

» Nutzung der ARD-Hörfunkprogramme 2014

Programm	Tagesreichweite	
	in % (Sendegebiet)	in Mio. (bundesweit)
Norddeutscher Rundfunk (NDR)	48,5	7,02
NDR 1 Niedersachsen	20,9	1,86
NDR 1 Welle Nord	19,7	0,57
NDR 1 Radio MV	29,0	0,48
NDR 90,3	14,7	0,38
NDR 1 Gesamt	22,5	3,21
NDR 2	20,0	2,94
N-JOY	9,4	1,29
NDR Kultur ¹	2,1	0,30
NDR Info ¹	3,6	0,49
Radio Bremen (RB)	20,2	0,58
Bremen Eins	9,9	0,29
Bremen Vier	10,4	0,29
Nordwestradio ¹	1,2	0,04
Westdeutscher Rundfunk (WDR)	48,6	8,32
1Live	21,3	3,69
WDR 2	20,5	3,43
WDR 3 ¹	2,0	0,34
WDR 4	11,3	1,89
WDR 5 ¹	3,3	0,56
Hessischer Rundfunk (hr)	40,5	2,89
hr1	8,8	0,60
hr2 ¹	1,5	0,11
hr3	16,5	1,19
hr4	11,1	0,71
hr-iNFO ¹	3,3	0,20
YOU FM	6,4	0,54
Südwestrundfunk (SWR)	47,1	7,50
DAS DING, 103.7 UNSER DING	2,9	0,45
SWR1 BW	13,0	1,36
SWR1 RP	12,6	0,65
SWR2 ¹	2,1	0,29
SWR3	23,6	3,88
SWR4 BW	14,1	1,49
SWR4 RP	12,4	0,66
SWR info	0,2	0,03

Programm	Tagesreichweite	
	in % (Sendegebiet)	in Mio. (bundesweit)
Saarländischer Rundfunk (SR)	46,2	0,47
SR 1 Europawelle	21,2	0,21
SR 2 KulturRadio ¹	1,6	0,02
SR 3 Saarlandwelle	20,6	0,21
Bayerischer Rundfunk (BR)	45,5	5,79
Bayern 1	22,4	2,79
Bayern 2 ¹	4,1	0,49
BAYERN 3	21,4	2,70
BR-KLASSIK ¹	1,7	0,24
B5 aktuell ¹	4,3	0,55
Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB)	31,6	1,89
Antenne Brandenburg	10,8	0,63
radioeins	6,5	0,38
Fritz	5,6	0,38
radioBERLIN 88,8	6,5	0,36
Inforadio ¹	4,4	0,26
kulturradio ¹	2,0	0,11
Mitteldeutscher Rundfunk (MDR)	46,2	4,05
MDR JUMP	13,5	1,28
MDR DIE ZIELGRUPPE	28,3	2,39
MDRW BASIC	39,7	3,50
MDR Info ¹	4,8	0,40
MDR Figaro ¹	2,9	0,25
MDR Sputnik	2,7	0,23
MDR SACHSEN-ANHALT	21,5	0,65
MDR 1 RADIO SACHSEN	29,1	1,22
MDR THÜRINGEN	28,4	0,66
Deutschlandfunk ¹	2,0	1,46
Deutschlandradio Kultur ¹	0,6	0,43
Funkhaus Europa ¹	0,2	0,16
ARD insgesamt²	50,6	37,19
Gehobene Programme insgesamt²	7,5	5,54
Radio insgesamt²	75,9	55,81

Hinweis: Grundlage der Daten ist eine repräsentativ angelegte Personenstichprobe bezogen auf die deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren. Auf der Basis von rund 65.000 Telefoninterviews werden aus zwei Befragungswellen im Frühjahr und im Herbst Hörerschaften und Zielgruppenmerkmale für rund 200 öffentlich-rechtliche und private Einzelsender und Kombinationen erhoben. Die Dauer der gesamten Feldzeit beträgt 30 Wochen. Dabei wird der jeweils vorangegangene Tag der Befragten (Montag - Sonntag) zwischen 5 und 24 Uhr im Tagesablaufschemata nach vorgeschriebenen Kategorien protokolliert. Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf Daten der Frühjahrs- und Herbstwelle des Jahres 2014.

¹ Kultur- bzw. Informationsprogramm („gehobenes Programm“).

² Bundesweit.

Quelle: *Zusammengestellt vom Deutschen Musikinformationszentrum nach: Media-Analyse 2015 Radio I, SWR Medienforschung / Programmstrategie sowie Angaben der ARD.*