



ONLINE-AUDIO-MONITOR 2018

Zentrale Ergebnisse für Bayern

Auftraggeber:



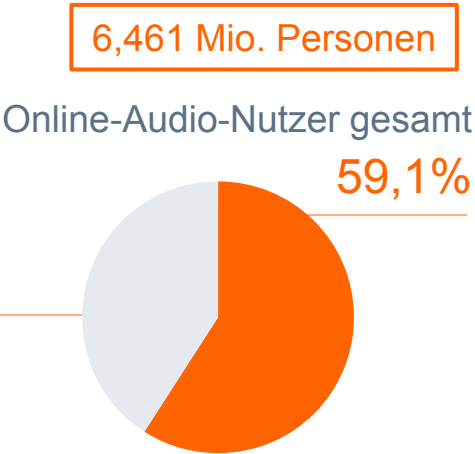
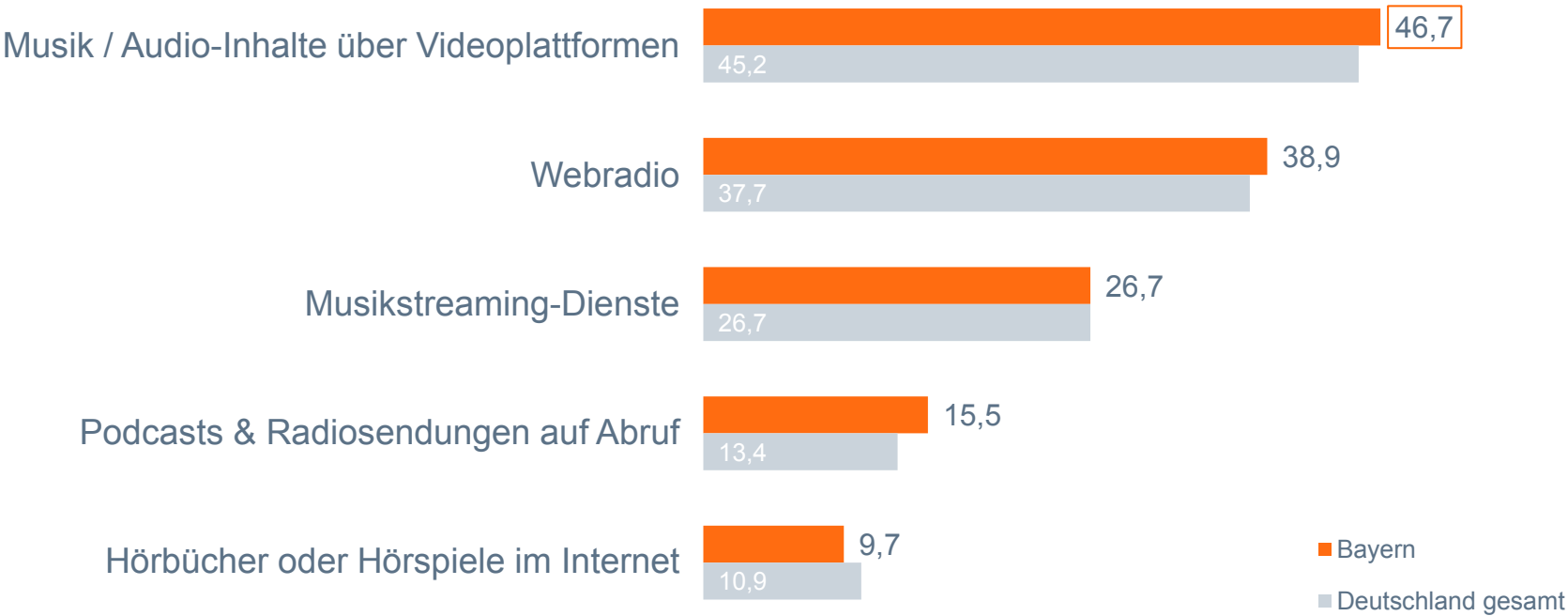
Umsetzung:



Rund 6 von 10 ab 14-Jährige in Bayern nutzen Online-Audio-Angebote: Das sind 6,5 Mio. Personen. YouTube / andere Videoplattformen vor Webradio und Musikstreaming-Diensten.

Basis: Personen ab 14 Jahre in **Bayern**

Nutzung Online-Audio-Angebote



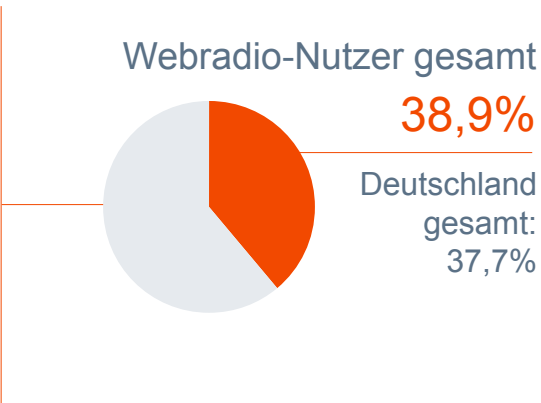
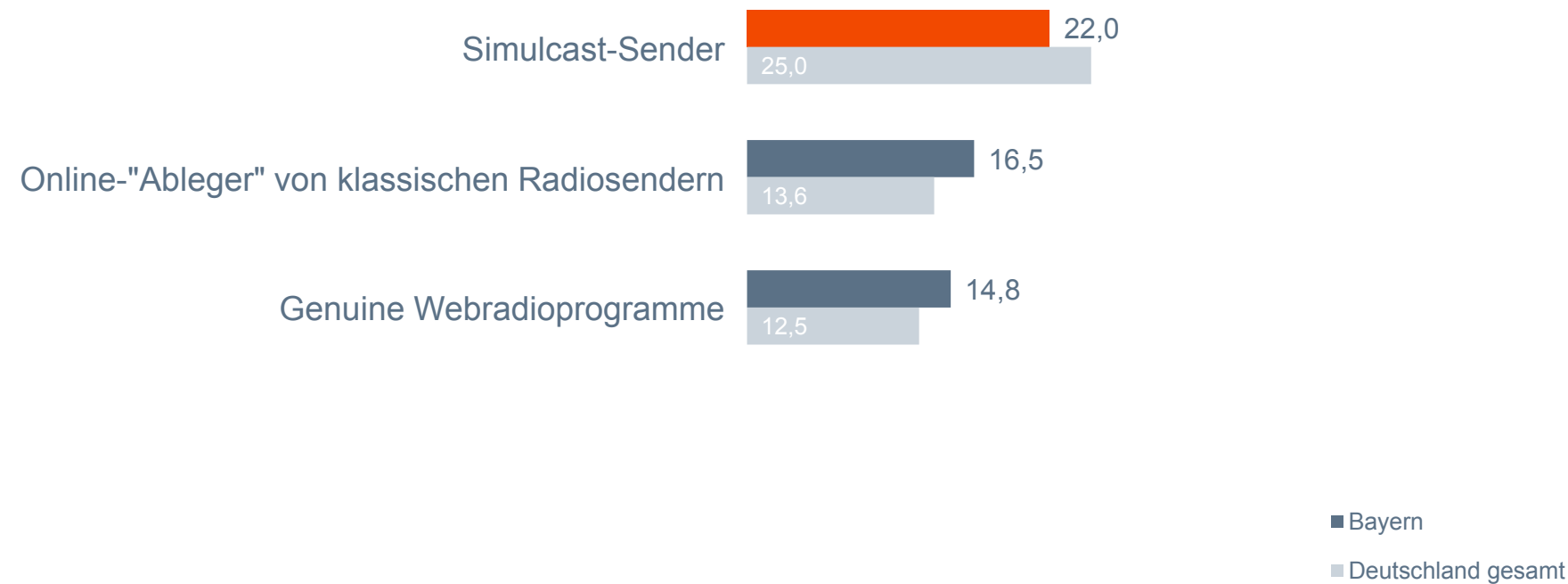
Zum Vergleich: Online-Audio-Nutzer in Deutschland gesamt: 58,3% - 40,844 Mio. Personen

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: 10,932 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern (n=750) / 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Rund 39% hören in Bayern Radio (auch) übers Internet – vor allem Simulcast-Sender. Spin-Offs klassischer Radioprogramme und „reine“ Webradioprogramme mit überdurchschnittlicher Nutzung.

Basis: Personen ab 14 Jahre in **Bayern**

Nutzung Online-Audio-Angebote im Detail: Webradio

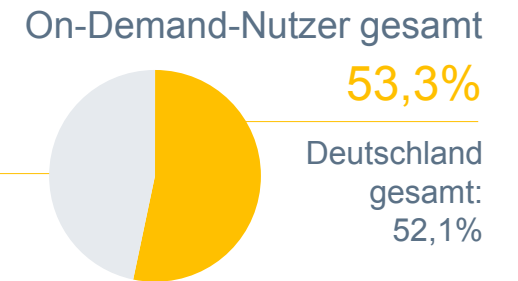
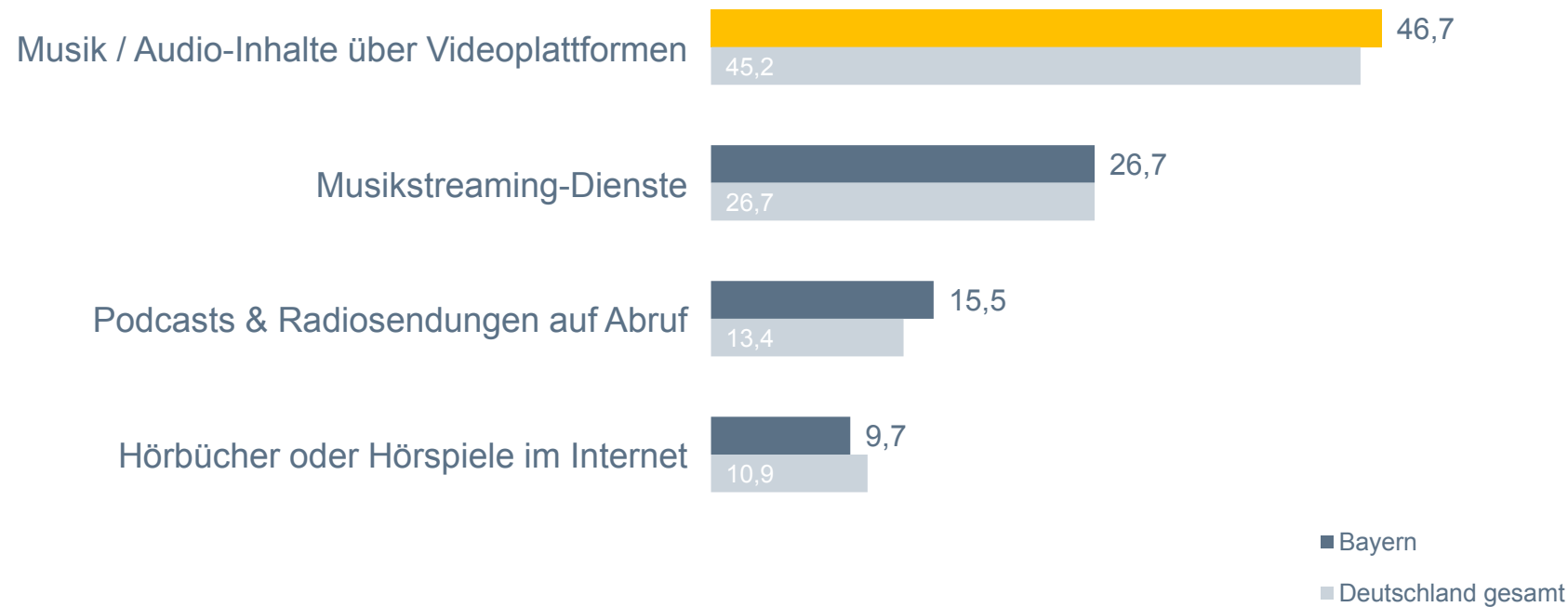


Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da ... ?/ Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 10,932 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern (n=750) / 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Gut jeder zweite ab 14-Jährige in Bayern hört Audio-Inhalte on Demand. Mehr als 15% – und damit überdurchschnittlich viele – rufen Podcasts oder Radiosendungen ab.

Basis: Personen ab 14 Jahre in **Bayern**

Nutzung Online-Audio-Angebote im Detail: Audio-on-Demand

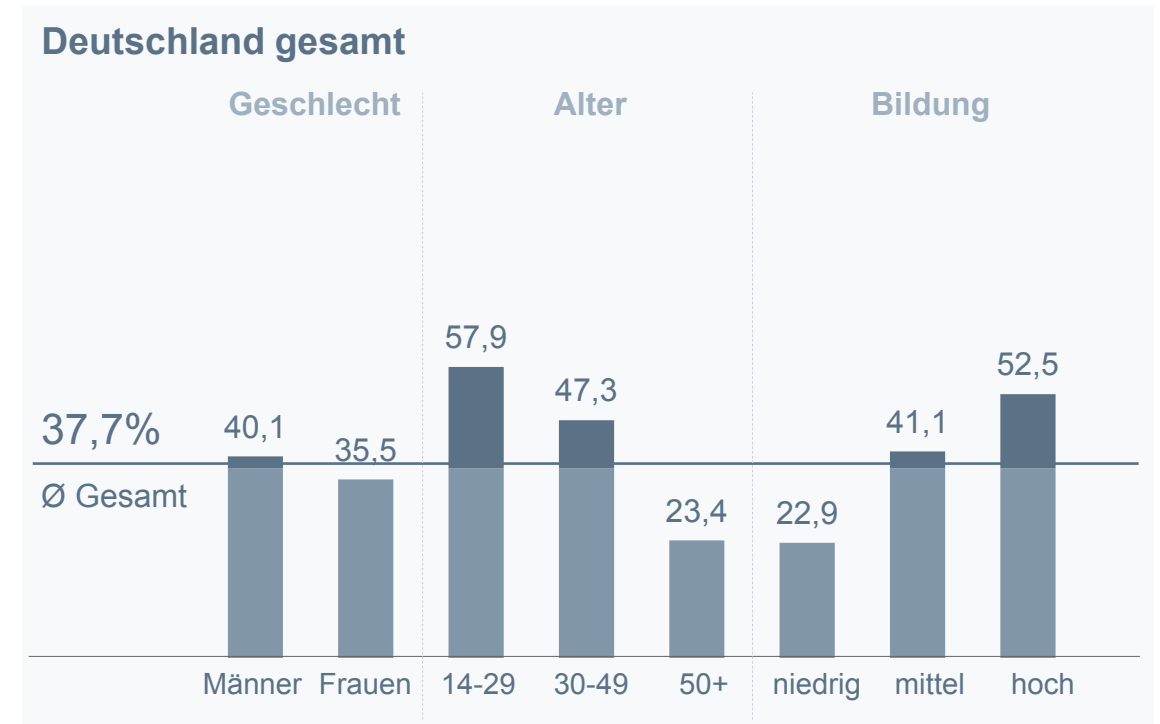
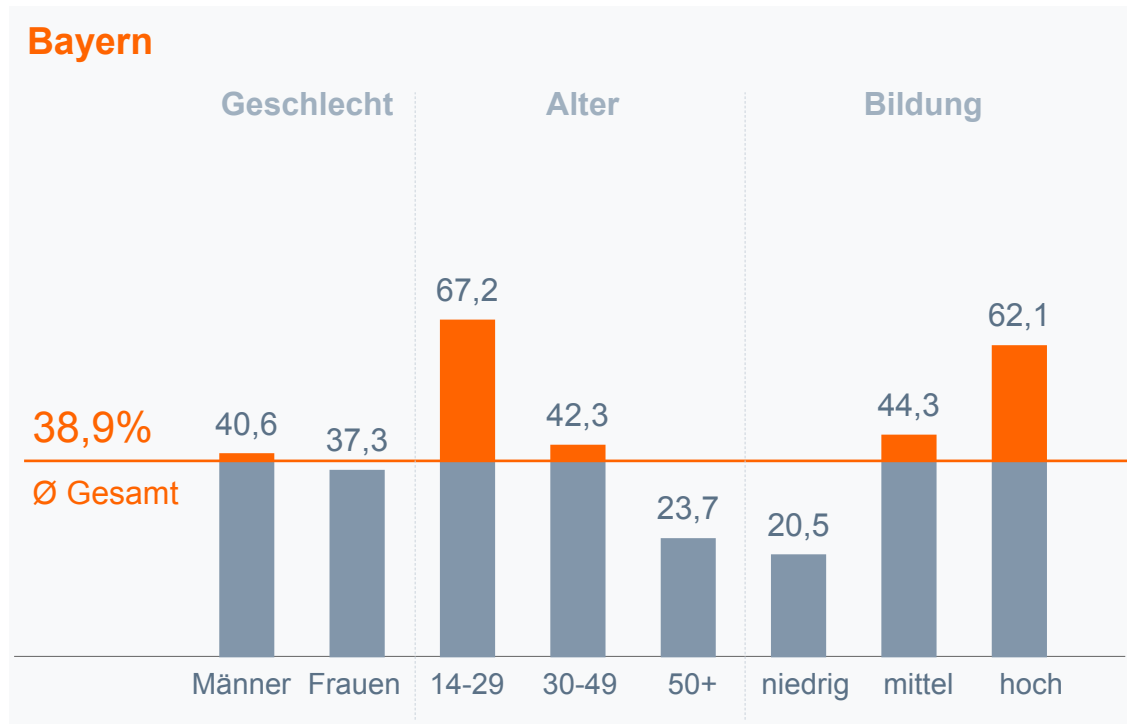


Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da ... ? / Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 10,932 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern (n=750) / 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

In Bayern noch deutlicher als in Deutschland gesamt: Webradio-Nutzer sind jung und formal hoch gebildet.

Basis: Personen ab 14 Jahre in **Bayern**

Webradio-Nutzer im Vergleich

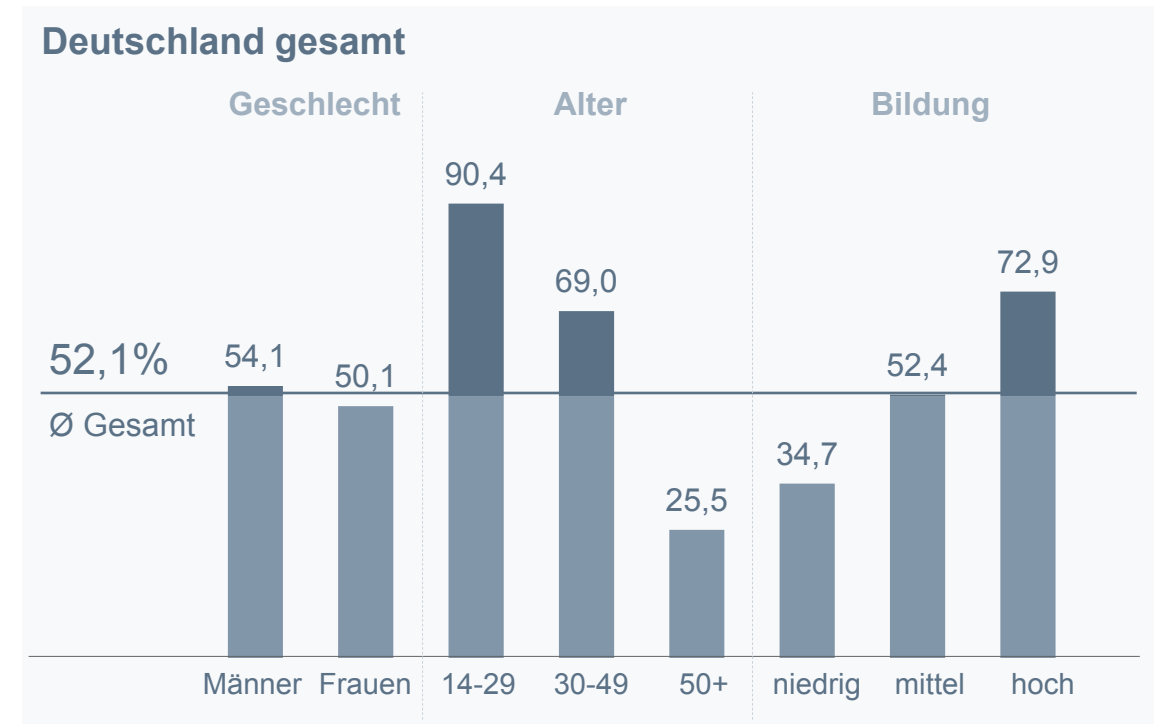
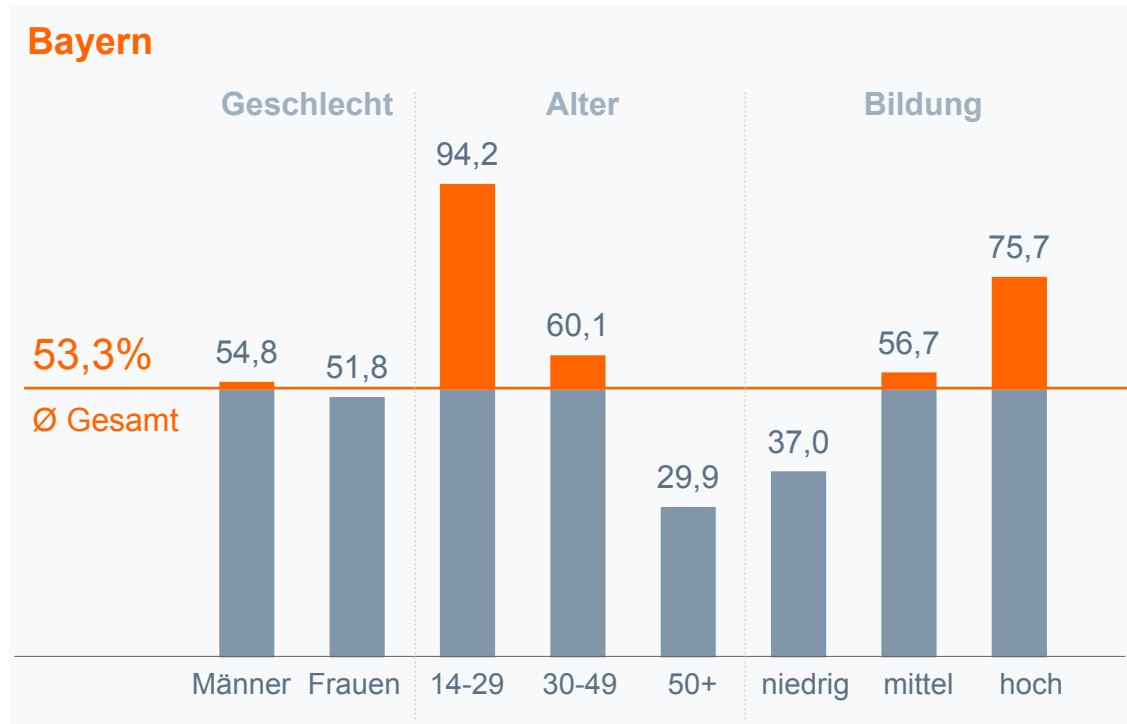


Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? Summe über alle Geräte = Webradio gesamt
Angaben in Prozent; Basis: 10,932 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern (n=750) / 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Leicht überdurchschnittliches Nutzungsniveau in Bayern über alle Gruppen hinweg; auch hier besteht ein klarer Zusammenhang zwischen Alter und formaler Bildung einerseits und AoD-Nutzung andererseits.

Basis: Personen ab 14 Jahre in **Bayern**

Audio-on-Demand-Nutzer im Vergleich



*Audio-on-Demand= Nettosumme Musik / Audio-Inhalte über Videoplattformen, Musikstreaming-Dienste, Podcasts & Radiosendungen auf Abruf, Hörbücher oder Hörspiele im Internet

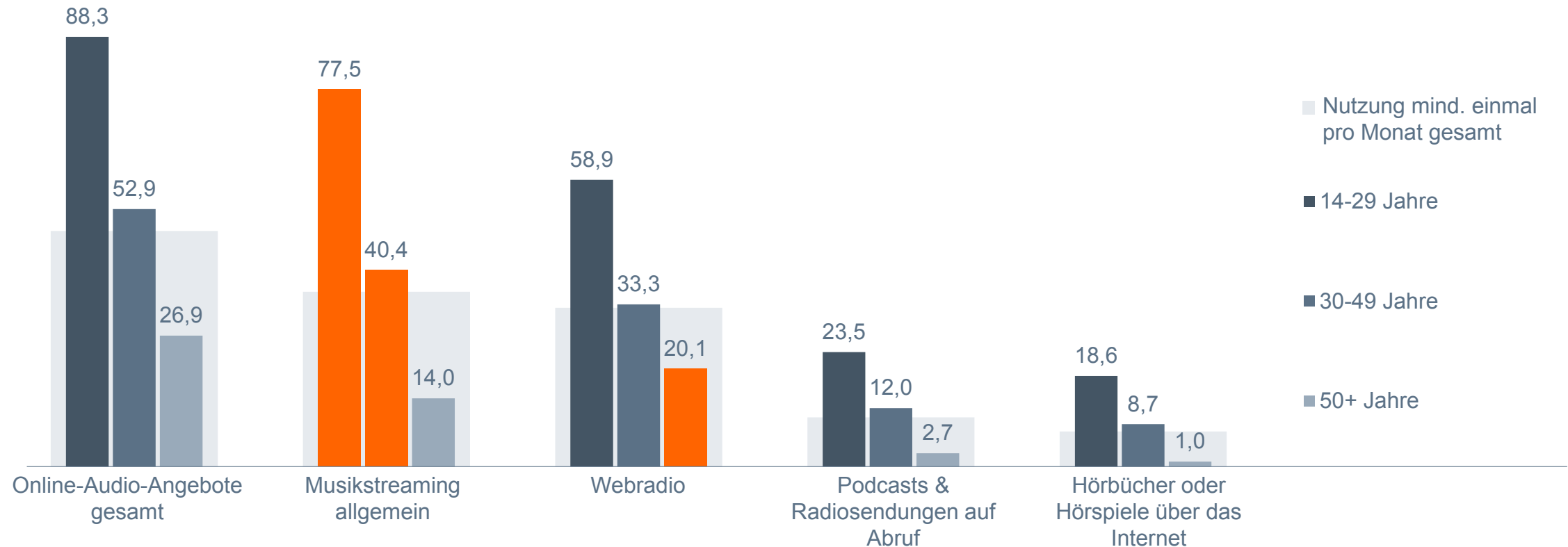
Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?

Angaben in Prozent; Basis: 10,932 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern (n=750) / 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850)

Von den 14-29-Jährigen nutzen bereits über 88% regelmäßig Audio-Inhalte aus oder übers Netz. Musikstreaming bei unter 50-Jährigen vorne, Webradio bei ab 50-Jährigen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in **Bayern**

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

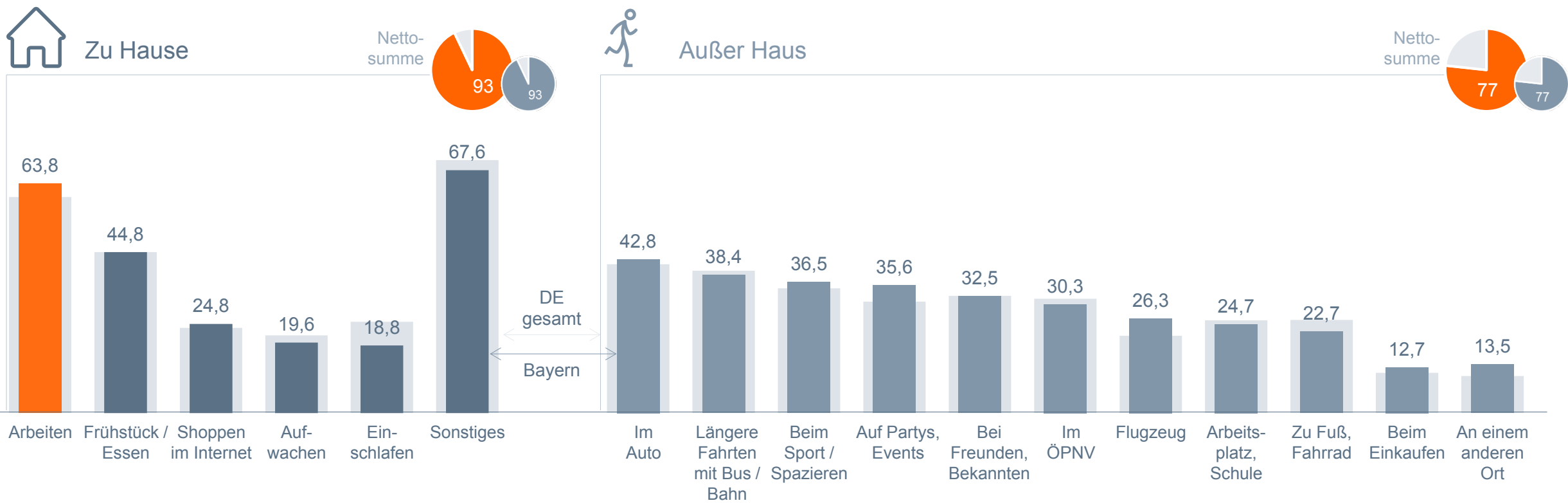


Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 10,932 Mio. Personen ab 14 Jahre in Bayern (n=750)

Nahezu jeder Online-Audio-Nutzer hört zu Hause Audio-Inhalte aus dem Internet, vor allem bei der (Haus-) Arbeit. Gut drei von vier tun dies auch unterwegs.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer in Bayern

Monatliche Nutzer: Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

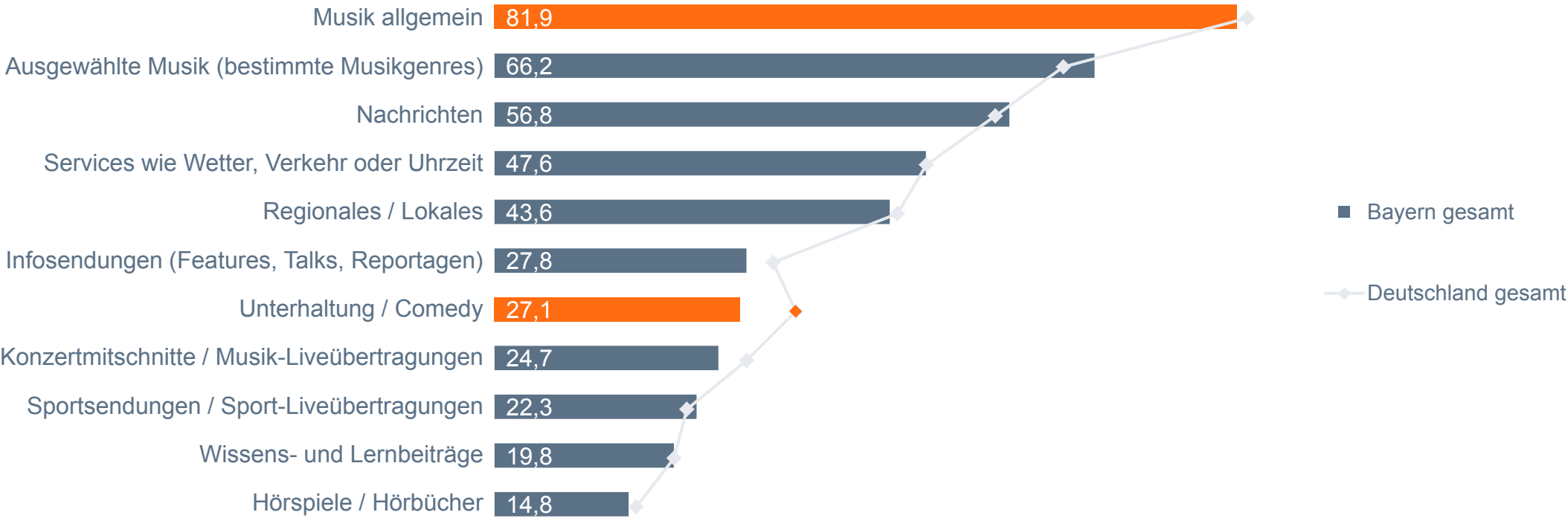


Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 5,283 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Bayern, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=440) / 32,802 Mio. in Deutschland (n=3.965)

Musik ist auch in Bayern dominierendes Nutzungsmotiv, gefolgt von News, Services und regionalen / lokalen Infos. Features, Talks und Reportagen platzieren sich hier knapp vor Unterhaltung und Comedy.

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Bayern



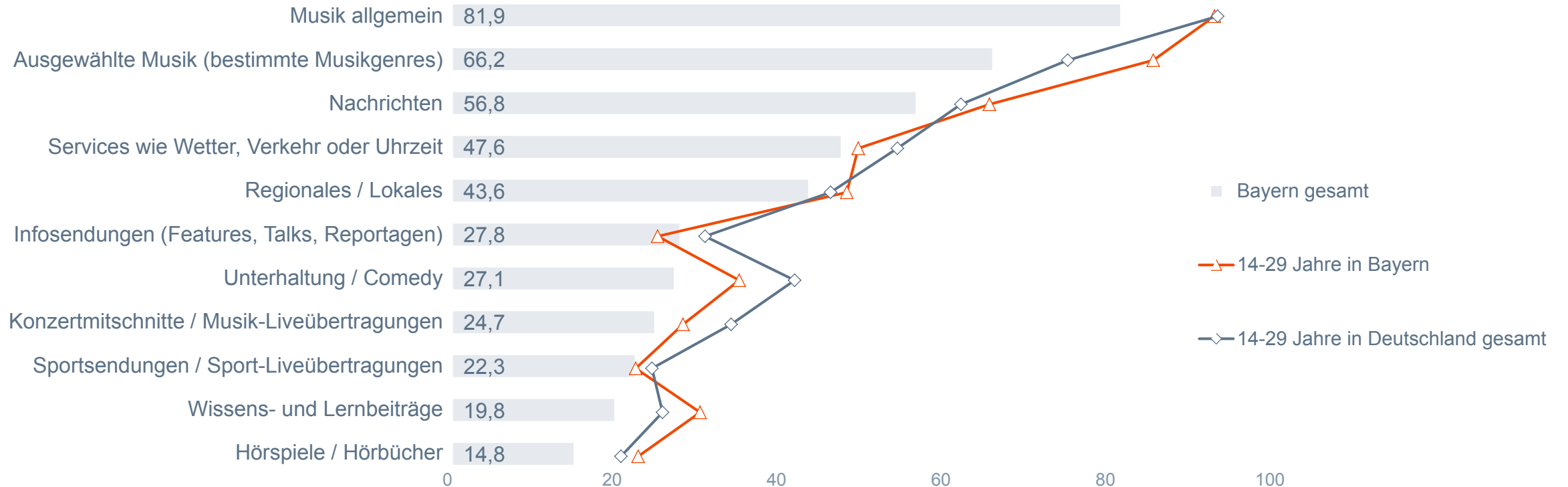
Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da...

Angaben in Prozent; Basis: 6,461 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=534) / 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Ähnliches Nutzungsprofil der 14-29-Jährigen in Bayern wie in Deutschland gesamt.
Größte Unterschiede bei ausgewählter Musik (mehr Nutzung in Bayern) und Comedy und Unterhaltung (weniger).

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt nach Alter

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre
in **Bayern**



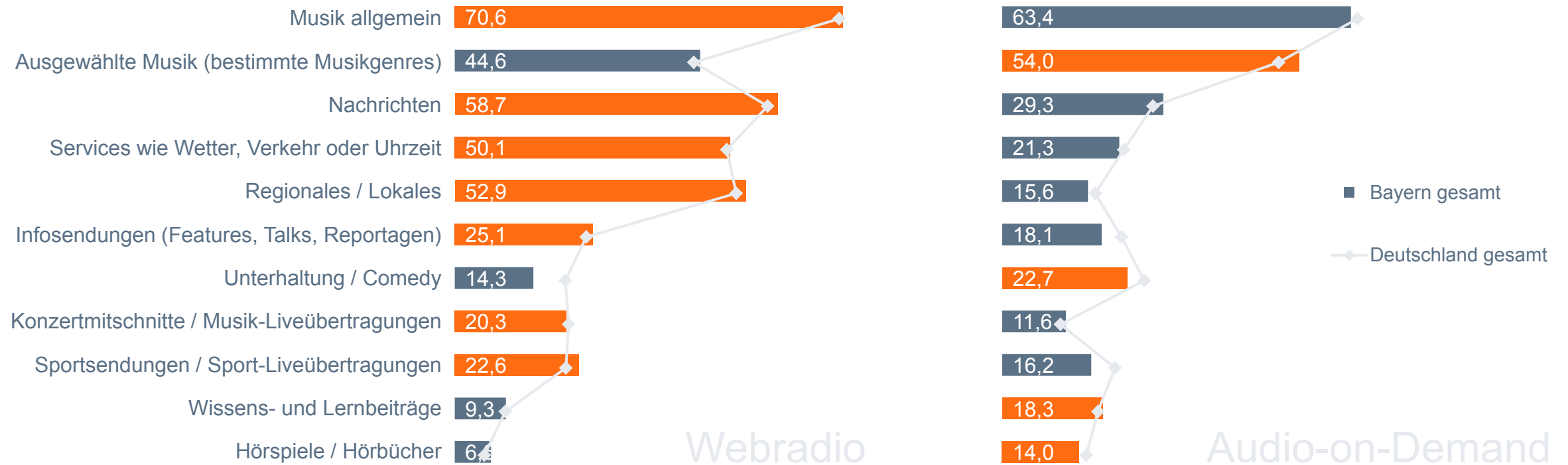
Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da...

Angaben in Prozent; Basis: 6,461 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=534) / 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

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

Genutzte Inhalte: Webradio vs. Audio-on-Demand

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre
in Bayern



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: 6,461 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=534) / 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Kostenfreie Nutzung überwiegt auch in Bayern bei weitem, aber knapp jeder dritte Online-Audio-Nutzer nutzt dort auch kostenpflichtige Angebote.

Nutzung kostenpflichtige Angebote

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre
in **Bayern**

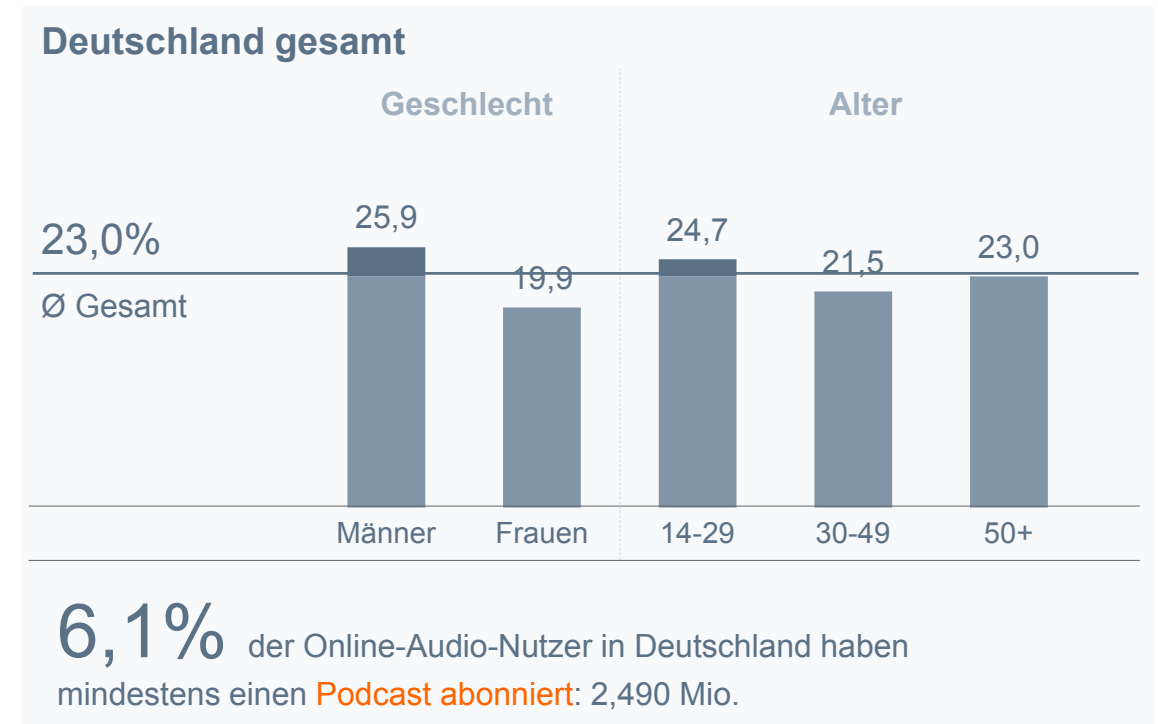
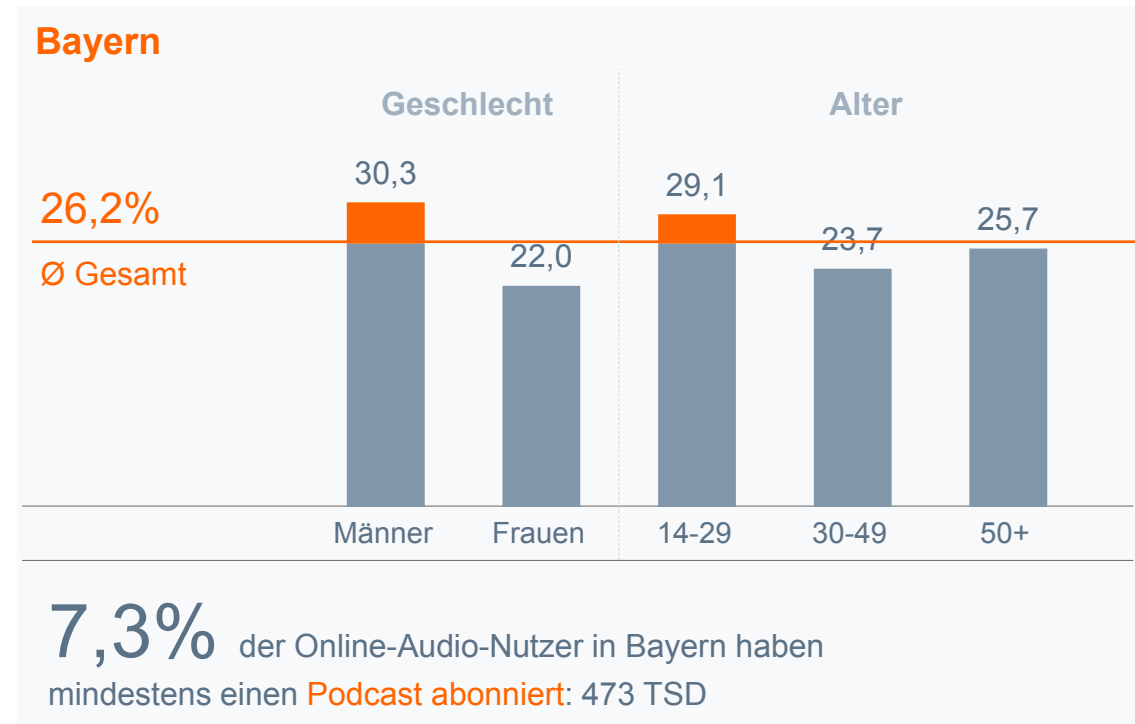


Frage: Wenn Sie einmal an alle Online-Radio- und Online-Audio-Angebote denken. Nutzen Sie auch kostenpflichtige Angebote?
Angaben in Prozent; Basis: 6,461 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=534) / 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Podcasts sind in Bayern angekommen: Mehr als jeder vierte ab 14-Jährige hört Podcasts oder Radiosendungen auf Abruf, über 7% haben mindestens einen Podcast abonniert.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in **Bayern**

Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf



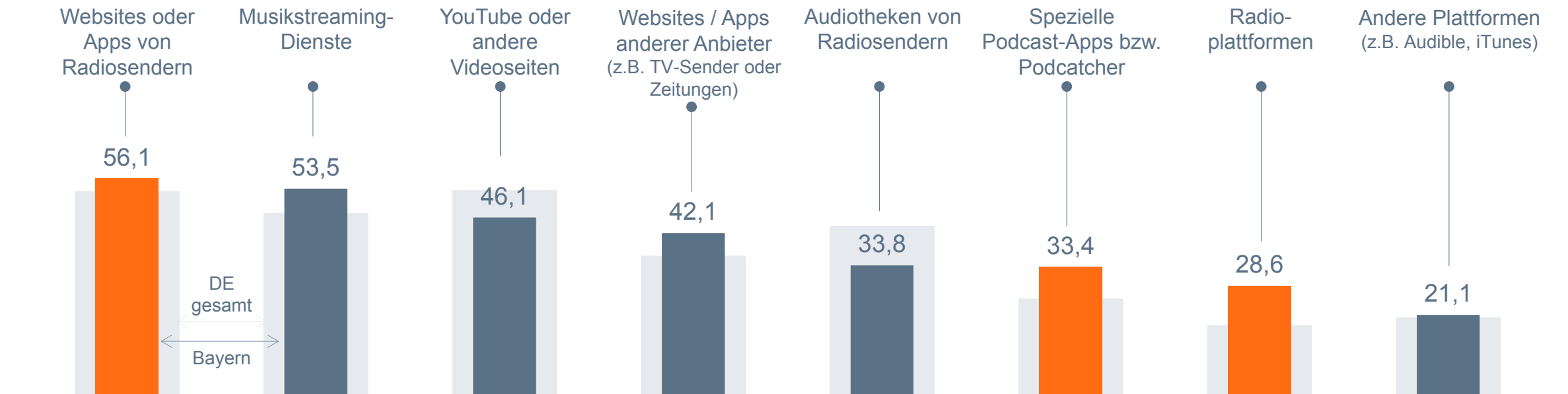
Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern? / Haben Sie auch Podcasts bzw. Podcast-Reihen abonniert?

Angaben in Prozent; Basis: 6,461 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=534) / 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

Anders als in Deutschland gesamt: Webseiten oder Apps von Radiosendern und Musikstreaming-Dienste in Bayern vor YouTube. Überdurchschnittlich viele greifen auch über spezielle Podcast-Apps und Radioplattformen auf Podcasts zu.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

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



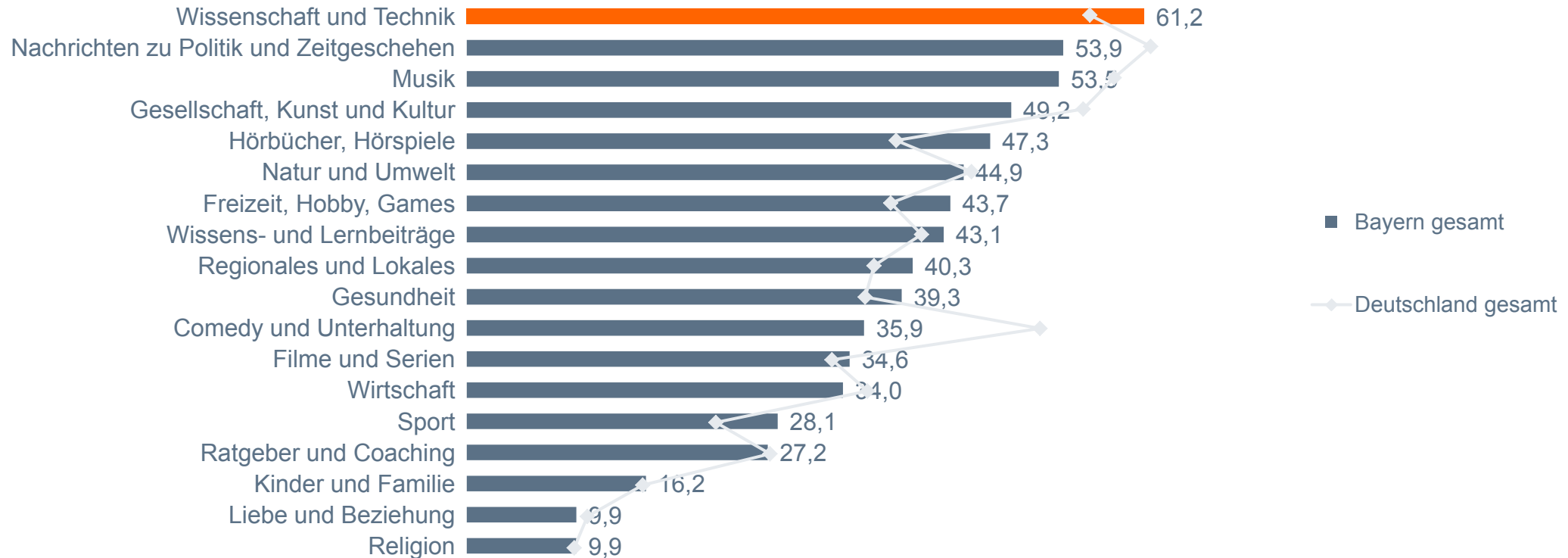
Frage: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

Angaben in Prozent; Basis: 1,105 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Bayern (n=92), die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=92) / 6,458 Mio. in Deutschland (n=942)

Wissenschaft und Technik vor News und Musik. Hörspiele und Hörbücher spielen in Bayern eine größere Rolle, Unterhaltung und Comedy hier nur auf dem 11. Rangplatz.

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Genutzte Inhalte

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



Frage: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?

Angaben in Prozent; Basis: 1,105 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Bayern (n=92), die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n=92) / 6,458 Mio. in Deutschland (n=942)

Smart Speaker in Bayern: Bekannt, aber bislang noch wenig genutzt.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre
in **Bayern**

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Bekanntheit / Zugang / Anschaffungsabsicht

Bayern

91,1

Bekanntheit

7,2

Zugang

3,4

Anschaffungsabsicht
(Erstanschaffung)

Deutschland gesamt

90,2

Bekanntheit

8,4

Zugang

5,1

Anschaffungsabsicht
(Erstanschaffung)

Frage: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung? / 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? Und planen Sie, in nächster Zeit einen solchen digitalen, sprachgesteuerten Assistenten zu erwerben?
Angaben in Prozent; Basis: 6,461 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=534) / 40,844 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851)

A man with a beard and short hair is wearing large white over-ear headphones. He is looking down at a smartphone held in his hands. He is wearing a light-colored jacket over a collared shirt. The background is a bright, out-of-focus interior space with a large window featuring a grid pattern. A semi-transparent white horizontal bar is positioned across the middle of the image, and a thin blue line is visible at the bottom edge of the frame.

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, -Dienstleistungen 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:	<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 (Anteil Mobilnummern: 20% in der Gesamtstichprobe Basis + Altersklassen + Aufstockung). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

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:	<p>Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalte: Webradio vs. Audio-on-Demand, detailliert nach:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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) <p>Schwerpunkthemen der Erhebung 2018 waren:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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

