

ma 2015 Radio II Update

Neue oder veränderte Radioangebote für das Jahr 2016

◆ Neue Angebote

Antenne Frankfurt Premium
Ballungsraumkombi

◆ Auslaufende Angebote

FUNK KOMBI NORD PLUS
vilradio premium musik

◆ Änderung von Namen

<u>alter Name</u>	<u>neuer Name</u>
RMS YOUNG STARS DIGITAL	RMS YOUNG STARS
CityKombi Rheinland-Pfalz	CityKombi 3a

◆ Veränderte Angebote

RMS SUPER KOMBI
RMS AFTER WORK
RMS WEEKEND KOMBI
RMS WEST KOMBI
RMS SÜDWEST KOMBI
RMS KOMBI BaWü + Rhf.-Pfalz
CityKombi Rheinland-Pfalz / bzw. City Kombi 3a
Rheinland-Pfalz/Saarland-Kombi
ROCKLAND City Kombi
BAYERN FUNKPAKET
RADIO KOMBI BAYERN
EASY FUNKPAKET
NORDBAYERN FUNKPAKET
TOP CITY FUNKPAKET

◆ Veränderte Werbezeiten

radioeins: Neu: Mo-Sa **06** – 22 Uhr statt alt: Mo-Sa **05** – 22 Uhr

Änderungen im Codeplan

◆ Erweiterung der Haushaltsführenden

Die Erhebung der Haushaltsführenden wurde um eine Ausprägung erweitert. Neben der bisherigen Einordnung „Ja, ich besorge den Haushalt hauptsächlich“ gibt es zukünftig auch die Antwortmöglichkeit „Ja, zusammen mit Anderen“. Dadurch steigt das Potenzial der insgesamt haushaltsführenden Personen. In RadioXpert stehen zur Zielgruppendefinition drei Ausprägungen zur Verfügung: 1. „**HHF (besorgt den HH hauptsächlich)**“ entspricht der bisherigen Definition. Das Potenzial ist gleich der Anzahl der Haushalte in der Grundgesamtheit. 2. „**HHF (zusammen mit Anderen)**“ enthält die neue Kategorie der auch noch, aber nicht hauptsächlich Haushaltsführenden. 3. „**Haushaltsführende gesamt (hauptsächlich/auch noch)**“ fasst alle Personen aus 1. und 2. zusammen. Das Potenzial ist höher als die Anzahl der Haushalte in der Grundgesamtheit.

Methodische Änderungen

Die ma 2015 Radio II bzw. ma 2015 Radio II Update enthält grundsätzliche Veränderungen, die einen Vergleich mit den Ergebnissen vorangegangener Media-Analysen zumindest erheblich erschweren, rein methodisch eigentlich sogar verbieten.

◆ Integration einer Mobilfunk-Stichprobe

Die Media-Analyse Radio basiert auf einer Telefonstichprobe (Festnetz). In einer solchen Stichprobe sind Personen unterrepräsentiert, die vorwiegend oder sogar ausschließlich über Mobiltelefon zu erreichen sind. Aus diesem Grund wurde in die aktuelle Media-Analyse Radio eine bevölkerungsproportionale Mobilfunkstichprobe mit 8.000 Interviews integriert.

◆ Neue bevölkerungsstatistische Vorgaben

Die Hochrechnung der ma 2015 Radio II bzw. ma 2015 Radio II Update basiert auf den Bevölkerungsdaten des Mikrozensus 2013, bei dem erstmals die Daten des ZENSUS 2011 („Volkszählung“) berücksichtigt sind. Ein Ergebnis dieser Volkszählung ist, dass in Deutschland weniger Menschen leben, als bisher auf Basis der laufenden Bevölkerungsfortschreibung angenommen. Für die ma 2015 Radio II bedeutet das: Die Grundgesamtheit ist mit 72,2 Mio. Personen um 1,3 Mio. Personen geringer als die der letzten ma Radio. Diese Abweichungen fallen nach Altersgruppen, Geschlecht und in den einzelnen Regionen unterschiedlich aus.

◆ Zusätzliche Interviews in der Altersklasse 20-49 Jahre

Die Erreichbarkeit der jüngeren Altersgruppen in klassischen Umfragen sinkt seit einiger Zeit stark. Dies führte zu erhöhten Schwankungen der Ergebnisse. Um die Stichprobenqualität der ma Radio zu verbessern, wurden zusätzlich ca. 3.350 Interviews in der Altersklassen 20-39 Jahre zur Stabilisierung dieses Alterssegments durchgeführt.

Achtung: Aufgrund der oben beschriebenen methodischen Änderungen sind Vergleiche mit älteren Media-Analysen Radio nur eingeschränkt möglich. So ist bei Abweichungen zu den Vorgängeranalysen nicht eindeutig trennbar, ob es sich um einen Effekt aus der geänderten Hochrechnungsgrundlage (Methodeneffekt) oder um eine geänderte Programmleistung (Markteffekt) handelt.

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