



# RADIONUTZUNG IN DEUTSCHLAND

Was für die Mediaplanung wichtig ist





# TAGESREICHWEITE UND ZEITBUDGET

ma 2022 Audio II

Gesamt  
ab 14 J.  
**75%**  
Tagesreich-  
weite Radio

Gesamt ab 14 J.  
**249 Min.**  
Radiohören  
(Verweildauer)

	Tagesreich- weite in %	Verweildauer in Minuten
14 – 19 Jahre	64,5	137
20 – 29 Jahre	64,6	205
30 – 39 Jahre	70,9	237
40 – 49 Jahre	76,5	258
50+ Jahre	78,8	270
Berufstätige	77,4	255
HHNE ab 3.000 €	77,9	246
Studierte	73,3	213

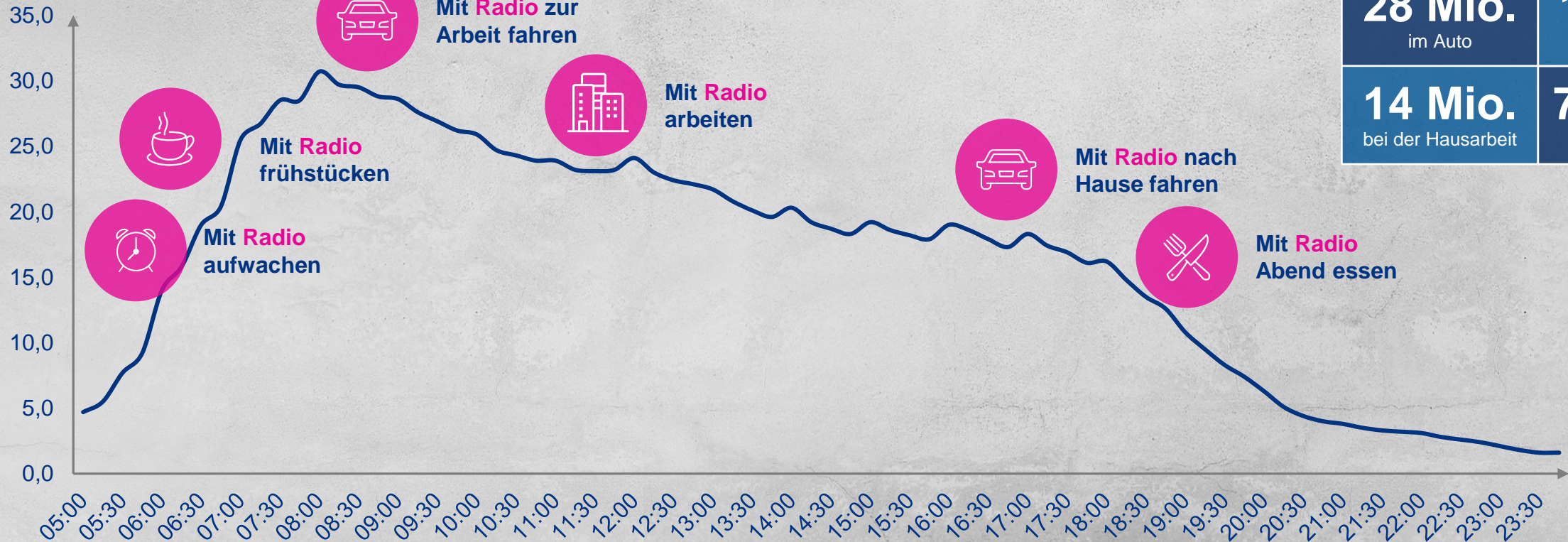
Quelle: ma 2022 Audio II; Basis Tagesreichweite, Dspr. Bev. 14+, Radio Gesamt



# KLASSISCHES RADIO IM TAGESVERLAUF

Werktags (Mo-Fr)

