

Nr. 51 / 02.09.2021

Audio-Zukunft ist online und jetzt!

Online-Audio-Monitor 2021: 45 Millionen hören regelmäßig Musik, Webradio, Podcasts und Hörbücher

- Sperrfrist: 02.09.2021, 10:00 Uhr -

45,3 Mio. ab 14-Jährige in Deutschland nutzen regelmäßig Online-Audio-Angebote. Damit zählen knapp zwei Drittel der Bevölkerung (64,1%) zu den regelmäßigen Online-Audio-Nutzerinnen und -Nutzern. Das sind 2,3 Mio. mehr als im Vorjahr, ein Zuwachs um 5,3%. Jeweils mehr als die Hälfte der Bevölkerung hört bereits gelegentlich Musikstreaming (60,1%) und Webradio (53,3%). Podcasts (plus 21,3%) und Hörbücher bzw. Hörspiele (plus 13,9%) sind in der Gunst der Hörerinnen und Hörer am stärksten gestiegen. Der Online-Audio-Monitor 2021 zeigt: Wir sind in der Zukunft der Audio-Nutzung angekommen. Diese und viele weitere Ergebnisse wurden heute im Rahmen einer Digitalveranstaltung der Medienanstalten, Vermarkter und Verbände vorgestellt.

Online-Audio wird on-demand und linear gehört. Mit dem Wachstum der verschiedenen Angebotsformen nimmt auch der Anteil derer zu, die mehrere Kanäle nutzen. So hört fast jede/r Zweite (46,9%) sowohl lineare Webradio-Angebote als auch mind. einen On-Demand-Kanal wie z.B. Musikstreaming oder Podcast.

Online-Audio wächst in die Breite. Den höchsten Anteil regelmäßiger Online-Audionutzung findet man zwar nach wie vor bei den 14-29-Jährigen (89,3%). Die größte relative wie absolute Zunahme findet aber in der Altersgruppe 50+ statt (plus 18% auf 46%). Damit setzt sich der Trend aus dem vergangenen Jahr fort.

Musik ist und bleibt im Mittelpunkt. 89,9% hören Musik online. Doch geben auch knapp drei Viertel der Nutzer und Nutzerinnen an, Nachrichten über ein Online-Audio-Format zu hören. Bemerkenswert: Auch bei 14- bis 29-Jährigen rangieren Nachrichten auf dem zweiten Platz, direkt hinter Musik (68,5%).



Pressekontakt
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien
Heinrich-Lübke-Straße 27
81737 München

Stefanie Reger
Telefon 089 63808-315
stefanie.eger@blm.de

Spezielle Stärken: Lineares Webradio hat seine Kernkompetenzen bei Nachrichten inklusive Regionalem und Lokalem, bei Services und im Sportbereich. Bei On-Demand stehen Wissens- und Unterhaltungsinhalte sowie Hörspiele stärker im Fokus.

Überall und jederzeit verfügbar: Am häufigsten wird Online-Audio mittlerweile unterwegs im Auto gehört (63,2%; plus 8%). Die Nutzung zu Hause erfolgt vor allem als Begleitung zur Hausarbeit (61,4%). Besonders beachtenswert bei der Nutzung zu Hause: 36,4% hören Online-Audio-Inhalte (auch), ohne etwas Anderes nebenbei zu tun. Die volle Konzentration auf den Audio-Inhalt verweist damit alle weiteren „Nebenbei“-Tätigkeiten bzw. Situationen auf die Plätze.

Mehr als eine Modeerscheinung: 20,9 Mio. ab 14-Jährige hören Podcasts und Radiosendungen auf Abruf – ein Plus von 3,6 Mio. bzw. 21%. Info- und Wissenssendungen bleiben zwar der beliebteste Podcast-Inhalt, doch alle Genres können sich über Reichweitengewinne freuen. Das gilt nicht zuletzt für Nachrichten, die im Vergleich zum Vorjahr 0,9 Mio. zusätzliche Interessierte auch als Podcasts erreichen.

Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), sieht in den Ergebnissen einen klaren Trend bestätigt: „Das (Zu)Hören boomt und dazu trägt Online-Audio bei. Wir sind Zeugen des größten Veränderungsprozesses im Audiomarkt seit Einführung des Privathörfunks. Als Medienanstalten begrüßen wir die Vielfalt der Angebote und Inhalte, die sich den immer zahlreicher werdenden Nutzerinnen und Nutzern von Online-Audio bieten. Die durch den OAM belegte zunehmende Relevanz der Smart Speaker zeigt jedoch exemplarisch: In der Nutzung führt kaum ein Weg an den großen Plattformen vorbei. Deshalb ist es eine wichtige Aufgabe der Medienpolitik und Regulierung, die chancengleiche Auffindbarkeit von Radio- und Audioinhalten auch online zu sichern.“

Marco Maier, Vorsitzender Fachbereich Radio und Audiodienste im VAUNET und Geschäftsführer von Radio/Tele FFH: „Über die Hälfte der Deutschen hört Radio im Netz! Podcasts und Radio/Audio-Elemente auf Abruf erreichen fast ein Drittel der Menschen. Damit ist Online-Audio ein sehr wichtiger Verbreitungsweg für alle Radiomacher geworden. Nachrichten, vor allem regionale und lokale Information, gehören zu den besonders stark genutzten Online-Audio-Inhalten. Privatradios streamen täglich ein vielfältiges Informationsangebot, insbesondere für die Regionen, und bieten Beiträge zu gesellschaftlichen und sozialen Themen auch on-demand. Aus diesem Grund ist es uns ein wichtiges Anliegen, dass die einfache Auffindbarkeit unserer Angebote sichergestellt wird.“

Björn Kaspring, Stellvertretender Vorsitzender der Fokusgruppe Audio im BVDW: „Die Erfolgsgeschichte von Online Audio belegt eindrucksvoll, wie dynamisch und innovativ sich Audio an die Bedürfnisse der Hörerinnen und Hörer anpasst. Es gibt im Grunde keinen Ort mehr, an dem nicht Musik gestreamt oder Webradios und

Podcasts gehört werden. Die Nutzung verschiedener Online-Audio-Angebotsformen von jedem einzelnen wird immer häufiger und damit alltäglicher. Für Werbung-treibende wird ein Mix von Online-Audio-Kanälen damit einmal mehr ein unumgänglicher Bestandteil ihrer Mediastrategie.“

Über den Online-Audio-Monitor 2021

Der Online-Audio-Monitor untersucht bevölkerungsrepräsentativ die Online-Audio-Nutzung der ab 14-Jährigen in Deutschland. Insgesamt wurden 8.213 CATI- und CAWI-Interviews realisiert. Die CATI-Stichprobe setzt sich sowohl aus Festnetz- als auch Mobilfunknummern zusammen. Der Erhebungszeitraum des Online-Audio-Monitors war vom 24. April bis 23. Juni 2021.

Auftraggeber der von mindline media durchgeführten Studie sind die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), die Medienanstalt für Baden-Württemberg (LFK), die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), VAUNET – Verband Privater Medien und die Radio Marketing Service (RMS).

Der Gesamtbericht zum Online-Audio-Monitor 2021 steht unter www.online-audio-monitor.de zum Download zur Verfügung.