkangeboten valide dargestellt werden.

**Ergebnisse der MA 97 im Überblick**

An einem durchschnittlichen Wochentag (Montag bis Sonntag) hören 83 Prozent der Bundesbürger ab 14 Jahre zumindest kurz Radio. Das Ergebnis des Vorjahres konnte damit um 3 Prozentpunkte übertroffen werden. Das sind in

Absolutwerten ausgedrückt 52,18 Millionen Personen. Dieser Wert ist – seit mit der MA 87 zum ersten Mal die MA in der jetzigen Form (Viertelstunden-Tagesablafraster usw.) erhoben wurde – die höchste Tagesreichweite (vgl. Tabelle 2). Ebenso das Bild bei der durchschnittlichen Hördauer: Insgesamt hören die Bundesbürger nach den Ergebnissen der MA 97 acht Minuten länger Radio als im letzten Jahr und verfehlen mit 177 Minuten die Drei-Stunden-Grenze um lediglich drei Minuten. Während die Hördauer sich auf alle 63,25 Millionen Personen ab 14 Jahre in der Gesamtbevölkerung bezieht, also Radiohörer und -nichthörer, läßt sich mit der Verweildauer eine Aussage darüber treffen, wie lange diejenigen, die Radio hören, das Gerät eingeschaltet haben: Die 52,18 Millionen Personen, die an einem Tag auch Radio gehört haben, hören im Durchschnitt 214 Minuten lang, das sind gut dreieinhalb Stunden. Diese Zahlen belegen eindrucksvoll die ungebremsste Attraktivität des Hörfunks im täglichen Leben.

**② Hörfunknutzung 1987 bis 1997**

*Mo-So, Personen ab 14 Jahre*

	Hörer gestern <sup>2)</sup> in %	Hördauer in Min.	Verweildauer in Min.
MA 87	78	146	188
MA 88	78	156	198
MA 89	79	154	197
MA 90	80	156	196
MA 91	81	162	199
MA 92 <sup>1)</sup>	82	169	206
MA 93	82	169	206
MA 94	81	168	207
MA 95	80	167	209
MA 96	80	169	212
MA 97	83	177	214

1) ab MA 92 BRD gesamt.

2) 5-24 Uhr.

Quelle: MA 87-MA 97.

Die Zunahme der Tagesreichweite und Nutzungsdauer kann in allen soziodemographischen Gruppen festgestellt werden (vgl. Tabelle 3). Erstmals kam der Wert für die Tagesreichweite Hörfunk bei Frauen mit 82 Prozent über die 80-Prozentmarke. Bei der Hördauer sind die Verhältnisse umgekehrt. Hier sind es die Frauen, die mit 184 Minuten überdurchschnittlich lange Radio hören, während die Männer knapp unterhalb der Grenze von 170 Minuten liegen. Besonders erfreulich sind die Zuwächse bei den jungen bis ganz jungen Zielgruppen der unter 29-jährigen. Hier konkurriert das Radio in stärkerem Maße mit anderen Medien als bei den älteren Zielgruppen (Stichworte z.B. Multimedia, Kino).

**Zuwächse auch bei jungen Zielgruppen**

**Mit 83 % wurde bislang höchste Tagesreichweite des Hörfunks erzielt**

③ **Hörfunknutzung nach soziodemographischen Gruppen 1996 und 1997**

*Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt*

	Hörer gestern in %			Hördauer in Minuten		
	MA 96	MA 97	Index <sup>1)</sup>	MA 96	MA 97	Index <sup>1)</sup>
Personen ab 14 J.	79,8	82,5	103	169	177	105
<b>Geschlecht</b>						
Männer	80,7	83,5	103	161	169	105
Frauen	79,1	81,8	103	176	184	105
<b>Alter in Jahren</b>						
14-19	77,7	79,5	102	121	126	104
20-29	80,2	81,9	102	164	168	102
30-39	82,5	85,2	103	191	193	101
40-49	83,7	85,2	102	186	192	103
50-59	82,0	84,4	103	173	183	106
60-69	78,7	83,2	106	171	187	109
70 u. älter	70,8	74,8	106	143	158	110
<b>Bildung</b>						
Volks-/Hauptschule	80,4	82,9	103	167	179	107
Weiterf. Schulen						
ohne Abitur	83,4	85,3	102	179	183	102
Abitur/Studium	81,3	83,9	103	157	158	101
<b>Beruf</b>						
In Ausbildung	77,9	79,9	102	124	126	102
Berufstätig	82,7	85,2	103	176	184	105
Nicht berufstätig/Rentner	76,3	79,5	104	170	180	106

1) MA 96 = 100.

Quelle: MA 96, MA 97.

Die Treue der Hörfunknutzer zum Radio und den Programmen ist auch in diesem Jahr wieder beeindruckend. Innerhalb von 14 Tagen werden im Durchschnitt 2,8 verschiedene Programme gehört, täglich sogar nur 1,3 (vgl. Tabelle 4). Betrachtet man die zurückliegende Dekade im Vergleich, kann fast schon von einer Konstante gesprochen werden.

④ **Anzahl durchschnittlich genutzter Hörfunkprogramme**

*Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt<sup>1)</sup>*

	Durchschnittlich wurden ...	
	innerhalb der letzten 14 Tage	gestern (5-24 Uhr)
MA 89	2,8	1,3
MA 90	2,8	1,3
MA 91	2,8	1,3
MA 92	3,0	1,4
MA 93	3,0	1,3
MA 94	3,0	1,3
MA 95	3,0	1,3
MA 96	2,9	1,3
MA 97	2,8	1,3

1) Bis MA 91 BRD West inkl. Berlin West.

Quelle: MA 89 bis MA 97.

Bilden nun die Ergebnisse der MA 97 reale Nutzungsveränderungen ab, oder spiegeln die Veränderungen lediglich Auswirkungen - wie eingangs beschrieben - der leicht modifizierten Abfrage? Zur Erinnerung: In der Tagesabfrage der MA 97 wurde erstmals nicht mehr nach jedem einzelnen Fernsehsender gefragt, sondern lediglich danach, ob zu einer Viertelstunde ferngesehen wurde oder nicht. Dieser Veränderung lag ein umfassender Methodentest zugrunde. Kernaussage dieses Tests: Bei denjenigen Erhebungsvarianten (mündlich-persönliches Interview, Tagebuch), bei dem die Fernsehnutzung nicht nach Einzelsendern erfolgte, lag die abgebildete Hörfunknutzung geringfügig höher. Die plausibelste Erklärungshypothese: Die Abfrage nach der Hörfunknutzung tritt im Tagesablauf stärker in den Vordergrund, eher nebenbei und nur mit begrenzter Aufmerksamkeit genutzte Hörfunkzeiten werden besser und vollständiger erinnert. Letzten Endes bedeutet dies eine genauere Abfrage für einen seit zehn Jahren erheblich differenzierteren Hörfunkmarkt.

