

Zum aktuellen Stand der Hörfunknutzung in Deutschland

## → ma 2003 Radio II: Radio behauptet zentralen Platz in der Mediennutzung

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

**ma 2003/II: Standardwährung für die Radionutzung in Deutschland**

Am 22. Juli 2003 wurde die aktuelle Media-Analyse Radio (ma 2003 Radio II) veröffentlicht. Wie in der Vergangenheit ist die Untersuchung die Standardwährung für die Hörfunknutzung in Deutschland. Grundgesamtheit ist dabei die deutsche Bevölkerung in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahre. Dies sind insgesamt 64,430 Millionen Menschen.

**323 Radiosender erhoben**

Die ma 2003 Radio II erfasst das gesamte in der Bundesrepublik empfangbare Radioangebot. Die Gesamtzahl der erhobenen Sender beträgt 323. Diese Zahl umfasst gleichermaßen werbefreie wie werbungstragende Programme.

**Erhöhung der Basisstichprobe um 10 000 Fälle**

Den Ergebnissen liegen insgesamt 63 983 Interviews zugrunde, die von acht Meinungsforschungsinstituten realisiert wurden. Die Basisstichprobe der ma 2003 wurde dabei um 10 000 Fälle erhöht. Davon steigern 7 000 Fälle die Fallzahl der proportionalen Basisstichprobe auf 34 400 Fälle, 3 000 Fälle wurden benötigt, um die Mindestfallzahl pro Bundesland von 972 auf 1 445 hinaufzusetzen.

Die Interviews wurden im Zeitraum vom 8. September bis zum 15. Dezember 2002 (Herbstwelle 02) und vom 5. Januar bis zum 27. April 2003 (Frühjahrswelle 03) realisiert. Die Herbstwelle 2002 war dabei bereits Teil der Veröffentlichung der ma 2003 Radio I am 5. März 2003. Damit wurde in der Berichterstattung wieder auf die bewährte Praxis des rollierenden Systems zurückgegriffen, um aktuelle Daten auf Basis einer möglichst großen Fallzahl zu ermöglichen.

Aufgrund der Hochwasserkatastrophe in Sachsen und Sachsen-Anhalt wurde dort der Feldbeginn der Herbstwelle 2002 (8.9.2002) um drei Wochen verschoben (Feldbeginn hier: 30.9.2002). Die entsprechenden Points in Sachsen und Sachsen-Anhalt wurden in der verbleibenden Feldzeit nachgearbeitet. Den Ausschöpfungsprotokollen ist zu entnehmen, dass es in den betroffenen Gebieten zu keiner erhöhten Abbruchquote kam.

In der Frühjahrswelle 2003 wurden erstmals auch in den Osterferien Befragungen durchgeführt. Die Feldzeit konnte daher bei gleicher Dauer zwei Wochen vorher enden und die Berichterstattung entsprechend früher stattfinden.

### Weiterentwicklung im Bereich der Erhebung

Die Entwicklung der Senderlandschaft – die verstärkte Verbreitung von Radiostationen über Kabel, Satellit, Internet etc. – machte es notwendig, über eine Optimierung der Senderabfrage nachzudenken. Der Arbeitsausschuss der ag.ma beauftragte daher im Vorfeld dieser ma die Technische Kommission, diese so genannte Vorlageregelung zu überprüfen.

Im Generalfilter der ma Radio werden durch Vorlesen von Sendernamen und Slogans diejenigen Radiosender ermittelt, die der Befragte „schon mal gehört“ hat („gestützte Abfrage“). Da es unmöglich ist und aufgrund der unterschiedlichen Verbreitungsgebiete auch unsinnig wäre, alle ca. 300 Sender vorzulesen, wird das Bundesgebiet in unterschiedliche Befragungsgebiete (Splits) aufgeteilt. Diese Splitgebiete werden aus Stadt-/Landkreisen gebildet, pro Split werden die jeweils dort verbreiteten Radiosender abgefragt.

Bisher ging man hier nur von den über UKW ortsüblich empfangbaren Sendern aus. Es gab zwar eine Sonderregelung für national verbreitete Kabelsender, aber ausschließlich über Satellit empfangbare Sender hatten keine Chance, in die gestützte Abfrage zu gelangen. Alle empfangbaren Sender in einem Splitgebiet abzufragen, würde dagegen Satellitensender bevorzugen, da diese rein technisch überall zu empfangen sind. Außerdem würde die Abfrage aller technisch empfangbaren Sender den Rahmen einer Befragung sprengen und als Konsequenz eine Erhebung der Radioreichweiten unmöglich machen.

Als Ersatz bot sich an, in Teilen des Befragungsgebietes, also in den Splits, die Reichweiten der vorangegangenen Befragung als Kriterium für die gestützte Abfrage zu nutzen. Das heißt, jeder Sender wird dort gestützt abgefragt, wo eine relevante Nutzung (rechnerisch ermittelt über die Angaben zum Weitesten Hörerkreis) in einem Splitgebiet vorliegt.

Hierfür sollten die Sender in allen Regionen gleich behandelt werden, was zunächst eine Harmonisierung der bisher verwendeten Splitgebiete notwendig machte. In einem aufwendigen Verfahren wurden daher zuerst die Splitgebiete nach folgenden Kriterien harmonisiert: 1. Die Splitgebiete sollten möglichst gleich große Fallzahlen aufweisen. 2. Die Splitgebiete sollten zusammenhängende Gebiete darstellen. 3. Es sollten möglichst wenige Sender pro Gebiet gestützt abgefragt werden.

So wurden ca. 135 Splits gebildet, in denen je ca. 400 bis 500 Personen zu befragen sind. Da Kreise, und dazu gehören auch Stadtstaaten wie Hamburg und Berlin, nicht mehr unterteilt wurden, gab es wenige „Ausreißer“ nach oben. Zukünftig werden die Splitgebiete in jeder neuen ma – soweit wie nötig – den jeweils neuen Gegebenheiten angepasst.

