

PRESSEINFORMATION

ma 2026 Audio I: Stabilität schafft Vertrauen – auf Radio ist Verlass

Berlin, 25.03.2026 – Die aktuellen Ergebnisse der ma 2026 Audio I zeigen: Radio ist nach wie vor ein verlässlicher Begleiter im Alltag der Menschen. Stabilität, Vertrauen und hohe Reichweite machen das Medium zu einem festen Bestandteil der täglichen Mediennutzung. 52 Millionen Menschen schalten täglich Radio ein. Das ist ein Wert, der die anhaltend hohe Relevanz von Audio im Alltag der Menschen unterstreicht.

Die Tagesreichweite liegt aktuell bei 74,5 Prozent und bewegt sich damit weiterhin auf einem stabil hohen Niveau und das auch im Vergleich zu vor 15 Jahren mit 79,3 Prozent. Über diesen Zeitraum entspricht das einem Rückgang von 6 Prozent. Das ist ein Wert, der die hohe Beständigkeit von Radio in einem sich stark verändernden Medienmarkt unterstreicht.

Besonders bemerkenswert ist die Verweildauer: Mit 250 Minuten täglich ist sie heute unverändert hoch wie vor 15 Jahren (251 Minuten) und das auch in der jungen Zielgruppe. Diese Konstanz in der Nutzung zeigt eindrucksvoll, wie Radio im Alltag der Menschen verankert ist und welchen Stellenwert es als verlässlicher Tagesbegleiter einnimmt.

Während sich Medienangebote immer weiter fragmentieren und die parallele Nutzung mehrerer Screens zur Normalität wird, ist Radio das Medium, das in einem reizüberfluteten Alltag Orientierung gibt und mit Vertrauen punktet. Die Kombination aus hoher Reichweite und intensiver Nutzung ist im heutigen Medienmix selten geworden und macht Audio besonders wertvoll für die Markenkommunikation.

Für Werbetreibende ergeben sich daraus klare Vorteile: Botschaften treffen in einem Umfeld auf die Menschen, das von Vertrauen geprägt ist. Inhalte werden auditiv anders als visuelle Reize im Gehirn verarbeitet und nachhaltiger im Gedächtnis verankert.

„Stabilität schafft Vertrauen, weil Menschen sich auf Vorhersehbarkeit verlassen. Wenn Dinge konstant funktionieren und sich nicht ständig ändern, fühlen wir uns sicherer. Aktuell sehen wir aber, dass die Informationsdichte immer höher wird, die medialen Angebote immer mehr werden und die simultane Nutzung von mehreren Screens zunimmt. Diese Flut an Bildern und Informationen gepaart mit der Unsicherheit von Fake News schafft genau das Gegenteil von Vertrauen. Die stabilen Nutzungsdaten der aktuellen Media Analyse unterstreichen in diesem Kontext einmal mehr das Vertrauen der Menschen in Radio, das Werbetreibende für sich nutzen können.“, sagt Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale.

Über die Radiozentrale

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie. Ziel der Initiative ist es, die Relevanz von Radio als Informations-, Unterhaltungs- und Werbemedium sichtbar zu machen und die Interessen der Branche zu bündeln. 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 2026 Audio I
- Infografik zur ma 2026 Audio I