

ma 2015 Radio II

Neue oder veränderte Radioangebote in der ma 2015 Radio II

◆ **Erstmals mit Leistungswerten ausgewiesen**

egoFM

◆ **Änderung von Namen oder Schreibweisen**

<u>alter Name</u>	<u>neuer Name</u>
ANTENNE MV	Antenne MV

Methodische Änderungen

Die ma 2015 Radio II enthält grundsätzliche Veränderungen, die einen Vergleich mit den Ergebnissen vorangegangener Media-Analysen zumindest erheblich erschweren, rein methodisch eigentlich sogar verbieten. Die Veränderungen betreffen zum einen die Hochrechnungsbasis/Bevölkerungsstruktur, zum anderen sind sie methodischer Art.

◆ **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. Die zusammengefassten Fälle aus Festnetz- und Mobilfunkstichprobe führen zu einer besseren Abdeckung der Grundgesamtheit.

◆ **Neue bevölkerungsstatistische Vorgaben**

Die Hochrechnung der ma 2015 Radio II 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. Darüber hinaus gibt es Strukturverschiebungen sowohl in den Altersgruppen als auch bei den Regionen (Stadt/Land, Ost/West) und der Haushaltsgröße. Daher weichen die aktuellen amtlichen Bevölkerungsstrukturen teils erheblich von den bisher bekannten Daten ab.

Für die ma 2015 Radio II bedeutet das: Die Grundgesamtheit ist mit 72,2 Mio. Personen um 1,3 Mio. Personen oder 1,8% 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.

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 meinem Partner“. 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.

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