

PM 05/11

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

Norderstedt, den 9. März 2011 - Mit Erscheinen der Media Analyse (ma) 2011 Radio I stellt die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) die aktuellen Reichweitendaten zum Radiomarkt Hamburg und Schleswig-Holstein zur Verfügung.

Die Zahlen zum Hörfunkmarkt Hamburg und Schleswig-Holstein zeigen, dass der Hörfunk noch immer eines der wichtigsten tagesbegleitenden Medien ist - ungeachtet der zunehmenden Verbreitung anderer Audioangebote über unterschiedlichste digitale Plattformen. Insgesamt betrachtet liegt die tägliche Nutzungsdauer des Radios nach wie vor bei mehr als drei Stunden, wobei deutliche regionale Unterschiede zu erkennen sind. So wird in Schleswig-Holstein an einem Werktag 230 Minuten (216 Minuten ma 2010 Radio II) Radio gehört, im Ballungsraum Hamburg 199 Minuten (192 Minuten ma 2010 Radio II), in Hamburg dagegen nur 167 Minuten (168 Minuten ma 2010 Radio II). Der Blick auf die Hördauer zeigt dabei auch, dass die Hauptnutzergruppen des klassischen Hörfunks älter werden. In Hamburg hören die über 50-Jährigen mit 197 Minuten fast doppelt so lange Radio wie die 14- bis 29-Jährigen mit 107 Minuten. Ein vergleichbares Bild ergibt sich für Schleswig-Holstein und für den Ballungsraum Hamburg.

Basis der nachstehend veröffentlichten Zahlen der ma 2011 Radio I 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. Der Ballungsraum Hamburg umfasst neben Hamburg die umliegenden Landkreise Herzogtum Lauenburg, Pinneberg, Segeberg, Stormarn, Harburg und Stade.

Die Berechnung der Hördauer, der Verweildauer und der Marktanteile erfolgt für die aktuelle ma 2011/I - sowie nachträglich zu Vergleichszwecken auch für die verwendete ma 2010/II - auf der Grundlage neuer Auswertungskonventionen. Ein Vergleich dieser Ergebnisse mit den Ergebnissen älterer Media Analysen ist nur eingeschränkt möglich.

Ergebnisse für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(in Klammern die Daten der ma 2010 Radio II)

Ergebnisse für Hamburg

Für Hamburg stellt sich die Entwicklung der Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter im Einzelnen wie folgt dar: Radio Hamburg 22,6 Prozent (22,5 Prozent), 106!8 rock 'n pop 6,7 Prozent (5,9 Prozent), Oldie 95 6,0 Prozent (6,7 Prozent), ENERGY Hamburg 3,9 Prozent (2,7 Prozent), Klassik Radio Gebiet Hamburg 2,1 Prozent (3,2 Prozent).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 4,7 Prozent (4,5 Prozent), delta radio 1,1 Prozent (1,1 Prozent), RADIO NORA 0,2 Prozent (0,5 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 90,3 19,9 Prozent (19,7 Prozent), NDR 2 10,9 Prozent (11,5 Prozent), NDR Info 3,5 Prozent (3,3 Prozent), N-Joy 2,2 Prozent (2,8 Prozent), NDR Kultur 2,5 Prozent (2,0 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 20,3 Prozent (21,2 Prozent), RADIO

NORA 4,4 Prozent (7,0 Prozent), delta radio 2,9 Prozent (3,4 Prozent), Klassik Radio 0,1 Prozent (0,2 Prozent).

Die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, erreichen dort folgende Marktanteile: Radio Hamburg 5,0 Prozent (4,1 Prozent), 106!8 rock 'n pop 2,3 Prozent (3,6 Prozent), Oldie 95 1,1 Prozent (0,4 Prozent), ENERGY Hamburg 1,0 Prozent (0,9 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 28,2 Prozent (22,3 Prozent), NDR 2 11,2 Prozent (10,6 Prozent), N-Joy 6,1 Prozent (7,1 Prozent), NDR Info 2,8 Prozent (3,1 Prozent), NDR Kultur 2,6 Prozent (2,8 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile ermittelt: Radio Hamburg 16,7 Prozent (16,5 Prozent), 106!8 rock 'n pop 5,8 Prozent (6,7 Prozent), Oldie 95 3,9 Prozent (3,8 Prozent), ENERGY Hamburg 2,8 Prozent (2,3 Prozent), Klassik Radio (nur im Stadtgebiet Hamburg empfangbar) 1,1 Prozent (1,7 Prozent).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, erreichen dort folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 9,1 Prozent (7,7 Prozent), RADIO NORA 1,4 Prozent (1,9 Prozent), delta radio 1,2 Prozent (1,2 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 90,3 15,9 Prozent (14,7 Prozent), NDR 2 9,9 Prozent (10,6 Prozent), NDR 1 Welle Nord 5,4 Prozent (4,8 Prozent), N-Joy 3,7 Prozent (3,8 Prozent), NDR Info 3,8 Prozent (4,0 Prozent), NDR Kultur 2,4 Prozent (2,4 Prozent).

Ergebnisse für den Auswertungszeitraum Montag bis Sonntag

(auch hier in Klammern die Daten der ma 2010 Radio II)

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 21,7 Prozent (21,8 Prozent), 106!8 rock 'n pop 5,8 Prozent (5,3 Prozent), Oldie 95 5,1 Prozent (6,7 Prozent), ENERGY Hamburg 3,9 Prozent (2,7 Prozent), Klassik Radio Gebiet Hamburg 2,0 Prozent (2,7 Prozent).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 5,7 Prozent (4,0 Prozent), delta radio 1,0 Prozent (1,1 Prozent), RADIO NORA 0,3 Prozent (0,6 Prozent).

Für die Programme des NDR ergeben sich folgende Marktanteile: NDR 90,3 20,6 Prozent (21,7 Prozent), NDR 2 11,7 Prozent (11,9 Prozent), NDR Info 3,4 Prozent (2,8 Prozent), N-Joy 2,1 Prozent (2,4 Prozent), NDR Kultur 2,7 Prozent (2,3 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 19,3 Prozent (21,2 Prozent), RADIO NORA 4,2 Prozent (6,2 Prozent), delta radio 3,0 Prozent (3,6 Prozent), Klassik Radio 0,1 Prozent (0,2 Prozent).

Die Zahlen für die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, lauten: Radio Hamburg 5,9 Prozent (4,7 Prozent), 106!8 rock 'n pop 2,0 Prozent (3,1 Prozent), Oldie 95 1,0 Prozent (0,6 Prozent), ENERGY Hamburg 0,8 Prozent (0,8 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 28,5 Prozent (23,5 Prozent), NDR 2 11,5 (11,1 Prozent), N-Joy 5,6 Prozent (6,2 Prozent), NDR Info 3,0 Prozent (2,7 Prozent), NDR Kultur 2,4 Prozent (2,6 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg erzielen die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile: Radio Hamburg 17,1 Prozent (17,2 Prozent), 106!8 rock 'n pop 5,1 Prozent (5,8 Prozent), Oldie 95 3,5 Prozent (4,1 Prozent), ENERGY Hamburg 2,7 Prozent (2,3 Prozent), Klassik Radio (nur im Stadtgebiet Hamburg empfangbar) 1,1 Prozent (1,6 Prozent).

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

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR zeigt sich folgendes Bild: NDR 90,3 16,4 Prozent (16,1 Prozent), NDR 2 10,7 Prozent (11,0 Prozent), NDR 1 Welle Nord 5,2 Prozent (4,7 Prozent), N-Joy 3,5 Prozent (3,4 Prozent), NDR Info 4,0 Prozent (3,5 Prozent), NDR Kultur 2,6 Prozent (2,5 Prozent).

Information zur Erhebung der Daten:

Die Daten für die ma 2011 Radio I wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 3. Januar bis zum 18. April 2010 sowie vom 5. September 2010 bis zum 19. Dezember 2010 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.