



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2024

12. September 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:

1

Trends der Online-Audio-Nutzung

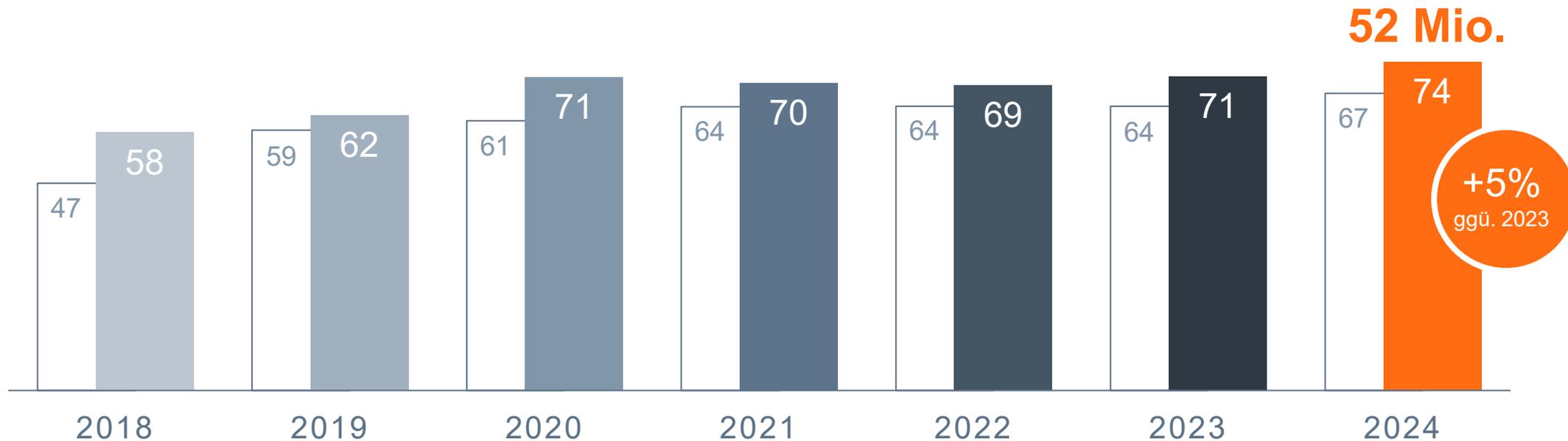


Die Online-Audio-Nutzung in Deutschland erreicht einen neuen Höchstwert.

Nutzung Online-Audio-Angebote gesamt im Trend

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

□ mindestens einmal pro Monat ■ mindestens gelegentlich

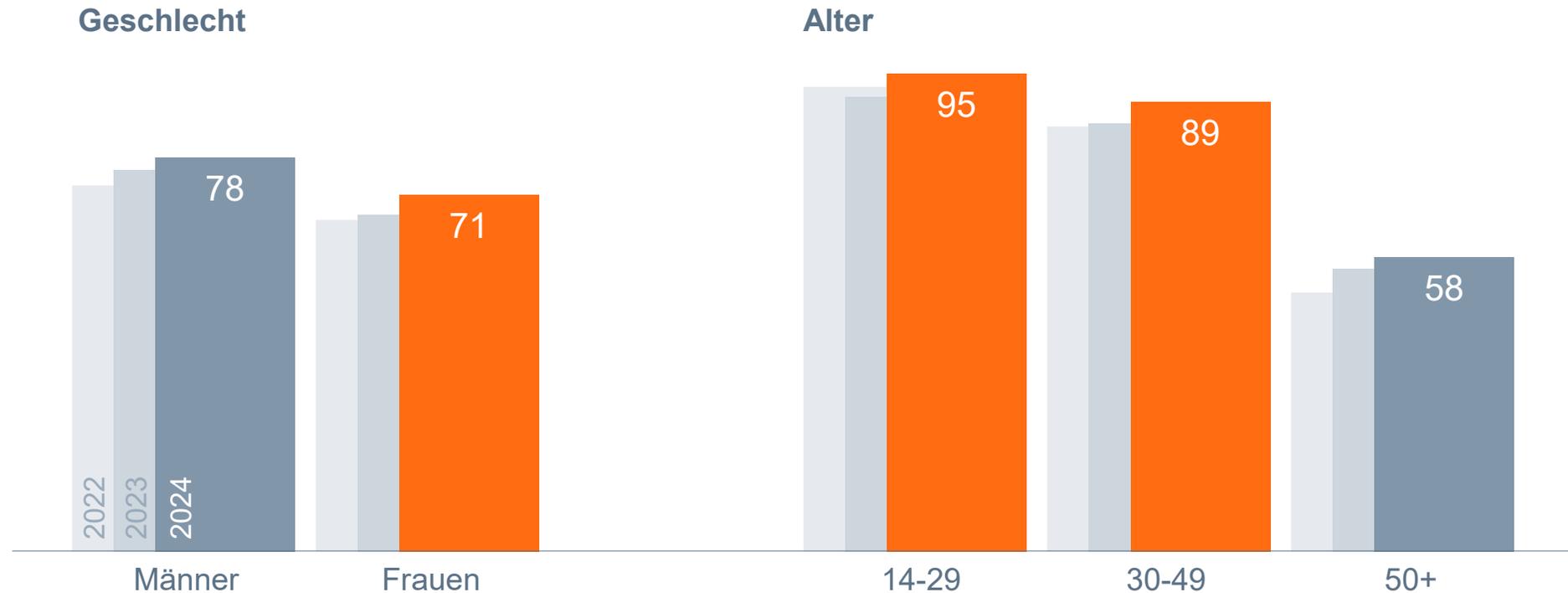


Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Online-Audio-Nutzung steigt in allen Gruppen, vor allem bei unter 50-Jährigen und Frauen.

Nutzung Online-Audio-Angebote

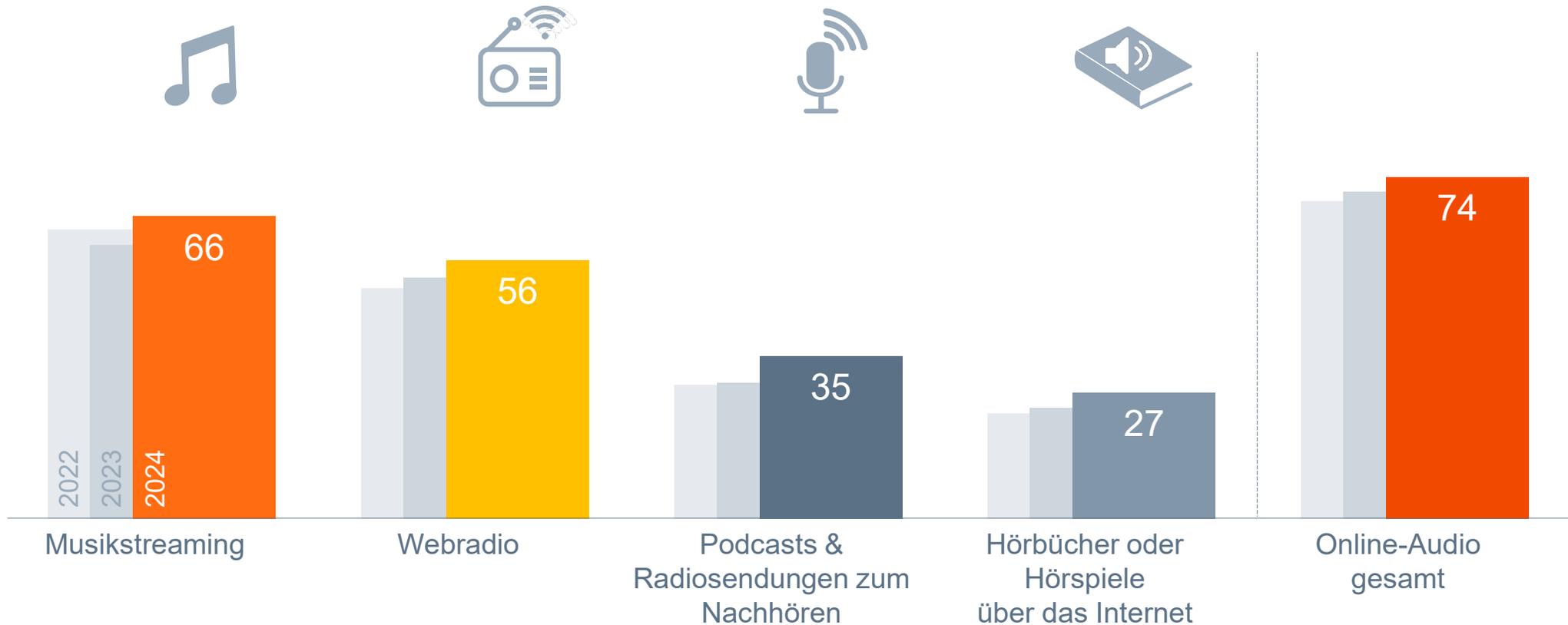
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



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

Alle Online-Audio-Formate werden mehr genutzt als im Vorjahr. Am größten ist der Zuwachs bei Podcasts.

Nutzung Online-Audio-Angebote Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

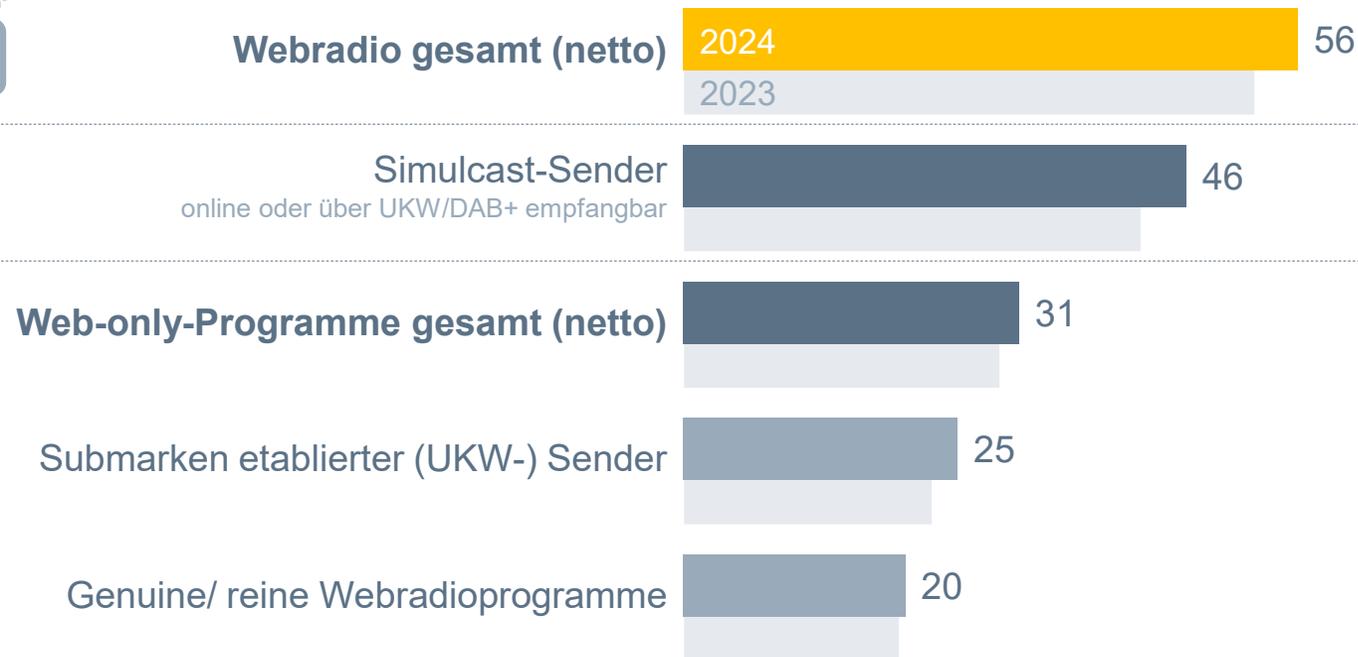


Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,080 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.759)

Mehr als jede:r Zweite hört Webradio – am häufigsten Simulcast-Sender.

