



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2023

14. September 2023

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg



mabb
medienanstalt_berlin_brandenburg



VAUNET
Verband Privater Medien



Umsetzung:

A grayscale photograph of a young woman with short, wavy hair, smiling broadly while driving a car. She is wearing a light-colored, short-sleeved top. Her right hand is on the steering wheel, and her left hand is raised with the index finger pointing up. The background shows the interior of the car and a blurred view through the windshield.

1

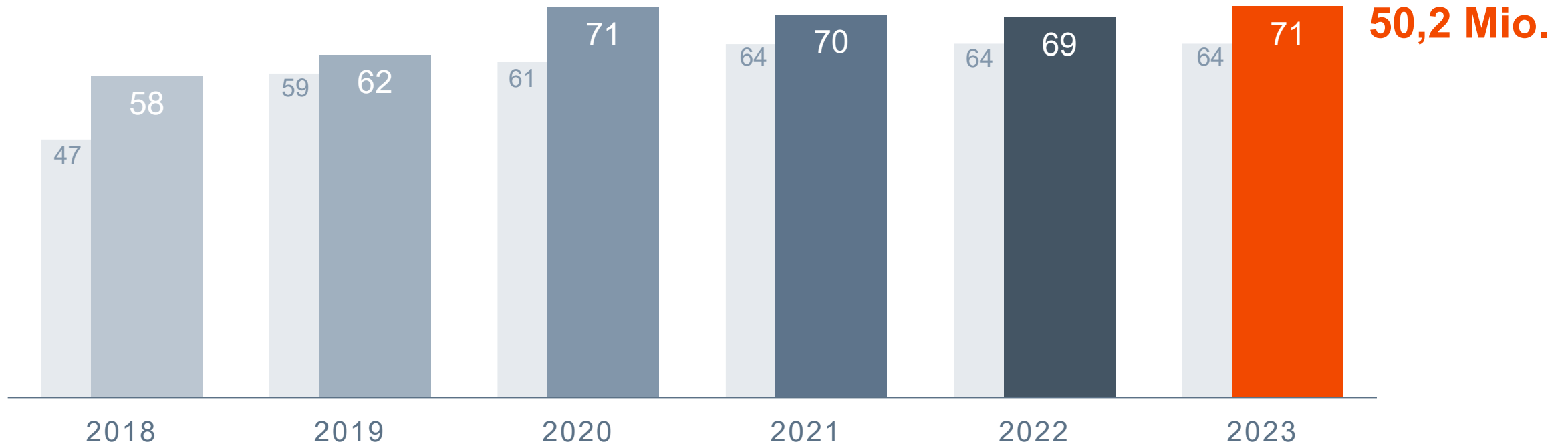
Online-Audio-Nutzung in Deutschland

Seit 2020 bleibt die Online-Audio-Nutzung in Deutschland auf hohem Niveau stabil.

Nutzung Online-Audio-Angebote gesamt im Trend

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

■ mindestens einmal pro Monat ■ mindestens gelegentlich

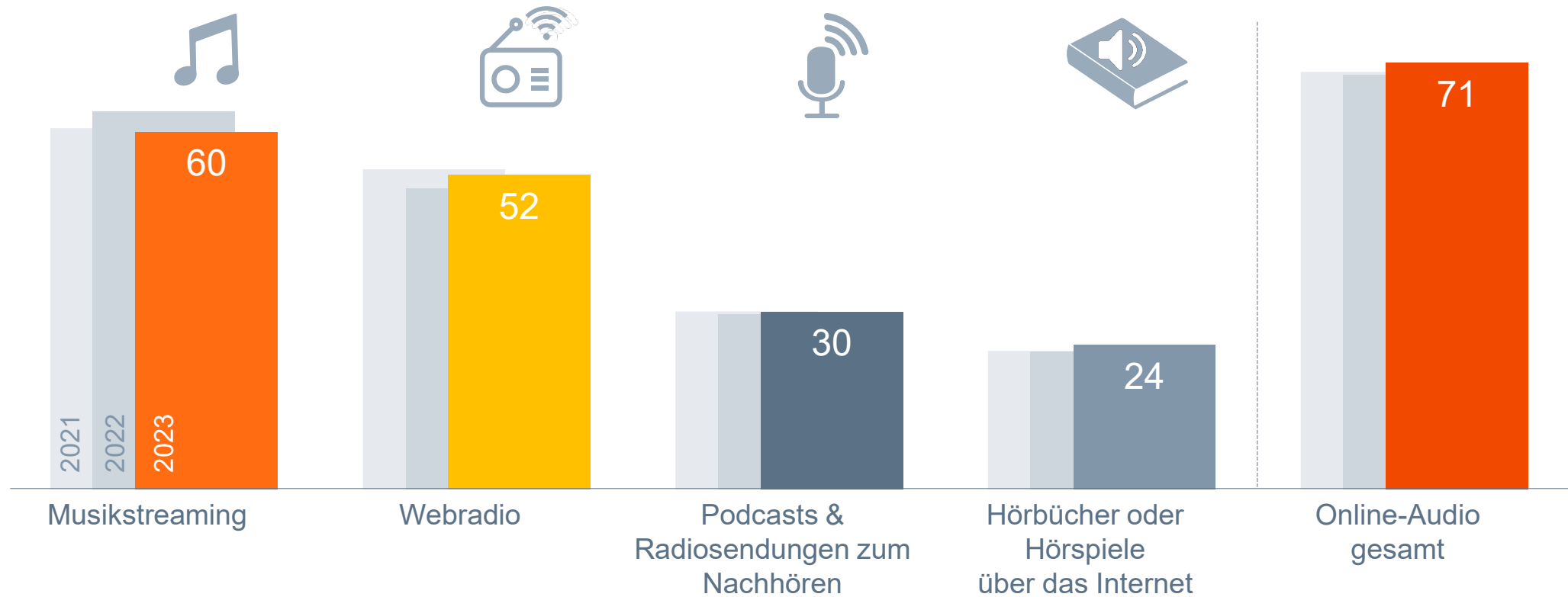


Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Musikstreaming und Webradio dominieren die Online-Audio-Nutzung.

Nutzung Online-Audio-Angebote

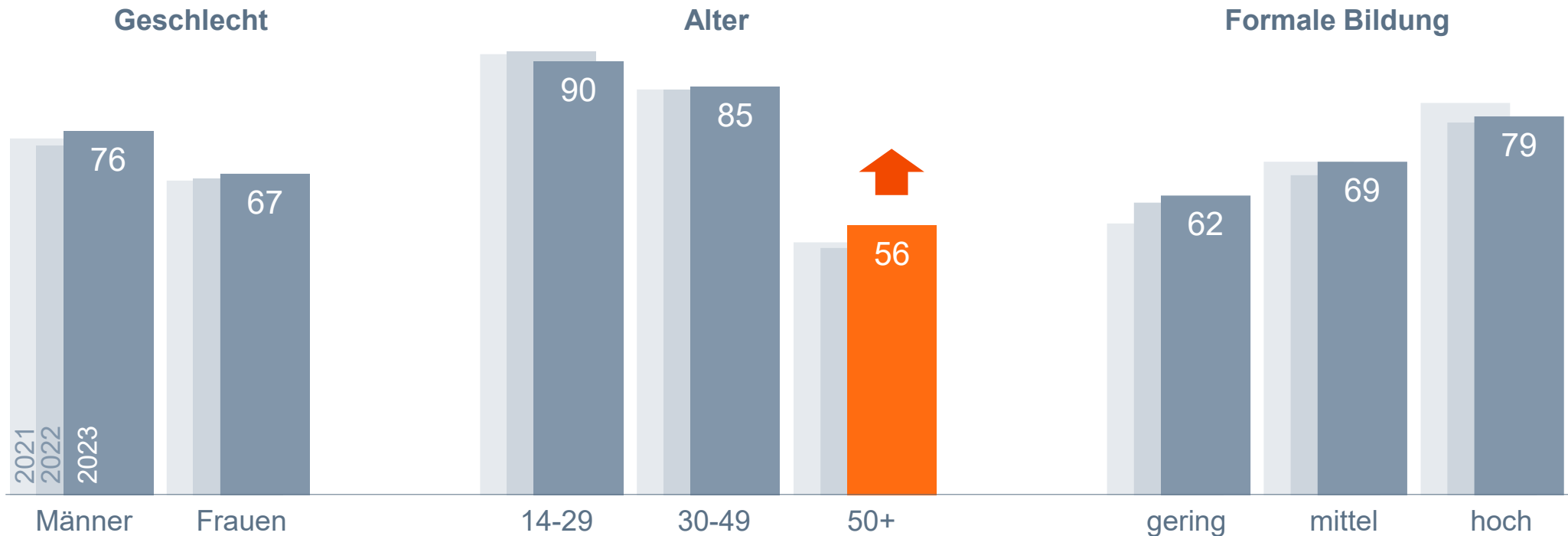
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Online-Audio-Nutzung steigt vor allem bei 50+, Ceiling-Effekt bei U30.

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



Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Die Webradionutzung bleibt seit der Pandemie stabil. Am häufigsten werden Simulcast-Sender gehört.

Webradio-Nutzung im Detail Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



Webradio gesamt (netto)

52



Simulcast-Sender

42

Web-only-Programme gesamt (netto)

29

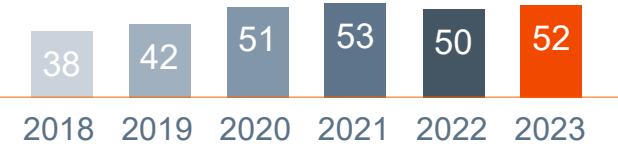
Submarken etablierter (UKW-) Sender

23

Genuine Webradioprogramme

20

Trend: Webradio gesamt

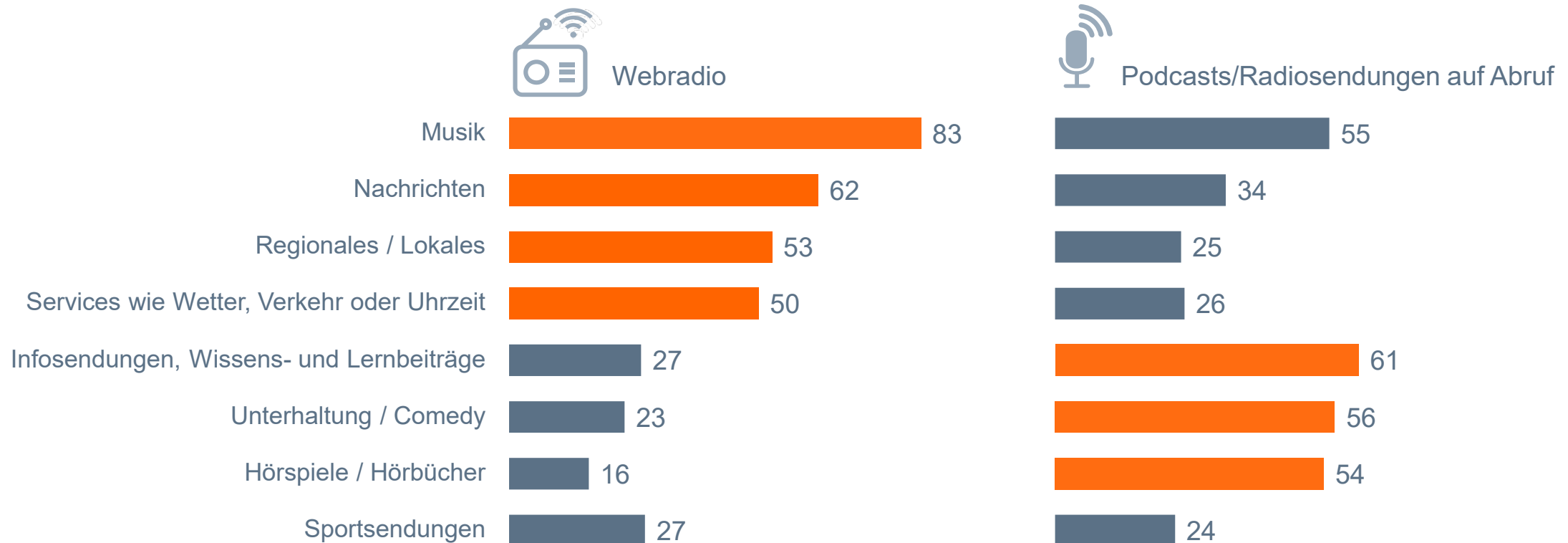


Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Auch im Web spielt Radio seine Stärken aus, Podcasts bei anderen Inhalten am stärksten.

Genutzte Inhalte: Webradio vs. Podcasts/ Radiosendungen auf Abruf

Basis: Online-Audio-Nutzende, die regelmäßig Webradio bzw. Podcasts hören

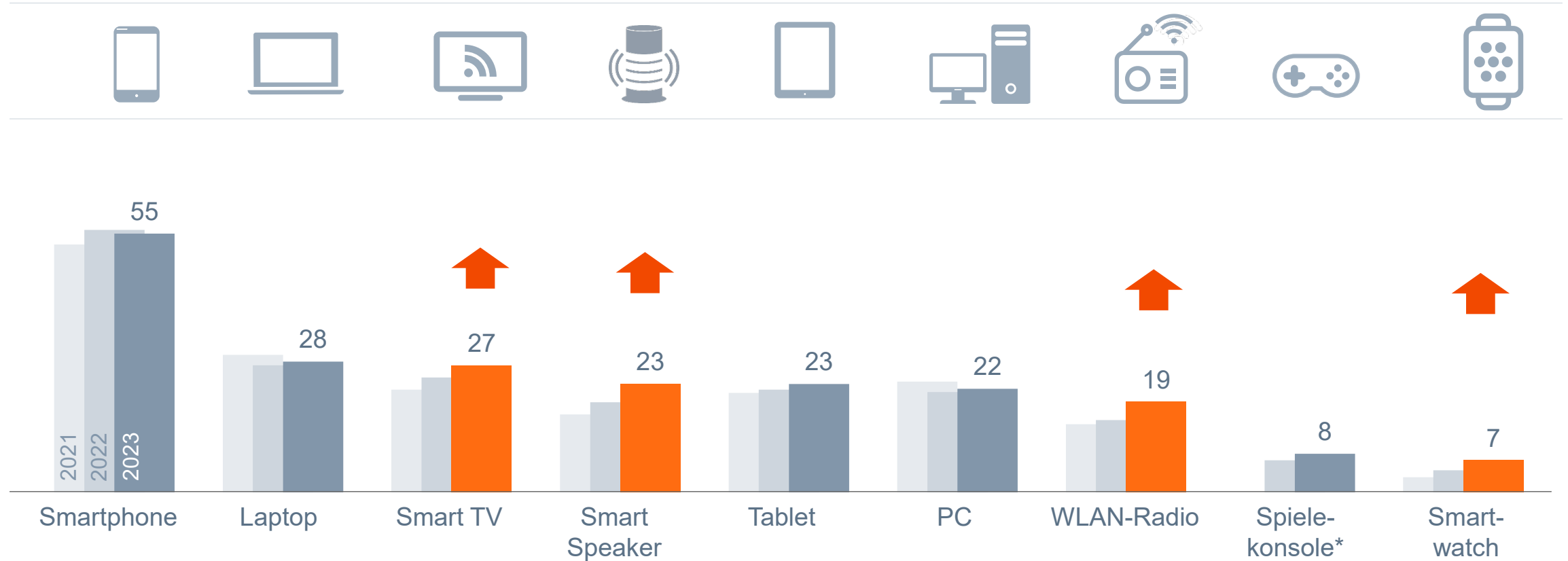


Angaben in Prozent; Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat Webradio nutzen (n=3.759 / 32.026 Mio.) bzw. einmal pro Monat Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören hören (n=2.088 / 17,553 Mio.)

Smartphone bleibt die Nr.1. Smart Speaker, WLAN-Radio, Smart TV und Smartwatch legen deutlich zu.

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

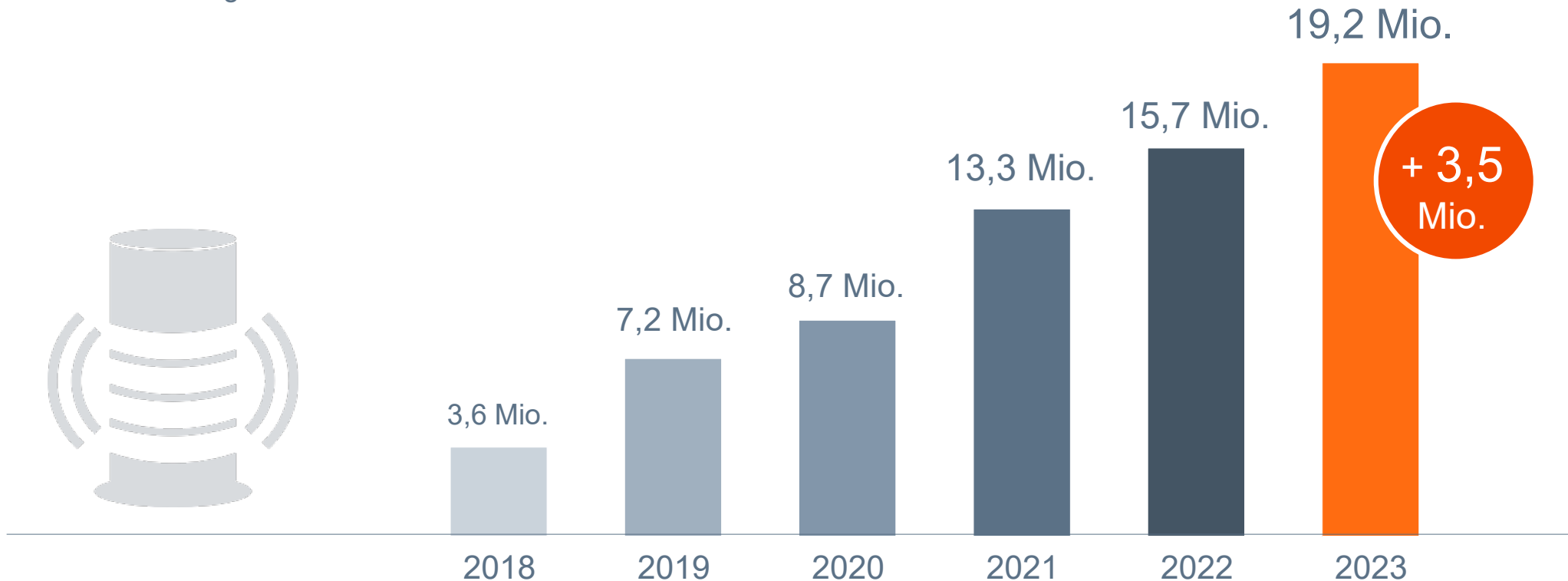


* Abfrage ab 2022. Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Über 19 Millionen besitzen mittlerweile mind. einen Smart Speaker.

Smart Speaker: Zugang / im Haushalt vorhanden

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



Angaben in Mio.; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

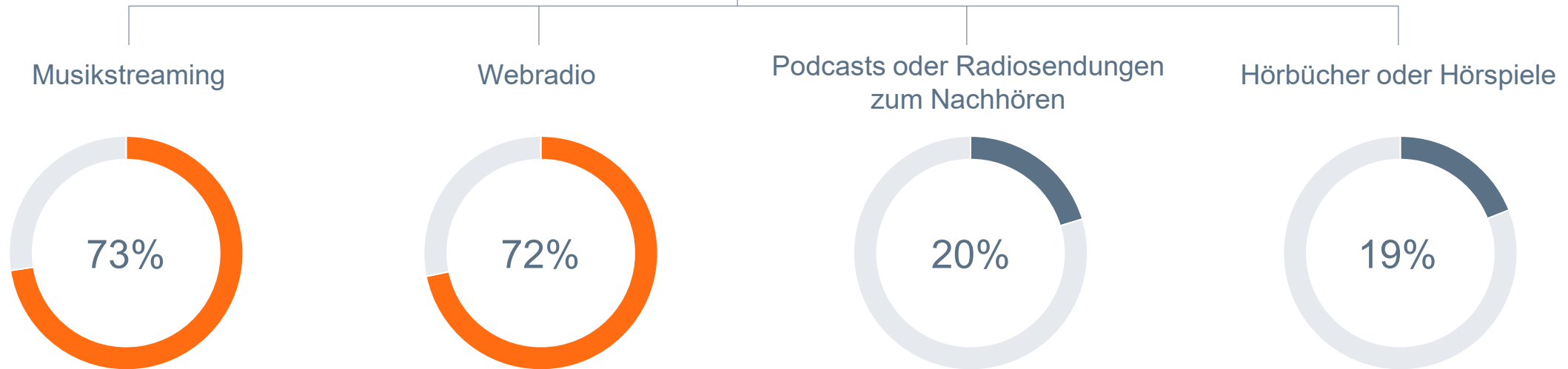
Neun von zehn hören über Smart Speaker auch Audio-Inhalte. Am häufigsten Musikstreaming und Webradio.

Smart Speaker: Genutzte Inhalte

Basis: Online-Audio-Nutzende mit Zugang zu einem Smart Speaker



91,0% hören Audio-Inhalte über ihren Smart Speaker



Angaben in Prozent; Basis: 18,035 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart Speaker haben (n=2.001)



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2023

14. September 2023

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg



mabb_
medienanstalt_berlin_brandenburg



VAUNET
Verband Privater Medien

Umsetzung:



A grayscale photograph of a woman with short, wavy hair, smiling broadly while driving a car. She is pointing her right index finger upwards. The image is semi-transparent, serving as a background for the text.

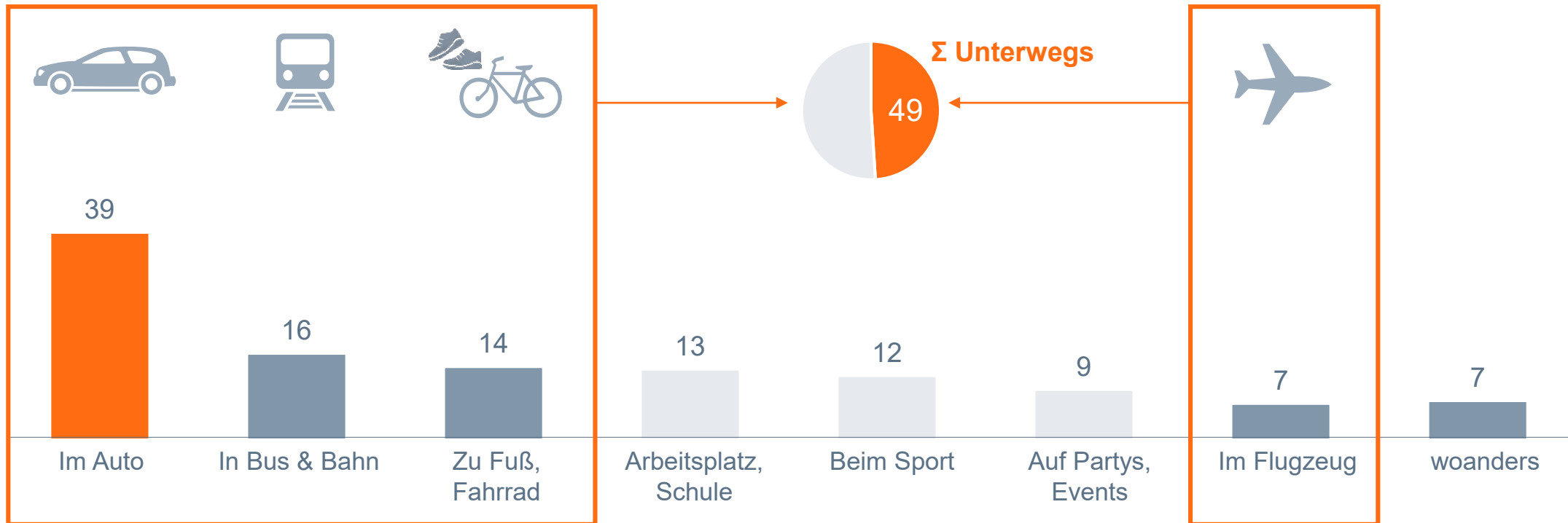
2

Audio-Nutzung im Auto

Jede:r Zweite hört Online-Audio unterwegs von A nach B, die meisten im Auto.

Nutzungssituationen außer Haus

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

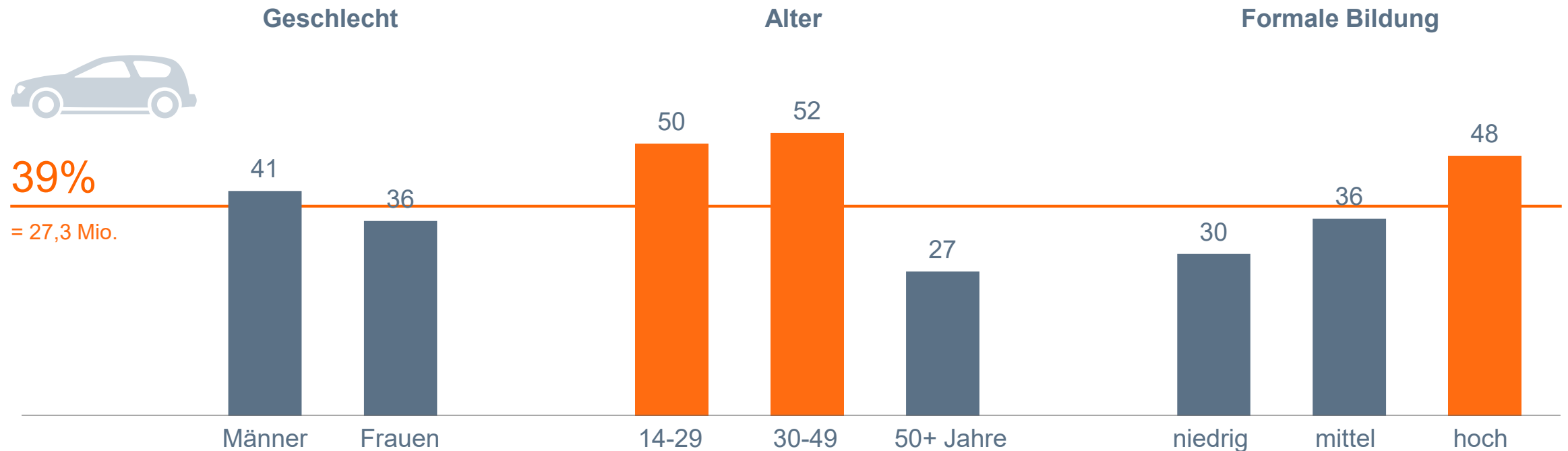


Angaben in Prozent; Basis: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Gut die Hälfte der 14- bis 49-Jährigen hört Online-Audio im Auto.

Online-Audio-Nutzung gesamt im Auto

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

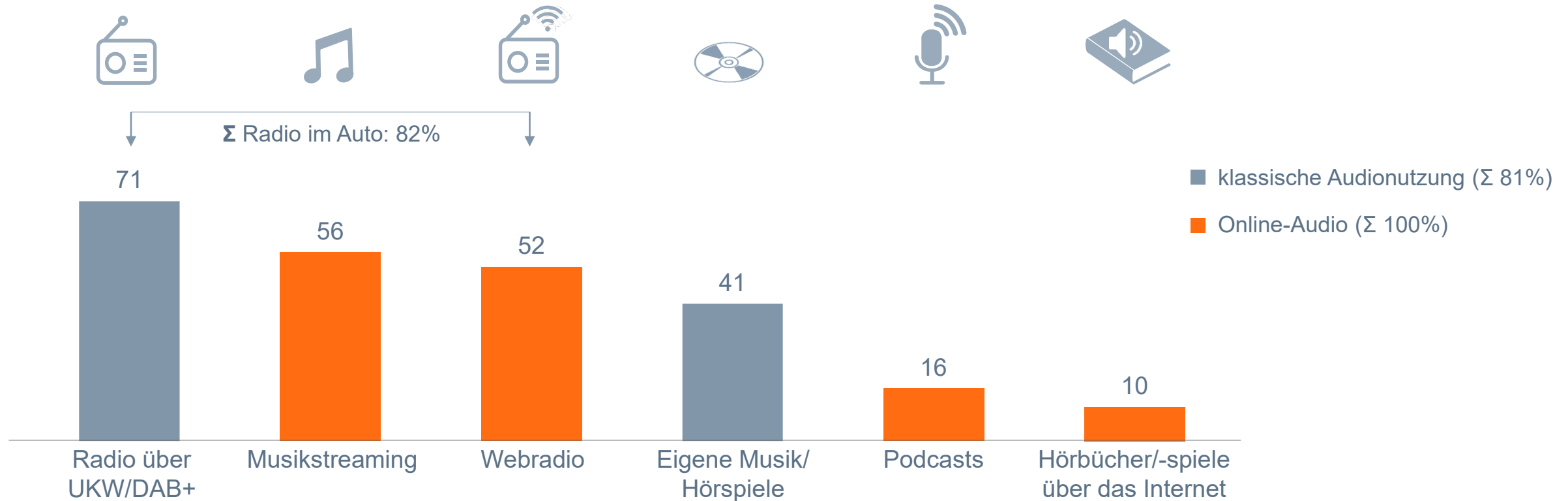


Angaben in Prozent; Basis: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Radio über UKW/DAB+ wird im Auto am häufigsten gehört, gefolgt von Musikstreaming und Webradio.

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

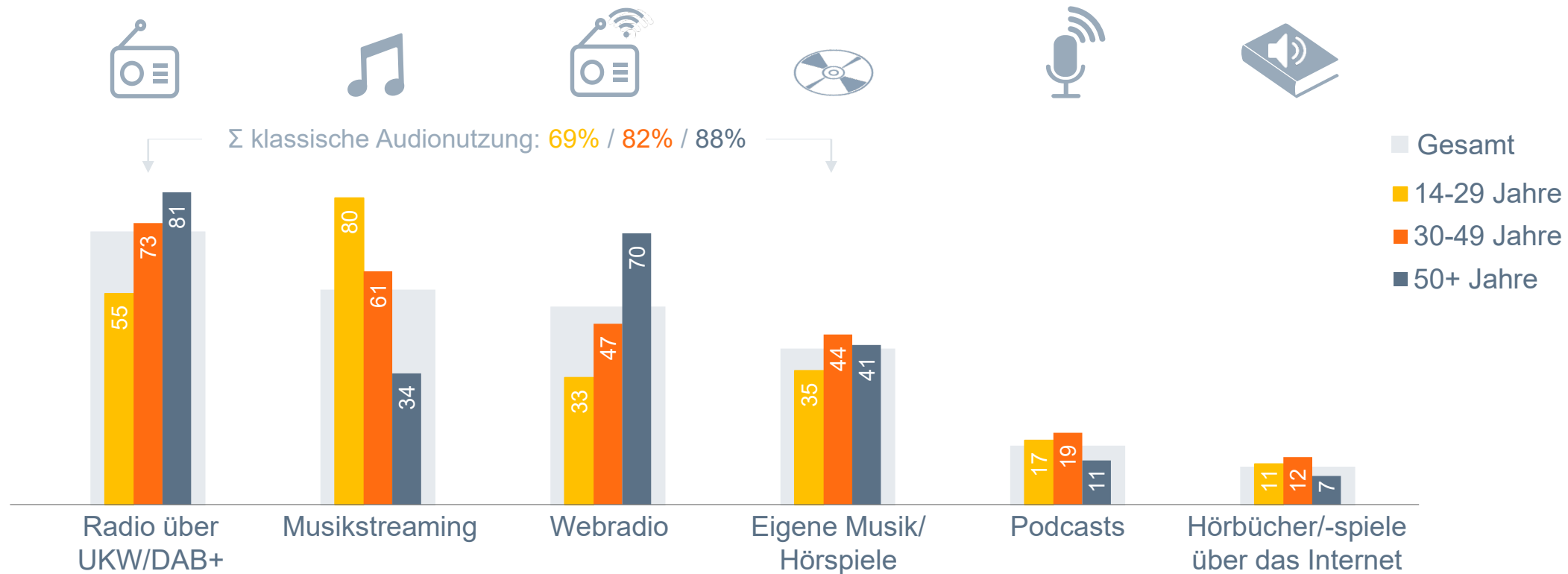


Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Klarer Zusammenhang zum Alter: Je älter, desto mehr (Web-)Radio. Je jünger, desto mehr Musikstreaming.

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto nach Alter

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

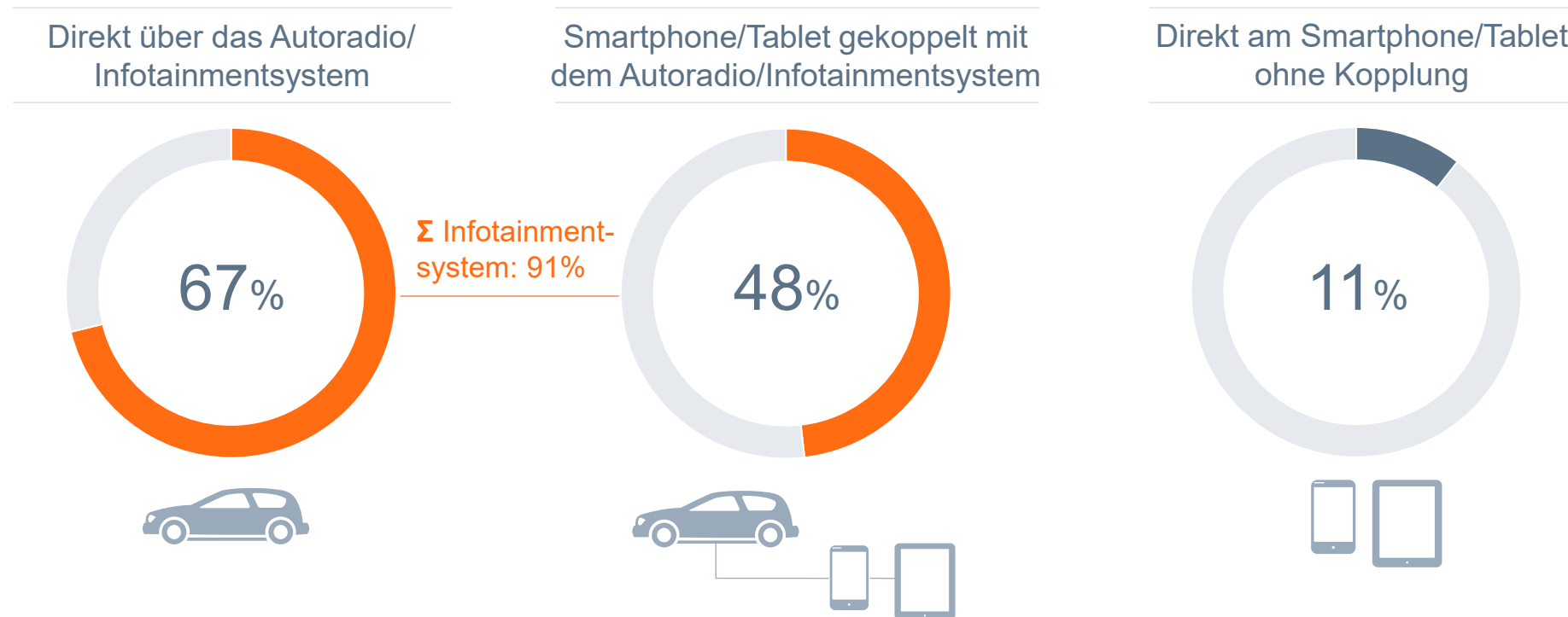


Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Über 90% nutzen Online-Audio über das Infotainmentsystem im Auto.

Endgeräte für Audio-Nutzung im Auto

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

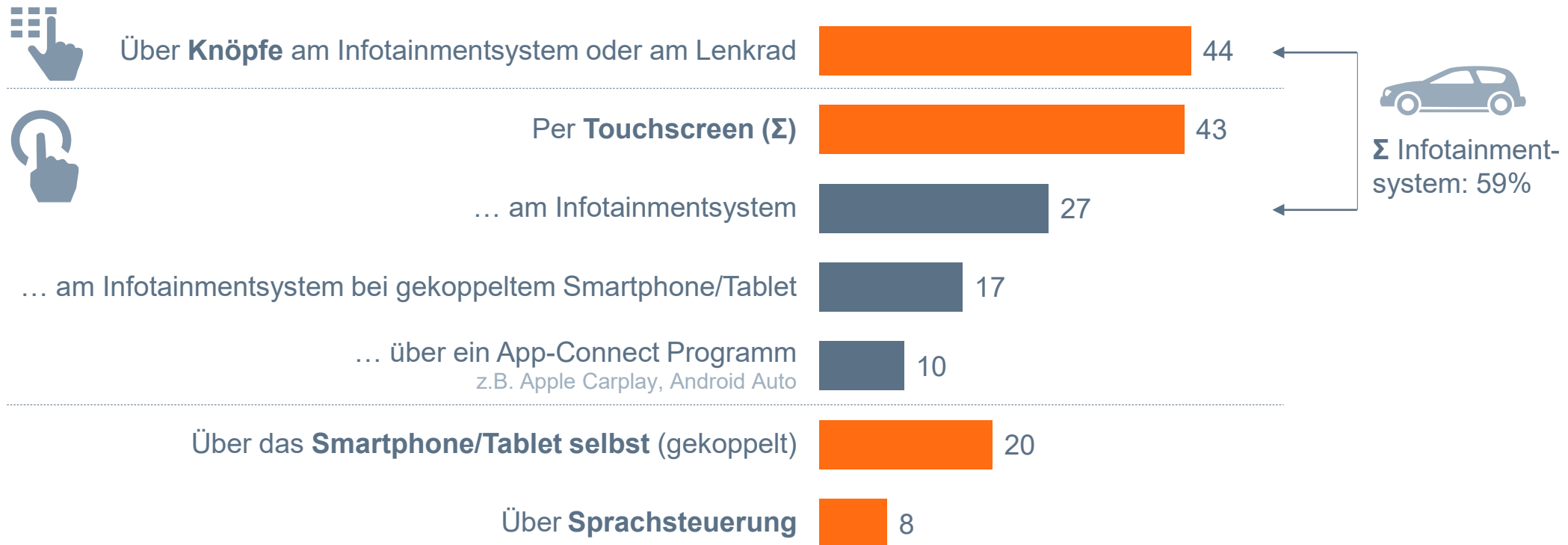


Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Die Bedienung im Auto erfolgt meistens über das Infotainmentsystem.

Audio-Bedienung im Auto

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

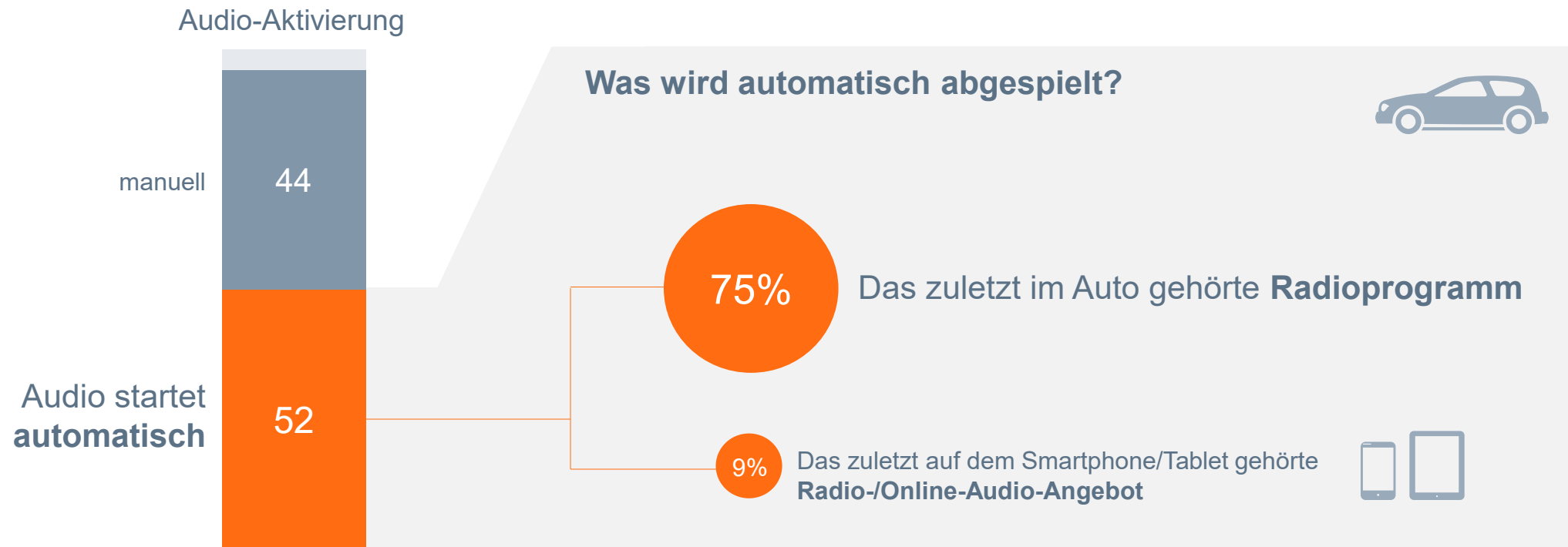


Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Bei der Hälfte werden die Audio-Inhalte beim Starten automatisch abgespielt, in der Regel das zuletzt gehörte Radioprogramm.

Automatischer Start von Audio-Inhalten im Auto

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Angaben in Prozent; Basis: 24,748 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.764); rechts: ... und angeben, dass ein Audio-Inhalt (nach dem Einsteigen/Starten des Autos) automatisch startet (n=1.401 / 12,894 Mio.)



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2023

14. September 2023

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg



mabb
medienanstalt_berlin_brandenburg



VAUNET
Verband Privater Medien

Umsetzung:



A grayscale photograph of a woman with short, wavy hair, smiling broadly while driving a car. She is pointing her right index finger upwards. The image is overlaid with a semi-transparent white horizontal band containing text.

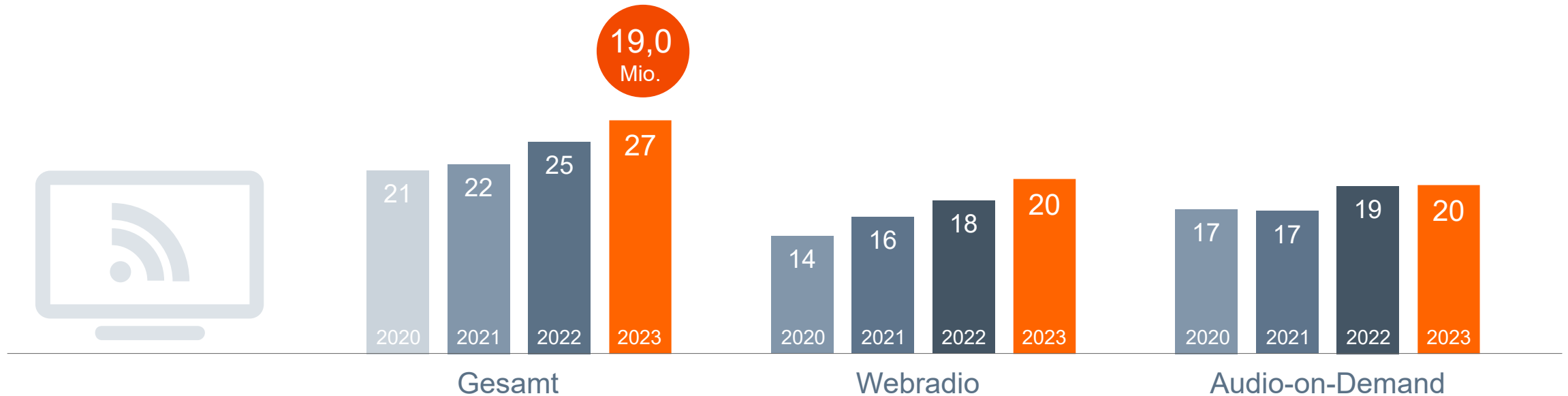
3

Audio-Nutzung am Big Screen

Smart TV gewinnt als Online-Audio-Abspielgerät weiter an Relevanz.

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2023

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



Angaben in Prozent / Mio., Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

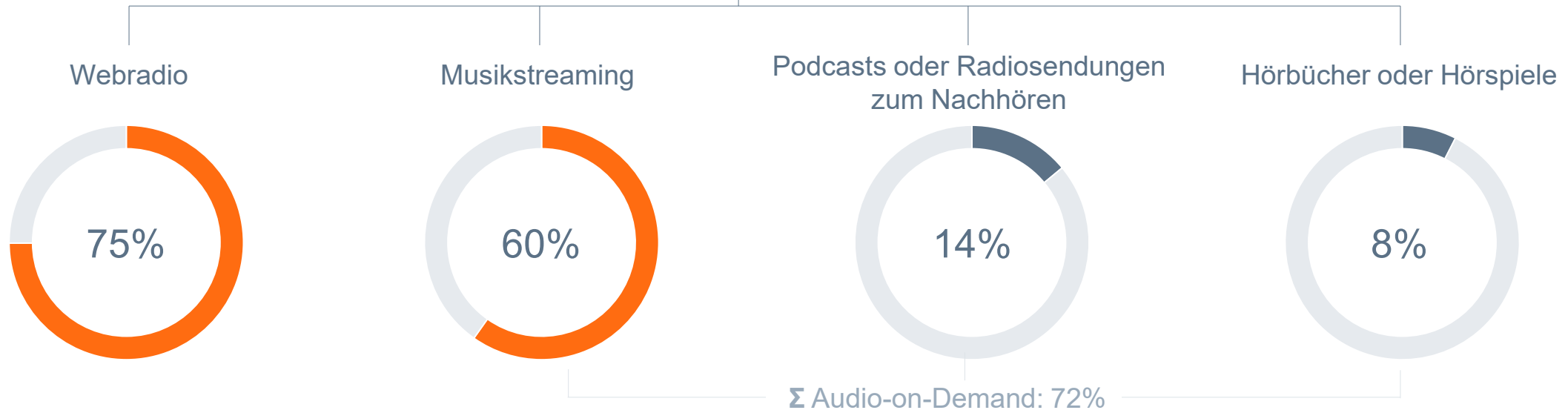
Webradio steht am Smart TV an erster Stelle, gefolgt von Musikstreaming.

Smart TV: Genutzte Inhalte

Basis: Online-Audio-Nutzende am Smart TV



27% der Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen Online-Audio am Smart TV



Angaben in Prozent; Basis: 19,037 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=2.144)

Zugang zu Online-Audio am Smart TV erfolgt hauptsächlich über Apps.

Aktivierung Audio-Inhalte am Smart TV

Basis: Online-Audio-Nutzende am Smart TV

Streaming App auf dem Smart TV
z.B. radioplayer, TuneIn bzw. Spotify, YouTube, Audible



48

App eines Radiosenders oder eine
Mediathek auf dem Smart TV



41

Übertragung via Smartphone/Tablet
z.B. Miracast, ChromeCast, Airplay, Wifi Direct



27

71% aktivieren Audio-Inhalte
per Smart-TV-App / Mediathek



Angaben in Prozent; Basis: 19,037 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=2.144); Fehlende zu 100%: 11,8% weiß nicht, 8,8% Auswahl aus der Senderliste

Hauptgründe für Audio via Smart TV: Klang und Komfort.

Nutzungsmotive Audio am Smart TV

Basis: Online-Audio-Nutzende am Smart TV



Angaben in Prozent; Basis: 19,037 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=2.144)



Vielen Dank!

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg



mabb_
medienanstalt_berlin_brandenburg



VAUNET
Verband Privater Medien

Umsetzung:

