



NDR Radioprogramme erreichen täglich 7,6 Millionen Hörer

NDR Radioprogramme erreichen täglich 7,6 Millionen Hörer. Im Norden schaltet täglich mehr als die Hälfte der deutschsprachigen Bevölkerung ab zehn Jahren mindestens ein Radioprogramm des NDR ein. Knapp 7,6 Millionen Menschen aller Altersgruppen nutzen täglich die Angebote des Norddeutschen Rundfunks. Beim Marktanteil erreicht der NDR 51,6 Prozent. Der Abstand zu den 16 privaten Radio-Anbietern im Norden beträgt 12,9 Prozentpunkte - die kommerzielle Konkurrenz kommt der jüngsten Media-Analyse zufolge insgesamt auf einen Marktanteil von 38,7 Prozent. In drei von vier Bundesländern ist ein NDR Programm Marktführer. Dr. Arno Beyer, Stv. NDR Intendant und Direktor des Landesfunkhauses Niedersachsen: "Jeder zweite Norddeutsche hört täglich den NDR. Dieser Erfolg spricht für die Qualität unserer vielfältigen Angebote. Besonders freuen wir uns über den wachsenden Erfolg von N-JOY, unserem Programm für junge Menschen, das jetzt von täglich fast 1,4 Millionen Menschen eingeschaltet wird. Ich danke allen Hörerinnen und Hörern, die unsere Programme einschalten, und ebenso allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die Tag für Tag attraktives Radio machen." Die wichtigsten Ergebnisse: NDR 1 Niedersachsen ist mit einem Marktanteil von jetzt 25,2 Prozent wie in den vergangenen 21 Jahren Marktführer. Auf Platz zwei in Niedersachsen liegt erneut NDR 2. NDR 1 Welle Nord ist zum neunten Mal in Folge Marktführer in Schleswig-Holstein und erreicht einen Marktanteilswert von 20,9 Prozent, dicht gefolgt auf Rang zwei von NDR 2 mit 20,7 Prozent. NDR 1 Radio MV steigert seinen Marktanteil um 2,4 Prozentpunkte auf 28,1 Prozent. NDR 90,3 hat die Marktführerschaft auf dem Hamburger Radiomarkt mit einem Marktanteilswert von 21,9 Prozent zurückerobert. NDR 90,3 liegt damit klar vor dem Konkurrenten Radio Hamburg. NDR 2 erzielt bei der jüngsten Media-Analyse einen Marktanteil von 17,4 Prozent, mehr als 3,1 Millionen Menschen schalten täglich ein. N-JOY, das junge Programm des NDR, erzielt mit einer Tagesreichweite von 9,8 Prozent und 1,35 Millionen Hörern neue Bestwerte. NDR Info, das Informationsprogramm des Norddeutschen Rundfunks, steigert seine Tagesreichweite auf 4,4 Prozent und bleibt das erfolgreichste Informationsprogramm im Norden. NDR Kultur erreicht täglich mehr als 300.000 Menschen insgesamt und bleibt das meistgehörte Klassik- und Kulturprogramm in Norddeutschland. Die Ergebnisse im Detail (der Marktanteil bezieht sich auf die Wochentage Montag bis Sonntag, die Tagesreichweite auf die Wochentage Montag bis Freitag): NDR 2 erzielt bei der jüngsten Media-Analyse einen Marktanteil von 17,4 Prozent. Mehr als 3,1 Millionen Hörerinnen und Hörer schalten das Programm täglich ein. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen liegt die Zahl der Hörer bei knapp 1,7 Millionen. Die Tagesreichweite von NDR 2 liegt im Norden bei 21,0 Prozent. In der für die Werbebranche besonders wichtigen Währung "Hörer pro Durchschnittsstunde" erreicht NDR 2 nun 912.000 Hörerinnen und Hörer, in der Gruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es 487.000 Menschen. Im Bundesgebiet gehört NDR 2 erneut zu den zehn reichweitenstärksten werbetreibenden Programmen; im gesamten Norden ist es in dieser Kategorie die Nummer eins. N-JOY erreicht im Jahr seines 20. Geburtstages Bestwerte: Die Media-Analyse 2014 Radio II bescheinigt dem jungen Radioprogramm des NDR Rekordzahlen. Täglich schalten 1,35 Millionen Hörer N-JOY ein - das sind rund 100.000 mehr als bei der letzten Media-Analyse vom März 2014. Die Tagesreichweite in Norddeutschland stieg von 9,3 auf 9,8 Prozent, auch das ein neuer Bestwert. Dr. Arno Beyer, Stv. NDR Intendant: "N-JOY konnte mit einem überzeugenden Angebot für junge Hörerinnen und Hörer punkten. Das ist in dieser Online-affinen Zielgruppe besonders bemerkenswert. Gratulation!" NDR Info bleibt das erfolgreichste Informationsprogramm im Norden. Mit einer Tagesreichweite von 4,4 Prozent liegt es klar vor dem Deutschlandfunk. Das Informationsprogramm des Norddeutschen Rundfunks hört bundesweit täglich 610.000 Menschen. Zum Weitesten Hörerkreis zählen 2,1 Millionen Menschen; im Sendegebiet sind dies 13,7 Prozent der Bevölkerung. In Schleswig-Holstein erzielt das Programm bei einer Tagesreichweite von 6,3 Prozent den besten Wert überhaupt. NDR Kultur, das meistgehörte Klassik- und Kulturprogramm im Norden, erreicht täglich mehr als 300.000 Menschen und liegt mit einer Tagesreichweite von 2,0 Prozent im Sendegebiet weiter vor Deutschlandradio Kultur und Klassik Radio. Der Weitesten Hörerkreis von NDR Kultur liegt im Norden bei 9,3 Prozent, das sind bundesweit rund 1,5 Millionen Menschen. Die vier Landesprogramme des NDR kommen zusammen auf einen Marktanteil von 26,8 Prozent im NDR Sendegebiet. Mehr als 3,6 Millionen Menschen schalten sie täglich ein. Niedersachsen. NDR 1 Niedersachsen und NDR 2 wiederholen ihren Doppelerfolg in der Media-Analyse im dritten Jahr: Die beiden NDR Programme belegen erneut die Plätze 1 und 2 in Niedersachsen und vergrößern den Abstand zum Drittplatzierten Radio ffN. NDR 1 Niedersachsen ist wie in den vergangenen 21 Jahren Marktführer. Der Marktanteil liegt jetzt bei 25,2 Prozent, bundesweit schalten täglich knapp 2,2 Millionen Menschen das Programm ein. NDR 2 kommt in Niedersachsen auf jetzt 18,8 Prozent Marktanteil. Dr. Arno Beyer, Stv. NDR Intendant und Direktor des Landesfunkhauses Niedersachsen: "Ein schöner Erfolg: Erneut gelingt NDR 1 Niedersachsen und NDR 2 ein Doppelsieg in Niedersachsen. Beide Programme bieten eine ausgewogene Mischung aus Information und Musik. Das kommt an bei den Menschen im Land." N-JOY, das junge Programm des NDR, legt in Niedersachsen auf eine Tagesreichweite von 9,2 Prozent zu, ein Plus von 0,8 Prozentpunkten und bisher bester Wert. Beim Marktanteil steigert sich N-JOY auf 3,8 Prozent. Alle NDR Radioprogramme zusammen erreichen eine Tagesreichweite von 51,7 Prozent im Land, der Marktanteil liegt jetzt bei 51,4 Prozent. Der Abstand zur kommerziellen Konkurrenz beträgt nun insgesamt 15,8 Prozentpunkte. Das Nordwestradio, das gemeinsame Programm von NDR und Radio Bremen, kommt auf einen Weitesten Hörerkreis von 181.000 Hörern bundesweit. Die Tagesreichweite im eigenen Sendegebiet steigt auf 1,3 Prozent. Die Programmreform vom Januar dieses Jahres ist in dieser Media-Analyse erst zum Teil berücksichtigt. Schleswig-Holstein. NDR 1 Welle Nord ist zum neunten Mal in Folge Marktführer in Schleswig-Holstein. Das Landesprogramm erreicht in der Media-Analyse 2014 Radio II von Montag bis Sonntag einen Marktanteilswert von 20,9 Prozent, das Programm kommt täglich auf bundesweit 600.000 Hörerinnen und Hörer. NDR 2 platziert sich dicht dahinter und erreicht einen Marktanteil von 20,7 Prozent. Damit liegen erneut zwei NDR Programme vor der privaten Konkurrenz in Schleswig-Holstein - wie schon bei der Media-Analyse im März. Konkurrent RSH kommt mit 17,5 Prozent auf Platz 3. Dr. Arno Beyer, Stv. NDR Intendant: "Ein ausgezeichnetes Ergebnis für den NDR in Schleswig-Holstein! NDR 1 Welle Nord bleibt das stärkste Angebot, und NDR 2 setzt im nördlichsten Bundesland seinen hervorragenden Lauf fort. Ich gratuliere den Teams beider Programme und danke den Hörerinnen und Hörern." N-JOY kommt in Schleswig-Holstein auf eine Tagesreichweite von 12,4 Prozent. Der Marktanteil steigt deutlich auf 7,3 Prozent - ein Zuwachs um 1,4 Prozentpunkte. Alle NDR Radioprogramme gemeinsam erreichen in dem Bundesland einen Marktanteil von 58,8 Prozent. Der Abstand zur kommerziellen Konkurrenz ist mit 22,8 Prozentpunkten deutlich. Mecklenburg-Vorpommern. NDR 1 Radio MV steigert seinen Marktanteil beachtlich um 2,4 Prozentpunkte auf 28,1 Prozent, das ist das beste Ergebnis seit drei Jahren. Die Tagesreichweite liegt bei 31,3 Prozent. 516.000 Hörerinnen und Hörer insgesamt schalten NDR 1 Radio MV jeden Tag ein. NDR 2 erreicht in Mecklenburg-Vorpommern einen Marktanteil von 9,9 Prozent, die Tagesreichweite steigt auf 12,3 Prozent. N-JOY, das junge Programm des NDR, kann deutlich zulegen auf 9,8 Prozent Tagesreichweite - ein Plus von 1,4 Punkten - und 3,9 Prozent Marktanteil (plus 0,8). Alle NDR Programme zusammen steigern in Mecklenburg-Vorpommern ihre Tagesreichweite auf 50,3 Prozent, ein Plus von 1,9 Punkten. Dr. Arno Beyer, Stv. NDR Intendant: "NDR 1 Radio MV hat in beeindruckender Weise zugelegt. Damit trägt das Landesprogramm maßgeblich dazu bei, dass mehr als die Hälfte der Hörerinnen und Hörer in Mecklenburg-Vorpommern ein NDR Programm einschalten." Hamburg. NDR 90,3 hat die Marktführerschaft auf dem Hamburger Radiomarkt zurückerobert. Das Landesprogramm erreicht in der Media Analyse 2014 Radio II von Montag bis Sonntag einen Marktanteilswert von 21,9 Prozent - ein Plus von 2,5 Prozentpunkten. NDR 90,3 liegt damit klar vor dem Konkurrenten Radio Hamburg, das auf 20,9 Prozent kommt. Insgesamt schalten täglich 444.000 Hörerinnen und Hörer NDR 90,3 ein. Dr. Arno Beyer, Stv. NDR Intendant: "Die Mischung von NDR 90,3 stimmt: aktuelle, verlässliche Informationen und Hintergrundberichte aus der Stadt sowie ein attraktiver Musikmix. Gratulation an das gesamte Team!" NDR 2 erzielt in Hamburg einen Marktanteil von 12,9 Prozent, die Tagesreichweite beträgt 16,0 Prozent. Das junge Programm N-JOY legt auf eine Tagesreichweite von 8,6 Prozent zu - eine Steigerung um 1,5 Prozentpunkte. Der Marktanteil bleibt mit 3,5 Prozent stabil. NDR Info kommt in Hamburg auf eine Tagesreichweite von 5,2 Prozent, NDR Kultur auf eine Tagesreichweite von 1,9 Prozent. Die NDR Programme insgesamt erreichen auf dem hart umkämpften Hamburger Radiomarkt einen Marktanteil von 47,5 Prozent. Die Media Analyse wird zweimal jährlich von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG.MA) erstellt. Das nächste Ergebnis wird am 4. März 2015 veröffentlicht. NDR - Norddeutscher Rundfunk. Rothenbaumchaussee 132 - 134. 20149 Hamburg. Deutschland. Telefon: +49 (40) 4156-0. N-Telefax: 00 49 (040) 44 76 02. Mail: info@ndr.de. URL: <http://www.ndr.de> 

height="1">

Pressekontakt

NDR - Norddeutscher Rundfunk

20149 Hamburg

ndr.de
info@ndr.de

Firmenkontakt

NDR - Norddeutscher Rundfunk

20149 Hamburg

ndr.de
info@ndr.de

Der NDR ist das führende elektronische Medienunternehmen im Norden, das durch Erfolg und Qualität seiner Programme sowie seines kulturellen und sozialen Engagements weit über sein Sendegebiet hinaus Einfluss und Bedeutung hat.