Webradio-Nutzung im Detail

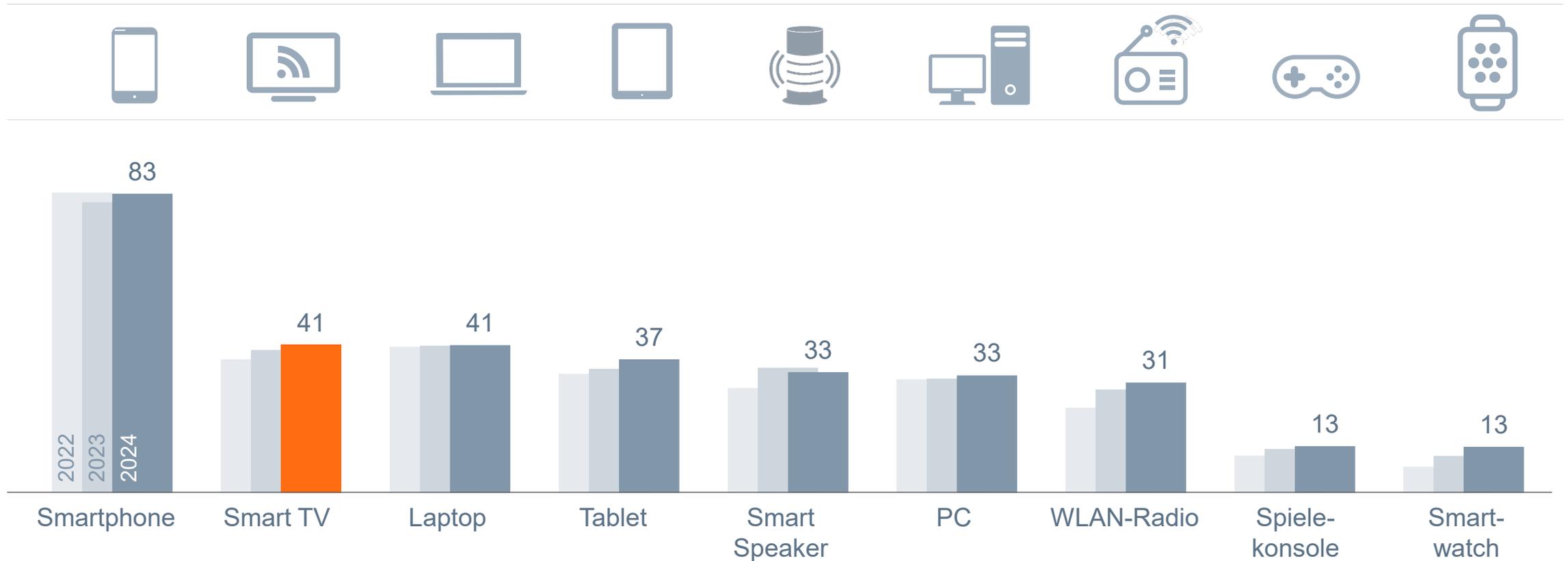
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



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

Das Smartphone bleibt das führende Gerät für Online-Audio. Der Smart TV liegt mittlerweile auf Platz 2!

