

WEBRADIO | MONITOR 2017

ONLINE-AUDIO-ANGEBOTE IN DEUTSCHLAND 2017
DMEXCO, 13.09.2017, PROF. DR. KLAUS GOLDHAMMER

GOLDMEDIA

Eine Studie im Auftrag von:



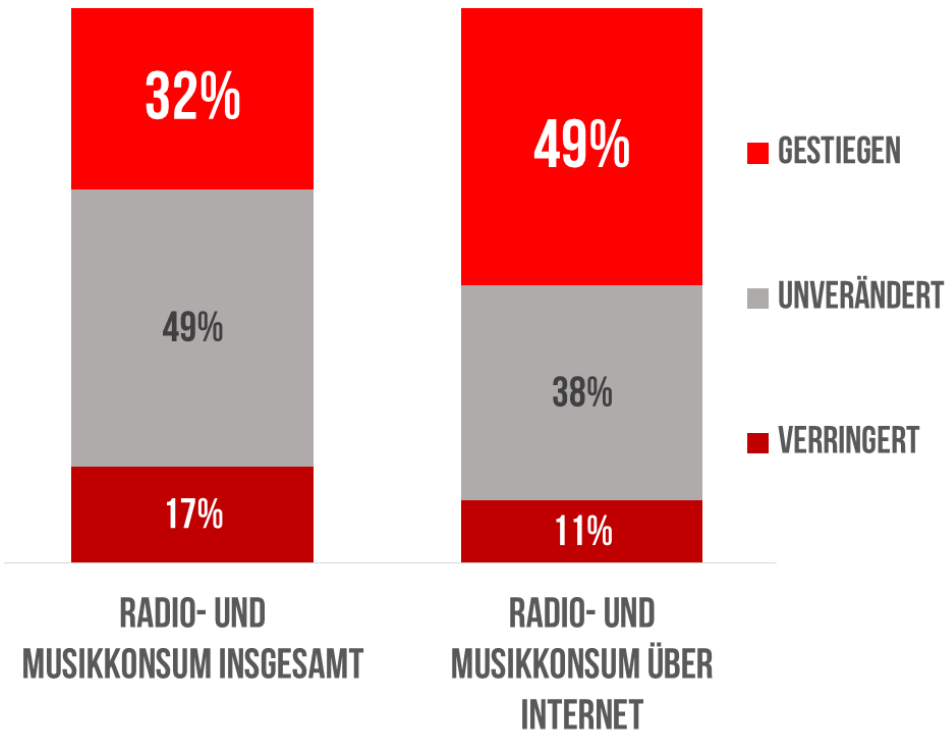
#1

AUDIO-NUTZUNG WÄCHST

besonders stark online

RADIO-/AUDIO-NUTZUNG DER ONLINE-AUDIO-NUTZER WÄCHST INSGESAMT- BESONDERS STARK ONLINE

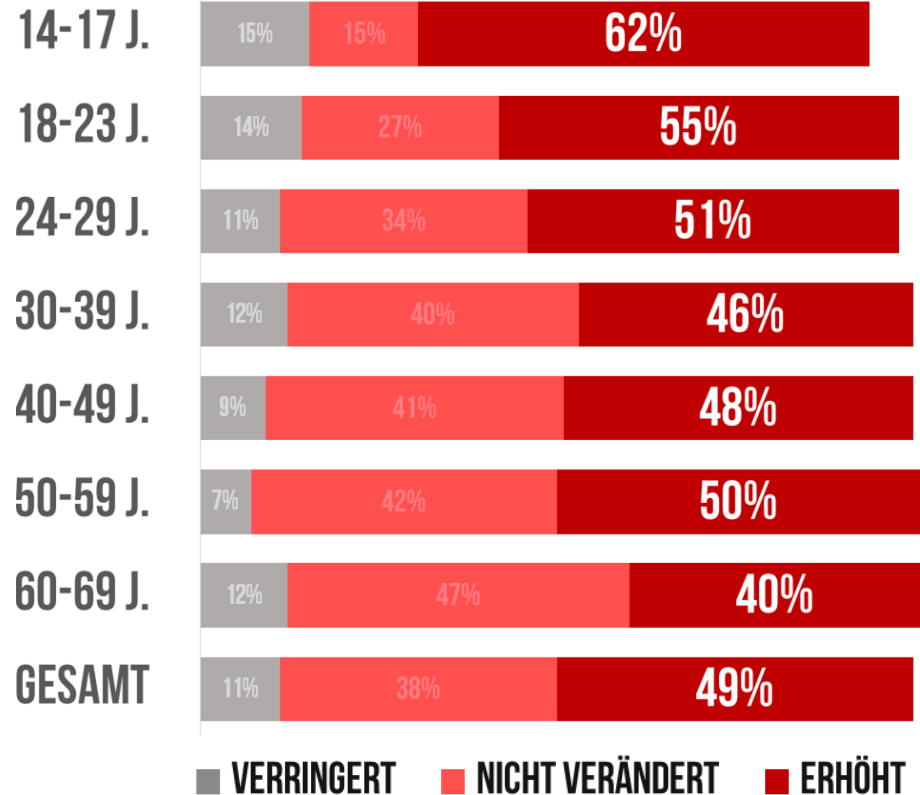
*VERÄNDERUNG DES RADIO- UND MUSIKKONSUMS GGÜ.
VORJAHR (GESAMTKONSUM SOWIE ONLINEKONSUM),
2017, IN %



Quelle: Webradiomonitor 2017, Befragung unter Online-Audio-Nutzern, 2017: n=1.104, 2016: n=1.118, Darstellung der Top-Two-Boxen: Radio- und Musikkonsum ausschließlich über das Internet hat sich stark bzw. etwas erhöht.

