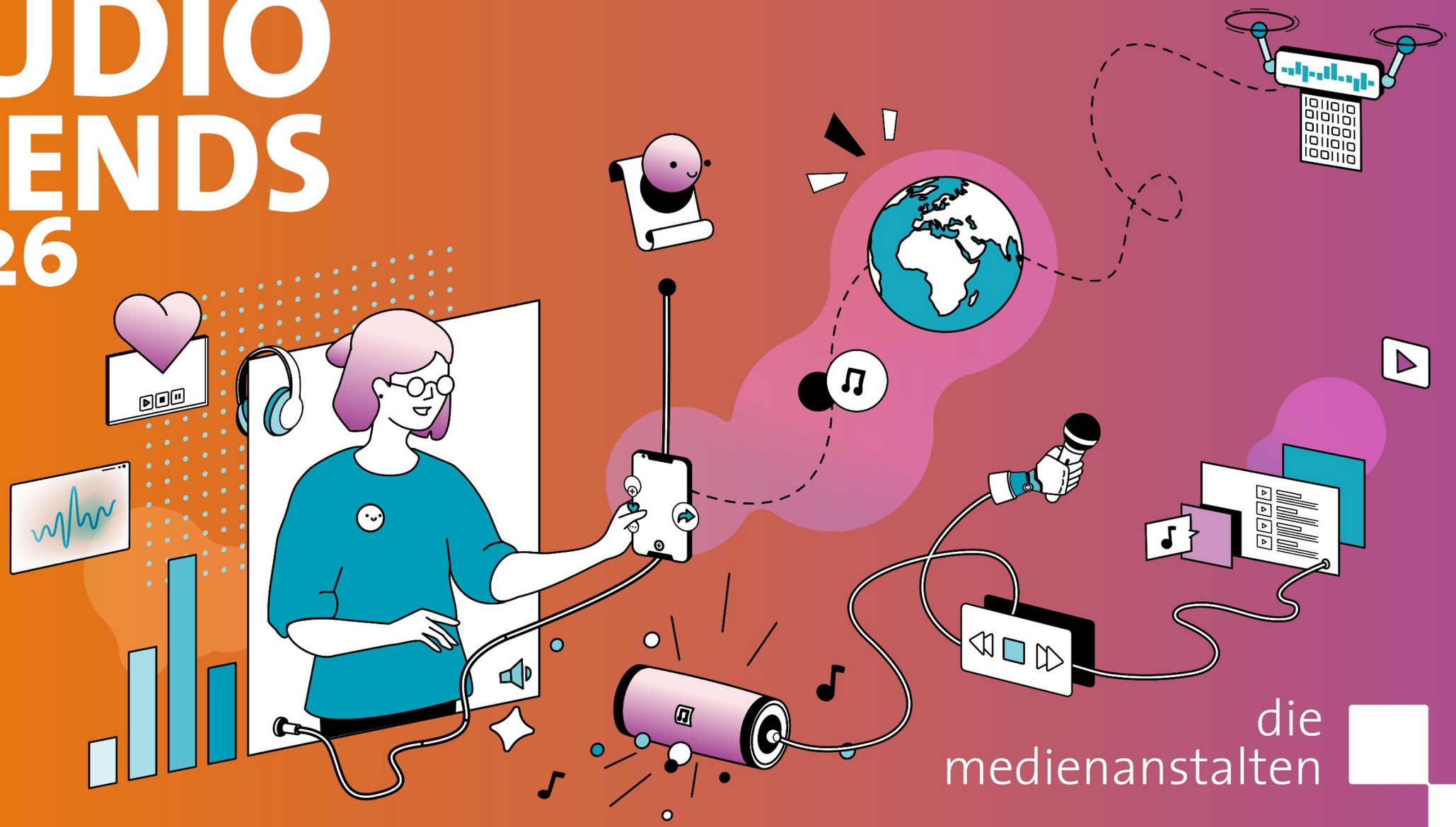
AUDIO TRENDS 2026



die medienanstalten

Sonderbericht zur ma 2026 Audio II

Inhaltsverzeichnis

die medienanstalten

1. Radionutzung in Deutschland 3
2. Radionutzung über DAB+ und Webradio im Detail
   - Basis weitester Hörerkreis 9
   - Radio gesamt, Sender der ARD, Private im Vergleich 14
3. Zugang zu digitalen Empfangsgeräten 19
4. Bundesländervergleich 23
5. Methodik, Glossar, Abkürzungsverzeichnis 33

AUDIO TRENDS 2026

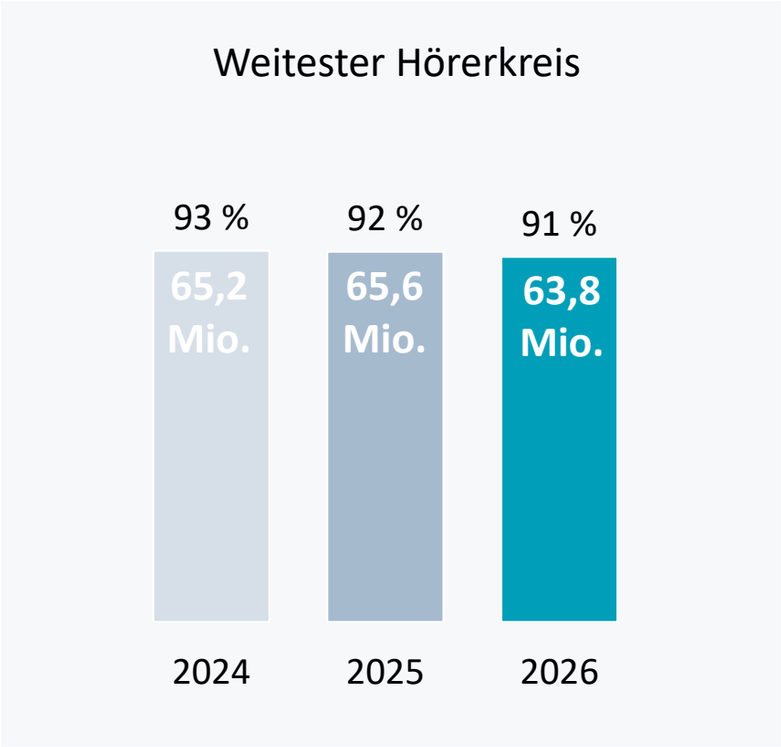
die medienanstalten

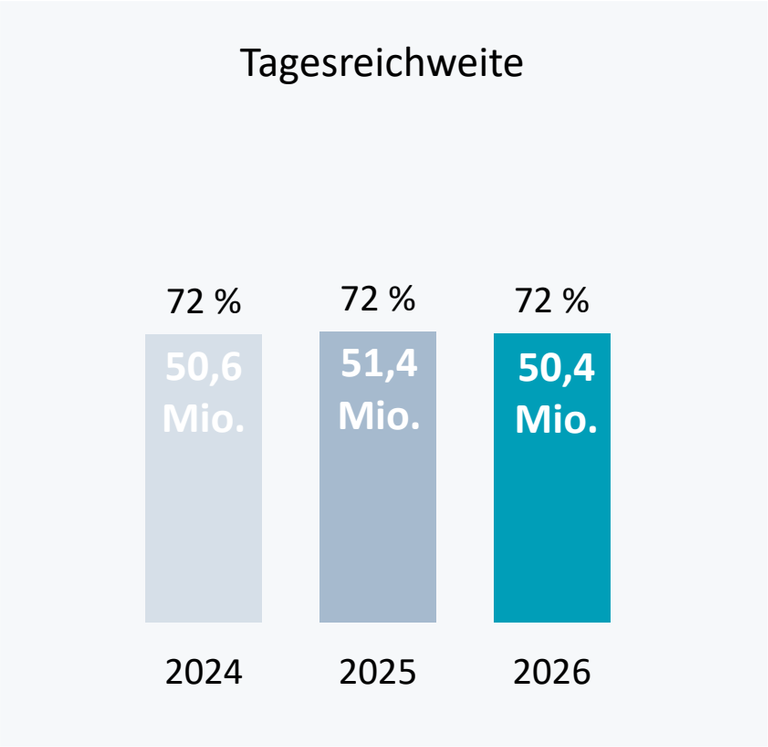
1 Radionutzung in Deutschland

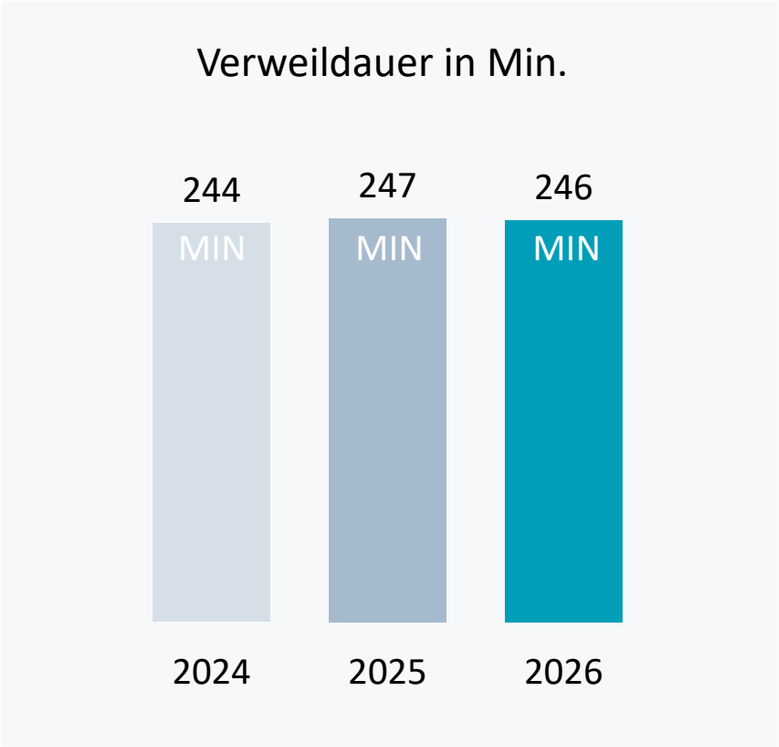
Radionutzung: Radio gesamt im Trend

die medienanstalten

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.





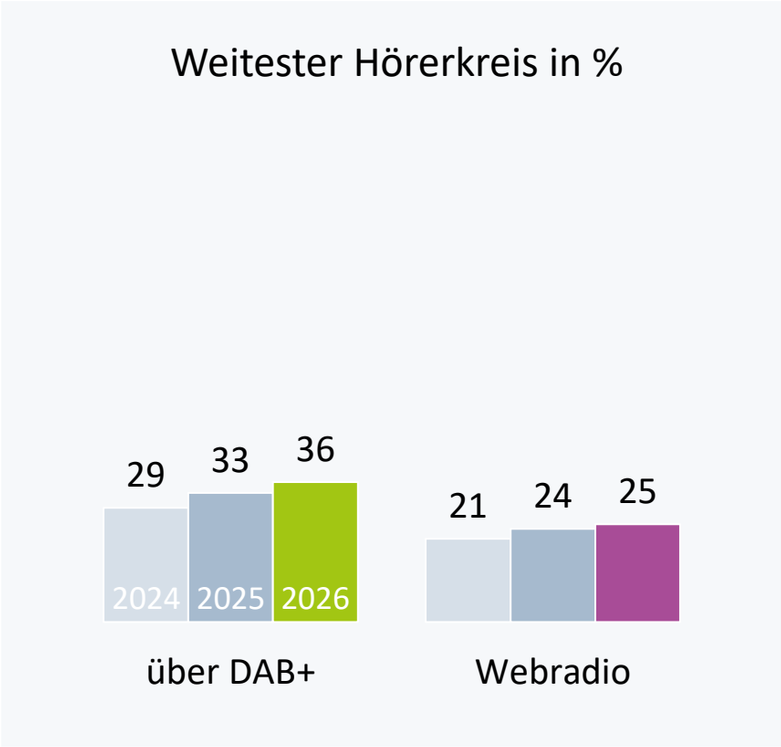


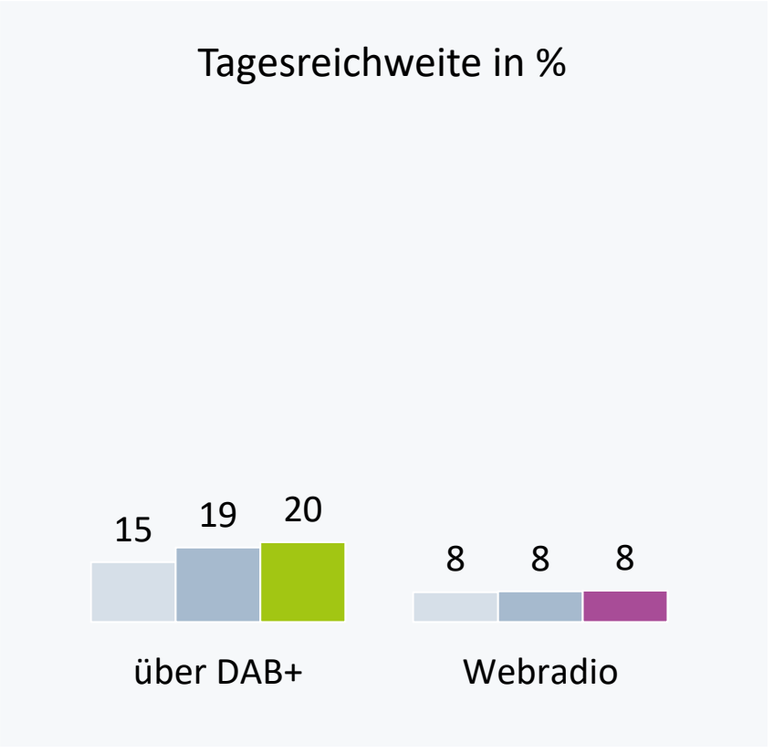
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht der Medienanstalten auf die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).
Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio., 2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

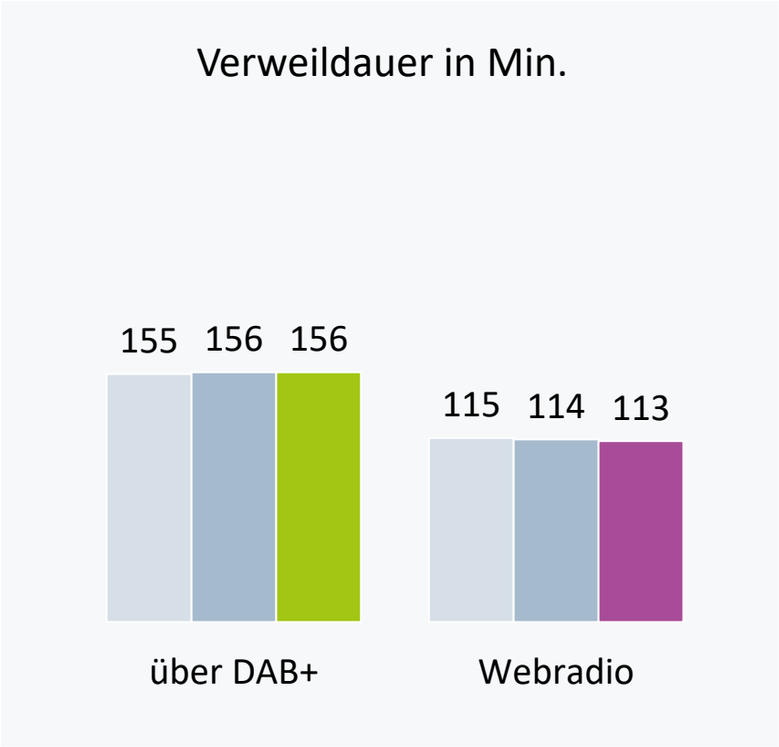
Radio über DAB+, Webradio im Trend | in %, Min.

die medienanstalten

Vor allem DAB+-Reichweite wächst deutlich: Weitester Hörerkreis legt um 3 Punkte und Tagereichweite um einen Punkt zu.





