

PRESSEINFORMATION

Media-Analyse 2008 Radio I:

Mehr als zwölf Jahre ihres Lebens verbringen die Deutschen mit Radio

Stabile Radio-Reichweiten auf hohem Niveau / 51 Millionen Deutsche sind täglich am Radio / 14- bis 19jährige bleiben deutlich länger dran / Durch vielfältige Empfangswege Position bei den Jungen weiter stärken

Berlin, 5. März 2008 – Die heute von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse in Frankfurt veröffentlichten Reichweiteregebnisse der ma 2008 Radio I zeigen trotz zunehmender Medienvielfalt eine konstant hohe Radionutzung in Deutschland. Mehr als 51 Millionen Deutsche ab 14 Jahren hören jeden Tag über vier Stunden Radio. Die junge Zielgruppe der 14- bis 29jährigen steigerte ihre Zeit mit Radio sogar um 20 Minuten gegenüber dem Vorjahr (ma 2007 I) auf 221 Minuten. Besonders erfreulich: Auch die 14- bis 19jährigen bleiben deutlich länger dran.

Die Ergebnisse im einzelnen:

- Trotz vielfältiger neuer digitaler Zusatzangebote behauptet sich das Medium Radio als stabiler Werbeträger auf hohem Niveau. Weiterhin nutzen 79,1 Prozent (51,3 Mio.) der Bevölkerung täglich Radio. Vier von fünf Deutschen schalten also Tag für Tag mehr als vier Stunden ihr Radio ein und bestätigen damit eindrucksvoll dessen Rolle als Tagesbegleiter. Die Deutschen sind echte Heavy-Radio-User: Kumuliert hören sie täglich 216 Millionen Stunden Radio. Damit begleitet Radio die Deutschen gut zwölf Jahre ihres Lebens, während z. B. die mit der Tageszeitung verbrachte Lebenszeit nur gut zwei Jahre beträgt.*
- Die Unter-Zwanzigjährigen, naturgemäß besonders neugierig auf neue Medienangebote, nutzen das klassische Medium Radio sogar im Vergleich zur letzten ma-Ausweisung deutlich intensiver: Sie bleiben aktuell täglich acht Minuten länger dran. Dieser positive Trend setzt sich auch bei den 20- bis 29jährigen fort. Sie hören sieben Minuten länger, im Vorjahresvergleich entspricht das sogar einem Plus von 24 Minuten (+10 %; Basis Verweildauer).
- Radio erreicht jeden Tag knapp zehn Millionen (72,4 %) der 14- bis 29jährigen. Das sind kumuliert gesehen 36 Millionen mit Radio verbrachte Stunden am Tag. Zum Vergleich: Die Tageszeitung erreicht 60 Prozent dieser Zielgruppe, und das mit einer Lesedauer von 28 Minuten am Tag. Zusammengenommen wenden sich die Jungen somit nur 3,8 Millionen Stunden der Zeitung zu, das ist gerade einmal ein Zehntel des Zeitbudgets für Radio.**

- „Die Hörer, insbesondere die Jungen, setzen auf Radio, weil sie das mobile Medium über neue Kanäle noch stärker an ihrer Seite haben und dieses parallel bei der Arbeit, am PC, beim Autofahren und Joggen nutzen können – Radio ist eben überall und allzeit verfügbar. Als Tagesbegleiter und Vertrauter navigiert das Radio zudem mit Tipps und Empfehlungen durch das schier unübersichtliche Internet und liefert Impulse für das Aufspielen von neuer Musik und Podcasts auf iPod & Co“, begründet Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale, die stabil hohen Radioreichweiten.
- Und Radio kann seine Position im Medienrepertoire der Jugend künftig noch steigern. Die Studienreihe JIM (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) kommt in ihrer aktuellen zehnten Welle vom November zu dem Schluss, dass der Schlüssel hierzu in der Nutzung vielfältiger Empfangswege liegt. Im Gegensatz zu TV erreiche Radio die ganz jungen Hörer bereits über verschiedene Plattformen wie Internet, MP3-Player und Handy. Mit der Folge, dass 33 Prozent der 12- bis 19jährigen in der JIM-Studie angeben, mehr Radio zu hören als im Vorjahr.

Die Radiodaten der ma 2008 Radio I wurden in zwei Befragungswellen auf Basis von insgesamt 64.469 repräsentativ angelegten Telefon-Interviews ermittelt. Für die Werbewirtschaft sind die ma-Daten die Grundlage für ihre Mediaplanungs-Strategien und damit letztlich für den Einsatz der Werbegelder. Träger der ma ist die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse, ein Zusammenschluß von 260 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft.

Unter www.radiozentrale.de finden Sie umfängliche Auswertungen und Darstellungen zur ma 2008 Radio I. Im Pressebereich stehen Fotos des Geschäftsführers sowie sendefähige O-Ton-Statements zur ma zum Download zur Verfügung.

Die Radiozentrale ist seit Herbst 2005 operativ am Start. Die Gattungsinitiative versteht sich als gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie.

Pressekontakt:

Susanne Baldauf

Leitung Kommunikation

Telefon: +49 (0)30 / 32 51 21 63

E-Mail: susanne.baldauf@radiozentrale.de

Alle dargestellten Werte beziehen sich auf die ma 2008 Radio I, Radio gesamt ab 14 Jahren (inklusive werbefreie Programme), Mo-Fr 5-24 Uhr.

* Herleitung: Hördauer pro Jahr multipliziert mit 66 Jahren (durchschnittliche Lebenserwartung von 80 Jahren, reduziert um die in der ma nicht erhobenen Lebensjahre von 0 bis 14). Bei einer täglichen Hördauer von 3 Stunden und 20 Minuten ergeben sich 80.300 gehörte Radiostunden im Leben. Dies entspricht runter gerechnet 12,22 Jahren (bei Berücksichtigung einer täglichen Schlafenszeit von sechs Stunden). Basis Tageszeitung: Lesedauer bezogen auf den Weitesten Leserkreis.

** Verweildauer multipliziert mit der Tagesreichweite in Mio.