NUTZUNGSWACHSTUM IN ALLEN ONLINE-AUDIO-ALTERSGRUPPEN – AM STÄRKSTEN BEI 14-29 J.*

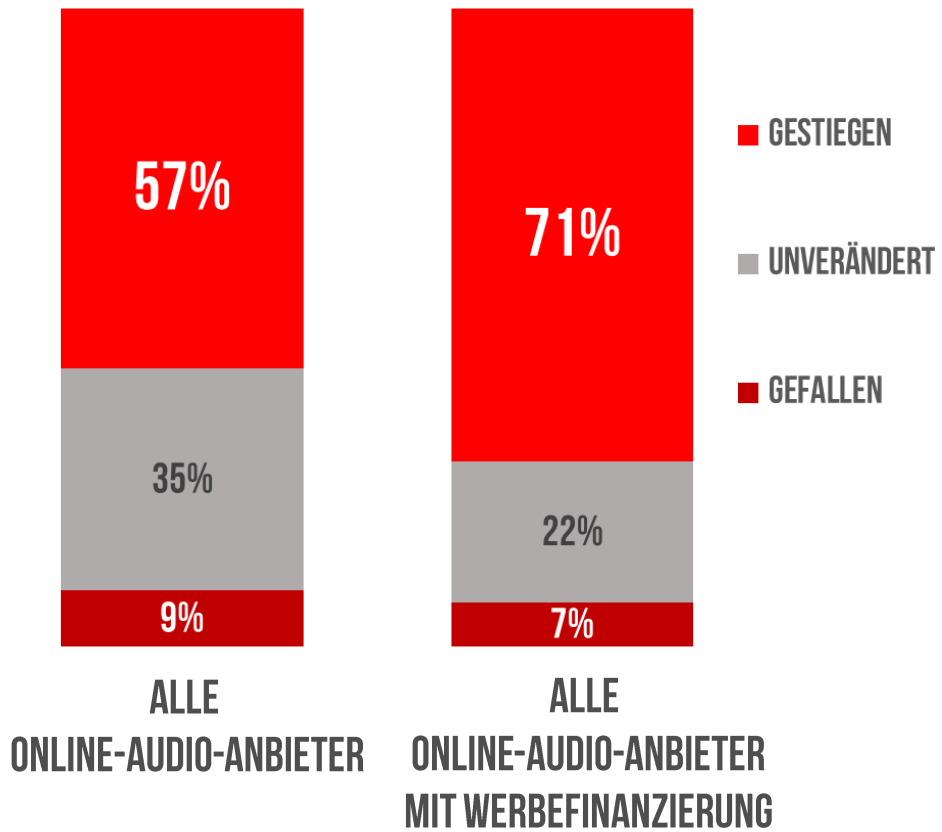
*ANTEIL DER NUTZER MIT GESTIEGEMEM ONLINE-AUDIO-KONSUM GGÜ. VORJAHR NACH ALTERSGRUPPEN, 2017, IN %



Quelle: Webradiomonitor 2017, Befragung unter Online-Audio-Nutzern, 2017: n=1.104, 2016: n=1.118, Darstellung der Top-Two-Boxen: Radio- und Musikkonsum ausschließlich über das Internet hat sich stark bzw. etwas erhöht.

GRÖSSTER TEIL DER ONLINE-AUDIO-ANBIETER MIT STEIGENDEN ABRUFZAHLEN.*

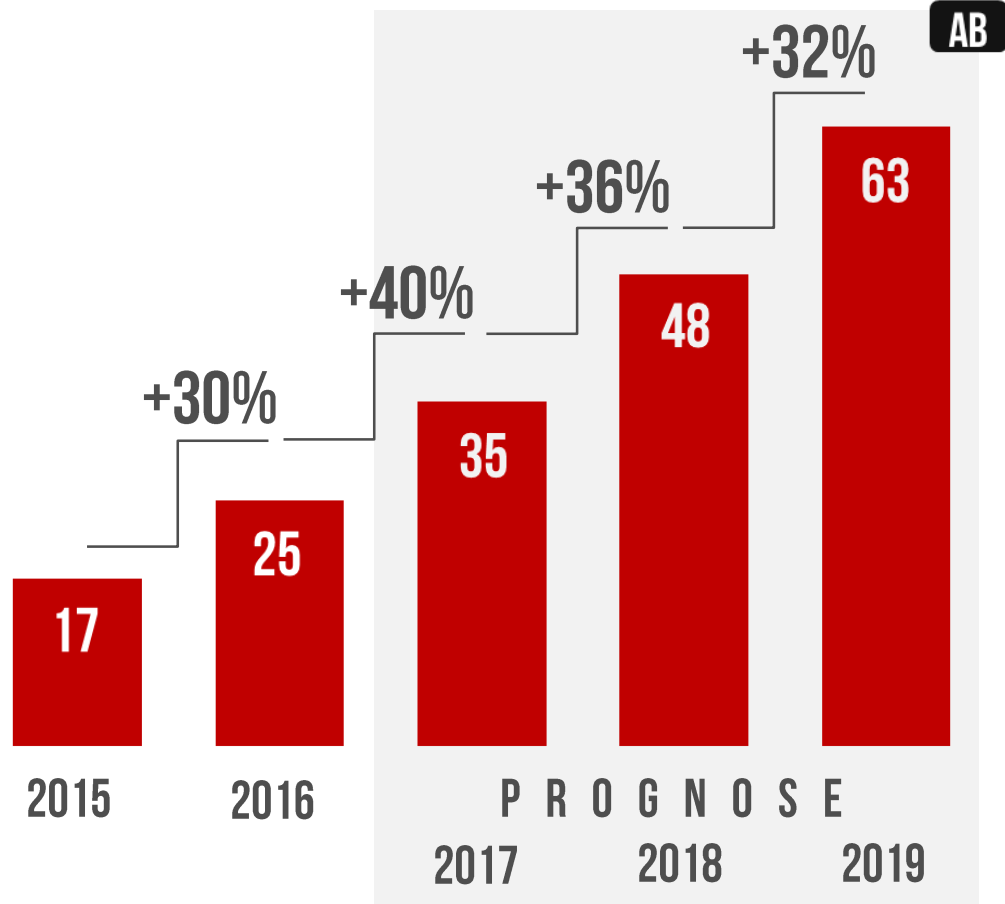
*ENTWICKLUNG DER ABRUFZAHLEN BEI DT. ONLINE-AUDIO-ANBIETERN ZWISCHEN 2016 UND 2017, IN %



Quelle: Webradiomonitor 2017, Befragung unter Online-Audio-Nutzern, 2017: n=1.104, 2016: n=1.118, Darstellung der Top-Two-Boxen: Radio- und Musikkonsum ausschließlich über das Internet hat sich stark bzw. etwas erhöht.

STARKES WACHSTUM IM WERBEMARKT: VERVIERFACHUNG ZWISCHEN 2015 UND 2019.*

*NETTO-WERBEUMSÄTZE IM ONLINE-AUDIO-MARKT IN
DEUTSCHLAND 2015-2019, IN MIO. EURO



AB

#2

FESTER BESTANDTEIL

Online Audio Nutzung

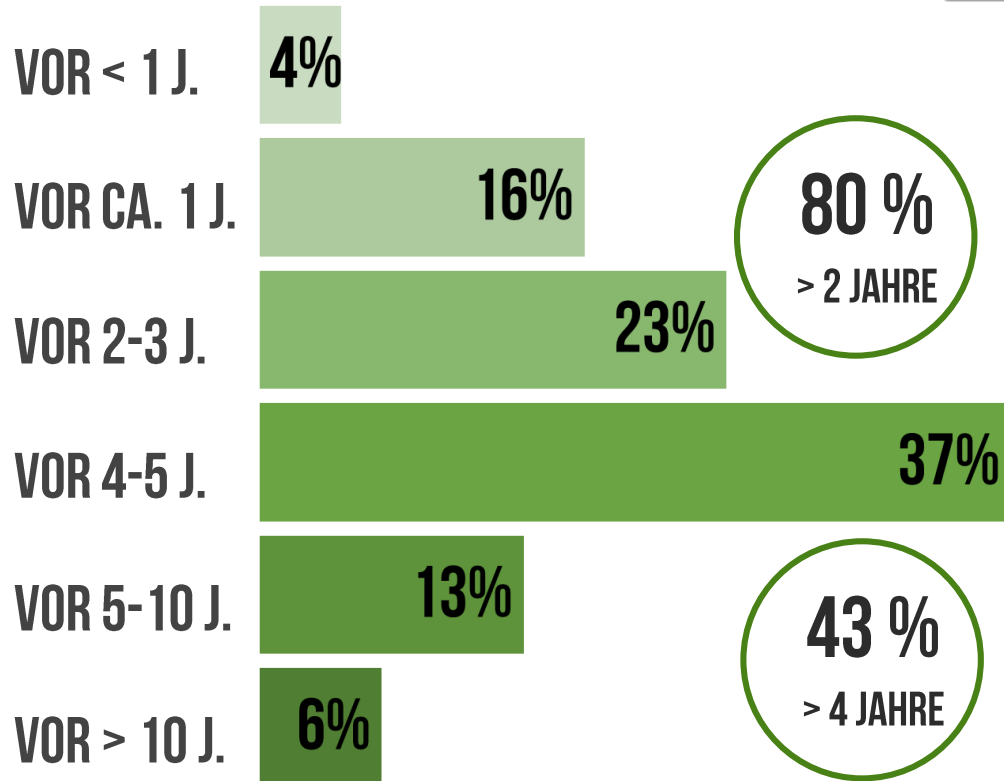
hat sich etabliert

