

ma 2011 Radio II

Neue oder veränderte Radioangebote bzw. Neuaufnahmen in die ma 2011 Radio II

◆ Neue Angebote

RADIO SALÜ plus KOMBI

◆ Namensänderung

<u>alter Name</u>	<u>neuer Name</u>
Das NEUE alster radio – 106!8 rock'n pop	alster radio 106!8 rock'n pop
alster radio 106!8 PLUS 917xfm KOMBI	alster radio GESAMT
bigFM Saarlands neuester Beat	bigFM Saarland

◆ Neu mit Leistungswerten ausgewiesen

alster radio GESAMT (bisher alster radio 106!8 PLUS 917xfm KOMBI)

JazzRadio

Radio Cottbus

◆ Angebot eingestellt

RADIO AACHEN: Frequenz und Leistungswerte wurden von Antenne AC übernommen

Radio Hitwelle: Frequenz und Leistungswerte wurden von ROCK ANTENNE übernommen

Neu in RadioXpert

Motor FM Bremen (Lokalangebot ohne ma-Leistungswerte)

Methodische Anmerkungen

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“. Aufgrund der jeweils anderen Wochentagsbasis (Montag bis Freitag, Samstag, Sonntag vs. Montag bis Samstag) und eines geänderten Verrechnungsverfahrens sind Vergleiche mit Media Analysen Radio vor ma 2011 Radio I nicht zulässig. Auch Durchschnittsbildungen über die Wochentagsgruppen, die versuchen, die bisherige Basis nachzubilden, sind unzulässig.

Ebenfalls erfolgt seit der ma 2011 Radio I die Berechnung der Werbemittelkontaktchance (WMK) auf einem neuen Verfahren. Nach neuer Konvention werden jetzt die Viertelstunden entsprechend der Anzahl der darin genannten Sender aufgeteilt und die daraus resultierenden Minuten den jeweiligen Sendern zugeordnet. Bei der Berechnung der Werbemittelkontaktchancen wird die Summe der gehörten Viertelstunden **anteile** zur Summe der gesamt möglichen Viertelstunden ins Verhältnis gesetzt.

Änderungen im Codeplan

Im Codeplan der ma 2011 Radio II werden die Items der bisherigen Variable „**Familienstand des Befragten**“ weiter differenziert und in mehrere neue Variablen aufgeteilt („Befragter lebt mit Partner im Haushalt“, „Befragter lebt in einer Beziehung“ etc.). Zielgruppen, Breaks, Analysen oder Tabellen mit dieser Variablen müssen in der ma 2011 Radio II **neu gebildet** werden. Bestehende Bausteine korrespondieren hier nicht mehr mit dem aktuellen Codeplan.

Sollten Sie weitere Fragen haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

DAP-Hotline: 069 / 95 953 - 222
RMS Media-Service: 040 / 23 890 - 224
AS&S Media-Service: 069 / 15 424 - 221

Ihr RadioXpert-Team