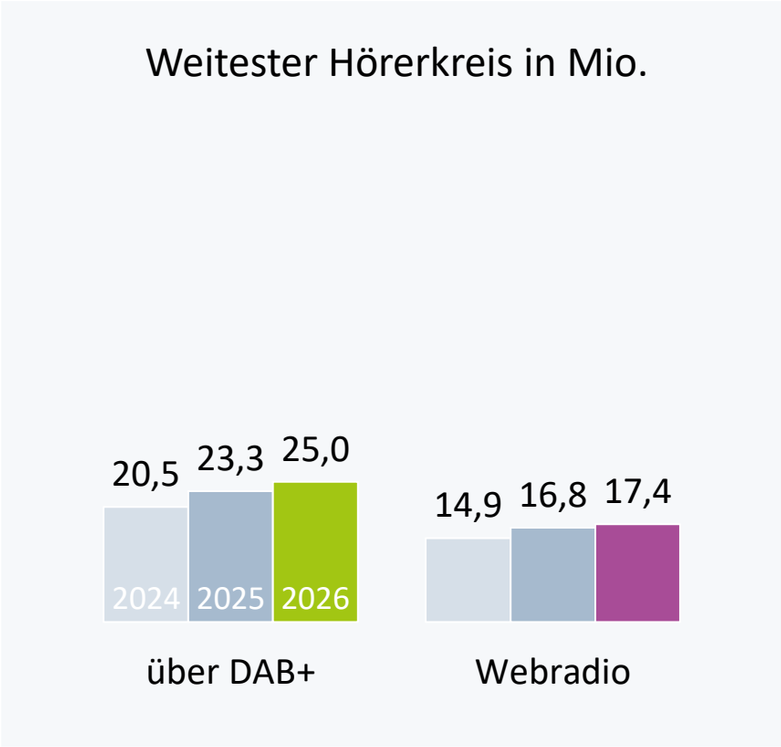


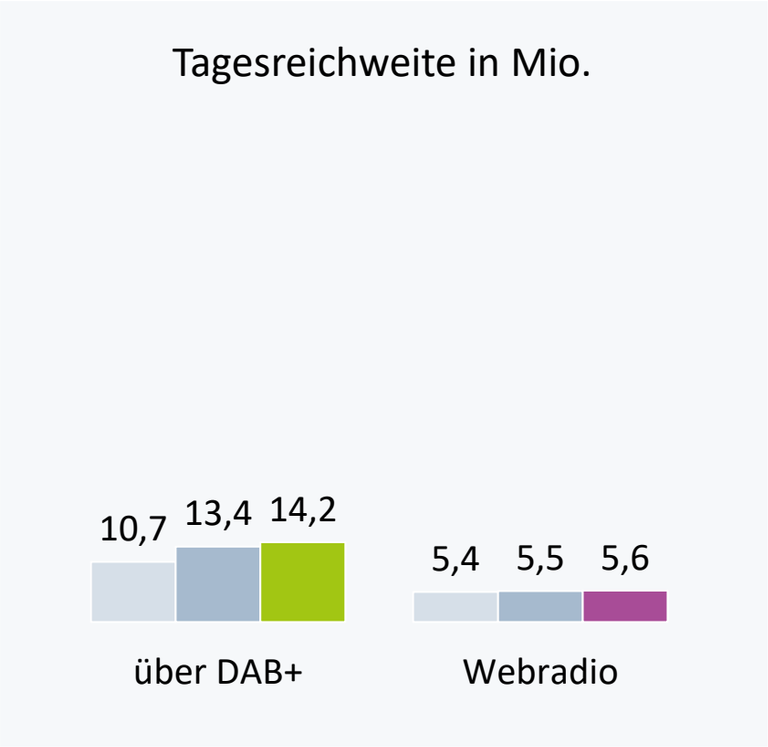
Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio., 2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

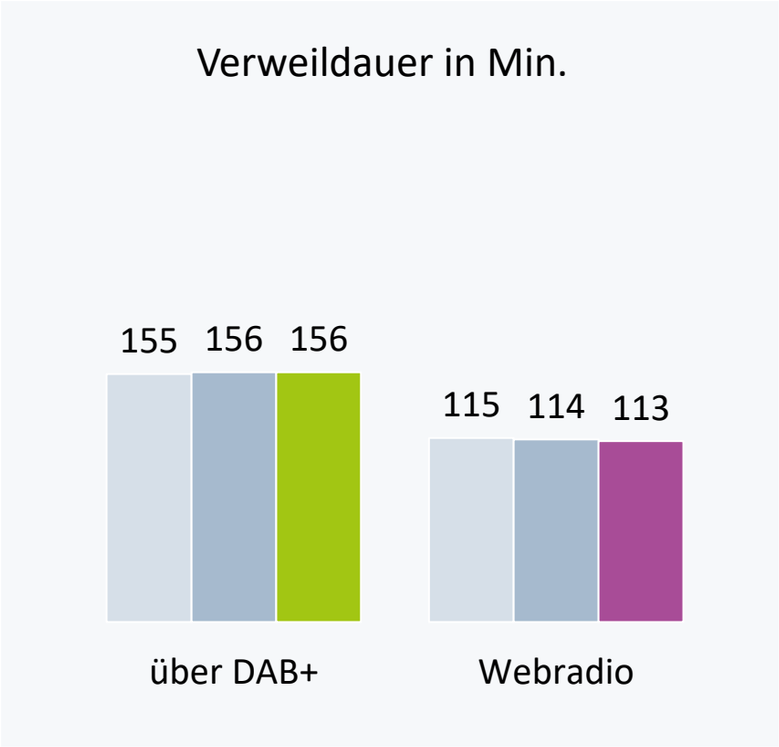
Radio über DAB+, Webradio im Trend | in Mio., Min.

die medienanstalten

Weiteste Hörerkreis steigt legt bei DAB+ und bei Webradio zu. Tagesreichweite und Verweildauer bleiben stabil.





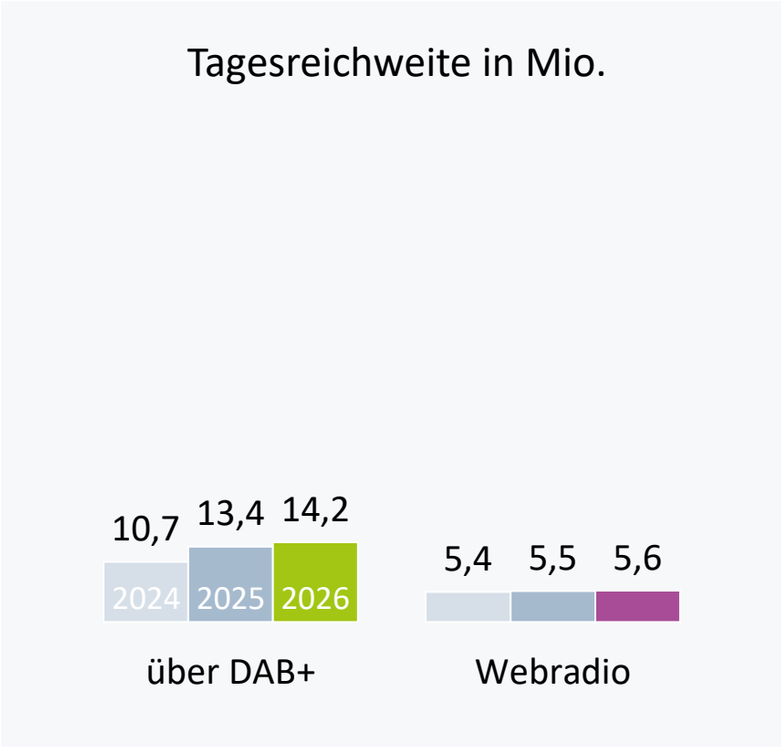


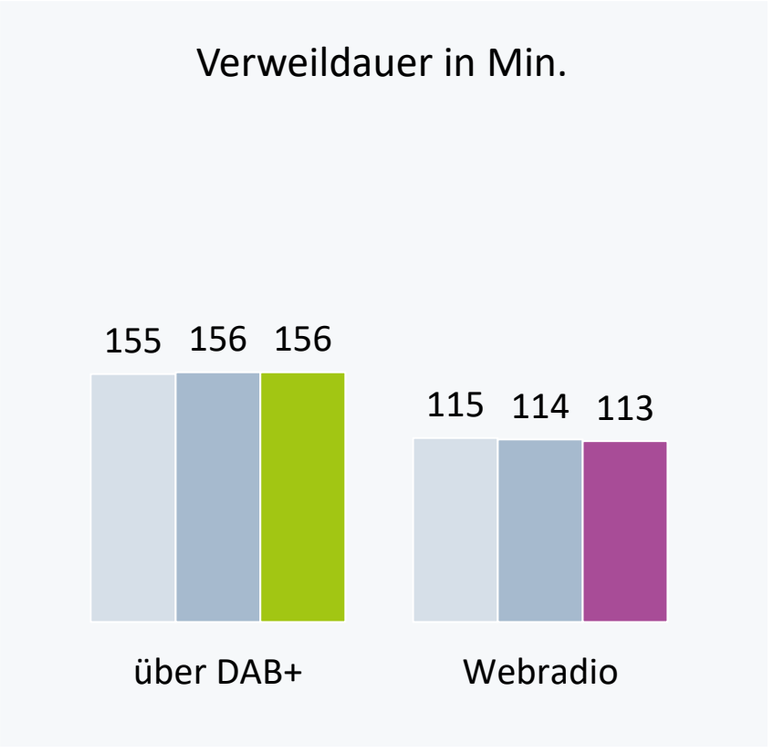
Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tageseichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio., 2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

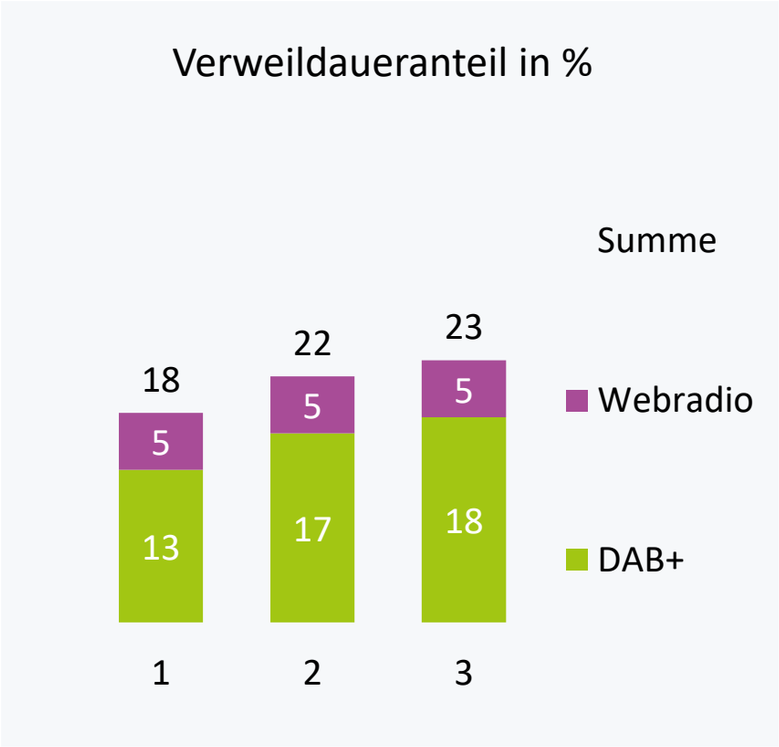
Verweildaueranteil DAB+, Webradio im Trend

die medienanstalten

Der Zuwachs der Tagesreichweite bei DAB+ treibt den Nutzungsanteil leicht nach oben. Zusammen mit Webradio entfällt fast ein Viertel der Radionutzung auf die beiden digitalen Übertragungswege.





