

Tendenzen der Hörfunknutzung nach  
Ergebnissen der Media Analyse 1998 II

→ **Hörfunk behauptet  
starke Position**

Walter Klingler\* und Jens Schaack\*\*

Trotz Medienwandels  
stabile Hörfunk-  
nutzung erwartet

Die Medienwelt verändert sich. Die klassischen Medien wie Print, Fernsehen oder Hörfunk geraten auf ihren traditionellen Übertragungswegen zumindest in der öffentlichen Wahrnehmung immer stärker unter Druck der neuen Angebote wie Internet oder WebTV.

Experten erwarten in den nächsten Jahren allerdings eher einen langsamen Entwicklungsprozess. Für den Hörfunk wird in einem Szenario für die Jahre 2005 bzw. 2015 dabei eher eine Stabilität im Gesamtumfang der Nutzung angenommen, bei allerdings abnehmendem prozentualen Anteil an der Gesamtmediennutzung. Auch dürfte der Medienwandel zu einer veränderten Erwartungshaltung des Publikums gegenüber dem Medium Hörfunk führen. Ob dies auch Veränderungen in den vom Publikum erwarteten Medienfunktionen bedeutet, bleibt abzuwarten. (1)

Die Media Analyse 1998 II, im Zeitraum vom September 1997 bis Mai 1998 erhoben, bestätigt zunächst den hohen Stellenwert, der dem Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland Ende des ausgehenden Jahrtausends im Medienensemble zukommt. Sie signalisiert aber auch Akzente von Veränderungen, die darauf hindeuten, daß das Medienangebot in einem langsamen Veränderungsprozess ist.

**Die Media Analyse 98 II - Untersuchungsanlage**

248 Radio-  
programme erfaßt

Im Rahmen der MA 98 II wurde die Nutzung von insgesamt 248 Radioprogrammen erfragt. Diese Angebote reichen von Lokalangeboten über regionale Programme bis hin zu landesweiten oder vom Verbreitungsgebiet her großflächigeren Programmen. Gegenüber den vorangegangenen Media Analysen bedeutet dies nochmals einen kleinen Zuwachs an Radioangeboten (vgl. Tabelle 1).

52 370 Interviews  
in zwei Wellen

Zur Ermittlung der Radionutzung wurden im Rahmen der MA 98 II insgesamt bundesweit 52 370 Interviews durchgeführt. Die Erhebung ist repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland. Dies entspricht insgesamt 63,51 Millionen Erwachsenen ab 14 Jahre. Um die differenzierte Radioangebotsstruktur dabei konsequent und korrekt abbilden zu können, erfolgte die Erhebung der Radioprogramme in 50 Regionalsplits, die den jeweiligen Angebotskonstellationen gerecht werden. Wie in den vorangehenden Jahren stand ein differenziertes Tagesablaufschemata im Mittelpunkt der Erhebung. Der Erhebungszeitraum

① **Media Analyse:**

Anzahl erhobener Programme/Sender

	Sender/Programme
MA 87	44
MA 88	48
MA 89	140
MA 90	163
MA 91	180
MA 92	188
MA 93	227
MA 94	237
MA 95	245
MA 96	226*
MA 97	241
MA 98 I	246
MA 98 II	248

\* In Baden-Württemberg wurden ab MA 95 26 einzeln abgefragte Senderfrequenzen zu 8 Programmen zusammengefaßt.

Quelle: MA 87 - MA 98 II.

reichte von 14. September 1997 bis zum 13. Dezember 1997 sowie vom 18. Januar 1998 bis zum 30. Mai 1998.

Gegenüber der MA 97 gibt es dabei eine leichte Verschiebung im Erhebungszeitraum. Bei der MA 97 endete die Befragung schon im März 1997 gegenüber Mai 1998 bei der MA 98 II. Inwieweit sich dieser leicht verschobene Erhebungszeitraum - der unter anderem einer Aktualisierung der Ergebnisse dienen sollte - durch saisonale Effekte auf Konstanz oder Veränderungen in der Radionutzung auswirkt, muß offen bleiben.

Im folgenden werden - soweit sinnvoll und notwendig - auch Daten aus der MA 98 I dargestellt. Die MA 98 I hat den Charakter eines Zwischenberichts, der auf Teilen der MA 97-Erhebung und auf Teilen der MA 98 II basiert. Erhebungszeitraum der unter der Bezeichnung MA 98 I dargestellten Daten war dementsprechend der Zeitraum Januar bis März 1997, also die zweite Welle der MA 97, und der Zeitraum September bis Dezember 1997, also die erste Welle der MA 98 II. Die Bezeichnung MA 98 I bezeichnet insofern den ersten MA-Berichtstermin im Jahr 1998 (Frühjahr), die Bezeichnung MA 98 II den zweiten Berichtstermin. Wegen der sich jeweils überschneidenden Zeiträume zwischen MA 97 und MA 98 I einerseits und MA 98 I und MA 98 II andererseits wird hier im weiteren das Schwergewicht auf den Vergleich zwischen MA 97 und MA 98 II gelegt. (2)

**Tendenzen der Hörfunknutzung**

Insgesamt blieb die Radionutzung - trotz eines leichten Rückgangs gegenüber der MA 97 - auf einem sehr hohen Niveau fast stabil. In den frühen 90er Jahren hatte die Tagesreichweite des Hörfunks (Montag bis Sonntag, 5.00 bis 24.00 Uhr) bereits

MA 98 I als  
Zwischenbericht  
veröffentlicht

Die Radionutzung  
ist fast konstant  
geblieben

\* SWR-Medienforschung.

\*\* ARD-Werbung SALES & SERVICES.

② **Hörfunknutzung 1987 bis 1998<sup>1)</sup>**

Mo-So (5.00-24.00 Uhr), Personen ab 14 Jahre

	Hörer gestern in %	Hördauer <sup>2)</sup> in Min.	Verweildauer <sup>3)</sup> in Min.	Ø gehörte Programme täglich	Ø gehörte Programme letzte 14 Tage
MA 87	78	146	188	1,3	2,8
MA 88	78	156	198	1,3	2,8
MA 89	79	154	197	1,3	2,8
MA 90	80	156	196	1,3	2,8
MA 91	81	162	199	1,3	2,8
MA 92	82	169	206	1,4	3,0
MA 93	82	169	206	1,3	3,0
MA 94	81	168	207	1,3	3,0
MA 95	80	167	209	1,3	3,0
MA 96	80	169	212	1,3	2,9
MA 97	85	177	214	1,3	2,8
MA 98 I	82	175	214	1,3	2,8
MA 98 II	82	172	211	1,3	2,8

1) Ab MA 92 BRD gesamt.  
2) Basis: Gesamtbevölkerung.  
3) Basis: Hörfunknutzer.

Quelle: MA 87 - MA 98 II.

einmal bei über 80 Prozent gelegen, sie sank dann Mitte der 90er auf 80 Prozent und liegt nun mit 83 Prozent in der MA 97, 82 Prozent in der MA 98 I und 82 Prozent in der MA 98 II wieder in der Größenordnung der frühen 90er Jahre. Dabei ist jedoch die Hördauer mit über 170 Minuten erkennbar höher als Anfang oder Mitte der 90er – im Vergleich von MA 97 mit 177 Minuten zu MA 98 II mit 172 Minuten allerdings aktuell leicht rückläufig.

