

**Ansprechpartner**

Jan Isenbart  
Vorstand Radio/Audio  
Arbeitsgemeinschaft Media-  
Analyse e.V.  
Telefon: 069.15424-300  
[jan.isenbart@ard-media.de](mailto:jan.isenbart@ard-media.de)

Stephan Pommer  
Studienleiter ma Audio und  
TV  
Media-Micro-Census GmbH  
Telefon: 069.156805-30  
[pommer@agma-mmc.de](mailto:pommer@agma-mmc.de)

Arbeitsgemeinschaft  
Media-Analyse e.V.  
Wildunger Str. 6  
60487 Frankfurt am Main

[www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de)

## ma 2026 Audio I – Aktuelle Marktdaten für Audiowerbung

- **Die Eckdaten der Audionutzung bescheinigen die anhaltende hohe Gesamtleistung der Gattung Radio/Audio**
- **Detaillierte Ergebnisse für 568 Angebote**
- **Audio ermöglicht Zugang zu werberelevanten Zielgruppen.**

---

**Frankfurt, 25. März 2026** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat mit der Veröffentlichung der ma 2026 Audio I die aktuellsten Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland vorgelegt.

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2026 Audio I neben den klassischen Radioangeboten Reichweiten für Online-Audio-Channels und -Kombinationsangebote, User Generated Radios sowie Konvergenzangebote. Ebenso werden grundlegende Reichweitendaten zu DAB+ und Online-Audio sowie Kennziffern zu Podcasts abgebildet. Die detaillierten Ergebnisse von insgesamt 568 Angeboten (inkl. Zusammenfassungen und werbefreien Sendern) finden Sie in der beiliegenden Presstabelle.

Die Ergebnisse sprechen eine klare Sprache: Audio erreicht ein breites Publikum. 74,7 Prozent der Deutschen über 14 Jahre hören von Montag bis Freitag täglich mindestens einen klassischen Radiosender und/oder Webradio/User Generated Radio unabhängig vom Empfangsweg. Trotz des saisonal bedingten leichten Rückgangs in der Frühjahrswelle wächst vor allem die Verbreitung über DAB+ weiterhin moderat: Im Weitesten Hörerkreis (kurz WHK) hören 34,5 Prozent (ma 2025 Audio II: 32,9 Prozent) mindestens ein Audio-Angebot über digitale Antenne. Alle weiteren Verbreitungswege bleiben weitgehend stabil.

**Ergänzende Kernergebnisse zur Audionutzung in Deutschland:**

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK) wird nahezu gleichbleibend von 91,6 Prozent (ma 2025 Audio II: 92,3 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: 251 Minuten) auf hohem Niveau treu (ma 2025 Audio II: 253 Minuten).

- Dieses Bild spiegelt sich auch in der Nutzung klassischer Radioangebote wider: Im WHK wird Radio von 91,3 Prozent der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 250 Minuten genutzt (ma 2025 Audio II: 92,0 Prozent / 252 Minuten). Die Tagesreichweite (Montag bis Freitag) liegt bei 74,5 Prozent (ma 2025 Audio II: 74,9 Prozent).
- Auch Podcasts finden mit leicht steigender Tendenz Anklang in der Bevölkerung. So wurden Podcasts von 49,5 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt (ma 2025 Audio II: 49,1 Prozent). In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sogar 66,0 Prozent schon einmal Podcasts gehört (ma 2025 Audio II: 66,0 Prozent).
- Die Verbreitung über DAB+ wächst weiterhin moderat: So wird DAB+ im WHK von 34,5 Prozent (ma 2025 Audio II: 32,9 Prozent) gehört und insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 41,7 Prozent – ma 2025 Audio II: 39,9 Prozent).
- Der Verbreitungsweg Online-Audio verzeichnet, bezogen auf die ma 2025 Audio II, einen leichten Rückgang im 4-Wochenzeitraum des WHKs (von 24,1 Prozent auf 23,7 Prozent). Die meisten Hörer sind in der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen zu finden (WHK: 29,2 Prozent – ma 2025 Audio II: 28,9 Prozent).
- Im Rahmen der ma Audio sind die Reichweiten der Audionutzung Gesamt auszählbar. 96,9 Prozent der Bevölkerung nutzen mindestens ein Angebot aus dem Audiouniversum\* innerhalb von vier Wochen (ma 2025 Audio II: 97,1 Prozent). In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es 97,7 Prozent (ma 2025 Audio II: 97,9 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.

\*Das Audiouniversum umfasst alle in die Ausweisung einbezogenen Angebote, sowohl klassische, DAB+- und Online-Angebote (inkl. Podcast-Angebote) und damit auch alle aus diesen Bestandteilen zusammengesetzten konvergenten Angebote.

---

**Weitere Informationen:**

Unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de) bietet der Methodensteckbrief zur ma 2026 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 rund 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, Zeitschriften und Radio, der Außenwerbung sowie der Online-Medien. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungtreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.

Alle Presse-Informationen sowie Foto-, Video- und Audiomaterial finden Sie unter [www.agma-mmc.de/presse](http://www.agma-mmc.de/presse).

Eckdaten der Audionutzung ma 2026 Audio I



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

	Audio Total (AAN:82000001)						Radio Gesamt (AAN:950100)						DAB+ Gesamt (zu errechnen)						Online-Audio Gesamt (AAN:79000000)					
	Basis in Mio.	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.	%				
<b>TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung</b> Personen ab 14 Jahren	71,001	65,023	91,6	53,031	74,7	251	64,819	91,3	52,901	74,5	250	24,498	34,5	14,698	20,7	165	16,808	23,7	5,165	7,3	121			
<b>GESCHLECHT</b>																								
Männer	34,946	31,807	91,0	25,731	73,6	266	31,707	90,7	25,654	73,4	265	14,195	40,6	8,760	25,1	178	9,125	26,1	2,802	8,0	120			
Frauen	36,055	33,216	92,1	27,299	75,7	237	33,112	91,8	27,247	75,6	236	10,303	28,6	5,938	16,5	145	7,683	21,3	2,363	6,6	121			
<b>ALTER</b>																								
14-29 Jahre	13,965	11,812	84,6	8,437	60,4	199	11,745	84,1	8,405	60,2	199	4,562	32,7	2,140	15,3	140	3,215	23,0	0,919	6,6	119			
14-49 Jahre	34,782	30,657	88,1	23,750	68,3	233	30,501	87,7	23,663	68,0	232	13,191	37,9	7,316	21,0	161	9,288	26,7	2,739	7,9	116			
30-49 Jahre	20,818	18,845	90,5	15,313	73,6	251	18,756	90,1	15,258	73,3	250	8,628	41,4	5,177	24,9	170	6,073	29,2	1,819	8,7	114			
50 Jahre und älter	36,219	34,366	94,9	29,281	80,8	266	34,318	94,8	29,238	80,7	265	11,307	31,2	7,382	20,4	168	7,519	20,8	2,426	6,7	127			
30-59 Jahre	32,897	30,342	92,2	25,113	76,3	259	30,224	91,9	25,033	76,1	259	13,724	41,7	8,478	25,8	170	9,389	28,5	2,879	8,8	117			
60 Jahre und älter	24,139	22,869	94,7	19,481	80,7	263	22,851	94,7	19,463	80,6	262	6,212	25,7	4,080	16,9	166	4,203	17,4	1,367	5,7	131			
<b>BERUFSTÄTIGKEIT</b>																								
in Ausbildung	7,581	6,638	87,6	4,549	60,6	154	6,599	87,0	4,531	60,3	153	2,438	32,2	0,980	13,1	101	1,848	24,4	0,498	6,6	109			
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	40,277	37,195	92,3	30,846	76,5	261	37,073	92,0	30,755	76,3	261	16,649	41,3	10,379	25,7	170	11,197	27,8	3,540	8,8	122			
Nicht berufstätig	4,99	4,230	84,8	3,250	65,0	234	4,199	84,1	3,244	64,9	234	1,465	29,4	0,760	15,2	167	0,978	19,6	0,270	5,4	95			
Rentner/Pensionär	18,152	16,960	93,4	14,384	79,2	263	16,949	93,4	14,370	79,1	263	3,946	21,7	2,579	14,2	167	2,784	15,3	0,856	4,7	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 2026 Audio I