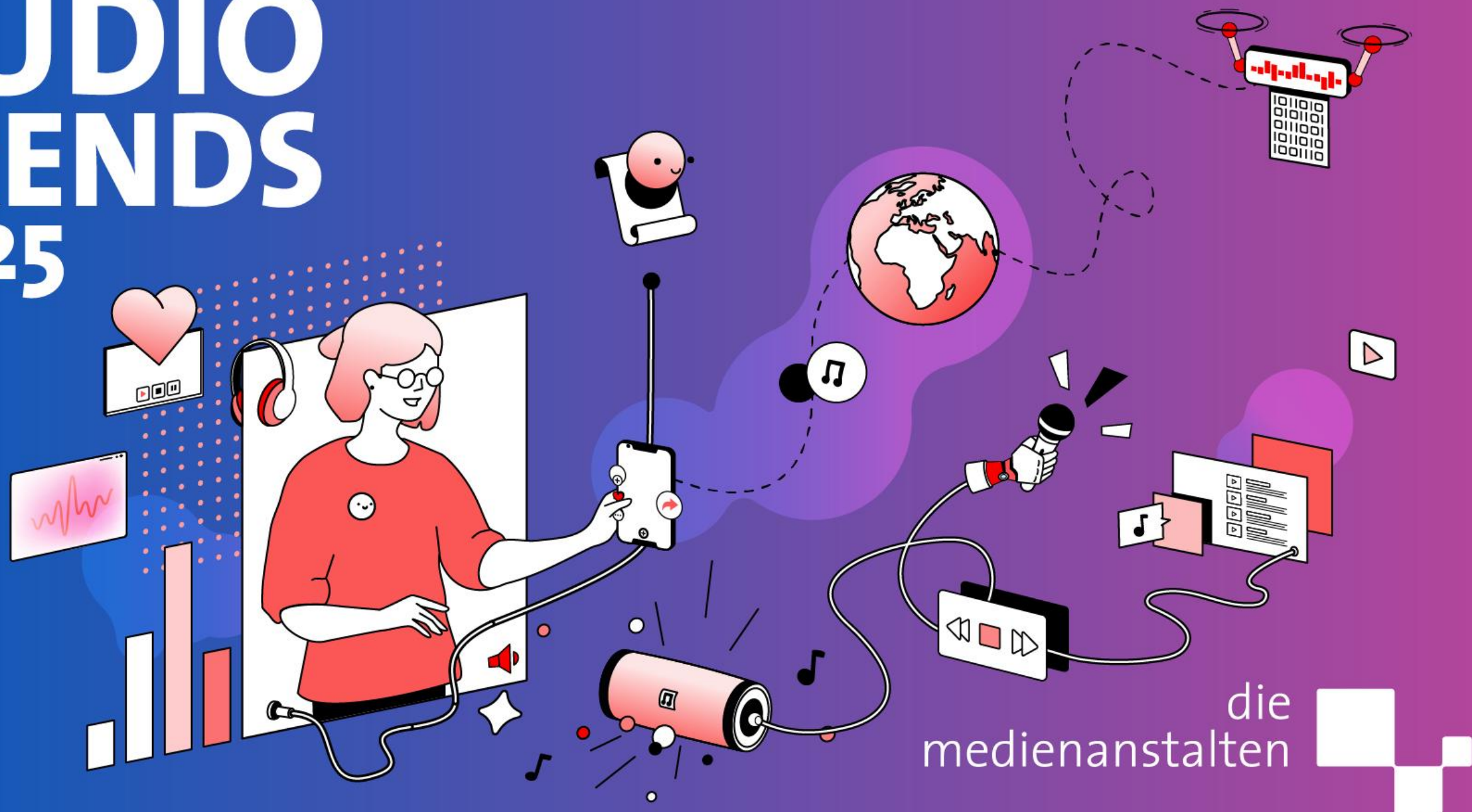


AUDIO TRENDS 2025



die
medienanstalten



Sonderbericht zur ma 2025 Audio II

1. Radionutzung in Deutschland	3
2. Radionutzung über DAB+ und Webradio im Detail	
- Basis weitester Hörerkreis	12
- Radio gesamt, Sender der ARD, Private im Vergleich	17
3. Zugang zu digitalen Empfangsgeräten	22
4. Bundesländervergleich	26
5. Methodik, Glossar, Abkürzungsverzeichnis	36

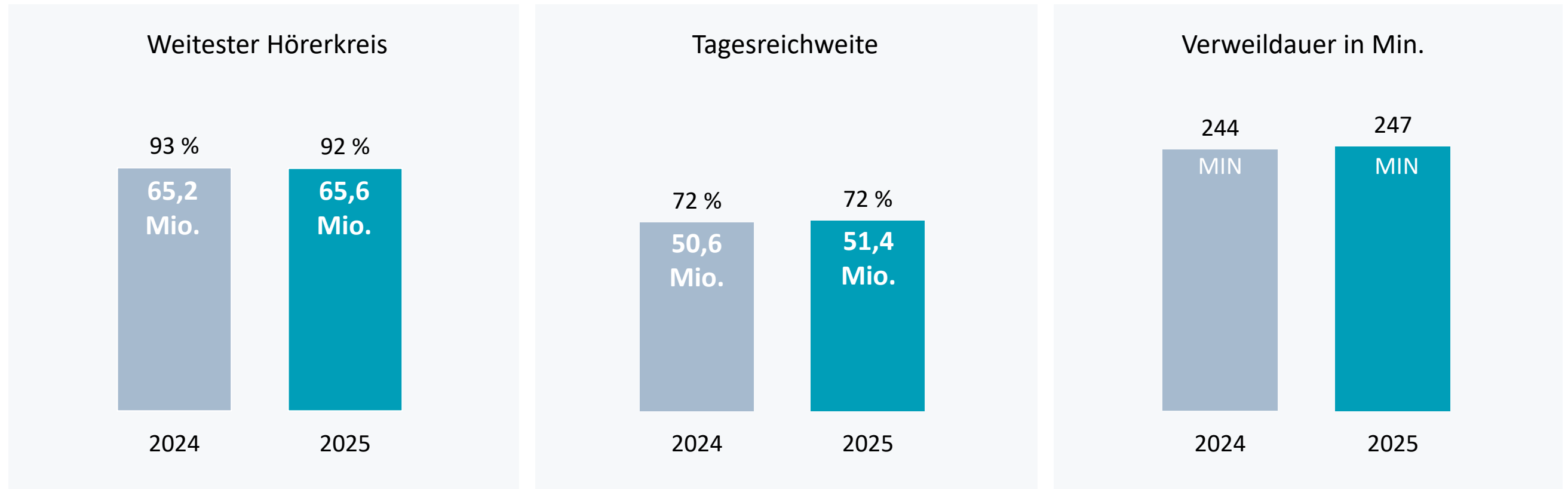
AUDIO TRENDS 2025



1 Radionutzung in Deutschland

Radionutzung: Radio gesamt im Trend

Radiohören ist bei den meisten Bestandteil des Alltags: Nach wie vor schalten über 90 Prozent innerhalb von vier Wochen ein, fast drei Viertel täglich – und das im Durchschnitt für über vier Stunden.



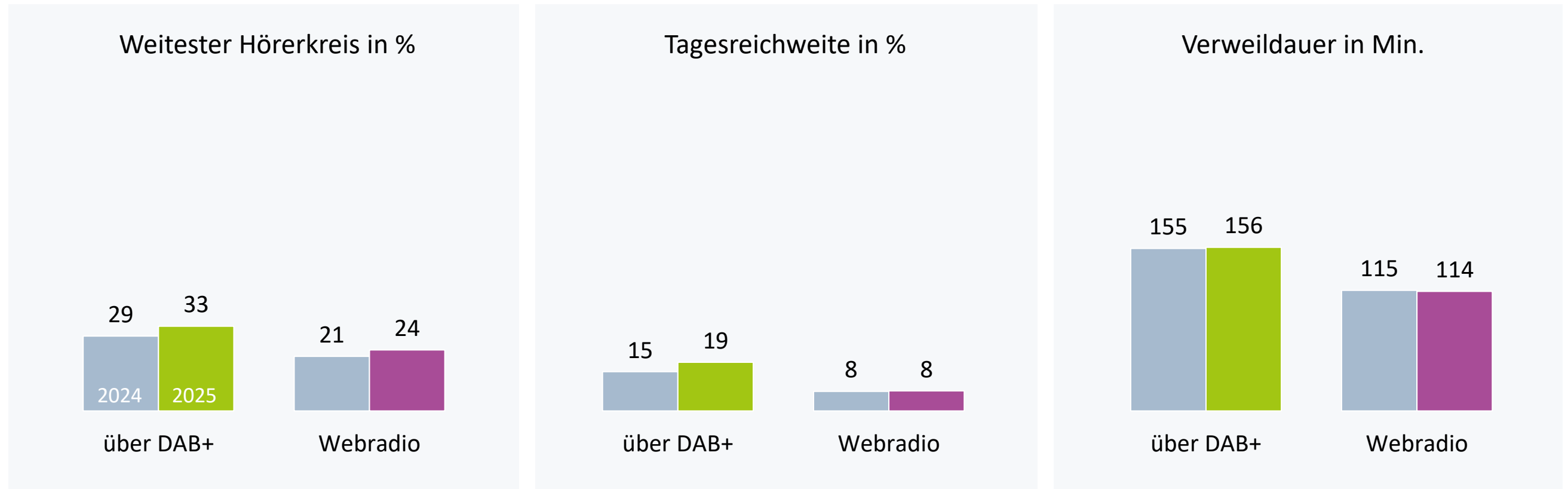
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht der Medienanstalten auf die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

Weitesten Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

Radio über DAB+, Webradio im Trend | in %, Min.