Reichweite in %



<b>28 Mio.</b> im Auto	<b>18 Mio.</b> im Badezimmer
<b>14 Mio.</b> bei der Hausarbeit	<b>7,4 Mio.</b> bei der Arbeit

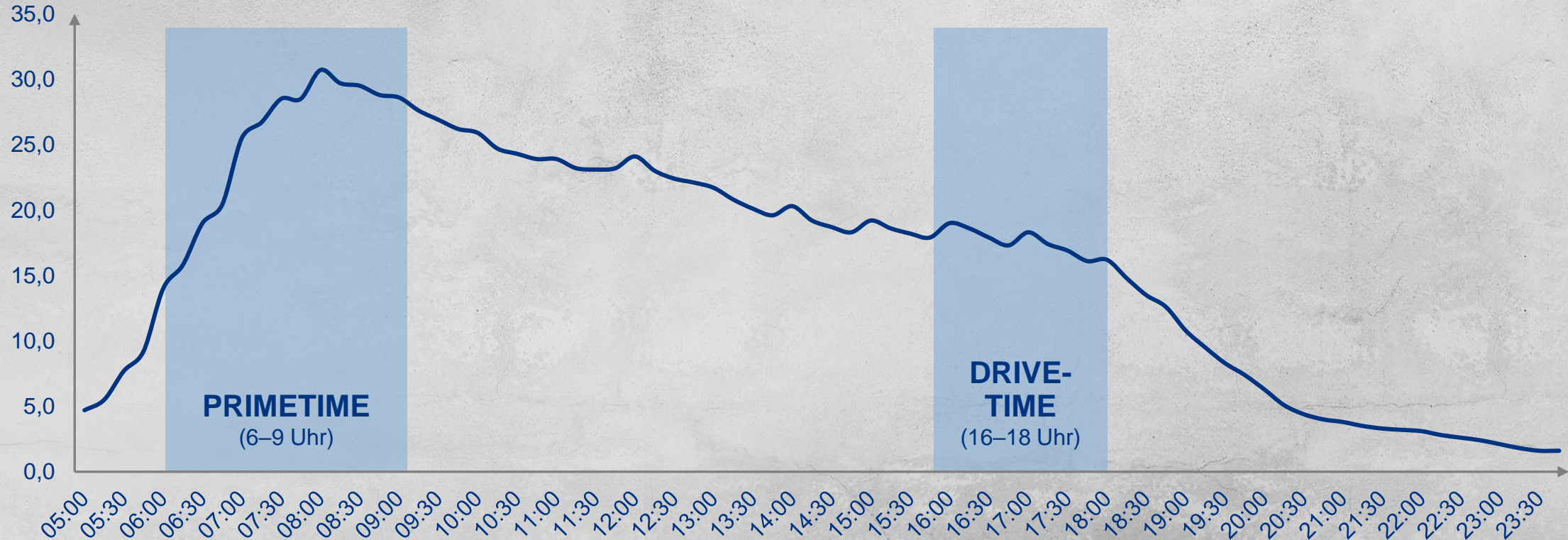
Quelle: ma 2022 Audio II; Basis Tagesreichweite, Dspr. Bev. 14+, Radio Gesamt



# KLASSISCHES RADIO IM TAGESVERLAUF

Werktags (Mo-Fr)

Reichweite in %



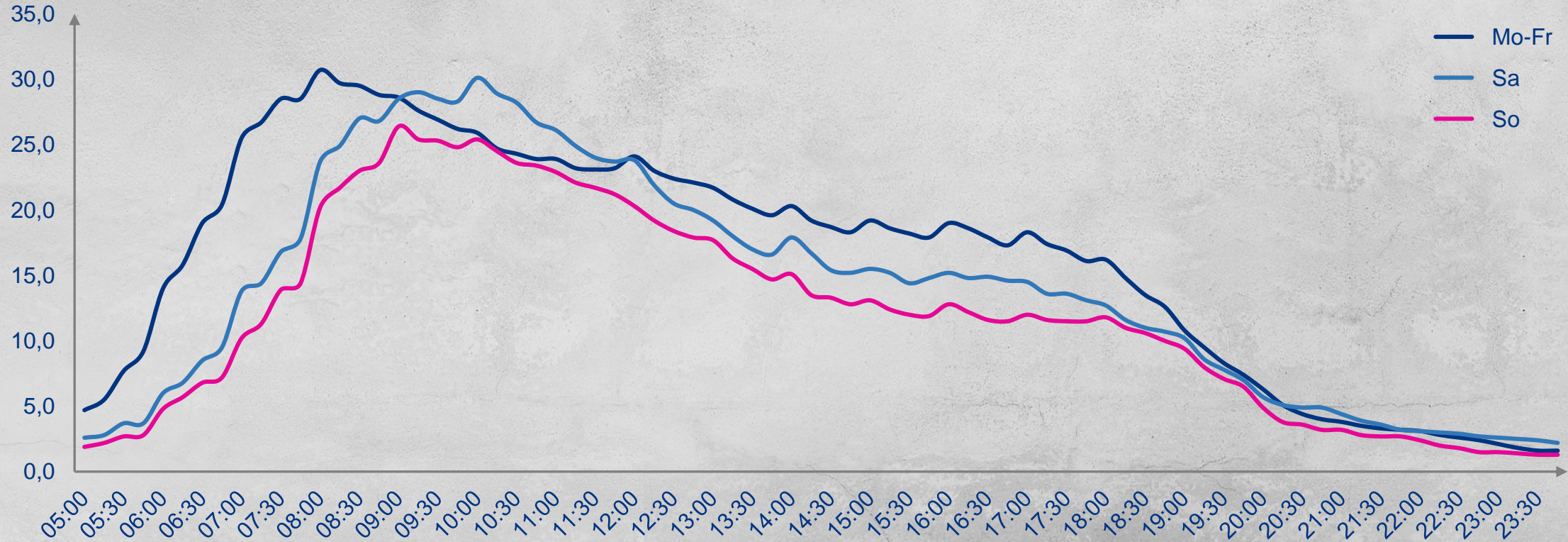
Quelle: ma 2022 Audio II; Basis Tagesreichweite, Dspr. Bev. 14+, Radio Gesamt



# KLASSISCHES RADIO IM TAGESVERLAUF

## Nach Tagen

Reichweite in %



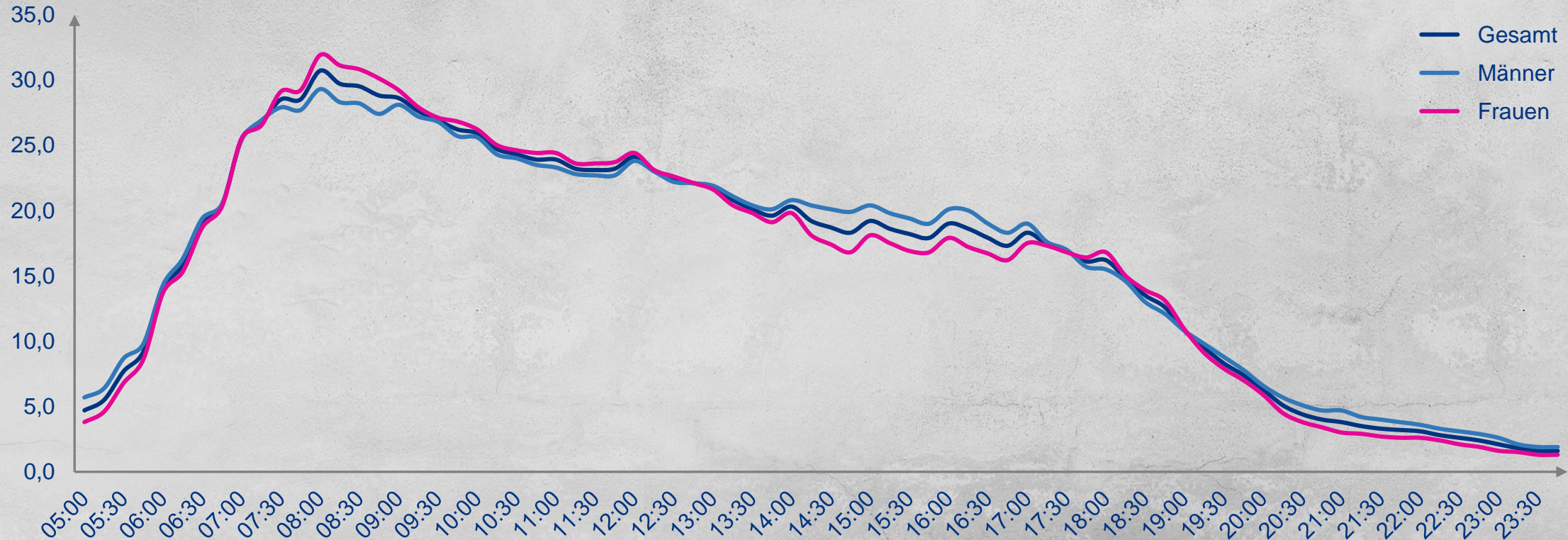
Quelle: ma 2022 Audio II; Basis Tagesreichweite, Dspr. Bev. 14+, Radio Gesamt



