

Hörfunknutzung in Deutschland

→ **MA 2002 Radio:
Radionutzung auf hohem
Niveau stabil**

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

MA 2002 mit deutlich längerer Feldzeit

Am 7. August 2002 hat die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) die Ergebnisse der Media-Analyse (MA) 2002 Radio vorgelegt. Die ag.ma ist ein Zusammenschluss von Unternehmen der deutschen Werbewirtschaft zur Erforschung der Massenkommunikation und führt regelmäßig die Media-Analysen für Radio und Printmedien durch. Die MA Radio gilt dabei als Standardwährung für die Hörfunknutzung. Sie erfasst repräsentativ die Nutzung aller bundesdeutschen Radioprogramme und bildet damit das Radionutzungsverhalten von 64,254 Millionen Personen ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland in deutschsprachigen Haushalten ab. Im Rahmen der MA 2002 Radio wurden vom 10. September 2001 bis zum 16. Dezember 2001 und vom 7. Januar 2002 bis zum 12. Mai 2002 insgesamt 61 113 zufällig ausgewählte Personen befragt. Dabei wurde der Zeitraum der Osterferien 25. März bis 7. April 2002 von der Befragung ausgenommen. Der Erhebungszeitraum umfasste damit 30 Kalenderwochen. Demgegenüber betrug der Erhebungszeitraum für die vorangegangene MA 2001 25 Wochen, für die MA 2000 sogar nur 21 Erhebungswochen. Mit dieser Erweiterung der Feldzeit wurde einerseits einer Forderung der Werbewirtschaft und eines Teils der Programmveranstalter nach längerer Erhebungszeit entsprochen, andererseits soll die längere Feldzeit die bessere Ausschöpfung schwer erreichbarer Zielgruppen ermöglichen.

**Sonderereignis
11. September 2001
verfälscht Ergebnisse
nicht**

Überschattet wurde der Feldbeginn durch die Terroranschläge in den USA am 11. September 2001. Diese Ereignisse haben nicht nur am 11. September und den Tagen danach eine zumindest kurzfristige Veränderung des sonst üblichen Mediennutzungsverhaltens bewirkt. Sie haben auch die Durchführung von Interviews an diesen Tagen nahezu unmöglich gemacht. Deshalb wurde die Befragung von den Instituten kurzfristig ausgesetzt und gegen Ende der geplanten ersten Erhebungswoche sukzessive wieder aufgenommen. Die gelegentlich aufgestellte Behauptung, die Ereignisse des 11. September würden die Ergebnisse der Radio MA verzerren, entbehren somit jeder Grundlage, denn von den insgesamt über 61 000 Interviews wurden nur etwas mehr als ein Prozent unmittelbar nach dem 11. September durchgeführt.

Bei Befragungen wie der Media-Analyse, die über einen längeren Zeitraum durchgeführt werden und nicht die tagesaktuelle Mediennutzung berichten, sind solche dramatischen Ereignisse auf Tagesbasis – anders als im Fernsehen (dort stieg die Nutzung im September 2001 im Vergleich zum Vorjahresmonat um zehn Minuten; vgl. Tabelle 1) auch aus Fallzahlgründen nur schwer reproduzierbar. Denn selbst bei insgesamt 61 113 Interviews werden pro Erhebungstag durchschnittlich nur 290 Befragungen durchgeführt. Diese methodischen Einschränkungen gelten für die Erhebung der Radio MA

① **Fernsehnutzung nach Monaten 1999 bis 2001**

Sehdauer in Minuten, Zuschauer gesamt

	1999	2000	2001
Januar	216	222	221
Februar	217	212	215
März	195	203	207
April	183	180	195
Mai	169	167	166
Juni	165	171	172
Juli	154	176	163
August	164	163	174
September	167	183	193
Oktober	189	196	192
November	198	205	206
Dezember	206	209	214

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, Fernsehpanel (D).

ebenso wie für die Durchführung zur Pressemedien MA mit insgesamt 26 000 Interviews jährlich. Aus diesem Grunde haben auch die ag.ma-Gremien davon Abstand genommen, die unmittelbar am oder nach dem 11. September durchgeführten Interviews zur Radio MA ebenso wie zur Presse MA aus der Berichterstattung herauszunehmen.

Im Ergebnis beschreiben die Daten einer MA damit die durchschnittliche Mediennutzung im Erhebungszeitraum, ungeachtet der in diesen Zeitraum fallenden besonderen Ereignisse (wozu auch Olympia, Fußball-WM oder Wahlen zählen).

Die Ermittlung der Hörfunknutzung

Kernstück der Ermittlung der täglichen Hörfunknutzung ist der „gestrige Tagesablauf“. In Form eines persönlichen Gespräches unterstützt der Telefoninterviewer den Befragten, den Verlauf des vorangegangenen Tages für den Zeitraum von 5.00 bis 24.00 Uhr zu erinnern. Die Angaben werden in Viertelstundenabschnitten nach vorgegebenen Kategorien protokolliert. Diese Kategorien umfassen die so genannten Leittätigkeiten wie zum Beispiel Mahlzeiten, Beruf und Hausarbeit, einkaufen, im Auto unterwegs sein. Diese Tätigkeiten (außer schlafen) werden nach Aktivitäten im Haus und außer Haus unterschieden. Neben der Radionutzung nach Einzelsendern wird auch die Nutzung komplementärer Medien wie Fernsehen, Video, CD hören oder die Beschäftigung mit dem PC erfasst. Darüber hinaus werden auch für die Mediennutzung relevante Merkmale des Haushaltes und der Person erfragt, wie zum Beispiel die Ausstattung

Kernstück „gestriger Tagesablauf“

* SWR-Medienforschung, Baden-Baden;

** ARD-Werbung Sales & Services GmbH, Frankfurt am Main.

mit Geräten der Unterhaltungselektronik, insbesondere der Radioempfangsgeräte im Haus und im Auto. Für die Zielgruppenbestimmung werden Fragen zur Statistik, Haushaltsausstattung sowie zu Wohnverhältnissen, Freizeit- und Reisetätigkeit gestellt.

Veränderungen gegenüber der MA 2001

Das Befragungsprogramm der MA 2001 wurde weitgehend unverändert für die MA 2002 eingesetzt. Soweit die von der Technischen Kommission der ag.ma vorgenommenen Prüfungen einen Optimierungsbedarf gezeigt haben, wurde dieser umgesetzt. Dies betraf zum Beispiel die Einkommensabfrage. Im übrigen wurde das Einkommen ab 2002 in Euro erhoben.

Erstmalig Integration von Interviews der E.M.A NRW in die MA

Eine wesentliche methodische Veränderung betrifft die erstmalige Integration von Teilen der für die E.M.A. NRW durchgeführten Interviews zur Radionutzung. Die E.M.A. NRW, Elektronische Media Analyse Nordrhein-Westfalen, gehört neben der Funkanalyse Bayern zu den regionalen Reichweitenuntersuchungen in Deutschland. Die E.M.A. NRW ist als Ganzjahreserhebung konzipiert und wird in dieser Form seit 1998 von den lokalen Radiosendern und dem Mantelprogrammanbieter Radio NRW durchgeführt. Seit der E.M.A. NRW 2001/2002 gehört auch der WDR der Auftraggebergemeinschaft an. Damit wird die Studie nunmehr von allen Radioanbietern in Nordrhein-Westfalen gemeinsam getragen.

