



Entwicklung 11.8.20 bis 31.12.20



Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Einleitung	3
Anschaffungen	3
Bilanz der ersten 143 Tage	3
Was haben wir im Augenblick eigentlich schon alles online?	5
Weiterentwicklung des Senders im Jahr 2021	6
Programm	6
Werbung und Werbemittel	6
Youtube	7
Deutsch-Türkische Sendungen	9
Senderjingle	9
Dank	9
Anhang Abbildungen	10

Punkt 1: Einleitung

Idee: Ein Sender zu etablieren, welcher gleichzeitig informieren sollte, wurde eigentlich auf der Autobahnfahrt geboren.

Da meine Erfahrungen im Bereich des Online-Radio (2005-2015), welche ich hier einbringen konnte, mir sagten, daß gerade so eine Art von Online-Radio es schwer haben würde im Netz zu bestehen, dauerte es eine Vorbereitungszeit von knapp 2,5 Jahren bis alles soweit für den Start war.

Ziel: Unsere Zielsetzung, ein schnelles Medium im Kiez zu etablieren, welches auf Ereignisse schnell reagieren kann, wurde durch die Pandemie extrem erschwert. Trotzdem und gerade deshalb können wir auf das Erreichte positiv zurückblicken.

Punkt 2: Anschaffungen/Ausgaben

Siehe Anhang (Benjamin Brannies)

Punkt 3: Bericht für die ersten 143 Tage seit Sendestart

Zahlen vom August waren geprägt von wenig Inhalten und das ganze gepaart mit Neugier, was dort entstehen soll. Diese Neugier allein zeigte schon, daß gerade in diesen schwierigen Zeiten die entsprechenden Angebote weggebrochen sind und die Menschen eigentlich hoffen, wieder Angebote verstärkt nutzen zu können.

Wir waren mit der Idee, welche wir da hatten, wohl genau richtig in diese Lücke gestoßen.

Klar ist aber auch, daß wir die sogenannten „Vor Ort Angebote“ über das Radio nicht ersetzen können. Die Zahlen können wir hier in der Monatsstatistik einmal sehen. Sie sind für August eigentlich noch nicht Aussagekräftig (bei der Bundesliga sind ja ebenfalls die Punkte in der Tabelle sichtbar, aber in den mindestens ersten 3 bis 5 Spieltagen noch nicht wirklich Aussagekräftig, weil dort noch nicht jeder klar wird, wo die Potentiale der Mannschaften in Wirklichkeit liegen). So muß man das auch hier bei uns sehen. Im August, wo wir ja erst am 11. gestartet sind, fehlt und somit etwa 1/3 des Monats.

Wir haben allein schon durch Mundwerbung und Neugier also 52 Hörer mit 29 Hörstunden gesamt gehabt, das macht also bei 21 Tagen eine durchschnittliche Hördauer pro Hörer von 0,557 Hörstunden. Wie gesagt, es war reine Neugier. Als einige Tage später dann die erste Nachberichterstattung vom Kiez Sport Fest online kam, zeichnete sich schon ein vorläufiger Trend ab und genau zu diesen Sendungen stiegen die Hördauer und Hörerzahlen etwas an. Aber das fehlende Angebot, welches ja erst noch in Vorbereitung war, lies sie noch nicht wirklich steigen.

(siehe **Abb. 1** im Anhang)

Zahlen vom September Im September hatten wir erst einmal ein kleines Problem, denn die Hörer hatten sich das Angebot wohl gemerkt und dachten, da wird immer das selbe gespielt. Trotz neuer Inhalte und auch Erweiterung der Playlisten für die Rotationszeiten, wo keine Sendung eingeplant war, hatten wir zwar bis etwa zum 7. Oktober etwas zu kämpfen, was die Rückgewinnung der Hörer angeht. Hier danke ich auf allen fälle erst einmal Benjamin, der trotz seiner knappen Zeit ebenso Zeit gefunden hat, mehrere Sitzungen in ganz kleinen Rahmen und intern zu ermöglichen. Sicher hat

unsere gemeinsame Arbeit nicht gleich zum Erfolg geführt, aber es schien sich im September schon in gewisser Weise so etwas wie ein Stammhörererkreis heraus zu kristallisieren. Da wir aber im August keinen ganzen Monat hatten, kann man auch in dieser Statistik keinen direkten Vergleich ziehen, leider wieder nur eine Tendenz. Aber der Trend bei Hörstunden und Hörerzahlen schien sich nach oben abzuzeichnen. Wir hatten im September somit 87 Hörer mit insgesamt 62 Hörstunden im Monat. Wenn wir das nun so rechnen, wie ich das mit August gemacht habe, dann kommen wir bei 30 Tagen pro Tag auf schon 0,701 Stunden pro Hörer/Tag. Sicherlich, es ist nur ein Trend gewesen, aber ein schon einmal positiver.
(siehe **Abb. 2**)

Zahlen im Oktober und erster Vergleichsmonat Nachdem am 3.10. das Kürbisfest war, wo wir ja auch vor Ort waren und am 7.10. dann die 2. Nachberichterstattung online hatten, gingen die Zahlen der Hörstunden extrem nach oben und wir dachten erst, das es wieder nur ein sogenannter Hype ist, weil ja eine Neue Sendung online kam... Dazu auch gleichzeitig 2 neue Rotationslisten! Irgendwie haben wir da wohl einen Volltreffer gelandet... Die Hörerzahlen blieben zwar so etwa Stabil, aber trotzdem mit leichter Steigerung, nur die Hörstunden gingen plötzlich durch die Decke! Wir konnten die Zahlen vom Vergleichsmonat September also sprengen. Die Tendenz, welche sich abzeichnete, scheint sich also zu bestätigen, denn ein leichter Anstieg der Hörerzahlen ist vorhanden. Im Gegenzug dazu zeichnet sich eine andere Tendenz ebenso klar ab...

Die Anzahl der Hörstunden konnten wir im Oktober auf August 1979.30% steigern. Wenn man dem September als Bezugsmonat nimmt, ist es eine Steigerung auf 808.45%. Wir sind also auf einen sehr guten Weg und mit so einem Erfolg, mag er erst einmal Augenblicklich sein, hatte ich eigentlich erst nach 6 Monaten gerechnet, da meine Erfahrungen aus 10 Jahren online Moderator mir das eigentlich schon zeigten. Wir sind jetzt kein sogenanntes „Fun-Chat-Radio“ sondern versuchen regelrecht ein neues Format zu etablieren (jedenfalls als online-Radio) und neue Formate haben es eigentlich noch viel schwerer! Interessant daran ist, wie sich die Hörer zusammensetzen, sicherlich kann ich nicht ersehen, wann welche Hörer zuhören, das geht aus der Statistik nicht hervor wegen Datenschutz, aber welche Regionen und Städte zuhören sehr beachtenswert. Außer Berlin, was ja nur zu verständlich ist, finden wir schon Zuhörer auch aus anderen Medienstädten, wie Hamburg, Köln, Stuttgart, Magdeburg und München. Bei dem Bundesländern sieht es ähnlich aus. Berlin an erster Stelle gefolgt von NRW, Hamburg, Rheinland-Pfalz und Bayern. Über mögliche ausländische Hörer aus dem deutschsprachigen Raum sagt die Statistik von Laut.FM ebenfalls nichts aus, aber ich halte es nicht für ausgeschlossen, denn schließlich kann man uns ja online hören und das Internet macht an den Grenzen ja nicht halt.
(siehe **Abb. 3**)

Zahlen im November sprengten unsere Erwartungen und gaben unserer Idee recht. Der Trend, welcher sich schon im Oktober abzuzeichnen begann, setzte sich im November fort. Durch unser erweitertes Angebot an Sendungen konnten wir die Hörerzahl sowie die Anzahl der Hörstunden gegenüber dem Monat Oktober noch einmal etwas steigern. Die Statistik, welche uns von LAUT.FM zur Verfügung gestellt wurde, ist aber leider nur bis zum 27.11. direkt belastbar, denn in den letzten Tagen des November schien es

dort Probleme gegeben zu haben.
(siehe **Abb. 4**)

Zahlen im Dezember sind nur sehr bedingt belastbar, denn auf eine Anfrage von mir am 7.12. bei LAUT.FM bekam ich die Auskunft, daß eine Störung von der Nacht zum 2.12. zu einem Ausfall führte. Ein Selbsttest von meiner Seite am 6.12., wo ich als Hörer inklusive Hörstunden nicht gezählt wurde, wurde von LAUT.FM also indirekt bestätigt.

Etwa seit 9.12. haben wir wieder eine normale Statistik.

Trotz dieser Panne können wir aber ganz entspannt an die weitere Planung für 2021 gehen, denn wir konnten uns etablieren und unsere Idee wurde von den Hörern angenommen.

(siehe **Abb. 5**)

Zahlen im Jahr 2020 seit dem Start am 11.08.2020 haben wir bis Jahresende eine Gesamtzahl von 721 Hörern mit 2139 Hörstunden gehabt. Diese Zahlen belegen, daß wir genau zum richtigen Zeitpunkt mit einem gut durchdachten Konzept gestartet sind. Ebenso wird damit der Beweis angetreten, daß neue Konzepte durchaus eine Chance haben können.

Der andere Fakt ist aber auch, daß neue Wege im Leben mit einer Pandemie durchaus positive Auswirkungen haben können, denn hier konnten wir den Hörern und auch Bewohnern der Spandauer Neustadt die Möglichkeit geben, wenigstens Virtuell am stark eingeschränkten Leben teilzuhaben. Gerade die Möglichkeiten, welches unser Kiezzradio bietet, sind bei weitem noch nicht ausgeschöpft und wir haben vor, diese Idee auch weiter auszubauen.

Auch von den Gesprächspartner und Interviewgästen kamen sehr positive Reaktionen. Hier scheinen sich noch weitere Möglichkeiten einer Intensivierung zu bieten, welche auch in unseren Sinne wäre.

Leider konnten wir, gerade wegen der Pandemie, noch nicht so Intensiv reagieren, wir wir uns eigentlich als Ziel gesetzt hatten (Siehe Anzahl von Interviews u.Ä.) und mußten daher etwas mehr improvisieren. Diese Improvisationen hatten aber auch den Vorteil, daß wir noch ein wenig mehr experimentieren mußten und konnten. Selbst das wurde von den Hörern angenommen. Nicht nur in Berlin, sondern auch in ganz Deutschland wurden wir gehört. (siehe Topstädte in den Grafiken/Abbildungen). Dieser Aspekt ist ein klarer Indiz dafür, daß diese Art von Online-Radio in Kombination von Informationen und Interviews als neue Qualität auch in Deutschland gut ankommt und die neue Idee unseres Konzeptes in naher Zukunft auch die Welt der Online-Information beeinflussen könnte.

Was haben wir im Augenblick eigentlich schon alles online?

Wie ich Eingangs ja schon erwähnte, haben wir nicht nur Corona, sondern auch für das Radio ein neues Konzept, diese beiden Punkte allein schon erschweren einen Start. Ebenfalls fehlt im Augenblick noch eine Werbestrategie, über welche wir heute noch beraten wollen. Weiter erschwert uns halt Corona unsere Aufgabe Interviewpartner zu finden. Geplante Termine müssen dadurch verschoben werden, aber ich denke, damit müssen wir alle leben. Deshalb nun hier einmal eine Zusammenfassung der Inhalte bis jetzt, welche nach 2 Monaten zwar automatisch ausgewechselt werden, aber weiterhin zum freien Download und ebenso als Youtube Video zur Verfügung stehen, nur dann eben ohne die musikalischen Unterbrechungen, gerade wegen der Lizenzrechtlichen

Gründe.

Rotationslisten (stand vom 31.12.2020):

Blues, R&B, Rock´n´roll

Disco

CC-Lizenzen

Rock

Jahreswechsel

Sendungen:

Hörbuchzeit

Nachlesen

Interviews

Kommen wir zu den einzelnen Sendungen...

Hörbuchzeit: 5 Sendungen a 2 Stunden
Nachlesen: 2 Sendungen a 2 Stunden von Veranstaltungen aus dem Kiez
Sondersendungen: 1 Gedenksendung von 3 Stunden
1 Jubiläumsendung von 3 Stunden (mit Interviewpartner)
4 Adventsendungen a 3 Stunden
Interviews: 3 Sendungen a 2 Stunden (weitere sind in Vorbereitung)
1 Sendung a 1 Stunde Interview
Stammtischgespräch: 1 a 2 Stunden

Die Playlists können bei mir eingefordert werden.

Ebenso haben wir, dank Wilma, eine direkte Ansprechperson, welche sich überwiegend um Frauenfragen kümmern wird, aber ebenso auch, wenn ausdrücklich gewünscht, als Kiezreporterin zu Interviews gehen wird. Immerhin haben wir mindestens 2 Anlaufstellen, wo eine weibliche Reporterin besser ankommt, ich denke da besonders an den Mädchenladen und Eulalia.

Unser Israfil wird überwiegend Übersetzungen machen, welche jetzt erst langsam anlaufen werden. Somit können wir dann auch, jedenfalls in absehbarer Zukunft, die Internetseite und teilweise auch Sendungen in türkischer Sprache anbieten.

Punkt 4: Weiterentwicklung des Senders im Jahre 2021

Programm

Da wir seit März diesen Jahres schon in einer Ausnahmesituation durch diese Pandemie leben und es auch noch nicht absehbar ist, wann diese endet, müssen wir uns darüber Gedanken machen, wie wir uns weiterentwickeln können und die Hörer a) mit neuen Sendungen versorgen und b) auch halten können.

Werbung und Werbemittel

Unsere Hörerergebnisse haben wir bis jetzt mit ganz wenig Eigenwerbung erreicht. Das

meiste davon war bis jetzt nur sogenannte „Mundwerbung“, welche immer noch eine der besten Arten der Werbung ist, weil sie auf persönlichen Empfehlungen beruht. Bis jetzt scheinen wir da wohl etwas Qualität zu liefern und genau darauf sollten wir weiterhin achten und besonderen Augenmerk legen. Es sollte eine Werbestrategie und gegebenenfalls eine Kampagne entwickelt werden.

Das Problem, Werbung kostet Geld, jedenfalls in der Regel. Wenn wir die Beschränkungen auf Laut.FM, welche auch beachtet werden müssen, mit einbeziehen, dann wird gerade diese Aufgabe noch schwerer.

Facebook

Obwohl Laut.FM im Adminbereich dort einen Link anbietet, beinhaltet das in der Regel nur eine Seite, welche wir auf FB anlegen und verlinken können.

Youtube

Dort ist es genauso angelegt. Werbung über den Sender selber können wir aber nicht auf diese angelegten Angebote machen (in Form von Werbespots für diese Seiten). Umgekehrt geht es aber.

Wir sollte also versuchen, daß wir auf FB und Youtube jeweils etwas Werbung machen können. Gerade bei FB hat jeder irgendwie eine Freundesliste und davon gibt es sogar immer irgendwelche Abonenten.

Wir sollten uns gerade bei FB überlegen, ob wir dann diese öffentlich für alle machen (wäre ratsam, weil dort größere Verbreitung wäre), oder immer nur innerhalb der Freundesliste (Nachteil davon ist immer eine begrenzte Verbreitung, aber die Vernetzung wäre besser, weil auch die Freunde wieder weitere Freunde haben und in der Regel werden solche Freundeslisten und deren Inhalte garantiert gelesen. Bei Youtube ist es ja ähnlich aufgebaut.

Homepages

Eine weitere Möglichkeit der Werbung sind private Homepages, Hp's von den Interviewpartner, soziale Träger u.s.w.

Vorteile: Dort erreichen wir weitere Hörer aus möglicherweise allen Bereichen und Schichten der Gesellschaft (größtmöglicher Nutzen!). Aber als Nachteil ist hier aufzuführen, daß wir über deren Inhalte kaum Kontrollmöglichkeiten haben, denn diese liegen immer bei dem jeweiligen HP Betreiber.

Es wird zwar für uns eine mögliche Entlastung darstellen, aber wie gesagt, hier sind dann die Betreiber in der Verantwortung.

Bei den zu erstellenden FB und Youtubeseiten hingegen hätten wir die volle Verantwortung, aber auch die Arbeit der Administration dieser Seiten.

Hier geht Benjamin und ich stellenweise auch, schon als Vorreiter voran. Danke an Benjamin für seine Administration bei Youtube. Ich mache dort ja schon die Videos. Bei FB müßte das dann auch jemand machen. Das Problem, dazu brauchen wir einen weiteren Mann/Frau wo dann dort die Pflege liegen wird.

Unsere Radio HP liegt ja nun in meinen Händen und dort würden wir dann beim

RadioTeam auch die nötigen Funktionen mit den jeweiligen Verantwortlichen dafür erweitern.

Flyerwerbung

Das ist ein Kapitel für sich und auch wieder mit Kosten verbunden. Das „Für“ und Wider“ ist ebenso vielfältig und streckenweise Kompliziert in der Ausführung. Durch das Wegbrechen von Präsenzveranstaltungen, wo wir aktiv Werbung allein schon dadurch machen können, weil wir direkt auf die Fragen und eventuell auch Sorgen der Menschen eingehen könnten, müssen wir wohl doch zu dieser Möglichkeit übergehen. Hier ist der Erfolg wohl bei 0,1 0/00 anzusiedeln und die Sichtbarkeit bei 50%.

Wie komme ich auf diese „geschätzten“ Zahlen?

Mindestens 50% der Hausbriefkästen haben Schilder dran wo drauf steht: „Bitte keine Werbung!“

Da sollten wir uns auch strikt daran halten, nicht, das wir plötzlich irgendwelche Anwälte auf dem Hals haben, was dann weiteren Ärger bedeuten könnte. Das wäre dann die sogenannte Sichtbarkeit von 50%. Weitere Verluste wären dann, nachdem von den etwa 50% „Bestückten“ Briefkästen, wenn die Leute dann sagen... „Na gut, wieder Werbung!“ und schon werfen sie es ungelesen in den Papierkorb. In der Regel sind es davon noch einmal 50 bis 60 %!

Der verbleibende Rest wird dann zwar gelesen, aber nicht weiter beachtet, weil es entweder zu unansprechend geschrieben worden ist, oder aber eben die Bitte beeinhaltet mitzumachen. Das wollen die meisten aber nicht, weil es ja wieder Arbeit bedeuten könnte und dann noch nicht einmal bezahlt wird. Die Menschen wollen eben „berieselt“ werden und meistens den größtmöglichen Gewinn für sich herausholen, ohne etwas dafür zu tun.

Es ist nur zu verständlich, aber wenn sich auch nur eine Person meldet, ist das dann schon einmal ein extremer Fortschritt.

Eine Flyerwerbung bringt also in der Regel nur etwas, wenn wir (wenigstens Teilweise) Sponsoringpartner finden könnten.

Neue Ideen sind also gefragt!

Neue Ideen und die Möglichkeit der Umsetzung werden in den Teamsitzungen diskutiert, sobald dieses, bedingt durch die Pandemie, wieder möglich ist.

Youtube-Kanal

Da bitte ich Benjamin etwas darüber zu erzählen. (siehe Anhang!)

Deutsch-Türkische Sendungen

Dank Israfil haben wir jemanden in unseren Reihen, der sich bereiterklärt hat, deutsche Sendungen auch in türkischer Sprache zu bringen. Dieses wollen wir jetzt auch in Angriff nehmen.

Warum erst so spät und nicht gleich von Anfang an? Eine berechtigte, aber ebenso leicht zu erklärende Frage.

Zum ersten mußten wir uns mit diesen Sender erst einmal etwas „sortieren und etablieren“. Dieser Punkt ist zwar noch nicht wirklich abgeschlossen, aber auf einem

guten Weg.

Und zum zweiten müssen wir erst darüber beraten wie wir, da wir in der Regel ohne Scripte unsere Beiträge machen, diese in türkisch umsetzen können, schließlich ist Israfil bei den Gesprächen ja nicht live dabei. Eine Möglichkeit wäre, da wir die Gespräche ja in Blöcken gemacht haben, diese Dateien an Israfil zu geben und er hätte das Problem diese dann entweder simultan gleich in den Rechner zu sprechen und abzuspeichern, oder aber erst hören und sich Notizen machen und dann zu sprechen. In beiden Fällen ist es sehr viel Arbeit und auch Israfil hat ja selber auch noch einen Job und mindestens einen Verein zu betreuen.

Die andere Möglichkeit wäre, Israfil zu diesen Gesprächen jeweils gleich mit einzuladen und dann gleich eine Türkische Runde anzuschließen, was aber garantiert auch wieder Probleme bringen würde, weil dann die Blöcke in der Regel von maximal 10 Minuten auf 20 Minuten anschwellen würden. Das wäre ein Sendetechnisches Problem dann.

Hinzu kommt, daß wir klären müßten, wie wir das mit der Aufnahme bei Israfil hinbekommen könnten. Diesen Punkt sehe ich selber aber wirklich als das geringere Problem an.

Wir werden jetzt aber auf alle Fälle versuchen die Radio HP ins Türkische zu übersetzen und online zu bringen.

Senderjingle

Dank eines Vereinsmitgliedes haben wir ja jetzt ein Senderlogo, welches eigentlich hervorragend geworden ist.

Was jetzt eigentlich noch fehlt, ist ein Senderjingle/Erkennungsjingle.

Leider habe ich keine Idee, wie es Aussehen bzw. klingen könnte.

Die Aufgabe eines Senderjingles soll ja sein, daß man schon allein am Jingle einen Wiedererkennungswert hat. Also es sollte kurz sein (max. 10 Sekunden), eine einprägsame Melodie haben und dort drin ebenfalls der Sendername und dann ein Motto hereinkommen.

Möglich wären auch mehrere Jingleles mit verschiedenen Mottos.

Was auch noch fehlt sind Jingles für einzelne Sendungen wie Rotationen (verschiedene), Interviews, Nachberichterstattung. Für Hitparade, CC-Lizenzen und Nachrichtenblock (allgemein) sind diese eigentlich schon vorhanden bzw. in Arbeit.

Punkt 6: Dank

Ich Danke allen Anwesenden für ihre Zeit, welche sie hier freiwillig geopfert haben.

Ebenso geht ein Dank an das Team von SNNKiezzradio für den unermüdlichen Einsatz trotz Pandemie.

Natürlich möchte ich allen, welche mit an der Gestaltung des Radios mitgewirkt haben (Grafik, Interview und Gesprächspartner) und natürlich auch dem QM-Team (Aktionsfondjury und Büro) danken, denn ohne diese vielen Helfer im Hintergrund würde dieser Erfolg wohl nur schwer möglich gewesen sein.

Anhang Abbildungen

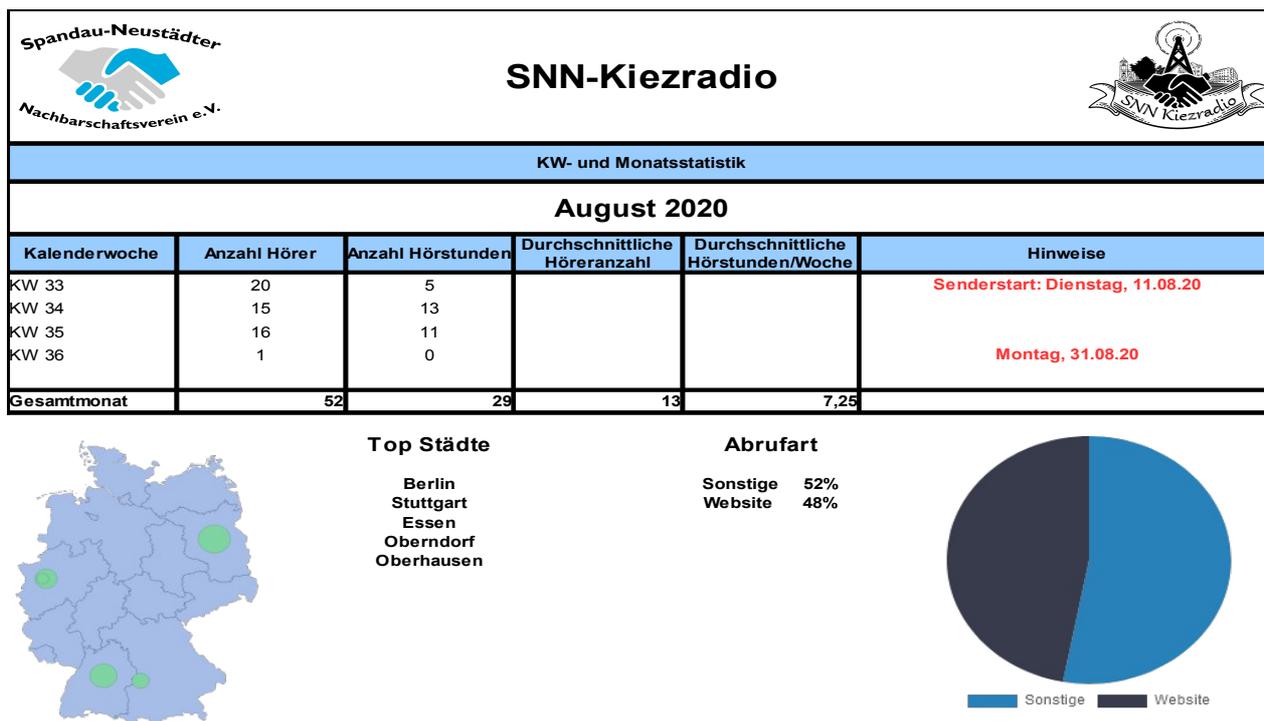


Abb. 1

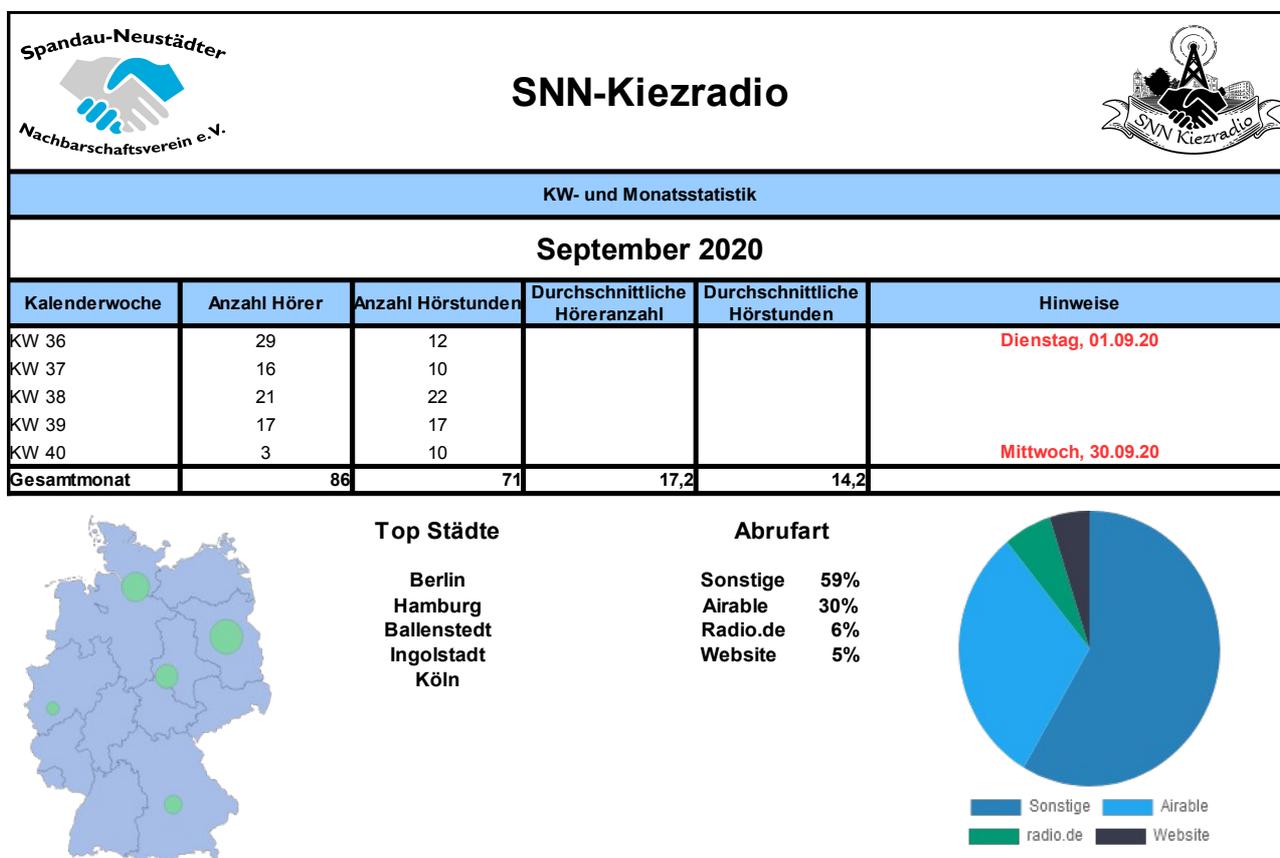


Abb. 2

		<h1>SNN-Kiezradio</h1>			
KW- und Monatsstatistik					
Oktober 2020					
Kalenderwoche	Anzahl Hörer	Anzahl Hörstunden	Durchschnittliche Höreranzahl	Durchschnittliche Hörstunden	Hinweise
KW 40	5	3			Donnerstag, 01.10.20
KW 41	21	43			
KW 42	36	179			
KW 43	37	188			
KW 44	33	161			Samstag, 31.10.20
Gesamtmonat	132	574	26,4	114,8	

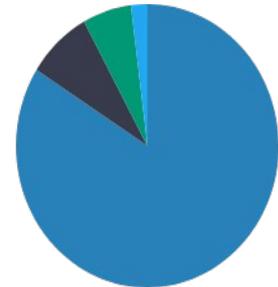


Top Städte

Berlin
Brandenburg
Lörrach
Köln
Saarbrücken

Abrufart

Sonstige 84%
Website 8%
Radio.de 6%
Airable 2%



■ Sonstige
 ■ Website
■ radio.de
 ■ Airable

Abb. 3

		<h1>SNN-Kiezradio</h1>			
KW- und Monatsstatistik					
November 2020					
Kalenderwoche	Anzahl Hörer	Anzahl Hörstunden	Durchschnittliche Höreranzahl	Durchschnittliche Hörstunden	Hinweise
KW 44	14	28			Sonntag, 01.11.20
KW 45	42	175			
KW 46	49	195			
KW 47	72	216			
KW 48	54	199			
KW 49	3	26			Im Zeitraum ab 28.11.20 Statistik nur bedingt belastbar (Serverfehler bei Laut.FM!) Montag, 30.11.20
Gesamtmonat	234	839	39	139,8333333333	

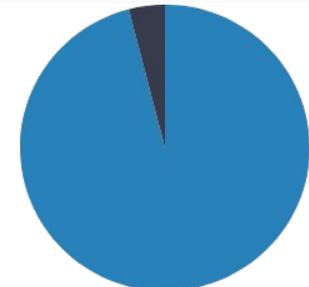


Top Städte

Berlin
Bad Säckingen
Mörfelden – Walldorf
Nürnberg
Frankfurt/Main

Abrufart

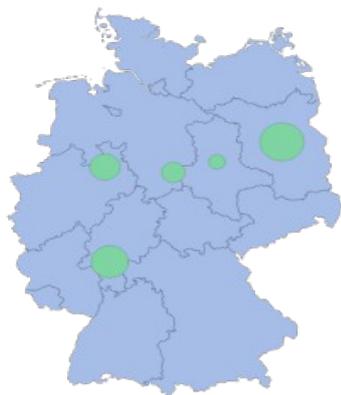
Sonstige 95%
Website 5%



■ Sonstige
 ■ Website

Abb. 4 (Abweichung der Zahlen ca. 15 Hörer mit 37 Hörstunden unter Vorbehalt!)

Spandau-Neustädter Nachbarschaftsverein e.V.		SNN-Kiezzradio			SNN Kiezzradio	
KW- und Monatsstatistik						
Dezember 2020						
Kalenderwoche	Anzahl Hörer	Anzahl Hörstunden	Durchschnittliche Höreranzahl	Durchschnittliche Hörstunden	Hinweise	
KW 49	15	42			Dienstag, 1.12.	
KW 50	32	116			Zahlen für Dezember sind nicht belastbar wegen Serverfehler bei LAUT.FM	
KW 51	46	158				
KW 52	79	201				
KW 53	36	108			Donnerstag, 31.12.20	
Gesamtmonat	208	625				

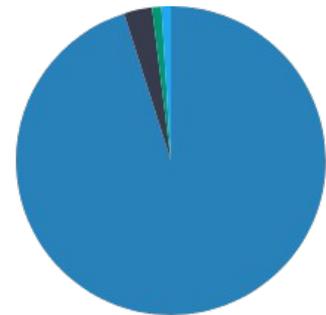


Top Städte

Berlin
Frankfurt/Main
Bielefeld
Goslar
Magdeburg

Abrufart

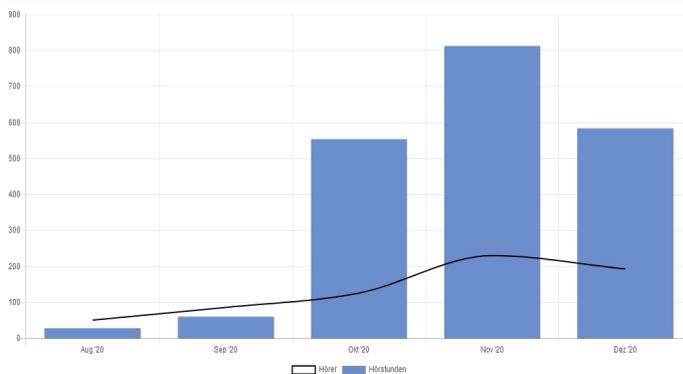
Sonstige 95%
Website 3%
Radio.de 1%
Airable 1%



■ Sonstige ■ Website
■ radio.de ■ Airable

Abb. 5 (Abweichung der Zahlen ca. 45 Hörer mit 120 Hörstunden unter Vorbehalt!)

Spandau-Neustädter Nachbarschaftsverein e.V.		SNN-Kiezzradio			SNN Kiezzradio	
Jahresstatistik 2020						
Jahresstatistik (Aufschlüsselung 2020)						
Kalenderwoche	Anzahl Hörer	Anzahl Hörstunden	Durchschnittliche Höreranzahl	Durchschnittliche Hörstunden	Hinweise	
August	52	29				
September	87	61				
Oktober	127	554				
November	234	839				
Dezember	208	625				
Gesamtjahr	708	2108				



Topstadte 2020

- Berlin
- Köln
- Frankfurt/M
- Brandenburg, Lörrach, Saarbrücken, Hamburg, Ballenstedt, Ingolstadt, Stuttgart, Essen, Magdeburg, Oberndorf, Oberhausen, Bad Säckingen, Bad Säckingen, Nürnberg, Mörfelden-Walldorf, Bielefeld, Goslar

Abb. 6 Monatsübersicht 2020