



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2024

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

**LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW**

mabb
medienanstalt_berlin_brandenburg

RMS
Der Audiovermarkter.

VAUNET
Verband Privater Medien

mindline | media

Umsetzung:

Inhaltsverzeichnis

1	Nutzung Online-Audio-Angebote	3	7	Nutzungssituationen	54
2	Nutzungsintensität und -anteile	10	8	Online-Audio im Auto	62
3	Nutzungsmotive der OA-Angebote	16	9	Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören	71
4	Online-Audio & KI	31	10	Smart Speaker	84
5	Genutzte Geräte	39	11	Smart TV	88
6	Genutzte Plattformen	44	12	Methodische Hinweise	94

1

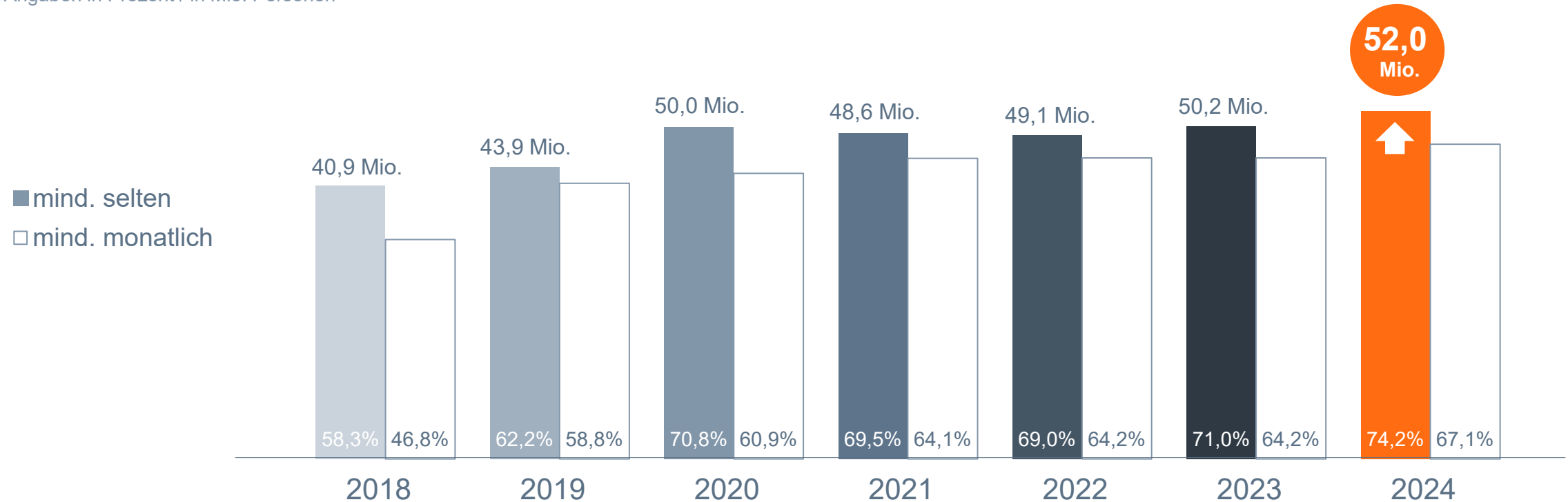
Nutzung Online-Audio-Angebote

Die Online-Audio-Nutzung in Deutschland erreicht einen neuen Höchstwert: 52 Mio. Personen ab 14 Jahren hören zumindest gelegentlich Webradio oder Audio-Inhalte auf Abruf. Die monatliche Nutzung steigt auf zwei Drittel.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent / in Mio. Personen



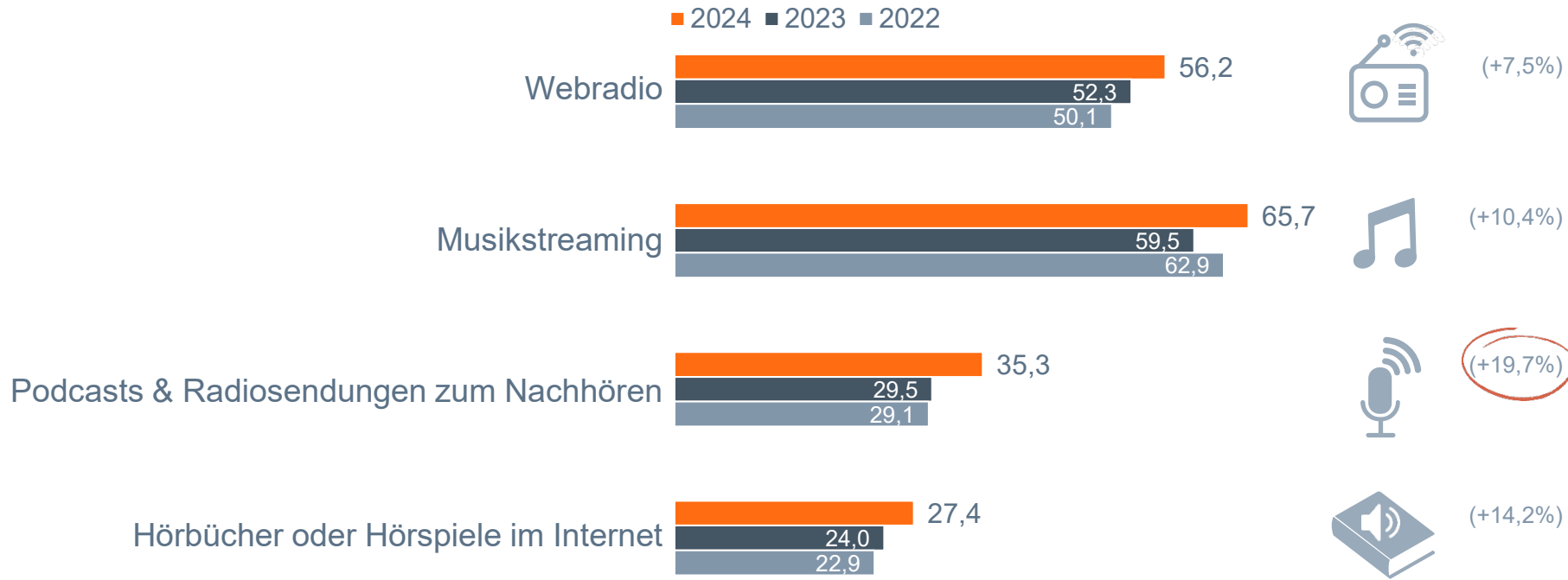
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? / Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?

Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Alle Online-Audio-Formate werden mehr genutzt als im Vorjahr. Musikstreaming baut seine Führungsposition weiter aus, Podcasts mit dem größten Zuwachs.

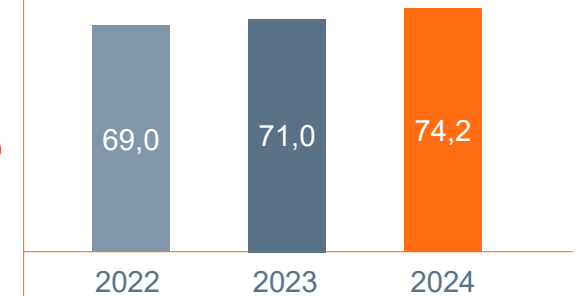
Nutzung Online-Audio-Angebote: 2022-2024

Angaben in Prozent



Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Online-Audio-Nutzende gesamt



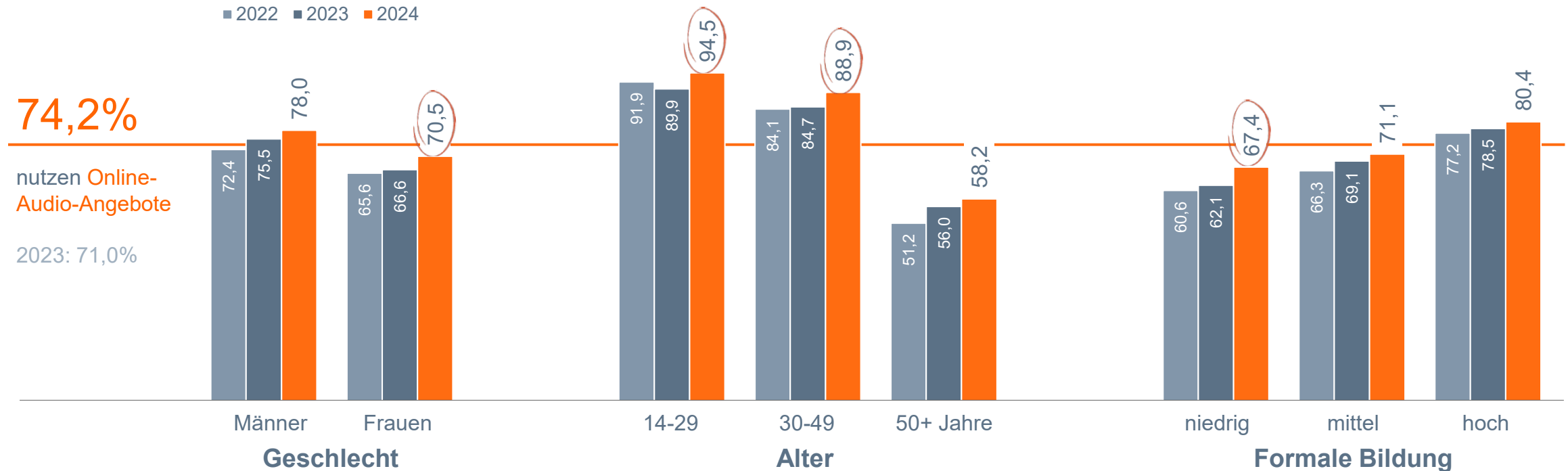
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
 Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Online-Audio-Nutzung steigt in allen Gruppen, besonders deutlich bei unter 50-Jährigen, Frauen und Personen mit formal niedrigem Bildungsabschluss.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Online-Audio-Nutzende nach Geschlecht, Alter und formaler Bildung

Angaben in Prozent



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
 Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Mehr als jede:r Zweite nutzt Webradio, dabei gehören Simulcast-Programme zu den meistgehörten.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Webradio-Nutzung im Detail

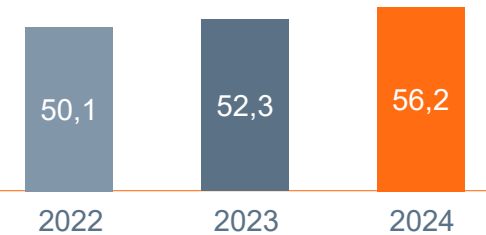
Angaben in Prozent



■ 2024 ■ 2023 ■ 2022



Webradio-Nutzende gesamt



Simulcast-Sender: Radiosender, die man sowohl über das Internet als auch über UKW/DAB+ hören kann / **Online-"Ableger":** Webstreams von bekannten, „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann und die meist auf eine bestimmte Musikrichtung ausgerichtet sind / **Genuine Webradioprogramme:** Webradioprogramme, die es nur im Internet gibt und nicht zu einem bekannten, „klassischen“ Radiosender gehören

Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ? (Nur bedingt vergleichbar, Abfrage eines Items leicht geändert.) / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Der Blick auf die Altersgruppen zeigt: U50 hören deutlich mehr Simulcast-Sender als in den beiden Jahren zuvor.

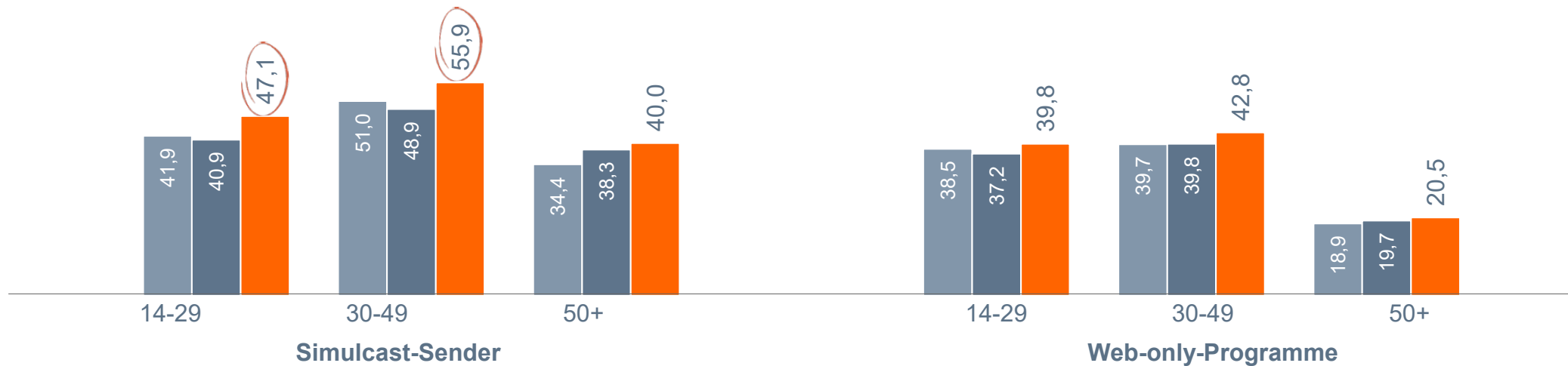
Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Webradio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent



■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ?
 Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

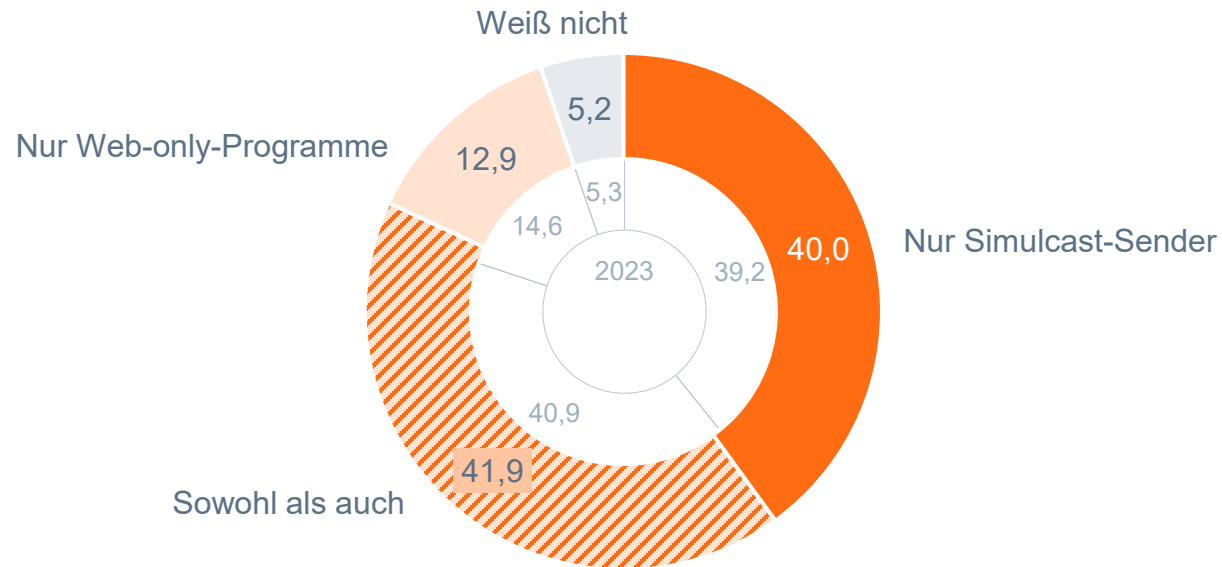
Praktisch stabil zum Vorjahr: Acht von zehn Webradio-Hörer:innen hören Simulcast-Sender, die Hälfte von ihnen ausschließlich.

Webradio-Nutzung im Detail: Simulcast-Sender vs. Web-only-Programme

Angaben in Prozent

56,2% der Bevölkerung ab 14 Jahren hören Radio über Web, davon...

Basis: Personen ab 14 Jahre, die zumindest gelegentlich Webradio hören



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann, die also auch über UKW oder DAB+ gehört werden können; Webstreams, also „Ableger“ von bekannten, „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann und die meist auf eine bestimmte Musikrichtung ausgerichtet sind; Webradioprogramme, die es nur im Internet gibt und nicht zu einem bekannten, „klassischen“ Radiosender gehören.
Angaben in Prozent; Basis: 39,356 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Radio über Internet hören (n=3.372)

2

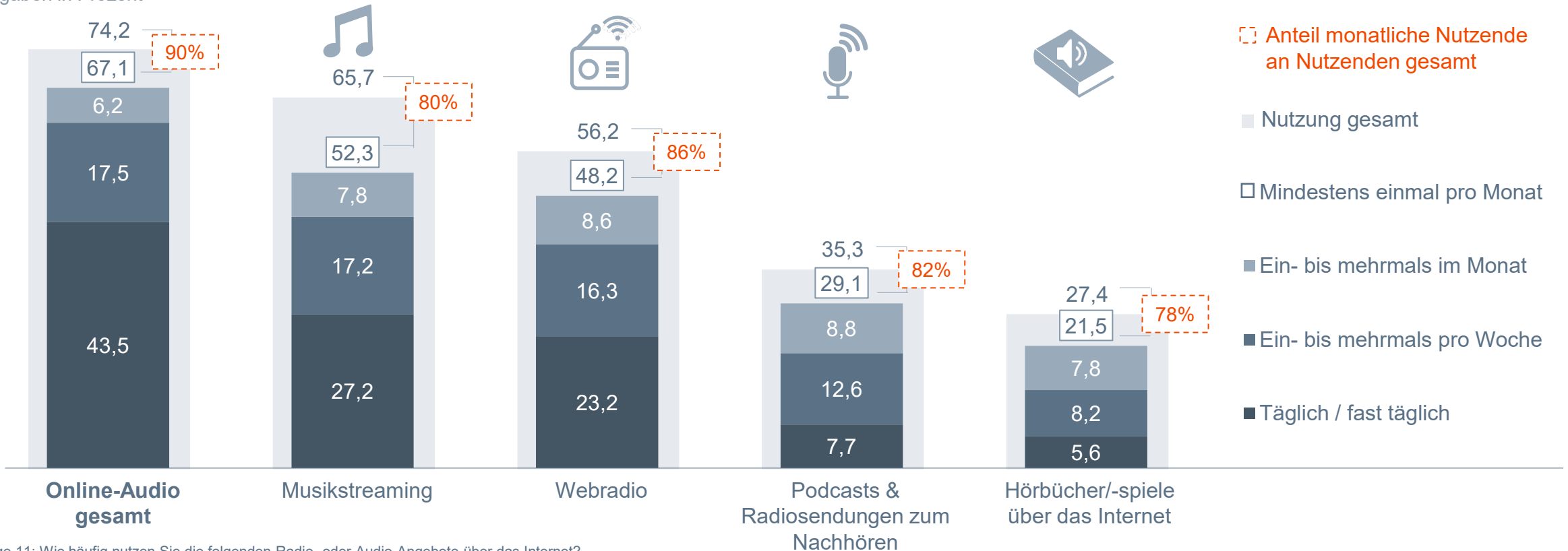
Nutzungsintensität und -anteile



Neun von zehn Nutzer:innen hören Online-Audio mindestens einmal im Monat. Webradio hat anteilig die meisten regelmäßigen Hörer:innen.

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent



Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Anteil monatliche Nutzende an Nutzenden gesamt

Nutzung gesamt

Mindestens einmal pro Monat

Ein- bis mehrmals im Monat

Ein- bis mehrmals pro Woche

Täglich / fast täglich

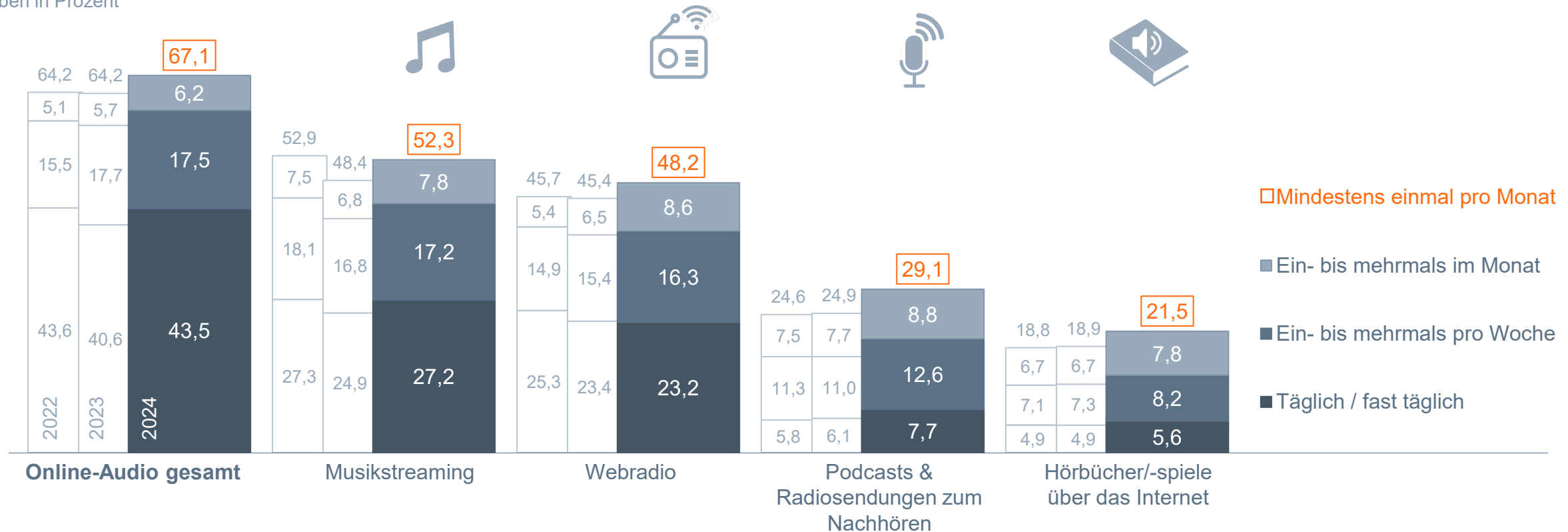
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Zunehmende Nutzung gegenüber 2023 bei fast allen Nutzungsfrequenzen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote – Regelmäßige Nutzung im Trend

Angaben in Prozent



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
 Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

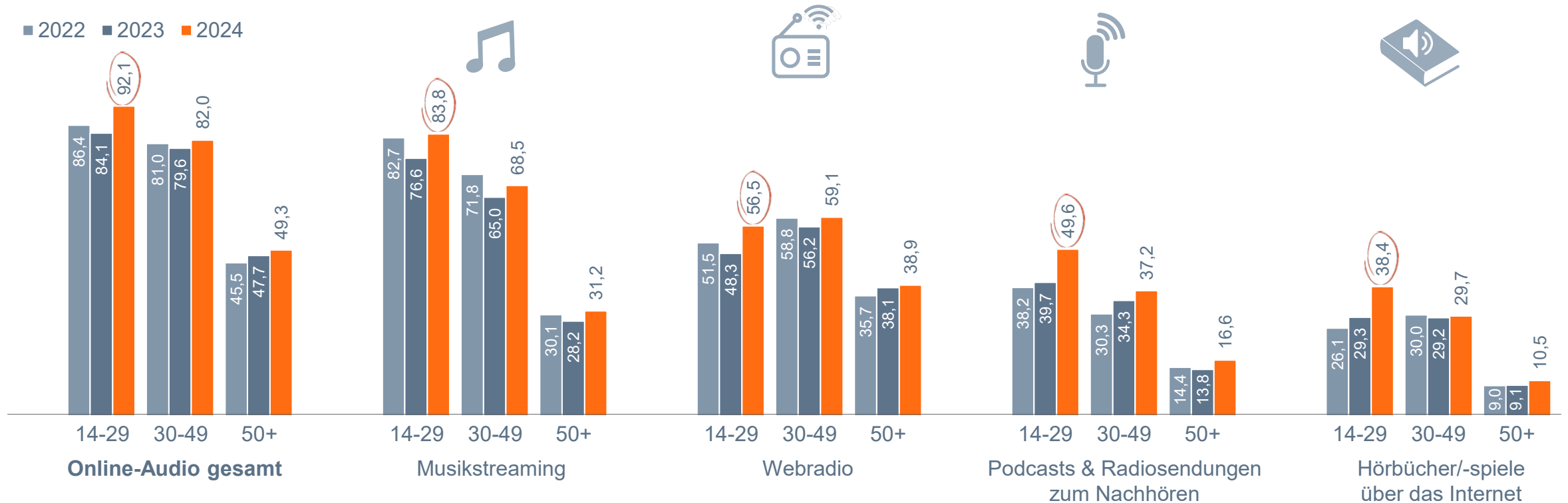
Auf monatlicher Basis sind es vor allem die jungen Hörer:innen, die die Nutzungszahlen nach oben treiben – ganz besonders bei Podcasts und Hörbüchern/-spielen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote: Mindestens einmal pro Monat nach Alter

Angaben in Prozent

■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



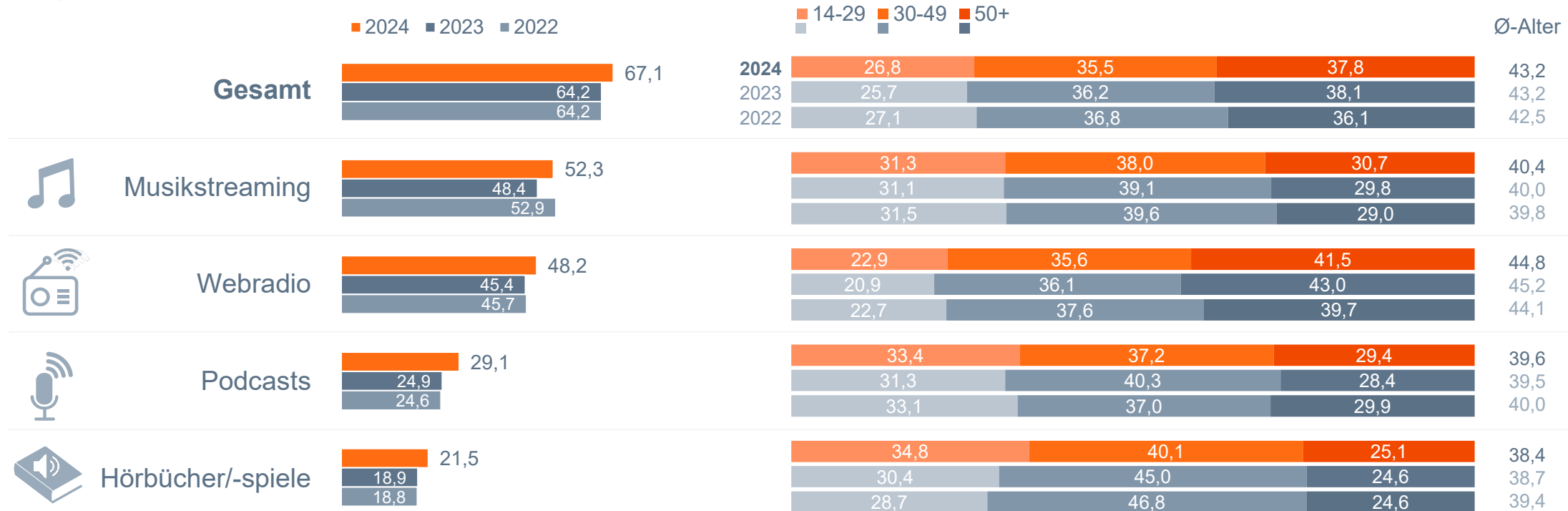
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Audio-on-Demand weist weiterhin eine jüngere Altersstruktur auf als Webradio.

Nutzung Online-Audio-Angebote: Altersstruktur der monatlichen Nutzer:innen

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland bzw. regelmäßige Online-Audio-Nutzende des jeweiligen Angebots



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?

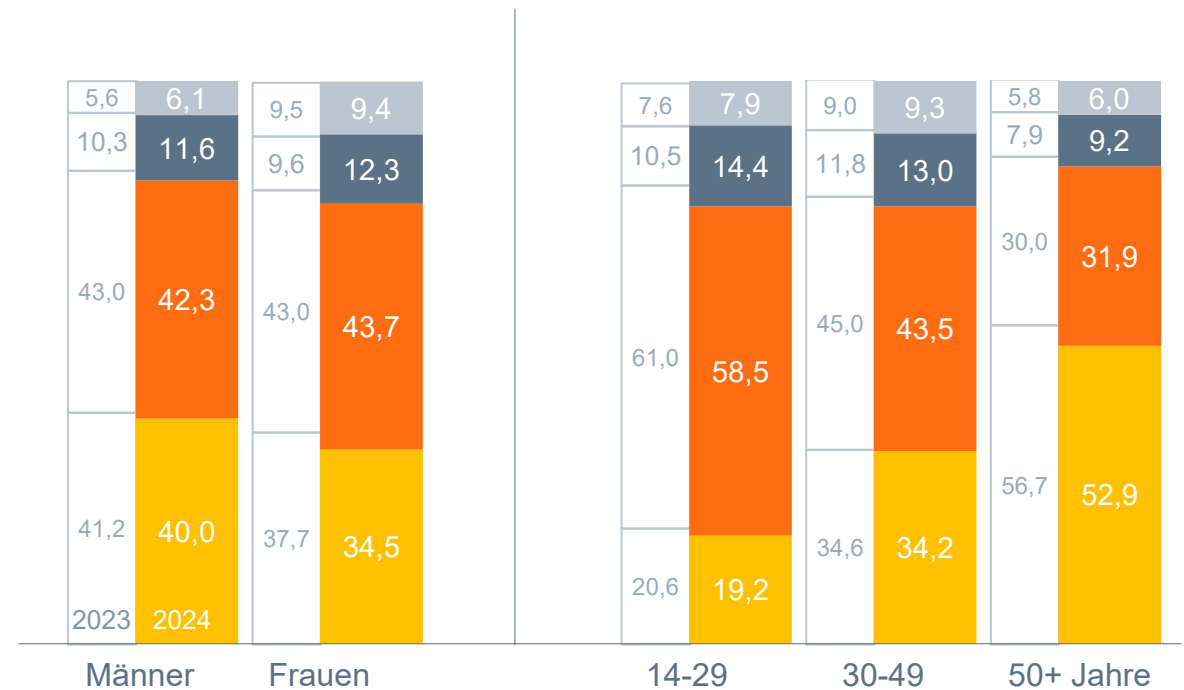
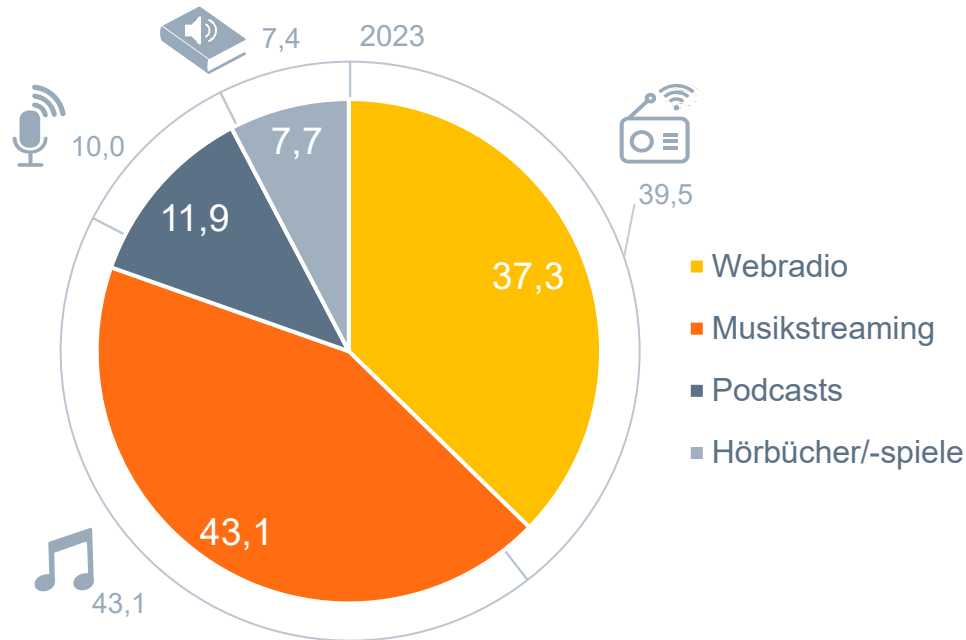
Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759); Basis Altersstruktur: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896), 33,774 Mio. Webradio-Nutzende (n=2.887) / 36,644 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=2.888) / 20,359 Mio. Podcast-Nutzende (n=1.673) / 15,084 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=1.146)

Musikstreaming nimmt das größte Zeitbudget ein – mit einem insgesamt konstanten Anteil. Podcasts können ihren Anteil an der Audiozeit in allen Altersgruppen ausbauen.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungsanteile pro Online-Audio-Angebot (Mittelwerte)

Angaben in Prozent



Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Radio übers Internet, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online-Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von ...? Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2024: 46,411 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.850)

3

Nutzungsmotive der OA-Angebote

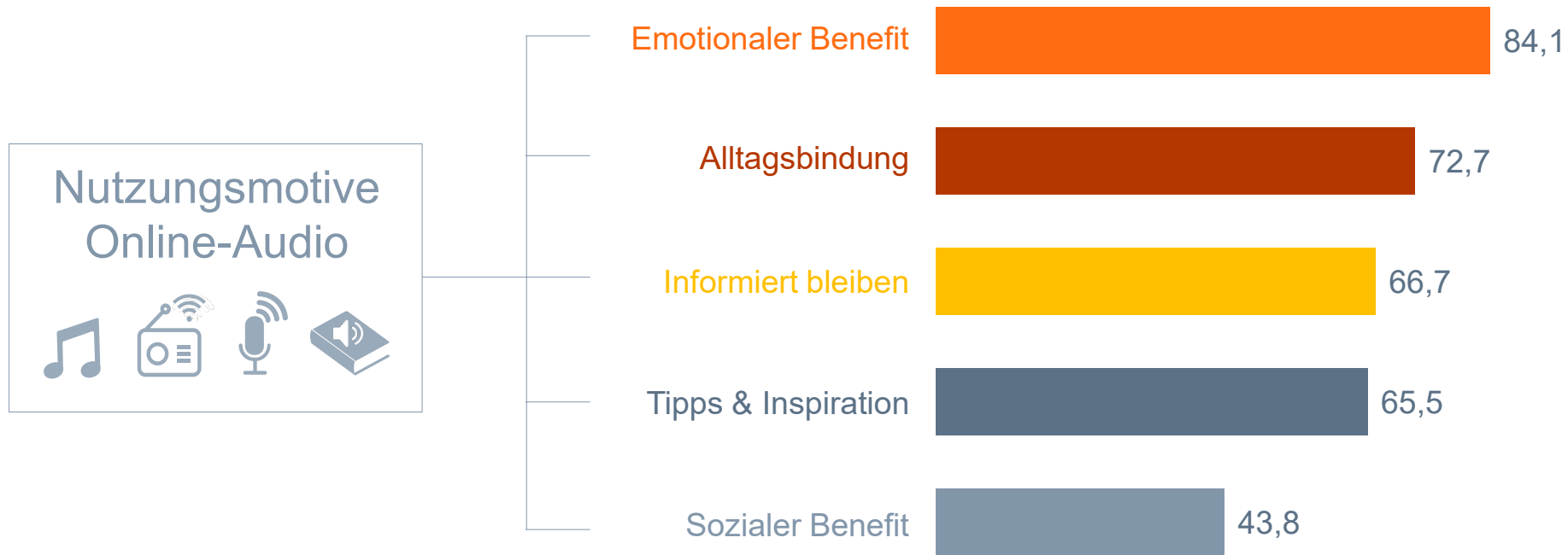


Der Online-Audio-Nutzung liegen fünf Hauptmotive zugrunde: Primär ein emotionaler Benefit, gefolgt von Alltagsbindung, Information, Tipps/Inspiration sowie ein sozialer Nutzen.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Angebote

Netto-Werte über alle OA-Angebote, Ø pro Kategorie | Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung mindestens einmal pro Monat



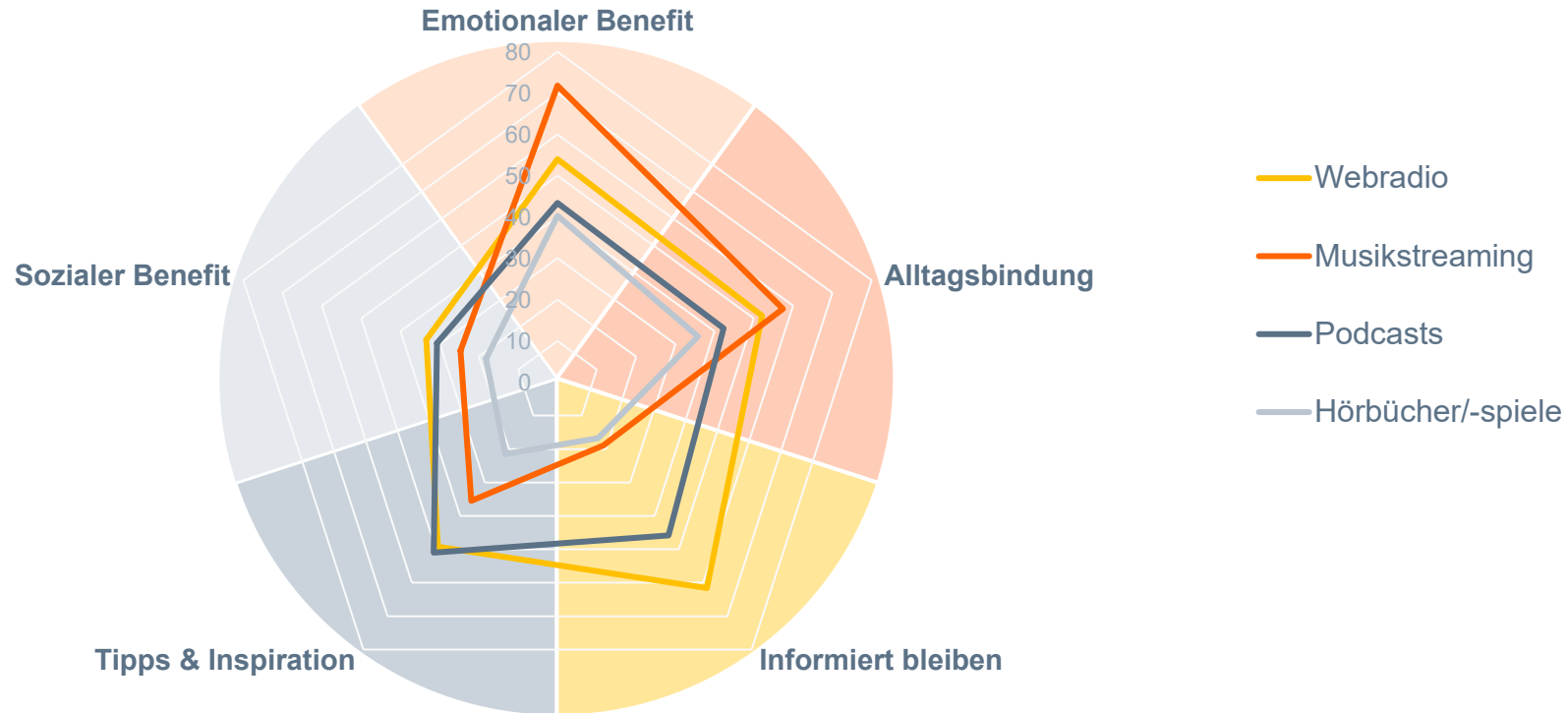
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Spezifische Stärken: Musikstreaming mit Bestwerten bei Emotionen und Alltagsbindung, Webradio bei aktuellen Infos vorne. Podcasts punkten vor allem bei Tipps & Inspiration.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate

Durchschnittswerte pro Kategorie | Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung des jeweiligen Formats mindestens einmal pro Monat



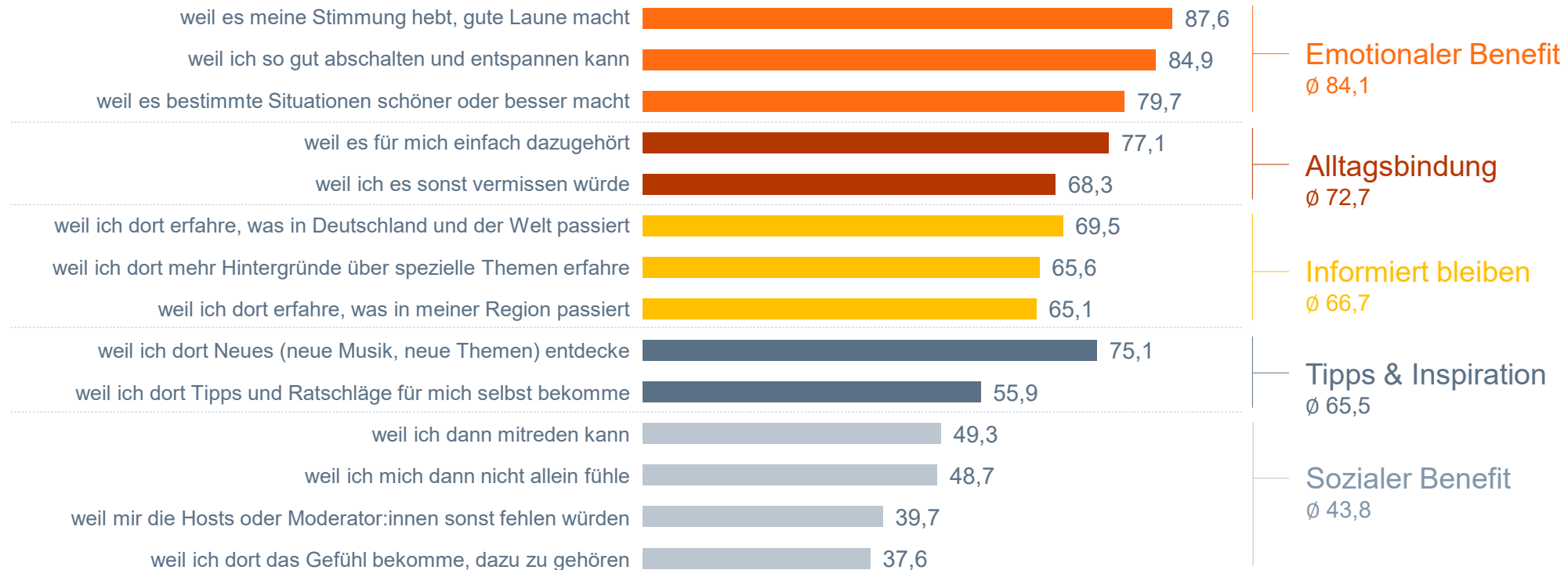
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896), 33,774 Mio. Webradio-Nutzende (n=2.887) / 36,644 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=2.888) / 20,359 Mio. Podcast-Nutzende (n=1.673) / 15,084 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=1.146)

Im Detail betrachtet dient Online-Audio vor allem dazu die Stimmung zu heben, abzuschalten, Situationen aufzuwerten, Routine zu erleben und Neues zu entdecken.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Angebote im Detail

Netto-Werte über alle OA-Angebote | Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung mindestens einmal pro Monat



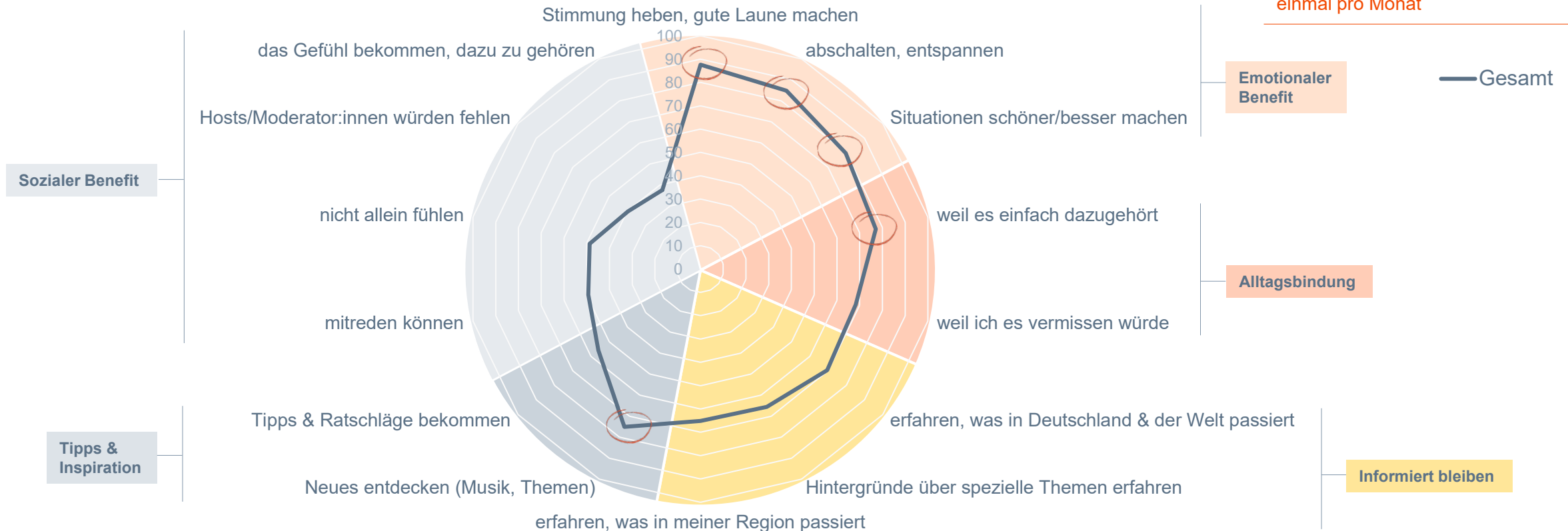
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Im Detail betrachtet dient Online-Audio vor allem dazu die Stimmung zu heben, abzuschalten, Situationen aufzuwerten, Routine zu erleben und Neues zu entdecken.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate

Netto-Werte über alle OA-Angebote | Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung mindestens einmal pro Monat



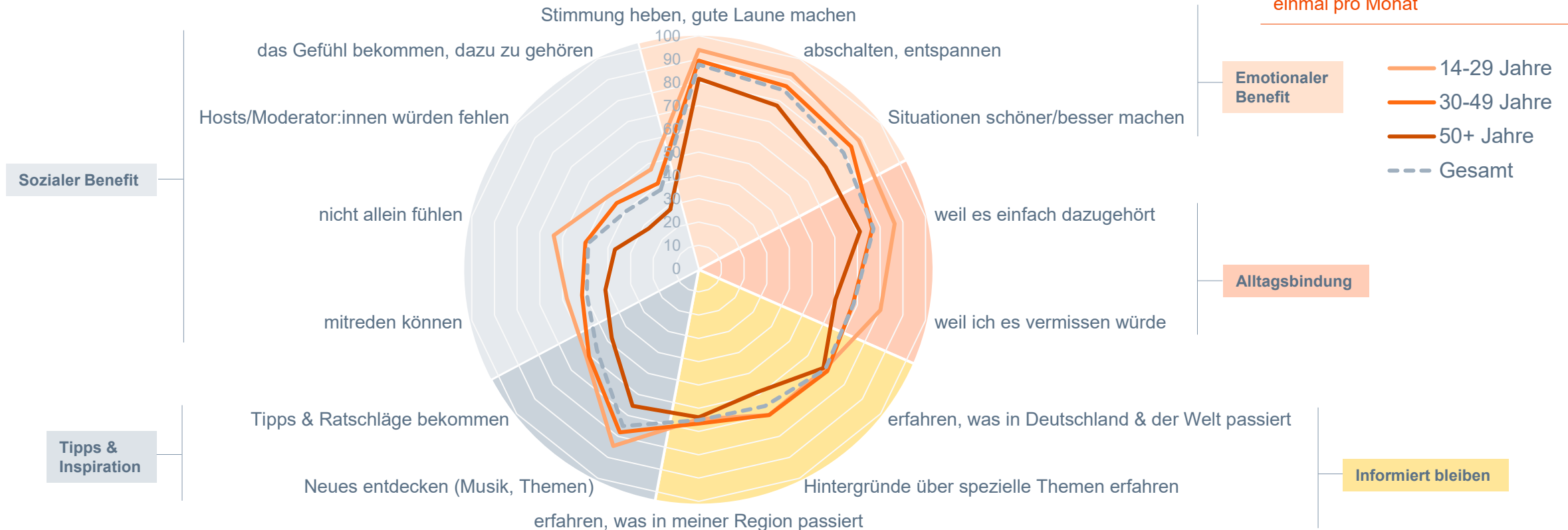
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Besonders für unter 30-Jährige ist Online-Audio ein Stimmungs-Booster mit hoher Alltags- und sozialer Relevanz. Für Ältere ist es vergleichsweise häufig Info-Medium.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung mindestens einmal pro Monat



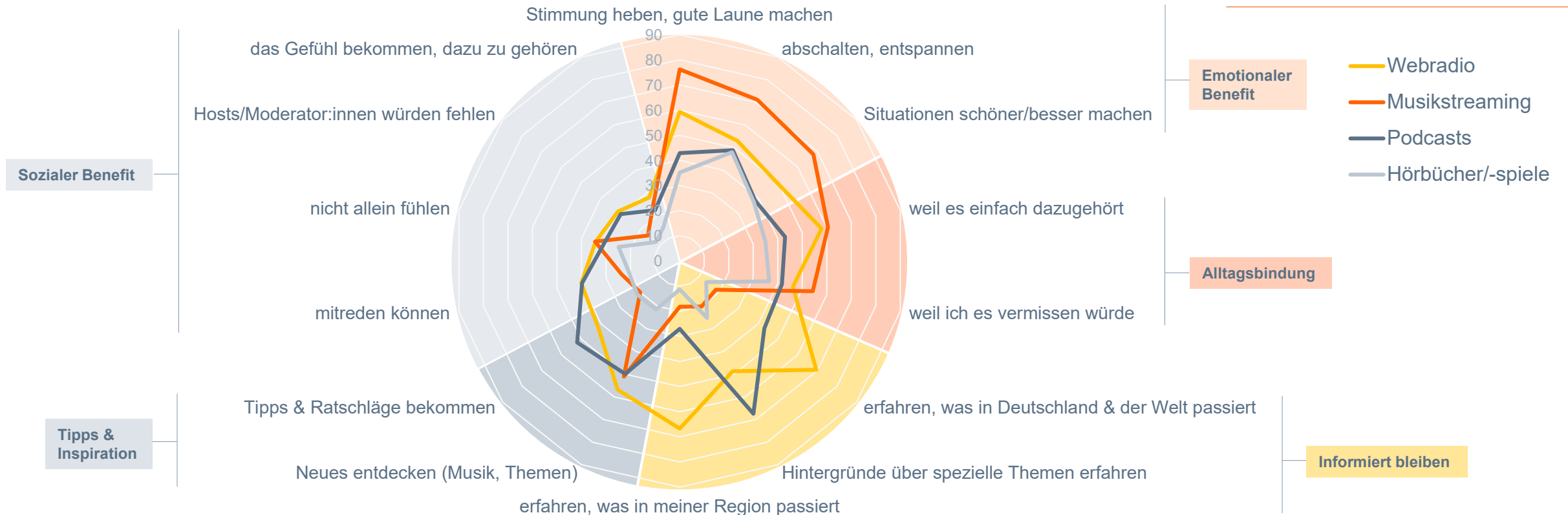
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Im Detail zeigt sich, dass mehr über Hintergründe zu erfahren der Kern-Nutzen von Podcasts ist – gefolgt von Tipps und Ratschlägen für sich selbst.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung des jeweiligen Formats mindestens einmal pro Monat



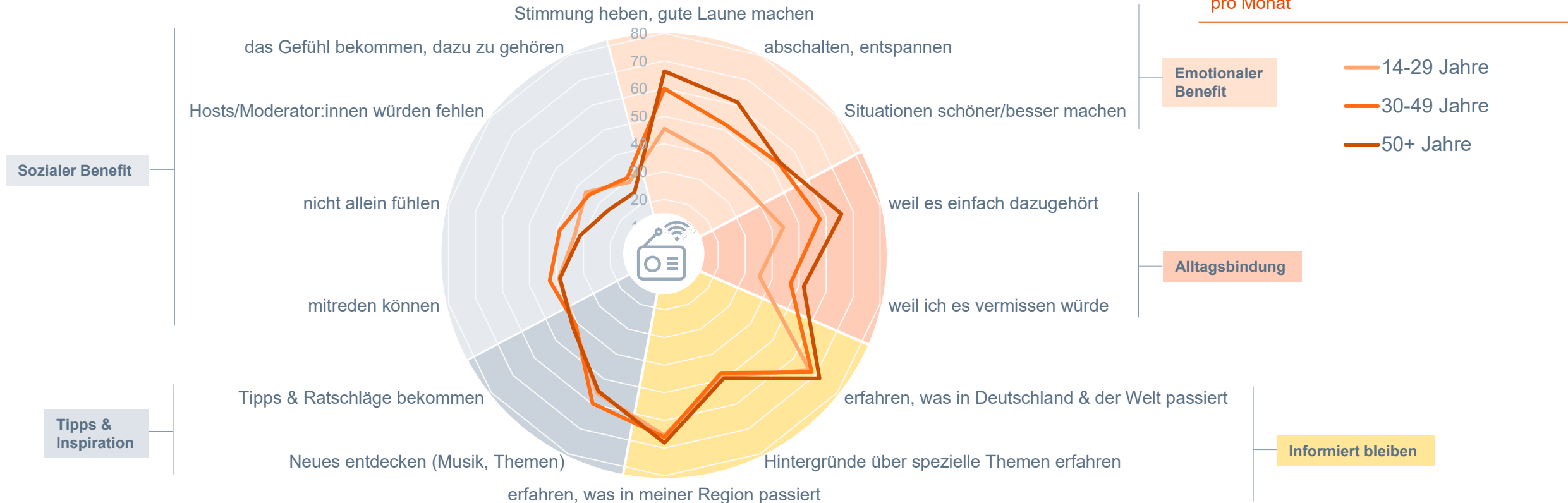
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896), 33,774 Mio. Webradio-Nutzende (n=2.887) / 36,644 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=2.888) / 20,359 Mio. Podcast-Nutzende (n=1.673) / 15,084 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=1.146)

Webradio ist altersunabhängig vor allem das Medium für aktuelle Infos. Bei Älteren sorgt es überdies für gute Laune & Entspannung und ist in deren Alltag wesentlich stärker verankert.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate: Webradio nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Webradio-Nutzung mindestens einmal pro Monat



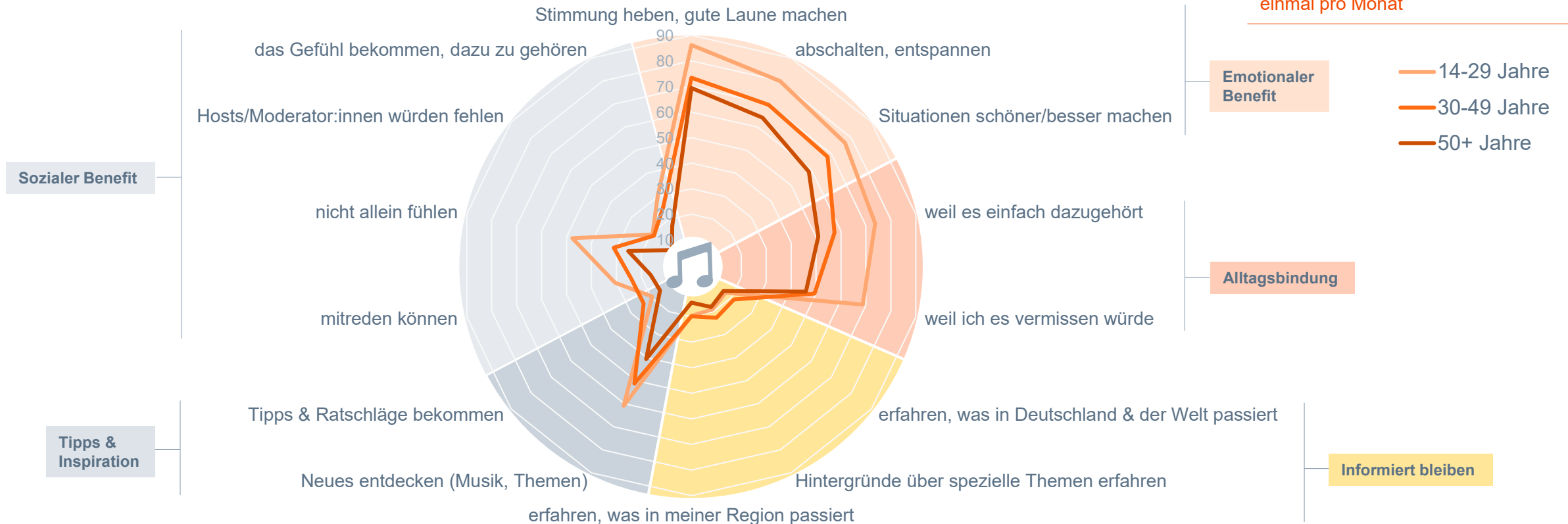
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 33,774 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mind. einmal pro Monat nutzen (n=2.887)

Neben emotionalen und habitualisierten Nutzungsmotiven schätzen es unter 30-Jährige besonders, beim Musikstreaming Neues zu entdecken und sich nicht allein zu fühlen.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate: Musikstreaming nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Musikstreaming-Nutzung mindestens einmal pro Monat



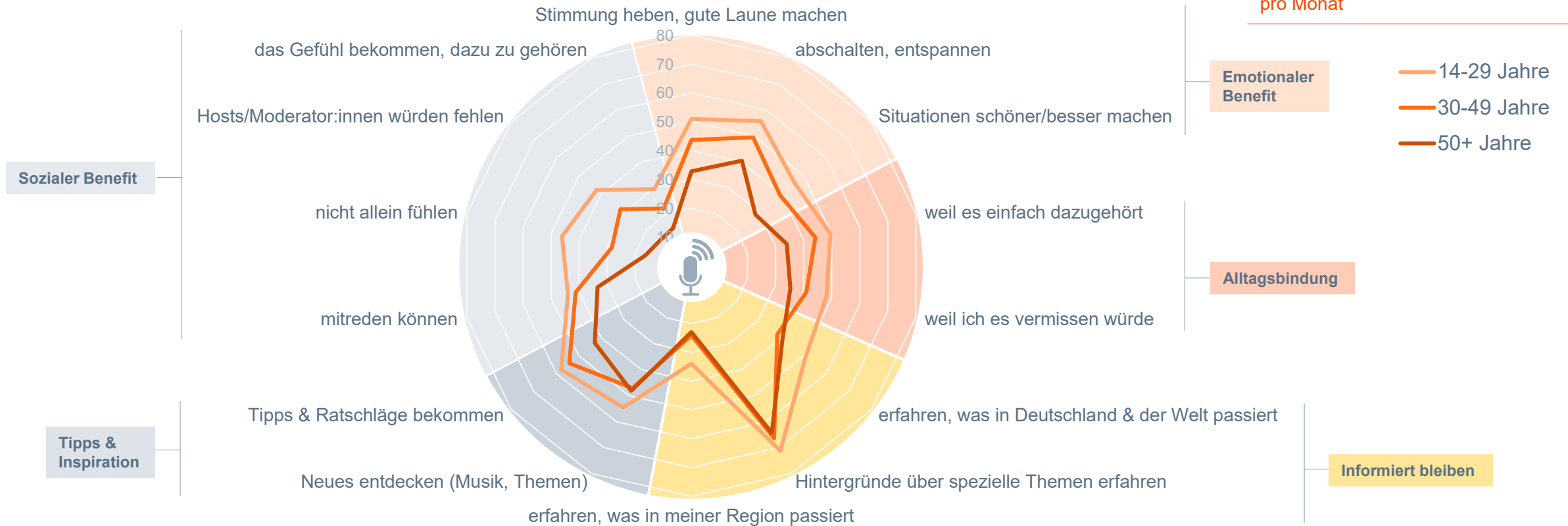
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 36,644 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mind. einmal pro Monat nutzen (n=2.888)

Podcasts bieten den unter 30-Jährigen in allen Belangen mehr bzw. höhere Nutzungsmotive. In den älteren Gruppen überwiegt klar das Informationsmotiv.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate: Podcasts nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Podcast-Nutzung mindestens einmal pro Monat



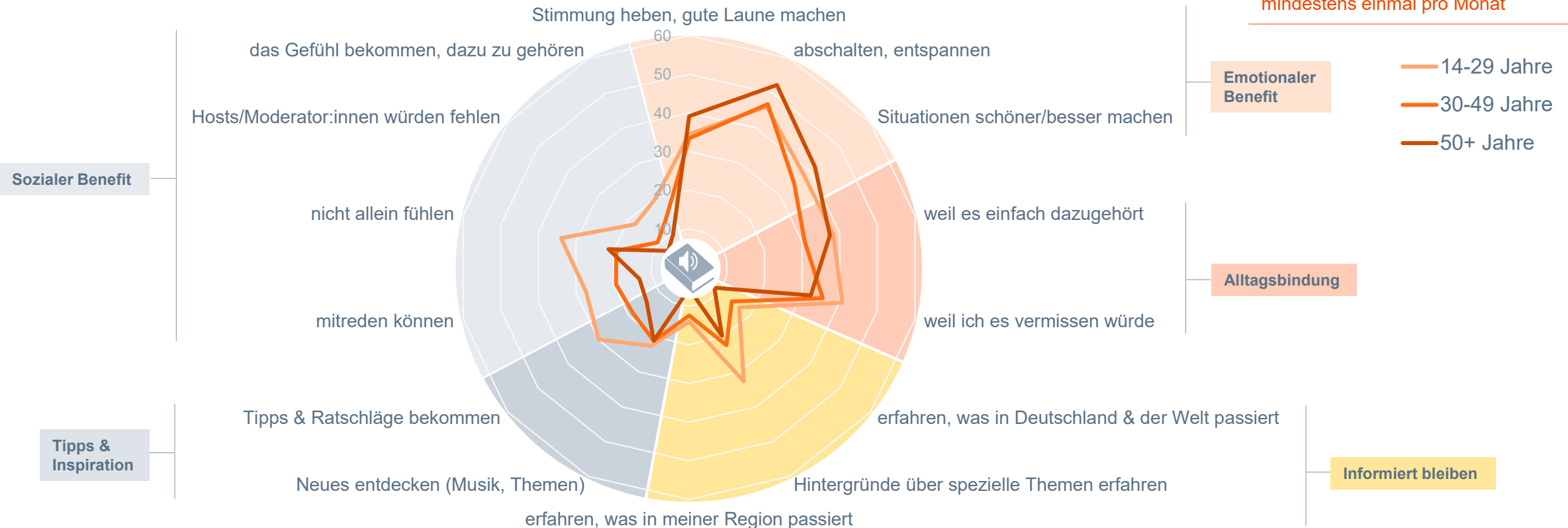
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 20,359 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören mind. einmal pro Monat nutzen (n=1.673)

U30 hören Hörbücher & -spiele vergleichsweise häufiger, um sich nicht allein zu fühlen sowie um Hintergründe, Tipps und Ratschläge zu bekommen; Ü50 eher aus emotionalen Gründen.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate: Hörbücher/-spiele nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Hörbuch-/Hörspiel- Nutzung mindestens einmal pro Monat



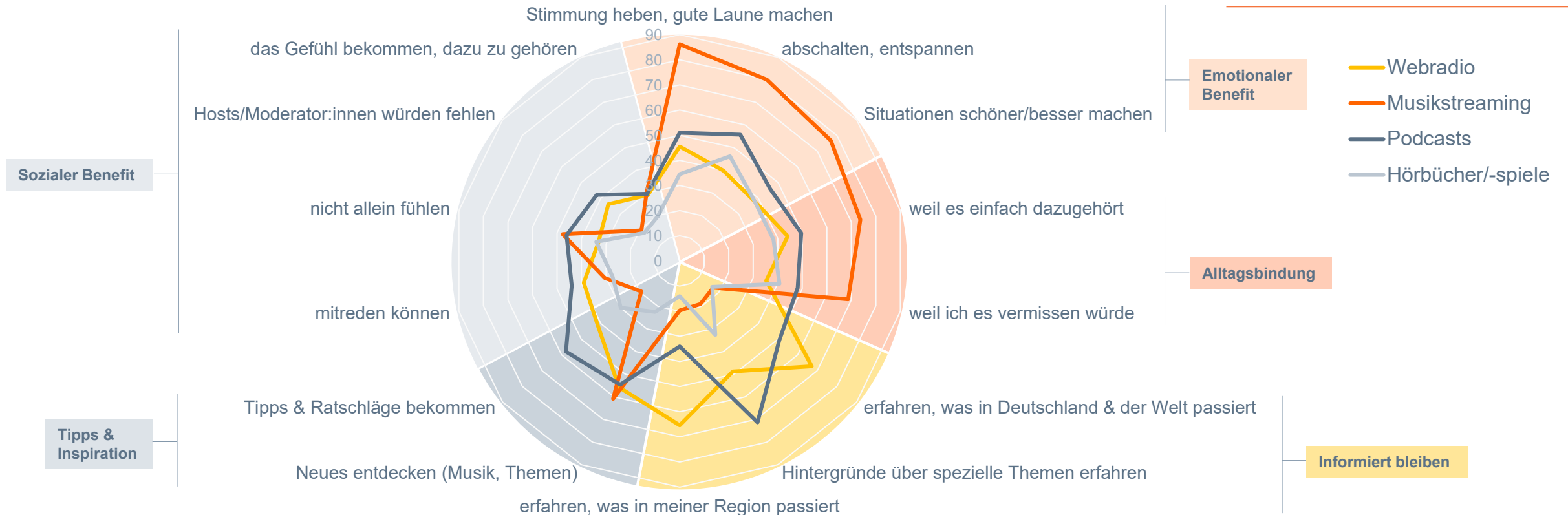
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 15,084 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörbücher oder Hörspiele mind. einmal pro Monat nutzen (n=1.146)

Für U30 hat Musikstreaming eine ganz besonders hohe emotionale Bedeutung im Alltag. Podcasts liefern ihr in hohem Maße Tipps und Hintergründe, Webradio News.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate: 14-29 Jahre

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung des jeweiligen Formats mindestens einmal pro Monat



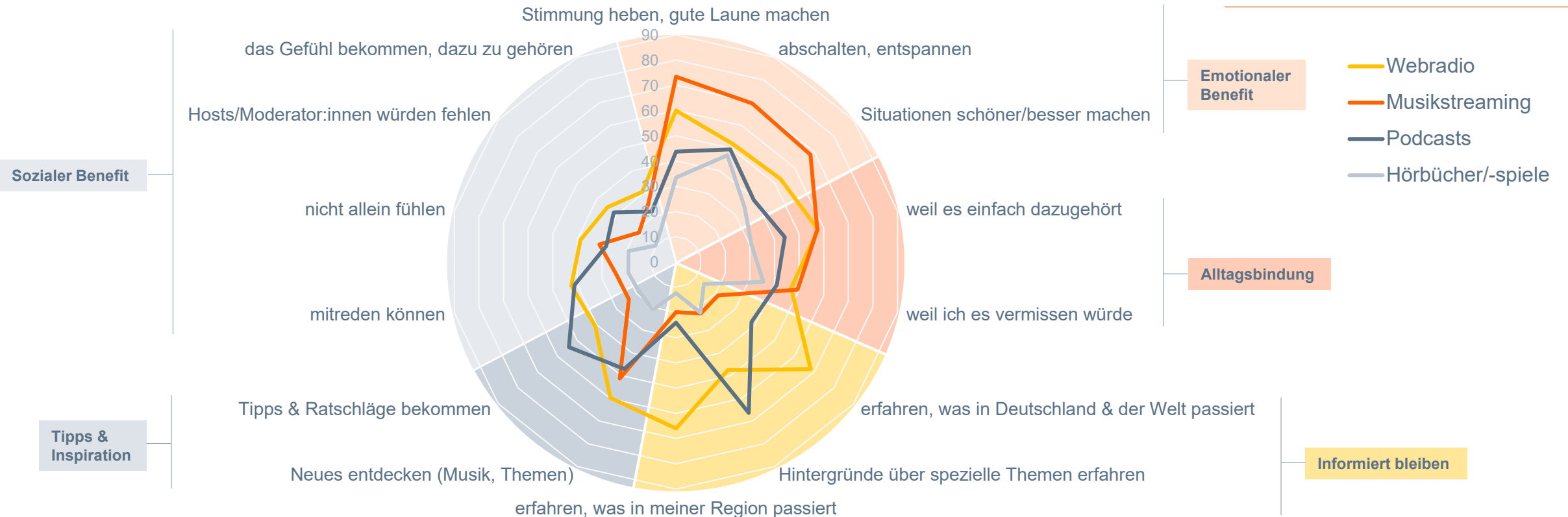
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 12,594 Mio. Online-Audio-Nutzende zwischen 14 und 29 Jahren in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=323), 7,731 Mio. Webradio-Nutzende (n=512) / 11,462 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=757) / 6,791 Mio. Podcast-Nutzende (n=454) / 5,255 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=339)

Auch 30-49-Jährige hören vorrangig Musikstreaming des guten Gefühls wegen. Webradio fungiert als Informations- und Inspirationsquelle und erfüllt am ehesten soziale Bedürfnisse.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate: 30-49 Jahre

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung des jeweiligen Formats mindestens einmal pro Monat



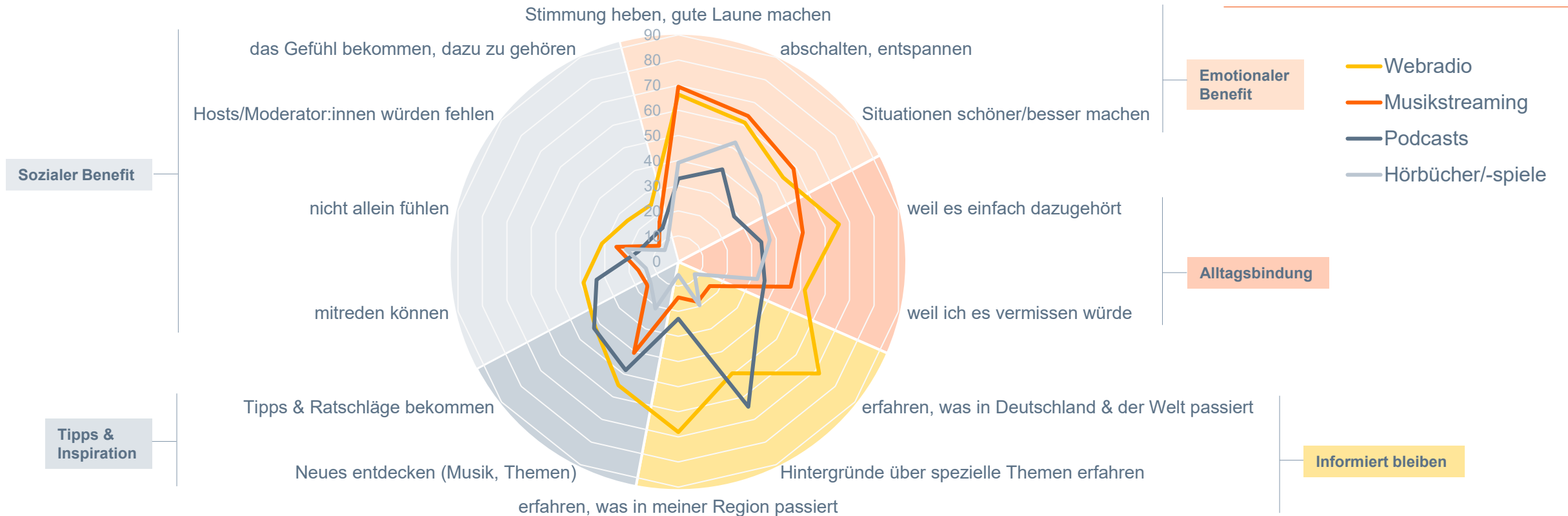
Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 16,684 Mio. Online-Audio-Nutzende zwischen 30 und 49 Jahren in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=1.264), 12,020 Mio. Webradio-Nutzende (n=933) / 13,937 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=1.057) / 7.579 Mio. Podcast-Nutzende (n=603) / 6,045 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=447)

Bei Ü50 bedient Webradio die emotionalen Benefits nahezu gleichermaßen wie Musikstreaming.

Nutzungsmotive der Online-Audio-Formate: 50+ Jahre

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzung des jeweiligen Formats mindestens einmal pro Monat

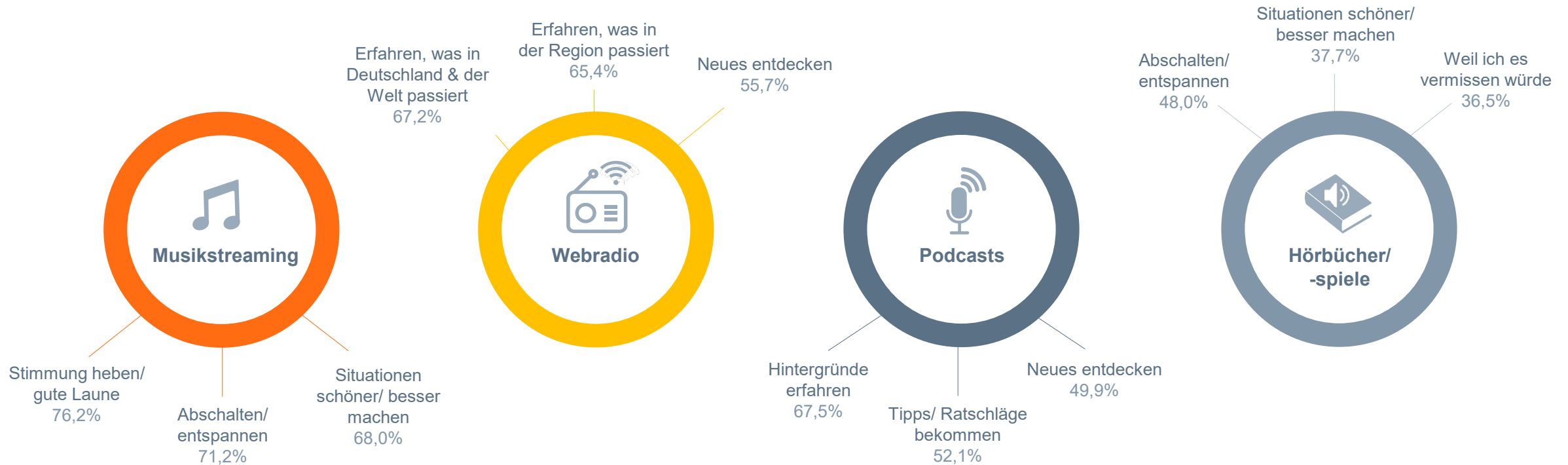


Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 17,772 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 50 Jahren in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=1.809), 14,023 Mio. Webradio-Nutzende (n=1.442) / 11,244 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=1.074) / 5,989 Mio. Podcast-Nutzende (n=580) / 3,784 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=360)

Die drei meistgenannten Nutzungsmotive je Online-Audio-Angebot zeigen die Schwerpunkte: Musikstreaming mit emotionalen, Webradio mit informativen, Podcasts mit tiefergehend informativen und Hörbücher mit emotional-entspannenden Nutzungsmotiven.

Top 3 Nutzungsmotive pro Online-Audio-Format

Basis: Online-Audio-Nutzung des jeweiligen Formats mindestens einmal pro Monat



Frage 14.1: Ich lese Ihnen jetzt einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, weshalb sie Radio über das Internet, Musik über Streamingdienste, Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher bzw. Hörspiele über das Internet hören. Wie ist das bei Ihnen - auf welches der Audio-Angebote trifft der jeweilige Grund bei Ihnen zu? Sie können auch mehrere nennen. Ich höre ... Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896), 33,774 Mio. Webradio-Nutzende (n=2.887) / 36,644 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=2.888) / 20,359 Mio. Podcast-Nutzende (n=1.673) / 15,084 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=1.146)

4 Online-Audio & KI



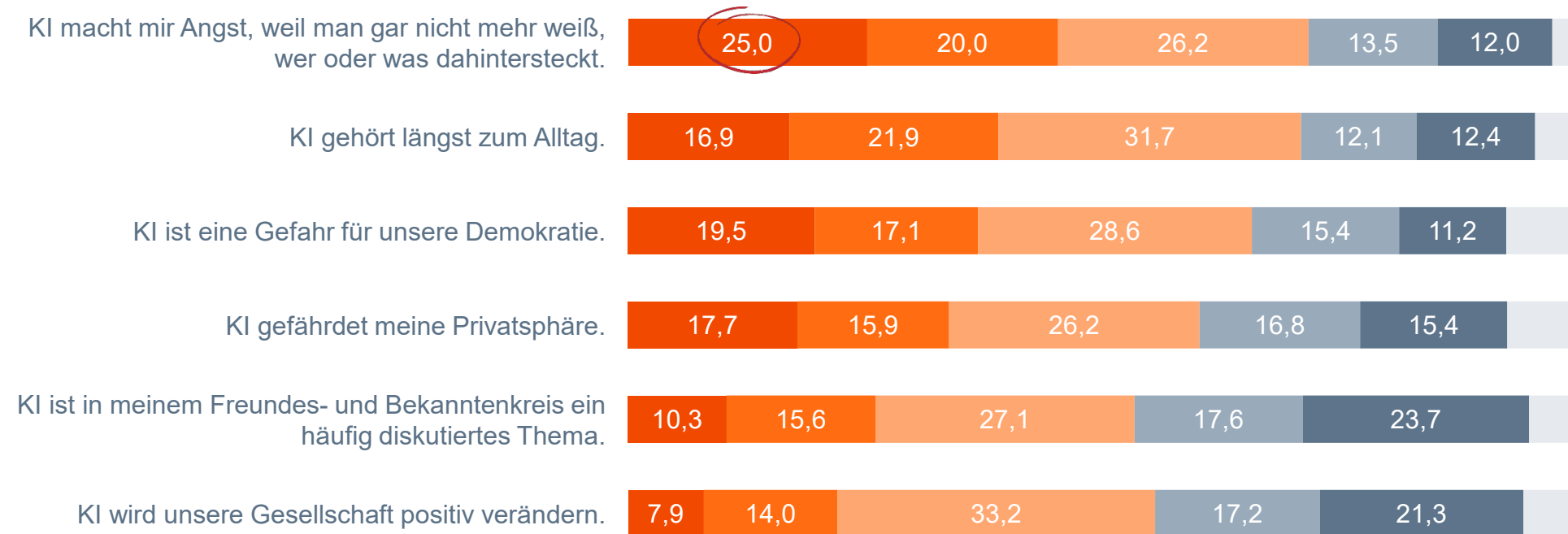
Das Thema KI ist allgemein mit Sorge behaftet. Für über ein Drittel gehört KI zwar zum Alltag, für ebenso viele stellt sie aber auch eine Gefahr für Demokratie und Privatsphäre dar.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Allgemeine Einstellung zu KI

Angaben in Prozent, Ranking nach Top 2

■ (1) Stimme voll und ganz zu ■ (2) ■ (3) ■ (4) ■ (5) Stimme überhaupt nicht zu ■ weiß nicht

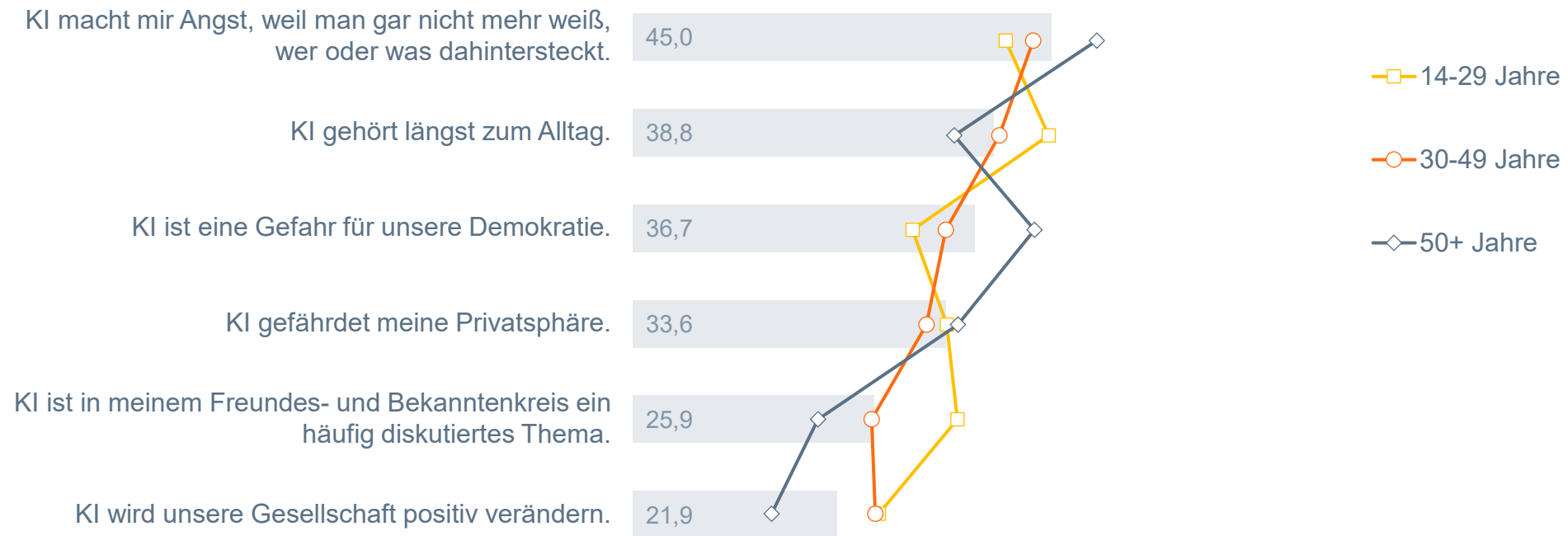


Frage 42: Wenn Sie allgemein an KI denken: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 'stimme voll und ganz zu' bis 5 'stimme überhaupt nicht zu'. Mit den Werten dazwischen können Sie abstimmen. Angaben in Prozent, Basis: 50,679 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.285), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungsfrequenz von Online-Audio

Ängste und Ablehnung gegenüber KI zeigen sich besonders in der älteren Generation, während 14- bis 29-Jährige Potenzial in dem Thema sehen.

Allgemeine Einstellung zu KI
Top 2 (5er Skala) | Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



Frage 42: Wenn Sie allgemein an KI denken: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 'stimme voll und ganz zu' bis 5 'stimme überhaupt nicht zu'. Mit den Werten dazwischen können Sie abstimmen. Angaben in Prozent, Basis: 50,679 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.285), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungsfrequenz von Online-Audio

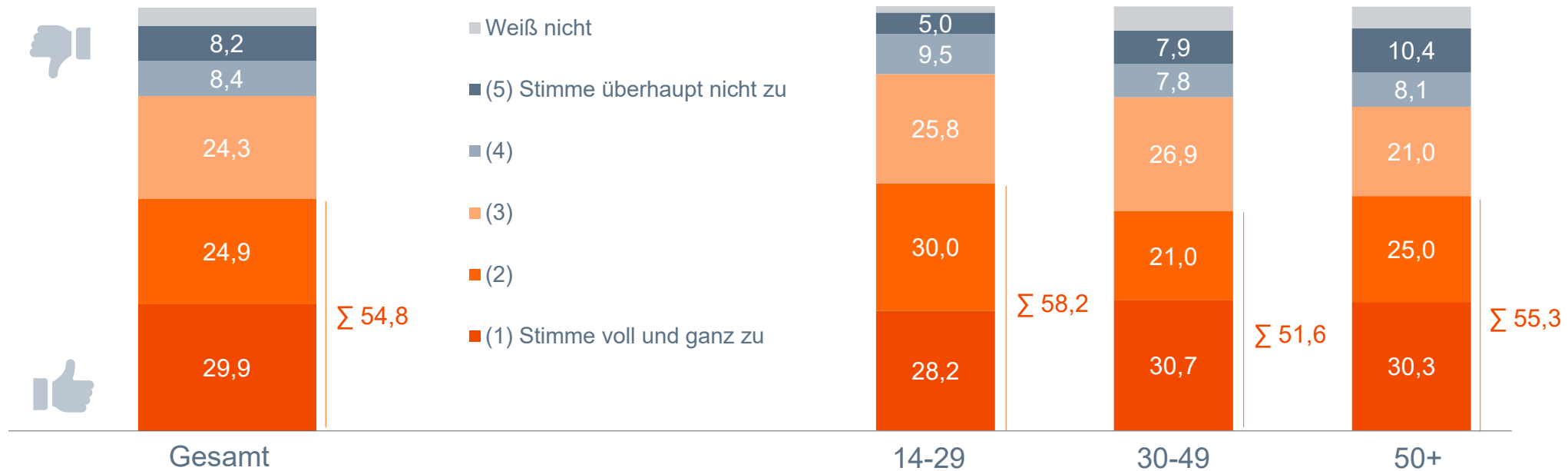
KI-generierte Inhalte sind für die Mehrheit vertretbar – wenn sie entsprechend gekennzeichnet sind. Diese Ansicht teilen alle Altersgruppen.

Akzeptanz KI-generierter Inhalte mit Kennzeichnung

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

„KI-generierte Inhalte sind in Ordnung, solange sie als solche gekennzeichnet sind.“



Frage 42: Wenn Sie allgemein an KI denken: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 'stimme voll und ganz zu' bis 5 'stimme überhaupt nicht zu'. Mit den Werten dazwischen können Sie abstimmen. Angaben in Prozent, Basis: 50,679 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.285), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungsfrequenz von Online-Audio

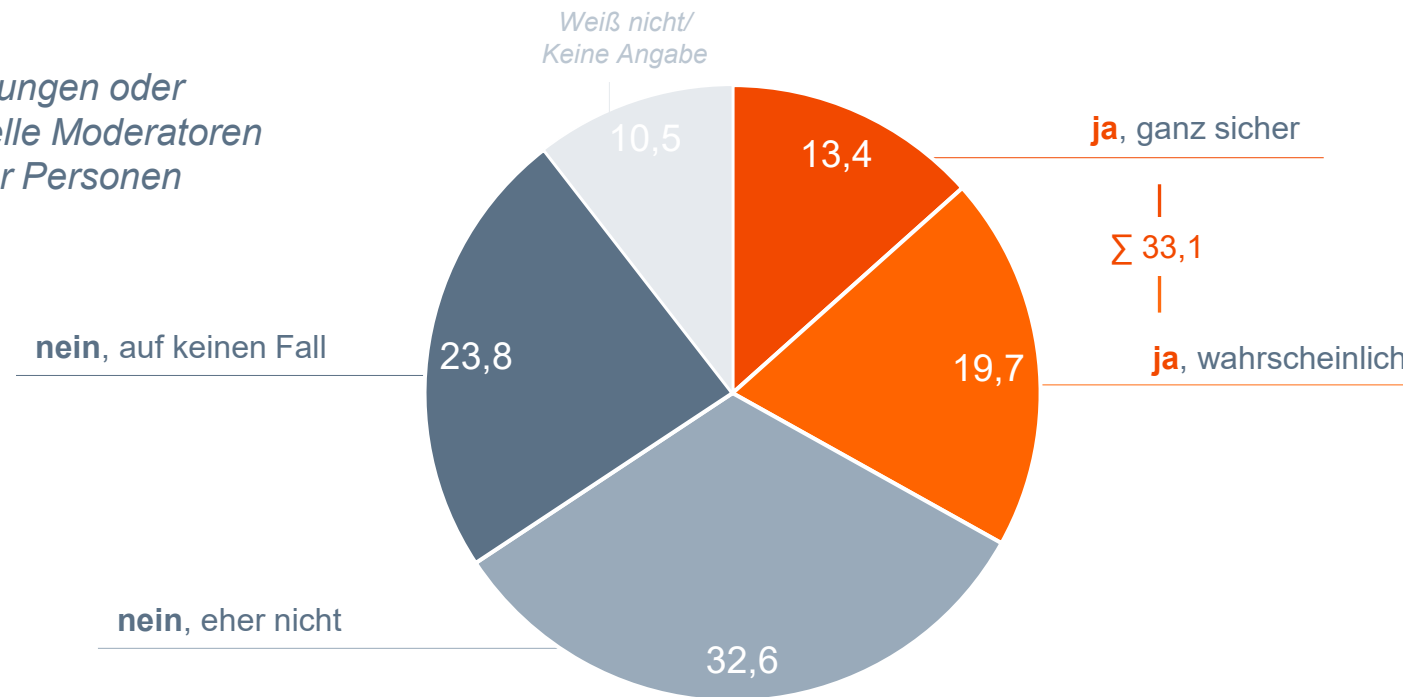
Jede:r dritte Online-Audio-Nutzende ist der Meinung, schon mit KI-generierten Audio-Inhalten in Kontakt gekommen zu sein. Die Mehrheit verneint dies (eher).