In zehn sich teilweise überlappenden Wellen à sechs Wochen Befragungsdauer werden telefonisch jeweils ca. 2800 Personen zu ihrer Radionutzung befragt. Für die Kooperation mit der ag.ma wurde das Modell dahingehend geändert, dass nun zwei Befragungswellen parallel zu den MA-Wellen durchgeführt werden. Diese Wellen sind nicht nur hinsichtlich der Befragungszeit, sondern auch hinsichtlich Durchführung, Stichprobe und Datenverarbeitung identisch mit der Media-Analyse. Die übrigen acht Wellen der E.M.A. NRW laufen als Trendwellen ohne direkten Bezug zur MA unter alleiniger Verantwortung der regionalen Anbieter weiter.

Keine methodischen Unterschiede zwischen MA und Parallelwellen der E.M.A. NRW

Die Stichprobe für die Parallelwellen wurde – analog zur MA – von der ag.ma erstellt und den beiden durchführenden Instituten der E.M.A. NRW zur Verfügung gestellt. Die Befragungsinhalte entsprechen in allen Fragestellungen, insbesondere denen zur Reichweitenerhebung und der Statistik, exakt dem „Fragebogen“ der MA. Lediglich einige Marketingfragen und Fragen zur Empfangbarkeit von Fernsehprogrammen wurden durch allgemeine Fragen zu Radioprogrammen ersetzt. Die Datenerhebung wurde durch Zwischenlieferungen und Institutsbesuche überprüft. Die Datenverarbeitung lag wieder in den Händen der ag.ma. Damit wurden die Interviews der Parallelwellen der E.M.A. NRW wie die Daten der MA behandelt. Eine Überprüfung der Daten durch die Technische Kommission der ag.ma ergab keine methodischen Unterschiede zu den MA-Daten. Die Fälle der E.M.A. NRW konnten also wie eine MA-Aufstockung in

NRW behandelt und somit den MA-Interviews hinzugefügt werden.

Damit im Zusammenhang steht auch die Erweiterung auf nunmehr acht durchführende Institute. (1) Zu den sechs Marktforschungsinstituten, die seit der MA 2000 Radio, also seit Beginn der Erhebung der MA beauftragt sind, kamen die zwei schon bisher mit der E.M.A. NRW betrauten Institute hinzu. Mit der Hinzunahme der Parallelwellen der E.M.A. NRW wurden somit in Nordrhein-Westfalen insgesamt 12 303 Personen ab 14 Jahren von insgesamt acht Marktforschungsinstituten zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt. In der MA 2001 Radio waren es hingegen noch 5 994 Interviews in Nordrhein-Westfalen. Damit wird sichergestellt, dass innerhalb der MA eine ausreichend große Fallzahl für die präzise Abbildung des Lokalfunks zur Verfügung steht. Neben den landesweiten Radioprogrammen des Westdeutschen Rundfunks senden insgesamt 47 privatrechtlich organisierte Lokalstationen in Nordrhein-Westfalen, die, von wenigen Ausnahmen abgesehen, als Radio NRW ein gemeinsames Mantelprogramm ausstrahlen. Damit wurde für Nordrhein-Westfalen über den Umweg E.M.A. nachvollzogen, was seit etwa neun Jahren innerhalb der MA für Baden-Württemberg bereits realisiert wird. Dort senden insgesamt 32 regionale und lokale Radios. Um für alle Sender valide Hörschaftsdaten zu erhalten, wird die MA in Baden-Württemberg um zusätzliche Fälle aufgestockt. Für die MA 2002 Radio wurden in Baden-Württemberg insgesamt 11 934 Interviews durchgeführt.

Wie schon bei den vorangegangenen Media-Analysen bestand zur Vereinfachung der Befragung der Fragebogen aus 111 Splitvarianten, d.h., die Bundesrepublik wurde für die MA 2002 in 111 unterschiedliche Befragungsgebiete eingeteilt. Pro Befragungsgebiet/Splitgebiet wurden alle ortsüblich empfangbaren Sender, das sind durchschnittlich etwa 30 Sender, einzeln vorgelesen und neben der Bekanntheit die Nutzung im weitesten Hörerkreis (innerhalb der letzten 14 Tage) erfragt. Gebietsfremde Sender wurden über die offene Abfrage ermittelt, womit sichergestellt ist, dass jeder genutzte Radiosender registriert werden kann. Insgesamt wurden 252 Hörfunksender gestützt erhoben. Sie wurden jeweils in den Splitgebieten mit technischer Empfangbarkeit im Interview bei der Bekanntheitsfrage namentlich genannt. Darüber hinaus wurden Nutzungsvorgänge für weitere 45 Sender bei der offenen Abfrage registriert. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die so genannten offenen Kanäle, Universitäts- und Freie Radios wie zum Beispiel der Offene Kanal Hamburg, das Hochschulradio Düsseldorf oder das Freie Radio Wüste Welle im Raum Tübingen. Die durchschnittliche Dauer eines Interviews betrug 21 Minuten.

Durch Integration der E.M.A.-Daten nunmehr präzise Abbildung des NRW-Lokalfunks in der MA

111 Befragungsgebiete

② Anzahl genannter Programme/Senderbindung

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

	MA 2000 gesamt	MA 2001 gesamt	MA 2002 gesamt
Anzahl Programme im weitesten Hörerkreis (14 Tage)			
1 Programm	17,4	17,5	15,2
2 Programme	16,7	16,5	15,8
3 Programme	14,8	15,0	14,5
4 Programme	12,6	12,5	13,4
5 Programme	10,2	10,3	10,4
6 Programme	7,4	7,2	8,1
7 Programme	4,9	5,2	5,8
8+ Programme	9,6	9,5	11,3
Durchschnitt aller Hörer	4,0	3,9	4,2
Durchschnitt aller Befragten	3,7	3,7	4,0
Anzahl Programme pro Tag			
1 Programm	65,0	65,6	63,9
2 Programme	24,6	24,3	25,0
3 Programme	7,4	6,7	7,4
4 Programme	1,9	2,1	2,3
5+ Programme	1,0	1,3	1,4
Durchschnitt aller Hörer	1,5	1,5	1,5

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, MA 2002 II.

Radionutzung 2002 und 2001 im Vergleich

Der Wechsel der Erhebungstechnik von der MA 99 zur MA 2000 hatte auch Auswirkungen auf das abgebildete Nutzungsniveau des Mediums Radio. Im Vergleich dazu zeichnet sich mit Methodenkontinuität jetzt wieder – wie auch früher bei den Fortschreibungen der mündlich-persönlichen Erhebungen – eine hohe Nutzungsstabilität ab.

Durchschnittlich 4,2 Programme innerhalb von 14 Tagen gehört

Leicht erhöht hat sich die durchschnittliche Anzahl der gehörten Programme. Innerhalb von zwei Wochen werden im Durchschnitt etwas mehr als vier (4,2) Radiosender/Programme gehört (2001: 3,9). Etwa zwei Drittel der Hörerinnen und Hörer wechseln innerhalb von zwei Wochen zwischen drei und mehr Programmen. Pro Tag werden nach wie vor durchschnittlich 1,5 Radioprogramme gehört, wobei knapp zwei Drittel der Hörer nur ein Radioprogramm täglich nutzen (vgl. Tabelle 2).

Insgesamt hohe Nutzungsstabilität

Die Tagesreichweite des Radios (Hörer gestern) liegt mit 79,5 Prozent für den durchschnittlichen Wochentag (Montag bis Sonntag) knapp über dem Vorjahreswert (79,3%). Die Hördauer bleibt mit 202 Minuten leicht unter dem Vorjahreswert (203 Minuten), ebenso die Verweildauer mit 254 Minuten (minus 2 Minuten) (vgl. Tabelle 3).

Gemessen an der Tagesreichweite sind die Nutzungswerte für die einzelnen soziodemographischen Gruppen im bundesweiten Vergleich von MA 2002 und MA 2001 in hohem Maße stabil geblieben. Bei Männern liegt der Vergleichsindex ebenso bei 100 wie bei den 50- bis 59-Jährigen und

③ Radio hören im und außer Haus

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

	MA 2000 gesamt	MA 2001 gesamt	MA 2002 gesamt
Radio gesamt			
weitester Hörerkreis in %	93,7	93,7	94,5
Hörer gestern in %	79,0	79,3	79,5
Dauer in Minuten	209	203	202
Verweildauer in Minuten	265	256	254
Radio hören im Haus			
Hörer gestern in %	66,6	65,9	65,8
Dauer in Minuten	123	120	119
Verweildauer in Minuten	184	182	180
Radio hören außer Haus			
Hörer gestern in %	43,3	42,5	43,1
Dauer in Minuten	83	80	80
Verweildauer in Minuten	192	189	187

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, MA 2002 II.

bei Berufstätigen. Nahezu keine Unterschiede sind in bezug auf die verschiedenen Altersgruppen festzustellen: In den Altersgruppen 20 bis 69 Jahre liegen die Indizes der täglichen Radionutzung zwischen 99 und 101 (vgl. Tabelle 4). Jüngere (14 bis 19 Jahre) wie auch Ältere (70+) hören ein wenig häufiger Radio als im Jahr zuvor.

Geringfügig sind die Unterschiede bei der Hördauer. Bei den 20- bis 29-Jährigen und den 60- bis 69-Jährigen liegt der Vergleichsindex zur MA 2001 bei 96, bei den 30- bis 39-Jährigen bei 98 Prozent und bei allen anderen Altersgruppen dann wieder in etwa auf oder leicht über dem Vorjahresniveau. Ob der Rückgang der Hördauer von immerhin rund 8 Minuten bei den 20- bis 29-Jährigen als Trend zu interpretieren ist, bleibt abzuwarten. Ähnliche Unterschiede gab es auch schon bei früheren Media-Analysen, ohne dass sie sich dann im folgenden Jahr bestätigten.

Nach Bundesländern differenziert fallen die Werte der Media-Analyse 2002 in den meisten Fällen für die Tagesreichweite und die Hördauer ähnlich wie 2001 aus. Unterschiede sind aber beispielsweise in bezug auf die Hördauer in den meisten norddeutschen, in den mitteldeutschen Bundesländern und in den Stadtstaaten festzustellen (z.B. Schleswig-Holstein: Rückgang um 20 Minuten) (vgl. Tabelle 5).

Die Radionutzung im Haus weist im Vergleich zum Vorjahr in bezug auf Tagesreichweite, Hördauer und Verweildauer eine bemerkenswert hohe Stabilität auf. Allerdings gibt es einen erkennbaren Rückgang bei den 14- bis 29-Jährigen und bei Personen mit niedriger formaler Bildung und bei nicht Berufstätigen. Dieses Phänomen ist bei der Außer-Haus-Nutzung nicht zu registrieren (vgl. Tabelle 6).

Rückgang der Hördauer bei 20- bis 29-Jährigen – Trend oder einmaliges Phänomen?

14- bis 29-Jährige hören tendenziell weniger im Haus

Insgesamt haben diese Veränderungen aber nur geringe Auswirkungen auf die Relation von Radionutzung im Haus und außer Haus: Etwa 60 Pro-

Relation von Radionutzung im und außer Haus stabil

④ **Hörfunknutzung nach soziodemographischen Gruppen 2001 und 2002**

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

	Hörer gestern in %			Hördauer in Minuten		
	MA 2001	MA 2002	Index ¹⁾	MA 2001	MA 2002	Index ¹⁾
Personen ab 14 Jahren	79,3	79,5	100	203	202	100
Männer	81,2	81,2	100	209	207	99
Frauen	77,6	78,0	101	198	197	99
Alter in Jahren						
14-19	77,0	78,5	102	127	127	100
20-29	77,6	78,0	101	203	195	96
30-39	83,3	82,1	99	239	234	98
40-49	84,6	84,1	99	236	239	101
50-59	82,7	83,1	100	220	224	102
60-69	79,0	78,6	99	200	192	96
70 u. älter	66,9	69,8	104	145	149	103
Bildung						
Schüler in allgemeinbildender Schule	77,2	78,7	102	109	110	101
Haupt-/Volksschulabschluß o. Lehre	68,1	66,8	98	176	161	91
Haupt-/Volksschulabschluß m. Lehre	80,2	79,0	99	217	210	97
weiterführende Schule/Mittlere Reife	82,5	84,1	102	228	232	102
Fach-/Hochschulreife o. Studium	79,1	79,1	100	179	181	101
Fach-/Hochschulreife m. Studium	79,7	81,5	102	170	183	108
Beruf						
in Ausbildung	76,9	77,6	101	128	131	102
berufstätig	83,6	83,3	100	234	233	100
Rentner/Pensionär	73,2	74,2	101	172	171	99
nicht berufstätig	76,3	76,8	101	210	202	96

1) MA 2001 = 100.

Quellen: MA 2001 II, MA 2002 II.

zent der Radionutzung entfällt auf Nutzung im Haus und etwa 40 Prozent auf die Nutzung außer Haus. Starke, aber aufgrund der Lebenssituation plausible Abweichungen von diesen Durchschnittswerten sind beispielsweise aber bei den Berufstätigen (44% im Haus, 55% außer Haus) einerseits und den ab 50-Jährigen (76% im Haus, 23% außer Haus) andererseits zu registrieren (vgl. Tabelle 7).

Von besonderem Interesse ist die Beschäftigung mit einzelnen Tätigkeiten und deren täglicher Dauer, ebenso wie die tägliche Mediennutzung. Zur vertiefenden Analyse wurden diese Tätigkeiten getrennt nach im Haus und außer Haus und für die drei bisherigen per CATI durchgeführten Media-Analysen dargestellt (vgl. Tabellen 8 und 9). Dabei ist insbesondere die geringe Varianz der Ergebnisse auffällig, wobei sich Unterschiede häufig im Rahmen der statistischen Schwankungsbreite bewegen.

