

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 2023 Audio II – Aktuelle Kerner- gebnisse der Konvergenzwährung

- Die Eckdaten der Audionutzung bescheinigen unverändert hohe Gesamtleistung der Gattung Radio/Audio
- Radio ist täglicher Begleiter für alle Altersgruppen
- Online-Audio kann in der Gunst der Nutzer wieder zulegen
- Podcast-Nutzung weiterhin auf dem Vormarsch
- Die Feldzeit der ma 2023 Audio II umfasst den Zeitraum von September 2022 bis März 2023.

Frankfurt, 12. Juli 2023 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat heute mit der Veröffentlichung der ma 2023 Audio II die aktuellen Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland vorgelegt.

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2023 Audio II neben den klassischen Radioangeboten Reichweiten für Online-Audio-Channels und -Kombinationsangebote, Musik-Streamingdienste, User Generated Radios sowie Konvergenzangebote. Ebenso werden grundlegende Reichweitendaten zu DAB+ und Online-Audio sowie Kennziffern zu Podcasts abgebildet. Die detaillierten Ergebnisse von insgesamt 542 Angeboten (inkl. werbefreien) finden Sie in der beiliegenden P resettabelle.

Dabei zeigt sich: Für alle Altersgruppen zählen Audioangebote, egal ob klassisches Radio, DAB+ oder Online-Audio zum unverzichtbaren, täglichen Begleiter. 70,0 Prozent der 14- bis 49-Jährigen in Deutschland nutzen mindestens ein Audioangebot an einem durchschnittlichen Montag bis Freitag. Und das nicht nur ein paar Minuten am Morgen: Schon bei den jüngeren Hörern im Alter von 14 bis 29 Jahren gehört Audionutzung ganz selbstverständlich dazu, sie hören rund 3 Stunden pro Tag ihre Sender (Verweildauer 182 Min.). Bei der Altersgruppe 30 bis 49 Jahre beträgt die Verweildauer 232 Minuten. Am längsten verweilen Personen über 50 Jahre bei ihren Audioangeboten, nämlich knapp 4,5 Stunden pro Tag (Verweildauer 262 Min.).

Weitere Kernergebnisse zur Audionutzung in Deutschland:

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK) wird konstant von 94,1 Prozent (ma 2023 Audio I: 93,6 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: 242 Minuten) auf hohem Niveau treu (ma 2023 Audio I: 242 Minuten).
- Analog zeigt sich dies in der Nutzung von klassischen Radio-Angeboten: Im WHK wird Radio von 93,3 Prozent der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 242 Minuten genutzt (ma 2023 Audio I: 93,0 Prozent / 242 Minuten). Die Tagesreichweite (Mo-Fr) liegt bei 74,1 Prozent (ma 2023 Audio I: 74,3 Prozent).
- Auch Podcasts werden weiterhin in der Bevölkerung mit leicht steigender Tendenz angenommen. So wurden Podcasts von 40,6 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt (ma 2023 Audio I: 40,1 Prozent). In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sogar 55,8 Prozent schon einmal Podcasts gehört (ma 2023 Audio I: 55,2 Prozent).
- Die Verbreitung über DAB+ nimmt unvermindert an Bedeutung zu: So wird DAB+ im WHK von 28,6 Prozent (ma 2023 Audio I: 28,5 Prozent) gehört und insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 33,6 Prozent – ma 2023 Audio I: 32,0 Prozent).
- Der Verbreitungsweg Online-Audio, der nach der starken „Coronazeit“ zuletzt Reichweite abgeben musste, stabilisiert sich wieder: Im 4-Wochenzeitraum des WHK steigt die Nutzung auf 24,5 Prozent an (ma 2023 Audio I: 23,0 Prozent) wie zuletzt zur ma 2022 Audio II. Die junge Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen hört dabei immer noch am meisten (WHK: 40,5 Prozent – ma 2023 Audio I: 40,8 Prozent).
- Im Rahmen der ma Audio sind die Reichweiten der Audionutzung Gesamt auszählbar. 96,6 Prozent der Bevölkerung nutzen mindestens ein Angebot aus dem Audiouniversum innerhalb von vier Wochen (ma 2023 Audio I: 96,5 Prozent). In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es 97,1 Prozent (ma 2023 Audio I: 96,9 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, vergleichbaren Datenbasis.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mm.de bietet der Methodensteckbrief zur ma 2023 Audio II detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Eckdaten der Audionutzung ma 2023 Audio II



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

	Basis in Mio.	Audio Total (AAN:82000001)					Radio Gesamt (AAN:950100)					DAB+ Gesamt (zu errechnen)					Online-Audio Gesamt (AAN:79000000)				
		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.	%	
TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung Personen ab 14 Jahren	70,08	65,929	94,1	52,721	75,2	242	65,408	93,3	51,911	74,1	242	20,058	28,6	10,562	15,1	154	17,178	24,5	6,819	9,7	111
GESCHLECHT																					
Männer	34,544	32,292	93,5	25,464	73,7	252	32,012	92,7	25,111	72,7	252	11,556	33,5	6,457	18,7	165	9,185	26,6	3,566	10,3	114
Frauen	35,536	33,637	94,7	27,258	76,7	233	33,396	94,0	26,800	75,4	233	8,502	23,9	4,105	11,6	136	7,993	22,5	3,254	9,2	108
ALTER																					
14-29 Jahre	13,673	12,447	91,0	8,885	65,0	182	12,096	88,5	8,364	61,2	182	4,045	29,6	1,582	11,6	121	5,540	40,5	2,211	16,2	100
14-49 Jahre	34,029	31,507	92,6	23,824	70,0	217	31,014	91,1	23,073	67,8	218	10,800	31,7	5,090	15,0	144	11,600	34,1	4,616	13,6	103
30-49 Jahre	20,356	19,060	93,6	14,939	73,4	238	18,919	92,9	14,710	72,3	238	6,755	33,2	3,508	17,2	154	6,060	29,8	2,406	11,8	105
50 Jahre und älter	36,051	34,422	95,5	28,898	80,2	262	34,394	95,4	28,838	80,0	262	9,258	25,7	5,472	15,2	162	5,578	15,5	2,203	6,1	129
30-59 Jahre	33,178	31,377	94,6	25,398	76,5	249	31,227	94,1	25,132	75,7	249	11,154	33,6	5,982	18,0	158	8,961	27,0	3,509	10,6	111
60 Jahre und älter	23,229	22,104	95,2	18,439	79,4	260	22,086	95,1	18,416	79,3	260	4,859	20,9	2,998	12,9	162	2,678	11,5	1,099	4,7	134
BERUFSTÄTIGKEIT																					
in Ausbildung	7,452	6,820	91,5	4,477	60,9	147	6,573	88,2	4,125	56,2	144	2,178	29,2	0,692	9,4	92	3,216	43,2	1,264	17,2	98
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,709	37,570	94,6	30,663	77,1	250	37,352	94,1	30,284	76,2	250	13,258	33,4	7,303	18,4	159	11,196	28,2	4,528	11,4	114
Nicht berufstätig	4,932	4,529	91,8	3,497	70,5	219	4,483	90,9	3,427	69,1	221	1,295	26,3	0,545	11,0	125	0,972	19,7	0,344	6,9	85
Rentner/Pensionär	17,987	17,010	94,6	14,085	78,2	260	17,000	94,5	14,075	78,1	260	3,326	18,5	2,021	11,2	164	1,795	10,0	0,683	3,8	133

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 2023 Audio II