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten

Angaben in Prozent

z.B. Musik, ganze Sendungen oder Radioprogramme, virtuelle Moderatoren oder Stimmen bekannter Personen



Frage 40: Im Bereich des Online-Hörens wird vermehrt „Künstliche Intelligenz“, abgekürzt „KI“, eingesetzt. Mit KI können auch selbst realistische und originelle Audioinhalte erstellt werden, beispielsweise Musik, ganze Sendungen oder Radioprogramme, virtuelle Moderatoren oder Stimmen bekannter Personen. Sind Sie mit solchen KI-Audioinhalten schon in Kontakt gekommen?

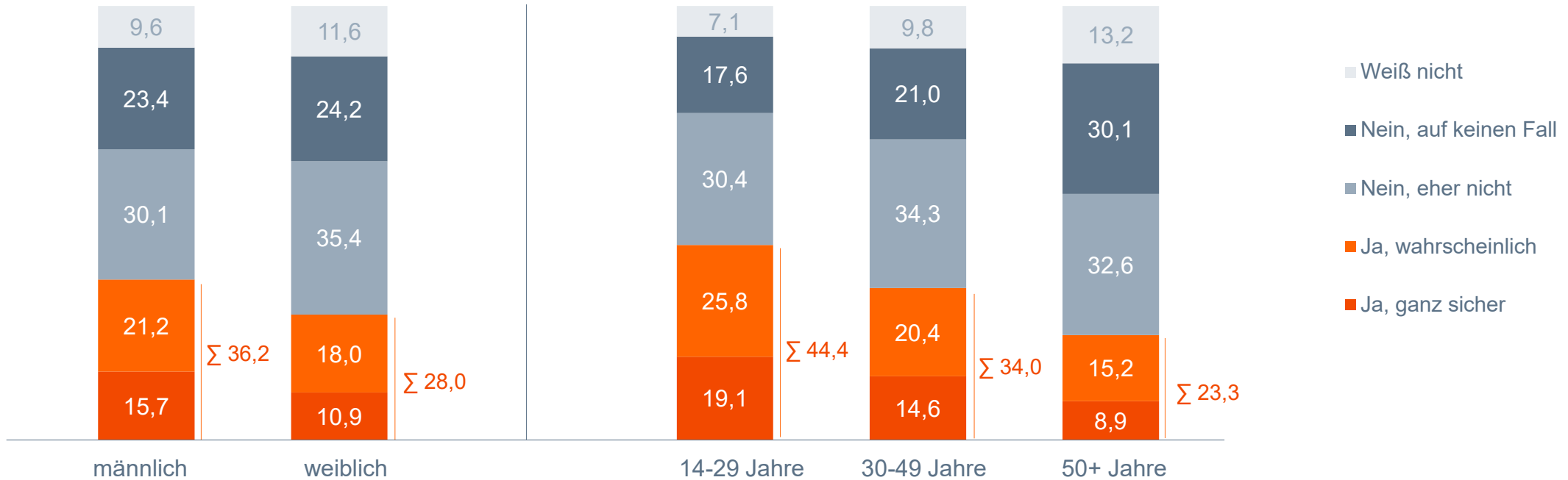
Angaben in Prozent, Basis: 50,679 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.285), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungsfrequenz von Online-Audio

Beinahe die Hälfte der unter 30-Jährigen hatte nach eigener Ansicht bereits Kontakt mit KI-Audio-Inhalten – etwa doppelt so viele wie in der Altersgruppe 50+.

Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



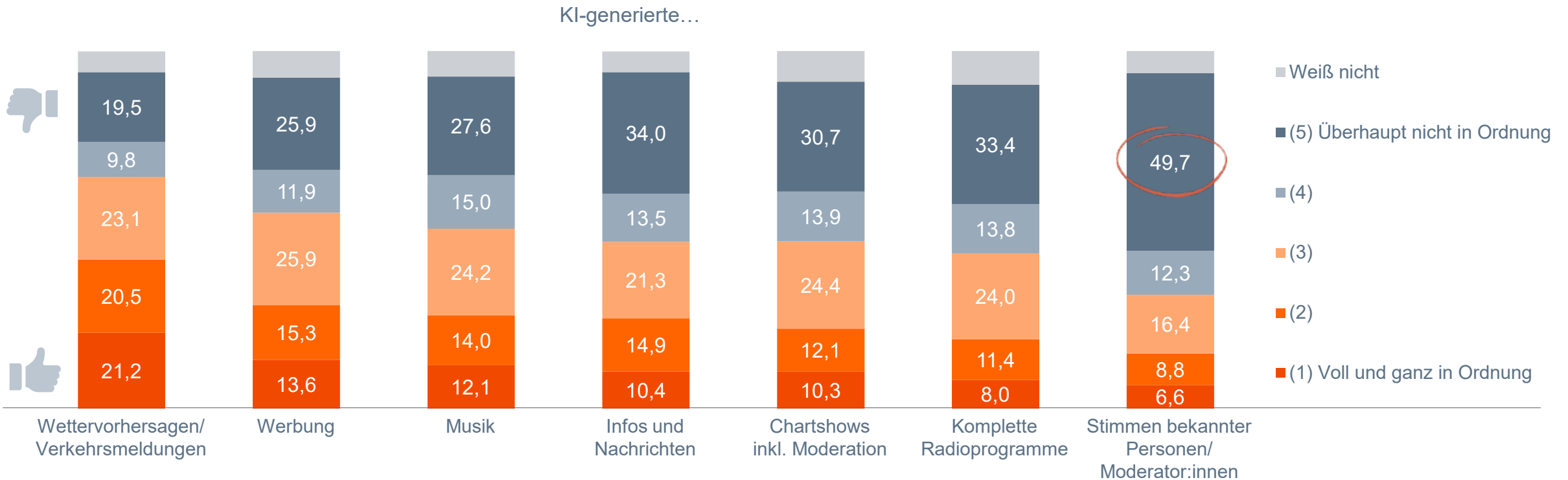
Frage 40: Im Bereich des Online-Hörens wird vermehrt „Künstliche Intelligenz“, abgekürzt „KI“, eingesetzt. Mit KI können auch selbst realistische und originelle Audioinhalte erstellt werden, beispielsweise Musik, ganze Sendungen oder Radioprogramme, virtuelle Moderatoren oder Stimmen bekannter Personen. Sind Sie mit solchen KI-Audioinhalten schon in Kontakt gekommen?
 Angaben in Prozent, Basis: 50,679 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.285), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungsfrequenz von Online-Audio

Das KI-Akzeptanzlevel variiert nach Inhalt: Wetter- & Verkehrsinfos sind mehrheitlich ok, die künstliche Erzeugung von Stimmen bekannter Personen hingegen für viele ein No-Go.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten

Angaben in Prozent



Frage 41: Unabhängig davon, was Sie eben geantwortet haben: Bei welchen der folgenden Beiträge bzw. Inhalte fänden Sie persönlich es in Ordnung oder auch nicht, wenn diese mit Unterstützung von KI erstellt werden? Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 „voll und ganz in Ordnung“ bis 5 „überhaupt nicht in Ordnung“. Mit den Werten dazwischen können Sie abstufen. Angaben in Prozent, Basis: 50,679 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.285), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungsfrequenz von Online-Audio

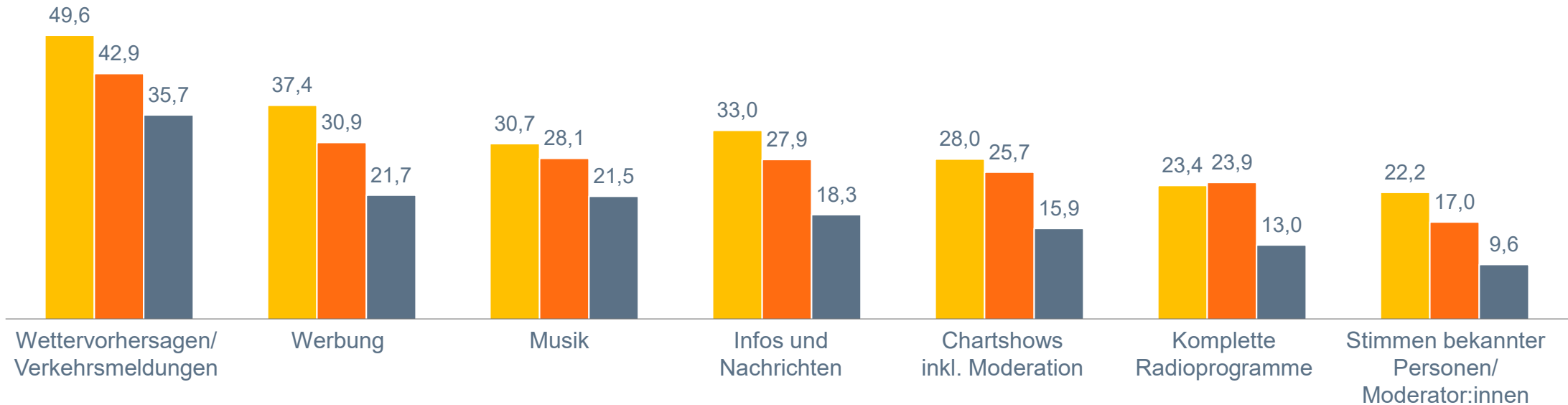
Bei gleichem Ranking zeigt sich (fast stringent): Je jünger, desto höher die Akzeptanz.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten

Top 2 (Voll und ganz in Ordnung / in Ordnung) | Angaben in Prozent

■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50+ Jahre



Frage 41: Unabhängig davon, was Sie eben geantwortet haben: Bei welchen der folgenden Beiträge bzw. Inhalte fänden Sie persönlich es in Ordnung oder auch nicht, wenn diese mit Unterstützung von KI erstellt werden?
Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 „voll und ganz in Ordnung“ bis 5 „überhaupt nicht in Ordnung“. Mit den Werten dazwischen können Sie abstufen.
Angaben in Prozent, Basis: 50,679 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.285), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungsfrequenz von Online-Audio

5

Genutzte Geräte

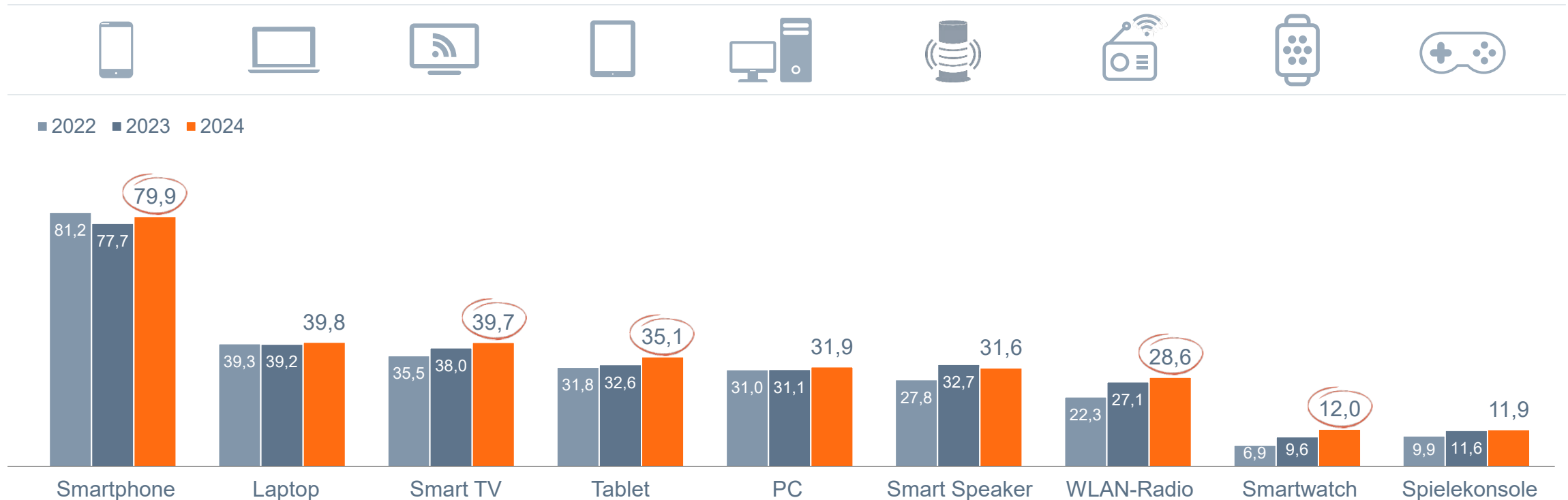


Das Smartphone bleibt das führende Gerät für Online-Audio. Smart TV, Tablet, WLAN-Radio sowie die Smartwatch gewinnen stetig an Relevanz.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent



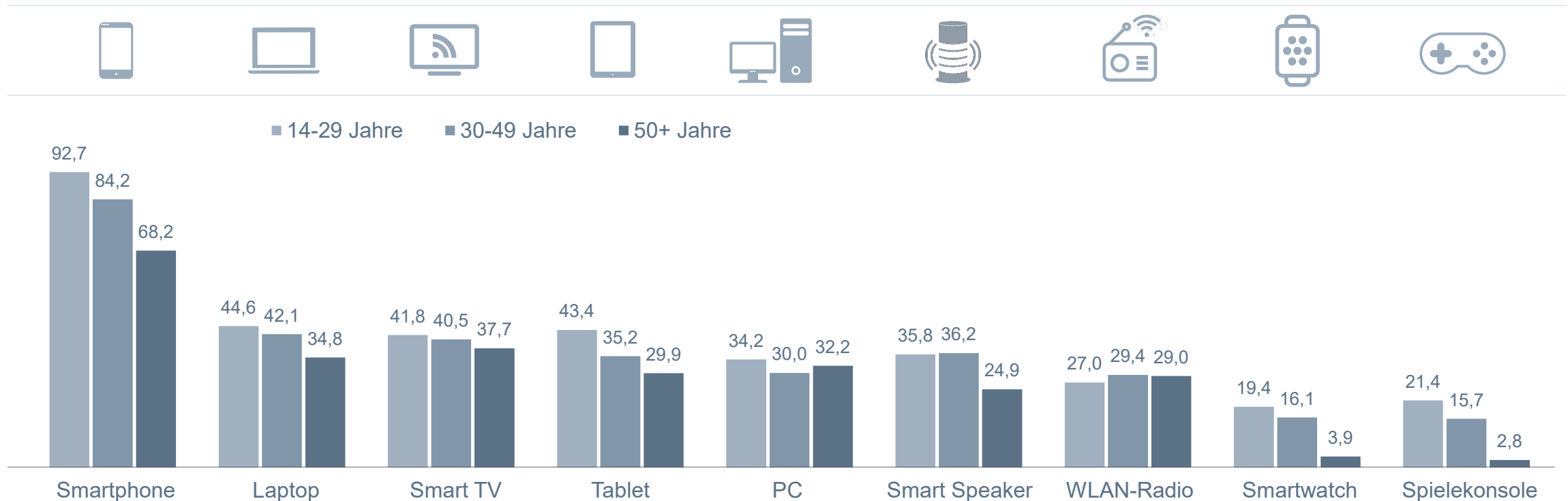
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2024: 52,007 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.399)

Das Smartphone dominiert die Online-Audio-Nutzung in allen Altersgruppen. Smart Speaker kommen eher bei U50 zum Einsatz.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt nach Alter

Angaben in Prozent



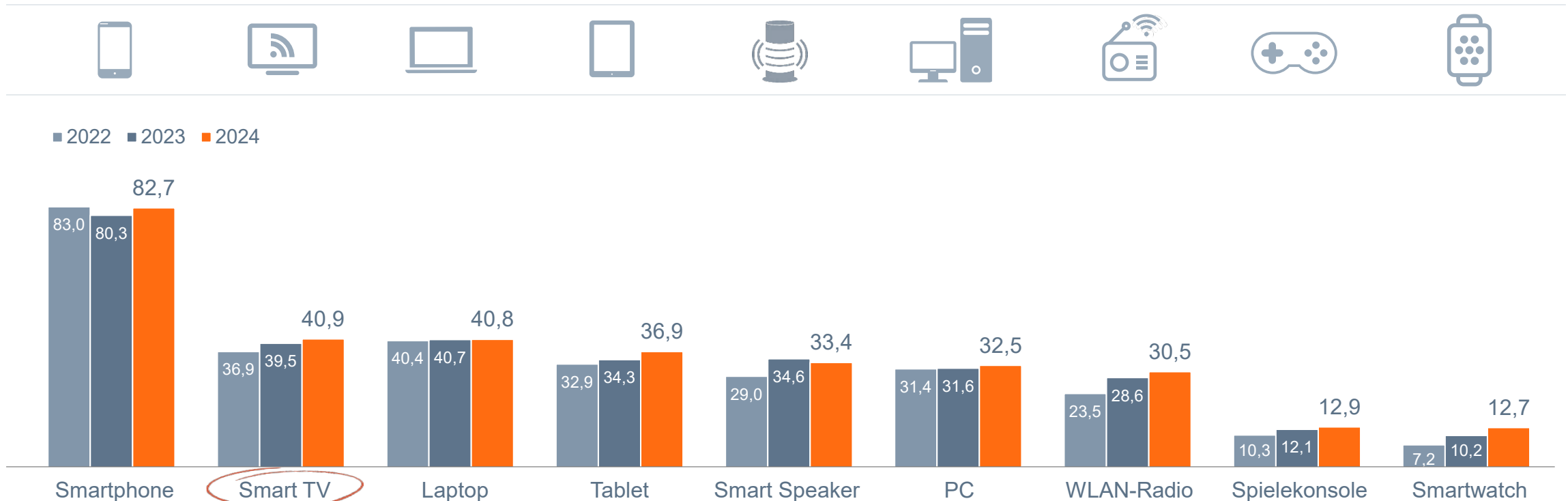
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent; Basis: 52,007 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.399)

Auch auf Basis der regelmäßigen Nutzung bleibt das Smartphone das mit Abstand am häufigsten genutzte Online-Audio-Gerät. Der Smart TV liegt mittlerweile auf Platz 2!

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent



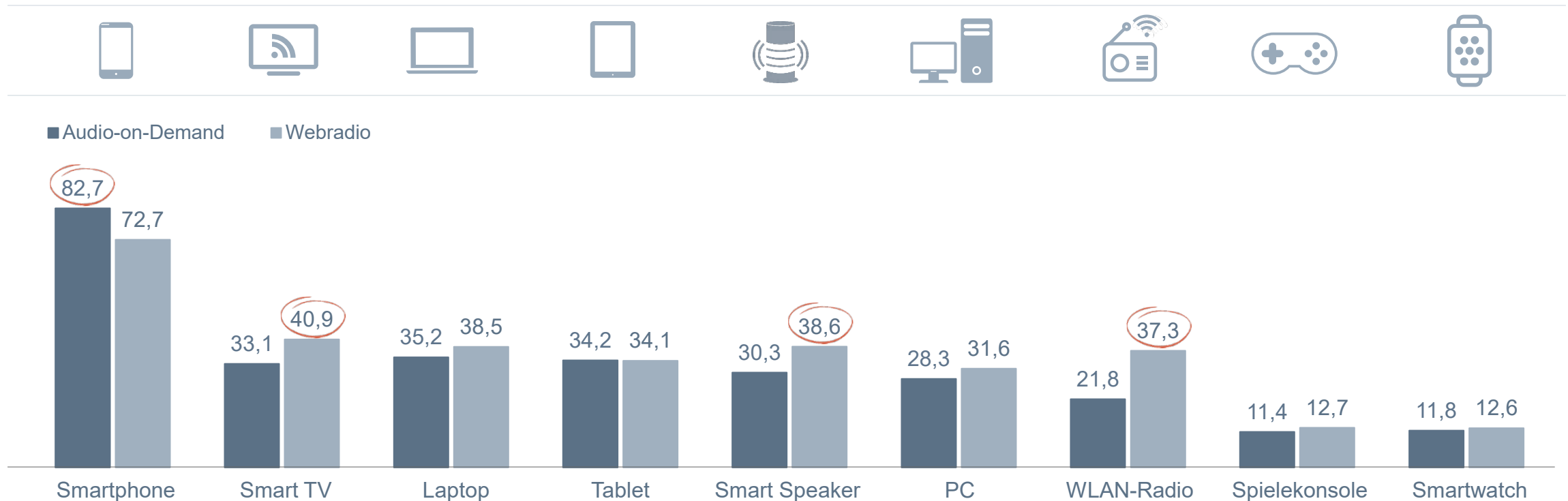
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2024: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Für Audio-on-Demand wird das Smartphone präferiert, während Webradio insbesondere über Smart TVs, WLAN-Radiogeräte und Smart Speaker gehört wird.

Genutzte Geräte für Online-Audio-on-Demand vs. Webradio

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende Online-Audio-on-Demand vs. Webradio



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent; Basis: 40,510 Mio. Audio-on-Demand-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland / 33.774 Webradio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die die jeweiligen Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.237 / 2.887)

6 Genutzte Plattformen

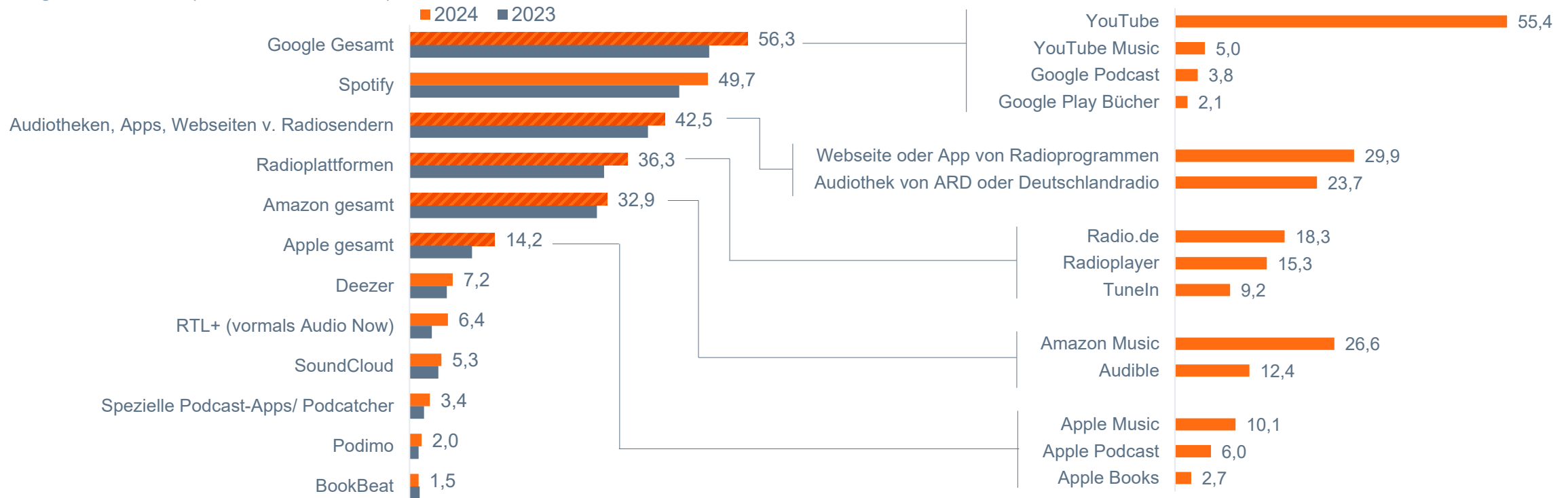


Die Top 3 Plattformen der regelmäßigen Online-Audio-Nutzenden sind über alle Formate hinweg: Google, Spotify, Audiotheken/Websites von Radiosendern. Fast alle mit teils kräftigem Plus.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote (Gesamtranking)

Angaben in Prozent (nur Plattformen ab 2%)



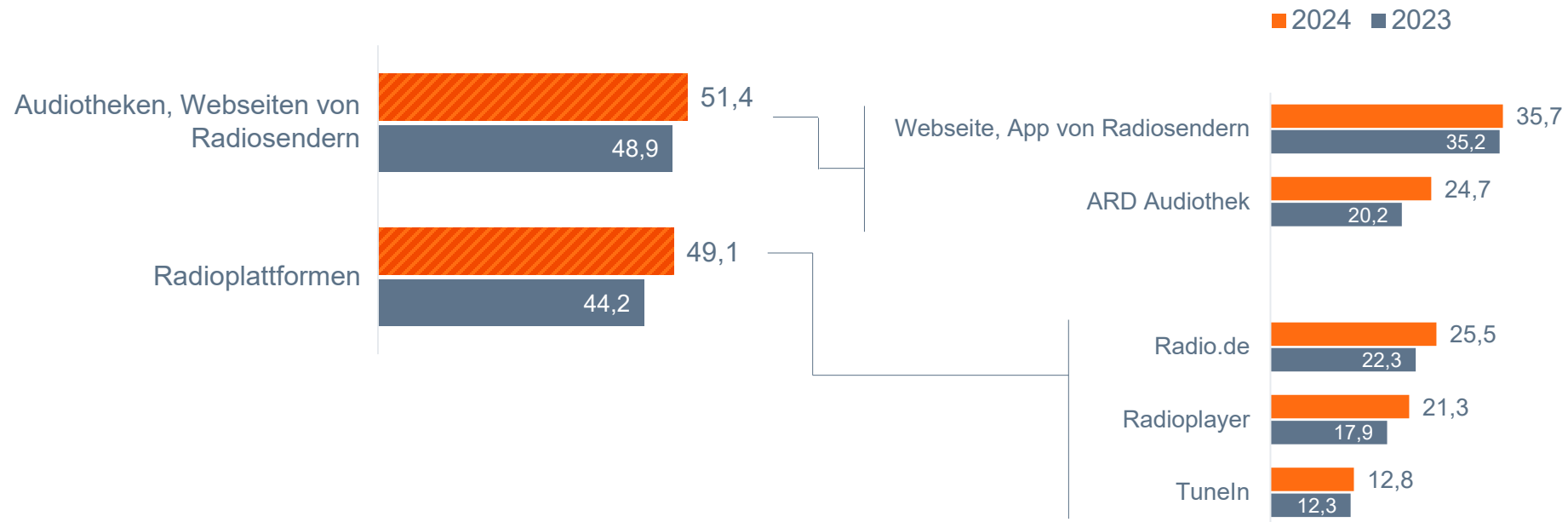
Frage 8 / 8A / 8B / 19: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele? / Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio? / Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...; Angaben in Prozent; Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Webradio wird vor allem direkt über die Webseite oder App von Radiosendern aufgerufen. Radioplattformen und die ARD Audiothek gewinnen an Bedeutung.

Genutzte Plattformen für Webradio

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio-Nutzende



Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?, Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet?; Angaben in Prozent; Basis 2024: 33,774 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.887)

Webseiten und Apps von Radiosendern altersunabhängig vorne. Die Radioplattformen werden überdurchschnittlich von U50 genutzt, die ARD Audiothek überproportional von 50+.

