

10 Gründe warum Radio wirkt

WAS RADIO BESONDERS MACHT.



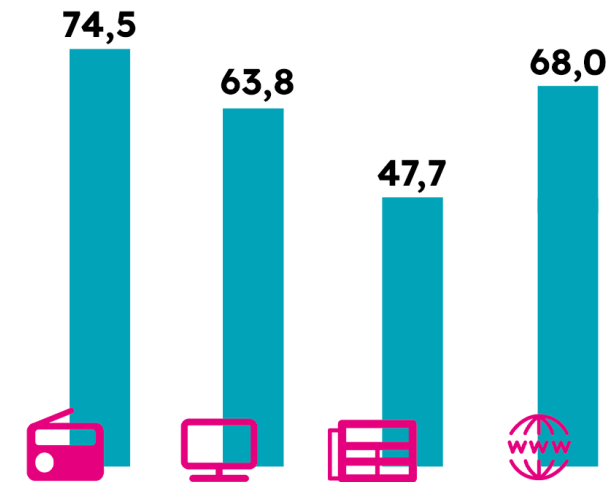
Als Tagesbegleiter ist Radio den Menschen sehr nah, es begleitet durch den Tag als Freund und ist mit seiner Musik der Soundtrack zum Leben. Diese Nähe und Vertrautheit macht Radio als Werbeträger unverzichtbar. Diese Stärken lassen sich mit einem Satz zusammenfassen „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ – und mit diesen 10 wichtigen Gründen:

Radio – das am meisten genutzte Medium

52,9 Millionen Menschen hören täglich Radio, das entspricht 74,5 % der Deutschen. Und dies ungebrochen seit 100 Jahren. Kein anderes Medium verschafft Ihnen damit Zugang zu so vielen Konsument:innen wie das Radio.



Tägliche Mediennutzung in Prozent der Gesamtbevölkerung



Quellen: Radio: ma 2026 Audio I, TV: ma 2024 II
Tageszeitung ma Presse 2024: mediales Internet Medienstudie 2024

2.

25Mio

07:00 – 08:00

Hörer:innen
beim Frühstück
*„Ich muss Butter
kaufen.“*

Hörer:innen
am Arbeitsplatz
*„Ich brauche
Nervennahrung!“*

20Mio

12:00 – 13:00

Hörer:innen
in der Rush Hour
*„Pizza bestellen oder
kochen?“*

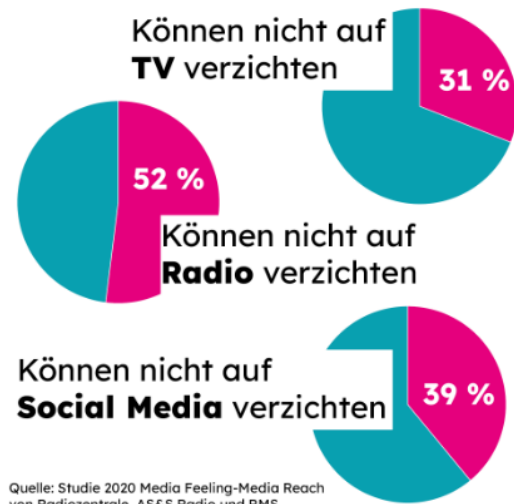
16Mio

17:00 – 18:00

Radio bietet konsum- relevante Touchpoints

Radio wird den ganzen Tag über gehört. Und dies im Durchschnitt über 4 Stunden lang, vorallem in konsumrelevanten Situationen. Radio bietet den letzten Werbekontakt vor der Konsumententscheidung.

Quelle: ma 2025 Audio II Radio Gesamt 14+ (inklusive werbefreier Programme) Tagesreichweite nach Stunden



Radio ist als Tagesbegleiter unverzichtbar

Die Menschen wollen auf Radio nicht verzichten, denn Radio begleitet sie durch den Tag. Es berät, es erinnert, es begleitet und gehört bei der Arbeit, beim Sport, im Auto und zu Hause einfach dazu.

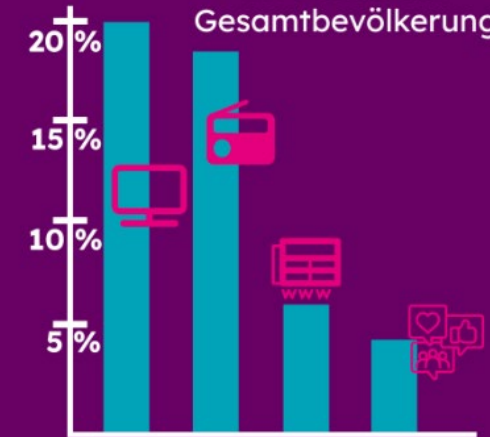
3.

4.

Radio ist das Medium, dem vertraut wird

Radio genießt sehr hohes Vertrauen in der Gesamtbevölkerung. Seit jeher ist Radio das Medium, das die Hörerinnen und Hörer persönlich durch den Alltag begleitet – als Freund und Berater. Und Freunden vertraut man – wie dem Radio. Das gilt in gleichem Maße für Informationen wie auch für Werbung. Und dies mit 100% erbrachter Werbeleistung in einem sicheren Umfeld ohne Hetze, Hass und Falschinformationen.

Vertrauen in das Medium
in Prozent der
Gesamtbevölkerung



Quelle: Studie 2020 Media Feeling-Media Reach von Radiozentrale, AS&S Radio und RMS Frage: Welchem Medium vertrauen Sie am meisten?

Radio ist adblocker frei

Wer Radio hört, hört auch die Werbung. Radiohörer:innen nutzen keinen adblocker und nutzen die Werbepause nicht, um neue Getränke zu holen oder das Badezimmer aufzusuchen. Sie bleiben auch während der Werbung dran. Es wird auch kaum gezappt. Ein:e Hörer:in nutzt im Durchschnitt am Tag gerade mal 1,2 Sender. Und auch im Auto und bei den jungen Hörerinnen und Hörern sind es gerade mal 1,3 Programme am Tag.

Aussagen über Radiowerbung in Prozent der Gesamtbevölkerung



Quelle: Studie „Hingehört im aktuellen Mediennalltag 2021“ von RMS, AS&S Radio und Radiozentrale

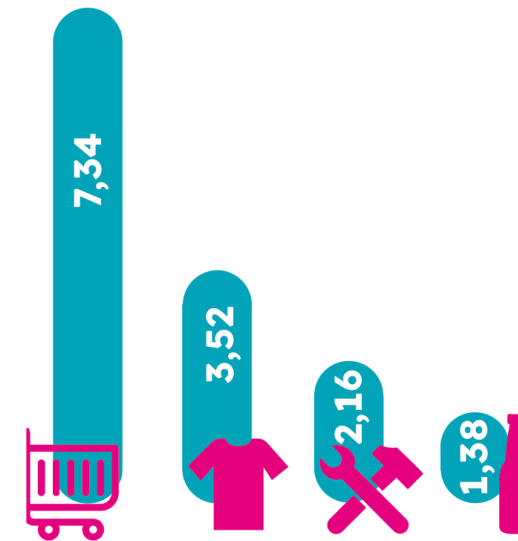
5.

Radio aktiviert und verkauft

Radio ist sehr kosteneffizient und kann sehr schnell Käufer:innen aktivieren. Wer Geld in Radiowerbung steckt, wird dies sehr schnell an seinem Umsatz merken. Denn jeder Euro für Radiowerbung kann einen kurzfristigen Return on Investment von einem Vielfachen generieren. Radio setzt nachweisbare Kaufimpulse.



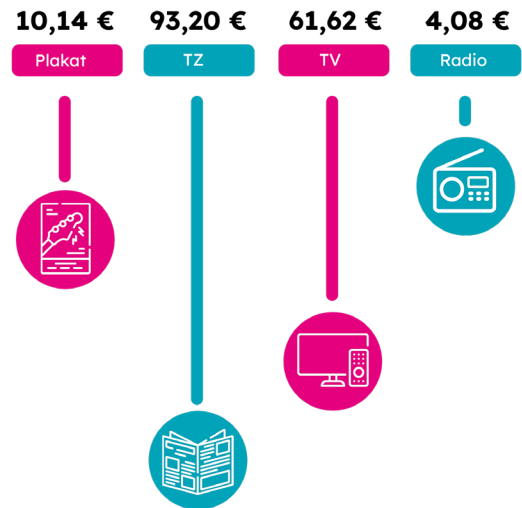
Zusatzumsatz je ausgegebenen Euro für Radiowerbung



Quelle: audioeffekt, ROI-Counter, www.audioeffekt.de



TKP-Vergleich 14-49 Jahre (Tausendkontaktpreis)



Quelle: eigene Berechnung auf Basis Leistungswert 250 GRP, Radio, TV, TZ, Plakat: ma 2021 Intermedia P+U I. mds-Online Planungstool

Radio ist kosteneffizient

Radio ist der ungeschlagene Sieger in Sachen Effizienz und Preis. Tausend Werbekontakte kosten mit Radiowerbung gerade mal 4,08 Euro und ist damit um ein vielfaches kosteneffizienter als andere Medien. Dies gilt im Übrigen nicht nur für Ihre Mediakosten. Auch die Konzeption und Produktion eines Radiospots ist unschlagbar günstig. Und schnell umgesetzt.

Radio weckt die emotionale Kraft des inneren Bildes

Was ins Ohr geht, bleibt im Kopf
Radiospots, die nebenbei gehört
werden, haben einen positiven
Impact auf das Markenbild

Wirkung im
Stand-by-Modus

Emotionale Nähe
durch innere Bilder

Quelle: Studie „Die emotionale Kraft des Inneren Bildes“
im Auftrag von AS&S Radio, RMS und der Radiozentrale.

Radio ist Kino im Kopf – auch für Markenbilder

Radio malt Bilder im Kopf. Und zwar die
eigenen Bilder: Die Bilder, die berühren,
die etwas auslösen. Und eigene Bilder wir-
ken einfach besser. Unser Gehirn verarbei-
tet Gehörtes permanent und verankert
dies, egal ob ganz genau zugehört oder
nur nebenbei gehört wurde. Das Erstaunli-
che: Nebenbeigehörtes wirkt sogar bes-
ser, da es nicht rational bewertet wird.

8.



Radio ist ein sehr klimafreundliches Medium

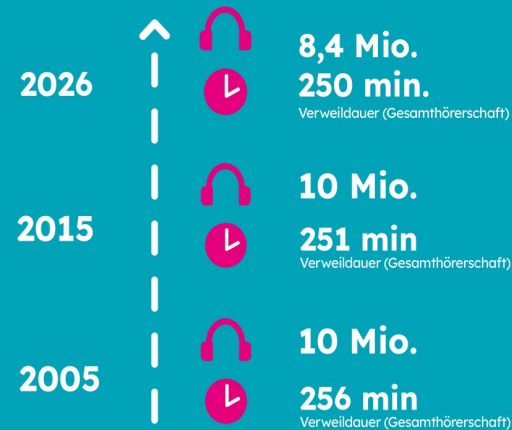
Das Thema Nachhaltigkeit ist für Menschen, Marken und auch für die Werbung eines der Wichtigsten. Wer Radio für seine Kommunikation nutzt, tut der Umwelt etwas Gutes, denn Radiowerbung hat mit Abstand den geringsten CO₂-Ausstoß aller Medien. Auch die Spotproduktion ist absolut klimafreundlich, für die kein Kamera-team um die Welt reist und keine Papiermengen bedruckt werden.



Radio begeistert auch die Jüngeren

Radio ist inzwischen 100 Jahre alt. Aber nicht seine Hörer:innen. Die Attraktivität des Mediums ist auch bei jüngeren Hörer:innen und Hörern ungebrochen. Das Hörverhalten der unter 30-Jährigen hat sich trotz einer Vielzahl neuer Medien für junge User aus dem Social Media Sektor nicht verändert. Radio ist und bleibt für die jungen Hörer:innen – ob über UKW, Smartphones oder Alexa und Co. genutzt – eine feste Größe im Medienalltag.

Hörer:innen im Alter von 14-29 Jahren



10.

Quelle: ma 2026 Audio I, Tagesreichweite und Verweildauer