

## **PRESSEINFORMATION**

### **ma 2023 Audio I: Meine Stadt, mein Bezirk, mein Viertel, meine Gegend, meine Straße, mein Zuhause, mein Radio, mein Block**

**Laut der ma 2023 Audio I nutzen 53,3 Millionen Menschen täglich (Mo.-Fr.) Audioangebote. Die Hauptnutzungsquelle der Angebote ist und bleibt Radio. 52,5 Millionen Menschen schalten täglich über die verschiedenen Verbreitungswege das Radio ein. Nach der Coronazeit mit einem stark veränderten Nutzungsverhalten pendelt sich Radio als stabiles Massenmedium wieder auf das Niveau von vor Corona ein.**

**Frankfurt a. M. / Berlin, 29. März 2023** – Die Coronazeit hat ein stark verändertes Mediennutzungsverhalten hervorgerufen. Einige Gattungen traf es existenziell, Audio hingegen hat es vor allem im Online Audio-Bereich Zuwächse beschert. Die erste ma nach der Coronazeit und der Aufhebung aller Beschränkungen spiegelt die neue gesellschaftliche Realität im gleichen Maße wider. Im Vergleich zur letzten ma, die noch in den Coronazeitraum fiel, ist eine Nutzungsdezimierung zu verzeichnen, aber weiterhin hören 93,6% der deutschsprachigen Bevölkerung Audio und davon 93% klassisches Radio. Die aktuellen Erhebungen weisen vergleichbare Werte wie aus der ma 2020 Audio I aus der Vor-Coronazeit aus.

Die Menschen kehren wieder in einen gewohnten Lebensrhythmus zurück, was zur Folge hat, dass es Verschiebungen im Nutzungsverhalten gibt. Online Audio wuchs überproportional in den letzten drei Analysen und verliert in der jetzigen Ausweisung im Vergleich zur letzten ma in der Tagesreichweite 14,7% der Nutzer:innen. In Relation liegen die neuen Online Audio Reichweiten mit 11% jedoch weit über dem Reichweiten-Niveau des Vor-Corona-Zeitraumes.

Die On-Demand-Nutzung ist als gelerntes Angebot für die Menschen optional hinzugekommen, was aber in der Erhebung der Radionutzungszahlen nicht abgebildet ist. Die Zahlen spiegeln das Radioangebot als reines Livemedium wider. Die Nutzung von On-Demand z.B. via Podcasts, Audiotheken und Streaming kommen zu den ausgewiesenen Werten noch hinzu.

DAB+ als digitaler Empfangsweg gewinnt weiter an Bedeutung und steigert über alle Zielgruppen hinweg seine Tagesreichweite im zweistelligen Bereich.

„Wir lernen aus der ma das, was wir auch selbst erleben. Wir sind wieder mehr unterwegs, haben wieder mehr persönliche Treffen und nutzen z.B. kulturelle Angebote. Das ist genau das, worauf wir uns so lange gefreut haben. Dass sich diese Alltagsneujustierung auch auf

unser Mediennutzungsverhalten auswirkt, ist doch klar“, sagt die **Geschäftsführerin der Radiozentrale, Grit Leithäuser**. „Dass Radio mit den aktuellen Zahlen im Gesamtkontext so gut dasteht, ist ohne Zweifel ein Zeichen für die Qualität des Mediums. Corona ist im Sinne der Beschränkungen zwar aus unserer Lebensrealität verschwunden, aber die derzeitigen multiplen Krisen fordern die Menschen und die Stärken von Radio neu heraus. Wir brauchen verlässliche Informationen statt Desinformation. Wir brauchen Einordnung, Austausch und Gemeinschaft. Und Radio bildet all das ab, was Menschen dazu befähigt, sich in den gesellschaftlichen Diskurs einzubringen.“

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.

#### **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](http://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 2022 Audio II

#### **Pressekontakt:**

##### **Radiozentrale**

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: [matthias.hoffmann@radiozentrale.de](mailto:matthias.hoffmann@radiozentrale.de)

Tel.: 030 / 325 121 63