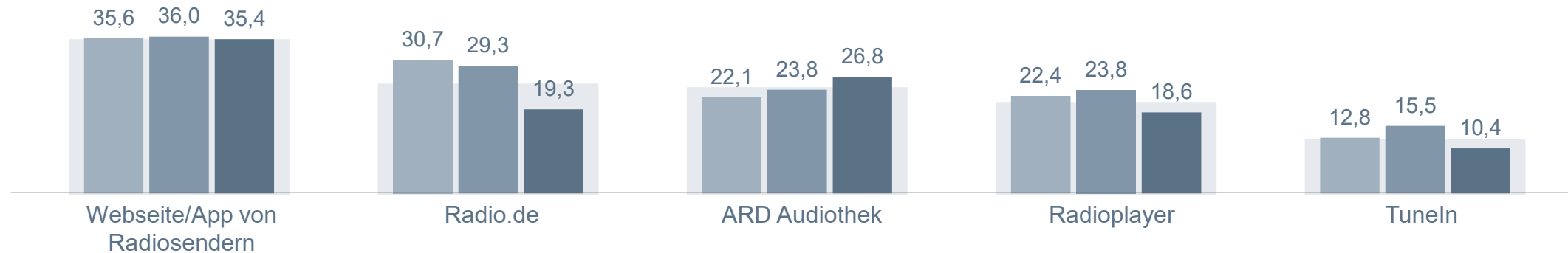
Genutzte Plattformen für Webradio nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio-Nutzende



■ Alle ■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50+ Jahre



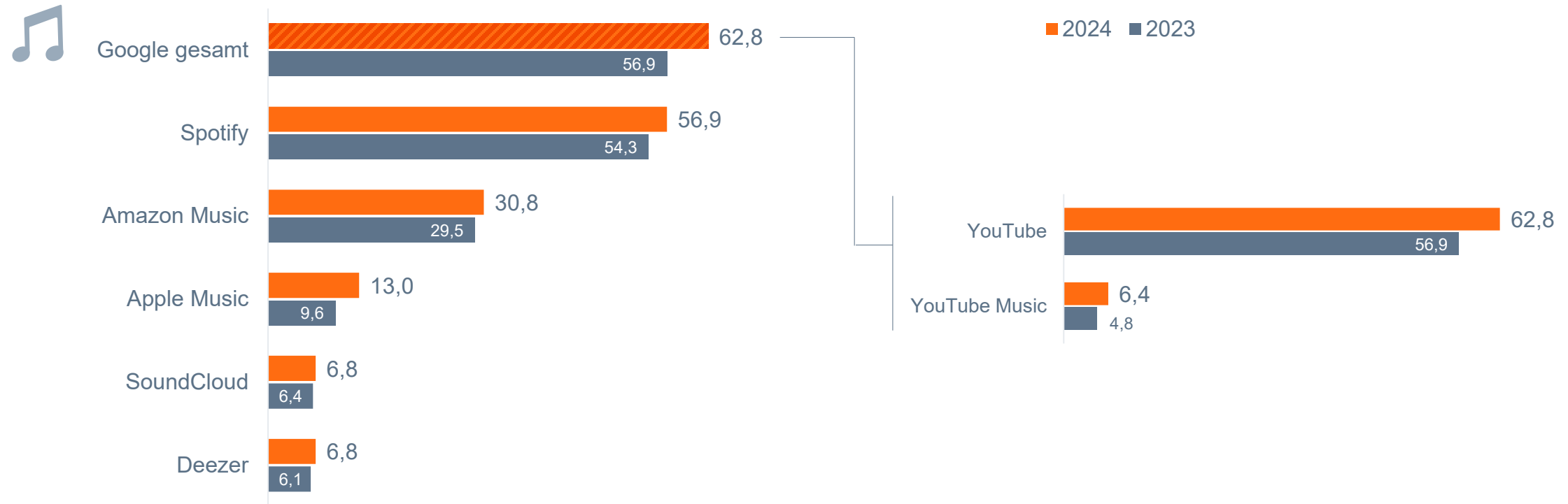
Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?, Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet?; Angaben in Prozent; Basis: 33,774 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.887)

Im Bereich Musikstreaming legt YouTube kräftig zu und verhilft Google zu neuem Vorsprung an der Spitze vor Spotify.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Musikstreaming-Nutzende



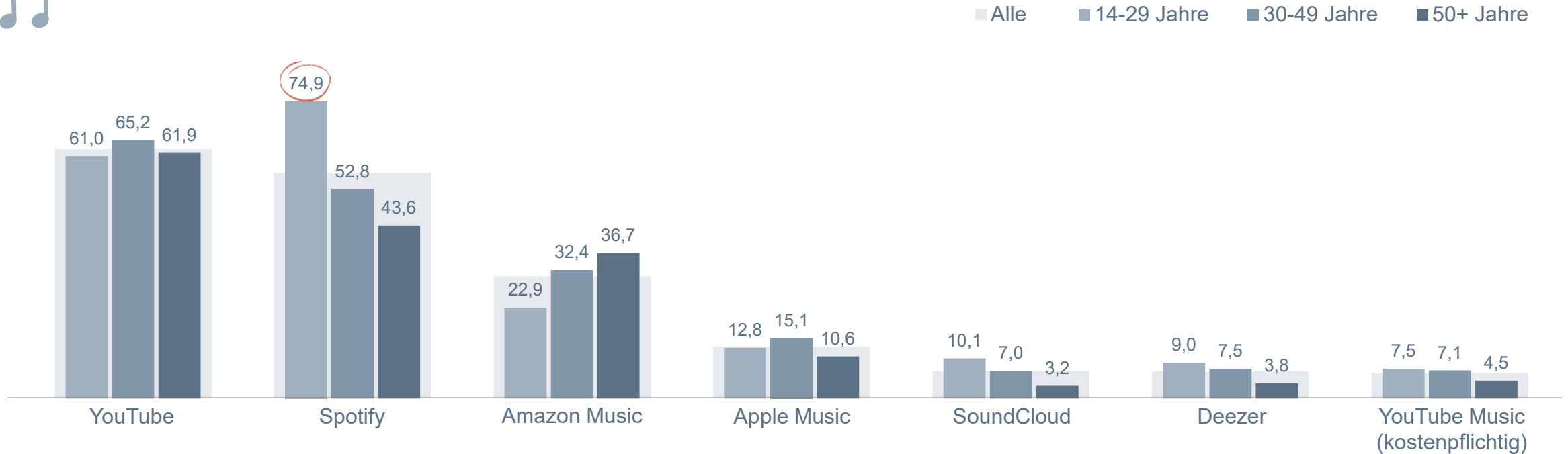
Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
 Angaben in Prozent; Basis 2024: 36,644 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.888)

Spotify ist die Nummer 1 für Musikstreaming bei den Jüngeren. YouTube ist in allen Altersgruppen gefragt und für 30+ die erste Wahl für Musik.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Musikstreaming-Nutzende

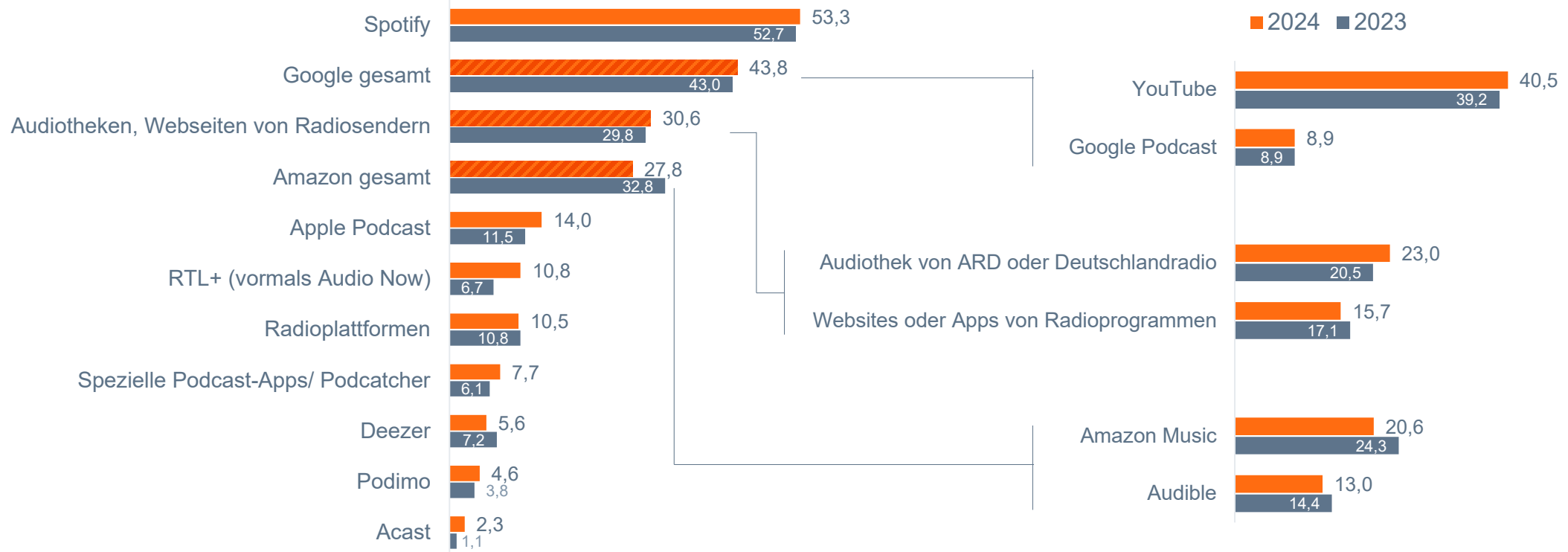


Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
 Angaben in Prozent; Basis: 36,644 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.888)

Bei Podcasts bleibt Spotify stabil an der Spitze, gefolgt von Google/YouTube. Amazon reiht sich aktuell hinter den Audiotheken & Websites ein. RTL+ stärker als vormals Audio Now.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören

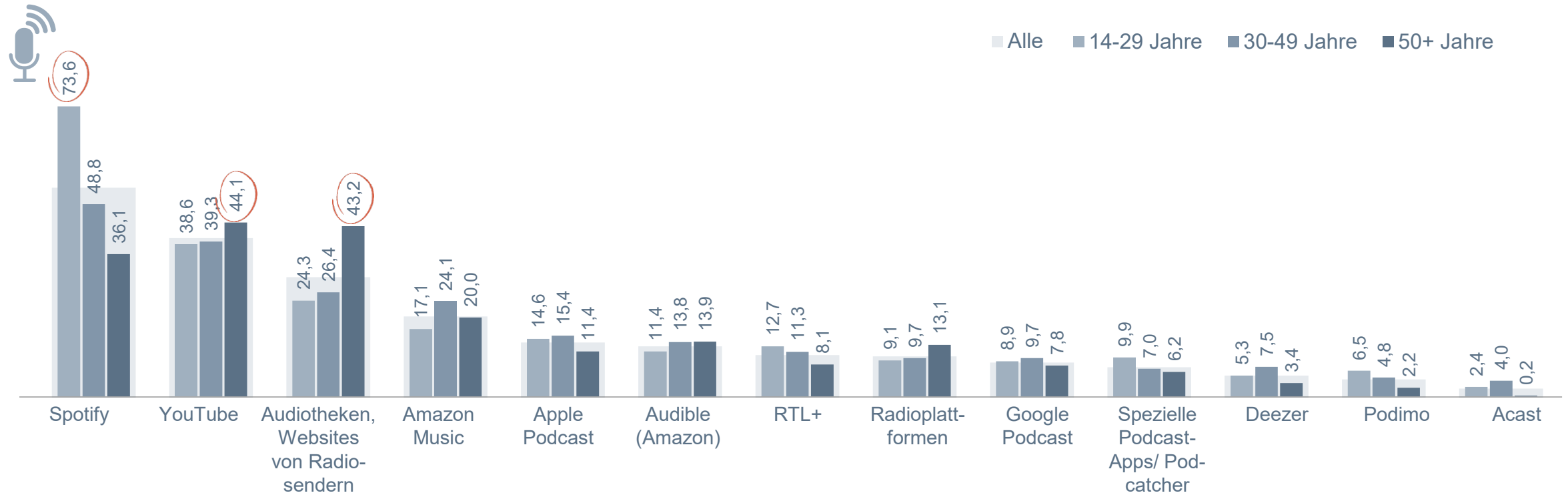
Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...
Angaben in Prozent; Basis 2024: 20,359 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

Unter 50-Jährige rufen Podcasts primär über Spotify auf. Für Ältere (50+) sind YouTube sowie Audiotheken und Websites der präferierte Podcast-Zugang.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

Angaben in Prozent; Basis: 20,359 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

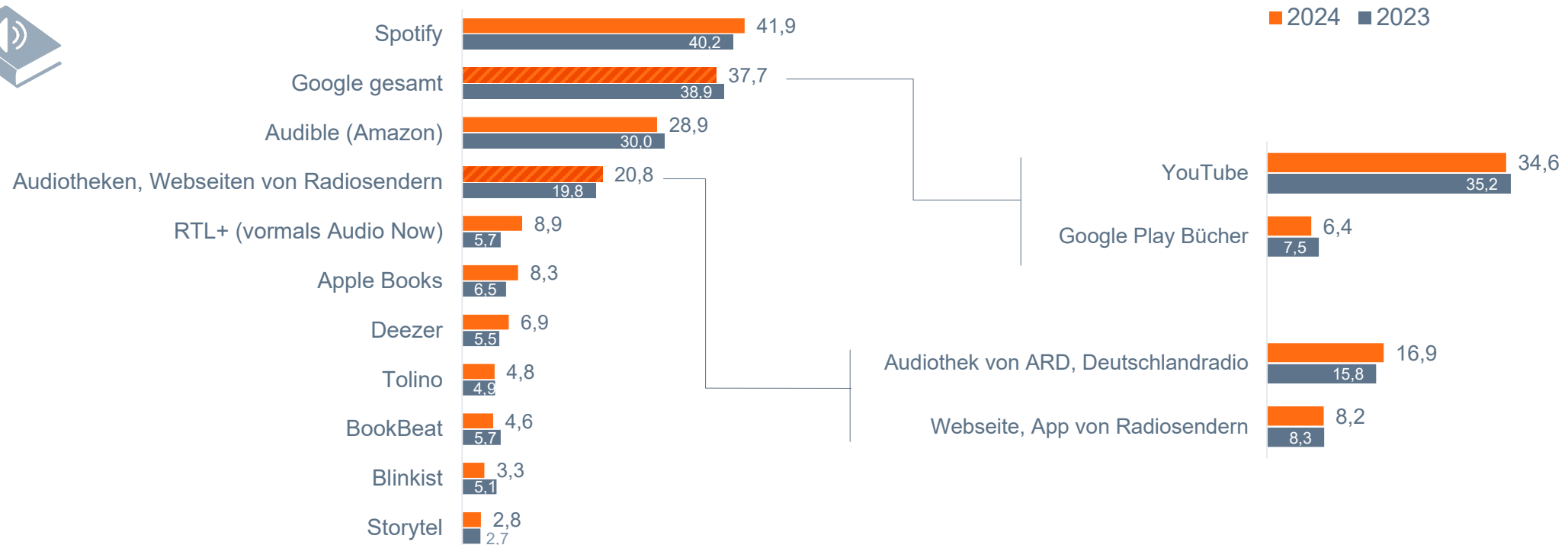
Stabiles Ranking der Hörbuch-Plattformen: Spotify auf Platz 1, Google mit YouTube & Google Play Bücher knapp dahinter, Audible/Amazon folgt auf Rang 3.

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßige Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen



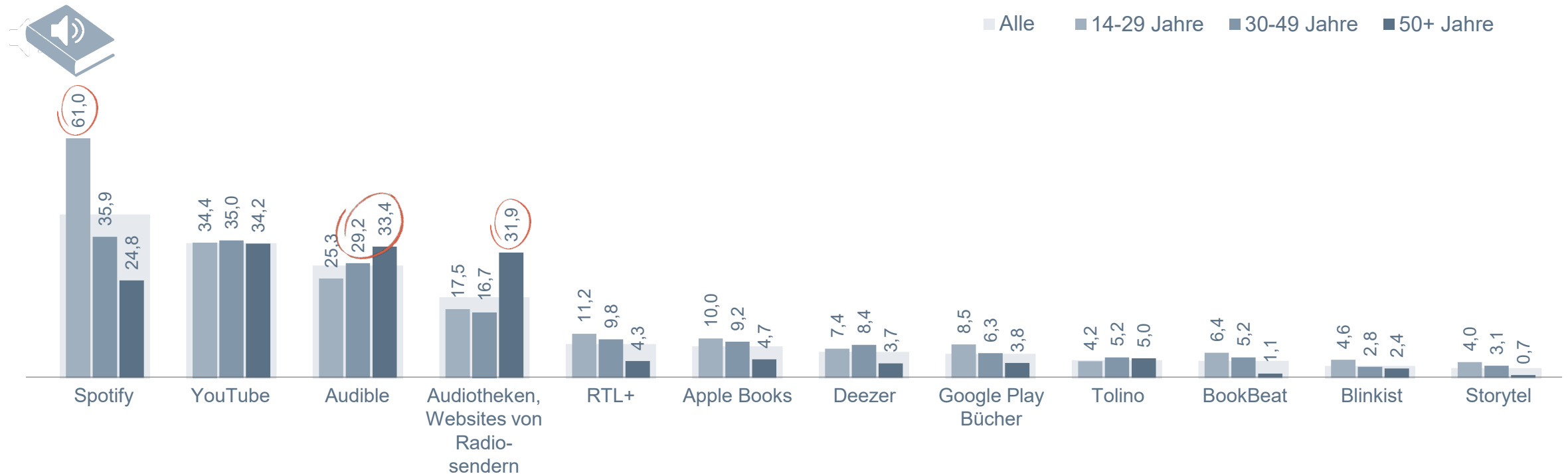
Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?
 Angaben in Prozent; Basis 2024: 15,084 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=1.146)

Jüngere wählen auch für Hörbücher vorrangig den AoD-Allrounder Spotify. Ältere finden den Zugang vergleichsweise häufiger über Audiotheken/Websites von Radiosendern und Audible.

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen



Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?
Angaben in Prozent; Basis: 15,084 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=1.146)

7 Nutzungssituationen



Jeweils deutlich mehr als die Hälfte der Bevölkerung hört Online-Audio zu Hause bzw. außer Haus. Im Auto und bei der Hausarbeit sind die häufigsten Nutzungssituationen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

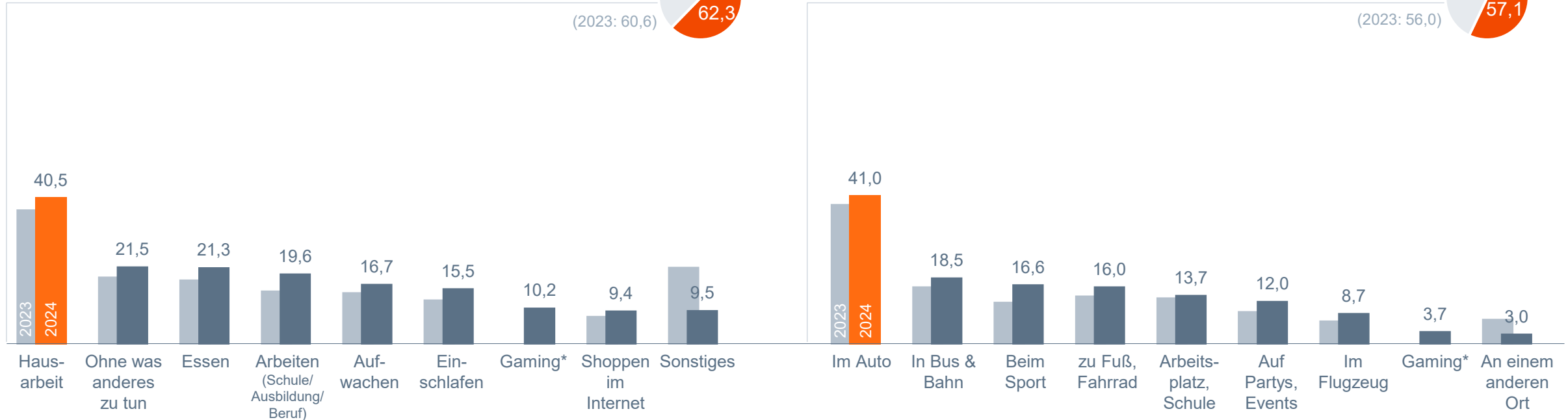
Angaben in Prozent



Zu Hause



Außer Haus



* 2024 erstmals abgefragt

Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.

Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Nahezu alle regelmäßigen Nutzer:innen hören Online-Audio zu Hause – primär bei der Hausarbeit. Fast neun von zehn auch außer Haus – vor allem im Auto.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

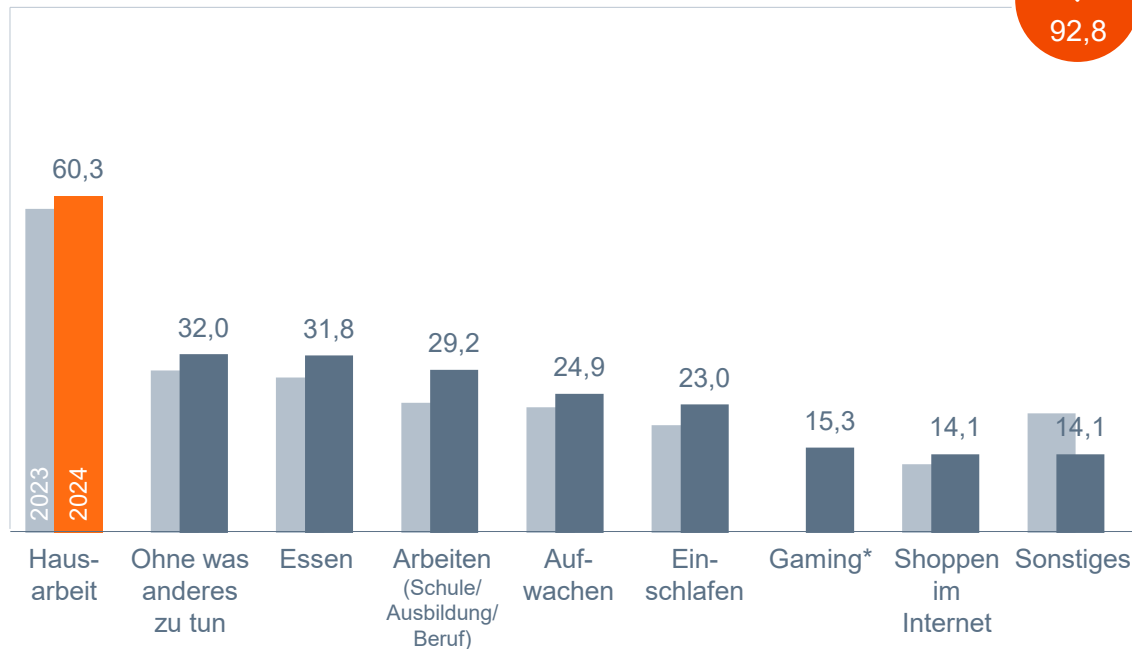
Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Angaben in Prozent



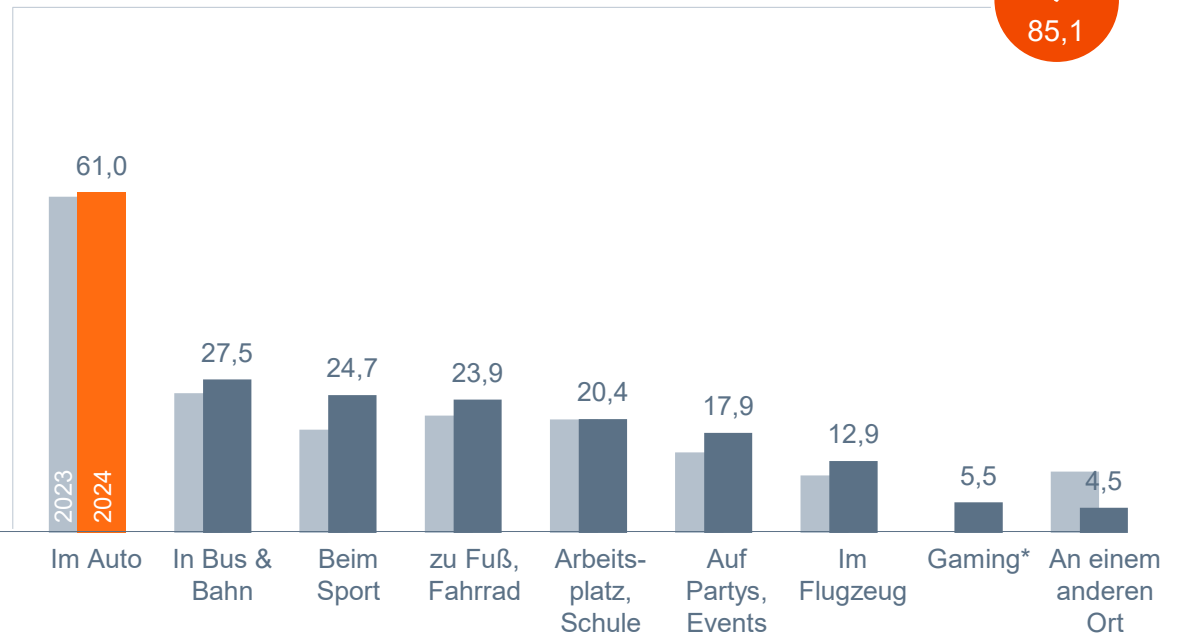
Zu Hause

Netto-
summe



Außer Haus

Netto-
summe



* 2024 erstmals abgefragt

Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.

Angaben in Prozent; Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Zuhause lassen sich Jüngere überproportional oft beim Arbeiten, Einschlafen, Gaming & Online-Shoppen von Online-Audio begleiten; 50+ hört häufiger mit voller Aufmerksamkeit.

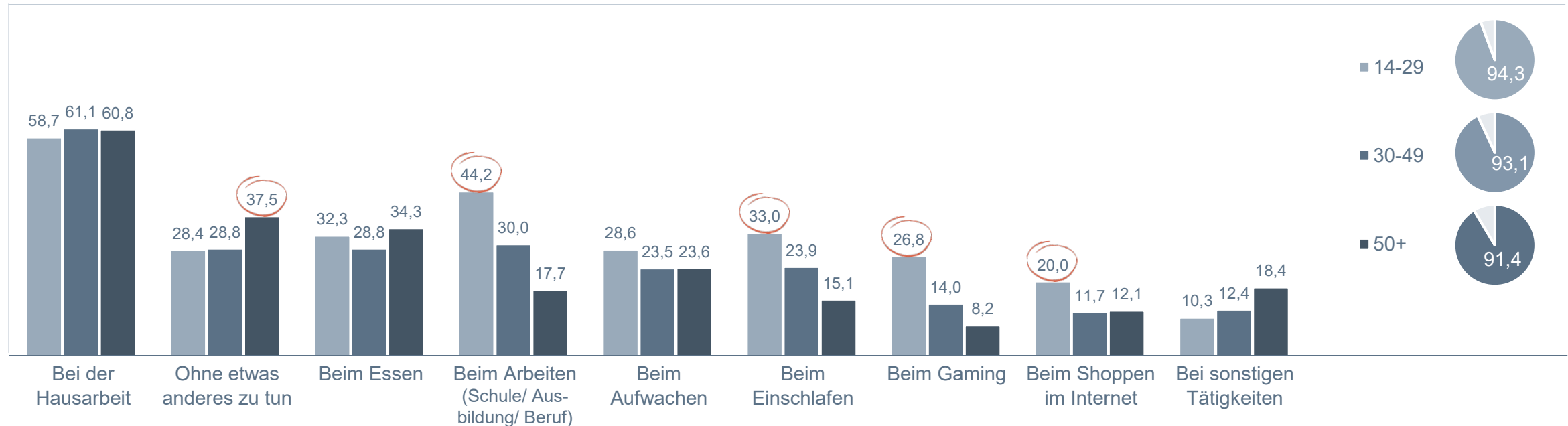
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen zu Hause nach Alter

Angaben in Prozent



Zu Hause



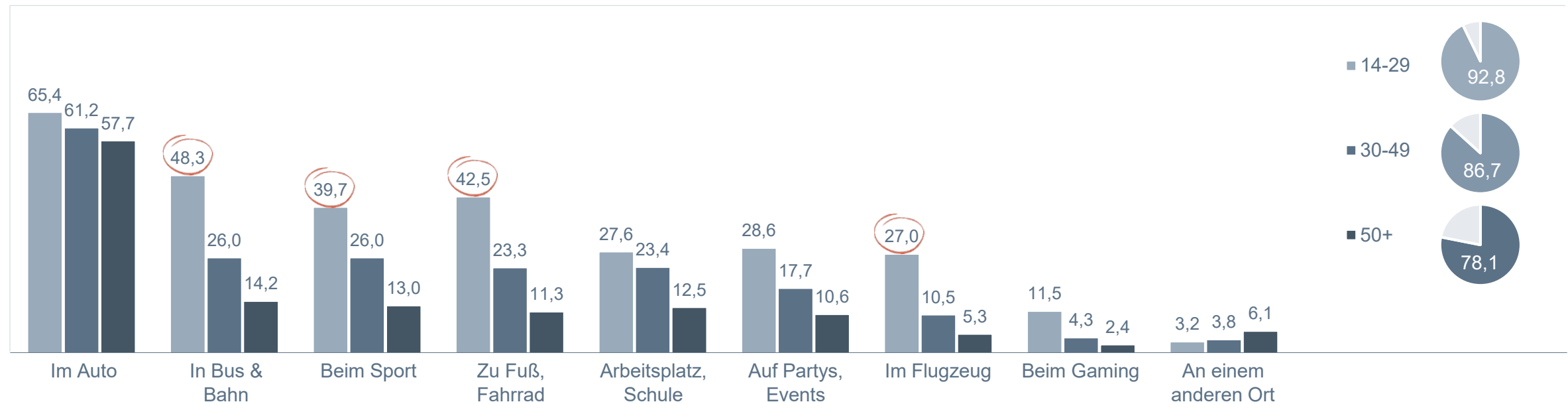
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Außer Haus ist Online-Audio besonders bei Jüngeren beliebt – nicht nur im Auto: 14- bis 29-Jährige nutzen es vergleichsweise häufig auch in anderen mobilen Situationen und beim Sport.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen außer Haus nach Alter

Angaben in Prozent



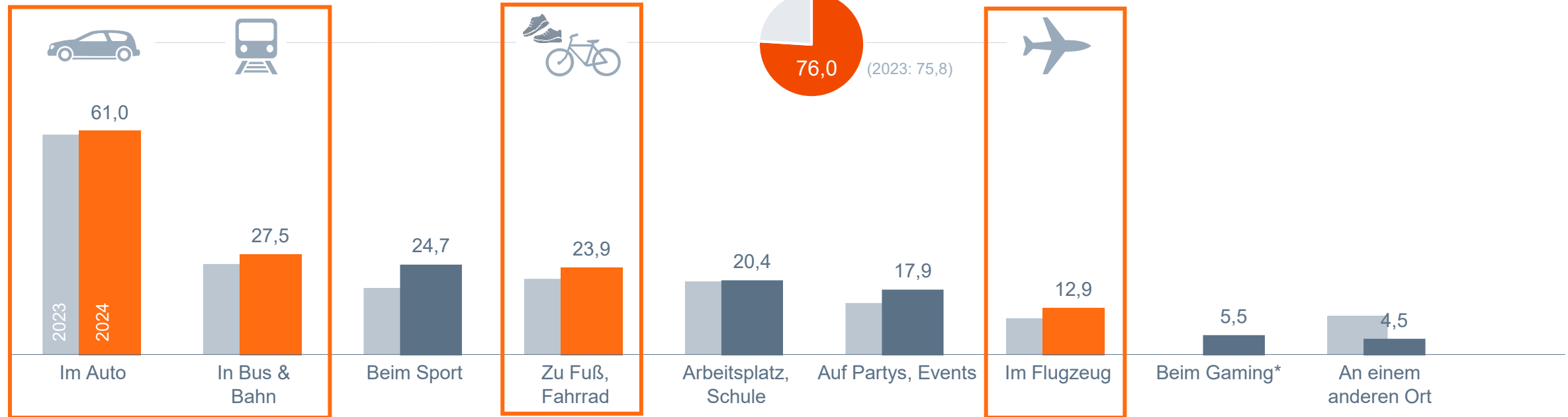
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Insgesamt sind es drei Viertel der regelmäßigen Online-Audio-Nutzenden, die Online-Audio-Inhalte unterwegs von A nach B hören.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen unterwegs

Angaben in Prozent



* 2024 erstmals abgefragt

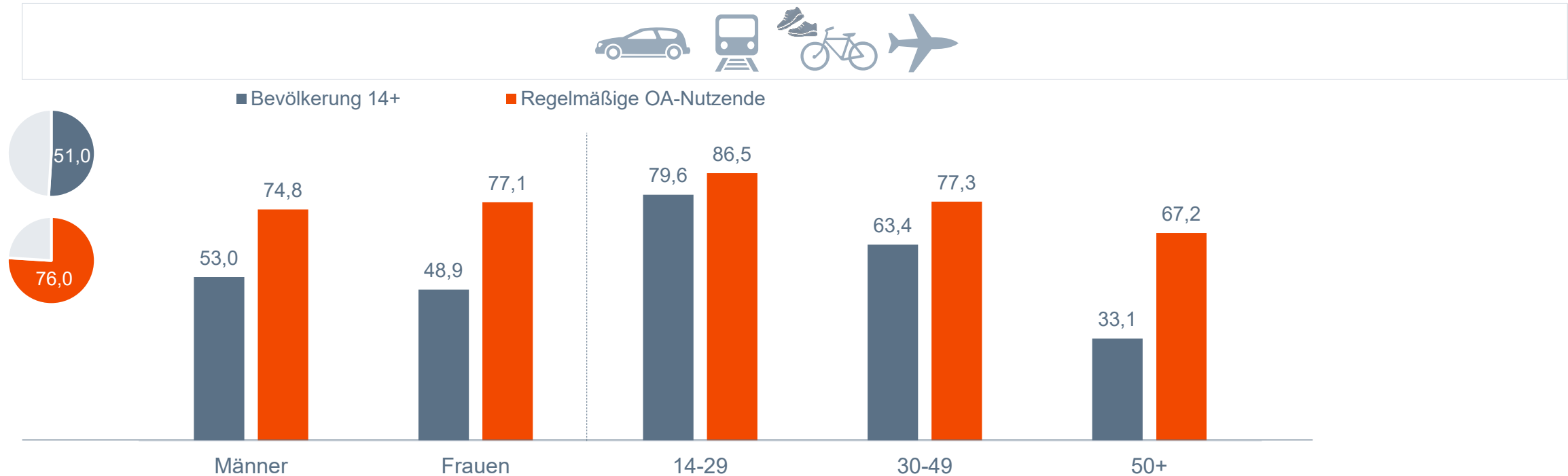
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung hört jede:r Zweite Online-Audio auf dem Weg von A nach B – mit großen Altersunterschieden: U30 sind es acht von zehn, Ü50 nur ein Drittel.

Unterwegs-Nutzungssituationen nach Geschlecht und Alter

Angaben in Prozent

Basis links: Personen ab 14 Jahre in Deutschland; rechts: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende



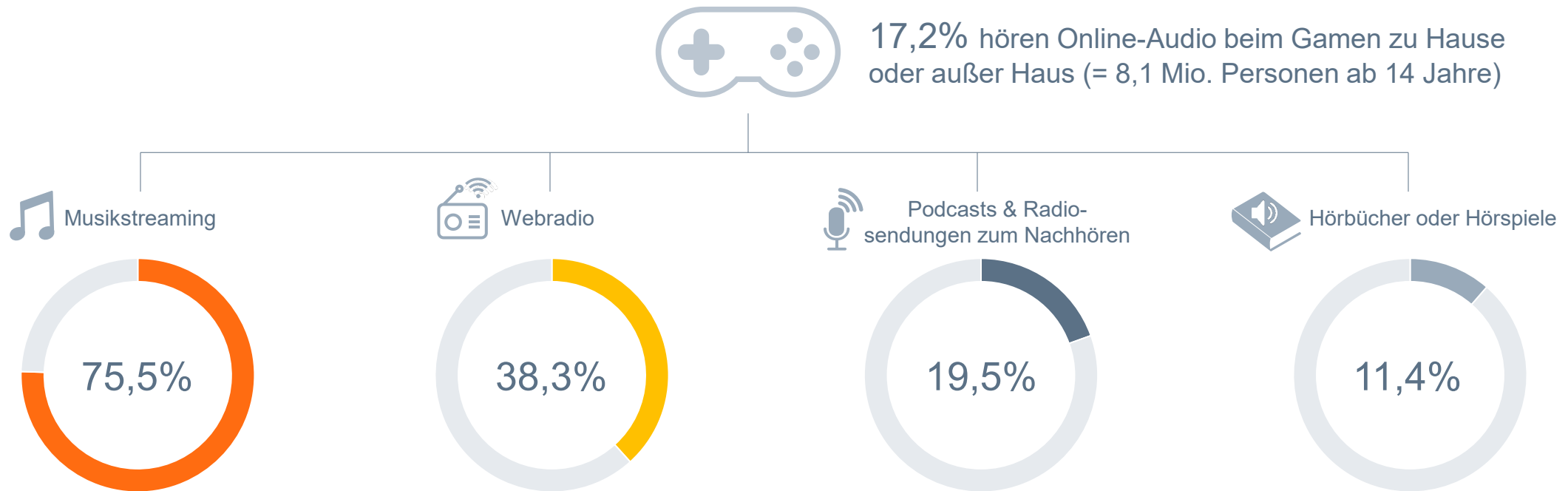
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759); 47,050 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Ein nennenswerter Anteil von 17 Prozent hört Online-Audio neben dem Spielen an der Konsole oder am PC/Mobilgerät – in erster Linie Musikstreaming.

Genutzte Online-Audio-Formate beim Gaming (zu Hause/ außer Haus)

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende beim Gamen zu Hause oder außer Haus



Frage 13b: Wenn Sie beim Spielen an der Spielekonsole oder am PC/Laptop/Tablet/Handy Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?
Angaben in Prozent; Basis: 8,116 Mio. regelmäßige Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte beim Gamen nutzen (n=629)

8

Online-Audio im Auto



Vier von zehn Personen ab 14 Jahren hören Online-Audio auch im Auto. Bemerkenswerter Anstieg der „in-Car“-Nutzung bei den unter 30-Jährigen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Online-Audio-Nutzung gesamt im Auto

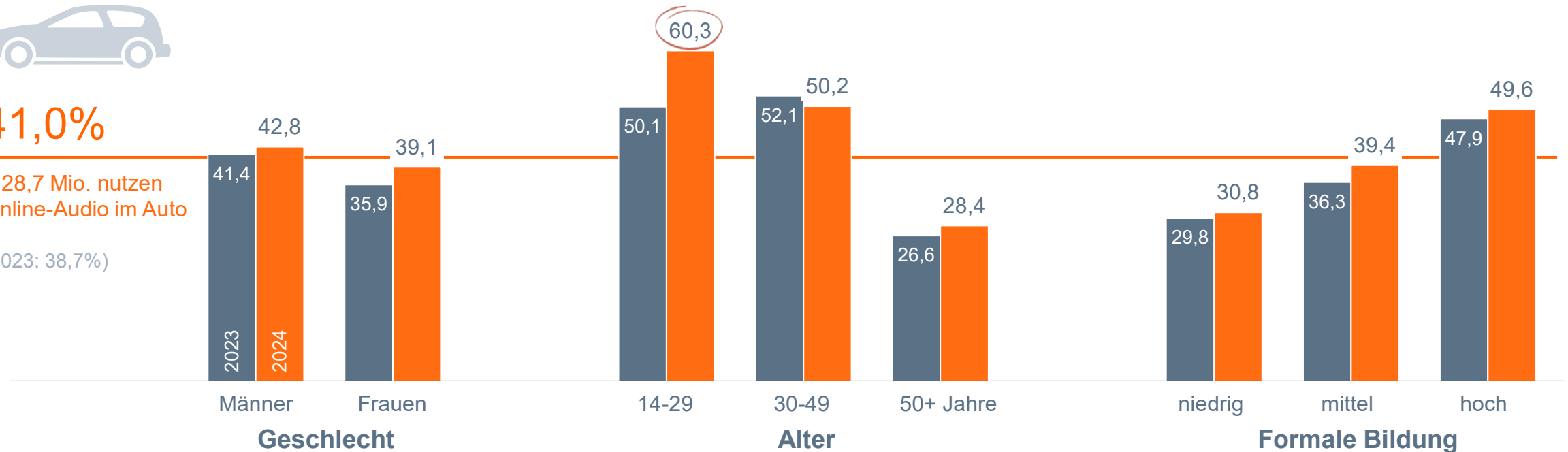
Angaben in Prozent



41,0%

= 28,7 Mio. nutzen Online-Audio im Auto

(2023: 38,7%)



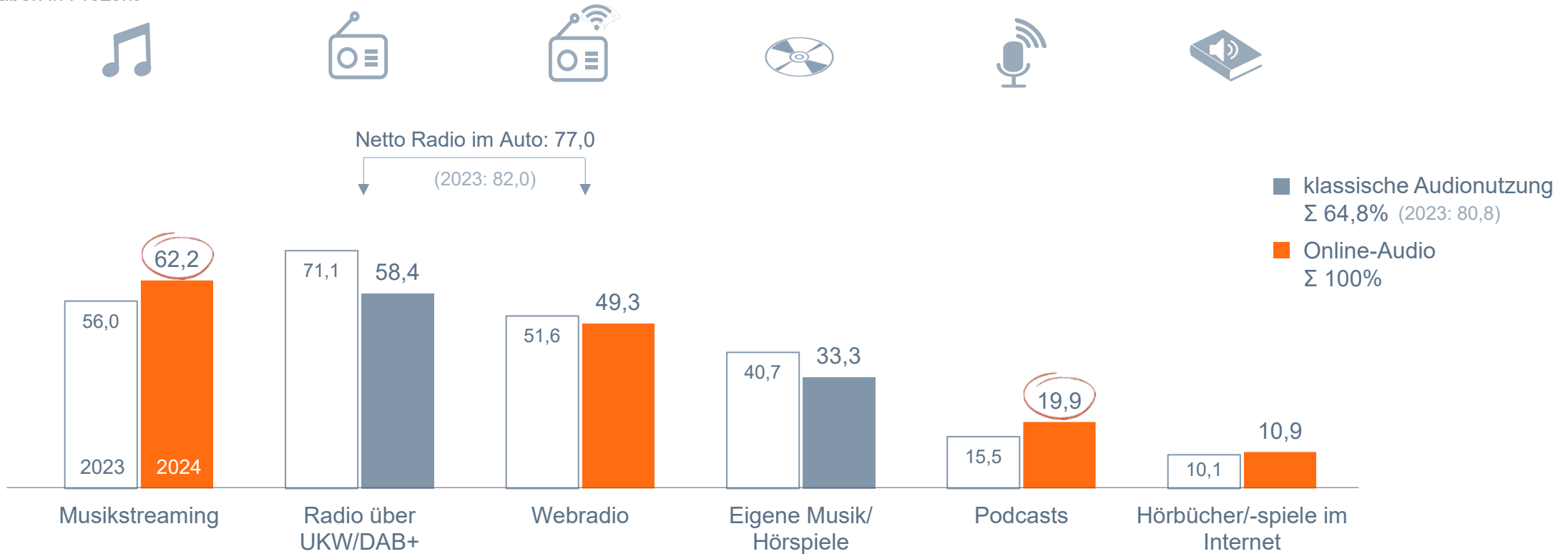
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die Sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Bei Online-Audio-Nutzenden im Auto ist weiterhin Radio das am häufigsten genutzte Audioformat. Der Trend geht aber ganz klar Richtung Musikstreaming und Podcasts.

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Frage 13a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?, Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie unterwegs im Auto <...> hören. Hören Sie darüber hinaus auch...?
Angaben in Prozent; Basis 2024: 28,704 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.291)

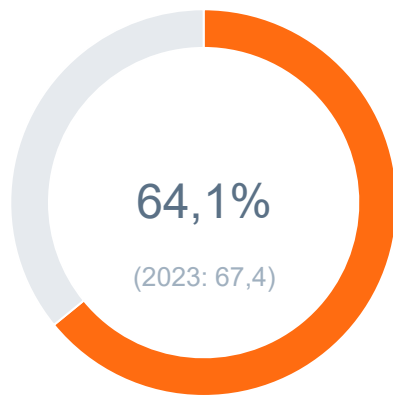
Radio- oder Audio-Inhalte werden überwiegend über das Autoradio bzw. Infotainmentsystem aufgerufen: fast zwei Drittel direkt darüber, mehr als die Hälfte per gekoppeltem Smartphone oder Tablet – Tendenz klar steigend.

Endgeräte für Audio-Nutzung im Auto

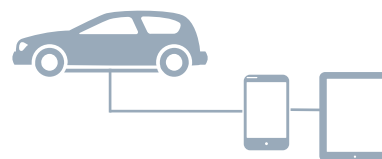
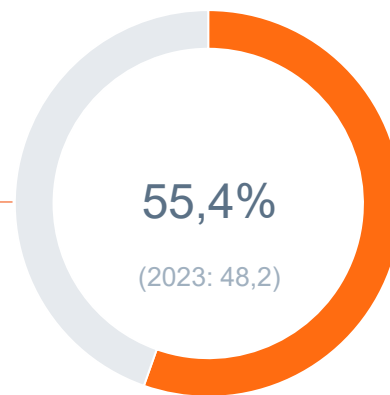
Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

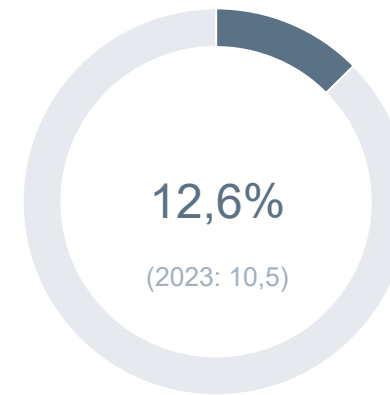
Direkt über das Autoradio/
Infotainmentsystem



Smartphone/Tablet gekoppelt mit
dem Autoradio/Infotainmentsystem



Direkt am Smartphone oder
Tablet ohne Kopplung



Σ Infotainment-
system: 92,4%

(2023: 90,7)

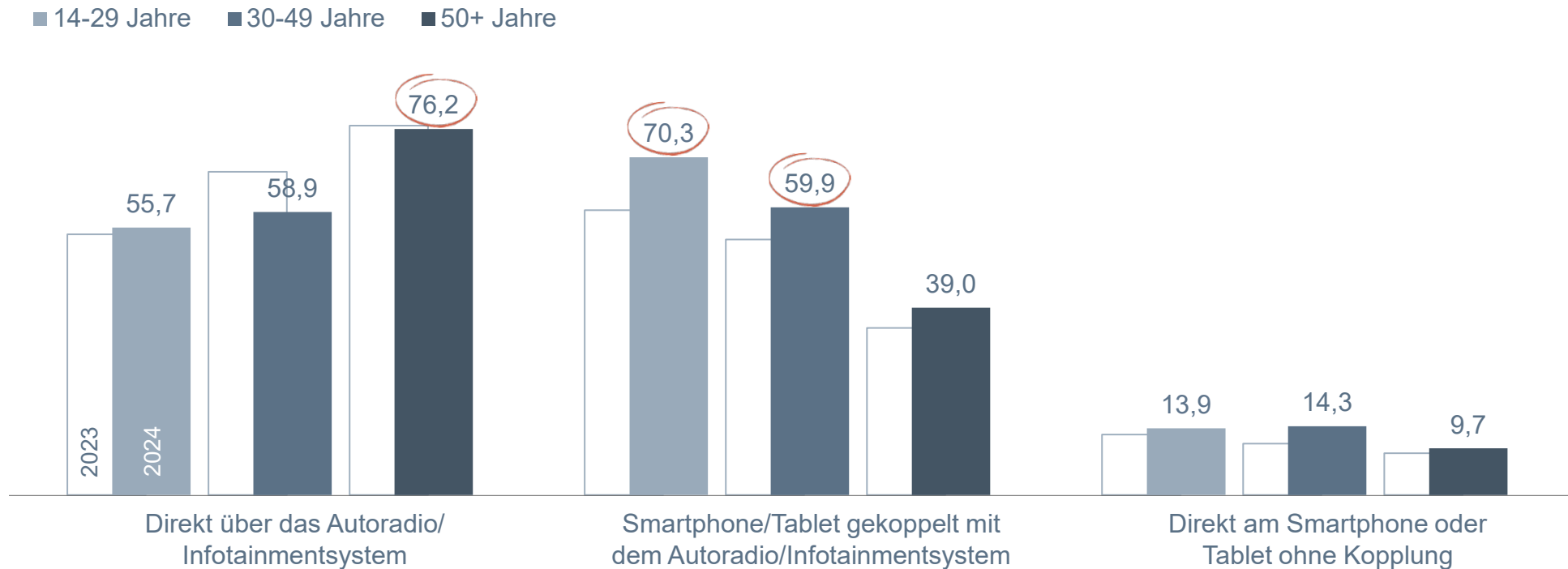
Frage 24a: Denken Sie jetzt an alle Audio-Inhalte, die Sie im Auto hören: An welchen Geräten hören Sie Radio- oder andere Audio-Angebote unterwegs im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 28,704 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.291)

Das festinstallierte Gerät im Auto ist der meistgenutzte Zugang der über 50-Jährigen. Jüngere verbinden bevorzugt ihr Smartphone oder Tablet mit dem Infotainmentsystem.

Endgeräte für Audio-Nutzung im Auto nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



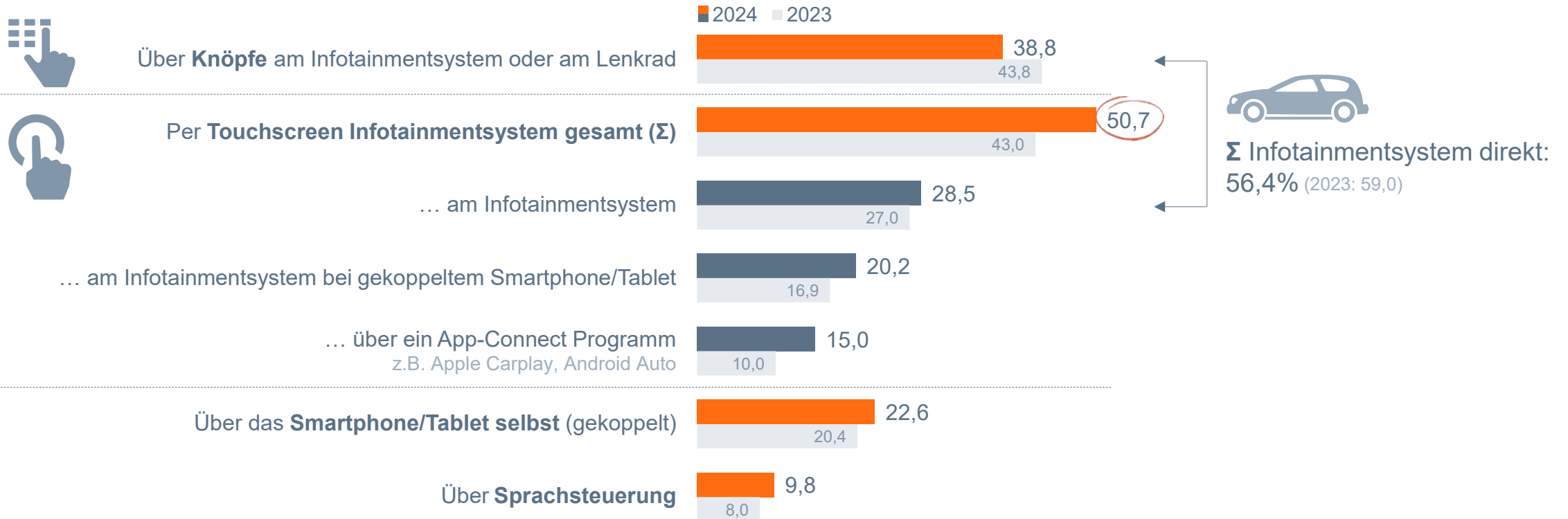
Frage 24a: Denken Sie jetzt an alle Audio-Inhalte, die Sie im Auto hören: An welchen Geräten hören Sie Radio- oder andere Audio-Angebote unterwegs im Auto?
 Angaben in Prozent; Basis: 28,704 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.291)

Aktiviert werden die Audio-Inhalte zumeist über das Infotainmentsystem. Während die Bedienung über Knöpfe zurückgeht, wird aktuell vermehrt via Touchscreen gesteuert.

Bedienung der Audio-Inhalte im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Frage 24b: Wie bedienen bzw. aktivieren Sie die Audio-Inhalte im Auto?

Angaben in Prozent; Basis: 28,704 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.291)

Je jünger die Online-Audio-Nutzenden, desto häufiger erfolgt die Steuerung der Audio-Inhalte im Auto per Touchscreen. Knöpfe nutzen eher die ab 50-Jährigen.

Bedienung der Audio-Inhalte im Auto nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Über **Knöpfe** am Infotainmentsystem oder am Lenkrad

38,8



Per **Touchscreen** Infotainmentsystem **gesamt** (Σ)

50,7

... am Infotainmentsystem

28,5

... am Infotainmentsystem bei gekoppeltem Smartphone/Tablet

20,2

... über ein App-Connect Programm
z.B. Apple Carplay, Android Auto

15,0

Über das **Smartphone/Tablet selbst** (gekoppelt)

22,6

Über **Sprachsteuerung**

9,8



Σ Infotainmentsystem direkt:
48,8% / 50,3% / 68,7%

- 14-29 Jahre
- △ 30-49 Jahre
- ◇ 50+ Jahre

Frage 24b: Wie bedienen bzw. aktivieren Sie die Audio-Inhalte im Auto?

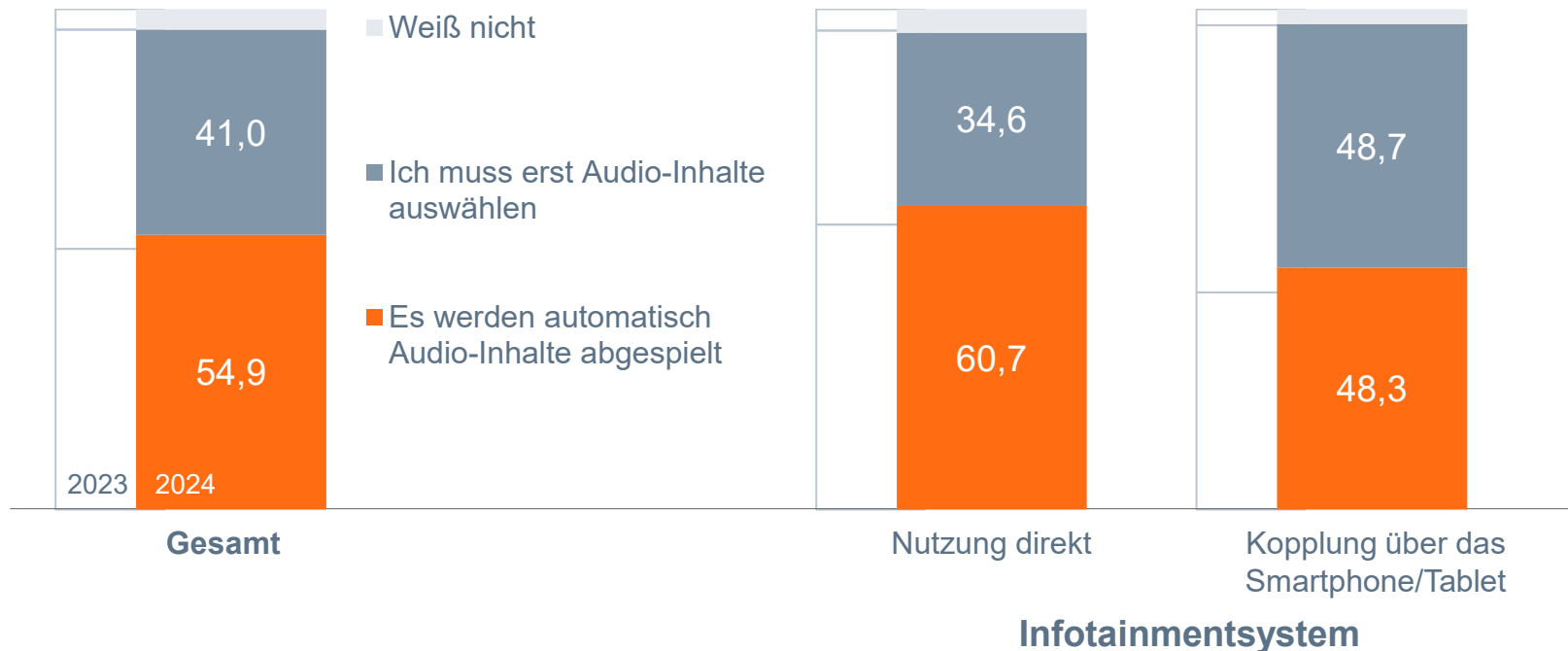
Angaben in Prozent; Basis: 28,704 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.291)

In über der Hälfte der Fälle starten Audio-Inhalte automatisch, Tendenz steigend. Überdurchschnittlich oft ist das bei direkter Nutzung über das Infotainmentsystem der Fall.

Infotainmentsystem: automatisches vs. manuelles Abspielen

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto über das Infotainmentsystem



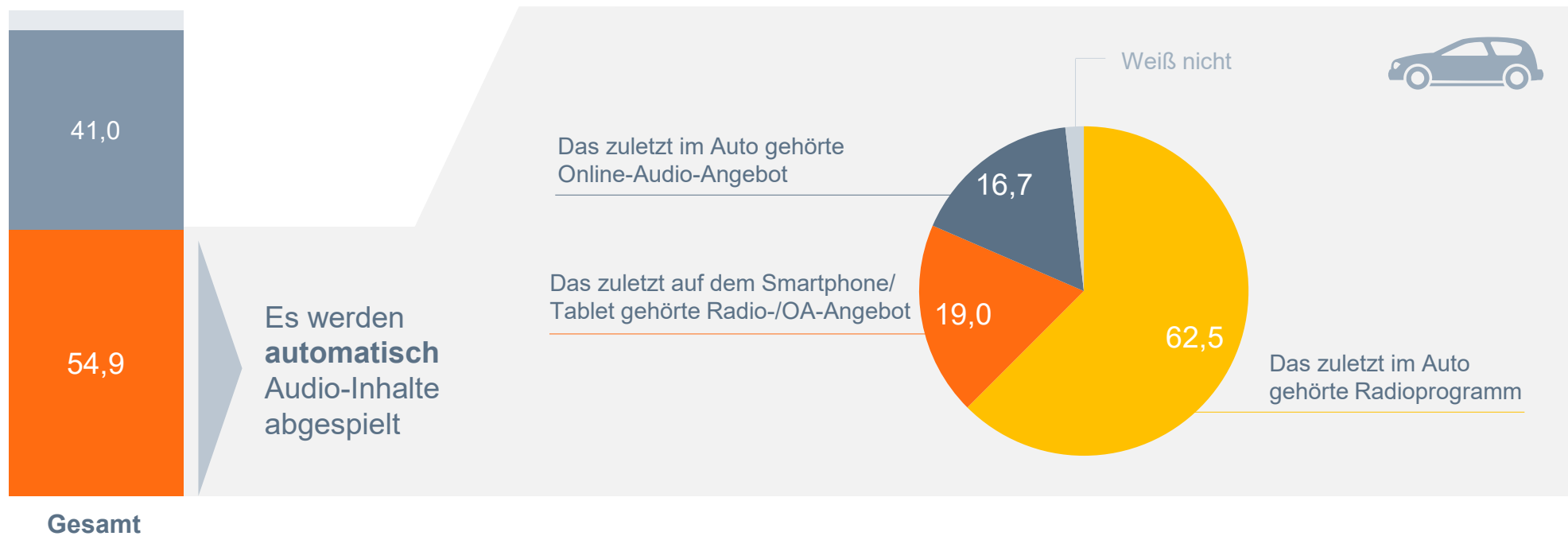
Frage 24c: Und wie ist das, wenn Sie ins Auto einsteigen bzw. das Auto starten? Was passiert dabei in der Regel?
 Angaben in Prozent; Basis: 26,527 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto über da Infotainmentsystem nutzen (n=2.118)

Bei den automatisch gestarteten Audio-Inhalten handelt es sich in der Regel um das zuletzt gehörte Radioprogramm.

