

PM 11/11

MA HSH veröffentlicht Ergebnisse der Media Analyse 2011 Radio II für Hamburg und Schleswig-Holstein

Norderstedt, den 12. Juli 2011 - Mit Erscheinen der Media Analyse (ma) 2011 Radio II stellt die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) die aktuellen Reichweitendaten zum Radiomarkt Hamburg und Schleswig-Holstein zur Verfügung.

Die Ergebnisse der aktuellen Media Analyse machen deutlich, dass der Hörfunk nach wie vor zu den reichweitenstärksten Medien überhaupt gehört. In seiner Funktion als tagesbegleitendes Medium ist er in hohem Maße stabil, trotz der wachsenden Konkurrenz durch Audioangebote auf den unterschiedlichsten digitalen Plattformen. Auch nach der ma 2011 Radio II liegt die tägliche Hörfunknutzung an einen durchschnittlichen Werktag bundesweit bei knapp 200 Minuten. Allerdings sind dabei auch klare regionale Unterschiede auszumachen. So wird in Schleswig-Holstein an einem Werktag 214 Minuten (230 Minuten ma 2011 Radio I) Radio gehört, im Ballungsraum Hamburg 195 Minuten (199 Minuten ma 2011 Radio I), in Hamburg dagegen nur 181 Minuten (167 Minuten ma 2011 Radio I). Der Blick auf die Hördauer lässt allerdings auch erkennen, dass ein Problem des Hörfunks in der Altersstruktur seiner Hauptnutzergruppen besteht. In Hamburg hören die über 50-Jährigen mit 219 Minuten mehr als doppelt so lange Radio wie die 14- bis 29-Jährigen mit 107 Minuten. Ein ähnliches Bild ergibt sich für Schleswig-Holstein und für den Ballungsraum Hamburg.

Basis der nachstehend veröffentlichten Zahlen der ma 2011 Radio II sind die Ergebnisse für die deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre. Den Hörerzahlen und Marktanteilen liegen die von MEDIA-MICRO-CENSUS repräsentativ erhobenen aktuellen Daten zugrunde. Die nachfolgend dargestellten Marktanteilswerte beziehen sich zunächst auf den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag, 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 in Bezug auf Marktanteile und Tagesreichweiten 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.

Bei der ma 2011 Radio II wird erstmals alster radio GESAMT an Stelle von alster radio 106!8 rock 'n pop ausgewiesen. Alster radio GESAMT umfasst das Programm 106!8 rock 'n pop und das zugehörige Programmfenster 917xfm. Der jeweils angegebene Vergleichswert bezieht sich ausschließlich auf das Programm 106!8 rock 'n pop.

Ergebnisse für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(in Klammern die Daten der ma 2011 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 23,1 Prozent (22,6 Prozent), alster radio GESAMT 5,2 Prozent (6,7 Prozent), Oldie 95 3,2 Prozent (6,0 Prozent), ENERGY Hamburg 3,2 Prozent (3,9 Prozent), Klassik Radio Gebiet Hamburg 2,3 Prozent (2,1 Prozent).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 3,8 Prozent (4,7 Prozent), delta radio 1,6 Prozent (1,1 Prozent), RADIO NORA 0,3 Prozent (0,2 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 90,3 19,2 Prozent (19,9 Prozent), NDR 2 12,1 Prozent (10,9 Prozent), NDR Info 3,6 Prozent (3,5 Prozent), N-Joy 4,0 Prozent (2,2 Prozent), NDR Kultur 2,3 Prozent (2,5 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 22,6 Prozent (20,3 Prozent), delta

radio 4,6 Prozent (2,9 Prozent), RADIO NORA 3,1 Prozent (4,4 Prozent), Klassik Radio 0,2 Prozent (0,1 Prozent).

Die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, erreichen dort folgende Marktanteile: Radio Hamburg 5,8 Prozent (5,0 Prozent), alster radio GESAMT 1,1 Prozent (2,3 Prozent), Oldie 95 1,4 Prozent (1,1 Prozent), ENERGY Hamburg 0,4 Prozent (1,0 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 29,0 Prozent (28,2 Prozent), NDR 2 13,0 Prozent (11,2 Prozent), N-Joy 4,9 Prozent (6,1 Prozent), NDR Info 2,0 Prozent (2,8 Prozent), NDR Kultur 1,4 Prozent (2,6 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile ermittelt: Radio Hamburg 18,7 Prozent (16,7 Prozent), alster radio GESAMT 4,8 Prozent (5,8 Prozent), Oldie 95 3,1 Prozent (3,9 Prozent), ENERGY Hamburg 1,9 Prozent (2,8 Prozent), Klassik Radio (nur im Stadtgebiet Hamburg empfangbar) 1,4 Prozent (1,1 Prozent).

