

PRESSEINFORMATION

ma 2025 Audio I: 52 Millionen Dates am Tag – das schafft nur Radio

Laut der ma 2025 Audio I hören 92,4% der Deutschen Radio. Die Tagesreichweite von Radio steigt leicht um 0,7% auf 74,4% an. Die Verweildauer, also die Zeit, die Hörende am Tag das Medium nutzen, steigt erneut um 1,2 % an. Insgesamt liegt die Verweildauer damit bei 251 Minuten.

Frankfurt a. M. / Berlin, 26. März 2025 – Radio ist mittendrin im Leben. Oder in Zahlen: bei 52 Millionen Menschen täglich. Somit ist Radio wohl das treueste, aufregendste, vielseitigste, begehrteste und humorvollste Date, das Menschen jeden Tag aufs Neue haben. Und das Ganze auf Knopfdruck. Wie Reichweitenstark Radio und Audio sind, zeigt die aktuelle Ausweisung der Mediaanalyse. Insgesamt 92,4% der Deutschen hören Radio. Die Tagesreichweite von Radio steigt leicht auf insgesamt 74,4% an.

Die Verweildauer, also die Zeit, die Hörende am Tag das Medium nutzen, steigt erneut um 1,2 % an. Das sind mit 251 Minuten und damit um 8 Minuten mehr als im Vergleich zu 2015. Und dies bei einem stark diversifizierten Markt.

Erfreulich ist die Entwicklung der jungen Hörenden beim klassischen Radio. Es wird länger gehört, die Verweildauer steigt um 9 Minuten auf 196 Minuten an. Und die Reichweitenentwicklung bleibt mit einem kleinen Minus von -0,7 % relativ stabil.

Reichweite und Verweildauer sind technische Begriffe, um den Erfolg von Radio messbar zu machen. Um als Medium in dieser langjährigen Konstanz von den Menschen genutzt zu werden, muss es in der heutigen fragmentierten Medienlandschaft vor allem eins tun: Menschen überzeugen.

Radio besticht durch Vielfalt, durch Nähe, die nur durch das Auditive in dieser Form entstehen kann, durch glaubwürdige Informationen und durch unmittelbare Emotion, durch Aktualität und zeitlose Geschichten.

„Die Radiomacherinnen und Radiomacher schenken auditive Lichtblicke, wenn Einfalt die Vielfalt zu überschatten droht. Radio ist in all seinen Facetten in dieser Gesellschaft unverzichtbar. Die Radiolandschaft liefert überzeugende Gründe, warum 52 Millionen Menschen täglich ein Date mit ihrem Lieblingssender haben. Radio wirkt und hat als Werbemedium die Kraft, Marken erfolgreich zu machen. Werbetreibende brauchen Reichweite in vertrauensvollen Umfeldern, Planungssicherheit und Werbewirkung. Und genau das liefert Radio.“, erläutert die **Geschäftsführerin der Radiozentrale, Grit Leithäuser**.

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. Nach einer eingehenden und erfolgreichen Testphase wurden in die ma 2025 Audio I erstmals auch Fälle aus CAWI-Befragungen für die Altersklasse 14-49 Jahre integriert. Mittels dieser methodischen Ausweitung können auch mobilere Zielgruppen weiterhin umfassend und adäquat in der Studie abgebildet werden.

Anlagen

- Logo der Radiozentrale
- Pressefoto Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale
- Eckdaten ma 2025 Audio I
- Infografik

Pressekontakt:

Radiozentrale

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63