

MA HSH veröffentlicht die Ergebnisse der Media Analyse 2010 Radio I für Hamburg und Schleswig-Holstein

Norderstedt, den 10. März 2010 - Mit Erscheinen der Media Analyse (ma) 2010 Radio I stellt die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) die aktuellen Reichweitendaten zum Radiomarkt Hamburg und Schleswig-Holstein zur Verfügung. Ungeachtet der Diskussionen um die digitale Zukunft des Hörfunks und die unterschiedlichen Verbreitungsplattformen zeigt die ma 2010 Radio I, dass der Hörfunk neben dem Fernsehen nach wie vor zu den wichtigsten medialen Tagesbegleitern zählt. Über alle Zielgruppen liegt die tägliche Nutzungsdauer des Radios bei mehr als drei Stunden, wobei allerdings deutliche regionale Unterschiede zu erkennen sind. Dabei ist die Hördauer an einem durchschnittlichen Werktag (Montag bis Freitag) sowohl in Hamburg als auch im Ballungsraum Hamburg und in Schleswig-Holstein im Vergleich zur ma 2009 Radio II um einige Minuten gestiegen. Aktuell liegt die Hördauer in Hamburg bei 175 Minuten (170 Minuten bei der ma 2009 Radio II), im Ballungsraum Hamburg bei 185 Minuten (180 Minuten bei der ma 2009 Radio II) und in Schleswig-Holstein bei 210 Minuten (203 Minuten bei der ma 2009 Radio II). Von leichten Schwankungen abgesehen, erweist sich der Radiomarkt Hamburg und Schleswig-Holstein nach wie vor als sehr stabil.

Basis der nachstehend veröffentlichten Zahlen der ma 2010 Radio I sind die Ergebnisse für die deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren. Für die ma 2010 Radio I ist eine Erweiterung der Stichprobenanlage um Nicht-EU-Ausländer vorgenommen worden. Die Veränderung der Grundgesamtheiten bei Erhebung und Hochrechnung muss bei etwaigen Vergleichen mit vorangegangenen Media Analysen entsprechend berücksichtigt werden.

Insgesamt basieren die Hörerzahlen und Marktanteile auf den von MEDIA-MICRO-CENSUS repräsentativ erhobenen aktuellen Daten. Die nachfolgend dargestellten Marktanteilswerte beziehen sich auf den Auswertungszeitraum Montag bis Freitag (deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren). Eine Übersicht über die Ergebnisse für die Auswertungszeiträume

Montag bis Samstag sowie Montag bis Sonntag 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.

Ergebnisse für Hamburg

Für Hamburg stellt sich die Entwicklung der Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme Hamburger Veranstalter im Einzelnen wie folgt dar (jeweils Montag bis Freitag, in Klammern die Daten der ma 2009 Radio II): Radio Hamburg 22,3 % (22,4 %), 106!8 rock ´n pop 7,4 % (8,2 %), Oldie 95 8,0 % (7,6 %), ENERGY Hamburg 4,6 % (5,9 %), Klassik Radio Gebiet Hamburg 4,0 % (3,5 %).

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

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 90,3 19,4 % (22,4 %), NDR 2 14,3 % (12,9 %), NDR Info 4,0 % (4,1 %), N-Joy 3,4 % (2,9 %), NDR Kultur 1,7 % (1,8 %).

Ergebnisse für Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein haben sich die Marktanteile der privaten Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt (jeweils Montag bis Freitag, in Klammern die Daten der ma 2009 Radio II): R.SH Radio Schleswig-Holstein 24,8 % (24,6 %), RADIO NORA 8,1 % (3,9 %), delta radio 4,8 % (3,9 %), Klassik Radio 0,5 % (0,5 %).

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

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgende Verteilung: NDR 1 Welle Nord 22,9 % (23,6 %), NDR 2 17,1 % (14,8 %), N-Joy 7,1 % (5,9 %), NDR Info 2,4 % (1,5 %), NDR Kultur 1,0 % (1,5 %).

Ergebnisse für den Ballungsraum Hamburg

Im Ballungsraum Hamburg wurden für die privaten Hörfunkprogramme aus Hamburg folgende Marktanteile ermittelt (jeweils Montag bis Freitag, in Klammern die Daten der ma 2009 Radio II): Radio Hamburg 18,4 % (19,4 %), 106!8 rock´n pop 8,1 % (6,7 %), Oldie 95 5,4 % (6,7 %), ENERGY Hamburg 3,2 % (4,4 %), Klassik Radio (nur im Stadtgebiet Hamburg empfangbar) 2,7 % (2,2 %).

Die Programme der Veranstalter aus Schleswig-Holstein, die im Ballungsraum Hamburg empfangbar sind, erreichen dort folgende Marktanteile: R.SH Radio Schleswig-Holstein 9,2 % (8,3 %), delta radio 3,2 % (2,8 %), RADIO NORA 2,2 % (1,7 %).

Bei den Marktanteilen der Programme des NDR ergibt sich folgendes Bild: NDR 90,3 14,1 % (15,6 %), NDR 2 14,1 % (13,3 %), NDR 1 Welle Nord 6,5 % (5,6 %), N-Joy 3,2 % (3,9 %), NDR Info 3,2 % (2,8 %), NDR Kultur 1,6 % (1,7 %).

Information zur Erhebung der Daten:

Die Daten für die ma 2010 Radio I wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein in zwei Wellen vom 4. Januar 2009 bis zum 19. April 2009 sowie vom 6. September bis zum 20. Dezember 2009 erhoben. Dabei wurden in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt knapp 6.400 Personen (deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre) befragt, davon 3.510 Fälle in Hamburg und im Ballungsraum Hamburg und 2.864 Fälle in den weiteren Landkreisen in Schleswig-Holstein. 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 % 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), stv. 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.