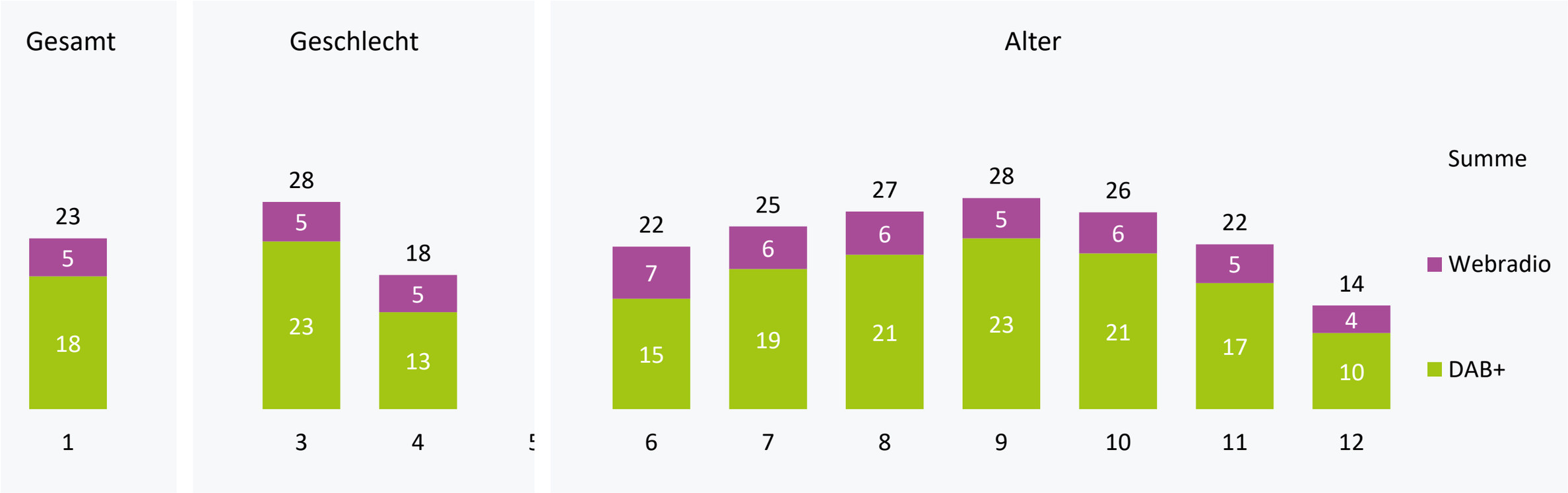


Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag; Verweildaueranteil (Mo-So) = Anteil an der Radionutzung insgesamt; Rundungsdifferenzen möglich
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio., 2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

Verweildaueranteil DAB+, Webradio 2026

Geschlecht und Alter

Männer und 20- 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 (2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

AUDIO TRENDS 2026

die medienanstalten

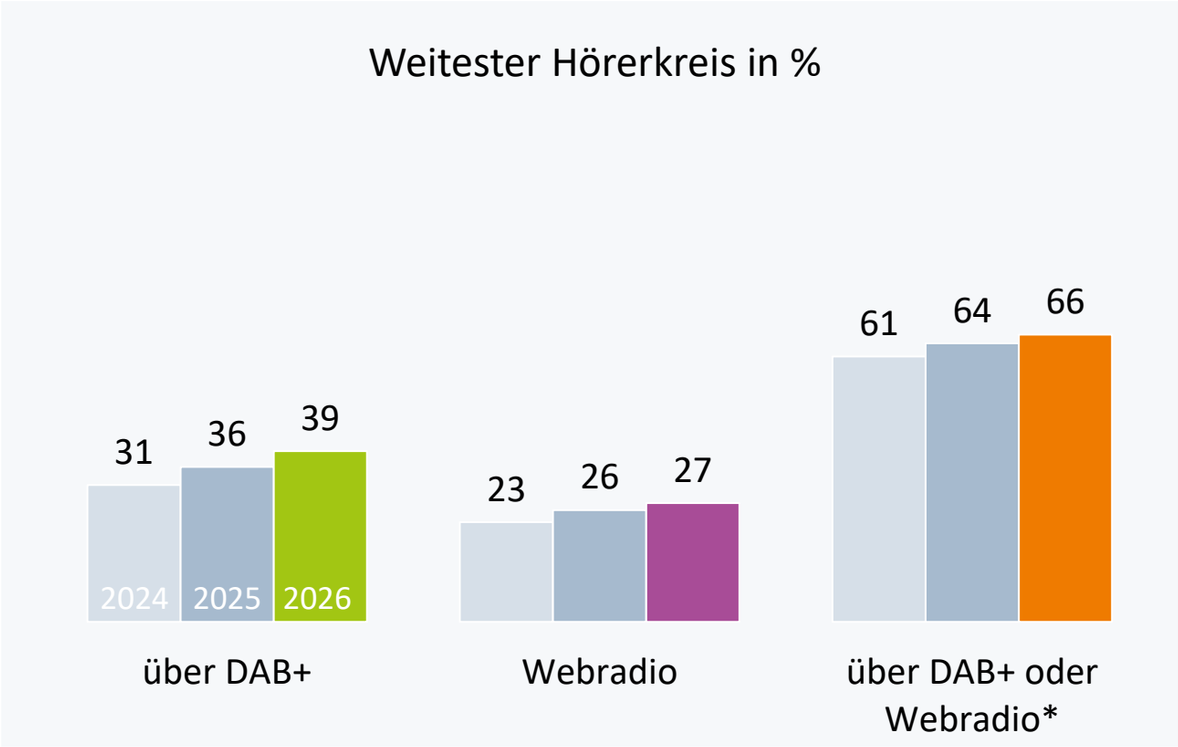
2 Radionutzung über DAB+ und Webradio im Detail

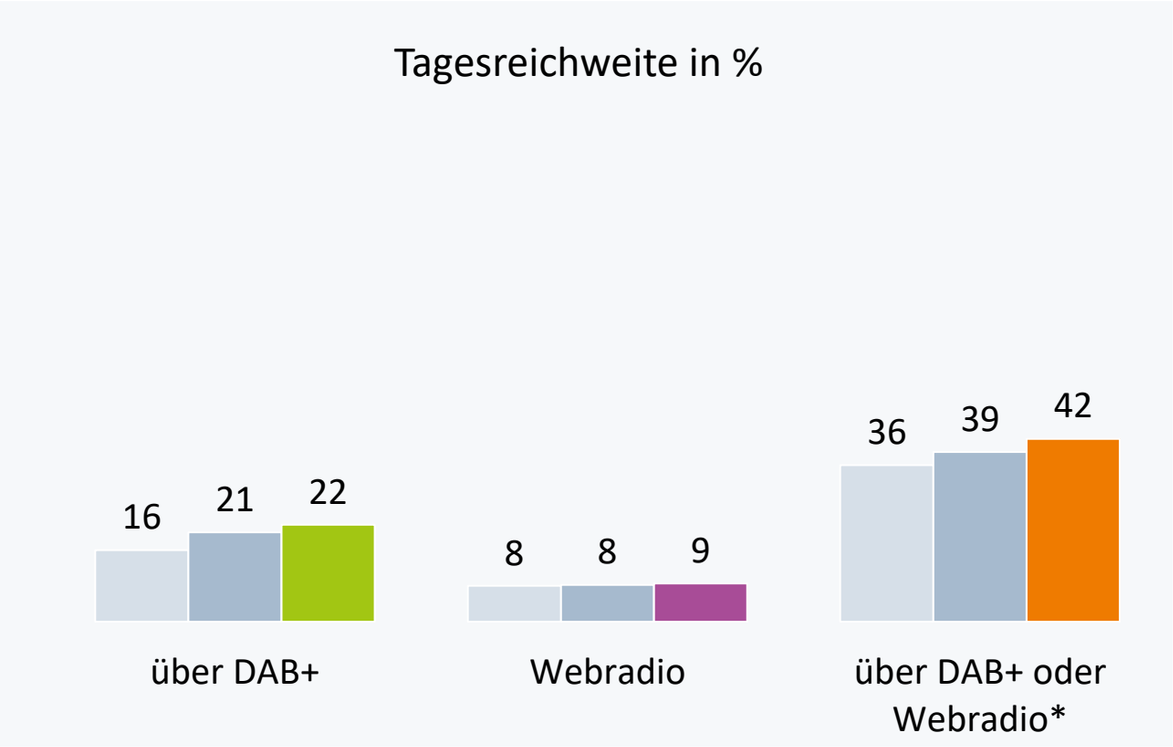
Basis Weitester Hörerkreis

Digitale Radionutzung im Trend

Basis: weitester Hörerkreis

Zwei Drittel geben an, DAB+ oder Webradio in den letzten 4 Wochen genutzt zu haben, 42 % sogar am Vortag.



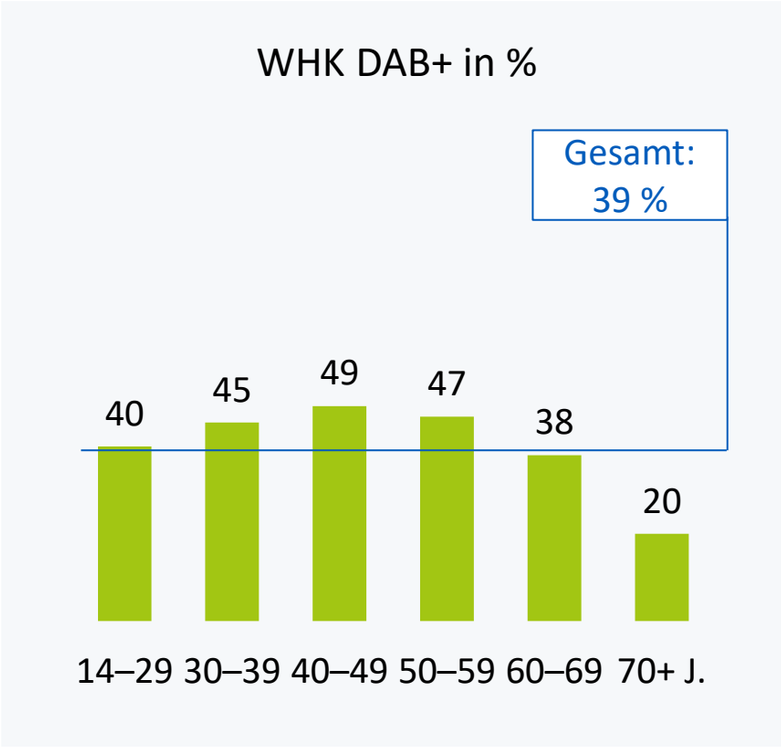


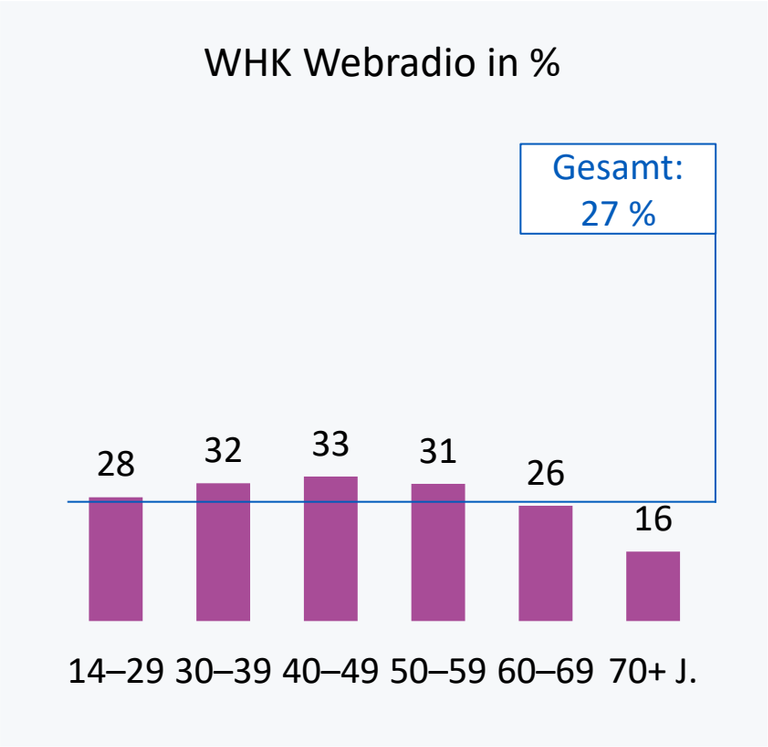
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht der Medienanstalten auf die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).
Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; *Bislang weist 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., 2026: 63,755 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

