

MA HSH veröffentlicht Ergebnisse der Media Analyse 2014 Radio I für Hamburg und Schleswig-Holstein

Norderstedt, den 5. März 2014 - Mit Erscheinen der Media Analyse (ma) 2014 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 nach wie vor zu den reichweitenstärksten Mediengattungen gehört und sich trotz der zunehmenden medialen Konkurrenz durch Musik-Streamingdienste und andere Audioangebote in allen Alters- und Zielgruppen behauptet. In seiner Funktion als tagesbegleitendes Servicemedium hält er sein hohes Reichweiteniveau und erweist sich so auch als äußerst stabiler Werbeträger. Die Tagesreichweite des Mediums liegt aktuell mit 79,9 Prozent sogar noch etwas höher als bei der ma 2013 Radio II (79,4 Prozent). Auch die Dauer der Hörfunknutzung an einem durchschnittlichen Arbeitstag (Montag - Freitag) liegt nahezu unverändert bei 199 Minuten (198 Minuten ma 2013 Radio II). Zum Vergleich: Die tägliche Fernsehnutzung betrug im Jahr 2013 durchschnittlich 221 Minuten (Quelle: AGF).

Allerdings lassen sich bei der Hörfunknutzung deutliche regionale Unterschiede ausmachen. So ist die Hördauer in Schleswig-Holstein an einem durchschnittlichen Arbeitstag mit 214 Minuten (213 Minuten ma 2013 Radio II) im Vergleich zur Hördauer bundesweit überdurchschnittlich hoch, während sie im Ballungsraum Hamburg mit 186 Minuten (185 Minuten ma 2013 Radio II) und in Hamburg mit 163 Minuten (164 Minuten ma 2013 Radio II) unterdurchschnittlich ausfällt. Auch die Tagesreichweite des Mediums ist in Hamburg mit 72,2 Prozent deutlich niedriger als in Schleswig-Holstein mit 82,7 Prozent.

Bei den verschiedenen Altersgruppen zeigen sich deutliche Differenzen im Nutzungsumfang. So liegt die Nutzungsdauer bei älteren Zielgruppen nach wie vor erheblich über der bei jüngeren Zielgruppen. Im Ballungsraum Hamburg beispielsweise

hören die 30- bis 49-Jährigen an einem Arbeitstag 215 Minuten Radio, die über 50-Jährigen 204 Minuten, die 14- bis 29-Jährigen dagegen nur 124 Minuten. Ein vergleichbares Bild ergibt sich auch für Hamburg und Schleswig-Holstein.

Bei allen regionalen Unterschieden kann man insgesamt jedoch feststellen, dass auf den Radiomärkten Hamburg und Schleswig-Holstein relativ wenig Bewegung herrscht.

Basis der nachstehend veröffentlichten Zahlen der ma 2014 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 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** 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 2014 Radio I 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.

Tagesreichweiten für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(in Klammern die Daten der ma 2013 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 21,6 Prozent (23,3 Prozent), alsterradio GESAMT 7,0 Prozent (5,2 Prozent), ENERGY Hamburg 5,9 Prozent (5,1 Prozent), Oldie 95 4,8 Prozent (5,2 Prozent), Klassik Radio 4,3 Prozent (4,9 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erzielen in Hamburg folgende Tagesreichweiten: delta radio 3,8 Prozent (3,5 Prozent), R.SH Radio Schleswig-Holstein 3,5 Prozent (2,7 Prozent), Radio NORA 1,6 Prozent (2,6 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 16,7 Prozent (17,9 Prozent), NDR 90,3 15,5 Prozent (14,9 Prozent), NDR Info 7,5 Prozent (8,1 Prozent), N-JOY 7,1 Prozent (6,4 Prozent), NDR Kultur 2,4 Prozent (2,4 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Tagesreichweiten der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 24,8 Prozent (27,4 Prozent), delta radio 7,4 Prozent (8,1 Prozent), Radio NORA 5,0 Prozent (5,2 Prozent), Klassik Radio 2,8 Prozent (2,8 Prozent).

