



Hohe Gewinne für den BR-Hörfunk

Hohe Gewinne für den BR-Hörfunk
Der Bayerische Rundfunk ist der große Gewinner der media analyse 2013 Radio II: Vier seiner fünf Radioprogramme bauen ihre Position auf dem hart umkämpften bayerischen Radiomarkt aus. Über sechs Millionen Menschen bundesweit entscheiden sich täglich für den BR-Hörfunk. Damit hört fast jeder zweite Bayer täglich mindestens ein BR-Programm (47,7%). Bayern 2 erzielt das beste Ergebnis seit 20 Jahren. B5 aktuell legt zu und ist das erfolgreichste Infoprogramm im deutschsprachigen Raum. BAYERN 3 verbucht einen immensen Zugewinn an Hörern.
"Ich freue mich sehr über unseren Erfolg bei den Hörerinnen und Hörern. Die ausgezeichneten Ergebnisse der media analyse belegen erneut, dass die BR-Radioprogramme für die Menschen in Bayern unverzichtbar sind. Es zahlt sich aus, statt auf Gewinnspiele und Musikeinerlei auf Qualitätsjournalismus, Verlässlichkeit, regionale Verankerung und Vielfalt zu setzen."
BR-Hörfunkdirektor Dr. Johannes Grotzky
Die Ergebnisse im Einzelnen:
BAYERN 3 setzt in dem am stärksten umkämpften Marktsegment seinen Erfolgskurs der letzten Jahre fort. Die markante Persönlichkeiten vor dem Mikrofon und die abwechslungsreichste Musik. Damit ist BAYERN 3 das in Deutschland meistgehörte Programm des Bayerischen Rundfunks.
Das Kultur- und Informationsprogramm Bayern 2 erzielt ein Rekordergebnis: 560.000 Hörer bundesweit entscheiden sich täglich für Bayern 2. Die Reichweite des bundesweit erfolgreichsten Kultur- und Informationsprogramms steigt von 3,5 Prozent auf 4,7 Prozent. Das ist der höchste Wert seit 20 Jahren. Der Reichweitenerfolg von Bayern 2 geht zu einem großen Teil auf jüngere Hörer zurück, für die das vielfach preisgekrönte Programm immer attraktiver wird.
B5 aktuell baut seine Position als das erfolgreichste Inforadio in Deutschland weiter aus: Die Reichweite in Bayern steigt von 4,7 Prozent auf 5,9 Prozent. Bundesweit schalten täglich 720.000 Hörer - darunter immer mehr Jüngere - das Informations-Flaggschiff des Bayerischen Rundfunks ein, um auf dem Laufenden zu sein.
BR-KLASSIK bleibt der Taktgeber für das klassikinteressierte Publikums. Täglich verfolgen 260.000 Hörer das Programm der einzigen reinen Klassikwelle in Deutschland. Die Reichweite steigt von 1,3 Prozent auf 1,8 Prozent (ma 2013 Radio II). Damit erreicht BR-KLASSIK an einem Tag mehr Klassikfans als alle Konzerte in Deutschland innerhalb eines Monats.
Bayern 1 ist das BR-Programm mit den meisten Hörern im Freistaat: 22,8 Prozent der Bayern schalten täglich ein (ma 2013 / I: 24,6%). Keinem anderen Programm wenden sich die Menschen in Bayern länger und intensiver zu: 218 Minuten durchschnittlich verfolgen die Hörer "ihr Bayern 1" - das ist der Spitzenwert in Bayern!
Dies sind die Kernergebnisse der heute veröffentlichten ma 2013 Radio II. Fünf unabhängige Marktforschungsinstitute haben für die media analyse deutschlandweit rund 67.000 Menschen befragt.

Pressekontakt

Bayern Digital Radio

81829 München

bayerndigitalradio.de
info@bayerndigitalradio.de

Firmenkontakt

Bayern Digital Radio

81829 München

bayerndigitalradio.de
info@bayerndigitalradio.de

Die Bayern Digital Radio GmbH wurde Mitte 1998 gegründet und hat ihren Sitz in München. Die Gesellschaft bündelt das Know-How des Bayerischen Rundfunks, der Deutschen Telekom AG und der Bayerischen Medien Technik GmbH im Bereich des digitalen Rundfunks. Zudem werden durch die Beteiligung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien die Interessen des privaten Rundfunks gesichert. Kerngeschäftsfeld des Unternehmens ist der rasche und effiziente Ausbau der DAB-Sendernetze in Bayern. Durch die Beteiligung der bisherigen Betreiber des DAB-Versuchsnetzes und der Geschäftsstelle des DAB Projektes Bayern bestehen ideale Voraussetzungen, die im DAB Projekt Bayern geleisteten Vorarbeiten durch kosteneffiziente und lokal optimierte Standorte optimal fortzuführen. Die Aufgabe des Unternehmens ist das Betreiben und die Vermarktung von Übertragungskapazitäten für DIGITAL RADIO und Mediendienste. Hierzu gehören insbesondere: Anmietung der erforderlichen Infrastruktur bei den Standortinhabern Investition in sendetechnische Einrichtungen Steuerung der Frequenz- und Aufbauplanung Steuerung und Koordinierung des Sendernetzbetriebes Vermarktung und Billing der Ausstrahlungsleistung öffentlich-rechtlicher und privater Programmveranstalter sowie Mediendienstanbieter Unterstützung bei der Weiterentwicklung des digitalen Hörfunks Marketing im Bereich digitaler terrestrischer Hörfunk