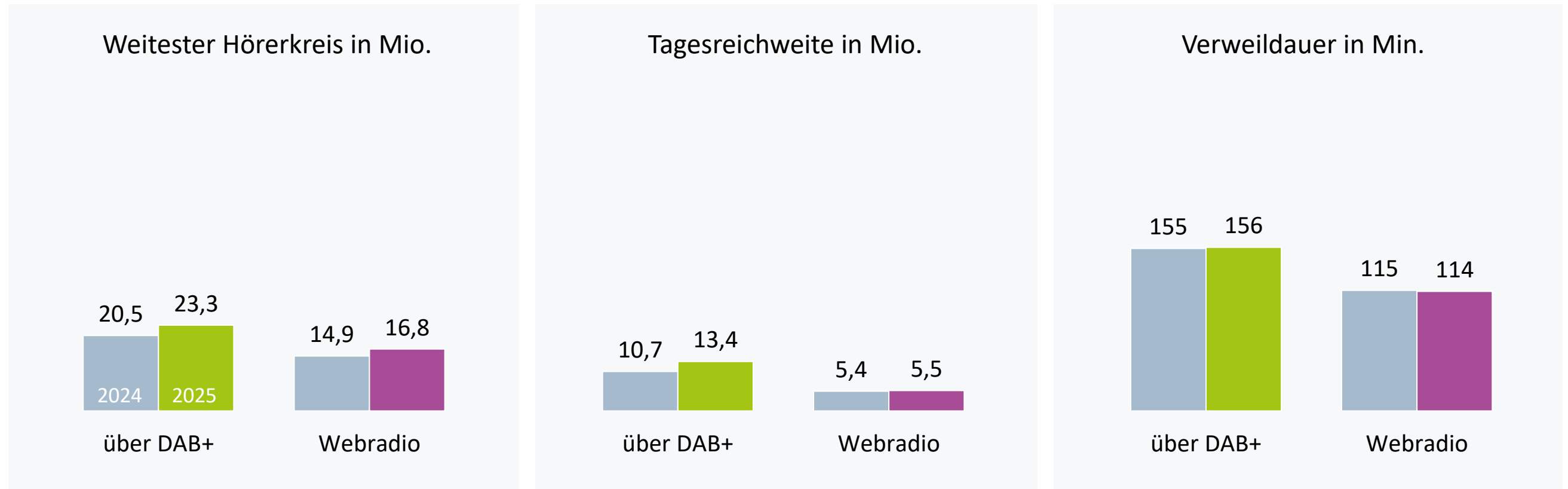
Vor allem DAB+ wächst deutlich: Weitester Hörerkreis und Tagereichweite legen um jeweils vier Punkte zu.



Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagereichweite (TRW) = Tagereichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

Radio über DAB+, Webradio im Trend | in Mio., Min.

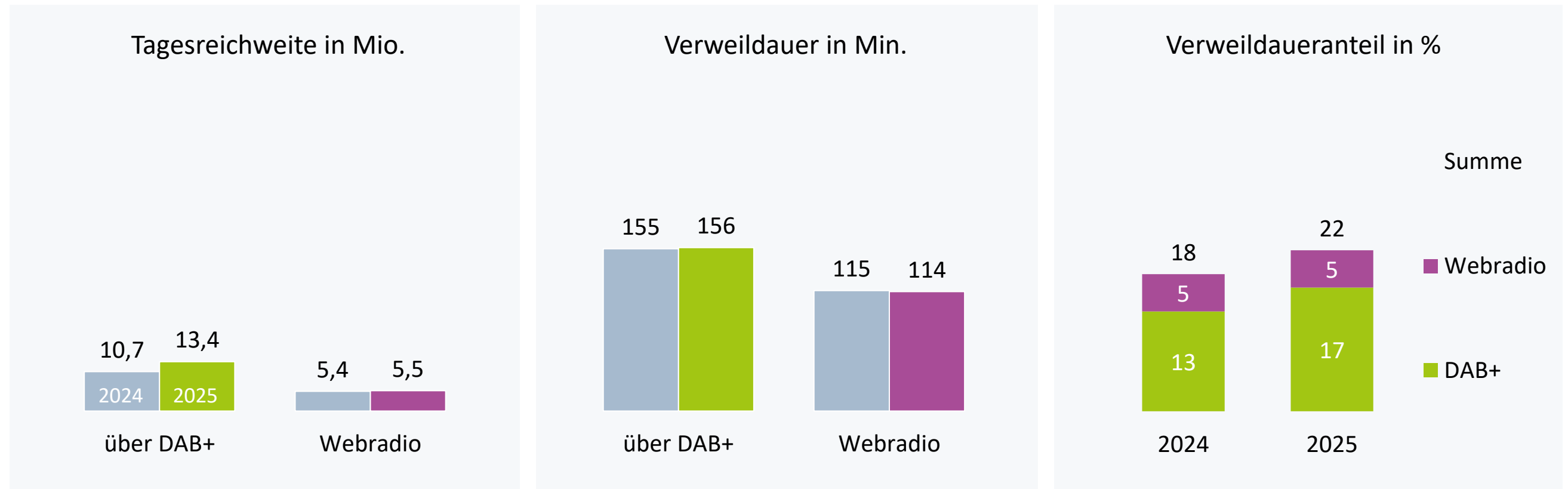
Insgesamt hören gut 13 Mio. täglich Radio über DAB+, etwas mehr als 5 Mio. auch über das Internet.



Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

Verweildaueranteil DAB+, Webradio im Trend

Der Zuwachs der Tagesreichweite bei DAB+ treibt den Nutzungsanteil nach oben. Zusammen mit Webradio entfallen aktuell 22 % der Radionutzung auf die beiden digitalen Übertragungswege.

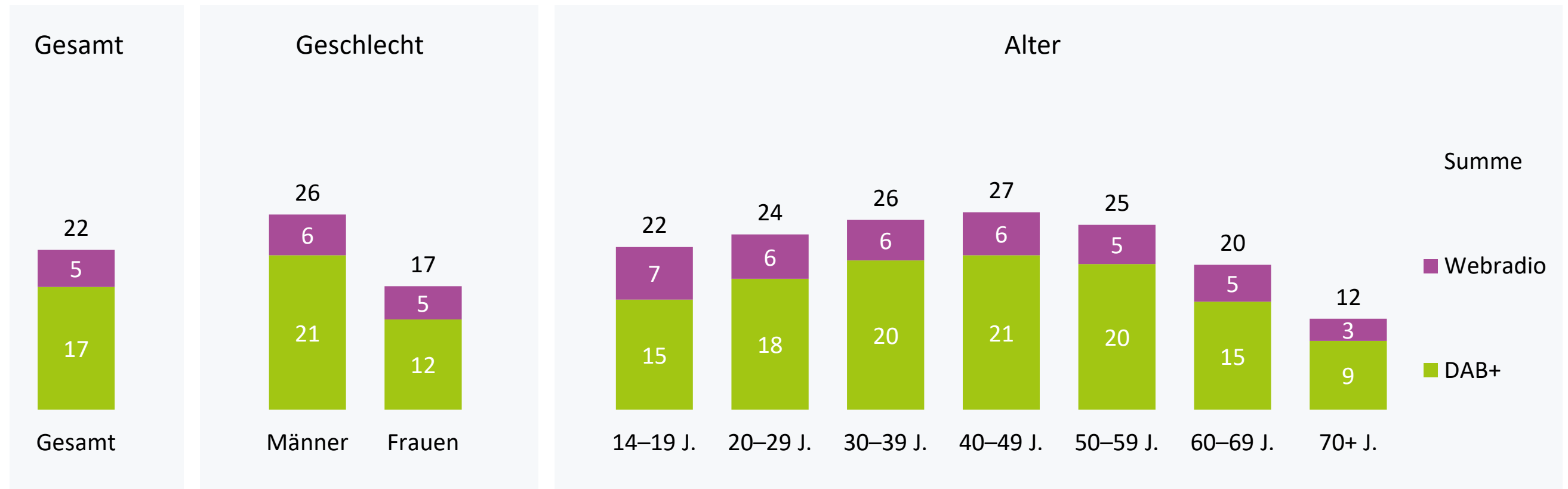


Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag; Verweildaueranteil (Mo-So) = Anteil an der Radionutzung insgesamt; Rundungsdifferenzen möglich
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

Verweildaueranteil DAB+, Webradio 2025

Geschlecht und Alter

Männer und 30- bis 59-Jährige liegen deutlich über dem Digital-Schnitt.



Angaben in %, Rundungsdifferenzen möglich; Verweildaueranteil (Montag bis Sonntag) = Anteil an der Radionutzung insgesamt;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

