

**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.  
Franklinstraße 52  
60486 Frankfurt am Main

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

## **ma 2024 Audio I – Frische Daten für den Audiowerbemarkt**

- **Die Eckdaten der Audionutzung bescheinigen unverändert hohe Gesamtleistung der Gattung Radio/Audio**
- **Audionutzung erfreut sich bei beiden Geschlechtern hoher Beliebtheit**
- **Die Feldzeit der ma 2024 Audio I umfasst den Zeitraum von Dezember 2022 bis Dezember 2023.**

---

**Frankfurt, 20. März 2024** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat heute mit der Veröffentlichung der ma 2024 Audio I die aktuellen Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland vorgelegt.

Als Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio enthält die ma 2024 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 554 Angeboten (inkl. werbefreien) finden Sie in der beiliegenden Presstabelle.

Audioangebote erfreuen sich erkennbar sowohl bei der weiblichen als auch der männlichen Bevölkerung großer Beliebtheit: 92,7 Prozent der männlichen deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren und sogar 94,6 der weiblichen nutzen im Weitesten Hörerkreis (also im 4-Wochen-Zeitraum) mindestens ein Audioangebot, unabhängig von seinem Empfangsweg. Auch bei der Tagesreichweite (Mo-Fr) haben die Frauen mit 76,8 Prozent etwas die Nase vorne (Männer 73,1 Prozent). Männliche Hörer nutzen dagegen etwas länger ihr favorisiertes Audioprogramm, ihre Verweildauer liegt bei 257 Minuten (234 Minuten bei weiblichen Hörerinnen). Unterschiede ergeben sich bei einem genaueren Blick auf die unterschiedlichen Empfangsarten. So sind DAB+ Angebote bei Männern deutlich beliebter, hier liegt der WHK bei 33,6 Prozent gegenüber 23,5 Prozent bei den Frauen. Auch bei der Tagesreichweite (Mo-Fr) werden mehr Männer erreicht (18,1 Prozent Männer,

10,7 Prozent Frauen). Auch Online-Audio-Angeboten erreichen mit einem WHK von 27,5 Prozent mehr männliche Hörer als weibliche (23,3 Prozent) – bei der Verweildauer sind beide Geschlechter aber nahezu ausgeglichen (100 Min. Männer, 97 Minuten Frauen).

#### **Weitere Kernergebnisse zur Audionutzung in Deutschland:**

- Im Weitesten Hörerkreis (WHK) wird konstant von 93,7 Prozent (ma 2023 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: 245 Minuten) auf hohem Niveau treu (ma 2022 Audio II: 242 Minuten).
- Analog zeigt sich dies in der Nutzung von klassischen Radio-Angeboten: Im WHK wird Radio von 93,1 Prozent der Bevölkerung mit einer Verweildauer von 246 Minuten genutzt (ma 2023 Audio II: 93,3 Prozent / 242 Minuten). Die Tagesreichweite (Mo-Fr) liegt bei 73,8 Prozent (ma 2023 Audio II: 74,1 Prozent).
- Auch Podcasts werden weiterhin in der Bevölkerung mit leicht steigender Tendenz angenommen. So wurden Podcasts von 41,8 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung schon einmal genutzt (ma 2023 Audio II: 40,6 Prozent). In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sogar 57 Prozent schon einmal Podcasts gehört (ma 2023 Audio II: 55,8 Prozent).
- Die Verbreitung über DAB+ liegt weiter im Trend: So wird DAB+ im WHK von 28,5 Prozent (ma 2023 Audio II: 28,6 Prozent) gehört und insbesondere in der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen überproportional genutzt (WHK: 34,0 Prozent – ma 2023 Audio II: 33,6 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 25,4 Prozent an (ma 2023 Audio II: 24,5 Prozent). Die junge Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen hört dabei immer noch am meisten (WHK: 38,2 Prozent – ma 2023 Audio II: 40,5 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 2023 Audio II: 96,6 Prozent). In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es 97,5 Prozent (ma 2023 Audio II: 97,1 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](http://www.agma-mmc.de) bietet der Methodensteckbrief zur ma 2024 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](http://www.agma-mmc.de/presse).

Eckdaten der Audionutzung ma 2024 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.	%	
<b>TOTAL Deutschsprachige Bevölkerung</b> Personen ab 14 Jahren	70,08	65,654	93,7	52,536	75,0	245	65,217	93,1	51,705	73,8	246	19,980	28,5	10,072	14,4	160	17,792	25,4	7,565	10,8	99
<b>GESCHLECHT</b>																					
Männer	34,544	32,022	92,7	25,252	73,1	257	31,776	92,0	24,866	72,0	258	11,617	33,6	6,268	18,1	174	9,512	27,5	4,098	11,9	100
Frauen	35,536	33,633	94,6	27,285	76,8	234	33,440	94,1	26,839	75,5	235	8,363	23,5	3,804	10,7	138	8,280	23,3	3,467	9,8	97
<b>ALTER</b>																					
14-29 Jahre	13,673	12,372	90,5	8,858	64,8	176	12,015	87,9	8,257	60,4	178	4,003	29,3	1,553	11,4	133	5,226	38,2	2,425	17,7	83
14-49 Jahre	34,029	31,273	91,9	23,865	70,1	216	30,841	90,6	23,068	67,8	217	10,930	32,1	4,954	14,6	146	11,422	33,6	4,932	14,5	91
30-49 Jahre	20,356	18,901	92,8	15,007	73,7	239	18,827	92,5	14,811	72,8	239	6,927	34,0	3,401	16,7	153	6,196	30,4	2,506	12,3	100
50 Jahre und älter	36,051	34,382	95,4	28,671	79,5	270	34,376	95,4	28,636	79,4	269	9,050	25,1	5,118	14,2	173	6,370	17,7	2,633	7,3	113
30-59 Jahre	33,178	31,247	94,2	25,450	76,7	256	31,171	93,9	25,238	76,1	255	11,278	34,0	5,794	17,5	166	9,415	28,4	3,785	11,4	102
60 Jahre und älter	23,229	22,036	94,9	18,228	78,5	265	22,031	94,8	18,209	78,4	264	4,699	20,2	2,724	11,7	164	3,151	13,6	1,354	5,8	119
<b>BERUFSTÄTIGKEIT</b>																					
in Ausbildung	7,504	6,809	90,7	4,590	61,9	136	6,598	87,9	4,204	56,7	135	2,034	27,1	0,611	8,2	89	2,946	39,3	1,403	18,9	78
berufstätig (incl. z.Zt. arbeitslos)	39,551	37,358	94,5	30,566	77,2	254	37,178	94,0	30,179	76,2	254	13,526	34,2	7,110	18,0	169	11,538	29,2	4,790	12,1	102
Nicht berufstätig	5,045	4,536	89,9	3,531	69,9	240	4,491	89,0	3,487	69,1	240	1,283	25,4	0,584	11,6	123	1,136	22,5	0,453	9,0	83
Rentner/Pensionär	17,98	16,951	94,3	13,849	76,9	264	16,949	94,3	13,834	76,8	263	3,136	17,4	1,768	9,8	160	2,173	12,1	0,919	5,1	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 I