

Media Analyse: ARD-Hörfunk weiter Nr. 1 auf dem Radiomarkt

52,4 Prozent (fast 37 Millionen) der Deutschen und EU-Ausländer ab 10 Jahren hören werktäglich mindestens eines der öffentlich-rechtlichen Radioprogramme. Die mehr als 200 Privatsender kommen insgesamt auf eine Tagesreichweite von nur 42,8 Prozent. Das entspricht knapp 30 Millionen Hörerinnen und Hörern.

Der Vorsitzende der ARD-Hörfunkkommission Bernhard Herrmann (Südwestrundfunk) sagte: "Es ist für uns sehr erfreulich, dass die Radioprogramme der ARD in der Hörergunst weiterhin vorn liegen. Die Hördauer ist stabil geblieben, die Tagesreichweite hat zugenommen - auch in den jungen Zielgruppen. Das ist für uns ein besonders wichtiges Indiz dafür, dass Radio ein Medium mit Zukunft ist, das nicht im Internet verschwinden wird."

Beachtliche Akzeptanz erreichen auch die Kultur- und Informationsprogramme des öffentlich rechtlichen Rundfunks. Täglich entscheiden sich fast 5 Millionen Menschen (7,1 Prozent Tagesreichweite) für mindestens eines der insgesamt 20 Kultur- und Informationsprogramme des Senderverbundes. Innerhalb von 14 Tagen (Weitester Hörerkreis) schalten 16,7 Millionen Hörerinnen und Hörer die 20 Programmangebote ein (24 Prozent).

Für den ARD-Vorsitzenden Peter Boudgoust ist das der erfreuliche Beweis, dass sich Qualität auch im Radio durchsetzt: "Wir machen ganz bewusst Programme für die ganze Gesellschaft. Dabei gelingt es immer wieder erfolgreich, große Mehrheiten mit unseren Populärwellen zu begeistern und gleichzeitig herausragende Kultur- und Informationsangebote zu bieten; in dieser Klasse und Vielfalt gelingt das nur der ARD und dem Deutschlandradio", erklärte Boudgoust in Stuttgart.

Zum zweiten Mal wurde die Media Analyse (ma) in erweiterter Form durchgeführt. Wie im vergangenen Jahr bezog die Untersuchung die in Deutschland lebenden EU-Bürger zur Ermittlung der Eckdaten und Programmreichweiten ein. Zusätzlich wurden neben den "Erwachsenen" (ab 14 Jahren) auch "Kinder" (im Alter von 10 bis 13 Jahren) befragt. Durch diese beiden Neuerungen werden die Hörerschaften von Radio noch genauer und vollständiger abgebildet als bisher, mit jetzt fast 70 Millionen Personen (statt früher 65 Mio).

Grundlage der repräsentativen ma-Erhebung sind 66.007 Interviews, die von sechs unabhängigen Marktforschungsinstituten durchgeführt wurden. Der Betrachtungszeitraum für die ma Radio 2009 I war: 06. Januar 2008 - 20. April 2008 (Frühjahrsweile) und 07. September 2008 - 14. Dezember 2008 (Herbstw

Rückfragen an:
ARD-Pressestelle (SWR)
Tel: 0711/ 929 - 1022/ 1023
E-Mail: pressestelle@ard.de