ONLINE AUDIO IST FÜR DIE MEISTEN **ONLINE-AUDIO-NUTZER NICHT MEHR NEU***

*ZEITRAUM, ZU DEM ONLINE-AUDIO-NUTZER BEGONNEN HABEN, RADIO-/MUSIKANGEBOTE ÜBER DAS INTERNET ZU HÖREN, 2017, IN %

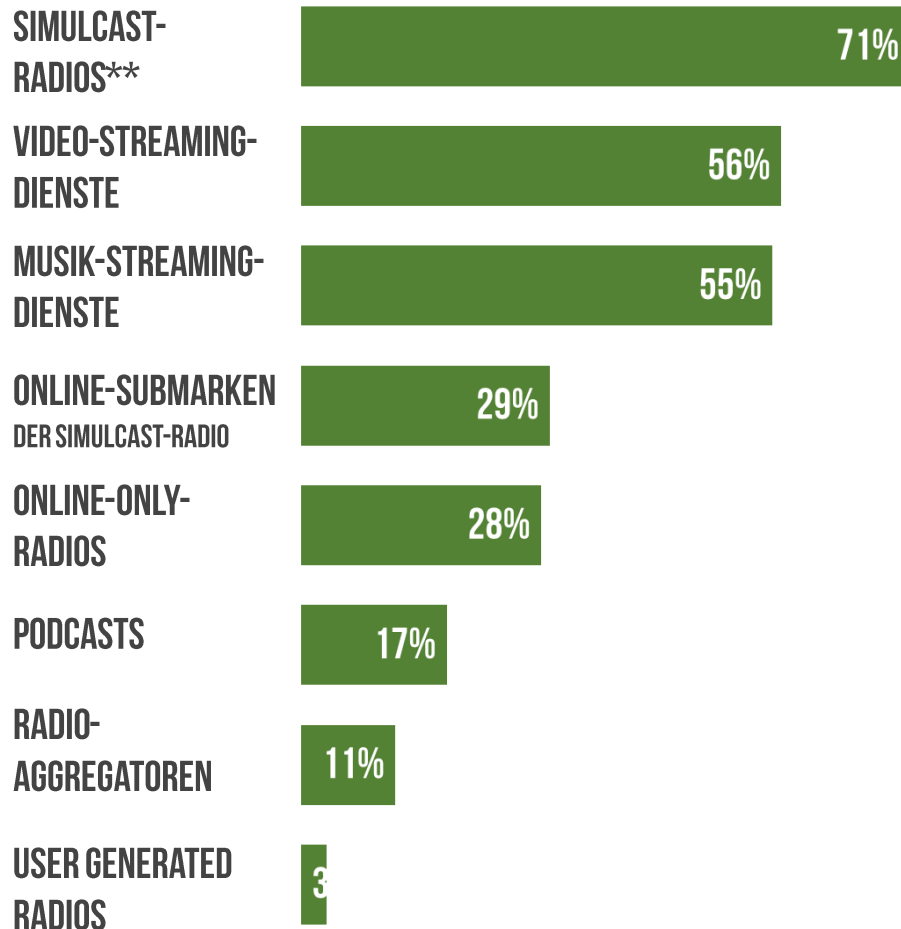
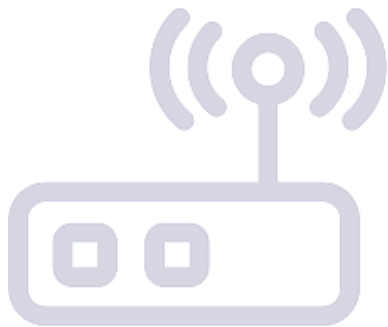


NB



KLASSISCHE RADIOMARKEN LIEGEN WEITER VORN: 71% DER OAN HÖREN **SIMULCAST- RADIO***

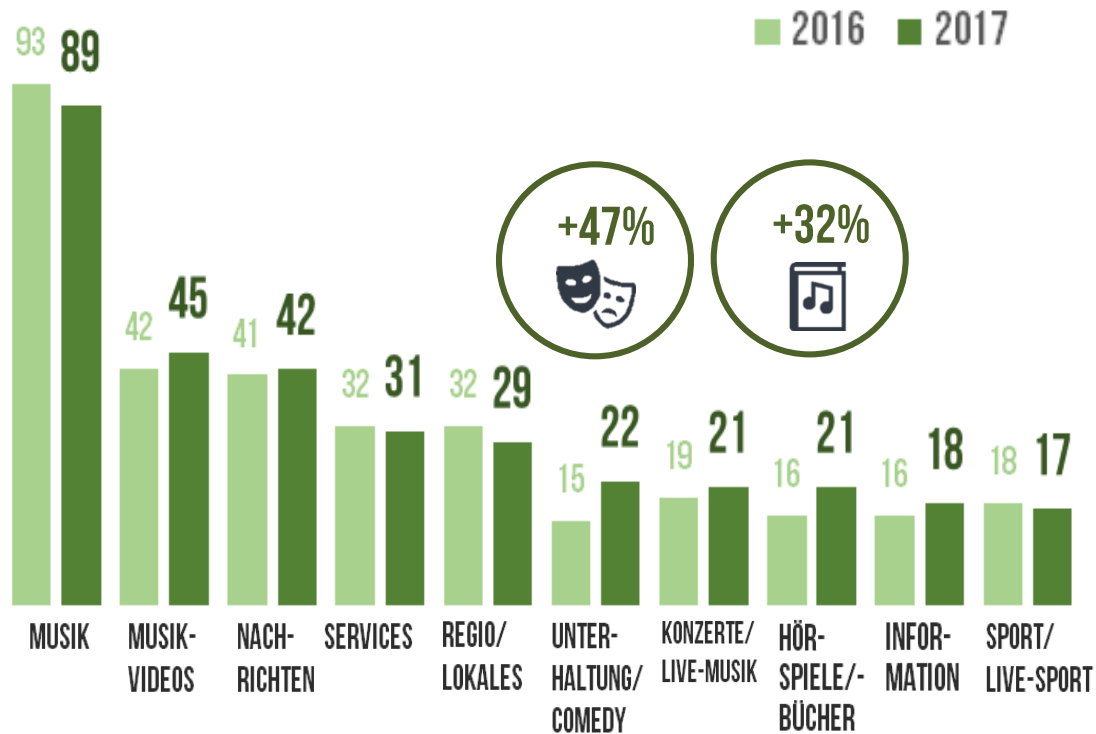
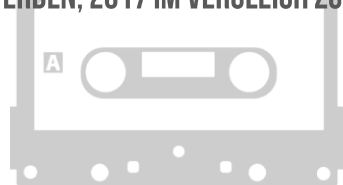
*ANTEIL DER NUTZER, DIE EIN ONLINE-AUDIO-ANGEBOT
MINDESTENS GELEGENTLICH NUTZEN, 2017, IN%



