

MA HSH veröffentlicht Ergebnisse der Media Analyse 2016 Radio I für Hamburg und Schleswig-Holstein

Norderstedt, den 2. März 2016 - Mit Erscheinen der Media Analyse (ma) 2016 Radio I stellt die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) die aktuellen Reichweitendaten zum Radiomarkt Hamburg und Schleswig-Holstein zur Verfügung.

Die Ergebnisse zeigen, dass ungeachtet der medialen Konkurrenz und der immer umfangreicher werdenden Audio-Angebote sich der Hörfunk nach wie vor als eine der reichweitenstärksten Mediengattungen in Deutschland behauptet. Dies gilt für alle Alters- und Zielgruppen. In seiner Funktion als tagesbegleitendes Servicemedium hält der Hörfunk sein hohes Reichweiteniveau und erweist sich damit auch weiterhin als konstant attraktiver Werbeträger. Die Tagesreichweite des Mediums liegt an einem durchschnittlichen Arbeitstag (Montag - Freitag) aktuell bei 77,7 Prozent und damit leicht über dem Wert der ma 2015 Radio II (77,4 Prozent). Die Dauer der Hörfunknutzung ist mit 189 Minuten im Vergleich zum Wert der ma 2015 Radio II (190 Minuten) konstant geblieben. Zum intermedialen Vergleich: Die tägliche Fernsehnutzung betrug im Jahr 2015 durchschnittlich 223 Minuten (Quelle: AGF). Die Verweildauer von 243 Minuten im Vergleich zur durchschnittlichen Verweildauer bei der Onlinenutzung von ca. 160 Minuten (Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie 2015) bestätigt die fortgesetzt hohe Akzeptanz und Präsenz des Hörfunks in der Bevölkerung.

Wie in den vergangenen Jahren lassen sich bei der Hörfunknutzung auch diesmal wieder klare regionale Unterschiede ausmachen: So liegt die Hördauer in Schleswig-Holstein an einem normalen Arbeitstag mit 195 Minuten (187 Minuten ma 2015 Radio II) noch über dem bundesweiten Durchschnitt und ist damit deutlich höher als im Ballungsraum Hamburg, wo sie 175 Minuten (173 Minuten ma 2015 Radio II) beträgt. Wie in den vergangenen Jahren fällt die Hördauer in Hamburg mit 159 Minuten (157 Minuten ma 2015 Radio II) stark unterdurchschnittlich aus. Auch die Tagesreichweite des Mediums ist in Hamburg mit 71,3 Prozent deutlich niedriger als in Schleswig-Holstein, wo sie mit 79,3 Prozent über dem Bundesdurchschnitt liegt.

Bei den verschiedenen Altersgruppen zeigen sich ebenfalls deutliche Differenzen in Reichweite und Nutzungsumfang. So beträgt die Tagesreichweite bei den 14- bis 29-Jährigen in Hamburg 58,8 Prozent, beim den über 50- Jährigen dagegen 80,7 Prozent. In Schleswig-Holstein ist der Unterschied etwas weniger deutlich, hier liegt die Tagesreichweite bei den 14- bis 29- Jährigen bei 77,4 Prozent, die höchste Tagesreichweite findet sich hier mit 82,4 Prozent bei den 30- bis 49- Jährigen.

Auch die Hördauer liegt bei älteren Zielgruppen nach wie vor erheblich über der bei jüngeren Zielgruppen. In Hamburg beispielsweise hören die über 50-Jährigen an einem Arbeitstag 193 Minuten Radio, die 14- bis 29-Jährigen dagegen nur 134 Minuten. In Schleswig-Holstein fällt die Relation mit 225 zu 135 Minuten noch drastischer aus.

Bei allen regionalen Unterschieden und Schwankungen kann man insgesamt feststellen, dass sich auf den Radiomärkten Hamburg und Schleswig-Holstein keine substantiellen Veränderungen ergeben haben.

Basis der nachstehend veröffentlichten Zahlen der ma 2016 Radio I sind die Ergebnisse für die deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre. Den Tagesreichweiten und Marktanteilen liegen die von MEDIA-MICRO-CENSUS repräsentativ erhobenen aktuellen Daten zugrunde. Die nachfolgend dargestellten Tagesreichweiten und Marktanteile beziehen sich jeweils auf den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag. Dieser Zeitraum berücksichtigt vor allem die habitualisierte Nutzung und bildet zugleich den vornehmlich werberelevanten Zeitraum ab. Eine Übersicht über die Ergebnisse für alle Auswertungszeiträume in Bezug auf Tagesreichweiten und Marktanteile findet sich in den als **Anlage** beigefügten Charts.

Da sich die Verbreitungsräume der Hamburger und Schleswig-Holsteinischen Hörfunkprogramme im Ballungsraum Hamburg in erheblichem Maße überschneiden, wurden nicht nur die Daten für Hamburg und Schleswig-Holstein erhoben, sondern auch die Vergleichszahlen für den Ballungsraum Hamburg ausgewertet. Dem Ballungsraum Hamburg werden neben Hamburg die umliegenden Landkreise Herzogtum Lauenburg, Pinneberg, Segeberg, Stormarn, Harburg und Stade zugerechnet.

Wie bei den vorangegangenen Media Analysen wird auch bei der ma 2016 Radio I alsterradio GESAMT an Stelle von alsterradio 106!8 rock 'n pop ausgewiesen. alsterradio GESAMT umfasst das Programm 106!8 rock 'n pop und das zugehörige Programmfenster 917xfm.

Tagesreichweiten für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(in Klammern die Daten der ma 2015 Radio II)

Ergebnisse für Hamburg

Für Hamburg stellt sich die Entwicklung der Tagesreichweiten der privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter im Einzelnen wie folgt dar: Radio Hamburg 22,9 Prozent (23,0 Prozent), ENERGY Hamburg 6,8 Prozent (5,0 Prozent), alsterradio

GESAMT 4,9 Prozent (5,5 Prozent), HAMBURG ZWEI 4,9 Prozent (4,6 Prozent), Klassik Radio 3,8 Prozent (2,3 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erzielen in Hamburg folgende Tagesreichweiten: delta radio 3,3 Prozent (3,6 Prozent), R.SH Radio Schleswig-Holstein 2,2 Prozent (2,4 Prozent), Radio NORA 1,3 Prozent (1,2 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 15,9 Prozent (17,0 Prozent), NDR 90,3 13,9 Prozent (15,6 Prozent), NDR Info 8,0 Prozent (6,9 Prozent), N-JOY 6,7 Prozent (6,6 Prozent), NDR Kultur 2,2 Prozent (2,0 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Tagesreichweiten der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 24,9 Prozent (24,0 Prozent), delta radio 7,0 Prozent (7,8 Prozent), Radio NORA 6,4 Prozent (6,3 Prozent), Klassik Radio 2,5 Prozent (2,3 Prozent).

Die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, erzielen dort folgende Tagesreichweiten: Radio Hamburg 7,1 Prozent (7,2 Prozent), alsterradio GESAMT 2,9 Prozent (1,9 Prozent), ENERGY Hamburg 2,1 Prozent (2,0 Prozent), HAMBURG ZWEI 1,1 Prozent (1,2 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 2 20,2 Prozent (20,7 Prozent), NDR 1 Welle Nord 19,0 Prozent (19,0 Prozent), N-JOY 10,7 Prozent (12,6 Prozent), NDR Info 4,3 Prozent (4,9 Prozent), NDR Kultur 2,4 Prozent (2,1 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Tagesreichweiten ermittelt: Radio Hamburg 21,2 Prozent (21,7 Prozent), ENERGY Hamburg 6,0 Prozent (4,3 Prozent), alsterradio GESAMT 5,9 Prozent (5,6 Prozent), HAMBURG ZWEI 3,4 Prozent (3,5 Prozent), Klassik Radio 2,9 Prozent (2,0 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, erreichen dort folgende Tagesreichweiten: R.SH Radio Schleswig-Holstein 8,2 Prozent (6,4 Prozent), delta radio 3,5 Prozent (3,5 Prozent), Radio NORA 3,0 Prozent (2,7 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 18,6 Prozent (18,7 Prozent), NDR 90,3 12,8 Prozent (13,1 Prozent), N-JOY 6,8 Prozent (7,5 Prozent), NDR Info 6,7 Prozent (6,1 Prozent), NDR 1 Welle Nord 4,5 Prozent (4,4 Prozent), NDR Kultur 2,2 Prozent (2,1 Prozent).

Marktanteile für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(auch hier in Klammern die Daten der ma 2015 Radio II)

Ein leicht verändertes Bild ergibt sich, wenn man die Verteilung der Marktanteile betrachtet, die den Anteil der Hördauer eines Senders an der Gesamthördauer von Radio angeben.

Ergebnisse für Hamburg

Die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme in Hamburg stellen sich im Einzelnen wie folgt dar: Radio Hamburg 21,0 Prozent (20,6 Prozent), ENERGY Hamburg 3,8 Prozent (2,8 Prozent), HAMBURG ZWEI 3,5 Prozent (2,8 Prozent), alsterradio GESAMT 2,8 Prozent (4,5 Prozent), Klassik Radio 2,4 Prozent (1,7 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: delta radio 2,4 Prozent (2,6 Prozent), R.SH Radio Schleswig-Holstein 2,0 Prozent (2,2 Prozent), Radio NORA 0,5 Prozent (0,4 Prozent).

Für die Programme des NDR ergeben sich folgende Marktanteile: NDR 90,3 16,9 Prozent (20,3 Prozent), NDR 2 14,5 Prozent (15,1 Prozent), NDR Info 5,0 Prozent (4,7 Prozent), N-JOY 3,8 Prozent (4,3 Prozent), NDR Kultur 1,4 Prozent (1,4 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 18,3 Prozent (20,1 Prozent), Radio NORA 3,8 Prozent (3,5 Prozent), delta radio 3,5 Prozent (4,2 Prozent), Klassik Radio 1,5 Prozent (1,5 Prozent).

Die Zahlen für die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, lauten: Radio Hamburg 5,4 Prozent (4,9 Prozent), alsterradio GESAMT 1,8 Prozent (0,9 Prozent), ENERGY Hamburg 1,8 Prozent (1,0 Prozent), HAMBURG ZWEI 0,5 Prozent (0,6 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 21,2 Prozent (19,7 Prozent), NDR 2 17,3 Prozent (17,2 Prozent), N-JOY 5,7

Prozent (6,1 Prozent), NDR Info 2,4 Prozent (2,7 Prozent), NDR Kultur 1,9 Prozent (1,9 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg erzielen die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile: Radio Hamburg 17,6 Prozent (17,4 Prozent), alsterradio GESAMT 3,4 Prozent (3,5 Prozent), ENERGY Hamburg 2,6 Prozent (1,9 Prozent), HAMBURG ZWEI 2,1 Prozent (2,0 Prozent), Klassik Radio 1,9 Prozent (1,5 Prozent).

Für die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, ergibt sich folgende Verteilung: R.SH Radio Schleswig-Holstein 5,5 Prozent (6,5 Prozent), delta radio 2,0 Prozent (2,1 Prozent), Radio NORA 1,8 Prozent (1,7 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR zeigt sich folgendes Bild: NDR 2 17,0 Prozent (16,8 Prozent), NDR 90,3 15,8 Prozent (16,5 Prozent), NDR Info 4,8 Prozent (3,8 Prozent), NDR 1 Welle Nord 4,4 Prozent (4,4 Prozent), N-JOY 3,4 Prozent (3,8 Prozent), NDR Kultur 1,8 Prozent (1,9 Prozent).

Informationen zur Erhebung der Daten:

Die Daten für die ma 2016 Radio I wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 4. Januar bis zum 19. April 2015 sowie vom 30. August bis zum 13. Dezember 2015 erhoben. Dabei wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt ca. 5.500 Personen (deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre) befragt. Angewandt wurde die Erhebungsmethode CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), bei der die Befragten in computergestützten Telefoninterviews Auskunft über ihre Radionutzung geben. Bei der Berechnung von Summenwerten können sich aufgrund von Mehrfachnennungen Größenordnungen abweichend von 100 Prozent ergeben. Die ausgewiesenen Tagesreichweiten erfassen alle Personen, die im Tagesablauf während mindestens eines vorgegebenen Zeitabschnitts (15 Minuten) Radio gehört haben, und sei es auch nur für wenige Minuten. Die Marktanteile sagen aus, wie hoch der Anteil der Hördauer eines Senders an der Gesamthördauer von Radio ist.

Bei Fragen zu dieser Pressemeldung wenden Sie sich bitte an die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Pressesprecherin Simone Bielfeld, Telefon 040 / 36 90 05-28, E-Mail bielfeld@ma-hsh.de. Weitere Informationen über die MA HSH sind unter www.ma-hsh.de verfügbar.