

PM 14/10

MA HSH veröffentlicht die Ergebnisse der Media Analyse 2010 Radio II für Hamburg und Schleswig-Holstein

Norderstedt, den 13. Juli 2010 - Mit Erscheinen der Media Analyse (ma) 2010 Radio II stellt die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) die aktuellen Reichweitendaten zum Radiomarkt Hamburg und Schleswig-Holstein zur Verfügung.

Was die Entwicklung insgesamt angeht, so zeigen die Ergebnisse, dass der Hörfunk nach wie vor einer der wichtigsten medialen Tagesbegleiter ist - ungeachtet der Diskussionen um seine digitale Zukunft und unterschiedlichen Verbreitungsplattformen. Über alle Zielgruppen hinweg liegt die tägliche Nutzungsdauer des Radios nach wie vor bei mehr als drei Stunden, wobei deutliche regionale Unterschiede zu erkennen sind. So wird in Hamburg an einem Werktag 168 Minuten (175 Minuten ma 2010 Radio I) Radio gehört, im Ballungsraum Hamburg 192 Minuten (185 Minuten ma 2010 Radio I) und in Schleswig-Holstein 216 Minuten (210 Minuten ma 2010 Radio I). Der leichte Anstieg der Hördauer kann jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass insbesondere die jungen Zielgruppen eine erkennbar geringere Hörfunkaffinität haben. So liegt die Hördauer bei den 14- bis 29-Jährigen in Hamburg bei nur 110 Minuten (101 Minuten ma 2010 Radio I).

Basis der nachstehend veröffentlichten Zahlen der ma 2010 Radio II sind die Ergebnisse für die deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre. Insgesamt liegen den Hörerzahlen und Marktanteilen die von MEDIA-MICRO-CENSUS repräsentativ erhobenen aktuellen Daten zugrunde. Die nachfolgend dargestellten Marktanteilswerte beziehen sich zunächst auf den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag (deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre), da dieser Zeitraum stärker die habitualisierte Nutzung berücksichtigt und es sich zudem um den werberelevanten Zeitraum handelt. Zum Vergleich werden anschließend die Marktanteilswerte für den Auswertungszeitraum Montag bis Sonntag dargestellt, der die Gesamtnutzung des Mediums Hörfunk abbildet. Eine Übersicht über die Ergebnisse für alle Auswertungszeiträume 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. Der Ballungsraum Hamburg umfasst neben Hamburg die umliegenden Landkreise Herzogtum Lauenburg, Pinneberg, Segeberg, Stormarn, Harburg und Stade.

Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(in Klammern die Daten der ma 2010 Radio I)

Ergebnisse für Hamburg

Für Hamburg stellt sich die Entwicklung der Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter im Einzelnen wie folgt dar: Radio Hamburg 25,0 Prozent (22,3 Prozent), 106!8 rock'n pop 7,1 Prozent (7,4 Prozent), Oldie 95 8,3 Prozent (8,0 Prozent), ENERGY Hamburg 3,6 Prozent (4,6 Prozent), Klassik Radio Gebiet Hamburg 3,6 Prozent (4,0 Prozent).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 6,0 Prozent (4,6 Prozent), delta radio 1,8 Prozent (4,0 Prozent), RADIO NORA 0,6 Prozent (1,1 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 90,3 20,8 Prozent (19,4 Prozent), NDR 2 13,7 Prozent (14,3 Prozent), NDR Info 4,2 Prozent (4,0 Prozent), N-Joy 4,8 Prozent (3,4 Prozent), NDR Kultur 2,4 Prozent (1,7 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 24,1 Prozent (24,8 Prozent), RADIO NORA 8,8 Prozent (8,1 Prozent), delta radio 5,6 Prozent (4,8 Prozent), Klassik Radio 0,5 Prozent (0,5 Prozent).

Die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, erreichen dort folgende Marktanteile: Radio Hamburg 5,6 Prozent (5,2 Prozent), 106!8 rock'n pop 4,6 Prozent (5,2 Prozent), ENERGY Hamburg 0,9 Prozent (1,0 Prozent), Oldie 95 0,5 Prozent (1,0 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 24,5 Prozent (22,9 Prozent), NDR 2 11,6 Prozent (17,1 Prozent), N-Joy 7,4 Prozent (7,1 Prozent), NDR Info 3,2 Prozent (2,4 Prozent), NDR Kultur 2,8 Prozent (1,0 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile ermittelt: Radio Hamburg 19,3 Prozent (18,4 Prozent), 106!8 rock'n pop 7,8 Prozent (8,1 Prozent), Oldie 95 4,7 Prozent (5,4 Prozent), ENERGY Hamburg 2,6 Prozent (3,2 Prozent), Klassik Radio (nur im Stadtgebiet Hamburg empfangbar) 2,1 Prozent (2,7 Prozent).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, erreichen dort folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 8,3 Prozent (9,2 Prozent), RADIO NORA 2,1 Prozent (2,2 Prozent), delta radio 1,6 Prozent (3,2 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 90,3 15,6 Prozent (14,1 Prozent), NDR 2 12,0 Prozent (14,1 Prozent), NDR 1 Welle Nord 5,2 Prozent (6,5 Prozent), N-Joy 4,7 Prozent (3,2 Prozent), NDR Info 5,2 Prozent (3,2 Prozent), NDR Kultur 2,6 Prozent (1,6 Prozent).