Automatischer Start von Audio-Inhalten im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto über das Infotainmentsystem (rechts: mit automatischem Audio-Start)



Frage 24d: Und was startet da automatisch in der Regel?

Angaben in Prozent; Basis: 26,527 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto über da Infotainmentsystem nutzen (n=2.118); rechts: ... und angeben, dass ein Audio-Inhalt (nach dem Einsteigen/Starten des Autos) automatisch startet (n=1.171 / 14,550 Mio.)

9

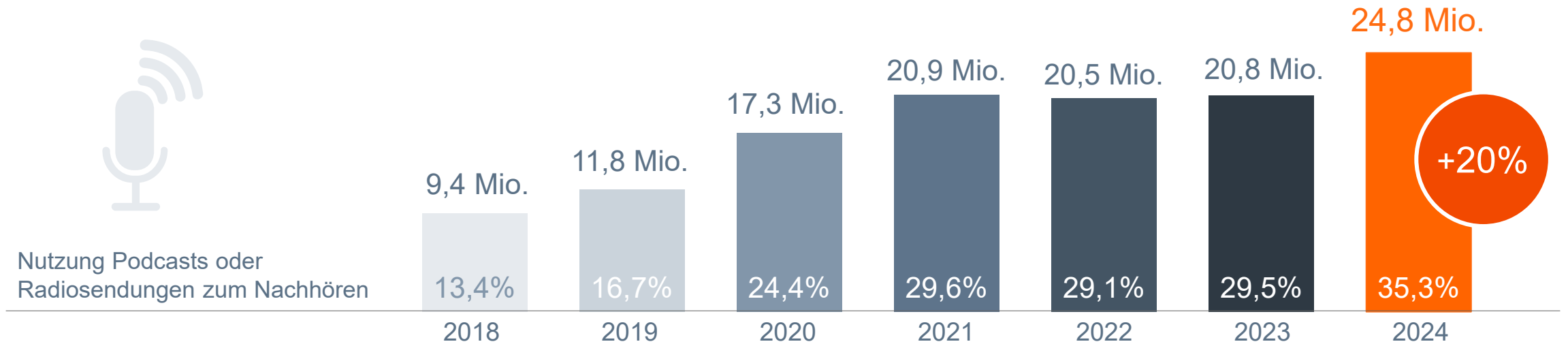
Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Die Nutzung von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören steigt deutlich: Gut ein Drittel bzw. fast 25 Mio. Personen ab 14 Jahren hören das Format zumindest gelegentlich.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Auch die regelmäßige Podcast-Nutzung steigt: Fast 30% der Bevölkerung ab 14 Jahren hört mindestens einmal pro Monat Podcasts.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

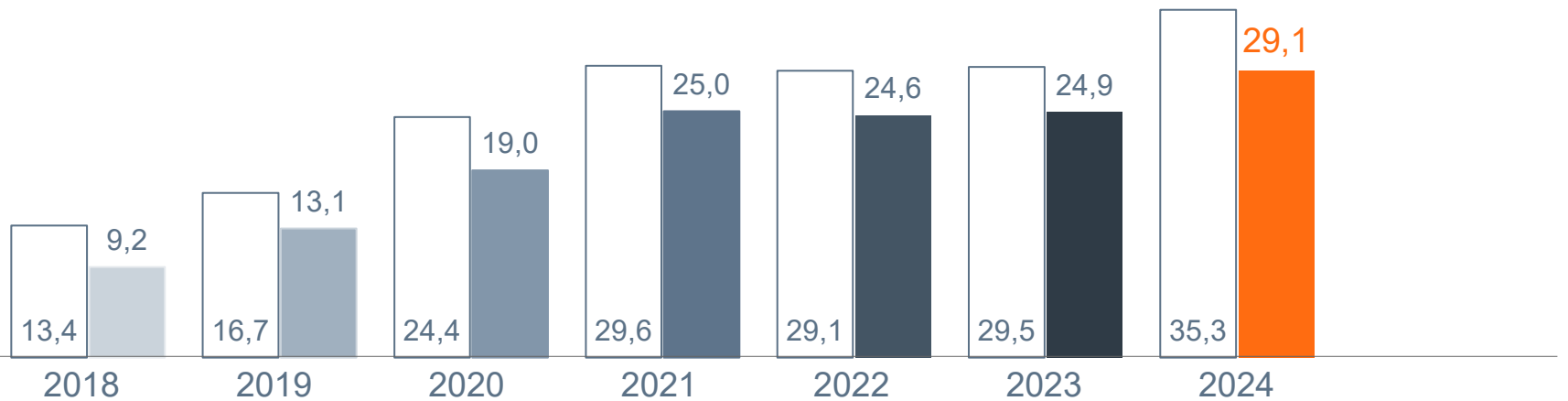
Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

□ Mindestens selten ■ Mindestens monatlich



Nutzung Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



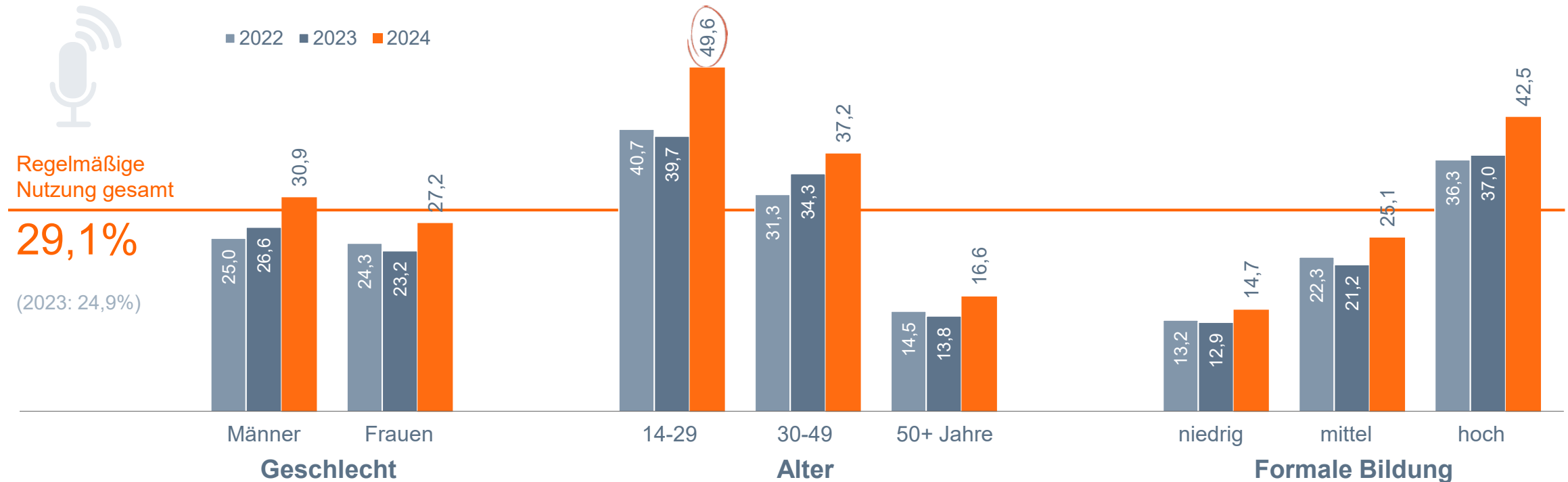
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Jede:r zweite 14- bis 29-Jährige zählt mittlerweile zur regelmäßigen Hörerschaft von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Regelmäßige Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



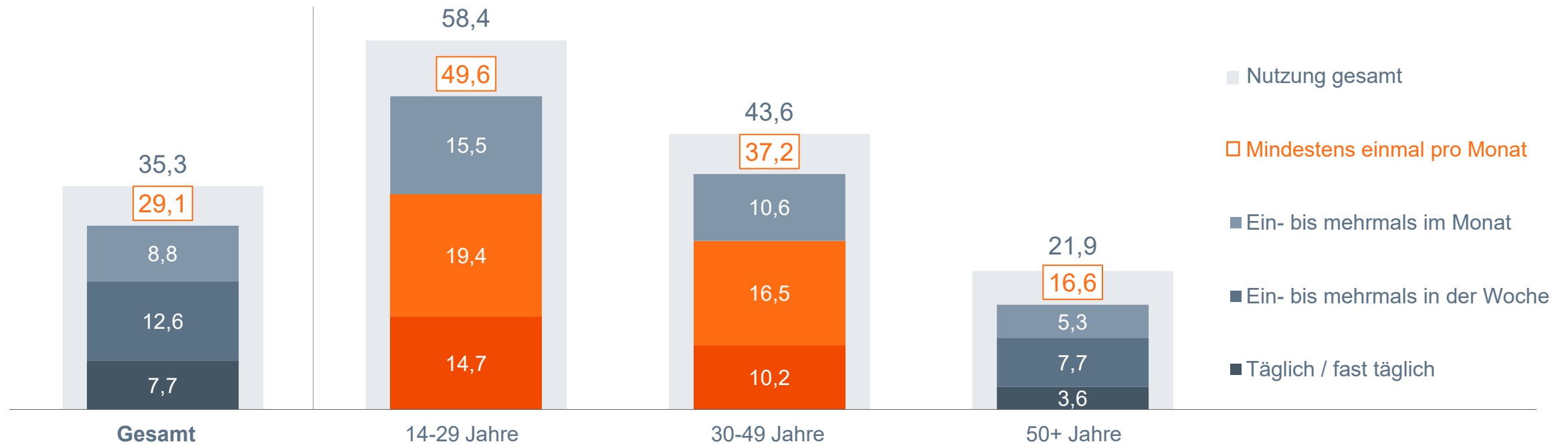
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören? Hier mindestens einmal pro Monat. Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Insgesamt hört jede:r Fünfte Podcasts wöchentlich. Überdurchschnittlich viele wöchentliche Podcast-Hörende bei unter 50-Jährigen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
 Angaben in Prozent; Basis: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

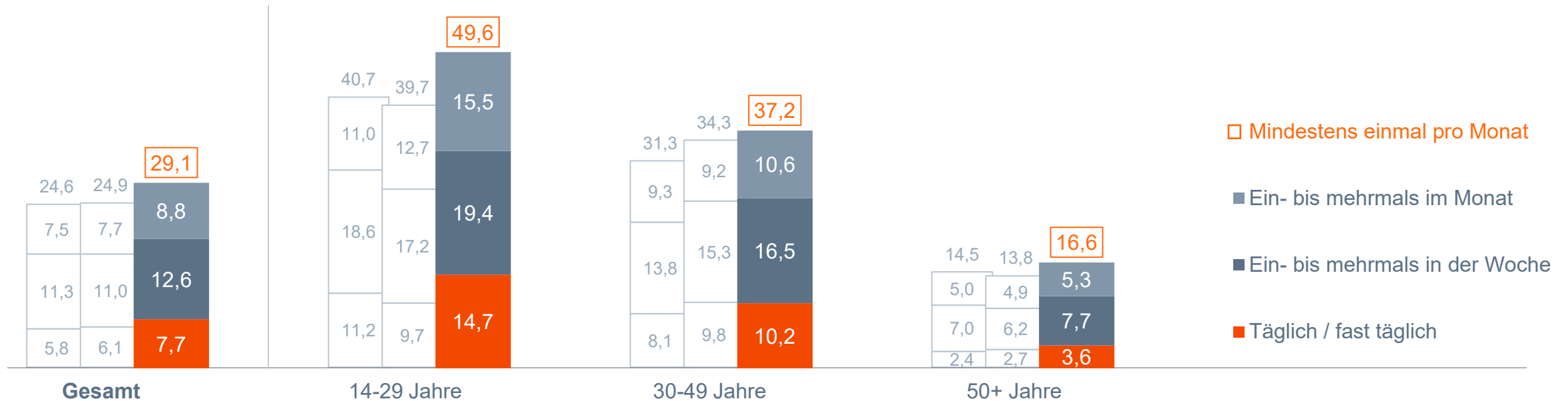
Anstieg aller Frequenzstufen in allen Altersgruppen im Vergleich zum Vorjahr – besonders bei unter 30-Jährigen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

2022 2023 2024



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
 Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

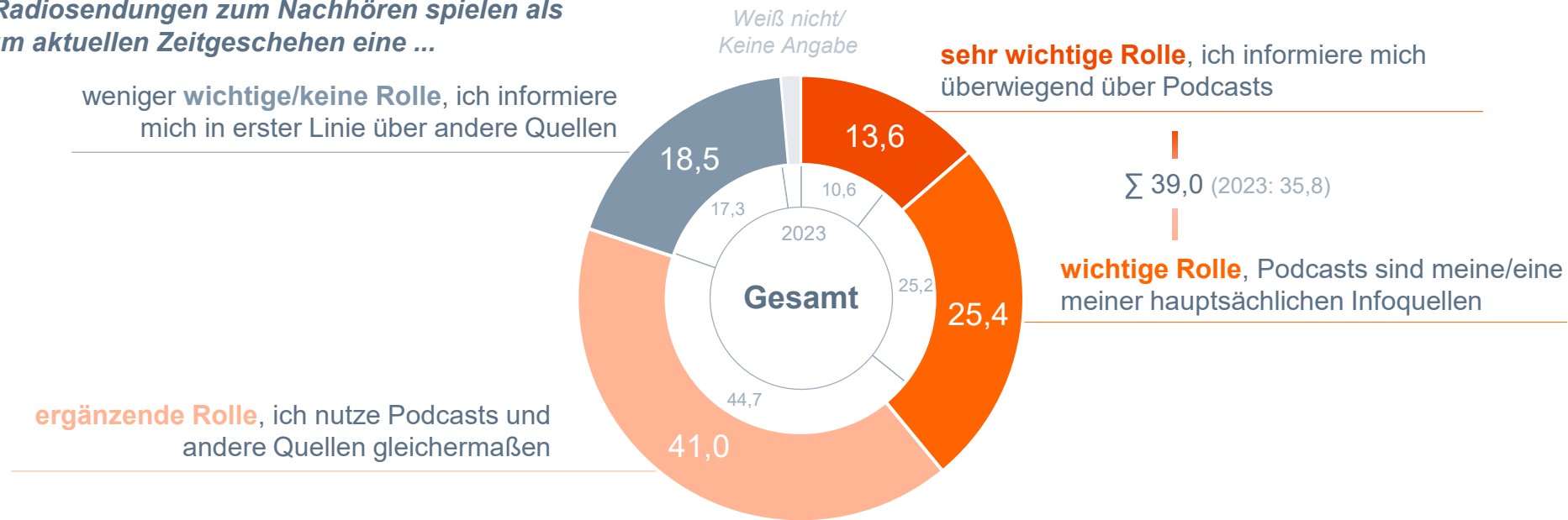
Für vier von zehn regelmäßigen Nutzer:innen spielen Podcasts eine (sehr) wichtige Rolle als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen – Tendenz steigend.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...



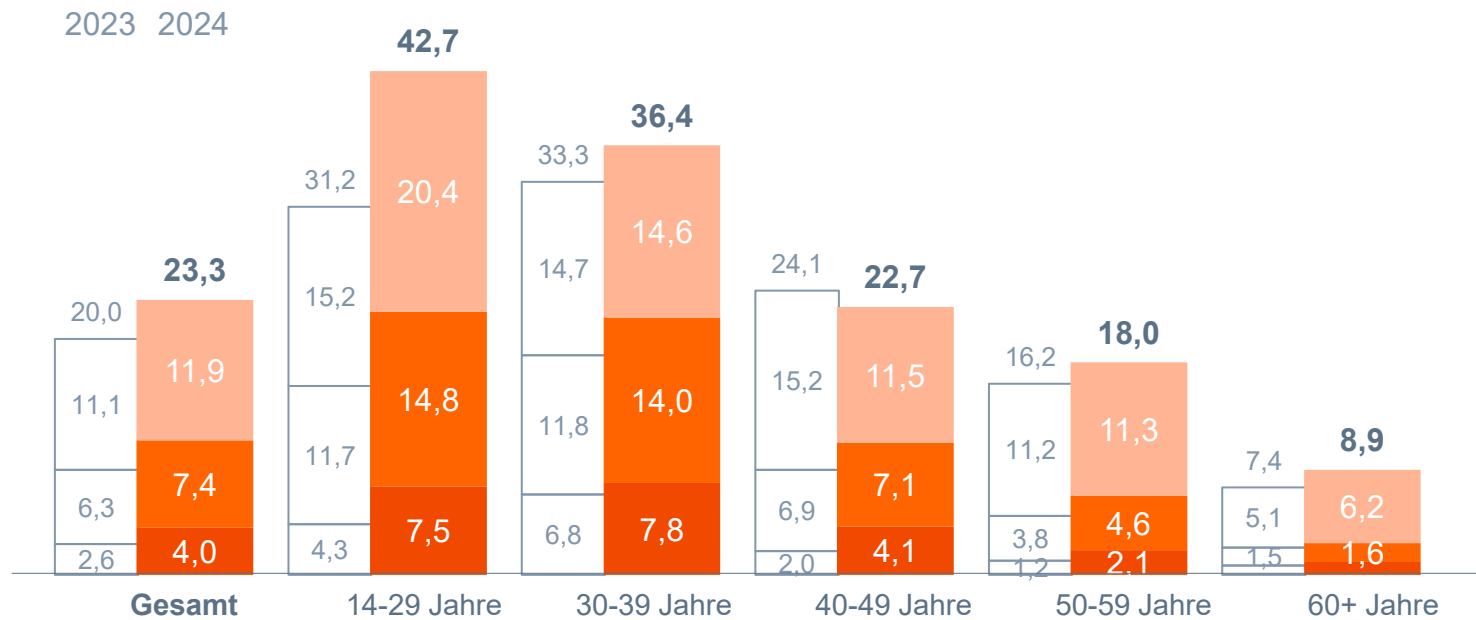
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis 2024: 20,359 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung spielen Podcasts bei einem Viertel eine Rolle als Infomedium. Unterdurchschnittliche Relevanz bei 50+.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium nach Alter

Angaben in Prozent



Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

Summe

- **ergänzende Rolle**, ich nutze Podcasts und andere Quellen gleichermaßen
- **wichtige Rolle**, Podcasts sind meine/eine meiner hauptsächlichen Infoquellen
- **sehr wichtige Rolle**, ich informiere mich überwiegend über Podcasts

Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759); befragt wurden diejenigen, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

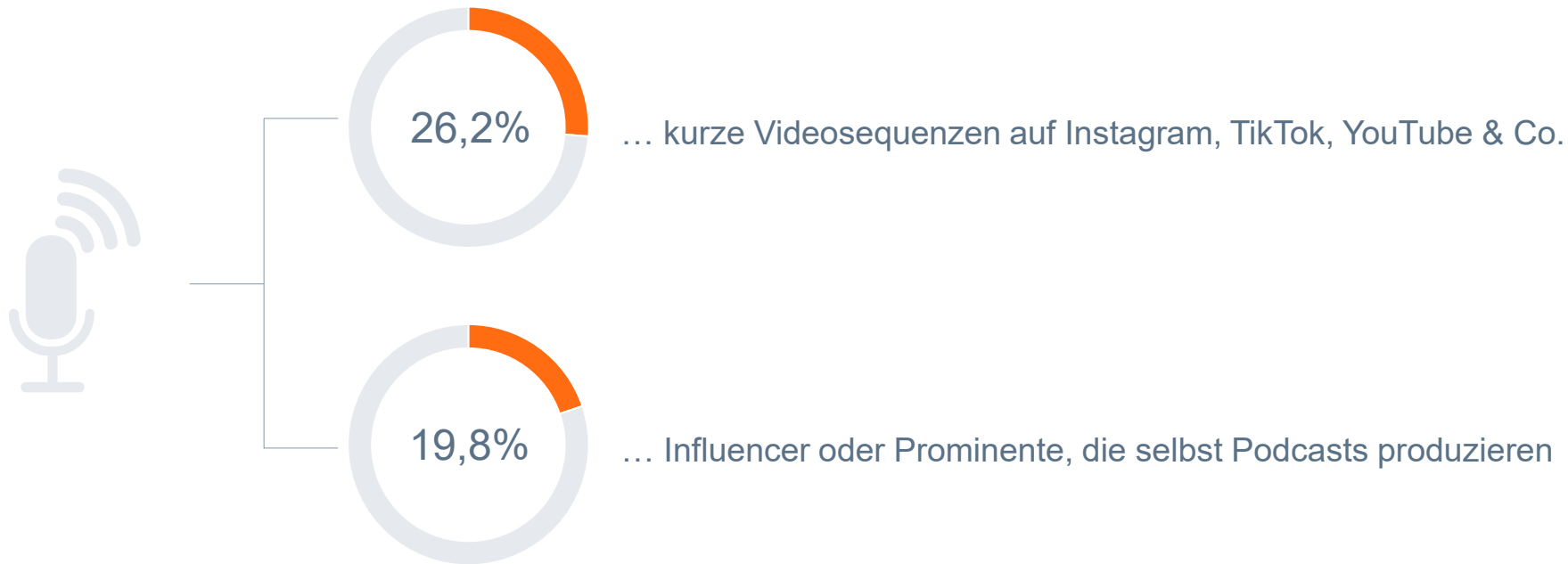
Gut ein Viertel der regelmäßig Nutzenden wird durch Kurzvideos in Social Media auf Podcasts aufmerksam, jede:r Fünfte über Influencer & Promis.

Podcast-Touchpoints

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Werden auf Podcasts aufmerksam über...



Frage 17A: Wie oder wo werden Sie auf Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören aufmerksam?
Angaben in Prozent; Basis: 20,359 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

Soziale Medien und persönliche Empfehlungen sind – wie bereits 2022 – die wichtigsten Podcast-Quellen, gefolgt von Podcast-Plattformen/-Apps.

Podcast-Touchpoints

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

* 2024 erstmals abgefragt

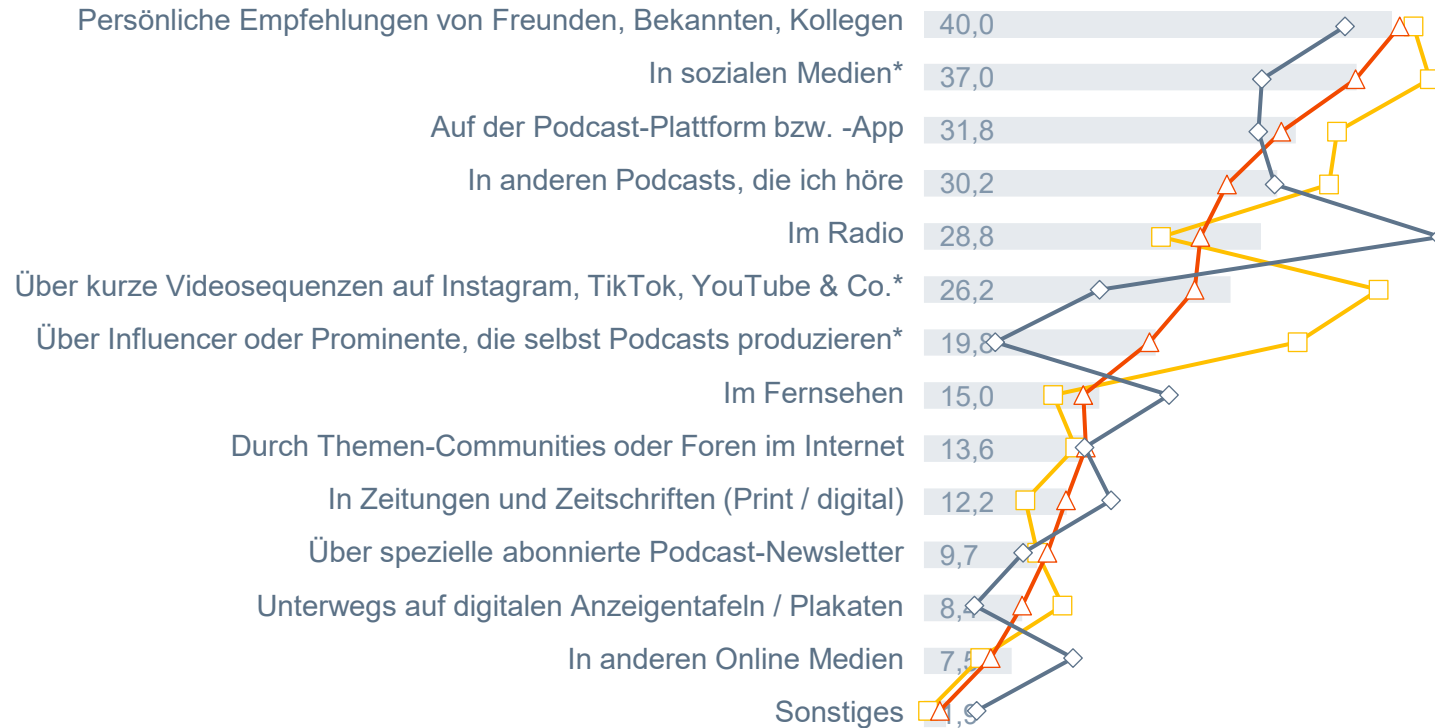
Frage 17A: Wie oder wo werden Sie auf Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören aufmerksam?

Angaben in Prozent; Basis 2024: 20,359 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

Infos über Podcasts erreichen unter 30-Jährige vor allem über soziale Medien und Kurzvideos, während ab 50-Jährige vorwiegend im Radio auf sie aufmerksam werden.

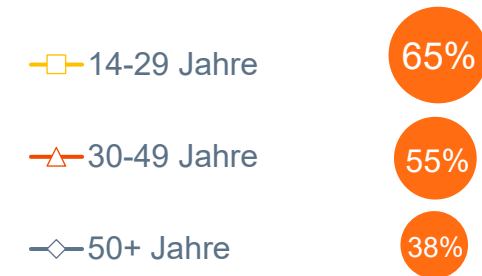
Podcast-Touchpoints nach Alter

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

*Social Media gesamt



Frage 17A: Wie oder wo werden Sie auf Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören aufmerksam?

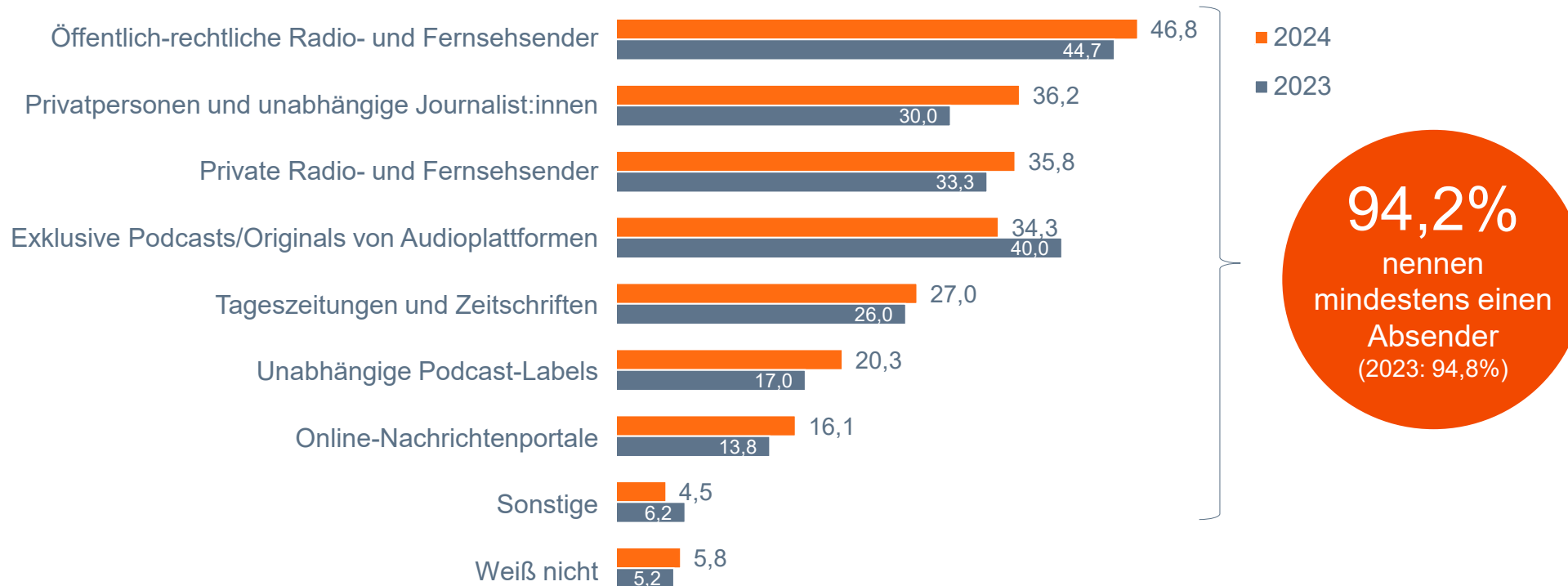
Angaben in Prozent; Basis: 20,359 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

Die Absenderwahrnehmung ist hoch. Öffentlich-rechtliche Sender, Privatpersonen bzw. unabhängige Journalist:innen und Privatsender bilden die Top 3.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Absendernennung

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 17D: Welche der folgenden Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?