# KLASSISCHES RADIO IM TAGESVERLAUF

## Nach Geschlecht

Reichweite in %



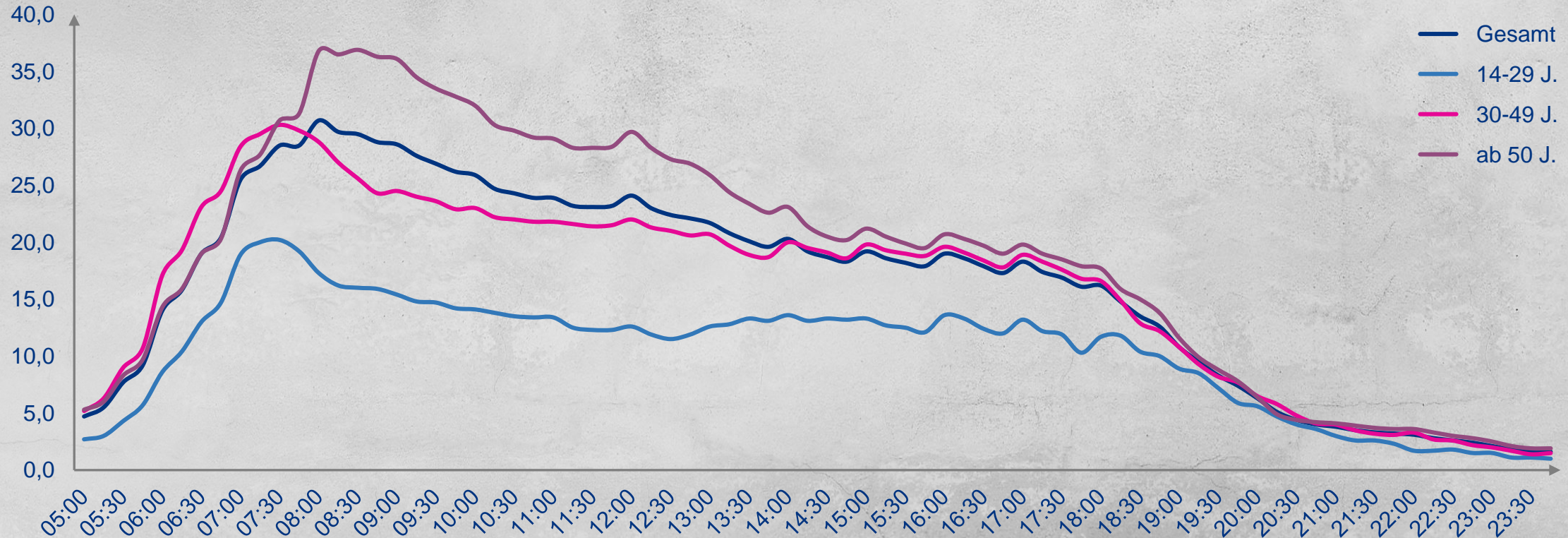
Quelle: ma 2022 Audio II; Basis Tagesreichweite, Dspr. Bev. 14+, Radio Gesamt