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

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 90,3 15,7 Prozent (15,9 Prozent), NDR 2 12,1 Prozent (9,9 Prozent), NDR 1 Welle Nord 5,6 Prozent (5,4 Prozent), N-Joy 3,9 Prozent (3,7 Prozent), NDR Info 3,0 Prozent (3,8 Prozent), NDR Kultur 1,8 Prozent (2,4 Prozent).

Ergebnisse für den Auswertungszeitraum Montag bis Sonntag

(auch hier in Klammern die Daten der ma 2011 Radio I)

Ein leicht verändertes Bild hinsichtlich der Verteilung der Marktanteile ergibt sich, wenn man den Auswertungszeitraum Montag bis Sonntag betrachtet:

Ergebnisse für Hamburg

Die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme in Hamburg stellen sich im Einzelnen wie folgt dar: Radio Hamburg 20,4 Prozent (21,7 Prozent), alster radio GESAMT 4,4 Prozent (5,8 Prozent), Oldie 95 4,0 Prozent (5,1 Prozent), ENERGY Hamburg 3,0 Prozent (3,9 Prozent), Klassik Radio Gebiet Hamburg 2,3 Prozent (2,0 Prozent).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 4,7 Prozent (5,7 Prozent), delta radio 1,4 Prozent (1,0 Prozent), RADIO NORA 0,5 Prozent (0,3 Prozent).

Für die Programme des NDR ergeben sich folgende Marktanteile: NDR 90,3 20,5 Prozent (20,6 Prozent), NDR 2 12,4 Prozent (11,7 Prozent), NDR Info 3,7 Prozent (3,4 Prozent), N-Joy 3,6 Prozent (2,1 Prozent), NDR Kultur 3,7 Prozent (2,7 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 (19,3 Prozent), delta radio 4,1 Prozent (3,0 Prozent), RADIO NORA 3,1 Prozent (4,2 Prozent), Klassik Radio 0,2 Prozent (0,1 Prozent).

Die Zahlen für die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, lauten: Radio Hamburg 6,6 Prozent (5,9 Prozent), alster radio GESAMT 1,2 Prozent (2,0 Prozent), Oldie 95 1,1 Prozent (1,0 Prozent), ENERGY Hamburg 0,3 Prozent (0,8 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 27,8 Prozent (28,5 Prozent), NDR 2 14,1 (11,5 Prozent), N-Joy 4,6 Prozent (5,6 Prozent), NDR Info 2,4 Prozent (3,0 Prozent), NDR Kultur 1,8 Prozent (2,4 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg erzielen die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile: Radio Hamburg 17,0 Prozent (17,1 Prozent), alster radio GESAMT 4,3 Prozent (5,1 Prozent), Oldie 95 3,2 Prozent (3,5 Prozent), ENERGY Hamburg 1,8 Prozent (2,7 Prozent), Klassik Radio (nur im Stadtgebiet Hamburg empfangbar) 1,3 Prozent (1,1 Prozent).

Für die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, ergibt sich: R.SH Radio Schleswig-Holstein 9,5 Prozent (9,1 Prozent), delta radio 1,4 Prozent (1,1 Prozent), RADIO NORA 0,9 Prozent (1,3 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR zeigt sich folgendes Bild: NDR 90,3 16,6 Prozent (16,4 Prozent), NDR 2 12,3 Prozent (10,7 Prozent), NDR 1 Welle Nord 5,4 Prozent (5,2 Prozent), N-Joy 3,8 Prozent (3,5 Prozent), NDR Info 3,4 Prozent (4,0 Prozent), NDR Kultur 3,1 Prozent (2,6 Prozent).

Information zur Erhebung der Daten:

Die Daten für die ma 2011 Radio II wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 5. September bis zum 19. Dezember 2010 sowie vom 2. Januar bis zum 17. April 2011 erhoben. Dabei wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt ca. 5.300 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. 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.