Im nächsten Schritt folgte die Festlegung der Sendereinstellung auf Basis der Nennungen im Weitesten Hörerkreis (WHK) pro Split. Hierbei war zu beachten, dass die Gebiete, in denen WHK-Fälle

**Optimierung der Senderabfrage wurde notwendig**

**Harmonisierung der Befragungsgebiete**

**Festlegung der Sendereinstellung**

\* SWR-Medienforschung, Baden-Baden;

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

① **Radio hören im und außer Haus 2000 bis 2003**

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

	MA 2000 gesamt	MA 2001 gesamt	ma 2002 gesamt	ma 2003 gesamt
<b>Radio gesamt</b>				
Weitester Hörerkreis in %	93,7	93,7	94,5	94,6
Hörer gestern in %	79,0	79,3	79,5	79,0
Dauer in Minuten	209	203	202	196
Verweildauer in Minuten	265	256	254	248
<b>Radio hören im Haus</b>				
Hörer gestern in %	66,6	65,9	65,8	64,8
Dauer in Minuten	123	120	119	115
Verweildauer in Minuten	184	182	180	177
<b>Radio hören außer Haus</b>				
Hörer gestern in %	43,3	42,5	43,1	43,3
Dauer in Minuten	85	80	80	79
Verweildauer in Minuten	192	189	187	183

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II.

auftraten, möglichst vollständig erfasst wurden. Gleichzeitig sollten zufällige Nennungen nicht zu einer übermäßigen Ausdehnung des Abfragegebietes führen.

Da der Radiomarkt in Deutschland sehr heterogen ist und die Sender sich stark in ihrer Verbreitung, Reichweite und Zielgruppenaffinität unterscheiden, mussten – um dies zu realisieren – unterschiedliche Konzepte miteinander kombiniert werden.

**Einstuerungs-  
kriterien**

Folgende Einstuerungskriterien wurden gebildet:

1. Lokale Abbildung der WHK-Zentren:  
Weist ein Sender in einem Kreis mindestens fünf ungewichtete Fälle im WHK auf, wird der Sender im zugehörigen Splitgebiet eingesteuert. Das heißt, in einem befragungstechnischen Splitgebiet mit ca. 400 bis 500 Fällen müssen mindestens fünf Befragte angeben haben, den Sender innerhalb der letzten 14 Tage irgendwann einmal gehört zu haben.
2. Erweiterte Abbildung der WHK-Zentren:  
Weist ein Sender in einem Split mindestens fünf ungewichtete Fälle im WHK auf, wird der Sender im Splitgebiet eingesteuert. Die Mindestfallzahl fünf erhöht sich je angefangene 100 Fälle im Split um 1.
3. WHK-Adaption:  
Alle Splitgebiete werden nach der ungewichteten WHK-Reichweite des Senders geordnet. Dem Einstuerungsgebiet werden solange Splitgebiete hinzugefügt, bis 95 Prozent der gewichteten und ungewichteten WHK-Fälle im Einstuerungsgebiet liegen.

**Gleiche Chance für  
alle Sender unabhängig  
von Empfangsart**

Diese Einstuerungskriterien geben jedem Sender die Chance, in eine gestützte Abfrage der ma Radio zu gelangen. Die Voraussetzung hierfür ist einzig eine tatsächliche (geringe) Nutzung des Senders, sei es über Antenne, Kabel, Satellit oder Internet.

Es ist somit gelungen, allen Sendern unabhängig von ihren Verbreitungsgebieten und auch ihrer technischen Verbreitungsart einen gleichberechtig-

ten Zugang zur Erhebung in der ma zu ermöglichen. Und solange das Nutzungsverhalten der Radiohörer sich nicht grundlegend ändert, wird dieses System auch neue Verbreitungswege und neue Senderformate integrieren können.

Darüber hinaus gab es weitere Detailveränderungen im Fragebogen: Ab der Herbstwelle 2002 der ma 2003 wird beim Einkommen ausschließlich nach Euro gefragt. Für den Interviewer stehen die DM-Beträge in Klammern daneben, um Zweifelsfälle schnell klären zu können. Außerdem wurden die Fragen zur Haushaltsausstattung um den DVD-Player ergänzt.

**Radionutzung im mittelfristigen Trend**

Nach den Ergebnissen der ma 2003 Radio II gehören nach wie vor rund 95 Prozent der Bundesdeutschen zum Weitesten Nutzerkreis des Mediums Radio (zum Vergleich MA 2000: rund 94%). Der Hörer-gestern-Wert (Montag bis Sonntag) liegt mit 79,0 Prozent ebenfalls auf dem Niveau der Vorjahre (MA 2000: 79,0%). Der Hördauerwert liegt nun aktuell bei 196 Minuten oder bei rund dreieinviertel Stunden und ist damit im mittelfristigen Vergleich leicht zurückgegangen (MA 2000: 209 Minuten).

Der Hörer-gestern-Wert für die Radionutzung im Haus liegt bei 64,8 Prozent, die Hördauer im Haus bei 115 Minuten und die Verweildauer bei 177 Minuten. Außer Haus lauten die entsprechenden Werte: 43,3 Prozent Hörer gestern außer Haus, 79 Minuten Hördauer und 183 Minuten Verweildauer (vgl. Tabelle 1).

Im Rahmen der Media-Analyse werden auch die Nutzungsdauern für das Fernsehen, für Video, Schallplatte/CD/TB hören und für die Beschäftigung mit dem PC erhoben. Nach den Daten der

**Mediennutzung  
insgesamt: Radio  
und Fernsehen  
dominieren**

② **Mediennutzung pro Tag 2000 bis 2003**

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

	MA 2000 gesamt	MA 2001/II gesamt	ma 2002/II gesamt	ma 2003 /II gesamt
<b>Radio gesamt</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	79,0	79,3	79,5	79,0
Dauer in Minuten	209	203	202	196
Verweildauer in Minuten	265	256	254	248
<b>Fernsehen gesamt</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	81,6	83,1	83,9	84,5
Dauer in Minuten	187	193	198	199
Verweildauer in Minuten	229	232	237	236
<b>TV und Radio</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	95,4	95,7	95,9	96,0
Dauer in Minuten	392	393	397	393
Verweildauer in Minuten	411	411	414	409
<b>Video</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	1,4	1,4	1,8	1,9
Dauer in Minuten	2	2	2	3
Verweildauer in Minuten	136	121	128	132
<b>Fernsehen und Video</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	82,0	83,5	84,3	85,0
Dauer in Minuten	189	195	201	202
Verweildauer in Minuten	230	233	238	237
<b>Schallplatte/CD/TB hören</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	14,2	13,8	15,1	16,0
Dauer in Minuten	22	21	23	24
Verweildauer in Minuten	156	150	149	148
<b>Radio und Schallplatte/CD/TB</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	82,1	82,6	83,1	82,9
Dauer in Minuten	231	223	224	219
Verweildauer in Minuten	281	270	269	264
<b>Mit PC beschäftigen</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	5,6	7,0	10,5	13,0
Dauer in Minuten	12	16	25	32
Verweildauer in Minuten	222	226	236	247
<b>Audiovisuelle Medien klassisch (CD, TB, TV, Video, Radio)</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	96,3	96,6	96,9	97,1
Dauer in Minuten	416	415	421	418
Verweildauer in Minuten	431	429	434	431
<b>Komplementärmedien (CD, TB, Video, PC)</b>				
(netto 05.00-24.00 Uhr) in %	19,2	19,9	24,1	26,5
Dauer in Minuten	36	38	49	57
Verweildauer in Minuten	188	190	203	215

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II.

ma 2003 Radio II dominieren gemessen am Zeitbudget (entsprechend auch anderen Untersuchungen, wie zum Beispiel der Massenkommunikation 2000) Hörfunk (196 Minuten) und Fernsehen (199 Minuten) deutlich. Auf die PC- (inkl. Internet-)Nutzung entfallen 32 Minuten am Tag, auf Tonträger (Schallplatten, CD, Tonband/Kassetten) 24 Minuten und auf die Videonutzung drei Minuten. Insgesamt bedeutet dies im Vergleich der ma 2003 Radio II mit der MA 2000 eine Zunahme von rund 23 Minuten in der Addition dieser letztgenannten Medien (vgl. Tabelle 2).

In der Detailanalyse nach soziodemographischen Gruppen zeigen sich im Jahresvergleich der ma 2003 Radio II mit den Ergebnissen der ma 2002 – also im Jahresvergleich – nur begrenzte Veränderungen. Bei den Hörergestern-Werten bleiben die Reichweiten bei Männern (ma 2003 Radio II: 80,1%) höher als das Ergebnis bei den Frauen (78,0%). Nach wie vor ist die Tagesreichweite des Hörfunks bei den 30- bis 59-Jährigen am höchsten, mit jeweils über 82 Prozent. Bei den 14- bis 29-Jährigen liegt sie bei rund 76 Prozent, bei den 60- bis 69-Jährigen bei knapp über 80 Prozent und bei den ab 70-Jährigen schließlich bei etwas unter 70 Prozent. Weiter gilt – wie in den letzten Jahren –, dass Berufstätige einen höheren Hörergestern-Wert auf-

**Hörfunknutzung nach soziodemographischen Gruppen weist nur geringe Veränderungen auf**

③ Hörfunknutzung nach soziodemographischen Gruppen 2002 und 2003

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

	Hörer gestern in %			Hördauer in Minuten		
	ma 2002	ma 2003	Index <sup>1)</sup>	ma 2002	ma 2003	Index <sup>1)</sup>
Personen ab 14 Jahre	79,5	79,0	99	202	196	97
Männer	81,2	80,1	99	207	201	97
Frauen	78,0	78,0	100	197	191	97
Alter in Jahren						
14-19	78,3	75,4	96	127	113	89
20-29	78,0	75,7	97	195	187	96
30-39	82,1	82,1	100	234	221	94
40-49	84,1	83,7	100	239	231	97
50-59	83,1	83,1	100	224	222	99
60-69	78,6	80,5	102	192	196	102
70 u. älter	69,8	68,3	98	149	147	99
Bildung						
Schüler in allgemeinbildender Schule	78,7	76,3	97	110	94	85
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	66,8	66,1	99	161	163	101
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	79,0	79,6	101	210	207	99
weiterführende Schule/Mittlere Reife	84,1	82,7	98	232	224	97
Fach-/Hochschulreife o. Studium	79,1	78,5	99	181	172	95
Fach-/Hochschulreife m. Studium	81,5	80,6	99	183	169	92
Beruf						
in Ausbildung	77,6	75,2	97	131	116	89
berufstätig	83,3	82,9	100	233	225	97
Rentner/Pensionär	74,2	74,5	100	171	174	102
nicht berufstätig	76,8	75,5	98	202	193	96

1) MA 2002 = 100.

Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II.

weisen als die anderen Gruppen (in Ausbildung, Rentner/Pensionäre, nicht Berufstätige). Vergleichbar zu den überdurchschnittlichen Radionutzern sehen auch die Hördauerverteilungen aus.

Nutzung bei den ab 50-Jährigen auf (76%) sowie bei den Rentnern/Pensionären (87%) und bei den nicht Berufstätigen (82%). Die höchsten Außer-Haus-Prozentsätze sind dagegen bei den 14- bis 29-Jährigen (58%), bei den 30- bis 49-Jährigen (52%) und bei den Berufstätigen (56%) festzuhalten (vgl. Tabelle 5).

**Radiohören 2003 in der Detailanalyse**

Das Verhältnis zwischen Tätigkeiten und Radionutzung ist unterschiedlich stark ausgeprägt. Der oben bereits in Prozentsätzen dargestellte Befund sieht in absoluten Zahlen wie folgt aus: 115 Minuten entfallen – siehe die oben erwähnten knapp 60 Prozent – auf die In-Haus-, 79 Minuten auf die Außer-Haus-Nutzung (Basis 5.00 Uhr bis 24.00 Uhr, Abweichung gegenüber den im Gesamtschnitt 196 Minuten durch Rundungen) (vgl. Tabelle 4).

Bei den Männern ist die Nutzung jenseits der heimischen vier Wände (107 Minuten) stärker ausgeprägt als die Nutzung zu Hause (92 Minuten), was dem bei ihnen generell stärkeren Anteil der Außer-Haus-Zeit am Gesamtzeitbudget entspricht. Anders das Bild bei den Frauen: 135 Minuten im Haus stehen hier 54 Minuten außer Haus gegenüber.

**14- bis 19-Jährige bzw. Auszubildende hören etwas weniger Radio**

Die Veränderungen im Jahresvergleich – ma 2003 Radio II mit der ma 2002 – liegen bei den Tagesreichweiten in einem Index-Wertebereich von 96 bis 102, mit Konstanz (Index 100) oder annähernder Konstanz (99 und 101) in vielen der dargestellten soziodemographischen Gruppen. Die deutlichsten Abweichungen finden sich im Vergleich beider Media-Analysen sowohl bei den Tagesreichweiten wie auch beim Hördauerwert bei den beiden – sich stark überschneidenden – Gruppen der 14- bis 19-Jährigen und der in Ausbildung befindlichen (vgl. Tabelle 3). In diesen Gruppen gehen sowohl die Kennziffern für die Radionutzung im Haus als auch die für die Nutzung außer Haus leicht zurück (vgl. Tabelle 4).

**Verhältnis der Radionutzung im Haus und außer Haus variiert je nach Alter und Berufsstand**

Im mittelfristigen Vergleich MA 2001 bis ma 2003 Radio II sind – immer bezogen auf den erhobenen Zeitabschnitt von 5.00 Uhr bis 24.00 Uhr – die Anteile der Im-Haus-Nutzung (knapp 60% der gesamten Radionutzung) und der Außer-Haus-Nutzung (ca. 40%) konstant. In den einzelnen soziodemographischen Gruppen zeigen sich allerdings deutliche Abweichungen von diesem statistischen Mittel. Den höchsten Anteil weist die Im-Haus-

**Verhältnis In-Haus/Außer-Haus-Nutzung: 115 zu 75 Minuten**

**Männer hören mehr Radio außer Haus**

④ **Radiohören im Haus und außer Haus 2002 und 2003**

Mo-So, BRD gesamt

	gesamt			im Haus			außer Haus		
	ma 2002	ma 2003	Index <sup>1)</sup>	ma 2002	ma 2003	Index <sup>1)</sup>	ma 2002	ma 2003	Index <sup>1)</sup>
<b>Reichweite in %</b>									
Personen ab 14 Jahre	79,5	79,0	99	65,8	64,8	98	43,1	43,3	100
14-29 Jahre	78,1	75,6	97	58,2	55,1	95	47,9	46,0	96
30-49 Jahre	83,1	82,9	100	65,0	63,5	98	58,0	58,0	100
50 Jahre und älter	77,3	77,5	100	69,9	70,1	100	29,1	30,5	105
Schüler in allgemeinbildender Schule	78,7	76,3	97	69,0	66,7	97	29,8	26,9	90
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	66,8	66,1	99	58,7	56,8	97	23,0	25,5	111
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	79,0	79,6	101	66,9	66,8	100	39,1	39,7	102
weiterführende Schule/Mittlere Reife	84,1	82,7	98	67,9	66,3	98	53,1	52,8	99
Fach-/Hochschulreife o. Studium	79,1	78,5	99	60,3	58,4	97	51,3	50,3	98
Fach-/Hochschulreife m. Studium	81,5	80,6	99	65,2	63,8	98	50,4	49,9	99
in Ausbildung	77,6	75,2	97	63,3	60,6	96	39,3	35,8	91
berufstätig	83,3	82,9	100	63,8	62,5	98	59,4	59,3	100
Rentner/Pensionär	74,2	74,5	100	69,8	70,2	101	18,4	20,3	110
nicht berufstätig	76,8	75,5	98	67,8	65,6	97	32,1	33,8	105
<b>Hördauer in Minuten<sup>2)</sup></b>									
Personen ab 14 J.	202	196	97	119	115	97	80	79	99
14-29 Jahre	169	158	93	69	64	93	97	91	94
30-49 Jahre	236	226	96	116	107	92	119	117	98
50 Jahre und älter	189	189	100	144	143	99	42	44	105
Schüler in allgemeinbildender Schule	110	94	85	75	67	89	30	23	77
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	161	163	101	121	118	98	38	43	113
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	210	207	99	134	133	99	73	73	100
weiterführende Schule/Mittlere Reife	232	224	97	121	114	94	109	108	99
Fach-/Hochschulreife o. Studium	181	172	95	86	82	95	92	87	95
Fach-/Hochschulreife m. Studium	183	169	92	98	94	96	82	73	89
in Ausbildung	131	116	89	69	62	90	58	51	88
berufstätig	233	225	97	103	97	94	128	126	98
Rentner/Pensionär	171	174	102	149	151	101	18	20	111
nicht berufstätig	202	193	96	168	158	94	32	34	106
<b>Verweildauer in Minuten<sup>3)</sup></b>									
Personen ab 14 Jahre	254	248	98	180	177	98	187	183	98
14-29 Jahre	216	209	97	118	116	98	202	198	98
30-49 Jahre	285	273	96	178	169	95	205	202	99
50 Jahre und älter	244	244	100	205	203	99	146	144	99
Schüler in allgemeinbildender Schule	140	123	88	108	101	94	100	87	87
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	241	247	102	206	208	101	164	167	102
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	266	261	98	201	198	99	188	184	98
weiterführende Schule/Mittlere Reife	276	271	98	178	172	97	205	204	100
Fach-/Hochschulreife o. Studium	228	219	96	143	140	98	180	174	97
Fach-/Hochschulreife m. Studium	224	210	94	151	148	98	163	147	90
in Ausbildung	169	154	91	109	103	94	147	142	97
berufstätig	279	271	97	161	154	96	216	213	99
Rentner/Pensionär	230	233	101	213	216	101	100	98	98
nicht berufstätig	263	256	97	248	240	97	100	99	99

1) ma 2002 = 100.

2) Basis: gesamte Bevölkerung.

3) Basis: Hörfunknutzer.

Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II.

**Unterschiede in den Altersgruppen**

Neben den Unterschieden zwischen den Geschlechtern sind auch – siehe oben – die Unterschiede

zwischen den Altersgruppen markant. 14- bis 19-Jährige und ab 50- Jährige hören mehr zu Hause als außer Haus, Personen in der Altersspanne zwischen 20 und 49 Jahren mehr außer Haus. Hierin

⑤ **Anteile der Radionutzung im Haus und außer Haus 2001 bis 2003**

Mo-So, BRD gesamt, Hördauer in %

	MA 2001			ma 2002			ma 2003		
	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus
Personen ab 14 Jahre	100	59	39	100	59	40	100	59	40
14-29 Jahre	100	43	55	100	41	57	100	41	58
30-49 Jahre	100	50	50	100	49	50	100	47	52
50 Jahre und älter	100	76	23	100	76	22	100	76	23
Schüler in allgemeinbildender Schule	100	72	24	100	68	27	100	71	24
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	100	75	24	100	75	24	100	72	26
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	100	64	35	100	64	35	100	64	35
weiterführende Schule/Mittlere Reife	100	51	48	100	52	47	100	51	48
Fach-/Hochschulreife o. Studium	100	50	49	100	48	51	100	48	51
Fach-/Hochschulreife m. Studium	100	55	44	100	54	45	100	56	43
in Ausbildung	100	56	41	100	53	44	100	53	44
berufstätig	100	44	55	100	44	55	100	43	56
Rentner/Pensionär	100	87	11	100	87	11	100	87	11
nicht berufstätig	100	84	14	100	83	16	100	82	18

Quellen: MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II.

zeigt sich ein besonderer Einfluss der Berufstätigkeit auf den Ort der Radionutzung.