AUDIO TRENDS 2025



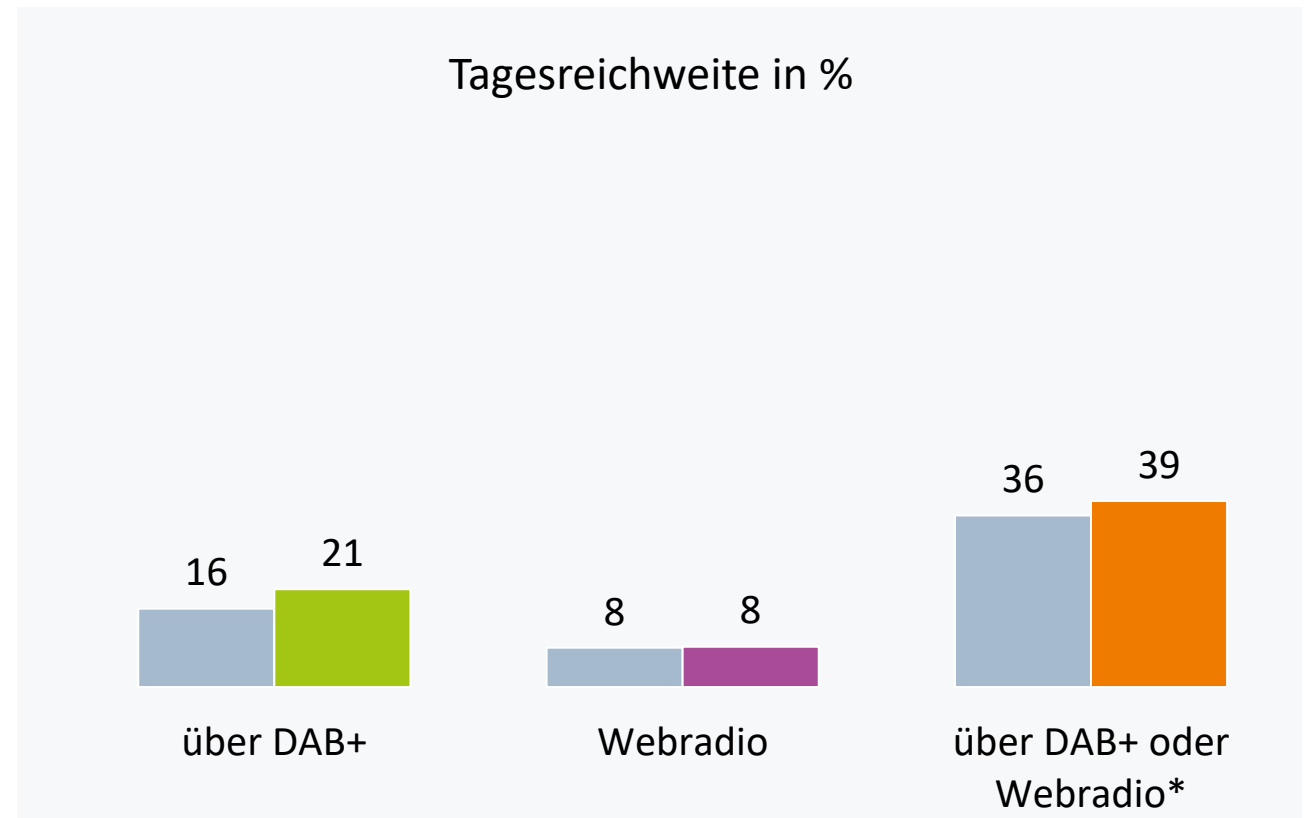
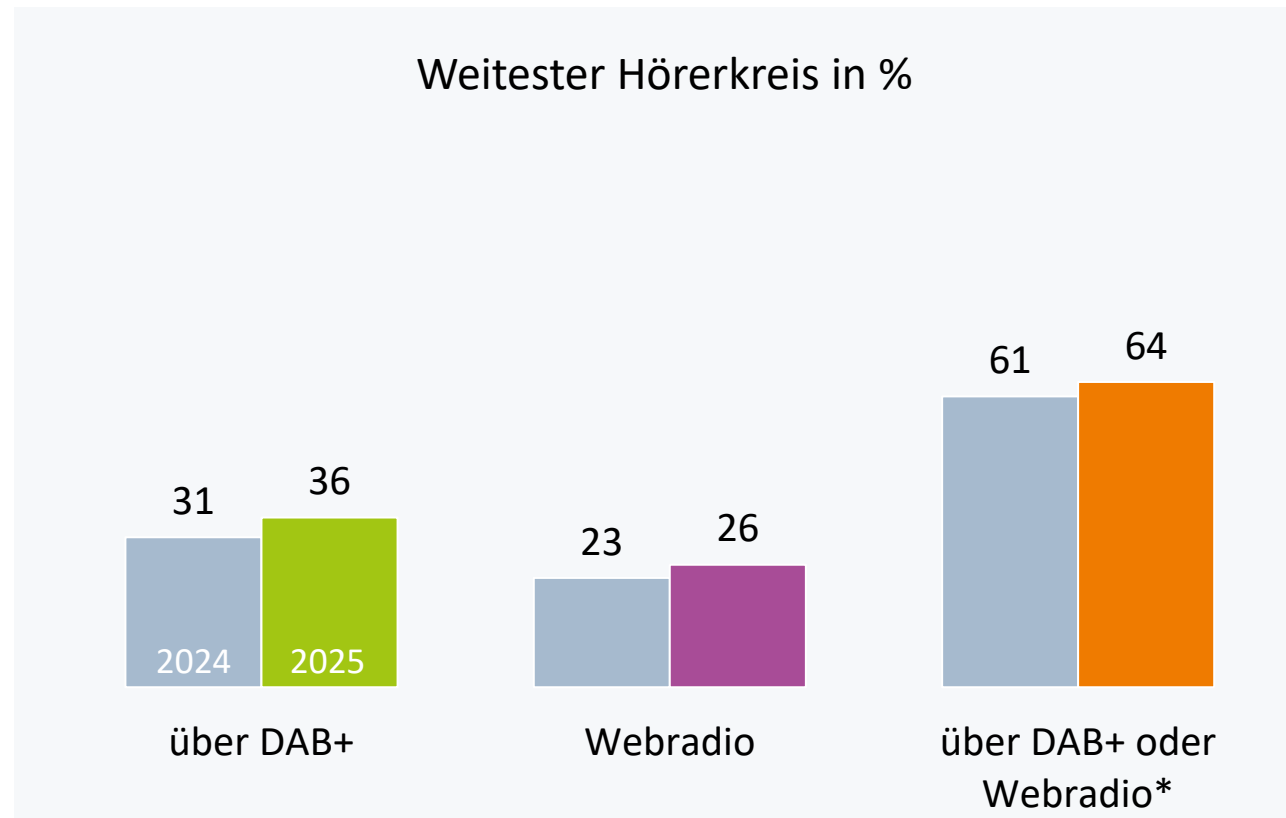
2 Radionutzung über DAB+ und Webradio im Detail

Basis Weitester Hörerkreis

Digitale Radionutzung im Trend

Basis: weitester Hörerkreis

Knapp zwei Drittel geben an, DAB+ oder Webradio in den letzten 4 Wochen genutzt zu haben, 39 % sogar am Vortag. 39 % verweisen auf den Vortag.



Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht der Medienanstalten auf die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; *Bislang weist die ma Audio keinen Nettowert für die Radionutzung über DAB+ oder Webradio aus; behelfsmäßig werden daher die Befragungsergebnisse aus der ma Radio berichtet.

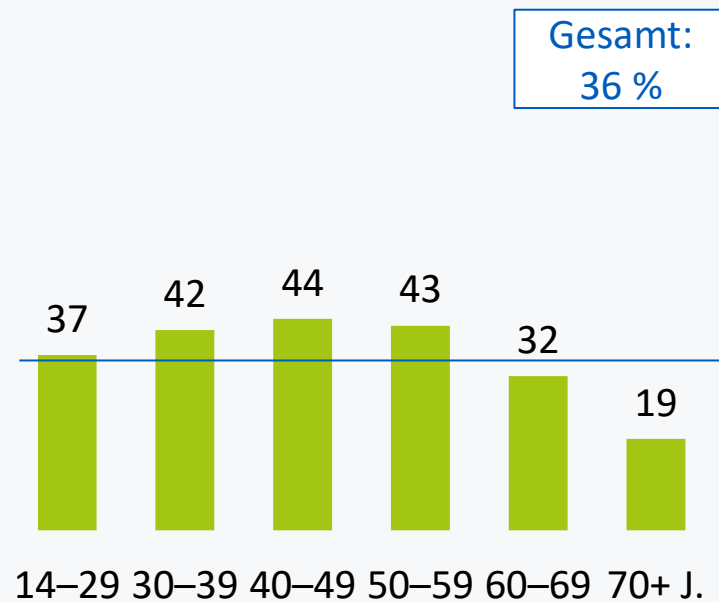
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen auf linearem Wege Radio gehört haben (2024: 65,238 Mio., 2025: 65,553 Mio.; Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II)

Digitale Radionutzung 2025 nach Alter

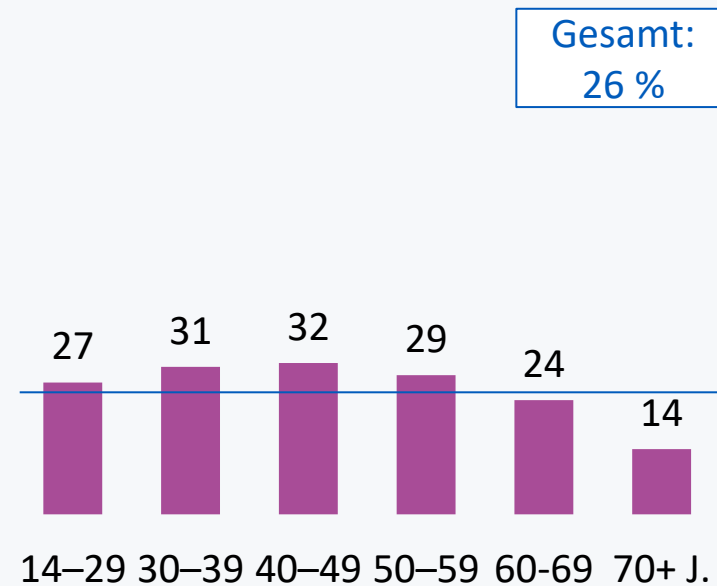
Basis: weitester Hörerkreis

Besonders die mittleren Altersgruppen liegen über dem Digital-Schnitt

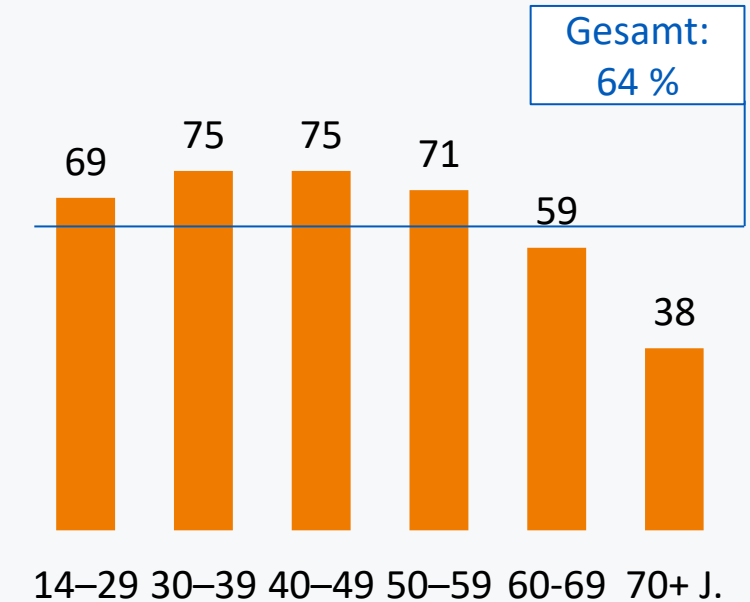
WHK DAB+ in %



WHK Webradio in %



WHK DAB+/Webradio in %*



Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht der Medienanstalten auf die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; *Bislang weist die ma Audio keinen Nettowert für die Radionutzung über DAB+ oder Webradio aus; behelfsmäßig werden daher die Befragungsergebnisse aus der ma Radio berichtet.

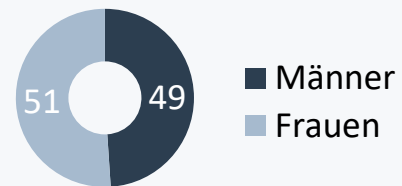
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochenlineare s Radio gehört haben (2025: 65,553 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

WHK Radio gesamt, DAB+, Webradio

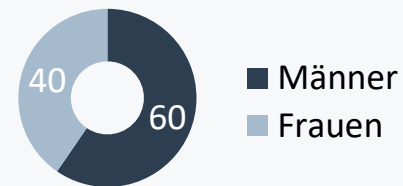
Basis: weitester Hörerkreis

Der WHK von DAB+ und Webradio ist jünger und insbesondere bei DAB+ auch männlicher.