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

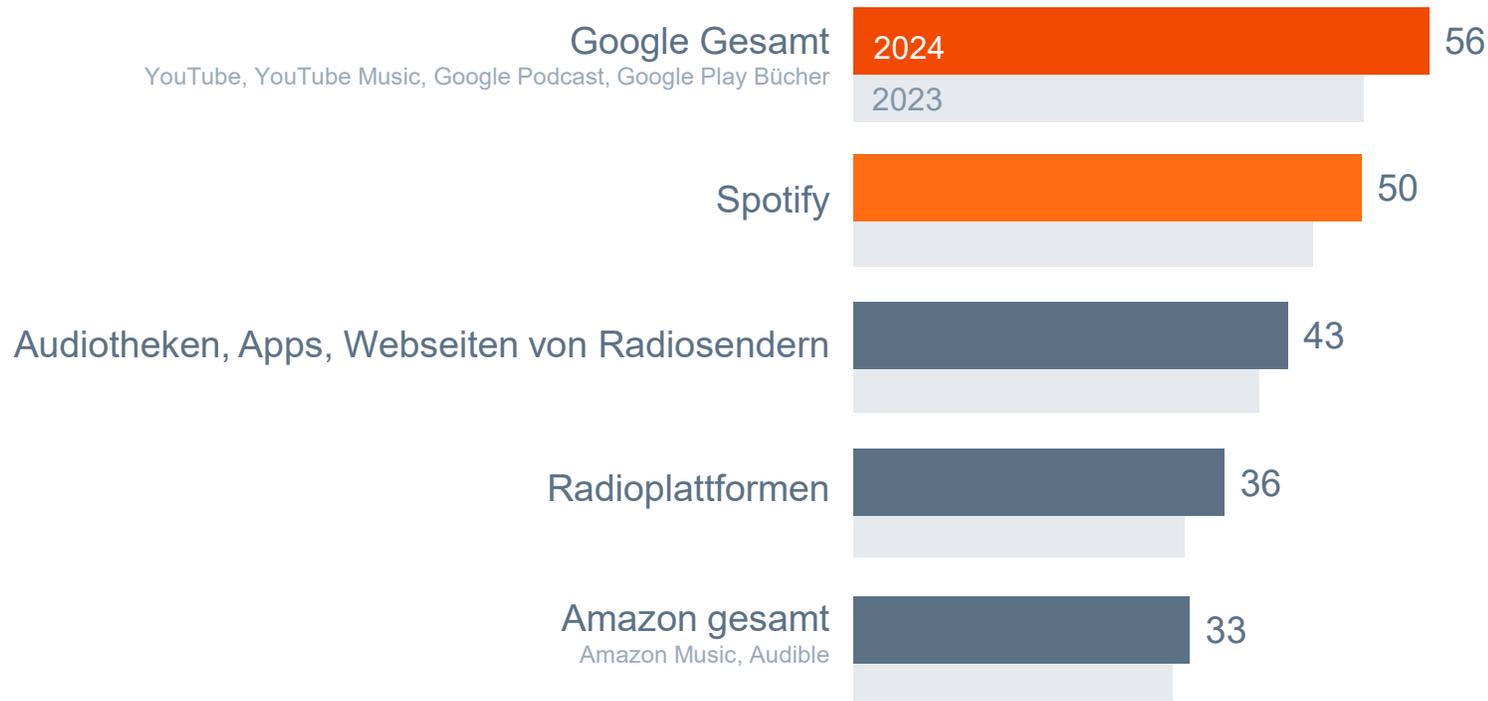


Angaben in Prozent; Basis 2024: 47,050 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Google und Spotify sind die Haupt-Zugänge für Online-Audio. Alle mit teils kräftigem Plus.

Genutzte Plattformen für Online-Audio (Top 5)

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

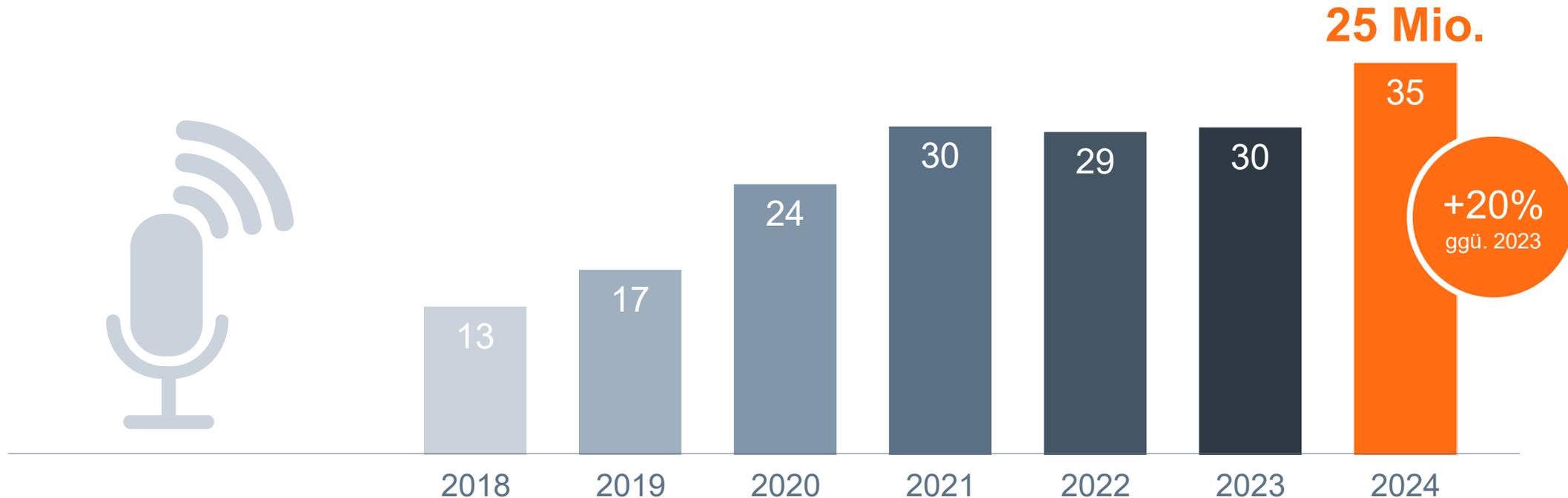


Angaben in Prozent; Basis 2024: 47,050 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören sind erneut im Aufwind!

Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



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

Soziale Medien und persönliche Empfehlungen sind die wichtigsten Podcast-Quellen.

Podcast-Touchpoints (Top 5)

Basis: Regelmäßige Nutzende

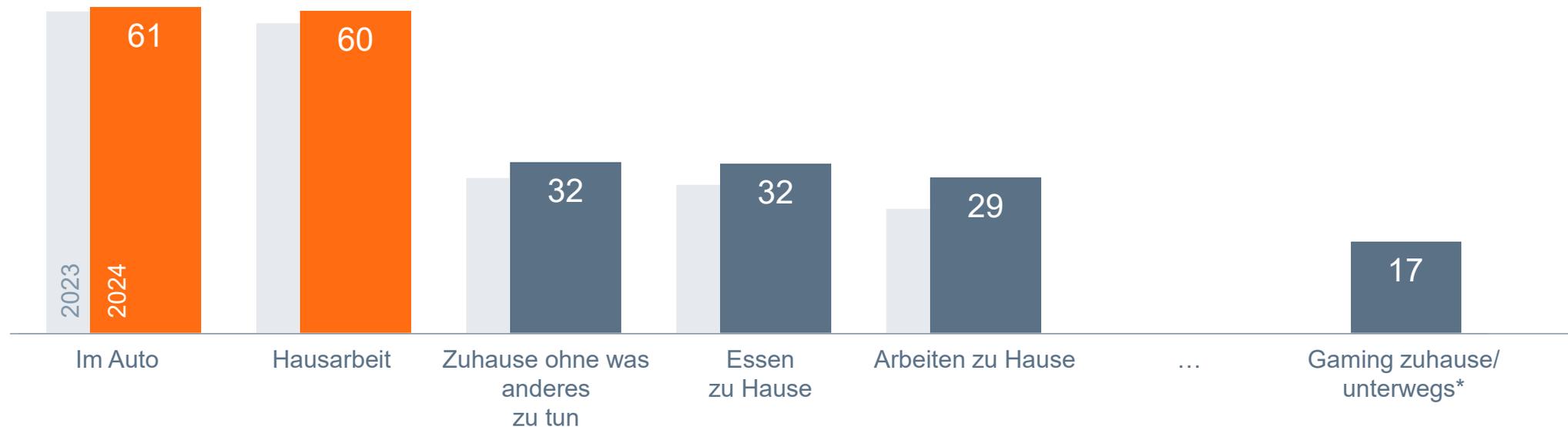


Angaben in Prozent; Basis 20,359 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.637)

Im Auto und bei der Hausarbeit sind die häufigsten Nutzungssituationen für Online-Audio.

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Basis: Regelmäßige Nutzende



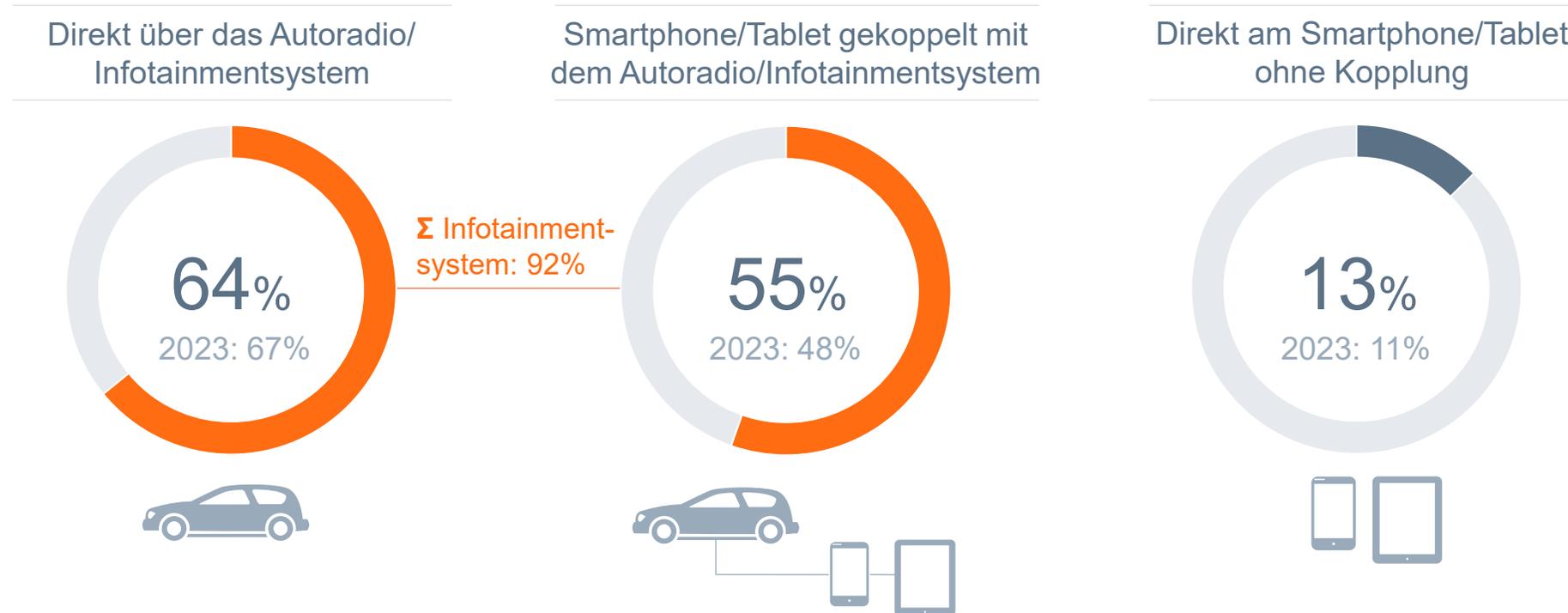
* 2024 erstmals abgefragt

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

Online-Audio im Auto wird vorwiegend über das Infotainmentsystem aufgerufen – zunehmend mit gekoppeltem Mobilgerät.

Endgeräte für Audio-Nutzung im Auto

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

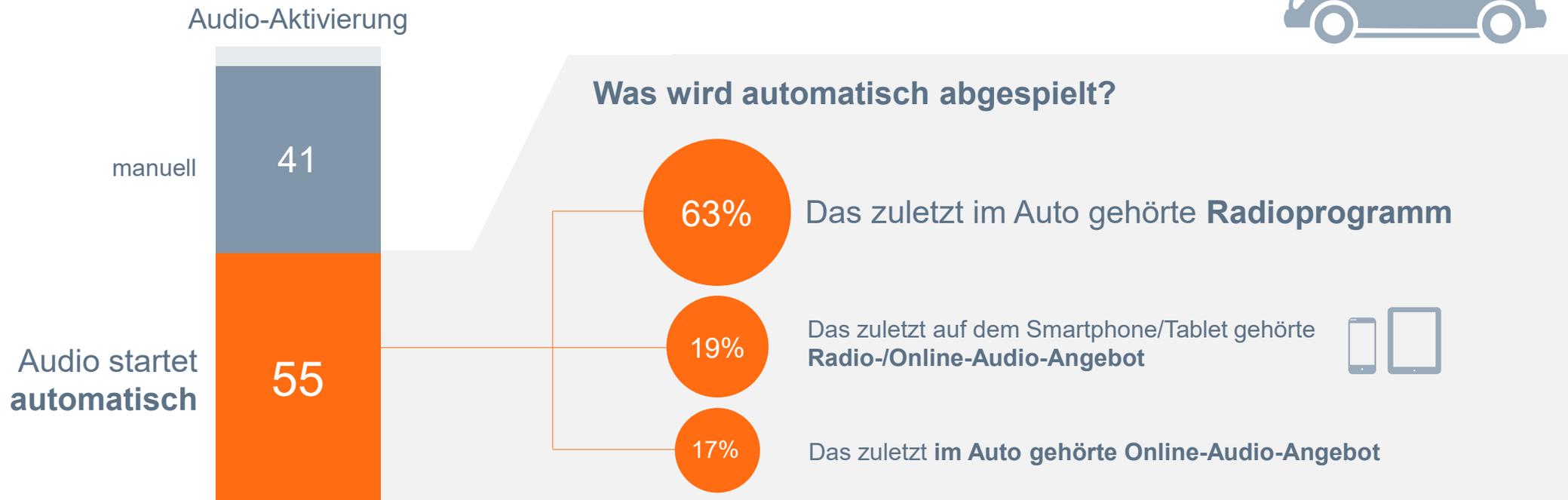


Angaben in Prozent; Basis: 28,704 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.291)

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

Automatischer Start von Audio-Inhalten im Auto

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Angaben in Prozent; Basis: 26,527 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto über das 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.)