NB

GRÖSSTES ONLINE-AUDIO-NUTZUNGS-WACHSTUM BEI INHALTEN, DIE AKTIVES ZUHÖREN VERLANGEN*

*ANTEIL DER NENNUNGEN, WELCHE ONLINE-AUDIO-INHALTE GENUTZT WERDEN, 2017 IM VERGLEICH ZU 2016, IN %

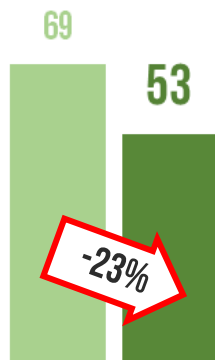


PRAKTISCHE GRÜNDE UND SOUNDQUALITÄT SIND DIE AM STÄRKSTEN WACHSENDEN NUTZUNGSMOTIVE DER ONLINE-AUDIO-NUTZER.*

*GRÜNDE FÜR DIE ONLINE-NUTZUNG VON RADIO- UND MUSIKANGEBOTEN (AUSWAHL), 2017, NENNUNGEN IN %



NB



GROSSE AUSWAHL



SMARTPHONE SOWIESO IMMER DABEI



EINFACHSTE ART, RADIO/ MUSIK ZÜ HÖREN



UNABHÄNGIG VON FESTEN SENDE-ABLAUFEN



SEHR GUTE SOUNDQUALITÄT

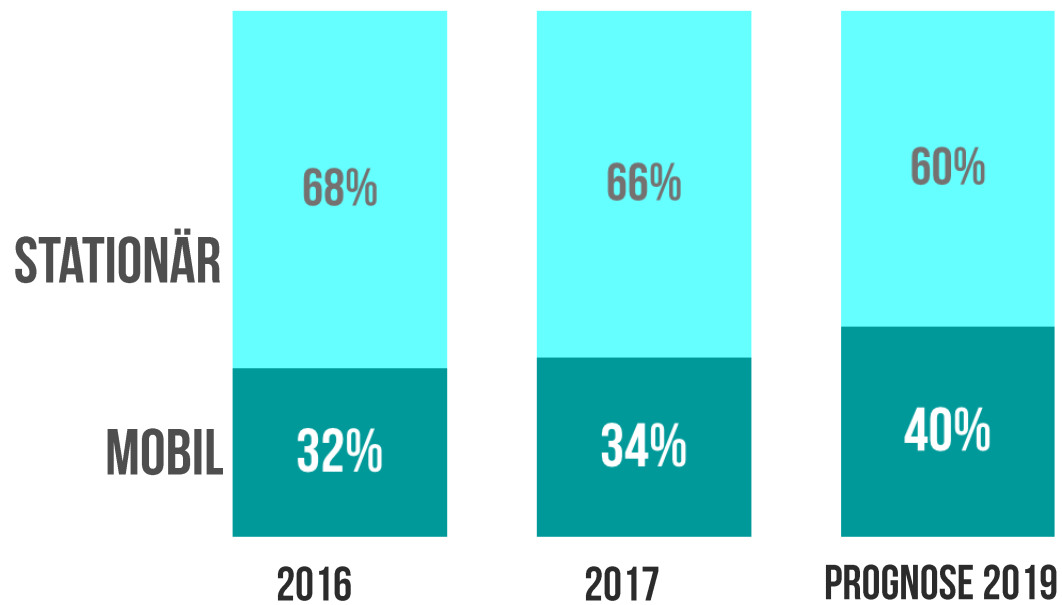
#3

MOBILE NUTZUNG

wird für Online-Audio immer wichtiger

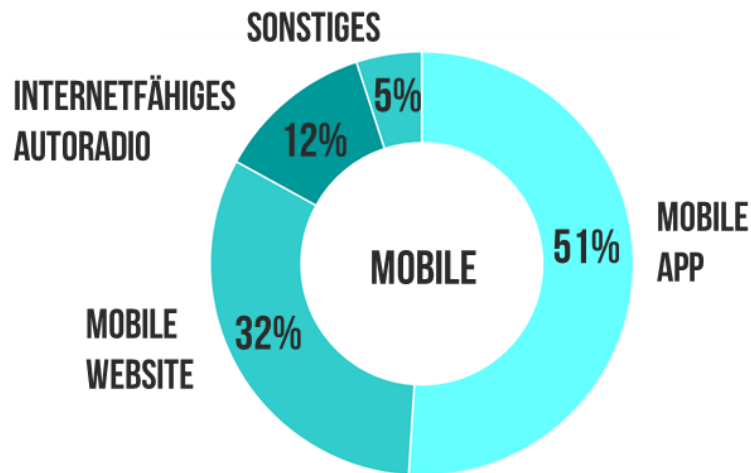
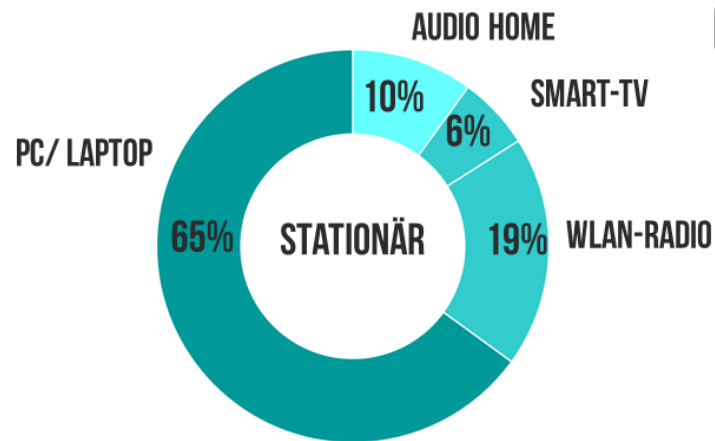
ONLINE-AUDIO-NUTZUNG IMMER HÄUFIGER ÜBER MOBILE ENDGERÄTE*

*ANTEIL DER ONLINE-AUDIO-SESSIONS NACH STATIONÄREN UND MOBILEN ENDGERÄTEN 2016, 2017 UND PROGNOSE FÜR 2019, IN %



APPS BLEIBEN BEI MOBILER NUTZUNG **TOP**, AUTORADIOS SCHON BEI FÜNF PROZENT*

*VERTEILUNG DER SESSIONS AUF STATIONÄREN UND MOBILEN GERÄTEN, PROGNOSE 2019, IN%



ONLINE AUDIO WÄCHST IN ALLEN MOBILEN NUTZUNGSSITUATIONEN*

*MOBILE NUTZUNGSSITUATIONEN FÜR ONLINE-AUDIO-ANGEBOTE, 2017 IM VERGLEICH ZU 2016, IN %



IM AUTO



IM ZUG



BEIM SPORT



IM BUS/ ÖPNV



UNTERWEGS



DRAUSSEN



AUF DEM RAD



IM FLUGZEUG**



□ 2016

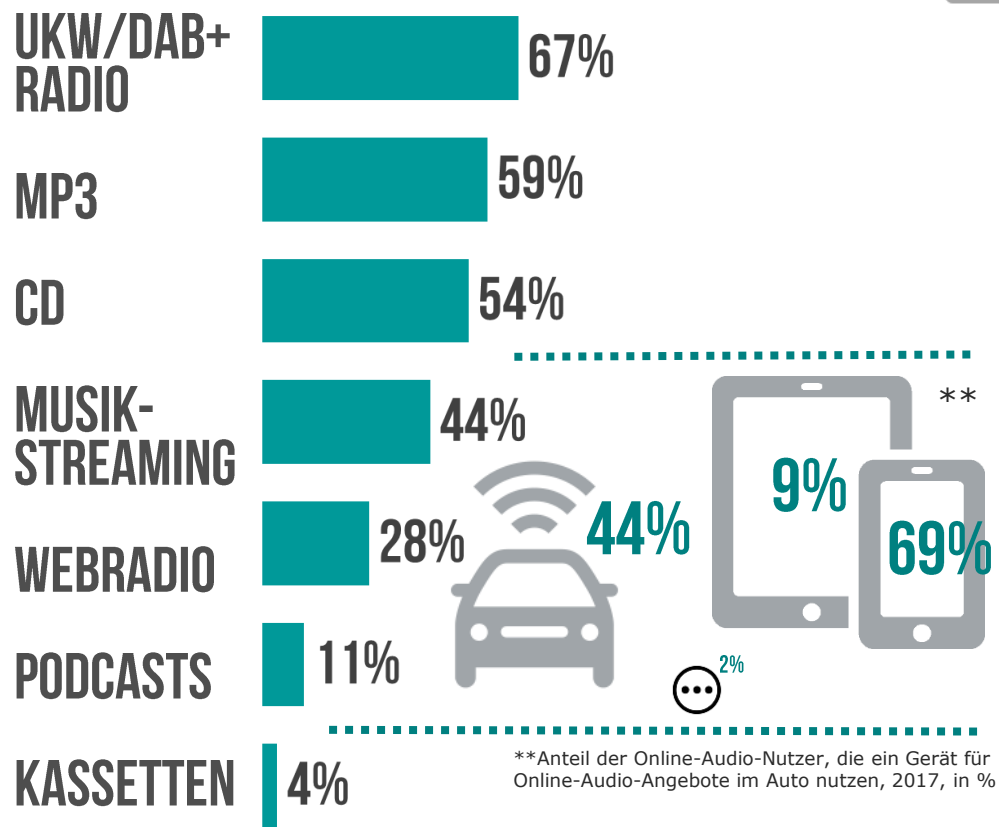
■ 2017

ONLINE-AUDIO WIRD VON SEINEN NUTZERN AUCH IM AUTO BEREITS STARK GENUTZT*

*ANTEIL DER ONLINE-AUDIO-NUTZER, DIE VERSCHIEDENE RADIO- UND AUDIODIENSTE IM AUTO NUTZEN, 2017, IN %



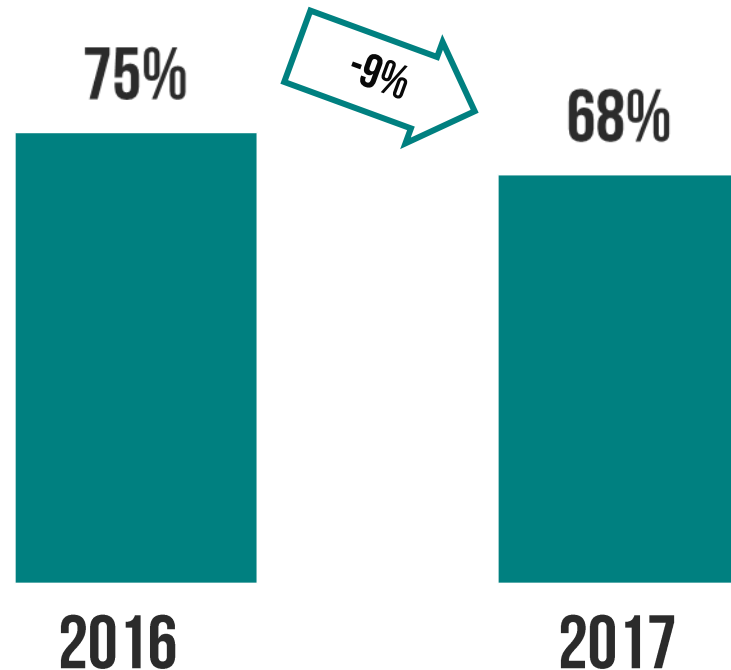
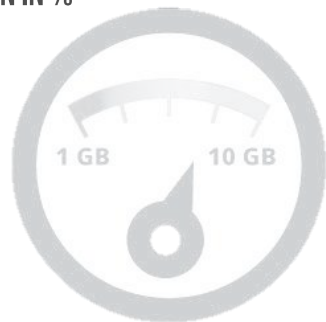
NB