Eine detaillierte Analyse macht deutlich, daß offensichtlich sowohl die modifizierte Erhebungsmethode als auch reale Veränderungen der Hörfunknutzung zur Zunahme der Reichweiten geführt haben dürften. Zwei Indizien sind hierfür maßgebend: Zum einen die insgesamt relativ konstanten Verweildauerwerte, zum anderen die unterschiedliche Entwicklung in

**Steigende Hörfunknutzung: Gestiegene Akzeptanz oder Methodeneffekt?**

**Methodeneffekte offenbar nur mit geringen Auswirkungen auf Ergebnisse**

5 Hörfunknutzung in West- und Ostdeutschland<sup>1)</sup> im Vergleich

Mo-So

	BRD West			BRD Ost		
	MA 96	MA 97	Index <sup>2)</sup>	MA 96	MA 97	Index <sup>2)</sup>
Hörer gestern in %	78,5	81,4	104	85,3	86,7	102
Hördauer in Min.	162	171	106	199	199	100
Verweildauer in Min.	206	210	102	233	230	99

1) BRD West: inkl. Berlin West; BRD Ost: inkl. Berlin Ost.  
 2) MA 96 = 100.

Quelle: MA 96, MA 97. ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

den alten und den neuen Bundesländern. Zunächst zur Verweildauer. Diese ist insgesamt erkennbar schwächer gestiegen als die Tagesreichweiten, ein Indiz dafür, daß denkbare methodische Effekte in der Rekonstruktion des Tagesablaufs offensichtlich sehr begrenzt sein müssen. Dies wird durch ein zweites Ergebnis gestützt.

Steigerungen der Hörfunknutzung vor allem im Westen

Beim direkten Vergleich der Hörfunknutzung zwischen Deutschland West und Ost ist zu sehen, daß die Steigerungen wesentlich von einem veränderten Nutzungsverhalten der Hörschaften aus dem Westen verursacht werden (vgl. Tabelle 5). Größere methodische Effekte können ausgeschlossen werden, da die Reichweiten im Osten nahezu stagnieren, bei der Verweildauer sogar zurückgehen, mit 230 Minuten jedoch immer noch sehr hoch sind.

Zu vermuten ist hingegen, daß die Hörfunkprogramme im Westen der Bundesrepublik deutlich an Attraktivität zugelegt haben, wobei insbesondere die jugendorientierten ARD-Pro-

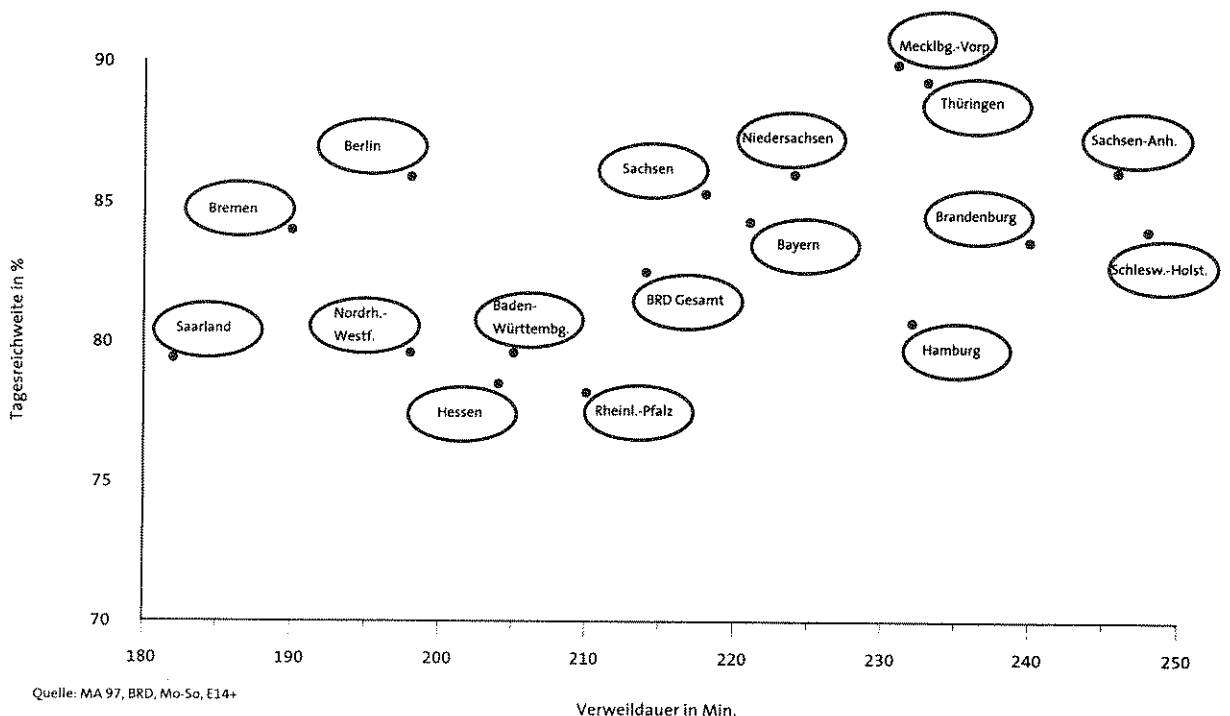
gramme (wie z.B. N-Joy Radio oder Eins Live) zum einen die Hörerbindung stärker ausbauen, zum anderen aber auch neue Hörschaften gewinnen konnten. Somit spricht vieles dafür, daß insgesamt bei denkbaren leichten methodischen Effekten - vor allem eine bessere Abbildung der realen Nutzungssituation - reale Veränderungen im Markt die gestiegene Radio-nutzung verursacht haben.

Hörfunknutzung in der Detailanalyse

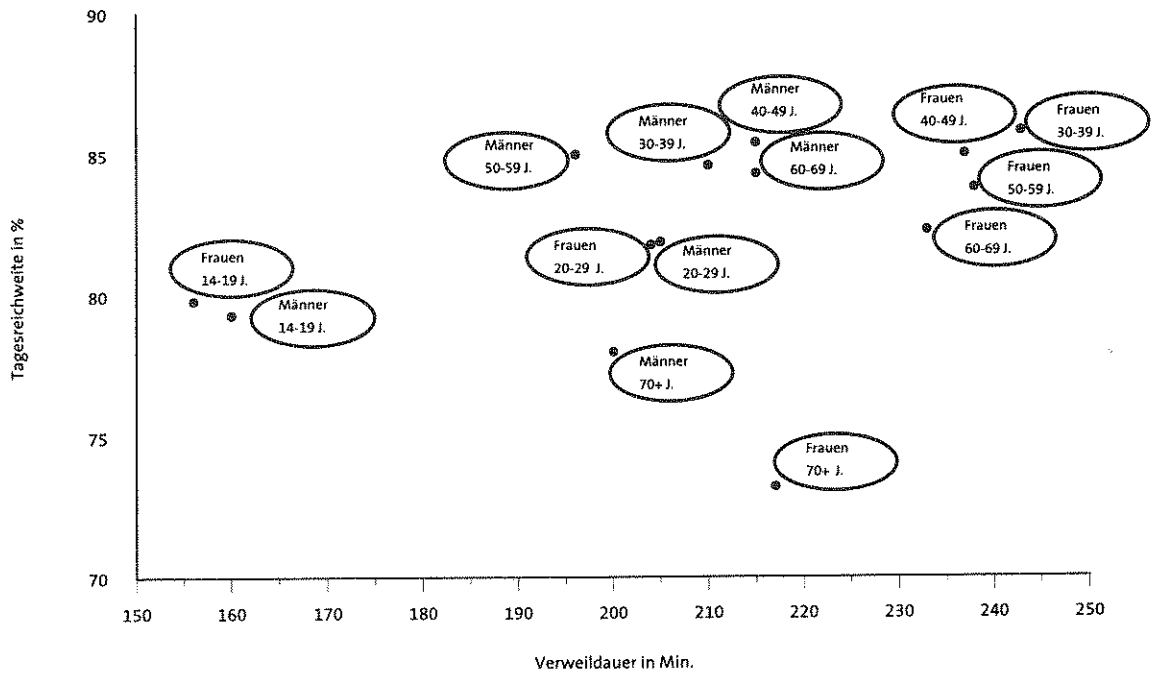
Zurück zu den Detailergebnissen der MA 97. Trotz der geschilderten Reichweitengewinne für das Medium Radio in den alten Bundesländern liegt die Hörfunknutzung in den neuen nach wie vor höher. Nimmt man die Tagesreichweiten und die Verweildauer als Maßstab, so liegt die Reichweite beispielsweise in sechs (davon „viereinhalb“ neuen) Bundesländern über 85 Prozent (Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Berlin gesamt und Niedersachsen), in fünf bei 80 Prozent oder darunter (Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen, Hamburg, Rheinland-Pfalz, Hessen).

Nach wie vor höhere Hörfunknutzung in neuen Bundesländern

Abb. 1 Tagesreichweite und Verweildauer MA 97 BRD gesamt und nach Bundesländern

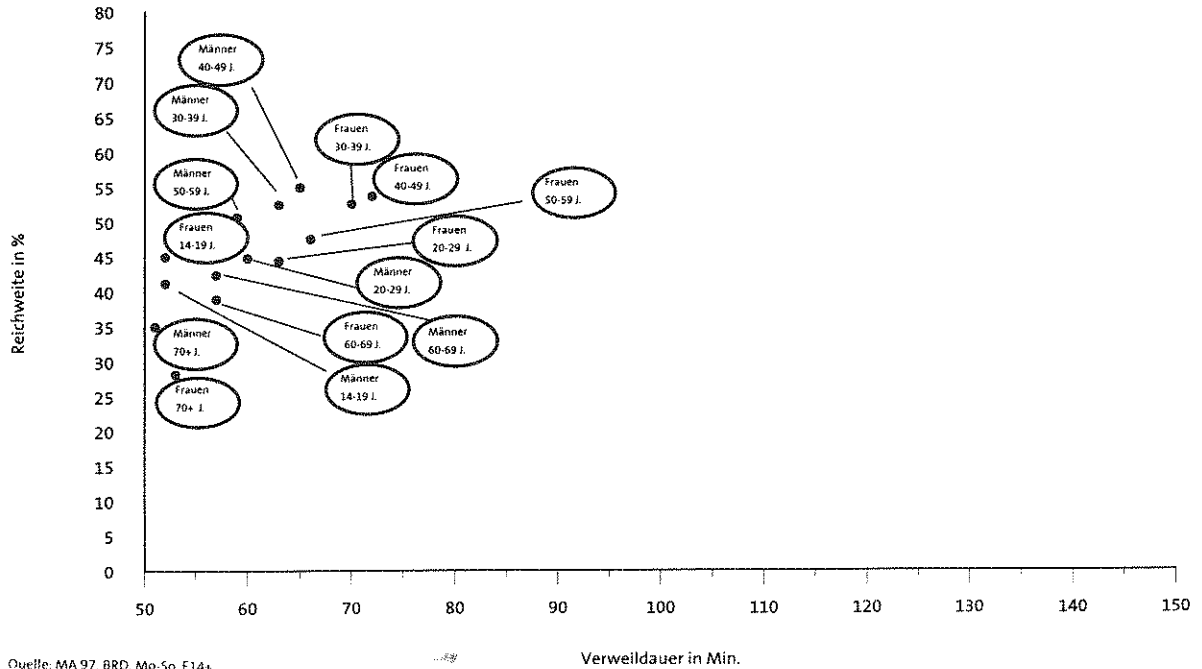


**Abb. 2 Tagesreichweite und Verweildauer MA 97 nach Geschlecht und Altersklassen**



Quelle: MA 97, BRD, Mo-So, E14+

**Abb. 3 Reichweite und Verweildauer MA 97 nach Geschlecht und Altersklassen im Zeitraum 5.00 bis 8.00 Uhr**



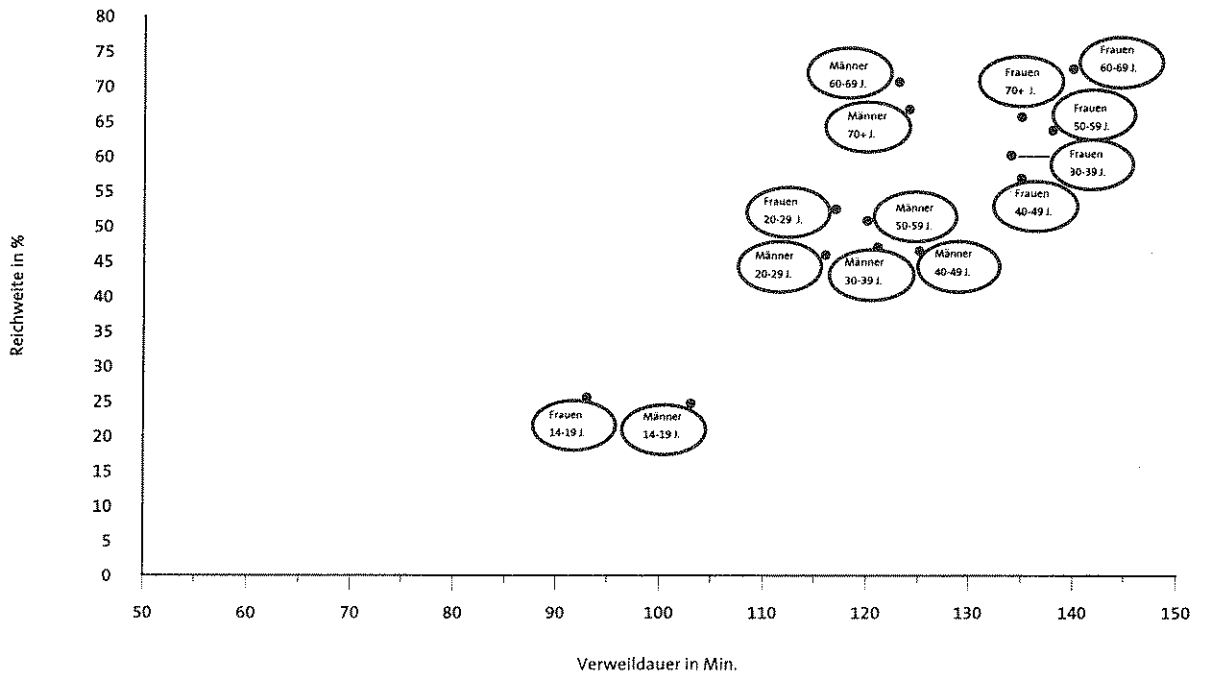
Quelle: MA 97, BRD, Mo-So, E14+

Saarland, Hessen und Rheinland-Pfalz). Gemessen an der Verweildauer sind die Länder Schleswig-Holstein und Sachsen-Anhalt vor Brandenburg an der Spitze (vgl. Abbildung 1).

Analysiert man die Radionutzer nach soziodemographischen Merkmalen, hier im weiteren einer Kombination aus Geschlecht und Alter, so wird deutlich, daß Frauen von 30 bis 39 Jahren sowohl die höchsten Tagesreichweiten beim Hörfunk wie auch die höchste Verweildauer aufweisen. Gemessen an der Verweildauer folgen im übrigen Frauen von 50 bis 59 Jahren, Frauen von 40 bis 49 Jahren und Frauen von 60 bis 69

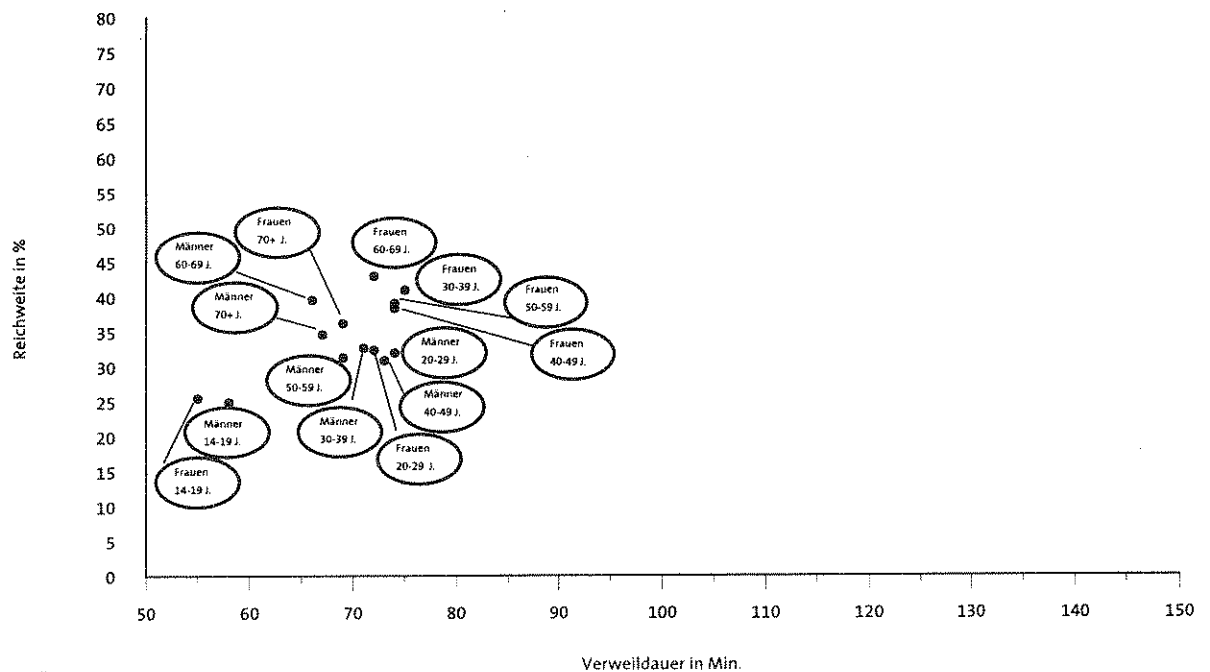
**Frauen zwischen 30 und 39 Jahren mit höchster Tagesreichweite und Verweildauer**

