

PRESSEINFORMATION

ma 2022 Audio II: Zuverlässige Reichweiten für erfolgreiche Markenkommunikation

Die Ergebnisse der ma 2022 Audio II bescheinigen eine stabile Audio- und Radionutzung im Vergleich zum Vorjahr. 53,5 Millionen Menschen nutzen täglich (Mo.-Fr.) über 4 Stunden Audioangebote. Radio gewinnt bei den jungen Zielgruppen mit 2,7% überproportional hinzu. Bei Online Audio liegt die Steigerung sogar bei 9,6%.

Frankfurt a. M. / Berlin, 13. Juli 2022 – Aufmerksamkeit zu erlangen ist die große Herausforderung der Zeit. Die Auswertung der neuen ma 2022 Audio II belegt, dass an Audio und Radio kein Weg vorbeiführt, wer Zielgruppen mit seiner Markenkommunikation erreichen will. Denn 94,1% der deutschsprachigen Bevölkerung hört Audio und davon 93,4% klassisches Radio. 53,5 Millionen Menschen nutzen täglich (Mo.-Fr.) über 4 Stunden Audioangebote. Radio konnte im Vergleich zur letzten ma sogar 500.000 Hörer:innen pro Werktag dazu gewinnen.

In der besonders spannenden, jungen Zielgruppe gewinnt Radio überproportional 2,7% hinzu. Bei Online Audio liegt die Steigerung sogar bei 9,6%. Radio steigert somit über die unterschiedlichen Empfangswege bei den unter 30-Jährigen seine Relevanz.

Und auch DAB+ als digitaler Empfangsweg gewinnt weiter an Bedeutung und steigert über alle Zielgruppen hinweg seine Tagesreichweite zweistellig.

Diese Reichweiten, vor allem auch bei den jungen Zielgruppen, werden für die Markenkommunikation zunehmend zum entscheidenden Faktor, da nicht nur Audio insgesamt an Bedeutung gewinnt, sondern auch im Kontext des Voice-Commerce immer wichtiger wird. Hier ist bedeutsam, den Markennamen im auditiven Gedächtnis zu verankern, damit beim Kauf eines Produkts via Voice der richtige Produktname oder Signalwörter im Kopf der Kundin oder des Kunden präsent sind. Denn nur so landet das gewünschte Produkt im virtuellen Warenkorb und nicht ein Konkurrenzprodukt. Um dies zu erreichen und im auditiven Gedächtnis der Kund:innen präsent zu sein, braucht es einen auditiven Markenaufbau, der wiederum nur via Reichweite und steter Wiederholung erreicht werden kann.

„Im Zeitalter des Voice-Commerce ist Reichweite der Schlüssel zum Erfolg. Mit der richtigen Audio-Strategie und -Identity sind Radio und Audio das Fundament für erfolgreiche Markenkommunikation, um zur richtigen Zeit und am richtigen Ort die Kaufentscheidung zu beeinflussen“, resümiert die **Geschäftsführerin der Radiozentrale, Grit Leithäuser, die stabilen Reichweiten der ma**. „Denn nur, wer in den Köpfen der Konsumentinnen und Konsumenten präsent ist, wird es in Zukunft schaffen, die richtigen Sprachbefehle bei der Voice-Bestellung auszulösen.“

Die ma Audio beruht methodisch auf vier verschiedenen Erhebungen: der ma Radio, der ma IP Audio sowie einer Online-Tagebuchstudie und DAB+ Reichweitenstudie und wird immer wieder optimiert. Unabhängige Daten zur Reichweitenforschung im Hörfunk wurden bereits vor 50 Jahren zum ersten Mal ausgewiesen.

Weitere Informationen zum Voice-Commerce in Zusammenhang mit dem auditiven Gedächtnis sind im Whitepaper „Das auditive Gedächtnis“ aufbereitet:
<https://www.radiozentrale.de/werbung-im-radio/audiokreation/das-auditive-gedachtnis/>

Über die Radiozentrale

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie. Die Radiozentrale hat sich die Positionierung des Mediums Hörfunk sowie die umfassende Information über das (Werbe-)Medium Radio zum Ziel gesetzt. Mehr Infos: www.radiozentrale.de

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.

Anlagen

- Logo der Radiozentrale
- Pressefoto Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale
- Infografik
- Eckdaten ma 2022 Audio II

Pressekontakt:

Radiozentrale

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63