ONLINE-AUDIO-MONITOR 2020

August 2020

Auftraggeber:

BLM

BVDW

LFK: Die Medienanstalt für Baden-Württemberg

LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW

mabb_

VAUNET Verband Privater Medien

Umsetzung:

mindline media

Inhaltsverzeichnis

1 **Nutzung Online-Audio-Angebote** ab Seite 3

2 **Nutzungsintensität und -anteile** ab Seite 13

3 **Genutzte Geräte** ab Seite 20

4 **Genutzte Inhalte** ab Seite 24

5 **Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungssituationen** ab Seite 29

6 **Fokus Online-Audio-Nutzung im Auto** ab Seite 37

7 **Kostenpflichtige Online-Audio-Nutzung** ab Seite 45

8 **Podcasts und Radiosendungen auf Abruf** ab Seite 50

9 **Smart Speaker** ab Seite 71

10 **Methodische Hinweise** Seite 85

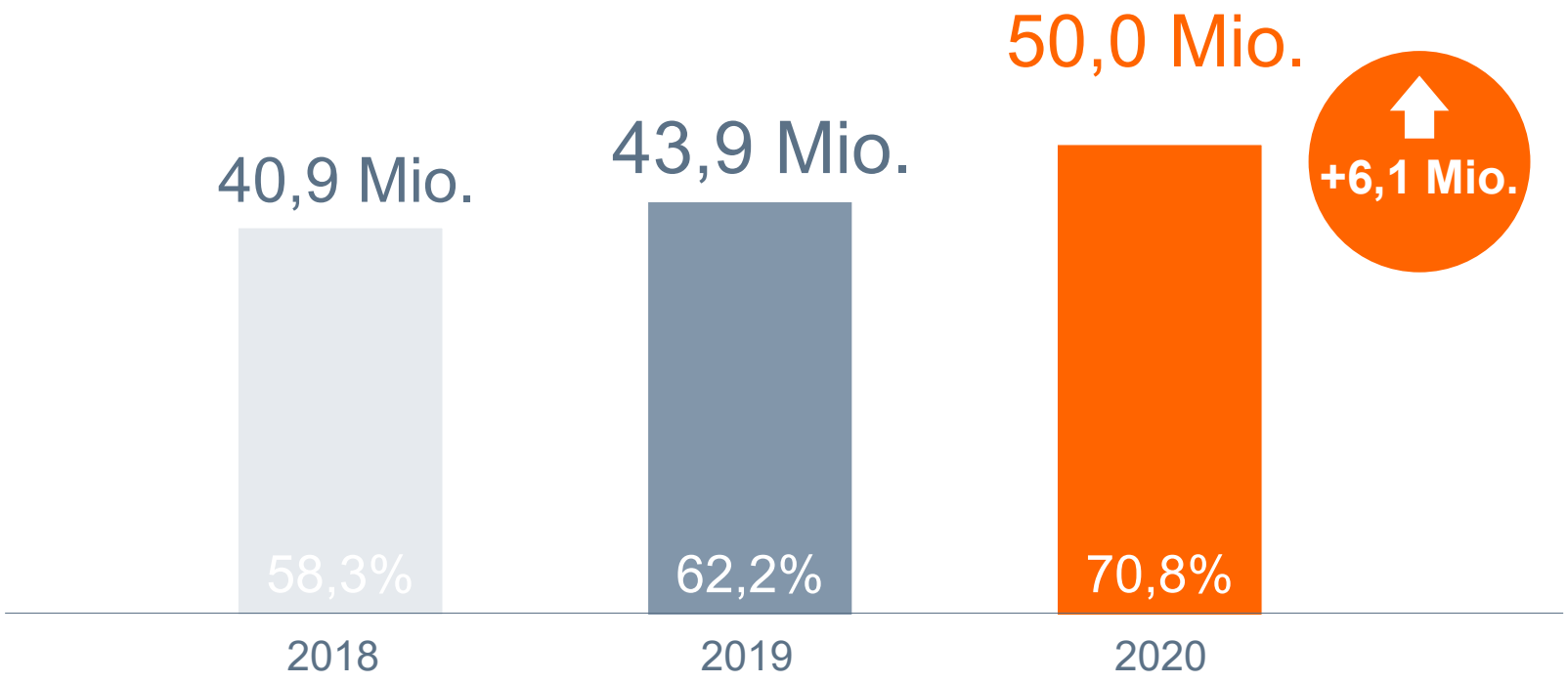
1 Nutzung Online-Audio-Angebote

Mehr als zwei Drittel der Bevölkerung in Deutschland nutzen Online-Audio-Angebote. Insgesamt 6 Millionen mehr als im Vorjahr.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent / in Mio. Personen



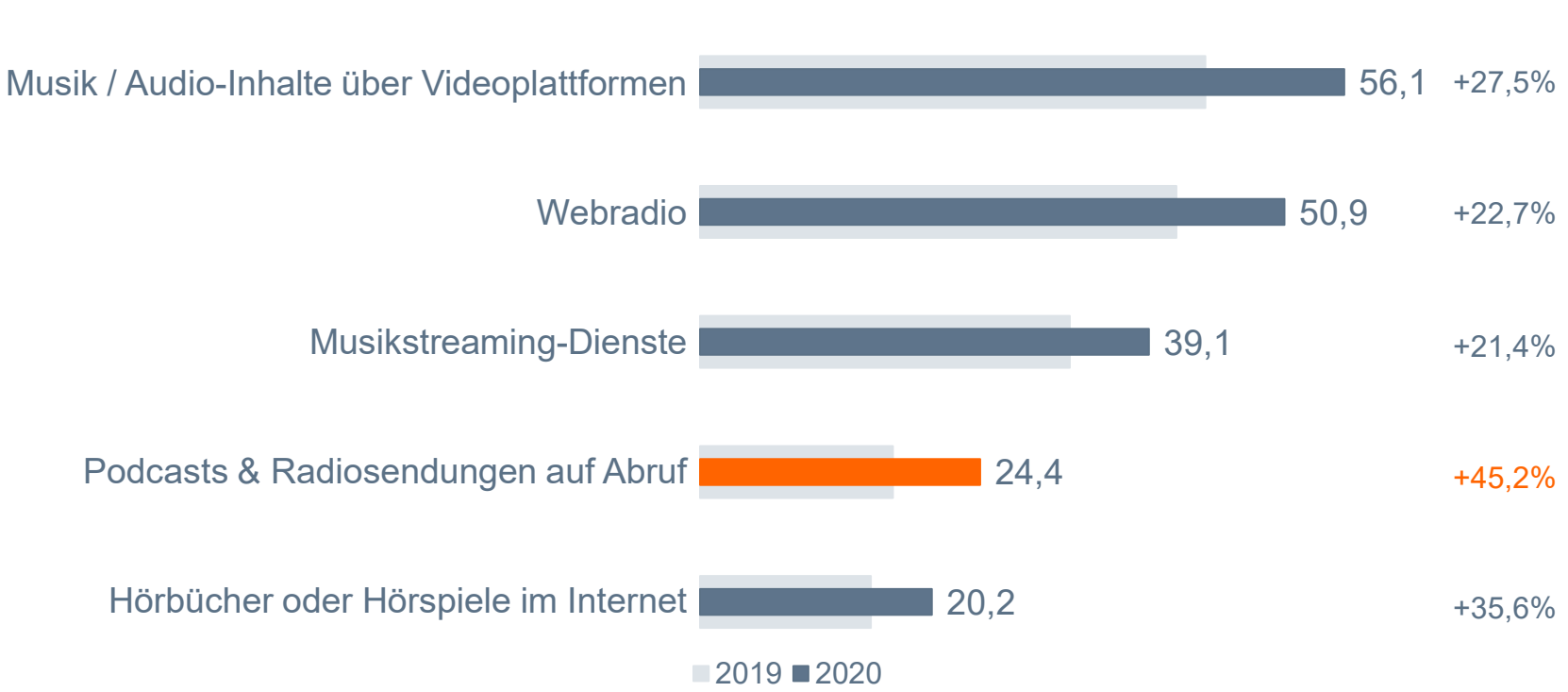
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten oder in sogenannten Audiotheken bereitgestellt werden. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.483)

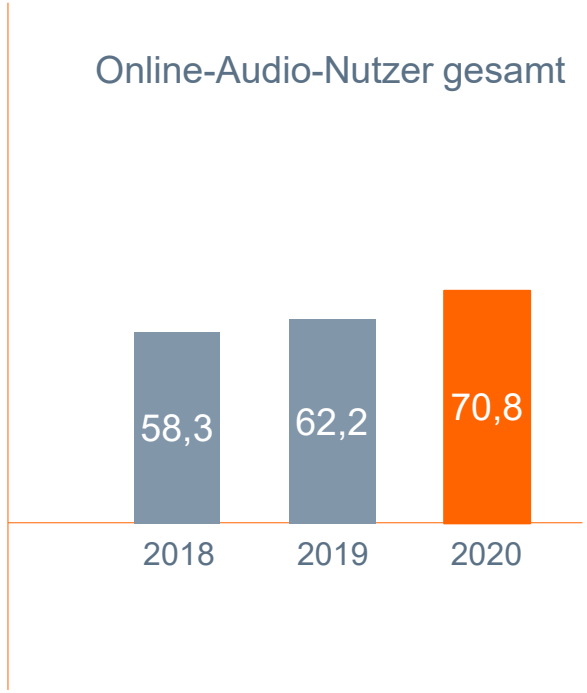
Alle Online-Audio-Kategorien auf Wachstumskurs, Podcast-Nutzung legt am deutlichsten zu.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote: 2020 vs. 2019

Angaben in Prozent





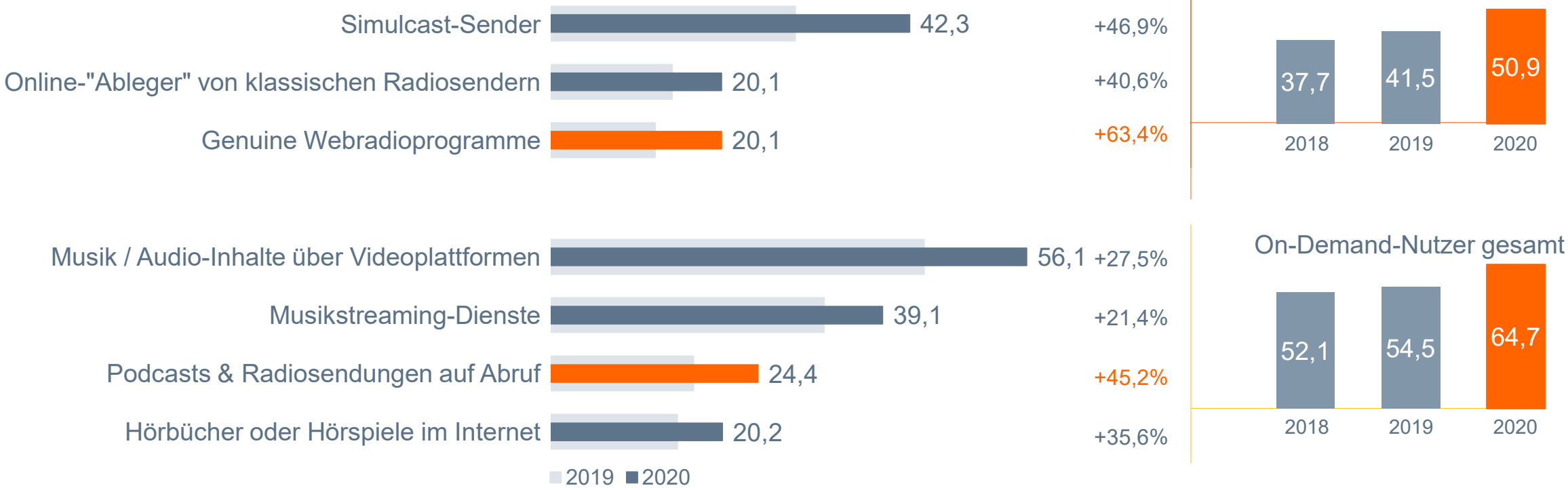
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf 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 2019 / 2020: 70,445 / 70.598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.554 / 8.483)

Jeder Zweite nutzt Webradio, knapp zwei Drittel Audio-on-Demand-Inhalte. Genuine Webradioprogramme und Podcasts mit jeweils überdurchschnittlichem Zuwachs.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote im Detail

Angaben in Prozent



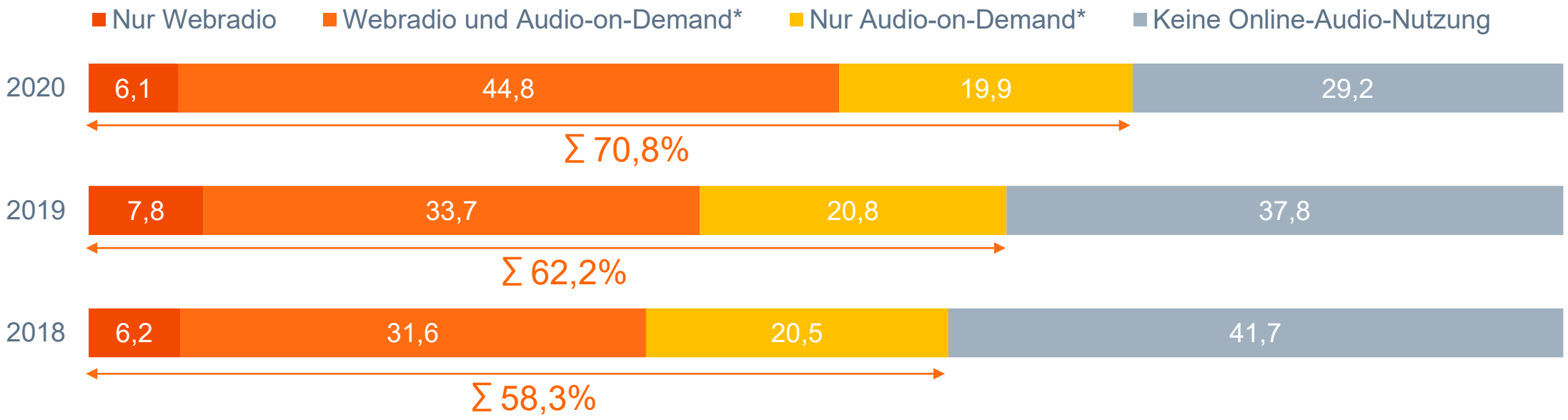
Frage 4: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da … ? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 70,445 / 70.598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.554 / 8.483)

Über zwei Fünftel nutzen Webradio und Audio-on-Demand, jeder Fünfte beschränkt sich online auf On-Demand-Inhalte. Deutlich mehr Webradio- *und* AoD-Nutzer als im Vorjahr.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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

Angaben in Prozent



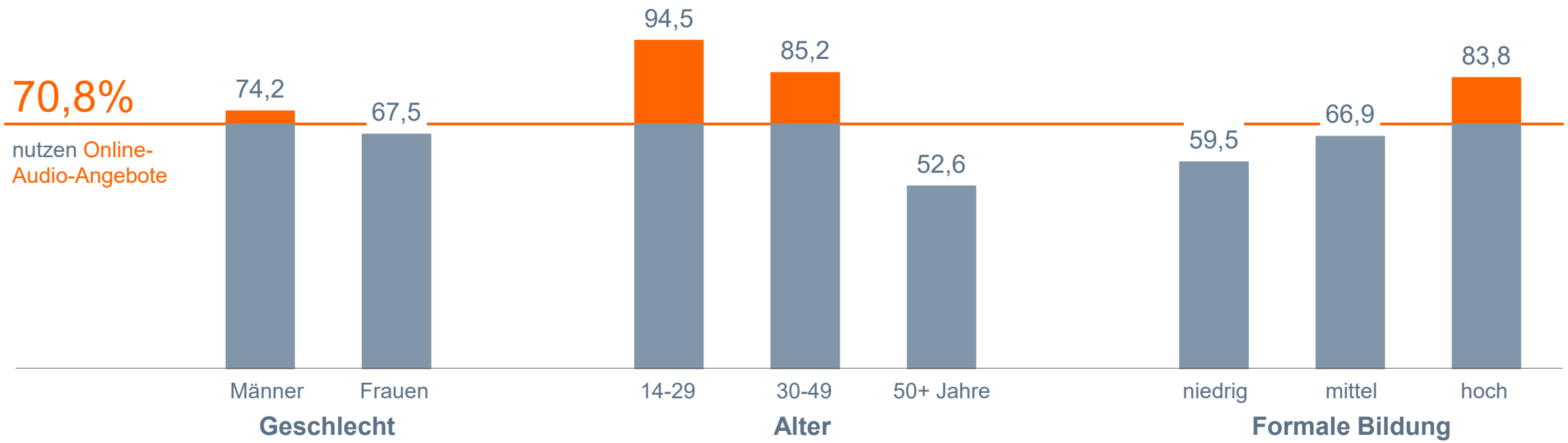
*Audio-on-Demand = Nettosumme Musik / Audio-Inhalte über Videoplattformen, Musikstreaming-Dienste, Podcasts & Radiosendungen auf Abruf, Hörbücher oder Hörspiele im Internet
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019 / 2020: 70,094 / 70,445 / 70.598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 7.850 / 7.554 / 8.483)

Klarer Zusammenhang zwischen Online-Audio-Nutzung und Alter: Je jünger, desto mehr. Auch deshalb aktuell überdurchschnittlich viele mit formal hohem Bildungsabschluss.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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

Angaben in Prozent



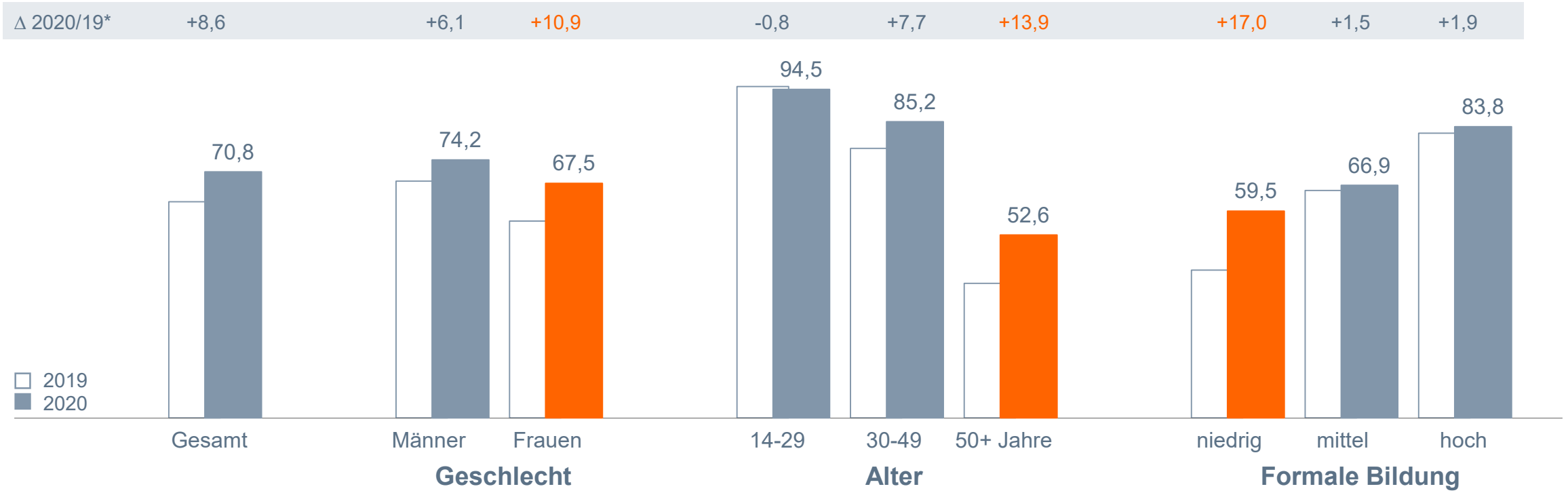
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf 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: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.483)

Online-Audio kommt zunehmend in der Gesamtbevölkerung an: Frauen, Personen ab 50 Jahren und mit formal niedrigem Bildungsabschluss mit überdurchschnittlichem Zuwachs.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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

Angaben in Prozent



* Abweichung in Prozentpunkten

Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch 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 2019 / 2020: 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 7.554 / 8.483)

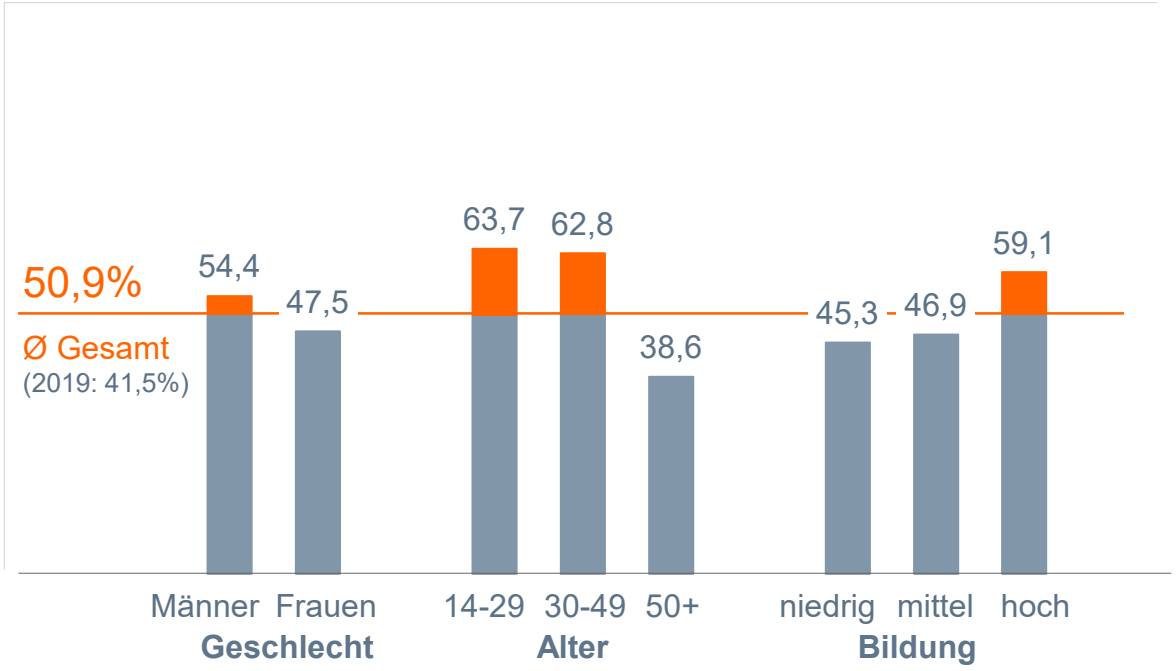
Insbesondere Audio-on-Demand-Inhalte werden deutlich mehr von Jüngeren und Personen mit formal hoher Bildung gehört.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

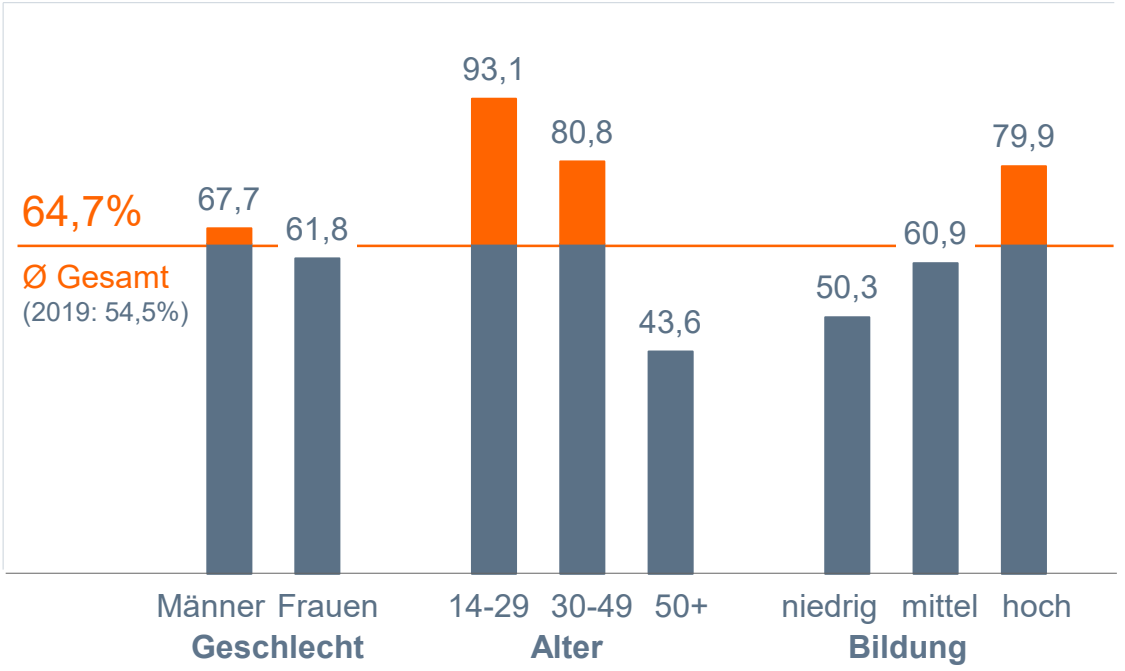
Online-Audio-Nutzer nach Geschlecht, Alter und Bildung

Angaben in Prozent

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 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 7.554 / 8.483)

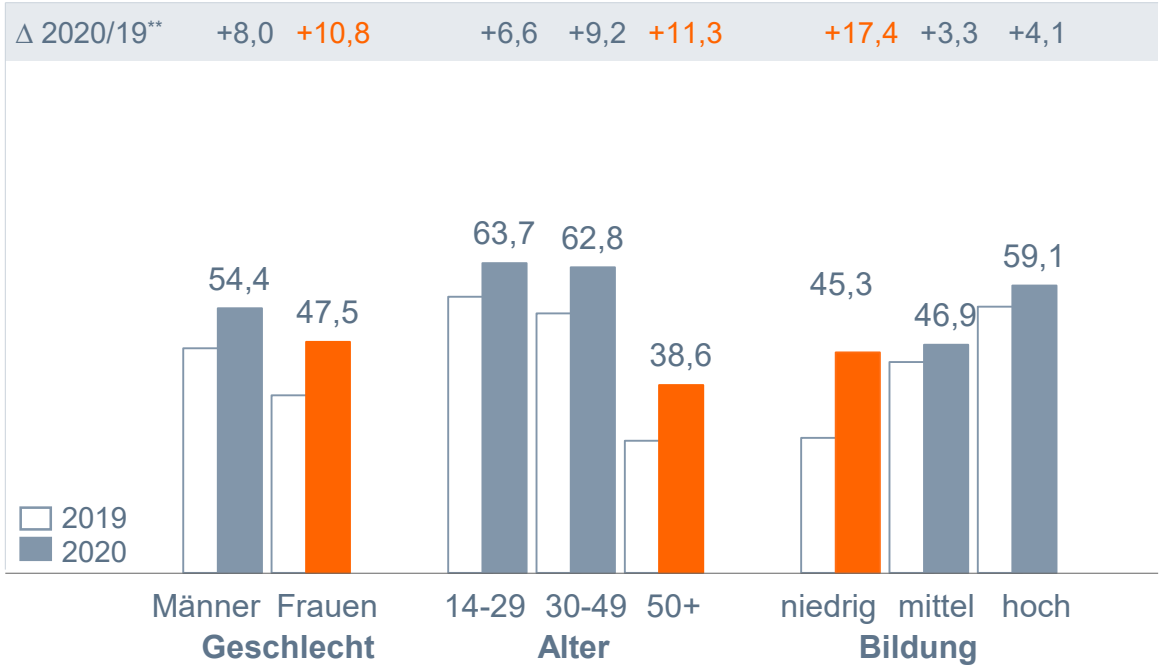
Webradio wie on-Demand: Frauen, ab 50-Jährige und Personen mit formal niedrigem Bildungsabschluss zeigen die höchsten Zuwächse.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

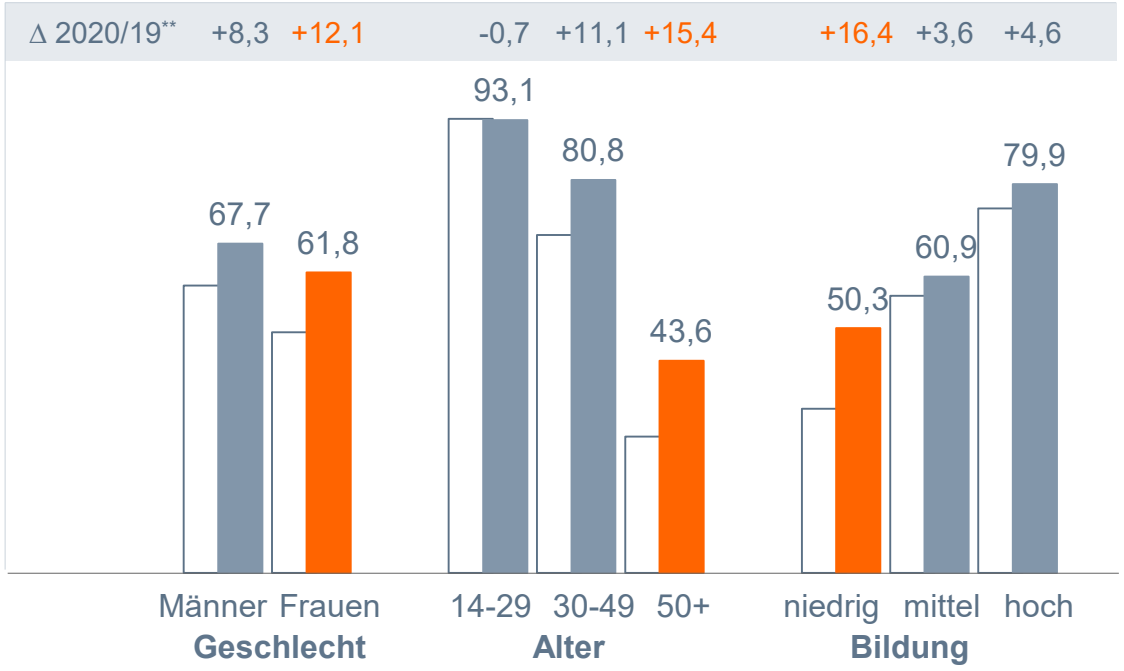
Online-Audio-Nutzer nach Geschlecht, Alter und Bildung: 2020 vs. 2019

Angaben in Prozent

Webradio



Audio-on-Demand*



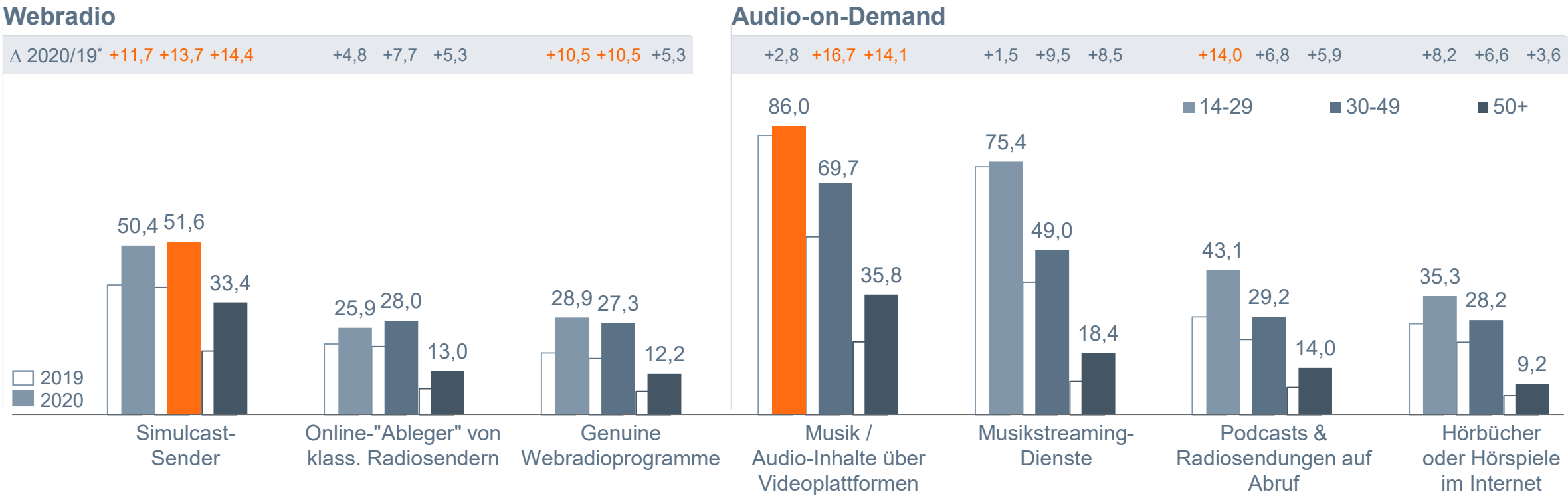
*Audio-on-Demand= Nettosumme Musik / Audio-Inhalte über Videoplattformen, Musikstreaming-Dienste, Podcasts & Radiosendungen auf Abruf, Hörbücher oder Hörspiele im Internet ** Abweichung in Prozentpunkten
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 7.554 / 8.483)

Audio über Videoplattformen und Musikstreaming besonders beliebt bei unter 30-Jährigen. Bei Simulcast-Sendern und Online-“Ablegern“ klassischer Radios 30- bis 49-Jährige vorne.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent



* Abweichung in Prozentpunkten

Frage 4: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da … ? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?

Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 70,445 / 70.598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.554 / 8.483)

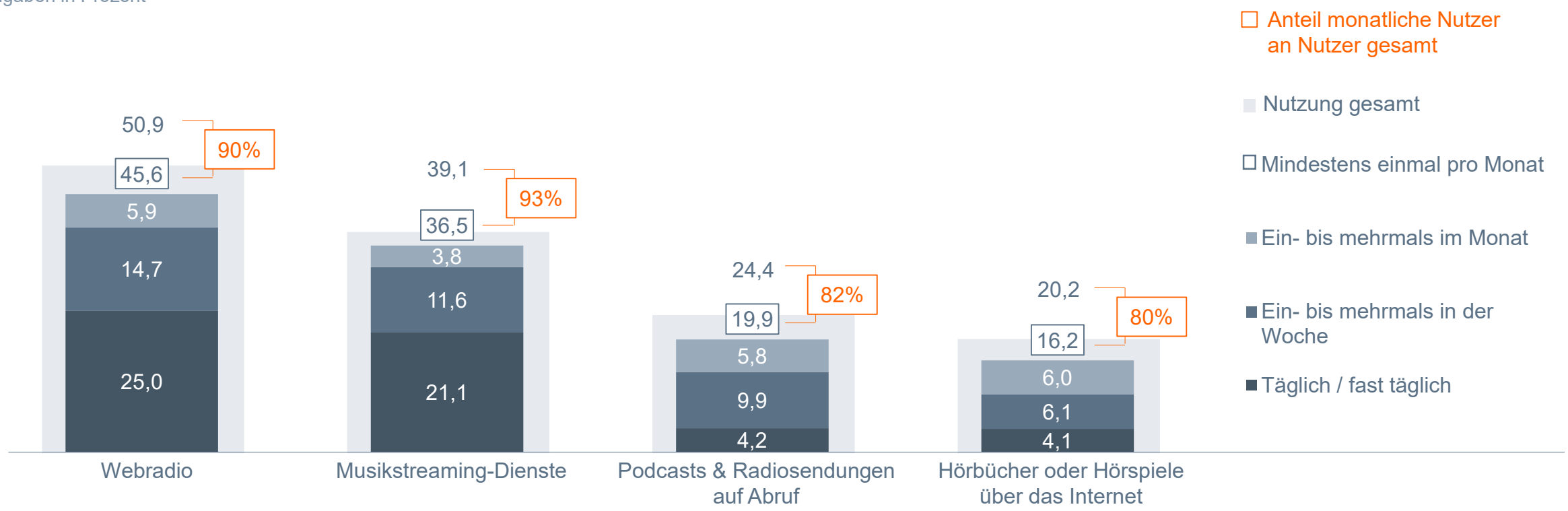
2 Nutzungsintensität und -anteile

Musikstreaming-Dienste und Webradio haben anteilig die meisten regelmäßigen Nutzer.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent



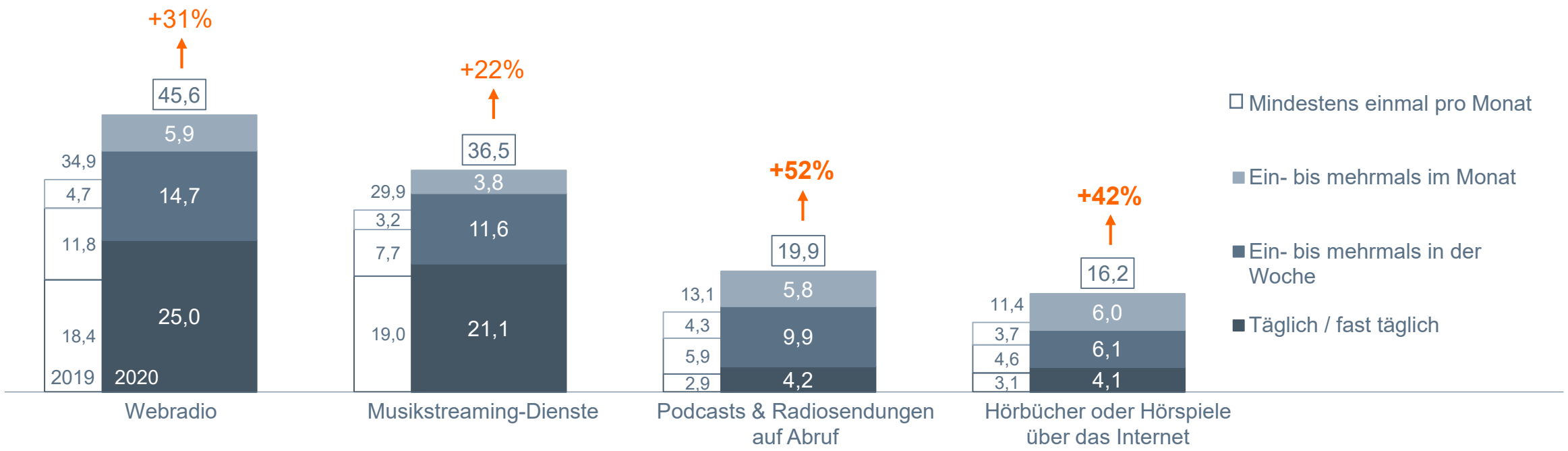
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2020: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 8.483)

Die regelmäßige Nutzung steigt bei allen Online-Audio-Angeboten deutlich an – relativ betrachtet am stärksten bei Podcasts und Hörbüchern.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote – Regelmäßige Nutzung im Trend

Angaben in Prozent



* Abweichung in Prozentpunkten

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

Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 7.554 / 8.483)

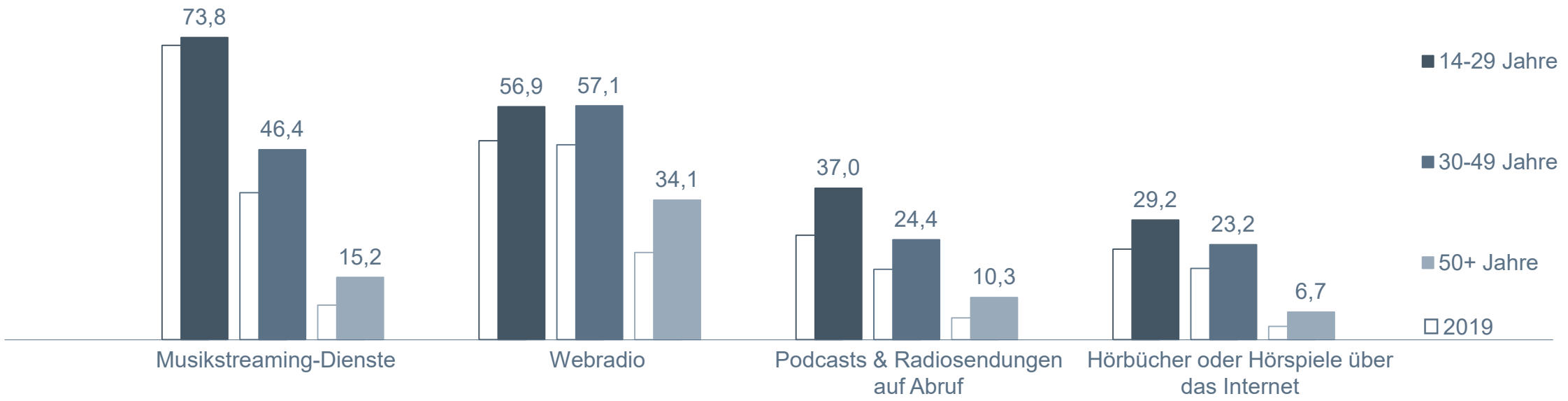
Altersspezifische Top-Zuwächse: Musikstreaming-Dienste gewinnen überdurchschnittlich viele 30-49-jährige, Webradio ab 50-jährige, Podcasts unter 30-jährige regelmäßige Hörer.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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

Angaben in Prozent

Δ 2020/19*	+1,9	+10,5	+6,8		+8,3	+9,5	+12,8		+11,5	+7,2	+5,0		+7,1	+5,8	+3,5



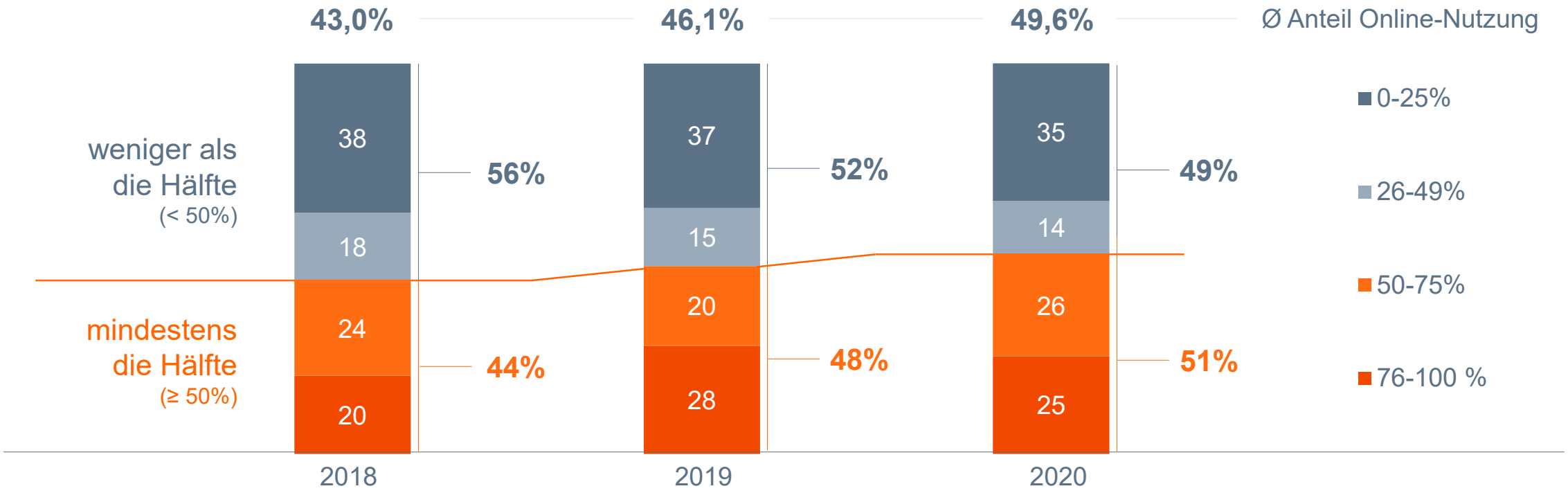
* Abweichung in Prozentpunkten
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 7.554 / 8.483)

Mehr als jeder zweite Online-Audio-Nutzer verbringt mittlerweile mehr als die Hälfte seiner gesamten „Audio-Zeit“ mit gestreamten oder als Download gespeicherten Audio-Inhalten.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt

Angaben in Prozent



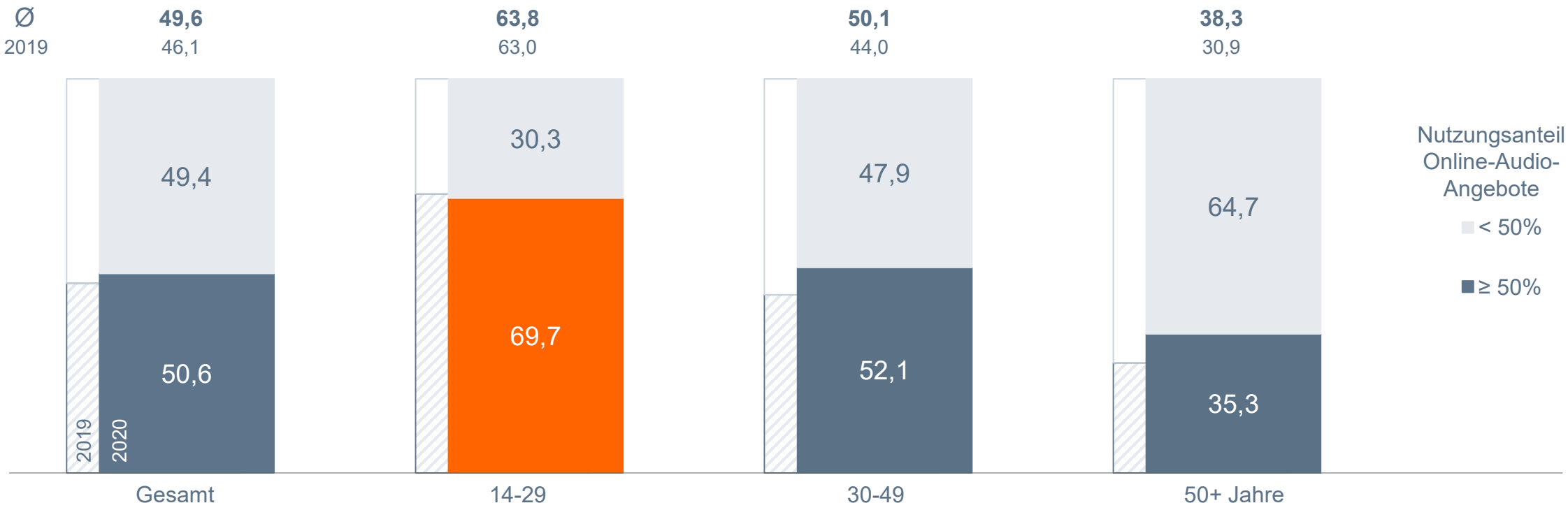
Frage 21: Wenn Sie Ihre derzeitige Radio- und Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
Angaben in Prozent, bereinigt um weiß nicht; Basis 2018 / 2019 / 2020: 40,844 / 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.851 / 4.801 / 6.313)

Nach wie vor gilt: Je jünger, desto höher der Anteil, der mindestens die Hälfte der gesamten „Audio-Zeit“ mit Online-Audio-Inhalten verbringt. Ab 30-Jährige rücken aber nach.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt nach Alter

Angaben in Prozent



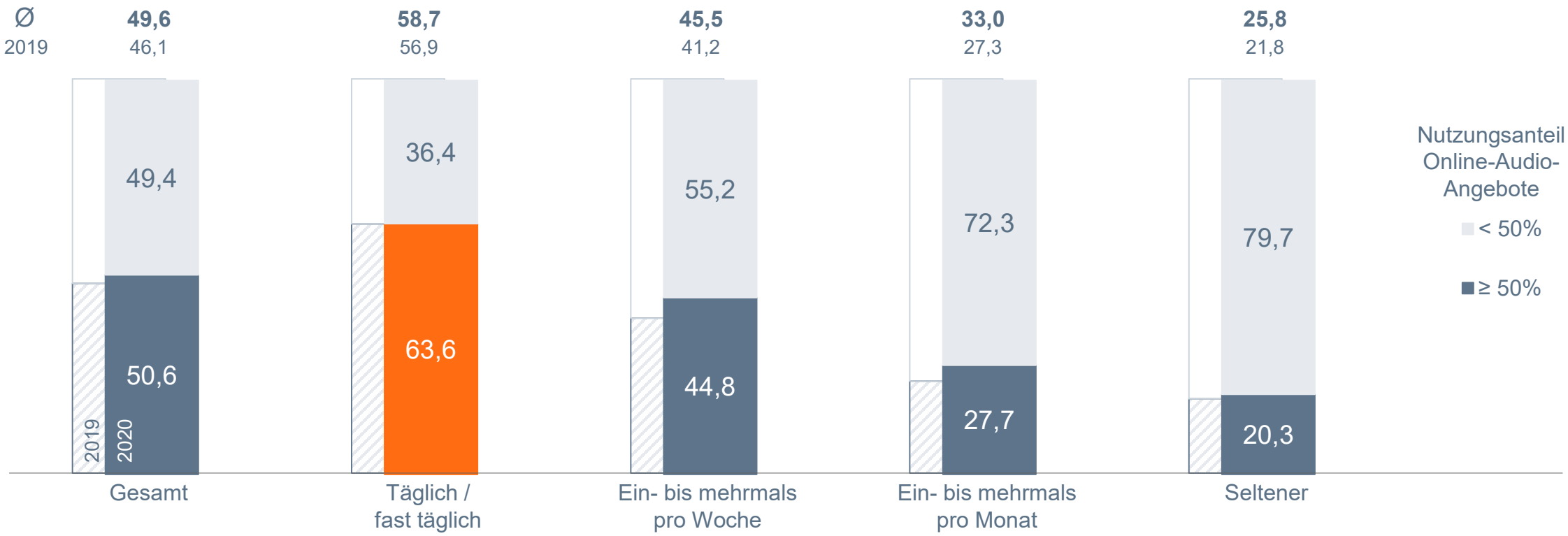
Frage 21: Wenn Sie Ihre derzeitige Radio- und Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
Angaben in Prozent, bereinigt um weiß nicht; Basis 2019 / 2020: 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.801 / 6.313)

Intensivnutzer hören erwartungsgemäß überwiegend Audio-Inhalte über das Internet. Nicht-tägliche Online-Audio-Nutzer hören mehrheitlich noch offline.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt nach Nutzungsfrequenz

Angaben in Prozent



Frage 21: Wenn Sie Ihre derzeitige Radio- und Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
Angaben in Prozent, bereinigt um weiß nicht; Basis 2019 / 2020: 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.801 / 6.313)

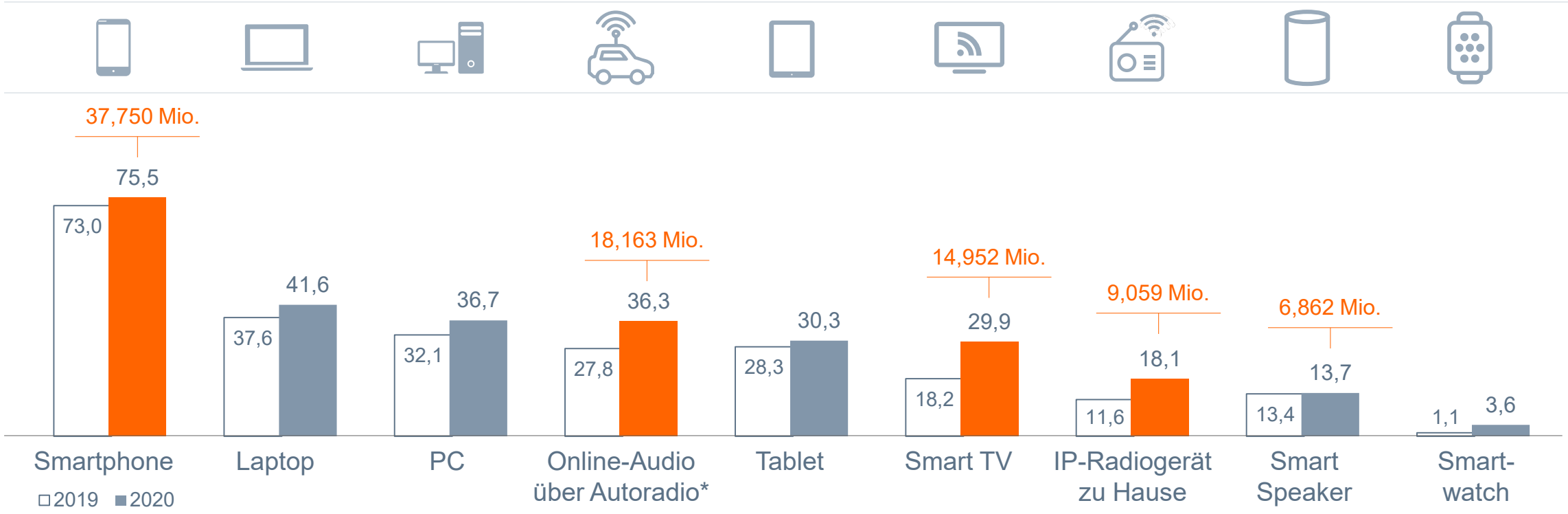
3 Genutzte Geräte

Das Smartphone bleibt das Online-Audio-Gerät Nr. 1. Die Nutzung über das Autoradio und per Smart TV sowie über IP-Radio steigt deutlich an.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent



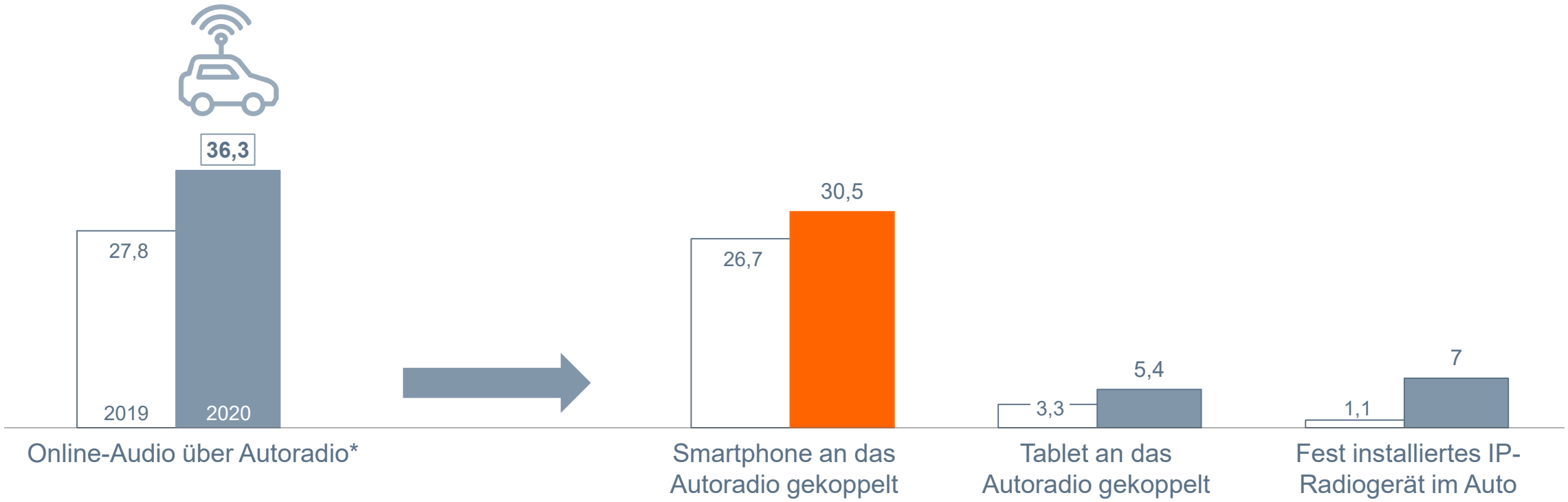
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis 2019 / 2020: 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.801 / 6.313)

Die Nutzung im Auto erfolgt größtenteils durch die Kopplung des Smartphones an das Autoradio. Deutlich mehr als zuletzt geben auch ein fest installiertes IP-Autoradio an.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt – Nutzung im Auto

Angaben in Prozent



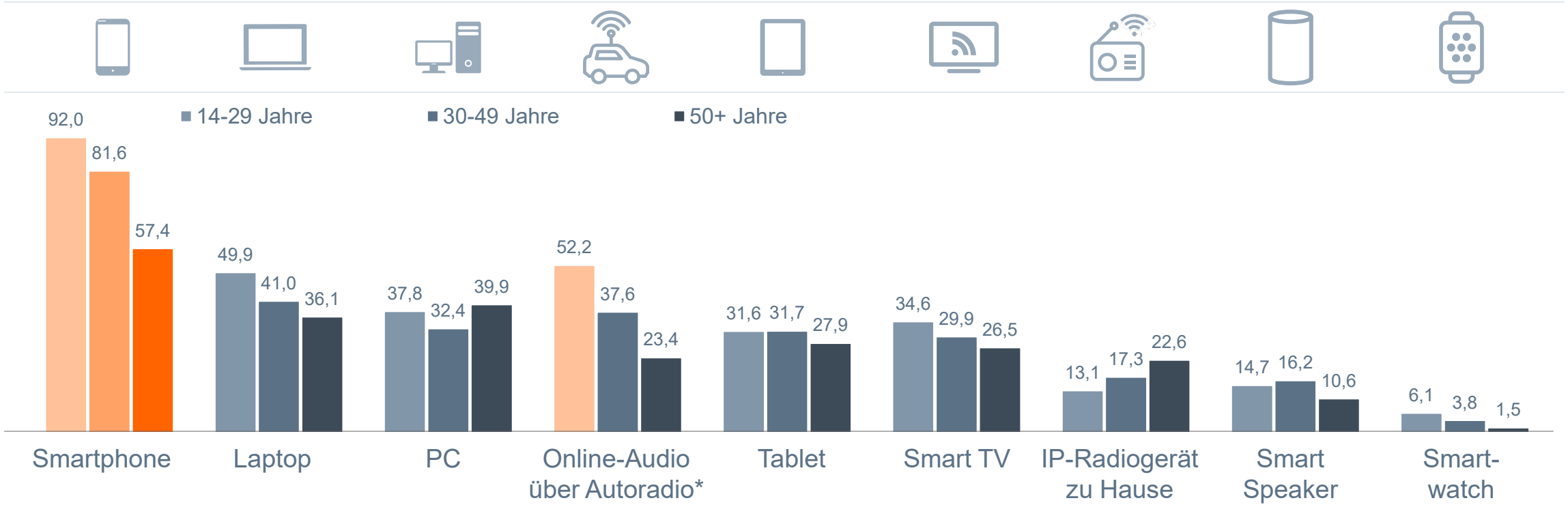
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet (an das Autoradio gekoppelt) oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis 2019 / 2020: 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.801 / 6.313)

Das Smartphone ist über alle Altersgruppen hinweg das meistgenutzte Gerät für Online-Audio. Im Auto hören vor allem 14- bis 29-jährige (Mit-) Fahrer Inhalte aus dem Netz.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt nach Alter

Angaben in Prozent



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet (an das Autoradio gekoppelt) oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis: 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.313)

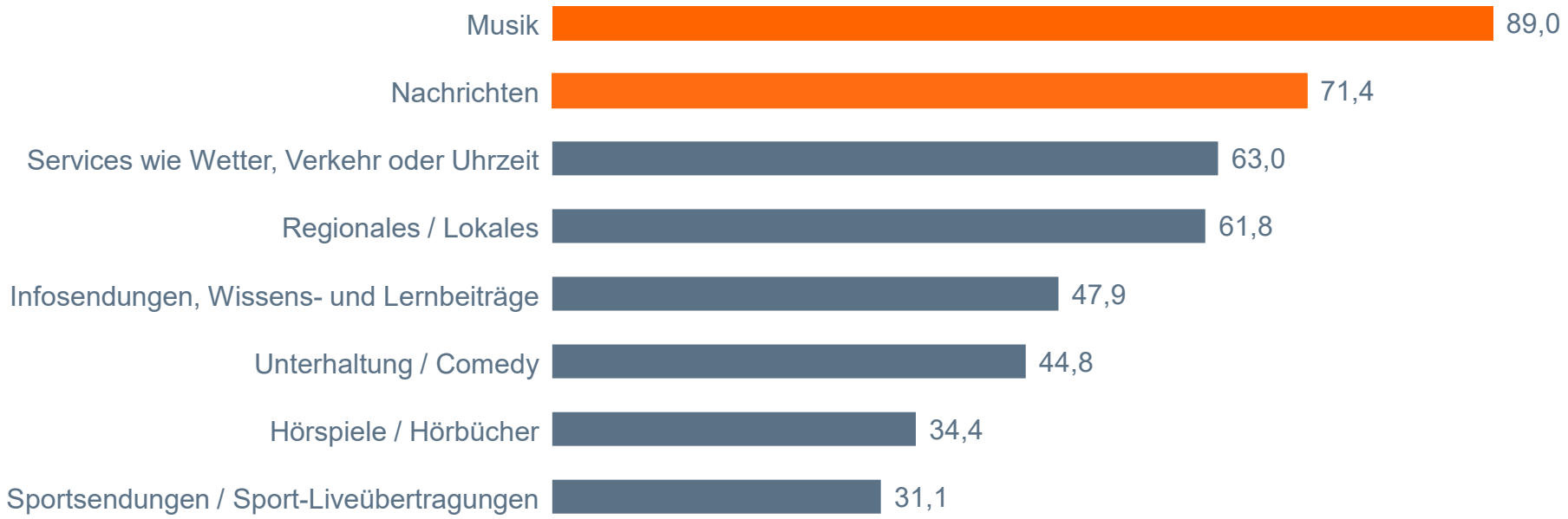
4 Genutzte Inhalte

Musik ist bei Online-Audio die Nr.1 der genutzten Inhalte, gefolgt von News, Services und regionalen Infos.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt

Angaben in Prozent



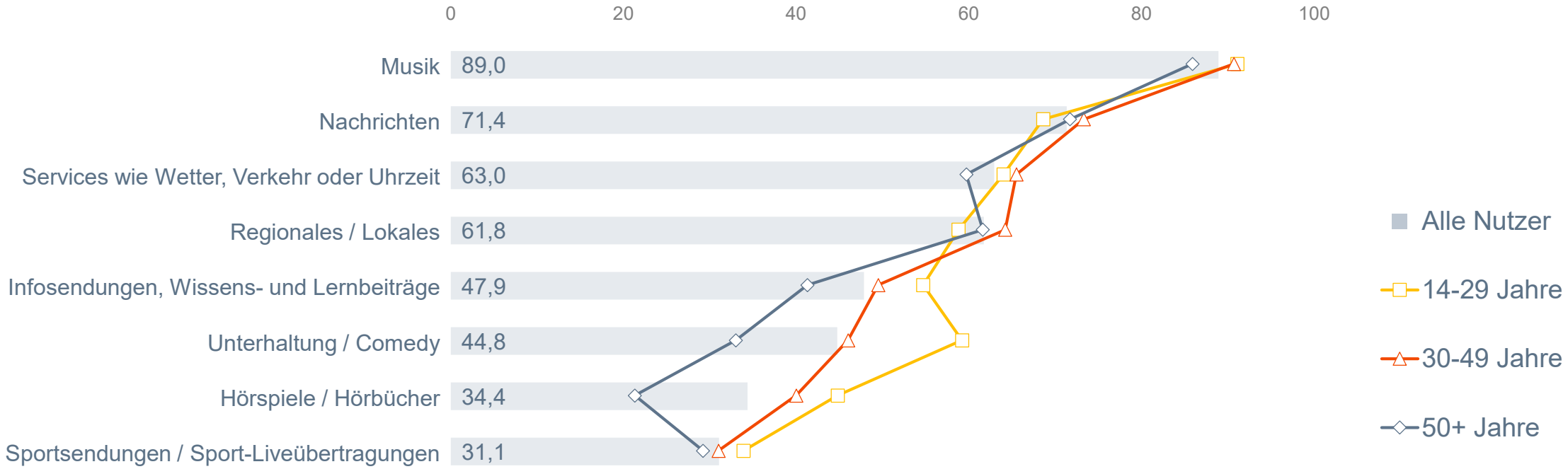
Frage 9/ 9A/ 10: Wenn Sie Radioprogramme über das Internet hören / Wenn Sie jetzt an alle Audio-Inhalte denken, die Sie auf Abruf, also wann immer Sie wollen, über das Internet hören. Was hören Sie da? Hören Sie da… / Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den Inhalt eher über Radioprogramme, eher über Audi-Angebote auf Abruf oder über beides gleichermaßen hören.
Angaben in Prozent; Basis: 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.313)

Musik und News altersübergreifend vorne. Altersspezifische Präferenzen zeigen sich vor allem bei Infosendungen, Unterhaltung & Comedy und Hörbüchern.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt nach Alter

Angaben in Prozent



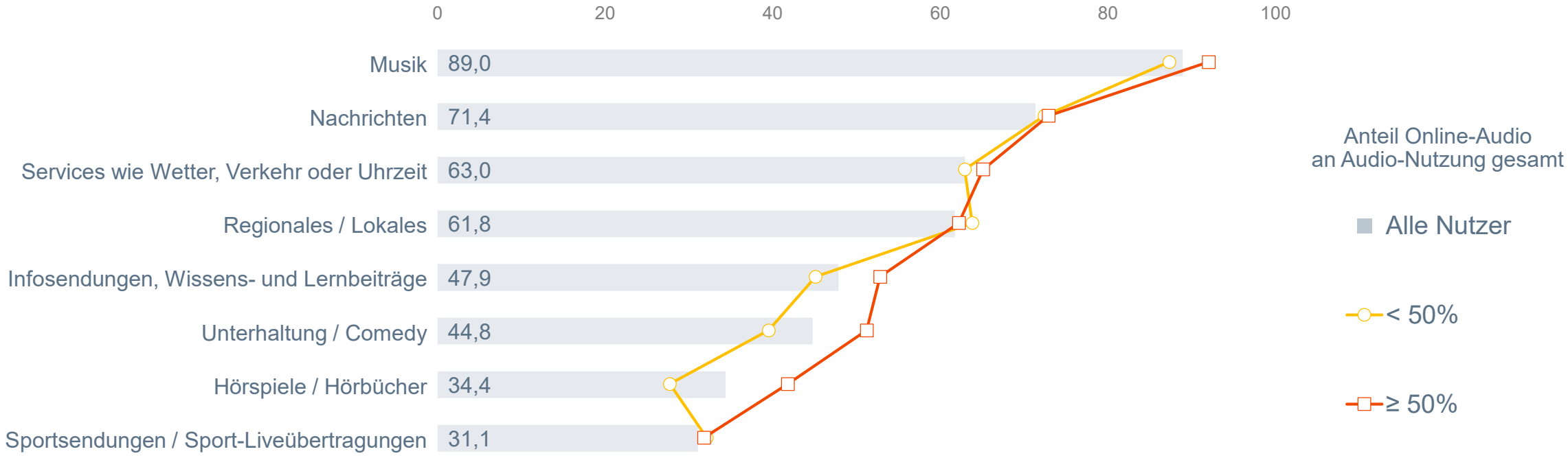
Frage 9/ 9A/ 10: Wenn Sie Radioprogramme über das Internet hören / Wenn Sie jetzt an alle Audio-Inhalte denken, die Sie auf Abruf, also wann immer Sie wollen, über das Internet hören. Was hören Sie da? Hören Sie da… / Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den Inhalt eher über Radioprogramme, eher über Audi-Angebote auf Abruf oder über beides gleichermaßen hören.
Angaben in Prozent; Basis: 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.313)

Deutlich überdurchschnittliche Nutzung von Infosendungen, Unterhaltung und Hörbüchern bei (den jüngeren) Online-Audio-Intensivnutzern.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

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

Angaben in Prozent



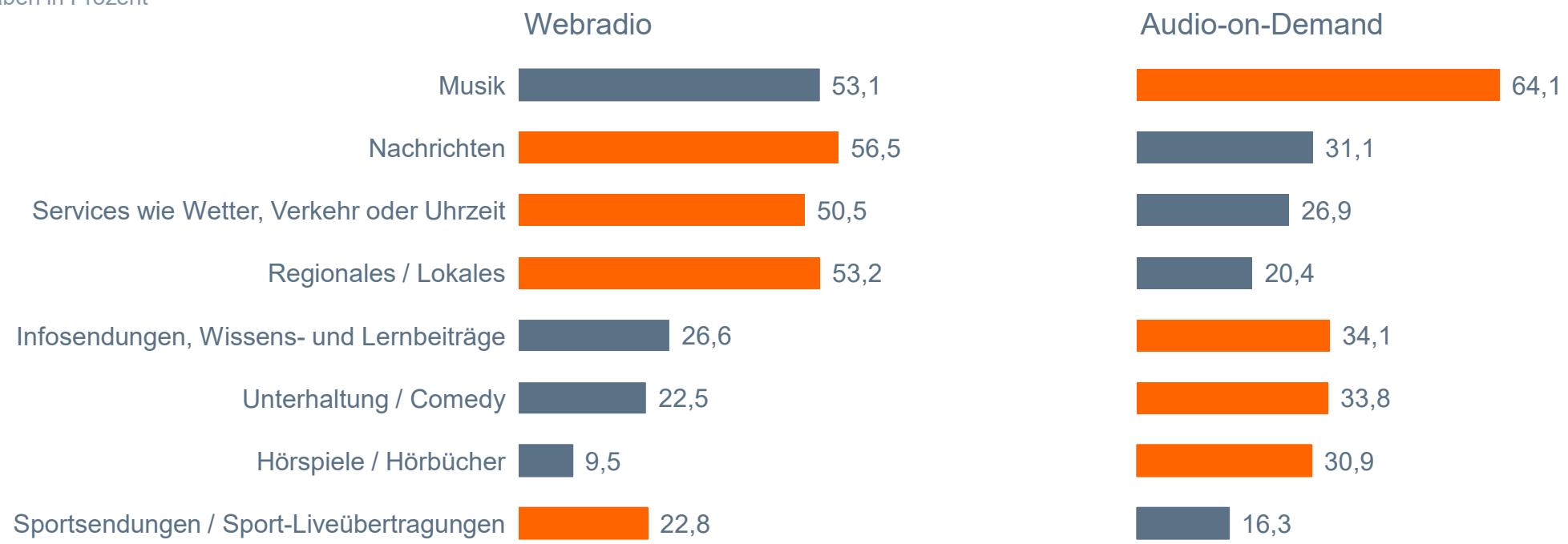
Frage 9/ 9A/ 10: Wenn Sie Radioprogramme über das Internet hören / Wenn Sie jetzt an alle Audio-Inhalte denken, die Sie auf Abruf, also wann immer Sie wollen, über das Internet hören. Was hören Sie da? Hören Sie da… / Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den Inhalt eher über Radioprogramme, eher über Audi-Angebote auf Abruf oder über beides gleichermaßen hören.
Angaben in Prozent; Basis: 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.008)

Nahezu komplementär: News, Services, Regionales/Lokales sowie Sport werden häufiger über Webradio gehört. Musik, Infosendungen, Unterhaltung und Hörbücher eher auf Abruf.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Genutzte Inhalte: Webradio vs. Audio-on-Demand

Angaben in Prozent



Frage 9/ 9A/ 10: Wenn Sie Radioprogramme über das Internet hören / Wenn Sie jetzt an alle Audio-Inhalte denken, die Sie auf Abruf, also wann immer Sie wollen, über das Internet hören. Was hören Sie da? Hören Sie da… / Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den Inhalt eher über Radioprogramme, eher über Audi-Angebote auf Abruf oder über beides gleichermaßen hören.
Angaben in Prozent; Basis: 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.313)

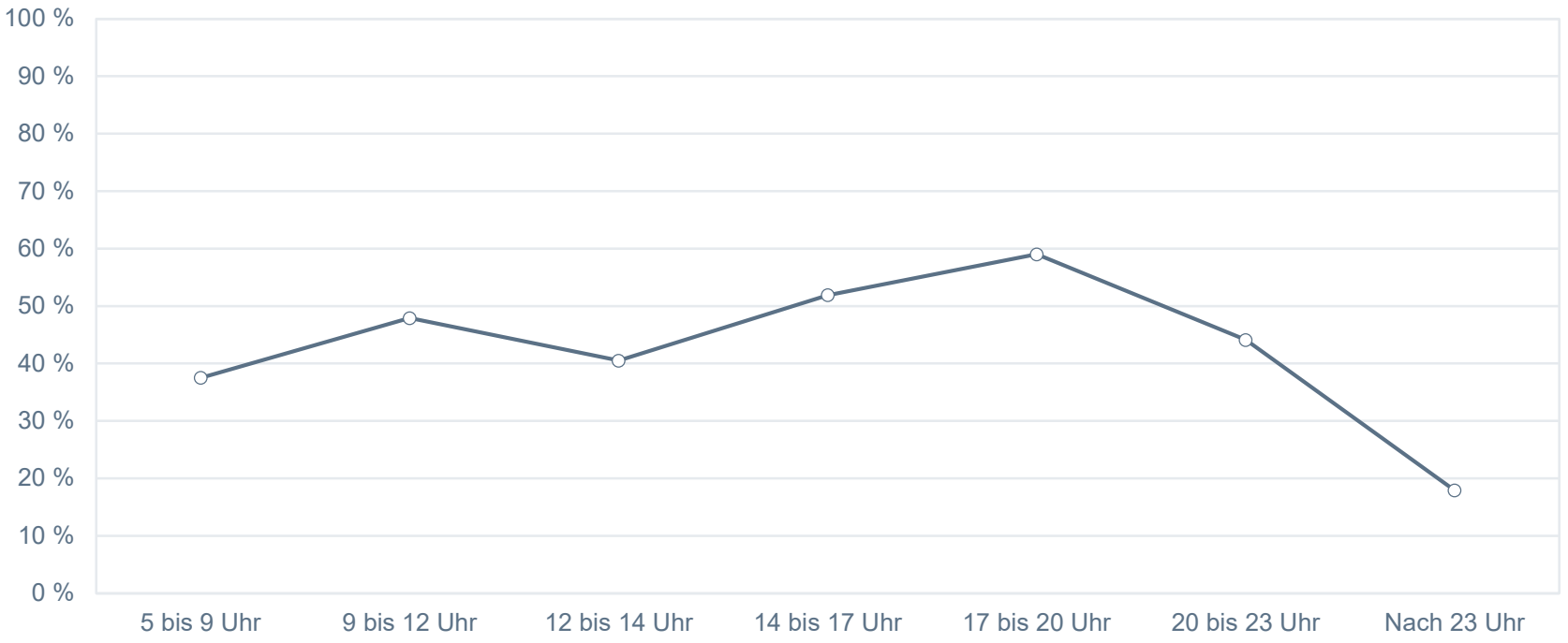
5 Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungssituationen

Online-Audio wird insbesondere am Nachmittag und frühen Abend gehört.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Online-Audio-Nutzung 2020 im Tagesverlauf

Angaben in Prozent



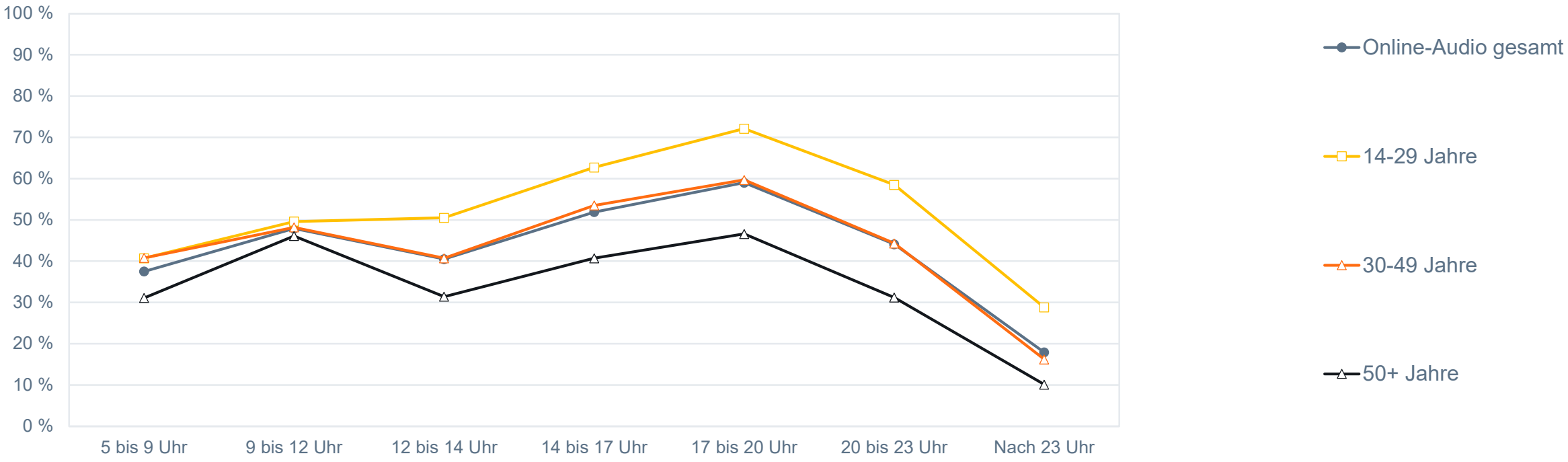
Frage 12: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie … ?
Angaben in Prozent; Basis 2019/2020: 37,910 / 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=4.052/5.233)

Ähnliche Nutzungskurven über alle Altersgruppen hinweg, nur das Niveau unterscheidet sich: Je jünger, desto höher ist die Online-Audio-Nutzung.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Online-Audio-Nutzung im Tagesverlauf nach Alter

Angaben in Prozent



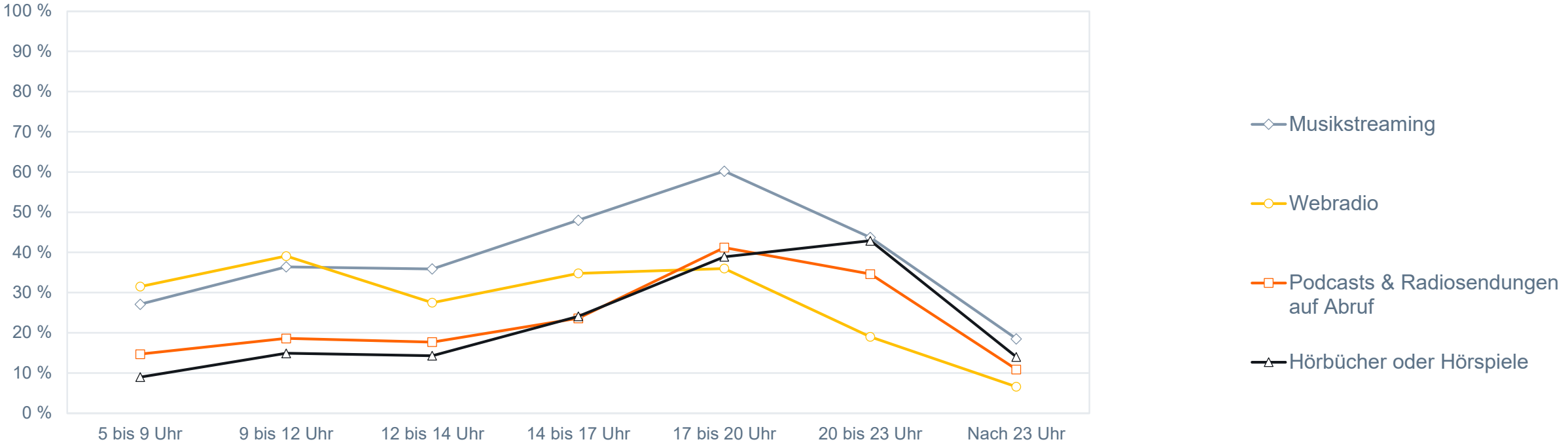
Frage 12: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie … ?
Angaben in Prozent; Basis: 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.233)

Spezifische Primetimes: Webradio am Morgen, Musikstreaming ab dem frühen Nachmittag, Podcasts und Hörbücher am Abend.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Audio-Nutzung im Tagesverlauf (jeweilige Nutzer)

Angaben in Prozent



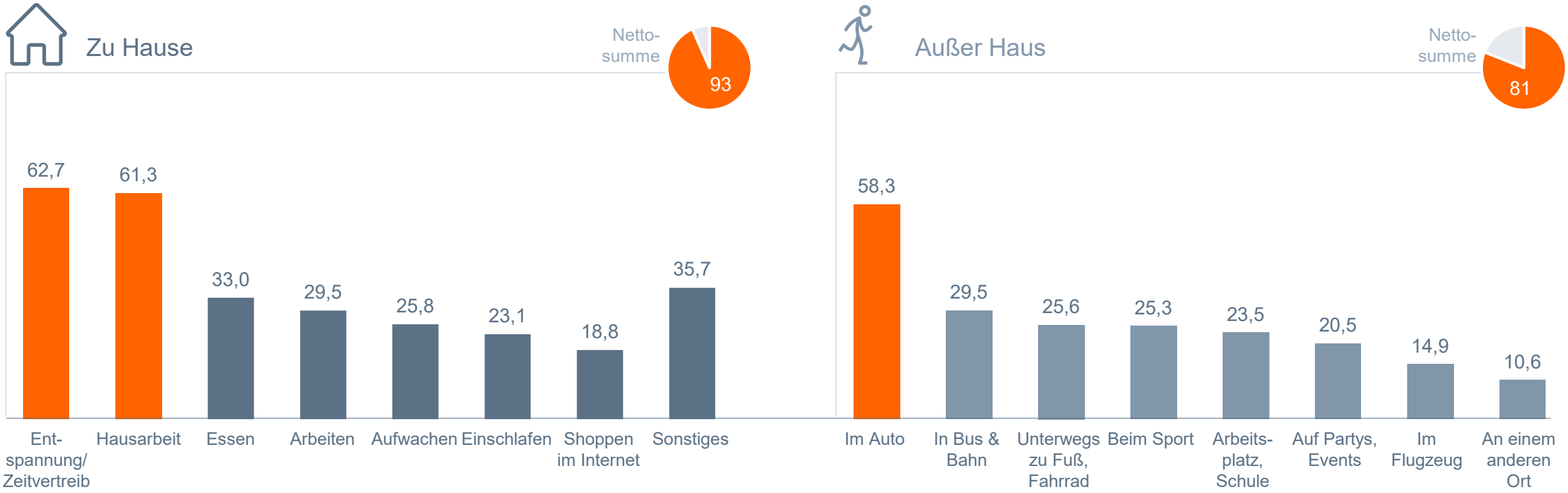
Frage 12: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie … ?
Angaben in Prozent; Basis: 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.233),
davon 32,173 Mio. Webradio-Nutzer (n=4.133) / 14,098 Mio. Podcast-Nutzer (n=1.897) / 11,415 Mio. Nutzer von Hörbüchern/-spielen (n=1.469) / 25,747 Mio. Nutzer von Musikstreaming (n=3.164)