**Abb. 4 Reichweite und Verweildauer MA 97 nach Geschlecht und Altersklassen im Zeitraum 8.00 bis 12.00 Uhr**



Quelle: MA 97, BRD, Mo-So, E14+

**Abb. 5 Reichweite und Verweildauer MA 97 nach Geschlecht und Altersklassen im Zeitraum 12.00 bis 14.00 Uhr**



Quelle: MA 97, BRD, Mo-So, E14+

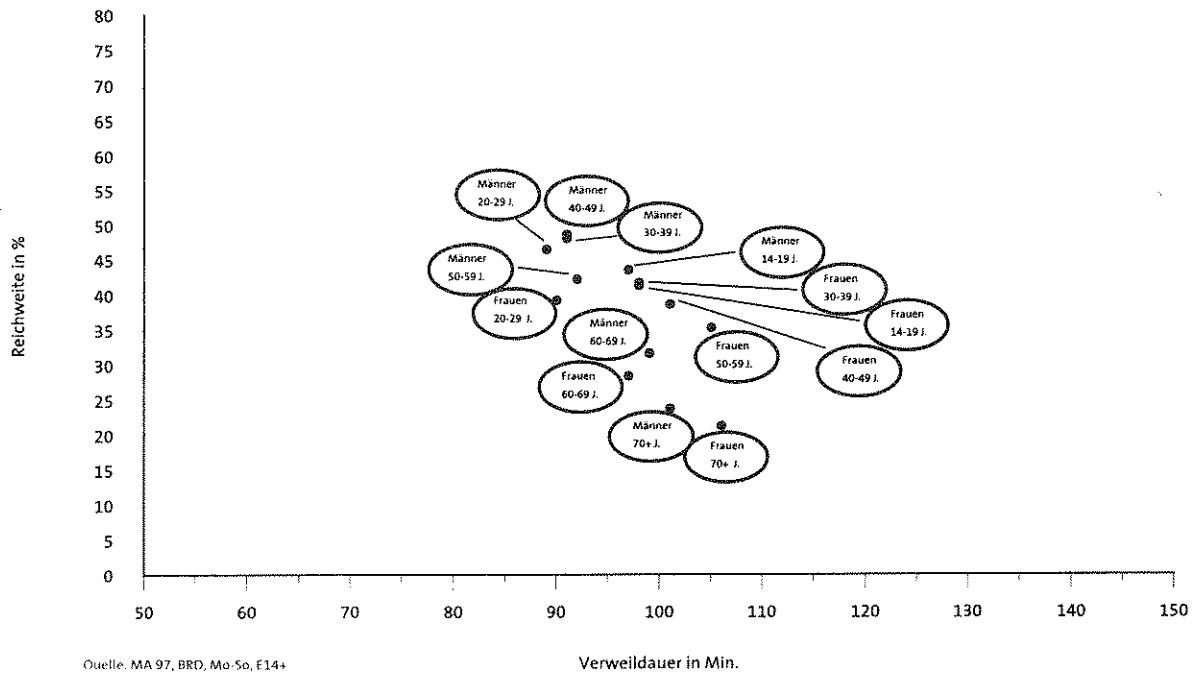
Jahren, Die geringste Verweildauer ist bei 14- bis 19jährigen zu registrieren, die geringste Tagesreichweite bei Frauen ab 70 Jahren (vgl. Abbildung 2).

tion hohe Tagesreichweite und hohe Verweildauer liegen zwischen 5.00 und 8.00 Uhr Frauen von 30 bis 50 Jahren vorn, von 8.00 bis 12.00 Uhr Frauen zwischen 50 und 70 Jahren, zwischen 12.00 und 14.00 Uhr Frauen von 30 bis 70 Jahren. Von 14.00 bis 18.00 Uhr ergibt sich ein sehr differenziertes Bild mit höherer Reichweite bei Männern und höherer Verweildauer in dem

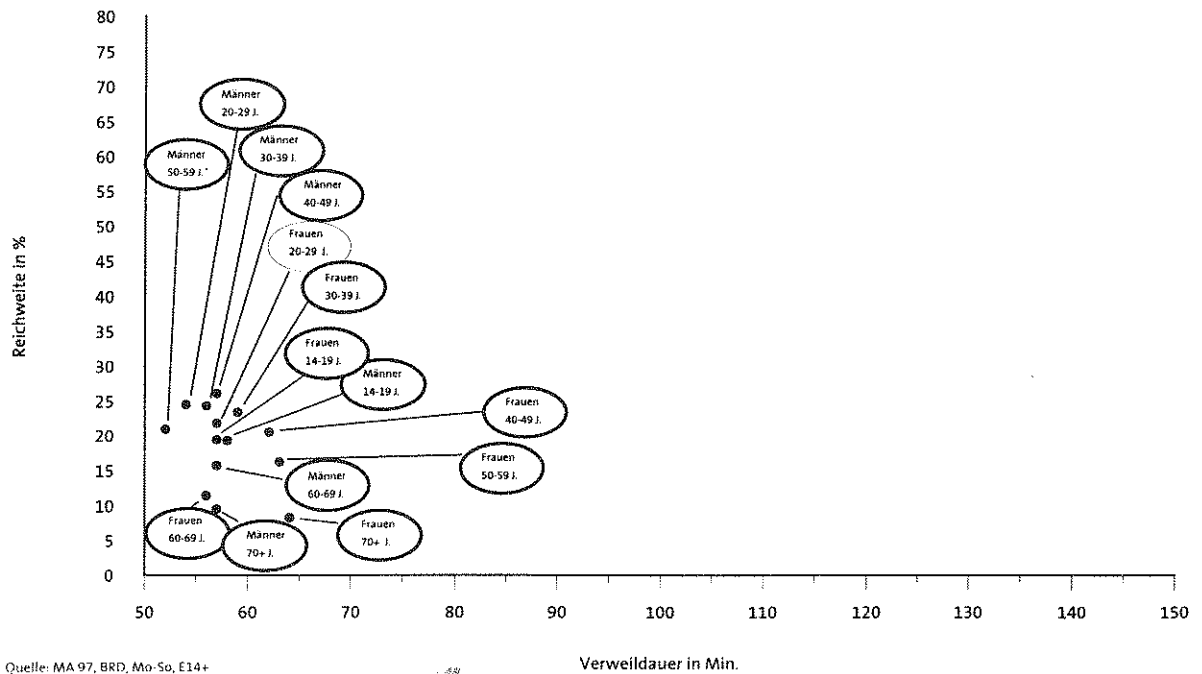
**Hörerstruktur ändert sich im Tagesablauf**

Die Analyse nach Zeitzonen - hier im weiteren 5.00 bis 8.00 Uhr, 8.00 bis 12.00 Uhr, 12.00 bis 14.00 Uhr, 14.00 bis 18.00 Uhr, 18.00 bis 20.00 Uhr und 20.00 bis 24.00 Uhr - macht Tagesstrukturen deutlich. Gemessen an der Kombina-

**Abb. 6 Reichweite und Verweildauer MA 97**  
nach Geschlecht und Altersklassen im Zeitraum 14.00 bis 18.00 Uhr



**Abb. 7 Reichweite und Verweildauer MA 97**  
nach Geschlecht und Altersklassen im Zeitraum 18.00 bis 20.00 Uhr

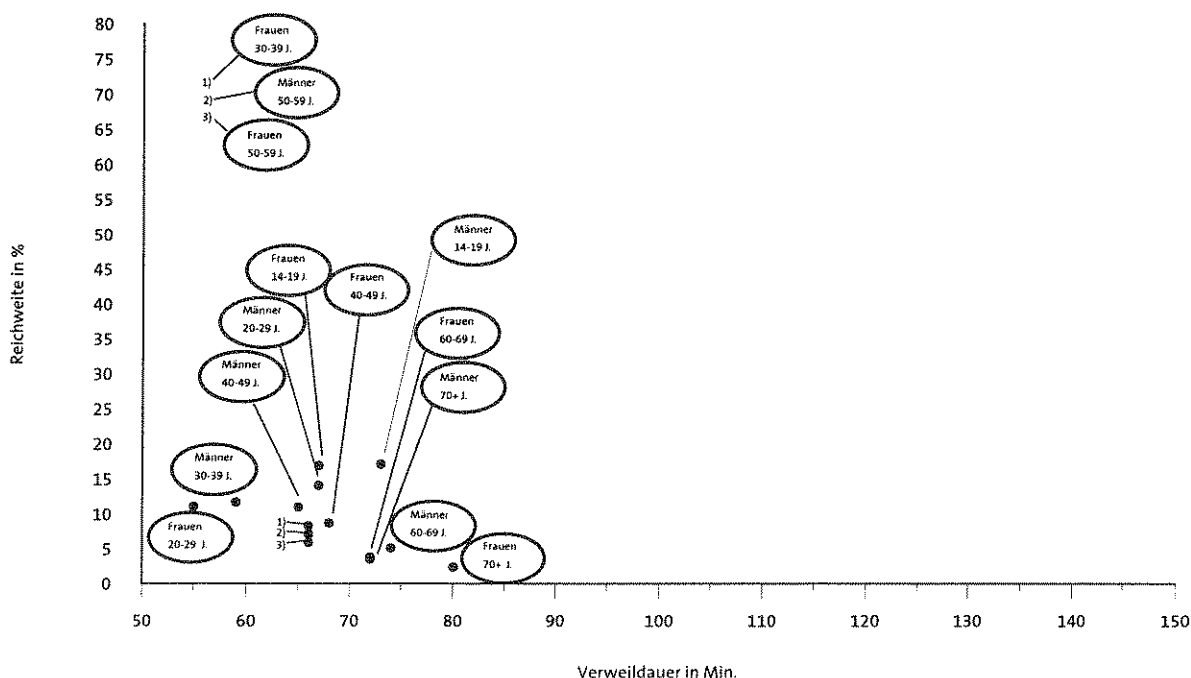


Tagesabschnitt bei Frauen. Zwischen 18.00 und 20.00 Uhr nehmen erstmals die 14- bis 19jährigen eine mitführende Position ein, ab 20.00 Uhr sind in besonderer Weise männliche Jugendliche vertreten (vgl. Abbildungen 3 bis 8).

**Tagesablaufergebnisse im Vergleich: Fernsehreichweite liegt hinter Radio**

Wie sehen nun die Ergebnisse für den Tagesablauf aus, der in der MA ja in Viertelstundenschritten erhoben wird? Das Fernsehen hat leicht an Reichweite verloren und liegt mit 81,5 Prozent nun hinter dem Radio. Ähnliches zeigt sich bei der Nutzungsdauer, die beim Fernsehen um 11 Minuten auf nun 168 Minuten zurückge-

**Abb. 8 Reichweite und Verweildauer MA 97**  
nach Geschlecht und Altersklassen im Zeitraum 20.00 bis 24.00 Uhr



Quelle: MA 97, BRD, Mo-So, E14+

gangen ist. Dies deutet auf einen methodischen Effekt hin, der auf den Verzicht auf die gestützte Senderabfrage zurückzuführen ist. Jedoch ist auch hier einschränkend relativierend zu bemerken, daß die erfragte Fernsehnutzung noch deutlich über der metergemessenen liegt. Auch dies scheint darauf hinzudeuten, daß in der MA in der Vergangenheit das Fernsehen zeitlich überbewertet, der Hörfunk anscheinend unterbewertet war. (2)

Die Reichweiten sind aber nicht nur für das Radio angestiegen: Wesentlich relevanter erscheint die Reichweitzunahme der sogenannten audiovisuellen Medien (oder Komplementärmedien), wie die Nutzung von Schallplatten, Compact Discs, Tonband oder von Video, die deutlich höhere Zuwachsraten als das Radio verzeichnen können. Weiterhin hat sich die Aufnahme der PC-Nutzung in den Tagesablauf als durchaus relevante Größe erwiesen. Bei der

**Audiovisuelle Medien legen insgesamt deutlich zu**

#### ⑥ MA-Reichweiten im Vergleich

Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt

	MA 96	MA 97	Index <sup>1)</sup>
<b>Tagesnetto Reichweiten</b>			
(5.00-24.00 Uhr) in %			
Radio	79,8	82,5	103
Fernsehen	85,3	81,5	96
Schallplatten, Tonband, Cassetten, CD	10,7	13,6	127
Video	3,2	3,8	119
PC-Nutzung	-	3,4	-
Komplementärmedien*	12,8	18,4	144
<b>Nutzungsdauer in Min.</b>			
Radio	169	177	105
Fernsehen	179	168	94
Schallplatten, Tonband, Cassetten, CD	14	17	121
Video	4	4	100
PC-Nutzung	-	6	-
Komplementärmedien*	17	27	159

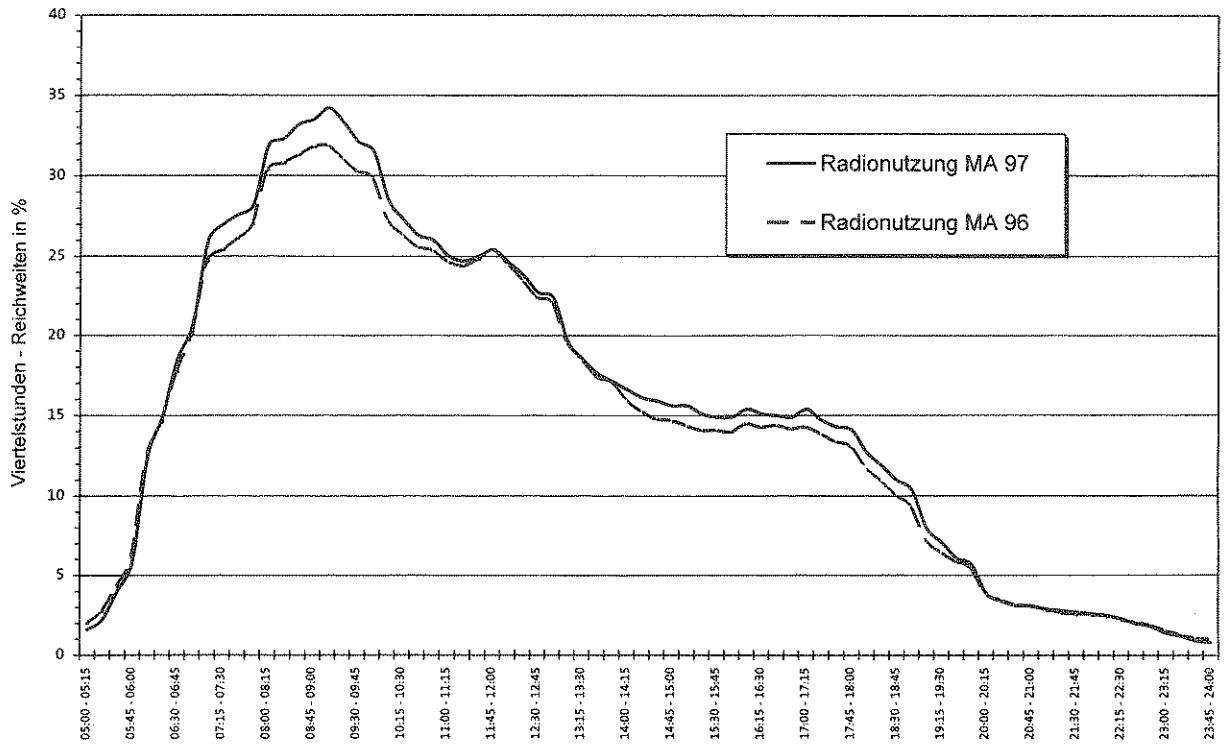
\* Zusammenfassung: Schallplatten, Tonband, Cassetten, CD/Video/PC-Nutzung.

1) MA 96 = 100.

Quelle: MA 96, MA 97.

