

Ansprechpartner

Jan Isenbart

Vorstand Radio/Audio

Arbeitsgemeinschaft Media-
Analyse e.V.

Telefon: 069.15424-300

jan.isenbart@ard-werbung.de

Henriette Hoffmann

Gewählte Marktforscherin

Radio/Audio

Arbeitsgemeinschaft Media-
Analyse e.V.

Telefon: 0171.7455573

hoffmann@rms.de

Stephan Pommer

Studienleiter ma Audio

Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-30

pommer@agma-mmcc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Franklinstraße 52

60486 Frankfurt am Main

www.agma-mmcc.de

ma 2018 Audio II - Zweite Ausgabe der neuen Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio

- **Stabil hohe Audio-Nutzung - 98,9 Prozent der Bevölkerung haben schon einmal ein klassisches Radio- und/oder Online-Audio-Angebot gehört.**
- **Einheitliche Datenbasis zur Planung von klassischen Radio-, Online-Audio- und konvergenten Angeboten.**
- **ma 2018 Audio II ist die zweite Berichterstattung, die die ma Radio vollständig inkludiert.**

Frankfurt, 04. Juli 2018 – Seit diesem Jahr erscheint die neue ma Audio im Veröffentlichungsrhythmus der bisherigen ma Radio (2x pro Jahr plus Update) und inkludiert deren Berichterstattung vollständig. Diese Umstellung liefert eine erweiterte Datengrundlage und ermöglicht auf einer einheitlichen Basis eine konvergente Planung von Radio und Online-Audio, und das kontinuierlich über das ganze Jahr hinweg – **die ma Audio ist dadurch die „Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio“**, so der Untertitel der neuen Studie.

Als Konvergenzstudie enthält die ma Audio neben den bisher in der ma Radio ausgewiesenen klassischen Radioangeboten auch Reichweiten für Online-Audio-Einzelsender, Musik-Streamingdienste, User Generated Radios sowie für Online-Audio-Werbekombinationen und Konvergenzangebote. Insgesamt werden 365 Angebote abgebildet und in der ma 2018 Audio II am 11. Juli veröffentlicht.

Jan Isenbart, Vorstand Radio/Audio der agma, zu den bereits heute veröffentlichten Eckdaten der Audio-Nutzung in Deutschland: „Radio- und Online-Audio-Inhalte werden nahezu von jeder Person der deutschsprachigen Bevölkerung genutzt. Diese stabil hohe und auf den unterschiedlichsten Übertragungswegen stattfindende Nutzung zeichnet die Gattung Radio/Audio als modernes Massenmedium aus. Die ma Audio trägt genau diesem

zunehmend konvergenten Nutzungsverhalten Rechnung, indem den Kunden und Agenturen miteinander vergleichbare Radio- und Online-Audio-Leistungswerte zur Verfügung gestellt und somit audio-übergreifende Media-Entscheidungen ermöglicht werden.“

- In einem 4-Wochen-Zeitraum (Weitester Hörerkreis) wird mindestens ein klassisches Radio-Angebot von 93,8 Prozent der deutschsprachigen Personen gehört; von 95,2 Prozent ein klassisches und/oder Online-Audio-Angebot.
Noch ausgeprägter ist dieser Unterschied insbesondere in der werberelevanten Zielgruppe. So zählen bei der „Audionutzung Gesamt“ 95,2 Prozent der 14- bis 49-Jährigen zu den Hörern des Weitesten Hörerkreises, bei „Radio Gesamt“ sind es 92,9 Prozent.
- Die Nutzer von klassischen Angeboten bleiben ihren Sendern analog der ma 2018 Audio I mit einer Tagesreichweite von 77,6 Prozent und über vier Stunden täglicher Verweildauer (247 Minuten) konstant auf hohem Niveau treu.

Weitere Ergebnisse sind der beiliegenden Tabelle „Eckdaten der Audio-Nutzung“ zu entnehmen.

