

### **MA HSH veröffentlicht Ergebnisse der Media Analyse 2013 Radio I für Hamburg und Schleswig-Holstein**

Norderstedt, den 6. März 2013 - Mit Erscheinen der Media Analyse (ma) 2013 Radio I 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 haben erneut bestätigt, dass der Hörfunk zu den reichweitenstärksten Medien überhaupt gehört. In seiner Funktion als tagesbegleitendes Servicemedium ist er in hohem Maße stabil, trotz der wachsenden Konkurrenz durch Audioangebote auf den unterschiedlichen digitalen Plattformen. So ist die Tagesreichweite des Mediums mit knapp 80 Prozent auf dem gleichen Niveau wie bei der ma 2012 Radio II. Auch die Dauer der Hörfunknutzung an einem durchschnittlichen Wochentag (Montag - Freitag) liegt nahezu unverändert bei 197 Minuten (200 Minuten ma 2012 Radio II). Zum Vergleich: Die durchschnittliche Fernsehnutzung betrug im Jahr 2012 222 Minuten täglich (Quelle: AGF).

Bei der Hörfunknutzung lassen sich klare regionale Unterschiede ausmachen. So ist die Hördauer in Schleswig-Holstein an einem Wochentag mit 204 Minuten (196 Minuten ma 2012 Radio II) im Vergleich zur Hördauer bundesweit überdurchschnittlich hoch, während sie im Ballungsraum Hamburg mit 194 (189 Minuten ma 2012 Radio II) und in Hamburg mit 172 Minuten (176 Minuten ma 2012 Radio II) unterdurchschnittlich ausfällt.

Auch bei den verschiedenen Altersgruppen zeigen sich Differenzen im Nutzungsumfang, wenngleich die Hörfunknutzung bei der jüngeren Zielgruppe (14-29 Jahre) im vergangenen Jahr erkennbar angestiegen ist. Gleichwohl liegt die Nutzungsdauer älterer Zielgruppen nach wie vor deutlich über der jüngerer Zielgruppen. In Hamburg hören die über 50-Jährigen an einem Werktag 201 Minuten Radio, die 14- bis 29-Jährigen dagegen nur 169 Minuten. Bei der ma 2012 Radio II waren es bei den 14- bis 29-Jährigen nur 151 Minuten.

Ein vergleichbares Entwicklungsbild ergibt sich auch für Schleswig-Holstein und den Ballungsraum Hamburg.

Basis der nachstehend veröffentlichten Zahlen der ma 2013 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 Marktanteilewerte beziehen sich jeweils auf den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag. Dieser Zeitraum berücksichtigt vor allem die habitualisierte Nutzung und stellt zugleich den vornehmlich werberelevanten Zeitraum dar. 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 2013 Radio I 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.

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

(in Klammern die Daten der ma 2012 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 22,3 Prozent (24,8 Prozent) alster Radio GESAMT 5,9 Prozent (6,4 Prozent), Oldie 95 5,3 Prozent (6,6 Prozent), ENERGY Hamburg 5,3 Prozent (6,0 Prozent), Klassik Radio 5,2 Prozent (4,4 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erzielen in Hamburg folgende Tagesreichweiten: delta Radio 5,0 Prozent (3,6 Prozent), R.SH Radio Schleswig-Holstein 3,1 Prozent (2,9 Prozent), Radio NORA 2,2 Prozent (1,0 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 18,9 Prozent (17,0 Prozent), NDR 90,3 14,7 Prozent (14,1 Prozent), N-Joy 8,8 Prozent (7,5 Prozent), NDR Info 8,0 Prozent (7,6 Prozent), NDR Kultur 3,0 Prozent (3,6 Prozent).

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

In Schleswig-Holstein haben sich die Tagesreichweiten der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 26,9 Prozent (26,8 Prozent), delta Radio 7,8 Prozent (9,2 Prozent), Radio NORA 5,0 Prozent (4,4 Prozent), Klassik Radio 1,9 Prozent (2,4 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 (8,0 Prozent), alster Radio GESAMT 1,4 Prozent (2,1 Prozent), Oldie 95 1,0 Prozent (0,8 Prozent), ENERGY Hamburg 0,5 Prozent (0,7 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 2 23,4 Prozent (20,7 Prozent), NDR 1 Welle Nord 20,3 Prozent (21,3 Prozent), N-Joy 11,0 Prozent (12,0 Prozent), NDR Info 4,5 Prozent (5,3 Prozent), NDR Kultur 2,7 Prozent (3,3 Prozent).

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

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Tagesreichweiten ermittelt: Radio Hamburg 22,0 Prozent (23,8 Prozent), alster Radio GESAMT 5,4 Prozent (6,3 Prozent), Oldie 95 4,4 Prozent (4,7 Prozent), Klassik Radio 3,6 Prozent (3,1 Prozent), ENERGY Hamburg 3,5 Prozent (4,0 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, erreichen dort folgende Tagesreichweiten: R.SH Radio Schleswig-Holstein 6,9 Prozent (8,5 Prozent), delta Radio 5,1 Prozent (3,7 Prozent), Radio NORA 3,1 Prozent (2,0 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 20,3 Prozent (17,1 Prozent), NDR 90,3 14,4 Prozent (13,6 Prozent), N-Joy 8,0 Prozent

(6,5 Prozent), NDR Info 6,8 Prozent (6,8 Prozent), NDR 1 Welle Nord 4,7 Prozent (5,5 Prozent), NDR Kultur 2,3 Prozent (2,6 Prozent).

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

(auch hier in Klammern die Daten der ma 2012 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 20,8 Prozent (24,6 Prozent), alster Radio GESAMT 4,8 Prozent (5,3 Prozent), ENERGY Hamburg 3,1 Prozent (3,0 Prozent), Klassik Radio 3,0 Prozent (3,3 Prozent), Oldie 95 2,4 Prozent (2,8 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: delta Radio 2,9 Prozent (2,7 Prozent), R.SH Radio Schleswig-Holstein 2,2 Prozent (1,4 Prozent), Radio NORA 1,0 Prozent (0,7 Prozent).

Für die Programme des NDR ergeben sich folgende Marktanteile: NDR 90,3 18,9 Prozent (18,0 Prozent), NDR 2 13,6 Prozent (10,5 Prozent), N-Joy 5,2 Prozent (4,7 Prozent), NDR Info 3,8 Prozent (3,8 Prozent), NDR Kultur 1,5 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 20,5 Prozent (21,9 Prozent), delta Radio 3,2 Prozent (4,4 Prozent), Radio NORA 2,7 Prozent (2,0 Prozent), Klassik Radio 0,9 Prozent (1,1 Prozent).

Die Zahlen für die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, lauten: Radio Hamburg 5,0 Prozent (5,8 Prozent), alster Radio GESAMT 1,2 Prozent (1,3 Prozent), Oldie 95 1,0 Prozent (0,7 Prozent), ENERGY Hamburg 0,1 Prozent (0,8 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 22,8 Prozent (21,4 Prozent), NDR 2 18,8 Prozent (15,4 Prozent), N-Joy 5,7 Prozent (7,5 Prozent), NDR Info 2,4 Prozent (2,3 Prozent), NDR Kultur 1,4 Prozent (1,8 Prozent).

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

Im Ballungsraum Hamburg erzielen die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile: Radio Hamburg 18,0 Prozent (20,1 Prozent), alster Radio GESAMT 5,2 Prozent (6,1 Prozent), Oldie 95 2,6 Prozent (2,3 Prozent), ENERGY Hamburg 1,8 Prozent (2,3 Prozent), Klassik Radio 1,7 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 6,1 Prozent (7,0 Prozent), delta Radio 2,3 Prozent (2,1 Prozent), Radio NORA 1,5 Prozent (1,1 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR zeigt sich folgendes Bild: NDR 90,3 15,4 Prozent (14,2 Prozent), NDR 2 14,7 Prozent (11,4 Prozent), NDR 1 Welle Nord 5,1 Prozent (4,5 Prozent), N-Joy 3,9 Prozent (3,5 Prozent), NDR Info 3,1 Prozent (2,8 Prozent), NDR Kultur 1,2 Prozent (1,5 Prozent).

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

Die Daten für die ma 2013 Radio I wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 8. Januar 2012 bis zum 22. April 2012 sowie vom 2. September bis zum 16. Dezember 2012 erhoben. Dabei wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt ca. 5.100 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), stellvertretende 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.