

### **MA HSH veröffentlicht Ergebnisse der Media Analyse 2016 Radio II für Hamburg und Schleswig-Holstein**

Norderstedt, den 19. Juli 2016 - Mit Erscheinen der Media Analyse (ma) 2016 Radio II stellt die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) die aktuellen Reichweitendaten zum Radiomarkt Hamburg und Schleswig-Holstein zur Verfügung.

Ungeachtet der anhaltenden Diskussion um die zukünftige Entwicklung des Radios ist die Nutzung des Hörfunks in Deutschland ungebrochen hoch. Die Ergebnisse der ma 2016 Radio II machen deutlich, dass der Hörfunk trotz erheblicher medialer Konkurrenz und immer vielfältigerer alternativer Audio-Angebote nach wie vor eine der reichweitenstärksten Mediengattungen ist. Als tagesbegleitendes Servicemedium mit einem hohen Reichweiteniveau erweist sich der Hörfunk einmal mehr als konstant attraktiver Werbeträger. Die Tagesreichweite des Mediums liegt an einem durchschnittlichen Arbeitstag (Montag - Freitag) aktuell bei 78,7 Prozent und damit um ein Prozent über dem Wert der ma 2016 Radio I (77,7 Prozent). Die Dauer der Hörfunknutzung ist mit 190 Minuten im Vergleich zum Wert der ma 2016 Radio I (189 Minuten) nahezu konstant geblieben. Zum intermediären Vergleich: Die tägliche Fernsehnutzung betrug im Jahr 2015 durchschnittlich 223 Minuten (Quelle: AGF). Die Verweildauer von 242 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.

Gleichwohl lassen sich bei der Hörfunknutzung auch diesmal wieder klare regionale Unterschiede bei der Reichweite und Nutzungsintensität ausmachen. So liegt die Tagesreichweite (Montag - Freitag) des Mediums in Schleswig-Holstein bei 78,3 Prozent, in Hamburg dagegen bei 70,4 Prozent.

Auch bei der Hördauer sind Unterschiede erkennbar. So liegt die Hördauer in Schleswig-Holstein an einem normalen Arbeitstag mit 198 sogar über dem bundesweiten Durchschnitt

und dabei deutlich höher als im Ballungsraum Hamburg, wo sie 179 Minuten beträgt. Wie in den vergangenen Jahren fällt die Hördauer in Hamburg mit 161 Minuten etwas unterdurchschnittlich aus.

Auch bei den verschiedenen Altersgruppen zeigen sich Differenzen in Reichweite und Nutzungsumfang. Beträgt die Tagesreichweite bei den 14- bis 29-Jährigen in Hamburg nur 55,1 Prozent, so liegt sie bei den über 50-Jährigen bei 79,3 Prozent. In Schleswig-Holstein dagegen liegt die Tagesreichweite bei den 14- bis 29-Jährigen bei 78,7 Prozent, bei den über 50-Jährigen bei 77,0 Prozent. Die höchste Tagesreichweite findet sich in Schleswig-Holstein mit 82,1 Prozent bei den 30- bis 49-Jährigen.

In Punkto Hördauer zeigt sich ein ähnliches Bild. Die 14 bis 29-Jährigen in Hamburg hören durchschnittlich 105 Minuten täglich Radio, die über 50-Jährigen dagegen 192 Minuten Radio. In Schleswig-Holstein fällt die Relation mit 182 zu 212 weit weniger drastisch aus. Trotz der deutlich erkennbaren regionalen Unterschiede 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 II 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** beigegefügt 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 II 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. Erstmals wird in der ma 2016 Radio II das Programm Radio Bob! rockt SH ausgewiesen, die Daten wurden noch für das vormalige Programm Radio NORA erhoben.

## **Tagesreichweiten für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag**

(in Klammern die Daten der ma 2016 Radio I)

### **Ergebnisse für Hamburg**

Für Hamburg stellt sich die Entwicklung der Tagesreichweiten der privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter im Einzelnen wie folgt dar: Radio Hamburg 19,1 Prozent (22,9 Prozent), ENERGY Hamburg 6,4 Prozent (6,8 Prozent), alsterradio GESAMT 6,3 Prozent (4,9 Prozent), HAMBURG ZWEI 5,8 Prozent (4,9 Prozent), Klassik Radio 4,4 Prozent (3,8 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erzielen in Hamburg folgende Tagesreichweiten: R.SH Radio Schleswig-Holstein 2,9 Prozent (2,2 Prozent), delta radio 2,7 Prozent (3,3 Prozent), Radio Bob! rockt SH 1,7 Prozent (1,3 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 14,5 Prozent (15,9 Prozent), NDR 90,3 13,3 Prozent (13,9 Prozent), NDR Info 8,5 Prozent (8,0 Prozent), N-JOY 8,1 Prozent (6,7 Prozent), NDR Kultur 3,0 Prozent (2,2 Prozent).

