

Ansprechpartner

Jan Isenbart

Vorstand Radio/Audio

Arbeitsgemeinschaft Media-
Analyse e.V.

Telefon: 069.15424-300

jan.isenbart@ard-media.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 II – Aktuelle Daten der Konvergenzwährung

- Die Eckdaten der Audionutzung bestätigen die hohe Gesamtleistung der Gattung Radio/Audio.
- ma Audio (vormals ma Radio) liefert dem Werbemarkt seit 50 Jahren aktuelle Zahlen und Daten über die deutsche Radio- und Audio-Hörschaft.
- Die Feldzeit der ma 2022 Audio II beinhaltet Daten aus dem Zeitraum von September 2021 bis März 2022.

Frankfurt, 13. Juli 2022 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat heute mit der Veröffentlichung der ma 2022 Audio II die aktuellen Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland vorgelegt.

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2022 Audio II 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 von insgesamt 524 Angeboten (inkl. werbefreie) finden Sie in der beiliegenden Presstabelle.

Ergebnisse der Eckdaten zur Audionutzung in Deutschland:

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK), also in einem durchschnittlichen 4-Wochen-Zeitraum, wird konstant von 94,1 Prozent (ma 2022 Audio I: 93,8 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: 249 Minuten) auf hohem Niveau treu (ma 2022 Audio I: 254 Minuten).
- Analog zeigt sich dies in der Nutzung von klassischen Radio-Angeboten: Im WHK wird Radio von 93,4 Prozent der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 249 Minuten genutzt (ma 2022 Audio I: 93,5 Prozent / 254 Minuten).

Die Tagesreichweite (Mo-Fr) liegt bei 74,5 Prozent (ma 2022 Audio I: 73,9 Prozent).

- Die Verbreitung über DAB+ hat auch unterjährig eine größere Bedeutung erhalten: So wird DAB+ im WHK von 27,0 Prozent (ma 2022 Audio I: 24,5 Prozent) und insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 30,1 Prozent – ma 2022 Audio I: 27,2 Prozent).
- Der Verbreitungsweg Online-Audio wird im WHK von 24,5 Prozent (ma 2022 Audio I: 25,4 Prozent) der ab 14-Jährigen genutzt, wobei Online-Audio in der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen stetig mehr gehört wird (WHK 43,9 Prozent – ma 2022 Audio I: 37,2 Prozent).
- Auch in der Podcast-Nutzung sind weiterhin Zuwächse zu verzeichnen. So wurden Podcasts von 39,5 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt (ma 2022 Audio I: 36,9 Prozent). In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sogar 53,9 Prozent schon einmal Podcasts gehört (ma 2022 Audio I: 50,7 Prozent).
- Im Rahmen der ma Audio sind seit diesem Jahr die Reichweiten der Audionutzung Gesamt inklusive Podcast auszählbar. 96,8 Prozent der Bevölkerung nutzen mindestens ein Angebot aus dem Audiouniversum innerhalb von vier Wochen (ma 2022 Audio I: 96,6 Prozent). In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es 97,4 Prozent (ma 2022 Audio I: 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-mmc.de bietet der Methodensteckbrief zur ma 2022 Audio II detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Henriette Hoffmann (eh. 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

Eckdaten der Audionutzung ma 2022 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.	%			
TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung Personen ab 14 Jahren	70,601	66,416	94,1	53,455	75,7	249	65,935	93,4	52,595	74,5	249	19,076	27,0	9,620	13,6	142	17,327	24,5	7,729	10,9	108
GESCHLECHT																					
Männer	34,809	32,495	93,4	25,809	74,1	257	32,218	92,6	25,375	72,9	257	11,024	31,7	5,839	16,8	150	9,220	26,5	4,083	11,7	110
Frauen	35,792	33,921	94,8	27,646	77,2	240	33,717	94,2	27,221	76,1	240	8,051	22,5	3,781	10,6	130	8,108	22,7	3,646	10,2	105
ALTER																					
14-29 Jahre	13,943	12,899	92,5	9,597	68,8	182	12,550	90,0	9,001	64,6	182	3,998	28,7	1,581	11,3	117	6,116	43,9	2,711	19,4	92
14-49 Jahre	34,472	32,108	93,1	24,922	72,3	223	31,642	91,8	24,114	70,0	223	10,081	29,2	4,737	13,7	127	12,097	35,1	5,393	15,6	103
30-49 Jahre	20,53	19,209	93,6	15,324	74,6	249	19,092	93,0	15,114	73,6	248	6,083	29,6	3,156	15,4	132	5,981	29,1	2,683	13,1	114
50 Jahre und älter	36,129	34,308	95,0	28,533	79,0	271	34,293	94,9	28,481	78,8	270	8,995	24,9	4,883	13,5	157	5,230	14,5	2,335	6,5	118
30-59 Jahre	33,647	31,793	94,5	25,858	76,9	260	31,668	94,1	25,628	76,2	259	10,136	30,1	5,227	15,5	145	8,786	26,1	3,904	11,6	115
60 Jahre und älter	23,011	21,724	94,4	17,999	78,2	267	21,717	94,4	17,967	78,1	267	4,942	21,5	2,812	12,2	152	2,426	10,5	1,114	4,8	119
BERUFSTÄTIGKEIT																					
in Ausbildung	7,815	7,277	93,1	5,065	65,5	150	7,050	90,2	4,611	59,6	149	2,058	26,3	0,749	9,7	98	3,625	46,4	1,690	21,8	89
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	38,988	37,036	95,0	30,507	78,2	256	36,827	94,5	30,174	77,4	255	12,143	31,1	6,254	16,0	148	10,915	28,0	4,870	12,5	113
Nicht berufstätig	5,287	4,770	90,2	3,583	67,2	248	4,728	89,4	3,531	66,2	248	1,246	23,6	0,535	10,0	138	1,108	21,0	0,391	7,3	91
Rentner/Pensionär	18,511	17,333	93,6	14,300	77,1	267	17,330	93,6	14,278	77,0	267	3,628	19,6	2,082	11,2	142	1,679	9,1	0,778	4,2	120

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 II