ONLINE-AUDIO-MONITOR

September 2018

Auftraggeber:

BLM BVDW LFK LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW mabb_ VAUNET Verband Privater Medien

Umsetzung:

KANTAR TNS

Executive Summary

- Insgesamt geben 40,844 Mio. Personen ab 14 Jahren an, zumindest gelegentlich Online-Audio-Angebote zu nutzen. Das sind 58,3% der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren.
- 37,7% nutzen Webradio. Am häufigsten werden Simulcast-Sender genutzt (25,0%), gefolgt von Online-Ablegern (13,6%) und reinen Webradioprogrammen (12,5%).
- Audio-Inhalte auf Abruf nutzen 52,1%. Die höchste Nutzung entfällt auf Audio-Inhalte über Videoplattformen (45,2%), gefolgt von Musikstreaming-Dienste (26,7%).
- Bezogen auf alle Online-Audio-Nutzer nutzen 10,6% ausschließlich Webradio, 35,2% ausschließlich Audio-Inhalte auf Abruf und 54,2% sowohl das eine als auch das andere.
- Nutzer von Webradio nutzen die Angebote am häufigsten über die Internetseite oder App des Radiosenders (62,7%). 43,8% rufen die Programme (auch) über die Internetseiten oder Apps von Radioplattformen auf.
- 13,4% hören Podcasts, Radiosendungen oder andere Beiträge auf Abruf. Top-Inhalte sind Nachrichten, Musik und Beiträge aus Wissenschaft und Technik sowie Gesellschaft, Kunst und Kultur. Die am häufigsten genutzten Plattformen für Podcasts sind YouTube und andere Videoseiten sowie Websites oder Apps von Radiosendern.

Inhaltsverzeichnis

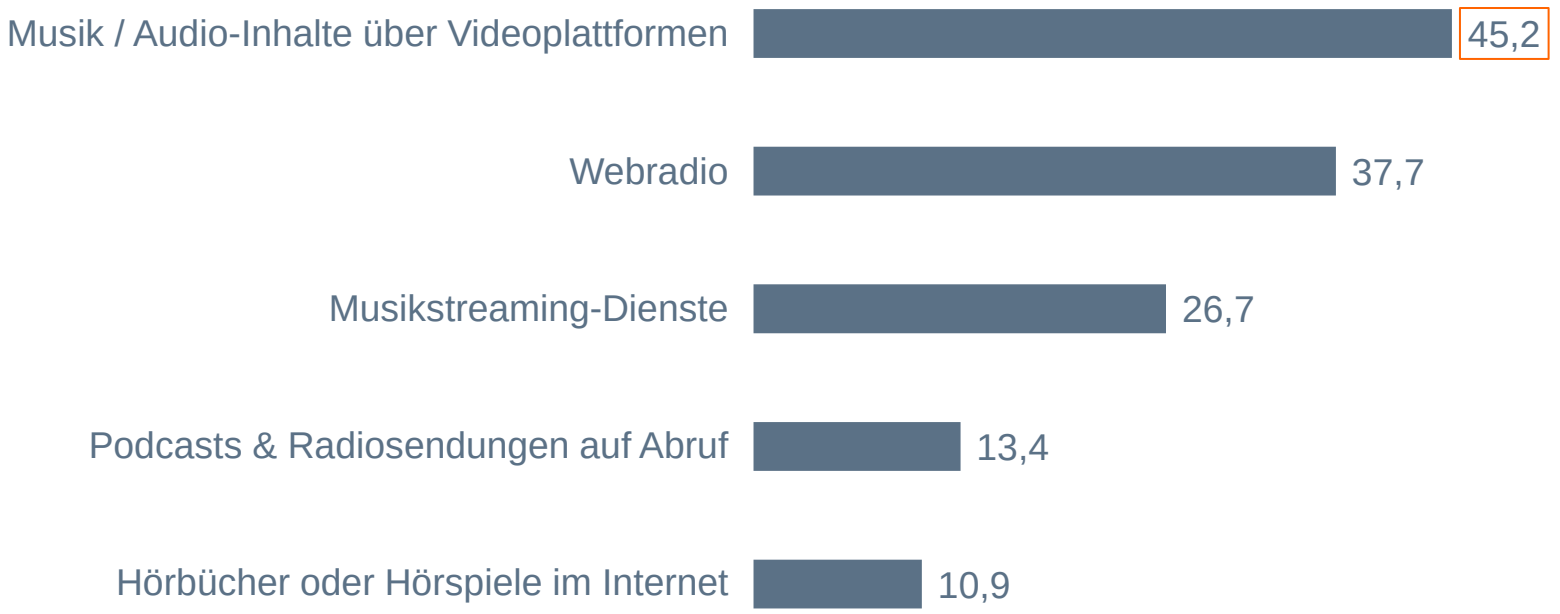
1	Nutzung Online-Audio-Angebote	4
2	Nutzungszeitraum und -intensität	16
3	Genutzte Geräte	26
4	Genutzte Inhalte	31
5	Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungssituationen	40
5.1	Fokus Online-Audio-Nutzung im Auto	49
5.2	Fokus Nutzung über mobiles Internet	54
6	Kostenpflichtige Online-Audio-Nutzung	59
7	Podcasts und Radiosendungen auf Abruf	65
8	Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker	79
9	Methodische Hinweise	93

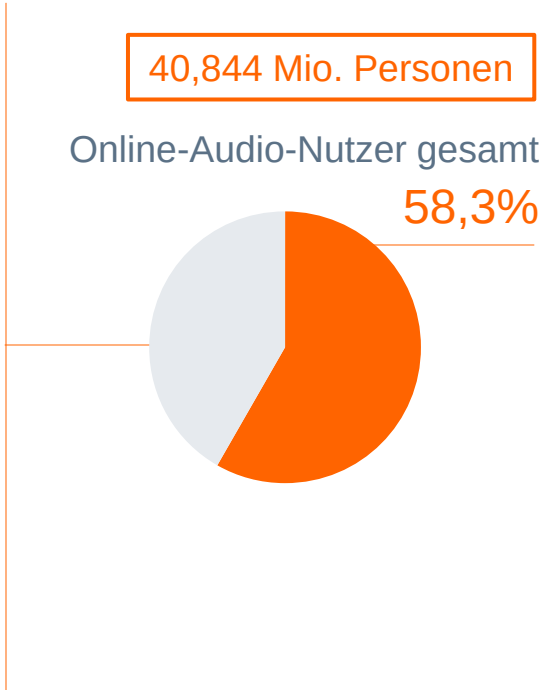
1 Nutzung Online-Audio-Angebote

Mehr als 58% nutzen Online-Audio-Angebote. Das sind rund 41 Mio. Personen ab 14 Jahren. YouTube und andere Videoplattformen mit Abstand vorne, gefolgt von Webradio und Musikstreaming-Diensten.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote



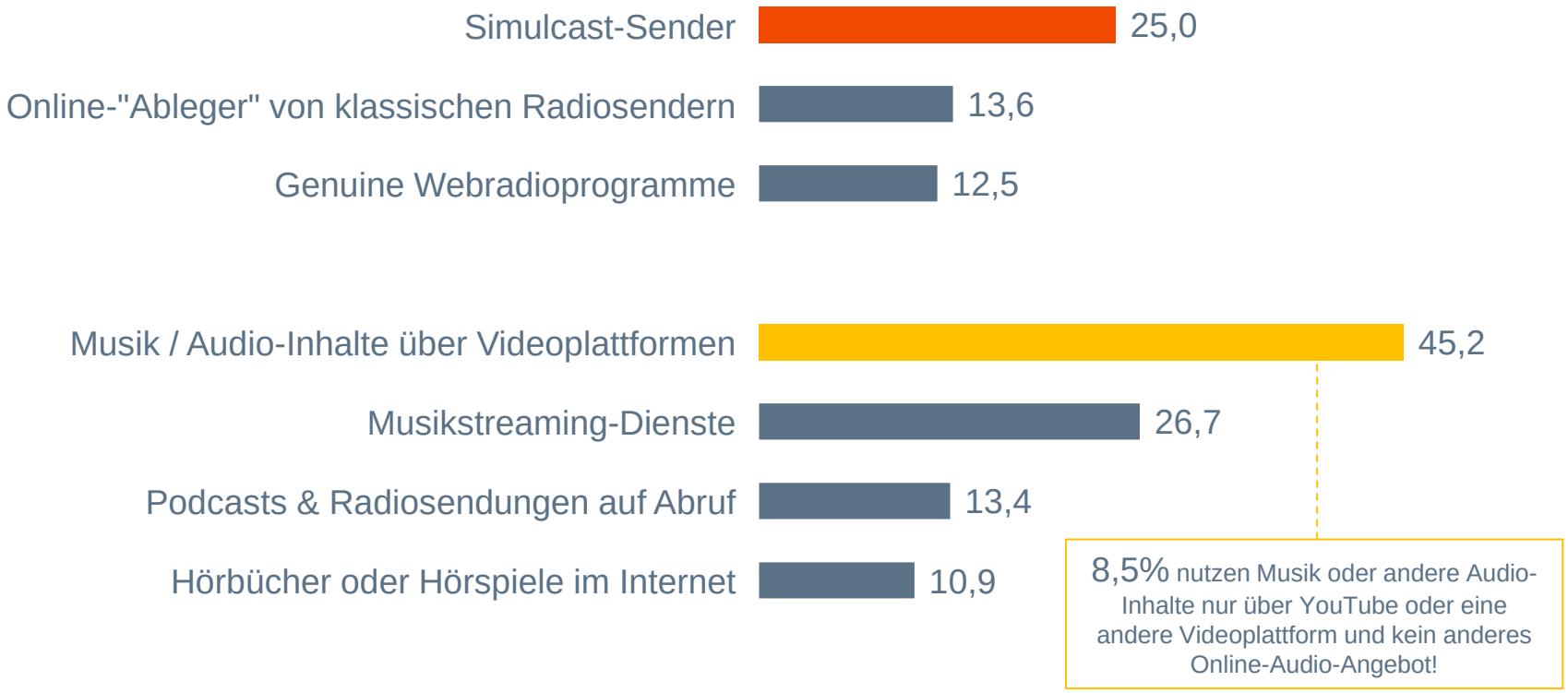


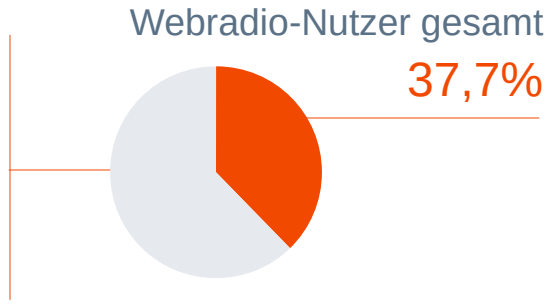
Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten oder in sogenannten Audiotheken bereitgestellt werden. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

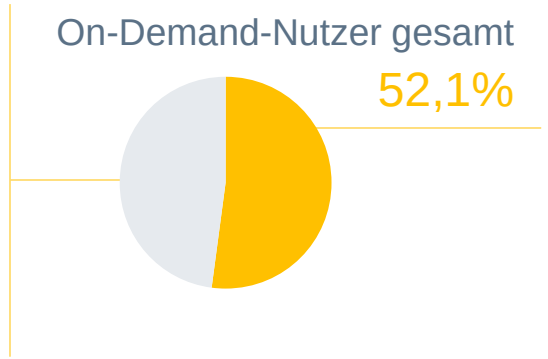
Jeder Vierte hört online „ganz normale“ Sender – fast so viele wie Musikstreaming nutzen. Spin-Offs klassischer Radioprogramme auf einem Niveau mit Podcasts / Radio auf Abruf.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote im Detail





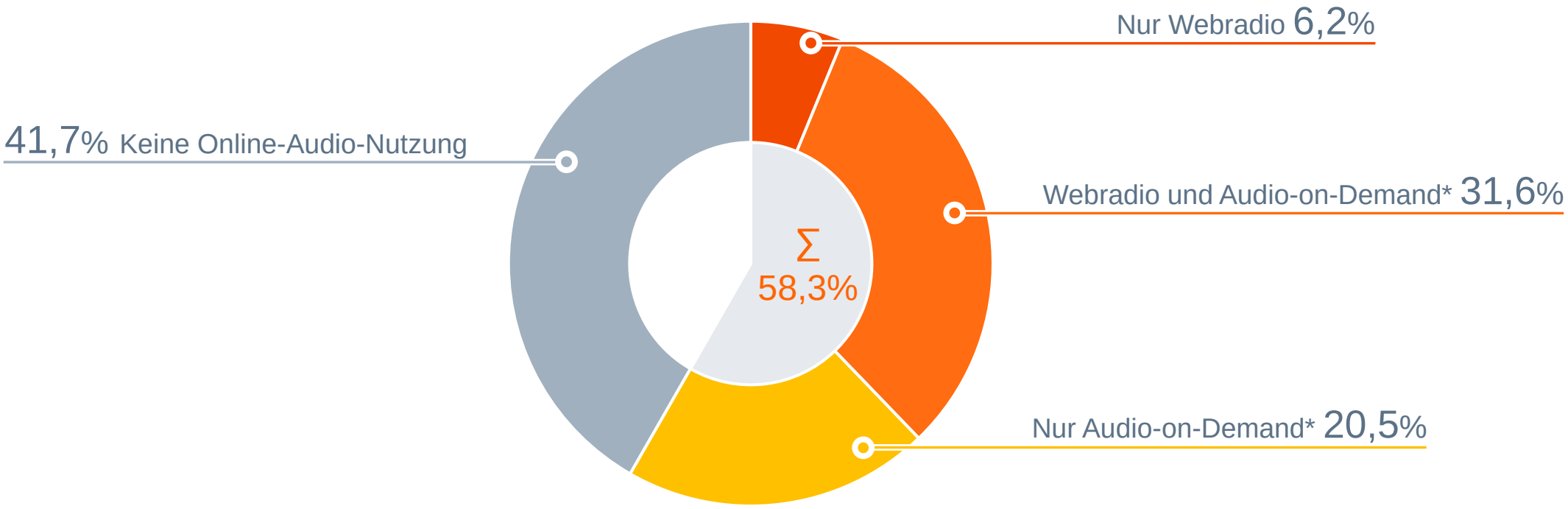


Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da … ?/ Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Knapp jeder Dritte – und damit die Mehrheit der Online-Audio-Nutzer – nutzt Webradio *und* Audio-on-Demand-Angebote. Bei Entweder-oder-Nutzern überwiegt on-Demand klar.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote: Webradio vs. Audio-on-Demand*

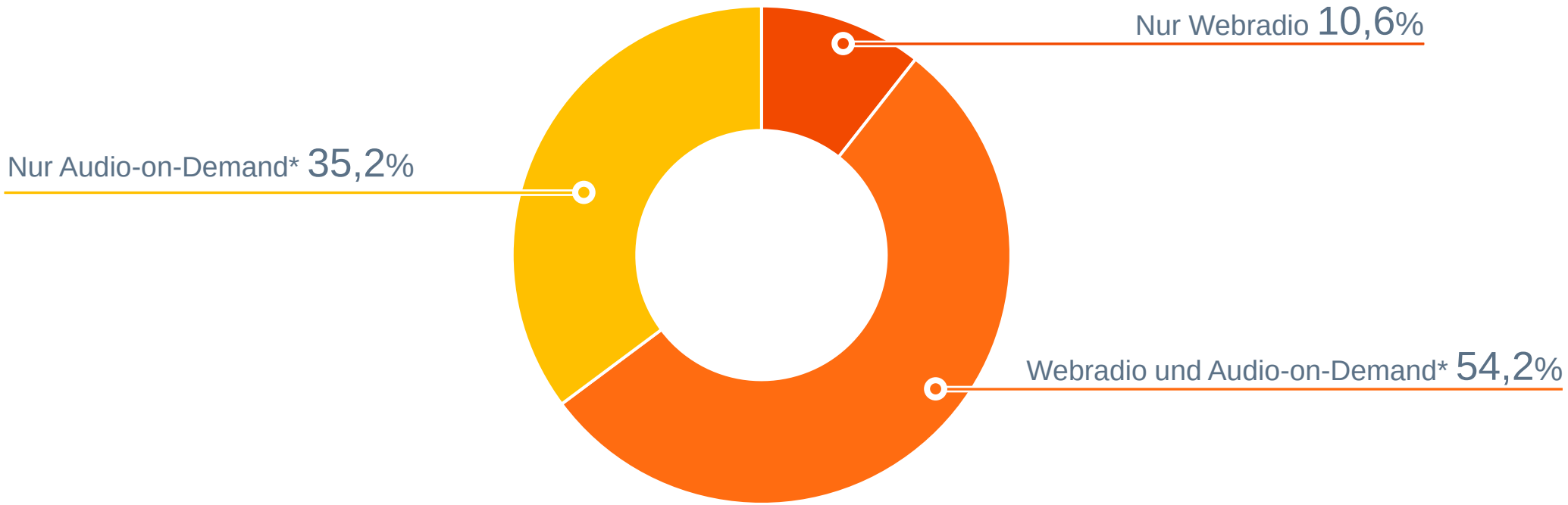


*Audio-on-Demand= Nettosumme Musik / Audio-Inhalte über Videoplattformen, Musikstreaming-Dienste, Podcasts & Radiosendungen auf Abruf, Hörbücher oder Hörspiele im Internet
Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da … ?/ Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Bezogen auf die Online-Audio-Nutzer hört rund jeder Zehnte ausschließlich Webradio und gut jeder Dritte ausschließlich Audio-Inhalte auf Abruf. Mehr als jeder Zweite nutzt beides.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung Online-Audio-Angebote: Webradio vs. Audio-on-Demand*

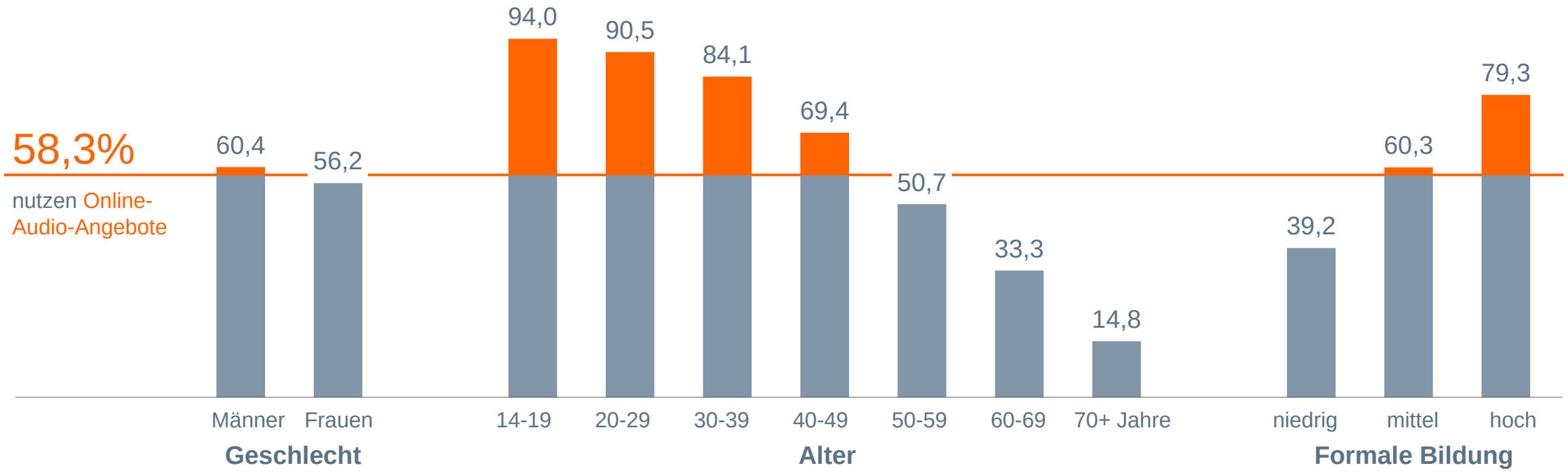


*Audio-on-Demand= Nettosumme Musik / Audio-Inhalte über Videoplattformen, Musikstreaming-Dienste, Podcasts & Radiosendungen auf Abruf, Hörbücher oder Hörspiele im Internet
Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da … ?/ Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Etwas mehr Männer, deutlich mehr Jüngere und mit formal hohem Bildungsabschluss unter den Online-Audio-Nutzern.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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



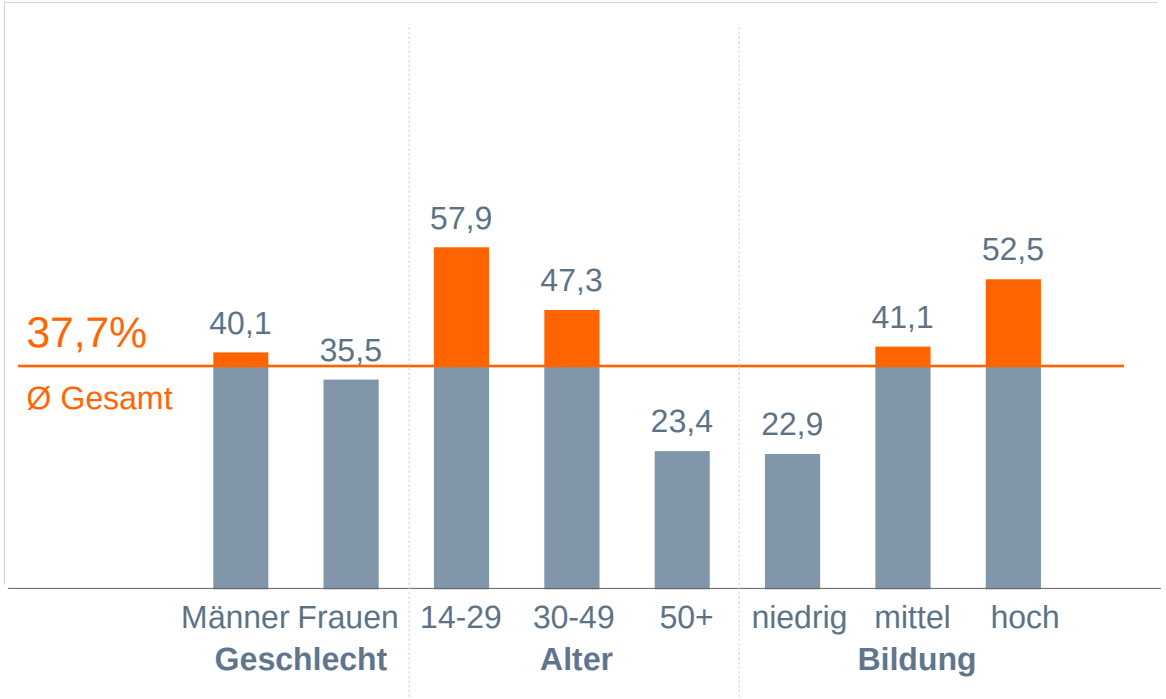
Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten oder in sogenannten Audiotheken bereitgestellt werden. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Audio-on-Demand ist meistgenutzter Online-Audio-Inhalt. Die Nutzer von AoD sind sehr jung und haben einen hohen Bildungsgrad.

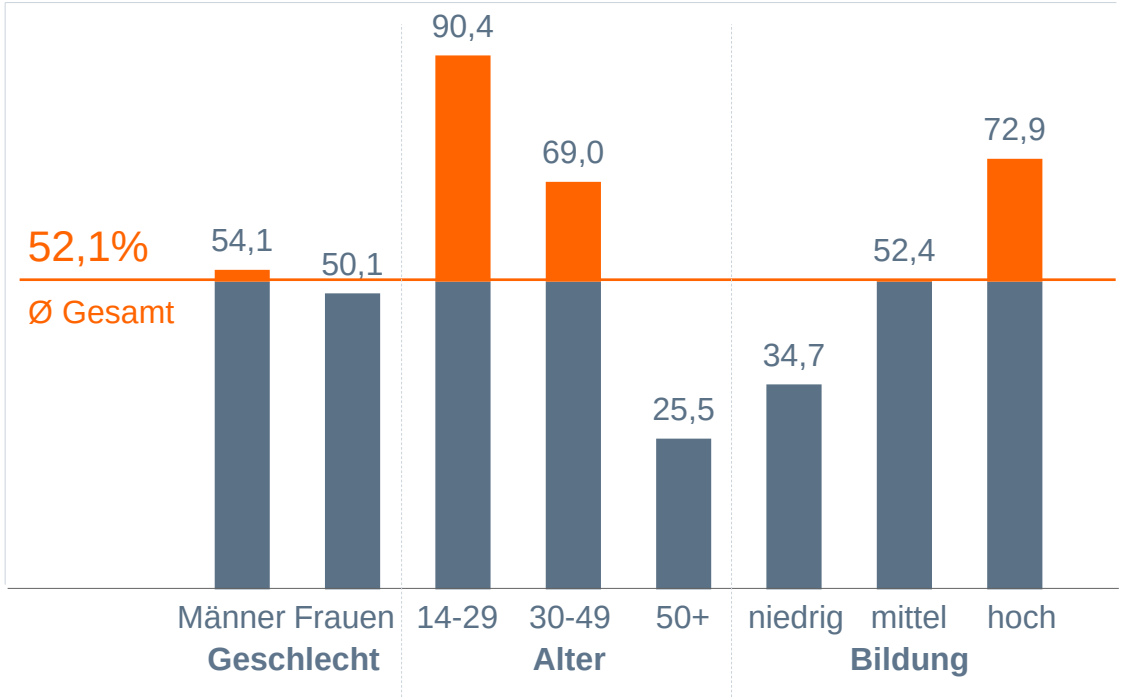
Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Online-Audio-Nutzer nach Geschlecht, Alter und Bildung

Webradio



Audio-on-Demand*

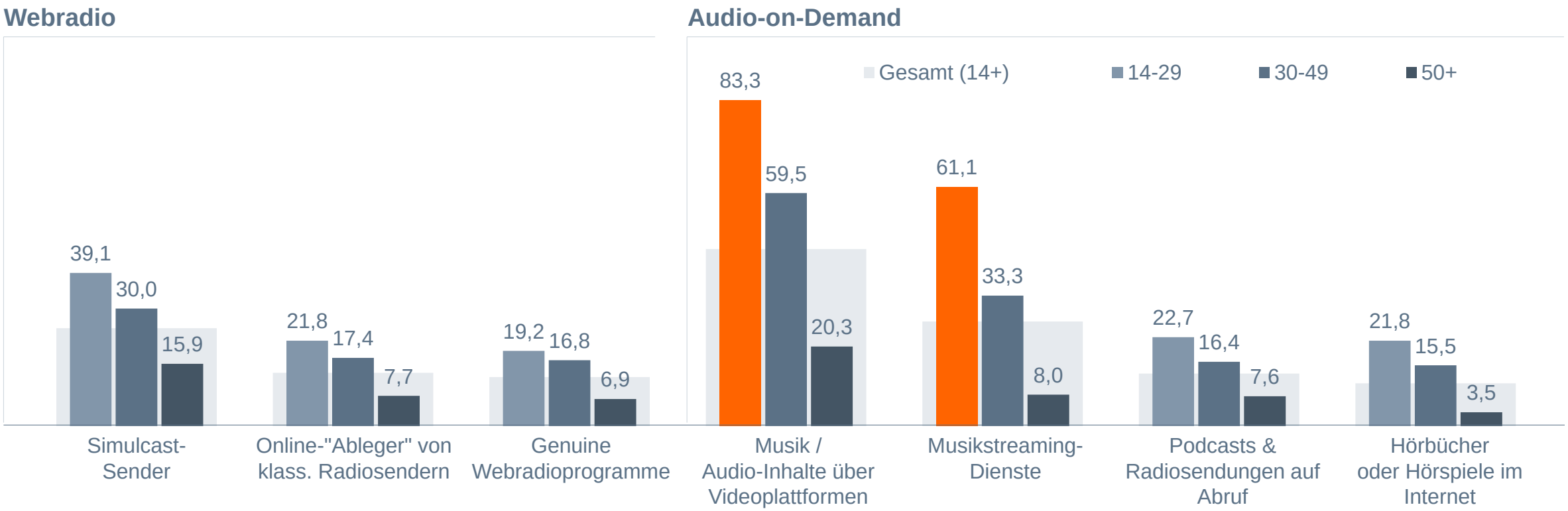


*Audio-on-Demand= Nettosumme Musik / Audio-Inhalte über Videoplattformen, Musikstreaming-Dienste, Podcasts & Radiosendungen auf Abruf, Hörbücher oder Hörspiele im Internet
Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Egal ob Webradio oder Audio-on-Demand: Unter 50-Jährige nutzen Online-Audio überdurchschnittlich, insbesondere Videoplattformen und Musikstreaming-Dienste.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

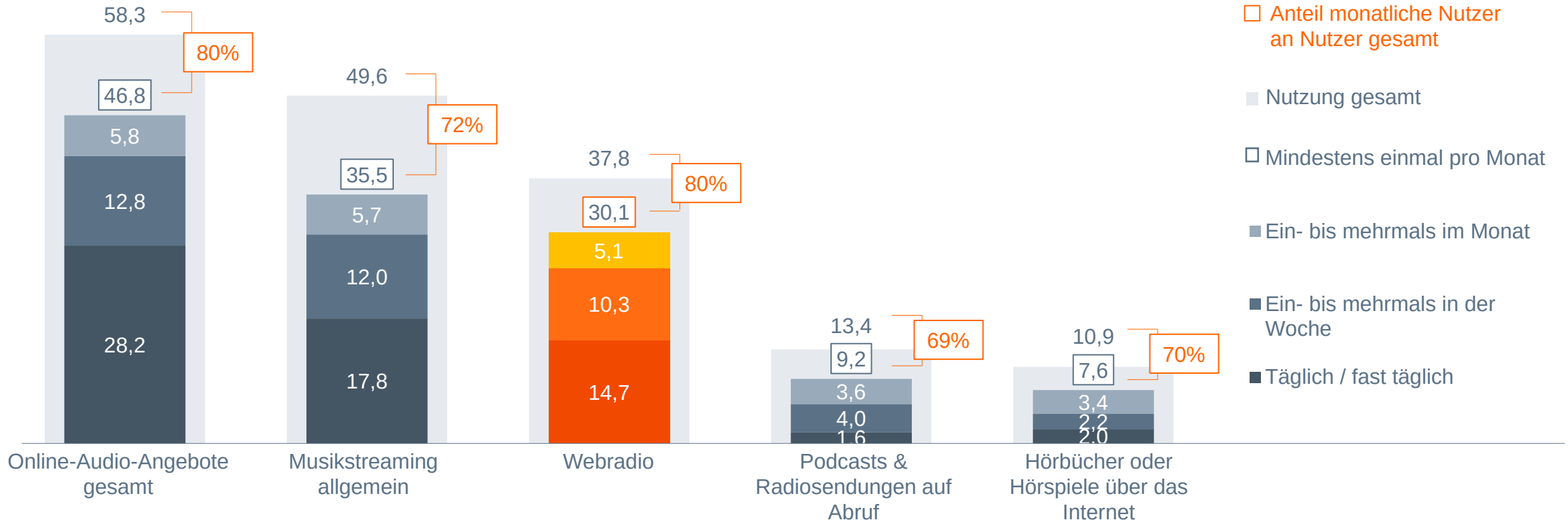


Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Fast die Hälfte hört Online-Audio-Inhalte mindestens einmal im Monat. Musikstreaming vorne, Radio mit den anteilig an der Gesamtnutzung meisten regelmäßigen Hörern.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