Auswertungszeitraum Montag bis Sonntag

Ein leicht verändertes Bild hinsichtlich der Verteilung der Marktanteile ergibt sich, wenn man den Auswertungszeitraum Montag bis Sonntag betrachtet (in Klammern die Daten der ma 2010 Radio I):

Ergebnisse für Hamburg

Die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme in Hamburg stellen sich im Einzelnen wie folgt dar: Radio Hamburg 23,9 Prozent (21,7 Prozent), 106!8 rock'n pop 6,1 Prozent (7,2 Prozent), Oldie 95 8,0 Prozent (7,8 Prozent), ENERGY Hamburg 3,7 Prozent (4,2 Prozent), Klassik Radio Gebiet Hamburg 3,1 Prozent (3,6 Prozent).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 4,9 Prozent (3,6 Prozent), delta radio 1,8 Prozent (3,6 Prozent), RADIO NORA 0,6 Prozent (1,2 Prozent).

Für die Programme des NDR ergeben sich folgende Marktanteile: NDR 90,3 22,7 Prozent (22,3 Prozent), NDR 2 13,5 Prozent (13,9 Prozent), NDR Info 3,7 Prozent (3,6 Prozent), N-Joy 4,3 Prozent (3,0 Prozent), NDR Kultur 2,5 Prozent (2,4 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 23,5 Prozent (26,4 Prozent), RADIO NORA 8,0 Prozent (7,3 Prozent), delta radio 5,5 Prozent (5,2 Prozent), Klassik Radio 0,5 Prozent (0,5 Prozent).

Die Zahlen für die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, lauten: Radio Hamburg 6,0 Prozent (4,7 Prozent), 106!8 rock'n pop 4,0 Prozent (4,7 Prozent), Oldie 95 0,5 Prozent (1,0 Prozent), ENERGY Hamburg 1,0 Prozent (0,5 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 25,0 Prozent (22,8 Prozent), NDR 2 12,0 (16,6 Prozent), N-Joy 6,5 Prozent (6,7 Prozent), NDR Info 3,0 Prozent (2,1 Prozent), NDR Kultur 2,5 Prozent (1,6 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg erzielen die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile: Radio Hamburg 19,7 Prozent (18,0 Prozent), 106!8 rock'n pop 6,7 Prozent (7,0 Prozent), Oldie 95 5,1 Prozent (5,2 Prozent), ENERGY Hamburg 2,8 Prozent (2,9 Prozent), Klassik Radio (nur im Stadtgebiet Hamburg empfangbar) 1,7 Prozent (2,3 Prozent).

Für die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, ergibt sich: R.SH Radio Schleswig-Holstein 8,4 Prozent (9,3 Prozent), RADIO NORA 2,2 Prozent (1,7 Prozent), delta radio 1,7 Prozent (2,9 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR zeigt sich folgendes Bild: NDR 90,3 16,9 Prozent (16,3 Prozent), NDR 2 12,4 Prozent (13,4 Prozent), NDR 1 Welle Nord 5,1 Prozent (6,4 Prozent), N-Joy 4,5 Prozent (3,5 Prozent), NDR Info 4,5 Prozent (2,9 Prozent), NDR Kultur 2,8 Prozent (1,7 Prozent).

Information zur Erhebung der Daten:

Die Daten für die ma 2010 Radio II wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 6. September bis zum 20. Dezember 2009 sowie vom 3. Januar bis zum 18. April 2010 erhoben. Dabei wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt etwas mehr als 6.300 Personen (deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre) befragt, davon rund 3.500 in Hamburg und im Ballungsraum Hamburg sowie rund 2.800 in den weiteren Landkreisen in Schleswig-Holstein. 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. Der Marktanteil sagt 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 Leslie Middelman, Telefon 040 / 36 90 05-23, E-Mail middelmann@ma-hsh.de. Weitere Informationen über die MA HSH sind unter www.ma-hsh.de verfügbar.