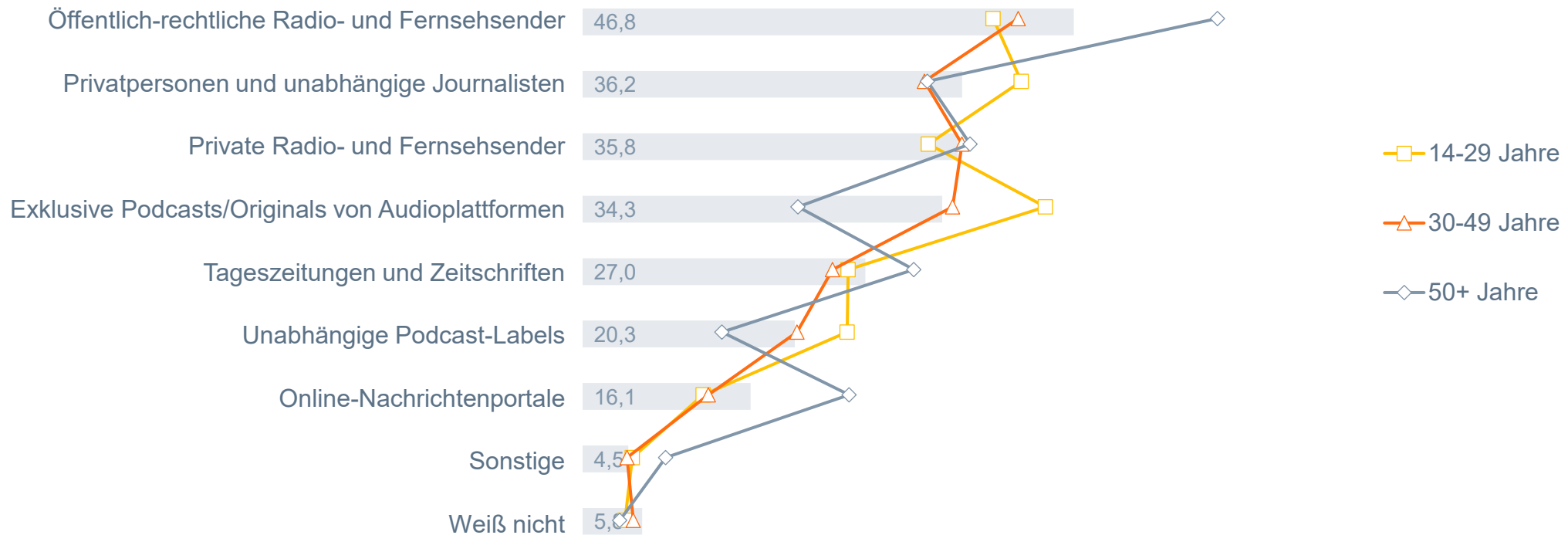
Angaben in Prozent; Basis 2024: 20,359 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

Deutliche Unterschiede nach Alter: Die größten zeigen sich zwischen U30 und Ü50 bei öffentlich-rechtlichen Absendern und Exclusives bzw. Originals der Plattformen.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören nach Alter: Absendernennung

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 17D: Welche der folgenden Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

10 Smart Speaker



Der Anteil der Personen mit Zugang zu einem Smart Speaker wächst weiter: Mittlerweile haben 20 Millionen in Deutschland mindestens einen intelligenten Lautsprecher im Haushalt.

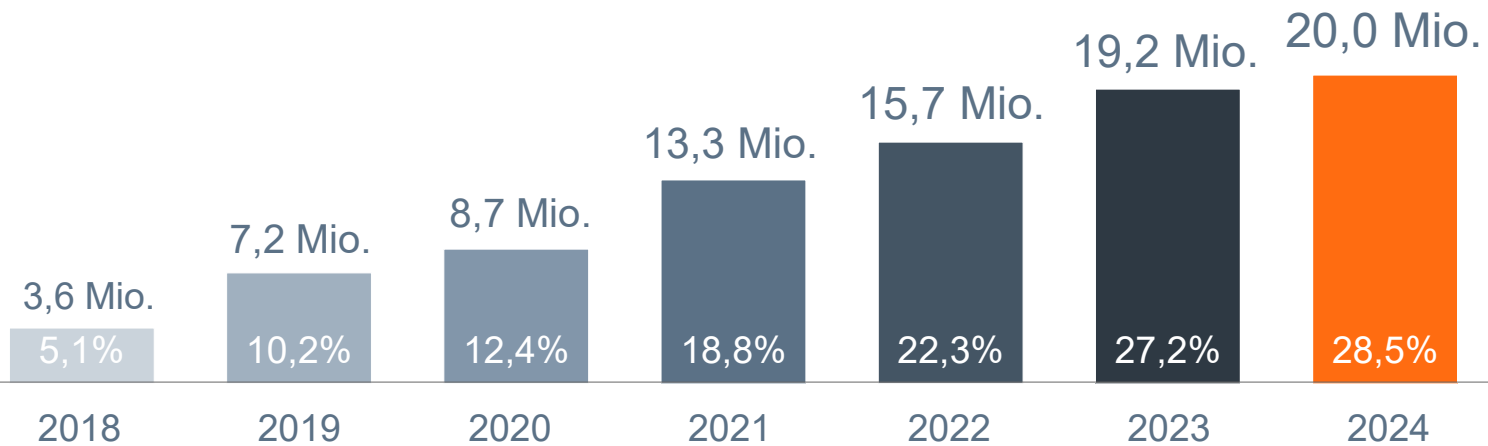
Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern

Angaben in Prozent / Mio. Personen



Zugang zu Smart Speakern



Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Die Verbreitung der Smart Speaker steigt besonders rapide bei den 14- bis 29-Jährigen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Besitz / Zugang

Angaben in Prozent

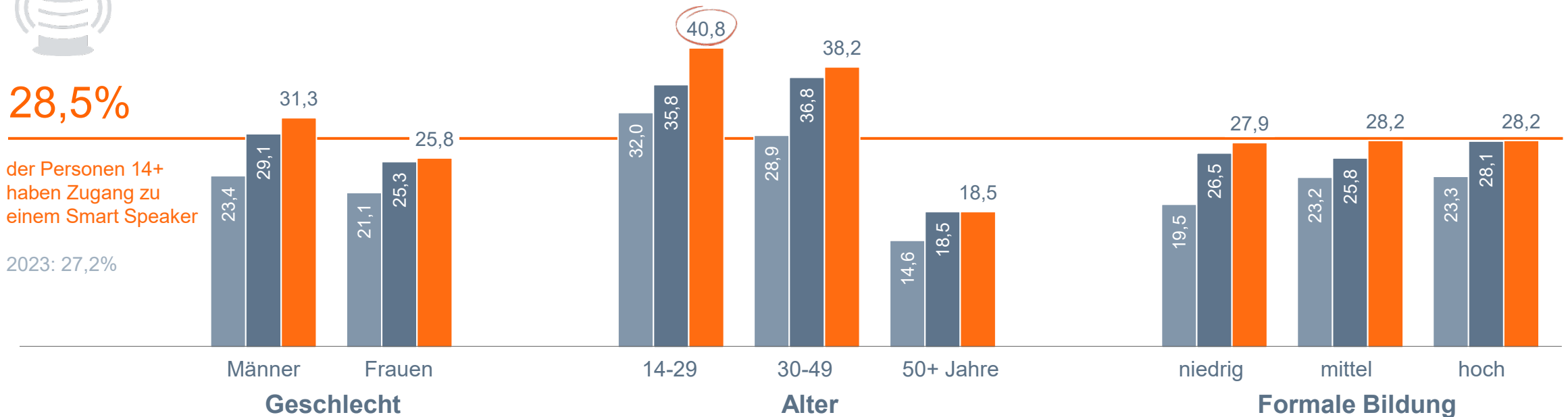


■ 2022 ■ 2023 ■ 2024

28,5%

der Personen 14+ haben Zugang zu einem Smart Speaker

2023: 27,2%



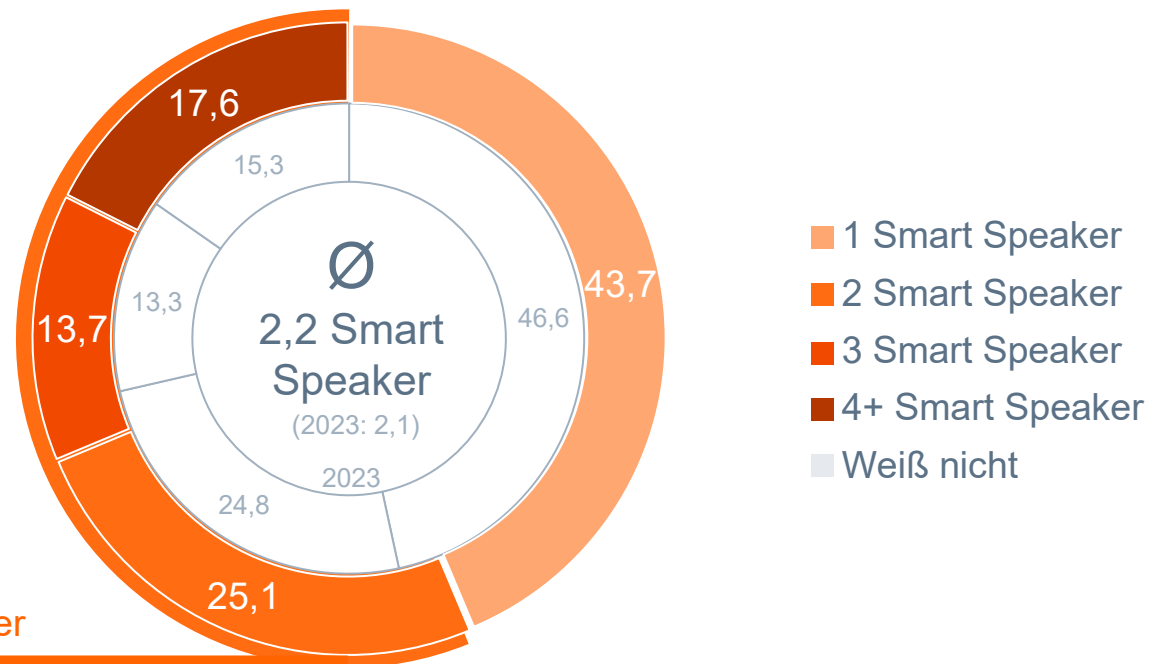
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Hochgerechnet befinden sich mehr als 40 Mio. Geräte in den Haushalten in Deutschland.

Zugang zu Smart Speakern - Anzahl

Angaben in Prozent

Basis: Personen, die Zugang zu mindestens einem Smart Speaker haben



56,3% (2023: 53,4%)
Zugang zu mehr als einem Smart Speaker

Hochgerechnet befinden sich mehr als 40 Mio. Geräte in den Haushalten in Deutschland



Frage 25: Wie viele Smart Speaker Geräte haben Sie in Ihrem Haushalt?
Angaben in Prozent ohne „weiß nicht“; Basis 2024: 18.353 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu mindestens einem Smart Speaker haben (n=1.504)

11 Smart TV

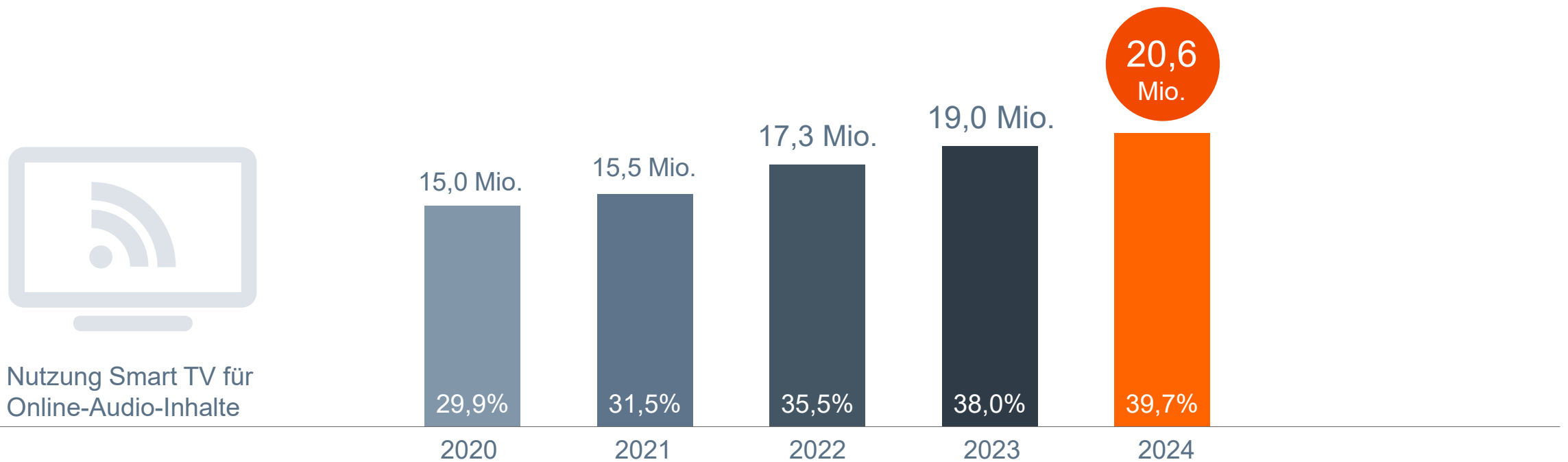


Der Smart TV spielt eine immer wichtigere Rolle als Abspielgerät für Online-Audio. Vier von zehn Online-Audio-Nutzenden ab 14 Jahren verwenden ihn zu diesem Zweck.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2024

Angaben in Prozent



Nutzung Smart TV für Online-Audio-Inhalte

Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2024: 52,007 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.399)

Audio-on-Demand und Webradio werden über das Smart-TV-Gerät gleichermaßen abgespielt, und zwar von jeweils knapp einem Drittel der Online-Audio-Nutzenden.

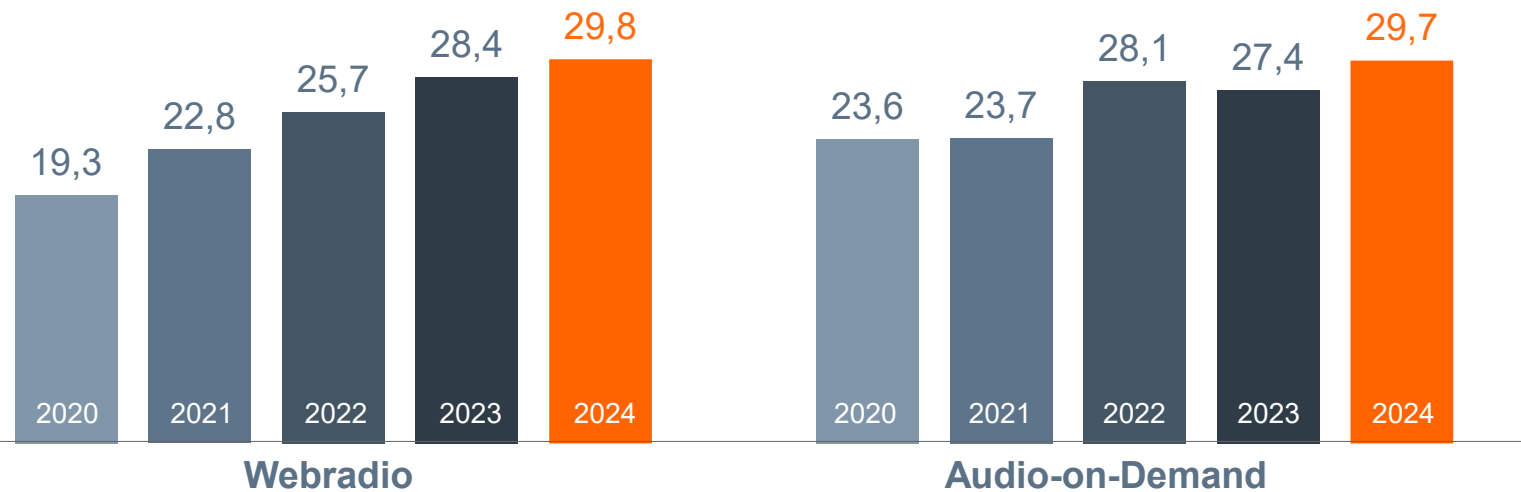
Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2024

Angaben in Prozent



Nutzung Smart TV für Online-Audio-Inhalte



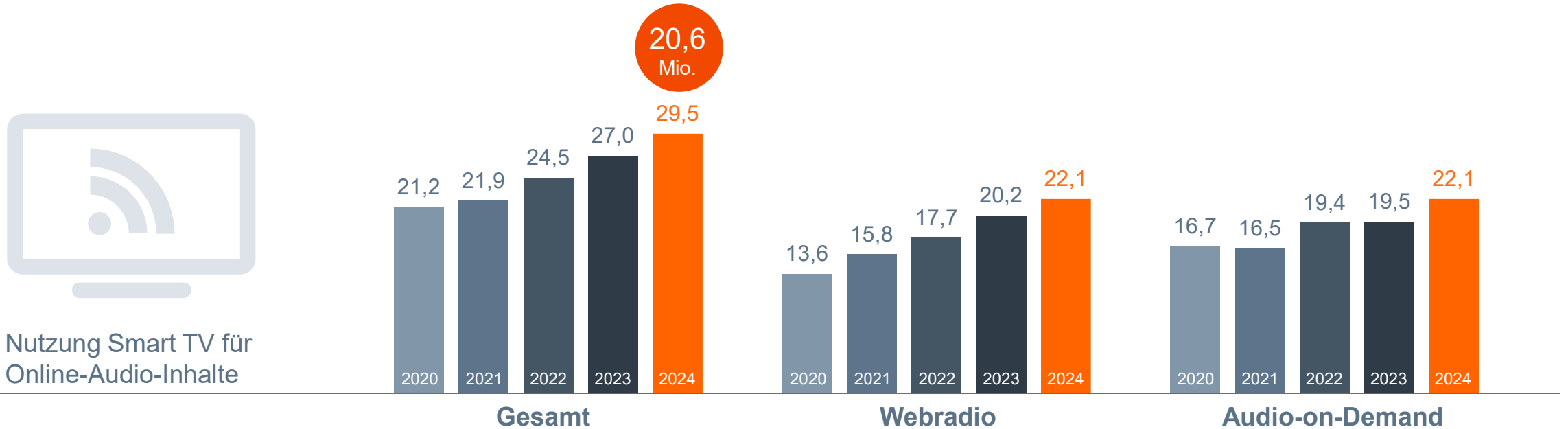
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2024: 52,007 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.399)

Auf Basis der Gesamtbevölkerung nutzt jeweils gut ein Fünftel das Smart-TV-Gerät zum Abspielen von Audio-on-Demand oder Webradio.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2024

Angaben in Prozent



Nutzung Smart TV für Online-Audio-Inhalte

Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Der Smart TV wird in allen demographischen Gruppen etwa im selben Maße als Audiogerät genutzt.

Online-Audio-Nutzung gesamt am Smart TV

Angaben in Prozent

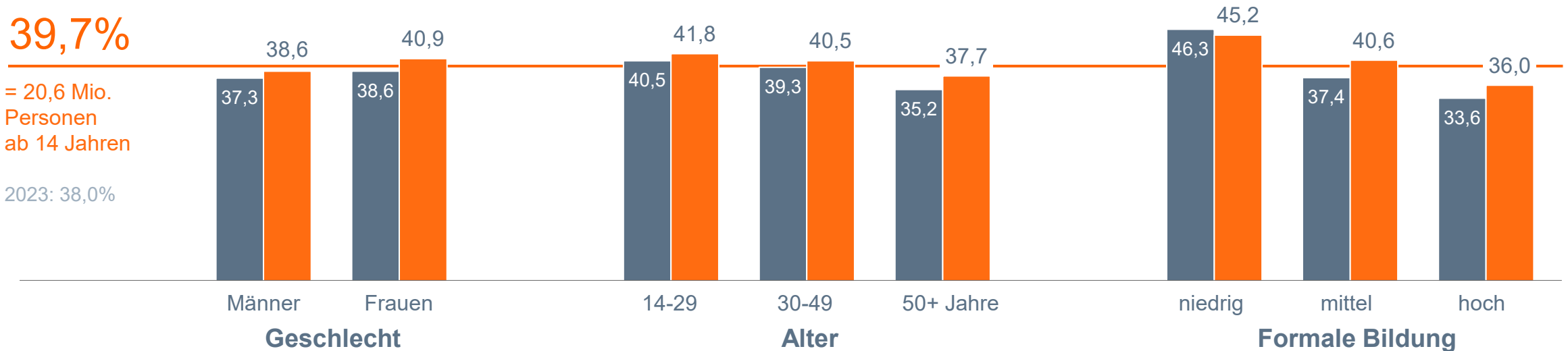
Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



39,7%

= 20,6 Mio. Personen ab 14 Jahren

2023: 38,0%



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis: 52,007 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.399)

Webradio ist das meistgehörte Audioformat am Smart TV, doch die Nutzung der Audio-on-Demand-Angebote nimmt zu – besonders Musikstreaming).

Smart TV: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

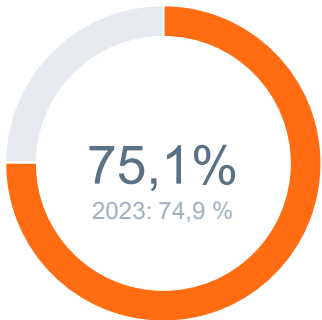
Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



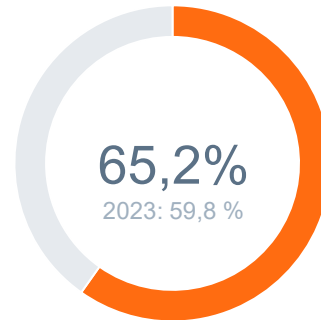
39,7% hören Online-Audio am Smart TV
= 20,6 Mio. Personen ab 14 Jahre



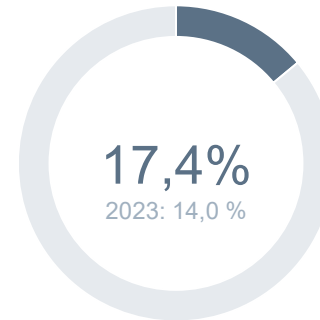
Webradio



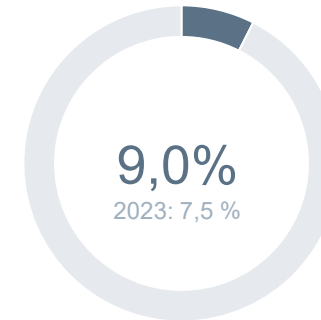
Musikstreaming



Podcasts & Radio-sendungen zum Nachhören



Hörbücher oder Hörspiele



Frage 37: Sie haben vorher gesagt, dass Sie Online-Audio-Inhalte auf Abruf auf dem Smart TV hören. Was hören Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 20,643 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=1.738)

12 Methodische Hinweise



Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2024

Hintergrund und Auftraggeber:	Beim Online-Audio-Monitor (OAM) handelt es sich um die Fortführung des Webradio-Monitors, der von 2009 bis 2017 die Entwicklung von Webradio in Deutschland - zunächst mit einer Anbieterstudie, später ergänzt um eine Nutzerbefragung - untersuchte. Der Webradio-Monitor wurde von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) entwickelt und in den letzten Jahren in Kooperation mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und Verband Privater Medien (VAUNET) veröffentlicht. Die Auftraggeber hatten sich in 2018 dazu entschieden, das Projekt weiterzuentwickeln und sich auf die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen zu konzentrieren. Seither beteiligen sich auch die Landesmedienanstalten Berlin-Brandenburg (mabb) und Baden-Württemberg (LFK) sowie die Landesanstalt für Medien NRW an dem Projekt. Seit 2021 ist auch die RMS (Radio Marketing Service) als Partner dabei.
Institut:	mindline media GmbH
Methode:	Mixed Mode-Ansatz: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) und Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma 2024 Audio I: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; lt. ma 2024 Audio I 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,868 Mio. Haushalten
Stichprobe / Zielperson:	<p>Die Studie wurde als so genannte Dual-Frame-Telefonbefragung, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Festnetz: 56%, Mobil: 44%). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.</p> <p>Die telefonische Erreichbarkeit vor allem der jüngeren Bevölkerung ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurde zur Erzielung einer bestmöglichen Stichprobenqualität und besseren Abdeckung der Grundgesamtheit ein Mixed Mode-Design gewählt mit einer Kombination von CATI- und CAWI-Interviews im Verhältnis von 38 Prozent CATI- und 62 Prozent CAWI-Interviews.</p> <p>Die beiden Sampling-Frames (Festnetz und Mobil) sowie die CATI- und CAWI-Stichprobe wurden mittels Designgewichtung und Redressement-Gewichtung zusammengeführt, damit sie ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit geben.</p>

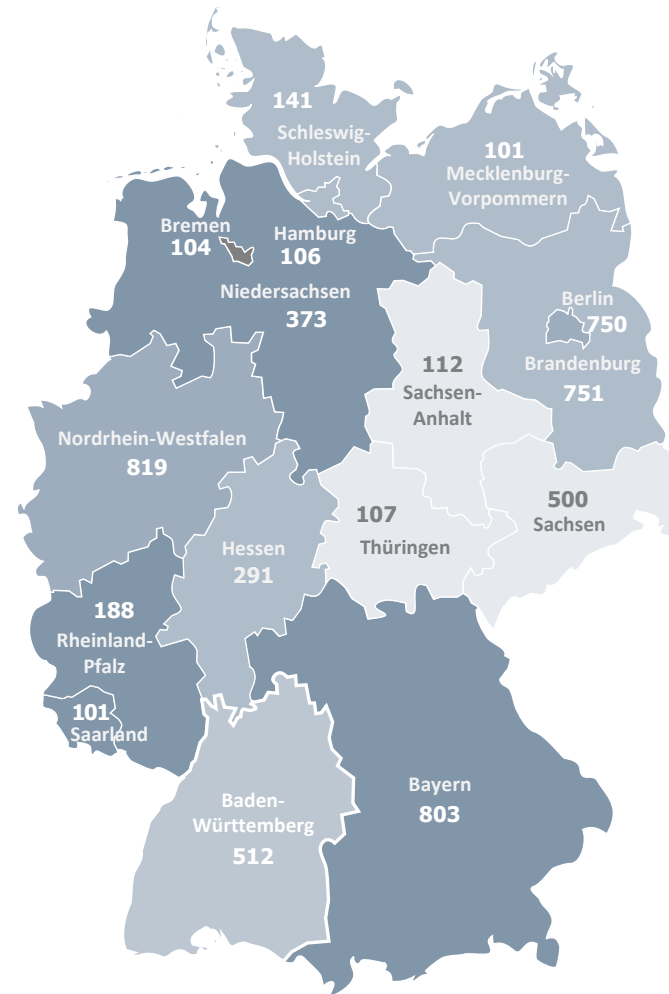
Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2024

Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 4.024 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 4.024 Interviews verteilen sich bevölkerungsproportional auf die einzelnen Bundesländer.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 1.735 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bayern und Sachsen realisiert. Im Anschluss wurde der disproportionale Ansatz im Rahmen der Gewichtung aufgehoben, damit repräsentative Aussagen für alle Personen bzw. Privathaushalte in Deutschland möglich sind.
Erhebungszeitraum:	CATI: 29.04. – 28.05.2024 CAWI: 07.05. – 28.05.2024
Zentrale Untersuchungsinhalte:	<p>Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalten: Unterschieden werden dabei: Webradio vs. Audio-on-Demand (getrennt nach Musikstreaming, Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören*, Hörbücher/Hörspiele):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plattformen • Genutzte Geräte • Genutzte Inhalte • Nutzungsort / -situationen, Außer-Haus-Nutzung • Nutzungsfrequenz und -intensität (Anteil Online-Audio-Nutzung an Audio-Nutzung gesamt) <p>Schwerpunkthemen der Erhebung 2024 waren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzungsmotive der Online-Audio-Angebote • Online-Audio & KI <p>* Im Bericht vereinfacht zu „Podcasts“ (impliziert immer auch Radiosendungen zum Nachhören)</p>

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2024

Realisierte Interviews 2024	Anzahl
Baden-Württemberg	512
Bayern	803*
Berlin	750*
Brandenburg	751*
Bremen	104
Hamburg	106
Hessen	291
Mecklenburg-Vorpommern	101
Niedersachsen	373
Nordrhein-Westfalen	819
Rheinland-Pfalz	188
Saarland	101
Sachsen	500*
Sachsen-Anhalt	112
Schleswig-Holstein	141
Thüringen	107
Summe	5.759



* Disproportionale Fallzahlaufstockungen