# KLASSISCHES RADIO IM TAGESVERLAUF

## Nach Altersgruppen

Reichweite in %



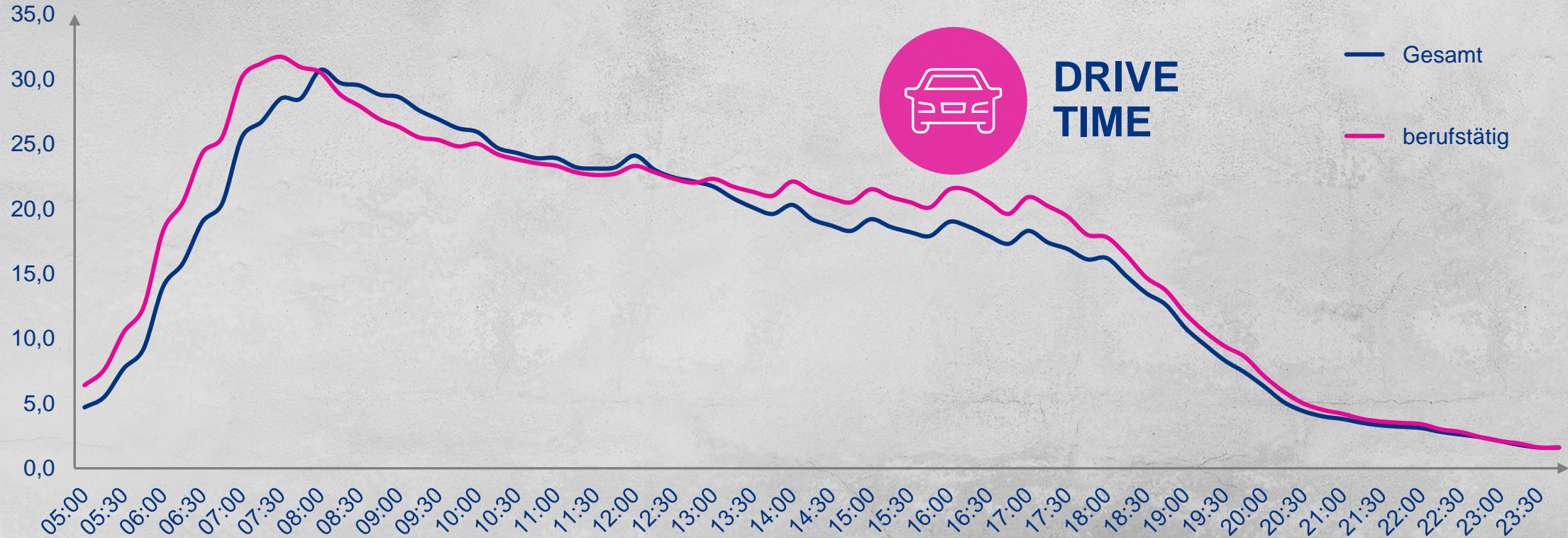
Quelle: ma 2022 Audio II; Basis Tagesreichweite, Dspr. Bev. 14+, Radio Gesamt, Mo-Fr



# KLASSISCHES RADIO IM TAGESVERLAUF

## Berufstätige

Reichweite in %



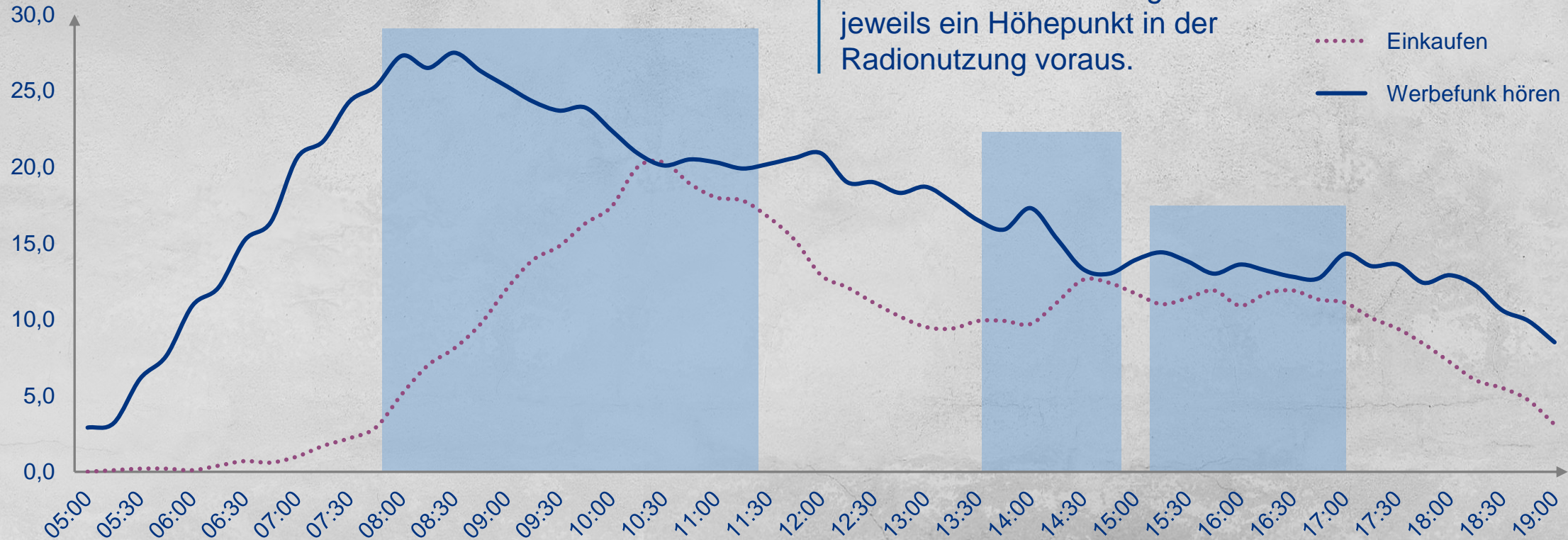
Quelle: ma 2022 Audio II; Basis Tagesreichweite, Dspr. Bev. 14+, Radio Gesamt, Mo-Fr



# KLASSISCHES RADIO IM TAGESVERLAUF

## Einkaufen und Werbefunk hören

Reichweite in %

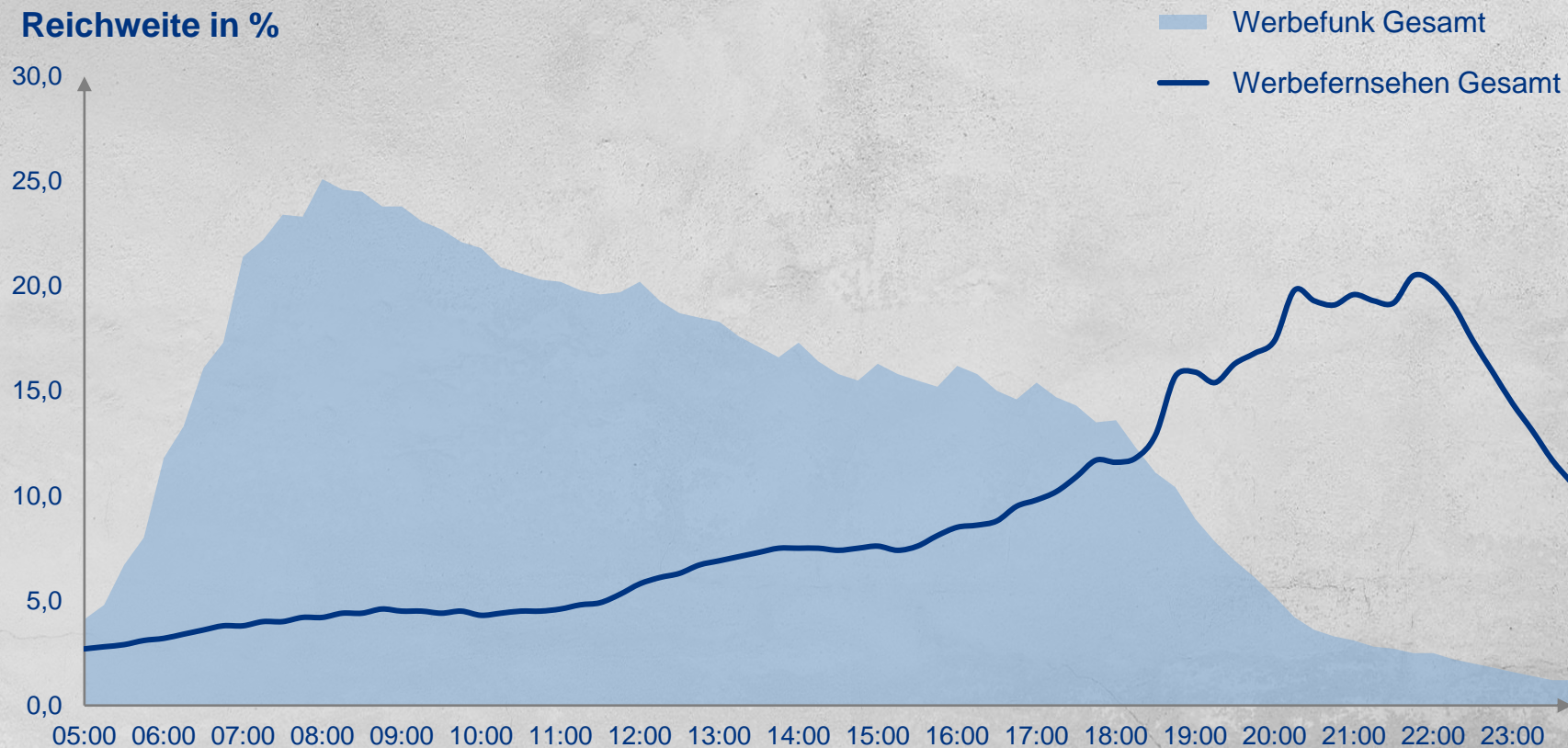


Quelle: ma 2022 Audio II, Basis Tagesreichweite, Dspr. Bev. 14+, Werbefunk Gesamt Mo-Fr, ZG Haushaltführende, Tätigkeit Einkaufen



# RADIO IST DAS WERBEMEDIUM FÜR DEN TAG

Reichweite in %



„DAYTIME IS  
RADIOTIME“

TV übernimmt  
ab 18 Uhr

Quelle: ma 2022 Audio II (TRW); Mo-Fr, Basis: BRD gesamt, Erwachsene 14+ / AGF-Videoforschung; videoSCOPE 1.3, 01.07.2021-30.06.2022, Erwachsene 14+, Mo-Fr



# SEHR HOHE SENDERTREUE

Kaum einer geht fremd

Ø 1,6  
Sender  
pro Tag

Kaum  
Zapping

60% bleiben am  
Tag dem  
Programm treu

Radio hat eine **starke Hörerbindung**.

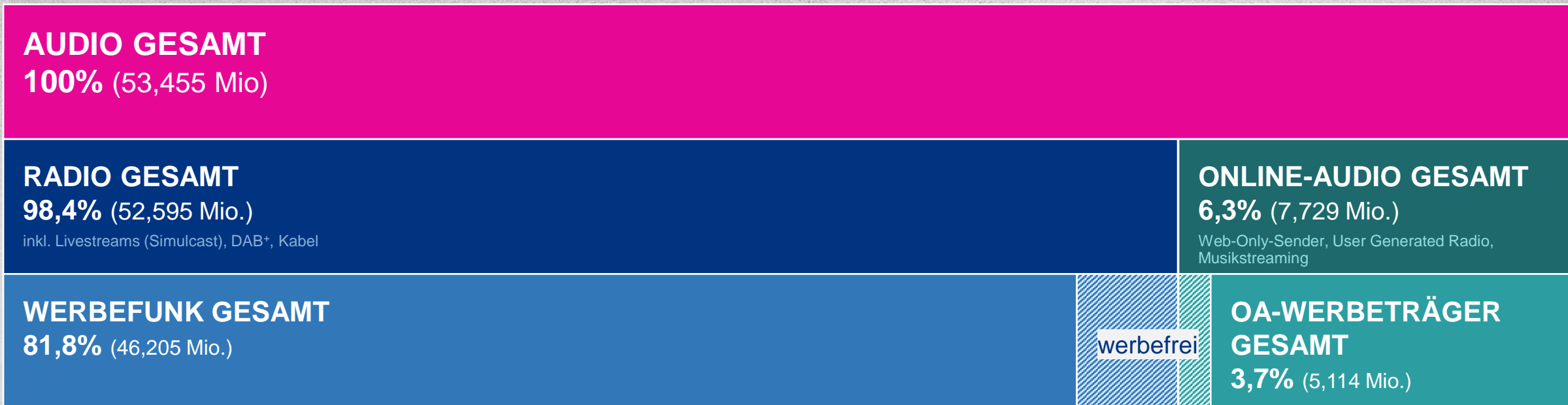
Weghören ist schwerer als Weiterklicken, Weiterblättern oder Weitergehen: Im Radio gibt es **weniger Werbevermeidung** als in anderen Medien.

Quelle: ma 2020 Audio II



# KLASSISCHES RADIO DOMINIERT DIE AUDIONUTZUNG

## Marktanteile



Quelle: ma 2022 Audio II / Basis: BRD Gesamt 14+, Marktanteile nach Hördauer und Tagesreichweite Mo-Fr; Die Darstellung der Flächen ist nicht proportional



# FAZIT: RADIO ERREICHT ALLE

**BIS ZU 80% HÖREN TÄGLICH RADIO ...**

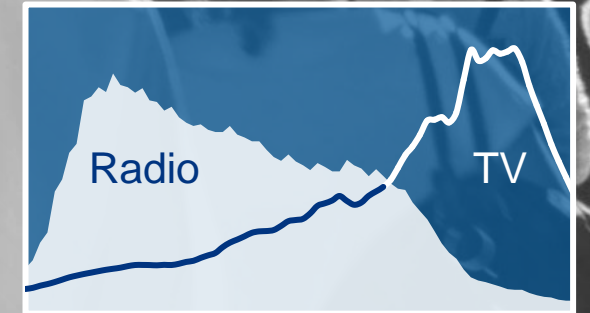
**... TEILWEISE ÜBER 4 STUNDEN LANG ...**

**... MIT DER KERNZEIT 6-18 UHR ...**

**... UND UNMITTELBAR VOR DEM EINKAUFEN.**

**HOHE SENDERTREUE – KAUM ZAPPING**

**KLASSISCHES RADIO DOMINIERT DIE NUTZUNG**





# IHR ANSPRECHPARTNER



Oliver Bertsch

Media-Service

Tel: 069/15424-220

[oliver.bertsch@ard-media.de](mailto:oliver.bertsch@ard-media.de)