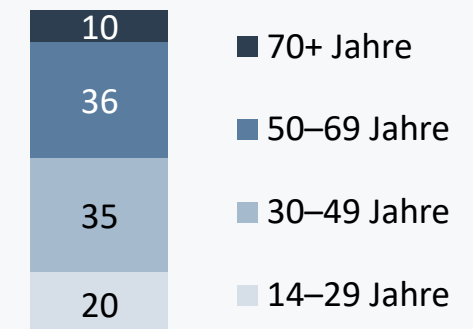
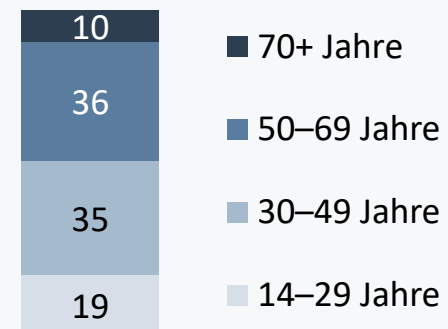
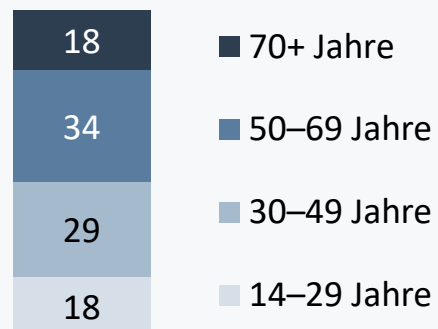
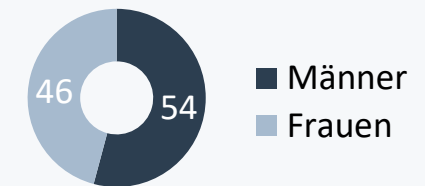
Radio gesamt



DAB+



Webradio



Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

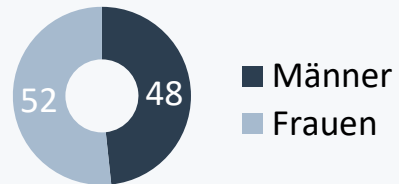
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen auf linearem Wege Radio gesamt (65,553 Mio.), über DAB+ (23,325 Mio.), über Webradio (16,835 Mio.) gehört haben;

Quelle: ma 2025 Audio II

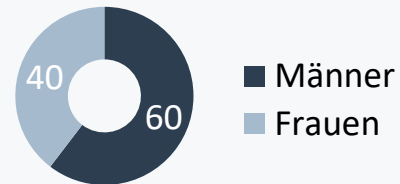
Tagesreichweite Radio gesamt, DAB+, Webradio

Unabhängig vom genutzten Empfangsweg hören anteilig mehr Personen über 50 an einem Durchschnittstag Radio. DAB+- und Webradio-Nutzende sind jünger und eher männlich.

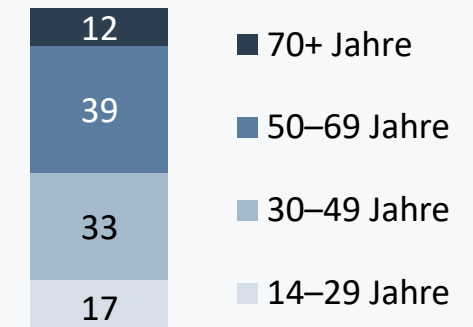
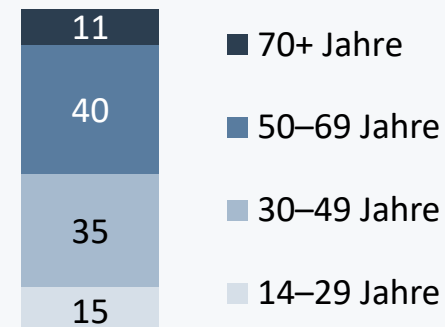
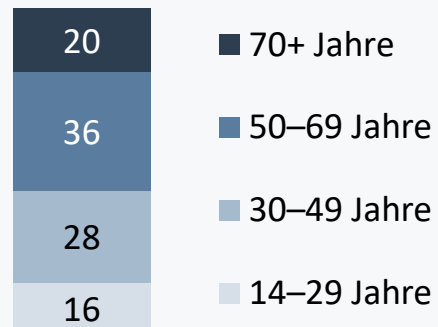
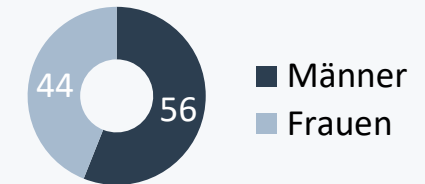
Radio gesamt



DAB+



Webradio



Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

Basis: 51,410 Mio./13,444 Mio./5,539 Mio. Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die an einem Durchschnittstag Mo-So lineares Radio gesamt/über DAB+/über Webradio hören;

Quelle: ma 2024 Audio II

AUDIO TRENDS 2025

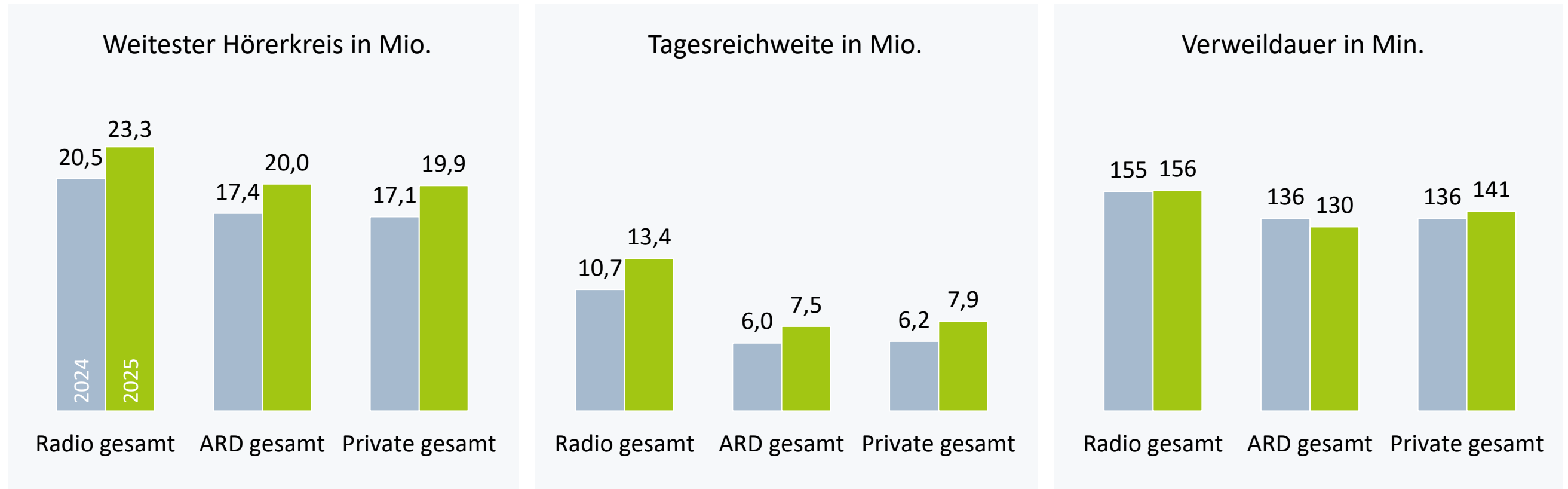


2 Radionutzung über DAB+ und Webradio im Detail

Radio gesamt, Sender der ARD, Private im
Vergleich

DAB+ im Trend: Radio gesamt, ARD, Private

DAB+: Bei der Reichweite legen die Programme von ARD und den Privaten beide deutlich zu. Bei der Dauer können nur die Privaten leicht zulegen.



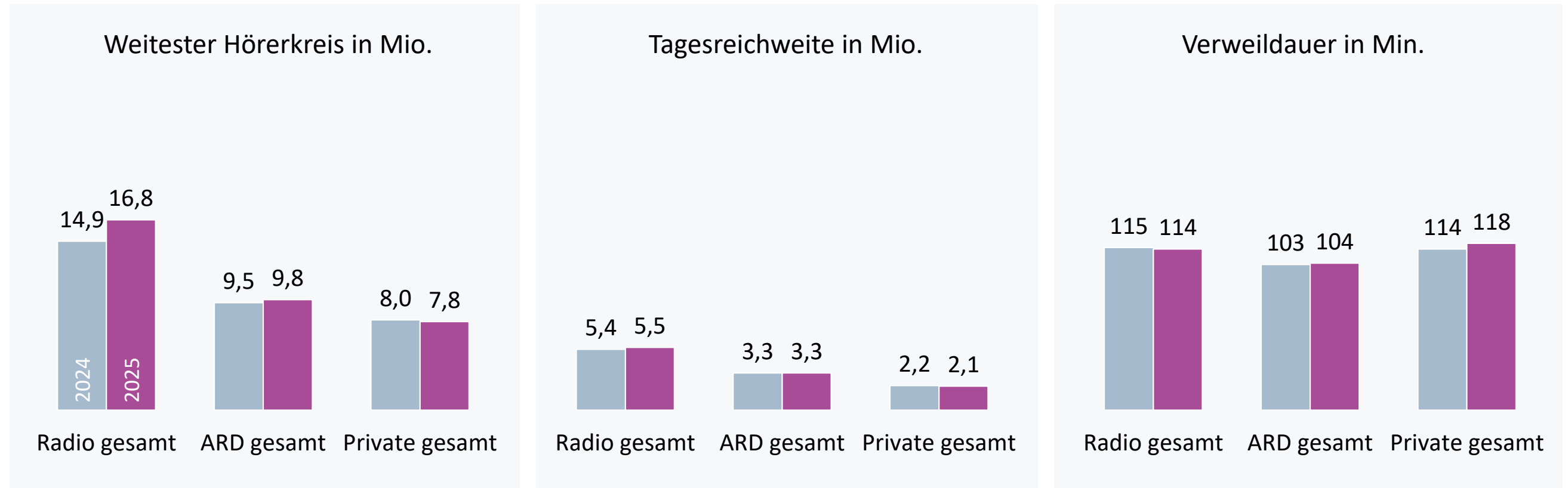
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

Angaben in Mio.; Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

Webradio im Trend: Radio gesamt, ARD, Private

Webradio: Die Radioprogramme von ARD und den Privaten weisen leicht bessere oder gleiche Werte auf.



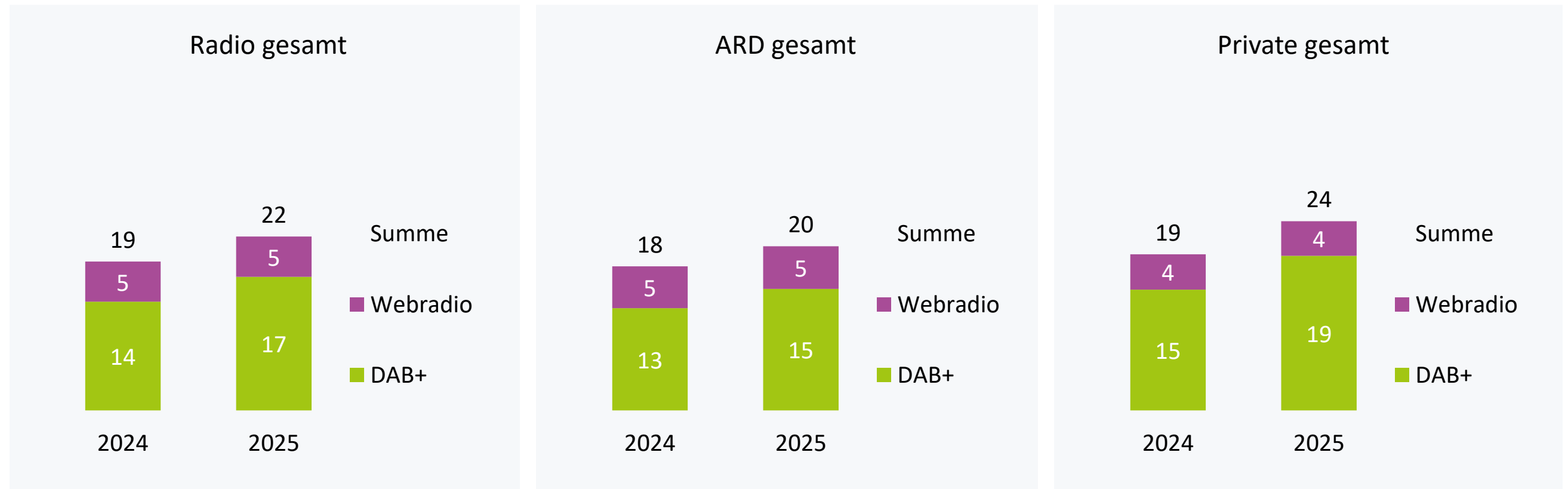
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

Verweildaueranteile im Trend: Radio gesamt, ARD, Private

DAB+ treibt den digitalen Verweildaueranteil nach oben: 5 Prozentpunkte plus bei den Radioprogrammen der Privaten und 2 Prozentpunkte bei der ARD.



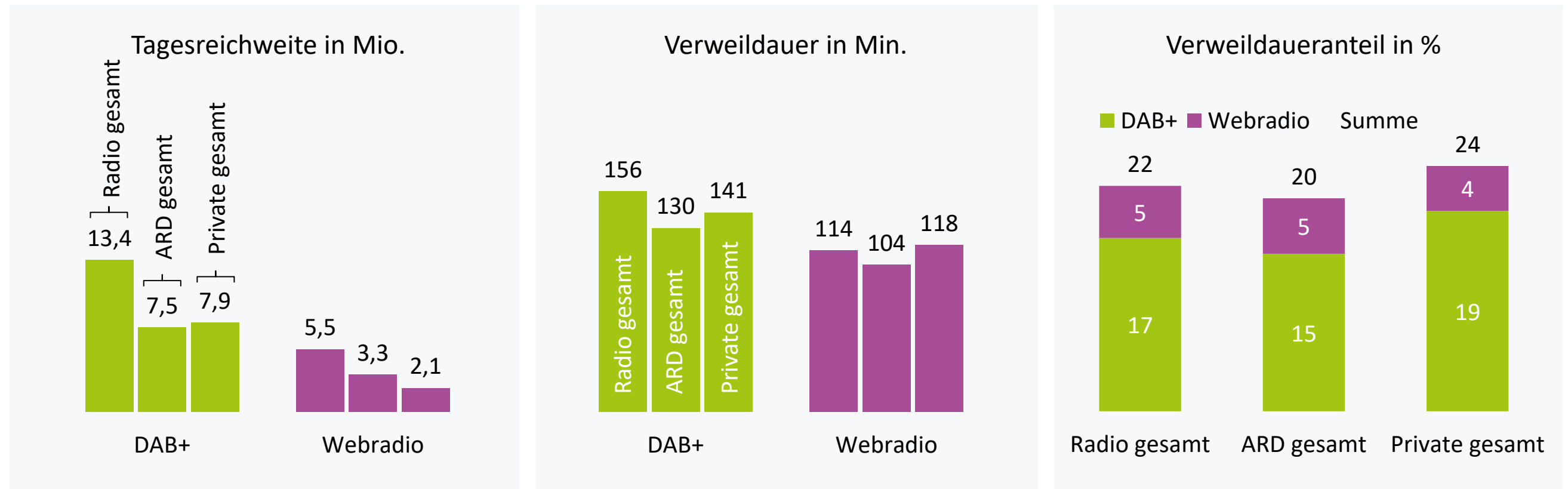
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

Verweildaueranteil (Montag bis Sonntag) = Anteil an der Radionutzung insgesamt; Rundungsdifferenzen möglich

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

Verweildaueranteile 2025: Radio gesamt, ARD, Private

Öffentlich-rechtlich wie privat gilt: DAB+ dominiert bei der digitalen Radionutzung klar gegenüber Webradio.



Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag; Verweildaueranteil = Anteil an der Radionutzung insgesamt; Rundungsdifferenzen möglich

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

AUDIO TRENDS 2025

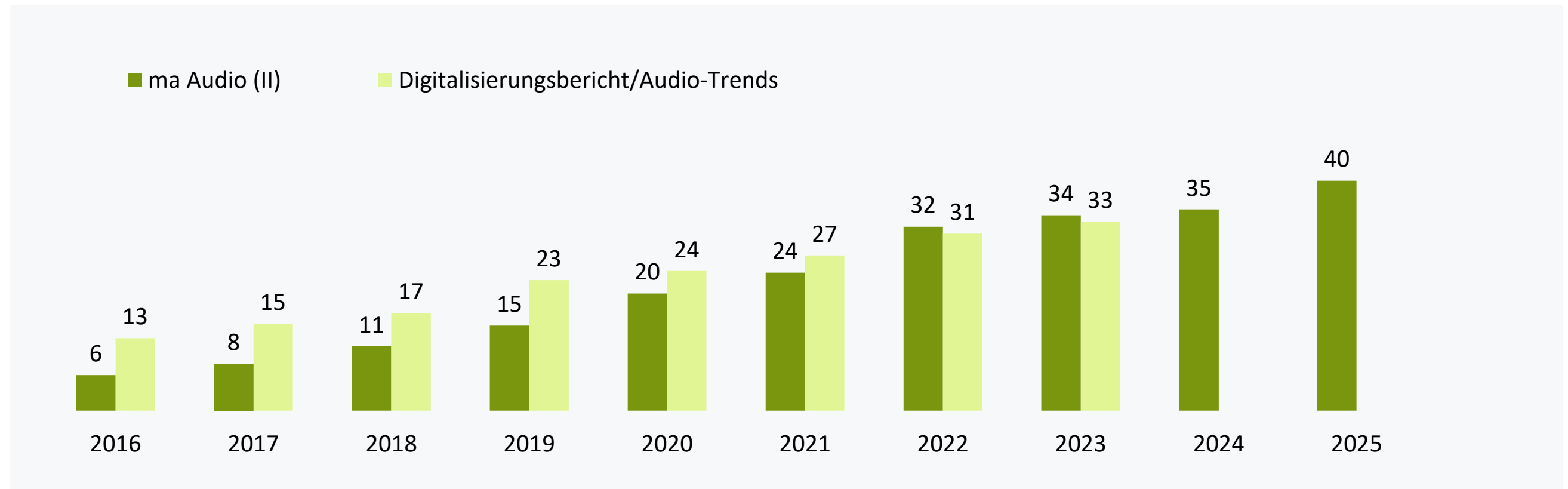


3 Zugang zu digitalen
Empfangsgeräten

Ausstattung mit DAB+ im Trend

Basis: Haushalte

Die Diskrepanzen zwischen Audio Trends (bis 2021: Digitalisierungsbericht Audio) und ma Audio haben sich im Laufe der letzten Jahre nivelliert. Seit 2022 berichtet die ma Audio mehr Haushalte mit DAB+-Empfang als die Audio Trends.



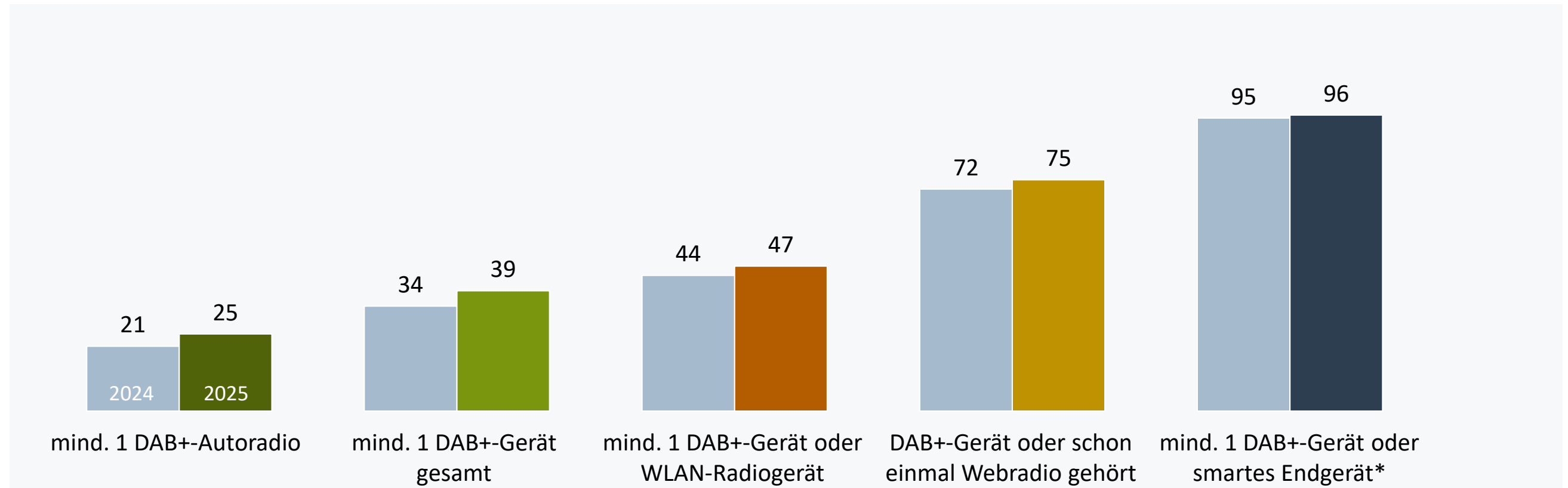
Angaben in Prozent

Basis (2025): 41,248 Mio. Haushalte in Deutschland; Quelle: ma Radio/Audio 2016 ff.; Digitalisierungsbericht/Audio Trends der Medienanstalten 2016 ff.

Zugang zu digitalen Empfangsgeräten

Basis: Personen ab 14 Jahren

Digitalisierungsquote steigt: Mehr als ein Drittel haben Zugang zu DAB+, mit Webradio-Nutzenden sind es 75 %, die digital Radio hören (können).



Angaben in Prozent; *Besitz stationärer PC oder Laptop/Notebook oder Tablet oder Smartphone;

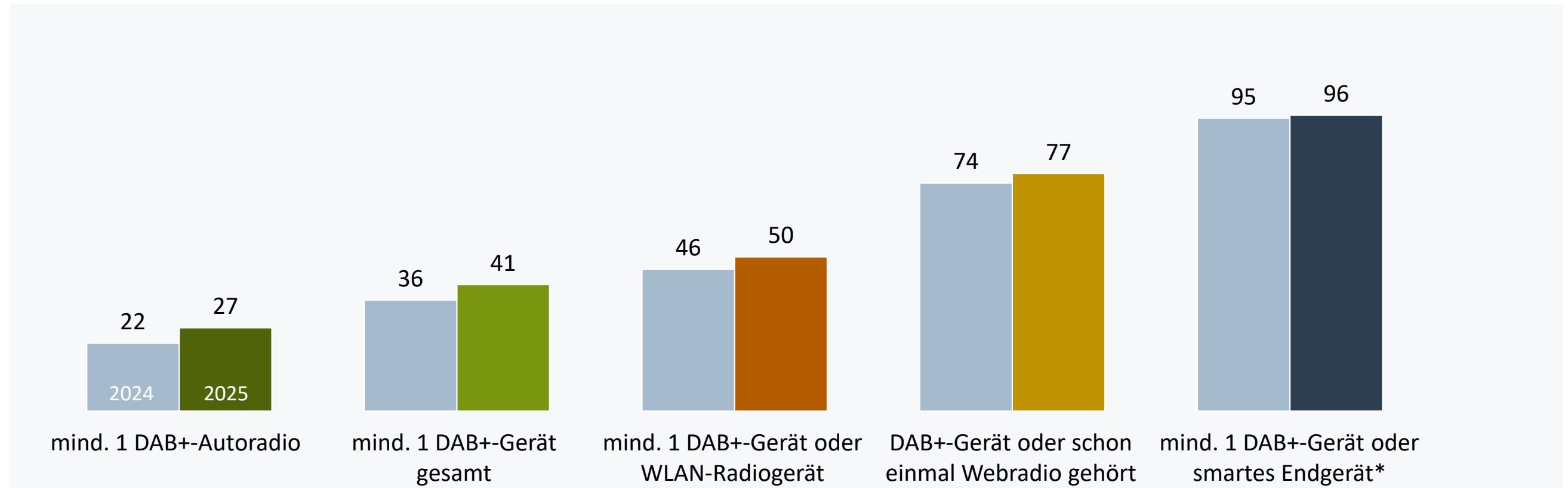
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio.);

Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

Zugang zu digitalen Empfangsgeräten

Basis: weitester Hörerkreis

Bezogen auf die Personen, die in den letzten 4 Wochen Radio gehört haben, sind die Zahlen noch etwas höher.



Angaben in Prozent; *Besitz stationärer PC oder Laptop/Notebook oder Tablet oder Smartphone;

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen auf linearem Wege Radio gehört haben (2024: 65,238 Mio., 2025: 65,553 Mio.);

Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II

AUDIO TRENDS 2025



4 Bundesländervergleich

die
medienanstalten

Country	Male (%)	Female (%)
U.S.	92	94
China	86	92
Russia	94	90
North Korea	91	86
Iran	95	93
Cuba	92	95
Venezuela	94	94
Other countries	93	94
U.S. (Total)	93	93

Region	Number of people vaccinated
North East	72
North West	76
Yorkshire and the Humber	63
East of England	70
London	75
South East	68
South West	70
Wales	61
Northern Ireland	78
Scotland	74
England	72
Northern Ireland	73
Wales	76
Scotland	75
England	76
Northern Ireland	78
Scotland	78

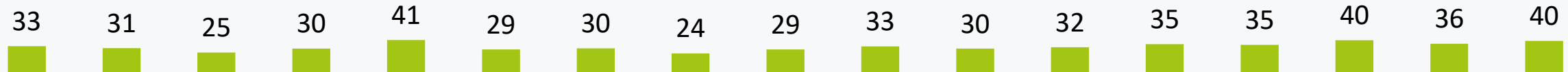
Company	Employees
DE	247
BB	255
BE	235
BW	234
BY	250
HB	268
HE	233
HH	236
MV	260
NI	248
NW	250
RP	237
SH	252
SL	233
SN	259
ST	267
TH	257

24

DAB+: WHK, Tagesreichweite, Verweildauer 2025

DAB+

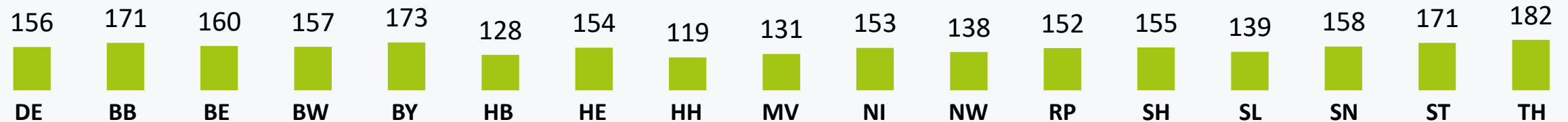
Weitester Hörerkreis



Tagesreichweite



Verweildauer



Angaben in Prozent bzw. Minuten; Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

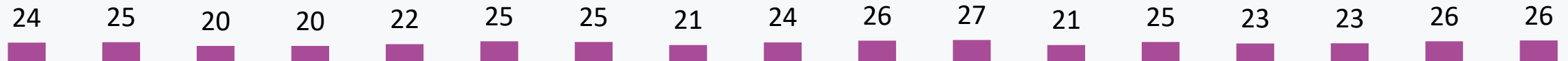
WHK = Weitester Hörerkreis = in den letzten 4 Wochen gehört; TRW = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; VD = Verweildauer Montag bis Sonntag in Min.

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

Webradio: WHK, Tagesreichweite, Verweildauer 2025

WEBRADIO

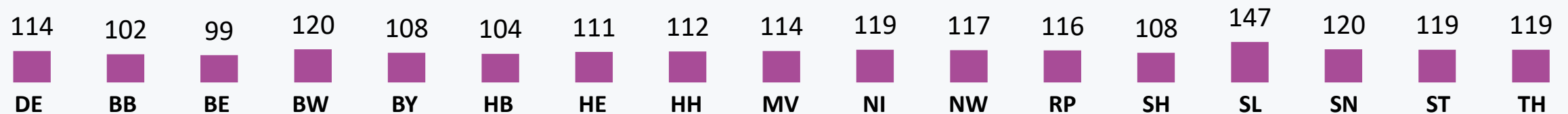
Weitester Hörerkreis



Tagesreichweite



Verweildauer

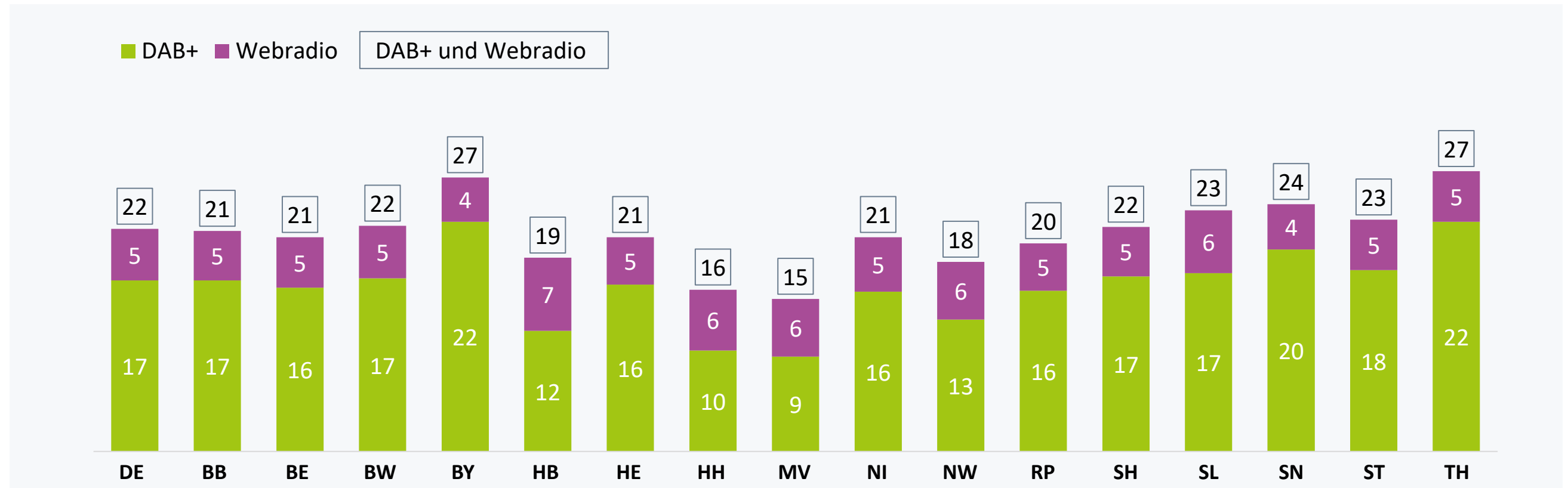


Angaben in Prozent bzw. Minuten; Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).

WHK = Weitester Hörerkreis = in den letzten 4 Wochen gehört; TRW = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; VD = Verweildauer Montag bis Sonntag in Min.

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

Verweildaueranteile DAB+ und Webradio 2025



Angaben in Prozent, Rundungsdifferenzen möglich

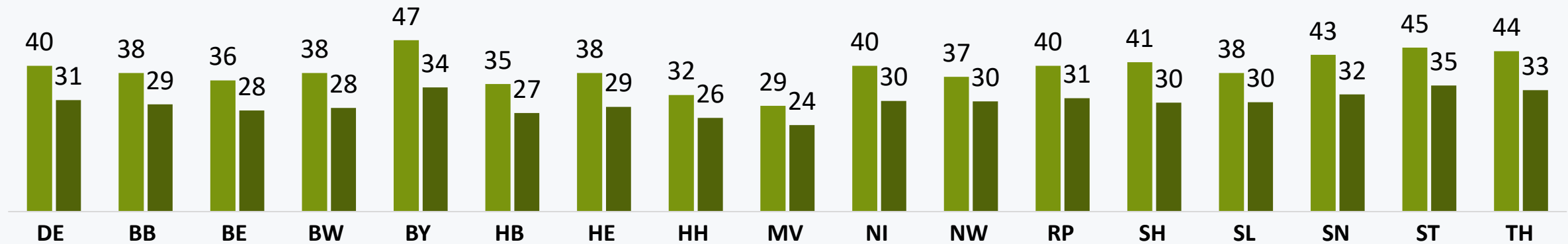
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

Ausstattung mit DAB+ 2025

Basis: Haushalte



■ mind. 1 DAB+-Gerät gesamt ■ DAB+-Autoradio



Angaben in Prozent

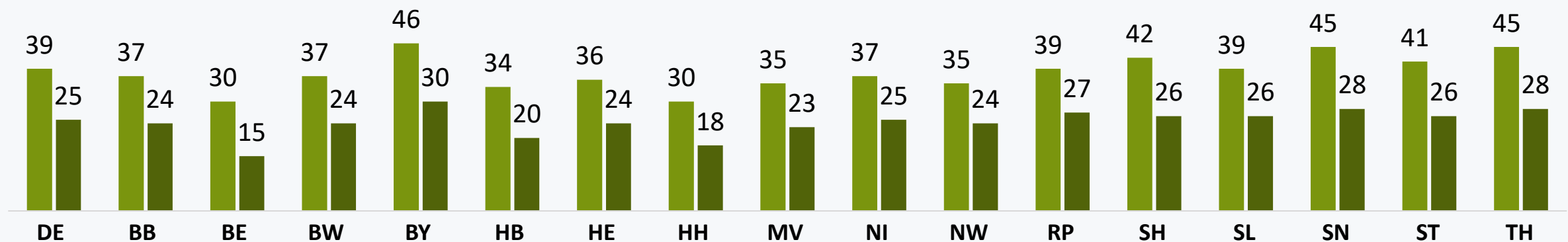
Basis: 41,248 Mio. Haushalte in Deutschland; Quelle: ma 2025 Audio II

Zugang zu DAB+ 2025

Basis: Personen ab 14 Jahren



■ mind. 1 DAB+-Gerät gesamt ■ DAB+-Autoradio



Angaben in Prozent

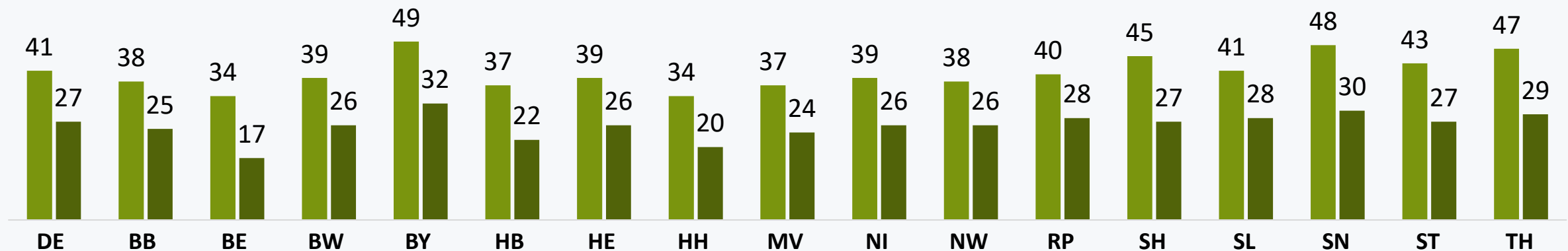
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2025: 71,001 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

Zugang zu DAB+ 2025

Basis: weitester Hörerkreis



■ mind. 1 DAB+-Gerät gesamt ■ DAB+-Autoradio



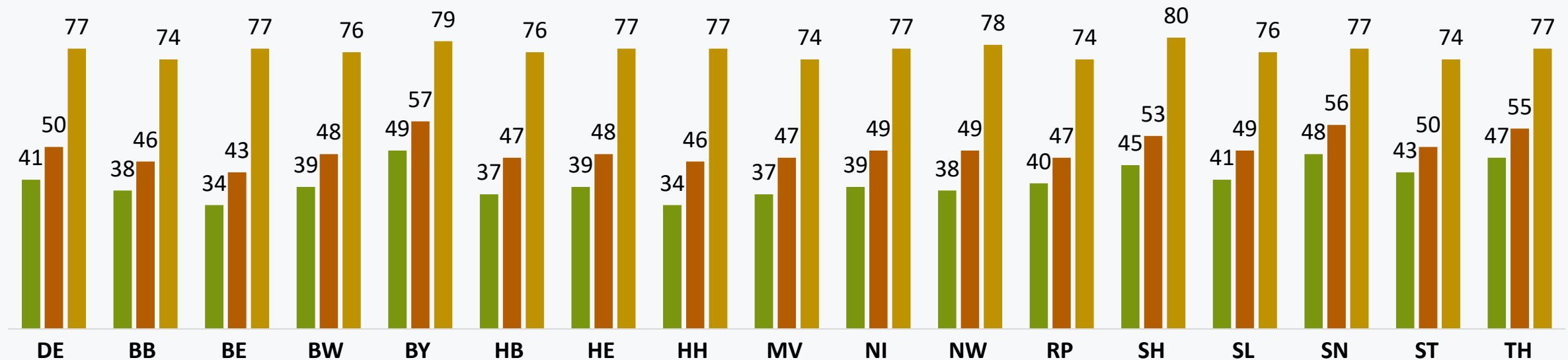
Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen auf linearem Wege Radio gehört haben (2025: 65,553 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

Zugang zu digitalen Empfangsgeräten 2025

Basis: weitester Hörerkreis

■ mind. 1 DAB+-Gerät gesamt ■ mind. 1 DAB+-Gerät oder WLAN-Radiogerät ■ DAB+-Gerät oder schon einmal Webradio gehört



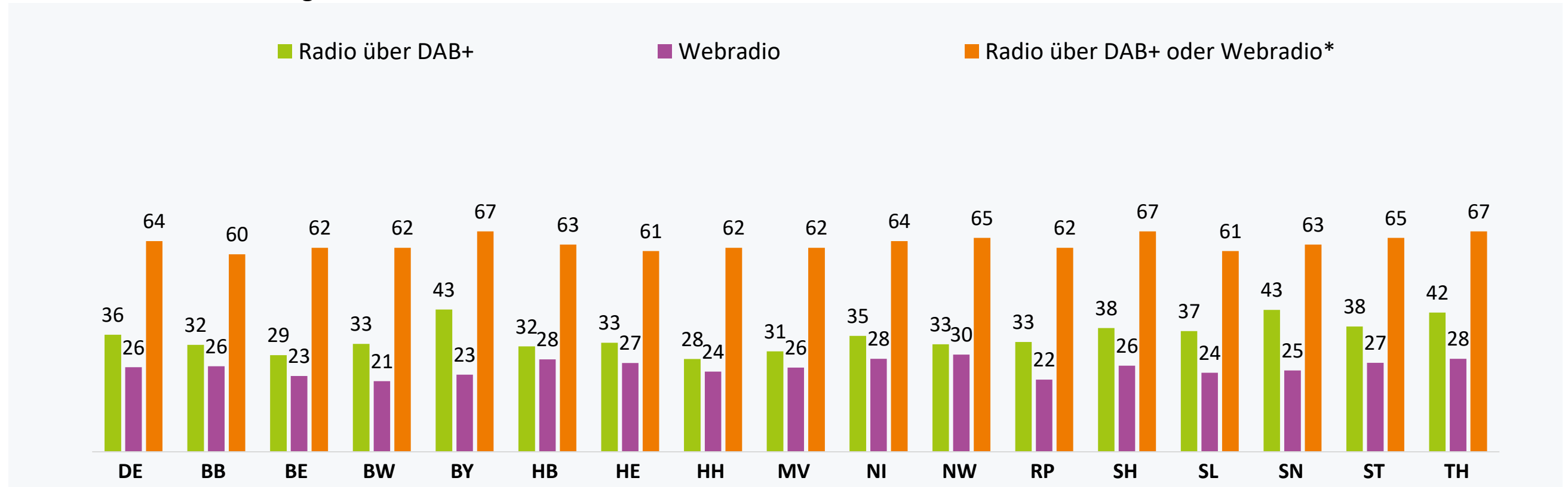
Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen auf linearem Wege Radio gehört haben (=WHK; 2025: 65,553 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

Nutzung DAB+, Webradio, DAB+/Webradio*

Basis: weitester Hörerkreis

In den letzten 4 Wochen gehört:



Angaben in Prozent

*Bislang weist die ma Audio keinen Nettowert für die Radionutzung über DAB+ oder Webradio aus; behelfsmäßig werden daher die Befragungsergebnisse aus der ma Radio berichtet.

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen auf linearem Wege Radio gehört haben (=WHK; 2025: 65,553 Mio.); Quelle: ma 2025 Audio II

AUDIO TRENDS 2025



5 Methodik, Glossar,
Abkürzungsverzeichnis

Die Medienanstalten haben für die „Audio Trends 2025“ eine Sonderauswertung der ma 2025 Audio II beauftragt. Die von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (agma) durchgeführte Audio-Reichweitenstudie ist die zentrale und von allen Marktteilnehmenden anerkannte „Währung“ für den Audiomarkt in Deutschland. Die ma Audio beruht methodisch auf drei verschiedenen Erhebungen: der ma Radio, der ma IP Audio sowie dem Audiotagebuch zur Erhebung der Empfangswege. Die Daten der einzelnen Erhebungen werden anschließend miteinander fusioniert und im Rahmen der ma Audio ausgegeben. Die Studie ma Audio wird zweimalig im Jahr veröffentlicht, im Frühjahr als ma Audio I und im Sommer als ma Audio II. Den Sonderberichten liegen jeweils die Daten der ma Audio II zugrunde.

→ Weitere Details zur Datenerhebung finden sich auf der [Website der agma](#).

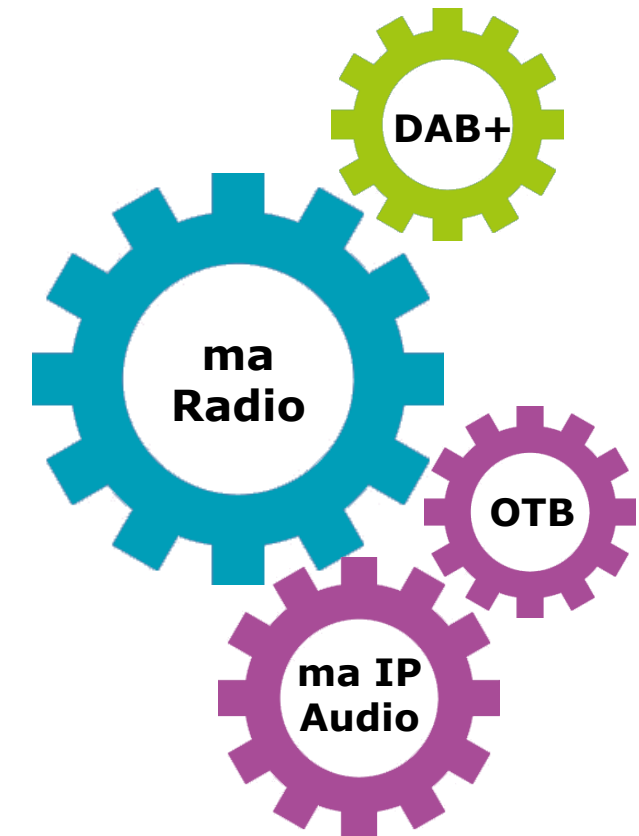
Ziele

- Kennzahlen zur digitalen Radionutzung
- ma Audio als die anerkannte Währung im Markt
- Weitere Vorteile: ausreichende Fallzahlbasis für einen vergleichenden Blick in die Länder

Weg

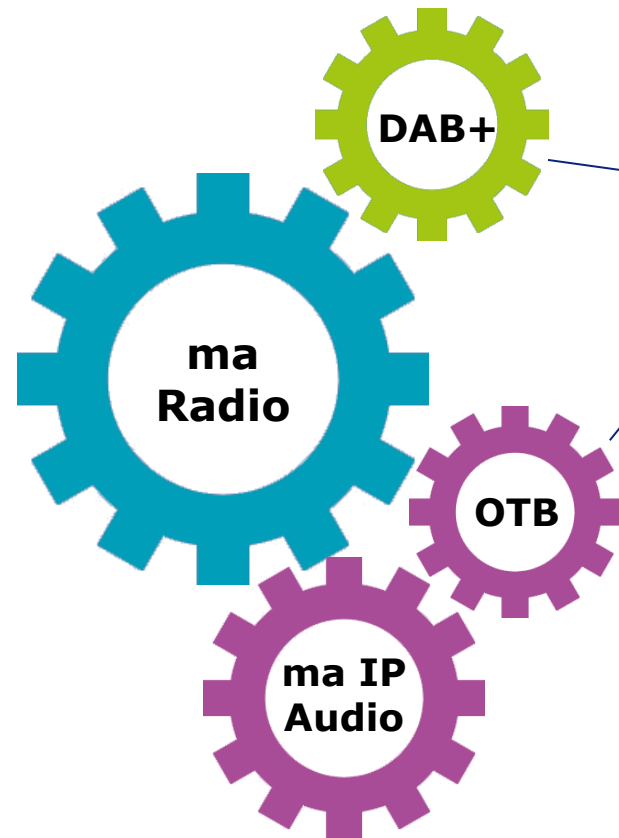
- 2016 bis 2018: Pilotierung
- 2019: Regelbetrieb der agma
- Seit ma 2019 Audio II: Ausweisung von DAB+- und Webradio-Reichweiten

ma Audio: 4 Module

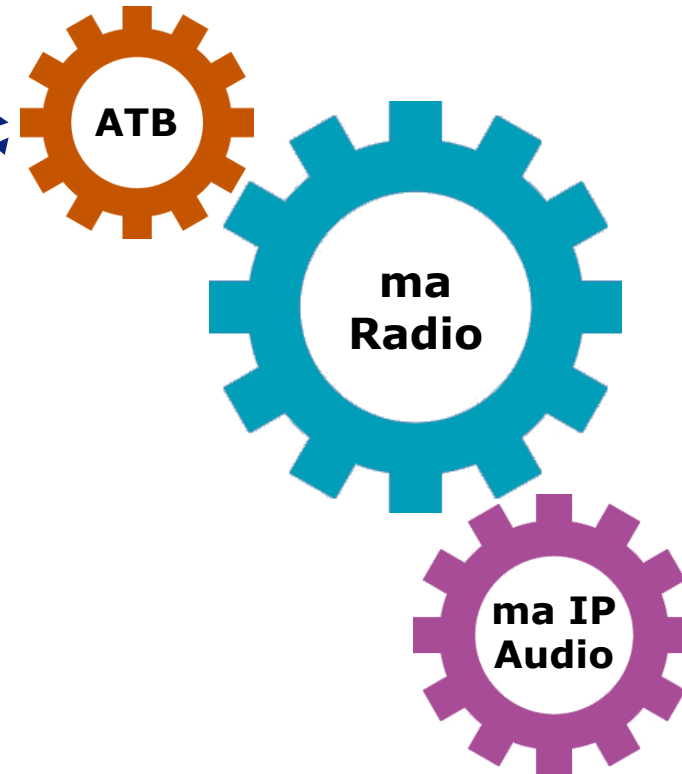


Digitale Radionutzung in der ma Audio – Ausblick

ma Audio bis 2023



seit 2023: Vollintegration



Ausblick

- ☒ DAB+
- ☒ Webradio
- ☐ Kabel/SAT
- ☐ UKW
- ☐ Netto digitale Radionutzung

Lineares Radio (= Radio gesamt): Umfasst die Nutzung eines klassischen Hörfunkangebots unabhängig vom Empfangsweg und die Nutzung von Web-only-Angeboten (Radioprogrammen) über den Empfangsweg Internet. Die Kombination „Lineares Radio“ wird nur im Rahmen des Sonderberichts für die Landesmedienanstalten ausgewiesen.

Webradio-Nutzung: Umfasst die lineare Radionutzung über den Empfangsweg Internet.

DAB+-Nutzung: Umfasst die lineare Radionutzung über den Empfangsweg DAB+.

Weitester Hörerkreis (WHK): Anzahl/Anteil der Personen, die innerhalb eines 4-Wochen-Zeitraums ein Angebot aus „Radio gesamt“ nutzen.

Tagesreichweite (TRW): Anzahl/Anteil der Personen, die im Tagesablauf der ma Radio (5 bis 24 Uhr) während mindestens eines vorgegebenen Zeitintervalls (15 Minuten) ein Angebot aus „Radio gesamt“ gehört haben. Der Wert wird pro Tag ermittelt, bei der Tagesreichweite Montag bis Sonntag handelt es sich entsprechend um einen Durchschnittswert. Sie wird in Prozent oder als Hochrechnung in Mio. angegeben.

Verweildauer: Gibt an, wie lange pro Tag die Hörenden eines Angebots durchschnittlich dieses Angebot hören. Sie wird für jedes Angebot gebildet aus der Summe der gehörten Viertelstundenanteile im Tagesablauf der ma Radio (in Minuten) und anschließender Division durch die Gesamtzahl der Hörer des Angebots. Dieser Wert wird gerundet in Minuten angegeben.

Verweildaueranteil: Gibt an, wie lange pro Tag die Hörenden eines Angebots dieses durchschnittlich bezogen auf den Empfangsweg "Lineares Radio" hören. Sie wird für jedes Angebot gebildet aus der Summe der gehörten Viertelstundenanteile (in Minuten) und anschließender Division durch die Gesamtzahl der Hörenden des Angebots. Dieser Wert wird gerundet in Minuten und Prozent angegeben.

ARD gesamt: Umfasst die Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Länder, d. h. die Hörfunkangebote des BR, hr, mdr, NDR, radio bremen, rbb, SR und SWR.

Private gesamt: Umfasst die Angebote privater Radioveranstalter.

Bundesländer im Überblick

Abkürzungen | Fallzahlen | Hochrechnung

		Bevölkerung ab 14 Jahren				Weitester Hörerkreis Radio gesamt			
		Fallzahlen		in Mio.		Fallzahlen		in Mio.	
Gebiet	Abkürzung	ma 2024 Audio II	ma 2025 Audio II	ma 2024 Audio II	ma 2025 Audio II	ma 2024 Audio II	ma 2025 Audio II	ma 2024 Audio II	ma 2025 Audio II
Deutschland gesamt	DE	66.159	66.337	70,483	71,001	62.327	62.241	65,238	65,553
Brandenburg	BB	3.259	3.287	2,199	2,201	3.099	3.109	2,058	2,074
Berlin	BE	4.562	4.517	3,072	3,126	4.167	4.046	2,697	2,674
Baden-Württemberg	BW	12.896	12.793	9,404	9,473	12.118	12.046	8,654	8,68
Bayern	BY	7.302	7.256	11,195	11,295	6.937	6.844	10,541	10,619
Bremen	HB	1.579	1.503	0,557	0,565	1.486	1.405	0,514	0,509
Hessen	HE	3.264	3.225	5,287	5,343	3.032	3.002	4,856	4,866
Hamburg	HH	1.622	2.024	1,544	1,572	1.487	1.803	1,355	1,35
Mecklenburg-Vorpommern	MV	2.036	2.043	1,395	1,402	1.947	1.947	1,321	1,326
Niedersachsen	NI	5.031	5.121	6,811	6,845	4.791	4.851	6,383	6,347
Nordrhein-Westfalen	NW	8.029	7.915	15,073	15,162	7.543	7.407	13,862	13,916
Rheinland-Pfalz	RP	2.910	2.883	3,462	3,492	2.738	2.732	3,212	3,318
Schleswig-Holstein	SH	2.367	2.496	2,488	2,497	2.251	2.364	2,311	2,351
Saarland	SL	2.079	2.064	0,85	0,851	1.977	1.966	0,785	0,804
Sachsen	SN	4.201	4.214	3,469	3,48	3.967	3.972	3,254	3,25
Sachsen-Anhalt	ST	2.554	2.541	1,863	1,877	2.444	2.415	1,743	1,772
Thüringen	TH	2.468	2.455	1,815	1,82	2.343	2.332	1,692	1,697

Impressum

Herausgeber:

die medienanstalten – ALM GbR, Berlin

Verantwortlich: Dr. Eva Flecken

Vorsitzende der Direktorenkonferenz
der Landesmedienanstalten (DLM)

Redaktion:

Regina Deck (Bayerische Landeszentrale für neue Medien)

Malte Lydssan (Gemeinsame Geschäftsstelle)

Beratende AG:

Franziska Gaiser (Bayerische Landeszentrale für neue Medien)

Dr. Kristian Kunow (Medienanstalt Berlin-Brandenburg)