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2024

12. September 2024

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW

mabb
medienanstalt_berlin_brandenburg

RMS

VAUNET
Verband Privater Medien

mindline | media

Umsetzung:

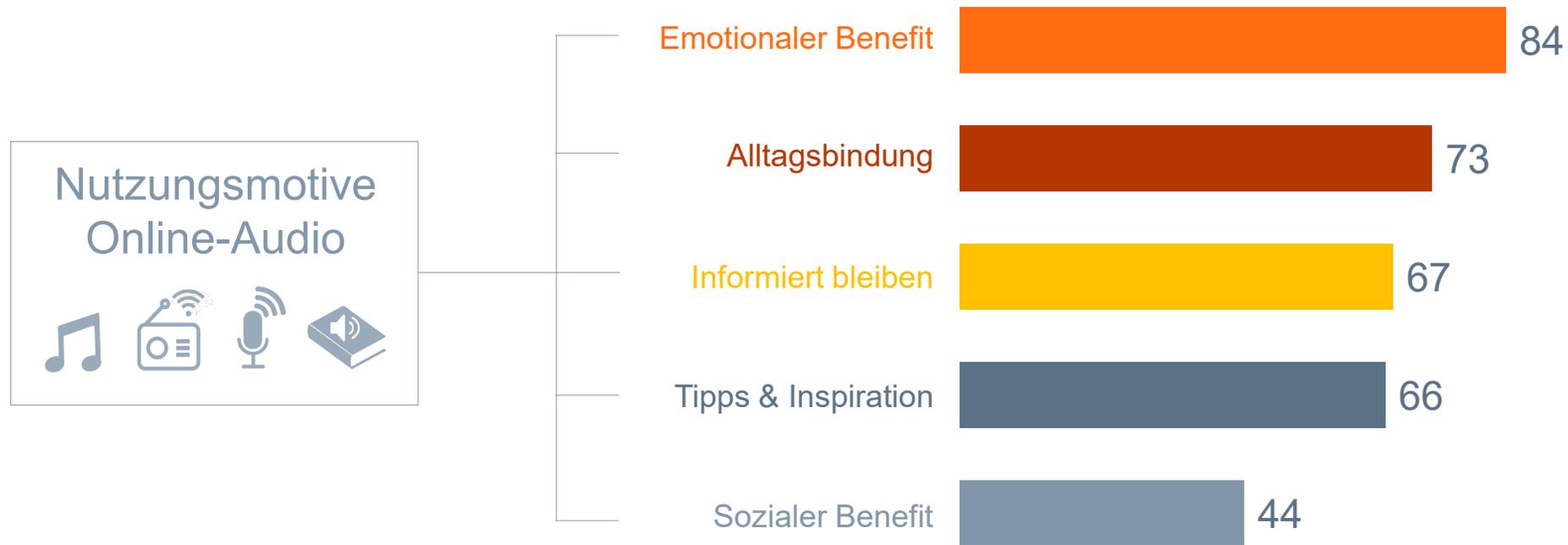
2 Nutzungsmotive



Der emotionale Benefit steht klar an erster Stelle der Nutzungsmotive von Online-Audio.

Motive der Online-Audio-Nutzung

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende



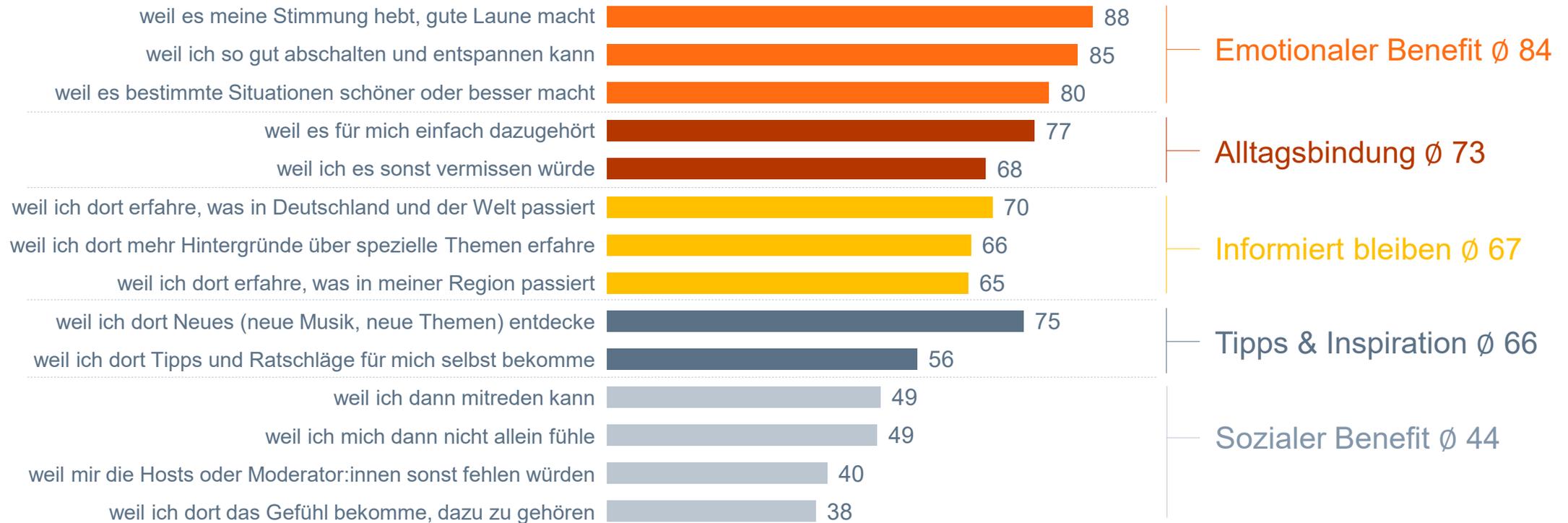
Netto-Werte über alle OA-Angebote, Ø pro Kategorie

