

Studieninformationen ma 2011 Radio II UPDATE

Namens-/Schreibweisenänderungen bei Einzelsendern/Kombinationen	
<i>bisher gültiger Name</i>	<i>neuer Name</i>
100,6 Motor FM	FluxFM 100,6
Bayern 3	BAYERN 3
Hit-Radio Antenne 1	ANTENNE 1
JUMP	MDR JUMP
AS&S Radio Liga Live-Kombi	AS&S Radio Liga Live
Bavaria Kombi Bayern 1 + Bayern 3	Bavaria Kombi Bayern 1 + BAYERN 3
OSTDEUTSCHE JUGENDKOMBI	MDRW DIE JUNGE
Kombinationsangebote mit geänderter Zusammensetzung (mit sofortiger Gültigkeit)	
Ballungsraum Hamburg-Kombi	
Kombinationsangebote mit geänderter Zusammensetzung (ab 01.01.2012)	
AS&S Radio Deutschland-Kombi	
AS&S Radio Deutschland-Kombi	
AS&S Radio Deutschland-Kombi Kompakt	
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online (MF)	
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online (SA)	
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online (SO)	
AS&S Radio Fußball-Kombi	
AS&S Radio Liga Live	
AS&S Radio Nord-Citykombi	
AS&S Radio Nord-Kombi 14-49 (MF)	
AS&S Radio Nord-Kombi 14-49 (SA)	
AS&S Radio Nord-Kombi	
AS&S Radio West-Kombi	
City Kombi Rheinland-Pfalz	
RMS TESTMARKT KOMBI	
Städtekombi Brandenburg	
WFS Saarland Kombi	
neue Kombinationen (Gültigkeit ab 01.01.2012)	
AS&S Radio Deutschland-Kombi Entscheider	
Entscheider Kombi BAYERN 3 + B 5 aktuell	
HOT-FUNKPAKET MAX	
RMS RADIO KOMBI HESSEN	
ausgeschiedene Kombinationen (Gültigkeit bis zum 31.12.2011)	
Kombi hr3 + hr4	

Studieninformationen ma 2011 Radio II UPDATE

ma-Vergleiche

Als Vergleichsgröße wird der ma 2011 Radio II in diesem Tool neben der ma 2011 Radio I auch die Neuberechnung der ma 2010 Radio II Update nach neuen Konventionen gegenübergestellt. Dies ermöglicht direkte Aussagen zu Veränderungen der Hörschaften im Jahresvergleich.

Aufgrund der umfangreichen methodischen Modifikationen sind Vergleiche mit vorherigen Media Analysen Radio unzulässig.
Reichweitenveränderungen lassen keine direkten Rückschlüsse auf Hörergewinne oder Hörerverluste zu.

Grundgesamtheit

Grundgesamtheit und damit Basis für die Ausweisung:

- „Deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre“

Personen: Die deutschsprachige Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung ab 10 Jahre.

➤ **73,437 Mio.**

Haushalte: Alle Privathaushalte der Bundesrepublik Deutschland

➤ **39,520 Mio.**

Gebietsstand: Gemeindeverzeichnis (GV 100); Gebietsstand: 31.12.2009 des Statistischen Bundesamtes. Fortschreibung auf den Gebietsstand 31.12.2010 durch BIK ASCHPURWIS+BEHRENS GmbH aufgrund der Veränderungsmitteilungen durch die Statistischen Landesämter.

Durchführende Institute

ENIGMA / GfK Medienforschung
IFAK GmbH & Co. KG
IPSOS Deutschland GmbH
Media Markt Analysen GmbH & Co. KG
TNS Infratest MediaResearch
TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH

Erhebungszeiträume

ma 2011 Radio Herbstwelle 10	05.09.2010 – 19.12.2010
ma 2011 Radio Frühjahrswelle 11	02.01.2011 – 17.04.2011

Studieninformationen ma 2011 Radio II UPDATE

Fallzahlen		Gesamt		
Fallzahl / Summe Personengewichte (Deutschsprachige Bevölkerung 10+)		64.335		
Summe Haushaltsgewichte		64.335		
Radiosender - Erhebung				
Gestützt erhobene Hörfunksender per Abfrage:				
m 2011 RT Herbstwelle 10 272	m 2011 RT Frühjahrswelle 11 277	gesamt: 278		
Anzahl der Hörfunksender mit mindestens einer Nennung im Generalfilter („schon mal gehört“)		389		
Anzahl der Hörfunksender mit mindestens einer Nennung im Weitesten Hörerkreis (WHK)		376		
Anzahl der Hörfunksender mit mindestens einer Nennung im Tagesablauf (Tagesreichweite)		339		
Radiosender - Ausweisung		Montag-Freitag	Samstag	Sonntag
einzeln ausgewiesene Hörfunksender		102	101	70
ausgewiesene Kombinationen (inkl. Zusammenfassungen und Vermarkter-Kombinationen)		107	109	69
Wochentagsreichweiten				
<p>Seit der ma 2011 Radio I werden die Nutzungswahrscheinlichkeiten (p-Werte) für alle Radiosender und –kombinationen auf der Ebene „Wochentagsreichweiten“ veröffentlicht. Das heißt, es erfolgt eine differenzierte Ausweisung der p-Werte nach den Wochentagsgruppen (WGR) „Montag-Freitag“, „Samstag“ und „Sonntag“.</p> <p>Aufgrund der jeweils anderen Wochentagsbasis (Montag bis Freitag, Samstag, Sonntag vs. Montag bis Samstag) und eines geänderten Verrechnungsverfahrens sind die neuen p-Werte nicht mit den bis zur ma 2010 Radio II UPDATE erschienenen p-Werten vergleichbar. Auch Durchschnittsbildungen über die Wochentagsgruppen, die versuchen, die bisherige Basis nachzubilden, sind unzulässig.</p>				

Studieninformationen ma 2011 Radio II UPDATE

Berechnung der Werbemittelkontaktchance (WMK)

Ebenfalls wird mit der ma 2011 Radio I ein neues Verfahren zur Berechnung des WMK eingeführt.

Bisher wurde bei Angabe von zwei und mehr Radiosendern in einer Viertelstunde jedem dieser Sender die volle Viertelstunde als gehört angerechnet.

Nach neuer Konvention werden jetzt die Viertelstunden entsprechend der Anzahl der darin genannten Sender aufgeteilt und die daraus resultierenden Minuten den jeweiligen Sendern zugeordnet.

Neue Verrechnungskonvention bei Mehrfachnutzung einer Viertelstunde

Anzahl der Sender in der Viertelstunde	Aufteilung der Minuten
1	15
2	7,5
3	5
4	3,75

Daraus ergibt sich die leicht modifizierte Definition für die Werbemittelkontaktchance Radio (der Unterschied zur bisherigen Definition ist fett/kursiv hervorgehoben):

Kontakt mit einer durchschnittlichen Viertelstunde pro Stunde, in der Werbung geschaltet ist. Bei der Berechnung der Werbemittelkontaktchancen wird die Summe der gehörten Viertelstunden **anteile** zur Summe der gesamt möglichen Viertelstunden ins Verhältnis gesetzt.

Diese Änderung hat auch Auswirkungen auf die Berechnung von **Hör- und Verweildauer** sowie auf die Berechnung der **Marktanteile** der Radiosender.