

Aktuelle Daten zur Hörfunknutzung
in Deutschland

→ ma 2005 Radio II: Radio behält Leitfunktion

Von Walter Klingler* und Dieter K. Müller**

**Radionutzung für
326 Sender/
Programme in
208 regionalen Splits
ermittelt**

Seit dem 19. Juli 2005 liegen mit der ma 2005 Radio II die aktuellen Nutzungszahlen für den Hörfunk insgesamt und für die einzelnen Radioprogramme in Deutschland vor. Die Ergebnisse der neuen ma basieren auf insgesamt 57 533 Interviews, die in den beiden Erhebungszeiträumen vom 5. September 2004 bis zum 19. Dezember 2004 (ma 2005 Radio Herbstwelle 04) und vom 9. Januar 2005 bis zum 24. April 2005 (ma 2005 Radio Frühjahrswelle 05) realisiert wurden. Insgesamt wurde dabei – zur korrekten Abbildung aller 326 Sender/Programme – in 208 regionalen Splits die Mediennutzung ermittelt.

Die Untersuchung erlaubt, wie in den vergangenen Jahren, eine repräsentative Abbildung der Radionutzung aller Personen ab 14 Jahre in deutsch sprechenden Haushalten mit Telefonanschluss in der Bundesrepublik (64 889 Millionen Personen). Insgesamt steht damit ein Interview für 1128 Personen ab 14 Jahre.

Die mittelfristigen Trends 2002 bis 2005

Die Eckwerte der Radionutzung: Der Weitesten Hörerkreis (WHK) des Radios liegt nach den Ergebnissen der neuen ma 2005 Radio II bei 94,4 Prozent, der Wert für Hörer gestern (Montag bis Sonntag) bei 79,3 Prozent (vgl. Tabelle 1). Die durchschnittliche Hördauer für alle Bundesdeutschen wird mit 193 Minuten festgehalten, die Verweildauer – die Zeit, die ein Radiohörer/eine Radiohörerin am Tag mit dem Radio verbracht hat – liegt bei 244 Minuten oder bei etwas über vier Stunden (im Rahmen des Tagesablaufs wird das Mediennutzungsverhalten von 5.00 bis 24.00 Uhr ermittelt).

**Weitester
Hörerkreis 94,4 %,
Hörer gestern 79,3 %**

**Konstante Tages-
reichweite**

Verglichen mit den Ergebnissen von vor drei Jahren (ma 2002) bleiben der Weitesten Hörerkreis (WHK) und das Ergebnis für den „Hörer gestern“, also die Zahl der Hörer am Durchschnittstag, weitestgehend konstant (minus 0,1%-Punkte bzw. 0,2%-Punkte). Dagegen ist bei der Hördauer (minus 9 Minuten) und der Verweildauer (minus 10 Minuten) ein Rückgang zu verzeichnen.

Die Analyse nach der Nutzung im Haus und der Nutzung außer Haus macht im Drei-Jahres-Vergleich leicht unterschiedliche Tendenzen deutlich. Zunächst die aktuellen Werte: Täglich hören im Durchschnitt 63,6 Prozent aller Personen im Haus Radio. Die Hördauer beträgt durchschnittlich 109 Minuten, bezogen auf die Hörer ergibt dies eine Verweildauer im Haus von fast drei Stunden (171 Minuten) täglich. Demgegenüber beträgt die Tages-

reichweite für die Radionutzung außer Haus 45,3 Prozent mit einer Hördauer von 82 Minuten und einer Verweildauer von 181 Minuten. Die mittelfristigen Tendenzen – von 2002 bis 2005 – sind gegenläufig: Während die Radionutzung in den heimischen vier Wänden etwas zurückgeht, steigen Tagesreichweite und Hördauer außer Haus leicht an.

Auch der aktuelle Vergleich mit dem Vorjahr signalisiert gemessen an den Kriterien Hörer gestern und Hördauer ein gleichbleibend hohes Niveau. Die Tagesreichweite liegt aktuell mit 79,3 Prozent 0,1 Prozentpunkte über dem Vorjahresergebnis, die Hördauer mit 193 Minuten liegt drei Minuten unter dem Wert des Vorjahres.

Radio in der Konkurrenz elektronischer Medien

Gemessen an den in der ma 2005 Radio II ermittelten Tagesreichweiten liegt das Fernsehen mit 84,6 Prozent auf Platz 1, knapp gefolgt vom Hörfunk mit – wie beschrieben – 79,3 Prozent (vgl. Tabelle 2). Die Tonträger (abgefragt: CD, Kassetten etc. hören) kommen auf eine Tagesreichweite von 20,1 Prozent, leicht höher ist die Zahl der PC-Nutzer am Durchschnittstag mit 21,3 Prozent. Für Video registriert die ma nur 3 Prozent pro Tag. Die Nutzungsdauern von Fernsehen und Hörfunk liegen mit 202 Minuten bzw. 193 Minuten eng beieinander, auf die PC-Nutzung entfallen 56 Minuten, auf die Tonträger 30 Minuten. Im Schnitt sieht jeder Bundesbürger an einem durchschnittlichen Tag vier Minuten Video.

Nach den Ergebnissen der ma 2005 Radio II erreichen Fernsehen und Hörfunk gemeinsam an einem Durchschnittstag 95,8 Prozent aller Bundesdeutschen ab 14 Jahre, verbunden mit einer Nutzungsdauer von 392 Minuten oder über sechseinhalb Stunden (bezogen auf den Durchschnittstag von Montag bis Sonntag von 5.00 bis 24.00 Uhr).

Ein Blick in das Standardsystem der Fernsehforschung, das AGF/GfK Fernsehpanel, zeigt für zur ma-Erhebung vergleichbare Zeiträume, dass auch bei der Fernsehnutzung die Grenzen des Wachstums erreicht zu sein scheinen. Es ist unbestreitbar, dass insbesondere jüngere Personen mit einem stetig wachsenden Medienangebot konfrontiert werden, gleichzeitig aber nur ein begrenztes Zeitbudget zur Verfügung haben. Den Mediennutzern bleibt damit für jedes Medium weniger Zeit übrig. Diese Entwicklung trifft natürlich nicht nur das Medium Radio, sondern ist auch zum Teil bei anderen Medien zu beobachten. So geht die tägliche Sehdauer bei den 14- bis 29-Jährigen leicht von 145 auf 140 Minuten zurück. Im Fünfjahresvergleich sinkt die Sehdauer bei den 14- bis 19-Jährigen sogar von 119 auf 112 Minuten pro Tag. Anders allerdings das Bild bei der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre: Hier steigt die tägliche Sehdauer im gleichen Zeitraum um 10 Prozent.

**Radionutzung auf
hohem Niveau**

**TV und Radio mit
gemeinsamer Tages-
reichweite von 96 %**

* SWR Medienforschung/Programmstrategie;

** ARD-Werbung SALES & SERVICES, Frankfurt/Main.

① **Radio hören im und außer Haus 2002 bis 2005**

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

	ma 2002	ma 2003	ma 2004	ma 2005
Radio gesamt				
Weitester Hörerkreis in %	94,5	94,6	94,6	94,4
Hörer gestern in %	79,5	79,0	79,2	79,3
Dauer in Minuten	202	196	196	193
Verweildauer in Minuten	254	248	248	244
Radio hören im Haus				
Hörer gestern in %	65,8	64,8	63,5	63,6
Dauer in Minuten	119	115	111	109
Verweildauer in Minuten	180	177	175	171
Radio hören außer Haus				
Hörer gestern in %	43,1	43,3	44,7	45,3
Dauer in Minuten	80	79	82	82
Verweildauer in Minuten	187	183	184	181

Quellen: ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II, ma 2005 II.

Radio behält auch bei Jugendlichen seine Leitfunktion

Mit der ma 2005 II wurde erstmals auch der Besitz von modernen Musikabspielgeräten wie MP3-Playern abgefragt. Die Radionutzung von Jugendlichen wird davon offensichtlich zur Zeit nur wenig beeinflusst. Die Hördauer in der entsprechenden Kategorie „CD/Kassette etc. hören“ ist zwar bei Besitzern eines MP3-Players um einiges höher als bei Personen ohne MP3-Player (vgl. Tabelle 3), die manchmal voreilig geäußerte Schlussfolgerung, mobile Geräte wie iPod oder MP3-Player würden die Radionutzung verdrängen, scheint sich aber nur eingeschränkt zu bestätigen. Die iPod-Nutzer sind musikkaffin, sie hören mehr Radio als solche Personen, denen die iPods fremd sind und die stattdessen mehr fernsehen. Radio behält somit auch bei diesen Jugendlichen seine wichtige Funktion als Orientierungshilfe und Trendsetter innerhalb der Musikbranche.

Bei einer Analyse nach den Wochenabschnitten Montag bis Freitag, Samstag und Sonntag zeigen sich interessante Differenzierungen. Die Tagesreichweite an den Werktagen ist nahezu unverändert – im Vergleich zwischen der aktuellen ma 2005 II und der ma 2004 II steigt sie leicht –, an den Samstagen bleibt sie konstant und an den Sonntagen geht sie leicht zurück (vgl. Tabelle 4). In allen Wochenabschnitten bleibt die Hördauer konstant zu den Daten der Vorjahres-ma.

Männer hören etwas mehr, Frauen etwas weniger Radio

Die Veränderungen bei der Radionutzung von Frauen und Männern sind gegenläufig. Während die Radionutzung bei den Männern leicht zunimmt, geht sie bei den Frauen etwas zurück (vgl. Tabelle 5). In den einzelnen Altersgruppen zeichnen sich etwas unterschiedliche Entwicklungen ab. Besonders

auffallend ist dabei – nach einer im vergangenen Jahr erkennbaren Stabilisierung in der Tagesreichweite und in der Hördauer – der Rückgang der Radionutzung sowohl bei den Jugendlichen, also bei den 14- bis 19-jährigen, als auch bei den 20- bis 29-jährigen.

Der Hörer-Gestern-Wert sinkt auf aktuell 72,7 Prozent bei den 14- bis 19-jährigen bzw. 73 Prozent bei den 20- bis 29-jährigen, die Hördauer liegt in der aktuellen ma bei 109 bzw. 172 Minuten und damit jeweils um 13 Minuten unter dem entsprechenden Vorjahreswert. Insgesamt setzt sich damit eine seit einiger Zeit zu beobachtende tendenzielle Abnahme der quantitativen Nutzung des Mediums Radio bei Jugendlichen fort. Bestätigt wird diese Entwicklung auch durch Schüler bzw. sich in Ausbildung Befindliche, deren Hördauer um 12 bzw. 14 Minuten zurückgeht.

Radionutzung bei Jugendlichen etwas niedriger

Radiohören im Haus und außer Haus in der aktuellen Entwicklung

Zurück zu den Tagesreichweiten im Wochendurchschnitt. Hinter den weitgehend stabilen Gesamtwerten sind interessante Nuancierungen bei der Im-Haus- und der Außer-Haus-Nutzung festzustellen. So zeigen sich beispielsweise in den Altersgruppen folgende Tendenzen im Jahresvergleich der beiden Untersuchungen ma 2004 Radio II und ma 2005 Radio II: Bei den 14- bis 29-jährigen zeichnet sich jeweils – im Haus und außer Haus – ein Rückgang der Tagesreichweite ab, auch die Hördauer und die Verweildauer sinken im Haus und außer Haus (vgl. Tabelle 6). Bei den 30- bis 49-jährigen zeigt sich eine leicht gegenläufige Entwicklung sowohl in der Tagesreichweite als auch in der Hördauer. Und beispielhaft für leichte Veränderungen der Radionutzung ist noch ein Blick auf die ab 50-jährigen: Hier bleibt die Tagesreichweite im Haus fast konstant, während sie außer Haus erheblich ansteigt.

② Mediennutzung pro Tag 2002 bis 2005

Mo–So, Personen ab 14 J., BRD gesamt

	ma 2002	ma 2003	ma 2004	ma 2005
Radio gesamt				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	79,5	79,0	79,2	79,3
Dauer in Minuten	202	196	196	193
Verweildauer in Minuten	254	248	248	244
Fernsehen gesamt				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	83,9	84,5	84,7	84,6
Dauer in Minuten	198	199	202	202
Verweildauer in Minuten	237	236	238	238
TV und Radio				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	95,9	96,0	96,0	95,8
Dauer in Minuten	397	393	396	392
Verweildauer in Minuten	414	409	412	409
Video				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	1,8	1,9	2,3	3
Dauer in Minuten	2	3	3	4
Verweildauer in Minuten	128	132	128	130
Fernsehen und Video				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	84,3	85,0	85,3	85,3
Dauer in Minuten	201	202	205	205
Verweildauer in Minuten	238	237	240	240
CD/Kassette hören				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	15,1	16,0	18,1	20,1
Dauer in Minuten	23	24	28	30
Verweildauer in Minuten	149	148	154	149
Radio und CD/Kassette				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	83,1	82,9	83,4	84,5
Dauer in Minuten	224	219	223	222
Verweildauer in Minuten	269	264	268	263
Mit PC beschäftigen				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	10,5	13,0	18,1	21,3
Dauer in Minuten	25	32	48	56
Verweildauer in Minuten	236	247	263	263
Audiovisuelle Medien klassisch (CD/Kassette, TV, Video, Radio)				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	96,9	97,1	97,3	97,2
Dauer in Minuten	421	418	425	425
Verweildauer in Minuten	434	431	437	437
Komplementärmedien (CD/Kassette, Video, PC)				
(netto 05.00–24.00 Uhr) in %	24,1	26,5	32,1	36,3
Dauer in Minuten	49	57	77	87
Verweildauer in Minuten	203	215	239	241

Quellen: ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II, ma 2005 II.

**ma 2005 bestätigt
Radio als „Überall-
medium“**

Die generelle Bedeutung von Radio als „Überall-Medium“ wird von der ma 2005 Radio II erneut belegt, bei leichten Verschiebungen bei den einzelnen Nutzungsorten. Nach den Ergebnissen der ma 2003 entfielen 59 Prozent der Radionutzung auf die Im-Haus-Nutzung und 40 Prozent auf die Außer-Haus-Nutzung (die Differenz von 1%-Punkt zu 100 ist auf Rundungen zurückzuführen). Nach den aktuellen Resultaten der ma 2005 Radio II fallen 57 Prozent der Radionutzung im Haus an und 43 Prozent auf die Nutzung außerhalb des eigenen Haushalts – also eine leichte Verschiebung in Richtung Außer-Haus-Nutzung (vgl. Tabelle 7).

Diese Tendenz zeigt sich bei allen hier dargestellten soziodemographischen Gruppen. Am stärksten fällt der Trend in Richtung der Außer-Haus-Nutzung (+4%-Punkte) bei den 30- bis 49-Jährigen aus. In dieser Gruppe beträgt dieser Anteil mittlerweile 56 Prozent, ein Wert, der nur noch von den Berufstätigen (59%) und generell den 14- bis 29-Jährigen (60%) übertroffen wird.

③ Radio und MP3-Player

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

	Bevölkerung in Mio		Hörer gestern Reichweite in %		Radio gesamt Hördauer in Min		CD/Kassette etc. Hördauer in Min	
	Gesamt	Besitz	Gesamt	Besitz	Gesamt	Besitz	Gesamt	Besitz
		MP3-Player		MP3-Player		MP3-Player		MP3-Player
Alter in Jahren								
Personen ab 14 Jahre	64,889	15,004	79,3	79,4	193	195	30	53
14-19 Jahre	5,081	2,921	72,7	68,9	109	103	79	87
20-29 Jahre	7,771	3,269	73,0	75,2	172	177	61	71
30-39 Jahre	10,991	3,338	81,9	82,3	217	218	35	44
40-49 Jahre	11,608	3,336	84,3	86,1	231	251	27	34
50 Jahre und älter	29,438	2,140	79,1	85,6	189	225	13	25
Soziodemographische Merkmale								
Männer	31,183	9,248	80,7	79,3	201	201	31	53
Frauen	33,706	5,756	78,0	79,7	186	186	30	54
in Ausbildung	6,902	3,846	72,4	69,7	110	105	75	83
berufstätig	33,504	9,553	83,2	83,5	222	233	33	44

Quelle: ma 2005 II.

④ Entwicklung der Hörfunknutzung 2002 bis 2005

Personen ab 14 J., BRD gesamt

	ma 2002	ma 2003	ma 2004	ma 2005
Montag bis Freitag				
Hörer gestern in %	81,6	80,9	81,2	81,6
Hördauer in Minuten	216	210	210	206
Verweildauer in Minuten	264	259	259	253
Samstag				
Hörer gestern in %	76,5	76,8	76,9	76,7
Hördauer in Minuten	182	177	176	176
Verweildauer in Minuten	239	230	228	230
Sonntag				
Hörer gestern in %	72,2	71,6	71,7	70,4
Hördauer in Minuten	151	146	145	145
Verweildauer in Minuten	210	204	202	206
Montag bis Sonntag				
Hörer gestern in %	79,5	79,0	79,2	79,3
Hördauer in Minuten	202	196	196	193
Verweildauer in Minuten	254	248	248	244

Quellen: ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II, ma 2005 II.

**20- bis 39-Jährige
hören Radio häufiger
außer Haus**

Das Bild der Im-Haus- und der Außer-Haus-Radiounutzung lässt sich weiter detaillieren. Bei der Gesamtheit der Bevölkerung, bei Frauen und bei Männern, ist die Tagesreichweite Radio (Montag bis Sonntag) im Haus höher als die Tagesreichweite für die Außer-Haus-Nutzung (vgl. Tabelle 8). Das heißt, das Radio wird häufiger im eigenen Haushalt genutzt als außerhalb. Dies gilt auch für die 14- bis 19-Jährigen und für die ab 40-Jährigen. Die 20- bis 39-Jährigen hören Radio dagegen deutlich häufiger außer Haus als im Haus. Gerade in

dieser mobilen Altersgruppe ist Radio das Begleitmedium für die unterschiedlichsten Orte.

Der Stellenwert, den das Radio außer Haus mittlerweile erreicht hat, resultiert insbesondere aus den beiden Kontexten Radiohören bei der Arbeit und Radiohören im Auto. Allerdings unterscheiden sich diese beiden Nutzungsbereiche deutlich in ihrer Struktur: 10,9 Prozent aller Personen ab 14 Jahre hören an einem Durchschnittstag (Montag bis Sonntag) außer Haus bei der Arbeit Radio. Die Hördauer dieser Hörerinnen und Hörer beläuft sich auf insgesamt 46 Minuten, ein Resultat der hohen Verweildauer bei der Radionutzung am Arbeitsplatz. Anders das Bild beim Autofahren: 39,5 Prozent aller Personen ab 14 Jahre hören zumindest

⑤ Hörfunknutzung nach soziodemographischen Gruppen 2004 und 2005

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

	Hörer gestern in %		Index ¹⁾	Hördauer in Minuten		Index ¹⁾
	ma 2004	ma 2005		ma 2004	ma 2005	
Personen ab 14 Jahre	79,2	79,3	100	196	193	98
Männer	79,9	80,7	101	199	201	101
Frauen	78,5	78,0	99	194	186	96
Alter in Jahren						
14-19	74,9	72,7	97	122	109	89
20-29	75,3	73,0	97	185	172	93
30-39	82,1	81,9	100	221	217	98
40-49	83,8	84,9	101	225	231	103
50-59	84,1	83,9	100	222	216	97
60-69	80,4	80,9	101	200	196	98
70 u. älter	69,6	72,4	104	150	155	103
Bildung						
Schüler in allgemeinbildender Schule	74,5	72,5	97	98	86	88
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	69,6	67,6	97	176	174	99
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	79,0	80,1	101	207	206	100
weiterführende Schule/Mittlere Reife	83,0	83,1	100	223	218	98
Fach-/Hochschulreife o. Studium	78,4	77,0	98	170	163	96
Fach-/Hochschulreife m. Studium	81,1	81,6	101	160	167	104
Beruf						
in Ausbildung	75,1	72,4	96	124	110	89
berufstätig	82,7	83,2	101	223	222	100
Rentner/Pensionär	75,3	76,3	101	174	174	100
nicht berufstätig	76,7	74,7	97	193	186	96

1) ma 2004 = 100.

Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II.

kurz im Auto Radio, damit werden insgesamt 30 Minuten zur Gesamtradiounutzung beigetragen. Hier liegt die Verweildauer naturgemäß erheblich niedriger als bei der Arbeit, ist doch die Arbeitszeit in der Regel länger als die Fahrtzeit zum Beispiel von und zur Arbeit.

Fast 40 % der Erwachsenen nutzen Radio täglich beim Autofahren

39,5 Prozent aller Personen ab 14 Jahre nutzen an einem durchschnittlichen Wochentag das Radio beim Autofahren. Bei einer Gesamtreichweite des Mediums von 79,3 Prozent bedeutet dies, dass fast jeder zweite Hörer/jede zweite Hörerin Radio auch auf der Straße hört. So liegt die Tagesreichweite des Hörfunks im Auto bei den 30- bis 39-Jährigen mit 53,5 Prozent und bei den 40- bis 49-Jährigen mit 54,3 Prozent weit über dem Durchschnitt. Die Hördauer beträgt 43 bzw. 45 Minuten. Somit fallen bei diesen Altersgruppen rund 20 Prozent der Radionutzung während des Autofahrens an.

Entwicklung im Tagesverlauf

Bei der Radionutzung im Tagesablauf, die sich aus den beschriebenen Puzzleteilen zusammensetzt, ergeben sich zwischen den beiden ein Jahr auseinander liegenden Media-Analysen für die Gesamtbevölkerung so gut wie keine Unterschiede. Nach wie vor liegt der Nutzungspike in der Zeit zwischen 8.00 Uhr und 9.30 Uhr (vgl. Abbildung 1).

Bei der Betrachtung der einzelnen Altersgruppen zeigt sich bei den 14- bis 29-Jährigen eine insgesamt relativ hohe Stabilität. Am Morgen gibt es bei den 14- bis 29-Jährigen nicht den klassischen Peak wie bei den anderen Altersgruppen, dann bleibt das Niveau über den Tag relativ gleich (vgl. Abbildung 2). Insgesamt ist der Level über den Tag hinweg etwas geringer als im Vorjahr. Das fast gleich bleibende Nutzungsniveau ist im Übrigen besonders für die Programm- und Werbeplanung ein interessanter Aspekt: Junge Zielgruppen sind tagsüber zu jedem Zeitpunkt mit Radio gleichermaßen gut zu erreichen. Bei den 30- bis 49-Jährigen zeigt sich erneut eine hohe Stabilität (vgl. Abbildung 3).

Jüngere tagsüber mit gleichbleibendem Nutzungsniveau

Weitgehend unverändert zeigt sich auch das Bild bei der Altersgruppe ab 50 Jahre mit einer im Vergleich zur ma des Vorjahres geringfügig niedrigeren Nutzung zwischen 12.00 Uhr und 14.00 Uhr. Hier bleibt der bekannte Peak am Morgen mit dem höchsten Wert zwischen 8.00 Uhr und 9.30 Uhr (vgl. Abbildung 4).

Ältere mit Nutzungspike am Morgen und frühen Vormittag

⑥ Radio hören im Haus und außer Haus 2004 und 2005

Mo-So, BRD gesamt

	Radionutzung								
	gesamt		Index	im Haus		Index	außer Haus		Index
	ma 2004	ma 2005	ma 2004 =100	ma 2004	ma 2005	ma 2004 =100	ma 2004	ma 2005	ma 2004 =100
Reichweite in %									
Personen ab 14 Jahre	79,2	79,3	100	63,5	63,6	100	44,7	45,3	101
14-29 Jahre	75,1	72,9	97	54,2	53,1	98	45,8	43,9	96
30-49 Jahre	82,9	83,1	100	60,6	61,0	101	60,5	60,9	101
50 Jahre und älter	78,1	79,1	101	69,9	70,2	100	31,9	34,0	107
Schüler in allgemeinbildender Schule	74,5	72,5	97	64,2	62,9	98	27,4	26,3	96
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	69,6	67,6	97	58,4	56,9	97	27,1	26,3	97
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	79,0	80,1	101	65,0	65,9	101	40,9	43,0	105
weiterführende Schule/Mittlere Reife	83,0	83,1	100	64,6	64,9	100	54,6	54,2	99
Fach-/Hochschulreife o. Studium	78,4	77,0	98	58,8	56,2	96	51,7	50,5	98
Fach-/Hochschulreife m. Studium	81,1	81,6	101	63,1	64,5	102	49,0	50,7	103
in Ausbildung	75,1	72,4	96	60,8	57,3	94	36,1	35,2	98
berufstätig	82,7	83,2	101	60,1	60,9	101	60,9	61,2	100
Rentner/Pensionär	75,3	76,3	101	70,3	70,6	100	21,2	23,9	113
nicht berufstätig	76,7	74,7	97	64,8	64,1	99	37,8	34,7	92
Hördauer in Min.¹⁾									
Personen ab 14 Jahre	196	193	98	111	109	98	82	82	100
14-29 Jahre	160	147	92	62	57	92	95	87	92
30-49 Jahre	223	224	100	99	98	99	123	125	102
50 Jahre und älter	190	189	99	143	140	98	45	47	104
Schüler in allgemeinbildender Schule	98	86	88	65	58	89	29	24	83
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	176	174	99	126	123	98	48	48	100
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	207	206	100	127	126	99	78	78	100
weiterführende Schule/Mittlere Reife	223	218	98	111	108	97	110	108	98
Fach-/Hochschulreife o. Studium	170	163	96	83	73	88	85	88	104
Fach-/Hochschulreife m. Studium	160	167	104	86	91	106	71	73	103
in Ausbildung	124	110	89	64	54	84	57	53	93
berufstätig	223	222	100	92	90	98	130	130	100
Rentner/Pensionär	174	174	100	150	149	99	21	23	110
nicht berufstätig	193	186	96	154	152	99	37	31	84
Verweildauer in Min.²⁾									
Personen ab 14 Jahre	248	244	98	175	171	98	184	181	98
14-29 Jahre	213	202	95	114	108	95	208	199	96
30-49 Jahre	269	270	100	163	160	98	203	205	101
50 Jahre und älter	244	239	98	204	199	98	141	138	98
Schüler in allgemeinbildender Schule	131	118	90	101	92	91	104	91	88
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	253	257	102	215	216	100	176	183	104
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	263	258	98	196	191	97	190	181	95
weiterführende Schule/Mittlere Reife	269	263	98	172	167	97	201	200	100
Fach-/Hochschulreife o. Studium	217	212	98	141	131	93	164	174	106
Fach-/Hochschulreife m. Studium	198	205	104	137	141	103	146	145	99
in Ausbildung	165	152	92	105	94	90	157	151	96
berufstätig	270	267	99	153	148	97	213	212	100
Rentner/Pensionär	232	228	98	214	210	98	99	95	96
nicht berufstätig	251	249	99	238	237	100	97	90	93

1) Basis: gesamte Bevölkerung.

2) Basis: Hörfunknutzer.

⑦ **Anteile der Radionutzung im Haus und außer Haus 2003 bis 2005**

Mo-So, BRD gesamt, Anteil an der Hördauer in %

	ma 2003			ma 2004			ma 2005		
	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus	gesamt	im Haus	außer Haus
Personen ab 14 Jahre	100	59	40	100	57	42	100	57	43
14-29 Jahre	100	41	58	100	39	59	100	40	60
30-49 Jahre	100	47	52	100	44	55	100	44	56
50 Jahre und älter	100	76	23	100	75	24	100	75	25
Schüler in allgemeinbildender Schule	100	71	24	100	66	30	100	71	29
Haupt-/Volksschulabschluss o. Lehre	100	72	26	100	72	27	100	72	28
Haupt-/Volksschulabschluss m. Lehre	100	64	35	100	61	38	100	62	38
weiterführende Schule/Mittlere Reife	100	51	48	100	50	49	100	50	50
Fach-/Hochschulreife o. Studium	100	48	51	100	49	50	100	45	55
Fach-/Hochschulreife m. Studium	100	56	43	100	54	44	100	55	45
in Ausbildung	100	53	44	100	52	46	100	50	50
berufstätig	100	43	56	100	41	58	100	41	59
Rentner/Pensionär	100	87	11	100	86	12	100	87	13
nicht berufstätig	100	82	18	100	80	19	100	83	17

Quellen: ma 2003 II, ma 2004 II, ma 2005 II.

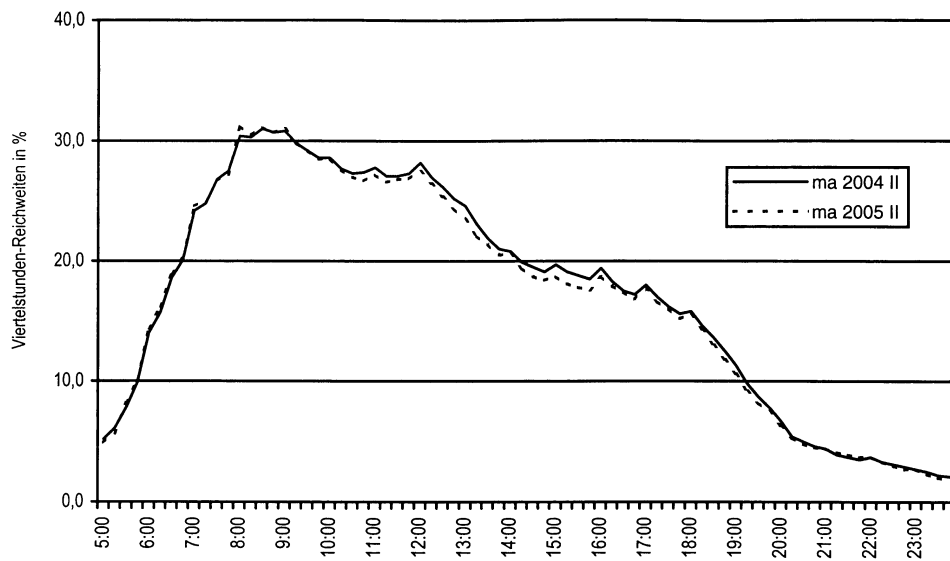
⑧ **Radio hören und Tätigkeiten nach soziodemographischen Gruppen 2005**

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

	Radio hören und ... Hördauer in Minuten						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto-fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 Jahre	30	36	46	30	38	109	82
Männer	27	18	67	39	40	87	111
Frauen	33	53	27	22	36	129	55
Alter in Jahren							
14-19	14	5	27	13	30	55	50
20-29	16	16	73	31	24	59	112
30-39	23	31	81	43	29	86	129
40-49	29	41	72	45	34	109	120
50-59	33	43	51	36	41	123	91
60-69	44	53	8	24	53	155	38
70 u. älter	40	45	1	9	47	139	13
	Radio hören und ... Reichweite in %						
	Essen	Arbeit im Haus	außer Haus	Auto-fahren	sonstige Tätigkeiten	im Haus gesamt	außer Haus gesamt
Personen ab 14 Jahre	50,6	23,6	10,9	39,5	26,8	63,6	45,3
Männer	48,4	13,1	15,1	45,5	27,3	60,7	52,3
Frauen	52,6	33,4	7,0	34,0	26,3	66,3	38,8
Alter in Jahren							
14-19	39,6	5,3	6,2	22,2	26,6	59,8	31,5
20-29	32,3	12,0	16,5	42,8	18,5	48,7	52,1
30-39	42,4	20,5	18,9	53,5	21,6	56,6	60,9
40-49	52,0	24,5	17,5	54,3	24,9	65,2	60,8
50-59	57,0	26,9	12,1	46,8	29,2	69,4	51,9
60-69	63,7	33,2	2,0	31,2	33,2	72,8	34,4
70 u. älter	58,3	31,6	0,4	14,1	32,3	68,3	15,9

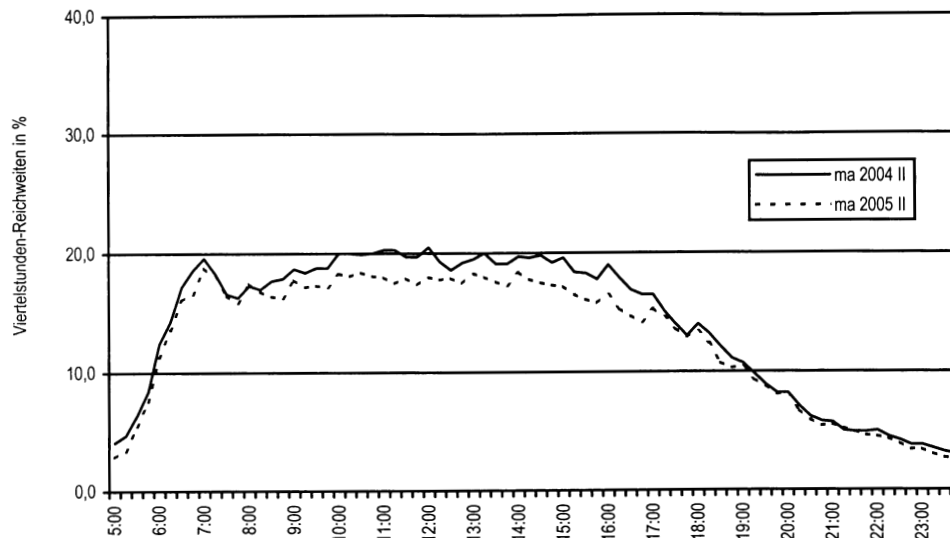
Quelle: ma 2005 II.

Abb. 1 Radionutzung im Tagesverlauf 2004 und 2005
 Personen ab 14 J., BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II.

Abb. 2 Radionutzung der 14- bis 29-Jährigen im Tagesverlauf 2004 und 2005
 BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II.

Schließlich noch ein Blick auf die Radionutzung der Berufstätigen im Tagesverlauf unter der Woche von Montag bis Freitag: Insgesamt erfreut sich das Radio am Arbeitsplatz und/oder im Berufsverkehr – mit Nutzungswerten von über 30 Prozent zwischen 6.30 Uhr und 10.30 Uhr – einer unverändert hohen Akzeptanz. Nur am Nachmittag zwischen 12.00 Uhr und 16.30 Uhr findet im Jahresvergleich eine tendenziell etwas niedrigere Nutzung statt (vgl. Abbildung 5).

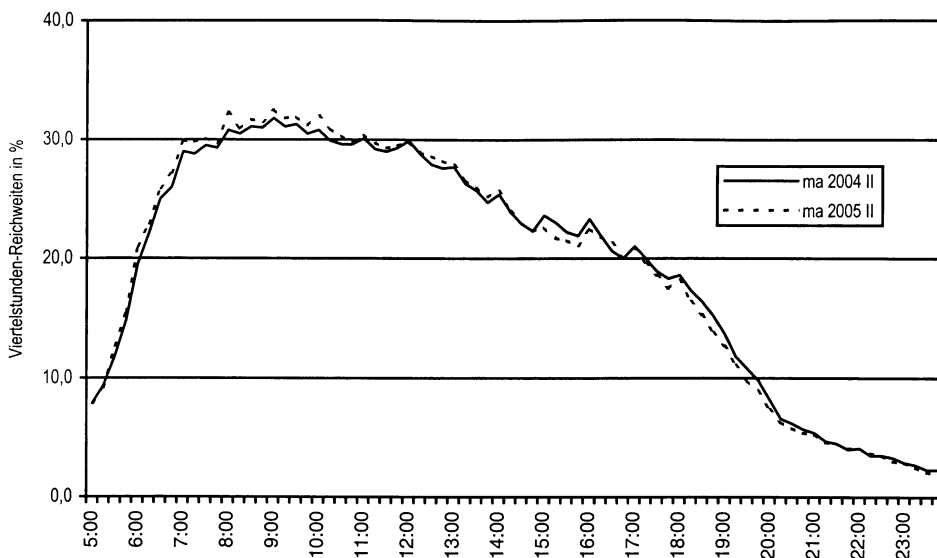
Radionutzung nach Hörertypen

Mit den Tagesablaufstrukturen, wie sie die Abbildungen dokumentieren, lassen sich Nutzungsmuster über den Tag hinweg analysieren. Eine weitergehende Analyse erlaubt es, Hörerinnen und Hörer in Vielhörer, Frühhörer, Vormittagshörer, Späthörer und Gelegenheitshörer zu differenzieren. Im Folgenden liegt erneut der Durchschnittstag von Montag bis Sonntag zugrunde.

Zunächst ein Blick auf die Hörertypen nach charakteristischen soziodemographischen Merkmalen: Die Viel- und Späthörer sind eher berufstätige Männer mit durchschnittlichem oder leicht über-

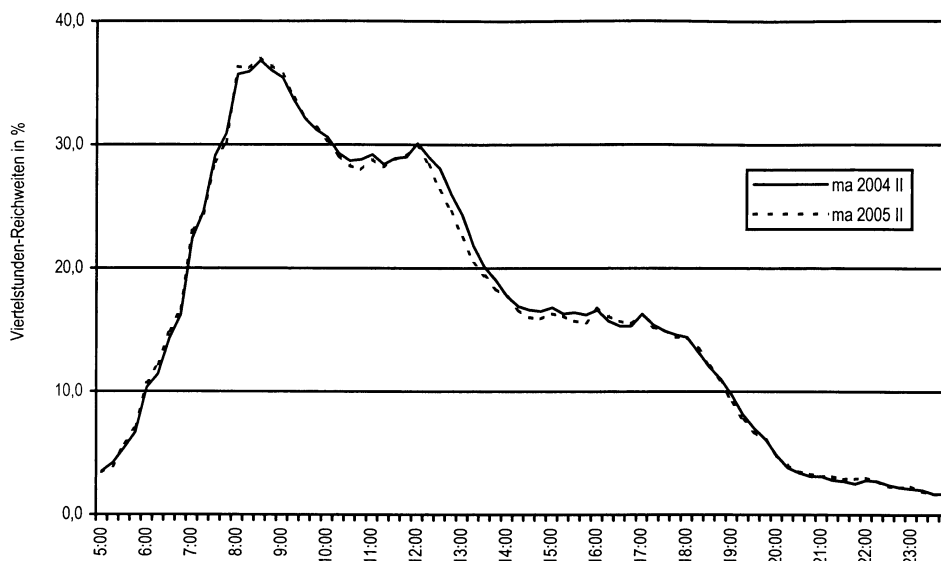
Fünf Hörertypen unterschieden

Abb. 3 Radionutzung der 30- bis 49-Jährigen im Tagesverlauf 2004 und 2005
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II.

Abb. 4 Radionutzung der ab 50-Jährigen im Tagesverlauf 2004 und 2005
BRD gesamt, Mo-So



Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II.

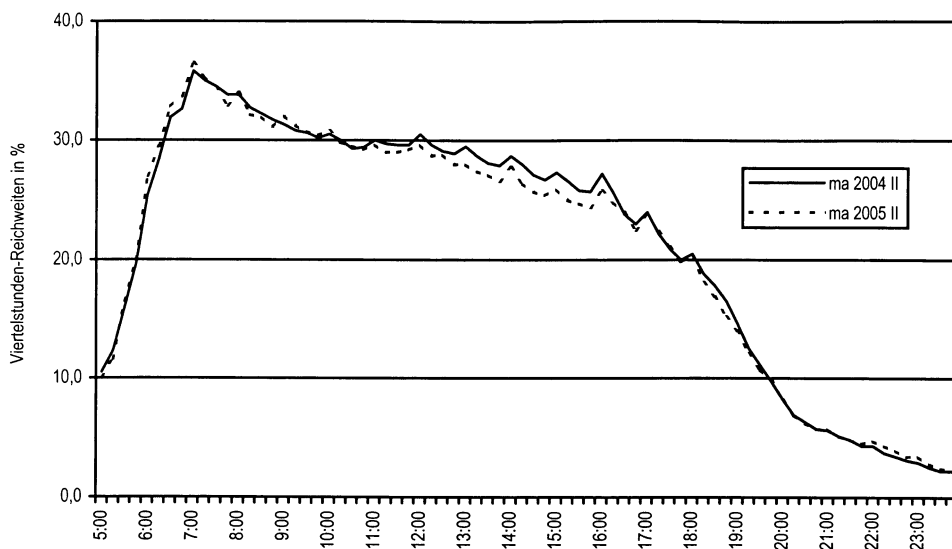
durchschnittlichem Einkommen und etwas jünger als der durchschnittliche Hörer, wohingegen die Früh- und Vormittagshörer eher hausaltsführende Frauen und eher älter als der durchschnittliche Hörer sind. Dagegen sind die Gelegenhörer eher jüngere hausaltsführende Frauen und die Wenighörer eher bei den bis 29-Jährigen oder ab 60-Jährigen zu finden und eher hausaltsführende Frauen (vgl. Tabelle 9).

oder über den ganzen Tag hinweg einzuschalten. Die 20- bis 29-Jährigen gehören schon zu den Vielhörern, jedoch weniger am Vormittag als in der Frühe oder am späten Abend. Die 30- bis 59-Jährigen sind Vielhörer, die Radio eher früh als spät oder am Vormittag einschalten. Personen ab 60 Jahre hören Radio eher am Vormittag und in der Frühe als am späten Abend. Zudem haben sie den höchsten Anteil an den Wenighörern vor der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen.

Teenager eher Gelegenheits- und Späthörer

Nach Altersgruppen sind die jungen Hörer zwischen 14 und 19 Jahren eher Gelegenheits- und Späthörer, da sie aufgrund des Schulbesuchs weniger die Möglichkeit haben, das Radio vormittags

Abb. 5 Radionutzung von Berufstätigen im Tagesverlauf 2004 und 2005
 Personen ab 14 J., BRD gesamt, Mo-Fr



Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II.

⑨ Hörertypen

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

	Gesamt	Vielhörer	Frühhörer	Vormittagshörer	Späthörer	Gelegenheitshörer	Wenighörer
Hochrechnung in Mio	64,889	8,328	14,630	10,966	9,375	16,223	5,368
Zusammensetzung in %	100	13	23	17	14	25	8
Weitester Hörerkreis in %	94,4	99,8	99,1	99,1	99,4	96,2	49,3
Hörer gestern in %	79,3	95,7	91,7	88,9	89,7	68,2	15,9
Hördauer in Minuten	193	432	184	268	180	93	20
Verweildauer in Minuten	244	452	200	301	201	137	125
Radio hören im Haus, Anteil in %	57	51	62	61	60	54	25
Radio hören außer Haus, Anteil in %	43	49	38	39	40	46	75
Altersstruktur in %							
Personen ab 14 Jahre	100	13	23	17	14	25	8
14-19 Jahre	100	5	19	6	22	39	9
20-29 Jahre	100	12	17	14	18	29	10
30-39 Jahre	100	16	23	15	15	24	6
40-49 Jahre	100	17	27	13	16	21	6
50-59 Jahre	100	15	26	14	16	22	6
60-69 Jahre	100	13	21	26	9	23	8
70 Jahre und älter	100	7	20	25	9	25	14
Soziodemographische Merkmale in %							
Männer	48	56	46	44	56	47	42
Frauen	52	44	54	56	44	53	58
berufstätig	52	65	57	41	64	45	36
in Ausbildung	11	4	9	4	16	16	12
haushaltsführend	55	53	56	61	44	53	64
Nettoeinkommen Befragter							
bis 500 Euro	11	8	11	13	9	13	13
500 - 1000 Euro	21	18	22	23	17	21	27
1000 - 1500 Euro	22	22	22	24	22	20	23
1500 Euro und mehr	32	43	33	30	40	28	20
Kein eigenes Einkommen	14	9	12	11	12	19	18

Quelle: ma 2005 II.

Insgesamt zeigt sich folgende Verteilung: Die größte Hörergruppe sind mit rund 16,2 Millionen die Gelegenheitshörer. Ihnen folgen – in absoluten Zahlen – mit 14,63 Millionen die Frühhörer. 10,97 Millionen Hörerinnen und Hörer gehören in die Kategorie der Vormittagshörer. Späthörer sind insgesamt 9,38 Millionen, und 8,33 Millionen gehören in die Kategorie der Vielhörer. Die kleinste Gruppe stellen die 5,37 Millionen Wenighörer dar, die am Stichtag im Tagesverlauf selten oder gar nicht Radio nutzten. Auf Basis der Zusammensetzung ergibt sich folgendes Bild: 25 Prozent der Bevölkerung sind so genannte Gelegenheitshörer, 23 Prozent sind Frühhörer, 17 Prozent sind Vormittagshörer, 14 Prozent sind Späthörer, 13 Prozent gehören in die Kategorie der Vielhörer, und 8 Prozent gehören schließlich zu den Wenighörern.

Sowohl die Viel-, Früh-, Vormittags- als auch die Späthörer hören fast vollständig innerhalb von zwei Wochen Radio (99% WHK) und zu fast 90 Prozent an einem durchschnittlichen Tag. Bei den Gelegenheitshörern sinkt der WHK leicht auf 96,2 Prozent und die Tagesreichweite auf 68,2 Prozent. Selbst die Wenighörer hören Radio. 49,3 Prozent dieser Gruppe schalten innerhalb von zwei Wochen das Radio ein, 15,9 Prozent sogar am Durchschnittstag.

Vielhörer im Durchschnitt mehr als sieben Stunden Radionutzung pro Tag

In der Hördauer liegen die Vielhörer mit 452 Minuten und die Vormittagshörer mit 268 Minuten weit über dem bundesweiten Durchschnitt von 193 Minuten. Eine eher durchschnittliche Nutzung liegt bei den Späthörern mit 180 Minuten und bei den Frühhörern mit 184 Minuten vor. Die Gelegenheitshörer mit 93 Minuten und die Wenighörer mit 20 Minuten nutzen Radio weit unterdurchschnittlich.

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Verweildauer. Vielhörer mit 452 Minuten und Vormittagshörer mit 301 Minuten liegen weit über dem Durchschnitt von 244 Minuten. Späthörer mit 201 Minuten und Frühhörer mit 200 Minuten nutzen Radio leicht unterdurchschnittlich. Die Gelegenheitshörer, die Radio hören, nutzen das Medium am Tag mit 137 Minuten etwas intensiver als die Wenighörer mit 125 Minuten.

Vorwiegend im Haus nutzen die Früh-, Vormittags-, Spät- und Gelegenheitshörer Radio. Die Vielhörer schalten das Medium in der Regel sowohl im Haus als auch außer Haus ein. Die Wenighörer nutzen Radio, wenn sie es hören, weitgehend außer Haus.

Programmauswahl der Hörer

Zu den sich abzeichnenden Tendenzen in der Radionutzung – im Vergleich der ma 2005 Radio II mit den vorangegangenen Erhebungen – gehört auch eine konstante Entwicklung des gehörten Programmrepertoires innerhalb der letzten zwei Wochen (WHK) und der pro Tag gehörten Programme. Nach den Ergebnissen der ma 2002 lag die Zahl der Programme, die eine Person innerhalb von 14 Tagen (WHK) zumindest einmal kurz gehört hat, bei 4,0. Das bedeutet, dass vier Radioprogramme zum so genannten Relevant Set gehören, das heißt die Programmauswahl erfolgte in den vergangenen zwei Wochen zwischen durchschnittlich vier Programmen. Nach den Ergebnissen der ma 2005 Radio II bleibt dieser Wert mit 4,1 so gut wie konstant (vgl. Tabelle 10).

Zahl der gehörten Programme konstant

⑩ Anzahl genannter Programme/Senderbindung 2002 bis 2005

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

	ma 2002	ma 2003	ma 2004	ma 2005
Anzahl Programme im Weitesten Hörerkreis (14 Tage)				
1 Programm	15,2	15,5	15,0	15,1
2 Programme	15,8	14,7	15,1	15,3
3 Programme	14,5	14,4	14,7	14,0
4 Programme	13,4	13,2	12,8	13,2
5 Programme	10,4	10,4	10,5	10,2
6 Programme	8,1	8,2	8,2	8,2
7 Programme	5,8	5,8	6,0	6,3
8+ Programme	11,3	12,5	12,2	12,1
Durchschnitt alle Hörer	4,2	4,3	4,3	4,3
Durchschnitt alle Befragte	4,0	4,1	4,0	4,1
Anzahl Programme pro Tag				
1 Programm	63,9	63,8	62,9	62,2
2 Programme	25,0	25,3	25,3	25,5
3 Programme	7,4	7,7	8,1	8,2
4 Programme	2,3	2,1	2,4	2,5
5+ Programme	1,4	1,1	1,4	1,5
Durchschnitt alle Hörer	1,5	1,5	1,6	1,6

Quellen: ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II, ma 2005 II.

① **Hörfunknutzung in den einzelnen Bundesländern**

Mo-So, Personen ab 14 J.

Bundesland	Hörer gestern in %		Hördauer in Minuten	
	ma 2004	ma 2005	ma 2004	ma 2005
Norddeutschland				
Mecklenburg-Vorpommern	84,1	85,0	226	218
Schleswig-Holstein	82,7	82,0	215	213
Brandenburg	82,7	80,3	216	208
Niedersachsen	81,9	81,9	216	214
Stadtstaaten				
Hamburg	77,8	76,5	199	195
Berlin	76,7	78,1	183	181
Bremen	80,8	76,2	218	184
Mitteldeutschland				
Sachsen-Anhalt	80,7	82,2	219	199
Sachsen	83,0	83,3	209	196
Thüringen	79,4	82,7	204	210
Mitte/Süden/Westen				
Bayern	79,7	81,1	194	193
Hessen	78,0	78,0	192	186
Nordrhein-Westfalen	77,5	76,7	185	185
Südwestdeutschland				
Baden-Württemberg	77,7	77,0	184	181
Rheinland-Pfalz	74,7	75,6	184	184
Saarland	78,6	80,3	175	185

Quelle: ma 2004 II, ma 2005 II.

Bei der Zahl der an einem Tag durchschnittlich gehörten Programme ergibt sich ein marginaler Zuwachs, wenn man die nun 1,6 im Durchschnitt pro Tag gehörten Programme gegenüber den 1,5 der ma 2002 als Veränderung bewertet. Tendenziell ist dieser Effekt allerdings stärker auf Hörerinnen und Hörer zurückzuführen, die schon in der Vergangenheit eher drei oder mehr Programme gehört haben, als auf die, die am Tag ein (62,2% aller Radiohörer) oder maximal zwei Programme (25,5%) eingeschaltet hatten.

Hörfunknutzung nach Bundesländern

79,3 Prozent Tagesreichweite und 193 Minuten Hördauer sind die bundesdeutschen Durchschnittswerte für die Radionutzung. Traditionell gibt es dabei in Deutschland Bundesländer mit einer leicht oder deutlich überdurchschnittlichen Radionutzung und Bundesländer, bei denen das Gegenteil festzustellen ist. Diese Strukturen finden sich auch in der aktuellen Media-Analyse wieder: Die Bundesländer im Norden und die so genannten Neuen Bundesländer weisen mit Ausnahme der Stadtstaaten (Berlin, Bremen und Hamburg) eine überdurchschnittliche Radionutzung bezogen auf Tagesreichweite und Hördauer auf. Für die Bun-

Unterschiedliche Tagesreichweiten in den Bundesländern

desländer Nordrhein-Westfalen, Hessen, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz liegen die Werte (deutlich) unter dem Durchschnitt. Spitzenreiter in der Tagesreichweite ist Mecklenburg-Vorpommern mit 85 Prozent (Montag bis Sonntag), das mit einer Hördauer von 218 Minuten auch die Rangreihe der Länder in dieser Kategorie anführt (vgl. Tabelle 11).

Öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk im Vergleich

Nach den Ergebnissen der ma 2005 Radio II schalten täglich 34,166 Millionen Hörerinnen und Hörer mindestens ein Radioprogramm der ARD-Landesrundfunkanstalten oder der nationalen Programme Deutschlandradio und Deutschlandfunk ein (vgl. Tabelle 12). Alle bundesdeutschen Privatradios kommen gemeinsam auf 28,146 Millionen tägliche Hörer. Im mittelfristigen Vergleich ergibt sich daraus für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den letzten drei Jahren ein Plus von rund 1,311 Millionen Hörern, für den kommerziellen Wettbewerb ein Minus von rund 692 000 Hörerinnen und Hörern. Die größten Gewinner unter den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten waren in diesem mittelfristigen Vergleich der Südwestrundfunk (plus 0,771 Millionen Hörer), der Westdeutsche Rundfunk (plus 0,312 Millionen) und der Rundfunk Berlin Brandenburg (plus 0,137 Millionen).

Fazit

Insgesamt bestätigt die ma 2005 Radio II die hohe Wertschätzung, die der Hörfunk heute bei Hörerinnen und Hörern genießt, wobei fast alle Bundesdeutschen dieses Medium nutzen (WHK 94,4%). 79,3 Prozent Tagesreichweite, 193 Minuten durchschnittliche Hördauer pro Tag und 244 Minuten Verweildauer belegen die Stärke des Hörfunks.

Das aktuelle Bild der Radionutzung lässt sich wie folgt zusammenfassen: Hörfunk bleibt gemessen an der Zuwendungszeit mit weitem Abstand neben dem Fernsehen vor allen anderen Medien die Nummer 1 bei den Deutschen. Dabei nimmt die Bedeutung des Radios außer Haus weiter zu. Insgesamt bestätigt die ma 2005 Radio II die hohe Einbindung des Radios in die Alltagswirklichkeit der unterschiedlichsten Tätigkeiten. Nach einer Stabilisierung der Hördauer im vergangenen Jahr zeigt sich diesmal ein leichter Rückgang. Bei den 14- bis 29-Jährigen drückt sich der Wettbewerb in der Mediennutzung bei insgesamt gleich bleibendem Zeitbudget auch in der geringeren Hördauer aus. Die Datenanalyse verdeutlicht aber auch, dass ganz offensichtlich das Medium Radio – bei entsprechenden Angeboten – für die Generation der Jugendlichen seine Bedeutung als zentrales Medium behält. Die Radionutzung von Jugendlichen wird durch den Besitz eines MP3-Players offenbar weniger beeinflusst als vielleicht vermutet. Diese Personengruppe hat eine hohe Musikaffinität und nutzt „Live-Programme/Musik“ aus dem Radio und „Musikkonserven“ gleichermaßen und sich ergänzend. Die Zahl der Umschaltungen zwischen Programmen stabilisiert sich auf dem Niveau des Vorjahres, ein Aspekt, der die Anstrengungen der Programmveranstalter in Sachen Hörerbindung bestätigt.

Ö.-r. Radios haben mittelfristig Hörer gewonnen

Hohe Wertschätzung der Hörer für das Radio

Radio vor allem bei jüngeren Nutzern in hartem Wettbewerb um das Zeitbudget

⑫ Hörer gestern 2002 bis 2005

Mo-So, Personen ab 14 J.

	Hörer gestern in Mio				Differenz ma 2005 zu ma 2002
	ma 2002	ma 2003	ma 2004	ma 2005	
Basis	64,254	64,430	64,721	64,889	0,635
Radio Bremen	0,573	0,573	0,731	0,666	0,093
Norddeutscher Rundfunk	6,755	6,885	6,712	6,885	0,130
Westdeutscher Rundfunk	7,318	7,309	7,494	7,630	0,312
Hessischer Rundfunk	2,148	2,276	2,406	2,253	0,105
Südwestrundfunk	5,976	6,055	6,727	6,747	0,771
Saarländischer Rundfunk	0,466	0,458	0,494	0,540	0,074
Bayerischer Rundfunk	4,647	4,684	4,714	4,745	0,098
Rundfunk Berlin Brandenburg ¹⁾	1,764	1,822	1,845	1,901	0,137
Mitteldeutscher Rundfunk	4,389	4,499	4,197	4,238	-0,151
DeutschlandRadio Kultur ²⁾	0,243	0,219	0,252	-	-
Deutschlandfunk	1,164	1,182	1,081	1,180	0,016
ARD gesamt	32,855	33,295	33,879	34,166	1,311
Private gesamt	28,838	27,946	28,083	28,146	-0,692
Radio gesamt	51,090	50,907	51,265	51,448	0,358

1) Bis ma 2003 I Sender Freies Berlin/Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg.

2) Wegen Programmumstellung in der ma 2005 II nicht ausgewiesen.

Quelle: ma 2002 II, ma 2003 II, ma 2004 II, ma 2005 II.

**Stärke des Radios:
Vielfältige
Funktionen**

Schließlich bleibt festzuhalten: Die ma 2005 Radio II bestätigt die Stärke des Hörfunks auch in der Konkurrenz zum „klassischen Konkurrenten“ Fernsehen und zum „jungen Mitbewerber“ Internet und MP3. Das Medium Radio hat viele Funktionen, es unterhält und informiert, dient zur Entspannung

und Belebung. Das Radio behält auch die Funktion eines Navigators, auch und gerade bei der Musik. Radio ist und bleibt für seine Nutzer ein angenehmer und unverzichtbarer Begleiter im Tagesverlauf.