Die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, erzielen dort folgende Tagesreichweiten: Radio Hamburg 10,0 Prozent (9,1 Prozent), alsterradio GESAMT 2,6 Prozent (1,7 Prozent), ENERGY Hamburg 1,7 Prozent (1,5 Prozent), Oldie 95 0,5 Prozent (0,5 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 2 24,9 Prozent (23,2 Prozent), NDR 1 Welle Nord 21,4 Prozent (21,3 Prozent), N-JOY 13,6 Prozent (12,6 Prozent), NDR Info 6,1 Prozent (5,2 Prozent), NDR Kultur 2,2 Prozent (2,7 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Tagesreichweiten ermittelt: Radio Hamburg 22,2 Prozent (23,2 Prozent), alsterradio GESAMT 6,2 Prozent (4,5 Prozent), ENERGY Hamburg 4,7 Prozent (4,2 Prozent), Oldie 95 3,8 Prozent (3,6 Prozent), Klassik Radio 3,5 Prozent (3,8 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, erreichen dort folgende Tagesreichweiten: R.SH Radio Schleswig-Holstein 6,7 Prozent (5,9 Prozent), delta radio 4,3 Prozent (5,4 Prozent), Radio NORA 2,4 Prozent (3,0 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 20,1 Prozent (21,5 Prozent), NDR 90,3 14,3 Prozent (14,5 Prozent), N-JOY 8,6 Prozent (8,4 Prozent), NDR 1 Welle Nord 6,9 Prozent (5,5 Prozent), NDR Info 6,6 Prozent (7,6 Prozent), NDR Kultur 2,2 Prozent (2,2 Prozent).

Marktanteile für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(auch hier in Klammern die Daten der ma 2013 Radio II)

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 21,4 Prozent (24,2 Prozent), alsterradio GESAMT 5,2 Prozent (3,4 Prozent), Klassik Radio 3,3 Prozent (3,5 Prozent), ENERGY Hamburg 3,0 Prozent (3,6 Prozent), Oldie 95 3,0 Prozent (3,0 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: Radio NORA 1,7 Prozent (1,5 Prozent), R.SH Radio Schleswig-Holstein 1,5 Prozent (1,8 Prozent), delta radio 1,3 Prozent (1,2 Prozent).

Für die Programme des NDR ergeben sich folgende Marktanteile: NDR 90,3 19,0 Prozent (19,0 Prozent), NDR 2 15,3 Prozent (18,4 Prozent), N-JOY 4,2 Prozent (3,6 Prozent), NDR Info 3,2 Prozent (3,1 Prozent), NDR Kultur 1,9 Prozent (1,5 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 19,1 Prozent (21,7 Prozent), delta radio 3,1 Prozent (3,1 Prozent), Radio NORA 2,1 Prozent (3,1 Prozent), Klassik Radio 1,3 Prozent (1,3 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 (6,1 Prozent), ENERGY Hamburg 1,6 Prozent (0,9

Prozent), alsterradio GESAMT 1,6 Prozent (0,6 Prozent), Oldie 95 0,2 Prozent (0,3 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 2 21,8 Prozent (17,3 Prozent), NDR 1 Welle Nord 20,0 Prozent (23,2 Prozent), N-JOY 5,2 Prozent (5,3 Prozent), NDR Info 2,2 Prozent (2,2 Prozent), NDR Kultur 1,1 Prozent (1,5 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg erzielen die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile: Radio Hamburg 18,4 Prozent (21,9 Prozent), alsterradio GESAMT 4,2 Prozent (2,3 Prozent), ENERGY Hamburg 3,0 Prozent (2,9 Prozent), Klassik Radio 2,3 Prozent (2,4 Prozent), Oldie 95 2,1 Prozent (2,0 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 5,2 Prozent (4,7 Prozent), delta radio 1,4 Prozent (2,0 Prozent), Radio NORA 1,3 Prozent (1,5 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR zeigt sich folgendes Bild: NDR 2 17,0 Prozent (18,6 Prozent), NDR 90,3 14,9 Prozent (15,4 Prozent), NDR 1 Welle Nord 6,9 Prozent (6,1 Prozent), N-JOY 3,6 Prozent (3,7 Prozent), NDR Info 2,5 Prozent (3,0 Prozent), NDR Kultur 1,6 Prozent (1,3 Prozent).

Informationen zur Erhebung der Daten:

Die Daten für die ma 2014 Radio I wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 6. Januar bis zum 21. April 2013 sowie vom 1. September bis zum 15. Dezember 2013 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), 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.