Angaben in Prozent; Basis 2024: 47,050 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Die Top 5 Motive im Detail: Stimmung heben, abschalten, Momente aufwerten, Routine erleben und Neues entdecken.

Motive der Online-Audio-Nutzung

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende



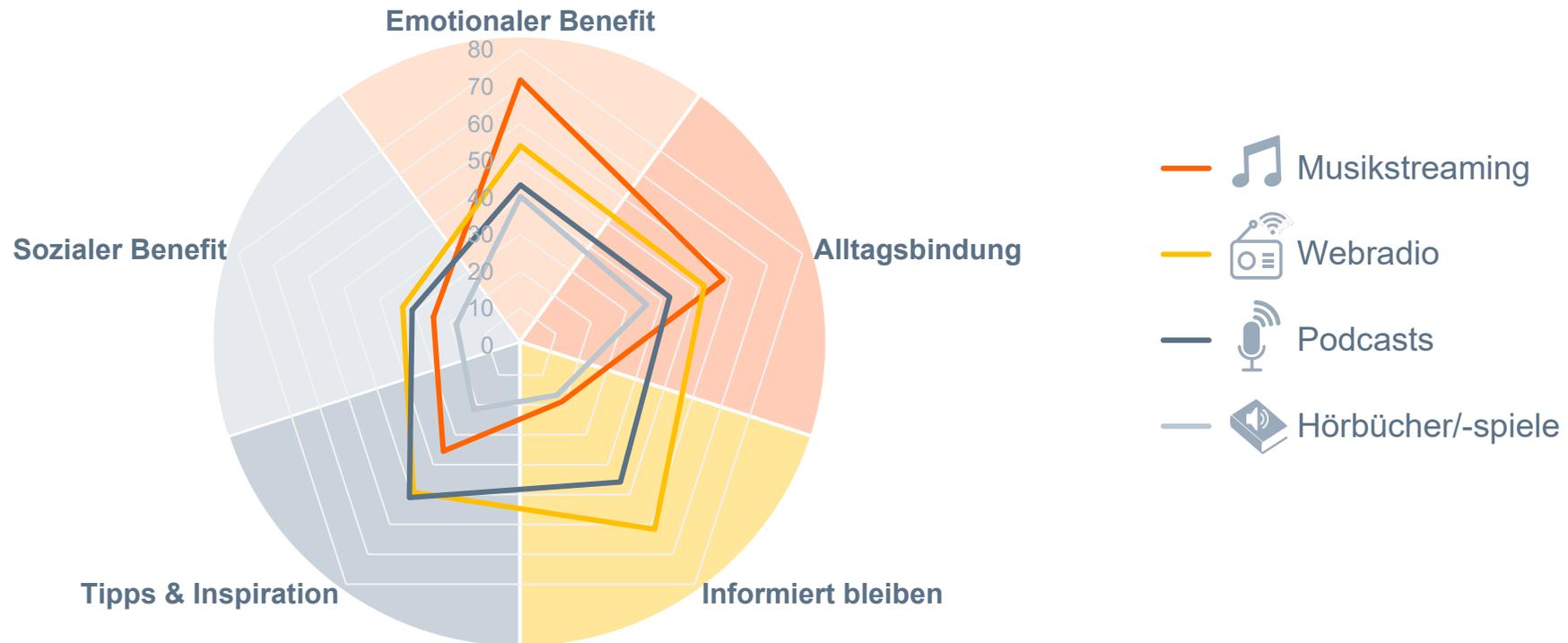
Netto-Werte über alle OA-Angebote

Angaben in Prozent; Basis 2024: 47,050 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.896)

Musikstreaming auf emotionaler Ebene vorn, Webradio und Podcasts auf informativ-inspirierender Ebene.

Motive der Online-Audio-Nutzung nach Format

Basis: Jeweils regelmäßige Nutzende



Ø pro Kategorie
Angaben in Prozent; Basis: 47,050 Mio. Personen 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)

Spezifische Stärken: Musikstreaming als Stimmungs-Booster, Webradio als Infoquelle, Podcasts für Hintergründe & Tipps und Hörbücher zum Entspannen.

Top 3 Nutzungsmotive pro Format

Basis: Jeweils regelmäßige Nutzende



Ø pro Kategorie
 Angaben in Prozent; Basis: 47,050 Mio. Personen 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)



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2024

12. September 2024

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW

mabb_
medienanstalt_berlin_brandenburg

RMS

VAUNET
Verband Privater Medien

mindline | media

Umsetzung:

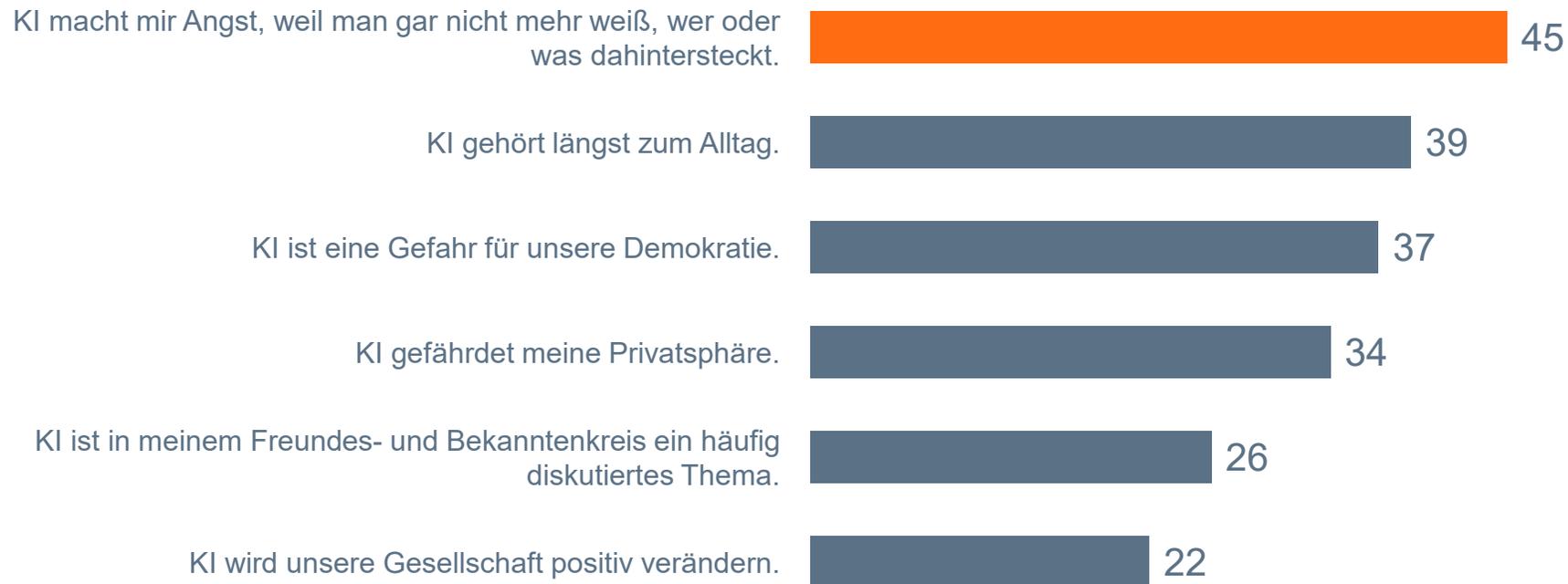
3

Online-Audio & KI



Beim Thema KI haben viele Sorge, dass sie den wahren Absender nicht mehr (er)kennen.

Allgemeine Einstellung zu KI | Top-2-Box Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



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 bei entsprechender Kennzeichnung akzeptabel.

Akzeptanz KI-generierter Inhalte mit Kennzeichnung

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

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



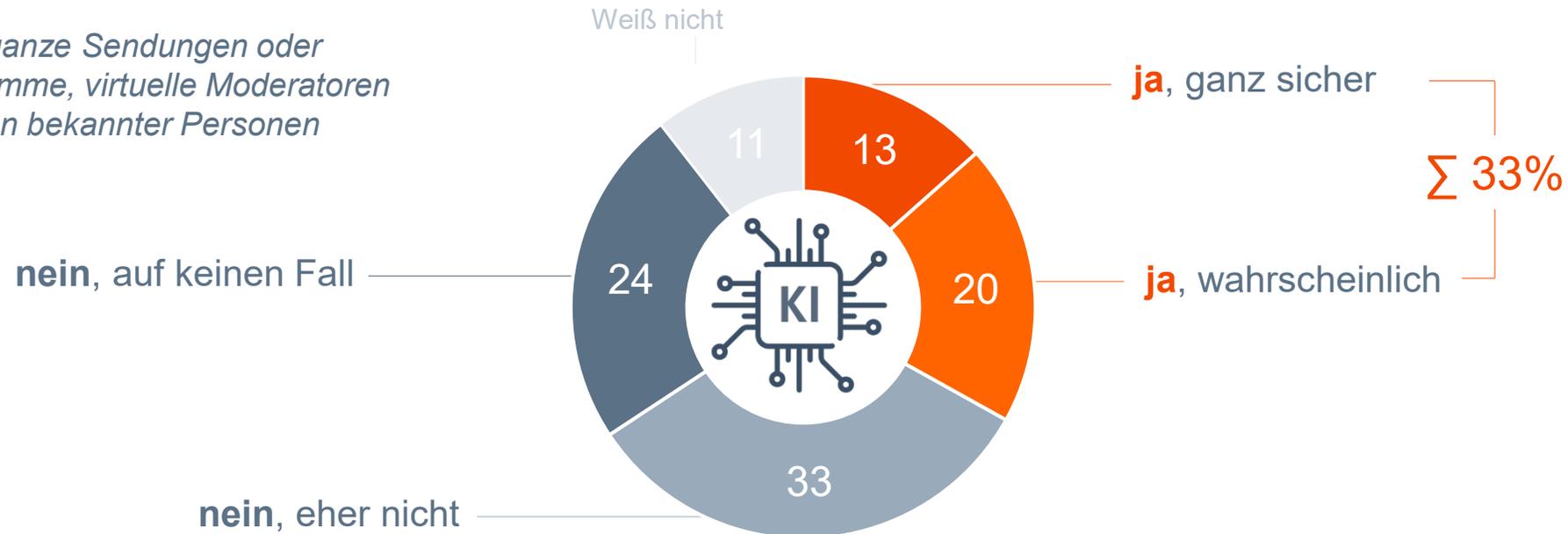
Angaben in Prozent, Basis: 50,679 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.285), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungsfrequenz von Online-Audio

Jede:r dritte Online-Audio-Nutzende hatte nach eigener Ansicht bereits Kontakt mit KI-generierten Audio-Inhalten.

Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

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



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

Die Akzeptanz für den KI-Einsatz variiert nach Inhalt: Wetter/Verkehr ok, Stimmen No-Go!

Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



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



VIELEN DANK!

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: