

Postvertriebsstück
Entgelt bezahlt

D 13223

Media Perspektiven
Am Steinernen Stock 1
60320 Frankfurt am Main

1536 B:118 G:1
Herrn Prof. Dr. Helmut Ridder
Krafdorferstr. 43

35444 Biebertal

**Media Analyse 97:
Der Hörfunk als Gewinner**

**Studie „Qualitäten der Radiowerbung 2“:
Wie Radiokampagnen wirken**

**ARD-Online-Studie 97:
Onlinenutzung in Deutschland**

Digital Radio:

**Programmbegleitende und -unabhängige
Zusatzdienste im Überblick**

**Akzeptanz und Marktpotentiale –
Ergebnisse der DAB-Begleitforschung in NRW**

Herausgegeben im Auftrag der
**Arbeitsgemeinschaft der
ARD-Werbegesellschaften**

Bayerische Rundfunkwerbung GmbH, München
SFB Werbung GmbH, Berlin
Radio Bremen Werbung GmbH, Bremen
NDR Media GmbH, Hamburg
SDR Werbung GmbH, Stuttgart
Werbefunk Saar GmbH, Saarbrücken
hr werbung gmbh, Frankfurt/Main
Werbung im Südwestfunk GmbH, Baden-Baden
Westdeutsche Rundfunkwerbung GmbH, Köln
MDR Werbung GmbH, Erfurt
ORB Werbung GmbH, Potsdam

Verantwortlich

Prof. Dr. Klaus Berg

Redaktion

Dr. Christa-Maria Ridder
Marlene Wöste
Dr. Jochen Zimmer
Dr. Christian Breunig

Dokumentation

Dr. Nguyễn Thanh Hùng

Anschrift

Am Steinernen Stock 1
60320 Frankfurt am Main
(069) 155-34 37 / 155-26 64
Dokumentation/Archiv 155-28 58
Vertrieb 155-34 38
(069) 155-28 57

Telefon

Telex

Hörfunknutzung 1968 bis 1997 ¹⁾

	1968	1979	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Hördauer in Min.										
Gesamt	99	164	156	161	168	168	168	167	169	177
Männer	84	156	143	149	158	158	159	160	161	169
Frauen	113	171	168	173	178	178	177	173	176	184
Alter in Jahren										
14-19	99	135	118	116	125	125	121	117	121	126
20-29	119	190	166	162	171	177	168	161	164	168
30-39	111	189	174	182	193	181	188	192	191	193
40-49	104	183	170	178	183	183	181	180	186	192
50-59	89	154	162	169	175	176	175	177	173	183
60-69	80	145	157	163	165	168	169	169	171	187
70 +	73	124	121	134	137	140	142	135	143	158
Bildung										
Volks-/Hauptschule	97	166	157	165	166	170	170	165	167	179
weiterf. Sch. o. Abi.	107	168	163	164	180	174	173	176	179	183
Abitur/Studium	109	142	140	145	159	155	154	155	157	158
Beruf										
in Ausbildung	99	133	125	120	125	122	122	118	124	126
berufstätig	91	160	159	164	176	176	174	175	176	184
Rentner	84	144	143	156	156	158	159	158	161	174
nicht berufstätig	122	176	187	192	200	197	195	169	191	196
Hörer pro Tag in %										
Gesamt	64	80	80	82	82	82	82	80	80	82
Männer	63	80	81	83	83	83	82	81	81	83
Frauen	65	79	79	80	81	81	81	79	79	82
Alter in Jahren										
14-19	73	81	80	79	81	80	79	76	78	80
20-29	74	83	84	83	83	85	82	81	80	82
30-39	68	83	83	85	86	85	84	83	83	85
40-49	67	81	83	85	85	85	84	84	84	85
50-59	59	80	81	83	84	84	82	83	82	84
60-69	55	75	77	80	80	80	81	79	79	83
70 +	50	70	67	72	71	71	72	69	71	75
Bildung:										
Volks-/Hauptschule	63	78	77	79	79	80	79	77	77	80
weiterf. Sch. o. Abi.	72	83	84	85	86	85	84	84	83	85
Abitur/Studium	71	82	82	82	84	85	82	81	81	84
Beruf										
in Ausbildung	74	80	81	80	81	81	79	77	78	80
berufstätig	66	82	83	84	85	86	84	84	83	85
Rentner	53	75	73	77	77	76	77	76	76	79
nicht berufstätig	64	79	78	79	81	80	80	76	78	80
Erhobene Sender	-	-	163	180	188	227	237	245	226 ²⁾	241
Anzahl Sender gehört										
Ges.bev. letzte 14 T.	-	-	2,8	2,8	3,0	3,0	3,0	3,0	2,9	2,8
Ges.bev. gestern	-	-	1,3	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3

1) Ab 1992 inkl. neuer Bundesländer.

2) In Baden-Württemberg wurden 26 in der MA 95 einzeln abgefragte Senderfrequenzen zu 8 Programmen zusammengefaßt.

Quelle: MA.

Mediennutzung und Freizeitbeschäftigung 1997

in %

Mehrmals in der Woche	Ge-			Alter in Jahren						
	samt	Mann	Frau	14-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70 +
Zeitungen lesen	82,4	83,3	81,6	52,4	73,3	81,2	87,4	90,0	90,1	87,1
Zeitschriften, Illustr. lesen	46,8	42,5	50,7	48,5	48,2	46,6	46,2	46,0	46,5	46,5
Bücher lesen	20,8	18,6	22,9	36,7	25,6	20,7	19,1	17,2	18,2	16,3
Fernsehen	92,8	92,5	93,0	94,2	89,1	91,0	91,8	93,9	95,6	95,4
Videokassetten ansehen	6,9	8,5	5,5	21,4	11,4	8,6	5,6	4,0	2,3	1,5
Radio hören	83,5	84,5	82,6	86,0	84,3	86,2	86,6	84,1	83,0	73,9
Schallpl./CD/Kass. hören	30,0	33,0	27,2	77,2	55,6	38,0	23,9	16,8	11,7	6,6
Ins Kino gehen	0,3	0,3	0,3	1,1	0,8	0,3	0,1	0,1	0,1	0,0
Theater/Konzert	0,3	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,3	0,2	0,4	0,1
Handarbeiten	5,2	0,4	9,5	1,2	2,7	3,8	4,5	5,6	9,0	8,5
Basteln, heimwerken	7,4	12,5	2,9	3,4	5,8	9,3	8,4	9,1	9,3	3,9
Sport treiben, trimmen	14,0	17,1	11,3	45,5	22,4	14,1	10,9	9,8	6,4	4,2
Spazieren gehen	25,2	20,9	29,0	13,4	19,1	20,9	17,4	25,6	37,6	40,2
Wandern	1,9	2,1	1,8	0,8	1,3	1,9	1,3	2,6	3,2	1,8
Ausgehen (Rest., Kneipe)	7,5	10,2	5,1	16,8	18,1	7,4	5,1	4,5	2,8	2,0
Besuche machen, bekommen	19,4	17,8	20,9	41,1	29,9	18,9	14,1	13,3	14,3	15,5
Schaufensterbummel	4,5	2,7	6,2	10,1	6,5	3,8	3,4	3,6	4,0	3,3
Popmusik hören	31,5	34,2	29,1	75,3	61,7	47,8	29,6	12,2	6,2	3,7
Rockmusik hören	23,8	27,5	20,5	64,0	51,4	35,5	20,3	7,4	2,6	1,4
Klassische Musik hören	10,4	9,6	11,1	2,5	7,5	8,4	10,6	13,8	13,6	12,6
Schlager/Evergreens hören	33,3	29,8	36,5	8,5	15,4	23,8	35,2	46,1	48,8	46,0
Volksmusik hören	26,1	23,2	28,7	3,1	6,0	11,3	22,0	37,5	47,7	49,8

Quelle: MA 97.