

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 I – Aktuelle Daten der auditiven Konvergenzwährung

- **Die Eckdaten der Audionutzung bescheinigen unverändert hohe Gesamtleistung der Gattung Radio/Audio**
- **Radio bleibt ein generationsübergreifender Medienkanal**
- **Podcast-Nutzung weiterhin auf dem Vormarsch**
- **Die Feldzeit der ma 2023 Audio I umfasst den Zeitraum von Dezember 2021 bis Dezember 2022.**

Frankfurt, 29. März 2023 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat heute mit der Veröffentlichung der ma 2023 Audio I die aktuellen Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland vorgelegt.

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2023 Audio I 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 538 Angeboten (inkl. werbefreien) finden Sie in der beiliegenden Presstabelle.

Eine wichtige Erkenntnis: Audioangebote erfreuen sich weiterhin in allen Generationen großer Beliebtheit: Über 90 Prozent jeder Altersklasse gehören jeweils zum Weitesten Hörerkreis (WHK), haben also in einem durchschnittlichen 4-Wochen-Zeitraum mindestens ein Audioangebot (klassisch oder Online) genutzt. Klassisches Radio, oft als Medium für ältere Nutzer interpretiert, wird im WHK von 31,32 Millionen Hörern in der Zielgruppe 14-49 Jahre gehört und von 34,34 Millionen in der Altersgruppe ab 50 Jahre, also nur knapp 10 Prozent mehr. Reine Online-Audioangebote werden von fast genauso vielen Hörern über 50 Jahre (WHK 4,92 Millionen) wie in der Altersklasse 30-49 Jahre gehört (WHK 5,59 Millionen). Und über ein Viertel der Hörer in der Altersklasse 50+ gehören zum WHK von DAB+ Angeboten (26,4 Prozent).

Weitere Kernergebnisse zur Audionutzung in Deutschland:

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK) wird konstant von 93,6 Prozent (ma 2022 Audio II: 94,1 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 2022 Audio II: 249 Minuten).
- Analog zeigt sich dies in der Nutzung von klassischen Radio-Angeboten: Im WHK wird Radio von 93,0 Prozent der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 242 Minuten genutzt (ma 2022 Audio II: 93,4 Prozent / 249 Minuten). Die Tagesreichweite (Mo-Fr) liegt bei 74,3 Prozent (ma 2022 Audio II: 74,5 Prozent).
- Auch in der Podcast-Nutzung sind weiterhin Zuwächse zu verzeichnen. So wurden Podcasts von 40,1 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt (ma 2022 Audio II: 39,5 Prozent). In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sogar 55,2 Prozent schon einmal Podcasts gehört (ma 2022 Audio II: 53,9 Prozent).
- Die Verbreitung über DAB+ nimmt unvermindert an Bedeutung zu: So wird DAB+ im WHK von 28,5 Prozent (ma 2022 Audio II: 27,0 Prozent) gehört und insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 32,0 Prozent – ma 2022 Audio II: 30,1 Prozent).
- Der Verbreitungsweg Online-Audio wird im WHK von 23,0 Prozent (ma 2022 Audio II: 24,5 Prozent) der ab 14-Jährigen genutzt, wobei Online-Audio in der jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen am meisten gehört wird (WHK 40,8 Prozent – ma 2022 Audio I: 43,9 Prozent).
- Im Rahmen der ma Audio sind die Reichweiten der Audionutzung Gesamt auszählbar. 96,5 Prozent der Bevölkerung nutzen mindestens ein Angebot aus dem Audiouniversum innerhalb von vier Wochen (ma 2022 Audio II: 96,8 Prozent). In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es 96,9 Prozent (ma 2022 Audio II: 97,4 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-mmc.de bietet der Methodensteckbrief zur ma 2023 Audio I detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Über die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) ist ein Zusammenschluss von mehr als 200 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft mit dem Ziel der Erforschung der Massenkommunikation. Für die Werbewirtschaft sind die Reichweitendaten der agma die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Die agma erhebt regelmäßig die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften, Radio und Fernsehen, der Außenwerbung sowie der Online-Medien. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungstreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.

Alle Presse-Informationen sowie Foto-, Video- und Audiomaterial finden Sie unter www.agma-mmc.de/presse.

Eckdaten der Audionutzung ma 2023 Audio I



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	70,601	66,114	93,6	53,275	75,5	242	65,664	93,0	52,475	74,3	242	20,121	28,5	10,676	15,1	146	16,212	23,0	6,537	9,3	106
GESCHLECHT																					
Männer	34,809	32,332	92,9	25,767	74,0	251	32,061	92,1	25,322	72,7	251	11,343	32,6	6,263	18,0	155	8,822	25,3	3,615	10,4	108
Frauen	35,792	33,783	94,4	27,509	76,9	234	33,603	93,9	27,153	75,9	234	8,778	24,5	4,413	12,3	132	7,390	20,6	2,922	8,2	103
ALTER																					
14-29 Jahre	13,943	12,724	91,3	9,420	67,6	177	12,365	88,7	8,864	63,6	178	4,158	29,8	1,703	12,2	112	5,694	40,8	2,263	16,2	91
14-49 Jahre	34,472	31,758	92,1	24,585	71,3	217	31,323	90,9	23,826	69,1	218	10,578	30,7	5,112	14,8	131	11,286	32,7	4,507	13,1	101
30-49 Jahre	20,53	19,034	92,7	15,165	73,9	242	18,958	92,3	14,962	72,9	241	6,420	31,3	3,409	16,6	141	5,592	27,2	2,244	10,9	112
50 Jahre und älter	36,129	34,357	95,1	28,690	79,4	264	34,342	95,1	28,649	79,3	263	9,543	26,4	5,565	15,4	159	4,927	13,6	2,030	5,6	115
30-59 Jahre	33,647	31,598	93,9	25,652	76,2	252	31,519	93,7	25,424	75,6	252	10,770	32,0	5,777	17,2	148	8,200	24,4	3,352	10,0	112
60 Jahre und älter	23,011	21,793	94,7	18,204	79,1	261	21,780	94,7	18,187	79,0	261	5,192	22,6	3,196	13,9	161	2,318	10,1	0,922	4,0	118
BERUFSTÄTIGKEIT																					
in Ausbildung	7,743	7,111	91,8	4,860	63,5	154	6,870	88,7	4,462	58,3	153	2,320	30,0	0,846	11,1	97	3,399	43,9	1,407	18,4	95
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,129	36,897	94,3	30,327	77,5	249	36,730	93,9	29,978	76,6	248	12,645	32,3	6,914	17,7	150	10,336	26,4	4,288	11,0	108
Nicht berufstätig	5,219	4,696	90,0	3,630	68,8	224	4,660	89,3	3,584	67,9	225	1,349	25,9	0,577	10,9	138	0,909	17,4	0,261	5,0	92
Rentner/Pensionär	18,511	17,410	94,1	14,459	78,0	262	17,405	94,0	14,452	78,0	262	3,808	20,6	2,339	12,6	153	1,569	8,5	0,580	3,1	122

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 I