Zum Hintergrund – das Modell der ma Audio

Die ma Audio verknüpft drei Studien – die bisherige ma Radio und die Logfile-basierte Messung der ma IP Audio sowie eine eigens erhobene Online-Tagebuchstudie:

- Die ma Radio basiert auf einer repräsentativen Befragung von knapp 70.000 Personen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren und ermittelt die Radionutzung für alle Sender und alle Verbreitungswege (UKW, DAB+, Internet) gleichermaßen.
- Die ma IP Audio erfasst per Logfile-basierter Messung gezielt die Nutzung von Online-Audio-Angeboten und Musik-Streaming-Diensten.
- Die Online-Tagebuchstudie liefert die dafür notwendigen demografischen Informationen, welche Personen über welche Geräte welche Angebote hören.

Detaillierte Ergebnisse der ma 2018 Audio II der einzelnen Sender und Vermarktungskombinationen sowie der Online-Audio-Angebote werden am 11. Juli ab 10:00 Uhr veröffentlicht.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2018 Audio II detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Eckdaten der Audionutzung ma 2018 Audio II



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

	Basis in Mio.	Audio Gesamt				Radio Gesamt				
		Schon gehört		Weitester Hörerkreis		Weitester Hörerkreis		Tagesreichweite (Mo-Fr)		Verweildauer (Mo-Fr)
		in Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	in Min.
TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung Personen ab 14 Jahren	70,445	69,690	98,9	67,055	95,2	66,099	93,8	54,640	77,6	247
GESCHLECHT										
Männer	34,694	34,285	98,8	33,031	95,2	32,387	93,4	26,579	76,6	258
Frauen	35,751	35,405	99,0	34,024	95,2	33,712	94,3	28,061	78,5	237
ALTER										
14-29 Jahre	14,737	14,586	99,0	13,962	94,7	13,415	91,0	9,832	66,7	197
14-49 Jahre	36,011	35,694	99,1	34,270	95,2	33,441	92,9	26,563	73,8	232
30-49 Jahre	21,274	21,107	99,2	20,308	95,5	20,025	94,1	16,731	78,6	253
30-59 Jahre	34,102	33,854	99,3	32,731	96,0	32,373	94,9	27,462	80,5	262
50 Jahre und älter	34,434	33,996	98,7	32,785	95,2	32,658	94,8	28,077	81,5	261
60 Jahre und älter	21,606	21,249	98,3	20,362	94,2	20,310	94,0	17,347	80,3	253
BERUFSTÄTIGKEIT										
in Ausbildung	7,780	7,751	99,6	7,461	95,9	7,124	91,6	4,918	63,7	156
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,602	39,270	99,2	38,062	96,1	37,592	94,9	31,836	80,5	261
Nicht berufstätig	5,490	5,428	98,9	5,086	92,6	4,984	90,8	3,987	71,6	237
Rentner/Pensionär	17,572	17,241	98,1	16,446	93,6	16,399	93,3	13,899	79,0	250

Audio Gesamt: Nutzer mind. eines klassischen Senders (Basis: alle klassischen Sender) und/oder Webradio-/Streamingdienst-Nutzer (Basis: allgemeine Angabe).

Radio Gesamt: Nutzer mind. eines klassischen Radiosenders

"Schon gehört": Summe der Personen die mind. ein klassisches und/oder Online-Audio Angebot schon mal gehört haben.

"Weitester Hörerkreis": Summe der Personen die mind. ein klassisches und/oder Online-Audio Angebot in einem 4-Wochen-Zeitraum genutzt haben.

„Tagesreichweite“: Summe der Personen, die an einem durchschnittlichen Tag mind. ein klassisches und/oder ein Online-Audio Angebot genutzt haben.

„Verweildauer in Minuten“: gibt an, wie lange die Hörer an einem Tag im Durchschnitt ein klassisches Angebot hören.

Quelle: ma 2018 Audio II