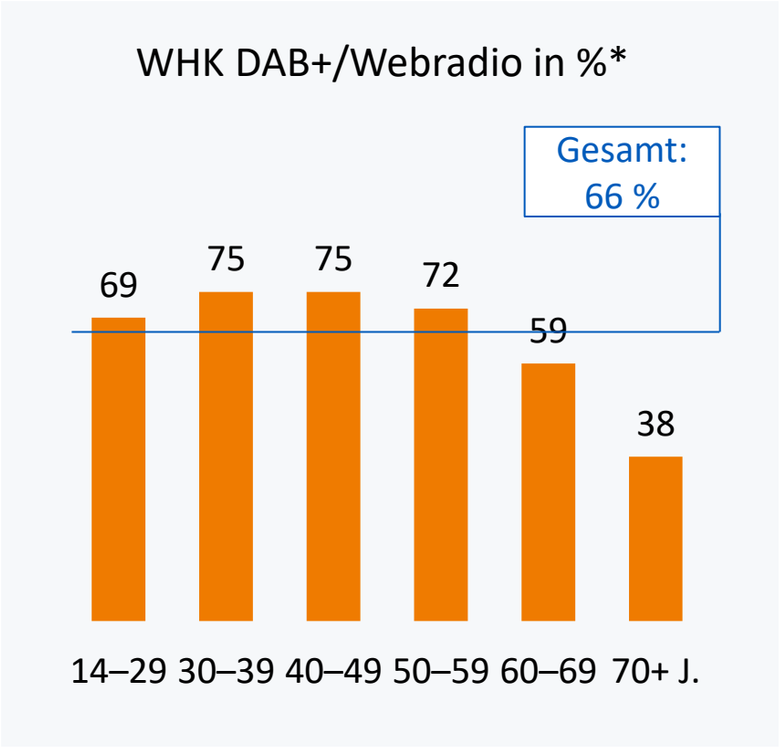
Digitale Radionutzung 2026 nach Alter

Basis: weitester Hörerkreis

Besonders die mittleren Altersgruppen liegen über dem Digital-Schnitt





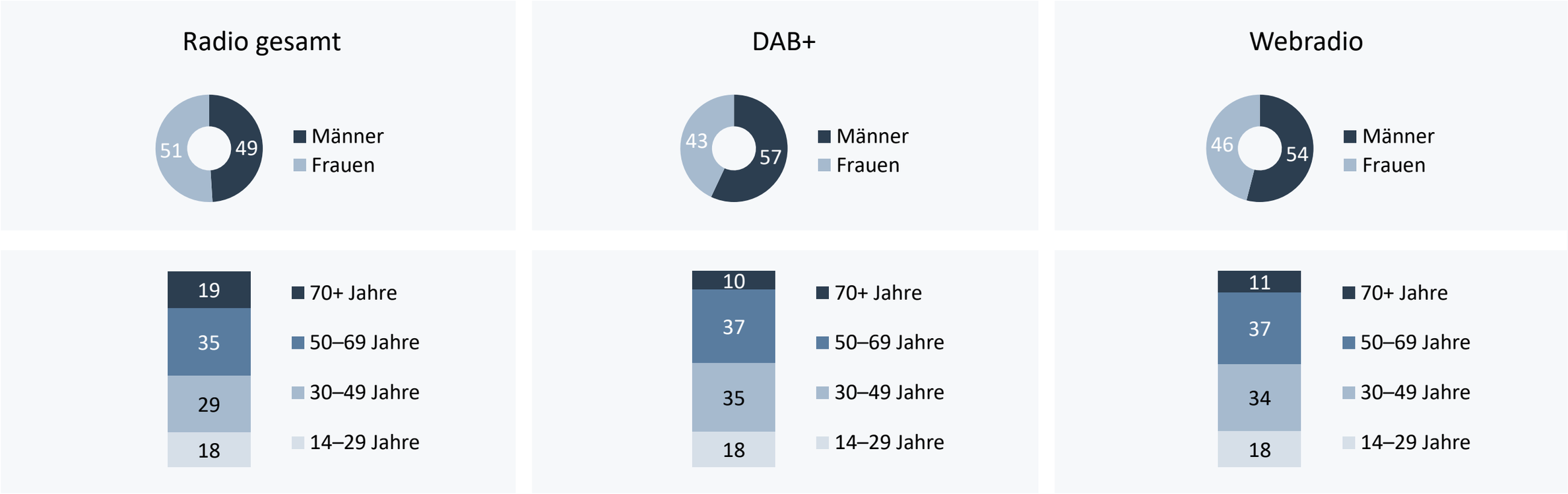


Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht der Medienanstalten auf die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).
Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; *Bislang weist die ma Audio keinen Nettowert für die Radionutzung 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 (2026: 63,755 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

WHK Radio gesamt, DAB+, Webradio

Basis: weitester Hörerkreis

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

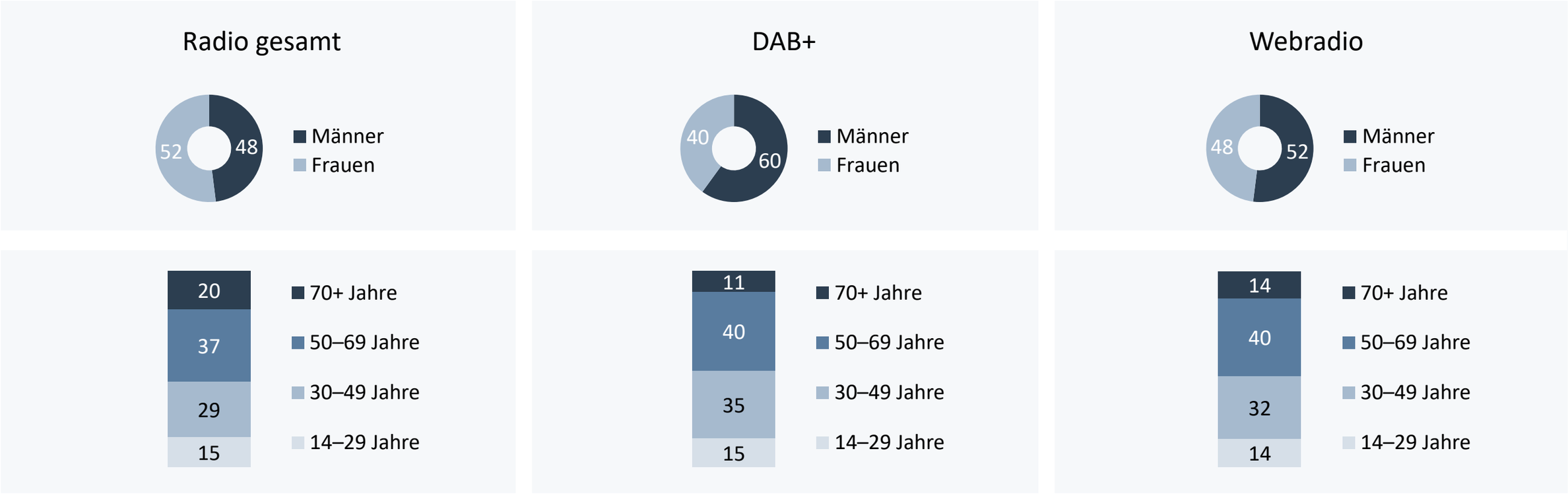


Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen auf linearem Wege Radio gesamt (63,755 Mio.), über DAB+ (24,959 Mio.), über Webradio (17,425 Mio.) gehört haben;
Quelle: ma 2026 Audio II

Tagesreichweite Radio gesamt, DAB+, Webradio

die medienanstalten

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



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 an einem Durchschnittstag Mo-So lineares Radio gesamt (50,368 Mio.), über DAB+ (14,160 Mio.), über Webradio (5,628 Mio.) gehört haben;
Quelle: ma 2026 Audio II

AUDIO TRENDS 2026

die medienanstalten

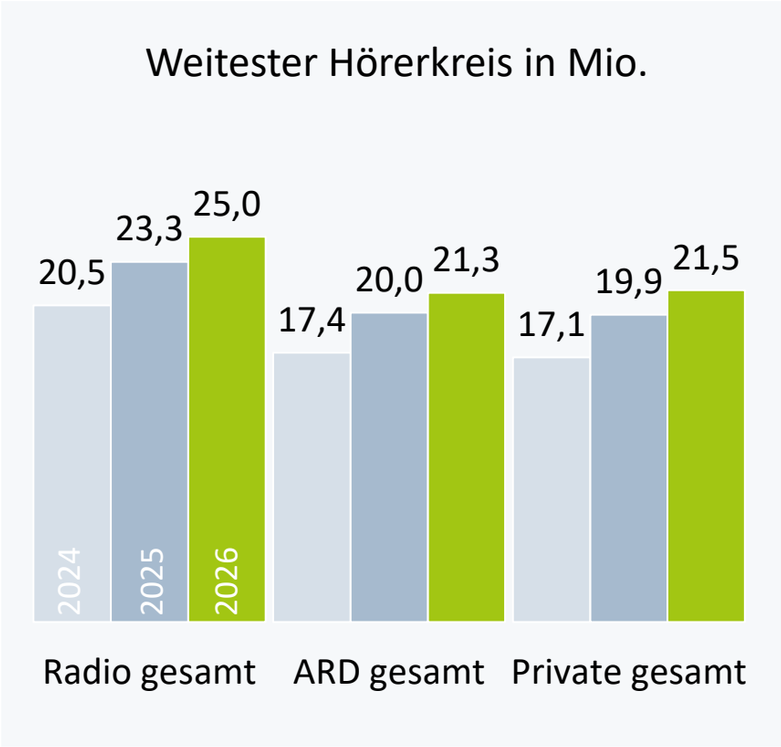
2 Radionutzung über DAB+ und Webradio im Detail

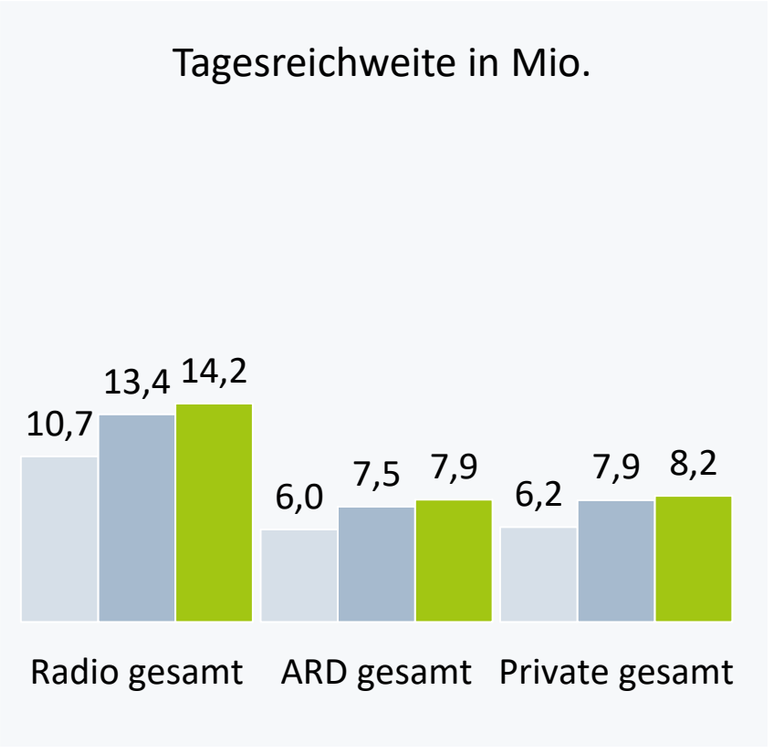
Radio gesamt, Sender der ARD, Private im Vergleich

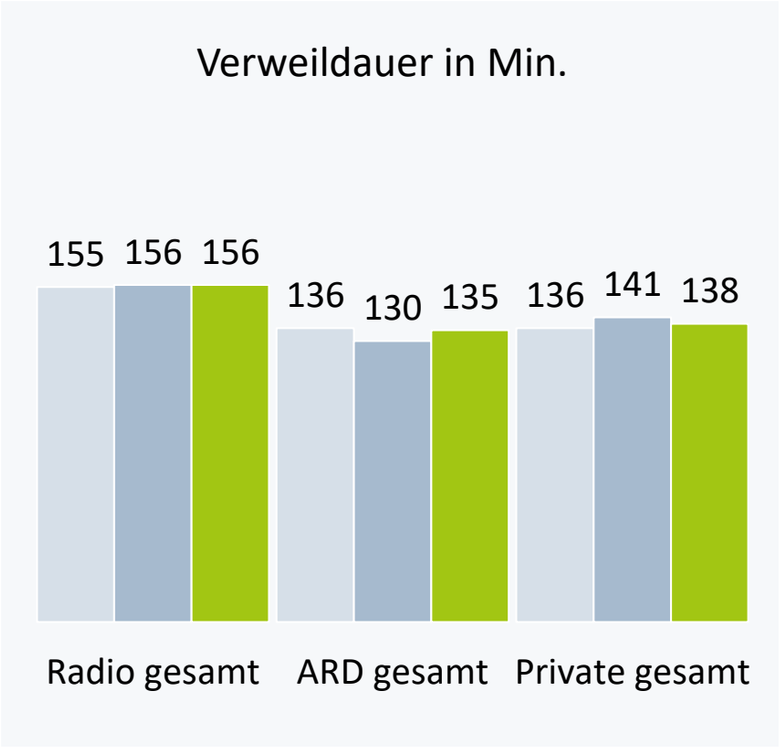
DAB+ im Trend: Radio gesamt, ARD, Private

die medienanstalten

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





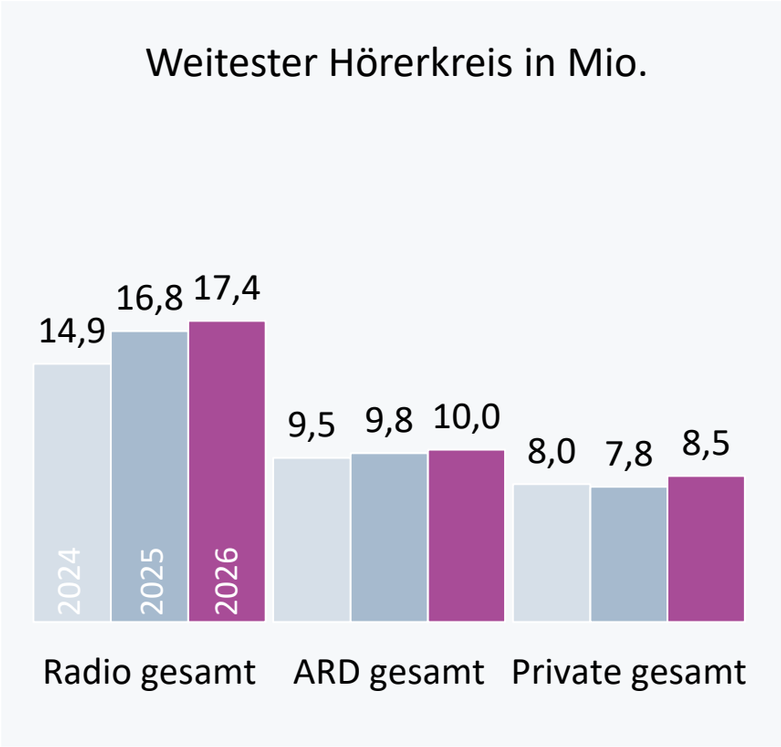


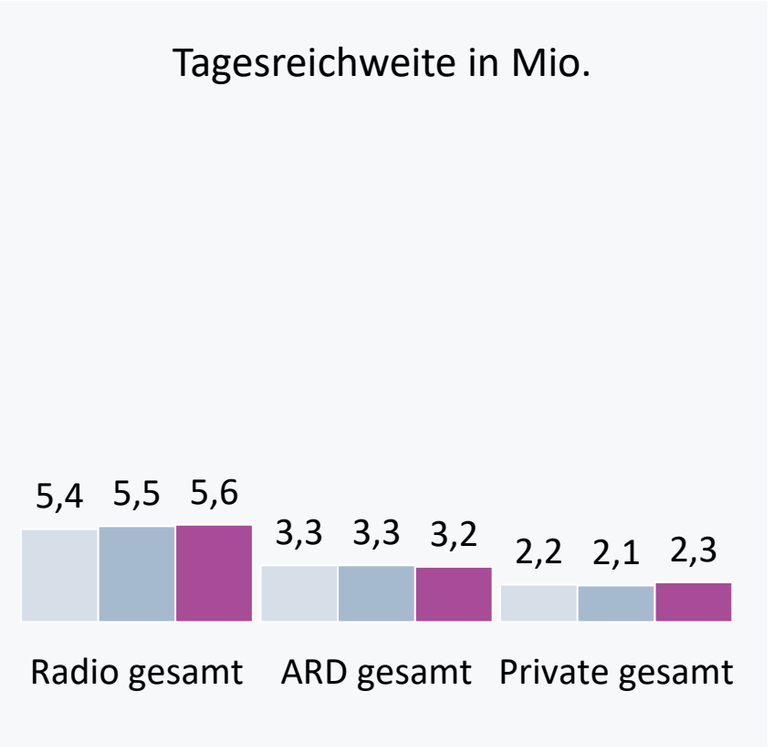
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).
Angaben in Mio.; Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio., 2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

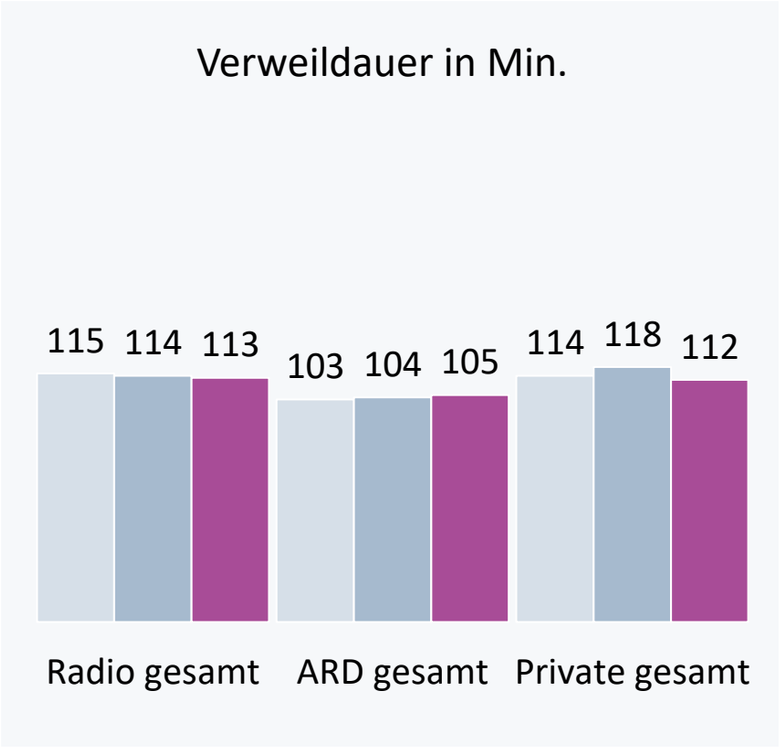
Webradio im Trend: Radio gesamt, ARD, Private

die medienanstalten

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





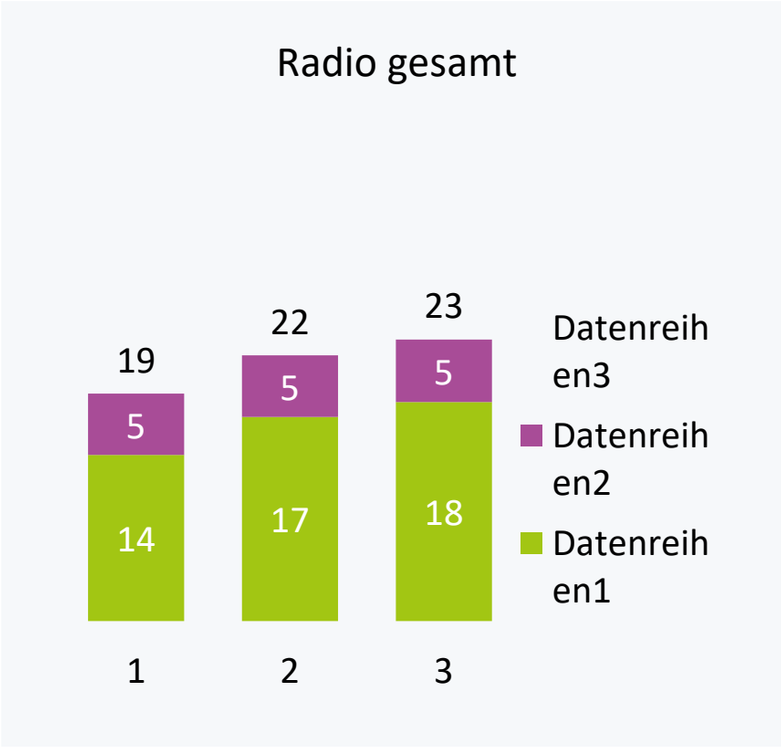


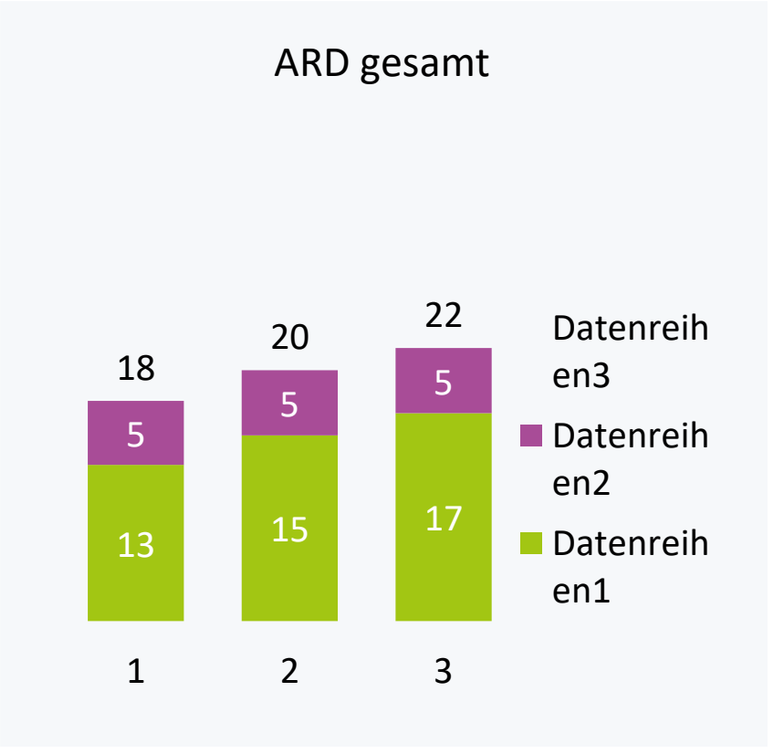
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).
Weitester Hörerkreis (WHK) = in den letzten 4 Wochen gehört; Tagesreichweite (TRW) = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; Verweildauer (VD) = Verweildauer Montag bis Sonntag;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio., 2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

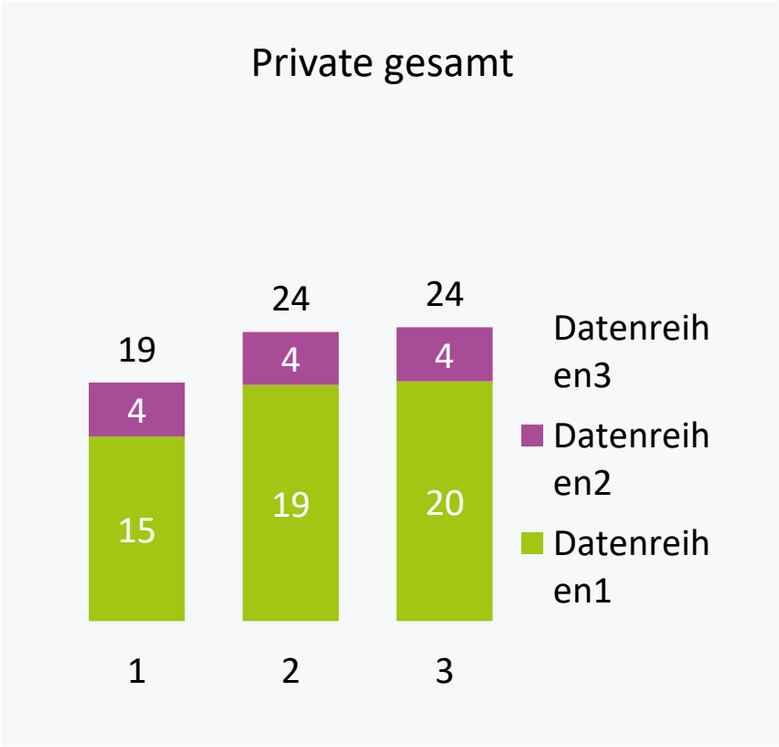
Verweildaueranteile im Trend: Radio gesamt, ARD, Private

die medienanstalten

Die Nutzungsanteile steigen bei ARD um 2 Prozent. Bei den Privaten bleibt der Verweildaueranteil stabil.





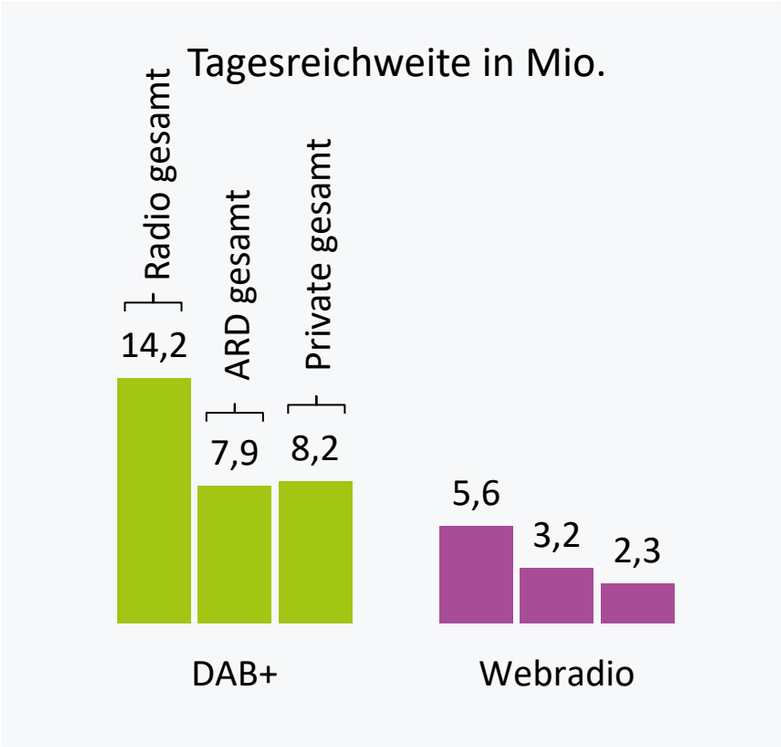


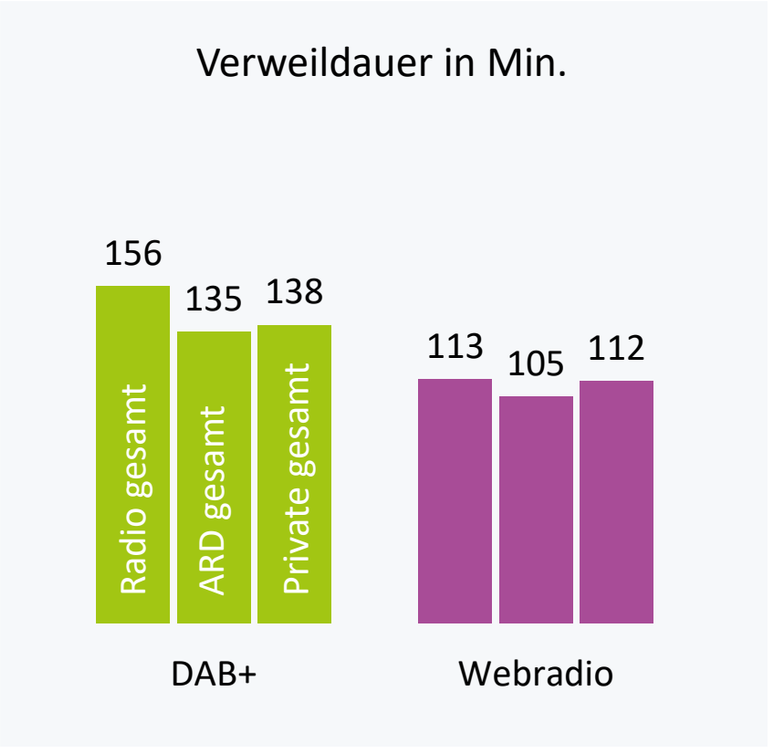
Radio gesamt bezieht sich im Sonderbericht auf der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote).
Verweildaueranteil (Montag bis Sonntag) = Anteil an der Radionutzung insgesamt; Rundungsdifferenzen möglich
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio., 2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