**Tätigkeiten im Haus:
Freizeitbeschäftigungen nehmen zu**

In der Tendenz erscheint die Haus- und Berufsarbeit im eigenen Haushalt rückläufig. In der MA 2000 waren es 55 Prozent der Befragten, die angaben, Haus- und Berufsarbeit zu Hause zu erledigen, und dies pro Tag fast dreieinhalb Stunden lang (205 Minuten). Demgegenüber waren es in der MA 2002 nur noch 52 Prozent mit einer Verweildauer von gut dreieinviertel Stunden (201 Minuten). Zugenommen haben andere Tätigkeiten, insbesondere Freizeitaktivitäten im Haus von 92,5 auf 94,3 Prozent. Die dabei verbrachte Zeit ist von

⑤ **Hörfunknutzung in den Bundesländern**

Mo-So, Personen ab 14 J.

Bundesland	Hörer gestern in %		Hördauer in Minuten	
	MA 2001	MA 2002	MA 2001	MA 2002
Norddeutschland				
Mecklenburg-Vorpommern	85,6	85,7	262	258
Schleswig-Holstein	83,8	84,1	258	238
Brandenburg	84,5	85,8	234	233
Niedersachsen	82,4	82,2	238	213
Mitteldeutschland				
Sachsen-Anhalt	81,1	83,7	238	226
Sachsen	81,7	85,4	234	227
Thüringen	82,8	84,9	236	228
Mitte/Süden				
Bayern	81,3	79,0	206	197
Hessen	76,5	76,0	197	190
Stadtstaaten				
Hamburg	79,3	77,9	217	200
Berlin	79,0	78,0	209	195
Bremen	80,0	80,2	216	219
Südwestdeutschland				
Baden-Württemberg	76,3	76,7	180	187
Rheinland-Pfalz	74,7	77,0	189	189
Saarland	77,8	77,1	182	188
Nordrhein-Westfalen	76,5	76,8	189	184

Quellen: MA 2001 II, MA 2002 II.

⑥ **Radiohören im Haus und außer Haus**

Mo-So, BRD gesamt

	Radionutzung								
	gesamt		Index	im Haus		Index	außer Haus		Index
	MA 2001	MA 2002	MA 2001 =100	MA 2001	MA 2002	MA 2001 =100	MA 2001	MA 2002	MA 2001 =100
Reichweite in %									
Personen ab 14 Jahren	79,3	79,5	100	65,9	65,8	100	42,5	43,1	101
14-29 Jahre	77,4	78,1	101	58,9	58,2	99	46,3	47,9	103
30-49 Jahre	83,9	83,1	99	66,0	65,0	98	57,5	58,0	101
50 Jahre und älter	76,4	77,3	101	69,1	69,9	101	28,7	29,1	101
Schüler in allgemeinbildender Schule	77,2	78,7	102	68,5	69,0	101	26,8	29,8	111
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	68,1	66,8	98	60,5	58,7	97	24,4	23,0	94
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	80,2	79,0	99	67,6	66,9	99	39,7	39,1	98
weiterführende Schule/Mittlere Reife	82,5	84,1	102	67,1	67,9	101	52,0	53,1	102
Fach-/Hochschulreife o. Studium	79,1	79,1	100	61,5	60,3	98	47,9	51,3	107
Fach-/Hochschulreife m. Studium	79,7	81,5	102	63,5	65,2	103	49,3	50,4	102
in Ausbildung	76,9	77,6	101	63,3	63,3	100	35,6	39,3	110
berufstätig	83,6	83,3	100	64,3	63,8	99	59,0	59,4	101
Rentner/Pensionär	73,2	74,2	101	68,8	69,8	101	18,2	18,4	101
nicht berufstätig	76,3	76,8	101	69,1	67,8	98	31,4	32,1	102
Hördauer in Minuten¹⁾									
Personen ab 14 Jahren	203	202	100	120	119	99	80	80	100
14-29 Jahre	174	169	97	74	69	93	96	97	101
30-49 Jahre	237	236	100	118	116	98	117	119	102
50 Jahre und älter	189	189	100	143	144	101	43	42	98
Schüler in allgemeinbildender Schule	109	110	101	78	75	96	26	30	115
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	176	161	91	132	121	92	42	38	90
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	217	210	97	139	134	96	75	73	97
weiterführende Schule/Mittlere Reife	228	232	102	116	121	104	109	109	100
Fach-/Hochschulreife o. Studium	179	181	101	89	86	97	87	92	106
Fach-/Hochschulreife m. Studium	170	183	108	94	98	104	74	82	111
in Ausbildung	128	131	102	71	69	97	53	58	109
berufstätig	234	233	100	103	103	100	128	128	100
Rentner/Pensionär	172	171	99	150	149	99	18	18	100
nicht berufstätig	210	202	96	177	168	95	30	32	107
Verweildauer in Minuten²⁾									
Personen ab 14 Jahren	256	254	99	182	180	99	189	187	99
14-29 Jahre	224	216	96	126	118	94	208	202	97
30-49 Jahre	283	285	101	179	178	99	204	205	100
50 Jahre und älter	248	244	98	208	205	99	149	146	98
Schüler in allgemeinbildender Schule	141	140	99	113	108	96	97	100	103
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	258	241	93	218	206	94	173	164	95
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	271	266	98	206	201	98	190	188	99
weiterführende Schule/Mittlere Reife	277	276	100	173	178	103	210	205	98
Fach-/Hochschulreife o. Studium	226	228	101	144	143	99	182	180	99
Fach-/Hochschulreife m. Studium	213	224	105	148	151	102	149	163	109
in Ausbildung	167	169	101	112	109	97	150	147	98
berufstätig	279	279	100	160	161	101	218	216	99
Rentner/Pensionär	235	230	98	219	213	97	100	100	100
nicht berufstätig	275	263	96	256	248	97	97	100	103

1) Basis: gesamte Bevölkerung.

2) Basis: Hörfunknutzer.

Quellen: MA 2001 II, MA 2002 II.

fünfeinhalb Stunden (538 Minuten) auf knapp sechs Stunden (355 Minuten) angestiegen.

Radionutzung im Medienvergleich

Die hohe Stabilität der Radionutzung ist ein erfreuliches Ergebnis für alle Programmierer. Gerade die gegebene Methodenstabilität erlaubt einen

Radio behauptet sich im Wettbewerb mit anderen Medien

⑦ **Anteile der Radionutzung im Haus und außer Haus 2000 und 2001**

Mo-So, BRD gesamt, Hördauer in %

	MA 2001			MA 2002		
	Gesamt	im Haus	außer Haus	Gesamt	im Haus	außer Haus
Personen ab 14 Jahren	100	59	39	100	59	40
14-29 Jahre	100	43	55	100	41	57
30-49 Jahre	100	50	50	100	49	50
50 Jahre und älter	100	76	23	100	76	22
Schüler in allgemeinbildender Schule	100	72	24	100	68	27
Haupt-/Volksschulabschluß o. Lehre	100	75	24	100	75	24
Haupt-/Volksschulabschluß m. Lehre	100	64	35	100	64	35
weiterführende Schule/Mittlere Reife	100	51	48	100	52	47
Fach-/Hochschulreife o. Studium	100	50	49	100	48	51
Fach-/Hochschulreife m. Studium	100	55	44	100	54	45
in Ausbildung	100	56	41	100	53	44
berufstätig	100	44	55	100	44	55
Rentner/Pensionär	100	87	11	100	87	11
nicht berufstätig	100	84	14	100	85	16

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, MA 2002 II.

⑧ **Tätigkeiten im Haus pro Tag**

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

	MA 2000 gesamt	MA 2001/II gesamt	MA 2002/II gesamt
Körperpflege/Anziehen			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	84,7	87,9	87,1
Dauer in Minuten	32	32	32
Verweildauer in Minuten	38	37	37
Essen/Mahlzeiten			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	92,0	93,5	92,2
Dauer in Minuten	81	78	78
Verweildauer in Minuten	88	84	85
Hausarbeit			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	51,0	48,1	48,1
Dauer in Minuten	94	85	88
Verweildauer in Minuten	185	177	182
Berufsarbeit im Haus			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	6,2	5,7	5,6
Dauer in Minuten	18	17	17
Verweildauer in Minuten	296	303	297
Haus-/Berufsarbeit			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	55,0	52,0	52,0
Dauer in Minuten	113	103	104
Verweildauer in Minuten	205	198	201
Andere Tätigkeiten/Freizeit			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	92,5	94,2	94,3
Dauer in Minuten	313	334	335
Verweildauer in Minuten	338	355	355
Zu Hause gesamt			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	99,6	99,6	99,6
Dauer in Minuten	534	544	546
Verweildauer in Minuten	537	546	549

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, MA 2002 II.

ten zurückgegangen, die Zahl der täglichen Radiohörer sogar geringfügig angestiegen.

Die PC-Reichweiten gehen erwartungsgemäß auf niedrigem Niveau weiter deutlich nach oben. Die Zahl der täglichen PC-Nutzer verdoppelt sich fast auf 10,5 Prozent, und auch die Nutzungsdauer ist mehr als doppelt so hoch wie in der MA 2000. Auch Fernsehen kann seine in der MA erfragte Nutzungsdauer ausbauen und damit fast mit Radio gleichziehen. Die Zahl der täglichen Fernsehzuschauer nimmt in der MA ebenfalls zu. Das Hören von Tonträgern (CDs, Schallplatten, Kassetten etc.) bleibt auf geringem Niveau stabil. Die Nutzungsdauer von 23 Minuten bleibt praktisch gleich gegenüber den Vorjahren, während die tägliche Reichweite geringfügig auf 15,1 Prozent ansteigt (vgl. Tabelle 10).

Die vorgenannten Daten zur Fernsehnutzung entstammen wie alle anderen Angaben auch aus der Erhebung der Mediennutzung im Tagesablauf der Radio MA. Fernsehen wird dabei lediglich sehr allgemein als Gattung erhoben. Eine Stützung nach einzelnen Sendern/Programmen erfolgt nicht. Insofern ist es ratsam, für einen direkten Vergleich beider Medien neben den Radio-MA-Daten für das Fernsehen die Messdaten aus dem System der AGF/GfK-Fernsehforschung heranzuziehen (3) (vgl. Tabelle 11).

Dabei fällt auf, dass die tägliche Radionutzung mit 79,5 Prozent um mehr als 4 Prozentpunkte über der Tagesreichweite beim Fernsehen liegt. In einem zur Feldzeit der MA 2002 vergleichbaren Messzeitraum haben täglich 75,1 Prozent aller Personen ab

Radio mit höherer Reichweite als Fernsehen

Vergleich insbesondere mit der Nutzung anderer audiovisueller Medien im Zeitverlauf. Trotz zunehmenden Wettbewerbs mit anderen Medienangeboten ist die Radionutzung gemessen an der durchschnittlichen Nutzungsdauer nur um wenige Minu-

⑨ **Tätigkeiten außer Haus pro Tag**

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

	MA 2000 gesamt	MA 2001/II gesamt	MA 2002/II gesamt
Auto fahren			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	52,0	50,5	51,6
Dauer in Minuten	46	42	43
Verweildauer in Minuten	88	84	84
mit Bus/Bahn unterwegs			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	10,0	9,7	9,8
Dauer in Minuten	8	8	8
Verweildauer in Minuten	83	79	79
Einkaufen/Besorgungen			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	25,9	22,9	23,4
Dauer in Minuten	29	25	25
Verweildauer in Minuten	111	110	106
Berufsarbeit			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	33,5	32,3	31,8
Dauer in Minuten	161	157	154
Verweildauer in Minuten	481	487	483
Schule/Studium			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	4,8	5,1	4,8
Dauer in Minuten	17	18	17
Verweildauer in Minuten	357	363	359
Besuch bei Freunden etc.			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	18,3	15,5	17,1
Dauer in Minuten	43	38	41
Verweildauer in Minuten	237	246	242
Besuch von Kneipen etc.			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	7,2	6,4	7,0
Dauer in Minuten	12	11	11
Verweildauer in Minuten	164	166	157
Andere Tätigkeiten/Freizeit			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	44,6	45,7	48,0
Dauer in Minuten	83	88	92
Verweildauer in Minuten	186	193	192
Außer Haus gesamt			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	87,1	85,9	86,5
Dauer in Minuten	388	380	380
Verweildauer in Minuten	446	442	439

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, MA 2002 II.

14 Jahren ferngesehen. Die Hör- und Sehdauern liegen fast gleich auf. Die durchschnittliche tägliche Hördauer, bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren, betrug 2002 202 Minuten, wobei sich die Erhebung auf den Zeitraum 5.00 bis 24.00 Uhr beschränkt. Ermittelt man aus den Daten der AGF/GfK-Fernsehforschung ebenfalls für den Zeitraum 5.00 bis 24.00 Uhr die tägliche Sehdauer, so liegt diese bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren mit 205 Minuten auf einem vergleichbaren Niveau. Auch die tägliche Verweildauer, also die Hördauer der Hörer bzw. die Sehdauer der Seher, ist bei beiden Medien kaum unterschiedlich. Radiohörer hören täglich im Durchschnitt 254 Minuten lang

⑩ **Mediennutzung pro Tag**

Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt

	MA 2000 gesamt	MA 2001/II gesamt	MA 2002/II gesamt
Radio gesamt			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	79,0	79,3	79,5
Dauer in Minuten	209	203	202
Verweildauer in Minuten	265	256	254
Fernsehen gesamt			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	81,6	83,1	83,9
Dauer in Minuten	187	193	198
Verweildauer in Minuten	229	232	237
TV und Radio			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	95,4	95,7	95,9
Dauer in Minuten	392	393	397
Verweildauer in Minuten	411	411	414
Video			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	1,4	1,4	1,8
Dauer in Minuten	2	2	2
Verweildauer in Minuten	136	121	128
Fernsehen und Video			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	82,0	83,5	84,3
Dauer in Minuten	189	195	201
Verweildauer in Minuten	230	233	238
Schallplatte/CD/TB hören			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	14,2	13,8	15,1
Dauer in Minuten	22	21	23
Verweildauer in Minuten	156	150	149
Radio und Schallplatte/CD/TB			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	82,1	82,6	83,1
Dauer in Minuten	231	223	224
Verweildauer in Minuten	281	270	269
mit PC beschäftigten			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	5,6	7,0	10,5
Dauer in Minuten	12	16	25
Verweildauer in Minuten	222	226	236
audiovisuelle Medien klassisch (CD, TB, TV, Video, Radio)			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	96,3	96,6	96,9
Dauer in Minuten	416	415	421
Verweildauer in Minuten	431	429	434
Komplementär-Medien (CD, TB, Video, PC)			
(netto 5.00-24.00 Uhr) in %	19,2	19,9	24,1
Dauer in Minuten	36	38	49
Verweildauer in Minuten	188	190	203

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, MA 2002 II.