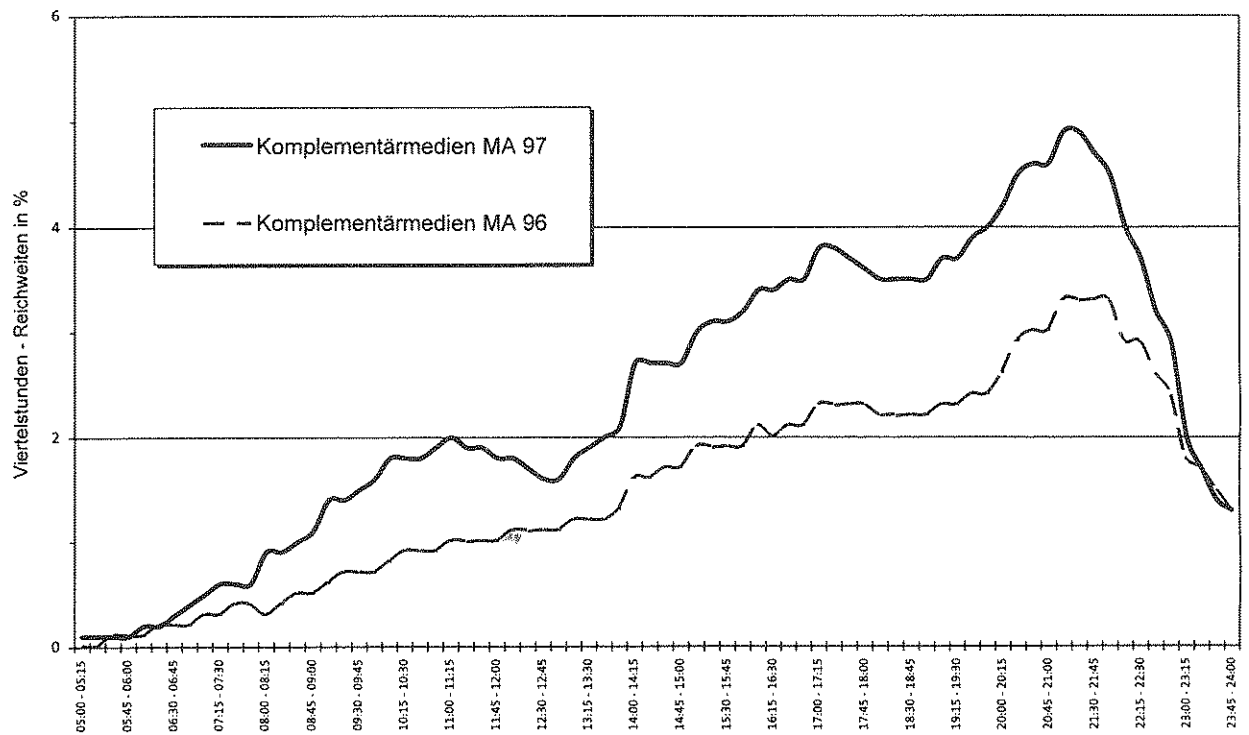


**Abb. 9 Hörfunknutzung im Tagesverlauf 1996 und 1997**  
*Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt*



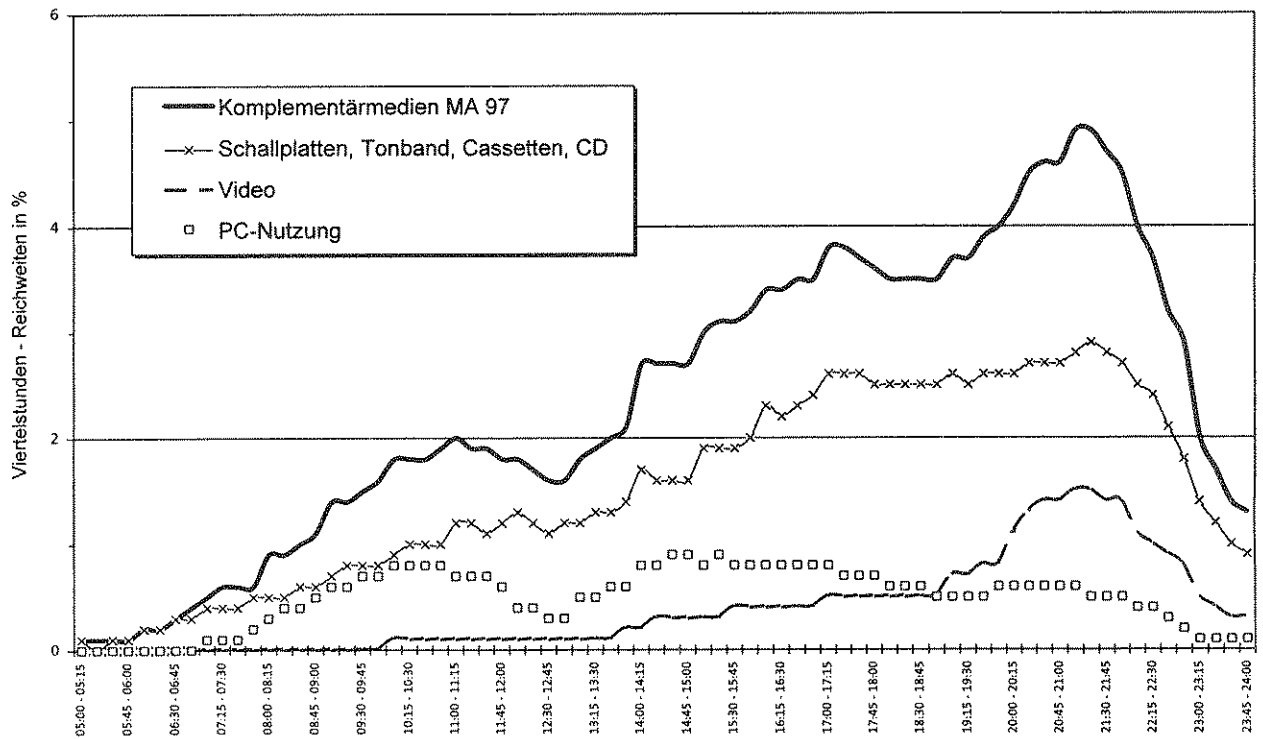
Quelle: MA 96, MA 97

**Abb. 10 Komplementärmediennutzung im Tagesverlauf 1996 und 1997**  
*Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt*



Quelle: MA 96, MA 97

**Abb. 11 Komplementärmediennutzung im Tagesverlauf 1997**  
Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt



Quelle: MA 97

**Reichweiten-  
zunahme im Hör-  
funk zwischen 7.00  
und 11.00 sowie  
zwischen 14.00 und  
19.00 Uhr**

Reichweite liegt die PC-Nutzung mit 3,4 Prozent hinter der Videonutzung mit 3,8 Prozent, jedoch ist die Nutzungsdauer mit durchschnittlich sechs Minuten um zwei Minuten höher als die Videonutzung (vgl. Tabelle 6).

Abbildung 9 zeigt, zu welchen Tageszeiten die Radionutzung gegenüber dem Vorjahr zugenommen hat: Es ist dies die Prime time zwischen 7.00 und 11.00 Uhr sowie am Nachmittag ab 14.00 Uhr bis zum frühen Abend gegen 19.00 Uhr. Die Reichweitzunahme für den Hörfunk ist demnach hauptsächlich zu den Tageszeiten zu verzeichnen, zu denen üblicherweise auch Radio gehört wird. Reichweitengewinne des Radios auf Kosten des Fernsehens konnten nicht festgestellt werden.

Abbildung 10 zeigt den Vergleich der Komplementärmediennutzung in Viertelstundensritten zum Vorjahr. Die Zunahme verläuft stetig über den gesamten Tag hinweg mit der Spitze in der Abendzeit. Den einzelnen Verlauf für die MA 97 zeigt Abbildung 11. Sehr plausibel erscheint der Verlauf der PC-Nutzung, mit einer Spitze im Verlauf des Morgens, einer Abnahme um die Mittagszeit und einem erneuten Ansteigen im Verlauf des Nachmittags. Dies gibt den typischen Verlauf eines PC-Arbeitstages wieder.

**Eins Live und N-Joy  
konnten nochmals  
zulegen**

Strahlender Sieger der letztjährigen MA 96 war das vom Westdeutschen Rundfunk produzierte Hörfunkprogramm Eins Live. Dieses auf die jüngere Zielgruppe ausgerichtete Programm erreichte nun erneut eine deutlich höhere Tages-

reichweite. Das Programm erreicht nun 2,32 Millionen Personen täglich. Im Norden konnte N-Joy Radio seine Marktposition ebenfalls noch einmal erheblich ausweiten. Hier konnte die Millionengrenze der täglichen Zuhörerschaft deutlich übersprungen werden, so daß nun 1,16 Millionen Personen erreicht werden.

Das ARD-Konzept der Substanzsicherung von besonders auf die ganz junge Zielgruppe ausgerichteten Hörfunkprogrammen geht damit offensichtlich auf. (3) Dies ist nicht nur von Bedeutung für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Denn Tatsache ist: Wer nicht bereits in frühen Jahren Radio gehört hat, wird auch später schwer für dieses Medium gewonnen werden können.

**Fazit MA 97 und Ausblick MA 98**

Insgesamt weist die MA 97 einen deutlichen Anstieg für die Hörfunknutzung aus. Er ist nach den zur Zeit vorliegenden Analysen stärker angebots- als methodenbedingt. Damit hat das Radio in einer sehr harten Medienkonkurrenz - von hohem Niveau aus - an Bedeutung gewonnen.

**MA 98 erstmals mit  
zwei Erscheinungs-  
terminen**

Soweit eine Bilanz der MA 97. Für die MA 98 steht eine weitere zentrale Reform an. Die MA 98 wird zweimal erscheinen, nämlich zum 1. April 1998 und zum 26. August 1998. Auch der Name ändert sich in MA 98 Radio I für den ersten und MA 98 Radio II für den zweiten Termin. Die Erhebungswellen werden dabei im rollierenden Verfahren in die Berichterstattung eingehen: Die im April erscheinende MA 98

Radio I wird aus der zweiten Welle der aktuellen MA 97 ET und der ersten Welle dieser MA gebildet, die Mitte September 1997 ins Feld geht. Diese zweite Welle ist wiederum die erste Erhebungswelle für die im August erscheinende MA 98 Radio II, die von Mitte Januar bis Ende Mai 1998 durchgeführt wird. Erneut bedeutet dies die Anpassung des Meßsystems an den sich dynamisch entwickelnden Hörfunk.

## Anmerkungen:

- 1) Außerdem werden in der MA 97 vier sonstige einstrahlende Sender bzw. Militärsender (z. B. AFN) erlaßt.
- 2) Vgl. Darschin, Wolfgang/Bernward Frank: Tendenzen im Zuschauerverhalten, Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen 1996. In: Media Perspektiven 4/1997, S. 174-185.
- 3) Vgl. hierzu auch Keller, Michael/Walter Klingler: Media Analyse 1996: Jugendwellen gewinnen junge Hörschaften. In: Media Perspektiven 8/1996, S. 441-450.