**Am meisten wird bei der Arbeit außer Haus Radio gehört**

Für die wichtigsten Tätigkeitsgruppen lässt sich das Nutzungsvolumen für das Radio differenzierter darstellen: für Radiohören und Essen, für Radiohören und Autofahren und für die Kategorie Radiohören und Sonstige Tätigkeiten. Die wichtigste Einzelkategorie – legt man diese fünf Tätigkeiten zugrunde – ist Arbeit außer Haus. Rund 44 Minuten verbringt ein(e) Bundesdeutsche(r) ab 14 Jahre im Durchschnitt eines Wochentags von Montag bis Sonntag mit dieser Tätigkeit und hört gleichzeitig Radio. 41 Minuten lang werden beim Radiohören Sonstige Tätigkeiten verrichtet. 38 Minuten entfällt auf die Kategorie Radiohören und Arbeit im Haus. Weitere jeweils 30 Minuten läuft der Empfänger beim Essen bzw. im Auto.

**Mehr als die Hälfte der Deutschen hört beim Essen Radio**

Nimmt man allerdings die Tagesreichweite des Mediums Radio in Verbindung mit den Tätigkeiten als Maßstab, sieht das Bild etwas anders aus. Hier ist die „zuverlässigste Kontaktquelle“ das Essen. Mehr als die Hälfte aller Deutschen (51,3%) hört an einem durchschnittlichen Wochentag zumindest kurz während des Essens Radio. Die zweithöchste Kontaktchance bietet das Radio beim Autofahren (37,8%). Dann folgen in einer ähnlichen Größenordnung Sonstige Tätigkeiten (28,0%) und Arbeit im Haus (24,5%). Schließlich erreicht das Radio bei der Arbeit außer Haus im Schnitt über alle Bevölkerungsgruppen etwa jeden Zehnten (10,6%).

Unterschiede zwischen den soziodemographischen Gruppen sind – nach den bereits beschriebenen Gesamtwerten – erwartbar. Männer hören weit überdurchschnittlich am Arbeitsplatz – sowohl gemessen an der Hördauer als auch an der Reichweite des Mediums. Dies gilt auch beispielsweise für Radiohören im Auto (vgl. Tabelle 6).

Im Vergleich der Radionutzung-Tagesverläufe nach den Ergebnissen der ma 2002 Radio II und denen der ma 2003 Radio II zeigen sich die bekannten Strukturen. Gemittelt über die ganze Woche von Montag bis Sonntag hinweg liegt der Nutzungshöhepunkt des Radios in der Zeit von 8.00 bis 10.00 Uhr mit einer durchschnittlichen Viertelstundenreichweite von um die 30 Prozent aller Deutschen. Auch die anderen Muster sind bekannt: Der deutliche Anstieg der Radionutzung in der Zeit zwischen 6.00 und 8.00 Uhr, das hohe Niveau über den Vormittag hinweg, das Nachgeben über die Mittagszeit zu dem Plateau am Nachmittag und dem schließlichen Rückgang in die Abendzeit hinein. Eine Analyse getrennt nach den Wochenabschnitten Montag bis Freitag, den Samstagen und den Sonntag würde bekannte Differenzierungen abbilden (vgl. Abbildung 1).

Die Tagesverlaufskurve bei den 14- bis 29-Jährigen weist zwischen etwa 7.00 Uhr und 16.00 Uhr ein Nutzungsniveau von rund 20 Prozent pro Viertelstunde aus. Im Vergleich der aktuellen ma 2003 Radio II mit der ma 2002 Radio II liegt dabei die neue Kurve ab etwa 12.00 Uhr tendenziell etwas unter dem Kurvenverlauf der ma 2002 – ein Ergebnis, das bereits bei den skizzierten leichten Rückgängen in der Tagesreichweite und der Verweildauer bei den 14- bis 19-Jährigen bzw. Personen in Ausbildung festzustellen war (vgl. Abbildung 2).

Bei den 30- bis 49-Jährigen wiederholt sich – wie auch bei den anderen Altersgruppen – die insgesamt hohe Stabilität der Tagesablaufkurve im Vergleich der ma 2002 Radio II mit der der ma 2003 Radio II (vgl. Abbildung 3).

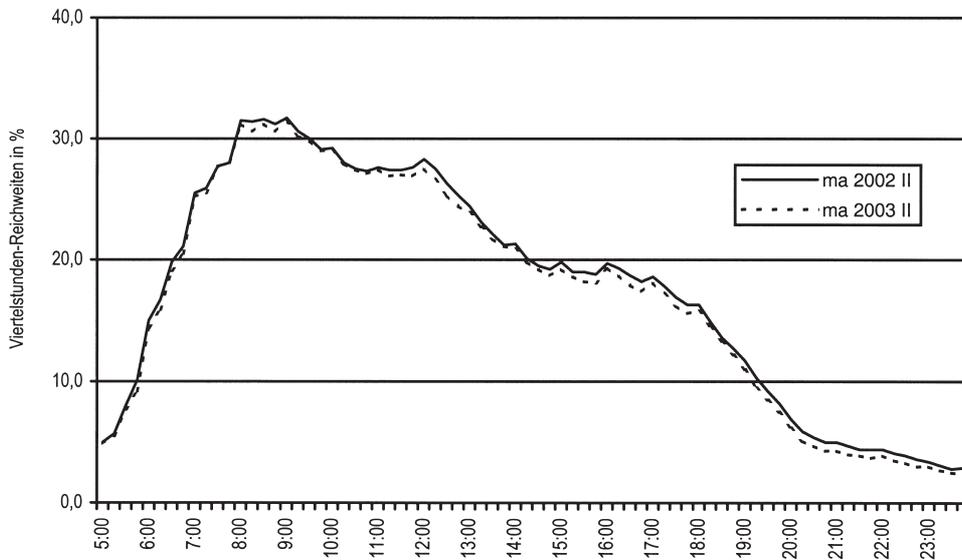
Die Tagesablaufkurve für die ab 50-Jährigen weist im Vergleich der aktuellen ma mit der vom

**Radionutzung im Tagesablauf: Stabile Nutzungsmuster**

**Leichter Nutzungsrückgang bei den 14- bis 29-Jährigen ab etwa 12.00 Uhr**

**Abb. 1: Radionutzung im Tagesverlauf 2002 und 2003**

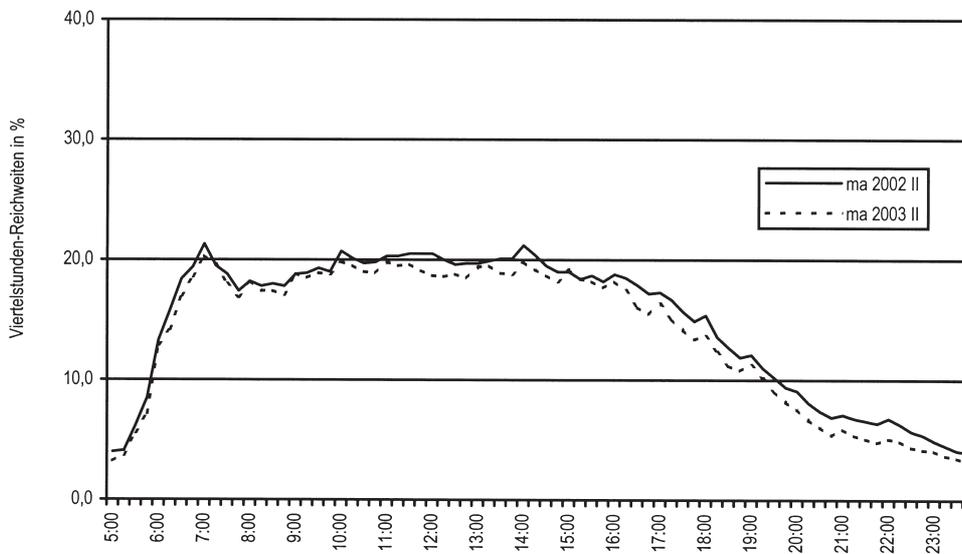
Personen ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II.

**Abb. 2: Radionutzung der 14- bis 29-Jährigen im Tagesverlauf 2002 und 2003**

BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II.

vorangehenden Jahr eine sehr ähnliche Struktur auf. Der Spitzenwert wird in dieser Altersgruppe gegen 8.30 und 9.00 Uhr erreicht, mit nur wenig unter 40 Prozent. Der Vormittag bleibt dann bei um die 30 Prozent, auch der Rückgang im Vergleich des Nachmittags mit dem Vormittag ist aus vorangehenden Reichweitenstudien bekannt (vgl. Abbildung 4).

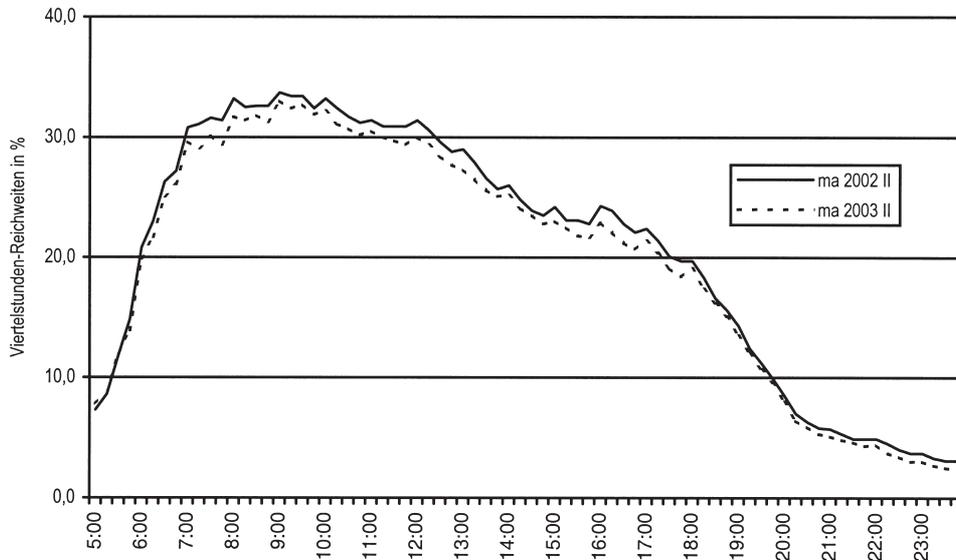
Die Kurve der Radionutzung bei den Berufstätigen entspricht vom Verlauf her weitgehend derje-

nigen der bereits dargestellten 30- bis 49-Jährigen, mit einem hohen Plateau über große Teile des Tages hinweg (vgl. Abbildung 5).

Nach wie vor existieren – gemessen an den Tagesreichweiten und den Hördauer-Werten – regionale Unterschiede in der Radionutzung in Deutschland. Traditionell sind die Bundesländer mit den höchsten Tagesreichweiten des Mediums die Bundesländer in Norddeutschland (Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Brandenburg und Niedersachsen), allerdings – ebenso traditionell – ohne die Stadtstaaten (Hamburg, Berlin und Bremen). Mit in der Spitzengruppe der Hörer-gestern-Werte liegen auch die drei Bundesländer Sachsen-Anhalt,

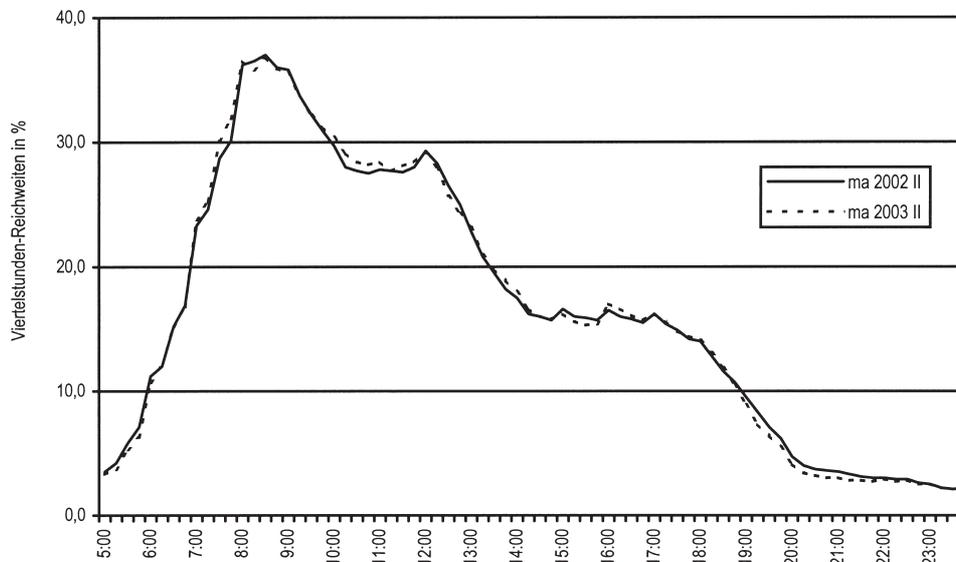
**Regionale Unterschiede in der Radionutzung**

**Abb. 3: Radionutzung der 30- bis 49-Jährigen im Tagesverlauf 2002 und 2003**  
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II.

**Abb. 4: Radionutzung der ab 50-Jährigen im Tagesverlauf 2002 und 2003**  
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II.

Sachsen und Thüringen. Der Tagesreichweitenwert in Bayern liegt ebenfalls – allerdings knapp – über dem bundesdeutschen Durchschnittswert. Unterdurchschnittliche Reichweiten weist das Radio – wie beschrieben – in den Stadtstaaten Bremen, Hamburg und Berlin auf, in Hessen und im Westen (Nordrhein-Westfalen) sowie im Südwesten (Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Saarland).

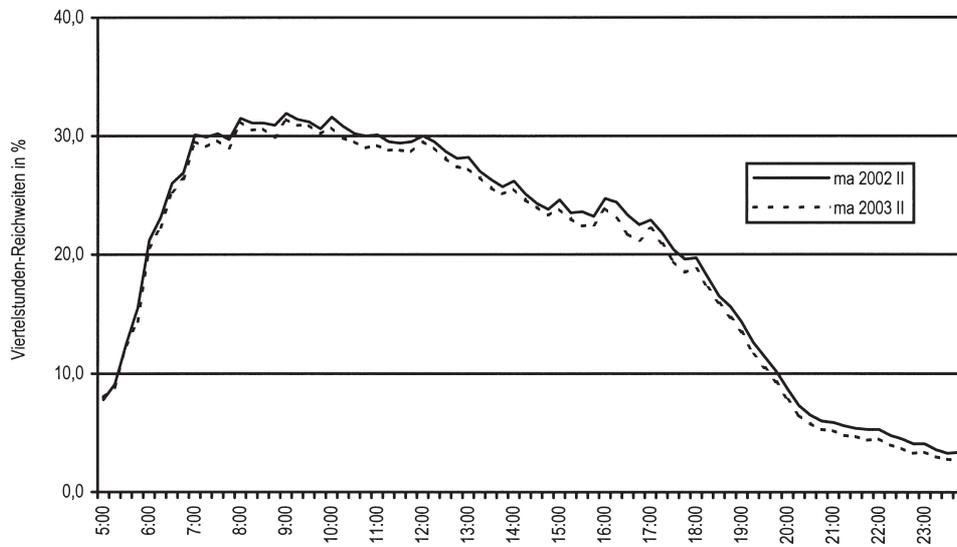
Die geographische Hördauerverteilung entspricht vom Muster her der Hörer-gestern-Verteilung. Bei den Hörer-gestern-Daten reicht dabei die Spannbreite von 85,0 Prozent in Sachsen bis 73,6 Prozent in Hamburg (dabei ist allerdings anzumerken, dass der Hamburg-Wert in der ma 2003 Radio II deutlich unter dem des Vorjahres lag, eine vor-

sichtige Einschätzung ist hier deshalb angebracht). Bei der Hördauer liegt der höchste Wert bei 220 Minuten für Sachsen-Anhalt und Thüringen und der niedrigste bei 171 Minuten für Hamburg (vgl. auch hier den deutlich höheren Wert in der ma 2002 Radio II) (vgl. Tabelle 7).

Durch die detaillierte Erfassung der Radionutzung erlaubt die Media-Analyse auch Aussagen über das von Radiohörern genutzte Menü. Gemessen am

**Leichter Trend zu mehr genutzten Programmen**

**Abb. 5: Radionutzung von Berufstätigen im Tagesverlauf 2002 und 2003**  
 Personen ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II.

**6 Radiohören und Tätigkeiten nach soziodemographischen Gruppen 2003**  
 Mo-So, Personen ab 14 J., BRD gesamt

	Radio hören und ... Hördauer in Minuten						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto-fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 Jahre	30	38	44	30	41	115	79
Männer	27	19	63	38	43	92	107
Frauen	33	56	27	22	39	135	54
Alter in Jahren							
14-19	16	6	21	13	36	65	45
20-29	16	20	77	38	24	64	121
30-39	27	38	73	41	32	101	119
40-49	30	43	71	42	35	114	116
50-59	34	45	47	34	48	133	87
60-69	44	54	6	21	59	161	33
70 u. älter	38	41	1	7	49	133	12
	Radio hören und ... Reichweite in %						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto-fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 Jahre	51,3	24,5	10,6	37,8	28,0	64,8	43,3
Männer	49,2	13,3	14,6	43,8	28,3	62,0	50,2
Frauen	53,3	34,8	7,0	32,3	27,8	67,3	37,0
Alter in Jahren							
14-19	40,7	5,7	5,4	22,2	31,0	63,0	31,9
20-29	33,3	13,2	17,5	47,7	18,5	50,1	55,2
30-39	46,8	23,8	17,4	52,6	23,9	60,9	58,3
40-49	52,6	25,9	16,7	51,0	25,6	66,2	57,6
50-59	58,3	28,7	11,5	43,5	30,4	70,1	49,1
60-69	63,8	33,7	1,8	24,7	35,9	74,2	28,9
70 u. älter	55,6	29,0	0,4	10,5	31,6	65,5	13,2

Quelle: ma 2003 II.

Weitesten Hörerkreis ist ein leichter Trend zu mehr genutzten Programmen zu verzeichnen. Hörte ein

Hörer nach den Ergebnissen der MA 2000 im Durchschnitt noch 4,0 Programme zumindest kurz innerhalb von 14 Tagen, so sind es nun, drei Jahre später, 4,3 Programme. Dabei geht gleichzeitig die

⑦ **Hörfunknutzung in den einzelnen Bundesländern**

Mo-So, Personen ab 14 J.

Bundesland	Hörer gestern in %		Hördauer in Minuten	
	ma 2002	ma 2003	ma 2002	ma 2003
<b>Norddeutschland</b>				
Mecklenburg-Vorpommern	85,7	82,9	258	215
Schleswig-Holstein	84,1	82,8	238	213
Brandenburg	85,8	81,2	233	205
Niedersachsen	82,2	82,2	213	218
<b>Stadtstaaten</b>				
Hamburg	77,9	73,6	200	171
Berlin	78,0	76,9	195	182
Bremen	80,2	77,7	219	195
<b>Mitteldeutschland</b>				
Sachsen-Anhalt	83,7	82,3	226	220
Sachsen	85,4	83,0	227	219
Thüringen	84,9	81,4	228	220
<b>Süden/Mitte/Westen</b>				
Bayern	79,0	80,1	197	192
Hessen	76,0	78,2	190	186
Nordrhein-Westfalen	76,8	76,2	184	186
<b>Südwestdeutschland</b>				
Baden-Württemberg	76,7	77,1	187	185
Rheinland-Pfalz	77,0	76,9	189	181
Saarland	77,1	78,8	188	184

Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II.

Zahl derjenigen Radiohörer zurück, die nur ein oder zwei Programme im WHK haben. Andererseits steigt die Anzahl derjenigen, die fünf Programme oder mehr zu ihrem Repertoire zählen.

**Dennoch werden pro Tag unverändert 1,5 Programme gehört**

Allerdings scheinen diese leichten Veränderungen im Bereich des Weitesten Hörerkreises noch zu keinen Konsequenzen in der Zahl der an einem Durchschnittstag gehörten Programme geführt zu haben. Denn nach wie vor liegt dieser Wert bei 1,5 Programmen. Und nach wie vor sind es knapp 64 Prozent, die – wertet man die ma-Ergebnisse nach dem Umschaltverhalten der Befragten aus – für einen Durchschnittstag nur ein Programm angeben. Insgesamt ergibt sich daraus das Bild eines steigenden Konkurrenzumfelds, aus dem Hörerinnen und Hörer dann allerdings im Kern doch auf eher maximal zwei Programme am Tag zugreifen (vgl. Tabelle 8).

Insgesamt stieg die Anzahl der Radionutzer an einem durchschnittlichen Wochentag von Montag bis Sonntag in den drei Jahren von der MA 2000 bis zur ma 2003 Radio II von 50,43 Millionen auf 50,91 Millionen, also um rund 500 000 Hörer.

**Anstieg der Radionutzung ist auf ARD-Programme zurückzuführen**

Dabei legte die ARD (gesamt) in diesem Zeitraum von 31,73 Millionen (MA 2000) auf 33,30 Millionen (ma 2003 Radio II) zu. Dies entspricht einem Plus von rund 1,56 Millionen Hörern. Auf privatrechtlicher Seite sind in der ma 2003 Radio II 27,95 Millionen zu registrieren, dies bedeutet im Vergleich zu den 29,11 Millionen der MA 2000 ein Minus von ca. 1,16 Millionen.

Auf öffentlich-rechtlicher Seite kommen dabei die Rundfunkanstalten auf die höchsten Tagesreichweiten, die auch über die höchste Bevölkerungszahl im Sendegebiet verfügen. Der Westdeutsche Rundfunk erreicht hier allein 7,31 Millionen Hörer, es folgen der Norddeutsche Rundfunk mit 6,89 Millionen und der Südwestrundfunk mit 6,06 Millionen. Die stärksten Veränderungen unter den einzelnen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten weist im Dreijahresvergleich der Südwestrundfunk auf. Für ihn waren in der MA 2000 5,30 Millionen registriert worden, in der ma 2003 Radio II lautete der entsprechende Wert 6,06 Millionen, dies entspricht einem Plus von knapp 760 000 Rezipienten (vgl. Tabelle 9).

**Fazit**

Trotz zunehmender Medienangebote, die einen immer größeren Anteil am Zeitbudget der Bundesbürger für Mediennutzung beanspruchen, nimmt das Medium Radio nach wie vor einen zentralen Platz ein. Das Radio erweist sich als vielseitiges, allgegenwärtiges Medium, das sowohl zu wechselnden als auch festen Zeiten stark genutzt wird. Auch die Nutzungsorte variieren stark. Radio wird zu Hause, unterwegs und an Arbeits- oder Ausbildungsplätzen genutzt.

**Radio nimmt nach wie vor zentralen Platz in der Mediennutzung ein**

⑧ Anzahl genannter Programme/Senderbindung 2000 bis 2003

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

	MA 2000 gesamt	MA 2001 gesamt	ma 2002 gesamt	ma 2003 gesamt
<b>Anzahl Programme im Weitesten Hörerkreis (14 Tage)</b>				
1 Programm	17,4	17,5	15,2	15,5
2 Programme	16,7	16,5	15,8	14,7
3 Programme	14,8	15,0	14,5	14,4
4 Programme	12,6	12,5	13,4	13,2
5 Programme	10,2	10,3	10,4	10,4
6 Programme	7,4	7,2	8,1	8,2
7 Programme	4,9	5,2	5,8	5,8
8+ Programme	9,6	9,5	11,3	12,5
Durchschnitt alle Hörer	4,0	3,9	4,2	4,3
Durchschnitt alle Befragten	3,7	3,7	4,0	4,1
<b>Anzahl Programme pro Tag</b>				
1 Programm	65,0	65,6	63,9	63,8
2 Programme	24,6	24,3	25,0	25,3
3 Programme	7,4	6,7	7,4	7,7
4 Programme	1,9	2,1	2,3	2,1
5+ Programme	1,0	1,3	1,4	1,1
Durchschnitt alle Hörer	1,5	1,5	1,5	1,5

Quellen: MA 2000, MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II.

⑨ Hörer gestern 2000 bis 2003

Mo-So, Personen ab 14 J.

	Hörer gestern in Mio				Differenz ma 2003 zu MA 2000
	MA 2000	MA 2001	ma 2002	ma 2003 II	
Basis	63,831	64,097	64,254	64,430	-
Radio Bremen	0,437	0,462	0,573	0,573	0,136
Norddeutscher Rundfunk	6,842	6,984	6,755	6,885	0,043
Westdeutscher Rundfunk	7,216	7,246	7,318	7,309	0,093
Hessischer Rundfunk	2,262	2,177	2,148	2,276	0,014
Südwestrundfunk	5,299	5,538	5,976	6,055	0,756
Saarländischer Rundfunk	0,487	0,446	0,466	0,458	-0,029
Bayerischer Rundfunk	4,696	4,745	4,647	4,684	-0,012
Rundfunk Berlin Brandenburg <sup>1)</sup>	1,404	1,526	1,764	1,822	0,418
Mitteldeutscher Rundfunk	4,080	4,320	4,389	4,499	0,419
DeutschlandRadio Berlin	0,177	0,237	0,243	0,219	0,042
Deutschlandfunk	1,080	1,038	1,164	1,182	0,102
ARD gesamt	31,732	32,414	32,855	33,295	1,563
Private gesamt	29,108	28,620	28,838	27,946	-1,162
Radio gesamt	50,425	50,823	51,090	50,907	0,482

1) Bis ma 2003 Sender Freies Berlin/Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg.

Quelle: MA 2000, MA 2001 II, ma 2002 II, ma 2003 II.

**Nutzungsstrukturen  
sind sehr stabil**

Die bekannten Muster der Nutzung des Mediums Radio werden mit der aktuellen Media-Analyse bestätigt, die Nutzungsstrukturen mit hoher Stabilität fortgeschrieben. Diese Kontinuität insbesondere

der methodisch relevanten Eckdaten untermauert, dass die Media-Analyse der ag.ma ein geeignetes Instrument für die repräsentative Ermittlung der Radionutzung ist, welches zuverlässige und valide Daten zur Verfügung stellt und damit die Marktentwicklung adäquat abbildet.