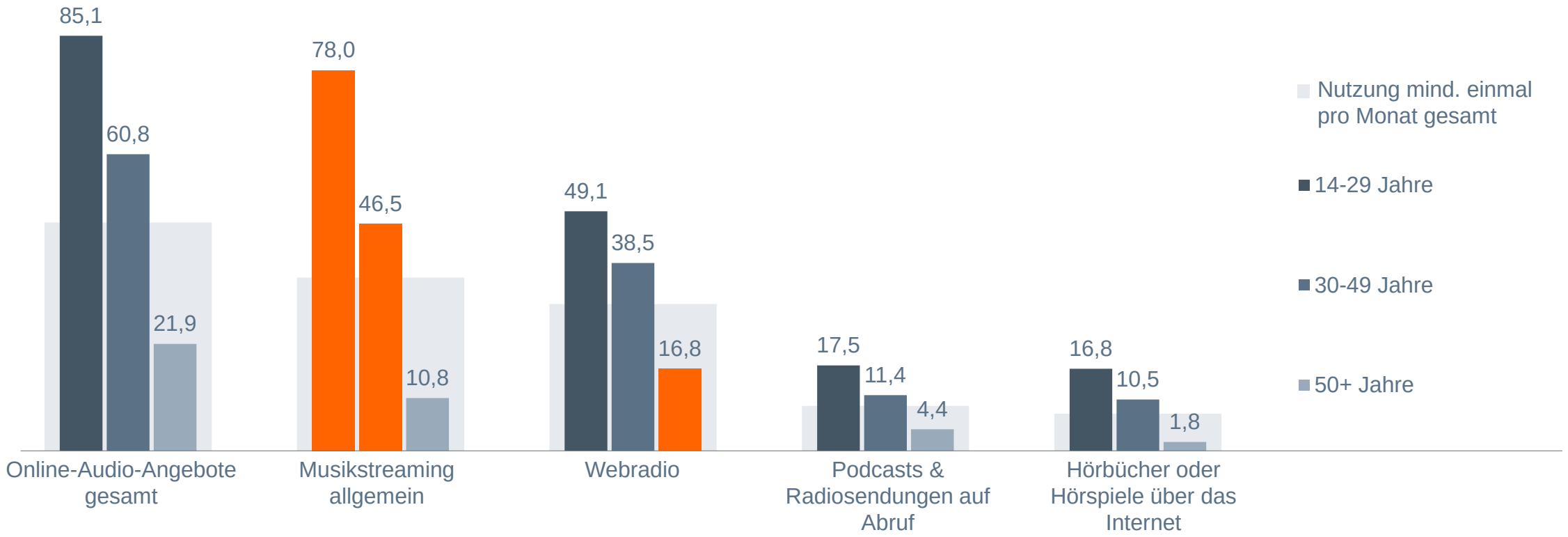


Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Von den 14-29-Jährigen nutzen bereits 85% regelmäßig Audio-Inhalte aus oder übers Netz. Musikstreaming bei unter 50-Jährigen vorne, Webradio bei ab 50-Jährigen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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

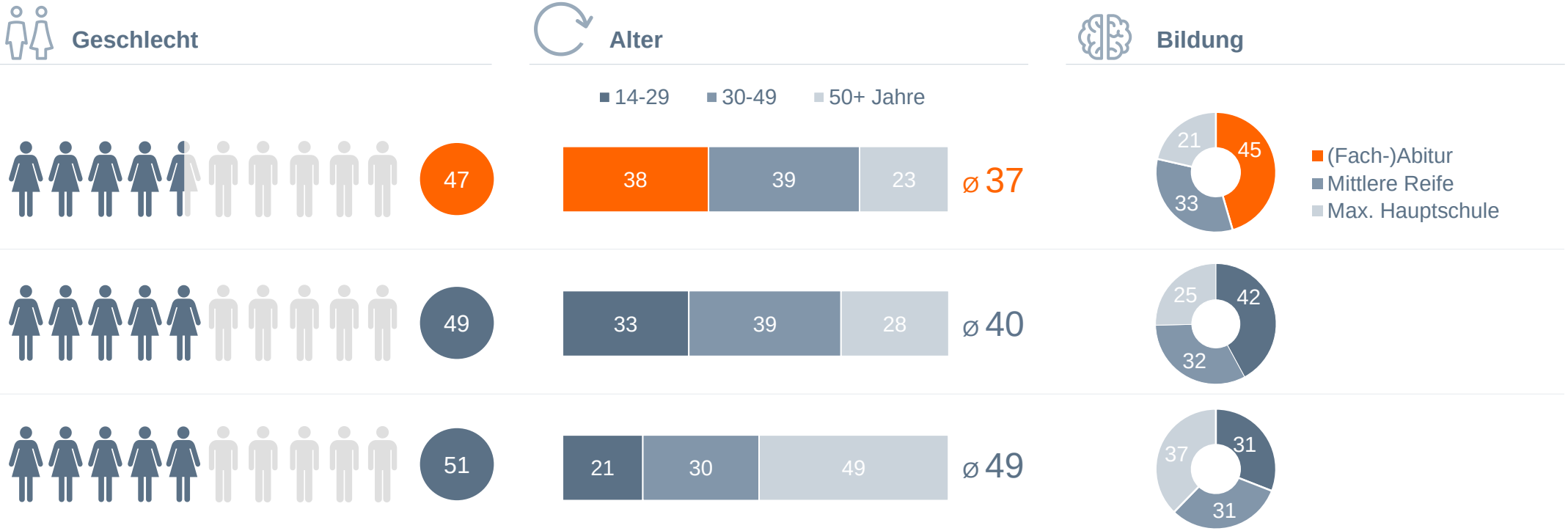


Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Unterschiede der Online-Hörer zur Gesamtbevölkerung verschärfen sich bei Betrachtung regelmäßiger Nutzer: männlicher, noch jünger, noch mehr mit hoher formaler Bildung.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland / Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren / Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Regelmäßige Online-Audio-Nutzer im Vergleich

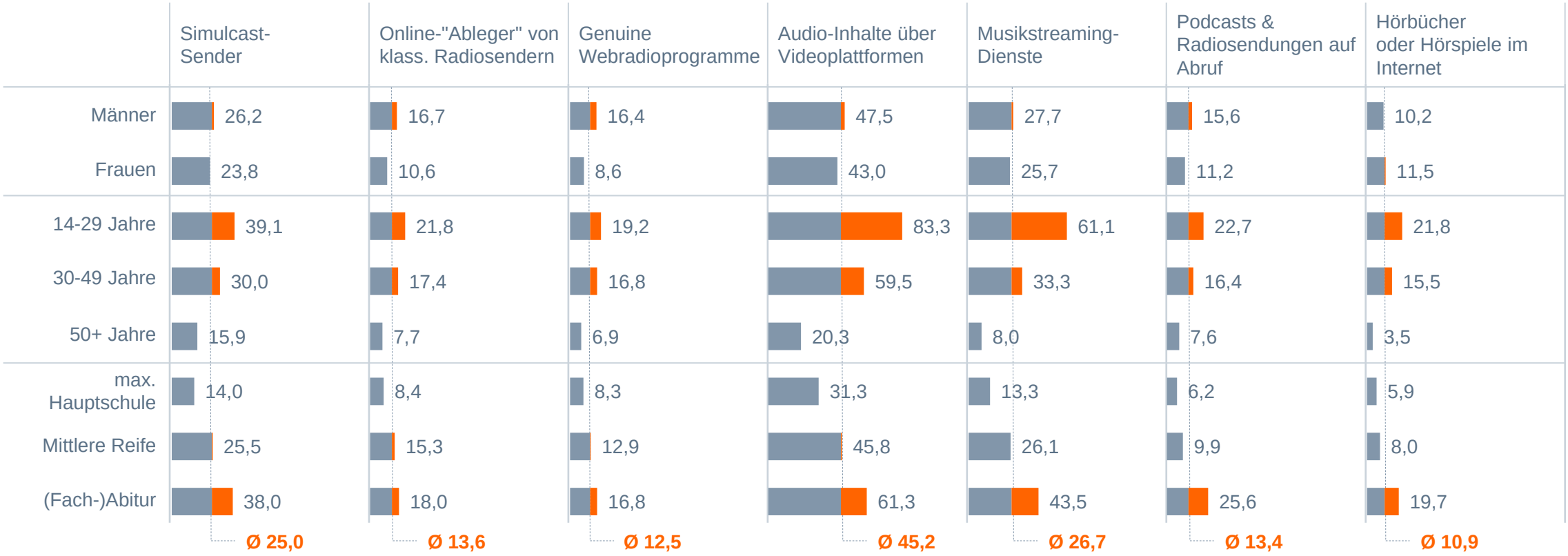


Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850) / 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer (n=4.851) / 32,802 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer (n=3.965)

Detailbetrachtung bestätigt: Zusammenhang zwischen Geschlecht, Alter und Bildung ist unabhängig vom Angebot. Einzig Hörbücher werden von etwas mehr Frauen genutzt.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Geschlecht, Alter und Bildung



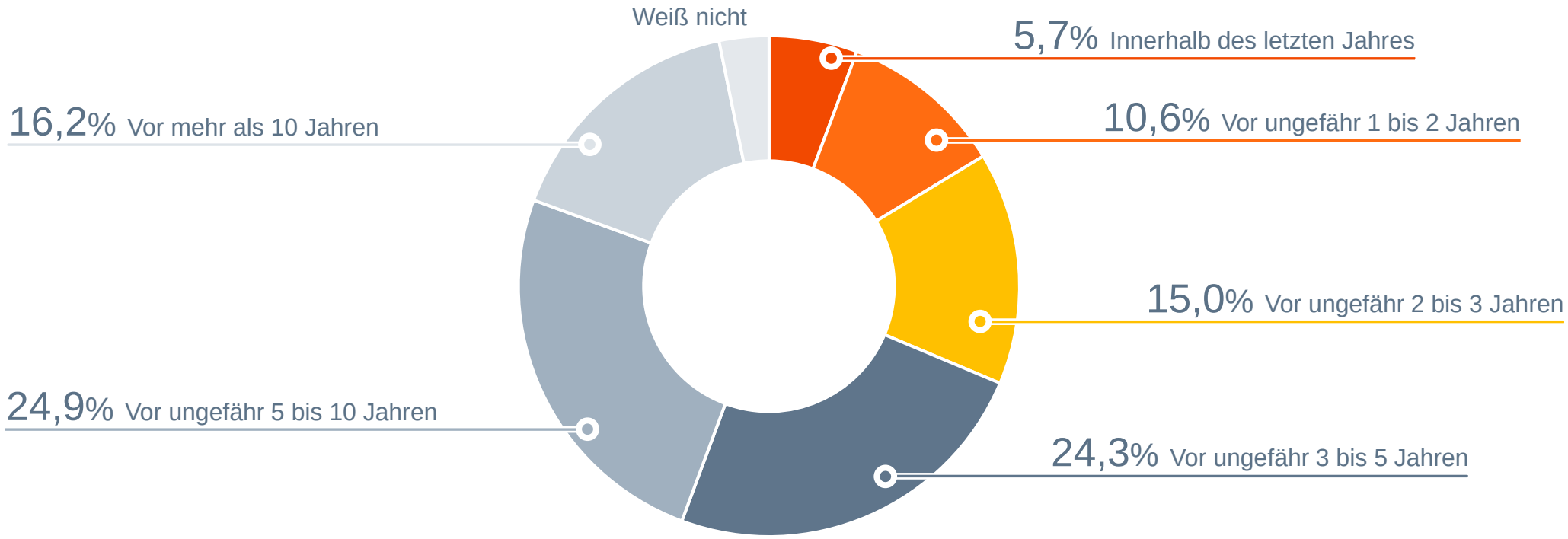
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

2 Nutzungszeitraum und -intensität

Stetes Wachstum: Gut jeder 20. Online-Audio-Nutzer hat Online-Audio im letzten Jahr für sich entdeckt. Jeder zehnte ist seit maximal 2 Jahren dabei.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Dauer der Nutzung Online-Audio-Angebote

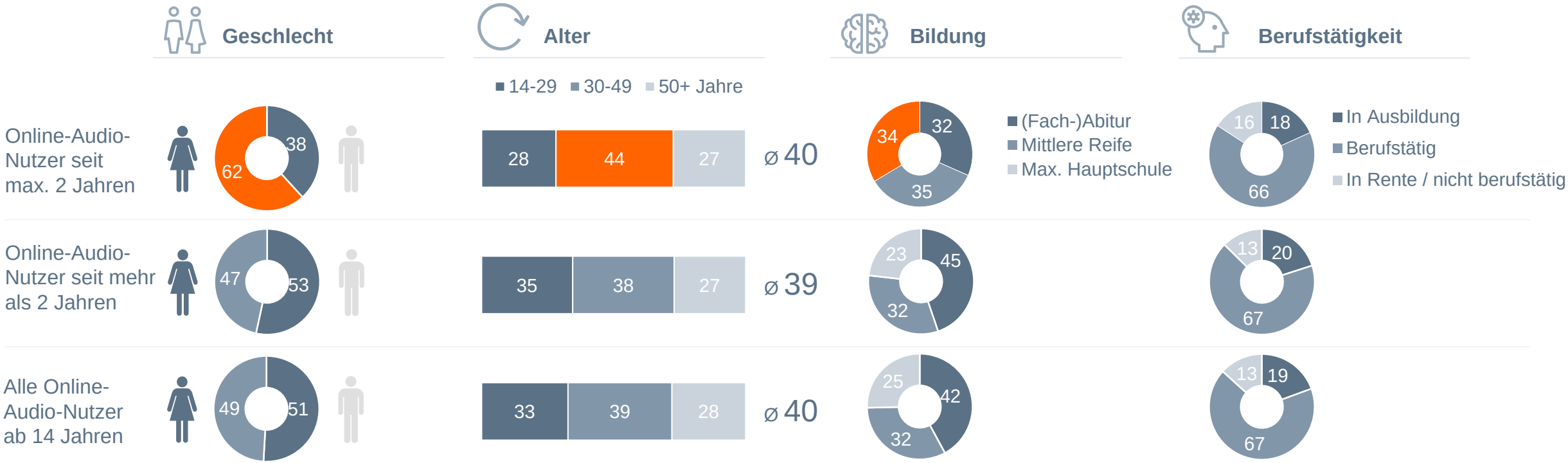


Frage: Wann haben Sie angefangen, Radio oder andere Audio-Angebote über das Internet zu hören?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Unter den neuen Nutzern mehr Frauen und 30-49-Jährige.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Online-Audio-Nutzer im Vergleich nach Dauer der Online-Audio-Nutzung

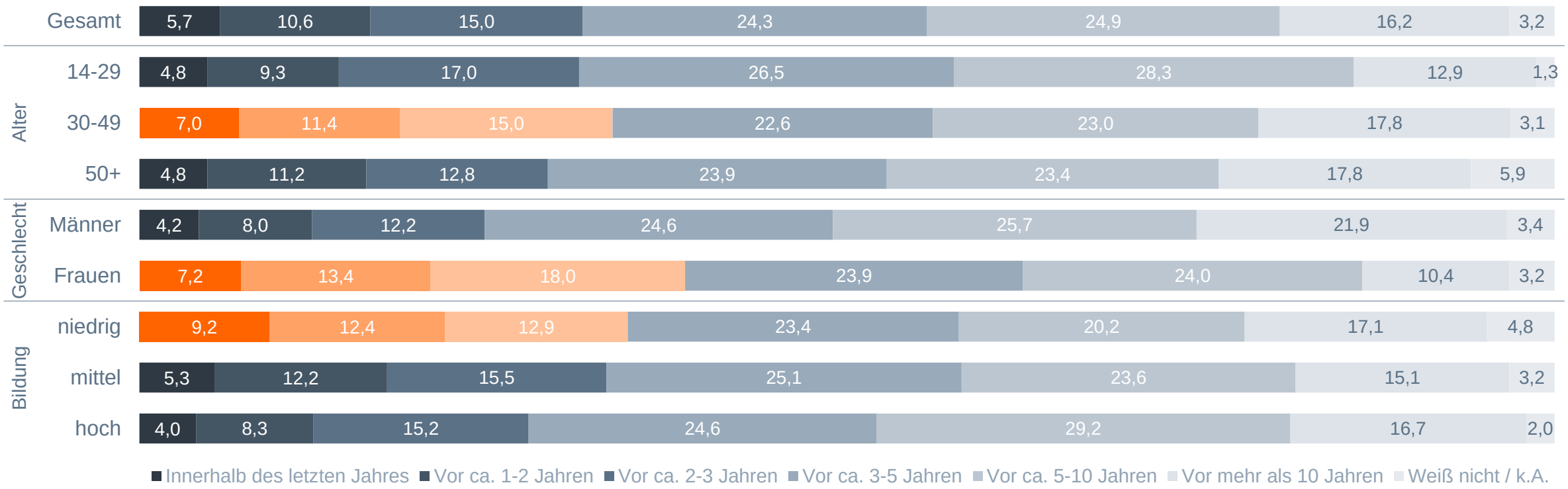


Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850) / 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer (n=4.851) / 32,802 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer (n=3.965)

30-49-Jährige, Frauen und Personen mit (noch) geringem Bildungsabschluss mit überdurchschnittlich hohen Anteilen unter „neuen“ Online-Audio-Nutzern.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Dauer der Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter



Frage: Wann haben Sie angefangen, Radio oder andere Audio-Angebote über das Internet zu hören?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

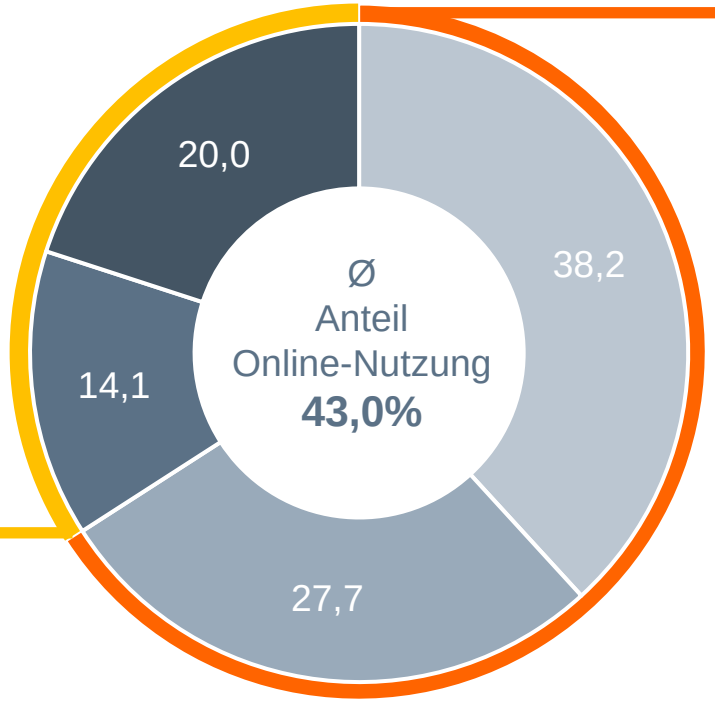
Im Schnitt entfallen bei Online-Audio-Hörern 43% der gesamten Audio-Zeit auf Online-Inhalte. Jeder dritte nutzt sogar bereits überwiegend Audio-Angebote aus dem Netz.

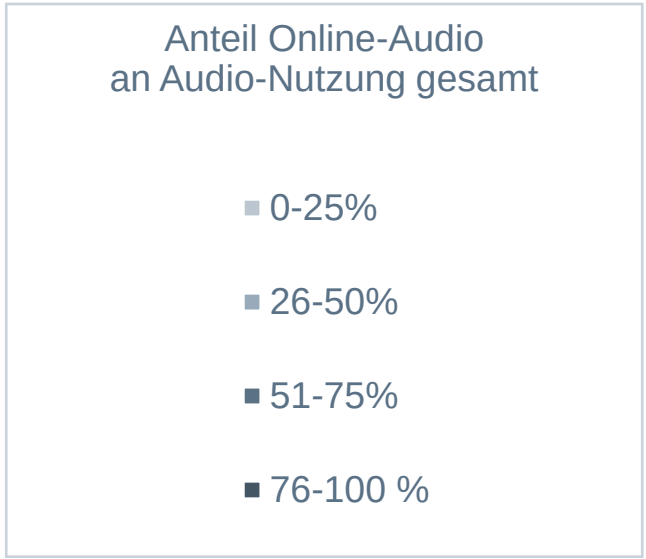
Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt

66% Nutzungsanteil bis 50%

34% Nutzungsanteil > 50%



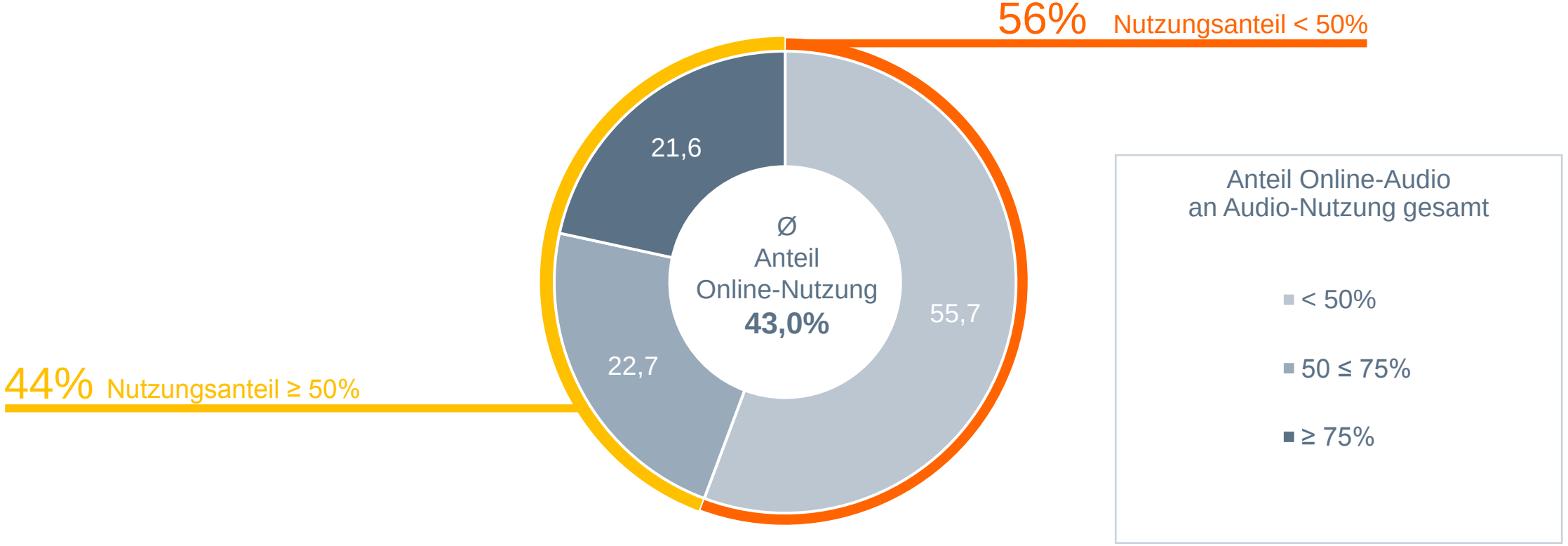


Frage: Und wenn Sie Ihre derzeitige Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

44% der Online-Audio-Nutzer verbringen mindestens die Hälfte ihrer gesamten Audio-Nutzungszeit mit Online-Angeboten.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt

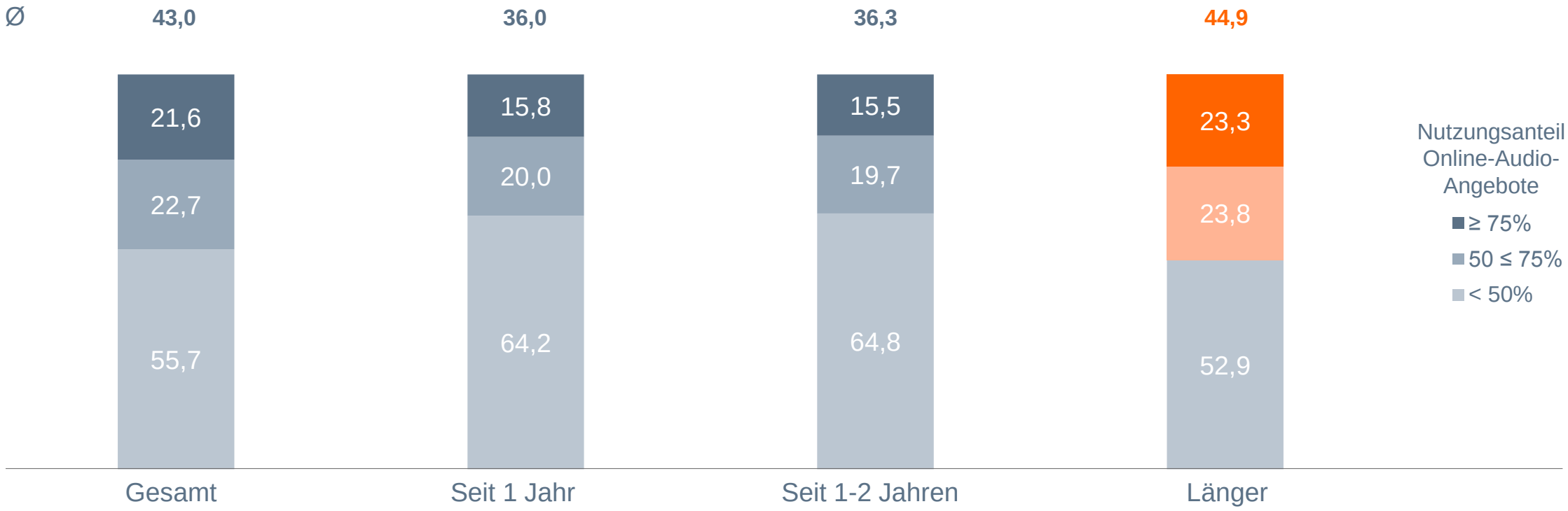


Frage: Und wenn Sie Ihre derzeitige Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

„Neue“ Nutzer lassen es mehrheitlich langsam angehen. Erst nach zwei Jahren Online-Audio-Nutzung liegt ihr Anteil an der Audio-Nutzung über dem Durchschnitt.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt nach Dauer der Online-Audio-Nutzung

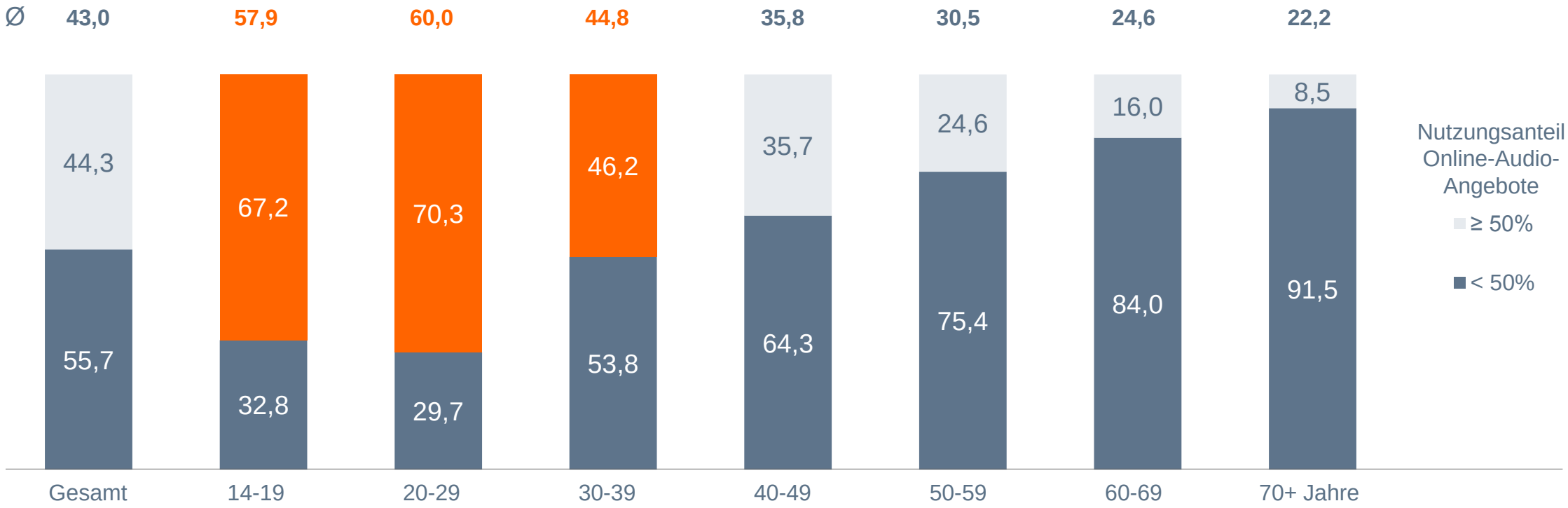


Frage: Und wenn Sie Ihre derzeitige Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Klarer Zusammenhang zwischen Alter und Anteil Online-Audio an der gesamten Zeit, die mit Audio verbracht wird: Je jünger, desto größer der Online-Anteil.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt nach Alter

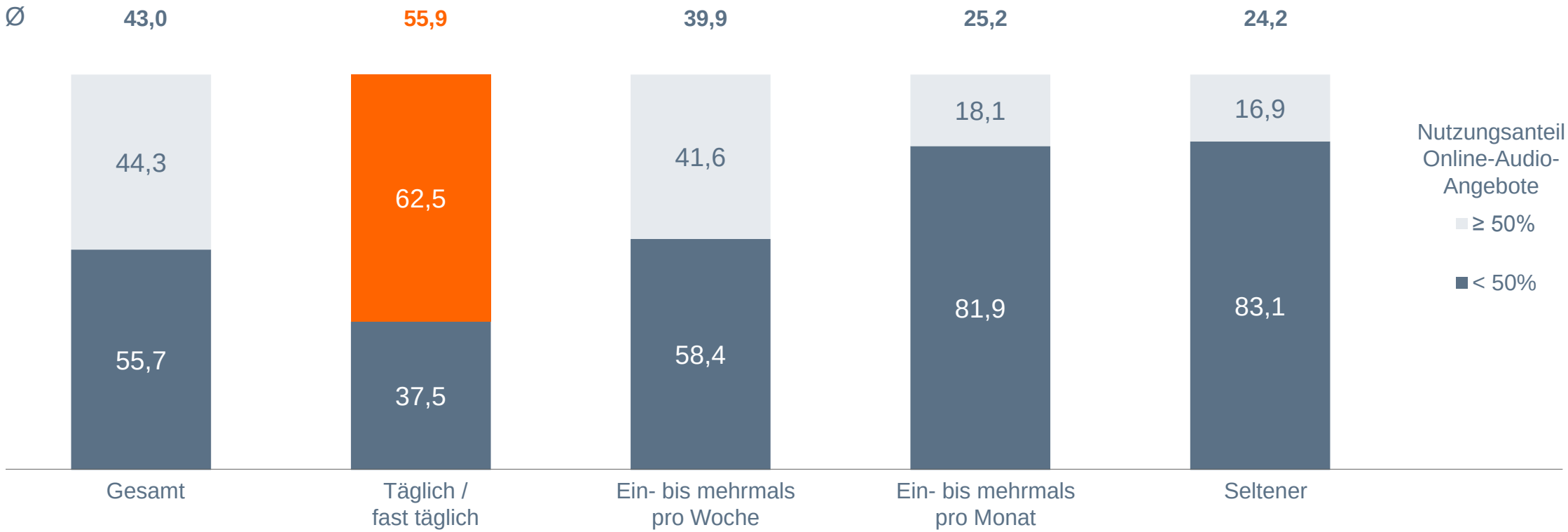


Frage: Und wenn Sie Ihre derzeitige Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Erwartungsgemäß viele, die überwiegend Online-Audio-Inhalte nutzen, unter den (fast) täglichen Nutzern. Nicht-tägliche Nutzer hören hingegen mehrheitlich andere Audio-Angebote.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt nach Nutzungsfrequenz

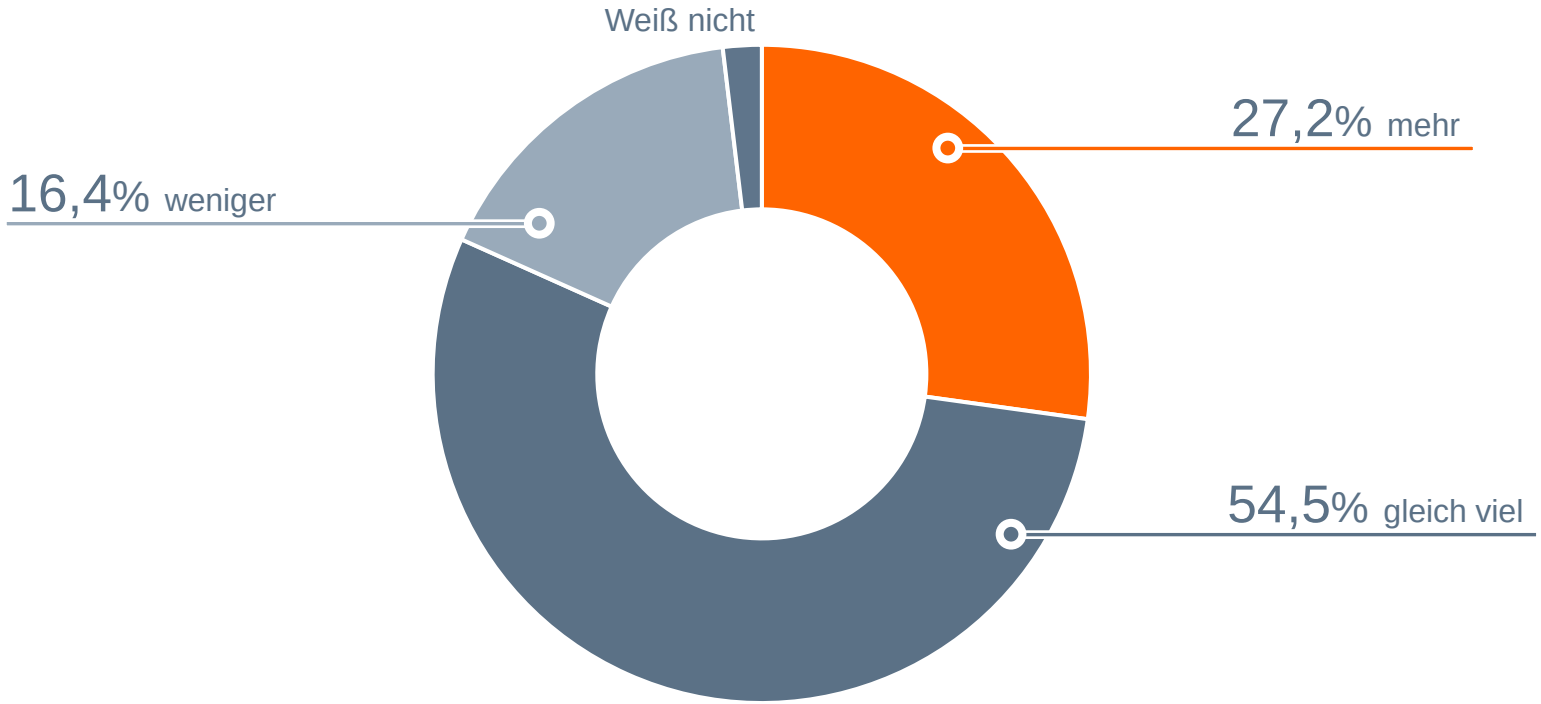


Frage: Und wenn Sie Ihre derzeitige Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Weit mehr als die Hälfte der Audio-Onliner verbringt etwa gleichviel Zeit mit Online-Audio wie vor einem Jahr, gut jeder vierte sagt, dass seine Online-Nutzung zugenommen hat.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Online-Audio-Nutzung im Vergleich zum Vorjahr: Verbringe … Zeit mit Online-Audio als vor einem Jahr



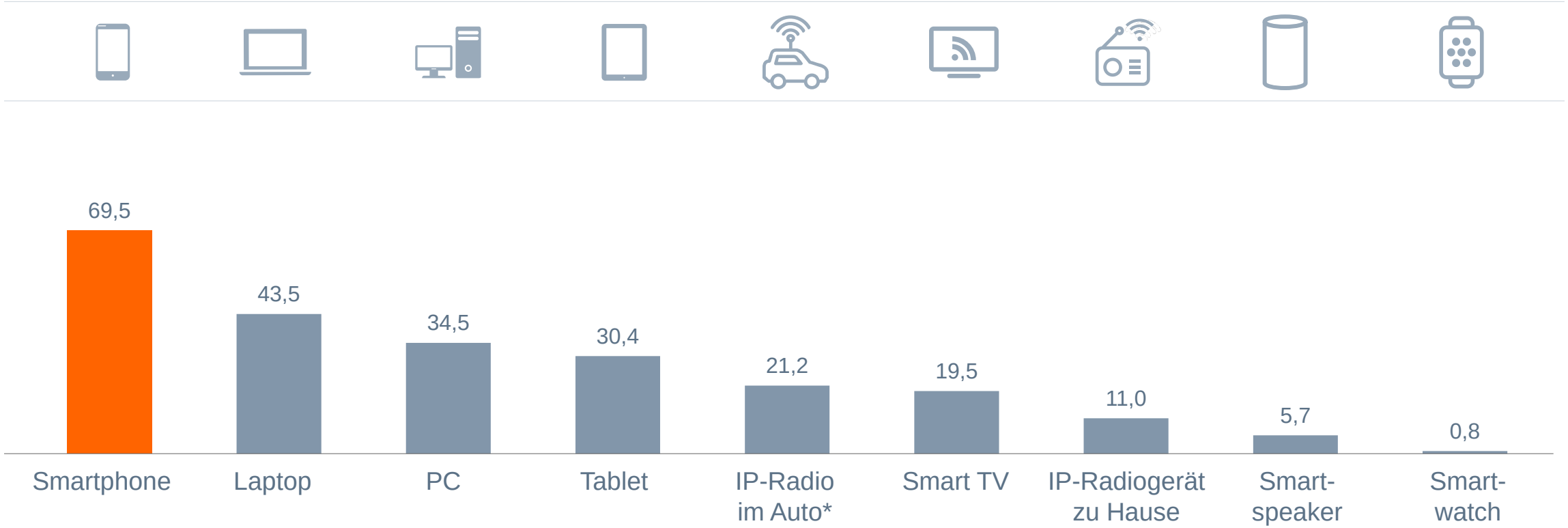
Frage: Und denken Sie jetzt bitte einmal an die Zeit, die Sie in einer normalen Woche mit Radiohören oder anderen Audio-Angeboten verbringen, die sie über das Internet nutzen. Wenn Sie das damit vergleichen, wie das vor einem Jahr war: Verbringen Sie jetzt insgesamt mehr, gleich viel oder weniger Zeit mit dem Hören von Radio oder anderen Audio-Angeboten **über das Internet?**
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

3 Genutzte Geräte

Breites Gerätespektrum: Smartphone meistgenutztes Online-Audio-Device und in deutlicher Führungsposition.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

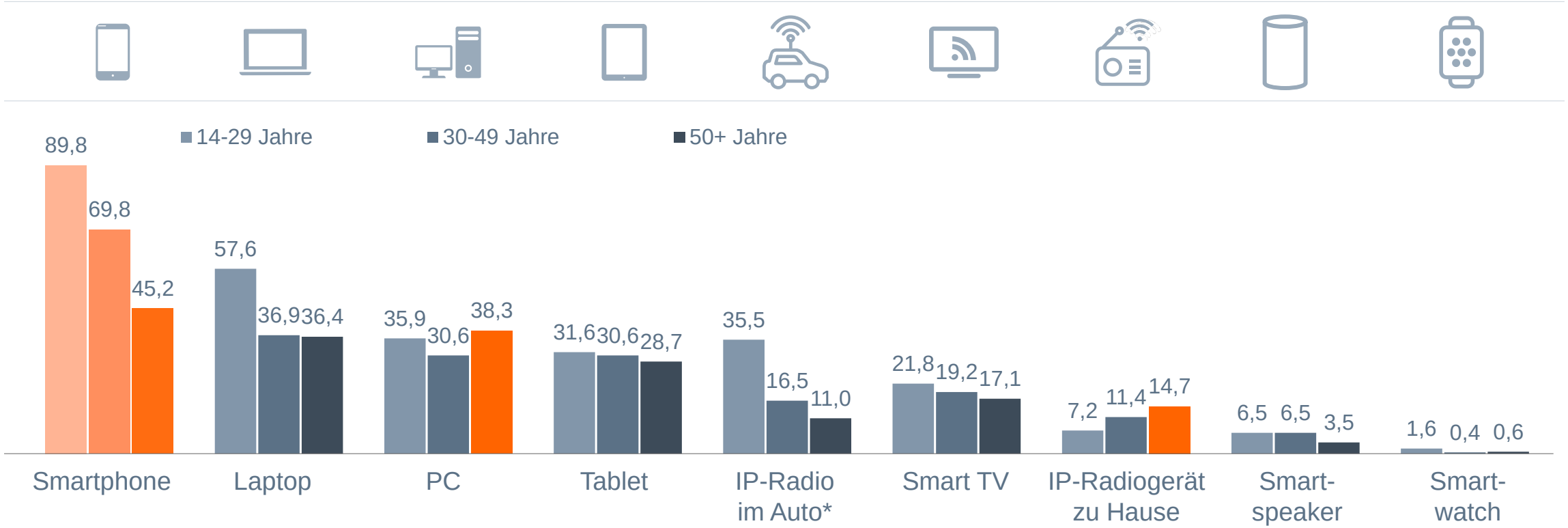


Frage: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Smartphone über alle Altersgruppen hinweg meistgenutztes Online-Audio-Device. Seine Dominanz nimmt mit dem Alter ab. PC und IP-Radio nutzen mehr ab 50-Jährige.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt nach Alter

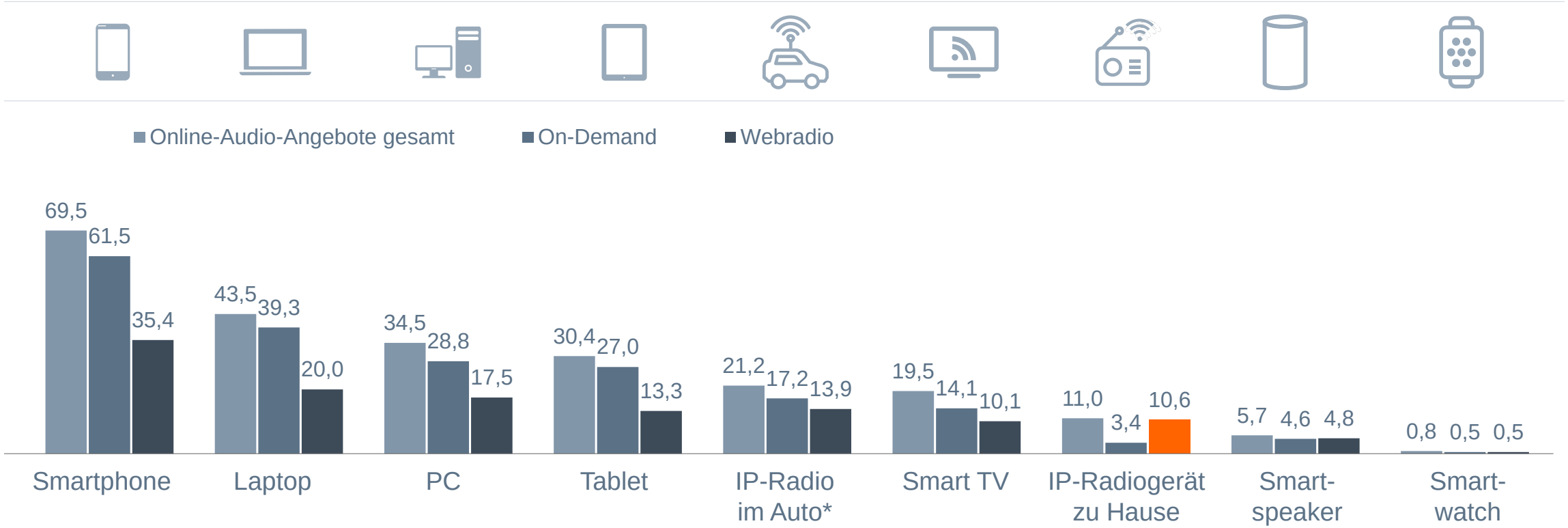


Frage: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Ob On-Demand oder Webradio – Smartphone, Laptop, PC und Tablet vorne. IP-Radio sind vorrangig Geräte fürs Webradio.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio: On-Demand vs. Webradio

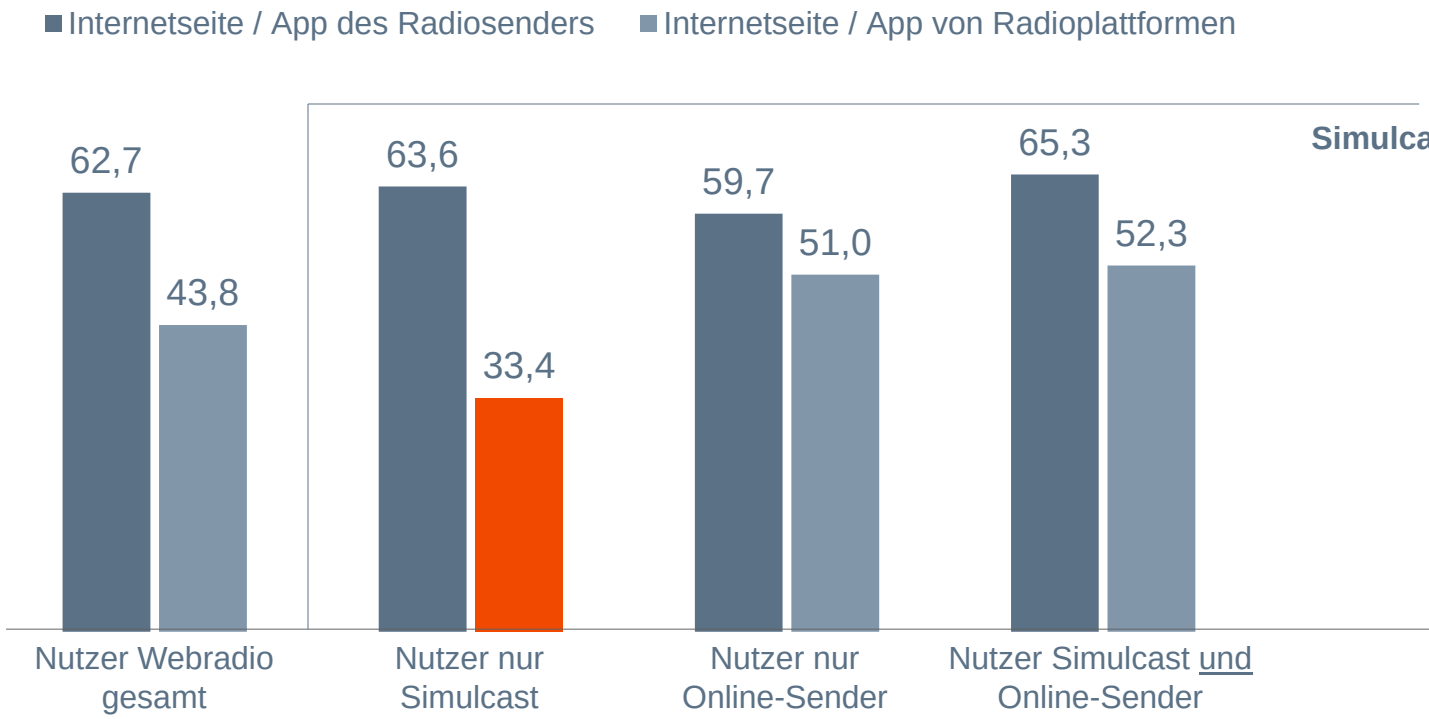


Frage: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

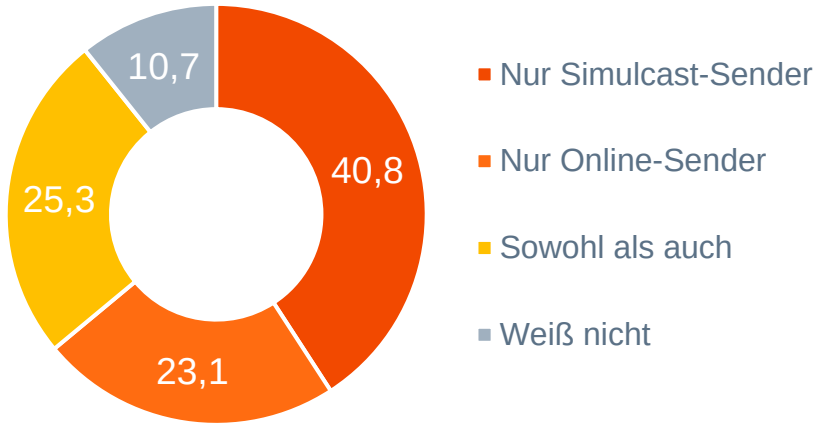
Webradio-Nutzer bevorzugen den direkten Weg über die Webseite oder App des Senders. Radioplattformen insgesamt etwas weniger relevant, vor allem bei Simulcast-Only-Hörern.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung Webradio: Internetseite / App der Radiosender vs. Aggregatoren



Nutzung Webradio: Simulcast-Sender vs. Online-(only) Programme



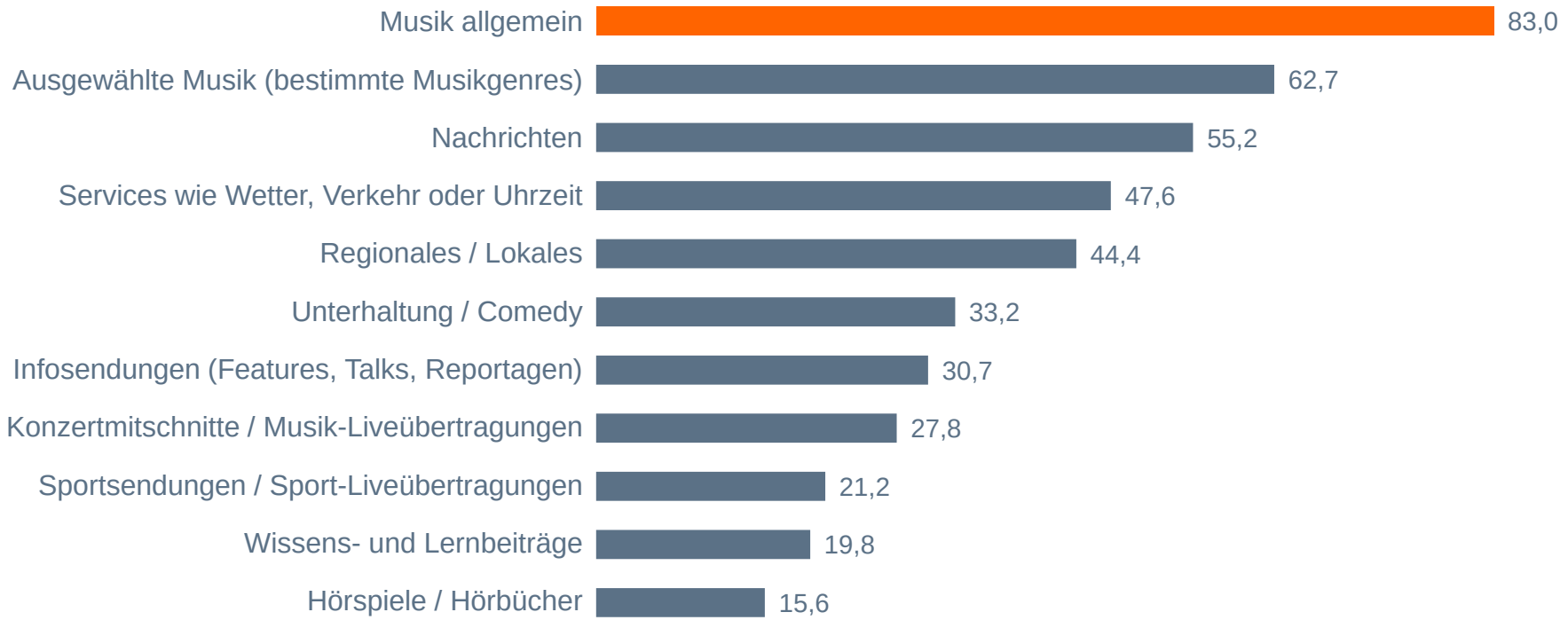
Frage: Und nutzen Sie die Radioprogramme über die Internetseite oder App des Radiosenders oder über die Internetseite oder App von Radioplattformen wie z.B. radio.de, tune in, Radioplayer oder sowohl als auch?
Angaben in Prozent; Basis: 26,459 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio nutzen (n=3.221)

4 Genutzte Inhalte

Musik ist dominierendes Nutzungsmotiv, gefolgt von News, Services und regionalen / lokalen Infos. Jeder dritte Online-Audio-Nutzer wählt Unterhaltung und Comedy.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt

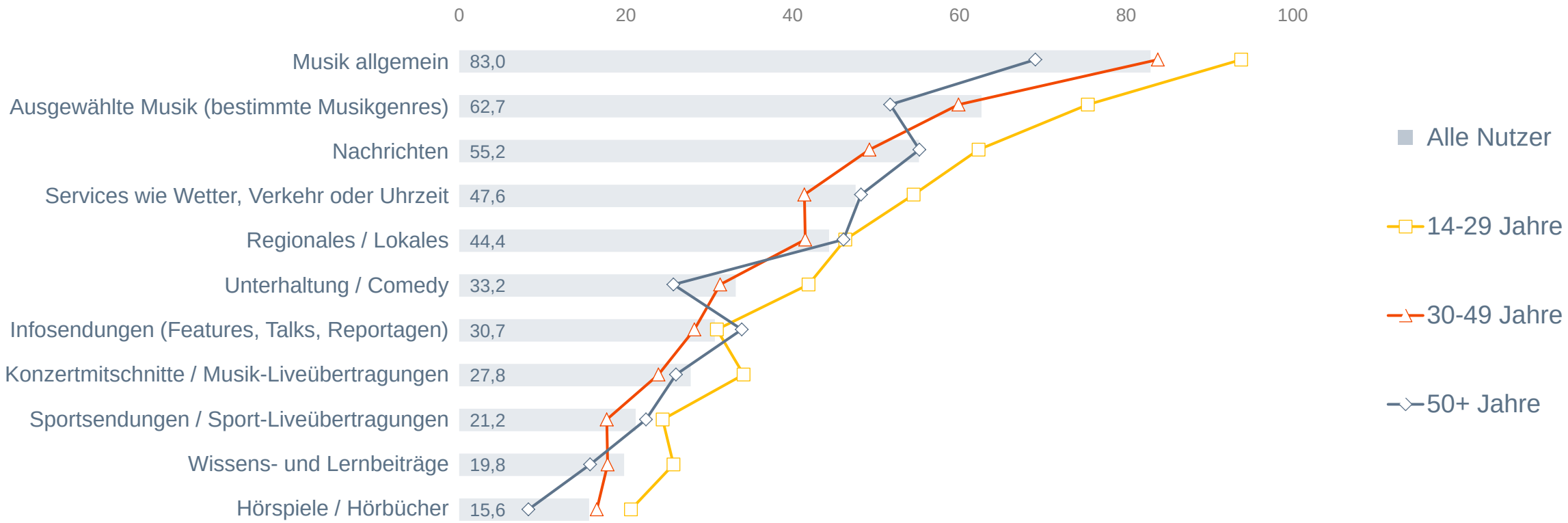


Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da…
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Zwar werden nahezu alle Inhalte von den Jüngsten am häufigsten genutzt, aber dennoch sind altersspezifische Präferenzen erkennbar: Ab 50-Jährige nutzen Online-Audio-Angebote relativ häufiger zur Information und weniger zur Unterhaltung.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt nach Alter

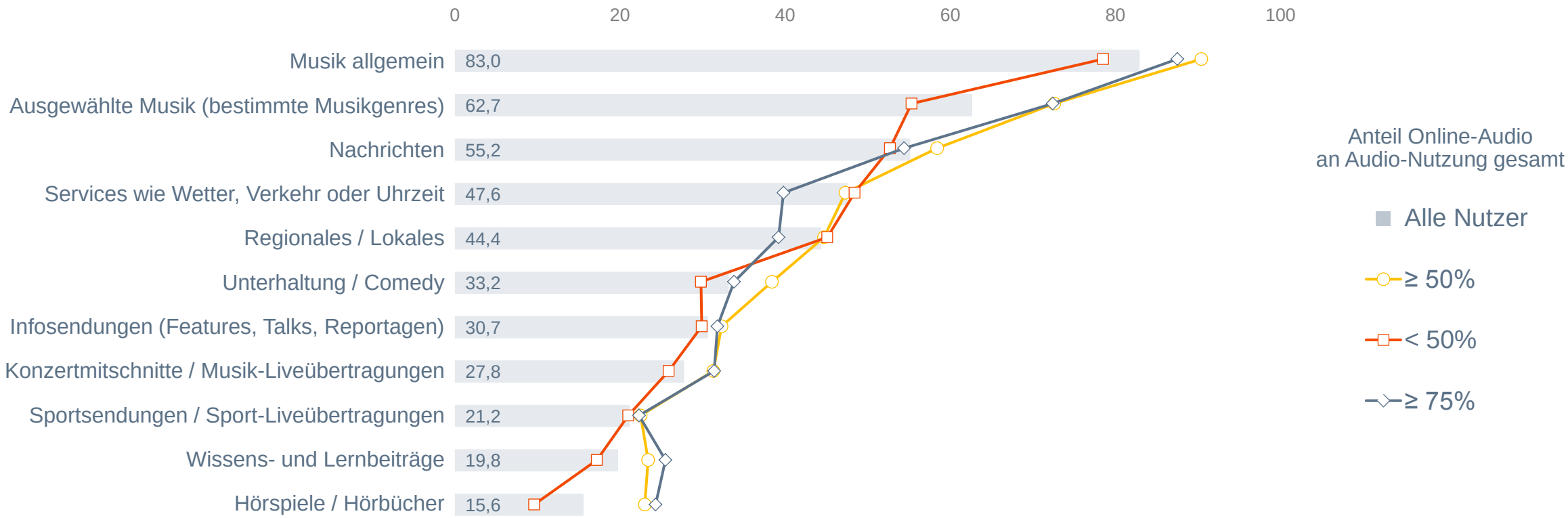


Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da…
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Musik dominiert unabhängig von der Nutzungsintensität. Wissens- und Lernbeiträge sowie Hörbücher / Hörspiele gewinnen bei Vielnutzern relativ am meisten Bedeutung.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte Online-Audio-Angebote nach Anteil Online-Audio-Nutzung an Audio-Nutzung gesamt

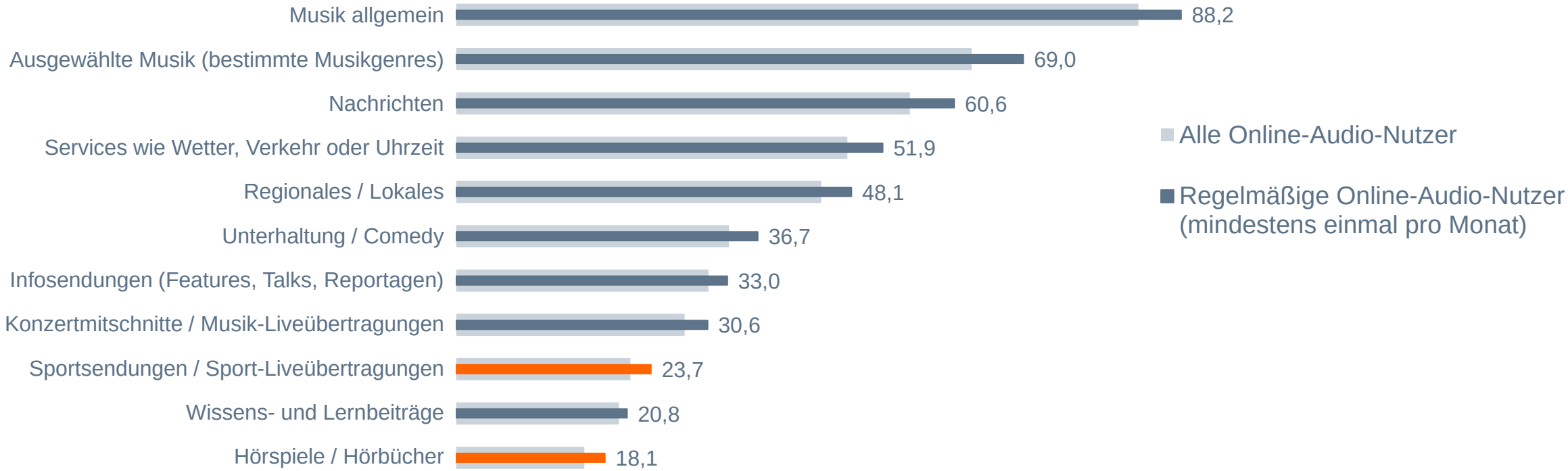


Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da…
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Gleiche Rangfolge und weitgehend proportionaler Anstieg genutzter Inhalte auch bei regelmäßigerer Nutzung. Nur Sport und Hörspiele/Hörbücher legen überproportional zu.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt – Alle vs. regelmäßige Online-Audio-Nutzer

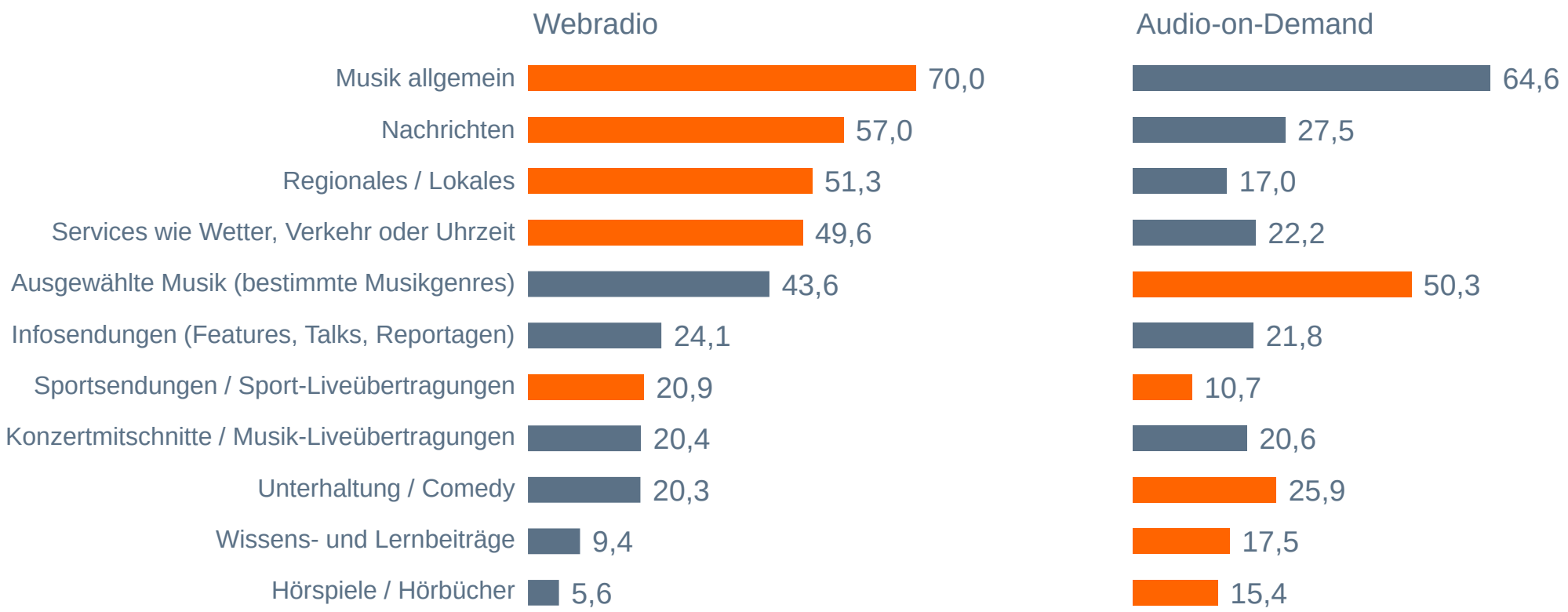


Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da…
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=3.965)

Spezifische Motive für On-Demand vs. Webradio: Webradio für Musik allgemein, News, Services, Info und Sport. Bestimmte Musikgenres, Unterhaltung und Wissen vor allem auf Abruf.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Webradio vs. Audio-on-Demand

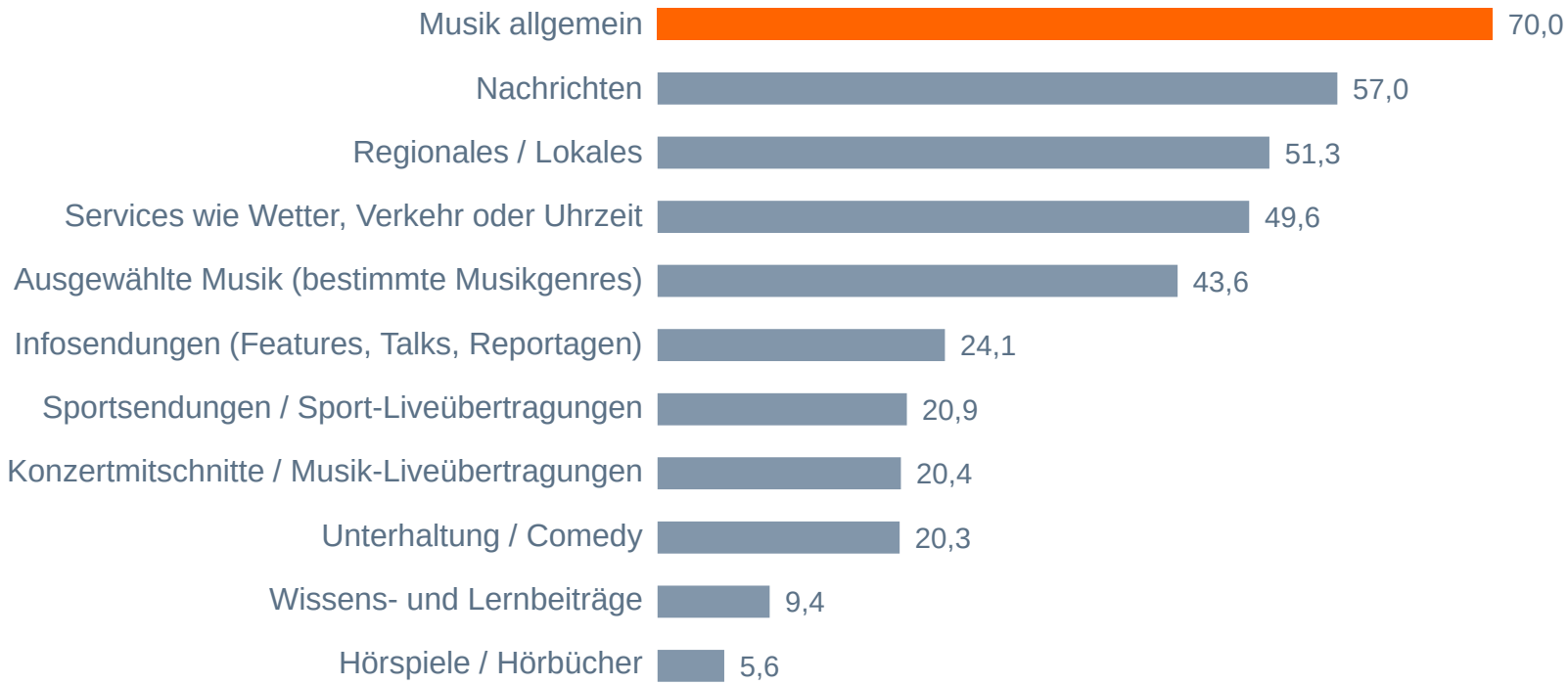


Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da…
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Im Web wie beim normalen Radio: Webradiohörer hören Radiosender vor allem allgemein wegen der Musik und Infos. Dann erst aufgrund spezifischer Musikgenres.

Basis: Webradio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Webradio

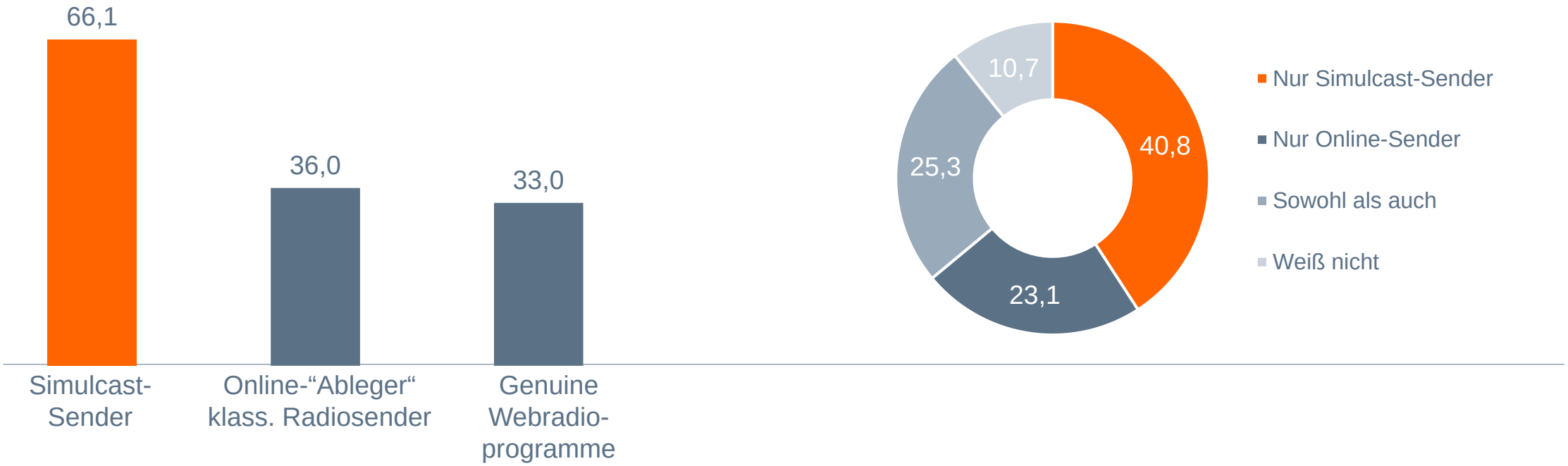


Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt. Was hören Sie da? Hören Sie da…
Angaben in Prozent; Basis: 26,459 Mio. Personen, die Webradio nutzen (n=3.221)

Mehrheitlich hören Webradiohörer auch übers Netz „ganz normale“ Programme: vier von zehn hören sogar **nur** Simulcast-Sender. Knapp jeder zweite hört (auch) Sender, die es nur online gibt.

Basis: Webradio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung Webradio: Art der genutzten Radioprogramme

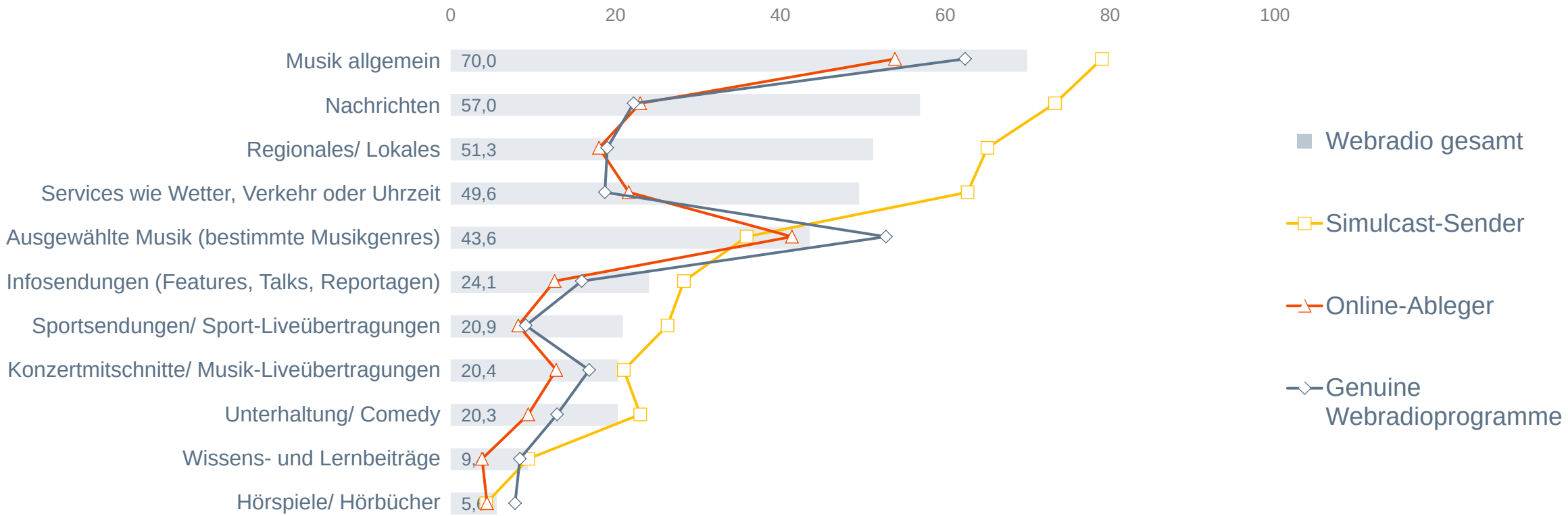


Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da … ?
Angaben in Prozent; Basis: 26,459 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio nutzen (n=3.221)

Live ≠ Live: News und Services spielen bei Web-Only-Radioprogrammen eine untergeordnete Rolle. Hier entscheidet das Musikangebot.

Basis: Webradio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Webradio nach Angeboten



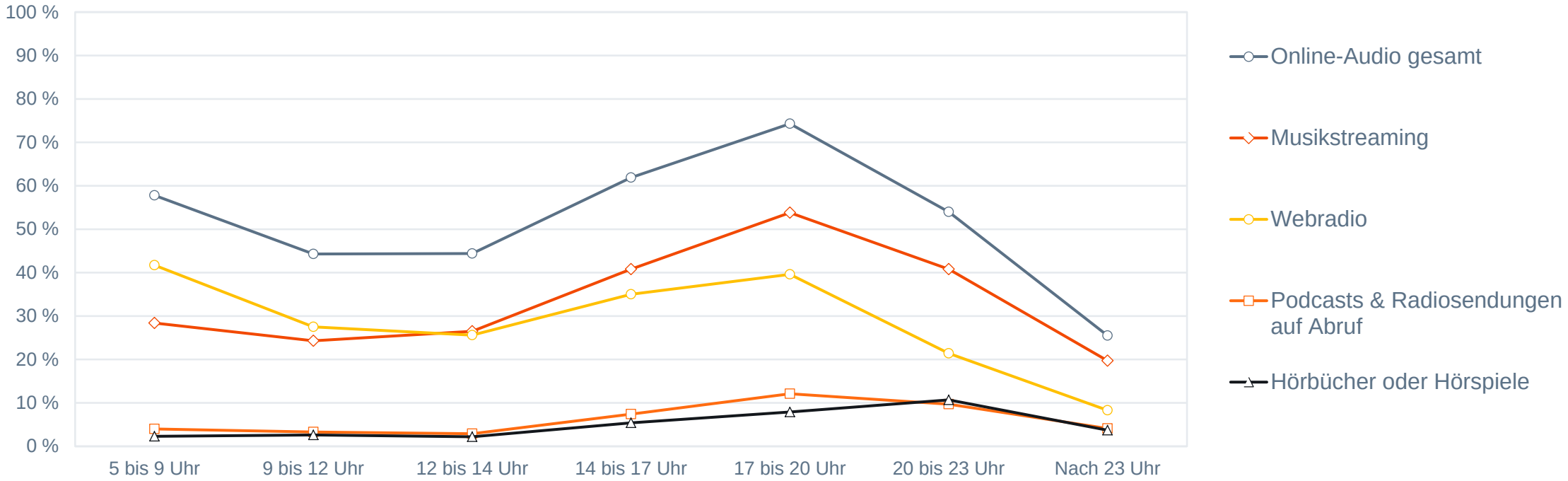
Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt. Was hören Sie da? Hören Sie da…
Angaben in Prozent; Basis: 26,459 Mio. Personen, die Webradio nutzen (n=3.221)

5 Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungssituationen

Andere Audio-Prime-Time: Online-Audio erreicht den Peak am frühen Abend zwischen 17 und 20 Uhr, getrieben durch Musikstreaming. Webradio hören etwas mehr am Morgen.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Online-Audio-Nutzung im Tagesverlauf

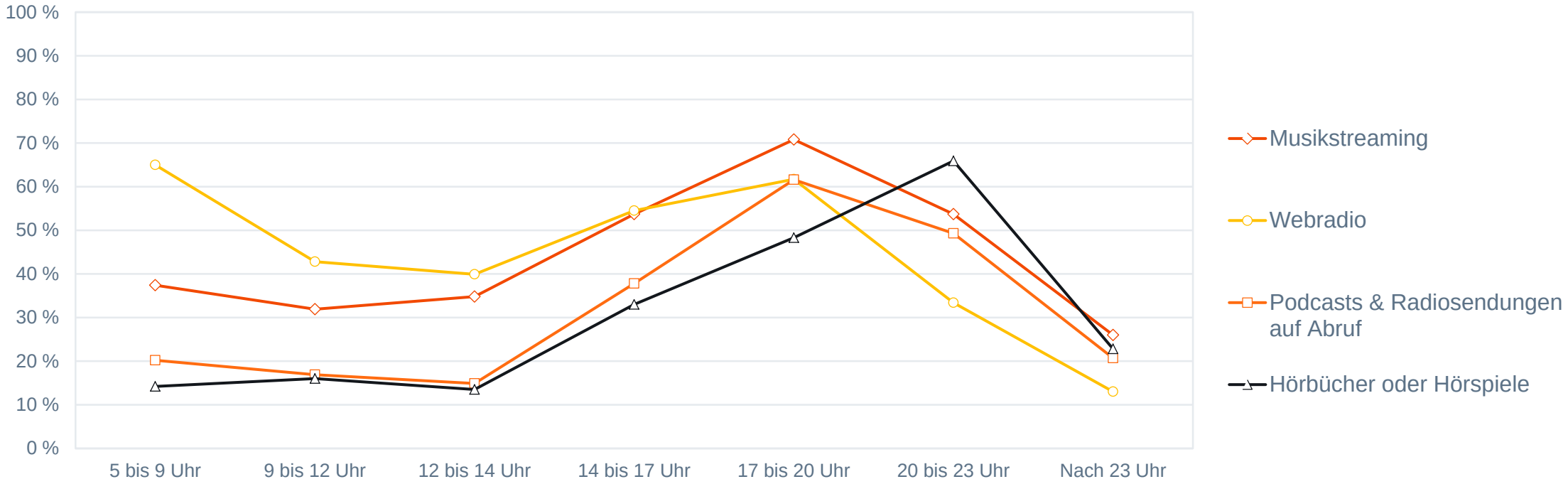


Frage: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie … ?
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

Bei den jeweiligen Nutzern wird es noch deutlicher: Auch Webradio hat (wie „normales“ Radio) seine Prime Time am Morgen. Hörbücher überwiegend am Abend.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Audio-Nutzung im Tagesverlauf (jeweilige Nutzer)

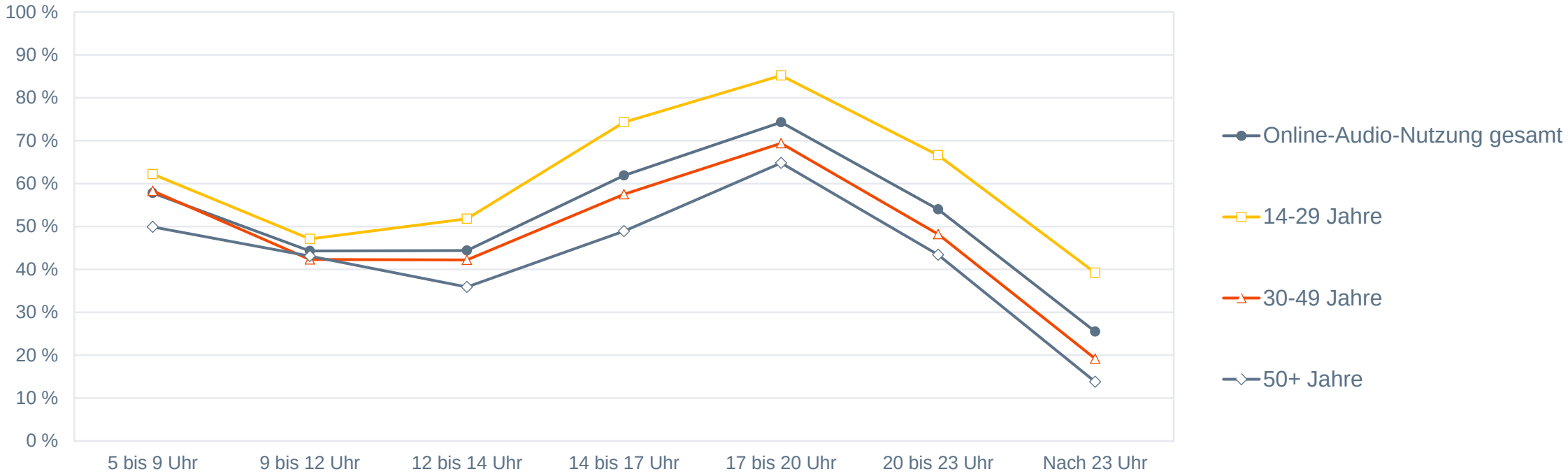


Frage: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie … ?
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965),
davon 21,063 Mio. Internetradio-Nutzer (n=2.670) / 6,458 Mio. Podcast-Nutzer (n=942) / 5,348 Mio. Nutzer von Hörbüchern / -spielen (n=713) / 24,921 Mio. Nutzer von Musikstreaming (n=2.882)

Im Wesentlichen ist nur das Niveau altersabhängig: Ähnliche Nutzungskurven über alle Altersgruppen hinweg.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Online-Audio-Nutzung im Tagesverlauf nach Alter

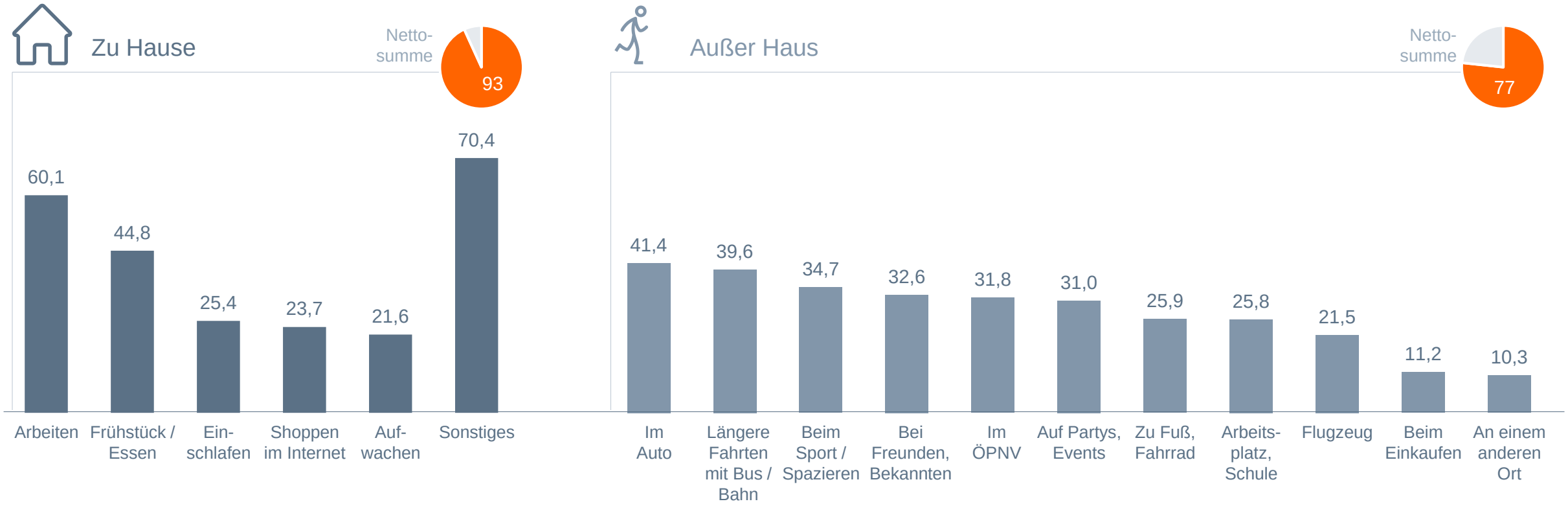


Frage: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie … ?
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

Nahezu jeder Online-Audio-Nutzer hört zu Hause Audio-Inhalte aus dem Internet, gut drei von vier tun dies auch unterwegs.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

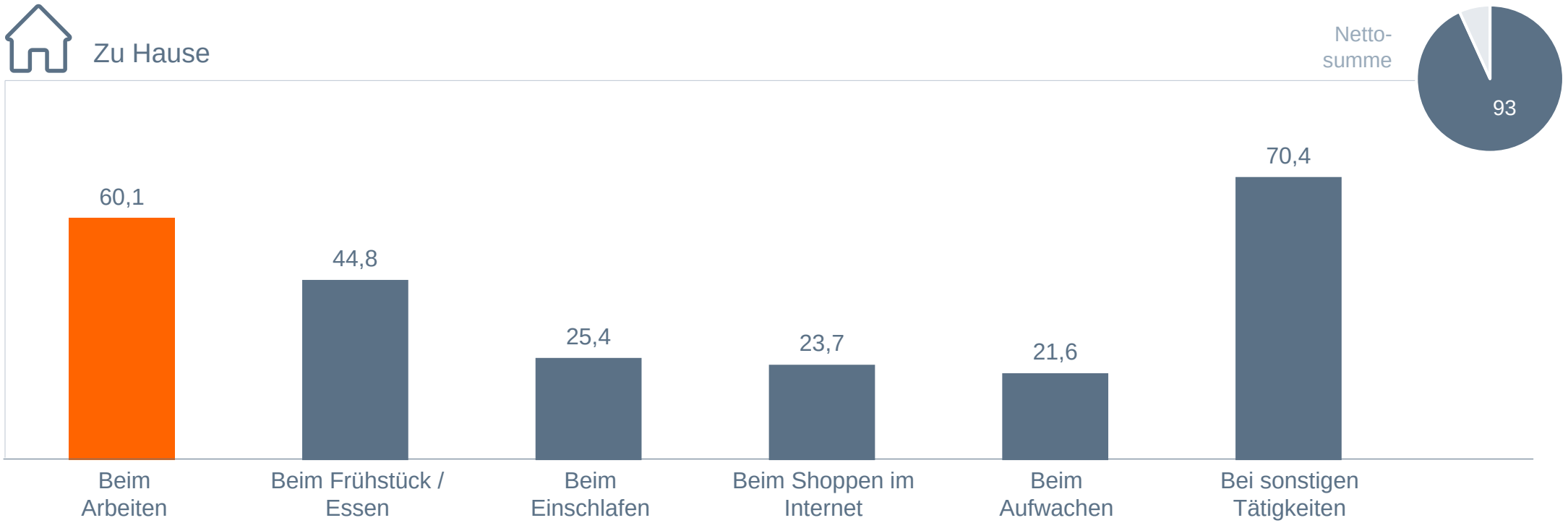


Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

Zu Hause laufen Online-Audio-Inhalte vor allem nebenbei bei der (Haus-) Arbeit oder beim Essen, bei jedem Vierten bis Fünften starten oder beenden sie den Tag.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Nutzungssituationen zu Hause

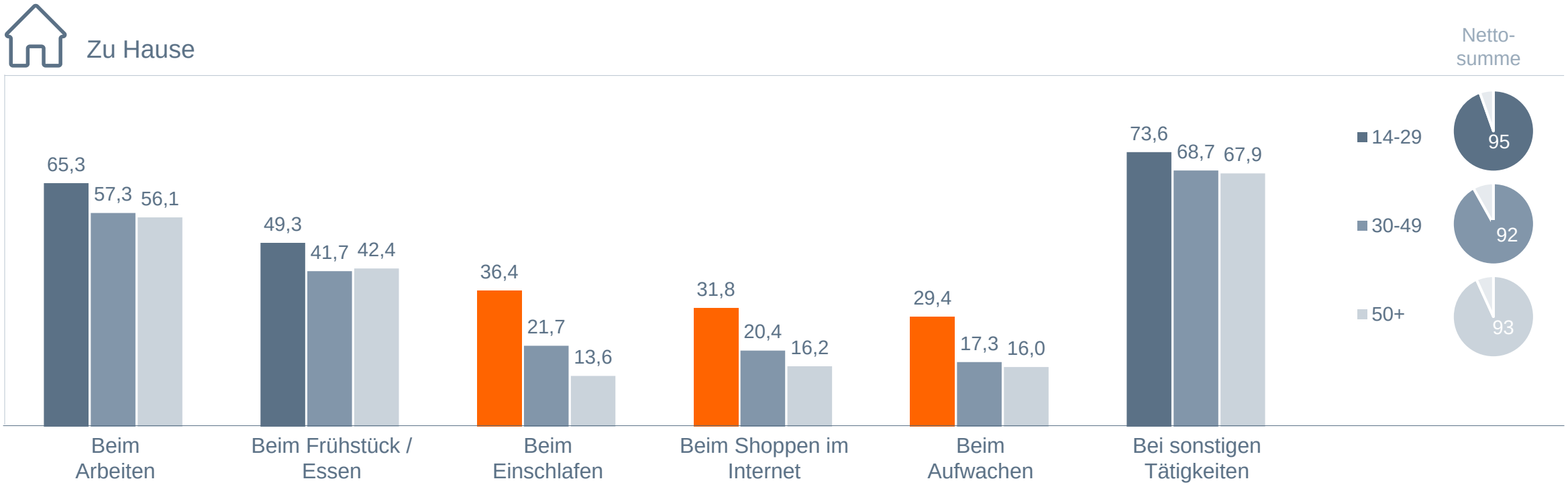


Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

Beim Arbeiten zu Hause und beim Essen. Überproportional viele 14-29-Jährige nutzen Online-Audio auch beim Einschlafen und Aufwachen sowie beim Online-Shoppen.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Nutzungssituationen zu Hause nach Alter

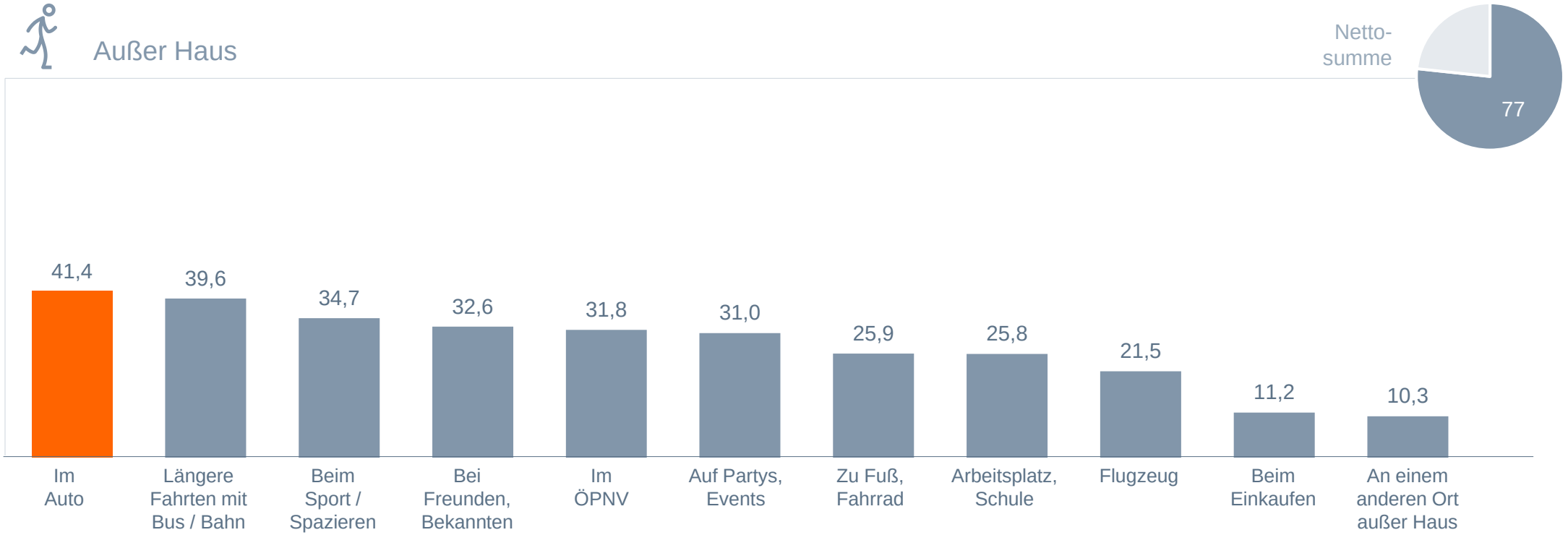


Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

Vier von zehn regelmäßigen Nutzern hören Audio übers oder aus dem Netz im Auto – das Auto ist damit außer Haus häufigster Nutzungsort vor längeren Fahrten mit Bus oder Bahn.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Nutzungssituationen außer Haus

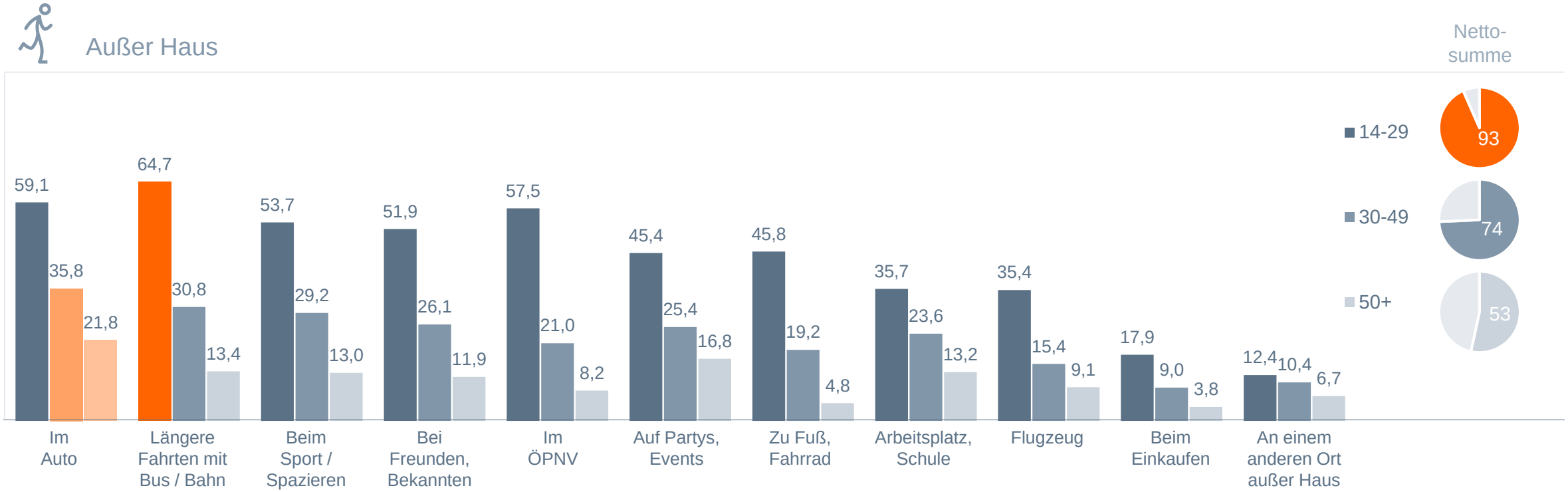


Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

Altersspezifische und -bedingte Unterschiede: Je jünger, desto mehr mobile Nutzer, Bus & Bahn vorne. Ab 30-Jährige hören Online-Audio-Inhalte unterwegs vor allem im Auto.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Nutzungssituationen außer Haus nach Alter



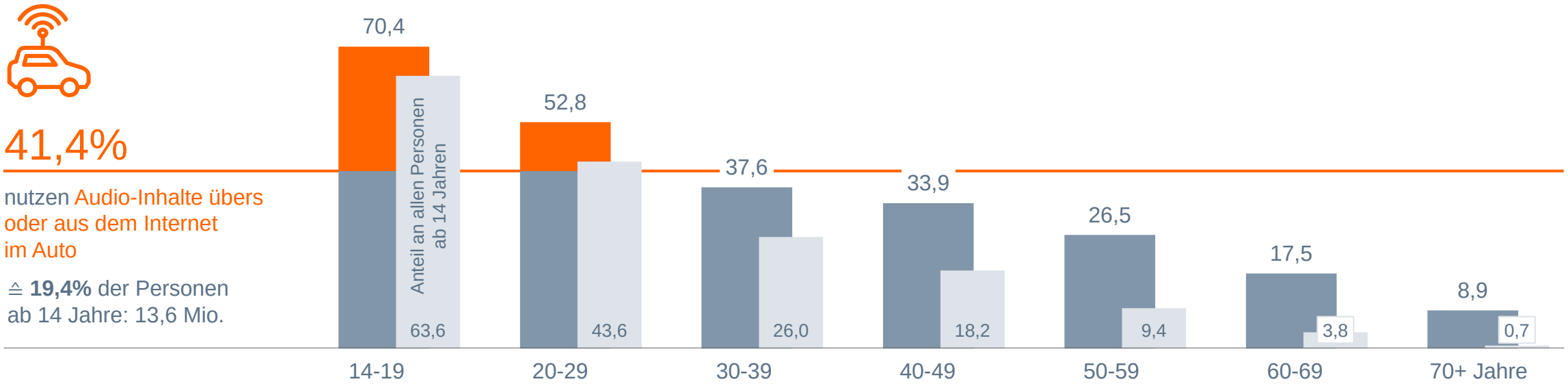
Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

5.1 Fokus Audio-Nutzung im Auto

Über 40% der regelmäßigen Online-Audio-Nutzer hören Online-Inhalte auch im Auto. Das entspricht fast jedem fünften ab 14-Jährigen. Unter 30-Jährige auch hier über dem Schnitt.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Online-Audio-Nutzung im Auto

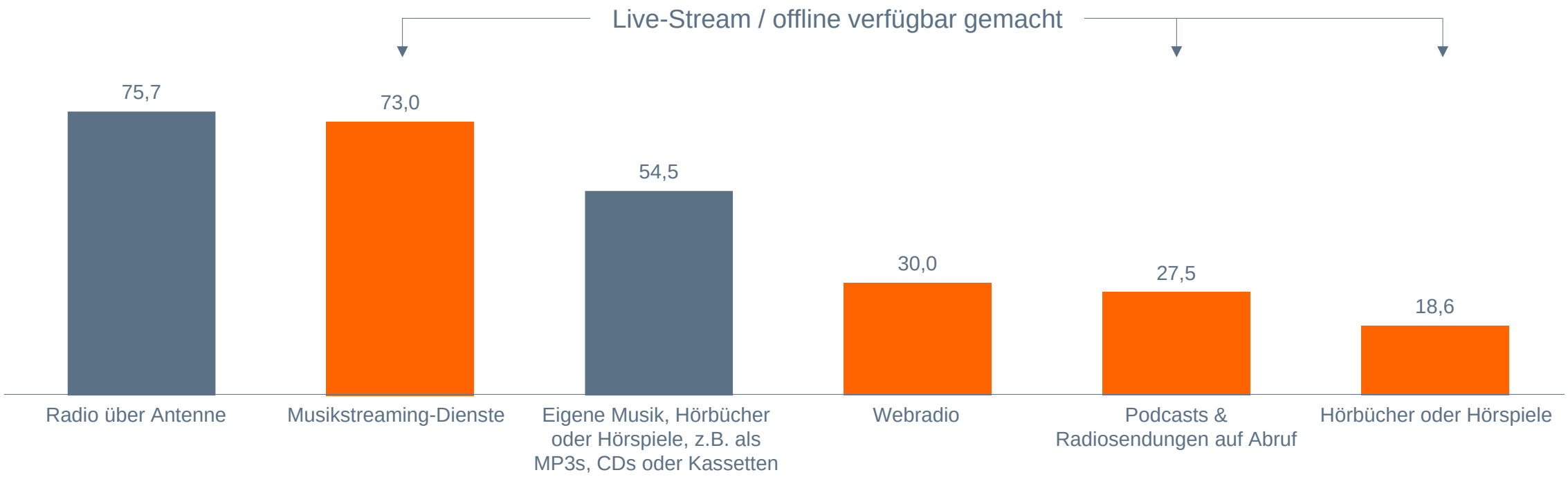


Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965); 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Knapp drei von vier, die Audio-Inhalte über oder aus dem Internet im Auto nutzen, hören Musikstreaming-Dienste. Das sind fast so viele wie „ganz normales“ Radio im Auto hören.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer, die auch Online-Audio-Angebote im Auto nutzen

Online-Audio-Nutzung im Auto: Genutzte Inhalte

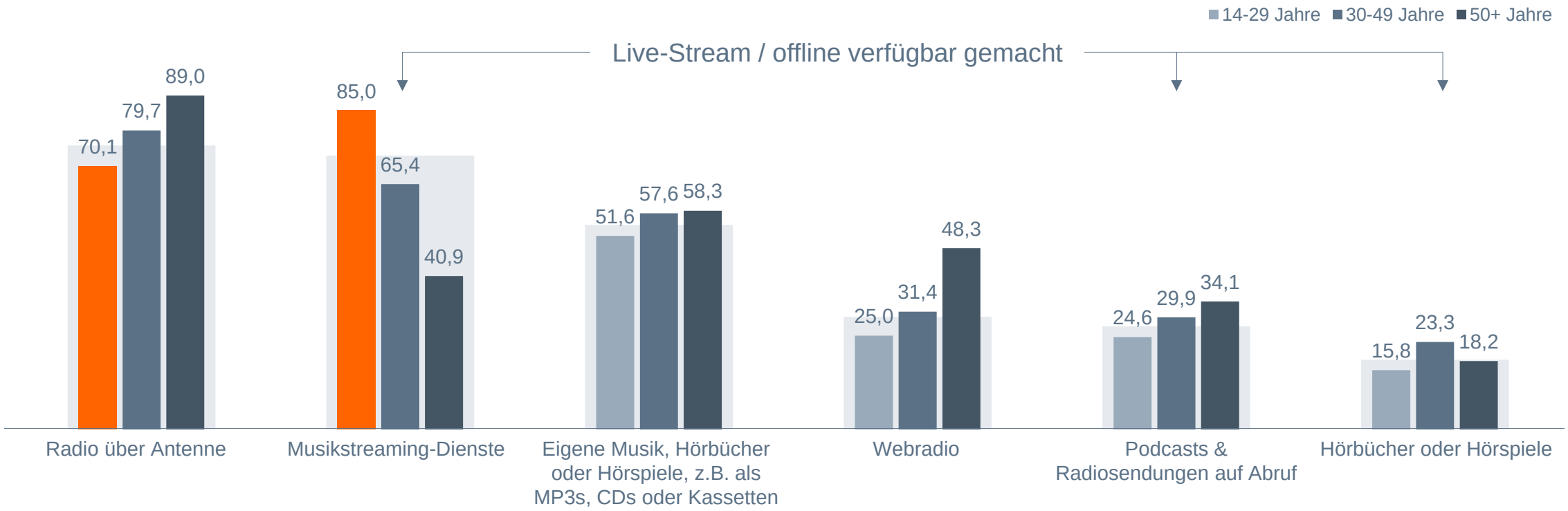


Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Online-Audio-Angebote auch unterwegs im Auto hören. Was genau hören Sie im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 13,583 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=1.527)

Bei den Jungen erobert Musikstreaming das Auto und liegt vor linearem Radio über UKW oder DAB+. Ab 30-Jährige nutzen im Auto ein breiteres Online-Audio-Angebot – klassisches Radio liegt in diesen Dekaden aber weiter vorn.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer, die auch Online-Audio-Angebote im Auto nutzen

Online-Audio-Nutzung im Auto: Genutzte Inhalte nach Alter

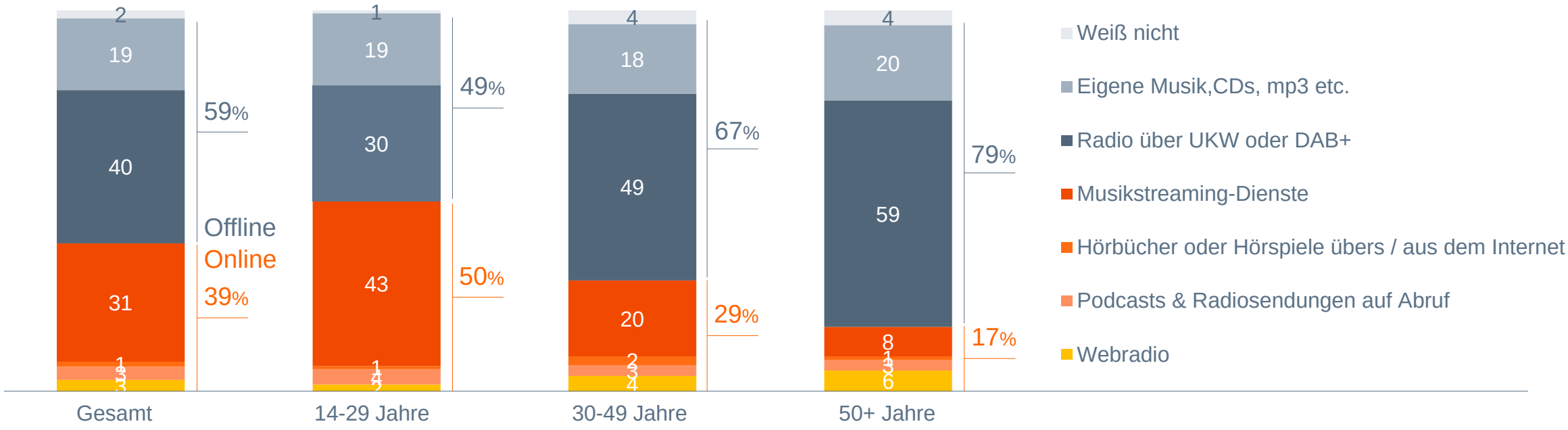


Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Online-Audio-Angebote auch unterwegs im Auto hören. Was genau hören Sie im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 13,583 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=1.527)

Insgesamt überwiegt klassisches Radio und eigene Musik im Auto, aber jeder zweite unter 30-Jährige nutzt Online-Audio-Inhalte am häufigsten, allen voran Musikstreaming-Dienste.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer, die auch Online-Audio-Angebote im Auto nutzen

Online-Audio-Nutzung im Auto: Am häufigsten genutzte Inhalte



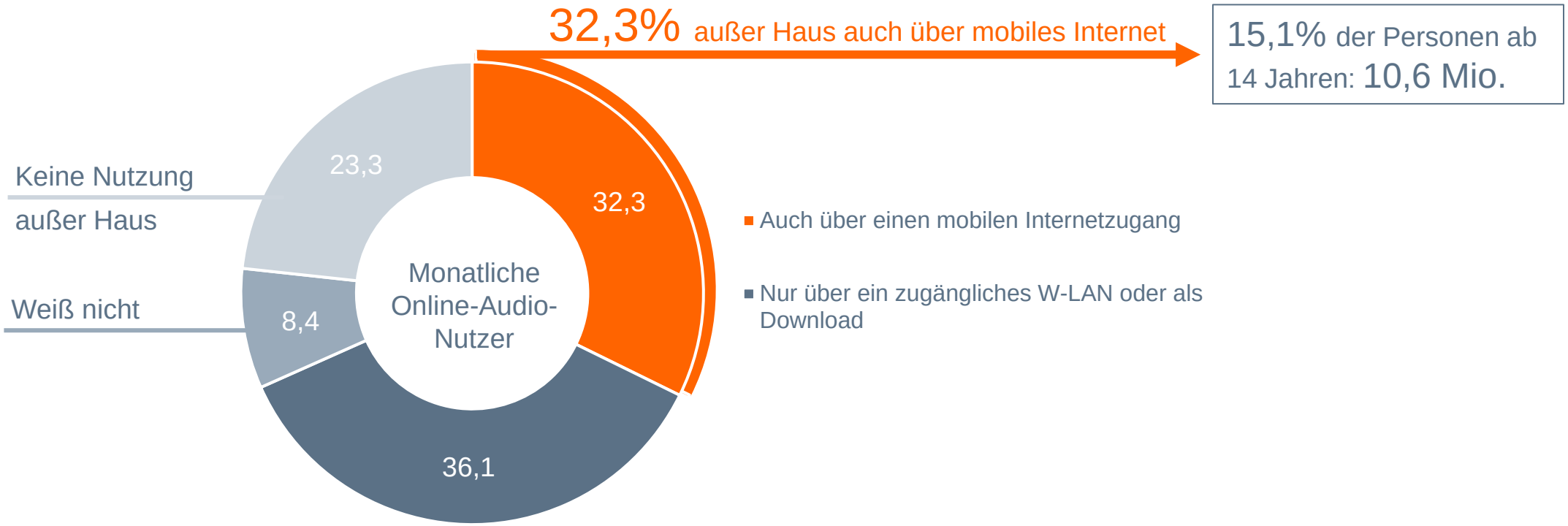
Frage: Und was davon hören Sie im Auto am häufigsten?
Angaben in Prozent; Basis: 13,583 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=1.527)

5.2 Fokus Nutzung über mobiles Internet

Drei von vier regelmäßigen Online-Audio-Nutzern hören Online-Audio-Inhalte (auch) außer Haus, jeder dritte auch über einen mobilen Internetzugang.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Nutzung Online-Audio-Angebote außer Haus

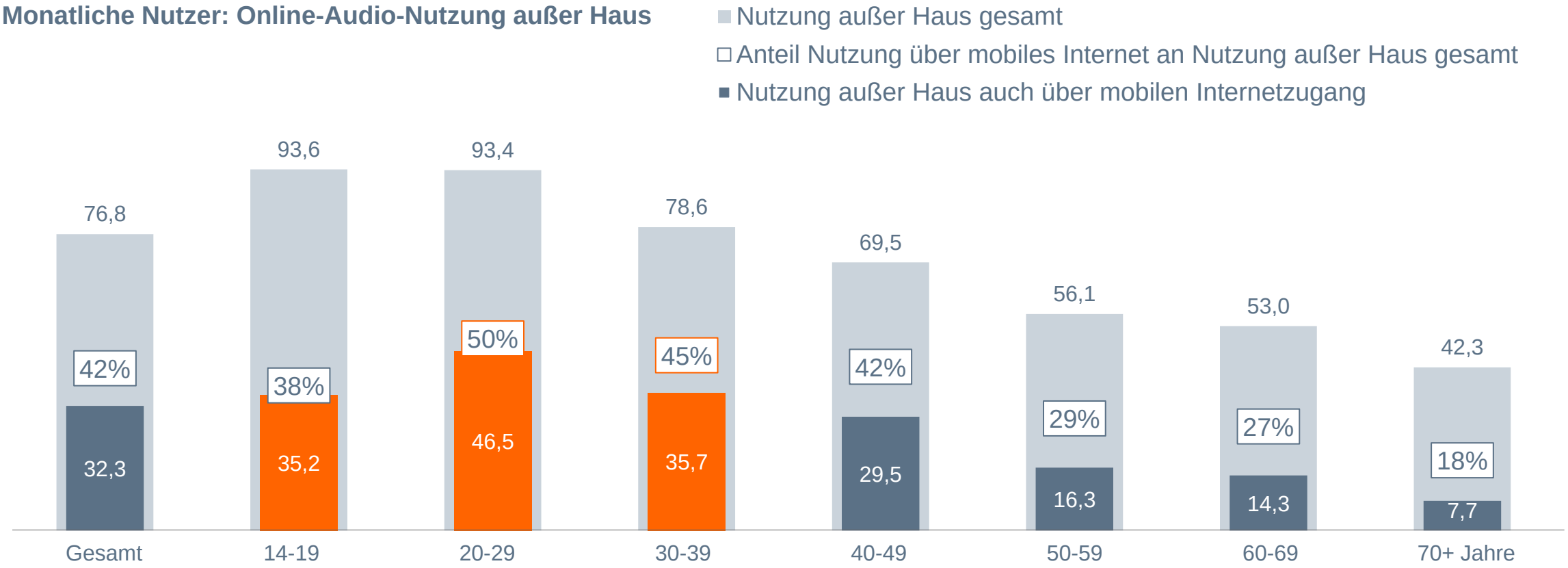


Frage: Wenn Sie unterwegs sind, nutzen Sie dann Radio über das Internet oder andere Audio-Inhalte auch über einen mobilen Internetzugang oder nur über ein zugängliches W-LAN oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

Überdurchschnittlich viele unter 40-Jährige nutzen Online-Audio-Inhalte auch über eine mobile Internetverbindung.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Online-Audio-Nutzung außer Haus

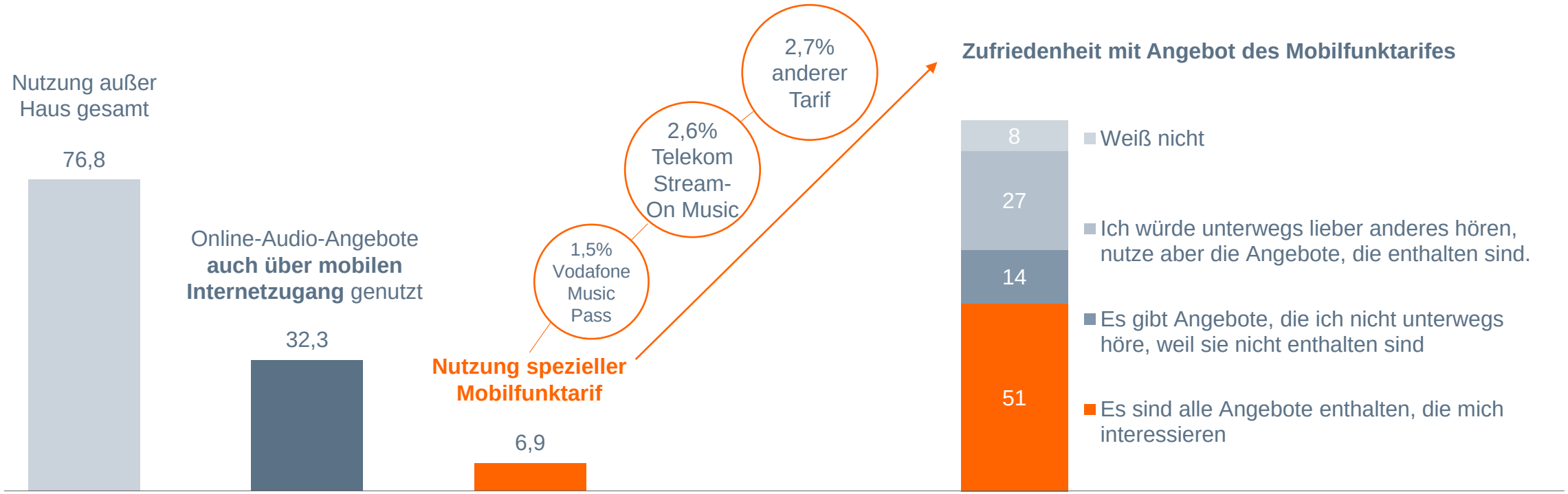


Frage: Wenn Sie unterwegs sind, nutzen Sie dann Radio über das Internet oder andere Audio-Inhalte auch über einen mobilen Internetzugang oder nur über ein zugängliches W-LAN oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965)

Erst jeder Fünfte, der Online-Audio auch über einen mobilen Internetzugang nutzt, hat einen speziellen Tarif. Mehrheitlich sind die Nutzer zufrieden, aber es gibt Luft nach oben.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Monatliche Nutzer: Online-Audio-Nutzung außer Haus



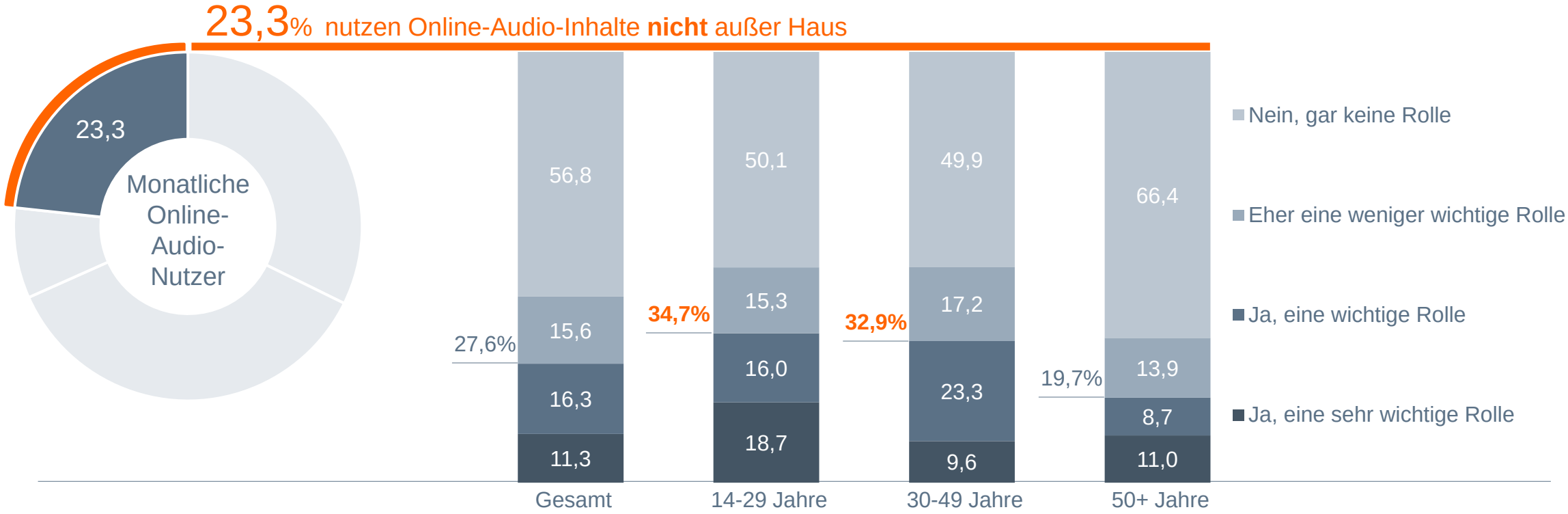
Zufriedenheit mit Angebot des Mobilfunktarifes

Frage: Nutzen Sie einen der folgenden Mobilfunktarife, die es Ihnen ermöglichen, Audio-Inhalte zu nutzen, ohne dass Ihr Datenvolumen dabei verbraucht wird? Enthält Ihr Tarif alle Musik- und Audio-Streaming-Angebote, die Sie interessieren?
Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965) / 2,253 Mio. Online-Audio-Nutzer, die einen speziellen Mobilfunktarif nutzen (n=227)

Knapp jeder vierte regelmäßige Nutzer hört Online-Audio-Inhalte nicht außer Haus – rund jeder dritte unter 50-Jährige von ihnen nennt das Datenvolumen als Hinderungsgrund.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Datenvolumen als Grund gegen eine Nutzung außer Haus



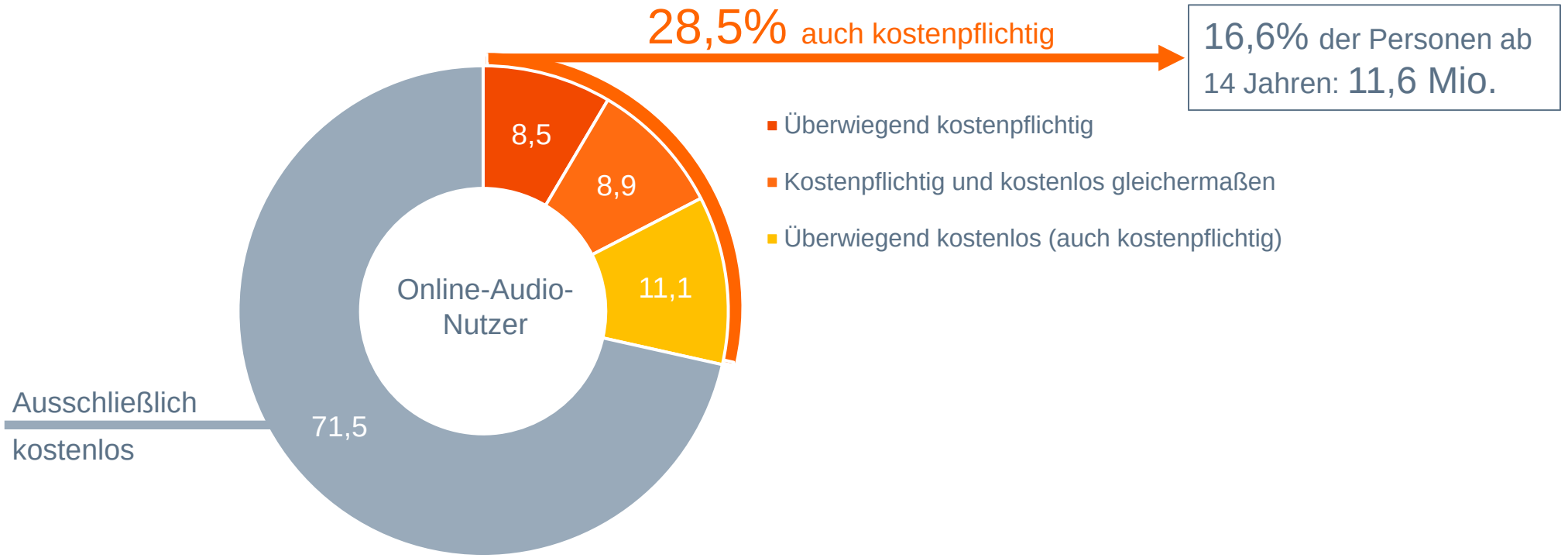
Frage: Wie Sie uns gesagt haben, hören Sie unterwegs kein Internetradio und auch keine anderen Audio-Inhalte über das Internet. Spielt hier Ihr mobiles Datenvolumen eine Rolle? Würden Sie sagen …
Angaben in Prozent; Die Antworten „Weiß nicht / keine Angabe“ wurden aus den Ergebnissen rausgerechnet
Basis: 7,628 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte nicht unterwegs nutzen (n=1.105)

6 Kostenpflichtige Online-Audio-Nutzung

Kostenfreie Nutzung überwiegt bei weitem, aber immerhin rund 29% der Online-Audio-Nutzer nutzen auch kostenpflichtige Angebote: 11,6 Millionen Personen ab 14 Jahren.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung kostenpflichtige Angebote

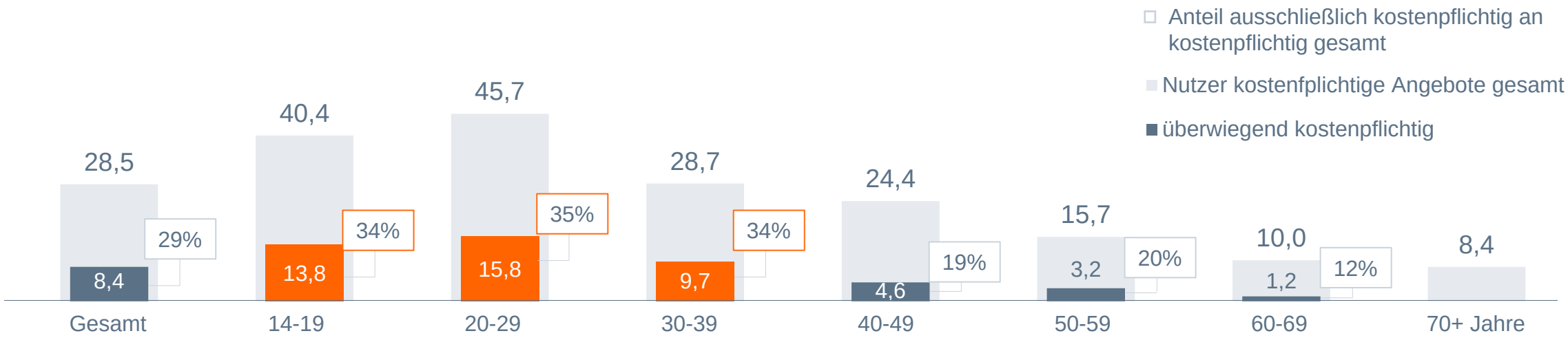


Frage: Wenn Sie einmal an alle Online-Radio- und Online-Audio-Angebote denken. Nutzen Sie auch kostenpflichtige Angebote? Und nutzen Sie überwiegend kostenpflichtige Angebote, überwiegend kostenlose Angebote oder beides gleichermaßen?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Prinzipiell gilt: Je jünger, desto höher der Anteil derer, die auch kostenpflichtige Angebote nutzen. Unter den 14-29-Jährigen in Deutschland zahlen bereits rund zwei von fünf.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung kostenpflichtiger Online-Audio-Angebote nach Alter



Frage: Wenn Sie einmal an alle Online-Radio- und Online-Audio-Angebote denken. Nutzen Sie auch kostenpflichtige Angebote? Und nutzen Sie überwiegend kostenpflichtige Angebote, überwiegend kostenlose Angebote oder beides gleichermaßen?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Nicht nur zahlende Nutzer selbst sind jung, sie stammen überwiegend aus HH mit jungen, formal hoch gebildeten, berufstätigen HEBs mit überdurchschnittlichem Nettoeinkommen.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die auch kostenpflichtige Inhalte nutzen

Kostenpflichtige Nutzer im Vergleich

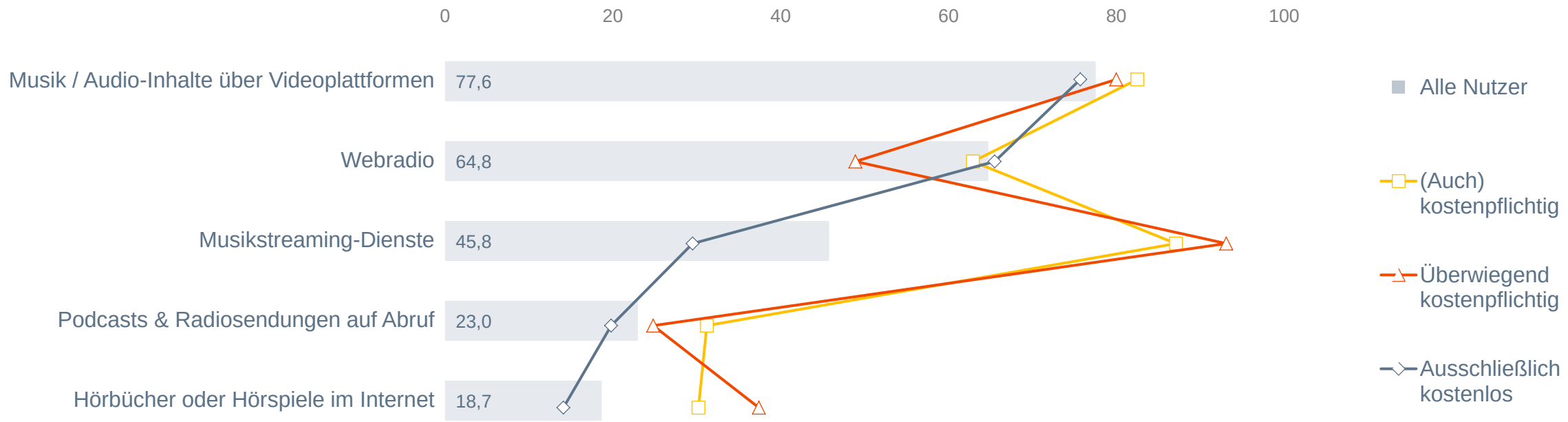
	Alter HEB	Formale Bildung HEB	Berufstätigkeit HEB	Ø Haushaltsgröße	Ø HH-Nettoeinkommen
Überwiegend kostenpflichtige Nutzung	ø 37 (14-29, 30-49, 50+)	68,2 (Fach-) Abitur	87,3 Voll / teilw. berufstätig	2,3 Personen	3.301 € / Monat
Kostenpflichtige Nutzung gesamt	ø 40	62,1	85,8	2,4 Personen	3.322 € / Monat
Ausschließlich kostenlose Nutzung	ø 47	48,2	74,4	2,2 Personen	2.902 € / Monat

HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt
Angaben in Prozent; Basis: 3,421 Mio. Online-Audio-Nutzer, die überwiegend kostenpflichtige Angebote nutzen (n=428); 11,621 Mio. Online-Audio-Nutzer, die auch kostenpflichtige Angebote nutzen (n=1.388); 28,933 Mio. Online-Audio-Nutzer, die ausschließlich kostenlose Angebote nutzen (n=3.442);

Nutzungsprofil der kostenpflichtigen Online-Audio-Nutzer lässt vermuten, dass vor allem Musikstreaming-Dienste und Hörbücher / -spiele kostenpflichtig genutzt werden…

Basis: Online-Audio-Nutzer, die auch kostenpflichtige Inhalte nutzen

Kostenpflichtige Nutzer im Vergleich: Genutzte Angebote

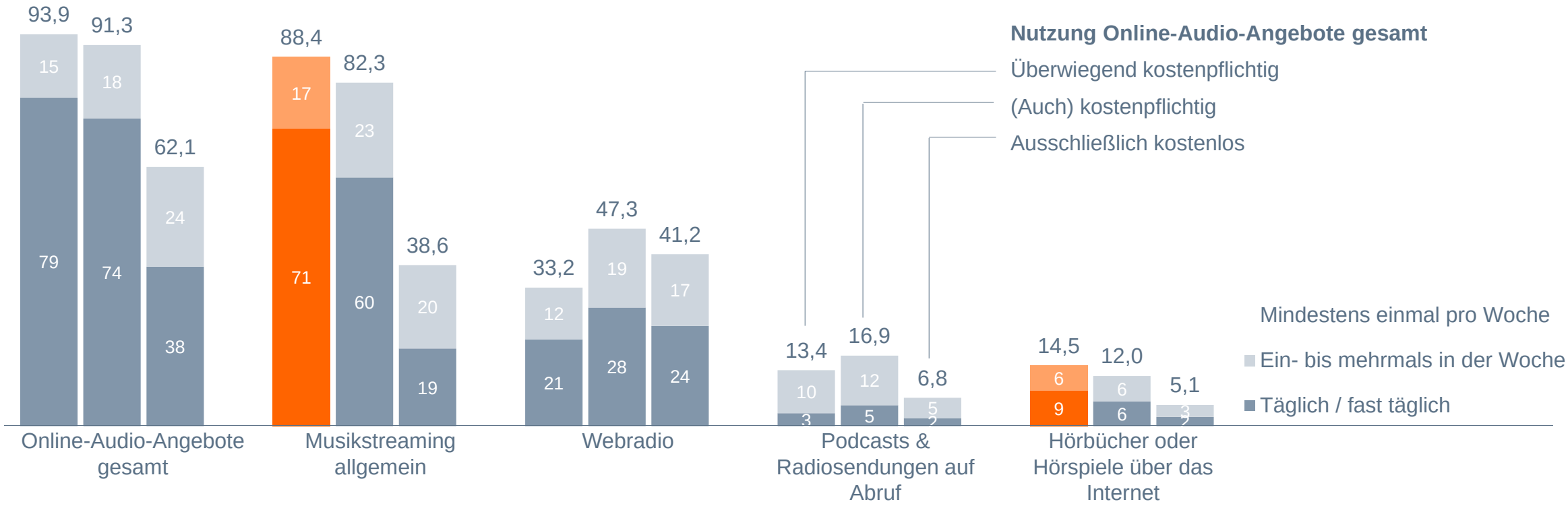


Frage: Was hören Sie da? Hören Sie da… / Und nutzen Sie überwiegend kostenpflichtige Angebote, überwiegend kostenlose Angebote oder beides gleichermaßen?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851); Angaben in Prozent; Basis: 3,421 Mio. Online-Audio-Nutzer, die überwiegend kostenpflichtige Angebote nutzen (n=428); 11,621 Mio. Online-Audio-Nutzer, die auch kostenpflichtige Angebote nutzen (n=1.388); 28,933 Mio. Online-Audio-Nutzer, die ausschließlich kostenlose Angebote nutzen (n=3.442);

… und die auch überproportional oft. Sieben von zehn kostenpflichtigen Nutzern sind tägliche Musikstreaming-Hörer, knapp jeder zehnte nutzt täglich Hörbücher oder –spiele.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die auch kostenpflichtige Inhalte nutzen

Kostenpflichtige Nutzer im Vergleich: Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote



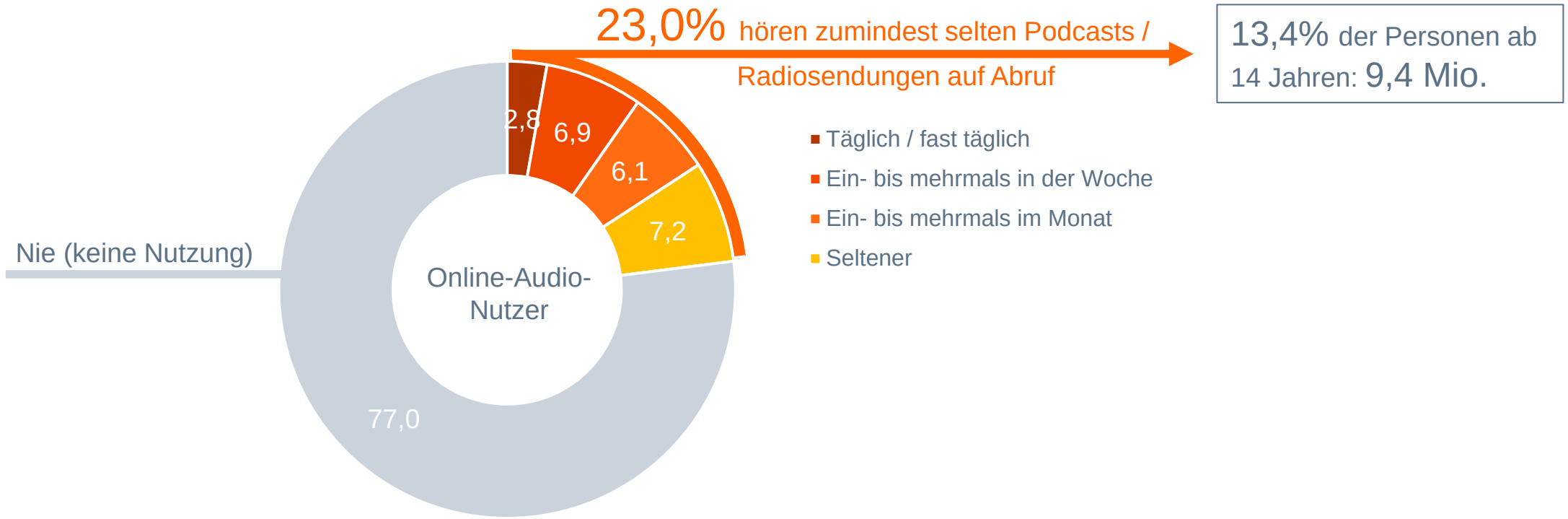
Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? / Und nutzen Sie überwiegend kostenpflichtige Angebote, überwiegend kostenlose Angebote oder beides gleichermaßen?
Angaben in Prozent; Basis: 3,421 Mio. Online-Audio-Nutzer, die überwiegend kostenpflichtige Angebote nutzen (n=428); 11,621 Mio. Online-Audio-Nutzer, die auch kostenpflichtige Angebote nutzen (n=1.388);
28,933 Mio. Online-Audio-Nutzer, die ausschließlich kostenlose Angebote nutzen (n=3.442);

7 Podcasts und Radiosendungen auf Abruf

Knapp ein Viertel der Online-Audio-Nutzer hört auch Podcasts oder Radiosendungen auf Abruf: 9,4 Millionen Personen ab 14 Jahren.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

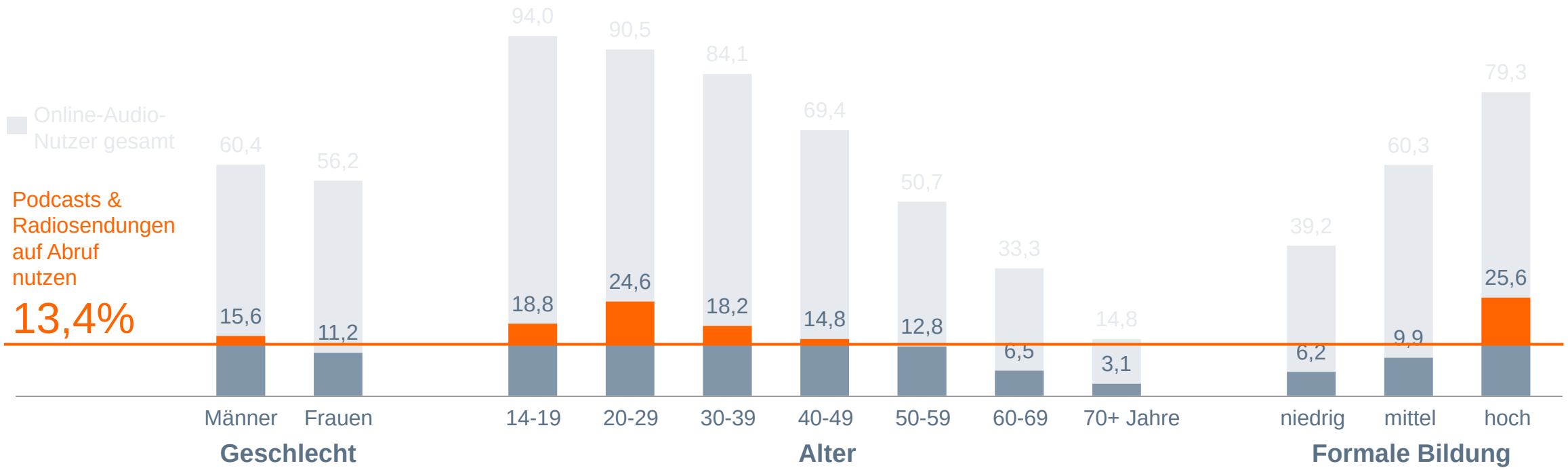


Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

In der Bevölkerung ab 14 Jahren sind es über 13%. Wie bei Online-Audio insgesamt: Überdurchschnittlich viel Männer, Jüngere, mit hohem Bildungsabschluss auch unter Podcast-Nutzern, Peak bei 20-29-Jährigen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nach Geschlecht, Alter und formaler Bildung

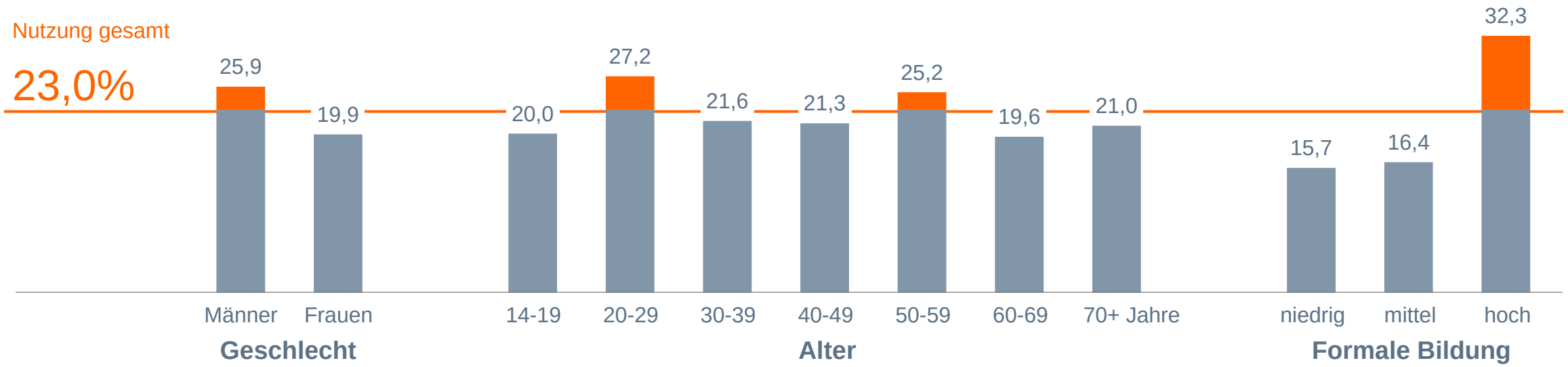


Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern?
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Unabhängig vom Alter hört etwa jeder vierte bis fünfte Online-Audio-Nutzer auch Podcasts.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Anteil an Online-Audio-Nutzern gesamt

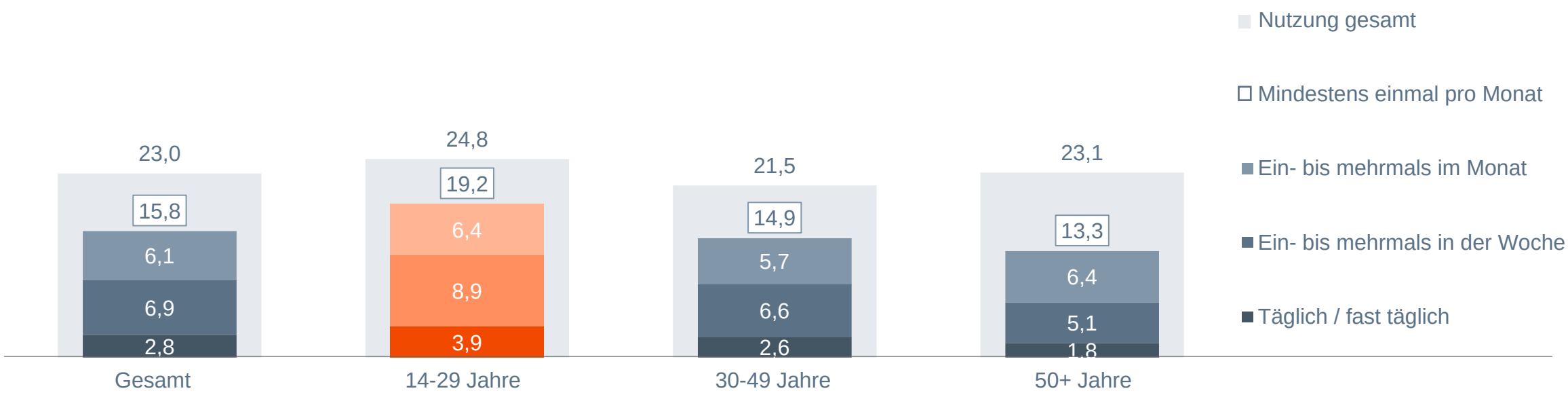


Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Rund 16% der Online-Audio-Nutzer hören regelmäßig – mindestens einmal pro Monat – Podcasts. Überdurchschnittlich viele monatliche Nutzer unter 14-29-Jährigen.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

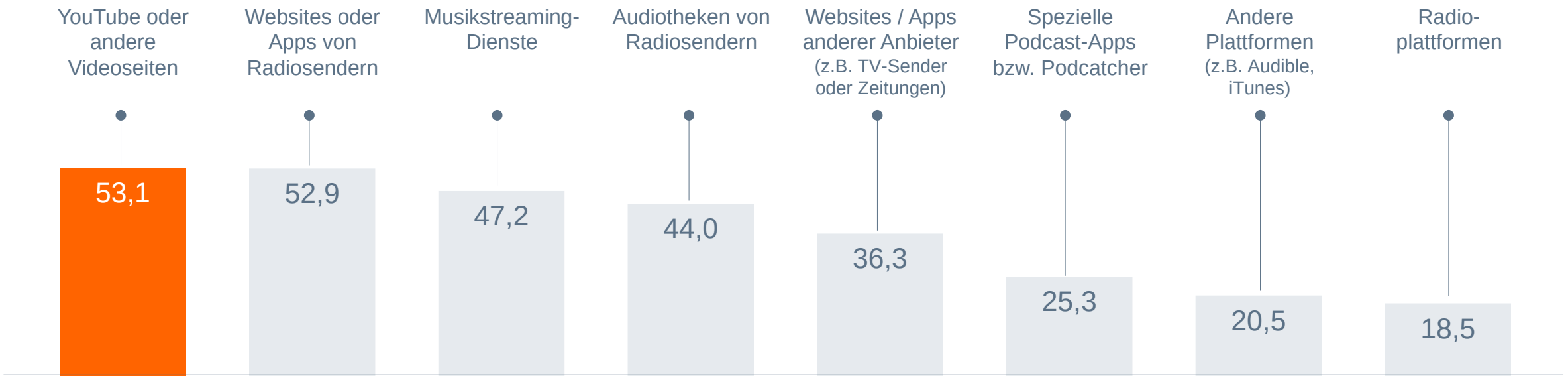


Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie zu einem beliebigen Zeitpunkt und unbegrenzt oft hören können?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

YouTube bestätigt einmal mehr seine Bedeutung als Audio-Plattform: Mehr als jeder zweite Podcast-Nutzer greift auch über diese oder andere Videoseiten auf Podcasts zu.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

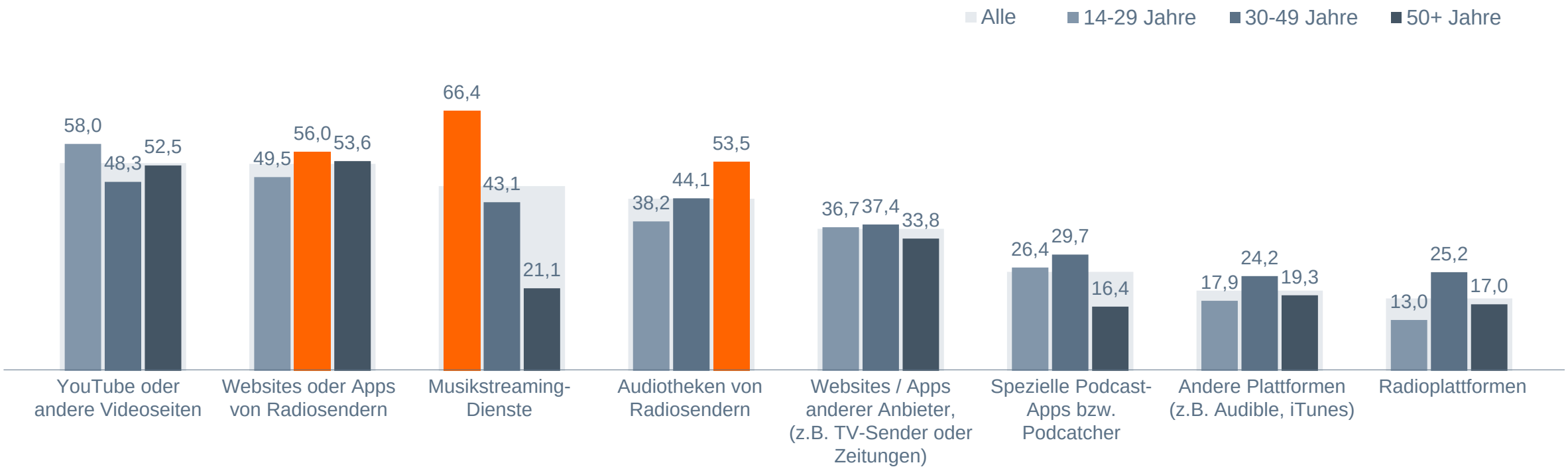


Frage: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über…
Angaben in Prozent; Basis: 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

YouTube funktioniert für alle, aber altersspezifische „Top-Portale“: Musikstreaming-Dienste für die Jüngsten, Webseiten / Apps der Radiosender für die 30-49-Jährigen, Audiotheken für die ab 50-Jährigen.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nach Alter

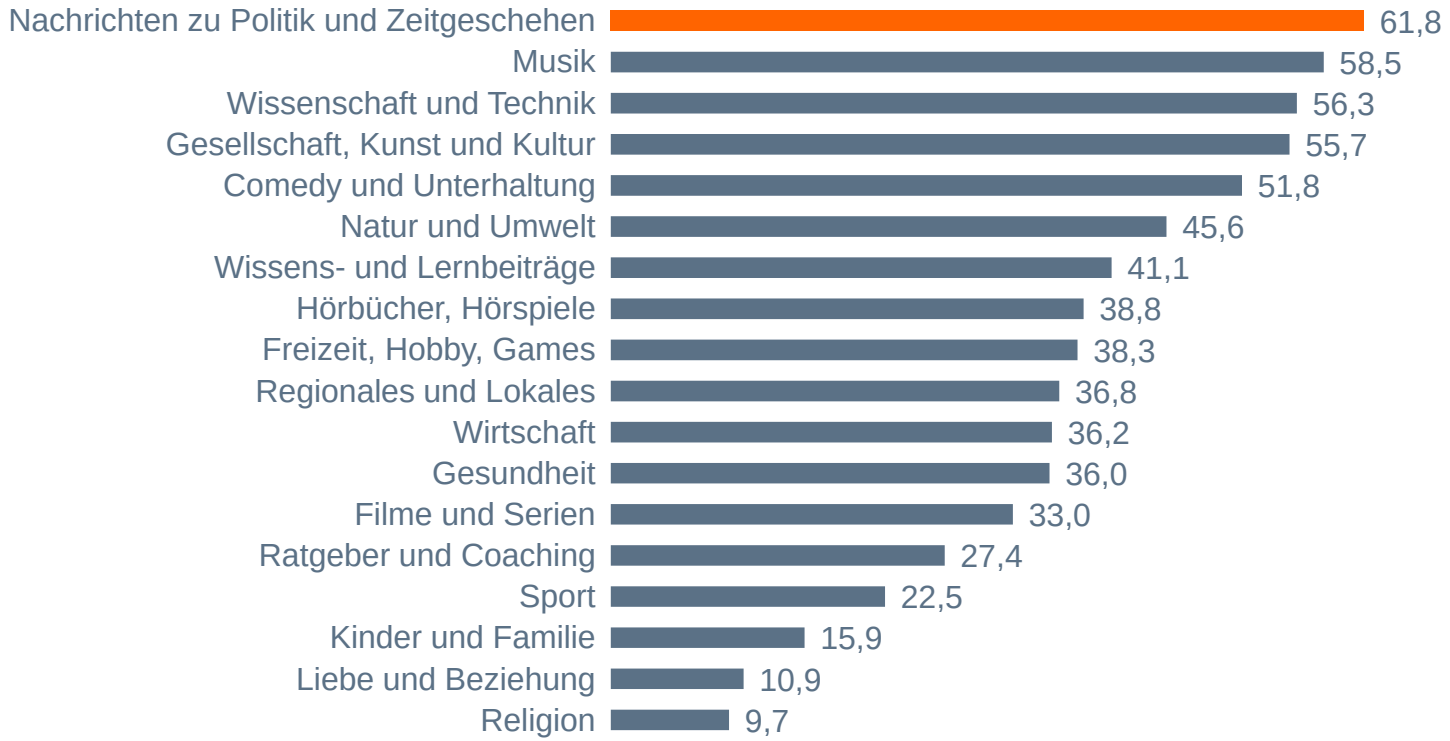


Frage: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über…
Angaben in Prozent; Basis: 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

Führungswechsel bei Podcasts: News verdrängen Musik - bei Online-Audio-Nutzern insgesamt noch die Nr.1 - auf Rang 2. Auch sonst oft „schwere Kost“ auf den vorderen Podcast-Plätzen, Unterhaltung & Comedy folgt erst auf Rangplatz 5.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Genutzte Inhalte

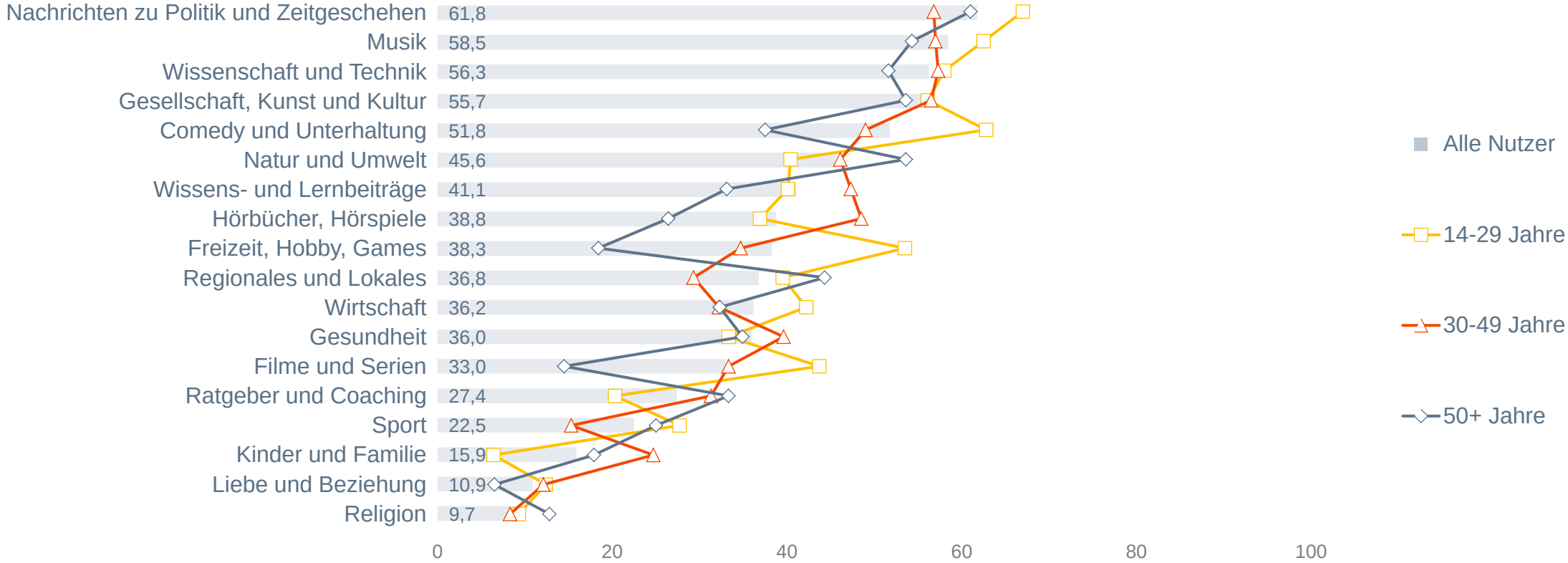


Frage: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

„Comedy und Unterhaltung“ bei den Jüngeren beliebt. Sonst dieselben meistgenutzten Inhalte wie bei ab 30-Jährigen.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Genutzte Inhalte nach Alter

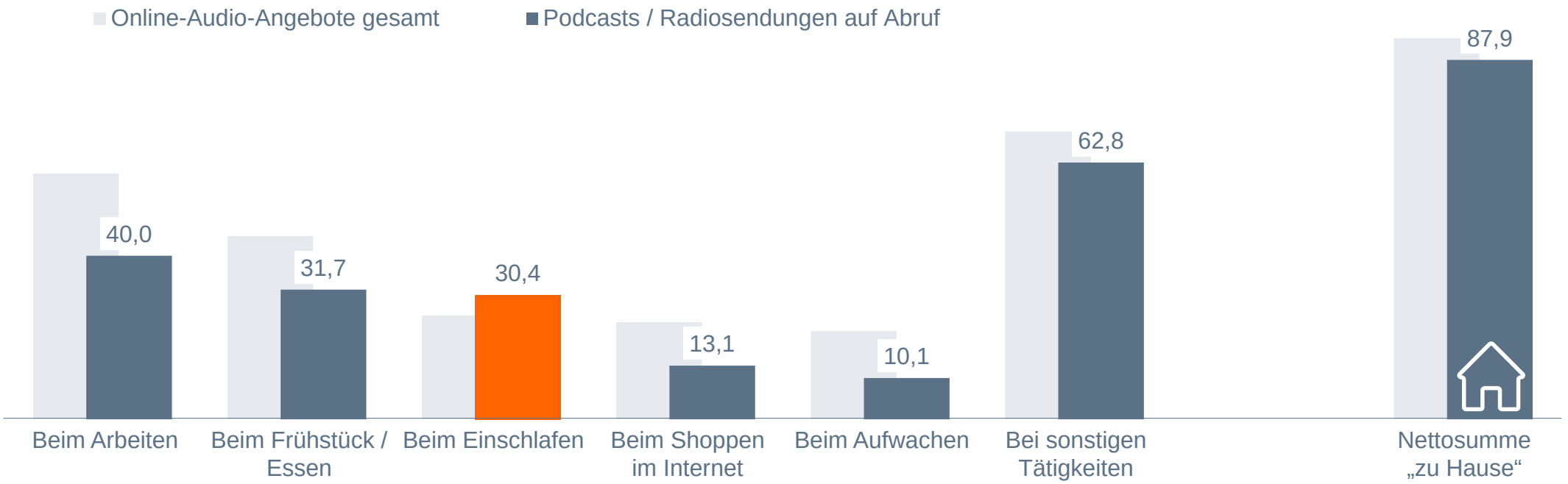


Frage: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

Auch Podcasts werden wie Online-Audio insgesamt vor allem nebenbei bei der (Haus-) Arbeit und beim Essen gehört. Überdurchschnittlich oft aber auch beim Einschlafen.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Nutzungssituationen zu Hause: Podcasts & Radiosendungen auf Abruf vs. Online-Audio gesamt

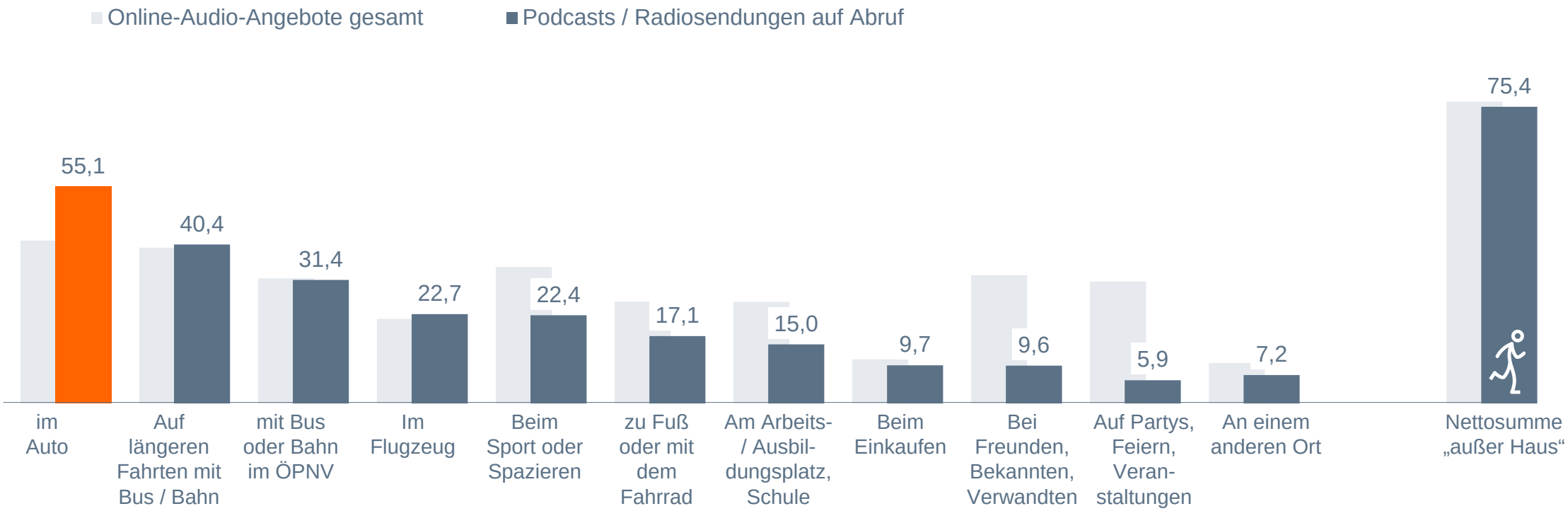


Frage: Zu welchen Gelegenheiten hören Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

Drei von vier regelmäßigen Podcast-Nutzern hören Podcasts auch außer Haus. Vor allem im Auto, aber auch auf Reisen mit Bus & Bahn oder im Flugzeug.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Nutzungssituationen außer Haus: Podcasts & Radiosendungen auf Abruf vs. Online-Audio gesamt

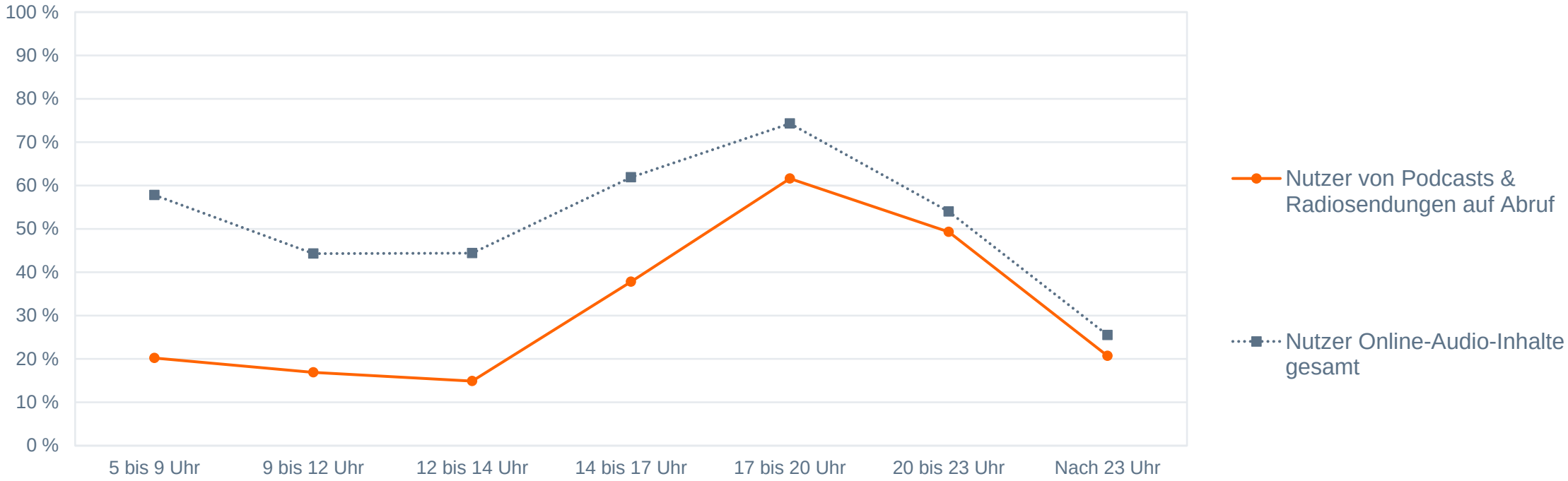


Frage: Zu welchen Gelegenheiten hören Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

Eher wortlastiges Podcast-Hören braucht seine Zeit. Die haben die meisten Hörer erst am Abend.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Monatliche Nutzer: Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf im Tagesverlauf

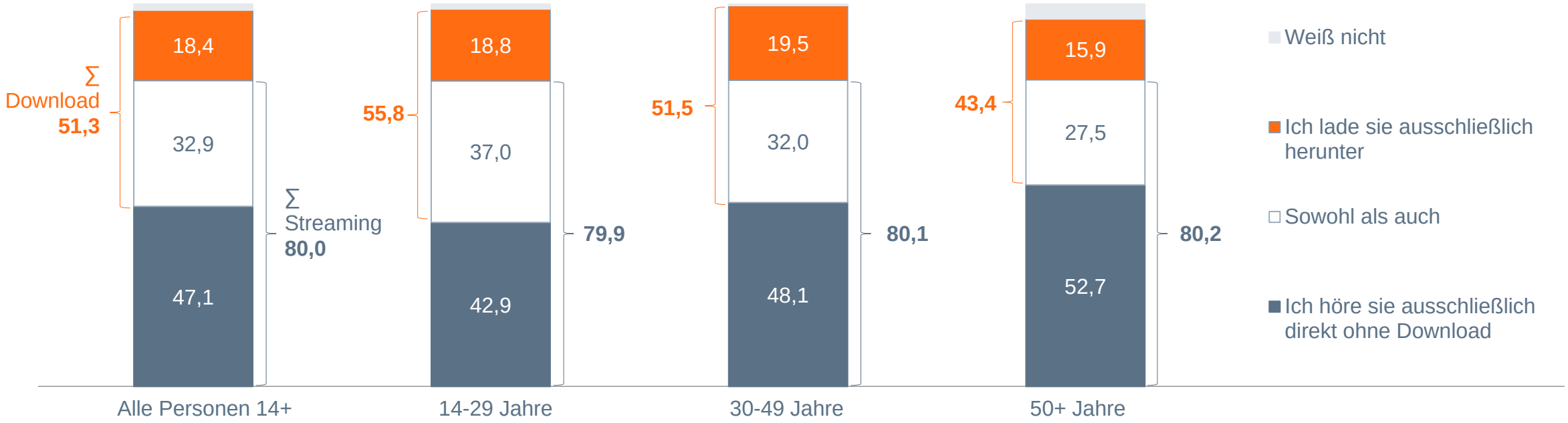


Frage: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965), davon 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

Mehrheitlich werden Podcasts direkt gestreamt, aber rund jeder Zweite macht auch von der Downloadmöglichkeit Gebrauch, etwas häufiger die jüngeren Nutzer.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Streaming vs. Download

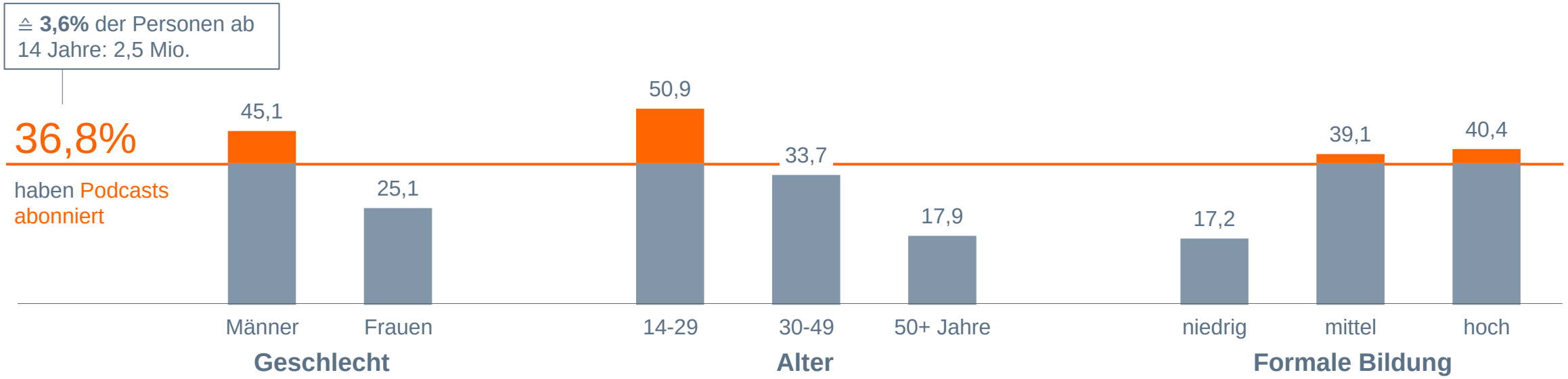


Frage: Wenn Sie Podcasts oder Radiosendungen oder –beiträge hören: Hören Sie diese direkt, also ohne sie auf Ihr Gerät herunter zu laden, oder laden Sie Inhalte auf ein Gerät herunter, um sie auch ohne Internetverbindung anhören zu können?
Angaben in Prozent; Basis: 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

Jeder dritte regelmäßige Podcast-Hörer hat auch mindestens eine Reihe abonniert, unter den unter 30-Jährigen jeder zweite.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die mindestens einmal pro Monat Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen

Abonnement Podcasts bzw. Podcast-Reihen



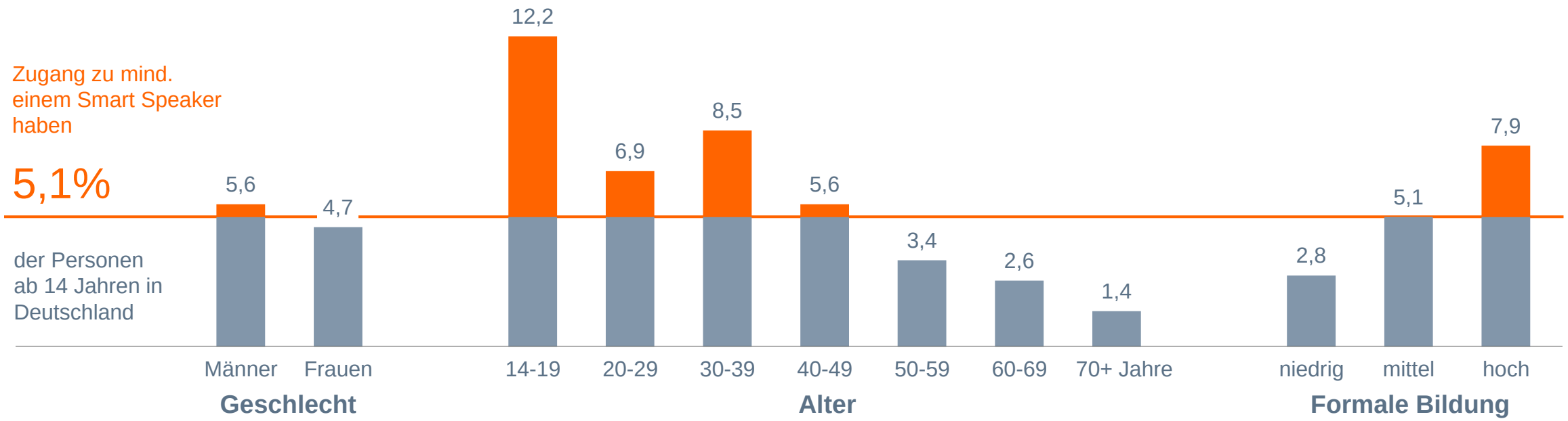
Frage: Haben Sie auch Podcasts bzw. Podcast-Reihen abonniert?
Angaben in Prozent; Basis: 6,458 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=942)

8 Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker

Rund jeder zwanzigste ab 14-Jährige in Deutschland hat bereits Zugang zu mindestens einem Smart Speaker, unter den Jüngsten bereits mehr als jeder zehnte.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Besitz / Zugang

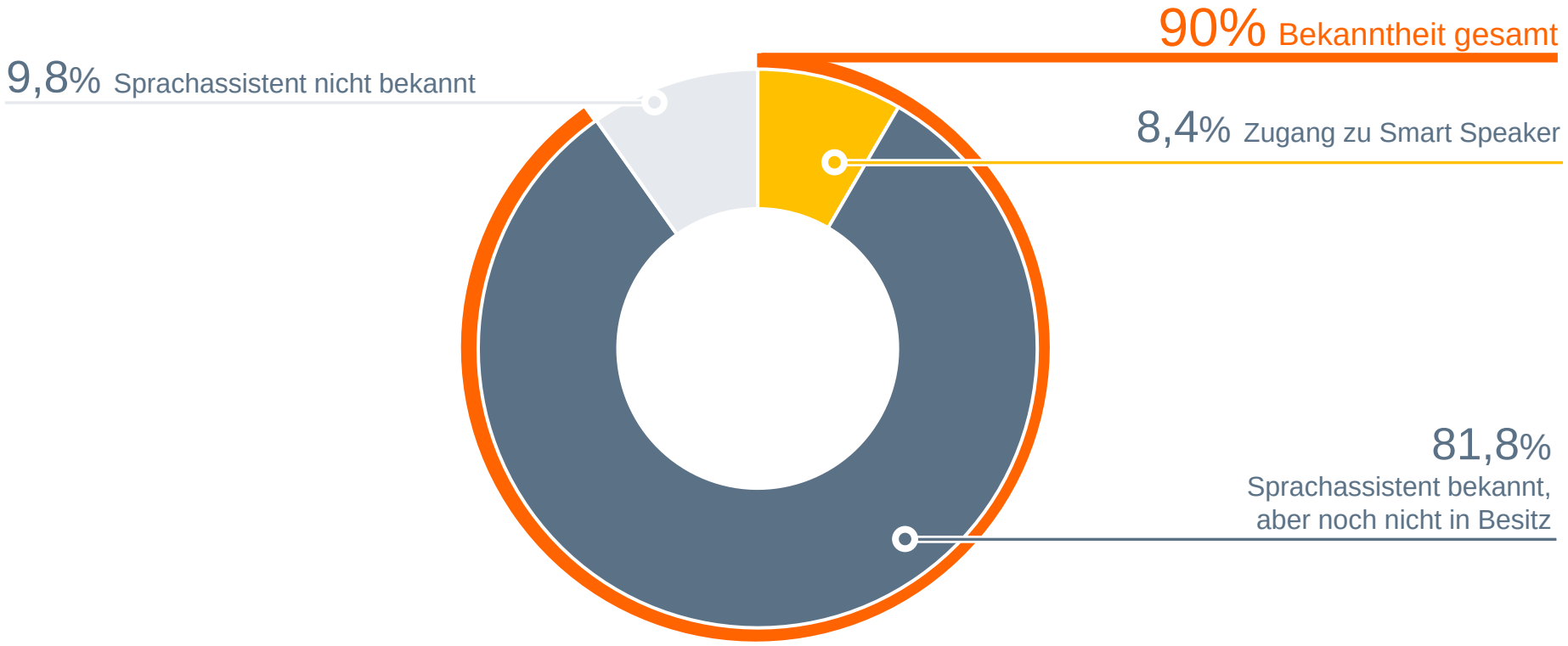


Frage: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung? - Ein digitaler, sprachgesteuerter Assistent wie z.B. Amazon Echo mit Alexa oder Google Home oder einen anderen intelligenten Lautsprecher
Angaben in Prozent; Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Unter Online-Audio-Nutzern haben etwas mehr als 8% einen Smart Speaker zu Hause. Davon gehört haben aber nahezu schon alle – Alexa & Co. in aller Munde.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Bekanntheit und Nutzung

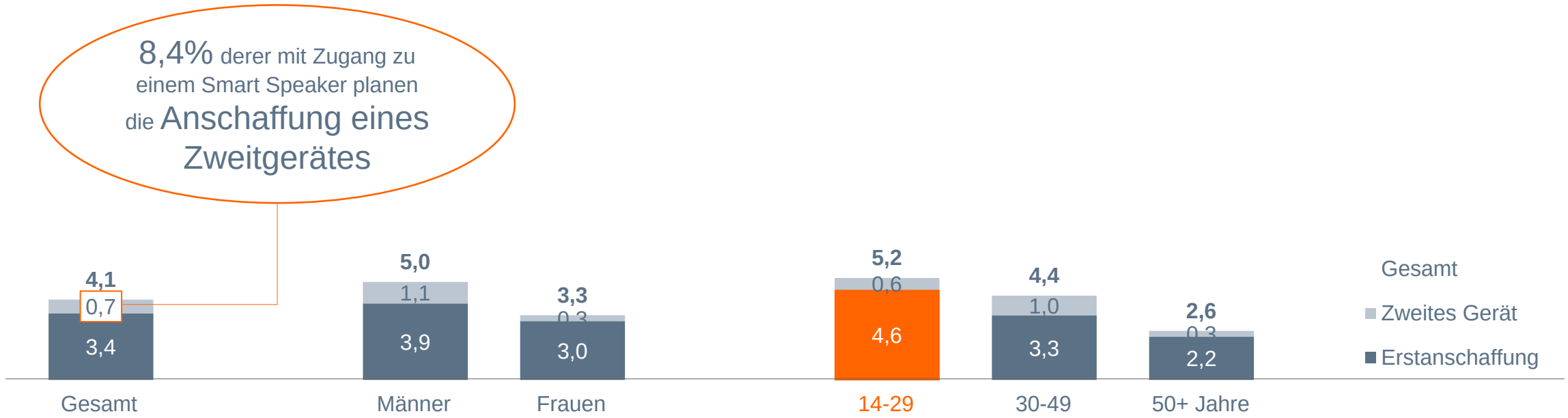


Frage: Seit einiger Zeit gibt es sogenannte digitale, sprachgesteuerte Assistenten wie z.B. Amazon Echo mit Alexa, Google Home oder andere intelligente Lautsprecher. Haben Sie vor dieser Studie schon einmal von solchen sprachgesteuerten Assistenten gehört?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Gut 3% der Online-Audio-Nutzer planen die Erst-Anschaffung eines Smart Speakers. Wie bei allen neueren Technologien: Eher Männer und Jüngere sind interessiert.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Anschaffungsplanung

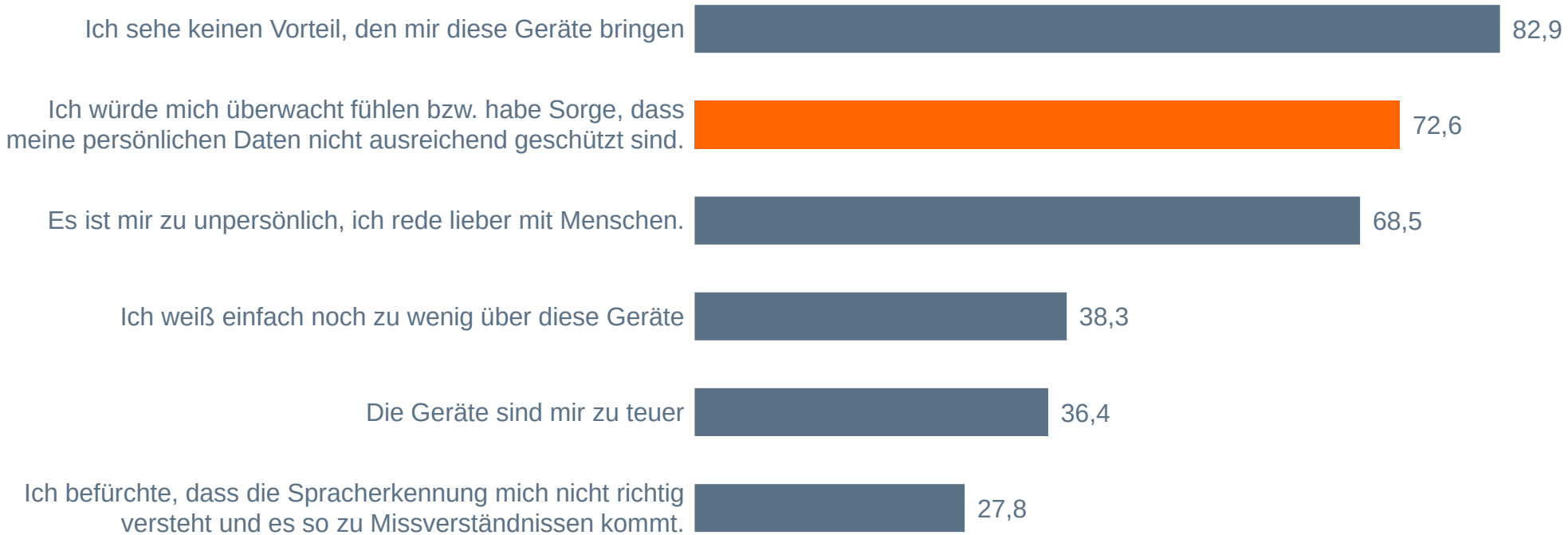


Frage: Und planen Sie, in nächster Zeit einen solchen digitalen, sprachgesteuerte Assistenten wie z.B. Amazon Echo mit Alexa oder Google Home oder andere intelligente Lautsprecher zu erwerben? / Planen Sie in nächster Zeit ein weiteres solches Gerät zu erwerben?
Angaben in Prozent; Basis: 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Ganz mehrheitlich ist (noch) keine Anschaffung geplant – ganz viele sehen keine Vorteile oder haben Sorge, dass Alexa alles mithört.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die weder einen sprachgesteuerten Assistenten besitzen noch eine Anschaffung planen

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Barrieren

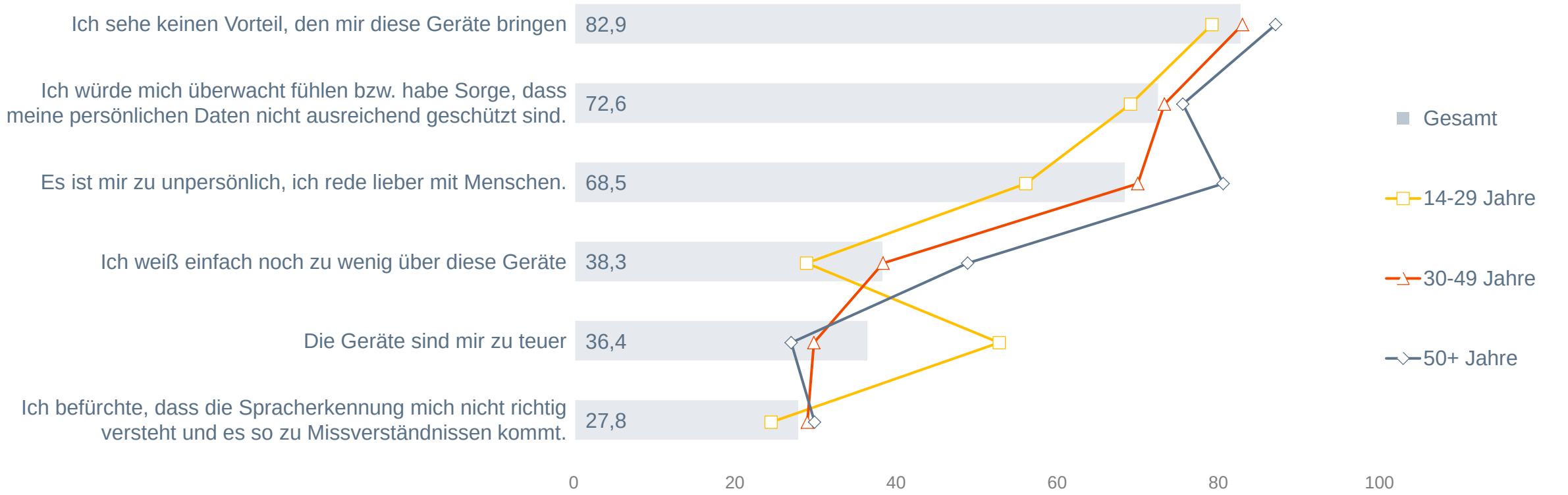


Frage: Und warum wollen Sie sich keinen digitalen, sprachgesteuerten Assistenten wie z.B. Amazon Echo mit Alexa oder Google Home anschaffen?
Angaben in Prozent; Basis: 31,727 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die weder einen Sprachassistenten besitzen, noch eine Anschaffung planen (n=3.936)

Welche Vorteile Smart Speaker haben, ist altersunabhängig vielen noch nicht klar. Ansonsten durchaus spezifische Unterschiede: Ab 50-Jährige reden lieber mit Menschen als mit Alexa, bei unter 30-Jährigen spielt auch der Preis eine Rolle.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die weder einen sprachgesteuerten Assistenten besitzen noch eine Anschaffung planen

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Barrieren

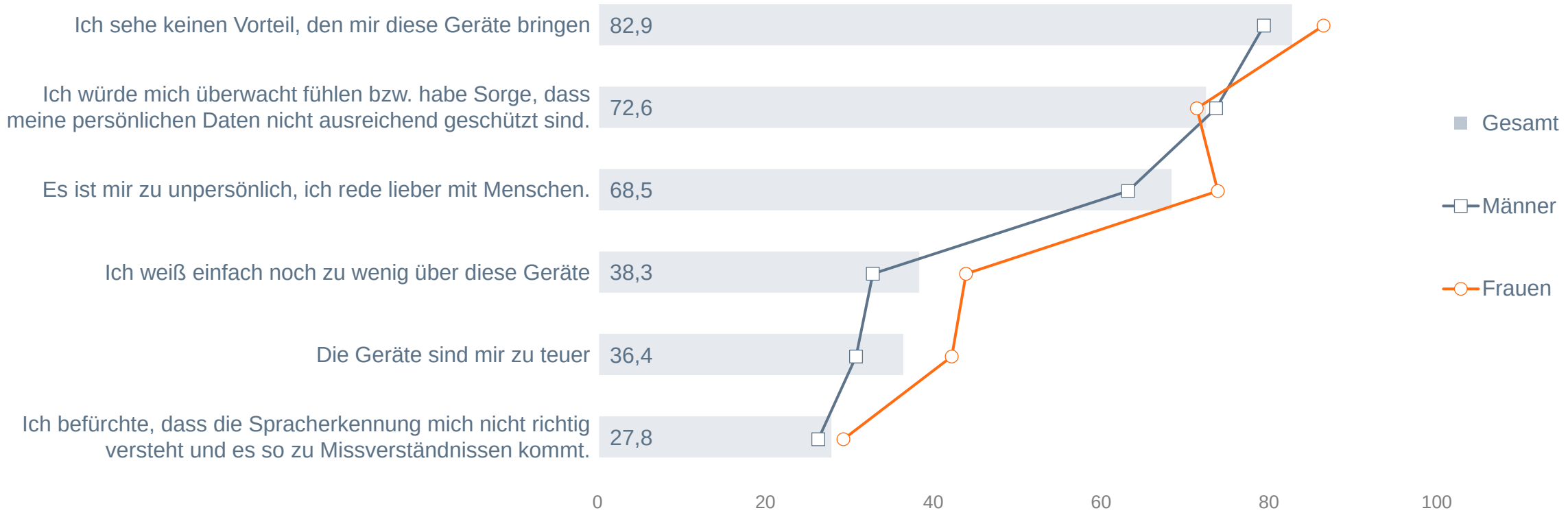


Frage: Und warum wollen Sie sich keinen digitalen, sprachgesteuerten Assistenten wie z.B. Amazon Echo mit Alexa oder Google Home anschaffen?
Angaben in Prozent; Basis: 31,727 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die weder einen Sprachassistenten besitzen, noch eine Anschaffung planen (n=3.936)

Vermutlich auch deshalb mehr Männer unter den aktuellen Smart Speaker-Nutzern und Intendern: Frauen sehen digitale Sprachassistenten generell kritischer als Männer.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die weder einen sprachgesteuerten Assistenten besitzen noch eine Anschaffung planen

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Barrieren

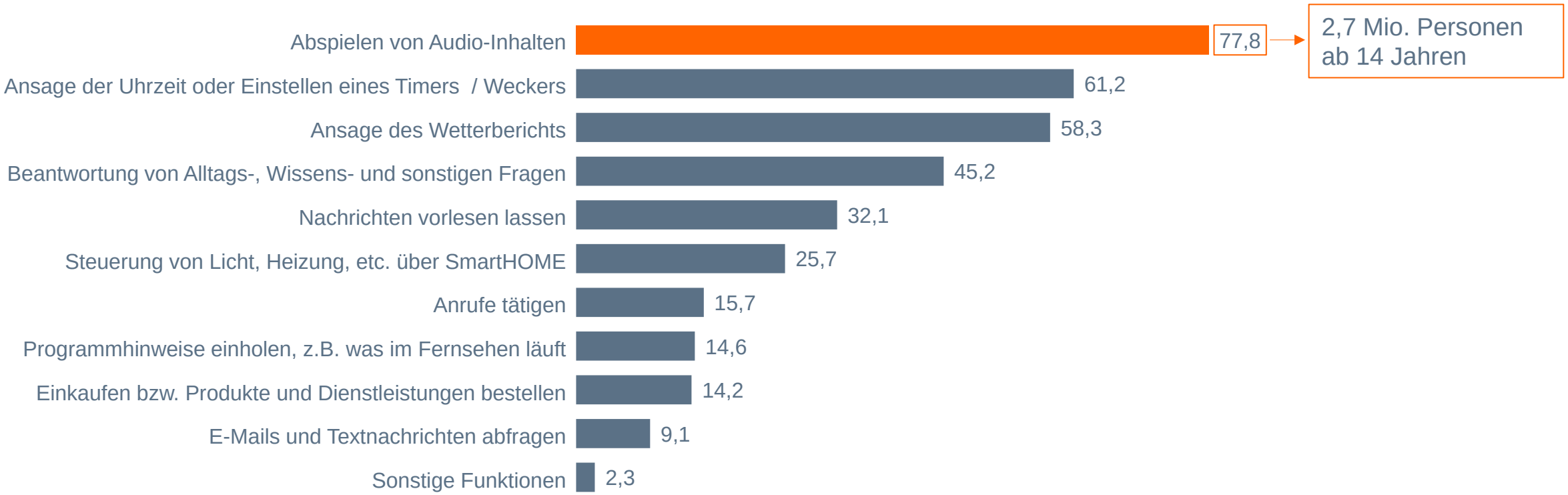


Frage: Und warum wollen Sie sich keinen digitalen, sprachgesteuerten Assistenten wie z.B. Amazon Echo mit Alexa oder Google Home anschaffen?
Angaben in Prozent; Basis: 31,727 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die weder einen Sprachassistenten besitzen, noch eine Anschaffung planen (n=3.936)

Wer einen Smart Speaker hat, nutzt ihn mehrheitlich auch für Audio-Inhalte: 78% lassen über Alexa oder Google Home Radio, Musik, Podcasts oder Hörspiele abspielen.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Zugang zu einem sprachgesteuerten Assistenten haben

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Genutzte Inhalte

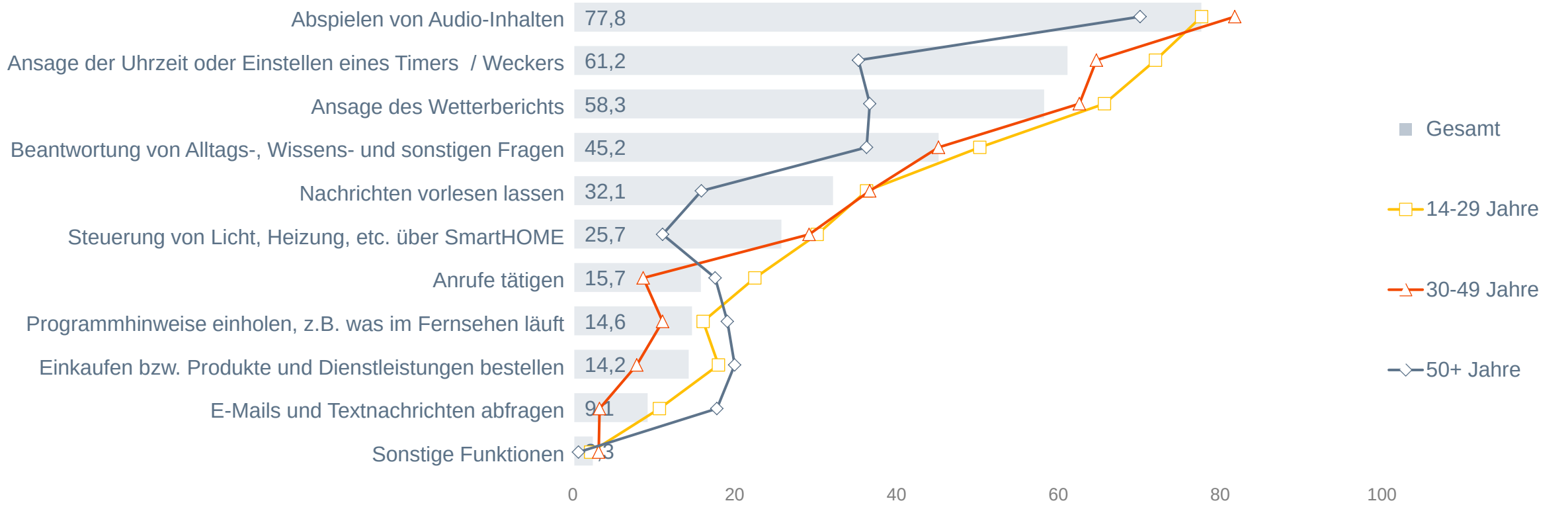


Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie per Sprachsteuerung?
Angaben in Prozent; Basis: 3,412 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem sprachgesteuerten Assistenten haben (n=387)

Audio über Smart Speaker funktioniert für alle: Über alle Altersgruppen hinweg ist das Aufrufen und Abspielen von Audio-Inhalten die meistgenutzte Funktion.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Zugang zu einem sprachgesteuerten Assistenten haben

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Genutzte Inhalte nach Alter

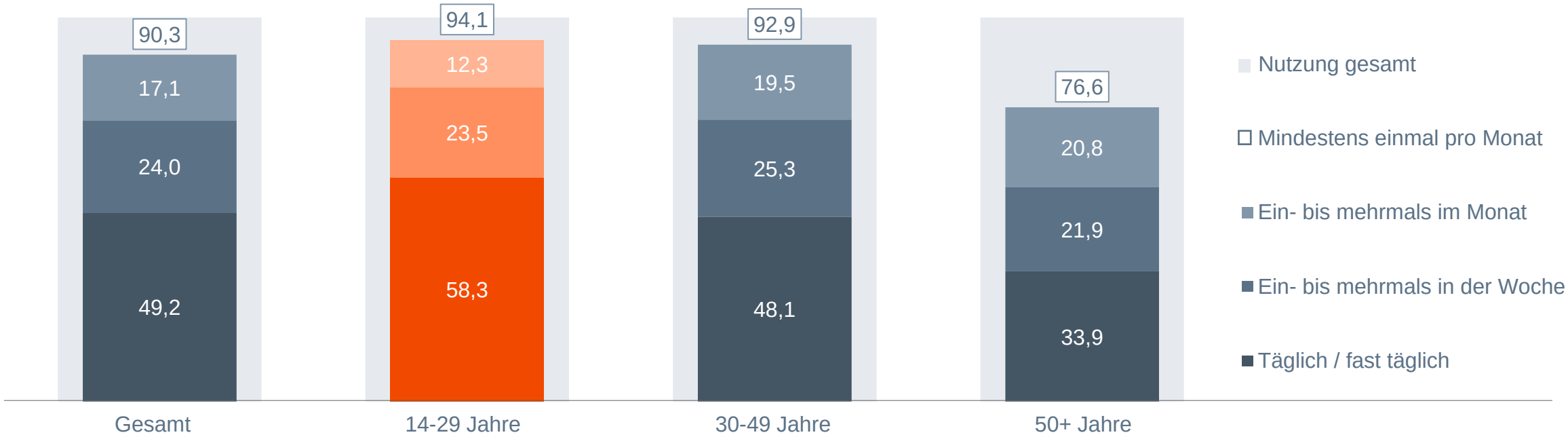


Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie per Sprachsteuerung?
Angaben in Prozent; Basis: 3,412 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem sprachgesteuerten Assistenten haben (n=387)

Wer Audio-Inhalte über einen Smart Speaker nutzt, tut dies auch regelmäßig. Lediglich die ab 50-Jährigen gehen noch etwas verhaltener damit um.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen sprachgesteuerten Assistenten für Audio-Inhalte nutzen

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Nutzungsframequenz für Audio-Inhalte

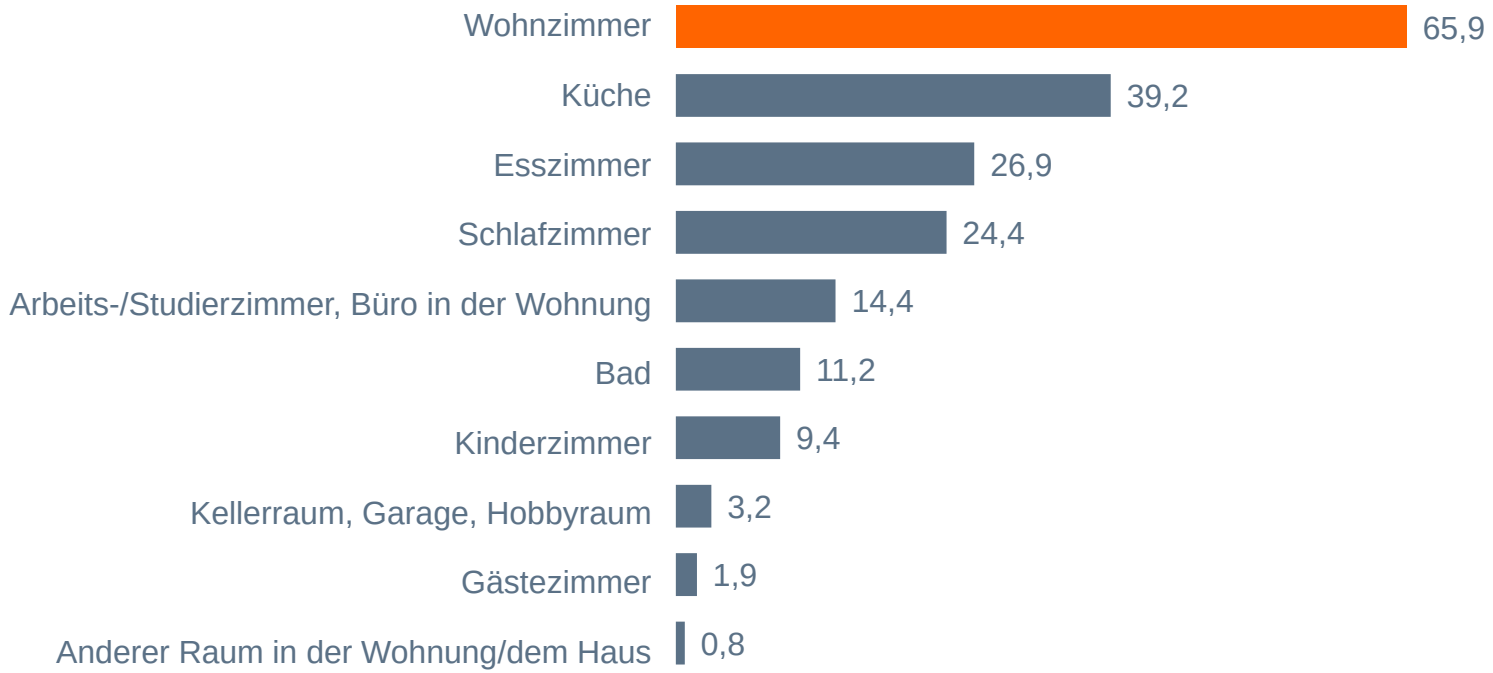


Frage: Wenn Sie einmal an die Nutzung von Audio-Inhalten allgemein über ihren Sprachassistenten denken. Wie oft nutzen Sie diese?
Angaben in Prozent; Basis: 2,655 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die einen sprachgesteuerten Assistenten für Audio-Inhalte nutzen (n=306)

Über Smart Speaker wird überall in der Wohnung gehört, in der guten Stube stehen am häufigsten solche Geräte.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen sprachgesteuerten Assistenten für Audio-Inhalte nutzen

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Nutzungsorte für Audio-Inhalte

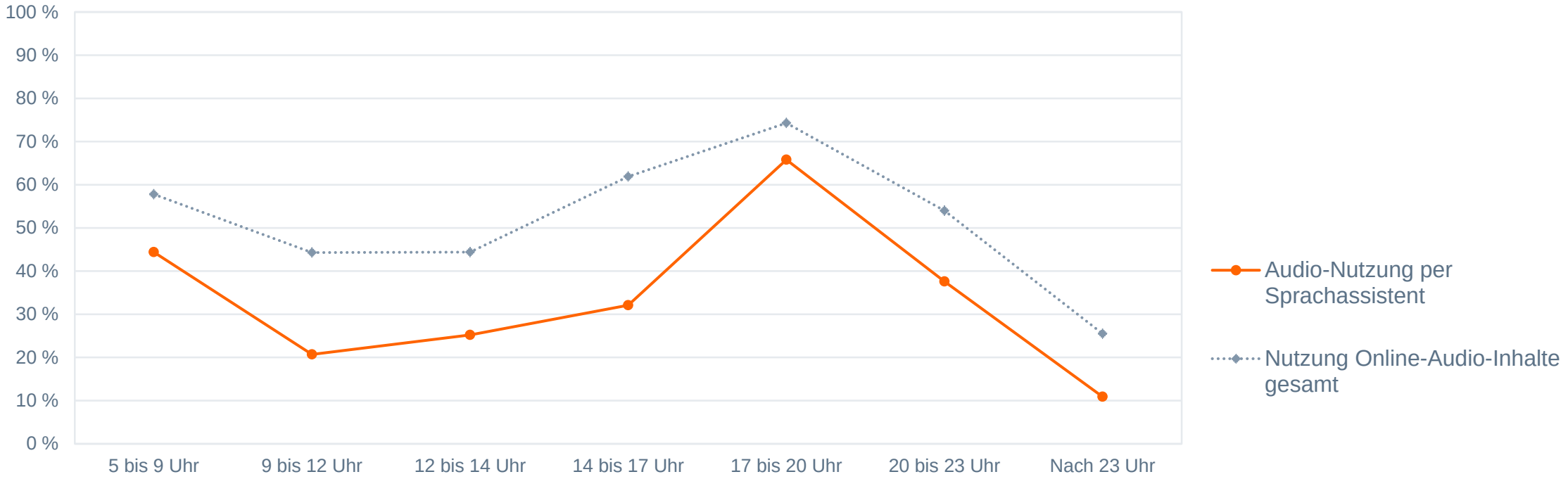


Frage: Und in welchen Räumen nutzen Sie Audio-Inhalte über Ihren digitalen, sprachgesteuerten Assistenten?
Angaben in Prozent; Basis: 2,655 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die einen sprachgesteuerten Assistenten für Audio-Inhalte nutzen (n=306)

Ob Radio, Musik, Podcasts oder Hörspiele – Alexa & Co. können audiomäßig alles. Die Nutzungskurve von Audioinhalten über Smart Speaker entspricht der Online-Audio-Nutzung insgesamt.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen sprachgesteuerten Assistenten für Audio-Inhalte nutzen

Audio-Nutzung per Sprachassistent / Smart Speaker im Tagesverlauf



Frage: Und zu welchen Tageszeiten nutzen Sie in der Regel Audio-Inhalte über Ihren digitalen Sprachassistenten?
Angaben in Prozent; Basis: 32,802 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965) / 2,655 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die einen sprachgesteuerten Assistenten für Audio-Inhalte nutzen (n=306)

Gut jeder 4. hat nachträglich Skills oder Actions installiert, die meisten davon aus dem Bereich „Audio und Musik“ – Musikstreaming-Dienste knapp vor Radio-Plattformen und -sendern.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Zugang zu einem sprachgesteuerten Assistenten haben

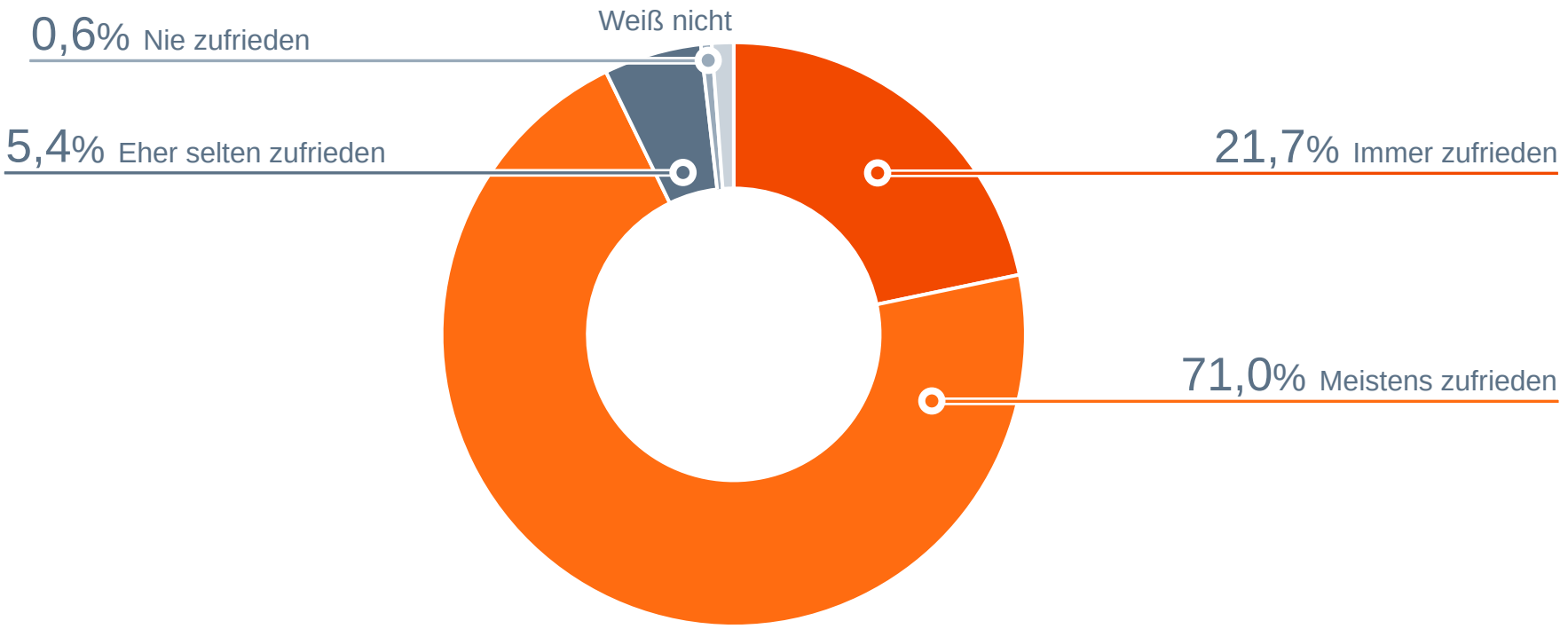
Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Skills / Actions installiert

Frage: Viele sprachgesteuerte Assistenten bzw. intelligente Lautsprecher kann man mit zusätzlichen Funktionen ausstatten, z.B. den Alexa Skills oder Google Actions. Haben Sie nachträglich solche Funktionen installiert? Und haben Sie auch eine oder mehrere der folgenden Skills oder Actions aus dem Bereich „Musik und Audio“ installiert?
Angaben in Prozent; Basis: 3,412 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem sprachgesteuerten Assistenten haben (n=387)

Bestbewertungen für Alexa, Google Home, Cortana & Co. Mehr als neun von zehn, die Audio-Inhalte über einen Smart Speaker nutzen, sind immer oder meistens zufrieden.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen sprachgesteuerten Assistenten für Audio-Inhalte nutzen

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Zufriedenheit mit Audio-Nutzung



92,7%
Immer oder meistens zufrieden

Frage: Wenn Sie Audio-Inhalte über Ihren Sprachassistenten aufrufen, bekommen Sie da den gewünschten Inhalt?
Angaben in Prozent; Basis: 2,655 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die einen sprachgesteuerten Assistenten für Audio-Inhalte nutzen (n=306)

9 Methodische Hinweise

Methodische Hinweise

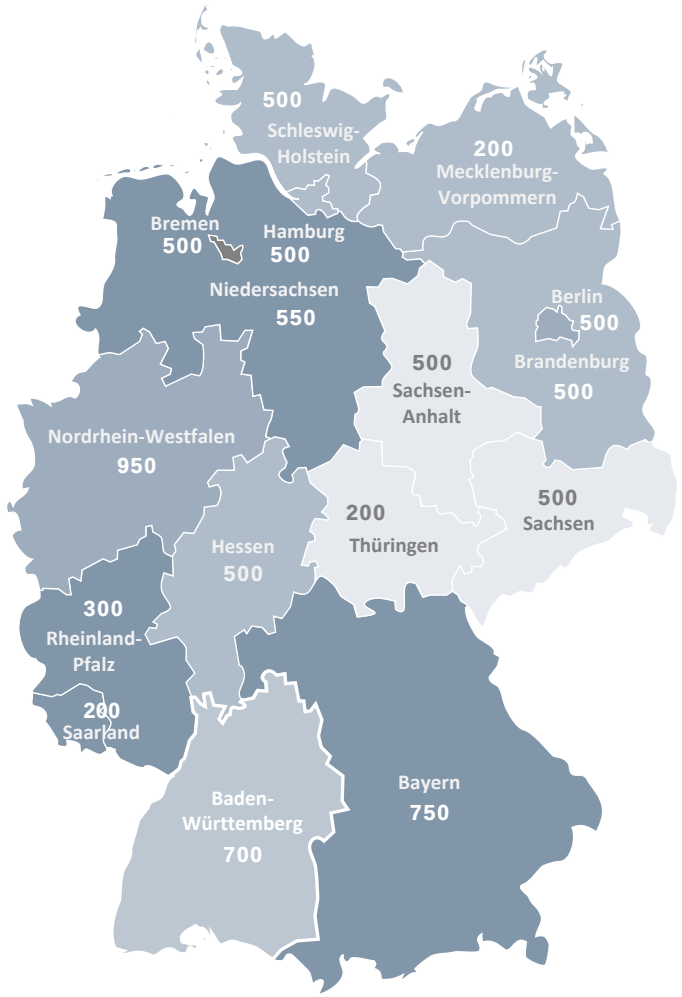
Online-Audio-Monitor (OAM) 2018

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 haben sich nun dazu entschieden, das Projekt weiterzuentwickeln und sich auf die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen zu konzentrieren. Der Online-Audio-Monitor ist eine eigenständige Studie, die jedoch inhaltlich den Radio-Digitalisierungsbericht ergänzt. Zudem werden Synergieeffekte in der Erhebung genutzt, die sich aus der Anlage der beiden Studien ergeben. Mit der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landesanstalt für Medien NRW sind zudem weitere Partner aus dem Kreis der Landesmedienanstalten als Auftraggeber hinzugekommen.
Institut:	Kantar TNS
Methode:	Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,219 Mio. Haushalten
Stichprobe / Zielperson:	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 (Anteil Mobilnummern: 20% in der Gesamtstichprobe Basis + Altersklassen + Aufstockung). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt. Die telefonische Erreichbarkeit der jüngeren Bevölkerung, insbesondere 14-29-Jährigen, ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurden in einer Teilstichprobe gezielt Personen der Altersgruppe 14-29 Jahre befragt, um deren Anteil in der Nettostichprobe zu erhöhen. In Haushalten mit mehr als einer Person in dieser Altersgruppe wurde eine dieser 14-29-jährigen Personen per Zufall ausgewählt. Es wurde der gleiche Fragebogen verwendet wie bei der Stichprobe der ab 14-Jährigen. Die beiden Sampling-Frames (Festnetz und Mobil) sowie die „Altersklassen-Interviews 14-29“ wurden mittels Designgewichtung zusammengeführt, damit sie ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit geben.

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2018

Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 6.000 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 6.000 Interviews – einschließlich 500 Altersklassen-Interviews – wurden proportional auf die Bundesländer verteilt mit Berücksichtigung einer Mindestfallzahl von 200 pro Bundesland.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 1.850 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Sachsen und Schleswig-Holstein 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:	02.05. – 21.06.2018
Zentrale Untersuchungsinhalte:	Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalte: Webradio vs. Audio-on-Demand, detailliert nach: • Plattformen • Genutzte Geräte • Genutzte Inhalte • Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungsort / -situationen mit Fokus Audio-Nutzung im Auto • Nutzungsfrequenz und –intensität (Anteil Online-Audio-Nutzung an Audio-Nutzung gesamt) Schwerpunkthemen der Erhebung 2018 waren: • Nutzung von Podcasts bzw. Radiosendungen oder andere Beiträge zum Nachhören • Digitale Sprachassistenten / Smart Speaker

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2018

Realisierte Interviews 2018	Anzahl
Baden-Württemberg	700
Bayern	750
Berlin	500
Brandenburg	500
Bremen	500
Hamburg	500
Hessen	500
Mecklenburg-Vorpommern	200
Niedersachsen	550
Nordrhein-Westfalen	950
Rheinland-Pfalz	300
Saarland	200
Sachsen	500
Sachsen-Anhalt	500
Schleswig-Holstein	500
Thüringen	200
Summe	**7.850**