

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 2024 Audio II – Aktuelle Daten für den Audiowerbemarkt

- **Die Eckdaten der Audionutzung bescheinigen die anhaltend hohe Gesamtleistung der Gattung Radio/Audio**
- **Hörerschaft setzt auf eine Vielzahl an Geräten für ihr Hörerlebnis**
- **Die Feldzeit der ma 2024 Audio II umfasst den Zeitraum von September 2023 bis März 2024.**

Frankfurt, 17. Juli 2024 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat heute mit der Veröffentlichung der ma 2024 Audio II die aktuellsten Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland vorgelegt.

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2024 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 561 Angeboten (inkl. werbefreien) finden Sie in der beiliegenden P resettabelle.

Diese Audioangebote erfreuen sich einer breiten Beliebtheit: Fast 53 Millionen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen von Montag bis Freitag mindestens ein Audioangebot, unabhängig von seinem Empfangsweg. Und das sogar täglich über vier Stunden (Verweildauer: 248 Minuten). Dabei setzen die Hörer auf eine Vielzahl an Geräten für den Konsum der Audioinhalte. So verfügen die Hörer durchschnittlich über mehr als drei Radiogeräte inklusive Autoradios (durchschnittlich 3,25 Geräte). In bereits 34 Prozent der deutschen Haushalte ist ein DAB+ Radiogerät verfügbar, bei 14 Prozent der Haushalte sogar ein Hybridgerät für den Empfang von DAB+ sowie WLAN-Radio. Besonders vielfältig ist der Zugang zum Internetradio, stationäre und mobile Geräte sind dafür gleichermaßen beliebt (51 Prozent bzw. 52 Prozent haben darüber schon einmal Internetradio genutzt). Betrachtet man die Nutzung der

letzten vier Wochen wird Internetradio am meisten über das Smartphone (25 Prozent) oder smarte Lautsprecher (17 Prozent) genutzt, dicht gefolgt von WLAN-Radios (14 Prozent). Und ca. sechs Prozent haben dazu ihren Smart-TV verwendet.

Die Kernergebnisse zur Audionutzung in Deutschland zusammengefasst:

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK) wird konstant von 93,1 Prozent (ma 2024 Audio I: 93,7 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: 248 Minuten) auf hohem Niveau treu (ma 2024 Audio I: 245 Minuten).
- Analog zeigt sich dies in der Nutzung von klassischen Radio-Angeboten: Im WHK wird Radio von 92,5 Prozent der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 248 Minuten genutzt (ma 2024 Audio I: 93,1 Prozent / 246 Minuten). Die Tagesreichweite (Mo-Fr) liegt bei 73,9 Prozent (ma 2024 Audio I: 73,8 Prozent).
- Auch Podcasts werden weiterhin in der Bevölkerung mit leicht steigender Tendenz angenommen. So wurden Podcasts von 43,9 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt (ma 2024 Audio I: 41,8 Prozent). In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sogar 59,8 Prozent schon einmal Podcasts gehört (ma 2024 Audio I: 57,0 Prozent).
- Die Verbreitung über DAB+ liegt weiter im Trend: So wird DAB+ im WHK von 29,1 Prozent (ma 2024 Audio I: 28,5 Prozent) gehört und insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 34,4 Prozent – ma 2024 Audio I: 34,0 Prozent).
- Der Verbreitungsweg Online-Audio stabilisiert sich nach den „Post-Corona-Einbrüchen“ bei den Reichweiten zunehmend und nimmt wieder Wachstum auf: Im 4-Wochenzeitraum des WHK steigt die Nutzung auf 26,7 Prozent an (ma 2024 Audio I: 25,4 Prozent). Die junge Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen hört dabei immer noch am meisten (WHK: 39,7 Prozent – ma 2024 Audio I: 38,2 Prozent).
- Im Rahmen der ma Audio sind die Reichweiten der Audionutzung gesamt auszahlbar. 96,8 Prozent der Bevölkerung

nutzen mindestens ein Angebot aus dem Audiouniversum innerhalb von vier Wochen (ma 2024 Audio I: 96,9 Prozent). In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es 97,2 Prozent (ma 2024 Audio I: 97,5 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 2024 Audio II 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 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 2024 Audio II



	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.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%
TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung Personen ab 14 Jahren	70,483	65,622	93,1	52,962	75,1	248	65,215	92,5	52,089	73,9	248	20,507	29,1	11,052	15,7	162	18,849	26,7	8,096	11,5	102				
GESCHLECHT																									
Männer	34,671	31,944	92,1	25,559	73,7	260	31,723	91,5	25,135	72,5	260	12,022	34,7	6,861	19,8	176	9,888	28,5	4,186	12,1	105				
Frauen	35,812	33,678	94,0	27,403	76,5	237	33,493	93,5	26,954	75,3	238	8,485	23,7	4,191	11,7	139	8,961	25,0	3,910	10,9	100				
ALTER																									
14-29 Jahre	13,815	12,412	89,8	9,035	65,4	185	12,082	87,5	8,400	60,8	187	4,119	29,8	1,791	13,0	150	5,483	39,7	2,421	17,5	84				
14-49 Jahre	34,36	31,207	90,8	24,198	70,4	223	30,812	89,7	23,391	68,1	224	11,234	32,7	5,568	16,2	153	11,878	34,6	5,108	14,9	93				
30-49 Jahre	20,545	18,795	91,5	15,162	73,8	246	18,730	91,2	14,991	73,0	245	7,115	34,6	3,777	18,4	155	6,395	31,1	2,687	13,1	101				
50 Jahre und älter	36,123	34,415	95,3	28,765	79,6	269	34,404	95,2	28,698	79,4	268	9,273	25,7	5,484	15,2	171	6,971	19,3	2,988	8,3	118				
30-59 Jahre	33,05	30,821	93,3	25,116	76,0	259	30,745	93,0	24,898	75,3	258	11,386	34,4	6,235	18,9	163	9,562	28,9	3,948	11,9	106				
60 Jahre und älter	23,618	22,389	94,8	18,811	79,6	263	22,388	94,8	18,791	79,6	263	5,003	21,2	3,026	12,8	167	3,804	16,1	1,727	7,3	120				
BERUFSTÄTIGKEIT																									
in Ausbildung	7,632	6,930	90,8	4,817	63,5	135	6,708	87,9	4,365	57,5	134	2,038	26,7	0,663	8,7	110	3,179	41,6	1,447	19,1	77				
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,785	37,279	93,7	30,581	76,7	260	37,131	93,3	30,229	75,8	259	13,959	35,1	7,854	19,7	168	11,859	29,8	5,032	12,6	105				
Nicht berufstätig	5,062	4,458	88,1	3,422	68,2	250	4,425	87,4	3,370	67,1	251	1,238	24,4	0,592	11,8	142	1,278	25,2	0,434	8,6	92				
Rentner/Pensionär	18,004	16,957	94,2	14,142	78,5	260	16,951	94,2	14,124	78,4	259	3,273	18,2	1,943	10,8	161	2,534	14,1	1,185	6,6	124				

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 2024 Audio II