### **Ergebnisse für Schleswig-Holstein**

In Schleswig-Holstein haben sich die Tagesreichweiten der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 25,1 Prozent (24,9 Prozent), delta radio 6,9 Prozent (7,0 Prozent), Radio Bob! rockt SH 6,1 Prozent (6,4 Prozent), Klassik Radio 2,6 Prozent (2,5 Prozent).

Die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, erzielen dort folgende Tagesreichweiten: Radio Hamburg 7,9 Prozent (7,1 Prozent), alsterradio GESAMT 2,5 Prozent (2,9 Prozent), ENERGY Hamburg 1,9 Prozent (2,1 Prozent), HAMBURG ZWEI 0,7 Prozent (1,1 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 2 21,1 Prozent (20,2 Prozent), NDR 1 Welle Nord 16,6 Prozent (19,0 Prozent), N-JOY 10,5 Prozent (10,7 Prozent), NDR Info 4,7 Prozent (4,3 Prozent), NDR Kultur 1,9 Prozent (2,4 Prozent).

### **Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg**

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Tagesreichweiten ermittelt: Radio Hamburg 20,6 Prozent (21,2 Prozent), alsterradio GESAMT 6,4 Prozent (5,9 Prozent), ENERGY Hamburg 5,5 Prozent (6,0 Prozent), HAMBURG ZWEI 3,9 Prozent (3,4 Prozent), Klassik Radio 3,2 Prozent (2,9 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, erreichen dort folgende Tagesreichweiten: R.SH Radio Schleswig-Holstein 8,4 Prozent (8,2 Prozent), delta radio 3,1 Prozent (3,5 Prozent), Radio Bob! rockt SH 2,8 Prozent (3,0 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 18,1 Prozent (18,6 Prozent), NDR 90,3 11,4 Prozent (12,8 Prozent), N-JOY 8,1 Prozent (6,8 Prozent), NDR Info 6,8 Prozent (6,7 Prozent), NDR 1 Welle Nord 3,7 Prozent (4,5 Prozent), NDR Kultur 2,1 Prozent (2,2 Prozent).

### **Marktanteile für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag**

(auch hier in Klammern die Daten der ma 2016 Radio I)

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 19,5 Prozent (21,0 Prozent), HAMBURG ZWEI 7,9 Prozent (3,5 Prozent), alsterradio GESAMT 4,8 Prozent (2,8 Prozent), ENERGY Hamburg 3,1 Prozent (3,8 Prozent), Klassik Radio 2,3 Prozent (2,4 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 3,1 Prozent (2,0 Prozent), delta radio 2,0 Prozent (2,4 Prozent), Radio Bob! rockt SH 0,8 Prozent (0,5 Prozent).

Für die Programme des NDR ergeben sich folgende Marktanteile: NDR 2 14,1 Prozent (14,5 Prozent), NDR 90,3 12,8 Prozent (16,9 Prozent), N-JOY 6,6 Prozent (3,8 Prozent), NDR Info 4,7 Prozent (5,0 Prozent), NDR Kultur 2,5 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 21,0 Prozent (18,3 Prozent), Radio Bob! rockt SH 3,7 Prozent (3,8 Prozent), delta radio 3,2 Prozent (3,5 Prozent), Klassik Radio 1,8 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 7,3 Prozent (5,4 Prozent), alsterradio GESAMT 1,7 Prozent (1,8

Prozent), ENERGY Hamburg 1,6 Prozent (1,8 Prozent), HAMBURG ZWEI 0,3 Prozent (0,5 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 19,0 Prozent (21,2 Prozent), NDR 2 16,3 Prozent (17,3 Prozent), N-JOY 5,8 Prozent (5,7 Prozent), NDR Info 2,4 Prozent (2,4 Prozent), NDR Kultur 1,4 Prozent (1,9 Prozent).

### **Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg**

Im Ballungsraum Hamburg erzielen die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile: Radio Hamburg 18,0 Prozent (17,6 Prozent), alsterradio GESAMT 4,2 Prozent (3,4 Prozent), HAMBURG ZWEI 4,2 Prozent (2,1 Prozent), ENERGY Hamburg 2,6 Prozent (2,6 Prozent), Klassik Radio 1,6 Prozent (1,9 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 6,3 Prozent (5,5 Prozent), delta radio 1,6 Prozent (2,0 Prozent), Radio Bob! rockt SH 1,3 Prozent (1,8 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR zeigt sich folgendes Bild: NDR 2 19,2 Prozent (17,0 Prozent), NDR 90,3 11,6 Prozent (15,8 Prozent), N-JOY 5,4 Prozent (3,4 Prozent), NDR Info 4,5 Prozent (4,8 Prozent), NDR 1 Welle Nord 4,0 Prozent (4,4 Prozent), NDR Kultur 1,6 Prozent (1,8 Prozent).

#### **Informationen zur Erhebung der Daten:**

Die Daten für die ma 2016 Radio II wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 30. August bis zum 13. Dezember 2015 sowie vom 10. Januar bis zum 24. April 2016 erhoben. Dabei wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt ca. 5.000 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](mailto:bielfeld@ma-hsh.de). Weitere Informationen über die MA HSH sind unter [www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de) verfügbar.*