Nahezu jeder regelmäßige Nutzer hört Online-Audio zu Hause. Vier von fünf Nutzern begleiten Audio-Inhalte aus dem Netz auch unterwegs, vor allem im Auto.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Angaben in Prozent



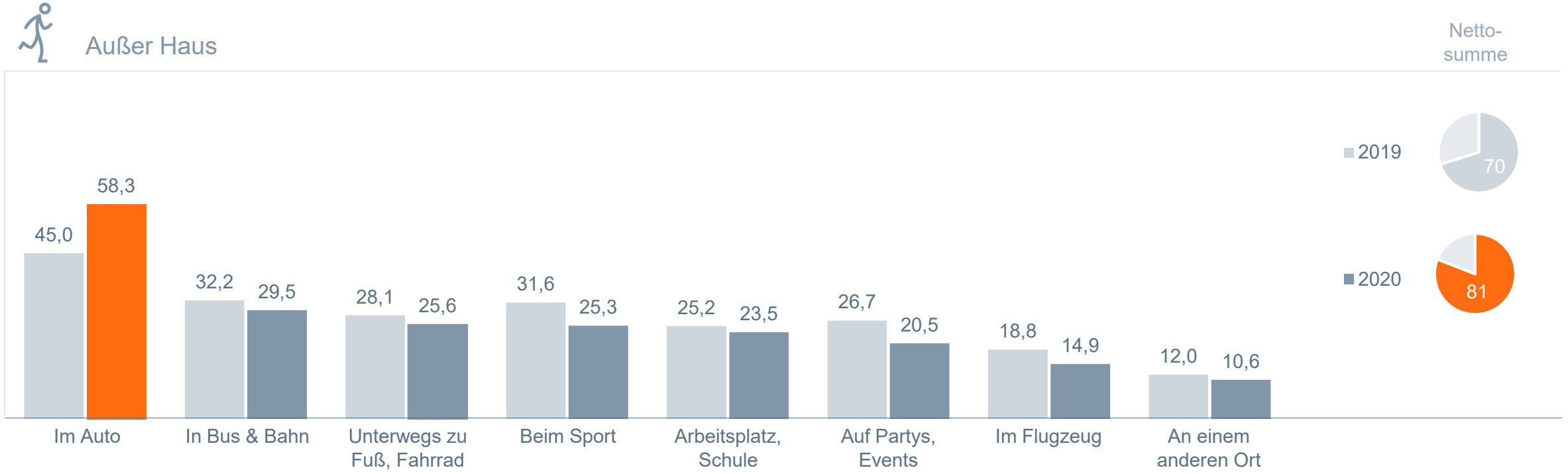
Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.233)

Im Vergleich zum Vorjahr steigt die Außer-Haus-Nutzung einzig im Auto – vermutlich ein Effekt der Einschränkungen des öffentlichen Lebens im Zuge des Corona-Lockdowns.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Nutzungssituationen außer Haus

Angaben in Prozent



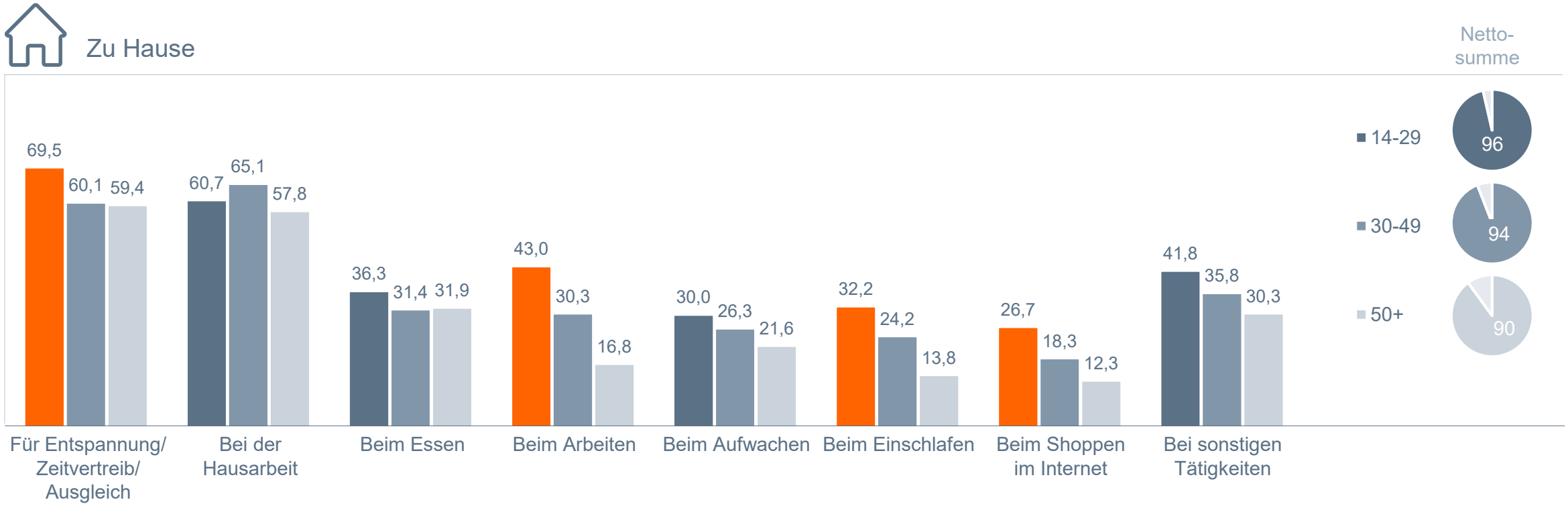
Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.233)

Jüngere nutzen Online-Audio überproportional oft beim Online-Shoppen, beim Arbeiten (für Schule, Ausbildung, Beruf), beim Einschlafen sowie zur Entspannung.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Nutzungssituationen zu Hause nach Alter

Angaben in Prozent



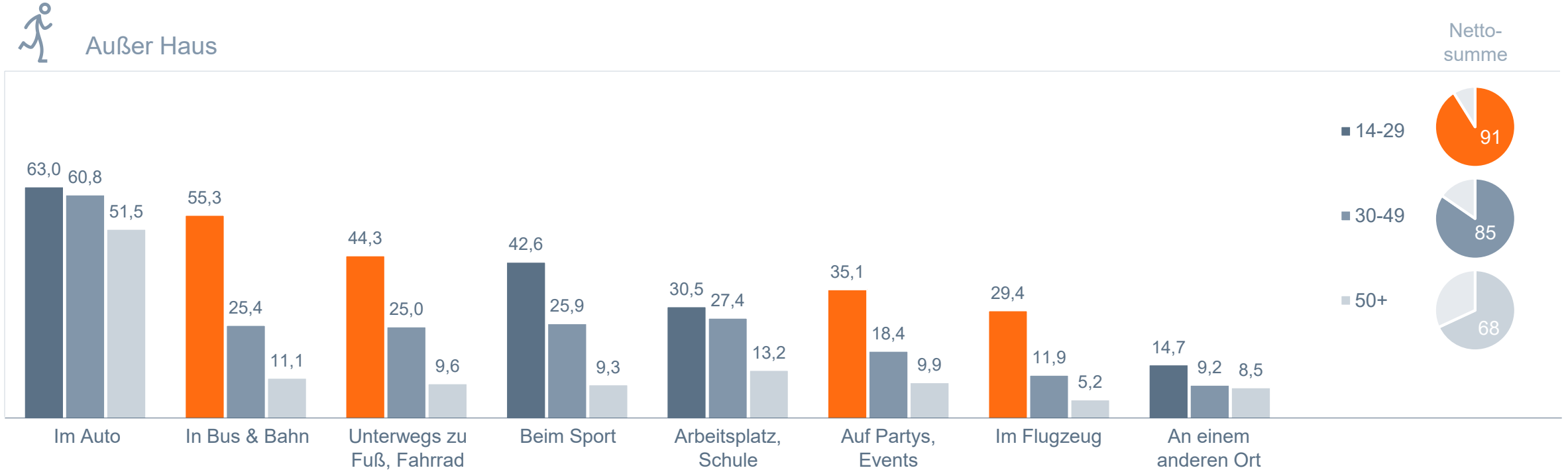
Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.233)

Das Auto ist altersübergreifend der häufigste Nutzungsort außer Haus.14- bis 29-Jährige überall und oft mit Abstand vorn, auch weil sie insgesamt die größte Außer-Haus-Nutzung aufweisen.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Nutzungssituationen außer Haus nach Alter

Angaben in Prozent



Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / 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: 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.233)

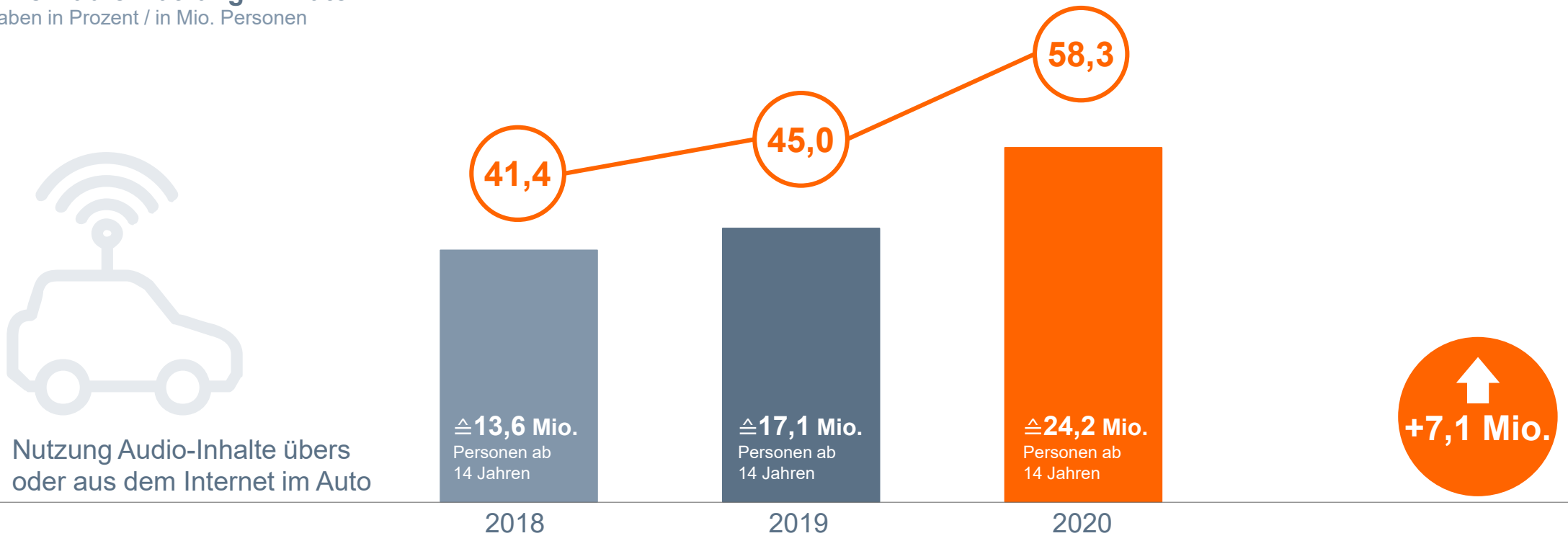
6 Fokus Online-Audio-Nutzung im Auto

Die Nutzung im Auto steigt deutlich um gut 7 Mio. an: Mehr als jeder zweite regelmäßige Online-Audio-Nutzer hört (auch) dort Inhalte aus dem Netz.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Online-Audio-Nutzung im Auto

Angaben in Prozent / in Mio. Personen



Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / 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 / Mio.; Basis 2018 / 2019 / 2020: 32,802 / 37,910 / 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.965 / 4.052 / 5.233)

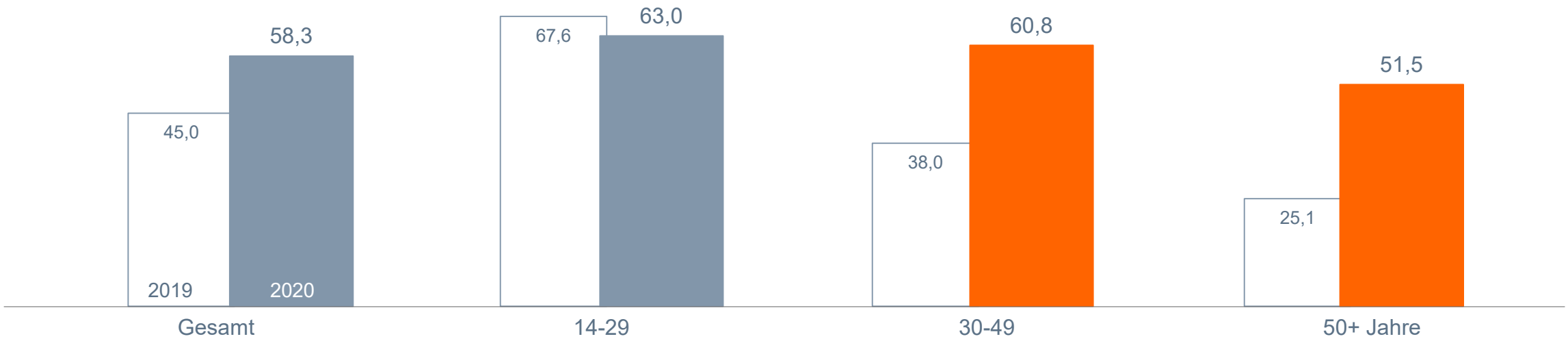
Im Vergleich zum Vorjahr nutzen nicht nur insgesamt mehr, sondern vor allem deutlich mehr ab 30-Jährige Online-Audio-Inhalte im Auto.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer

Online-Audio-Nutzung im Auto

Angaben in Prozent

Δ 2020/19*	+13,3	-4,6	+22,8	+26,4



* Abweichung in Prozentpunkten

Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / 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.

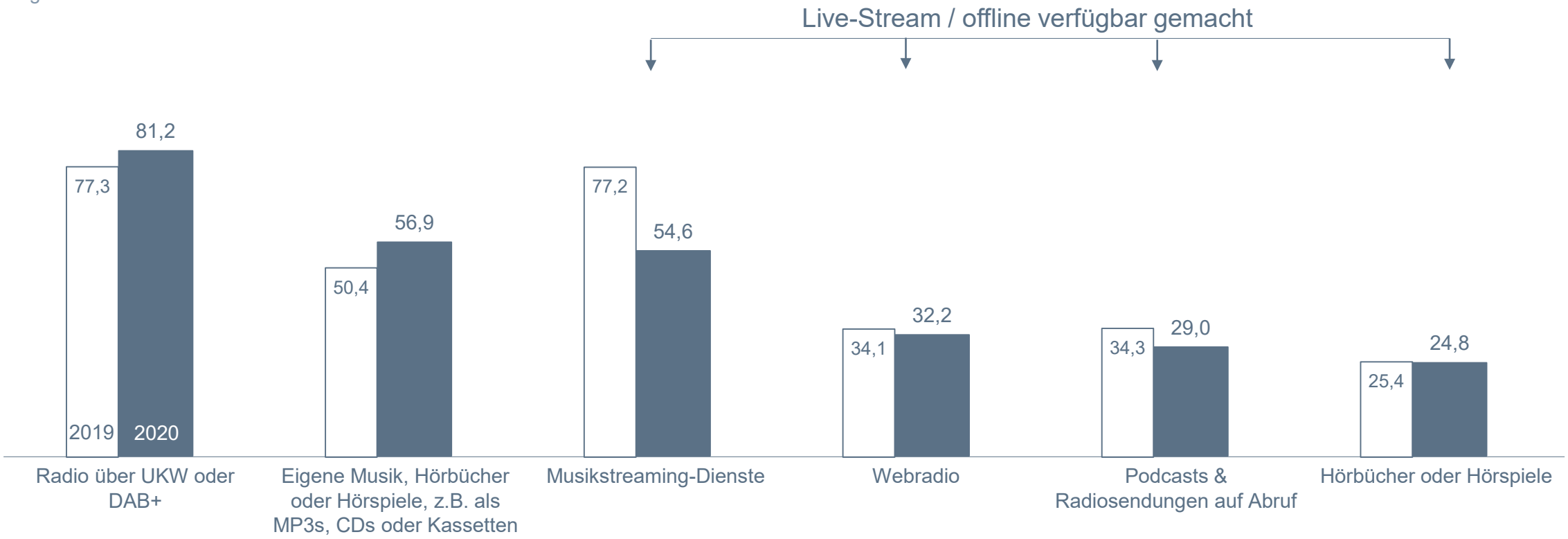
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 37,910 / 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n= 4.052 / 5.233)

Anteilig deutlich weniger Musikstreaming, vermutlich aufgrund der veränderten Altersstruktur der Online-Audio-Nutzer im Auto. Dadurch auch etwas mehr Radio über Antenne als zuletzt.

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

Online-Audio-Nutzung im Auto: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent



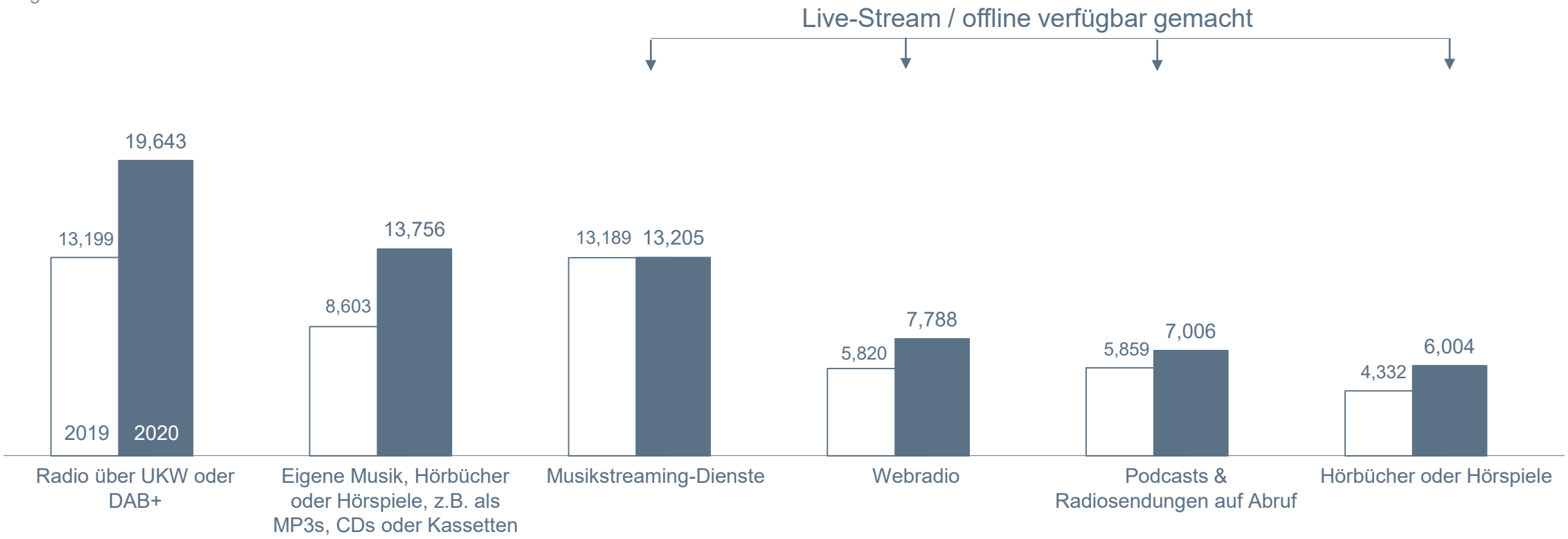
Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Online-Audio-Angebote auch unterwegs im Auto hören. Was genau hören Sie im Auto?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 17,078 / 24,185 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=1.661 / 2.980)

In absoluten Zahlen werden alle Audio-Angebote – zum Teil deutlich – häufiger im Auto genutzt als zuletzt.

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

Online-Audio-Nutzung im Auto: Genutzte Inhalte

Angaben in Mio. Personen



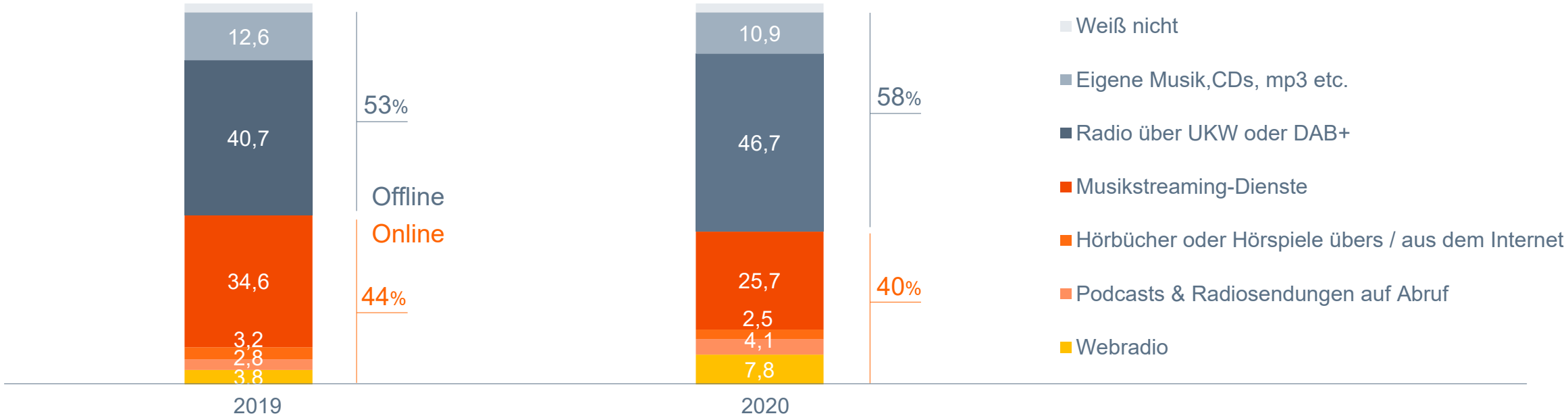
Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Online-Audio-Angebote auch unterwegs im Auto hören. Was genau hören Sie im Auto?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 17,078 / 24,185 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=1.661 / 2.980)

Die Wahl der am häufigsten genutzten Audio-Inhalte im Auto fällt zwar etwas weniger oft auf Online-Audio-Angebote als zuletzt, aber jeder Vierte nutzt dort am häufigsten Musik-streaming. Podcasts und Webradio legen auf noch niedrigem Niveau zu.

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

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

Angaben in Prozent



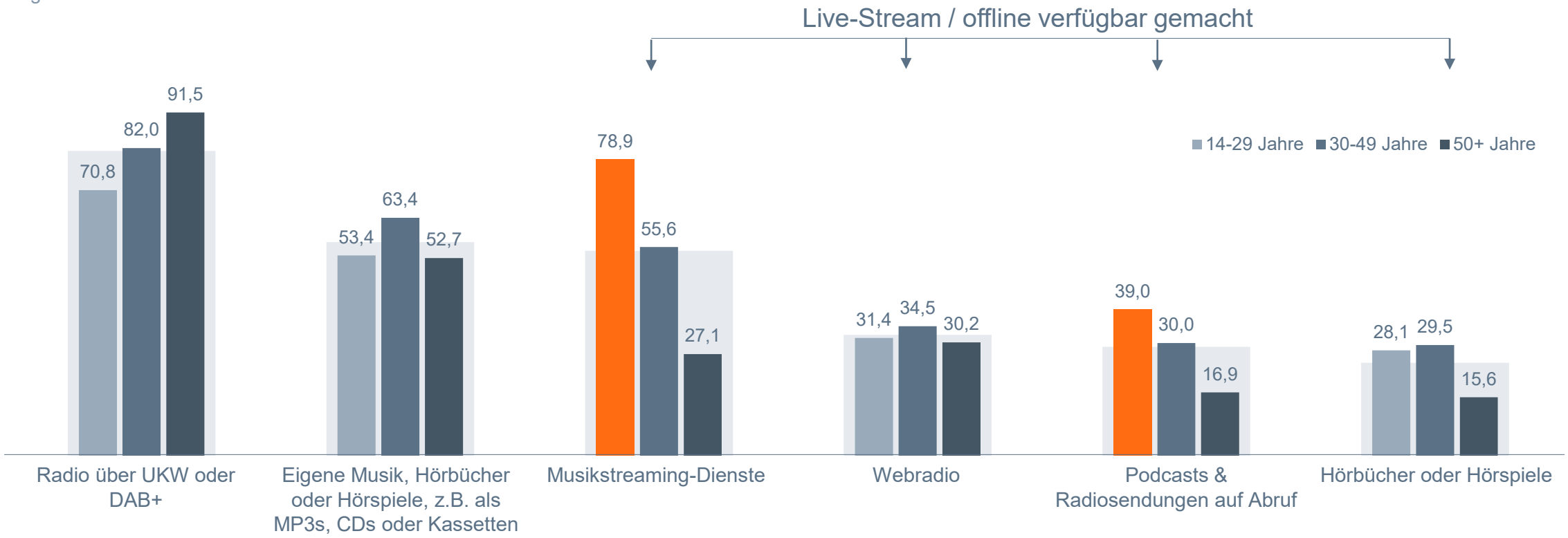
Frage 24: Und was davon hören Sie im Auto am häufigsten?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 17,078 / 24,185 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=1.661 / 2.980)

Bei den 14- bis 29-Jährigen liegt Musikstreaming im Auto vor linearem Radio über UKW oder DAB+. Auch Podcasts im Auto sind bei unter 30-Jährigen sehr beliebt.

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

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

Angaben in Prozent



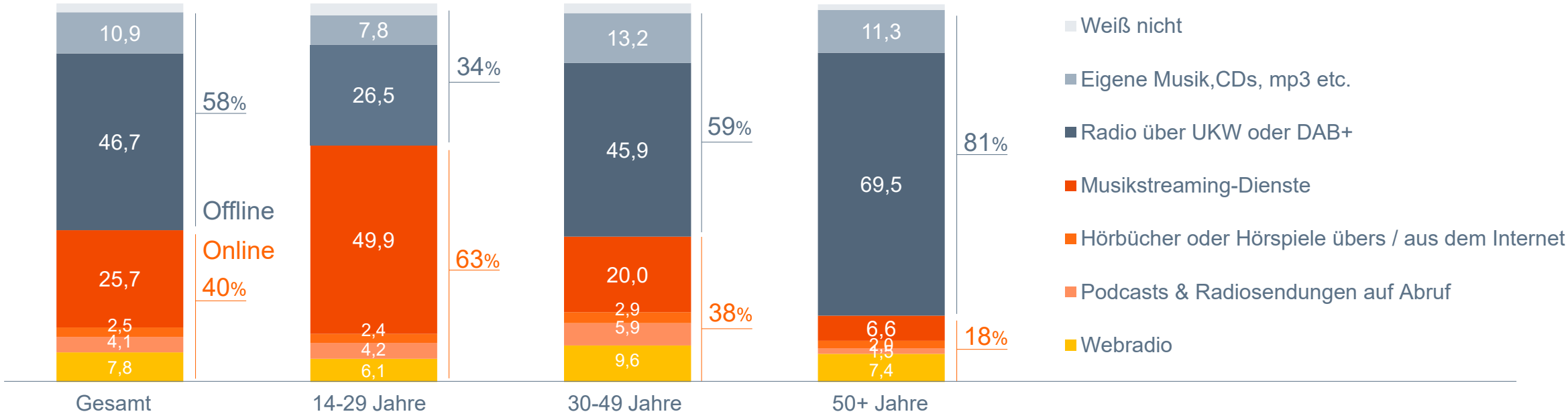
Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Online-Audio-Angebote auch unterwegs im Auto hören. Was genau hören Sie im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 24,185 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=2.980)

Zwei von drei unter 30-Jährigen nutzen am häufigsten Online-Audio-Inhalte im Auto, vor allem Musikstreaming. Bei über 30-Jährigen überwiegt Radio über Antenne.

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

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

Angaben in Prozent



Frage 24: Und was davon hören Sie im Auto am häufigsten?
Angaben in Prozent; Basis 2020: 24,185 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=2.980)

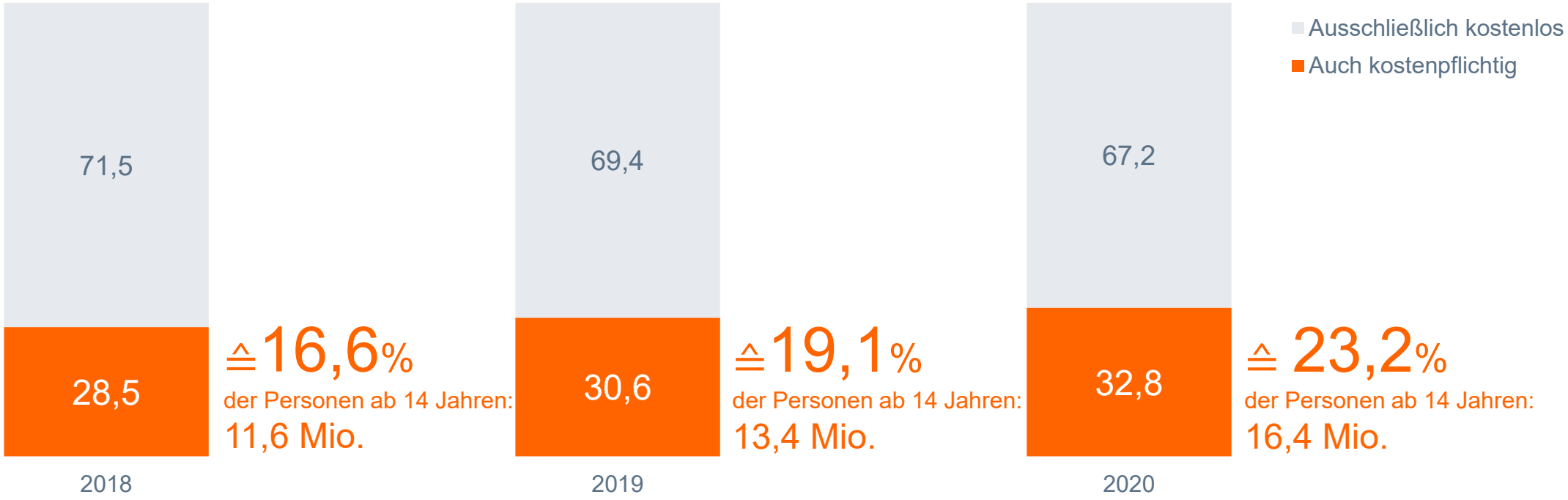
7 Kostenpflichtige Online-Audio-Nutzung

Jeder dritte Online-Audio-Nutzer nutzt kostenpflichtige Angebote. Im Vergleich zum Vorjahr wächst die Gruppe der Bezahlnutzer um 3 Mio. Personen.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung kostenpflichtige Angebote

Angaben in Prozent



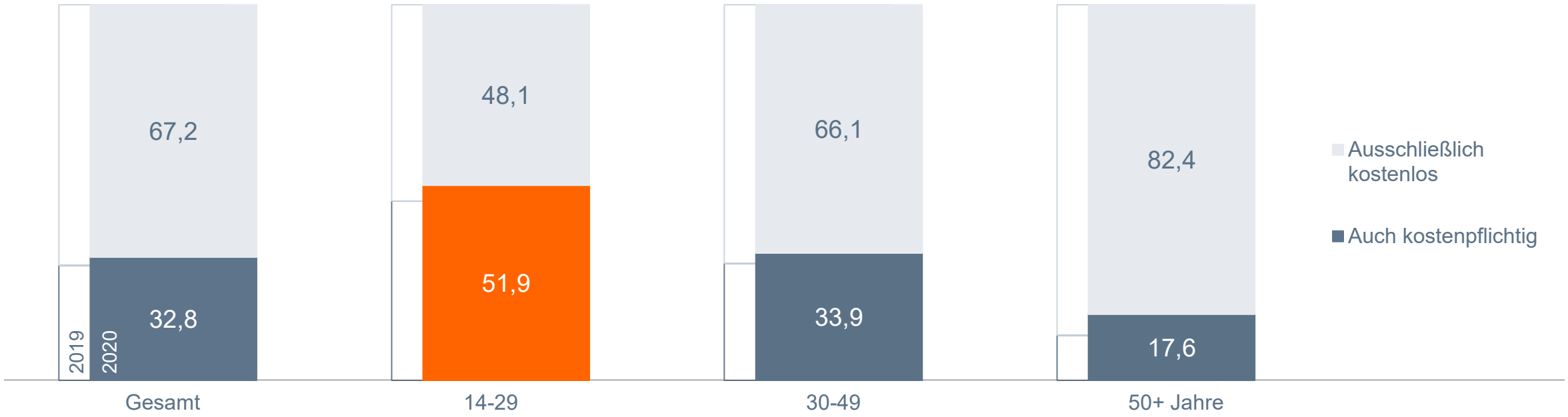
Frage 22: Wenn Sie einmal an alle Online-Radio- und Online-Audio-Angebote denken. Nutzen Sie auch kostenpflichtige Angebote?
Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019 / 2020: 40,844 / 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n= 4.851 / 4.801 / 6.313)

Je jünger, desto höher der Anteil derer, die auch kostenpflichtige Angebote nutzen. Der Anteil an Bezahlnutzern steigt allerdings besonders bei den ab 50-Jährigen.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung kostenpflichtiger Online-Audio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent



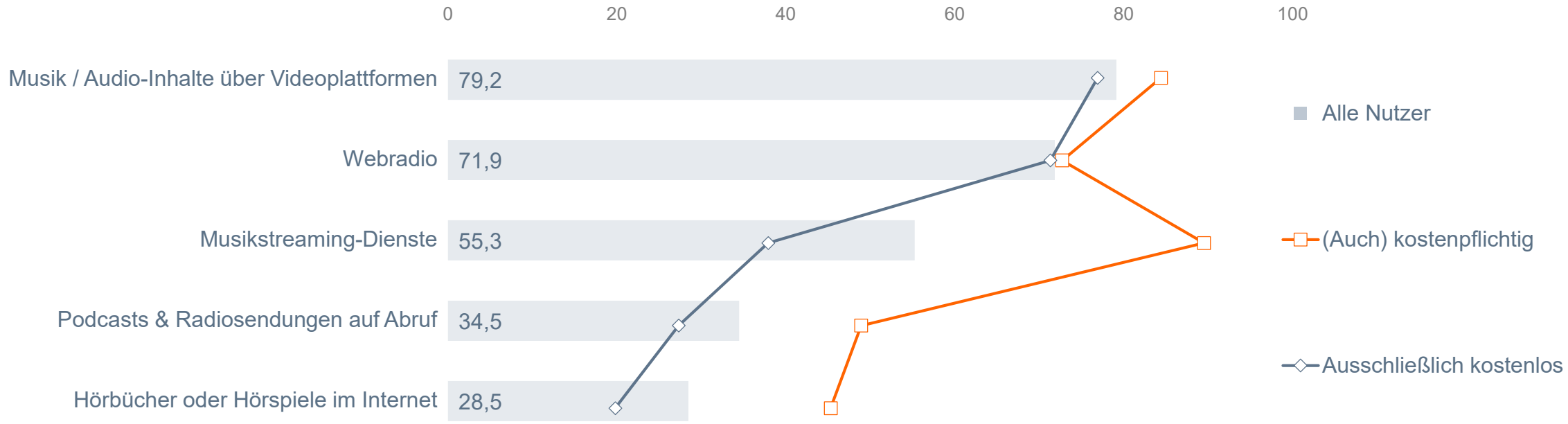
Frage 22: Wenn Sie einmal an alle Online-Radio- und Online-Audio-Angebote denken. Nutzen Sie auch kostenpflichtige Angebote?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.801 / 6.313)

Die überwiegende Mehrheit der zahlenden Nutzer hat Zugang zu Musikstreaming-Diensten. Auch Hörbücher und Podcasts werden von Bezahlnutzern häufiger gehört.

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

Kostenpflichtige Nutzer im Vergleich: Genutzte Angebote

Angaben in Prozent



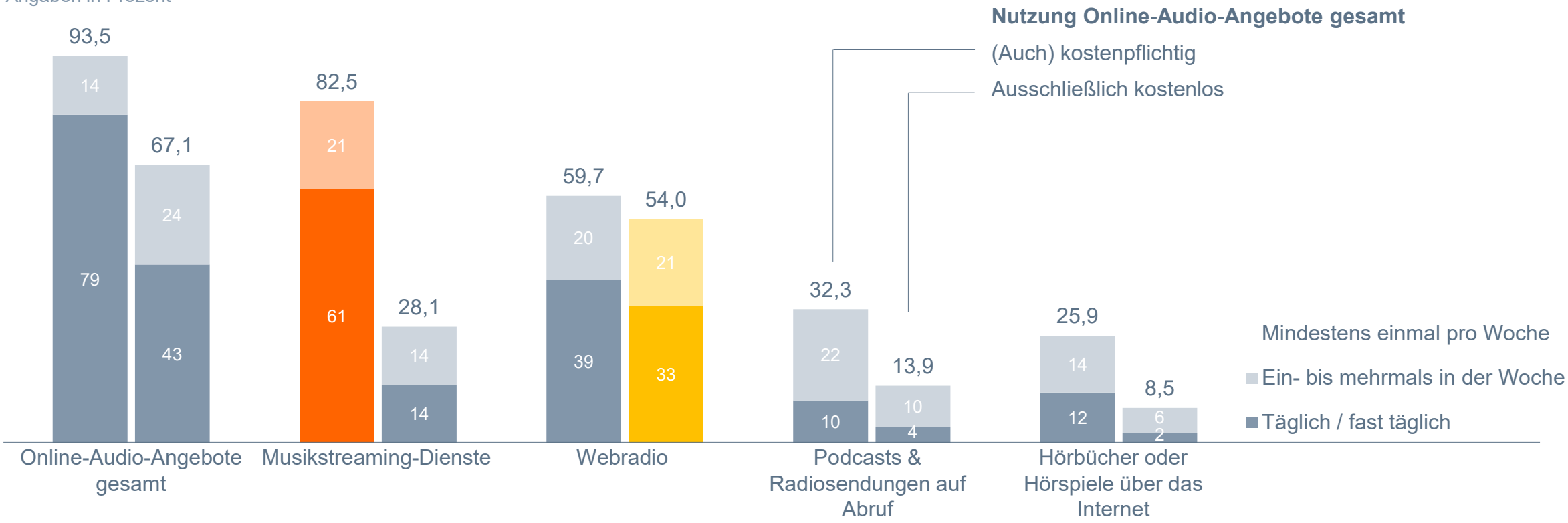
Frage 3: Was hören Sie da? Hören Sie da… / frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? / Frage 22: Wenn Sie einmal an alle Online-Radio- und Online-Audio-Angebote denken. Nutzen Sie auch kostenpflichtige Angebote?
Angaben in Prozent; Basis: 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.313); 16,383 Mio. Online-Audio-Nutzer, die auch kostenpflichtige Angebote nutzen (n=2.042); 32,843 Mio. Online-Audio-Nutzer, die ausschließlich kostenlose Angebote nutzen (n=4.186)

Drei Fünftel der zahlenden Nutzer hören täglich Musikstreaming. Nicht-Zahler hören am häufigsten Webradio.

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

Kostenpflichtige Nutzer im Vergleich: Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? / Frage 22: Wenn Sie einmal an alle Online-Radio- und Online-Audio-Angebote denken. Nutzen Sie auch kostenpflichtige Angebote?
Angaben in Prozent; Basis: 16,383 Mio. Online-Audio-Nutzer, die auch kostenpflichtige Angebote nutzen (n=2.042); 32,843 Mio. Online-Audio-Nutzer, die ausschließlich kostenlose Angebote nutzen (n=4.186)

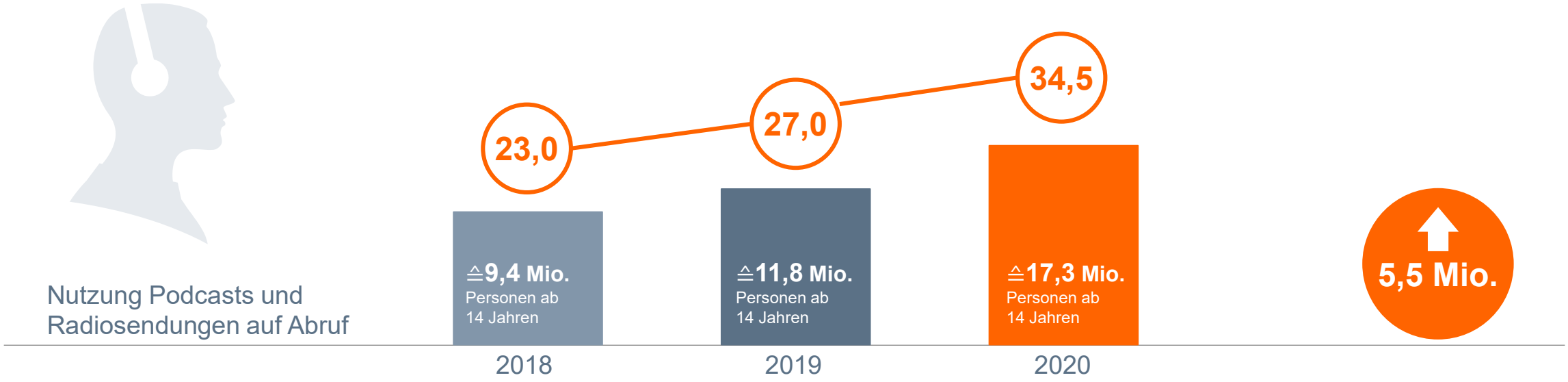
8 Podcasts und Radiosendungen auf Abruf

Mittlerweile hört mehr als ein Drittel der Online-Audio-Nutzer Podcasts oder Radiosendungen auf Abruf. Die Zahl der Nutzer steigt um mehr als 5 Mio.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Angaben in Prozent



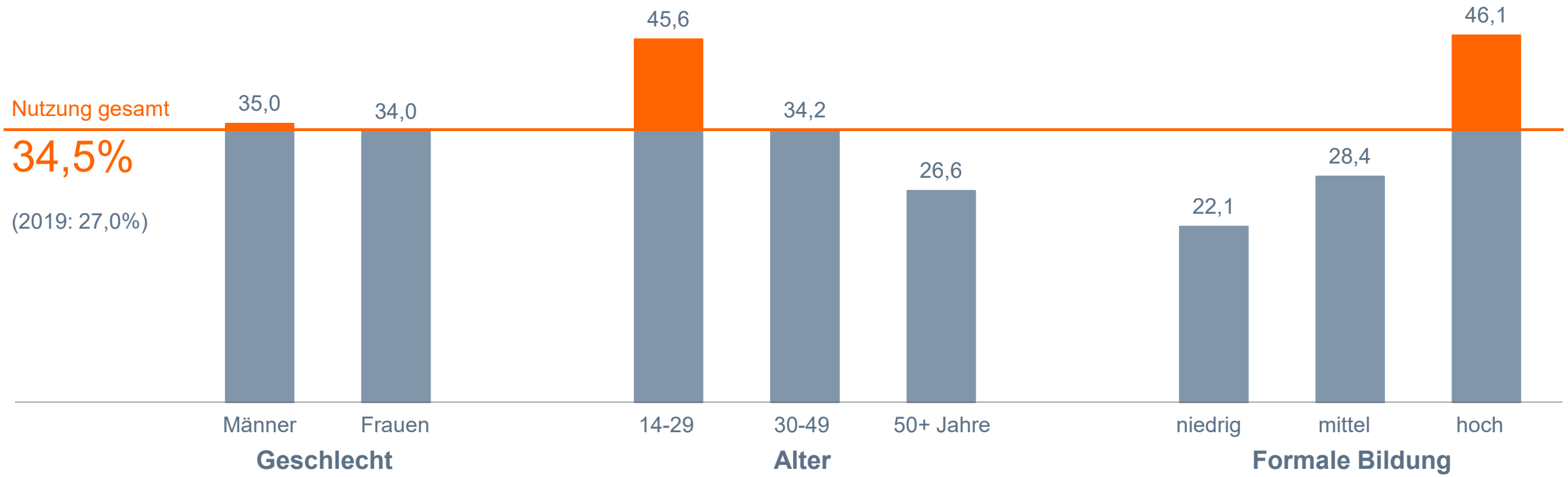
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern?
Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019 / 2020: 40,844 / 43.850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.85 / 4.801 / 6.313); 70,094 / 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850 / 7.554 / 8.483)

Mehr als jeder dritte Online-Audio-Nutzer hört Podcasts. Überdurchschnittliche Nutzung bei den unter 30-Jährigen und Personen mit formal hoher Bildung.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

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

Angaben in Prozent



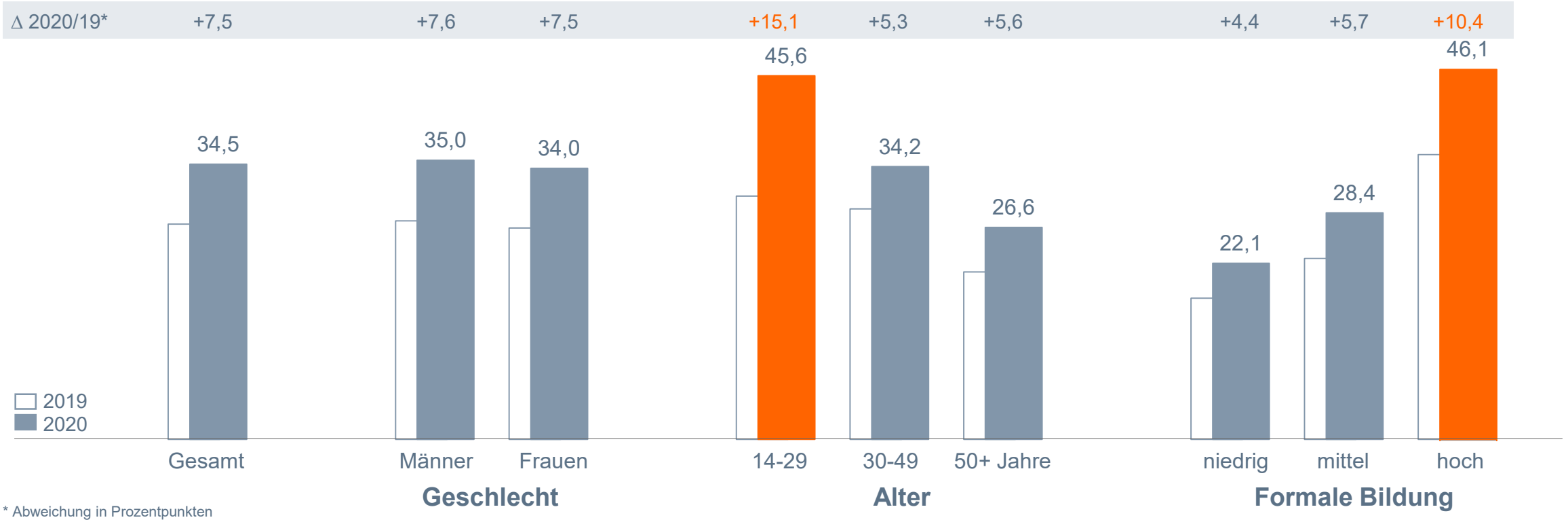
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern?
Angaben in Prozent; Basis 2020: 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n= 6.313)

Die Podcast-Nutzung steigt über alle Gruppen hinweg, am deutlichsten bei den unter 30-Jährigen und Personen mit formal hohem Bildungsabschluss.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

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

Angaben in Prozent



* Abweichung in Prozentpunkten

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?

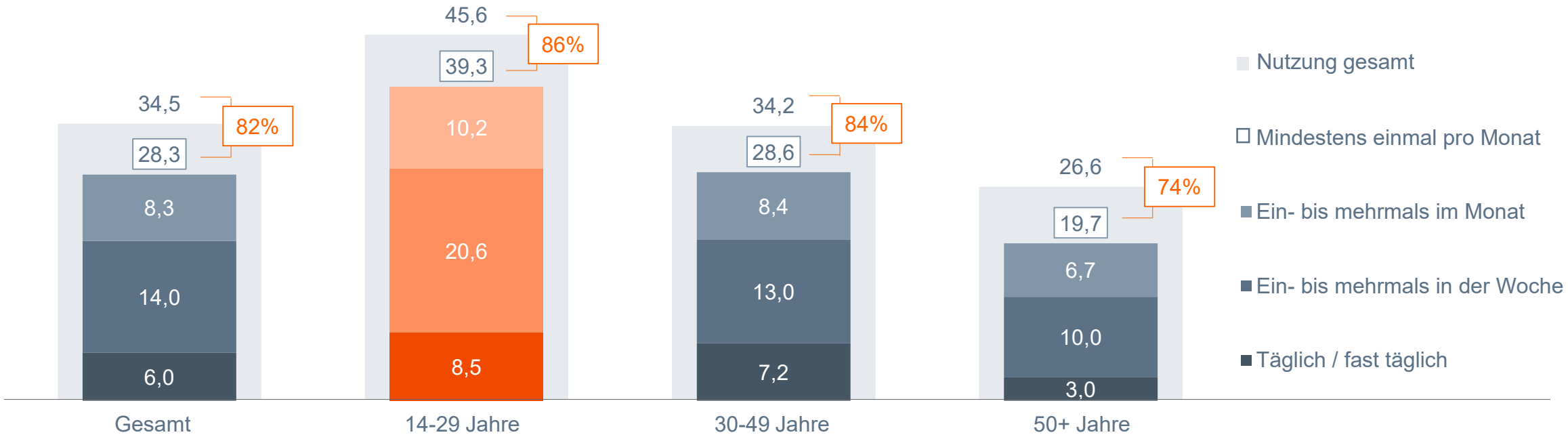
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.801 / 6.313)

Die überwiegende Mehrheit der Podcast-Nutzer hört diese regelmäßig. Nur unter ab 50-Jährigen anteilig überdurchschnittlich viele „seltene“ Hörer.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Angaben in Prozent



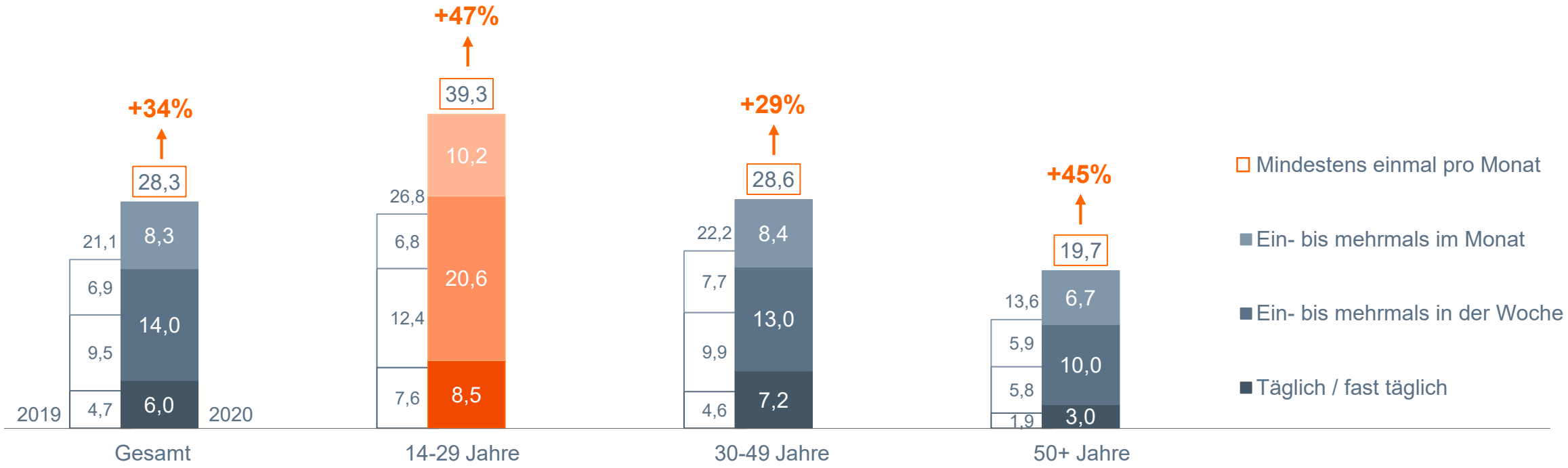
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis: 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=6,313)

Der Anteil der regelmäßigen Podcast-Nutzer steigt um ein Drittel. Relativ stärkste Zuwächse in der Gruppe bei 14- bis 29-jährigen und ab 50-jährigen Online-Audio-Nutzern.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Angaben in Prozent



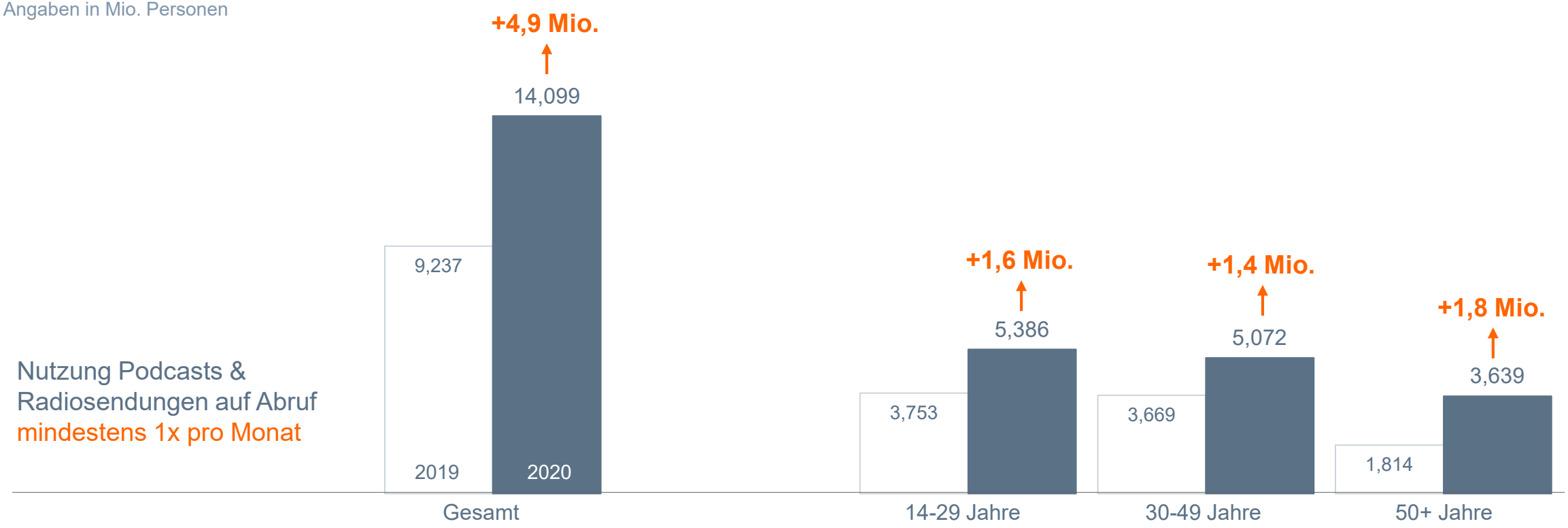
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 43,850 / 50,001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.801 / 6.313)

Die Zahl der regelmäßigen Podcast-Hörer steigt auf rund 14 Mio. Personen. Absolut legt die Altersgruppe der ab 50-Jährigen am stärksten zu.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Angaben in Mio. Personen



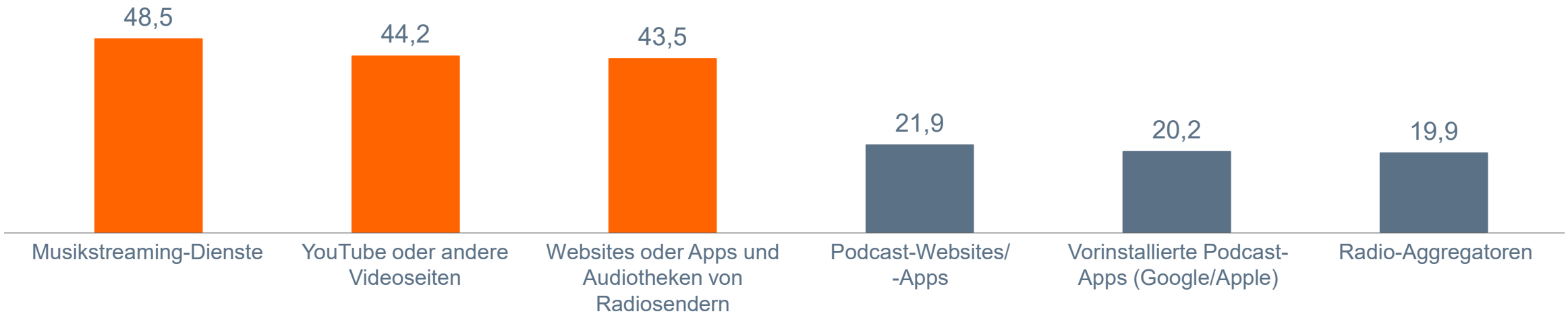
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Mio.; Basis 2019 / 2020: 43,850 / 50.001 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.801 / 6.313)

Musikstreaming-Dienste, YouTube und Websites/Apps oder Audiotheken von Radiosendern sind die relevantesten Plattformen für Podcasts und Radiosendungen auf Abruf.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Angaben in Prozent



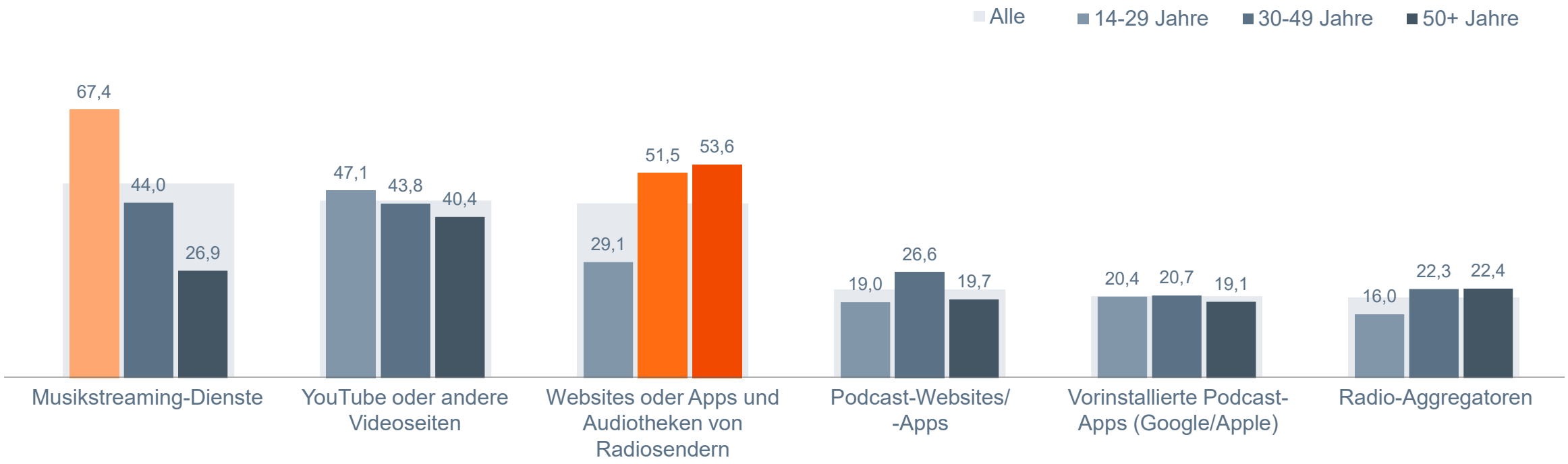
Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über…
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 9,237 / 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.151 / 1.897)

Musikstreaming-Dienste haben eine außerordentlich hohe Relevanz für die 14-29-Jährigen. Bei den über 30-Jährigen sind die Apps oder Websites bzw. Audiotheken von Radiosendern bedeutsamer.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nach Alter

Angaben in Prozent



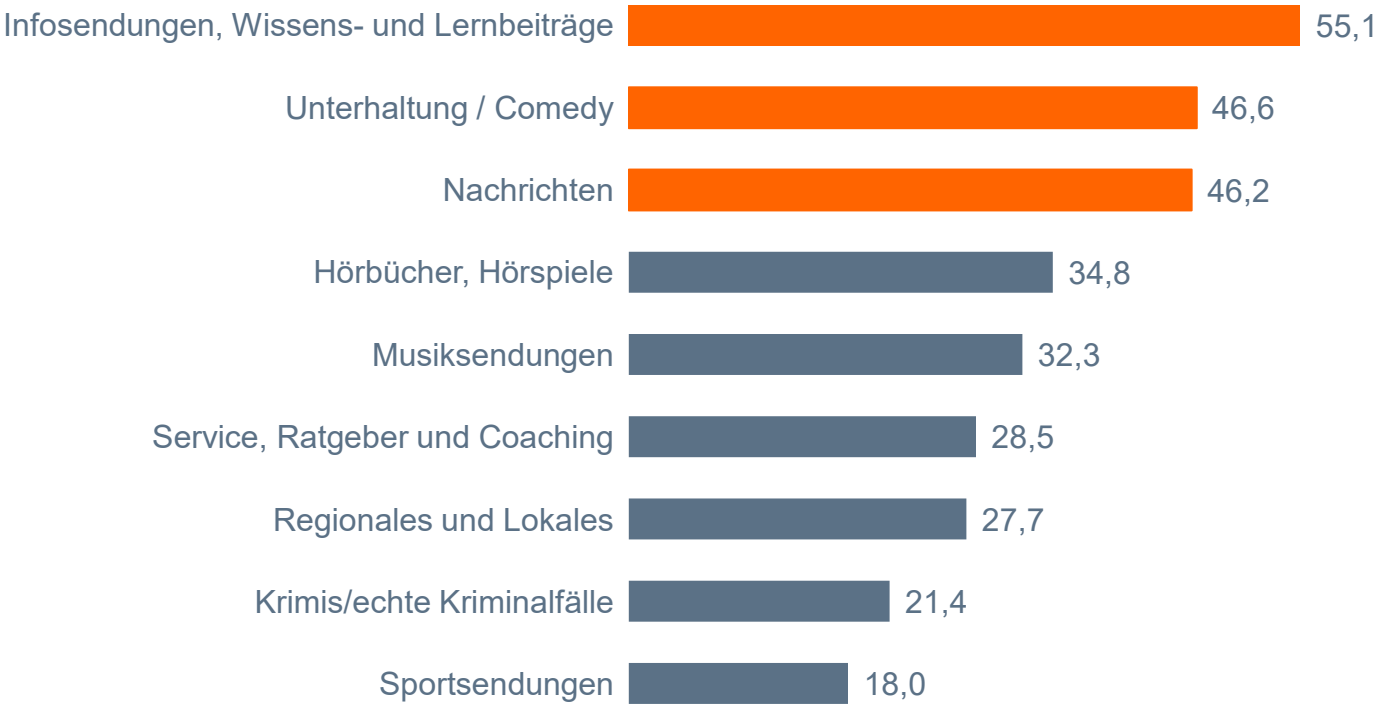
Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über…
Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

Bei Podcasts stehen Infosendungen an erster Stelle vor Unterhaltung & Comedy und Nachrichten.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Genutzte Formate

Angaben in Prozent



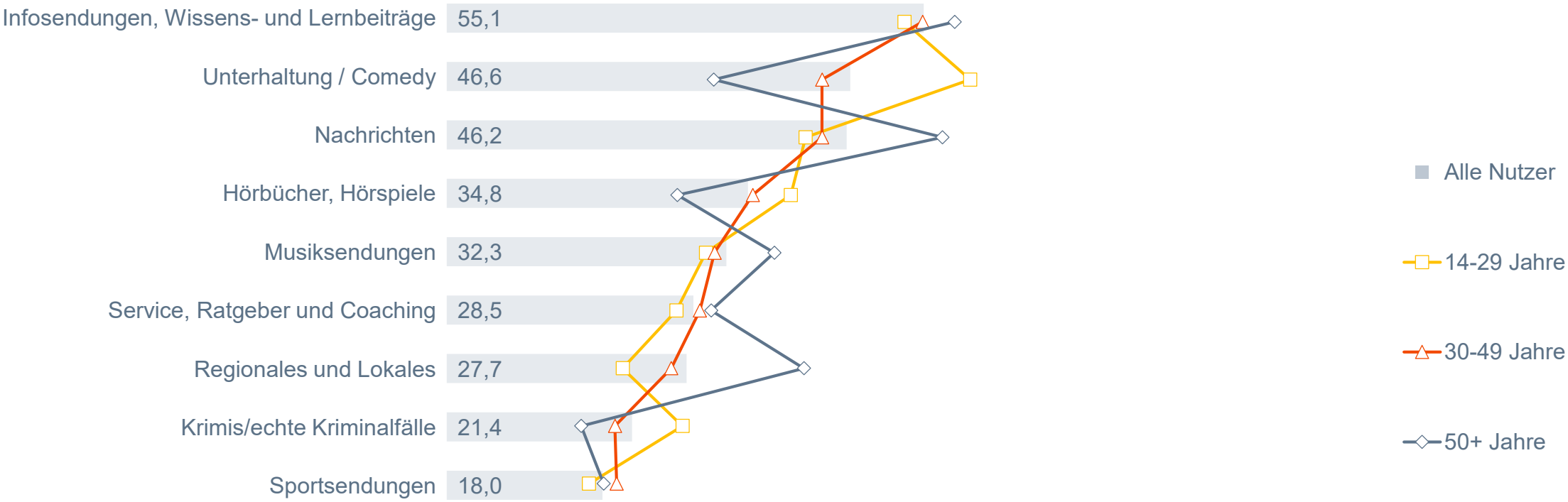
Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

Information ist für alle gleichermaßen wichtig. Altersspezifische Präferenzen zeigen sich vor allem bei Unterhaltung & Comedy, Nachrichten und regionalen/lokalen Inhalten.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Genutzte Formate

Angaben in Prozent



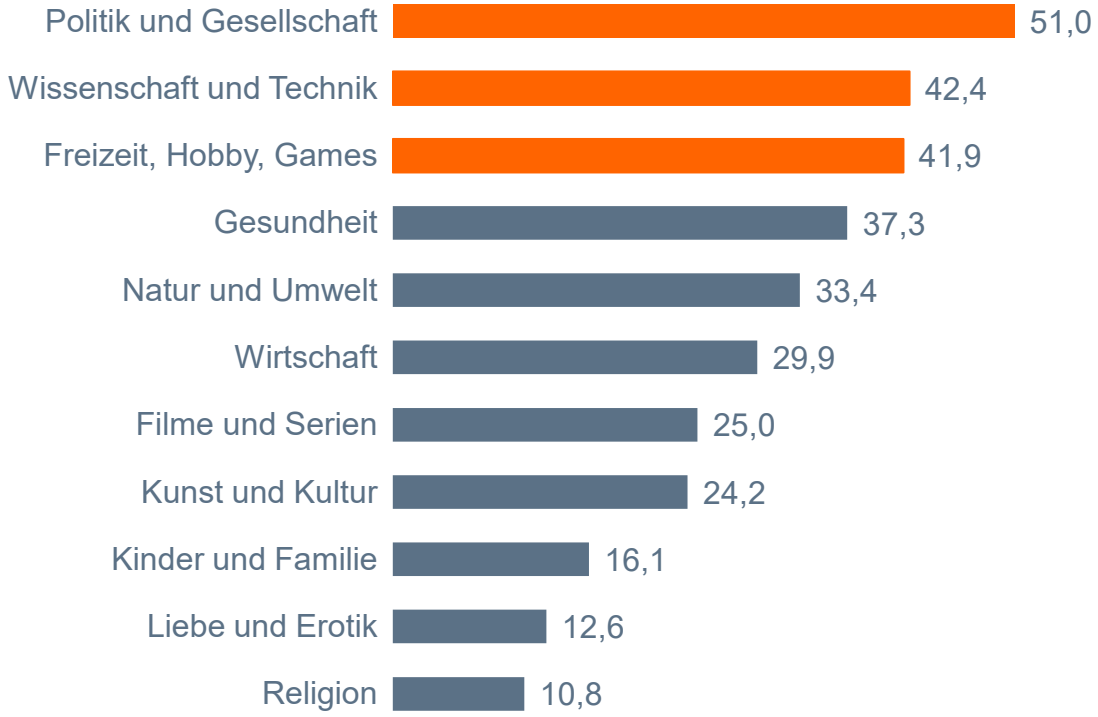
Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

Top 3 bei den konkreten Themen: Politik und Gesellschaft, Wissenschaft und Technik, Freizeit/Hobby/Games.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Konkrete Themen

Angaben in Prozent



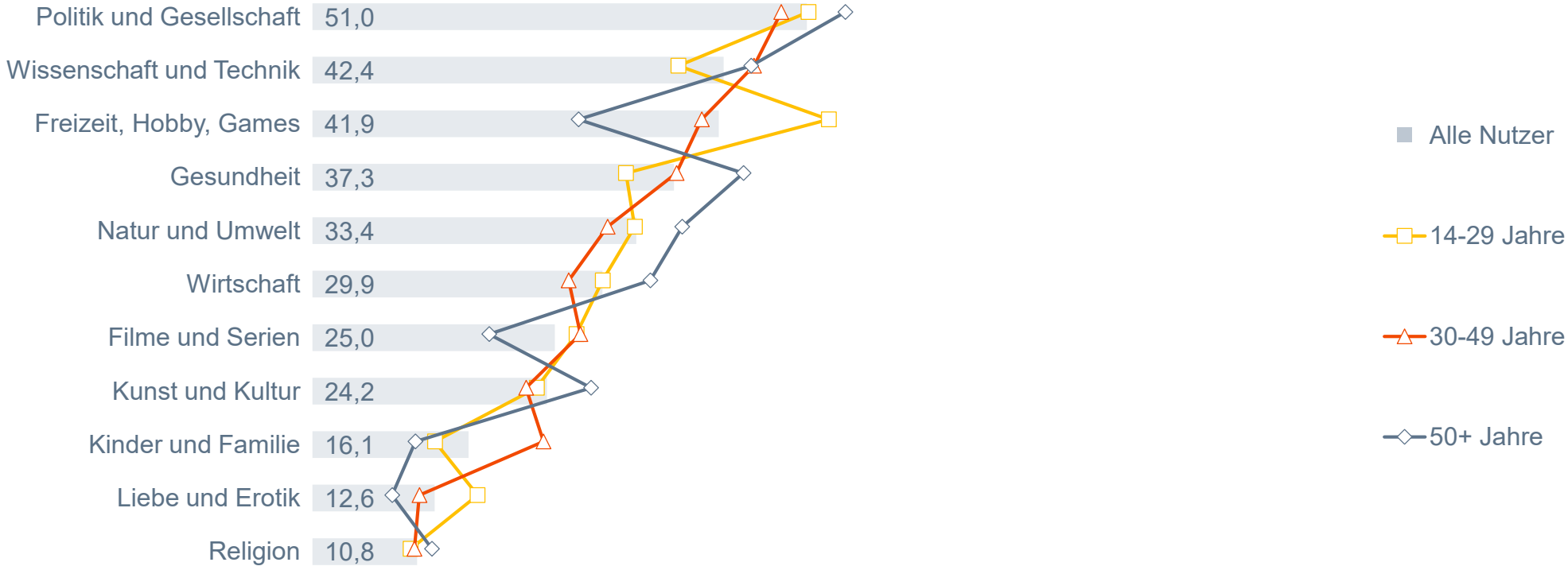
Frage 16: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

Zum Teil klare altersspezifische Interessen: U30 präferiert Freizeit-Themen, Ü50 Politik & Gesellschaft, Gesundheit, Natur & Umwelt, Wirtschaft, Kunst & Kultur. 30-49-Jährige bei Wissenschaft sowie Kinder & Familie vorne.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Konkrete Themen

Angaben in Prozent



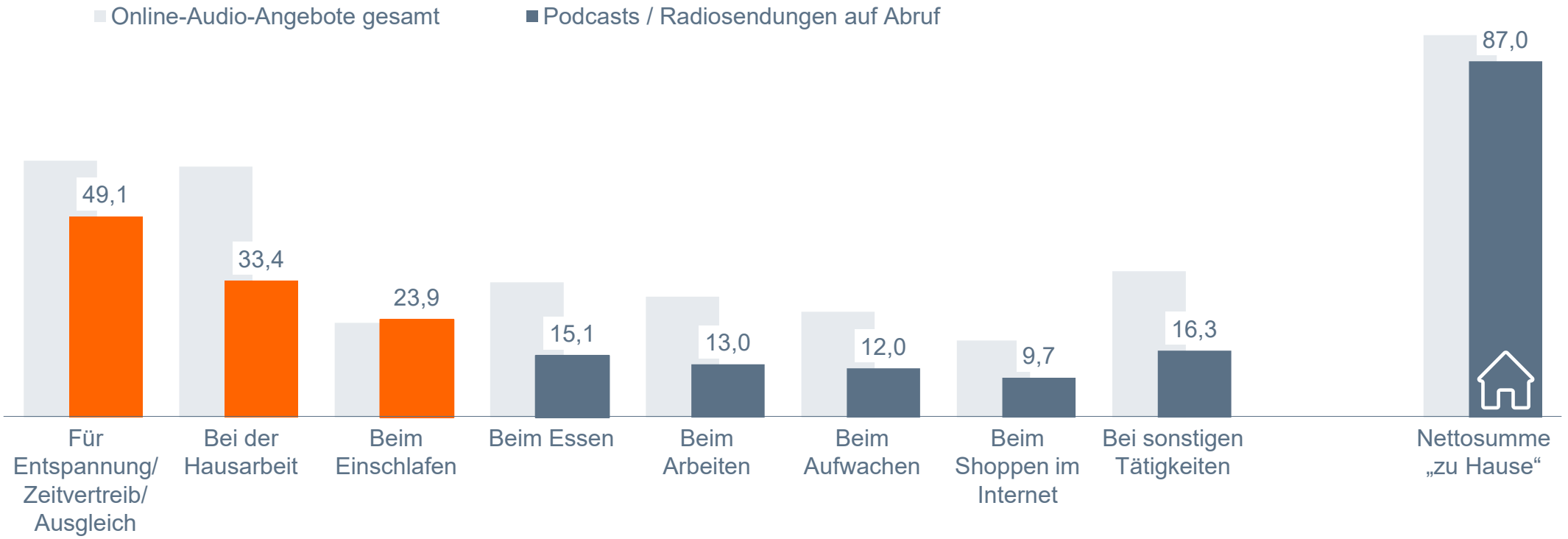
Frage 16: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

Podcasts werden besonders häufig zur Entspannung, während der Hausarbeit sowie beim Einschlafen gehört.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

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

Angaben in Prozent



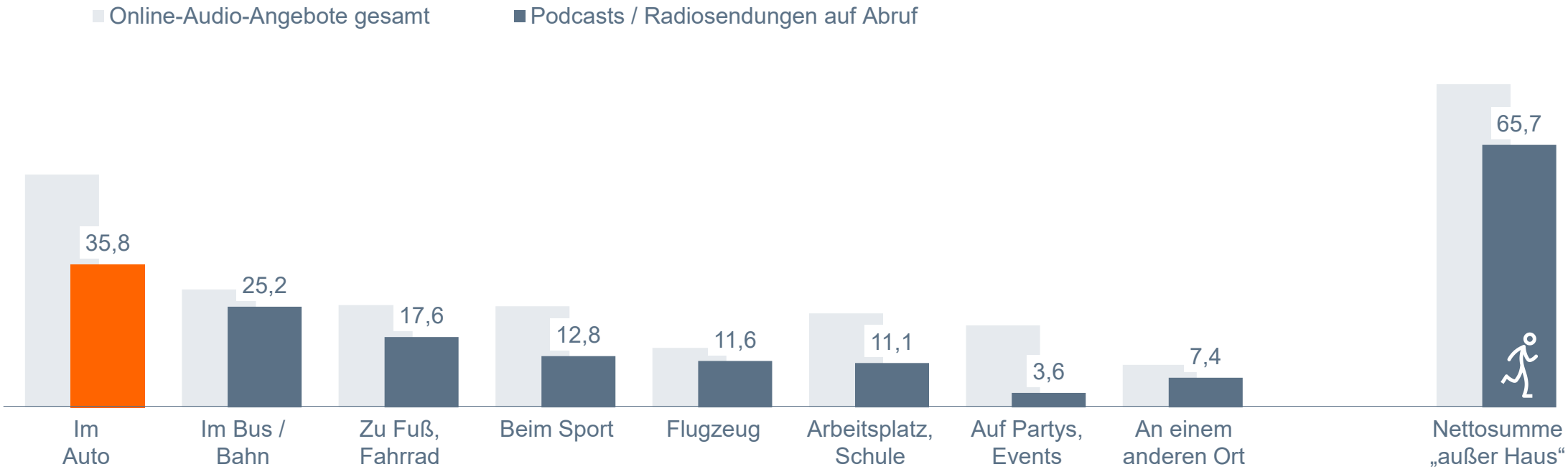
Frage 14: Zu welchen Gelegenheiten hören Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2019: 37,910 / 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n= 4.052 / 5.233), davon 9,237 / 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.151 / 1.897)

Zwei Drittel der regelmäßigen Podcast-Nutzer hören Podcasts auch außer Haus. Vor allem im Auto, in Bus oder Bahn, zu Fuß oder beim Fahrradfahren sowie beim Sport.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

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

Angaben in Prozent



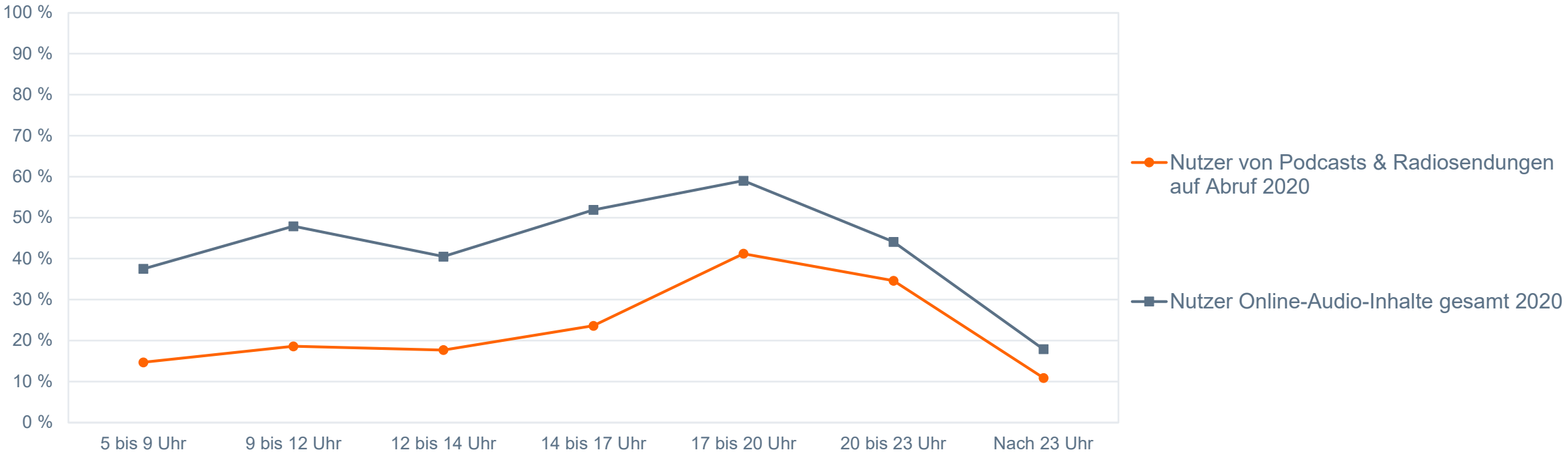
Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2019: 37,910 / 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n= 4.052 / 5.233), davon 9,237 / 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.151 / 1.897)

Die Podcast-Nutzung findet schwerpunktmäßig in den frühen bis späten Abendstunden statt.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf im Tagesverlauf

Angaben in Prozent



Frage 12: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2019: 37,910 / 41,485 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n= 4.052 / 5.233), davon 9,237 / 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.151 / 1.897)

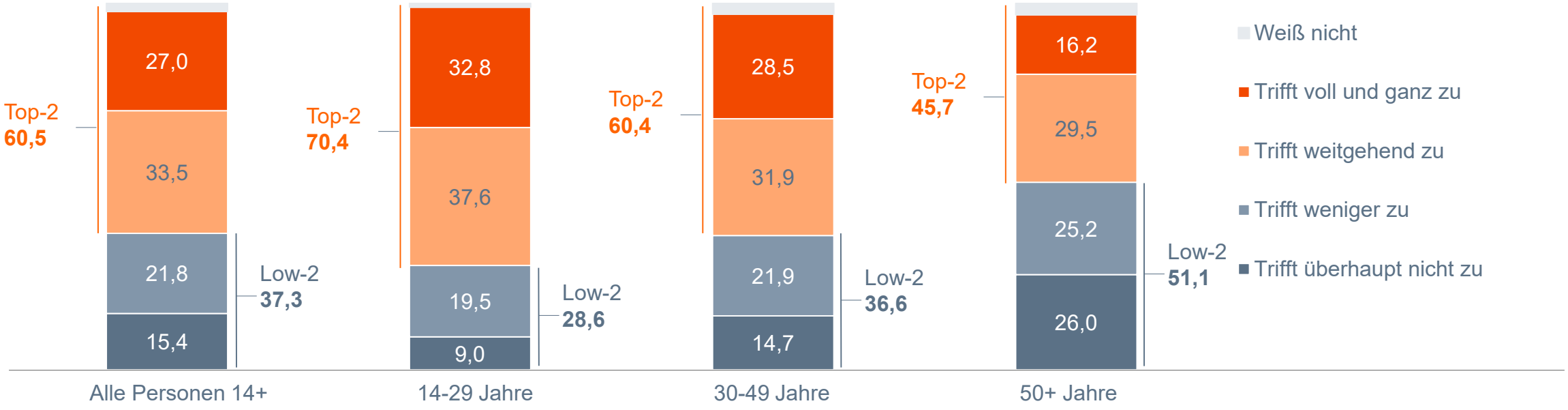
Der Moderator bzw. Gastgeber des Podcasts ist für die Mehrheit ein Einschaltgrund, vor allem für jüngere Nutzer.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Nutzungsmotive Podcasts (1/4)

Angaben in Prozent

„Ich höre bestimmte Podcasts vor allem wegen der Moderatoren bzw. Gastgeber, die den Podcast machen."



Frage 17: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zum Thema Podcasts auf Sie zu: voll und ganz, weitgehend, weniger oder gar nicht?
Angaben in Prozent; Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

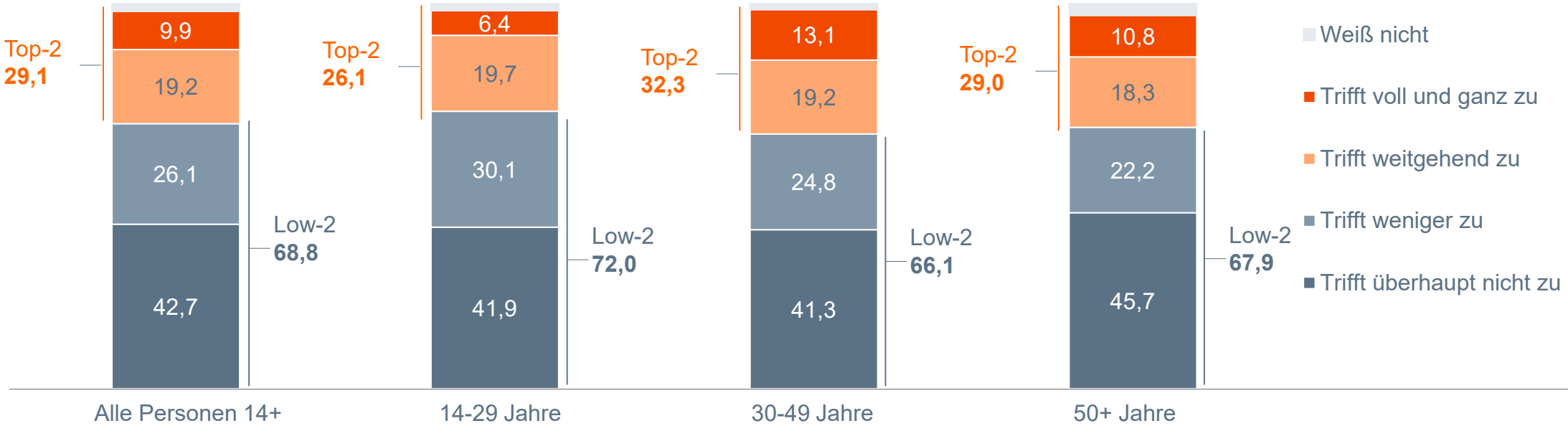
Für rund 30 Prozent spielt auch die Marke eine Rolle, die hinter dem Podcast steht.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Nutzungsmotive Podcasts (2/4)

Angaben in Prozent

„Ich höre bestimmte Podcasts vor allem, weil eine mir bekannte Medienmarke dahintersteht, wie z.B. Zeitschriften oder Zeitungen, Fernseh- oder Radiosender.“



Frage 17: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zum Thema Podcasts auf Sie zu: voll und ganz, weitgehend, weniger oder gar nicht?
Angaben in Prozent; Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

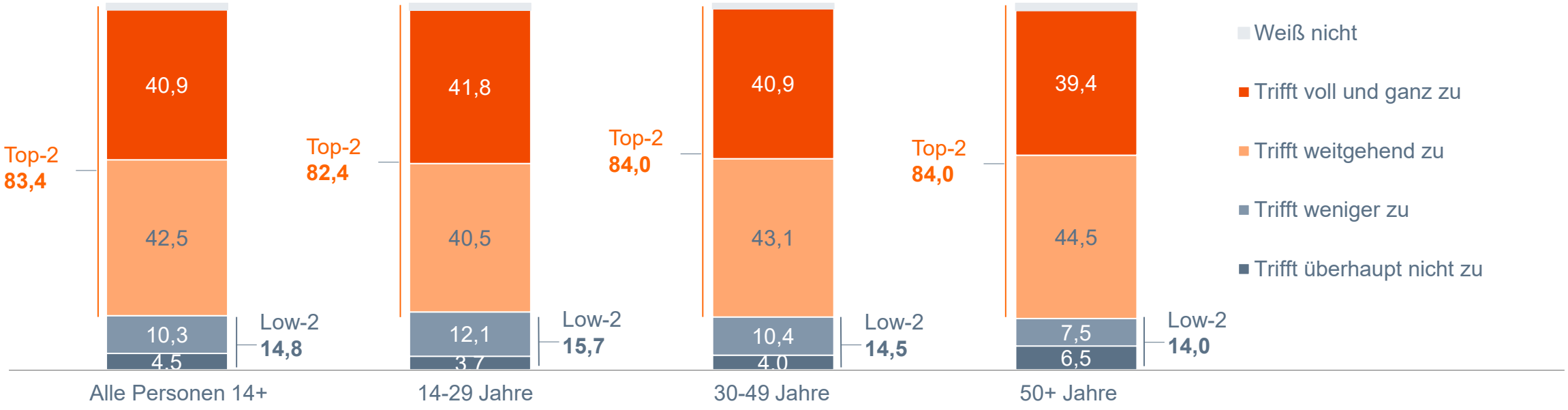
Der große Mehrwert von Podcasts liegt über alle Altersgruppen hinweg in der Tiefe und Ausführlichkeit der Themenbehandlung.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Nutzungsmotive Podcasts (3/4)

Angaben in Prozent

„Ich höre bestimmte Podcasts vor allem wegen der Tiefe und Ausführlichkeit, mit der bestimmte Themen behandelt werden.“



Frage 17: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zum Thema Podcasts auf Sie zu: voll und ganz, weitgehend, weniger oder gar nicht?
Angaben in Prozent; Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

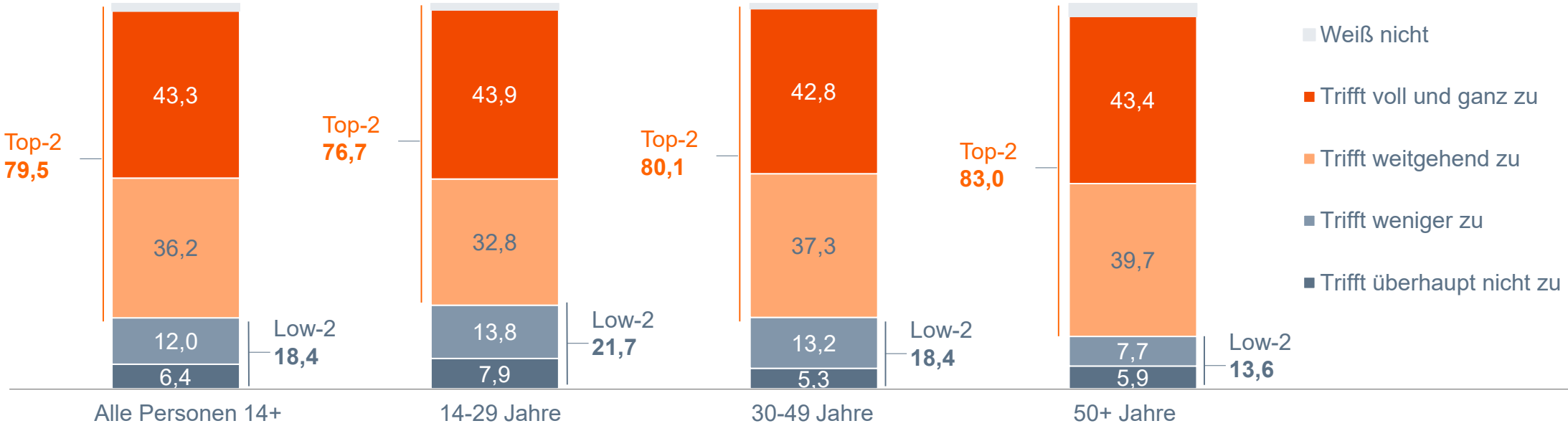
Auch die Themenexklusivität ist ein starkes Nutzungsmotiv für Podcasts, insbesondere für Ältere.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Nutzungsmotive Podcasts (4/4)

Angaben in Prozent

„Ich höre bestimmte Podcasts vor allem wegen spezieller Themen, die ich woanders nicht bekomme.“



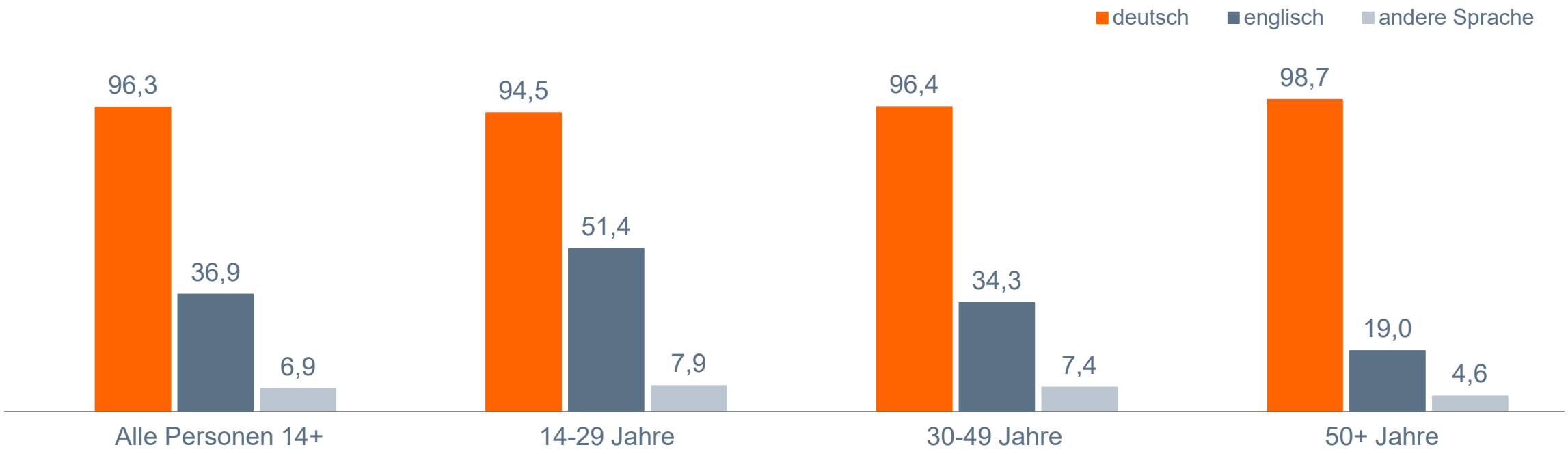
Frage 17: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zum Thema Podcasts auf Sie zu: voll und ganz, weitgehend, weniger oder gar nicht?
Angaben in Prozent; Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

Podcasts in deutscher Sprache hören fast alle, aber mehr als jeder dritte regelmäßige Podcast-Nutzer hört auch Podcasts in anderen Sprachen, vornehmlich in Englisch.

Basis: Regelmäßige Nutzer von Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

Sprachen, in denen Podcasts gehört werden

Angaben in Prozent



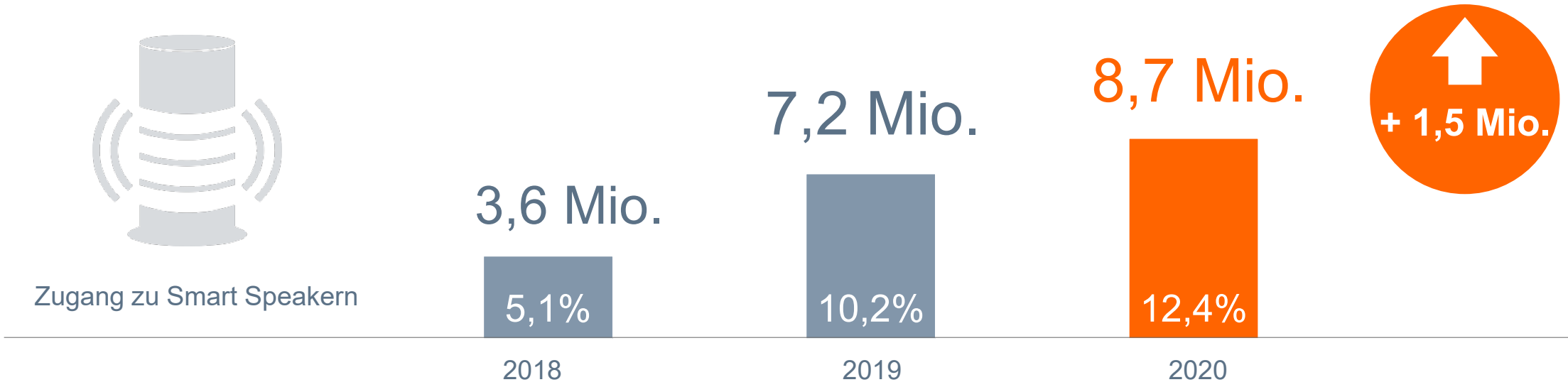
Frage 18: In welcher Sprache bzw. welchen Sprachen hören Sie Podcasts?
Angaben in Prozent; Angaben in Prozent; Basis: 14,098 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf mindestens einmal pro Monat hören (n= 1.897)

9 Smart Speaker

Rund jeder Achte in Deutschland hat mittlerweile Zugang zu einem Smart Speaker. Mit 8,7 Mio. sind das 1,5 Mio. mehr als im Vorjahr.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern
Angaben in Prozent / Mio. Personen



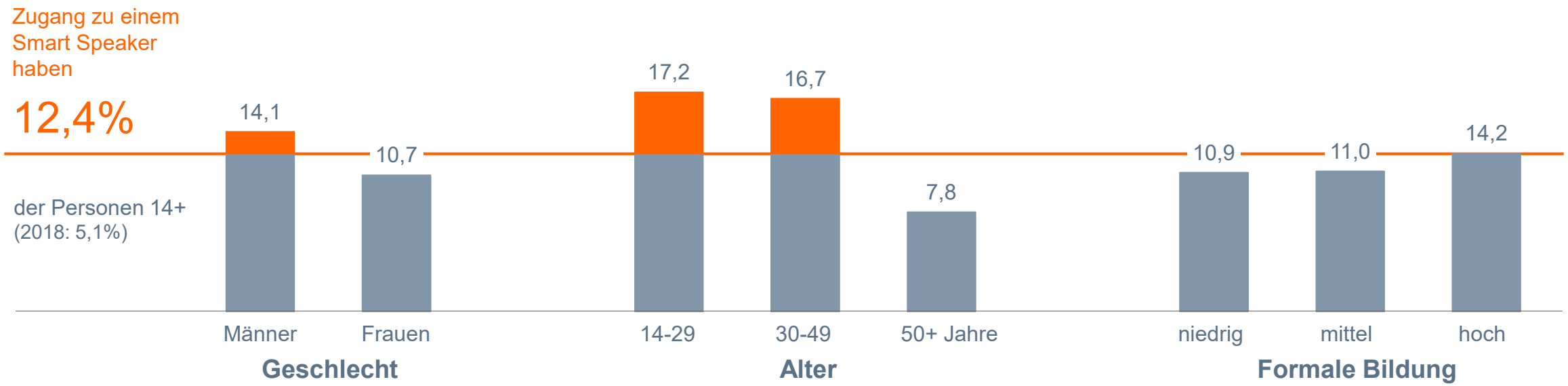
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 70,094 / 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.850 / 7.554 / 8.483)

Überdurchschnittlich viele Männer und unter 50-Jährige verfügen im Haushalt über einen Smart Speaker.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Besitz / Zugang

Angaben in Prozent



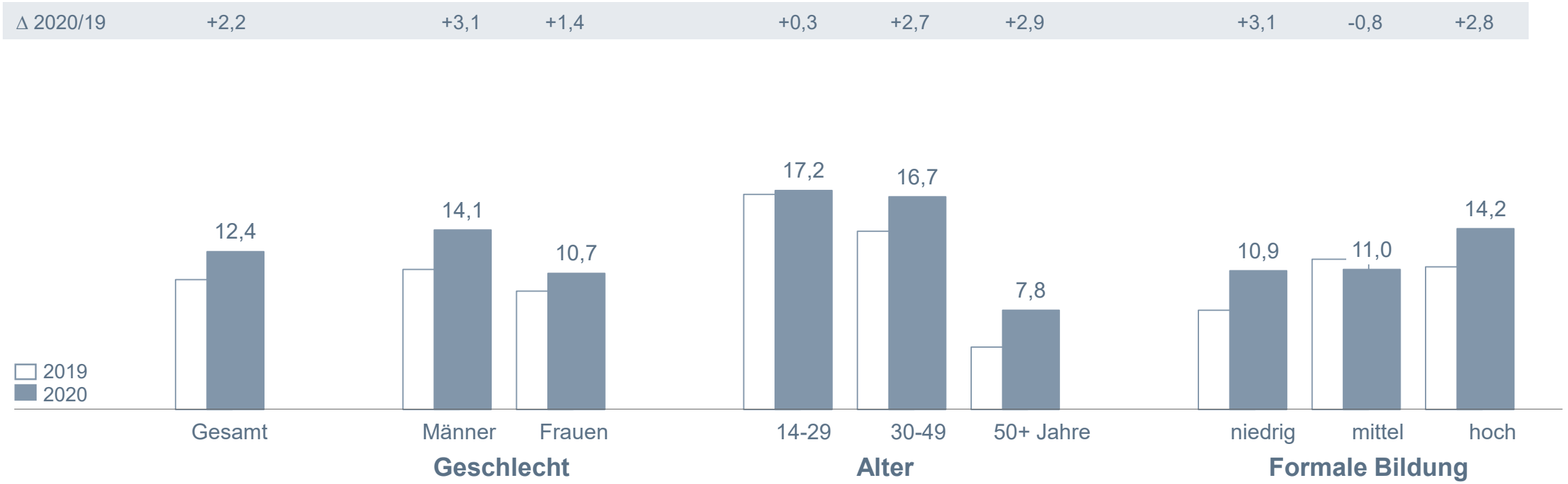
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.483)

Im Vergleich zum Vorjahr haben deutlich mehr ab 30-Jährige Zugang zu einem Smart Speaker.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Besitz / Zugang

Angaben in Prozent

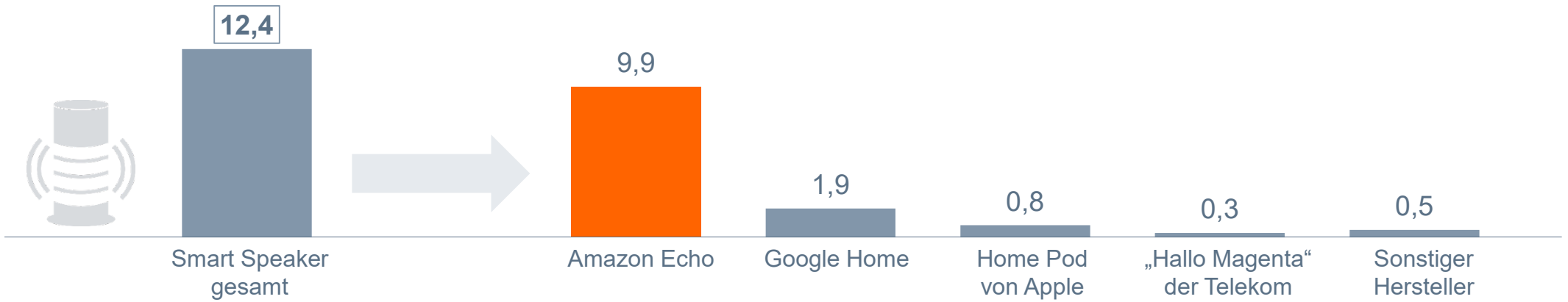


Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis: 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 7.554 / 8.483)

Amazon Echo mit Abstand am relevantesten: Über 80% derjenigen, die Zugang zu einem Smart Speaker haben, haben mindestens einen davon zu Hause stehen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Smart Speaker Hersteller
Angaben in Prozent



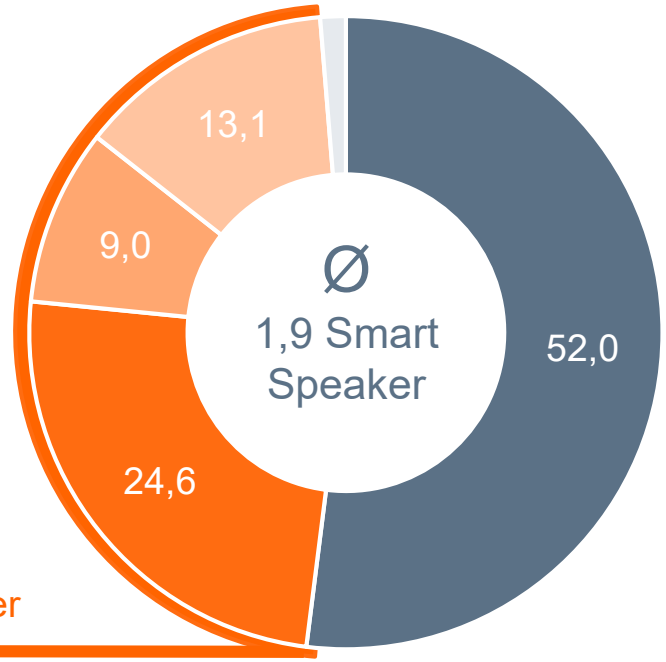
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung? | Frage 26: Über welche(n) Smart Speaker verfügen Sie bei sich zu Hause?
Angaben in Prozent; Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.483)

Einer ist oft nicht genug: Fast jeder Zweite mit Zugang zu einem Smart Speaker hat zwei oder mehr davon.

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

Zugang zu Smart Speakern - Anzahl

Angaben in Prozent



46,7%
Zugang zu mehr als einem Smart Speaker

Hochgerechnet befinden sich mehr als **8 Mio. Geräte** in den deutschen Haushalten

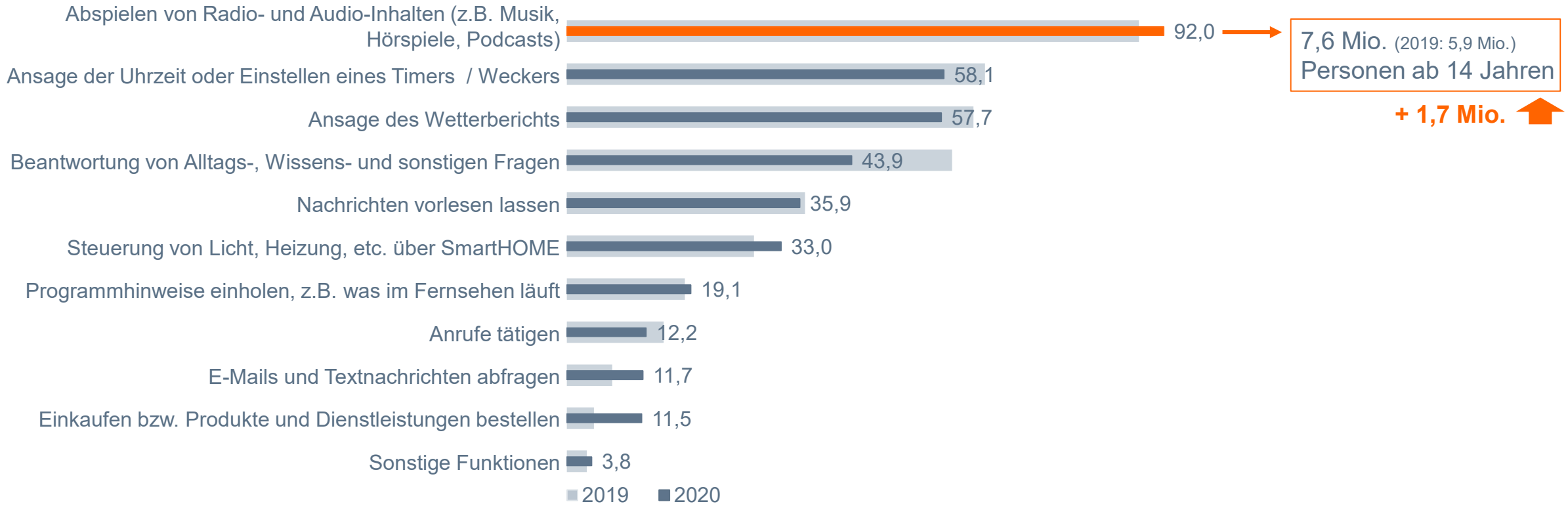
Frage 25: Wie viele Smart Speaker Geräte haben Sie in Ihrem Haushalt?
Angaben in Prozent; Basis: 8,206 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu mindestens einem Smart Speaker haben (n=1.031)

Audio an erster Stelle: Über neun von zehn Online-Audio-Nutzer mit Smart Speaker im Haushalt hören über ihn auch Audio-Inhalte. Das sind rund 8 Mio. Menschen.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Zugang zu einem Smart Speaker haben

Smart Speaker: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent



7,6 Mio. (2019: 5,9 Mio.) Personen ab 14 Jahren

+ 1,7 Mio.

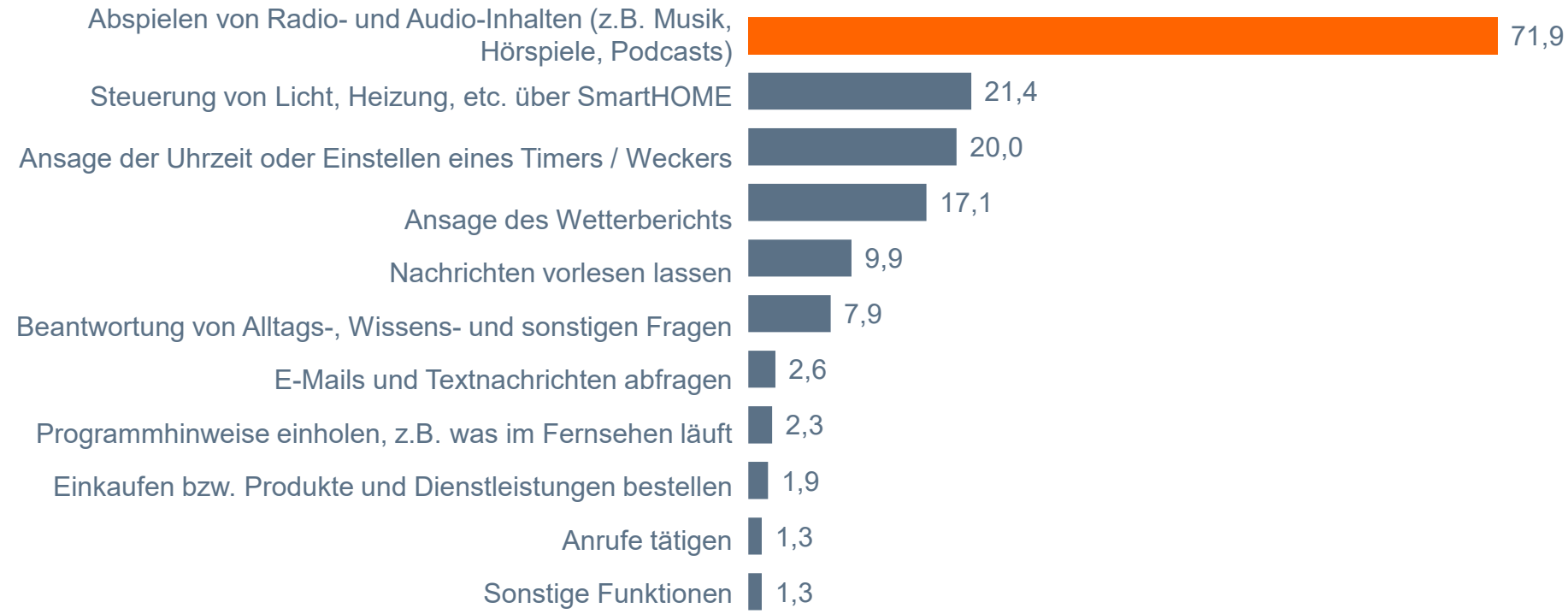
Frage 28: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie über Ihren Smart Speaker?
Angaben in Prozent; Basis 2019: 6,650 / 8,206 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart Speaker haben (n= 587 / 1.031)

Das Abspielen von Radio- und Audio-Inhalten ist auch mit großem Abstand die am häufigsten genutzte Funktion eines Smart Speakers.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Zugang zu einem Smart Speaker haben

Smart Speaker: Am häufigsten genutzte Inhalte

Angaben in Prozent



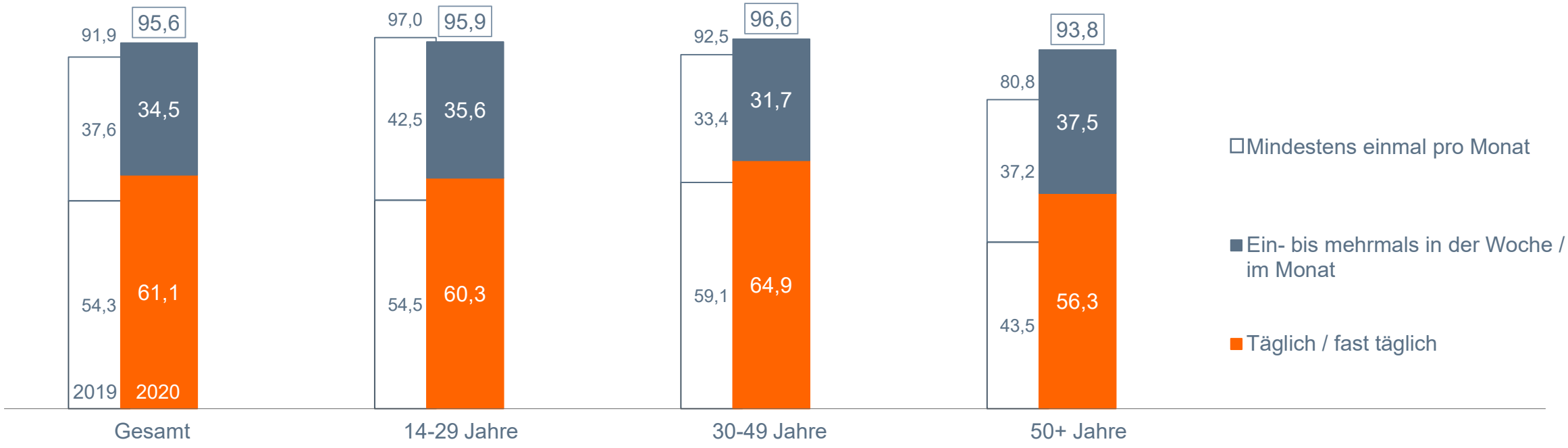
Frage 29: Und welche dieser Angebote nutzen Sie am häufigsten?
Angaben in Prozent; Basis: 8,206 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart Speaker haben (n=1.031)

So gut wie jeder, der Online-Audio per Smart Speaker nutzt, tut dies regelmäßig. Mehr als jeder Zweite hört täglich Musik oder Radio über einen intelligenten Lautsprecher.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen

Smart Speaker: Nutzungsfrequenz für Audio-Inhalte

Angaben in Prozent



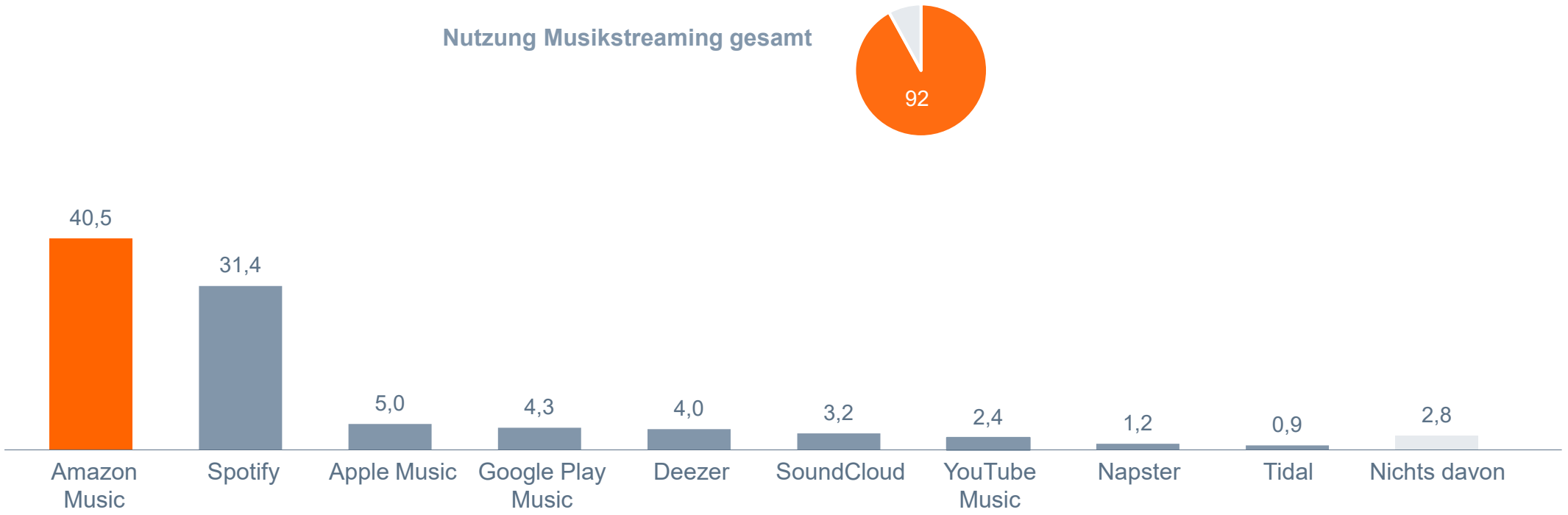
Frage 31: Wenn Sie einmal an die Nutzung von Audio-Inhalten allgemein über Ihren Smart Speaker denken. Wie oft nutzen Sie diese?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 5,863 / 7,552 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n= 513 / 942)

Die überwiegende Mehrheit der Audio-Nutzer nutzt auch Musikstreaming-Dienste über Smart Speaker. Amazon Music liegt hier klar vorne.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen

Smart Speaker: Nutzung Musikstreaming

Angaben in Prozent



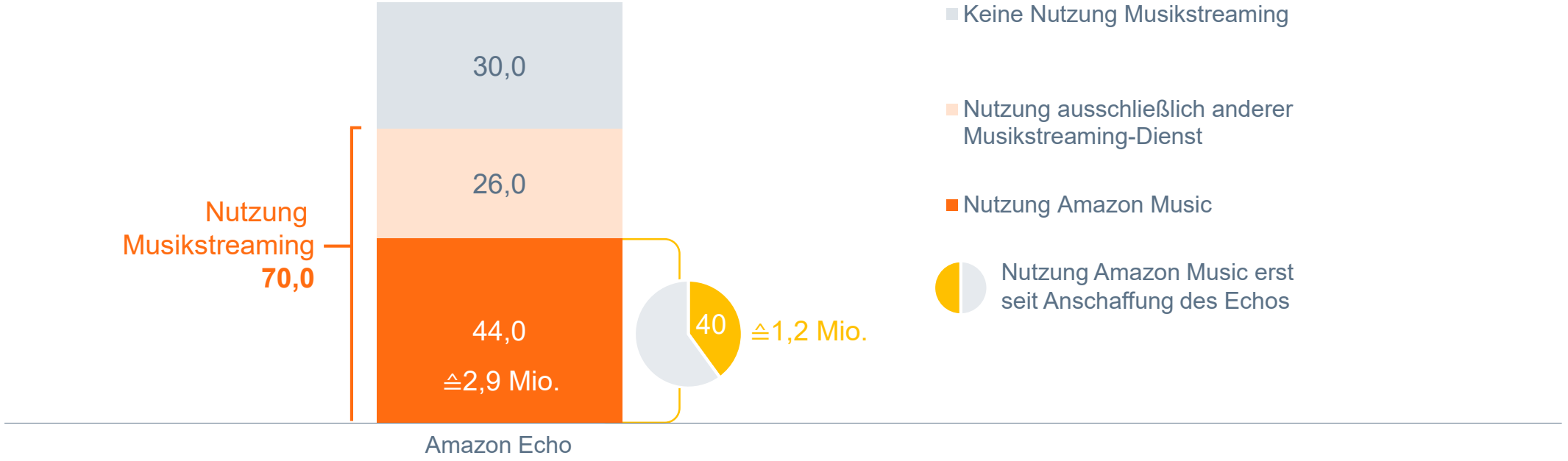
Frage 30: Welche der folgenden Musikstreaming-Angebote nutzen Sie auf Ihrem Smart Speaker?
Angaben in Prozent; Basis: 7,552 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=942)

Amazon Echo schafft es, viele Nutzer auf den eigenen Streaming-Dienst zu bringen und dadurch auch ganz neue Nutzer auf Amazon Music zu konvertieren.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen Smart Speaker nutzen

Smart Speaker: Nutzung Musikstreaming-Dienst des Herstellers

Angaben in Prozent



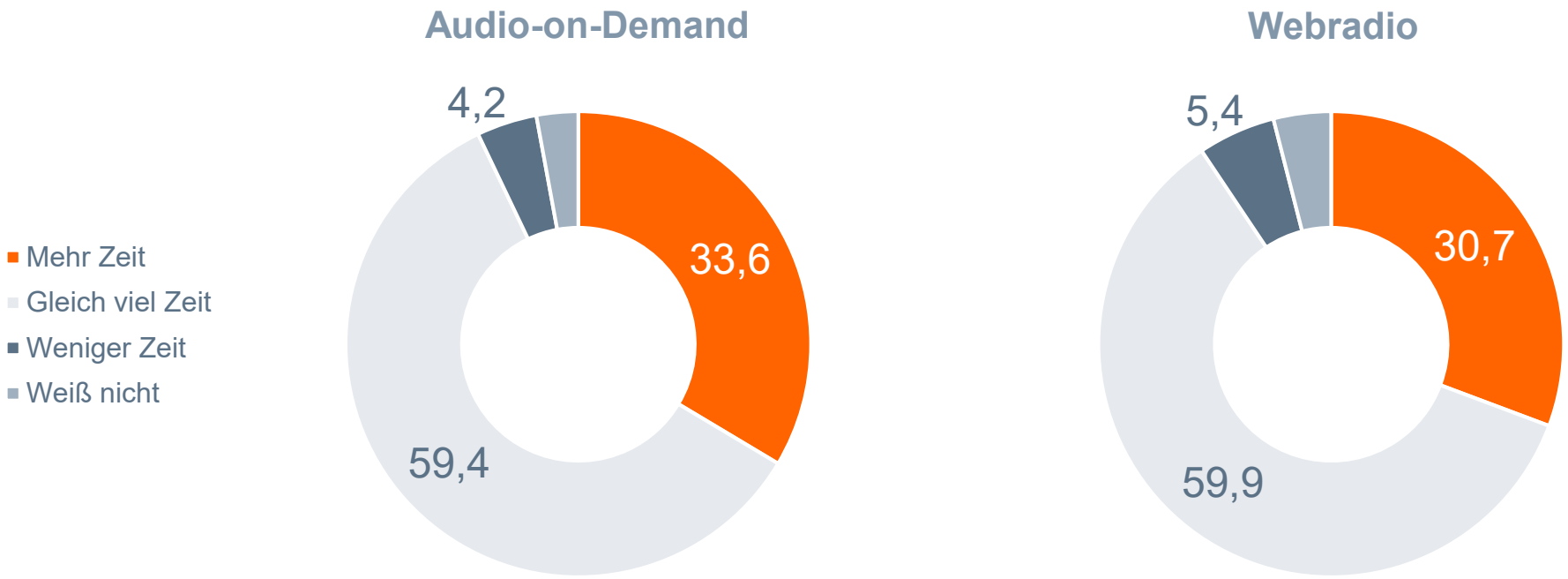
Frage 30a: Haben Sie Amazon Music schon vor der Anschaffung Ihres Amazon Echo genutzt?
Angaben in Prozent; Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker nutzen: Amazon Echo: 6,579 Mio. (n=812)

Jeweils jeder Dritte gibt an, seit Erwerb des Smart Speakers mehr Zeit mit dem Hören von Radio oder anderen Audio-Angeboten über das Netz zu verbringen.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen

Veränderung Online-Audio-Nutzung durch Erwerb eines Smart Speakers

Angaben in Prozent



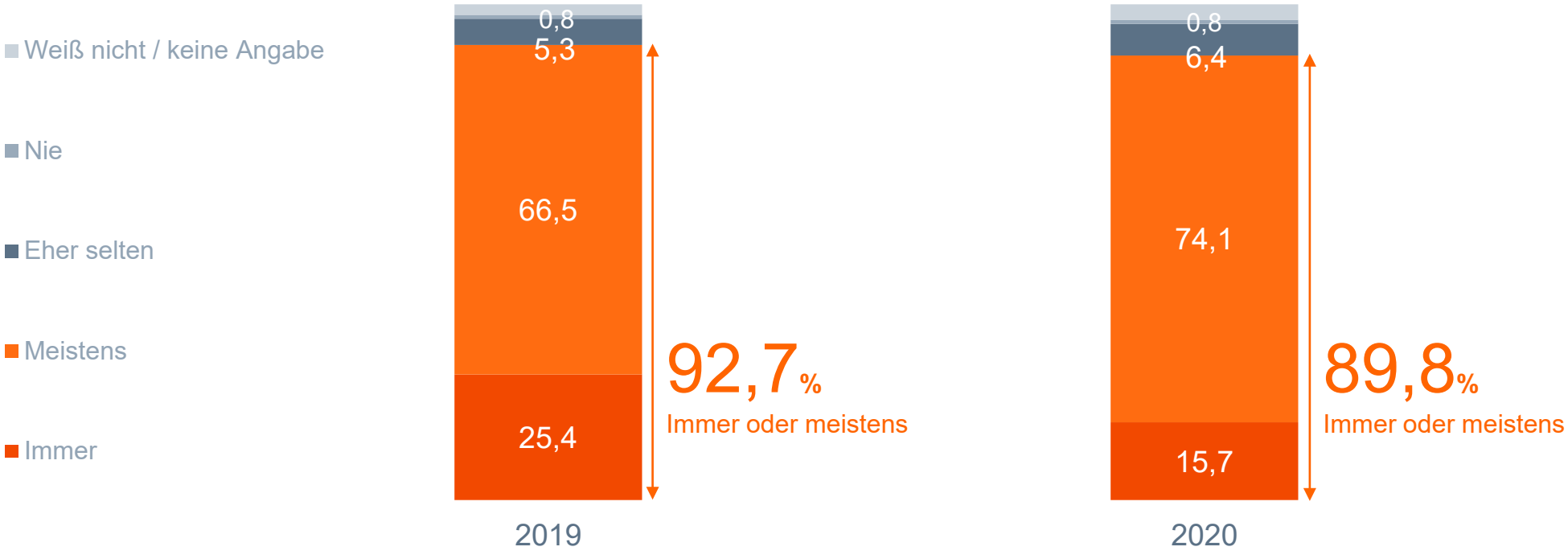
Frage 32/33: Denken Sie jetzt bitte einmal an die Zeit, die Sie in einer normalen Woche mit Radiohören oder anderen Audio-Angeboten verbringen, die sie über das Internet nutzen, z.B. Webradio, Musikstreaming, Hörbücher oder Podcasts. Verbringen Sie, seitdem Sie Ihren Smart Speaker haben jetzt insgesamt mehr, gleich viel oder weniger Zeit mit dem Hören von Radio oder anderen Audio-Angeboten **über das Internet?**
Angaben in Prozent; Basis: 7,552 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=942)

Nach wie vor liefern Alexa, Google Home & Co. meist wie gewünscht. Allerdings geben mit 16 Prozent weniger als zuletzt an, immer die gewünschten Audio-Inhalte zu bekommen.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen

Smart Speaker: Erhalt des gewünschten Inhalts

Angaben in Prozent

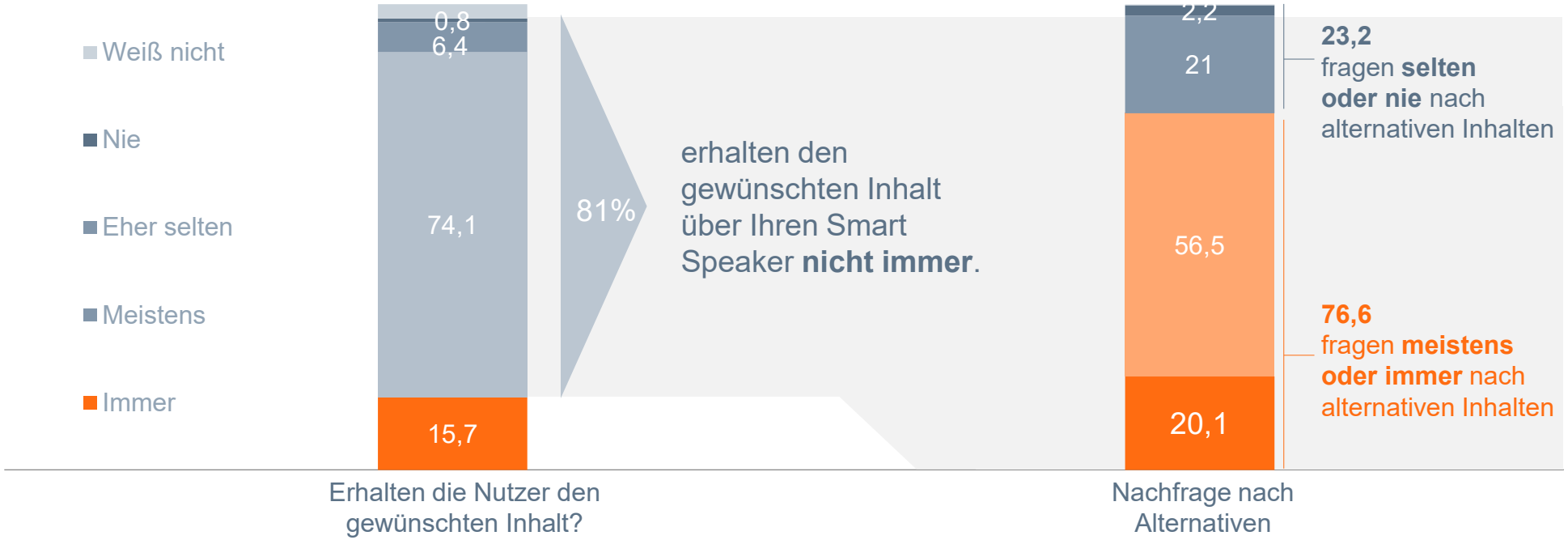


Frage 34: Wenn Sie Audio-Inhalte über Ihren Sprachassistenten aufrufen, bekommen Sie da den gewünschten Inhalt?
Angaben in Prozent; Basis 2019 / 2020: 5,863 / 7,552 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=306 / 942)

Wenn es beim ersten Versuch nicht klappt, haken drei Viertel noch einmal nach. Knapp jeder Vierte fragt aber selten oder nie nochmals nach dem ursprünglich gewünschten Inhalt .

Basis: Online-Audio-Nutzer, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen

Smart Speaker: Nachfrage nach dem ursprünglich gewünschten Inhalt
Angaben in Prozent



Frage 34: Wenn Sie Audio-Inhalte über Ihren Sprachassistenten aufrufen, bekommen Sie da den gewünschten Inhalt? / Frage 35: Wenn Sie den gewünschten Inhalt nicht auf Anhieb bekommen: Wie häufig fragen Sie dann noch mal nach dem eigentlich gewünschten Inhalt?; Angaben in Prozent; Basis 7,552 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=942)

10 Methodische Hinweise

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2020

Hintergrund und Auftraggeber:	Beim Online-Audio-Monitor (OAM) handelt es sich um die Fortführung des Webradio-Monitors, der von 2009 bis 2017 die Entwicklung von Webradio in Deutschland - zunächst mit einer Anbieterstudie, später ergänzt um eine Nutzerbefragung - untersuchte. Der Webradio-Monitor wurde von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) entwickelt und in den letzten Jahren in Kooperation mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und Verband Privater Medien (VAUNET) veröffentlicht. Die Auftraggeber hatten sich in 2018 dazu entschieden, das Projekt weiterzuentwickeln und sich auf die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen zu konzentrieren. 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 präsent.
Institut:	mindline media GmbH
Methode:	Paralleler Mixed Mode-Ansatz: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) und Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,684 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 (Festnetz: 53%, Mobil: 47%). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt. Die telefonische Erreichbarkeit vor allem der jüngeren Bevölkerung ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurde zur Erzielung einer bestmöglichen Stichprobenqualität und besseren Abdeckung der Grundgesamtheit ein Mixed Mode-Design gewählt mit einer Kombination von CATI- und CAWI-Interviews im Verhältnis von 57 Prozent CATI- und 43 Prozent CAWI-Interviews. Die beiden Sampling-Frames (Festnetz und Mobil) sowie die CATI- und CAWI-Stichprobe wurden mittels Designgewichtung und Redressement-Gewichtung zusammengeführt, damit sie ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit geben.

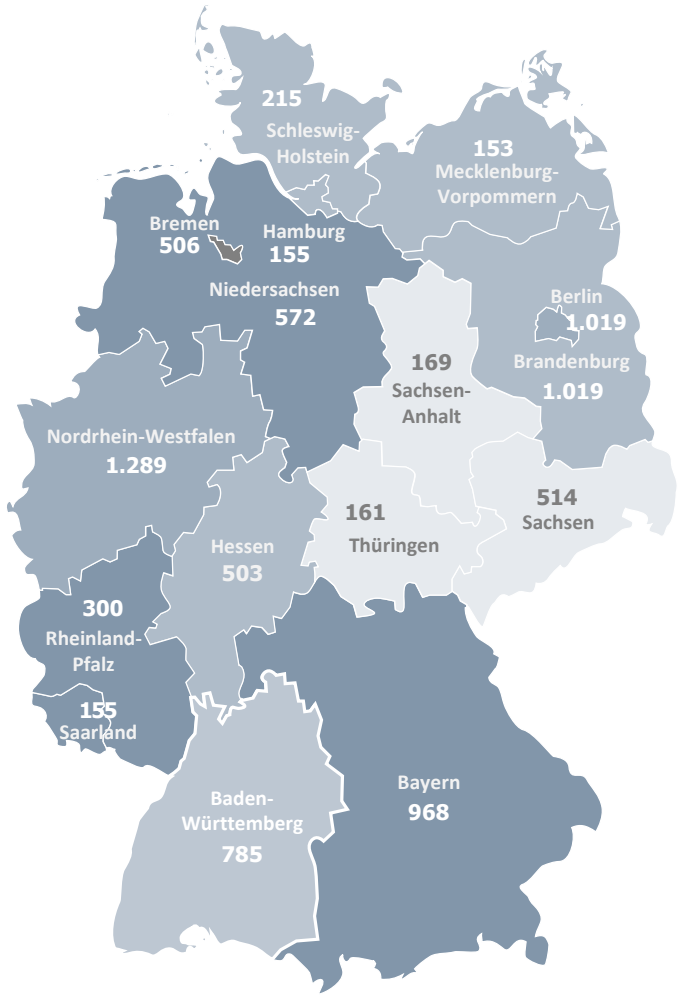
Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2020

Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 6.022 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 6.022 Interviews verteilen sich bevölkerungsproportional auf die einzelnen Bundesländer.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 2.461 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen, Hessen und Sachsen realisiert. Im Anschluss wurde der disproportionale Ansatz im Rahmen der Gewichtung aufgehoben, damit repräsentative Aussagen für alle Personen bzw. Privathaushalte in Deutschland möglich sind.
Erhebungszeitraum:	CATI: 29.04. – 15.06.2020 | CAWI: 20.05. – 18.06.2020
Zentrale Untersuchungsinhalte:	Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalten: 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 2020 waren: • Nutzung von Podcasts bzw. Radiosendungen oder andere Beiträge zum Nachhören • Smart Speaker

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2020

Realisierte Interviews 2020	Anzahl
Baden-Württemberg	785
Bayern	968
Berlin	1.019 *
Brandenburg	1.019 *
Bremen	506 *
Hamburg	155
Hessen	503 *
Mecklenburg-Vorpommern	153
Niedersachsen	572
Nordrhein-Westfalen	1.289
Rheinland-Pfalz	300
Saarland	155
Sachsen	514 *
Sachsen-Anhalt	169
Schleswig-Holstein	215
Thüringen	161
Summe	**8.483**



* Disproportionale Fallzahlaufstockungen