Diese rückläufige Tendenz ist gleichermaßen auf einen minimalen Rückgang in der Tagesreichweite wie auf ein leichtes Absinken der sogenannten Verweildauer (also der Zeit, die ein Radiohörer am Tag mit dem Medium verbringt) zurückzuführen. Der Verweildauerwert lag in der MA 97 bei 214 Minuten, in der MA 98 II bei 211 Minuten. Ob dieser Effekt auf reale Nutzungsveränderungen hinweist oder Resultat der leicht unterschiedlichen Erhebungszeiträume ist (evtl. höhere Winternutzung in der MA 97) muß hier offen bleiben. Die MA 98 I deutet eher auf minimale Verluste hin. Trotz dieser offenen Frage befindet sich die Hörfunknutzung Ende der 90er Jahre zweifelsohne auf sehr hohem Niveau.

**Konstante Werte  
auch für die Wochen-  
abschnitte**

Im Wochenverlauf sind nach wie vor die Werktage die Tage mit der höchsten Radionutzung: Rund 83 Prozent Tagesreichweite für den Durchschnittstag von Montag bis Freitag kontrastieren mit 80 Prozent für den durchschnittlichen Samstag im Untersuchungszeitraum und etwa 75 Prozent für den durchschnittlichen Sonntag. Ähnlich sieht das Bild bei der Hördauer aus: Insgesamt 172 Minuten von Montag bis Sonntag stehen in der MA 98 II 178 Minuten für die Werktage von Montag bis Freitag gegenüber, für einen durchschnittlichen Samstag sind es 165 Minuten, für Sonntag 152 Minuten. Auch hier ist von einer großen Kontinuität auszu-

gehen, massive Veränderungen zeichnen sich nicht ab.

In der Gesamtübersicht Montag bis Sonntag, 5.00 bis 24.00 Uhr, gilt die Konstanz auch für andere Kennwerte, beispielsweise für die Radionutzung in den letzten 14 Tagen. Seit der MA 97 geben gleichbleibend 94 Prozent der Gesamtbevölkerung an, in den letzten zwei Wochen mindestens einmal Radio gehört zu haben. Auch die Zahl der in 14 Tagen zumindest einmal pro Bundesbürger gehörten Radioprogramme ist konstant. Nach wie vor werden 2,8 Programme pro Person in den letzten 14 Tagen gehört. Die Zahl der an einem Tag genutzten Angebote bleibt ebenso gleich – mit 1,3 Programmen pro Tag. Stabilität besteht also für den Hörfunk auch in diesen Kenngrößen (vgl. Tabelle 2).

In unterschiedlichen soziodemographischen Gruppen zeichnen sich im Vergleich von MA 97 zu MA 98 II nur sehr begrenzte Veränderungen ab. Bei Männern ist die Radionutzung beispielsweise etwas stärker rückläufig als bei Frauen. Interessant ist die Entwicklung bei den 14- bis 19jährigen. Die Tagesreichweite stieg bei ihnen im Vergleich von MA 97 zu MA 98 II von 79,5 Prozent auf 80,9 Prozent an – und liegt damit deutlich erkennbar über dem Wert der MA 96 mit damals 77,7 Prozent. Auch die Hördauer ist in dieser Altersgruppe erneut leicht gestiegen. Zwar sind dies keine riesigen Wachstumsraten, sie deuten aber vorsichtig darauf hin, daß das heute existierende Hörfunkangebot für die Jüngeren etwas attraktiver ist als in der Vergangenheit. Die Erfolge spezieller Jugendwellen wie zum Beispiel N-Joy Radio oder Eins Live schlagen sich hier nieder. An der insgesamt unterdurchschnittlichen Radionutzungsdauer bei den 14- bis 19jährigen ändert dies allerdings nichts.

Auffallend ist auch der Rückgang der Hördauer bei den formal unterdurchschnittlich Gebildeten (Volks-/Hauptschule ohne und mit Lehre). Hier

**Minimale Verän-  
derungen in sozio-  
demographischen  
Gruppen**

## ③ Hörfunknutzung nach soziodemographischen Gruppen 1997 und 1998

Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt

	Hörer gestern in %			Hördauer in Min.		
	MA 97	MA 98 II	Index <sup>1)</sup>	MA 97	MA 98 II	Index <sup>1)</sup>
Personen ab 14 J.	82,5	81,6	99	177	172	97
Männer	85,3	82,0	98	169	163	96
Frauen	81,8	81,2	99	184	181	98
Alter in Jahren						
14-19	79,5	80,9	102	126	128	102
20-29	81,9	82,0	100	168	166	99
30-39	85,2	84,2	99	193	188	97
40-49	85,2	83,9	98	192	186	97
50-59	84,4	83,2	99	183	181	99
60-69	83,2	81,6	98	187	178	95
70 u. älter	74,8	73,1	98	158	150	95
Bildung						
Volks-/Hauptschule	80,4	78,7	98	186	171	92
Weiterf. Schulen						
Ohne Abitur	85,3	85,3	100	183	182	99
Abitur/Studium	83,9	83,2	99	158	160	101
Beruf						
In Ausbildung	79,7	81,2	102	126	126	100
Berufstätig	85,2	83,9	98	184	179	97
Nicht berufstätig/Rentner	79,5	78,4	99	180	176	98

1) MA 97 = 100.

Quelle: MA 97, MA 98 II, ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

④ Hörfunknutzung in West- und Ostdeutschland im Vergleich<sup>1)</sup>

Mo-So

	BRD West			BRD Ost		
	MA 97	MA 98 II	Index <sup>2)</sup>	MA 97	MA 98 II	Index <sup>2)</sup>
Hörer gestern in %	81,4	80,3	99	86,7	86,6	100
Hördauer in Min.	171	166	97	199	197	99

1) BRD West: inkl. Berlin (West); BRD Ost: inkl. Berlin (Ost).

2) MA 97 = 100.

Quelle: MA 97, MA 98 II, ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

waren in der MA 97 80,4 Prozent Tagesreichweite zu verzeichnen, nach den Ergebnissen der MA 98 II sind es noch 78,7 Prozent. Die Hördauer ging in dieser Gruppe im gleichen Zeitraum von 186 Minuten auf 171 Minuten zurück. Ob hier beispielsweise eine langsame Wanderung zum Tagesbegleitmedium Fernsehen stattfindet, muß offen bleiben (vgl. Tabelle 3).

**In den neuen Ländern wird weiterhin mehr gehört als im Westen**

Im Ost-West-Vergleich bleibt die Relation der vorangehenden Jahre in etwa erhalten: In den neuen Bundesländern wird nicht nur mehr Radio gehört, die Radionutzung erweist sich insgesamt auch stabiler als die in Westdeutschland. In den alten Bundesländern geht die Nutzung von rund 81 Prozent nach den Ergebnissen der MA 97 auf 80 Prozent in der MA 98 II zurück, in den neuen Bundesländern bleibt der Wert bei konstant 87 Prozent, rund 7 Prozentpunkte höher als im Schnitt der westlichen Länder. Ähnlich sind die Entwicklung und die Relationen im Bereich der Hördauer. In den alten Ländern geht der Wert von 171 Minuten auf 166 Minuten zurück, in den neuen nur von 199 Minuten auf 197 Minuten. Insgesamt bleibt damit der

traditionelle Abstand von rund 30 Minuten zwischen Westdeutschland und Ostdeutschland erhalten (vgl. Tabelle 4).

Diese Unterschiede ziehen sich auch in mehr oder minder starker Form durch die Nutzung in den einzelnen soziodemographischen Gruppen im West-Ost-Vergleich. Besonders auffallend ist dabei, daß das Medium Radio in den neuen Bundesländern täglich rund 90 Prozent der 30- bis 49jährigen erreicht, eine insgesamt beeindruckende Tagesreichweite (vgl. Tabelle 5). In Indexwerten ausgedrückt – Radionutzung in Westdeutschland gleich 100 – bedeutet dies im Bereich des Tageswertes im Durchschnitt eine Relation von 100:108. Am stärksten ist das Übergewicht in Ostdeutschland bei den 14- bis 19jährigen (Index 112), am geringsten bei den Älteren ab 70 Jahren (Index 102).

Bei der Hördauer der Personen ab 14 Jahre liegt der Indexwert bei 119, 166 Hördauerminuten in Westdeutschland stehen hier 197 Minuten in Ostdeutschland gegenüber. Im Vergleich weit über-

⑤ Hörfunkenutzung in West- und Ostdeutschland nach soziodemographischen Gruppen 1998<sup>1)</sup>

Mo-So

	Hörer gestern in % Deutschland			Hördauer in Min. Deutschland		
	West	Ost	Index <sup>2)</sup>	West	Ost	Index <sup>2)</sup>
Pers. ab 14 J.	80,3	86,6	108	166	197	119
Männer	80,5	87,7	109	154	198	129
Frauen	80,1	85,6	107	177	196	111
Alter in Jahren						
14-19	78,4	88,0	112	118	156	132
20-29	80,7	87,4	108	158	202	128
30-39	82,6	90,4	109	178	228	128
40-49	82,4	89,5	109	180	208	116
50-59	81,8	88,5	108	175	204	117
60-69	81,0	84,1	104	176	187	106
70 u. älter	72,8	74,2	102	147	159	108

1) BRD West: inkl. Berlin (West); BRD Ost: inkl. Berlin (Ost).

2) West = 100.

Quelle: MA 98 II, ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

⑥ Hörfunkenutzung in den einzelnen Bundesländern

Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt

	Reichweite in %			Hördauer in Min.		
	MA 97	MA 98 II	Index <sup>1)</sup>	MA 97	MA 98 II	Index <sup>1)</sup>
BRD gesamt	82,5	81,6	99	177	172	97
Schleswig-Holstein	84,0	84,8	101	208	212	102
Hamburg	80,7	79,1	98	187	185	99
Niedersachsen	86,0	86,0	100	193	188	97
Bremen	84,0	83,6	100	159	161	101
Nordrhein-Westfalen	79,6	77,8	98	158	149	94
Hessen	78,5	76,6	98	160	155	97
Rheinland-Pfalz	78,2	79,4	102	164	166	101
Baden-Württemberg	79,6	77,8	98	163	159	98
Saarland	79,4	78,6	99	145	150	103
Bayern	84,3	83,6	99	186	179	96
Berlin	85,9	85,0	99	170	171	101
Brandenburg	83,6	85,3	102	200	203	102
Mecklenburg-Vorpommern	89,9	89,3	99	208	205	99
Sachsen-Anhalt	86,1	85,5	99	212	189	89
Thüringen	89,3	89,4	100	208	214	103
Sachsen	85,3	84,9	100	189	188	99

1) MA 97 = 100.

Quelle: MA 97, MA 98 II, ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

durchschnittlich wird Radio – gemessen an der Hördauer – in Ostdeutschland von Männern genutzt (Index 129) und von allen jüngeren Altersgruppen bis 40 Jahre (14 bis 19 Jahre = Index 132, 20 bis 29 Jahre sowie 30 bis 39 Jahre = Index 128).

**Deutliche Unterschiede auch in den einzelnen Bundesländern**

Die Radionutzung in den Bundesländern liegt deutlich auseinander. Der Norden, der Osten und der Südosten gehören – legt man wieder die Tagesreichweite (Montag bis Sonntag, 5.00 bis 24.00 Uhr) zugrunde – mit Ausnahme Hamburgs nach der Ergebnissen der MA 98 II zu den Gebieten mit einer stark überdurchschnittlichen Radionutzung, der Westen und der Südwesten zählen gemeinsam

mit Hessen zu den Regionen mit unterdurchschnittlicher Radionutzung. Spitzenreiter sind dabei gemeinsam Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern mit 89 Prozent Tagesreichweite. Damit beträgt die Differenz zum Bundesland mit der geringsten Tagesreichweite (Hessen mit 77 %) über 10 Prozentpunkte. Auch bei der Hördauer klaffen die Werte weit auseinander – zwischen Thüringen mit 214 Minuten und Nordrhein-Westfalen mit 149 Minuten beträgt der Abstand mehr als eine Stunde (vgl. Tabelle 6).

Radionutzung erfüllt für die Hörer Funktionen an unterschiedlichen Orten und bei unterschiedlichen Tätigkeiten. Dies haben die MA-Ergebnisse in der Vergangenheit schon signalisiert und wird auch durch die MA 98 II erneut differenziert bestätigt.

**Radionutzung im Haus und außer Haus stark**

⑦ **Radiohören im Haus und außer Haus**

Mo-So

	Radionutzung		
	gesamt	im Haus	außer Haus
<b>Reichweite in %</b>			
Personen ab 14 J.	81,6	71,8	35,7
14-29 Jahre	81,6	68,2	45,0
30-49 Jahre	84,0	70,7	48,3
50 Jahre und älter	79,6	74,5	22,0
<b>Hördauer in Min.<sup>1)</sup></b>			
Personen ab 14 J.	172	124	46
14-29 Jahre	153	92	59
30-49 Jahre	187	118	68
50 Jahre und älter	171	144	23
<b>Verweildauer in Min.<sup>2)</sup></b>			
Personen ab 14 J.	211	172	130
14-29 Jahre	188	135	137
30-49 Jahre	222	167	140
50 Jahre und älter	214	193	107

1) Basis: Gesamtbevölkerung.

2) Basis: Hörfunknutzer.

Quelle: MA 98 II, ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

Rund 72 Prozent aller Bundesbürger hören an einem Durchschnittstag von Montag bis Sonntag (5.00 bis 24.00 Uhr) nur im Haus Radio, rund 10 Prozent nur außer Haus, rund 25 Prozent nutzen an einem Durchschnittstag das Medium sowohl im Haus wie außer Haus. In unterschiedlichen soziodemographischen Gruppen ergeben sich hier aber deutliche Differenzierungen. So ist beispielsweise bei Personen ab 50 Jahren die häusliche Radionutzung deutlich dominanter als bei den Jüngeren. Nimmt man die gesamte Hördauer als Maßstab, so entfallen nach der MA 98 II rund 124 Minuten der insgesamt 172 Minuten auf Radionutzung im Haus, 46 Minuten sind es für außer Haus (vgl. Tabelle 7).

**Radionutzung häufig in Verbindung mit anderen Tätigkeiten**

Radio stellt traditionell das Medium mit den besten Möglichkeiten zur Parallelnutzung mit anderen Aktivitäten dar, zum Beispiel Essen, Autofahren sowie vielfältige Freizeitaktivitäten. Im einzel-

nen entfallen nach der MA 98 II 50 Minuten auf Radio hören bei der Arbeit im Haus, 39 Minuten auf diverse Freizeitaktivitäten, 28 Minuten auf Essen und je 21 Minuten auf Arbeit außer Haus und Autofahren. Erneut ergeben sich bei einem Ost-West-Vergleich deutlich unterschiedliche Indexwerte (vgl. Tabelle 8). Neuere Untersuchungen belegen, daß die Nebenbeioptionen des Hörfunks auch bei PC-Nutzern eine nicht unerhebliche Rolle spielen dürften. (3)

Das Radionutzungsverhalten im Tagesablauf ist tief in den Alltag eingeschliffen und verändert sich nur langsam – wenn nicht subjektive oder objektive dramatische Veränderungen im Alltagsleben stattfinden (zum Beispiel Beginn der Berufstätigkeit, Arbeitslosigkeit usw.). Insofern spiegelt die Analyse von der MA 97 – auch weiter zurück bis zur MA 94 – bis zur MA 98 II von 5.00 bis 24.00 Uhr fast stabile Strukturen wider. Nimmt man die gesamte Radiowoche als Maßstab (Montag bis Sonntag) – mit den naturgemäß gegebenen Differenzierungen vor allem zwischen den Werktagen und den beiden Wochenendtagen –, so erreicht das Medium in der Spitzenviertelstunde rund ein Drittel aller Bundesbürger. Diese Kernzeit liegt dabei stabil wie in vergangenen Jahren am Morgen bzw. frühen Vormittag. Eine Analyse nach Wochentagen verändert an diesem Befund nichts (vgl. Abbildung 1).

Im Tagesablauf liegt dabei die Nutzungskurve bei den Frauen in der Zeit von 7.00 bis 14.00 Uhr deutlich über der der Männer, am Nachmittag dreht sich dieses Bild zu einem geringfügigen Übergewicht der Männer, während ab 18.00/19.00 Uhr dann die Nutzungskurven wieder parallel verlaufen (vgl. Abbildung 2). Deutlich massivere Unterschiede dokumentiert die MA 98 II bei einer Analyse nach Altersgruppen. Zuhörer ab 50 Jahre dominieren das Radio in der Zeit zwischen 7.00 und 12.30 Uhr – gemessen am Prozentanteil und im Vergleich mit den anderen Altersgruppen. 14- bis 29jährige verteilen sich prozentual relativ ähnlich in der Zeit von 8.00 bis 17.00 Uhr, mit einer Spitze um 7.00/8.00 Uhr morgens. 30- bis 49jährige liegen mit ihrer Radionutzung weitgehend im Durchschnitt der Bevölkerung (vgl. Abbildung 3).

**Radionutzung im Tagesablauf stabil**⑧ **Radiohören und Tätigkeiten in West- und Ostdeutschland 1998<sup>1)</sup>**

Mo-So, Personen ab 14 Jahre

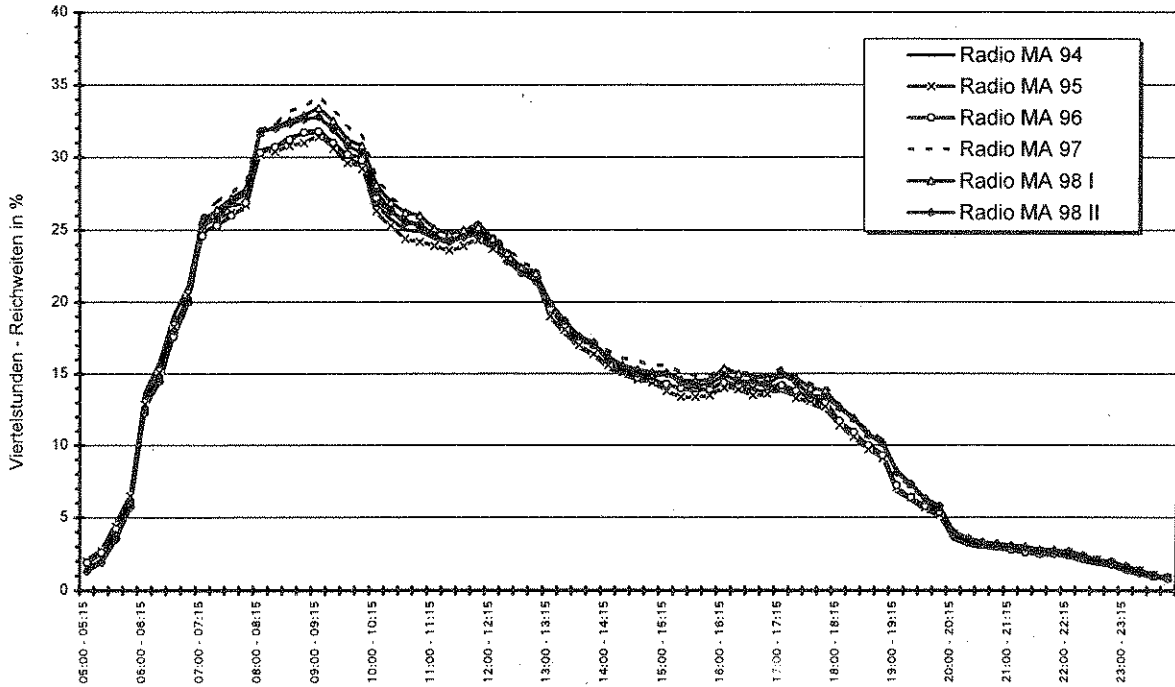
Radiohören und ...	Hörer gestern in %				Hördauer in Min.			
	Deutschland				Deutschland			
	gesamt	West	Ost	Index <sup>2)</sup>	gesamt	West	Ost	Index <sup>2)</sup>
Essen	58,8	56,8	66,3	117	28	26	32	123
Arbeit im Haus	40,5	39,0	46,3	119	50	49	54	110
Arbeit außer Haus	7,8	7,6	8,4	111	21	21	23	110
Autofahren	29,3	29,4	28,7	98	21	20	24	120
Freizeitaktivitäten	35,1	34,3	38,3	112	39	37	44	119
Im Haus gesamt	71,8	70,0	78,6	112	124	120	139	116
Außer Haus gesamt	35,7	35,3	37,0	105	46	44	55	125

1) BRD West: inkl. Berlin (West); BRD Ost: inkl. Berlin (Ost).

2) West = 100.

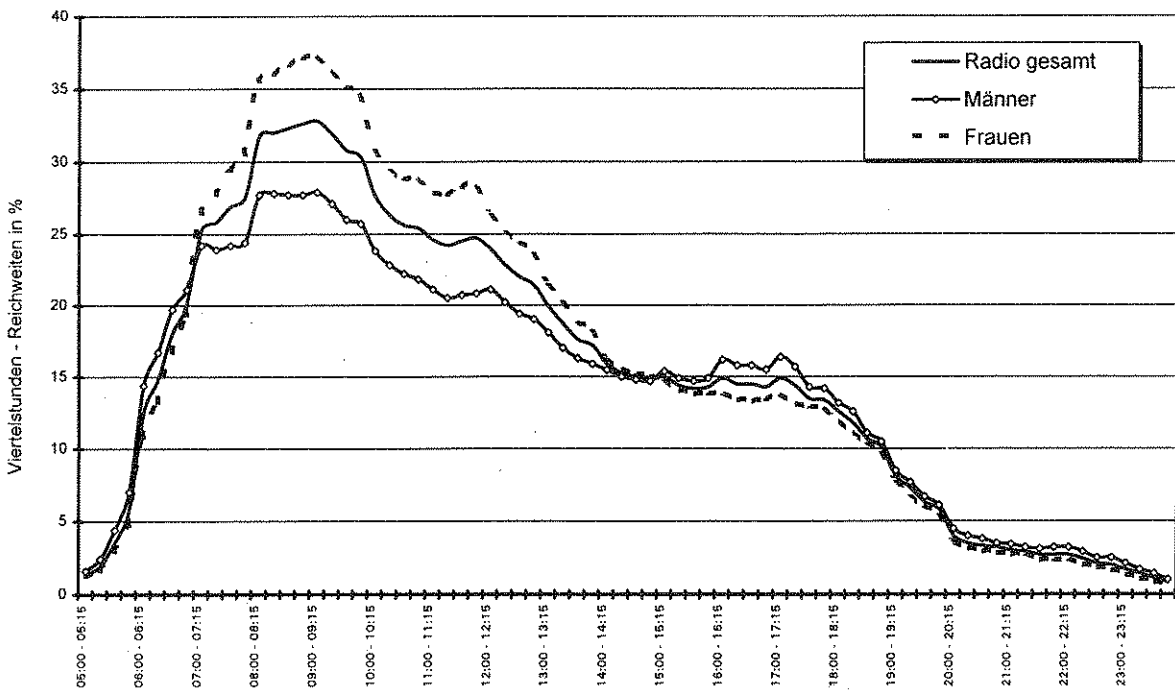
Quelle: MA 98 II, ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

**Abb. 1 Hörfunknutzung im Zeitverlauf MA 94 bis MA 98 Radio II**  
*Erwachsene ab 14 Jahre, BRD Gesamt, Mo - So*



Quelle: MA 94 - MA 98 II.

**Abb. 2 Hörfunknutzung nach Geschlecht MA 98 Radio II im Tagesverlauf**  
*Erwachsene ab 14 Jahre, BRD Gesamt, Mo - So*

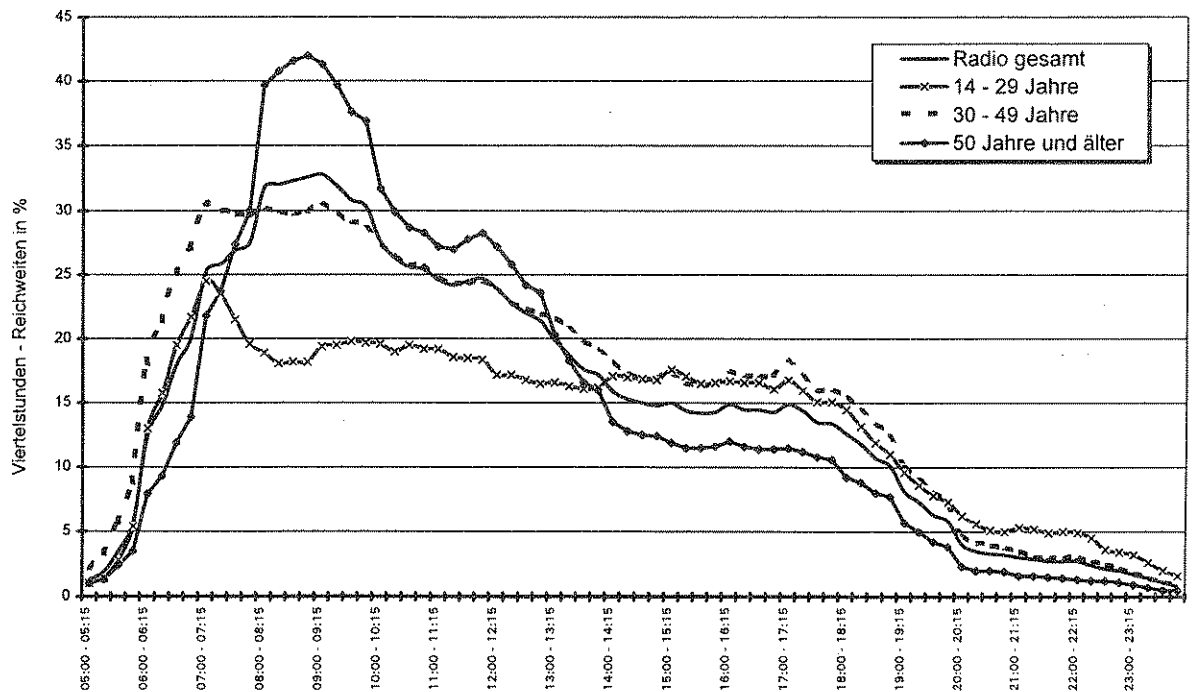


Quelle: MA 98 II.

**Hörfunk und auditive Speichermedien in der Konkurrenz**  
 Radionutzung und die Nutzung der auditiven Speichermedien stehen in einigen funktionalen Bereichen in direkter Konkurrenz, in anderen sind sie in einem deutlichen Ergänzungsverhältnis. So sind

beispielsweise sowohl Hörfunk als auch vor allem CD und Kassette bei Jugendlichen sehr starke bzw. dominante Musikmedien, deren Nutzung (bzw. die Entscheidung für eines der Medien) unter anderem stark von situativen Randbedingungen abhängig sind. Gleichzeitig haben sie daneben im Musikbereich für 12-/14- bis 19jährige auch deutlich un-

**Abb. 3 Hörfunknutzung nach Alter MA 98 Radio II im Tagesverlauf**  
*Erwachsene ab 14 Jahre, BRD Gesamt, Mo - So*



Quelle: MA 98 II.

terschiedliche Positionierungen (siehe dazu den Beitrag von Maria Gerhards, Walter Klingler und Jutta Milde in diesem Heft).

#### Relationen zwischen Hörfunk- und Tonträgernutzung weitgehend stabil

An den Relationen zwischen Hörfunk und Tonträgern (vor allem CD und Kassette, während Schallplatte und Tonband kaum eine Rolle spielen) hat sich nach den Ergebnissen der MA 98 II gegenüber der MA 97 nichts verändert. Damit wird aber der Nutzungszuwachs bestätigt, der im Vergleich MA 97 zu MA 96 für die auditiven Speichermedien festzustellen war (Tagesreichweite MA 96 II Prozent, MA 97 14 Prozent, Nutzungsdauer MA 96 14 Minuten im Schnitt der Gesamtbevölkerung, MA 97 17 Minuten), in minimalem Umfang setzt er sich fort. Nach wie vor spielt das Radio insgesamt mit 82 Prozent Tagesreichweite gegenüber 14 Prozent bei den auditiven Speichermedien eine dominante Rolle. Auch im Bereich der Hördauer sind die Relationen mit 172 Minuten zu 18 Minuten eindeutig.

Nach soziodemographischen und geographischen Kriterien lassen sich hier – wie in der Vergangenheit auch – allerdings deutliche Unterschiede festmachen. Kassette/CD sind eine Domäne der 14- bis 29jährigen, in Grenzen auch noch der 30- bis 39jährigen. Außerdem ist ihr Stellenwert in den alten Bundesländern etwas höher als in den neuen.

#### Tonträger mit 14 % Tagesreichweite, 18 Minuten Nutzungsdauer im Durchschnitt

14 Prozent Tagesreichweite sind in der MA 98 II für die auditiven Speichermedien Kassette/CD zu verzeichnen. Damit wird – wie beschrieben – der Wert der MA 97 bestätigt. 18 Minuten Nutzungsdauer liegen ebenfalls in der Größenordnung des Vorjahresergebnisses. Die Unterschiede in der Nut-

zung sind in den einzelnen Zielgruppen allerdings massiv. Rund 40 Prozent aller 14- bis 19jährigen nutzen an einem durchschnittlichen Wochentag von Montag bis Sonntag zumindest kurzzeitig Tonträger (Radio 81 %). Die Nutzungsdauer ist in dieser Altersgruppe mit 55 Minuten selbst im Vergleich zu den 128 Minuten des Hörfunks beachtlich und belegt das Nebeneinander verschiedener auditiver Medien.

Bei den 20- bis 29jährigen liegt die Tagesreichweite für Kassette/CD bei 25 Prozent, bei den 30- bis 39jährigen bei 17 Prozent, bei den 40- bis 49jährigen bei 12 Prozent. Die anderen Altersgruppen bleiben unter 10 Prozent. Entsprechend verteilen sich auch die Hördauerwerte über die unterschiedlichen Altersgruppen. In allen Gruppen gilt dabei, daß die Nutzung von Kassette/CD in den alten Bundesländern deutlich ausgeprägter ist als in den neuen. Dies gilt sowohl für die Tagesreichweite als auch für die Hördauer (vgl. Tabelle 9).

Im Mittelpunkt der MA-Radiotranche steht naturgemäß der Hörfunk. Trotzdem erlaubt die generelle Erhebung auch anderer Massenmedien im Tagesablauf vorsichtige Einblicke in Veränderungen im Mediennutzungsverhalten der Bundesbürger. Dabei darf bei einer solchen Betrachtung nicht die absolute Größe jedes einzelnen Mediums im Mittelpunkt stehen. Die präzisere Abbildung zum

#### Starke Unterschiede nach Altersklassen

#### Zwischen den Massenmedien generell leichte Verschiebungen zu vermuten

⑨ Nutzung von Tonträgern 1997 und 1998

Mo-So

	Reichweite in %			Nutzungsdauer in Min.		
	MA 97	MA 98 II	Index <sup>1)</sup>	MA 97	MA 98 II	Index <sup>1)</sup>
Personen ab 14 J.	13,6	14,0	103	17	18	106
Alter in Jahren						
14-19	37,8	39,7	105	52	55	106
20-29	25,1	24,9	99	33	35	106
30-39	15,5	17,0	110	19	21	111
40-49	11,2	11,5	103	14	15	107
50-59	8,0	7,7	96	9	8	89
60-69	5,1	5,3	104	7	7	100
70 u. älter	3,7	3,4	92	4	5	125

1) MA 97 = 100.

Quelle: MA 97, MA 98 II, ARD-Werbung Mediatorforschung Radio.

Beispiel des Fernsehens obliegt der GfK-Fernsehforschung, sinnvoll ist allerdings die Betrachtung nach Veränderungen im Zeitverlauf - bei im Rahmen der Media Analyse grundsätzlich gleichbleibendem Instrumentarium.

Vergleicht man die Ergebnisse der MA 98 II mit denen der MA 97, so scheinen leichte Veränderungen stattgefunden zu haben. Anhand der Indexwerte lassen sich diese am deutlichsten kenntlich machen. Gemessen an der Tagesreichweite (Montag bis Sonntag, 5.00 bis 24.00 Uhr) kommt das Radio auf einen Vergleichswert von 99 (MA 97 = 100), Video auf 95, das Fernsehen auf 102, Kassette/CD auf 103 und PC-Nutzung auf 118. Auch die Indexwerte auf Basis der jeweiligen Nutzungsdauer signalisieren ähnliche Bewegungen und Veränderungen (Indexwerte: Radio = 97, Video = 100, Fernsehen = 103, Tonträger = 106, PC-Nutzung = 117) (vgl. Tabelle 10).

Diese Veränderungen spielen sich - zieht man einmal die Ergebnisse für Kassette/CD, Video und PC unter der Bezeichnung Komplementärmedien zusammen - im Tagesverlauf vor allem in der Zeit zwischen 10.30 und 20.00 Uhr ab, immer in kleinen, aber deutlich erkennbaren Steigerungen. 4 bis 5 Prozent als kumulierter Spitzenwert in der Zeit gegen 21.00 Uhr ist mittlerweile eine erkennbare Größe (vgl. Abbildung 4).

Vergleicht man diese Bereiche über die Gesamtbevölkerung hinweg, so liegt das Schwergewicht hier nach wie vor bei den Tonträgern, insbesondere Kassette und CD. Über den Tag hinweg ist diese Mediennutzungsform meist erheblich stärker vertreten als Video oder der PC. Daran ändert der zu verzeichnende Anstieg der PC-Nutzung (noch) nichts (vgl. Abbildung 5).

**Musiknutzung und Zielgruppen**

Der große Stellenwert von Tonträgern vor allem im Mediennutzungsalltag Jugendlicher sowie die Resonanz der Videoclipkanäle VIVA und MTV in dieser Zielgruppe sind Indizien für die enorme Bedeutung von Musik für das Lebensgefühl der Jugend. Dies geht einher mit einer starken Spezialisierung der Musikpräferenzen selbst innerhalb dieser Altersgruppe und erst recht gegenüber anderen Altersklassen, die mit in der Musikfarbe breitgefächerten Programmangeboten kaum mehr befriedigt werden können. Daß bei Jugendlichen offenbar das Bedürfnis nach einer zielgruppenadäquaten Publikumsansprache mit speziellen Programmen besteht, belegen die bereits angesprochenen Erfolge von Jugendwellen wie N-Joy Radio oder Eins Live.

In der MA wird regelmäßig auch nach dem Kontakt der Befragten mit unterschiedlichen Musikrichtungen gefragt. Dabei werden fünf Musikfarben - verbal beschrieben - erhoben: Popmusik, Rockmusik, Klassische Musik, Deutsche Schlager/Evergreens und Volksmusik. Diese Kategorien sind zwar relativ breit gefaßt und erlauben auch nur äußerst begrenzt Differenzierungen, dennoch lassen sich damit erste Eindrücke zu den Publikumspräferenzen gewinnen. (4)

Veränderungen vor allem zwischen 10.30 und 20.00 Uhr

Vor allem Jugendliche zeigen ausgeprägte Musikpräferenz(en)

Präferenzen für fünf Musikrichtungen erhoben

⑩ MA-Reichweiten im Vergleich

Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt

	MA 97	MA 98 II	Index <sup>2)</sup>
Tagesnetto Reichweiten (05.00-24.00 Uhr) in %			
Radio	82,5	81,6	99
Fernsehen	81,5	82,8	102
Schallplatten, Tonband	13,6	14,0	103
Video	3,8	3,6	95
PC-Nutzung	3,4	4,0	118
Komplementärmedien <sup>1)</sup>	18,4	18,7	102
Nutzungsdauer in Min.			
Radio	177	172	97
Fernsehen	168	173	103
Schallplatten, Tonband	17	18	106
Video	4	4	100
PC-Nutzung	6	7	117
Komplementärmedien <sup>1)</sup>	27	29	107

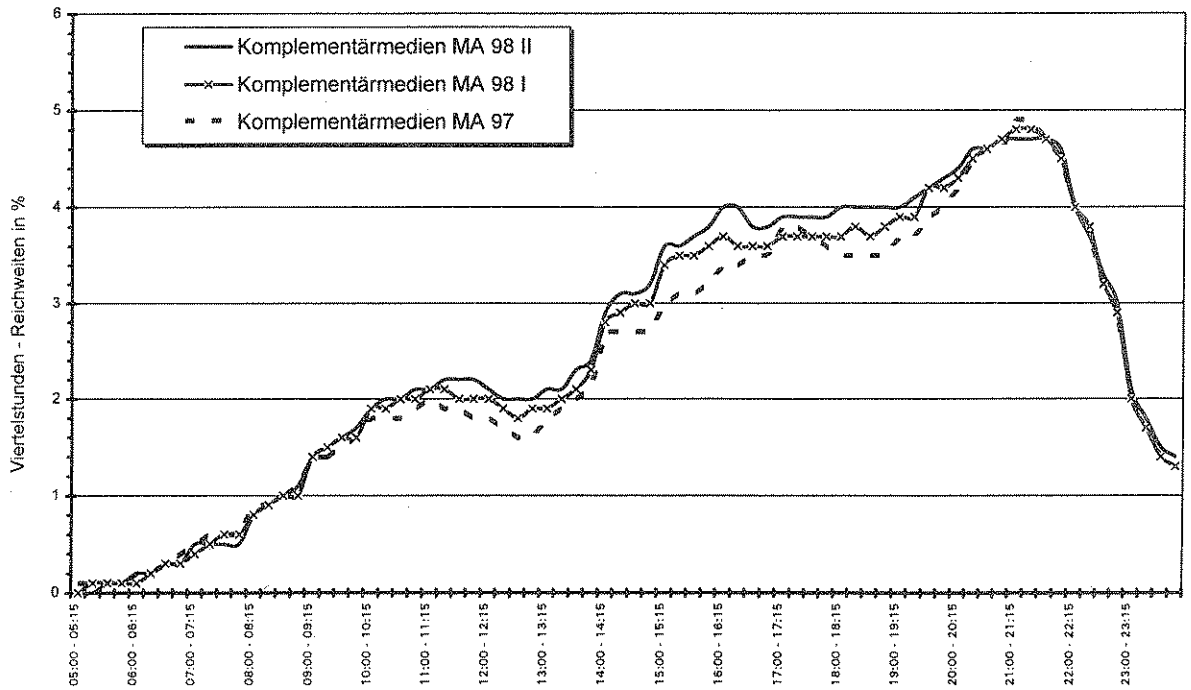
1) Zusammenfassung: Schallplatte, Tonband, Kassette, CD/Video sehen/PC-Nutzung.

2) MA 97 = 100.

Quelle: MA 97, MA 98 II, ARD-Werbung Mediatorforschung Radio.



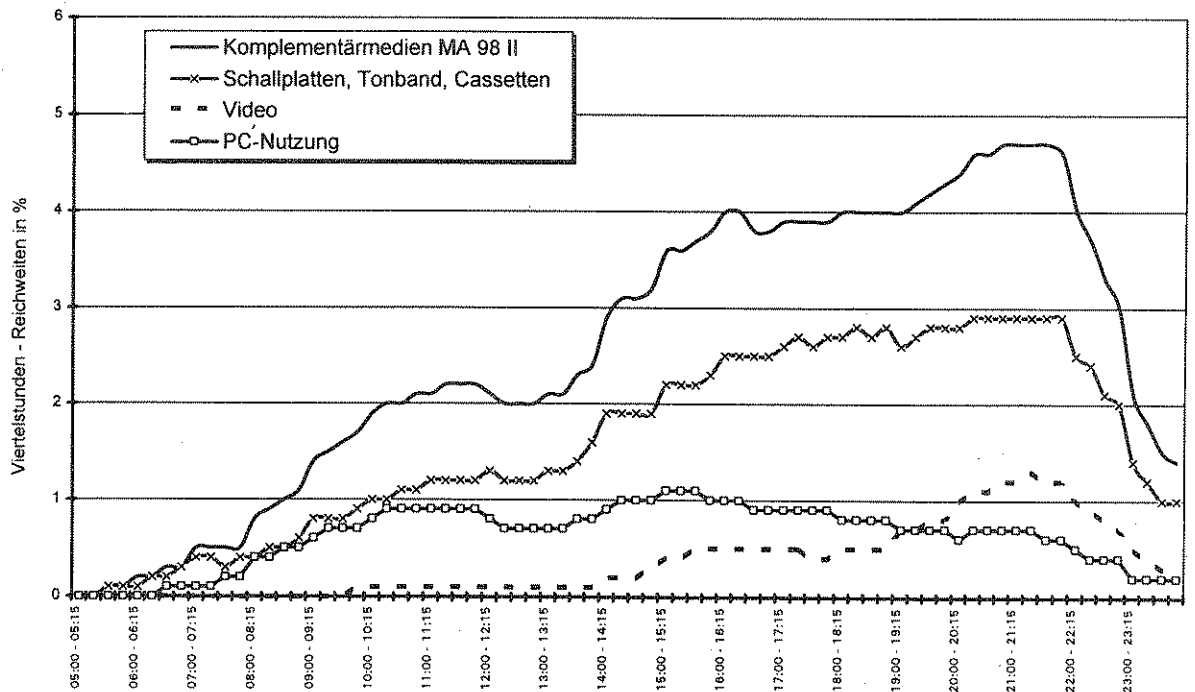
**Abb. 4 Komplementärmediennutzung im Tagesverlauf MA 97 - MA 98 II**  
*Erwachsene ab 14 Jahre, BRD Gesamt, Mo - So*



Komplementärmedien = Schallplatte, Tonband, Kassetten, CDs, Video und PC zusammengefaßt.

Quelle: MA 97 - MA 98 II.

**Abb. 5 Komplementärmediennutzung im Tagesverlauf MA 98 II**  
*Erwachsene ab 14 Jahre, BRD Gesamt, Mo - So*



Komplementärmedien = Schallplatte, Tonband, Kassetten, CD, Video und PC zusammengefaßt.

Quelle: MA 98

34,6 Prozent aller Befragten geben an, deutsche Schlager und Evergreens zumindest mehrmals in der Woche zu hören, egal auf welchem technischen Weg. An zweiter Stelle folgt mit 33,3 Prozent Popmusik, dann mit 26,2 Prozent Volksmusik, mit 25,2 Prozent Rockmusik und schließlich mit 11,1 Prozent Klassische Musik.

Erwartungsgemäß zeigen die Nutzerschaften der Musikrichtungen deutlich unterschiedliche Profile. Hörer von deutschen Schlagern und Evergreens haben ihren Schwerpunkt in der Altersgruppe ab

**Stark unterschiedliche Nutzerprofile nach Musikrichtungen**

⑪ Musikpräferenzen nach soziodemographischen Merkmalen

Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt, in %

	Höre mehrmals in der Woche				
	Popmusik	Rockmusik	Klassische Musik	Dt. Schlager/ Evergreens	Volksmusik
Gesamt	33,0	25,0	11,1	34,6	26,2
Männer	36,0	29,0	10,2	31,7	24,1
Frauen	31,0	22,0	12,0	37,3	28,2
Alter in Jahren					
14-19	76,0	66,0	4,1	9,9	2,6
20-29	63,0	51,0	7,6	15,3	5,5
30-39	49,7	38,4	9,3	25,4	11,2
40-49	33,3	22,8	11,5	36,9	21,8
50-59	15,6	9,3	14,2	48,1	37,3
60-69	6,7	3,4	14,3	50,6	49,1
70 u. älter	3,4	1,5	13,8	45,5	51,3
Bildung					
Volks-/Hauptschule o. Lehre	20,5	14,7	5,5	38,9	38,5
Volks-/Hauptschule mit Lehre	22,4	15,4	7,8	45,4	37,1
Weiterführ. Schulen o. Abitur	45,2	35,2	11,0	28,8	17,2
Abitur/Studium	44,7	35,9	23,0	19,5	10,5
Beruf					
In Ausbildung	75,4	63,7	6,7	9,9	2,6
Berufstätig	39,6	29,9	10,4	30,9	18,4
Nicht berufstätig/Rentner	13,0	8,2	13,4	46,6	43,7

Quelle: MA 98 II, ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

50 Jahren, bei den formal eher durchschnittlich bis unterdurchschnittlich Gebildeten, zu einem großen Prozentsatz in der Gruppe der Rentner. (5) Ähnlich sieht das Bild bei der Volksmusik aus. Hier sind die Schwerpunkte noch etwas deutlicher ausgeprägt als bei den deutschen Schlagern und Evergreens.

Ähnlich sind die Profile bei den Pop- und Rockmusikhörern: eher jünger und eher formal überdurchschnittlich gebildet. Die Hörer klassischer Musik liegen von den soziodemographischen Eckwerten her zwischen den Hörern deutscher Musik und den Pop-Rockmusikhörern: eher über dem Altersdurchschnitt der Bevölkerung, aber auch (deutlich) über dem Bildungsdurchschnitt (vgl. Tabelle 11).

**Indexwerte der Nutzung nach Musikpräferenzen liegen bei Altersklassen deutlich auseinander**

Die Relationen werden noch deutlicher, wenn man sich die Musiknutzung (weiter „höre mehrmals in der Woche“) in Indexwerten ansieht. Gemessen an der Gesamtheit der Schlager/Evergreenhörer (Index = 100) liegt der Index bei den 14- bis 19jährigen bei 29, bei den 30- bis 39jährigen bei 73, bei den 40- bis 49jährigen bei 107 und zum Beispiel bei den 60- bis 69jährigen bei 146. Ähnlich sehen die Indexwerte bei Volksmusik aus – wobei die Eckwerte mit Index 10 (14- bis 19jährige) und 196 (bei 70 und älter) noch extremer ausfallen.

Im Pop- und Rockmusiksektor sind bei den jüngeren Indexwerte von über 200 zu verzeichnen, bei den Älteren zum Teil deutlich unter 30. Die Nutzung klassischer Musik ist im Vergleich zu den anderen Musikrichtungen am wenigsten (trotz aller Differenzierungen) altersabhängig, am stärksten schlägt hier in den Indexwerten die formale Bildung durch (vgl. Tabelle 12).

**Marktanteile der Hörfunksysteme**

Die Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit den privatrechtlichen Programmanbietern um die Gunst der Hörer reicht mittlerweile rund 15 Jahre zurück, wenn man nur die Zeit des dualen Systems in Deutschland berücksichtigt, viele Jahrzehnte, wenn man das bereits lange Zeit zuvor existierende RTL-Programm mit berücksichtigt.

Im Vergleich der Marktanteile für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit der privatrechtlichen Konkurrenz ergeben sich zwischen der MA 97 und der MA 98 II minimale Veränderungen. Nach den Ergebnissen der MA 97 erreichten öffentlich-rechtliche Programme insgesamt einen Nutzungsanteil von rund 58 Prozent, der privatrechtliche Anteil betrug 42 Prozent. Die MA 98 II bescheinigt eine Marktanteilsverschiebung von zwei Prozentpunkten. Danach kommen jetzt die öffentlich-rechtlichen Programme zusammen auf 56 Prozent, die privatrechtliche Konkurrenz erreicht 44 Prozent. In den einzelnen Bundesländern zeichnen sich in der Systemkonkurrenz uneinheitliche Trends ab, zum Teil Zuwächse für die Landesrundfunkanstalten, zum Teil für ihre Konkurrenz (vgl. Tabelle 13).

**Nutzungsverhältnisse ö.-r. und privater Sender insgesamt weitgehend stabil**

12 Musikpräferenzen nach soziodemographischen Merkmalen: Indexwerte<sup>1)</sup>

Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt

	Höre mehrmals in der Woche				
	Popmusik	Rockmusik	Klassische Musik	Dt. Schlager/ Evergreens	Volksmusik
Gesamt	100	100	100	100	100
Männer	109	115	92	92	92
Frauen	92	87	108	108	108
Alter in Jahren					
14-19	229	260	37	29	10
20-29	190	203	68	44	20
30-39	149	152	84	75	43
40-49	100	90	104	107	83
50-59	47	37	128	139	142
60-69	20	13	129	146	187
70 u. älter	10	6	124	132	196
Bildung					
Volks-/Hauptschule o. Lehre	62	58	50	112	147
Volks-/Hauptschule mit Lehre	67	61	70	131	142
Weiterführ. Schulen o. Abitur	136	140	99	83	66
Abitur/Studium	134	142	207	56	40
Beruf					
In Ausbildung	226	253	60	29	10
Berufstätig	119	119	94	89	70
Nicht berufstätig/Rentner	39	33	121	135	167

1) Gesamt = Index 100.

Quelle: MA 98 II, ARD-Werbung Mediaforschung Radio.

13 Marktanteile des Hörfunks nach Sendesystemen

Mo-So, Personen ab 14 Jahre, BRD gesamt, in %

	ARD-Hörfunk	Privater Hörfunk
MA 92	70	29
MA 93	66	34
MA 94	60	40
MA 95	59	40
MA 96	59	41
MA 97	58	42
MA 98 I	57	43
MA 98 II	56	44

Quelle: MA 92 - MA 98 II.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Klingler, Walter/Peter Zoche/Monika Harnischfeger/Castulus Kolo: Mediennutzung der Zukunft. Ergebnisse einer Expertenbefragung zur Medienentwicklung bis zum Jahr 2005/2015. In: Media Perspektiven 10/1998, S. 490-497.
- 2) Vgl. Keller, Michael/Walter Klingler: Media Analyse 1997: Der Hörfunk als Gewinner. Die Hörfunknutzung legt vor allem im Westen deutlich zu. In: Media Perspektiven 10/1997, S. 526-536.
- 3) Vgl. Elmeren, Birgit van/Heinz Gerhard/Ekkehardt Oehmichen/Christian Schröter: ARD/ZDF-Online-Studie 1998. Onlinemedien gewinnen an Bedeutung. Nutzung von Internet und Onlineangeboten elektronischer Medien in Deutschland. In: Media Perspektiven 8/1998, S. 423-435.
- 4) In der Musikforschung von Rundfunkveranstaltern werden eine Vielzahl unterschiedlicher Methoden eingesetzt. Die Begrenzung auf kurze Beschreibungen, wie hier in der MA methodisch bedingt, wird in diesem Kontext - wenn überhaupt - nur als erste Justierung verwendet.
- 5) An dieser Stelle muß auf die Verbindung zwischen Alter und dem Grad der formalen Bildung hingewiesen werden. Statistisch betrachtet liegt der Grad der formalen Bildung bei den jüngeren durch Veränderungen im Bildungssystem heute höher als bei den vorangehenden Generationen.

**Fazit: Radio bleibt starkes Medium**

Insgesamt bestätigt die MA 98 II dem Hörfunk Ende der 90er Jahre ein hohes und stabiles Nutzungsvolumen. Allerdings zeichnet sich auch die langsame weitere Differenzierung des Medienmarktes und die der technischen Angebote ab. Vieles deutet darauf hin, daß das Radio auch für diese neue Konkurrenz gut gerüstet ist.