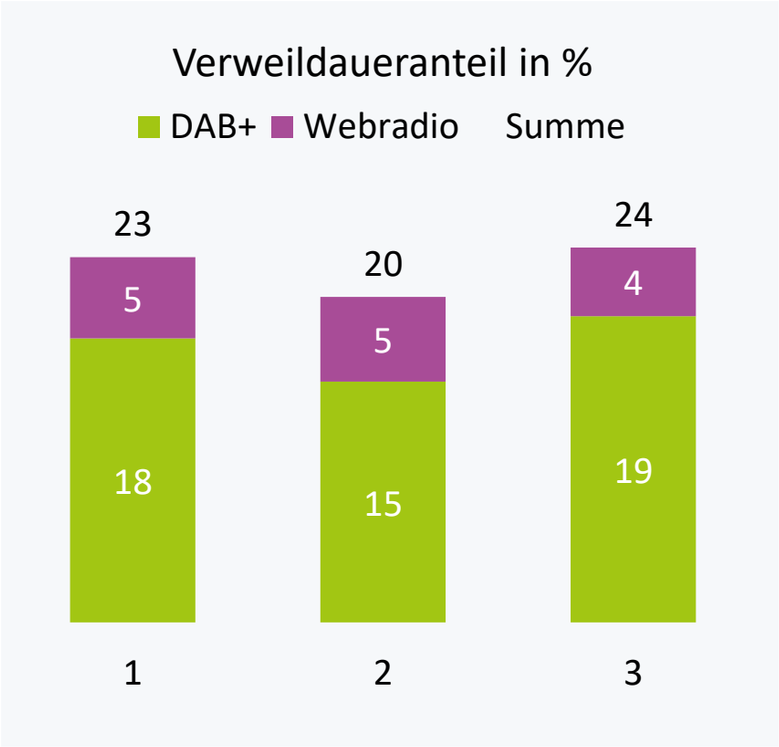
Verweildaueranteile 2026: Radio gesamt, ARD, Private

die medienanstalten

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 (2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

AUDIO TRENDS 2026

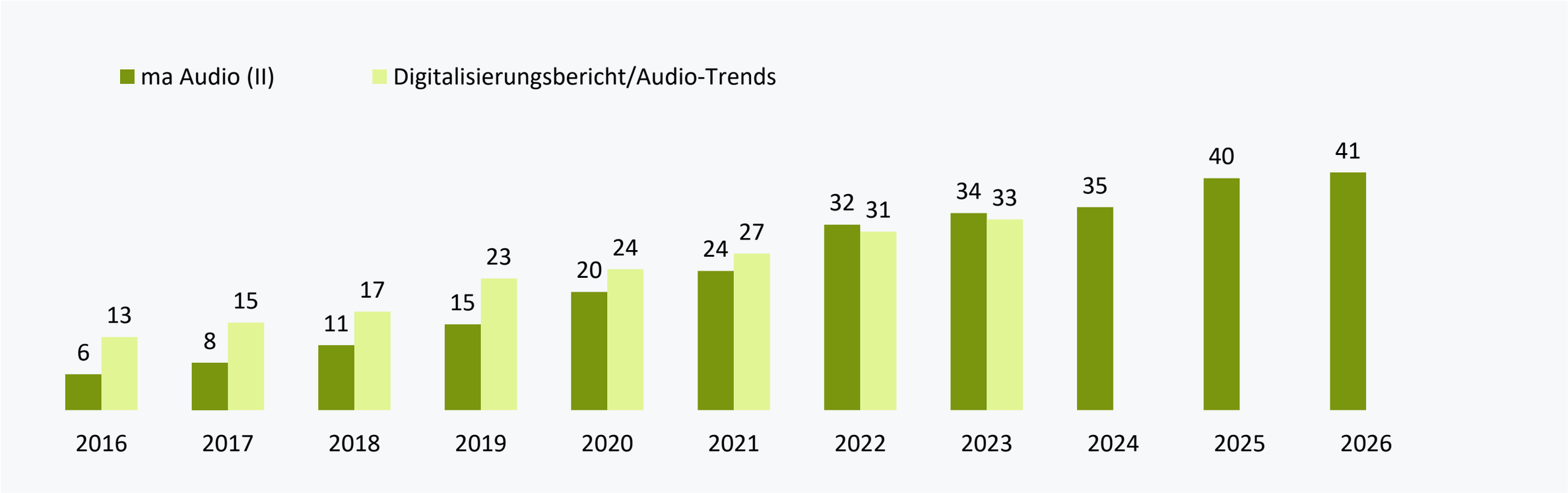
die medienanstalten

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.



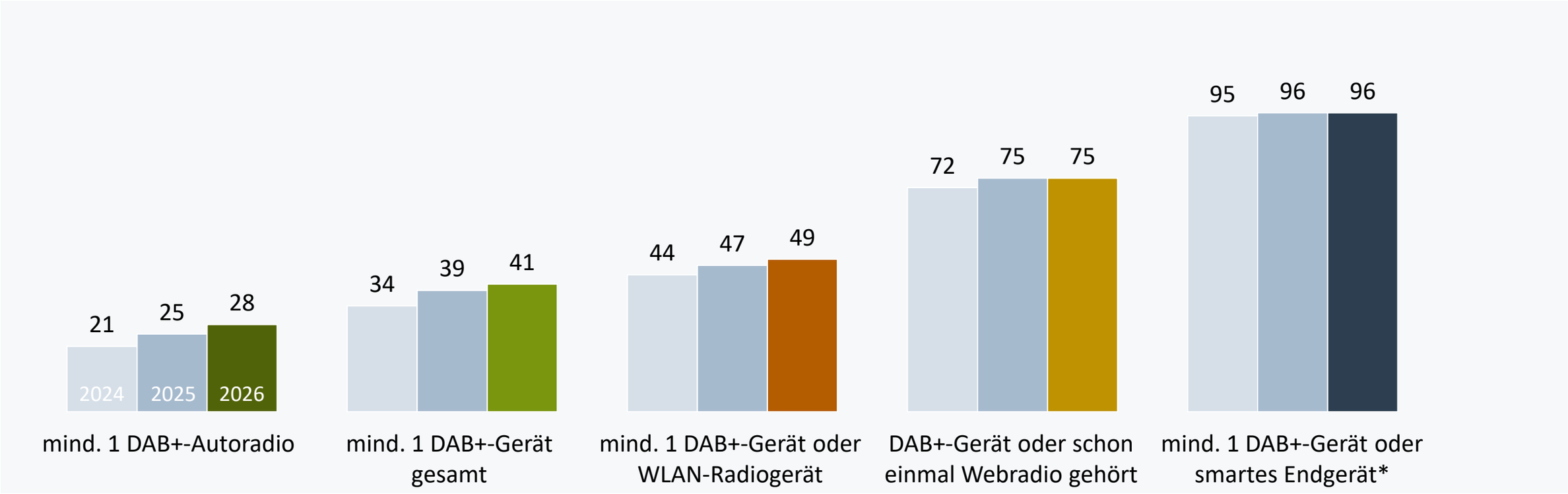
Angaben in Prozent

Basis (2026): 40,907 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).

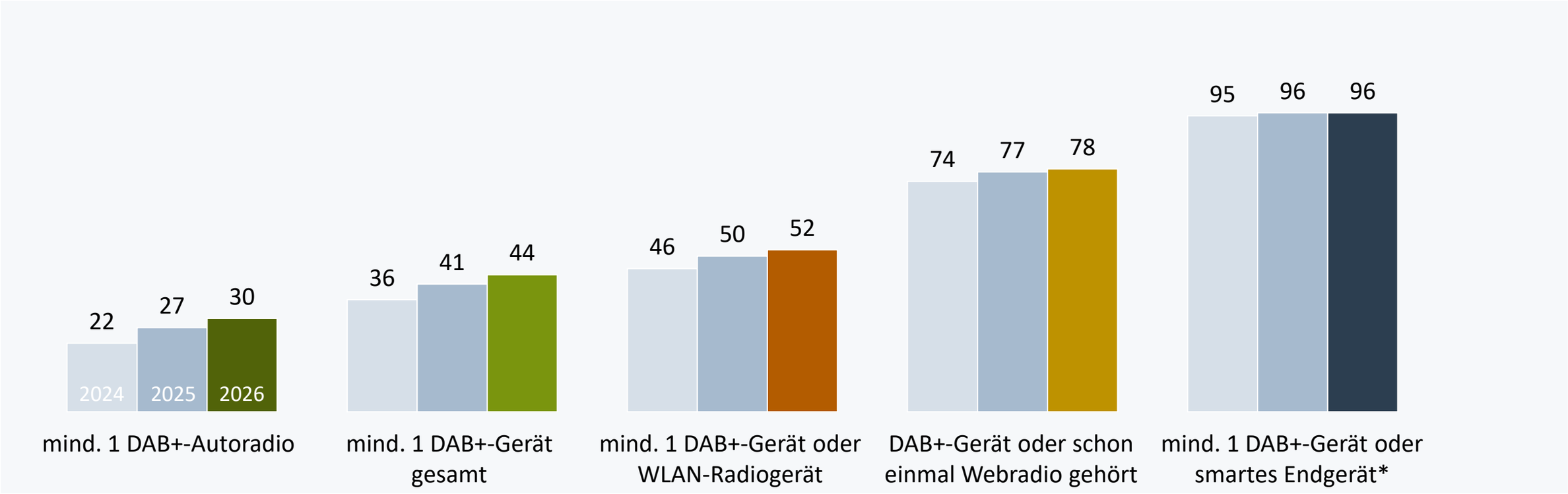


Angaben in Prozent; *Besitz stationärer PC oder Laptop/Notebook oder Tablet oder Smartphone;
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2024: 70,483 Mio., 2025: 71,001 Mio., 2026: 70,026 Mio.);
Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

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., 2026: 63,755 Mio.);
Quelle: ma 2024 Audio II, ma 2025 Audio II, ma 2026 Audio II

AUDIO TRENDS 2026

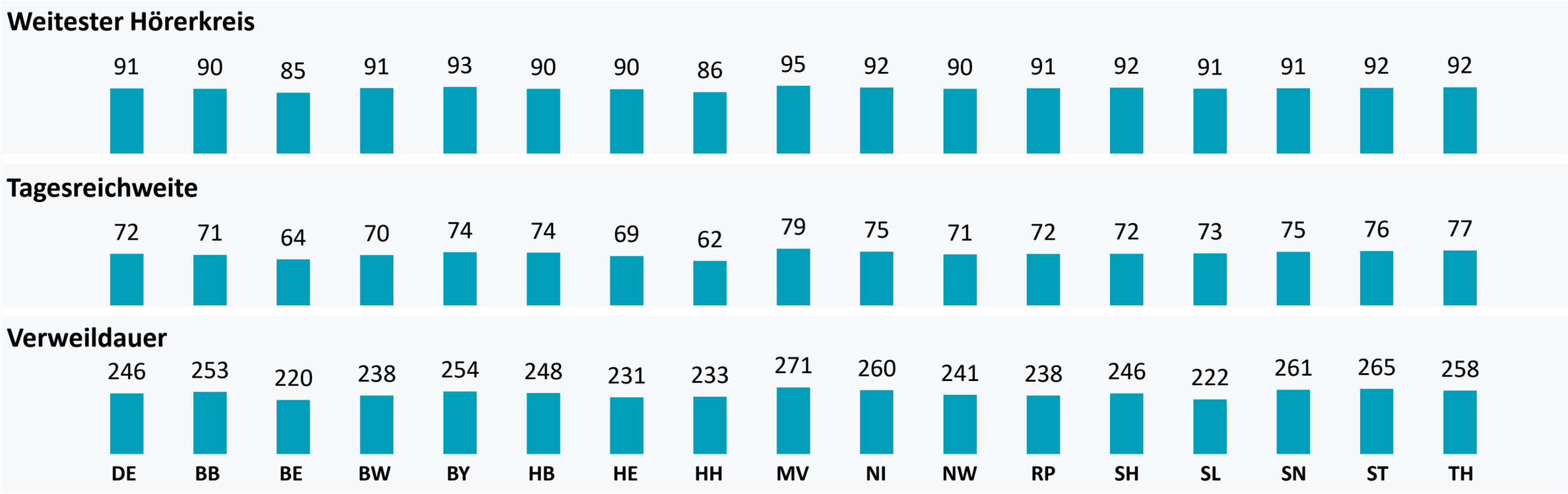
die medienanstalten

4 Bundesländervergleich

Radio gesamt: WHK, Tagesreichweite, Verweildauer 2026

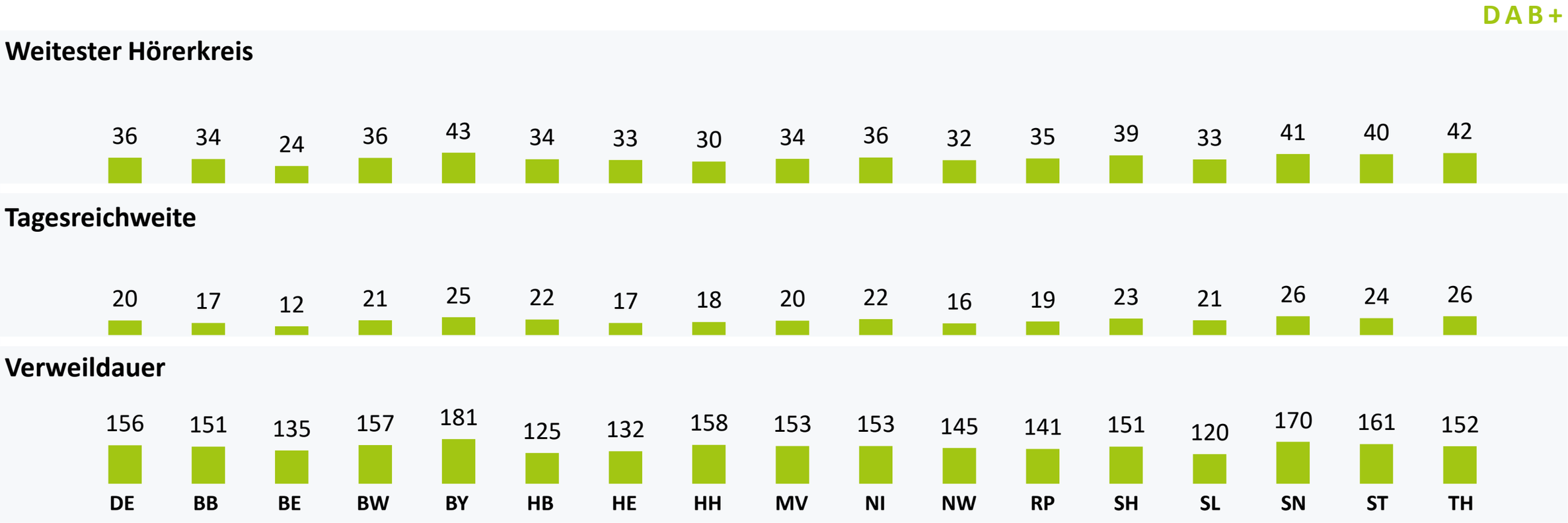
die medienanstalten

RADIO GESAMT



Angaben in Prozent bzw. Minuten; Radio gesamt umfasst im Sonderbericht 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 (2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

DAB+: WHK, Tagesreichweite, Verweildauer 2026

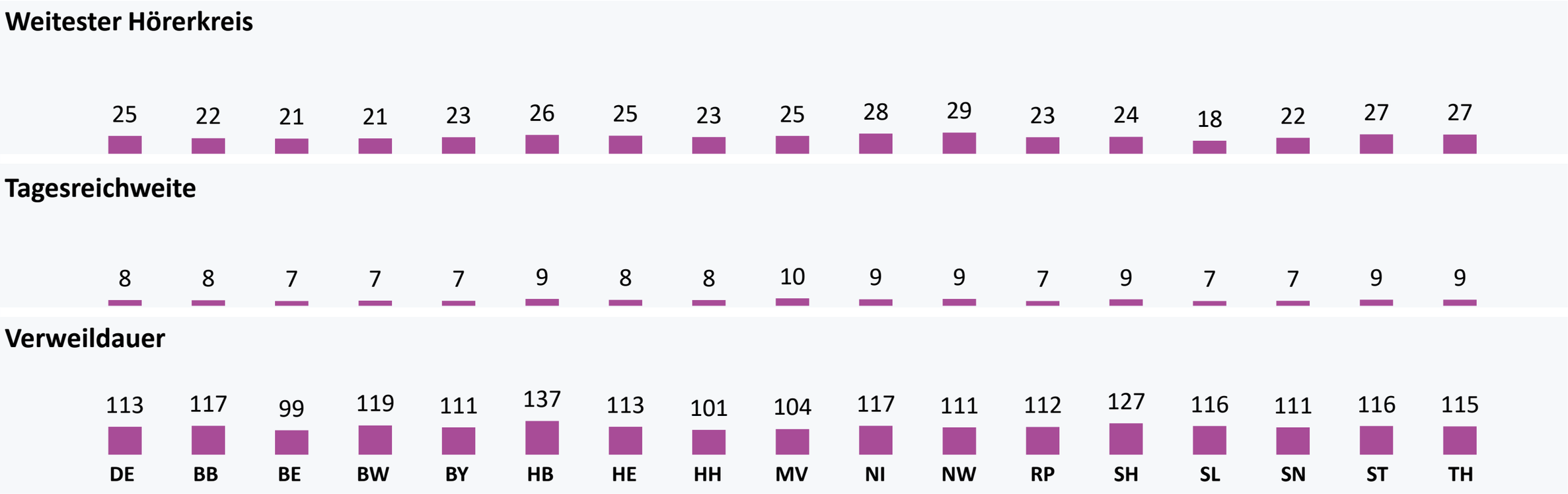


Angaben in Prozent bzw. Minuten; Radio gesamt umfasst im Sonderbericht der Medienanstalten die lineare Radionutzung gesamt (klassische Radioangebote unabhängig vom Empfangsweg und Web-only-Angebote). WHK = Weitester Hörerkreis = in den letzten 4 Wochen gehört; TRW = Tagesreichweite Montag bis Sonntag; VD = Verweildauer Montag bis Sonntag in Min.
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

Webradio: WHK, Tagesreichweite, Verweildauer 2026

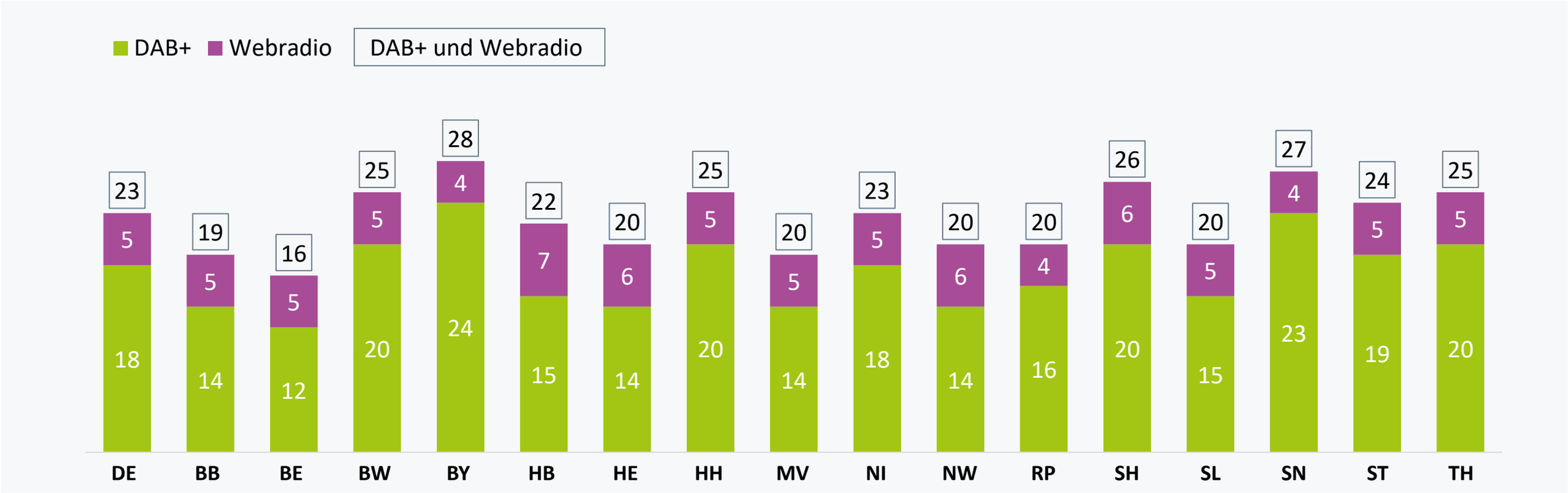
die medienanstalten

WEBRADIO



Angaben in Prozent bzw. Minuten; Radio gesamt umfasst im Sonderbericht 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 (2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

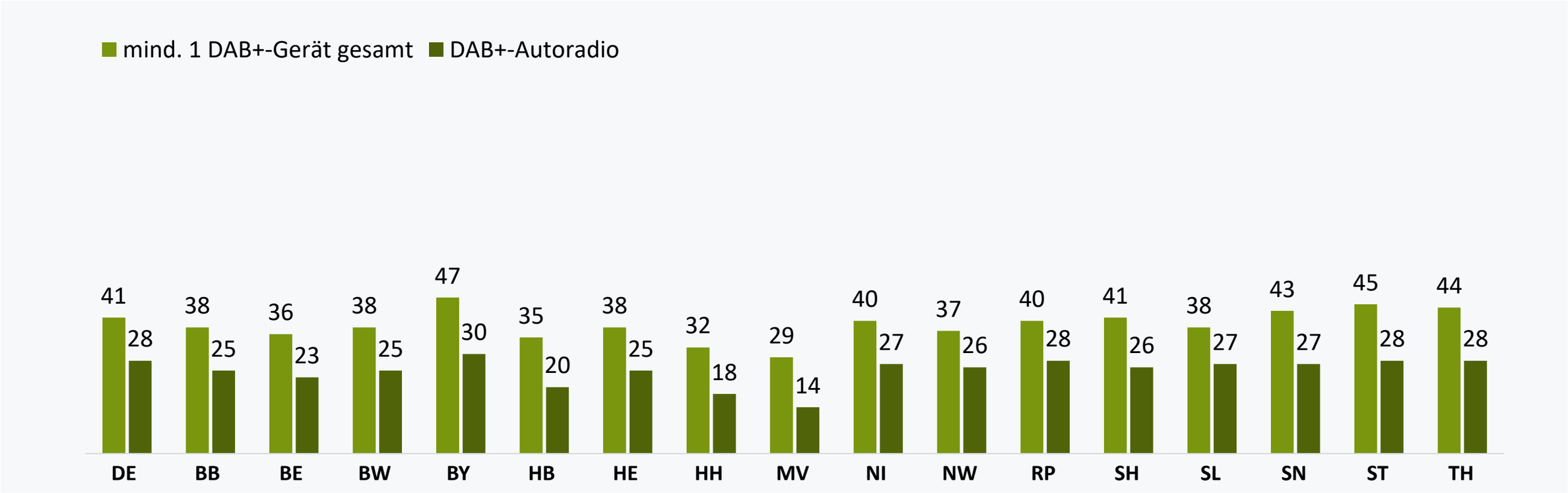
Verweildaueranteile DAB+ und Webradio 2026



Angaben in Prozent, Rundungsdifferenzen möglich
Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

Ausstattung mit DAB+ 2026

Basis: Haushalte

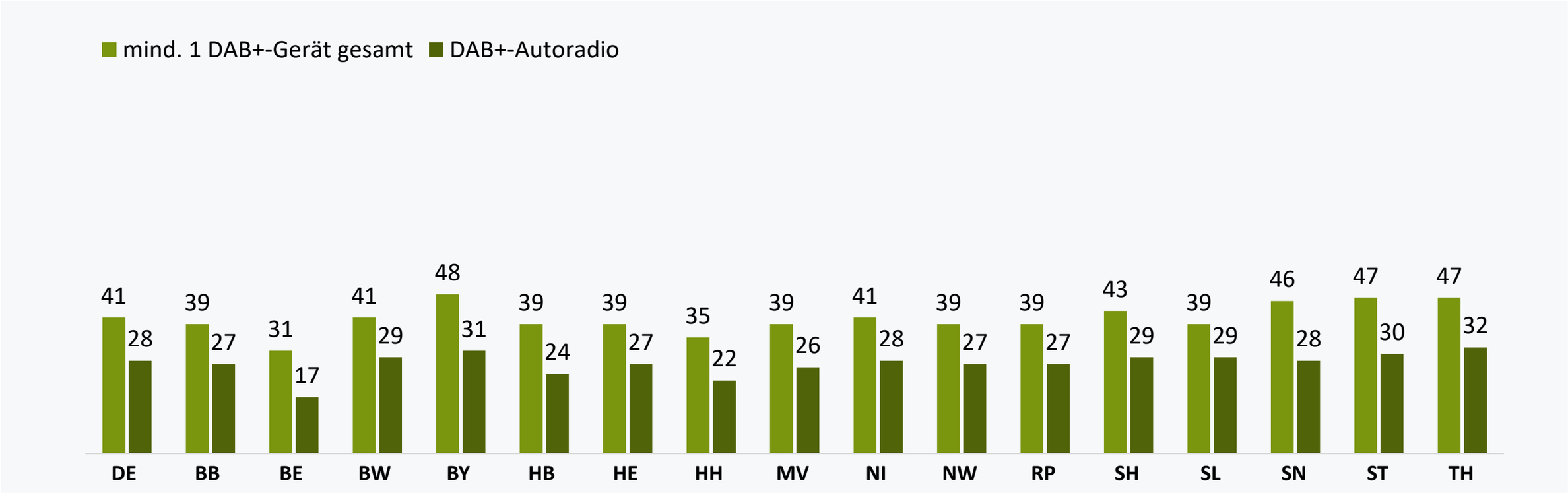


Angaben in Prozent

Basis: 40,907 Mio. Haushalte in Deutschland; Quelle: ma 2026 Audio II

Zugang zu DAB+ 2026

Basis: Personen ab 14 Jahren

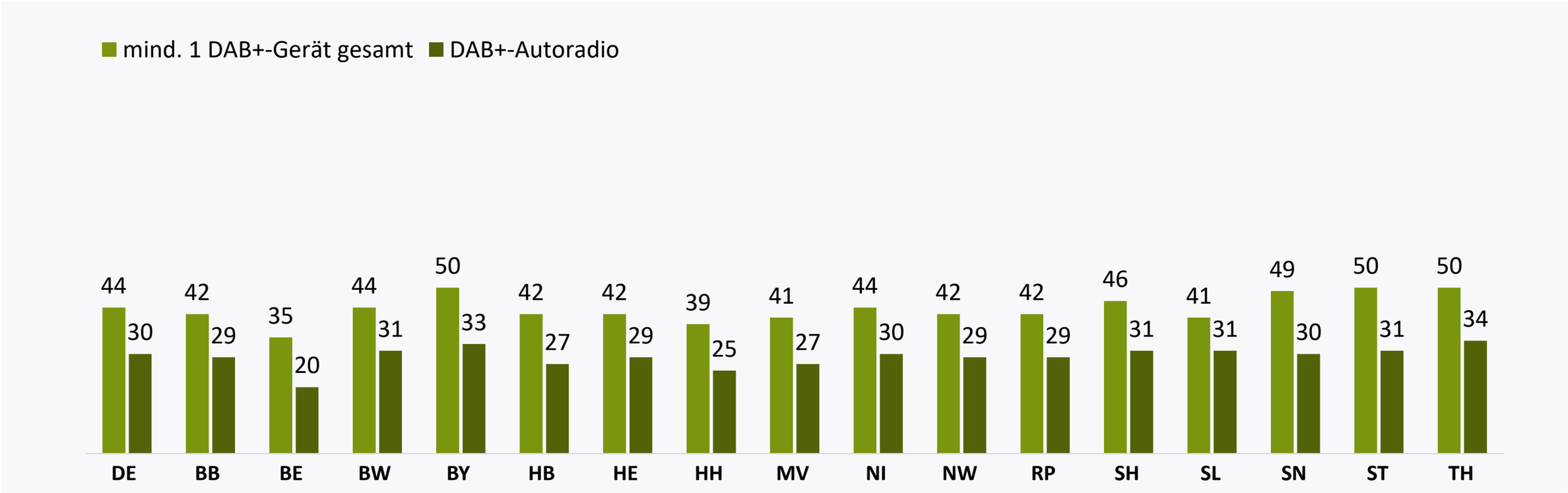


Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland (2026: 70,026 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

