

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 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

Weitere Informationen

Unter www.agma-mmc.de

bietet der Methodensteckbrief
zur ma 2021 Audio detaillierte
Informationen zu Anlage und
Methode der Untersuchung.

Weitere Ergebnisse sind der
beiliegenden Tabelle

„Eckdaten der Audionutzung“
zu entnehmen.

ma 2021 Audio: Aktuelle Daten der Konvergenzwährung

- **Eckdaten der Audionutzung belegen die unverändert hohe Bedeutung von Radio und Audio im deutschen Medienalltag.**
- **Feldzeit der ma 2021 Audio beinhaltet Anteile der Corona-Pandemie aus dem Jahr 2020 und 2021.**

Frankfurt, 14. Juli 2021 - Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat heute mit der Veröffentlichung der ma 2021 Audio die aktuellen Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland vorgelegt.

Die wichtigsten Eckdaten der Audionutzung:

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK), also in einem durchschnittlichen 4-Wochen-Zeitraum, wird konstant von 93,7 Prozent (ma 2020 Audio II: 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: 260 Minuten) auf hohem Niveau treu (ma 2020 Audio II: 254 Minuten).
- Analog zeigt sich dies in der Nutzung von klassischen Radio-Angeboten: Im WHK wird Radio von 93,5 Prozent (ma 2020 Audio II: 93,4 Prozent) der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 259 Minuten genutzt (ma 2020 Audio II: 253 Minuten). Die Tagesreichweite (Mo-Fr) liegt praktisch unverändert bei 74,7 Prozent (ma 2020 Audio II: 74,8 Prozent).
- Die Verbreitungswege DAB+ und Online-Audio verzeichnen weitere Zuwächse im WHK: So wird über DAB+ von 20,4 Prozent (ma 2020 Audio II: 17,4 Prozent) und über Online-Audio von 25,8 Prozent (ma 2020 Audio II: 22,3 Prozent) der ab 14-Jährigen gehört.
- Der Verbreitungsweg DAB+ wird insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 22,7 Prozent – ma 2020 Audio II: 20,0 Prozent).

- Die Nutzung über Online-Audio ist abermals am höchsten in der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen (WHK 38,1 Prozent – ma 2020 Audio II: 34,5 Prozent)
- Auch in der Podcast-Nutzung sind weiterhin Zuwächse zu verzeichnen. So wurden Podcasts von 29,3 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt (ma 2020 Audio II: 22,3 Prozent). In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sogar 41,8 Prozent schon einmal Podcasts gehört (ma 2020 Audio II: 33,5 Prozent).

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2021 Audio neben den klassischen Radioangeboten Reichweiten für Online-Audio-Channels und -Kombinationsangebote, Musik-Streamingdienste, User Generated Radios und Konvergenzangebote. Ebenso werden Reichweitenkerndaten zu DAB+ und Kennziffern zu Podcasts abgebildet. Detaillierte Ergebnisse der insgesamt 408 abgebildeten Werbeangebote finden Sie in der beiliegenden Pressetabelle.

Jan Isenbart, Vorstand Radio/Audio der agma, erläutert die aktuelle Veröffentlichung und die Eckdaten der Audionutzung:

„Die Corona-Krise hat auch das Radio/Audio-Lager mit voller Wucht getroffen und führte trotz starker Nutzungszahlen seit Mitte März 2020 zu teilweise dramatischen Einbrüchen bei den Werbeumsätzen. Die daraus resultierende einschneidende Entscheidung der nur einmaligen Veröffentlichung in diesem Jahr ist den Mitgliedern der Gattung nicht leichtgefallen, gleichwohl werden durch diese Ausnahme weder die Bedeutung noch die Balance der ma Audio verändert. Daher freuen wir uns umso mehr, dass die aktuelle ma Audio eine konstant hohe Gesamtleistung auf einem zunehmend konvergenten Audiomarkt abbildet. Das Medium Radio/Audio ist mit all seinen Verbreitungswegen weiterhin ein verlässlicher täglicher Begleiter der Menschen, insbesondere auch in den derzeitigen besonderen Lebensumständen. Dies belegen eindrucksvoll die vorliegenden Eckdaten sowie bereits die dokumentierten hohen Zugriffsraten aus der ma IP Audio Sonderauswertung vom April 2021.“

Die vorliegende Berichterstattung ma 2021 Audio basiert coronabedingt auf den Frühjahrswellen 2020 und 2021. Diese Feldzeiten enthalten die ersten zwei Corona-Wochen (März 2020) sowie Anteile des zweiten Lockdowns (Dezember 2020 bis März 2021). Bei der Interpretation der Daten bezüglich bestehender Reichweitenveränderungen ist dies zu berücksichtigen.

Eine weitere Besonderheit: Der Musikstreaming-Anbieter Spotify kann in der aktuellen Berichterstattung nicht einzeln ausgewiesen werden. **Sven Bieber, Head of Ad Sales Germany bei Spotify, kommentiert:** „Aufgrund von noch andauernden datenschutzrechtlichen Prüfungen im Zusammenhang mit der ma, konnte Spotify leider die Frist zur Ausweisung in der aktuellen ma Audio nicht einhalten und kann daher aktuell nicht als Einzelangebot ausgewiesen werden.“

Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, ergänzt: „Spotify und die agma sind optimistisch, dass die Einzel-Ausweisung mit Erscheinen des ma 2021 Audio Updates am 29. September wieder aufgenommen werden kann. Da Spotify ungeachtet dessen weiterhin Teilnehmer der ma IP Audio ist, fließen deren Nutzungswerte auch in die aktuellen Eckdaten (Audio Total und Online-Audio Gesamt) der Audionutzung ein.“

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.

Eckdaten der Audionutzung ma 2021 Audio



	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.	%
TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung Personen ab 14 Jahren	70,542	66,091	93,7	53,325	75,6	260	65,947	93,5	52,665	74,7	259	14,409	20,4	6,940	9,8	142	18,181	25,8	8,024	11,4	101				
GESCHLECHT																									
Männer	34,791	32,452	93,3	26,049	74,9	276	32,373	93,1	25,693	73,8	276	8,557	24,6	4,285	12,3	155	9,966	28,6	4,482	12,9	103				
Frauen	35,751	33,639	94,1	27,276	76,3	244	33,573	93,9	26,971	75,4	244	5,853	16,4	2,655	7,4	122	8,215	23,0	3,543	9,9	99				
ALTER																									
14-29 Jahre	14,13	12,795	90,6	9,246	65,4	200	12,725	90,1	8,793	62,2	200	3,039	21,5	1,086	7,7	124	5,386	38,1	2,479	17,5	91				
14-49 Jahre	34,663	31,968	92,2	24,412	70,4	242	31,834	91,8	23,836	68,8	241	7,686	22,2	3,434	9,9	142	12,230	35,3	5,339	15,4	97				
30-49 Jahre	20,534	19,173	93,4	15,166	73,9	267	19,109	93,1	15,043	73,3	265	4,647	22,6	2,348	11,4	150	6,844	33,3	2,859	13,9	102				
50 Jahre und älter	35,879	34,123	95,1	28,913	80,6	275	34,112	95,1	28,829	80,4	274	6,723	18,7	3,506	9,8	143	5,951	16,6	2,686	7,5	109				
30-59 Jahre	33,785	31,894	94,4	25,993	76,9	273	31,826	94,2	25,818	76,4	272	7,672	22,7	3,830	11,3	149	10,039	29,7	4,320	12,8	105				
60 Jahre und älter	22,627	21,403	94,6	18,086	79,9	271	21,396	94,6	18,054	79,8	270	3,698	16,3	2,023	8,9	140	2,757	12,2	1,225	5,4	107				
BERUFSTÄTIGKEIT																									
in Ausbildung	7,619	6,967	91,4	4,886	63,7	160	6,925	90,9	4,601	60,0	157	1,629	21,4	0,490	6,4	94	2,957	38,8	1,422	18,5	90				
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	40,025	37,883	94,6	31,195	77,9	273	37,803	94,4	30,868	77,1	272	9,296	23,2	4,653	11,6	148	12,304	30,7	5,406	13,5	103				
Nicht berufstätig	5,209	4,659	89,4	3,401	66,3	241	4,642	89,1	3,383	66,0	240	0,854	16,4	0,355	6,9	144	1,086	20,8	0,404	7,9	96				
Rentner/Pensionär	17,688	16,582	93,7	13,843	78,2	270	16,576	93,7	13,812	78,0	269	2,630	14,9	1,442	8,1	141	1,835	10,4	0,792	4,5	108				

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 2021 Audio