

Hörfunknutzung und -präferenzen in Deutschland

## → MA 2000 Radio: Erstmals mit Telefoninterviews erhoben

Von Walter Klingler\* und Dieter K. Müller\*\*

Seit dem 5. Juli 2000 liegen die Ergebnisse der Media Analyse 2000, abgekürzt MA 2000 Radio, vor. Die von der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e.V. (AG.MA) getragene Repräsentativbefragung gilt als Standardwährung für die Hörfunknutzung. Sie erfasst die Nutzung aller bundesdeutschen Radioprogramme und bildet damit das Radionutzungsverhalten von 63,831 Millionen Personen ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland in deutschsprachigen Haushalten ab. Im Rahmen der MA 2000 Radio wurden vom 4. Oktober 1999 bis zum 19. Dezember 1999 und vom 31. Januar 2000 bis zum 9. April 2000 insgesamt 57 273 zufällig ausgewählte Personen zu ihrem Radionutzungsverhalten, zu ihren Hörpräferenzen und insbesondere zu ihrem Tagesablaufverhalten befragt. Nachdem seit 1972 die Hörfunknutzung im Rahmen der Media Analyse auf Basis von mündlich-persönlichen Interviews erhoben wurde, ist die MA 2000 Radio erstmals mit Telefoninterviews (CATI = Computer Assisted Telephone Interviews) (1) durchgeführt worden.

Jeder Wechsel des Erhebungsverfahrens bedeutet eine Zäsur – so auch der in der MA-Erhebung vollzogene Schritt. Eine detaillierte Analyse ist deshalb in zwei Richtungen notwendig: Zum einen, um die Frage zu beantworten, welche weiteren Schritte notwendig sind, um die CATI-MA methodisch zu präzisieren, zum anderen, um das (etwas) andere Muster der Radionutzung transparent abbilden zu können.

### Der Weg zur CATI-MA

Die Umstellung der Erhebungstechnik von mündlich-persönlichen Interviews auf Telefoninterviews bildet den Abschluss eines mehrjährigen Prozesses. Den Ausgangspunkt bildet dabei ein Methodentest im Jahr 1995, in dem acht verschiedene Modellvarianten getestet wurden. Neben fünf Face-to-Face- und zwei Tagebuchvarianten wurde auf Initiative der ARD-Hörfunkforscher erstmalig CATI als Befragungsoption einbezogen. Insgesamt legte der Test nahe, dass die Face-to-Face-MA trotz ihrer hohen methodischen Qualität offensichtlich die mobileren Hörfunknutzungsvorgänge (außer Haus inkl. im Auto) auf einem niedrigen Niveau abbildet, insgesamt die Radionutzung also unterschätzt. Die Angaben der im CATI-Interview im Test erfassten Hörer fielen demgegenüber insgesamt reichhal-

tiger aus. Ein zentrales Ergebnis in der Folge des im Herbst durchgeführten CATI-Tests lautete: An einem durchschnittlichen Tag hören etwas weniger Personen Radio als aus der Face-to-Face-MA bekannt, diese hören aber mehr Sender, haben eine längere Verweildauer und die Varianz der Angaben im Tagesablaufschema ist vielfältiger. Auf Basis dieser Erkenntnisse und eines mehrjährigen Diskussionsprozesses haben die AG.MA-Gremien schließlich den Umstieg der Radio-MA auf die CATI-Erhebungstechnik beschlossen.

### Der CATI-Fragebogen

Um nun aus den Erfahrungen der Vortests ein serienreifes Erhebungsinstrument zu entwickeln, waren vielfältige Maßnahmen erforderlich. Insbesondere musste der MA-Fragebogen für die CATI-Technik bearbeitet und optimiert werden, weiter wurden die bisherigen Splitgebiete verändert. Die wichtigsten Punkte werden im Folgenden beschrieben.

Das Tagesablaufschema, das Kernstück zur Ermittlung der täglichen Hörfunknutzung, wurde an die CATI-Technik angepasst. So unterstützt der Interviewer den Befragten, sich mit Hilfe von Leitfähigkeiten an den Verlauf des gestrigen Tages zu erinnern. Sie werden wie bisher nach „im Haus“ und „außer Haus“ unterschieden und beinhalten Kategorien wie zum Beispiel Mahlzeiten, Beruf- und Hausarbeit, Einkaufen und unterwegs im Auto. Die Leitfähigkeiten sollen dem Befragten die Erinnerung an gleichzeitige Radionutzung und/oder andere Mediennutzung erleichtern. Die Abfrage findet in Form eines Gespräches statt, das der Interviewer für den Zeitraum von 5.00 bis 24.00 Uhr des vorangegangenen Tages in Viertelstundenabschnitten nach vorgegebenen Kategorien protokolliert.

Neben der reinen Radionutzung werden auch für die Mediennutzung relevante Merkmale des Haushalts und der Person erfragt, wie zum Beispiel die Geräteausstattung zu Hause und im Auto. Für die Zielgruppenbestimmung werden darüber hinaus Fragen zur Statistik, Haushaltsausstattung, Wohnverhältnisse, Freizeit- und Reisetätigkeiten gestellt.

Da aus den Vortests bekannt war, dass im CATI-Interview die Bezeichnung von Einzel-Items sehr präzise und eindeutig sein muss, wurden Veränderungen vorgenommen, die unter Berücksichtigung der Interviewsituation dem Befragten ein spontanes Antworten ermöglichen soll. So sind zum Beispiel in der Statistik Änderungen bei der Zuordnung zu Bildung und Berufstätigkeit erfolgt, aus dem bisherigen „Haushaltsvorstand“ wurde der „Haupteinkommensbezieher“. Demnach sind Strukturverschiebungen bei der CATI-MA auch teilweise auf Veränderungen in der Abfrage zurückzuführen.

Die CATI-Technik erlaubt eine deutlich stärkere regionale Streuung der Interviews (Telefonstichprobe versus Interviewereinsatz vor Ort). Dies wurde zusätzlich – neben der Präzisierung der regionalen Abbildung – zu einer Vereinfachung der Befragung genutzt. Aus bisher 51 Splitvarianten in der MA 99

Tagesablaufschema wurde an CATI-Technik angepasst

Kleinere Veränderungen, um spontanes Antworten zu ermöglichen

Stärkere regionale Streuung der Interviews durch CATI-Technik

Mehrjähriger Diskussionsprozess führte zum Umstieg auf CATI-Erhebungstechnik

\* SWR-Medienforschung.

\*\* ARD-Werbung SALES & SERVICES.

(mit jeweils mehr abgefragten Radioprogrammen) wurden in der MA 2000 111 Splitgebiete (entspricht 111 unterschiedlichen Befragungsgebieten). Pro Splitgebiet wurden alle ortsüblich empfangbaren Sender, das sind durchschnittlich etwa 30 Sender, einzeln vorgelesen und neben der Bekanntheit die Nutzung im weitesten Hörerkreis (innerhalb der letzten 14 Tage) erfragt. Gebietsfremde Sender werden über eine offene Abfrage ermittelt.

**Kürzung des Fragebogens**

Schließlich erfolgten generell – um eine für CATI akzeptable durchschnittliche Fragebogenlänge von 25 Minuten nicht zu überschreiten – gegenüber dem Face-to-Face-Fragebogen Kürzungen zur Konzentration des Fragebogeninhalts auf für die Radionutzung relevante Fragen.

**Die eingesetzte Telefonstichprobe**

Zentrale Bedeutung kommt der Qualität der Stichprobe zu. Ein Blick zurück zur MA 99: Da in Deutschland kein uneingeschränkter Zugriff auf eine vollständige Haushalts- oder Personendatei besteht, wurde das Land über (bewohnte) Flächen abgebildet. Für Face-to-Face-Stichproben wird daher die Wahldatei einer Bundestagswahl mit ihren ca. 80 000 Wahlbezirken verwendet. Jeder Wahlbezirk gilt dabei als Sample Point.

**Wachsende Zahl von Telefonnummern steht nicht in amtlichen Verzeichnissen**

Bei Telefonstichproben stehen demgegenüber Telefonverzeichnisse mit ca. 30 Millionen eingetragenen privaten Telefonnummern zur Verfügung. Die eigentliche Schwierigkeit besteht nun darin, dass es im wachsenden Maße Telefonnummern gibt, die nicht in den amtlichen Telefonverzeichnissen stehen. Man schätzt den Anteil der nicht eingetragenen Festnetztelefonnummern inzwischen auf mehr als 20 Prozent. Die Bewältigung dieser Schwierigkeit stellte die eigentliche Aufgabe der Stichprobenbildung dar.

**Nationale Telefonstichprobendatei wurde erstellt**

Basierend auf den Vorarbeiten des Mannheimer Zentrums für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) wurde deshalb unter Mitwirkung der AG.MA vom Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute (ADM) eine nationale Telefonstichprobendatei erstellt. Diese ADM-Telefonstichprobendatei wurde erstmals mit der MA 2000 Radio eingesetzt und steht allen angeschlossenen Marktforschungsinstituten für die Durchführung von repräsentativen Telefonumfragen zur Verfügung.

Basis für die Auswahlgrundlage dieser ADM-Telefonstichprobendatei sind im ersten Schritt die in Telefonverzeichnissen veröffentlichten eingetragenen privaten Telefonnummern. Für die Erstellung der Auswahlgrundlage werden diese Telefonnummern in sogenannte „Hunderterblöcke“ aufgeteilt, das heißt, allen eingetragenen Rufnummern wurden die letzten zwei Ziffern abgeschnitten und mit den Ziffern 00 bis 99 aufgefüllt. Dadurch wird ein Universum von Telefonnummern erzeugt, das die eingetragenen ebenso wie die nicht eingetragenen Nummern enthält, und eine unbestimmte Anzahl von nicht existierenden Rufnummern. Unter der Voraussetzung, dass es nur nicht eingetragene Rufnummern gibt, die in Blöcken enthal-

**① MA 2000: Anteile der aus generierten und eingetragenen Telefonnummern durchgeführten Interviews nach Bundesländern**

	Fallzahl absolut	Telefonnummern in %	
		generierte	eingetragene
Bundesrepublik gesamt	57 273	21,9	78,1
Alte Bundesländer mit Berlin West	45 866	19,6	80,4
Neue Bundesländer	11 407	31,2	68,8
Schleswig-Holstein	2 768	17,8	82,2
Hamburg	2 036	23,3	76,7
Niedersachsen	3 950	17,7	82,3
Bremen	2 488	22,3	77,7
Nordrhein-Westfalen	7 365	19,7	80,3
Hessen	3 601	20,8	79,2
Rheinland-Pfalz	2 417	17,5	82,5
Baden-Württemberg	12 008	18,9	81,1
Bayern	4 770	17,7	82,3
Saarland	1 343	16,9	83,1
Berlin West	3 120	25,4	74,6
Berlin Ost	2 720	35,1	64,9
Brandenburg	3 030	29,0	71,0
Mecklenburg-Vorpommern	1 048	30,9	69,1
Sachsen	1 657	29,6	70,4
Sachsen-Anhalt	1 930	32,9	67,1
Thüringen	1 022	26,4	73,6

Quelle: MA 2000 Radio, Dokumentation.

ten sind, in denen auch mindestens eine eingetragene Rufnummer existiert, umfasst das so generierte Universum von Telefonnummern alle real existierenden Telefonnummern als Untermenge. Mit dieser Prozedur wurden insgesamt ca. 56 Millionen Rufnummern generiert, wobei die tatsächliche Anzahl der sogenannten „Dummies“, also der nicht existierenden Rufnummern, unbekannt ist. In diesem Universum von eingetragenen und nicht eingetragenen Telefonnummern dürften sich nahezu alle vergebenen privaten Telefonanschlüsse befinden. Somit hat (nahezu) jeder private Haushalt in Deutschland eine Chance, in die Stichprobe zu gelangen – egal, ob seine Telefonnummer eingetragene ist oder nicht. Personen, die in Haushalten ohne Festnetzanschluss leben, das sind ca. 5 Prozent, bleiben allerdings bei der Auswahl zur Zeit unberücksichtigt. Diese Einschränkung musste in Kauf genommen werden. Die Entwicklung der privaten Nutzung von Telekommunikationssystemen (Mobilfunk, ISDN etc.) wird aber von der AG.MA kontinuierlich beobachtet, um gegebenenfalls die Stichprobe anzupassen.

Von den insgesamt durchgeführten 57 273 Interviews wurden 78,1 Prozent mit Personen durchgeführt, deren Rufnummer in offiziellen Telefonverzeichnissen eingetragen ist, und 21,9 Prozent der durchgeführten Interviews entstammen aus den sogenannten generierten, also nicht eingetragenen Telefonnummern. Diese Verteilung entspricht also den derzeitigen Schätzungen. Dabei sind regionale Unterschiede offenkundig. Insbesondere in den neuen Bundesländern und in städtischen Regionen ist der Anteil der nicht eingetragenen Telefonnummern überdurchschnittlich hoch (vgl. Tabelle 1).

**Beteiligung von sechs Marktforschungsinstituten**

**Die Steuerung der MA 2000 im Feld**

Wie bei der Media Analyse in der Vergangenheit üblich, wurde auch die Feldarbeit der MA 2000 Radio auf mehrere Marktforschungsinstitute aufgeteilt. Insgesamt waren sechs Institute beauftragt worden, die alle bereits in der Vergangenheit MA-Befragungen durchgeführt hatten und somit über die erforderliche Erfahrung für die Durchführung von Reichweitenstudien verfügen. Pro Welle wurden jeweils sechs gleichmäßig repräsentative Teilstichproben gezogen, und zwar für jedes der sechs Institute. Die Stichprobenziehung erfolgte dabei zusätzlich separat für jede der beiden Befragungswellen.

**Qualitätssichernde Maßnahmen**

Als qualitätssichernde Maßnahmen wurden feste Vorgaben für die Wiedervorlage von Telefonnummern und Mindestmaße für Anwahlversuche bei nicht eindeutigen Anschlüssen programmiert. So war beispielsweise vorgegeben, dass bei einem Besetztsymbol die Rufnummer nach 15 Minuten erneut anzurufen ist. Ertönte demgegenüber bei einer Rufnummer ein Freizeichen, ohne dass jemand abgenommen hatte, musste diese Rufnummer noch mindestens weitere fünfzehn Mal angerufen werden und dies an verschiedenen Tagen und nach dem achten Tag auch zu anderen als den üblichen Befragungszeiten, also auch schon in der Zeit vor 16.00 Uhr.

Eine weitere wichtige qualitätssichernde Maßnahme betraf die Bearbeitung der Sample Points. Es war vorgegeben, dass pro Sample Point (Hunderterblock) nur eine einzige Telefonnummer bearbeitet werden darf. Sofern diese zufällig ausgewählte Telefonnummer des Sample Points ein neutraler Ausfall war, z.B. ein Firmenanschluss, dann und nur dann durfte vom Institut eine zweite Telefonnummer im Block angewählt werden.

Die Institute erhielten darüber hinaus detaillierte Vorgaben für die Interviewerschulung zur einheitlichen Handhabung der zentral von der AG.MA gelieferten CATI-Software. Ferner waren die Institute verpflichtet, Zwischenlieferungen der gewonnenen Daten vorzunehmen, sowie den Status der Stichprobenbearbeitung wöchentlich der AG.MA zu melden. Während der Feldzeit wurden darüber hinaus Kontrollen bei den Instituten vorgenommen. Den Interviewern waren diese Kontrollen bekannt, alle einzelnen Schritte des Interviews wurden erfasst, was insbesondere auch das Sample Management System betraf, das eine Überprüfung der Vorgaben der Stichprobenbearbeitung erlaubt. Alle Prüf- und Kontrollmaßnahmen waren deutlich differenzierter als bei der persönlich-mündlichen Media Analyse.

**Ausschöpfung in der MA 2000**

Die Ausschöpfung einer Stichprobe, das heißt die Zahl der aus der Ausgangsstichprobe realisierten Interviews, ist ein zentraler Gradmesser für die Qualität einer Erhebung. Das ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen schreibt vor, dass der Aus-

schöpfungsgrad eine Stichprobe für solche Studien bei mindestens 70 Prozent liegen muss.

Für die CATI-MA 2000 ist hier eine detaillierte Analyse sinnvoll. In der vorgegebenen Anzahl von Telefonnummern der Gesamtstichprobe finden sich – wie oben beschrieben – zum einen eine nicht vorhersehbare Anzahl von generierten, aber nicht existierenden Telefonnummern (um, wie beschrieben, auch die nicht eingetragenen Telefonnummern mit zu erfassen), zum anderen musste aus dem gleichen Grunde in der MA 2000 mit einem Überhang von Telefonnummern gearbeitet werden, um überhaupt ausreichend „echte“ Telefonnummern zu erreichen. Nach Schätzungen über die so zu erwartenden systematischen Ausfälle bei der Ziehung der Stichprobe der MA 2000 wurden zunächst ein doppelter Bruttoansatz, also ca. 110 000 Sample Points für ca. 55 000 durchzuführende Interviews gewählt.

Letztlich gilt aber die Vorschrift, dass für jede vorgegebene Schichtungszelle (Länder, Regierungsbezirke, Kreise, Gemeindegrößenklassen etc.) das Soll entsprechend der geforderten Stichprobengröße durch die Institute zu erfüllen ist. Dabei wird die tatsächliche geographische Zuordnung einer Rufnummer zugrundegelegt und nicht die vermutete. Problemfälle sind dabei insbesondere die Großstadtreionen, wie z.B. Hamburg, wo die Vorwahl 040 auch für Gemeinden gilt, die zu Schleswig-Holstein gehören. Die unvermeidliche Folge dabei war, dass nach Erfüllung des Stichproben-Solls, also der vorgegebenen Anzahl der durchzuführenden Interviews, auch Rufnummernblöcke ungenutzt blieben. Insofern besteht fast die Hälfte der systematischen Ausfälle aus nicht endgültig bearbeiteten Rufnummern, die teilweise auch noch zu erfolgreich durchgeführten Interviews hätten führen können. Lediglich 5,8 Prozent der auf die um neutrale Ausfälle bereinigten Brutto-Stichprobe bezogenen Haushalte haben das Interview verweigert. In weiteren 9,2 Prozent der Fälle hat die Zielperson das Interview verweigert, war nicht erreichbar oder konnte aufgrund von Krankheit bzw. Alter dem Interview nicht folgen (vgl. Tabelle 2).

Der aus alledem entstandene Bruttobegriff für Telefonstichproben lautet somit: Erreichte Interviews plus Ausfälle echter Telefonnummern, wozu auch nicht endgültig bearbeitete Rufnummern zählen; das heißt, die Bruttostichprobe ist größer als bei Face-to-Face. Der in der MA 2000 unter diesen Bedingungen erreichte Ausschöpfungsgrad betrug 70,9 Prozent, verglichen mit für die Face-to-Face-MAs angegebenen rund 80 Prozent.

**Befragtenstruktur in der MA 2000**

Ein aus den Vortests bekanntes Problem ist die im Vergleich mündlich-persönlicher und telefonischer Erhebungen (leicht) unterschiedliche Befragtenstruktur. Während Face-to-Face-Stichproben tendenziell näher am bekannten gewichteten Bevölkerungsdurchschnitt liegen, dessen Basisinformationen wiederum dem ebenfalls Face-to-Face durchge-

**Systematische Ausfälle bei der Ziehung der Stichprobe**

**Nur 5,8 % der Haushalte aus der bereinigten Stichprobe haben Interview verweigert**

**Ausschöpfungsgrad betrug 70,9 %**

**Bei CATI-Stichproben werden jüngere, mobile Personen eher erreicht**

② MA 2000: Realisierung der Stichprobe

Ausschöpfung	Gesamt	
	Abs.	%
Stichprobe gesamt	109 152	100,0
nicht eingesetzte Points	23 081	21,1
neutrale Ausfälle von Points	5 320	4,9
bereinigte Stichprobe (Points)	80 751	74,0
daraus resultierende Bruttostichprobe	80 751	100,0
Systematische Ausfälle	23 478	29,1
nicht endgültige bearbeitete Nummern	11 376	14,1
Haushalt verweigert Interview	4 682	5,8
Zielperson verweigert Interview	3 976	4,9
Zielperson verweigert wegen Krankheit/Alter	2 549	3,2
Zielperson nicht erreichbar	895	1,1
erreichte Interviews	57 273	70,9
Anzahl durchschnittlich pro Interview benötigter Telefonnummern	2,2	-

Quelle: MA 2000 Radio, Dokumentation.

fürten Microzensus des Statistischen Bundesamtes entnommen sind, ist bei CATI-Stichproben ein Trend in Richtung der höheren Erreichbarkeit jüngerer, mobilerer Personen erkennbar (vgl. Tabelle 3). Eine – wenn nicht die zentrale – Ursache ist offensichtlich, dass es das Telefon erlaubt, viele Kontaktversuche zu unternehmen, um einen Haushalt zu erreichen und damit mit der ausgewählten Zielperson Interviews durchzuführen oder leichter Befragungstermine vereinbaren zu können, als dies mit mündlich-persönlichen Interviews (Notwendigkeit des Interviewerbesuchs vor Ort) der Fall ist. Damit werden offenbar mit CATI Bevölkerungsteile besser erreicht, die bei Face-to-Face nur schlechter ausgeschöpft werden können. Dies gilt auch für Berufstätige und Personen mit höherem Bildungsniveau. Entscheidend ist dabei, dass diese Unter-

schiede sich auch nach erfolgter Gewichtung nicht gänzlich aufheben.

**Methodische (Zwischen-)Bilanz der MA 2000**

Methodenveränderungen lösen – wie beschrieben – differenzierte und notwendige Analysen aus. Nach dem bisherigen Stand ist der Einstieg in die Welt der Telefon-MA gelungen, allerdings zeigt sich, dass der Wechsel des Erhebungsverfahrens nur den ersten Schritt darstellt. In den nächsten Monaten und Jahren wird es darum gehen, den Fragebogen zu optimieren, bis hin zu Fragen nach der eindeutigen Identifikation von Radioprogrammen auch bei Namensähnlichkeit. Und beispielsweise Stichprobe und Feldarbeit sind hier zu nennen, wenn es um die abweichenden mündlich-persönlichen und telefonischen reaktivierten Befragtenstrukturen geht. Auf der „Haben-Seite“ stehen sicher die heute schon feinere regionale Steuerung der Interviews und beispielsweise die kontrolliertere Interviewsituation im Telefonstudio.

Neben dieser Gesamtbewertung bleiben viele Details, auch zum Beispiel regional unterschiedliche Ergebnistrends schon auf der Ebene der Gesamttradiation zu prüfen. Hier ist viel Detailarbeit zu leisten. Insgesamt gilt, dass alle genannten Veränderungen bei einem Vergleich der MA 2000 mit der MA 99 zu berücksichtigen sind.

Damit bleibt leider auch die Frage unbeantwortet, ob zum Teil erhebliche Ergebnissprünge im Vergleich der MA 99 zur MA 98 II (2) nun Probleme der MA 99 darstellen oder (regionale) Nutzungstrends.

Eine direkte Vergleichbarkeit der Ergebnisse der MA 2000 mit denen der MA 99 ist deshalb nur bedingt möglich. Durch den Wechsel der Erhebungstechnik von Face-to-Face auf CATI kann bei Ergebnisunterschieden nicht differenziert werden zwischen Unterschieden, die sich durch die neue

**Weitere Optimierung des Fragebogens notwendig**

**Direkter Ergebnisvergleich zwischen MA 2000 und MA 99 nur bedingt möglich**

③ Strukturvergleiche MA 2000 und Methodentests  
*ungewichtet*

	Methodentest 1995			CATI-Test Bayern 1997			MA 2000 Radio		
	ungew.	Soll	Diff.	ungew.	Soll	Diff.	trans.	Soll	Diff.
<b>Geschlecht</b>									
Männer	47	48	-1	46	48	-2	46	48	-2
Frauen	53	52	1	54	52	2	54	52	2
<b>Alter in Jahren</b>									
14-19	6	6	0	10	7	3	12	8	4
20-29	21	17	4	17	16	1	13	13	0
30-39	24	17	7	25	19	6	21	19	2
40-49	17	15	2	18	15	3	19	17	2
50-59	14	17	-3	14	17	-3	15	16	-1
60-69	11	13	-2	10	13	-3	13	14	-1
70 u. älter	8	14	-6	6	13	-7	7	14	-7
<b>Bildung</b>									
Hauptschule	39	54	-15	44	56	-12	38	50	-12
Weiterf. Schule	31	27	4	28	29	-1	33	33	0
Abitur/Studium	30	19	11	27	16	11	29	18	11
<b>Berufstätig</b>	59	52	7	60	55	5	57	52	5

Quelle: Methodentest 1995 (CATI), CATI-Test 1997, MA 2000 (CATI).

④ **Hörfunknutzung 1987 bis 2000**

Mo-So, Pers. ab 14 J.

	Hörer gestern (5-24 Uhr) in %	Hör- dauer in Min.	Verweil- dauer in Min.	Durchschnittliche Anzahl täglich gehörter Programme	Durchschnittliche Anzahl in den letzten 14 Tagen gehörter Programme	Anzahl erhobener Programme/ Sender
MA 87	78	146	188	1,3	2,8	44
MA 88	78	156	198	1,3	2,8	48
MA 89	79	154	197	1,3	2,8	140
MA 90	80	156	196	1,3	2,8	163
MA 91	81	162	199	1,3	2,8	180
MA 92 <sup>1)</sup>	82	169	206	1,4	3,0	188
MA 93	82	169	206	1,3	3,0	227
MA 94	81	168	207	1,3	3,0	237
MA 95	80	167	209	1,3	3,0	245
MA 96	80	169	212	1,3	2,9	226 <sup>2)</sup>
MA 97	83	177	214	1,3	2,8	241
MA 98 I	82	175	214	1,3	2,8	246
MA 98 II	82	172	211	1,3	2,8	248
MA 99	82	179	218	1,4	2,8	246
MA 2000	79	209	265	1,5	4,0	261

1) Ab MA 92 BRD gesamt.

2) In Baden-Württemberg wurden 26 in MA 95 einzeln abgefragte Senderfrequenzen zu 8 Programmen zusammengefasst.

Quelle: MA 87 - MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

Abfragetechnik ergeben und Veränderungen im Markt. Trotzdem – und zur besseren Einschätzung der die MA 2000 zum Teil veränderten Radioperspektiven – sollen zunächst die Kerndaten der aktuellen mit denen der MA 99 verglichen werden.

**Hörfunknutzung: Kerndaten MA 2000 und MA 99 im Vergleich**

**Nochmals Zuwachs an abgefragten Radioangeboten**

In der MA 2000 wurde die Nutzung von 261 Radioprogrammen erfragt. Diese Angebote reichen von Lokalradios über regionale und landesweite Programme bis zu vom Verbreitungsgebiet her großflächigeren Programmen und national verbreiteten Sendern. Gegenüber den vorangegangenen Media Analysen (MA 99: 248 Programmen) bedeutet dies nochmals einen Zuwachs von Radioangeboten (vgl. Tabelle 4).

**Rund 94 % der Bundesdeutschen hören mindestens einmal in 14 Tagen Radio**

93,7 Prozent aller Bundesdeutschen hören nach den Ergebnissen der MA 2000 zumindest einmal in 14 Tagen Radio (weitester Hörerkreis = WHK). Dieser Wert liegt geringfügig unter der im Rahmen der MA 99 (94,3 %) abgebildeten Zahl. Insgesamt hören damit – nach den Ergebnissen beider Studien – etwas mehr als 5 Prozent aller Bundesdeutschen ab 14 Jahren eher selten (seltener als einmal in 14 Tagen) Radio.

Zum relevanten Set, hier definiert als die Zahl der innerhalb von 14 Tagen gehörten Programme, gehören durchschnittlich pro Hörer/Innen nach der MA 2000 ca. vier Programme, nach den Ergebnissen der MA 99 waren es nur knapp drei.

**Tagesreichweite des Radios beträgt 79 %**

Die Tagesreichweite des Mediums (Hörer gestern) liegt nach der MA 2000 an einem durchschnitt-

lichen Wochentag (Montag bis Sonntag) bei 79,0 Prozent, in der MA 99 lag dieser Wert mit 82,2 Prozent etwas höher.

Die Zahl der pro Tag durchschnittlich von den Radiohörern (siehe Tagesreichweite) gehörten Programmen liegt in der MA 2000 mit 1,5 etwas höher als mit 1,4 in der MA 99. Insgesamt bedeutet dieser etwas höhere Wert ebenso wie der im weitesten Hörerkreis ein Mehr an direkter Konkurrenz um die Gunst des Publikums. Nach den Ergebnissen der MA 2000 wird offensichtlich in etwas stärkerem Maße zwischen Programmen gewechselt, als die MA 99 dies signalisierte.

Die Hördauer – sie drückt aus, wie viel Zeit Bundesdeutsche im Durchschnitt über Hörer/Innen und Nichthörer/Innen pro Tag mit dem Medium Radio verbringen – liegt nach dem Ergebnis der MA 2000 (Montag bis Sonntag) bei 209 Minuten. In der MA 99 betrug dieser Wert 179 Minuten. Die MA 2000 ermittelte damit auch ein deutliches Mehr an Radionutzungszeit.

Bei insgesamt leicht zurückgehender Tagesreichweite ist die deutliche Hördauersteigerung in der MA 2000 auf hohe Verweildauerwerte zurückzuführen. Nach den Ergebnissen der aktuellen MA hört ein Hörer durchschnittlich 265 Minuten. Die MA 99 hatte 218 Minuten ausgewiesen. Der neue Verweildauerwert der MA 2000 entspricht fast vier-einhalb Stunden.

Die niedrigere Tagesreichweite in der MA 2000 resultiert in erster Linie aus einer geringeren Im-Haus-Radionutzung (66,6 % statt 72,2 %), demgegenüber liegt die Außer-Haus-Radionutzung um rund 16 Prozentpunkte höher. Nach der MA 2000

**Pro Tag werden 1,5 Programme gehört**

**Tägliche Hördauer liegt bei 209 Minuten**

**45 % der über 14-Jährigen hören pro Tag außer Haus Radio**

⑤ **Radiohören im Haus und außer Haus 1999 und 2000***Mo-So, Pers. ab 14 J., BRD gesamt*

	Radionutzung gesamt		im Haus		außer Haus	
	MA 99	MA 2000	MA 99	MA 2000	MA 99	MA 2000
<b>Reichweite in %</b>						
Personen ab 14 J.	82,2	79,0	72,2	66,6	37,2	43,3
14-29 Jahre	79,9	79,0	66,5	61,6	41,8	49,4
30-49 Jahre	84,7	83,2	70,3	66,7	50,5	57,5
50 Jahre und älter	81,4	75,6	76,4	69,1	24,3	28,8
Volks-/Hauptschule	80,0	76,5	72,7	66,2	28,5	36,5
Weiterf. Schule ohne Abitur	84,9	83,0	73,0	68,4	45,3	51,6
Abitur/Studium	83,6	79,4	69,1	64,9	46,9	47,7
In Ausbildung	79,7	77,4	69,7	64,2	32,4	37,9
Berufstätig	84,6	83,6	69,3	65,8	52,9	59,3
Nicht berufstätig/Rentner	79,6	73,1	76,8	68,4	16,4	22,6
<b>Hördauer in Min.<sup>1)</sup></b>						
Personen ab 14 J.	179	209	127	123	50	83
14-29 Jahre	150	190	91	79	57	108
30-49 Jahre	195	240	120	119	74	119
50 Jahre und älter	181	193	150	147	27	42
Volks-/Hauptschule	179	208	138	136	39	69
Weiterf. Schule ohne Abitur	188	230	123	118	62	110
Abitur/Studium	164	178	104	98	58	77
In Ausbildung	123	149	86	78	35	67
Berufstätig	188	239	107	106	80	130
Nicht berufstätig/Rentner	183	184	167	158	12	23
<b>Verweildauer in Min.<sup>2)</sup></b>						
Personen ab 14 J.	218	265	176	184	134	192
14-29 Jahre	188	241	136	129	137	219
30-49 Jahre	231	288	171	178	146	207
50 Jahre und älter	222	255	197	213	111	147
Volks-/Hauptschule	224	272	189	206	136	188
Weiterf. Schule ohne Abitur	221	277	169	172	137	212
Abitur/Studium	197	224	150	150	125	162
In Ausbildung	154	192	123	122	107	177
Berufstätig	222	285	154	161	150	220
Nicht berufstätig/Rentner	229	252	217	231	76	100

1) Basis: gesamte Bevölkerung.

2) Basis: Hörfunknutzer.

Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

hören an einem durchschnittlichen Tag 43,3 Prozent aller Personen ab 14 Jahren außer Haus Radio (MA 99 ca. 27%) (vgl. Tabelle 5).

Dieser Effekt lässt sich auch anhand der Hördauer dokumentieren. Die höhere Hördauer der MA 2000 resultiert ausschließlich aus dem Zuwachs der Außer-Haus-Nutzung. Während die inhäusige Radionutzung mit 123 Minuten Hördauer pro Tag fast auf dem Niveau der MA 99 liegt – mit deutlich geringeren Werten bei jüngeren, in Ausbildung befindlichen Personen – liegt die Außer-Haus-Hördauer mit 83 Minuten um 33 Minuten über dem Wert der MA 99. Die im Vergleich größte Zunahme der Außer-Haus-Hördauer ist bei nicht berufstätigen Personen/Rentnern, Auszubildenden und allen unter 30-Jährigen zu verzeichnen, der

„geringste Zuwachs“ bei Personen mit Abitur/Studium.

Soweit ein knapper Vergleich wichtiger Kennwerte der MA 2000 und der MA 99. Im Kern entsprechen die im Rahmen des Methodenwechsels auftretenden Ergebnisveränderungen zur Radionutzung den Erwartungen, legt man als Messlatte die im Rahmen der Umstiegsphase realisierten Methodentests zugrunde. Jenseits des in den nächsten Jahren notwendigen „Feinschliffs“ an der Telefon-MA und dadurch erreichbarer weiterer Präzisierung schein

**Ergebnisunterschiede scheinen vor allem auf geänderte Erhebungstechnik zu beruhen**

⑥ **Anteile der Radionutzung im Haus und außer Haus 1999 und 2000**

Mo-So, Pers. ab 14 J., BRD gesamt

	MA 99			MA 2000		
	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus
<b>Hördauer in Minuten</b>						
Personen ab 14 J.	100	71	28	100	59	40
14-29 Jahre	100	61	38	100	42	57
30-49 Jahre	100	62	38	100	50	50
50 Jahre und älter	100	83	15	100	76	22
Volks-/Hauptschule	100	77	22	100	65	33
Weiterf. Schule ohne Abitur	100	65	33	100	51	48
Abitur/Studium	100	63	35	100	55	43
In Ausbildung	100	70	28	100	52	45
Berufstätig	100	57	43	100	44	54
Nicht berufstätig/Rentner	100	91	7	100	86	13

Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

⑦ **Hörfunknutzung nach soziodemographischen Gruppen 1999 und 2000**

Mo-So, Pers. ab 14 J., BRD gesamt

	Hörer gestern in %		Hördauer in Minuten	
	MA 99	MA 2000	MA 99	MA 2000
<b>Personen ab 14 J.</b>				
Männer	82,2	79,0	179	209
Frauen	82,6	81,0	171	217
<b>Alter in Jahren</b>				
14-19	79,0	78,3	125	144
20-29	80,4	79,5	164	218
30-39	84,0	83,3	195	241
40-49	85,4	83,1	196	238
50-59	85,1	82,1	193	227
60-69	82,0	77,9	187	201
70 u. älter	76,3	65,6	160	145
<b>Bildung</b>				
Volks-/Hauptschule	80,0	76,5	179	208
Weiterf. Schule ohne Abitur	84,9	83,0	188	230
Abitur/Studium	83,6	79,4	164	178
<b>Beruf</b>				
In Ausbildung	79,7	77,4	123	149
Berufstätig	84,6	83,6	188	239
Nicht berufstätig/Rentner	79,6	73,1	183	184

Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

nen diese Ergebnisunterschiede im massiven Umfang auf die Änderung der Erhebungsmethodik zurückzuführen zu sein. Das Telefon erlaubt offensichtlich die bessere Erreichbarkeit „mobiler Personen“, unabhängig von deren Alter, Bildung und sozialem Status. Durch die bessere Erreichbarkeit in dieser mit mündlich-persönlichen Interviews schwer erreichbaren Personengruppe wird auch deren Hörfunknutzung, die verständlicherweise auch zum großen Teil außer Haus stattfindet, in der MA reichhaltiger abgebildet (vgl. Tabelle 6).

Hier erklärt sich der Zuwachs in der Zuwendung zum Medium insgesamt.

Auf der anderen Seite birgt offensichtlich das Telefon als Interviewweg auch Risiken. So könnte zum Beispiel der geringe Wert für die Gesamtradio-nutzung, die in der MA 2000 im Vergleich zur MA 99 beispielsweise für die ab 70-Jährigen ausgewiesen wird, auf Probleme in der Antwortbereitschaft in dieser Zielgruppe zurückzuführen sein, unter Umständen verursacht durch die Komplexität eines CATI-MA-Interviews. So wie die eine oder andere mündlich-persönliche Interviewsituation in dieser Zielgruppe in der Vergangenheit zu einem „Overreporting“ geführt haben mag, so ist zu vermuten, dass die jetzige Interviewsituation das Gegenteil bewirkt. Hier liegt für zukünftige MAs die Notwendigkeit von Nachjustierungen in der Methodik nahe. Nimmt man all dies zusammen, werden die Ergebnisunterschiede zwischen MA 2000 und MA 1999 hier sicher auch plausibler. Weitere Arbeit ist also zu investieren. Tiefergehende Analysen werden noch weitergehende Aufschlüsse bringen.

**MA 2000 – Weitere Ergebnisse im Detail**

Bei massiven methodischen Veränderungen, wie bei dem von der MA 99 zur MA 2000 vollzogenem Schritt, sind immer zwei Perspektiven notwendig. Die eine ist die, was hat sich – und warum – verändert, die andere ist die, wie sieht nun die neue Situation aus? Zu dieser zweiten Perspektive sollen im weiteren Daten zusammenfassend dargestellt werden, sozusagen als Beschreibung eines neuen Ausgangspunkts für zukünftige Vergleiche. Die Ergebnisse für die MA 99 werden hier nur jeweils zum Vergleich dokumentiert.

Zur durchschnittlichen Tagesreichweite von 79,0 Prozent tragen Männer, die Altersgruppe von 30 bis 59 Jahren, die Bildungsgruppe weiterführende Schule ohne Abitur und Berufstätige in überproportionalem Umfang bei. Im Übrigen sind dies auch die soziodemographischen Gruppen, in denen die höchsten Hördauerwerte zu verzeichnen sind. Insgesamt ähnelt das Bild in diesem Punkt erkennbar den Strukturen der MA 99 (vgl. Tabelle 7).

**Regionale Unterschiede in Tagesreichweite und Hördauer**

Deutliche Differenzierungen ergeben sich auch nach geographischen Regionen (vgl. Tabelle 8). Die höchsten Tagesreichweiten (Montag bis Sonntag) weist die MA 2000 für das Bundesland Schleswig-Holstein aus (84,8%, MA 99, Platz 5 unter den Ländern), die niederste für Rheinland-Pfalz (74,4%, MA 99, ebenfalls Platz 16). Auffallend zeichnen sich die höchsten Tagesreichweiten entlang des Bogens Schleswig-Holstein, Brandenburg, Sachsen und Thüringen ab. Die niedersten Werte stammen aus den Ländern Hessen, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz.

Hördauer-Spitzenreiter sind Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Sachsen-Anhalt, auf den vier Plätzen mit den geringsten zeitlichen Zuwendungswerten liegen Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, das Saarland und Baden-Württemberg.

**Geschlechtsspezifische Unterschiede**

217 Minuten Hördauer bei Männern stehen 202 Minuten bei Frauen gegenüber. Allerdings unterscheiden sich diese ähnlichen Größenordnungen erheblich, wenn es sich um die Nutzungssituation handelt. Bei Männern entfällt nur der kleinere Teil auf die Radionutzung im Haus, bei Frauen dominiert diese weiterhin (vgl. Tabelle 9).

**Schwerpunkt der Radionutzung am Morgen und Vormittag**

Was die Tagesabläufe (vgl. Abbildungen 1 bis 9) betrifft, weist die MA 2000 noch den Schwerpunkt der Radionutzung am Morgen und am Vormittag aus, mit Spitzenwerten zwischen 30 und 35 Prozent. Insgesamt wird über den Tag hinweg ein relativ hohes Niveau erreicht. Am Rande angemerkt sei, dass die Nutzung im Vergleich mit der MA 99 insgesamt fast durchweg höher liegt, nur am Morgen bilanziert die MA 2000 etwas weniger Hörer.

**⑧ Hörfunknutzung in den einzelnen Bundesländern 1999 und 2000**

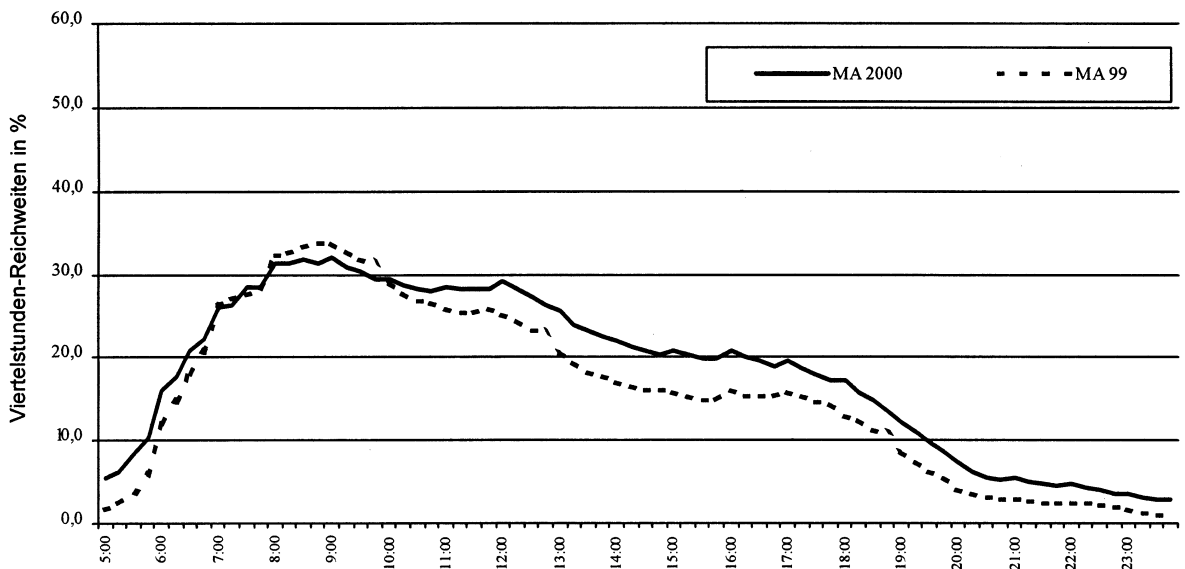
Mo-So, Pers. ab 14 J.

Bundesland	Hörer gestern in %		Hördauer in Min.	
	MA 99	MA 2000	MA 99	MA 2000
<b>Norddeutschland</b>				
Mecklenburg-Vorpommern	88,9	83,4	229	262
Schleswig-Holstein	85,2	84,8	221	258
Brandenburg	86,0	84,3	201	234
Niedersachsen	85,2	81,5	201	238
<b>Mitteldeutschland</b>				
Sachsen-Anhalt	86,3	81,8	199	238
Sachsen	85,1	83,7	191	234
Thüringen	88,5	83,5	212	236
<b>Mitte/Süden</b>				
Bayern	84,5	80,3	180	206
Hessen	80,3	77,4	180	197
<b>Stadtstaaten</b>				
Hamburg	80,8	78,6	180	217
Berlin	82,9	78,1	177	209
Bremen	83,6	79,6	168	216
<b>Südwestdeutschland</b>				
Baden-Württemberg	79,4	74,7	170	180
Rheinland-Pfalz	77,8	74,4	161	189
Saarland	82,1	77,5	152	182
Nordrhein-Westfalen	78,2	76,4	152	189

Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

Bei Männern bewegt sich die Radionutzung – dank hoher Außer-Haus-Zuwendung – zwischen 7.00 Uhr und 17.00 Uhr bei 20 Prozent und mehr und einer insgesamt hohen Stabilität. Bei Frauen liegt die Verlaufskurve zwischen 7.00 Uhr und 14.00 Uhr bei 20 Prozent und mehr, mit erkenn-

**Abb. 1 Radionutzung im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000**  
Pers. ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So



Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).



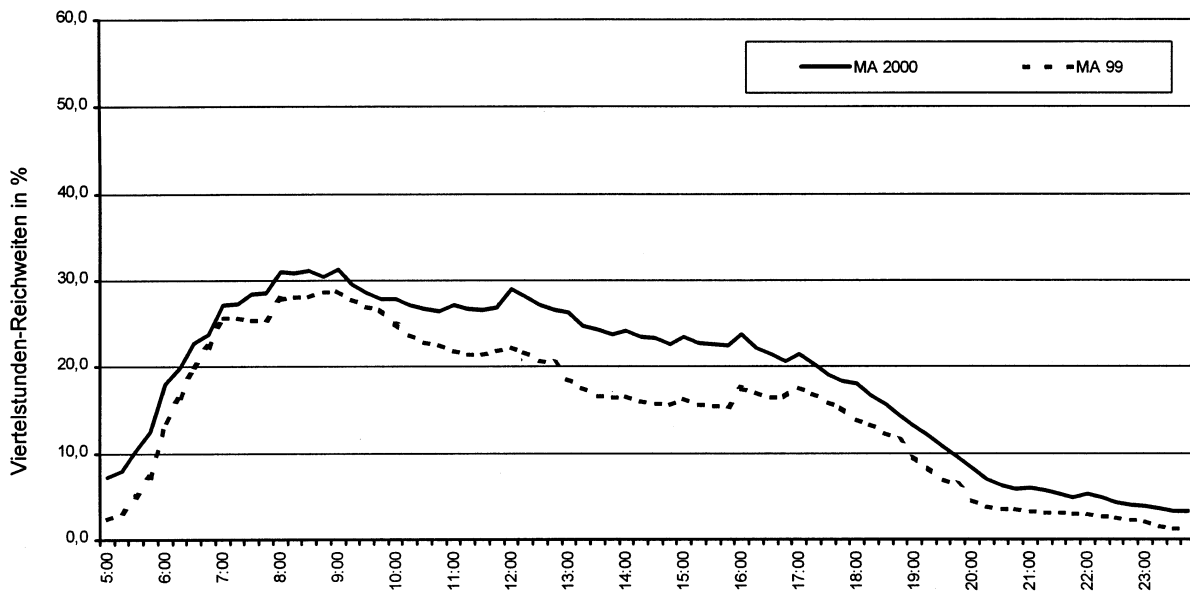
⑨ MA 2000: Radiohören und Tätigkeiten nach soziodemographischen Gruppen

Mo-So, Pers. ab 14 J., BRD gesamt

	Radio hören und ...../Hördauer in Min.						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto- fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 J.	32	44	47	31	40	123	83
Männer	29	23	69	40	42	99	115
Frauen	35	63	26	22	39	145	55
Alter in Jahren							
14-19	19	9	35	16	41	77	63
20-29	20	28	89	40	27	80	135
30-39	28	43	79	44	35	111	128
40-49	33	50	63	42	39	128	109
50-59	39	57	38	35	43	146	78
60-69	46	58	9	18	54	164	34
70 u. älter	36	43	1	6	45	130	10
	Radio hören und ...../Reichweite in %						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto- fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 J.	53,1	27,1	11,4	37,3	27,4	66,6	43,3
Männer	50,8	15,4	16,2	44,3	28,6	64,1	51,4
Frauen	55,2	37,8	7,1	30,8	26,3	68,9	35,9
Alter in Jahren							
14-19	45,6	8,8	8,9	23,9	32,9	67,0	34,6
20-29	40,3	17,4	20,0	50,2	21,1	57,7	58,2
30-39	49,5	26,4	18,5	52,5	25,0	65,0	59,3
40-49	56,2	29,5	15,9	49,0	26,2	68,7	55,4
50-59	60,7	32,7	9,9	40,1	28,9	71,9	45,5
60-69	62,8	35,7	2,6	22,5	32,9	72,7	26,7
70 u. älter	52,0	29,4	0,3	9,1	27,7	62,1	11,8

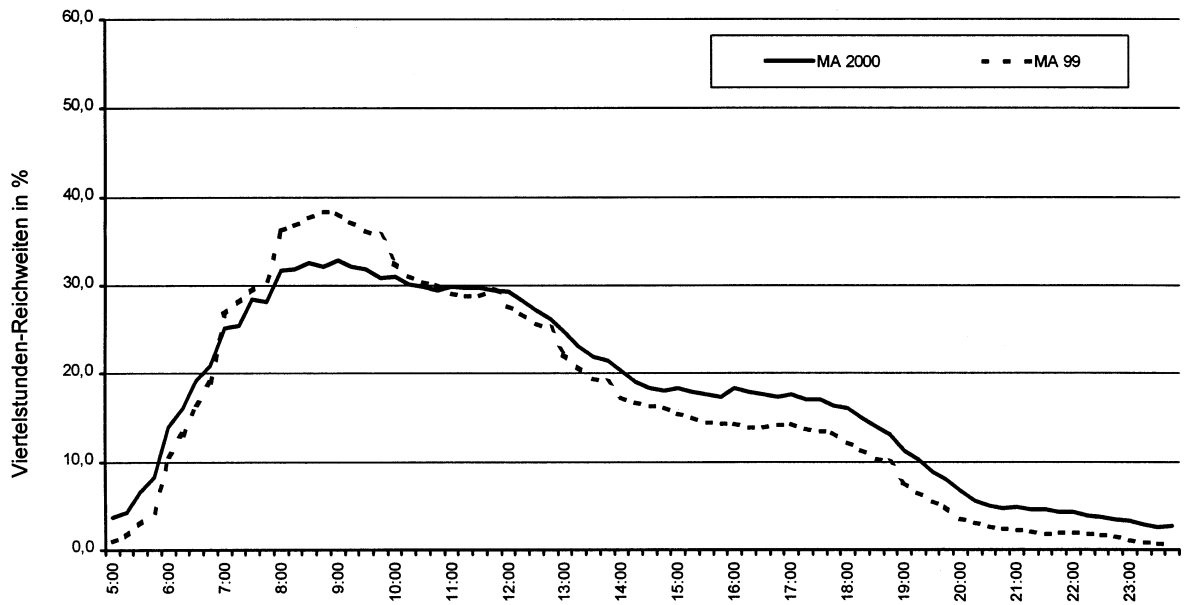
Quelle: MA 2000 (CATI).

Abb. 2 Radionutzung von Männern im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000  
Pers. ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So



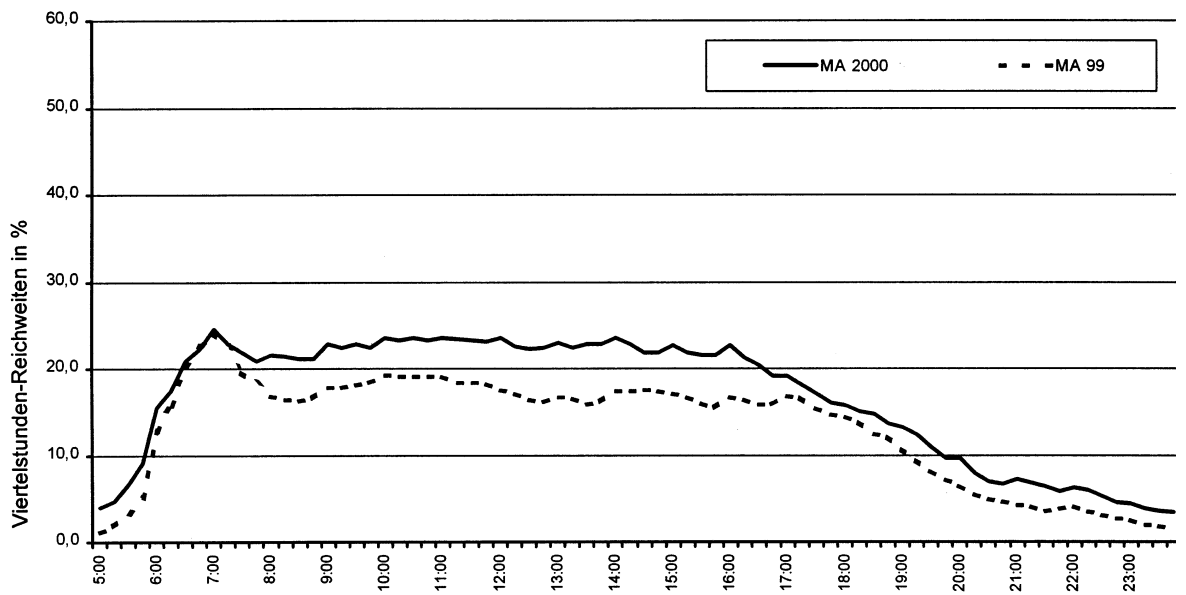
Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

**Abb. 3 Radionutzung von Frauen im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000**  
*Pers. ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So*



Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

**Abb. 4 Radionutzung der 14- bis 29-Jährigen im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000**  
*BRD gesamt, Mo-So*



Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

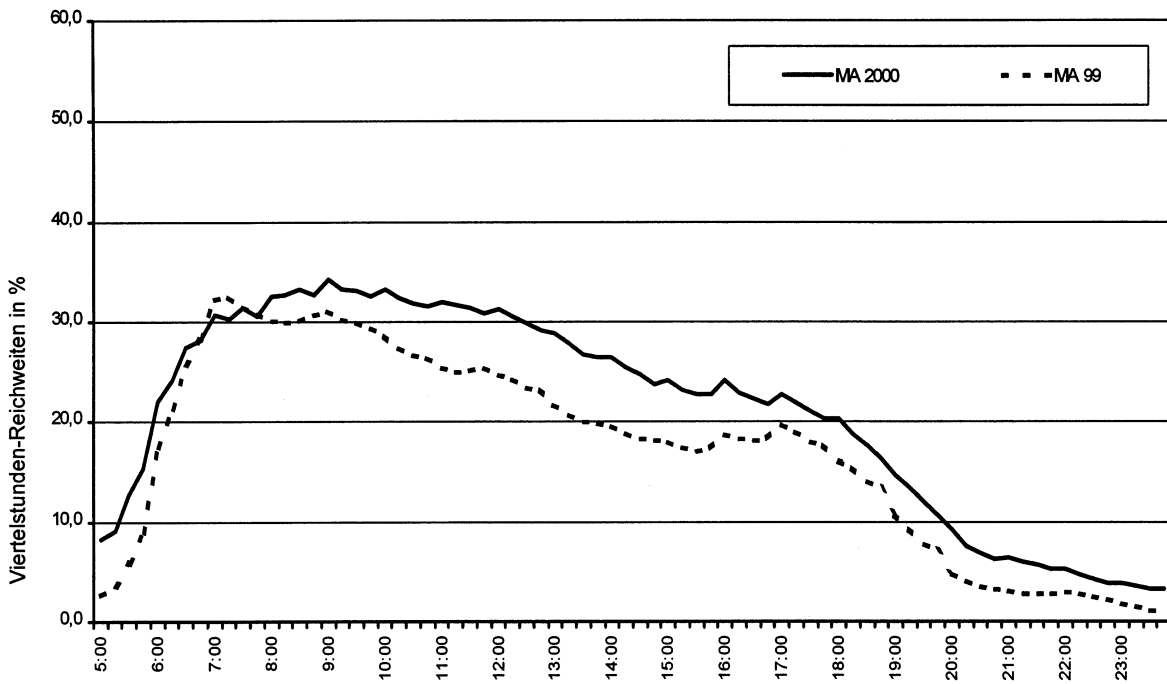
**Altersgruppen weisen unterschiedliche Tagesabläufe auf**

barem Schwerpunkt zwischen 8.00 Uhr und 12.00 Uhr.

Die Bilanzierung der Tagesabläufe nach Altersgruppen zeigt eine Aufteilung in drei Gruppen (Basis hier, die jeweils den unterschiedlichen Wochentageeffekt etwas „verschleifende“ Zusammenfassung Montag bis Sonntag). Bei den 14- bis 19-Jährigen sind deutlich die Schwerpunktzeiten am Morgen und am Nachmittag erkennbar. Bei den 30- bis 50-/60-jährigen ist eine hohe Tagesverlaufs-

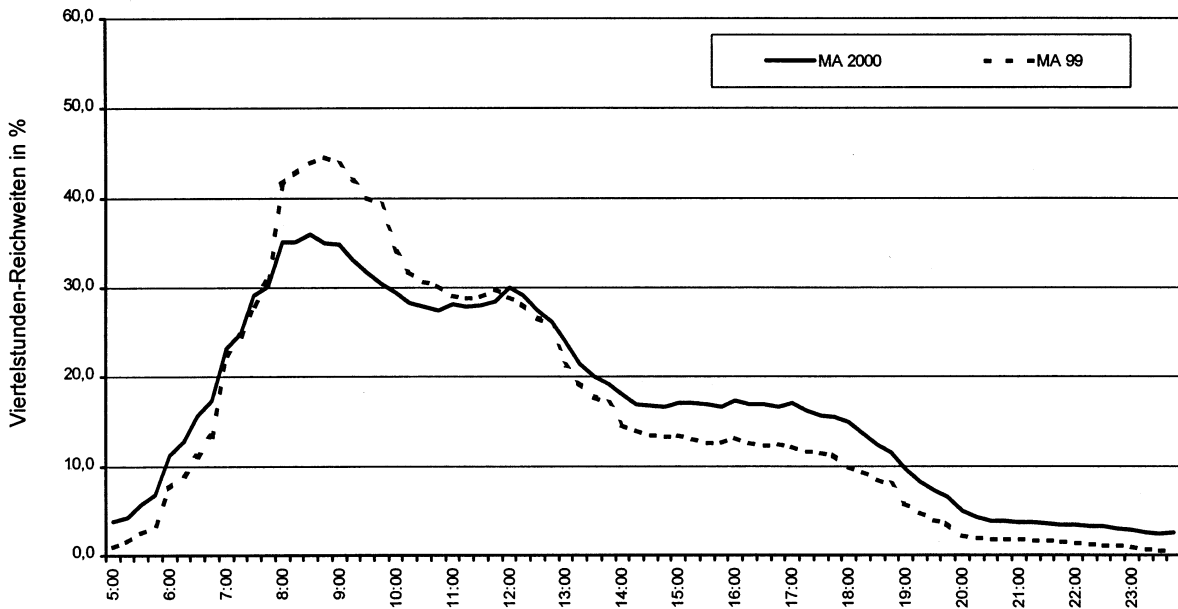
kurve über den Tag hinweg erkennbar, bei ab 50/60 Jahren dominiert die Radionutzung in der Zeit von 8.00 Uhr bis 12.00 Uhr. Verständlicherweise korrespondieren die Nutzungskurven für die Altersgruppe eng mit denen für die Berufstätigen (siehe Schwerpunkt 30 bis 50 Jahre), die der nicht Berufstätigen mit den ab 60 Jahren, schließlich die in Ausbildung befindlichen mit den Hörer/Innen von 14 bis 19 Jahren.

**Abb. 5 Radionutzung der 30- bis 49-Jährigen im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000**  
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

**Abb. 6 Radionutzung der ab 50-Jährigen im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000**  
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

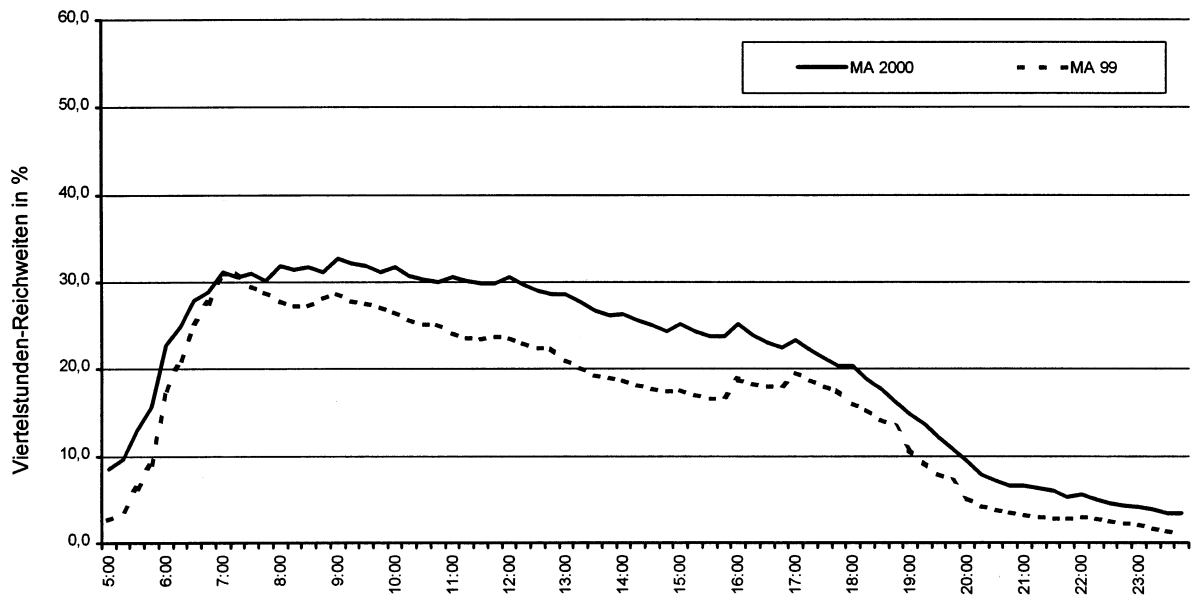
**Bilanz: Einstieg in die CATI-Erhebung und die starke Rolle des Hörfunks**

MA 2000 zeigt veränderte Radionutzung

Mit der MA 2000 liegt für den Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland die erste telefonisch erhobene Media Analyse vor. Wie Pretests und Diskus-

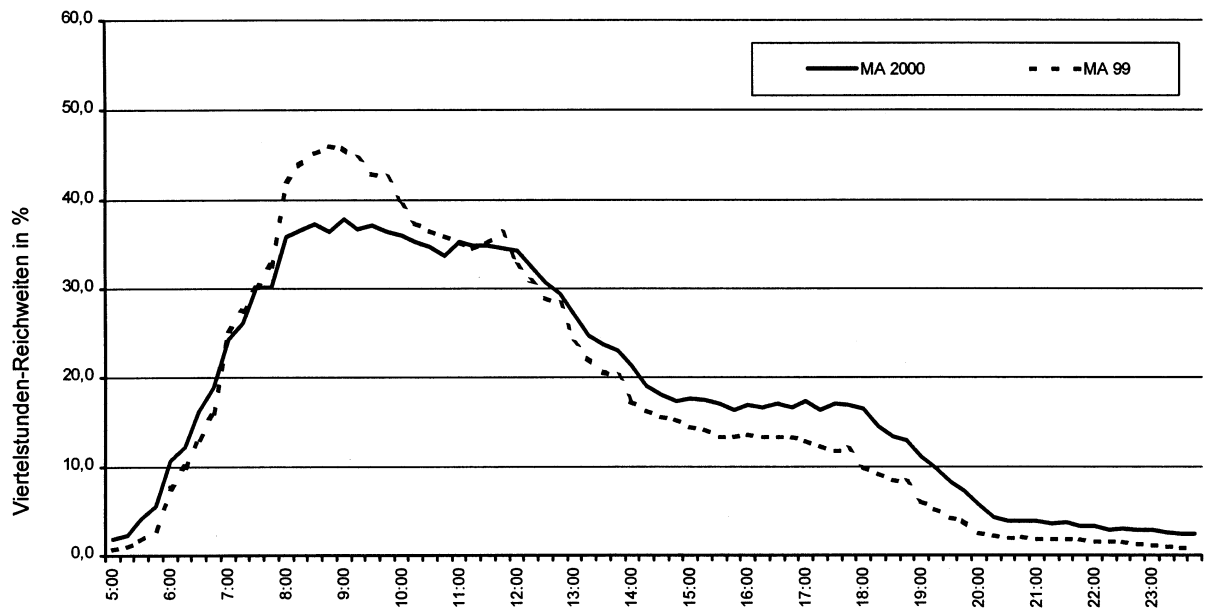
sionen im Vorfeld erwarten ließen, hat sich das Nutzungsbild des Mediums verändert. Bei einer im Vergleich mit der MA 99 auf sehr hohem Niveau etwas geringeren Tagesreichweite wird deutlich länger Radio gehört und werden etwas häufiger Programme gewechselt. Auch das Bild über den Tagesablauf sieht - durch die massiv höhere

**Abb. 7 Radionutzung von Berufstätigen im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000**  
*Pers. ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So*



Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

**Abb. 8 Radionutzung von Nichtberufstätigen im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000**  
*Pers. ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So*



Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

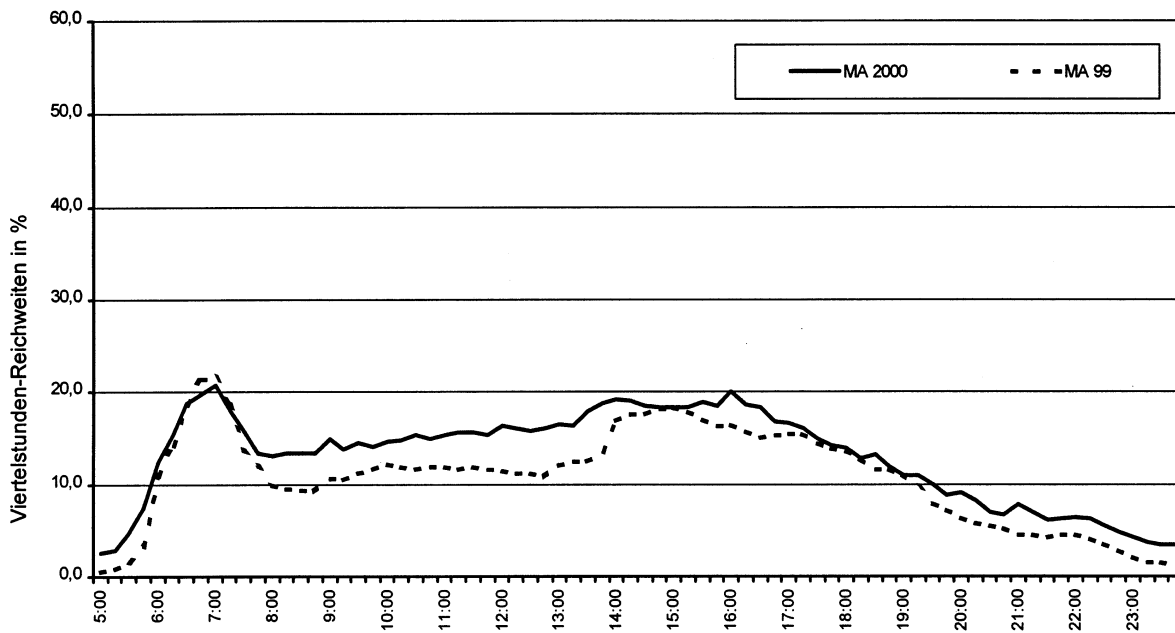
**Ergebnisveränderungen sind nicht unerheblich auf Methodenwechsel zurückzuführen**

Zu einem nicht unerheblichen Teil dürften diese Veränderungen gegenüber dem uns seit vielen Jahren mündlich-persönlich erhobener MA vertrauten Bild Ergebnis der Methodenumstellung sein. Eine genaue Abgrenzung von Marktveränderungen und methodischen Effekten ist allerdings nicht möglich. CATI produziert ein anderes Bild, ein Bild mit insgesamt höherer Bedeutung des Hörfunks.

Insgesamt liegt mit den Ergebnissen der MA 2000 auch die erste Bilanz eines langen und schwierigen Umstiegsweges vor, von der mündlich-persönlich zur telefonisch ermittelten MA. In der nächsten Stufe gilt es nun, das Instrumentarium – auch gestützt auf weitergehende Analysen – zu verfeinern. In diesem Kontext werden auch die Fragen Ganzjahres-MA und höhere Aktualität thematisiert wer-

**Nächste Stufe: Verfeinerung des Instrumentariums**

**Abb. 9 Radionutzung von Personen in Ausbildung im Tagesverlauf MA 99 und MA 2000**  
*Pers. ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So*



Quelle: MA 99 (Face-to-Face), MA 2000 (CATI).

den müssen. Eine telefonisch über das ganze Jahr hinweg ermittelte Media Analyse mit zweimaliger Berichterstattung aus einem jeweils aktuellen Datenpool könnte die Standardwährung für den Hörfunk im ersten Jahrzehnt nach dem Jahrtausendwechsel sein.

Anmerkungen

- 1) Vgl. Müller, Dieter K.: Die Optimierung der Hörfunkabfrage in der Media Analyse. Der lange Weg von Face-to-Face zu CATI. In: Media Perspektiven 10/1999, S. 518-530.
- 2) Vgl. Klingler, Walter/Jens Schaack: MA 99: Hörfunk behauptet sich in der Medienkonkurrenz. Entwicklung und regionale Unterschiede in der Hörfunknutzung in Deutschland. In: Media Perspektiven 10/1999, S. 506-517.

