

PRESSEINFORMATION

ma 2023 Audio II: Audio – die größte Community Deutschlands

Laut der ma 2023 Audio II nutzen 52 Millionen Menschen täglich (Mo.-Fr.) Radioangebote. Insgesamt 96,6 Prozent der Bevölkerung nutzen mindestens ein Angebot aus dem Audiouniversum inklusive Podcast innerhalb von vier Wochen.

Frankfurt a. M. / Berlin, 12. Juli 2023 – Die #GenerationAudio umschreibt als Wort, was eine differente Einheit bildet. Denn die Hörer:innen sind in ihren Altersstrukturen, Lifestyles, Gewohnheiten etc. absolut heterogen, jedoch eint sie alle die Freude an Audio. Ein Grund, warum die Angebote im Audiokosmos wachsen, dessen Kern in punkto Reichweite immer noch das Radio bildet.

Mit einer täglichen Hörerschaft von 52 Millionen Menschen ist Radio das letzte echte Massenmedium. Dies entspricht 74 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung, die täglich 4 Stunden ein Radioprogramm einschalten. Damit bildet Audio (75,2 Prozent täglich Nutzende) bzw. Radio nach wie vor die größte aktive Community Deutschlands. Minimale Reichweitenrückgänge von 0,4 Prozent bei gleichbleibender Verweildauer zeugen vor allem von Konstanz, die die Analyse Radio seit Jahren bescheinigt. Über alle Zielgruppen hinweg steigt die Online Audio-Nutzung, auch und gerade bei den älteren Hörerinnen und Hörern. Hören via Alexa oder Smartphone und Co. wird inzwischen von knapp einem Viertel der Bevölkerung täglich genutzt.

Für den Werbemarkt unterstreicht die Stabilität in den Auswertungen vor allem eins: Radio erreicht viele und zugleich heterogene Zielgruppen, bietet Kontaktqualität, Markenerlebnis und zudem Brand Safety. Egal ob via UKW oder digital ausgespielt. Aspekte, die bei einer steigenden Komplexität in der Mediaplanung ein wichtiger Faktor sind.

„Radio macht keinen Unterschied bei den Hörerinnen und Hörern - aber Radio macht den Unterschied für eine effektive und sichere Mediaplanung aus. In einer diversifizierten Medienlandschaft können Marken auf Massenmedien nicht verzichten. Wer die Audio Community und insbesondere Radio in den Mediaplänen vernachlässigt, unterschätzt den Impact von 52 Millionen Menschen – und zwar jeden Tag“, sagt die **Geschäftsführerin der Radiozentrale, Grit Leithäuser.**“

Die ma Audio beruht methodisch auf vier verschiedenen Erhebungen: der ma Radio, der ma IP Audio sowie einer Online-Tagebuchstudie und der DAB+ Reichweitenstudie und wird immer wieder optimiert, wie zum Beispiel in diesem Jahr durch die Einführung des Audio-Tagebuchs. Hinweis: Durch die nach unten korrigierte Grundgesamtheit in der ma 2023 Audio II im Vergleich zu den vorigen Ausweisungen sinkt das Hörerpotential um absolute 500.000 mögliche Hörende.

Mehr Informationen zu der Wirkung von Massenmedium finden Sie im Whitepaper der Radiozentrale: „Massenmedien. Braucht es das noch oder kann das weg?“

Link zum kostenlosen **Download des Whitepapers**: <https://www.radiozentrale.de/studien-and-trends/whitepaper/massenmedien/>

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
- Eckdaten ma 2023 Audio II
- Infografik

Pressekontakt:

Radiozentrale

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63