Radio, während Fernsehzuschauer durchschnittlich 269 Minuten pro Tag fernsehen.

Auffallend sind jedoch die Nutzungsunterschiede nach Altersgruppen. Während die tägliche Radionutzung, von den über 70-Jährigen abgesehen, in den einzelnen Altersgruppen nahe bei dem Durchschnittwert liegt, nimmt die Zahl der täglichen Fernsehzuschauer mit zunehmendem Alter deutlich zu. Von den unter 30-Jährigen schalten am Durchschnittstag etwa 78 Prozent das Radio ein, während nur knapp 60 Prozent dieser Altersgruppe vergleichbar häufig fernsehen. Mit einer Tagesreichweite von 83,1 Prozent schalten die 30- bis 59-Jährigen überdurchschnittlich häufig das Radio ein, während erst bei den über 60-Jährigen ein

Jüngere schalten häufiger das Radio, Ältere häufiger den Fernseher ein

⑪ **Fernseh- und Hörfunknutzung 2002**

	Tagesreichweite in %		Hör-/Sehdauer in Min.		Verweildauer in Min.	
	Hörer gestern	Seher/Tag	Hördauer	Sehdauer	Radio	TV
Personen ab 14 Jahren gesamt	79,5	75,1	202	205	254	269
Alter in Jahren						
14-19	78,5	59,6	127	110	163	180
20-29	78,0	58,5	195	135	250	226
30-39	82,1	74,0	234	173	285	230
40-49	84,1	76,3	239	203	285	263
50-59	83,1	79,0	224	225	270	283
60-69	78,6	83,7	192	262	244	311
70 u. älter	69,8	85,8	149	282	213	328
14-49	81,3	69,1	212	165	261	234
30-59	83,1	76,3	233	199	280	258
Männer ab 14 Jahren	81,2	73,7	207	191	255	256
Frauen ab 14 Jahren	78,0	76,4	197	217	253	281
berufstätig	83,3	73,8	233	184	279	246
nicht berufstätig	75,5	76,8	169	227	263	292

Quellen: MA 2002 II; AGF/GfK, pc#tv, 5-24 Uhr, 1.9.2001-31.5.2002, Fernsehpanel (D).

ähnlich hoher Nutzungswert für Fernsehen erkennbar ist. Diese Unterschiede drücken sich auch in den Nutzungsdauern aus: Die 14- bis 19-jährigen Fernsehzuschauer verbringen pro Tag etwa drei Stunden vor dem Fernseher und hören etwa zweidreiviertel Stunden täglich Radio. Die 20- bis 49-jährigen verbringen täglich mehr Zeit vor dem Radio als vor dem Fernseher. Erst bei den über 50-jährigen, insbesondere bei den über 60-jährigen, ist die Zeit, die täglich ferngesehen wird, deutlich höher als die tägliche Radionutzung.

Demnach lässt sich festhalten, dass Radio überdurchschnittlich von Jüngeren, insbesondere Berufstätigen, genutzt wird, Fernsehen hingegen überdurchschnittlich von älteren Personen.

Radio ist überall präsent

Der Hörfunk verdankt seinen quantitativen und qualitativen Stellenwert im hohen Maße der Fähigkeit, an vielen Orten und zu vielen Gelegenheiten nutzbar zu sein. Dies bestätigt auch die MA 2002 erneut: 52 Prozent aller Bundesdeutschen hören zumindest kurz irgendwann am Tag einmal beim Essen Radio, 37 Prozent sind es beispielsweise beim Autofahren. Generell 50 Prozent der Männer kombinieren Tätigkeiten außer Haus mit Radio. In anderen Bevölkerungssegmenten fallen die Zahlen ebenso deutlich aus. Rund 50 Prozent der 20- bis 49-jährigen hören an einem durchschnittlichen Wochentag zumindest kurz im Auto Radio, rund 17 Prozent dieser Altersgruppe nutzen das Radio auch am Arbeitsplatz (vgl. Tabelle 12).

Radionutzung im Tagesverlauf

Der Vergleich der Tagesabläufe in der MA 2002 und in der MA 2001 ergibt keine auffälligen Unterschiede (vgl. Abbildungen 1 bis 5). Dies gilt für alle Altersgruppen gleichermaßen. Erneut zeigt sich im aktuellen Ergebnis der CATI-MA die im Vergleich mit den Ergebnissen der mündlich-persönlich erhob-

benen Media-Analysen stärkere Orientierung des Radios als Begleiter über den gesamten Tag hinweg bis in den späten Nachmittag oder frühen Abend hinein. Dies ist letzten Endes das Spiegelbild der gestiegenen Hör- und Verweildauer.

Die Ergebnisse der MA dienen nicht zuletzt auch als Maßstab für die Bewertung einzelner Sender und Programme bei der Hörerschaft und sind damit auch ein Kriterium für den Programmerfolg. Dabei sind die Daten der MA 2002 Radio wiederum geeignet, vielen einen Platz auf dem Siegestreppchen einzuräumen.

Zu dieser in jeder Hinsicht herausragenden Position des Radios haben die Sender und Programme der ARD-Landesrundfunkanstalten in erheblichem Maße beigetragen. Mit 32,855 Millionen Hörern schalten am Tag deutlich mehr als die Hälfte der in Deutschland lebenden Menschen eines der 61 öffentlich-rechtlichen Radioprogramme ein. Das sind über 1,1 Millionen Hörer mehr als noch von der MA 2000 ermittelt wurden (vgl. Tabelle 13). Damit verbunden ist der Marktanteil der ARD-Sender an der Hördauer von 50,7 Prozent in der MA 2000 innerhalb von zwei Jahren auf 53,5 Prozent angestiegen. Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist es damit gelungen, die hohe Akzeptanz seiner Radioprogramme auszubauen.

Marktanteil der ARD-Sender an der Hördauer auf 53,5 % gestiegen

Fazit

Das Medium Radio nimmt trotz zunehmender Medienangebote im Zeitbudget der Bundesbürger für Medienkonsum einen zentralen Platz ein. Das Ra-

12 **Radiohören und Tätigkeiten nach soziodemographischen Gruppen 2002**

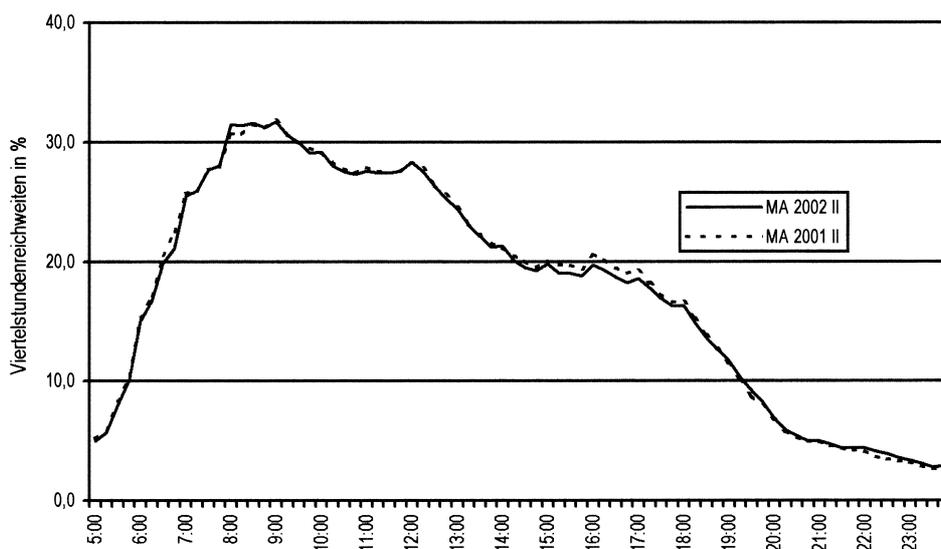
Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt

	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 Jahren	31	40	45	29	42	119	80
Männer	27	20	66	37	45	95	109
Frauen	34	59	26	22	39	140	54
Alter in Jahren							
14-19	17	10	21	13	41	73	49
20-29	16	17	79	38	29	66	127
30-39	27	40	79	41	34	107	125
40-49	31	47	67	41	40	124	113
50-59	35	50	45	35	45	137	85
60-69	43	54	6	19	56	159	31
70 u. älter	38	43	1	6	47	134	11
	Radio hören und Reichweite in %						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto-fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 Jahren	52,3	24,9	10,5	37,4	28,3	65,8	43,1
Männer	49,8	13,3	14,8	44,0	29,4	63,4	50,8
Frauen	54,5	35,5	6,6	31,3	27,2	68,1	36,1
Alter in Jahren							
14-19	44,3	8,2	5,4	22,8	32,7	67,0	33,7
20-29	35,3	11,8	17,5	48,8	20,9	52,6	56,9
30-39	47,9	23,4	18,2	52,2	24,4	62,3	58,8
40-49	54,7	27,2	15,9	49,9	27,5	68,0	57,1
50-59	58,5	29,6	10,6	43,0	30,0	70,4	48,1
60-69	62,2	33,4	1,7	24,7	33,2	72,5	27,2
70 u. älter	56,5	30,2	0,3	8,9	30,9	66,6	11,1

Quelle: MA 2002 II.

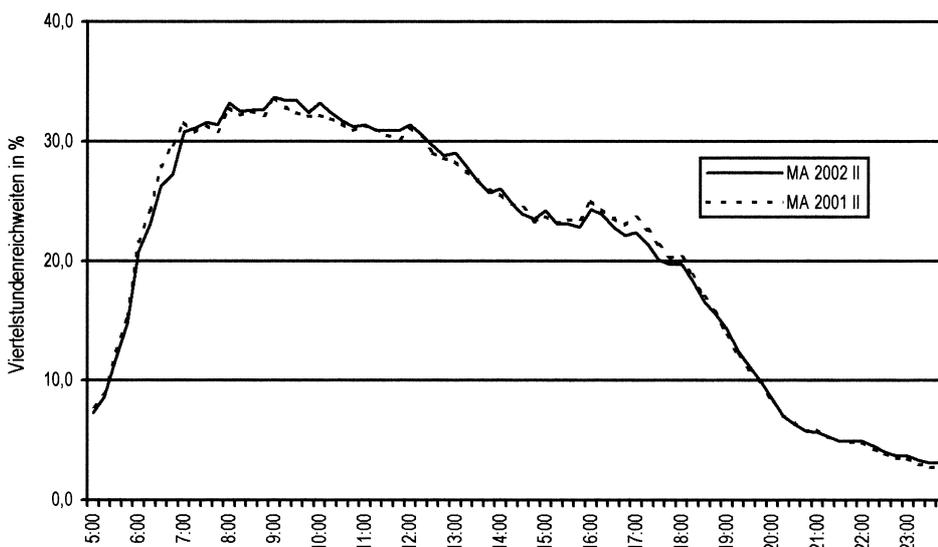
Abb. 1 Radionutzung im Tagesverlauf 2001 und 2002

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



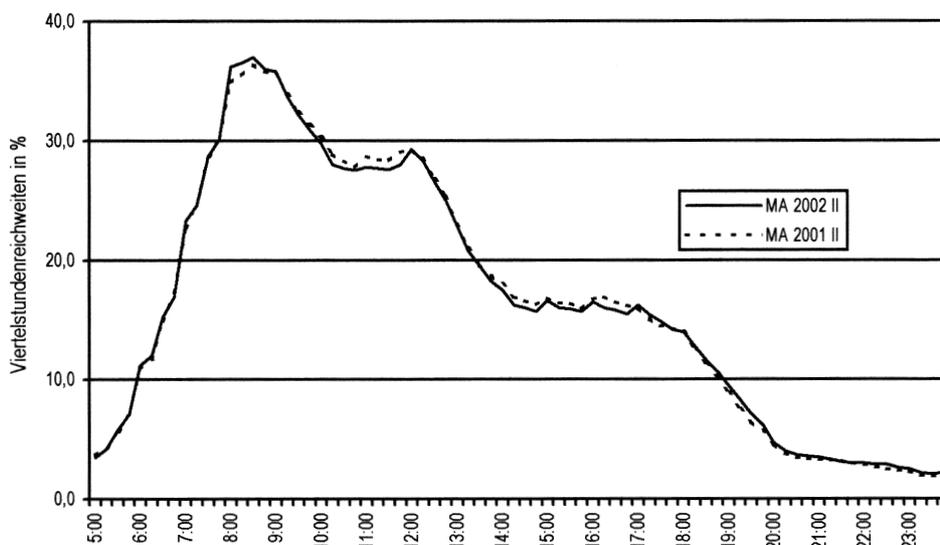
Quelle: MA 2001 II, MA 2002 II.

Abb. 2 Radionutzung der 30- bis 49-Jährigen im Tagesverlauf 2001 und 2002
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: MA 2001 II, MA 2002 II.

