

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-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Franklinstraße 52

60486 Frankfurt am Main

www.agma-mmc.de

ma 2019 Audio - Die Konvergenz- währung für Radio und Online- Audio startet ins zweite Jahr

- **Mit 98,8 Prozent hat fast jeder Deutschsprachige schon einmal ein Audio-Angebot gehört, unabhängig auf welchem Verbreitungskanal.**
- **Die Hörer bleiben ihrem Sender mit mehr als vier Stunden am Tag konstant auf hohem Niveau treu (Verweildauer: 249 Minuten).**
- **Berechnung von Hör- und Verweildauer für Audio-Angebote auch nach Anteil Online-Audio und DAB+ ab der kommenden Berichterstattung möglich.**

Frankfurt, 20. März 2019 – Seit letztem Jahr erscheint die ma Audio zweimal pro Jahr plus Update. In diesem Turnus ermöglicht sie auf einer einheitlichen Basis eine konvergente Planung von Radio und Online-Audio und ist dadurch der von allen Partnern akzeptierte Marktstandard.

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio, so der Untertitel der Studie, enthält die ma Audio neben den bisher in der ma Radio ausgewiesenen klassischen Radioangeboten auch Reichweiten für Online-Audio-Channels, Musik-Streamingdienste, User Generated Radios sowie für Online-Audio-Werbekombinationen und Konvergenzangebote. **Insgesamt werden 374 Angebote abgebildet und in der ma 2019 Audio I am 27. März veröffentlicht. Bereits heute liegen die Eckdaten der Audio-Nutzung in Deutschland vor.**

Jan Isenbart, Vorstand Radio/Audio der agma, zu den aktuellen Ergebnissen sowie zum geplanten weiteren Ausbau der ma Audio: „Die vorliegenden Eckdaten unterstreichen erneut die große Bedeutung von Radio und Audio im Alltag der deutschen Bevölkerung. Audio-Inhalte werden auf den unterschiedlichsten Wegen in hohem Maße konsumiert, egal ob über klassische Empfangswege, wie UKW, Kabel oder Satellit sowie über DAB+

oder das Internet. Die ma Audio liefert für dieses konvergente Nutzungsverhalten eine wertvolle Leistungsübersicht, die wir für eine bestmögliche Mediaplanung kontinuierlich optimieren.“

„Daher freuen wir uns sehr, bereits zur kommenden Veröffentlichung, der ma 2019 Audio II am 10. Juli, neben der Integration von DAB+ Angeboten (siehe Pressemeldung vom 22. Februar) ebenfalls eine Erweiterung der Eckdaten um die Leistungsdaten Verweil- und Hördauer für Online-Audio bzw. Audio-Gesamt ausweisen zu können“, ergänzt Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma.

Erste Ergebnisse der Eckdaten zur Audio-Nutzung in Deutschland:

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK), also in einem durchschnittlichen 4-Wochen-Zeitraum, wird von 93,7 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren ein klassisches Radio-Angebot genutzt. 95,2 Prozent nutzen im genannten Zeitraum ein klassisches und/oder Online-Audio Angebot.
- In der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen zählen ebenfalls 95,2 Prozent zum WHK von Audio gesamt (Vorjahr: 94,7 Prozent).
- Die Hörerbindung ist mit über vier Stunden täglicher Verweildauer anhaltend stabil (Vorjahr: 247 Minuten).

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 68.281 Personen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren und ermittelt die Radionutzung für alle Sender

unabhängig vom Verbreitungsweg, wie auch die Potenziale der Webradio- und Streamingnutzung.

- 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 notwendigen demografischen und sonstigen Informationen, um die aus den Logfiles berechneten Sessions in Personenangaben umrechnen zu können.

Detaillierte Ergebnisse der ma 2019 Audio I der einzelnen Sender und Vermarktungskombinationen sowie der Online-Audio-Angebote werden am 27. März ab 10:00 Uhr veröffentlicht.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methodensteckbrief zur ma 2019 Audio I detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Eckdaten der Audionutzung ma 2019 Audio I



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	69,669	98,9	67,090	95,2	65,996	93,7	54,248	77,0	249
GESCHLECHT										
Männer	34,694	34,325	98,9	33,116	95,5	32,387	93,4	26,401	76,1	263
Frauen	35,751	35,345	98,9	33,974	95,0	33,609	94,0	27,848	77,9	236
ALTER										
14-29 Jahre	14,737	14,606	99,1	14,037	95,2	13,392	90,9	9,763	66,2	194
14-49 Jahre	36,011	35,687	99,1	34,333	95,3	33,340	92,6	26,421	73,4	230
30-49 Jahre	21,274	21,081	99,1	20,296	95,4	19,948	93,8	16,658	78,3	252
50 Jahre und älter	34,434	33,983	98,7	32,757	95,1	32,656	94,8	27,827	80,8	267
30-59 Jahre	34,102	33,831	99,2	32,723	96,0	32,316	94,8	27,272	80,0	260
60 Jahre und älter	21,606	21,233	98,3	20,330	94,1	20,288	93,9	17,214	79,7	263
BERUFSTÄTIGKEIT										
in Ausbildung	7,790	7,740	99,4	7,474	96,0	7,082	90,9	4,815	62,3	154
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,514	39,206	99,2	38,094	96,4	37,520	95,0	31,651	80,2	261
Nicht berufstätig	5,573	5,509	98,8	5,164	92,7	5,069	91,0	4,040	72,0	240
Rentner/Pensionär	17,569	17,215	98,0	16,358	93,1	16,325	92,9	13,742	78,0	258

Audio Gesamt: Nutzer mind. eines klassischen Radiosenders (Basis: alle klassischen Sender) und/oder Webradios/Streamingdiensts (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 Angebot genutzt haben.

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

Quelle: ma 2019 Audio I