

Programmbezogene Detailergebnisse der Media Analyse 2022 Audio I für Hamburg und Schleswig-Holstein

Die ma 2022 Audio I basiert auf der Grundgesamtheit der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren. Den Tagesreichweiten und Marktanteilen liegen die von MEDIA-MICRO-CENSUS repräsentativ erhobenen aktuellen Daten zugrunde. Bei der Erhebung der Hörfunknutzung werden alle Verbreitungswege, also auch DAB+ und Online-Audio, einbezogen.

Die nachfolgend dargestellten Tagesreichweiten und Marktanteile für den Hörfunkmarkt in Hamburg und Schleswig-Holstein 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.

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. Diesem werden neben Hamburg die umliegenden Landkreise Harburg, Herzogtum Lauenburg, Pinneberg, Segeberg, Stade und Stormarn, zugerechnet.

Bei der ma 2021 Audio wird noch einmal Rock Antenne Hamburg GESAMT an Stelle von Rock Antenne Hamburg ausgewiesen. Rock Antenne Hamburg GESAMT umfasst das Programm Rock Antenne Hamburg und das zugehörige Programmfenster 917xfm.

Tagesreichweiten für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(in Klammern die Daten der ma 2021 Audio)

Ergebnisse für Hamburg

Für Hamburg stellt sich die Entwicklung der Tagesreichweiten der privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter im Einzelnen wie folgt dar: Radio Hamburg 20,5 Prozent (23,0 Prozent), HAMBURG ZWEI 4,0 Prozent (3,7 Prozent), ENERGY Hamburg 3,8 Prozent (3,5 Prozent), Klassik Radio 3,1 Prozent (3,9 Prozent), Rock Antenne Hamburg GESAMT 2,5 Prozent (4,3 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erzielen in Hamburg folgende Tagesreichweiten: R.SH Radio Schleswig-Holstein 2,5 Prozent (2,9 Prozent), delta radio 1,9 Prozent (2,9 Prozent), Radio Bob! rockt SH 1,5 Prozent (1,9 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 13,9 Prozent (14,9 Prozent), NDR 90,3 12,6 Prozent (15,8 Prozent), NDR Info 9,6 Prozent (8,9 Prozent), N-JOY 5,2 Prozent (4,1 Prozent), NDR Kultur 2,6 Prozent (2,5 Prozent).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Tagesreichweiten der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt: R.SH Radio Schleswig-Holstein 25,5 Prozent (26,8 Prozent), delta radio 5,4 Prozent (6,0 Prozent), Radio Bob! rockt SH 4,9 Prozent (5,6 Prozent), Klassik Radio 1,2 Prozent (2,3 Prozent).

Die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, erzielen dort folgende Tagesreichweiten: Radio Hamburg 6,3 Prozent (7,2 Prozent), ENERGY Hamburg 1,8 Prozent (1,2 Prozent), Rock Antenne Hamburg GESAMT 1,7 Prozent (1,2 Prozent), HAMBURG ZWEI 0,8 Prozent (0,5 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 2 17,5 Prozent (19,1 Prozent), NDR 1 Welle Nord 15,1 Prozent (15,5 Prozent), NDR Info 7,0 Prozent (7,1 Prozent), N-JOY 6,4 Prozent (6,4 Prozent), NDR Kultur 2,0 Prozent (2,6 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Tagesreichweiten ermittelt: Radio Hamburg 18,7 Prozent (21,0 Prozent), HAMBURG ZWEI 3,5 Prozent (3,0 Prozent), ENERGY Hamburg 3,5 Prozent (2,8 Prozent), Rock Antenne Hamburg GESAMT 3,1 Prozent (4,5 Prozent), Klassik Radio 1,9 Prozent (2,7 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, erreichen dort folgende Tagesreichweiten: R.SH Radio Schleswig-Holstein 7,7 Prozent (7,8 Prozent), delta radio 2,5 Prozent (4,0 Prozent), Radio Bob! rockt SH 2,2 Prozent (2,6 Prozent).

Bei den Tagesreichweiten der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 2 15,3 Prozent (17,0 Prozent), NDR 90,3 12,7 Prozent (14,9 Prozent), NDR Info 7,8 Prozent (7,3 Prozent), N-JOY 5,1 Prozent (5,0 Prozent), NDR 1 Welle Nord 3,5 Prozent (4,1 Prozent), NDR Kultur 2,0 Prozent (2,1 Prozent).

Marktanteile für den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag

(in Klammern die Daten der ma 2021 Audio)

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 19,8 Prozent (21,8 Prozent), HAMBURG ZWEI 3,8 Prozent (3,2 Prozent), Rock Antenne Hamburg GESAMT 2,8 Prozent (4,4 Prozent), Klassik Radio 2,8 Prozent (3,2 Prozent), ENERGY Hamburg 1,9 Prozent (1,6 Prozent).

Die Programme der privaten Veranstalter aus Schleswig-Holstein erreichen in Hamburg folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 2,3 Prozent (2,3 Prozent), delta radio 1,7 Prozent (2,6 Prozent), Radio Bob! rockt SH 1,0 Prozent (1,3 Prozent).

Für die Programme des NDR ergeben sich folgende Marktanteile: NDR 90,3 16,8 Prozent (21,1 Prozent), NDR 2 14,3 Prozent (13,4 Prozent), NDR Info 7,0 Prozent (6,0 Prozent), N-JOY 4,3 Prozent (2,2 Prozent), NDR Kultur 2,2 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 24,0 Prozent (23,8 Prozent), Radio Bob! rockt SH 3,5 Prozent (4,5 Prozent), delta radio 3,1 Prozent (3,3 Prozent), Klassik Radio 0,9 Prozent (2,1 Prozent).

Die Zahlen für die privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter, die je nach technischer Reichweite unterschiedlich weit nach Schleswig-Holstein einstrahlen, lauten: Radio Hamburg 4,8 Prozent (5,6 Prozent), Rock Antenne Hamburg GESAMT 2,1 Prozent (1,8 Prozent), ENERGY Hamburg 0,8 Prozent (0,5 Prozent), HAMBURG ZWEI 0,2 Prozent (0,2 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 2 16,3 Prozent (16,9 Prozent), NDR 1 Welle Nord 16,1 Prozent (15,6 Prozent), N-JOY 3,9 Prozent (4,0 Prozent), NDR Info 3,6 Prozent (3,6 Prozent), NDR Kultur 1,7 Prozent (2,1 Prozent).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg erzielen die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile: Radio Hamburg 19,3 Prozent (18,6 Prozent), HAMBURG ZWEI 3,9 Prozent (2,4 Prozent), Rock Antenne Hamburg GESAMT 3,7 Prozent (4,5 Prozent), Klassik Radio 1,7 Prozent (2,1 Prozent), ENERGY Hamburg 1,4 Prozent (1,1 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 7,0 Prozent (6,0 Prozent), delta radio 1,6 Prozent (2,7 Prozent), Radio Bob! rockt SH 1,3 Prozent (1,6 Prozent).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR zeigt sich folgendes Bild: NDR 90,3 14,0 Prozent (16,6 Prozent), NDR 2 14,0 Prozent (15,9 Prozent), NDR Info 5,0 Prozent (4,5 Prozent), N-JOY 3,4 Prozent (2,7 Prozent), NDR 1 Welle Nord 2,3 Prozent (2,9 Prozent), NDR Kultur 1,6 Prozent (1,4 Prozent).

Informationen zur Erhebung der Daten:

Die Daten für die ma 2022 Audio I wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 6. Dezember 2020 bis zum 28. März 2021 sowie vom 5. September 2021 bis zum 12. Dezember 2021 erhoben. Dabei wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt ca. 5.000 Personen (deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre) befragt. Die Ergebnisse der ma Audio beruhen auf einer Fusion der ma Radio mit den technischen Messdaten der ma IP Audio, ergänzt durch Daten aus der DAB+ Studie. 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.