Zugang zu DAB+ 2026

Basis: Weitester Hörerkreis

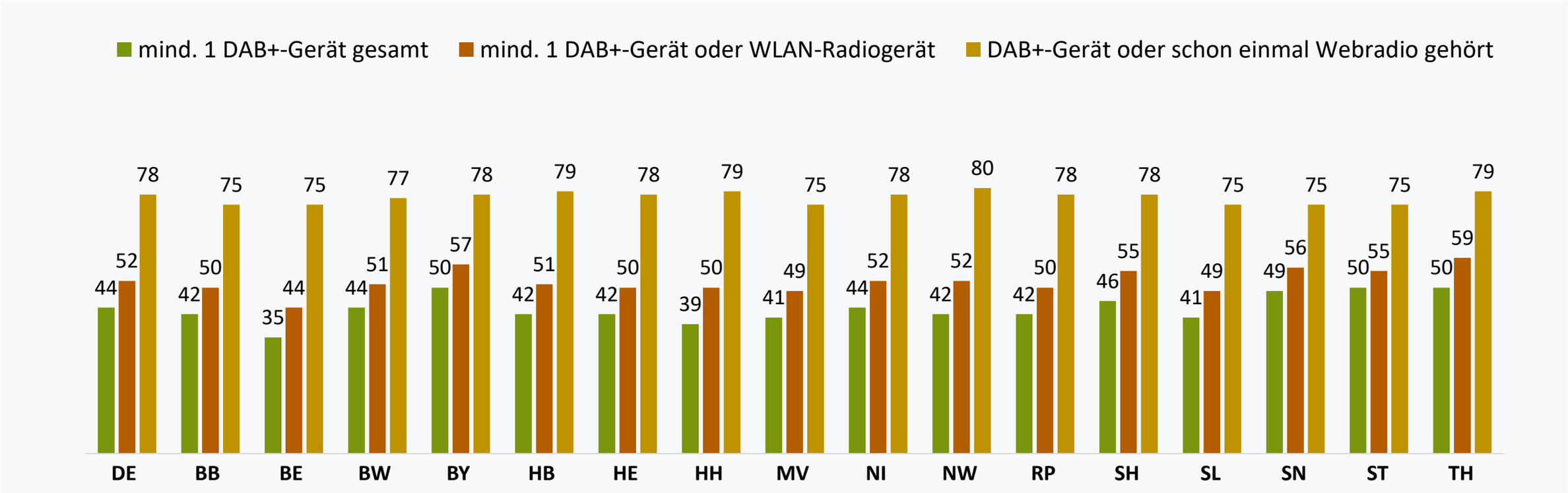


Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen lineares Radio gehört haben (2026: 63,755 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

Zugang zu digitalen Empfangsgeräten 2026

Basis: Weitester Hörerkreis



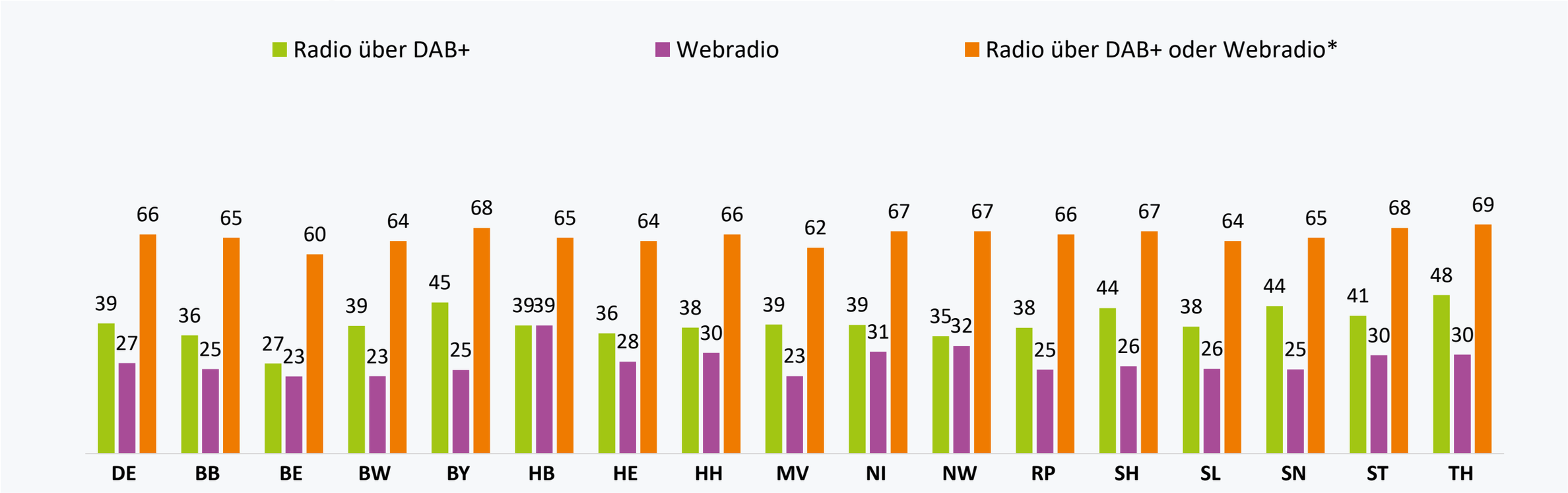
Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahren in Deutschland, die in den letzten 4 Wochen lineares Radio gehört haben (=WHK; 2026: 63,755 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

Nutzung DAB+, Webradio, DAB+/Webradio* 2026

Basis: Weitester Hörerkreis

In den letzten vier 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 lineares Radio gehört haben (=WHK; 2026: 63,755 Mio.); Quelle: ma 2026 Audio II

AUDIO TRENDS 2026

die medienanstalten

5 Methodik, Glossar, Abkürzungsverzeichnis

Methodik

die medienanstalten

Die Medienanstalten haben für die „Audio Trends 2026“ eine Sonderauswertung der ma 2026 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.

Digitale Radionutzung in der ma Audio – Status quo

die medienanstalten

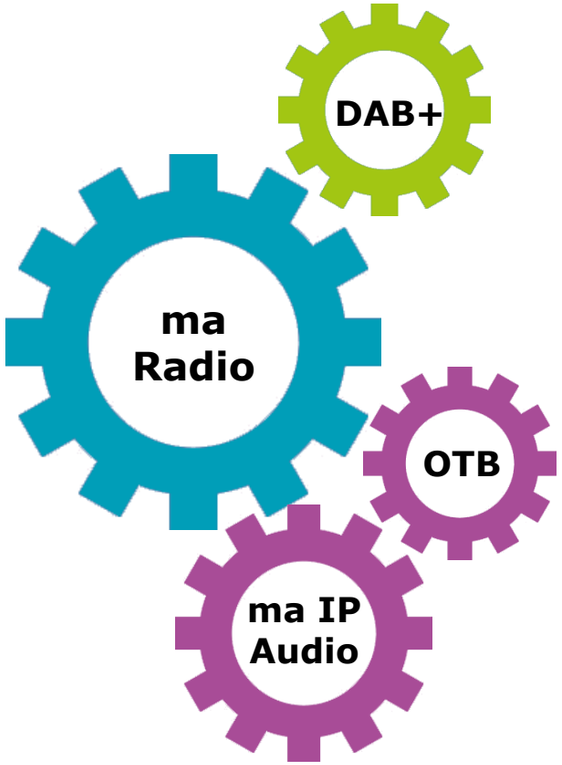
Ziele

- 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

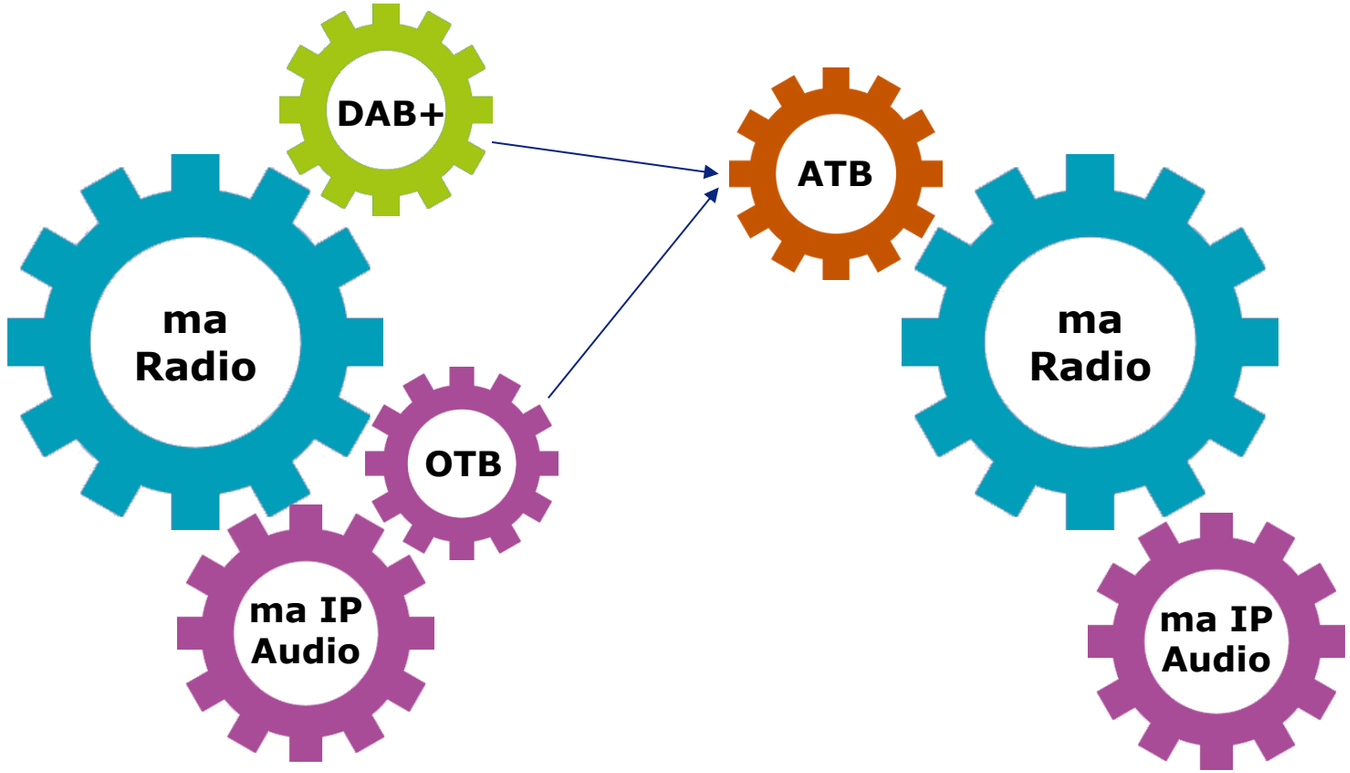
ma Audio: 4 Module



Digitale Radionutzung in der ma Audio – Ausblick

die medienanstalten

ma Audio bis 2023



seit 2023: Vollintegration

Ausblick

- ✓ DAB+
- ✓ Webradio
- Kabel/SAT
- UKW
- Netto digitale Radionutzung

Glossar

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 2026 Audio II**	**ma 2024 Audio II**	**ma 2025 Audio II**	**ma 2026 Audio II**	**ma 2024 Audio II**	**ma 2025 Audio II**	**ma 2026 Audio II**	**ma 2024 Audio II**	**ma 2025 Audio II**	**ma 2026 Audio II**
Deutschland gesamt	DE	66.159	66.337	66.885	70,483	71,001	70,026	62.327	62.241	62.124	65,238	65,553	63,755
Brandenburg	BB	3.259	3.287	3.760	2,199	2,201	2,176	3.099	3.109	3.518	2,058	2,074	1,964
Berlin	BE	4.562	4.517	4.358	3,072	3,126	3,039	4.167	4.046	3.830	2,697	2,674	2,580
Baden-Württemberg	BW	12.896	12.793	12.772	9,404	9,473	9,372	12.118	12.046	11.893	8,654	8,68	8,570
Bayern	BY	7.302	7.256	7.136	11,195	11,295	11,112	6.937	6.844	6.726	10,541	10,619	10,332
Bremen	HB	1.579	1.503	1.493	0,557	0,565	0,573	1.486	1.405	1.410	0,514	0,509	0,518
Hessen	HE	3.264	3.225	3.165	5,287	5,343	5,222	3.032	3.002	2.905	4,856	4,866	4,692
Hamburg	HH	1.622	2.024	2.076	1,544	1,572	1,535	1.487	1.803	1.837	1,355	1,35	1,318
Mecklenburg-Vorpommern	MV	2.036	2.043	2.031	1,395	1,402	1,357	1.947	1.947	1.924	1,321	1,326	1,285
Niedersachsen	NI	5.031	5.121	5.086	6,811	6,845	6,719	4.791	4.851	4.739	6,383	6,347	6,191
Nordrhein-Westfalen	NW	8.029	7.915	8.317	15,073	15,162	14,995	7.543	7.407	7.730	13,862	13,916	13,560
Rheinland-Pfalz	RP	2.910	2.883	2.882	3,462	3,492	3,468	2.738	2.732	2.685	3,212	3,318	3,165
Schleswig-Holstein	SH	2.367	2.496	2.482	2,488	2,497	2,483	2.251	2.364	2.308	2,311	2,351	2,281
Saarland	SL	2.079	2.064	2.044	0,85	0,851	0,865	1.977	1.966	1.910	0,785	0,804	0,784
Sachsen	SN	4.201	4.214	4.349	3,469	3,48	3,458	3.967	3.972	4.074	3,254	3,25	3,153
Sachsen-Anhalt	ST	2.554	2.541	2.516	1,863	1,877	1,84	2.444	2.415	2.348	1,743	1,772	1,687
Thüringen	TH	2.468	2.455	2.418	1,815	1,820	1,812	2.343	2.332	2.287	1,692	1,697	1,675

die
medienanstalten

Impressum

Herausgeber:
die medienanstalten – ALM GbR, Berlin
Verantwortlich: Dr. Thorsten Schmiege
Vorsitzender der Direktorenkonferenz
der Landesmedienanstalten (DLM)

Redaktion:
Malte Lydssan (Gemeinsame Geschäftsstelle)

Beratende AG:
Regina Deck (Bayerische Landeszentrale für neue Medien)
Franziska Gaiser (Bayerische Landeszentrale für neue Medien)