



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2022

7. September 2022

Auftraggeber:



Umsetzung:

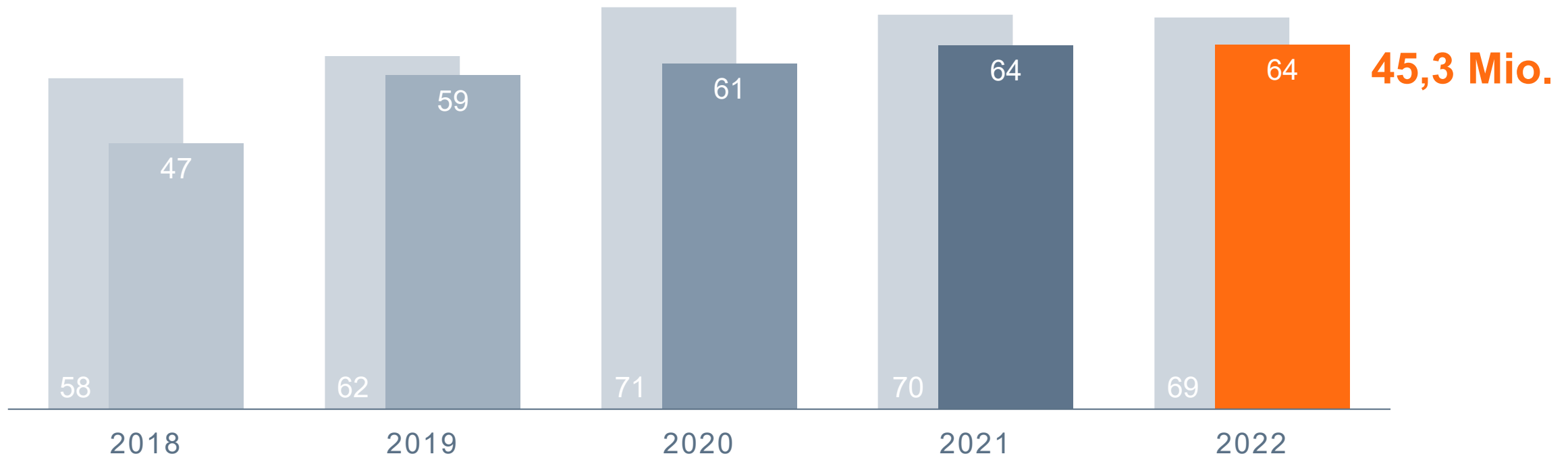


Auf hohem Niveau stabil: Über 45 Millionen hören regelmäßig Webradio oder Online-Audio-Inhalte auf Abruf.

Nutzung Online-Audio-Angebote gesamt im Trend

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

■ mindestens gelegentlich ■ mindestens einmal pro Monat



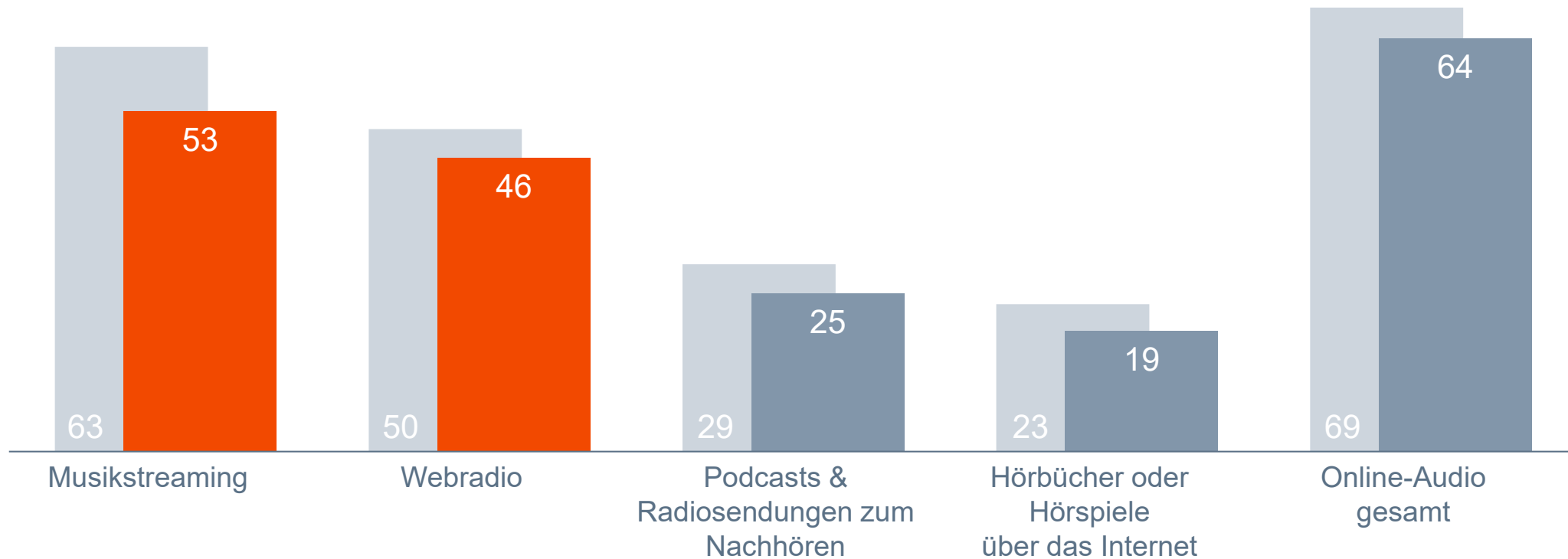
Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Musikstreaming bleibt vorne, fast jede/r Zweite hört regelmäßig Webradio.

Nutzung Online-Audio-Angebote

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

■ mindestens gelegentlich ■ mindestens einmal pro Monat

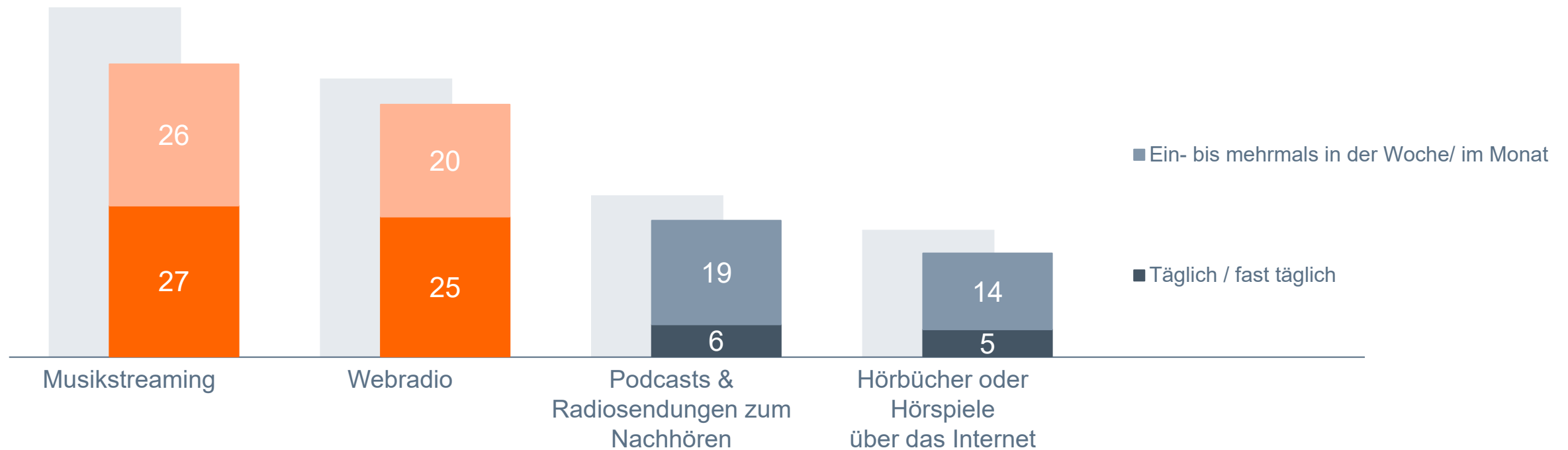


Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Musikstreaming und Webradio mit besonders hohem Anteil täglicher Nutzung.

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

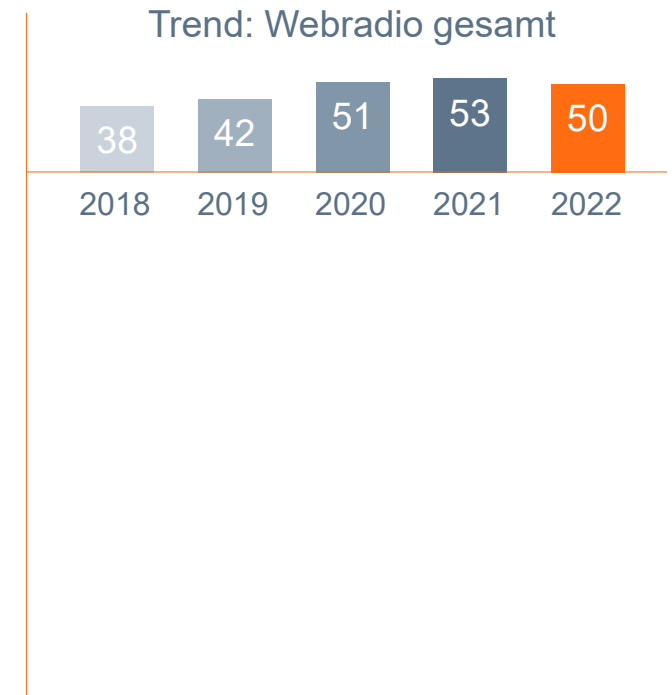
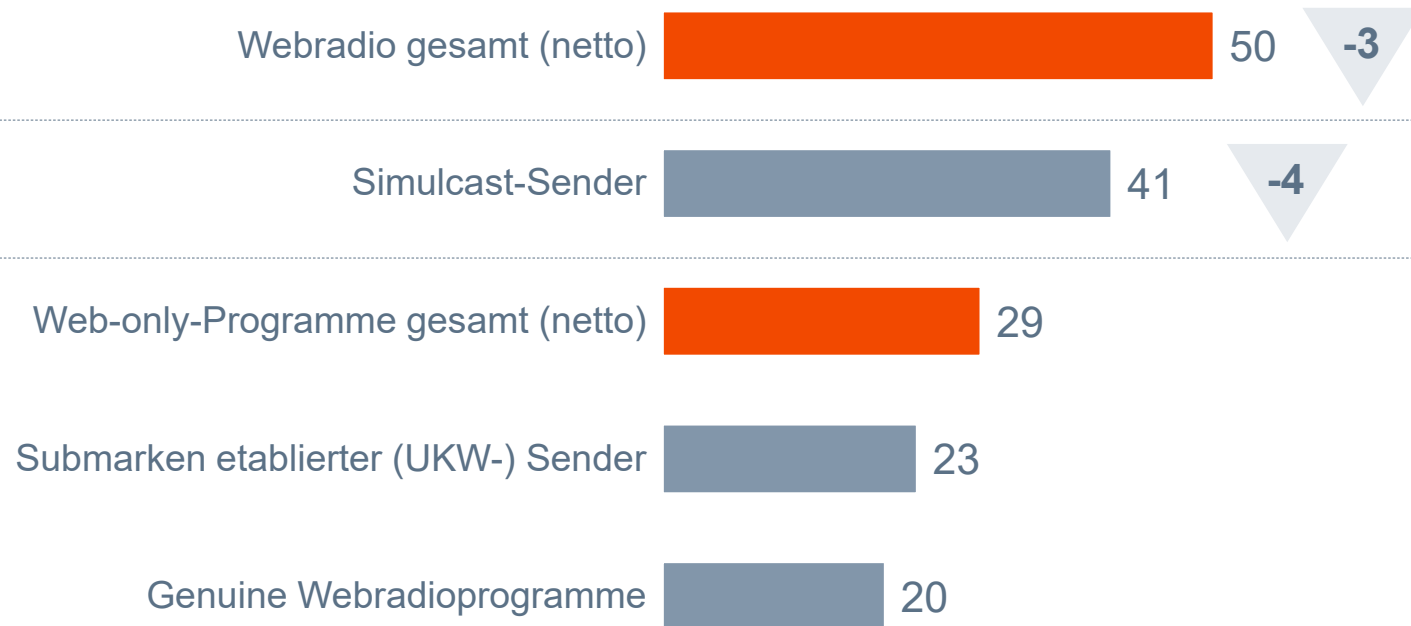


Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Webradio liegt trotz leichtem Rückgang über dem Vor-Corona-Niveau.

Webradio-Nutzung im Detail

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

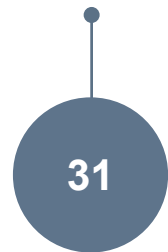
▲ / ▼ Größte Veränderung im Vergleich zum Vorjahr in %-Pkt.

Nutzung von Simulcastsendern übers Internet: Die Hälfte, weil sie nicht anders können. Fast ebenso viele, weil sie es so wollen.

Warum hören Sie Radiosender, die man auch über andere Empfangsarten empfangen kann, über das Internet?

Basis: Hörer:innen von Simulcastsendern übers Internet

... weil sie dort, wo ich sie höre,
**nicht über UKW oder DAB+
ausgestrahlt** werden



... weil ich **kein UKW/DAB+
Empfangsgerät** habe



... weil ich diese Radiosender
**über das Internet hören
möchte**



Weiß nicht



53%

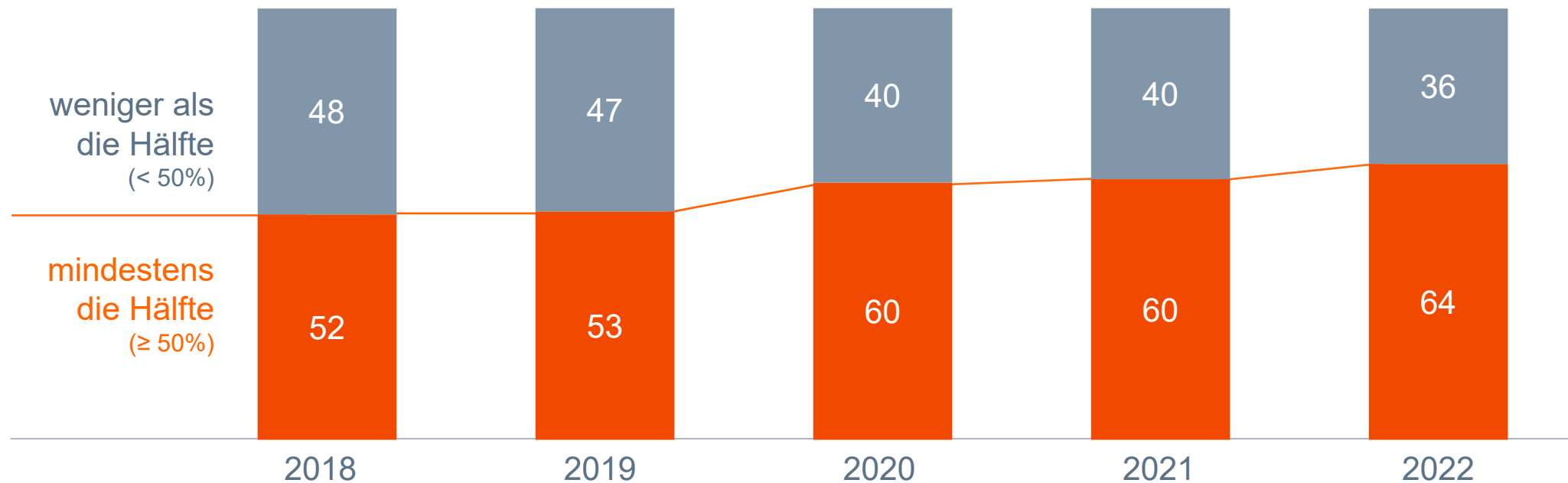
(netto: keine (technische) Möglichkeit)

Angaben in Prozent; Basis: 28,750 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Simulcastsender über Web hören (n=3.797)

Immer mehr verbringen mindestens die Hälfte ihrer gesamten „Audio-Zeit“ mit Online-Audio-Inhalten.

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt im Trend

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

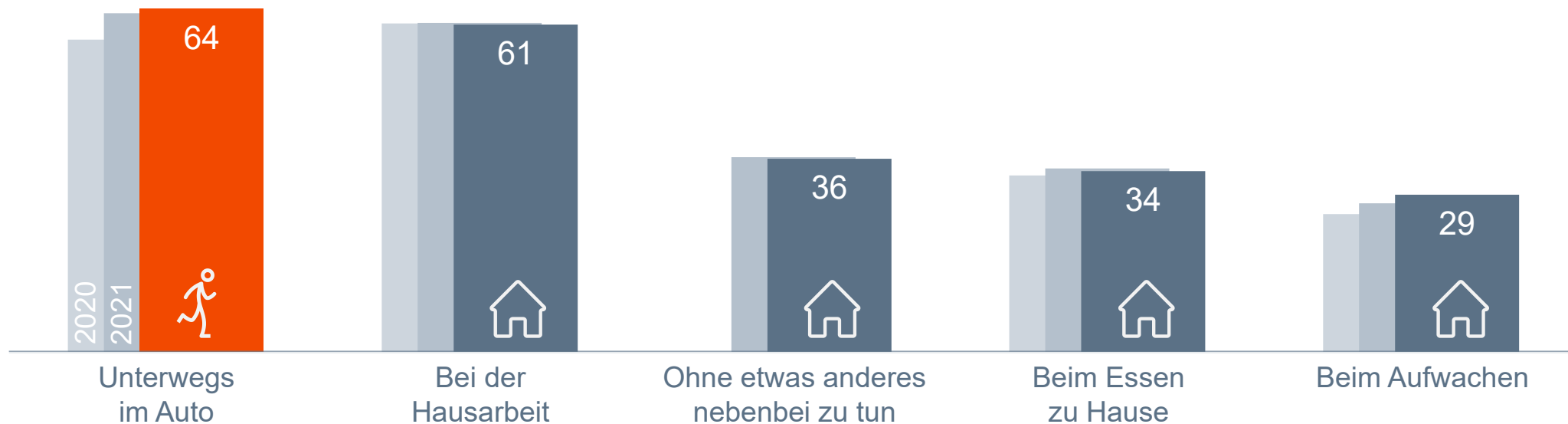


Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

„Im Auto“ bleibt die häufigste Nutzungssituation.

TOP 5 Nutzungssituationen für Online-Audio

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

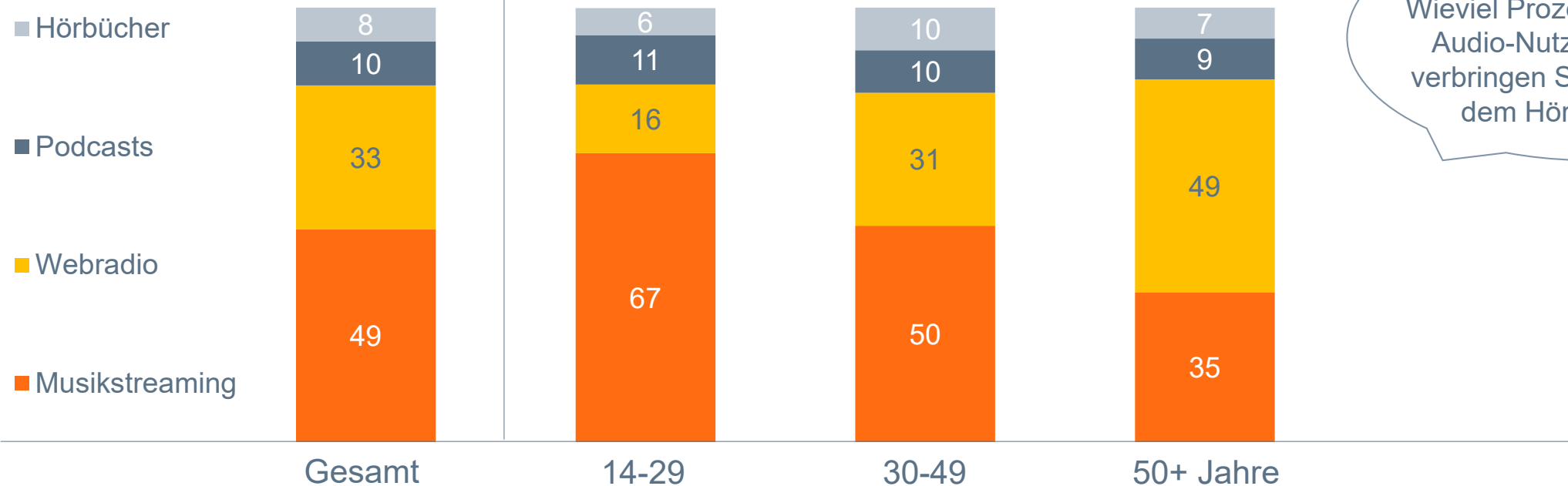


Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Musikstreaming und Webradio dominieren die Online-Audio-Nutzung.

Anteil der Online-Audio-Formate an Online-Audio gesamt (Selbsteinschätzung der Befragten; Mittelwerte)

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende



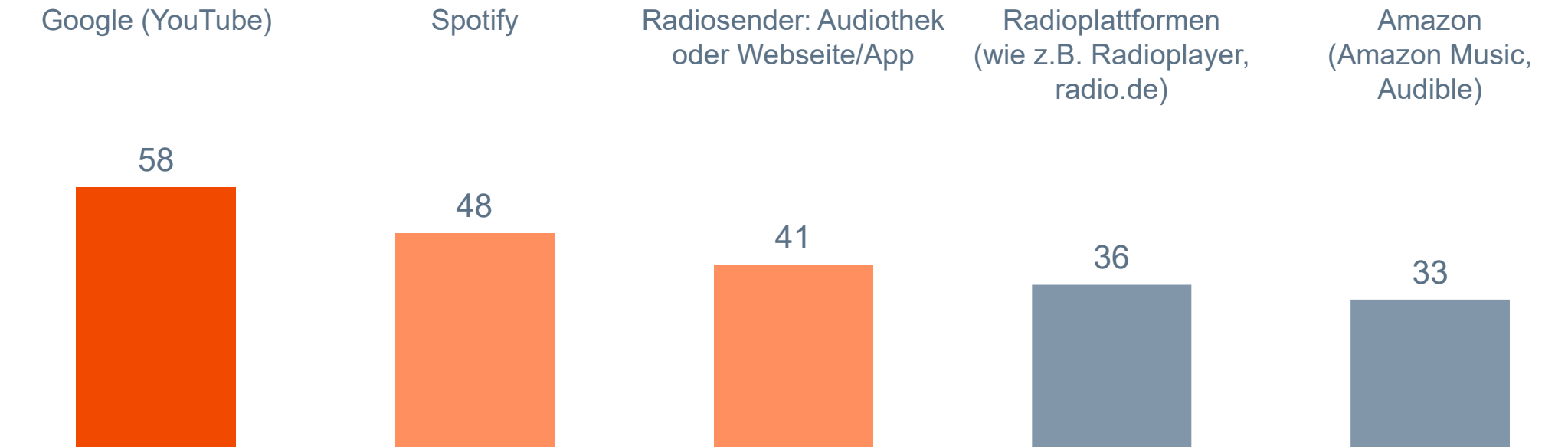
Was schätzen Sie:
Wieviel Prozent Ihrer Online-Audio-Nutzung (= 100%)
verbringen Sie im Monat mit
dem Hören von ... ?

Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

TOP 3-Plattformen für Online-Audio: Google (YouTube), Spotify, Audiotheken/Websites oder Apps von Radiosendern.

TOP 5 Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote

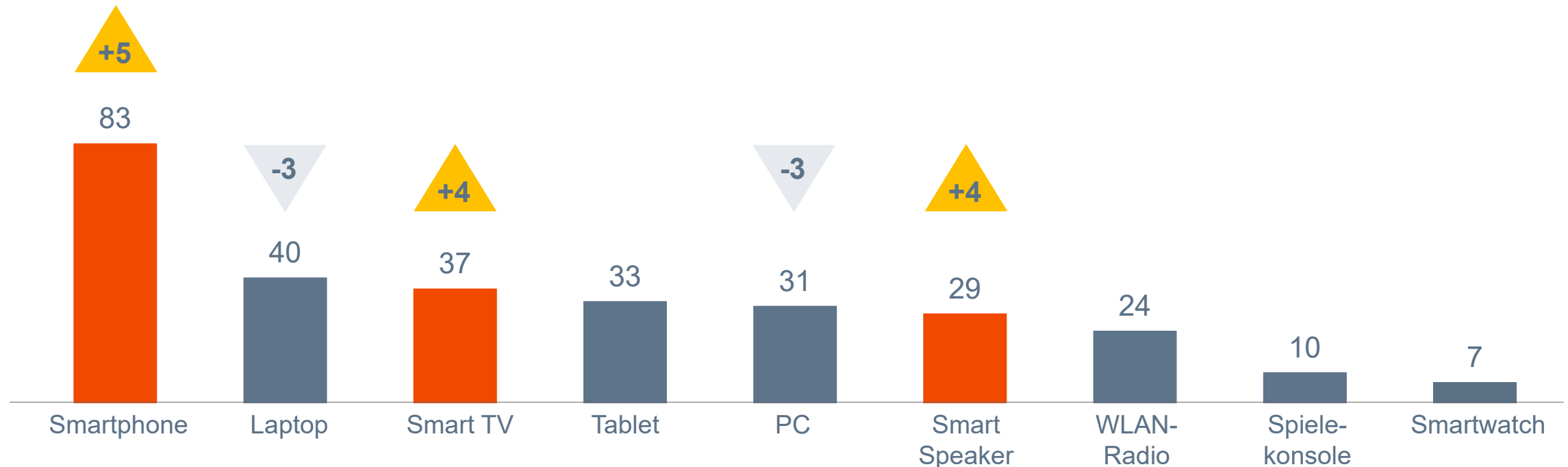
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende



Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Smartphone baut seine Führungsposition aus. Smart TV und Smart Speaker gewinnen deutlich dazu.

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

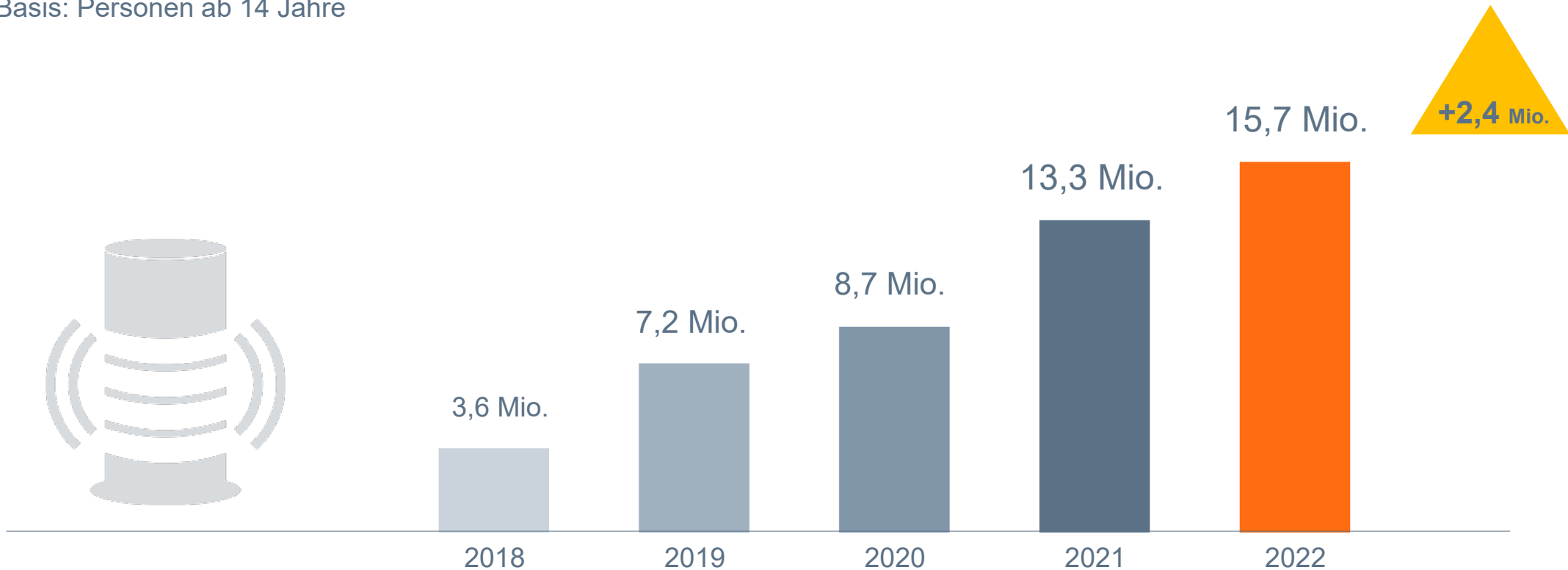


Angaben in Prozent, Basis 2022 48,639 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.099)

▲ / ▼ Größte Veränderung im Vergleich zum Vorjahr in %-Pkt.

Rund 16 Millionen haben mittlerweile Zugang zu mindestens einem Smart Speaker.

Smart Speaker: Zugang / im Haushalt vorhanden
Basis: Personen ab 14 Jahre



Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

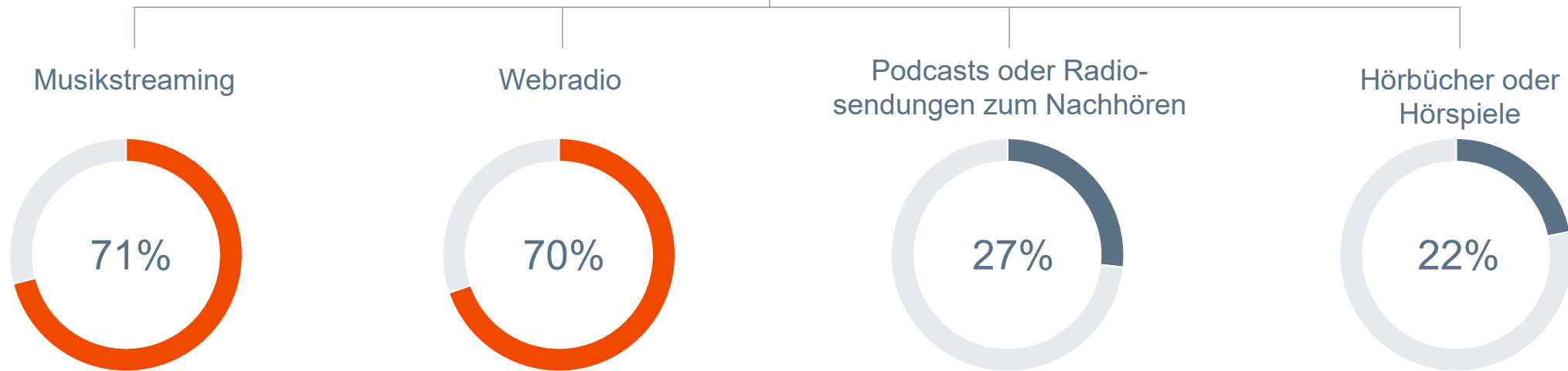
Mehr als neun von zehn hören über Smart Speaker auch Audio-Inhalte. Am häufigsten Musikstreaming und Webradio.

Smart Speaker: Genutzte Audio-Inhalte

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



93% hören Audio-Inhalte über ihren Smart Speaker

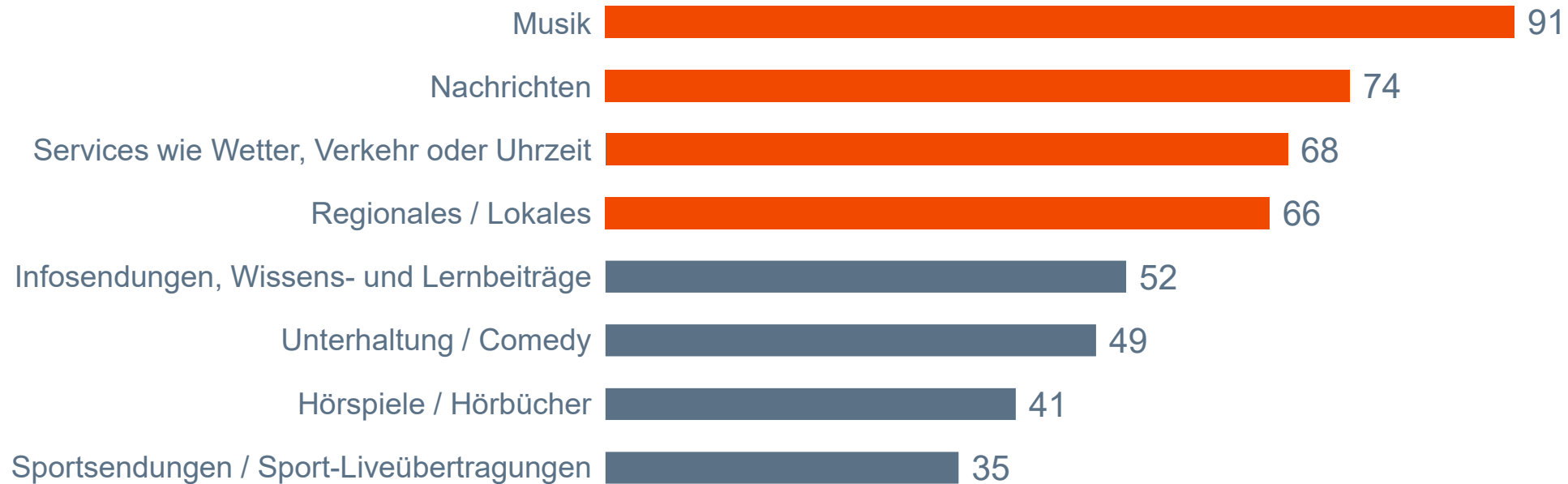


Angaben in Prozent; Basis: 14,706 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart Speaker haben (n=1.765)

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

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

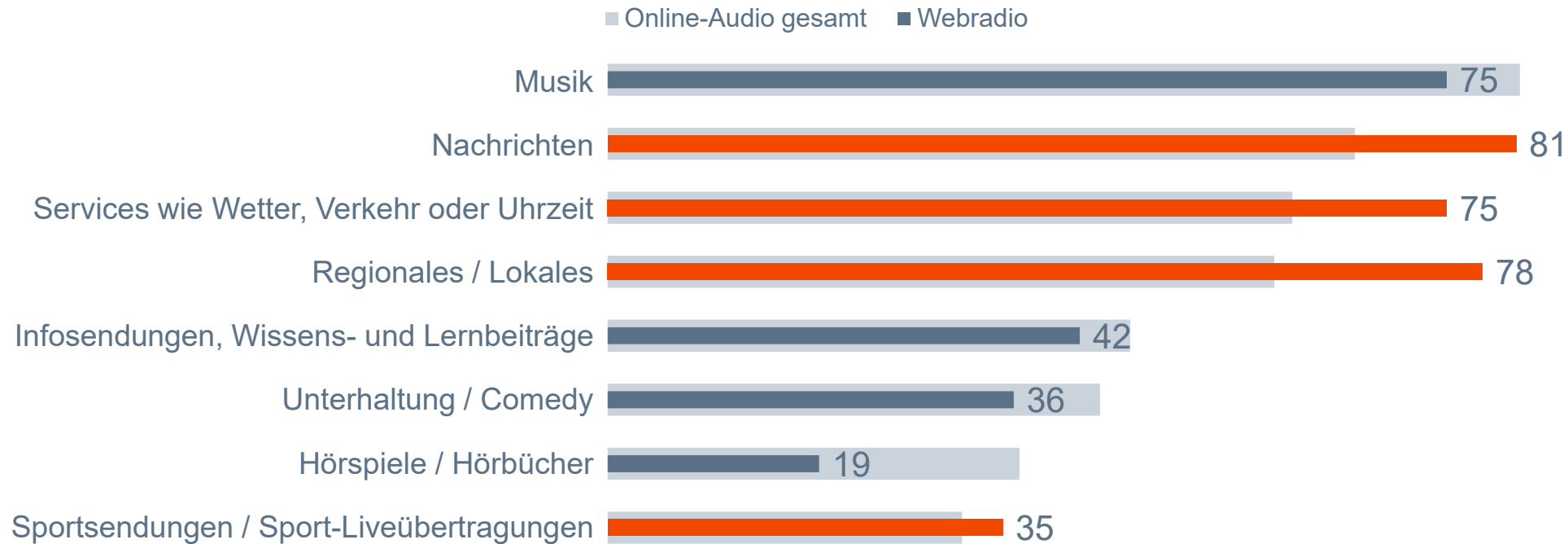


Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Radio ist auch via Web *das* Medium für Infos und Services.

Genutzte Inhalte: Webradio

Basis: Regelmäßige Online-Audio- bzw. Webradio-Nutzende

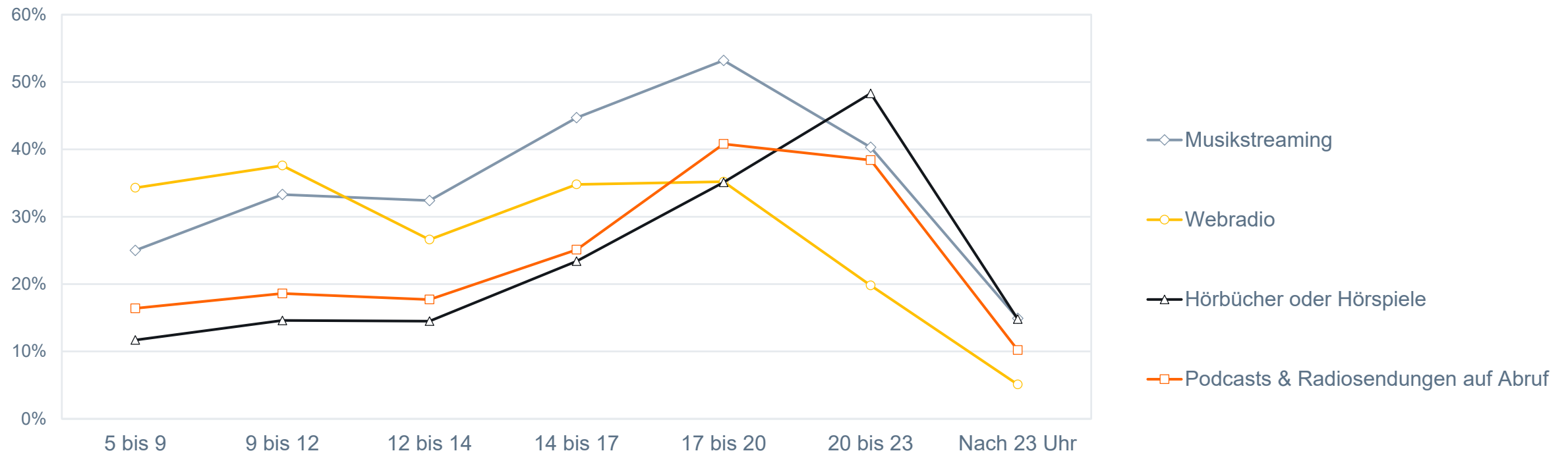


Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mind. einmal pro Monat nutzen (n=4.142 / 32,239 Mio.) bzw. Audio-on-Demand-Angebote mind. einmal pro Monat nutzen (n=4.933 / 40,603 Mio.)

Webradio wird am Morgen am meisten gehört, Audio-on-Demand eher am Nachmittag und am frühen Abend.

Audio-Nutzung im Tagesverlauf (jeweilige Nutzer:innen)

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende



Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649), davon 32,239 Mio. Webradio-Nutzer (n=4.142) / 17,380 Mio. Podcast-Nutzer (n=2.209) / 13,233 Mio. Nutzer von Hörbüchern/-spielen (n=1.690) / 37,342 Mio. Nutzer von Musikstreaming (n=4.446)



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2022

7. September 2022

Auftraggeber:



Umsetzung:



2

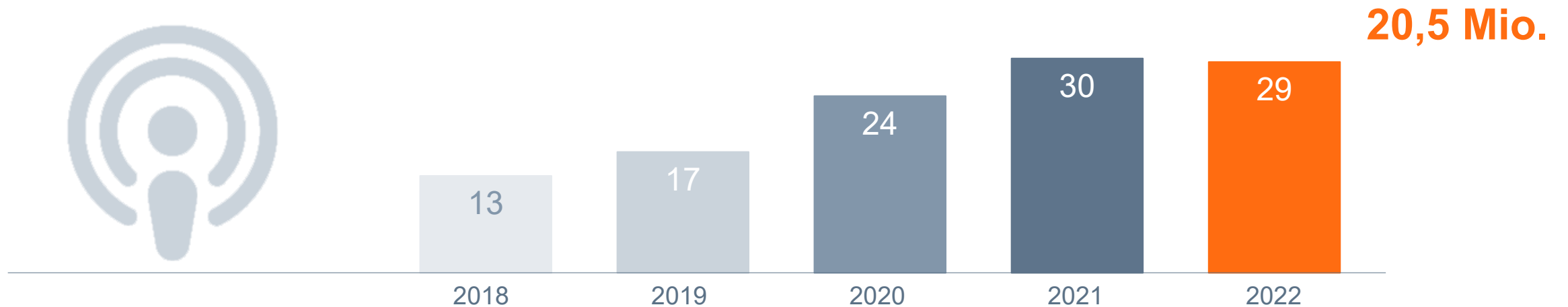
Podcasts: Nutzung



Podcast-Nutzung bleibt auf hohem Niveau stabil.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzung im Trend

Basis: Personen ab 14 Jahre

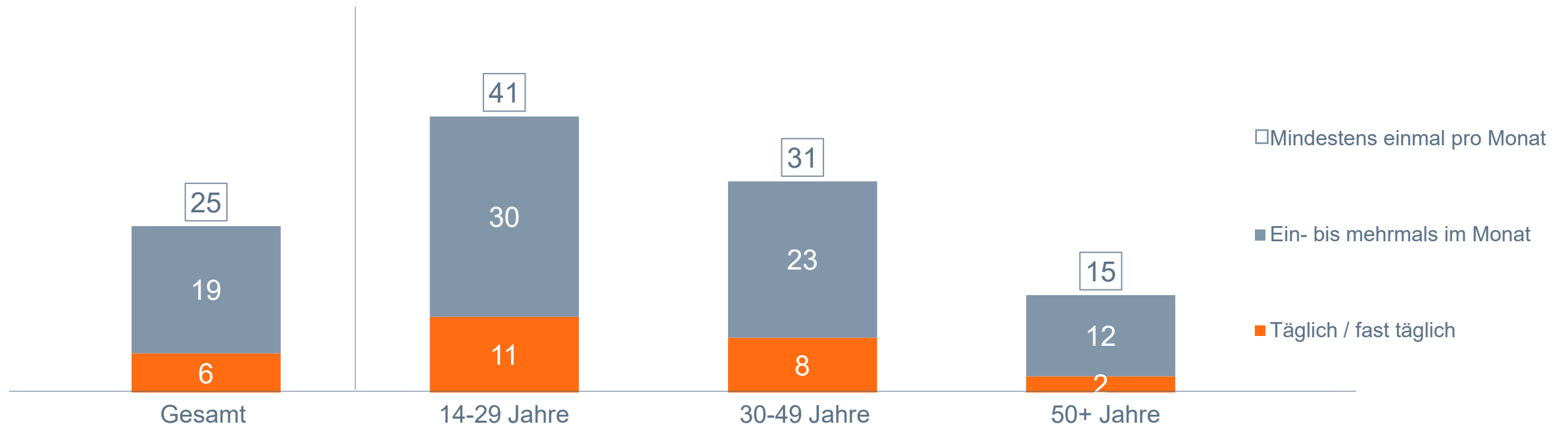


Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756);
Quelle Icon: www.pngarts.com

Klarer Zusammenhang zwischen Nutzungsfrequenz und Alter.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsfrequenz

Basis: Personen ab 14 Jahre

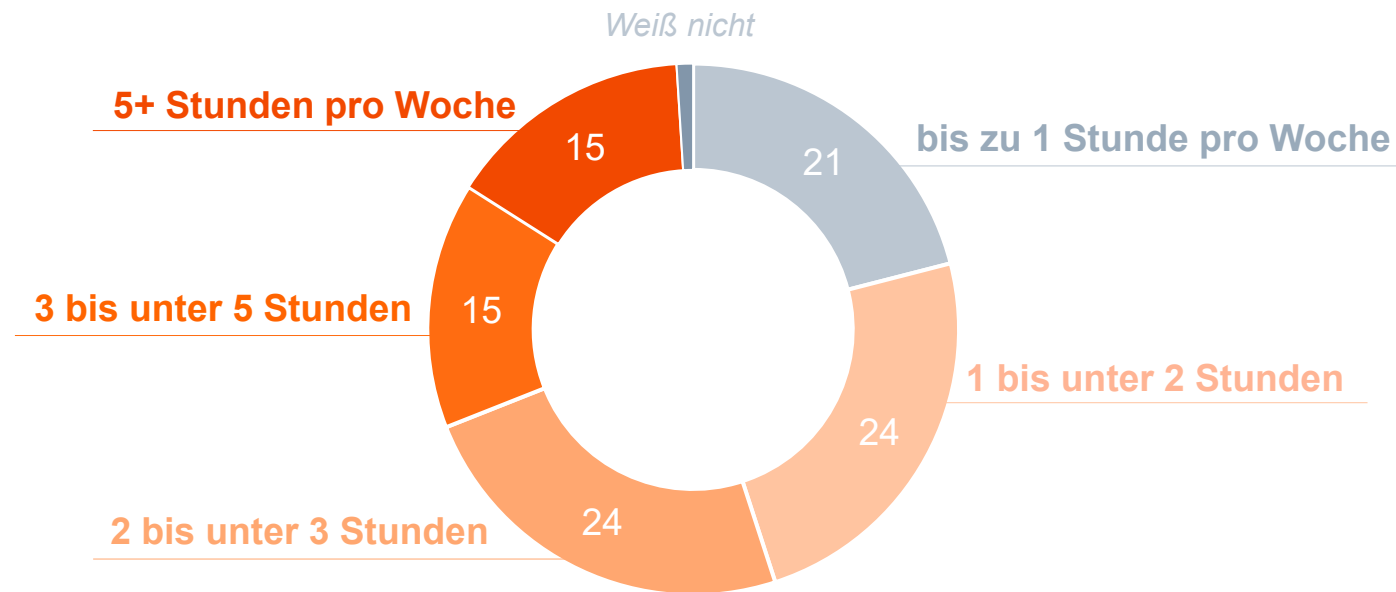


Angaben in Prozent; Basis 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Knapp ein Drittel schätzt die eigene wöchentliche Nutzungsdauer auf mindestens 3 Stunden.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsdauer pro Woche

Basis: Regelmäßige Nutzende

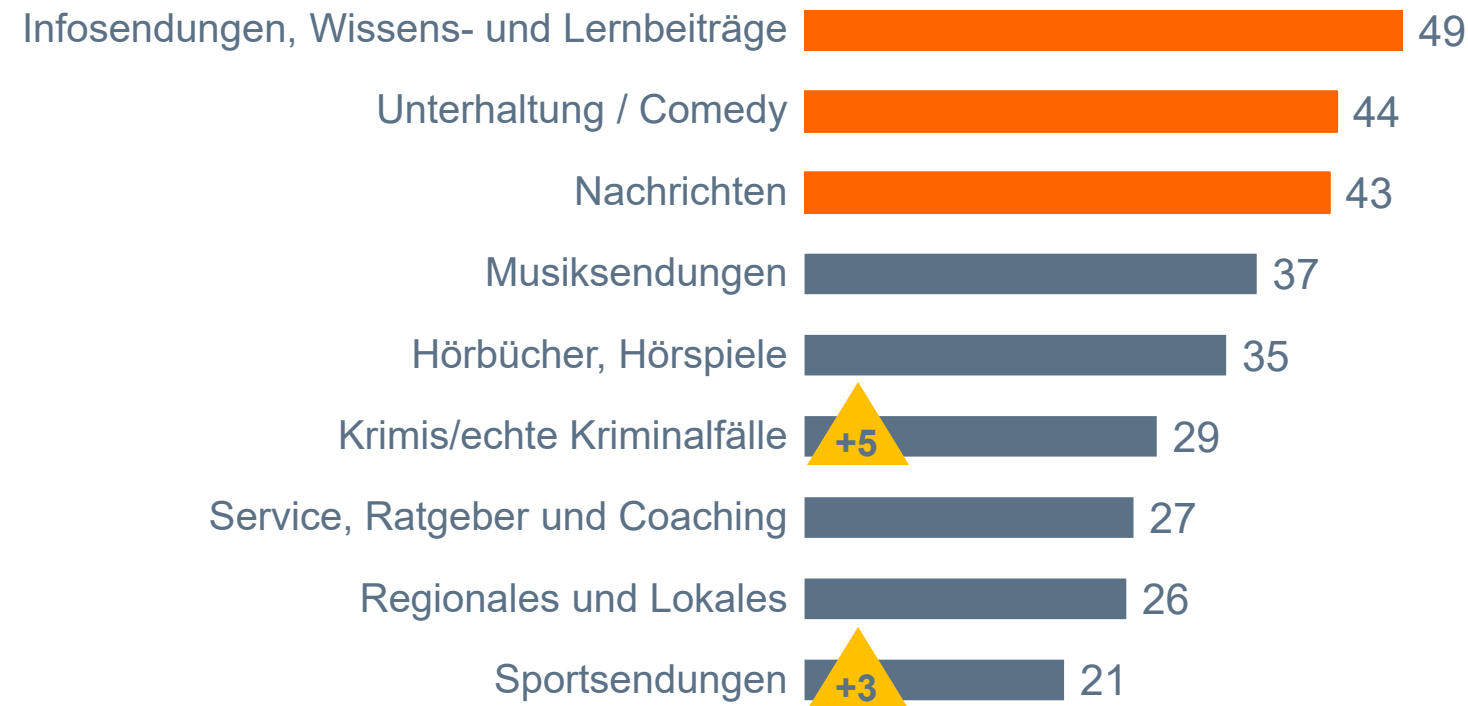


Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Infosendungen an erster Stelle, gefolgt von Unterhaltung & Comedy und Nachrichten. (True) Crime weiter im Kommen.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Inhalte

Basis: Regelmäßige Nutzende



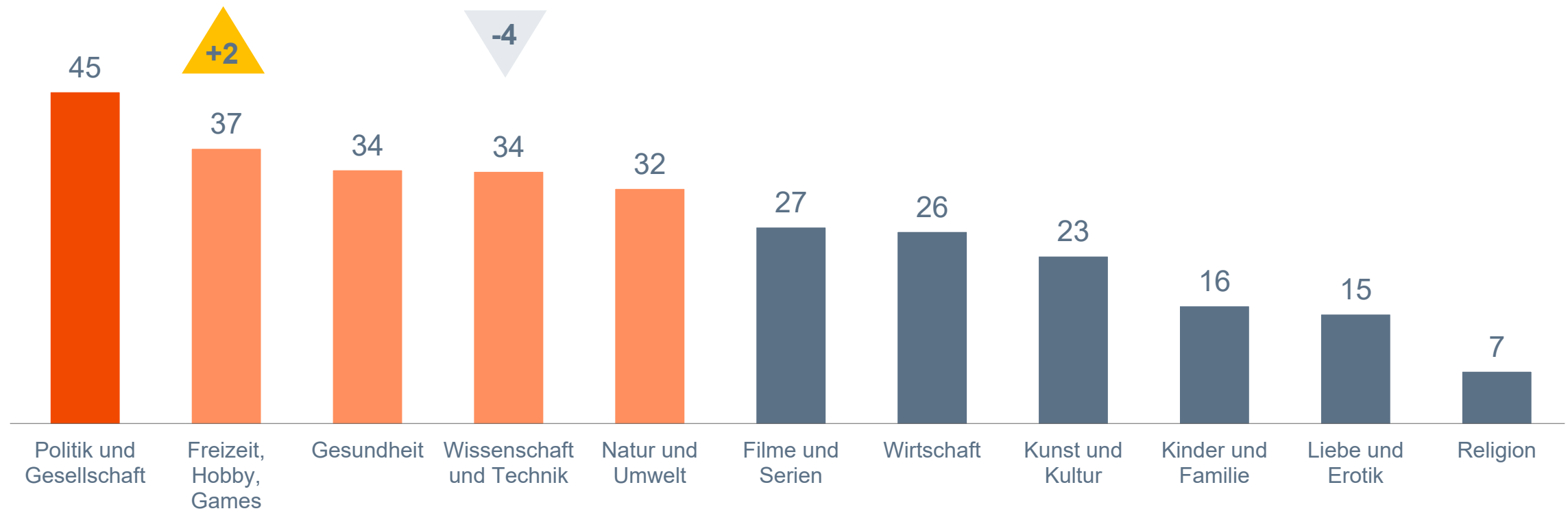
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

▲ / ▼ Größte Veränderung im Vergleich zum Vorjahr in %-Pkt.

Politik & Gesellschaft bleibt das meistgenutzte Thema.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Konkrete Themen

Basis: Regelmäßige Nutzende

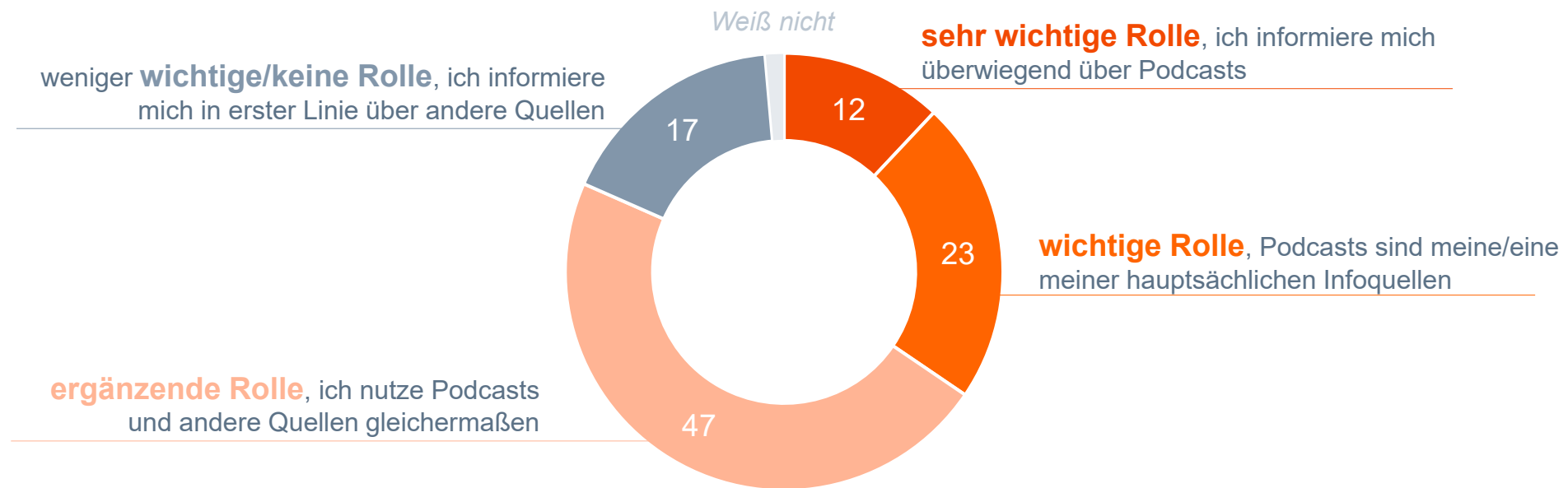


Angaben in Prozent; Basis 2022: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209) ▲/ ▼ Größte Veränderung im Vergleich zum Vorjahr in %-Pkt.

Für gut ein Drittel der regelmäßigen Nutzer:innen zählen Podcasts zu einer ihrer hauptsächlichen Info-Quellen.

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

Basis: Regelmäßige Nutzende

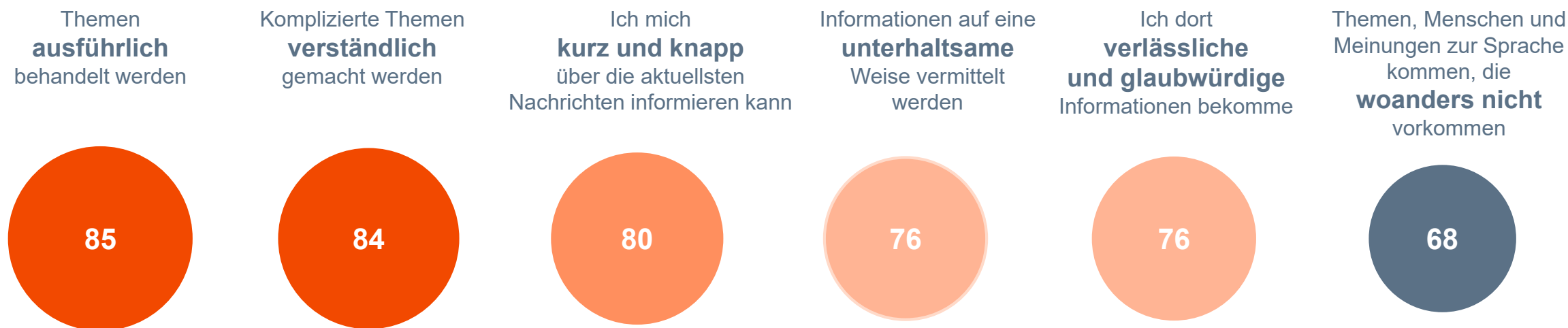


Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Durchwegs große Zustimmung – von „ausführlich“ und „verständlich“ bis zum expliziten Beitrag zur Meinungsvielfalt.

Ich höre Podcasts zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen, weil... (Trifft voll und ganz/eher zu)

Basis: Regelmäßige Nutzende zum Thema Politik & Gesellschaft



Angaben in Prozent; Basis: 7,782 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Podcasts zum Thema Politik und Gesellschaft hören (n=1.102)



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2022

7. September 2022

Auftraggeber:



Umsetzung:





3

Podcasts: Werbewahrnehmung und -Akzeptanz

Öffentlich-rechtliche Sender und Plattform-Originals werden am häufigsten als Absender genannt.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Absenderwahrnehmung

Basis: Regelmäßige Nutzende

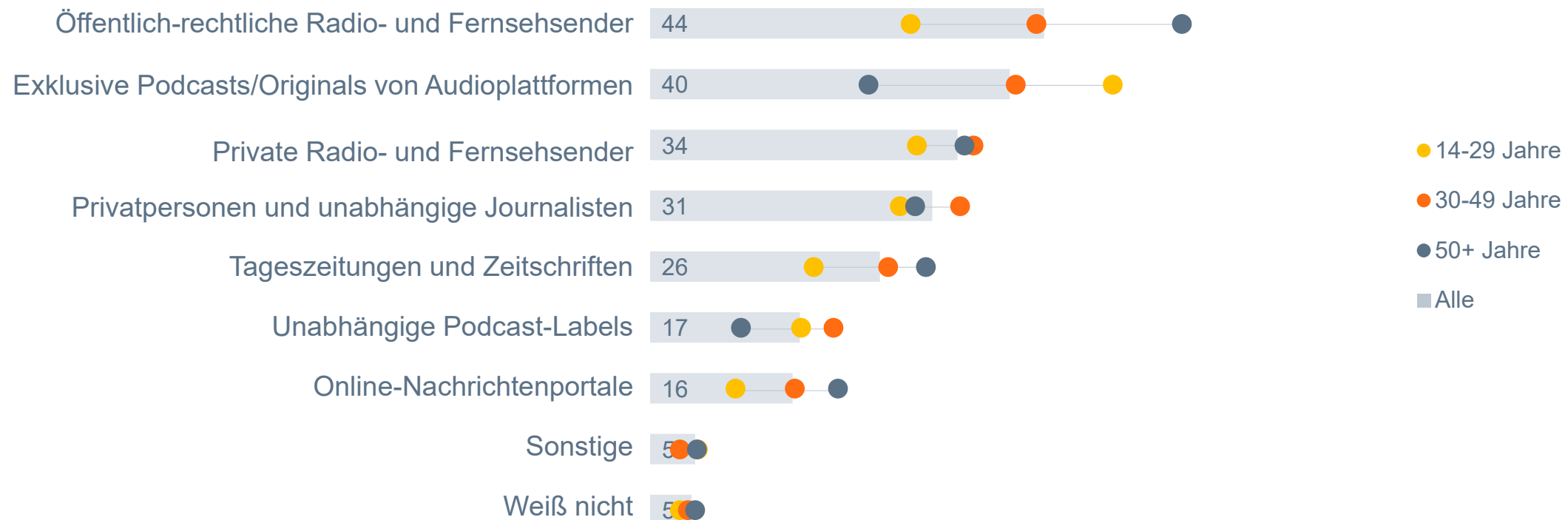


Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Deutliche Unterschiede nach Alter. Am offensichtlichsten zwischen U30 und Ü50 bei ö-r Sendern vs. Plattform-Originals.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Absenderwahrnehmung

Basis: Regelmäßige Nutzende

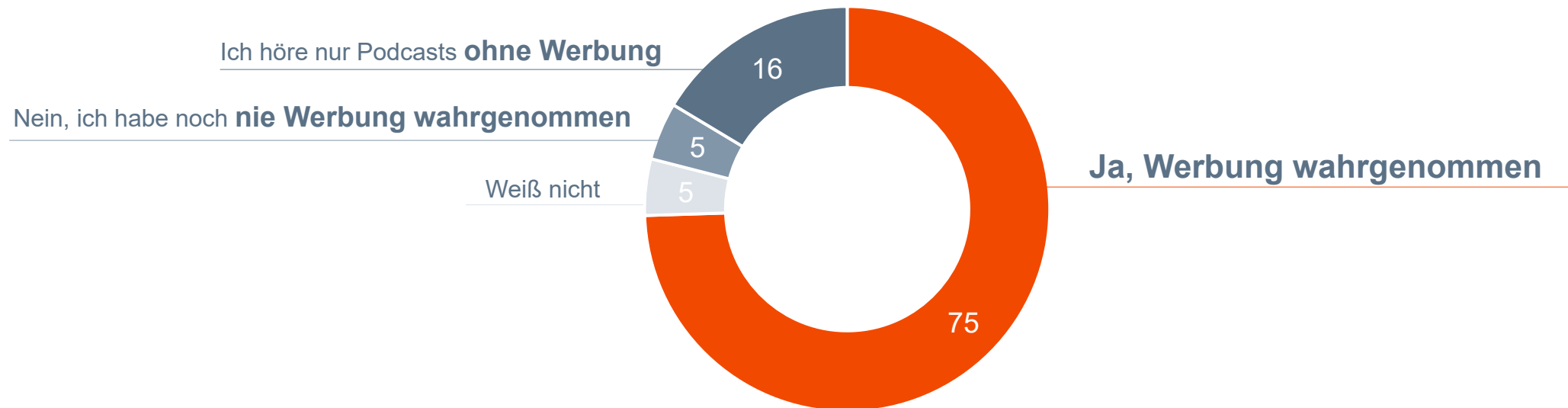


Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Drei Viertel der regelmäßigen Podcast-Nutzer:innen erinnern Werbung.

Werbung und Podcasts: Wahrnehmung

Basis: Regelmäßige Nutzende

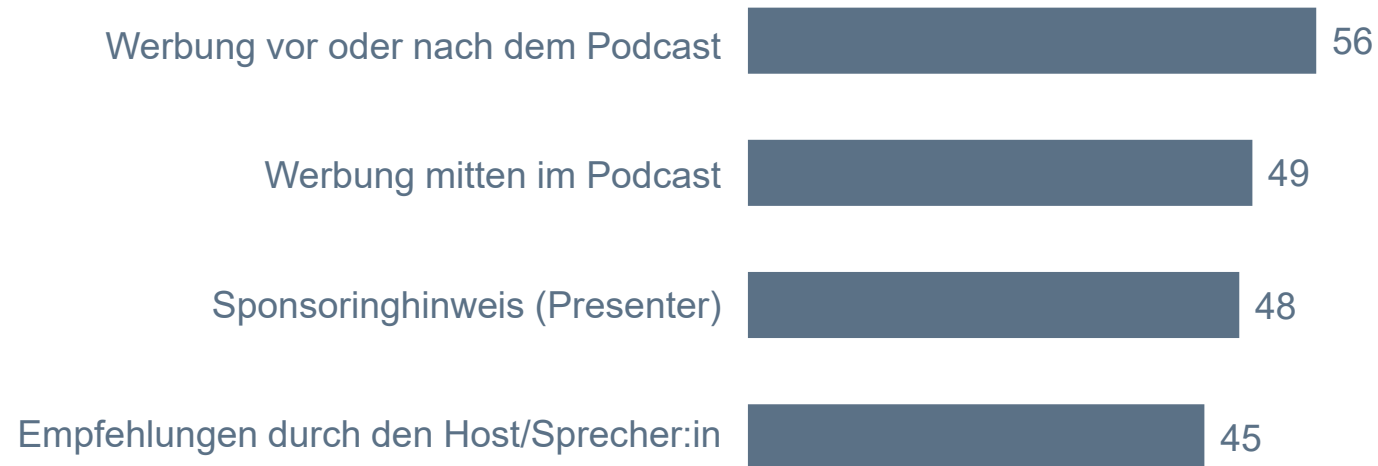


Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Vergleichsweise wenig Unterschiede in der Wahrnehmung der Art der Werbung.

Wahrgenommene Art der Werbung

Basis: Regelmäßige Nutzende mit Werbewahrnehmung



Angaben in Prozent; Basis: 12,942 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Werbung wahrgenommen haben (n=1.608)

Große Transparenz: Neun von zehn war immer oder meistens klar, wann es sich um Werbung gehandelt hat.

Werbung und Podcasts: Werbetransparenz

Basis: Regelmäßige Nutzende mit Werbewahrnehmung

Mir war bisher
immer klar,
wann es sich um
Werbung gehandelt hat.



Manchmal war ich
unsicher
und habe erst während
des Hörens oder im
Nachhinein bemerkt, dass
das Werbung war.



Mir war
oft nicht klar,
wann es sich um
Werbung gehandelt hat.

8

Weiß nicht/
keine Angabe

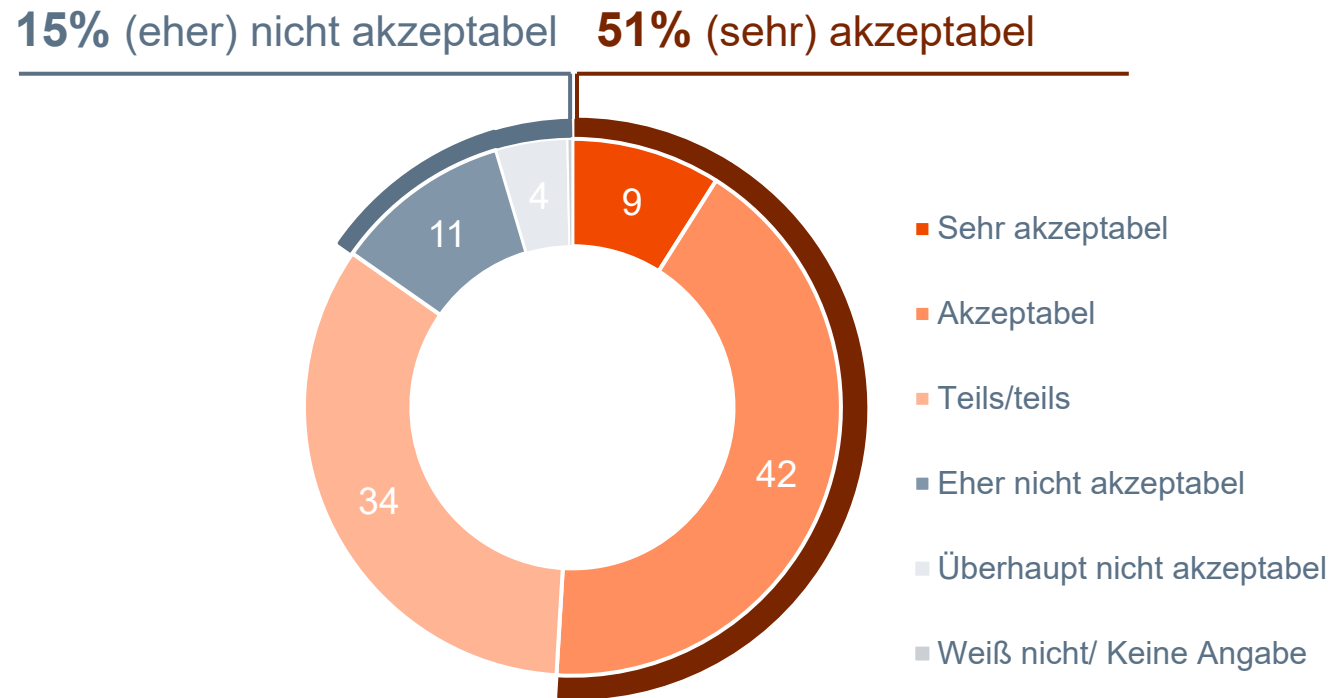
• 2

Angaben in Prozent; Basis: 12,942 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Werbung wahrgenommen haben (n=1.608)

Werbung wird von den allermeisten Podcast-Hörer:innen akzeptiert.

Akzeptanz von Werbung in Podcasts

Basis: Regelmäßige Nutzende mit Werbewahrnehmung



Angaben in Prozent; Basis: 12,942 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Werbung wahrgenommen haben (n=1.608)



Vielen Dank!

Auftraggeber:



Umsetzung:

