

#### **Ansprechpartner**

Jan Isenbart

Vorstand Radio/Audio

Arbeitsgemeinschaft Media-  
Analyse e.V.

Telefon: 069.15424-300

[jan.isenbart@ard-werbung.de](mailto:jan.isenbart@ard-werbung.de)

Henriette Hoffmann

Gewählte Marktforscherin

Radio/Audio

Arbeitsgemeinschaft Media-  
Analyse e.V.

Telefon: 0171.7455573

[hoffmann@rms.de](mailto:hoffmann@rms.de)

Stephan Pommer

Studienleiter ma Audio und TV

Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-30

[pommer@agma-mmc.de](mailto:pommer@agma-mmc.de)

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Franklinstraße 52

60486 Frankfurt am Main

#### **Weitere Informationen**

Unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de)

bietet der Methodensteckbrief

zur ma 2020 Audio II

detaillierte Informationen zu

Anlage und Methode der

Untersuchung.

Weitere Ergebnisse sind der

beiliegenden Tabelle

„Eckdaten der Audionutzung“

zu entnehmen.

## **ma 2020 Audio II: Hohe Nutzung auch ohne Corona-Effekt**

- **Die Eckdaten der Audionutzung belegen die unverändert hohe Bedeutung der Gattung Radio/Audio in Deutschland und liefern erstmals Hinweise zur Podcast-Nutzung.**
- **Feldzeit der ma 2020 Audio II beinhaltet die ersten zwei Wochen der Corona-Pandemie.**

---

**Frankfurt, 15. Juli 2020** – Die agma trägt der dynamischen Entwicklung im zunehmend konvergenten Audiomarkt Rechnung und stellt mit der ma 2020 Audio II neben der Abbildung der Gesamtleistung von Radio/Audio sowie Differenzierung von Reichweitenkerndaten nach den Empfangswegen Online-Audio und DAB+ neuerdings auch erste Kennziffern zu Podcasts zur Verfügung.

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2020 Audio II neben den klassischen Radioangeboten Reichweiten für Online-Audio-Channels und -Kombinationsangebote, Musik-Streamingdienste, User Generated Radios und Konvergenzangebote. Detaillierte Ergebnisse der insgesamt 393 abgebildeten Werbeangebote finden Sie in der beiliegenden P resettabelle.

#### **Jan Isenbart, Vorstand Radio/Audio der agma, kommentiert die aktuelle Lage und vorliegenden Eckdaten der Audionutzung:**

„Die aktuelle ma Audio bescheinigt der Gattung Radio/Audio einmal mehr starke Nutzungswerte, die in Summe auf hohem Niveau konstant bleiben. Da in die Frühjahrserhebung bis Ende März nur zwei ‚Corona-Wochen‘ fielen, gibt es erwartungsgemäß keinen Sondereffekt in den Daten aus insgesamt 28 Erhebungswochen. Hinzu kommt, dass sich eine steigende Nutzung im Streaming-Bereich, wie sie die ma IP Audio dokumentiert hat, und ein leichter Rückgang beim Hören im Autoradio durch Lockdown und Home Office aktuell die Waage gehalten haben könnten. Die ma Audio bietet damit auch in besonders herausfordernden Zeiten eine verlässliche Planungsgrundlage für 2021.“

**Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, unterstreicht die Wichtigkeit und Notwendigkeit konvergenter Studien:** „Die ma Audio liefert alle für die Planung benötigten Nutzungswahrscheinlichkeiten und ermöglicht neben klassischer Radioplanung eine konvergente Audioplanung auf einer einheitlichen Datenbasis. Dieser konvergente Ansatz gewinnt zunehmend an Bedeutung und wird innerhalb der agma konsequent vorangetrieben, um die heutige Mediennutzung adäquat und übergreifend abzubilden.“

Aus der heutigen ma 2020 Audio II geht erstmalig hervor, dass Podcasts von 22,3 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt wurden, wobei ein Drittel (33,5 Prozent) der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen schon einmal Podcasts gehört hat.

**Weitere Ergebnisse der Eckdaten zur Audionutzung:**

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK), also in einem durchschnittlichen 4-Wochen-Zeitraum, wird analog zur ma 2020 Audio I von 93,6 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren mindestens ein klassisches und/oder Online-Audio-Angebot genutzt (Audio Total). Die Hörer bleiben ihrem Sender konstant mit mehr als vier Stunden (Verweildauer: 254 Minuten) auf hohem Niveau treu (ma 2020 Audio I: 256 Minuten).
- Ähnlich zeigt sich dies in der Nutzung von klassischen Radio-Angeboten: Im WHK wird Radio wie zur Vor-ma von 93,4 Prozent der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 253 Minuten genutzt (ma 2020 Audio I: 256 Minuten).
- Die Verbreitungswege DAB+ und Online-Audio verzeichnen abermals Zuwächse im WHK: So wird über DAB+ von 17,4 Prozent (ma 2020 Audio I: 15 Prozent) und über Online-Audio von 22,3 Prozent (ma 2020 Audio I: 21,3 Prozent) der ab 14-Jährigen gehört.
- Der Verbreitungsweg DAB+ wird insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen genutzt (WHK: 20 Prozent – Vor-ma: 16,9 Prozent).
- Die Nutzung über Online-Audio ist am höchsten in der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen (WHK 34,5 Prozent – Vor-ma: 34,1 Prozent).

Eckdaten der Audionutzung ma 2020 Audio II



	Basis in Mio.	Audio Total						Radio Gesamt						DAB+ Gesamt						Online-Audio Gesamt					
		Weitester Hörerkreis		Tagesreichweite (Mo-Fr)		Verweildauer (Mo-Fr) in Min.		Weitester Hörerkreis		Tagesreichweite (Mo-Fr)		Verweildauer (Mo-Fr) in Min.		Weitester Hörerkreis		Tagesreichweite (Mo-Fr)		Verweildauer (Mo-Fr) in Min.		Weitester Hörerkreis		Tagesreichweite (Mo-Fr)		Verweildauer (Mo-Fr) in Min.	
		Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%
<b>TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung</b> Personen ab 14 Jahren	70,635	66,139	93,6	53,345	75,5	254	65,947	93,4	52,828	74,8	253	12,292	17,4	5,757	8,2	146	15,737	22,3	6,525	9,2	94				
<b>GESCHLECHT</b>																									
Männer	34,849	32,534	93,4	26,215	75,2	270	32,407	93,0	25,948	74,5	268	7,596	21,8	3,788	10,9	159	8,816	25,3	3,719	10,7	96				
Frauen	35,786	33,606	93,9	27,129	75,8	238	33,540	93,7	26,879	75,1	238	4,696	13,1	1,969	5,5	123	6,921	19,3	2,806	7,8	91				
<b>ALTER</b>																									
14-29 Jahre	14,304	12,812	89,6	9,185	64,2	199	12,724	89,0	8,880	62,1	197	2,450	17,1	0,894	6,3	129	4,940	34,5	2,088	14,6	84				
14-49 Jahre	34,951	32,277	92,3	24,961	71,4	238	32,116	91,9	24,522	70,2	236	6,587	18,8	2,928	8,4	145	10,788	30,9	4,419	12,6	93				
30-49 Jahre	20,647	19,464	94,3	15,776	76,4	260	19,392	93,9	15,642	75,8	259	4,137	20,0	2,033	9,8	153	5,848	28,3	2,331	11,3	100				
50 Jahre und älter	35,684	33,863	94,9	28,383	79,5	268	33,831	94,8	28,305	79,3	267	5,705	16,0	2,829	7,9	147	4,950	13,9	2,106	5,9	96				
30-59 Jahre	33,956	32,253	95,0	26,665	78,5	268	32,162	94,7	26,479	78,0	267	6,785	20,0	3,340	9,8	153	8,640	25,4	3,524	10,4	98				
60 Jahre und älter	22,375	21,075	94,2	17,495	78,2	261	21,061	94,1	17,468	78,1	260	3,057	13,7	1,523	6,8	142	2,157	9,6	0,912	4,1	97				
<b>BERUFSTÄTIGKEIT</b>																									
in Ausbildung	7,672	6,999	91,2	4,875	63,5	159	6,941	90,5	4,672	60,8	156	1,240	16,2	0,386	5,0	103	2,832	36,9	1,192	15,5	82				
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,58	37,580	94,9	31,165	78,7	266	37,465	94,7	30,909	78,1	265	8,121	20,5	3,941	10,0	152	10,488	26,5	4,427	11,2	96				
Nicht berufstätig	5,587	4,928	88,2	3,578	64,2	251	4,924	88,1	3,536	63,4	252	0,693	12,4	0,305	5,5	146	0,924	16,5	0,322	5,8	90				
Rentner/Pensionär	17,797	16,634	93,5	13,728	77,2	260	16,617	93,4	13,711	77,1	259	2,238	12,6	1,125	6,3	142	1,494	8,4	0,584	3,3	101				

**Audio total:** Nutzung mind. eines klassischen Angebots und/oder Webradios/Streamingdiensts unabhängig vom Empfangsweg (Basis: alle Angebote)

**Radio Gesamt:** Nutzung mind. eines klassischen Angebots unabhängig vom Empfangsweg (Basis: alle klassischen Sender)

**DAB+ Gesamt:** Nutzung mind. eines Angebots über den Empfangsweg DAB+ (Basis: alle Angebote)

**Online-Audio Gesamt:** Nutzung mind. eines Angebots, das über Internet gehört wurde (Basis: alle Angebote)

„**Weitester Hörerkreis**“: Summe der Personen, die in einem 4-Wochen-Zeitraum mind. ein Angebot genutzt haben (DAB+/Online-Audio: mit dem jeweiligen Empfangsweg).

„**Tagesreichweite**“: Summe der Personen, die an einem durchschnittlichen Tag (Montag-Freitag) mindestens ein Angebot genutzt haben (DAB+/Online-Audio: mit dem jeweiligen Empfangsweg).

„**Verweildauer in Minuten**“: Gibt an, wie lange ein Hörer an einem Tag (Montag - Freitag) im Durchschnitt die Angebote hört (DAB+/Online-Audio: mit dem jeweiligen Empfangsweg).

Quelle: ma 2020 Audio II