

Ansprechpartner

Jan Isenbart

Vorstand Radio/Audio

Arbeitsgemeinschaft Media-
Analyse e.V.

Telefon: 069.15424-300

jan.isenbart@ard-media.de

Henriette Hoffmann

Marktforscherin Radio/Audio

Arbeitsgemeinschaft Media-
Analyse e.V.

Telefon: 0171.7455573

hoffmann@rms.de

Stephan Pommer

Studienleiter ma Audio und TV

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 2022 Audio I – Aktuelle Reich- weiten der Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio sowie DAB+

- Die Eckdaten der Audionutzung bestätigen die unverändert hohe Bedeutung der Gattung Radio/Audio.
- ma Audio (vormals ma Radio) feiert 50. Geburtstag und liefert dem Werbemarkt seit 1972 aktuelle Zahlen und Daten über die deutsche Radio- und Audio-Hörerschaft.
- Die Feldzeit der ma 2022 Audio I beinhaltet Daten aus dem Zeitraum von Dezember 2020 bis Dezember 2021.

Frankfurt, 30. März 2022 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat heute mit der Veröffentlichung der ma 2022 Audio I die aktuellen Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland vorgelegt.

Die agma erhebt seit 1972 die Radionutzung in Deutschland. Die ma Audio (vormals ma Radio) liefert dem Werbemarkt seit 50 Jahren aktuelle Zahlen und Daten über die deutsche Radio- und Audio-Hörerschaft. Diese Reichweiten-Zahlen sind die von der gesamten Werbebranche getragene und akzeptierte Grundlage für das Geschäft mit Radio- und Audiowerbung in Deutschland. Seit 2018 veröffentlicht die agma die Konvergenz-Studie ma Audio, seit diesem Jahr erscheint zudem die eigenständige und medien-übergreifende ma Podcast.

Henriette Hoffmann (Marktforscherin der Gattung Radio/Audio) und Stephan Pommer (Studienleiter ma Audio) beleuchten in einem Audio-Beitrag ein halbes Jahrhundert messbaren Erfolg:

www.agma-mmc.de/presse/stories/story/50-jahre-ma-radio-audio

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2022 Audio I neben den klassischen Radioangeboten Reichweiten für Online-Audio-Channels und -Kombinationsangebote, Musik-Streamingdienste, User Generated Radios und Konvergenzangebote. Ebenso werden Reichweitenkerndaten zu DAB+ und Online-Audio wie auch Kennziffern zu Podcasts abgebildet.

Detaillierte Ergebnisse der insgesamt 413 abgebildeten Werbeangebote finden Sie in der beiliegenden Pressetabelle.

Jan Isenbart, Vorstand Radio/Audio der agma, zu den vorliegenden Eckdaten der Audionutzung:

„Die Gattung Radio/Audio behauptet sich weiterhin stark im Kampf um die Aufmerksamkeit und Zeitbudgets der Mediennutzer. Im Detail ist die Entwicklung dabei etwas uneinheitlich: Insgesamt ist die Radio- und Audionutzung beim Weitesten Hörerkreis und der Tagesreichweite auf hohem Niveau konstant. Online-Audio erreicht annähernd die Vorjahreswerte, ein deutliches Plus verzeichnet die ma Audio für die Nutzung von DAB+-Angeboten und Podcasts.“

Die wichtigsten Eckdaten der Audionutzung:

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK), also in einem durchschnittlichen 4-Wochen-Zeitraum, wird konstant von 93,8 Prozent (ma 2021 Audio: 93,7 Prozent) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren mindestens ein klassisches und/oder Online-Audio-Angebot genutzt (Audio Total). Die Hörer bleiben ihren Sendern dabei mit mehr als vier Stunden täglicher Nutzung (Verweildauer: 254 Minuten) auf hohem Niveau treu (ma 2021 Audio: 260 Minuten).
- Analog zeigt sich dies in der Nutzung von klassischen Radio-Angeboten: Im WHK wird Radio wie im Vorjahr von 93,5 Prozent der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 254 Minuten genutzt (ma 2021 Audio: 259 Minuten). Die Tagesreichweite (Mo-Fr) liegt bei 73,9 Prozent (ma 2021 Audio: 74,7 Prozent).
- Die Verbreitung über DAB+ hat in den letzten Jahren eine größere Bedeutung erhalten: So wird DAB+ im WHK von 24,5 Prozent (ma 2021 Audio: 20,4 Prozent) und insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 27,2 Prozent – ma 2021 Audio: 22,7 Prozent).
- Der Verbreitungsweg Online-Audio wird im WHK nahezu unverändert von 25,4 Prozent (ma 2021 Audio: 25,8 Prozent) der ab 14-Jährigen genutzt, wobei Online-Audio in der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen am meisten gehört wird (WHK 37,2 Prozent – ma 2021 Audio: 38,1 Prozent)

- Auch in der Podcast-Nutzung sind weiterhin Zuwächse zu verzeichnen. So wurden Podcasts von 36,9 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt (ma 2021 Audio: 29,3 Prozent). In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sogar 50,7 Prozent schon einmal Podcasts gehört (ma 2021 Audio: 41,8 Prozent).
- Im Rahmen der ma Audio sind zudem erstmalig die Reichweiten der Audionutzung Gesamt inklusive Podcast auszählbar. 96,6 Prozent der Bevölkerung nutzen mindestens ein Angebot aus dem Audiouniversum innerhalb von vier Wochen. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es 97,2 Prozent.

Weitere Ergebnisse sind der anliegenden Tabelle „Eckdaten der Audionutzung“ zu entnehmen. Die ma Audio liefert zudem alle für die Planung benötigten Nutzungswahrscheinlichkeiten und ermöglicht neben klassischer Radioplanung eine konvergente Audioplanung auf einer einheitlichen Datenbasis.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mm.de bietet der Methodensteckbrief zur ma 2022 Audio I detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Eckdaten der Audionutzung ma 2022 Audio I



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

	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.	%			
TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung Personen ab 14 Jahren	70,542	66,140	93,8	52,934	75,0	254	65,946	93,5	52,096	73,9	254	17,296	24,5	8,402	11,9	138	17,894	25,4	7,789	11,0	96
GESCHLECHT																					
Männer	34,791	32,495	93,4	25,604	73,6	265	32,374	93,1	25,201	72,4	265	10,180	29,3	5,155	14,8	145	9,594	27,6	4,040	11,6	101
Frauen	35,751	33,644	94,1	27,330	76,4	244	33,572	93,9	26,895	75,2	244	7,117	19,9	3,248	9,1	128	8,300	23,2	3,749	10,5	90
ALTER																					
14-29 Jahre	14,13	12,907	91,3	9,340	66,1	193	12,837	90,9	8,886	62,9	192	3,762	26,6	1,339	9,5	116	5,258	37,2	2,496	17,7	87
14-49 Jahre	34,663	32,088	92,6	24,465	70,6	230	31,935	92,1	23,705	68,4	231	9,327	26,9	4,178	12,1	128	11,877	34,3	5,242	15,1	92
30-49 Jahre	20,534	19,182	93,4	15,125	73,7	254	19,098	93,0	14,819	72,2	254	5,564	27,1	2,838	13,8	135	6,620	32,2	2,747	13,4	96
50 Jahre und älter	35,879	34,051	94,9	28,470	79,4	275	34,011	94,8	28,391	79,1	274	7,969	22,2	4,225	11,8	147	6,016	16,8	2,547	7,1	104
30-59 Jahre	33,785	31,856	94,3	25,846	76,5	265	31,751	94,0	25,497	75,5	264	9,173	27,2	4,625	13,7	141	9,878	29,2	4,156	12,3	99
60 Jahre und älter	22,627	21,376	94,5	17,749	78,4	271	21,358	94,4	17,713	78,3	271	4,361	19,3	2,438	10,8	144	2,758	12,2	1,137	5,0	104
BERUFSTÄTIGKEIT																					
in Ausbildung	7,657	7,001	91,4	4,773	62,5	149	6,957	90,9	4,465	58,4	146	1,933	25,2	0,567	7,4	95	2,808	36,7	1,401	18,3	84
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,928	37,809	94,7	31,011	77,5	265	37,703	94,4	30,565	76,3	264	11,143	27,9	5,660	14,1	140	12,047	30,2	5,239	13,1	100
Nicht berufstätig	5,267	4,774	90,6	3,500	67,8	248	4,752	90,2	3,435	66,6	249	1,091	20,7	0,438	8,5	147	1,192	22,6	0,435	8,4	77
Rentner/Pensionär	17,69	16,556	93,6	13,651	77,1	268	16,534	93,5	13,631	77,0	268	3,130	17,7	1,738	9,8	143	1,847	10,4	0,714	4,0	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 2022 Audio I