Abb. 3 Radionutzung der ab 50-Jährigen im Tagesverlauf 2001 und 2002
BRD gesamt, Mo-So



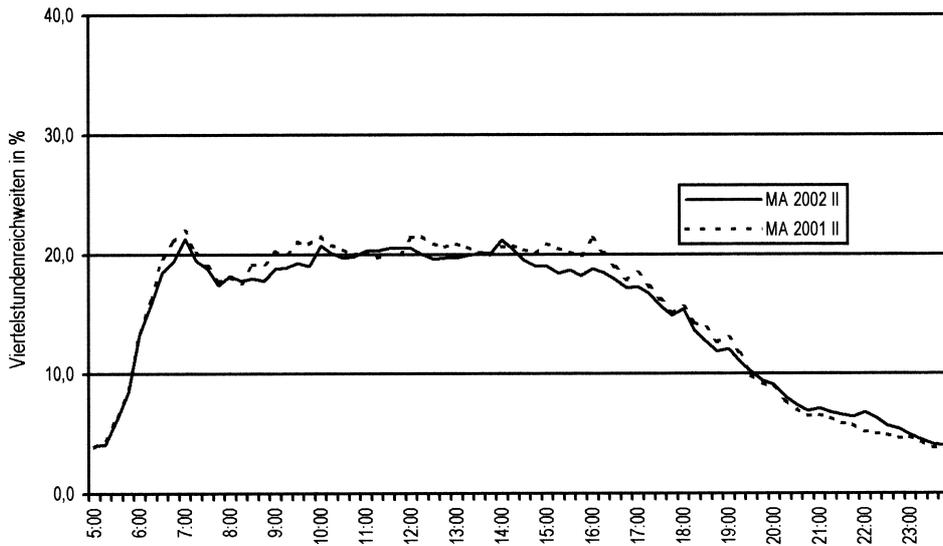
Quelle: MA 2001 II, MA 2002 II.

Radio erweist sich auch als vielseitiges, allgegenwärtiges Medium, das am stärksten sowohl zu wechselnden als auch zu festen Zeiten genutzt wird und am meisten an unterschiedlichen Orten – zu Hause, unterwegs und am Arbeits-/Ausbildungsplatz.

Mit der MA 2002 liegt für den Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland zum dritten Mal eine telefonisch erhobene Media-Analyse vor. Die bisher gewonnenen Erkenntnisse über das Nutzungsbild des Mediums werden bestätigt, die Nutzungsstrukturen mit hoher Stabilität fortgeschrieben. Diese Kontinuität insbesondere der methodisch relevanten Eckdaten untermauert, dass für die repräsen-

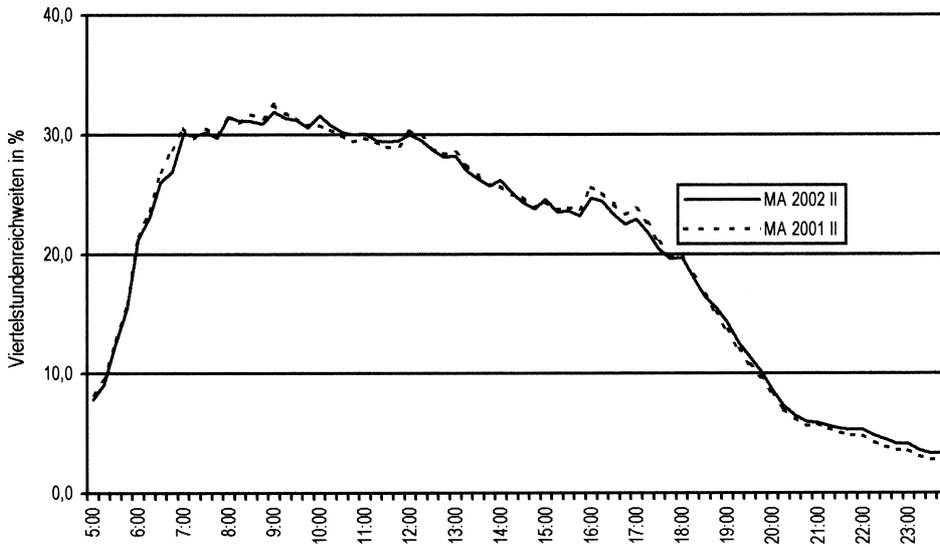
tative Ermittlung der Radionutzung die Media-Analyse ein geeignetes Instrument ist, welches zuverlässige und valide Daten zur Verfügung stellt und damit die Marktentwicklung adäquat abbildet. Aber natürlich ist auch die per CATI durchgeführte Radio-MA ein lebendes Instrumentarium, das es – gestützt auf eine kontinuierliche analytische Be-

Abb. 4 Radionutzung der 14- bis 29-Jährigen im Tagesverlauf 2001 und 2002
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: MA 2001 II, MA 2002 II.

Abb. 5 Radionutzung von Berufstätigen im Tagesverlauf 2001 und 2002
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: MA 2001 II, MA 2002 II.

⑬ Hörer gestern

Mo-So, Personen ab 14 J.

	Hörer gestern in Mio			Differenz MA 2002 zu MA 2000
	MA 2000	MA 2001	MA 2002 II	
Basis	63,831	64,097	64,254	-
Radio Bremen	0,437	0,462	0,573	0,136
Norddeutscher Rundfunk	6,842	6,984	6,755	-0,087
Westdeutscher Rundfunk	7,216	7,246	7,318	0,102
Hessischer Rundfunk	2,262	2,177	2,148	-0,114
Südwestrundfunk	5,299	5,538	5,976	0,677
Saarländischer Rundfunk	0,487	0,446	0,466	-0,021
Bayerischer Rundfunk	4,696	4,745	4,647	-0,049
Sender Freies Berlin/ Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg	1,404	1,526	1,764	0,360
Mitteldeutscher Rundfunk	4,080	4,320	4,389	0,309
DeutschlandRadio Berlin	0,177	0,237	0,243	0,066
Deutschlandfunk	1,080	1,038	1,164	0,084
ARD gesamt	31,732	32,414	32,855	1,123
Private gesamt	29,108	28,620	28,838	-0,270
Radio gesamt	50,425	50,823	51,090	0,665

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, MA 2002 II.

gleitung – permanent zu beobachten und zu verfeinern gilt; so wie auch die mündlich-persönliche Media-Analyse in der Vergangenheit immer weiterentwickelt und an Markt- und Methodenerkenntnisse angepasst wurde.

Anmerkungen:

- 1) Durchführende Institute waren für die MA: Ifak-Institut, Taunusstein; INRA Deutschland, Mölln; Ipsos Deutschland, Hamburg; Media Markt Analysen, Frankfurt; NFO Infratest Media Research, München; TNS Emnid, Bielefeld. Durchführende Institute für die E.M.A.-NRW: GfK Medienforschung, Nürnberg; ENIGMA, Wiesbaden.

- 2) Vgl. Müller, Dieter K.: Die Optimierung der Hörfunkabfrage in der Media Analyse. Der lange Weg von Face-to-face zu CATI. In: Media Perspektiven 10/1999, S.518-530 sowie Klingler, Walter/Dieter K. Müller: MA 2000 Radio: Erstmals mit Telefoninterviews erhoben. Hörfunknutzung und -präferenzen in Deutschland. In: Media Perspektiven 9/2000, S. 414-426.
- 3) Vgl. Müller, Dieter K.: Fernsehforschung ab 2000 – Methodische Kontinuität. Organisatorische Modifikationen und inhaltliche Erweiterungen beim System der AGF/GfK Fernsehforschung. In: Media Perspektiven 1/2000, S. 2-7.