**Anteil der Online-Audio-Nutzer, die ein Gerät für Online-Audio-Angebote im Auto nutzen, 2017, in %

BEGRENZTE MOBILE DATENVOLUMINA WERDEN WENIGER ALS HEMMNIS GESEHEN*

*VON ONLINE-AUDIO-ANBIETERN GENANNTHE HEMMFAKTOREN
FÜR DEN ONLINE-AUDIO-MARKT, 2017, ANTEIL DER
NENNUNGEN IN %



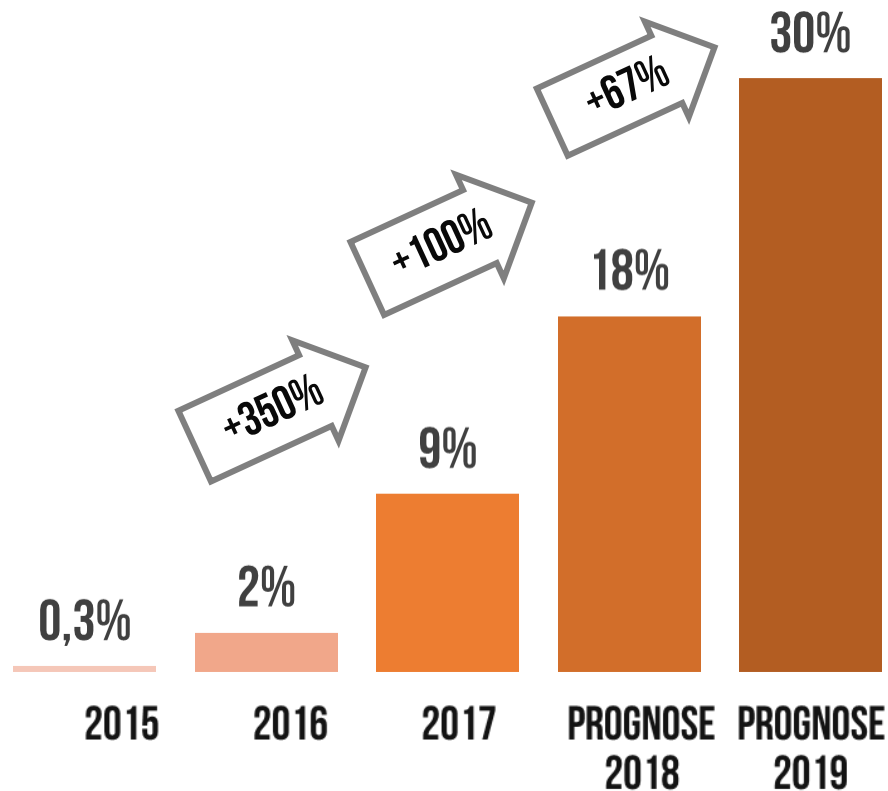
#4

PROGRAMMATIC ADVERTISING

ist auch bei Audio angekommen

PROGRAMMATIC ADVERTISING IST MARKTREIF, SKALIERBAR UND GEWINNT MARKTANTEILE*

*ANTEIL PROGRAMMATIC ADVERTISING AM GESAMTEN ONLINE-AUDIO-WERBEMARKT, 2015-2019, IN %



AB

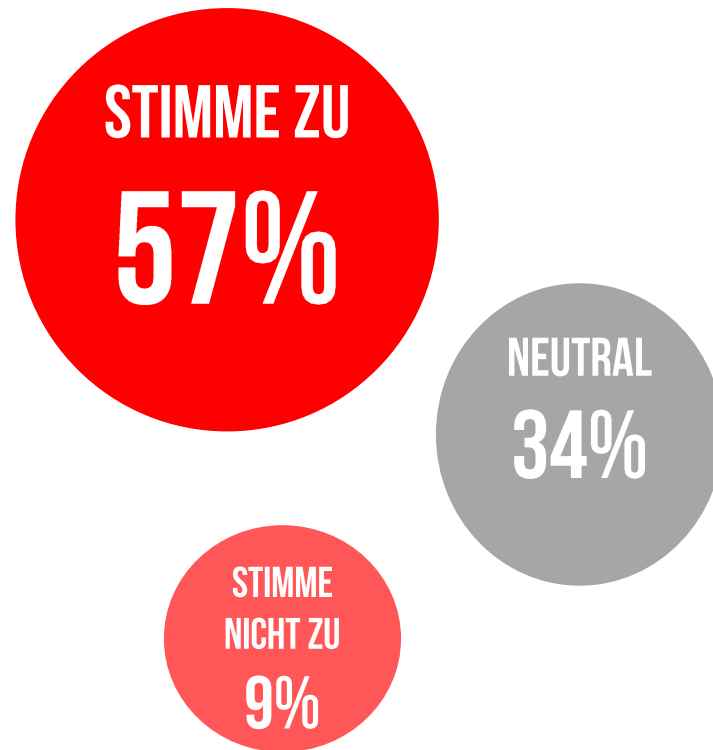
#5

INNOVATIVE WERBEFORMATE

treiben den Online-Audio Markt

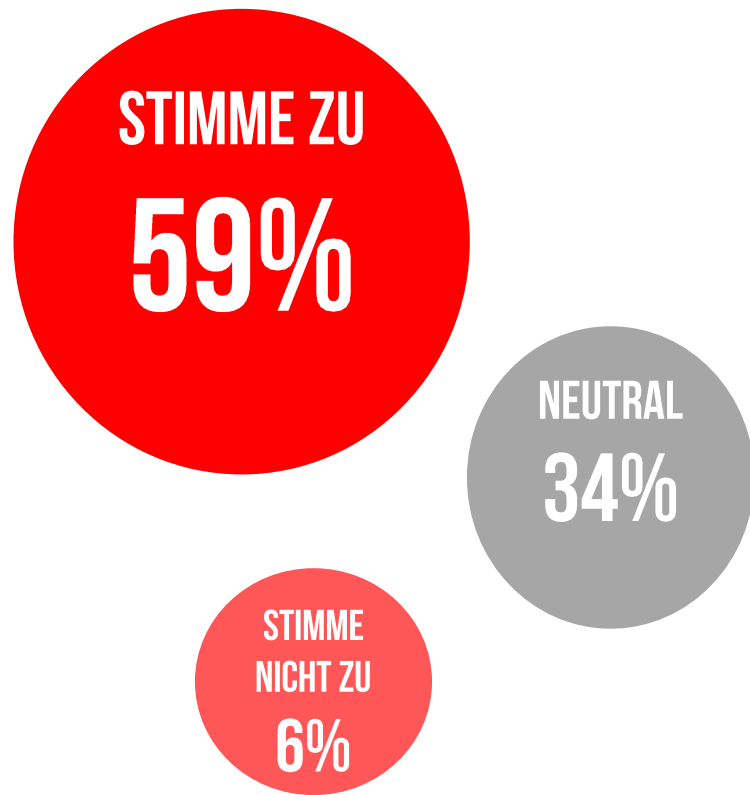
INNOVATIVE ONLINE-AUDIO- WERBEKONZEPTE SIND WICHTIGE MARKTTREIBER

*EINSCHÄTZUNG DER ONLINE-AUDIO-ANBIETER ZU
INNOVATIVEN WERBEMITTELN ALS WACHSTUMSTREIBER,
2017, IN %



PODCASTS BRAUCHEN BESONDERE, EHER INDIVIDUELLE WERBEFORMATE

*EINSCHÄTZUNG DER ONLINE-AUDIO-ANBIETER ZU
INNOVATIVEN WERBEMITTELN ALS WACHSTUMSTREIBER,
2017, IN %



ITEMS

WETTER

DATUM

UHRZEIT

LOCATION

DEVICE


NAME (SO FERN ÜBER



PUBLISHER/APP

BEKANNT, SCHNITT-STELLE)

Dynamic Creative Player

Starbucks – Weekday Morning Routine




WETTER

nicht wichtig
 Sonne
 Wolken
 Regen
 Schnee

DATUM 09.05.2017	UHRZEIT 08:00	LOCATION Glasgow
----------------------------	-------------------------	----------------------------

NAME Andrew	DEVICE <input type="radio"/> nicht wichtig <input checked="" type="radio"/> Mobil	
-----------------------	---	--

#6

SPRACHSTEUERUNG

revolutioniert den Audio Kanal

91% DER ONLINE-AUDIO-NUTZER KENNEN SPRACHGESTEUERTE ENDGERÄTE

*AUSSAGEN ZU SPRACHGESTEUERTEN GERÄTEN BEI ONLINE-AUDIO-NUTZERN, 2017, IN % (EINFACHANTWORT)



NB

ICH BESITZE SELBST EINS



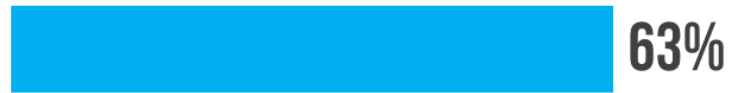
ICH PLANE, EINS ANZUSCHAFFEN



HABE ICH SCHON AUSPROBIERT



HABE ICH SCHON VON GEHÖRT

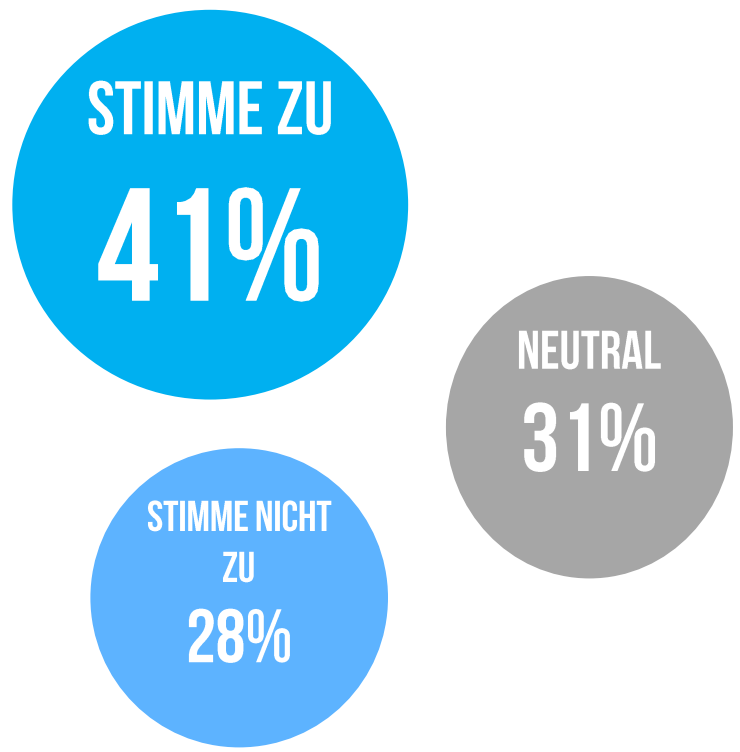


KENNE ICH NICHT



AUS ANBIETERSICHT SPIELEN **ALEXA & CO** KÜNFTIG EINE BESONDERS **WICHTIGE ROLLE**

*EINSCHÄTZUNGEN DER ONLINE-AUDIO-ANBIETER ZU
SPRACHGESTEUERTEN KOMMUNIKATIONSGERÄTEN, 2017,
ANTEIL IN %



Quelle: Webradiomonitor 2017, Befragung unter Online-Audio-Anbietern, n=198
(alle Online-Audio-Anbieter), Bilder: Apple, Amazon, Google

VIELEN DANK!

DEN VOLLSTÄNDIGEN
BERICHT FINDEN SIE HIER



ODER UNTER
WWW.WEBRADIOMONITOR.DE

GOLDMEDIA

Eine Studie im Auftrag von:

