

## **ma Audio: Erstmals mit Reichweiten für DAB+**

Die ma Audio stellt die „Reichweiten-Währung“ der Werbeträger Radio und Onlineaudio für die Werbewirtschaft zur Verfügung. Sender und Programmveranstalter arbeiten bei ihrer Planung, Kontrolle und Gestaltung mit den Daten der ma Audio und nutzen sie im Marketing. Der Auftraggeber agma ist ein Zusammenschluss von Werbungtreibenden, Agenturen und Medien.<sup>1</sup>

### **Neu im zweiten Jahr ma Audio: Integration von DAB+**

Seit dem Jahr 2018 werden die Studientranchen „Media Analyse Radio“ und „Media Analyse Audio“ nicht mehr getrennt voneinander berichtet. Die „neue“ ma Audio erscheint seitdem im Veröffentlichungsrhythmus der bisherigen ma Radio und inkludiert deren Berichterstattung vollständig.<sup>2</sup> Neu im Vergleich zur ma 2018 Audio II ist, dass die bis dahin separat erhobene agma DAB+-Reichweitenstudie in die ma Audio fusioniert wurde.<sup>3</sup>

Als Konvergenzwährung stellt die Studie vergleichbare Nutzungswahrscheinlichkeiten (p-Werte -- Hörer pro Tag, pro Woche etc.) für werbeführende Angebote und Reichweiten (Weitester Hörerkreis, Tagesreichweite) für alle Angebote, also klassische Radiosender, Webradios und andere an der Studie teilnehmende Onlineaudio-Angebote, wie User-Generated-Radio und den Musik-Streamingdienst Spotify Free, zur Verfügung.

Für die Empfangswege DAB+ und Onlineaudio stehen mit der ma 2019 Audio II erstmals Stunden-Nettoreichweiten (Tagesverläufe), Nutzungsdauern (Hör- und Verweildauer) sowie Marktanteile zur Verfügung.

Die ma Audio berücksichtigt die unterschiedlichen Planungsgegebenheiten auditiver Medien (klassisches Radio, Webradio oder Musikstreaming), dadurch ist sowohl eine konvergente Audioplanung als auch weiterhin die klassische Radioplanung durchführbar. Die einheitliche Datenbasis erlaubt auch eine Beschreibung des Audiomarktes sowie einen Vergleich zwischen klassischen und Onlineangeboten, gleichgültig ob sie werbeführend sind oder nicht.

---

<sup>1</sup> Vgl. <https://www.agma-mmc.de/ueber/agma/> (abgerufen am 12.9.2019).

<sup>2</sup> Vgl. Gattringer, Karin/Irina Turecek: ma 2018 Audio -- Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio. Methodik, Ergebnisse und Trends der ma 2018 Audio II. In: Media Perspektiven 9/2018, S. 438-450.

<sup>3</sup> Vgl. <https://www.agma-mmc.de/presse/pressemitteilungen/pressemitteilung/erstmalige-ausweisung-von-dab-reichweiten-in-ma-2019-audio-ii> (abgerufen am 22.2.2019).

## Methodik der ma 2019 Audio

### Vier Studienkomponenten

Die ma 2019 Audio verknüpft folgende vier Studien (vgl. Abbildungen 10 und 11): die ma Radio, die ma IP Audio, die Online-Tagebuchstudie sowie die gamma DAB+-Reichweitenstudie<sup>4</sup>:

### Abb. 10: Das Modell der ma 2019 Audio



#### Die ma Audio verknüpft folgende vier Studien:

- **ma Radio:** die **repräsentativen Befragung** von Personen ab 14 Jahren ist **Trägerdatensatz** der ma Audio. Sie beinhaltet einerseits die Reichweiten für die klassischen Sender, die z.B. über **UKW** oder **DAB+** verbreitet sind, bildet andererseits das Universum der Online-Audio und Streamingdienst-Nutzung ab.
- **ma IP Audio:** **technische Messung**, ermittelt die Leistung von Online-Audio- und Streamingdienst-Angeboten.
- **Online-Tagebuchstudie:** Information über die demografischen Strukturen der Online-Audio- und Streamingdienst-Nutzer
- **DAB+ Studie:** differenzierte Hörer und Nutzungsinformationen für den Empfangsweg DAB+



Quelle: mmc (trsg.): ma 2019 Audio II Methodensteckbrief zur Berichterstattung, S. 17-18

-- Die **ma Radio** liefert dabei auf Basis von CATI-Befragungen von rund 70 000 Menschen ab 14 Jahren Informationen zur gesamten Audionutzung, unabhängig vom gewählten Empfangsweg. Als Trägerdatensatz der ma Audio stellt sie darüber hinaus die Grundgesamtheit der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren mit demografischer Struktur nach Mikrozensus gewichtet bereit.

-- Während die ma Radio personenbezogene Nutzungsinformationen für die klassischen Radioangebote enthält, werden für die Audioangebote im Rahmen der **ma IP Audio** technische Reichweiten ohne Personeninformationen gemessen. Deshalb haben die Daten der ma IP Audio auch nicht den Währungscharakter wie die personenbezogenen Hörerdaten der ma Radio und sind nicht mit diesen vergleichbar.

-- Mit Hilfe von **Online-Tagebuchstudien** werden die in der ma IP Audio ermittelten Nutzungsvorgänge (Sessions) mit demografischen Angaben angereichert, damit sie mit der ma Radio zur ma Audio verknüpft werden können.

<sup>4</sup> Vgl. Media-Micro-Census GmbH: ma 2019 Audio II Methodensteckbrief, S. 18.

-- Die agma **DAB+-Studie** erhebt differenzierte Hörer und Nutzungsinformationen für den Empfangsweg DAB+, die in die ma 2019 Audio II fusioniert wurden.

**Abb. 11: Methodensteckbrief - Studienbestandteile**

<a href="http://www.agma-mmc.de/service/publikationen">www.agma-mmc.de/ service/publikationen</a>					
<b>Erhebungsmethode</b>	CATI	logfilebasierte Messung	14-tägiges Online-Tagebuch	CATI/CAWI	Hybrid
<b>Basis</b>	67.946 Interviews	Vollerhebung Teilnehmer	15.073 Teilnehmer	9.160 Fälle	67.946 Fälle 70.598 Mio. Pers. / 40.684 Mio. HH
<b>Feldzeit / Berichtszeitraum</b>	Herbstwelle: 02.09.2018 - 08.12.2018 Frühjahrswelle: 09.12.2018 - 31.03.2019	Dez. 18, Jan./Feb. 19	03.09.17 – 09.12.17 10.12.17 – 25.03.18 02.09.18 - 08.12.18 09.12.18-18.03.19	02.01. – 05.04.2018 02.01. – 31.03.2019	
<b>Institute / Dienstleister</b>	IFAK GmbH & Co. KG IPSOS Deutschland GmbH Kantar Deutschland GmbH	INOnline GmbH ISBA Informatik Service-GmbH DAP GmbH	GfK Media & Comm.Research IFAK GmbH & Co.KG Kantar Deutschland GmbH	IFAK GmbH & Co. KG Kantar Deutschland GmbH	ANKORDATA GmbH & Co.KG Interlogic Computer-Service GmbH ISBA Informatik Service-GmbH DS&N GmbH
<b>Grundgesamtheit / Ausweisungs- grundlage</b>	14+ Jahre	gemeldete Sessions	14+ Jahre Nutzung Webradio /Musikstreaming in den letzten 4 Wochen	14 + Jahren DAB+ Radio zu Hause und/oder im Auto	14+ Jahre
<b>Sender / Teilnehmer</b>	<b>erhobene/ausgewiesene Sender:</b> gestützt erhoben: 290 im Interview genannt: 449  (Basis: WHK)	<b>angemeldete Teilnehmer:</b> Publisher: 81 Channels: 998  Musik-Streamingdienste: 1 User Generated Radios: 2	<b>erhobene Sender</b> ca. 1.250	<b>Sender</b> gestützt erhoben: 290 im Interview genannt: 223  (Basis WHK)	<b>Anzahl ausgewiesener Angebote:</b> Einzelsender/Channel klassisch: 106 Einzelsender/Channel Online-Audio: 6 Kombinationen: klassisch 109 Kombinationen Online-Audio 78 Kombinationen Konvergent 79

### Feldmodell und Stichprobe der ma 2019 Radio

Die angestrebte Grundgesamtheit der ma 2019 Radio ist die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren, die telefonisch per Festnetz und/oder per Mobiltelefon (seit der ma 2015) erreichbar ist. Sie ist damit eine sogenannte Dual-Frame-Stichprobe, unterteilt in Festnetz- und Mobilfunk-Stichprobe, die um eine Altersklassen-Stichprobe für die Altersdekaden zwischen 14 und 49 Jahren ergänzt wird.<sup>5</sup> Die Mobilfunk-Stichprobe zielt darauf ab, die „Mobile-Only“-Personen/Haushalte<sup>6</sup> zu integrieren und die Auswahlchance der „Mostly-Mobile“-Personen/Haushalte zu erhöhen. Sie ergänzt die Festnetzstichprobe als sogenannter „Boost“ und führt gemeinsam mit der Altersklassen-Stichprobe zu einer besseren Abdeckung der Gesamtbevölkerung und damit zu einer höheren Stichprobenqualität.<sup>7</sup> Die ma 2019 Radio Stichprobe für die ma 2019 Audio II umfasst durch die Integration der Zusatzstichproben und der Aufstockungen insgesamt 67 946 Fälle.

<sup>5</sup> Vgl. Media-Micro-Census GmbH: ma 2019 Audio II Dokumentation, S. 15ff.

<sup>6</sup> Laut ma 2019 Presse I waren in Deutschland 16,0 Prozent der deutschsprachigen Privathaushalte nur über ein Handy zu erreichen (sog. Mobile-Only-Haushalte), 9,2 Prozent nur über das Festnetz-Telefon (sog. Landline-Only-Haushalte) und ca. 80,7 Prozent der deutschsprachigen Privathaushalte über beide Kanäle (Festnetz und Mobilfunk).

<sup>7</sup> Vgl. Media-Micro-Census GmbH, (Anm. 14) S. 21.

## **Mobilfunkstichprobe: Erhöhung des Anteils**

Eine wesentliche Neuerung der ma 2019 Radio ist, dass der Anteil der Mobilfunkstichprobe von zuvor 8 000 Fällen auf 20 000 Fälle erhöht wurde, womit ein Mobilfunk-Anteil von rund 30 Prozent erzielt wurde. Die Mobilfunkstichprobe wurde proportional über die Bundesländer verteilt.<sup>8</sup>

## **Test zur Rekrutierung von ma Radio Teilnehmern über Online-Access erfolgreich**

Im Herbst 2018 wurden im Rahmen eines agma-Methodentests rund 500 Fälle aus einem Online-Access-Panel für die Altersklassen-Interviews (14-49 Jahre) angeworben und per CATI-Methode befragt. Das Ziel war, herauszufinden, ob diese Art der Rekrutierung die ma Radio Altersklassen-Studie entlasten könnte. Die Prüfung des Tests in den agma-Gremien hat ergeben, dass die Ergebnisniveaus des Tests mit denen der Altersklassen-Studie vergleichbar sind. Die agma-Gremien haben daher entschieden, diese 500 Testfälle zur ma 2019 Audio II Frühjahrswelle 19 hinzuzunehmen sowie die Anwerbungsform via Online-Access-Panel auch in der ma 2020 Radio einzusetzen.<sup>9</sup>

## **CATI-Datenerhebung**

Für die ma 2019 Audio II führten drei unabhängige Marktforschungsinstitute im Auftrag der agma computergestützte Telefoninterviews (CATI) in den beiden Erhebungszeiträumen vom 2. September bis zum 8. Dezember 2018 (ma 2019 Radio Herbstwelle 18) und vom 9. Dezember 2018 bis zum 31. März 2019 (ma 2019 Radio Frühjahrswelle 19) durch. Basis der Ergebnisse ist die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland -- 70,598 Millionen Personen. Ein gewichteter Fall steht repräsentativ für rund 1 039 Personen der Grundgesamtheit.

Insgesamt wurde zur korrekten Abbildung aller 449 genannten Radiosender (Basis Weitesten Hörerkreis)<sup>10</sup> die Mediennutzung analog zur räumlichen Verteilung in regionalen Gebieten, sogenannten Splits, ermittelt. Der Fragebogen der ma 2019 Radio war weitgehend unverändert im Vergleich zur ma aus dem Vorjahr.

## **ma 2019 IP Audio**

---

<sup>8</sup> Vgl. ebd., S. 8.

<sup>9</sup> Vgl. ebd., S. 8 und S. 35.

<sup>10</sup> Vgl. Media-Micro-Census GmbH (Anm. 13), S. 9.

Basis für die ma 2019 Audio II waren die Monate Dezember 2018 sowie Januar und Februar 2019. Grundlage der Ausweisung sind die Logfile-basierten Sessions (Hörvorgänge) pro Stunde der teilnehmenden Onlineaudio-Angebote im Bundesgebiet (ohne ausländischen Traffic). Diese gemessene Nutzung aus der ma IP Audio ist Ursprung für die Reichweite der Onlineaudio-Angebote, die mit Hilfe eines Modelling-Verfahrens mit Personendaten angereichert wird. Darüber hinaus wird die gemessene Anzahl der verwendeten Geräte pro Channel im Modellierungsprozess der ma Audio aus der ma IP Audio verwendet.<sup>11</sup>

### **Online-Tagebuchstudien**

Insgesamt haben 15 073 Personen ab 14 Jahren durch das vollständige Ausfüllen eines 14-tägigen Online-Tagebuches an der ma 2019 Audio II teilgenommen. Voraussetzung für die Teilnahme war, dass in den letzten vier Wochen Webradio- bzw. Musik-Streamingdienste genutzt wurden. Aus diesen Tagebüchern werden Informationen zur Demografie der Nutzer, aber auch Single-Source-Informationen zu Überschneidungen zwischen klassischer und Onlineaudio-Nutzung gewonnen. Darüber hinaus werden die Anzahl der genutzten Geräte pro Hörer sowie die Anzahl mithörender Personen im Modellierungsprozess der ma Audio verwendet.<sup>12</sup>

### **Neue Studienkomponente: agma DAB+-Reichweitenstudie**

Neuer Bestandteil der ma 2019 Audio II ist eine eigenständige Reichweitenstudie für DAB+<sup>13</sup>, die in die ma Audio fusioniert wurde, um diesen Empfangsweg differenziert abbilden zu können. Die zugehörige MMC-Pilotstudie wurde erstmals 2016 als Auftragsstudie<sup>14</sup> einer Kooperationsgemeinschaft diverser DAB+-Marktteilnehmer veranlasst und 2017 mit methodischen Optimierungen wiederholt. Getestet wurden die Möglichkeiten der Rekrutierung von Studienteilnehmern (der spezifischen Zielgruppe der DAB+-Radiobesitzer) als auch die möglichen Erhebungsmethoden (CATI und/oder CAWI). Um den Anforderungen an eine agma-Studie nachzukommen, wurde die DAB+-Studie 2018 erstmals parallel zu den CATI-Erhebungszeiträumen der ma Radio erhoben, bei einem fast gleichbleibenden methodischen Ansatz und einem ausgewogenen CATI-/CAWI-Anteil. Die Studienergebnisse (im DAB+-

---

<sup>11</sup> Vgl. hierzu Gattringer, Karin/Lothar Mai: ma Audio: Konvergenzwährung für Radio und Onlineaudio. Integration der Audionutzung im Internet in die ma Radio. In: Media Perspektiven 4/2017, S. 230f.

<sup>12</sup> Vgl. ebd.

<sup>13</sup> Vgl. Media-Micro-Census GmbH (Anm. 14), S. 37ff.

<sup>14</sup> Analog zur ma IP Audio wurde diese Studie von den Teilnehmern separat finanziert.

Forschungsbericht 2018)<sup>15</sup> dienten als Bewertungsgrundlage in den agma-Gremien zur Klärung der Frage, ob die Daten der DAB+-Sonderstudie fusionstauglich sind. Die positive Empfehlung der agma-Gremien führte zur Fusion und Ausweisung in der ma 2019 Audio II.<sup>16</sup>

Für die DAB+-Reichweitenstudie wurden insgesamt 9 160 Personen mit DAB+-Radio zuhause und/oder im Auto per CATI/CAWI detailliert zum Hörverhalten -- auch im Tagesablauf -- befragt, wobei jedem Hörvorgang der Empfangsweg zugeordnet wurde. Das Besondere an der Studie ist die erweiterte, über die Sender-Splitlisten der ma Radio hinausgehende, gestützte Senderabfrage für DAB+-Sender. Die DAB+-Nutzungsvorgänge (in den letzten vier Wochen und im Tagesablauf) wurden wellenweise durch Fusion in die ma Audio übertragen.<sup>17</sup> Bei diesem Fusionsverfahren werden die in der ma Radio unspezifisch erfassten DAB+-Hörvorgänge -- denn die ma Radio erfasst die Radionutzung unabhängig vom Empfangsweg -- identifiziert und als DAB+-Nutzung kenntlich gemacht. Zusätzliche, über den Erfassungshorizont der ma Radio hinausgehende, DAB+-Nutzungsvorgänge werden für den zugehörigen Sender in die ma Audio integriert.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Zugang zum DAB+-Forschungsbericht 2018 haben neben den Auftraggebern die Mitglieder der Technischen Kommission der agma und weitere in das Projekt involvierte agma-Gremien.

<sup>16</sup> Vgl. AEAF-Richtlinien der agma zur Ausweisung. Quelle: [https://www.agma-mmc.de/fileadmin/user\\_upload/Mitgliedschaft/Satzung\\_Richtlinien/AEAF\\_Richtlinien\\_20181130.pdf](https://www.agma-mmc.de/fileadmin/user_upload/Mitgliedschaft/Satzung_Richtlinien/AEAF_Richtlinien_20181130.pdf) (abgerufen am 21.10.2019).

<sup>17</sup> Vgl. Media-Micro-Census GmbH (Anm. 14), S. 9.

<sup>18</sup> Vgl. ebd. S. 40.

## Entwicklung der Grundgesamtheit weiterhin dynamisch

Die Grundgesamtheit der ma Audio wird jährlich an den fortgeschriebenen Bevölkerungsstand des Statistischen Bundesamtes angepasst. Bei der ma 2019 Audio II erfolgte die Anpassung an den Gebietsstand vom 31. Dezember 2018. Die Entwicklung der „deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren“ in Deutschland ist zunehmend und verzeichnet aktuell 70,598 Millionen Einwohner, also 0,2 Prozent bzw. 153 000 Personen mehr als im letzten Jahr (vgl. Tabelle 8).

**Tab. 8 Entwicklung deutschsprachige Bevölkerung nach Bundesländern und Soziodemografie**

	ma 2018 II	ma 2019 II	Differenz	
	in Mio.	in Mio.	in Tsd.	in %
BRD gesamt	70,445	70,598	153	0,2
<b>Geschlecht</b>				
Männer	34,694	34,840	146	0,4
Frauen	35,751	35,758	7	0,0
<b>Alter</b>				
14-19 J.	4,903	4,788	-115	-2,3
20-29 J.	9,834	9,696	-138	-1,4
30-39 J.	9,959	10,237	278	2,8
40-49 J.	11,315	10,603	-712	-6,3
50-59 J.	12,828	13,190	362	2,8
60-69 J.	9,405	9,956	551	5,9
ab 70 J.	12,200	12,127	-73	-0,6
14-49 J.	36,011	35,325	-686	-1,9
<b>Bundesländer</b>				
Schleswig-Holstein	2,460	2,477	17	0,7
Hamburg	1,522	1,539	17	1,1
Niedersachsen	6,809	6,794	-15	-0,2
Bremen	0,573	0,576	3	0,5
Nordrhein-Westfalen	15,242	15,230	-12	-0,1
Hessen	5,253	5,282	29	0,6
Rheinland-Pfalz	3,485	3,510	25	0,7
Baden-Württemberg	9,265	9,349	84	0,9
Saarland	0,873	0,870	-3	-0,3
Bayern	11,006	11,089	83	0,8
Berlin	2,978	3,025	47	1,6
Mecklenburg-Vorpommern	1,405	1,392	-13	-0,9
Brandenburg	2,170	2,159	-11	-0,5
Sachsen-Anhalt	1,957	1,942	-15	-0,8
Sachsen	3,555	3,507	-48	-1,4
Thüringen	1,891	1,857	-34	-1,8

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quellen: ma 2018 Radio II, ma 2019 Audio II.