

**Ansprechpartner**

Dieter K. Müller  
Vorstand Radio der agma  
Telefon: 069.15424-101  
[dieter.mueller@ard-werbung.de](mailto:dieter.mueller@ard-werbung.de)

Christiane Korch  
Ressortleitung Radio  
Media-Micro-Census GmbH  
Telefon: 069.156805-20  
[korch@agma-mmc.de](mailto:korch@agma-mmc.de)

Arbeitsgemeinschaft  
Media-Analyse e.V.  
Am Weingarten 25  
60487 Frankfurt am Main

## Radionutzung in Deutschland steigt wieder leicht an

- Die Radioreichweiten wachsen in allen Alterszielgruppen – insbesondere auch bei Jugendlichen.
- Nach wie vor hört fast jeder in Deutschland werktags Radio.
- Die Hörer eines Senders bleiben ihm mehr als vier Stunden lang treu (249 Minuten) – genau wie in den letzten drei ma-Veröffentlichungen.
- Erste Ergebnisse der Webradio-Messung der agma folgen Ende März.

---

**Frankfurt/M., den 26. Februar 2014** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) veröffentlicht am 5. März die ma 2014 Radio I mit den Reichweiten von 101 Radiosendern und 104 Vermarktungs-kombinationen.

Heute werden vorab die Eckdaten der Radionutzung in Deutschland der ma 2014 Radio I veröffentlicht. Die wichtigsten Ergebnisse: Der Weitesten Hörerkreis (WHK) in der deutschsprachigen Bevölkerung liegt mit 94,0 Prozent exakt so hoch wie in der letzten ma. Auch in den einzelnen Alterszielgruppen unterscheidet sich der WHK im Vergleich zur ma 2013 Radio II nur im Nach-Komma-Bereich (um maximal 0,2 Prozentpunkte). Die Verweildauer bleibt stabil: Wer einen Sender hört, bleibt ihm durchschnittlich 249 Minuten treu. Die durchschnittliche Hördauer aller Bundesbürger wächst wieder um eine Minute – auf drei Stunden und 19 Minuten.

**Die Tagesreichweite des Mediums Radios steigt in allen Altersgruppen leicht:** In der jungen Zielgruppe der 10- bis 29-Jährigen und bei den über 50-Jährigen ist der Zuwachs der Tagesreichweite (Montag bis Freitag) mit einem Plus von 0,6 Prozentpunkten am deutlichsten.

**„Für die Hörer ist das Radio eine Konstante, die zum Alltag gehört. Für die Werbungtreibenden ist und bleibt Hörfunk damit der stabilste Werbeträger in Deutschland“**, stellt Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma, fest: „Radio ist das einzige klassische Medium, das trotz der zunehmenden medialen Konkurrenz auch in

jungen Zielgruppen unverändert – oder sogar noch etwas stärker – genutzt wird.“

So konstant die Radionutzung in Deutschland auf hohem Niveau insgesamt ist – bei der Reichweitenentwicklung der einzelnen Sender und Kombinationen sind erfahrungsgemäß spannende Veränderungen zu erwarten:

**Die detaillierten Ergebnisse der ma 2014 Radio I zu den Sendern und Vermarktungskombinationen werden dem Markt am 5. März ab 9:00 Uhr zur Verfügung gestellt.**

Die ma 2014 Radio I dokumentiert die Werbeträger-Reichweiten auf Basis von 68.584 Interviews. Interaktive Charts zu den Eckdaten der Radionutzung finden Sie im Anhang zu dieser Pressemitteilung. Diese iCharts können Sie im Rahmen der Berichterstattung in Ihren Internetauftritt einbinden. Sollten Sie Fragen haben oder weitere Informationen benötigen, dann melden Sie sich doch bitte einfach bei uns.

Und noch eine Ankündigung: **Erste Ergebnisse der ma 2014 IP Audio I der agma werden am 26. März veröffentlicht:** Seit Januar 2014 läuft die Logfile-basierte Webradio-Messung der agma im Regelbetrieb. An der ersten Ausweisung nehmen rund 25 Publisher mit insgesamt circa 160 Channels teil. Weitere Publisher und Channels haben sich bereits angemeldet. Ausgewiesen werden für diese sowie ihre Vermarktungsangebote quartalsweise Daten zur Anzahl der Sessions und ihrer durchschnittlichen Dauer. „Parallel dazu wird mit Hochdruck an der Integration personenbezogener Daten gearbeitet“, betont Christiane Korch, Ressortleiterin Radio der agma: „Außerdem stehen weitere Entwicklungsthemen auf dem Programm – beispielsweise die Aufbereitung der Information, auf welchem Weg Webradio genutzt wird. Ziel der agma ist es, die Daten der ma IP Audio mit denen der ma Radio zu einer Konvergenzdatei zu verknüpfen.“

---

**Weitere Informationen:**

Unter [www.agma-mm.de](http://www.agma-mm.de) bietet der „Methoden-Steckbrief zur ma 2014 Radio I“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

## Eckdaten der Radionutzung ma 2014 Radio I



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

|  | Montag - Sonntag |                 |      |                         |      | Montag - Freitag     |      |               |                   | Samstag              |      |               |                   | Sonntag              |      |               |                   |
|--|------------------|-----------------|------|-------------------------|------|----------------------|------|---------------|-------------------|----------------------|------|---------------|-------------------|----------------------|------|---------------|-------------------|
|  | Basis<br>in Mio. | schon<br>gehört |      | Weitester<br>Hörerkreis |      | Tages-<br>reichweite |      | Hör-<br>dauer | Verweil-<br>dauer | Tages-<br>reichweite |      | Hör-<br>dauer | Verweil-<br>dauer | Tages-<br>reichweite |      | Hör-<br>dauer | Verweil-<br>dauer |
|  |                  | Mio.            | %    | Mio.                    | %    | Mio.                 | %    | in Min.       | in Min.           | Mio.                 | %    | in Min.       | in Min.           | Mio.                 | %    | in Min.       | in Min.           |
| <b>TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung</b><br>Personen ab 10 Jahren | 73,360           | 72,888          | 99,4 | 68,925                  | 94,0 | 58,641               | 79,9 | 199           | 249               | 55,186               | 75,2 | 165           | 220               | 51,556               | 70,3 | 145           | 206               |
| <b>GESCHLECHT</b>  |                  |                 |      |                         |      |                      |      |               |                   |                      |      |               |                   |                      |      |               |                   |
| Männer   | 36,022           | 35,799          | 99,4 | 33,949                  | 94,2 | 28,915               | 80,3 | 209           | 261               | 26,703               | 74,2 | 160           | 216               | 25,202               | 70,0 | 140           | 200               |
| Frauen   | 37,338           | 37,088          | 99,3 | 34,976                  | 93,7 | 29,726               | 79,6 | 189           | 237               | 28,482               | 76,2 | 170           | 223               | 26,354               | 70,6 | 150           | 212               |
| <b>ALTER</b>   |                  |                 |      |                         |      |                      |      |               |                   |                      |      |               |                   |                      |      |               |                   |
| 10-29 Jahre  | 17,737           | 17,687          | 99,7 | 16,502                  | 93,0 | 12,705               | 71,6 | 141           | 197               | 11,460               | 65,0 | 99            | 152               | 11,112               | 62,5 | 90            | 144               |
| 14-49 Jahre  | 37,471           | 37,311          | 99,6 | 35,165                  | 93,8 | 29,502               | 78,7 | 200           | 254               | 26,672               | 71,2 | 148           | 207               | 24,610               | 65,6 | 124           | 188               |
| 30-59 Jahre  | 34,581           | 34,388          | 99,4 | 32,813                  | 94,9 | 28,881               | 83,5 | 229           | 274               | 27,032               | 78,1 | 183           | 234               | 24,128               | 69,8 | 154           | 220               |
| 50 Jahre und älter   | 32,855           | 32,577          | 99,2 | 30,922                  | 94,1 | 27,061               | 82,4 | 211           | 256               | 26,654               | 81,0 | 194           | 239               | 25,148               | 76,6 | 177           | 231               |
| <b>BERUFSTÄTIGKEIT</b>   |                  |                 |      |                         |      |                      |      |               |                   |                      |      |               |                   |                      |      |               |                   |
| in Ausbildung  | 10,695           | 10,655          | 99,6 | 9,964                   | 93,2 | 7,439                | 69,1 | 100           | 145               | 6,711                | 65,0 | 84            | 130               | 6,735                | 62,9 | 81            | 129               |
| berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)                               | 39,004           | 38,859          | 99,6 | 37,132                  | 95,2 | 32,664               | 83,9 | 231           | 275               | 29,815               | 75,8 | 174           | 229               | 27,029               | 69,3 | 144           | 207               |
| Nicht berufstätig  | 5,689            | 5,636           | 99,1 | 5,252                   | 92,3 | 4,301                | 75,7 | 189           | 249               | 4,411                | 76,4 | 179           | 235               | 3,810                | 67,4 | 166           | 247               |
| Rentner/Pensionär  | 17,972           | 17,737          | 98,7 | 16,576                  | 92,2 | 14,237               | 79,2 | 192           | 242               | 14,248               | 79,4 | 190           | 239               | 13,982               | 77,6 | 179           | 231               |

„Schon gehört“: hierzu zählen alle Personen, die einen Radiosender "schon einmal gehört" haben.

„Weitester Hörerkreis“: hierzu zählen alle Personen, die "in den letzten 14 Tagen", bezogen auf den Befragungstag, einen Radiosender gehört haben.

„Tagesreichweite“: gibt an, wie viele Personen an einem durchschnittlichen Tag in mindestens einem 15-minütigen Zeitabschnitt Radio gehört haben. Dies gilt für einzelne Programme und Programmkombinationen.

„Hördauer in Minuten“: gibt an, wie lange die Bevölkerung/Bevölkerungsgruppen täglich im Durchschnitt Radio hört/hören.

„Verweildauer in Minuten“: gibt an, wie lange die Hörer eines Senders diesen im Durchschnitt hören.

Quelle: ma 2014 Radio I