



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2022

September 2022

Auftraggeber:



Umsetzung:

Inhaltsverzeichnis

1 Nutzung Online-Audio-Angebote	3	6 Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören	56	7 Smart Speaker	108
2 Nutzungsintensität und -anteile	15	6.1 Nutzungsfrequenz und -intensität	57		
3 Genutzte Geräte	26	6.2 Nutzungszeiten und -situationen	66		
4 Genutzte Inhalte und Plattformen	32	6.3 Zugang und Plattformen	73		
5 Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungssituationen	48	6.4 Genutzte Inhalte & Rolle als aktuelles Infomedium	80		
		6.5 Absender/Audio Branding	95		
		6.6 Werbewahrnehmung und -Akzeptanz	101	8 Methodische Hinweise	119

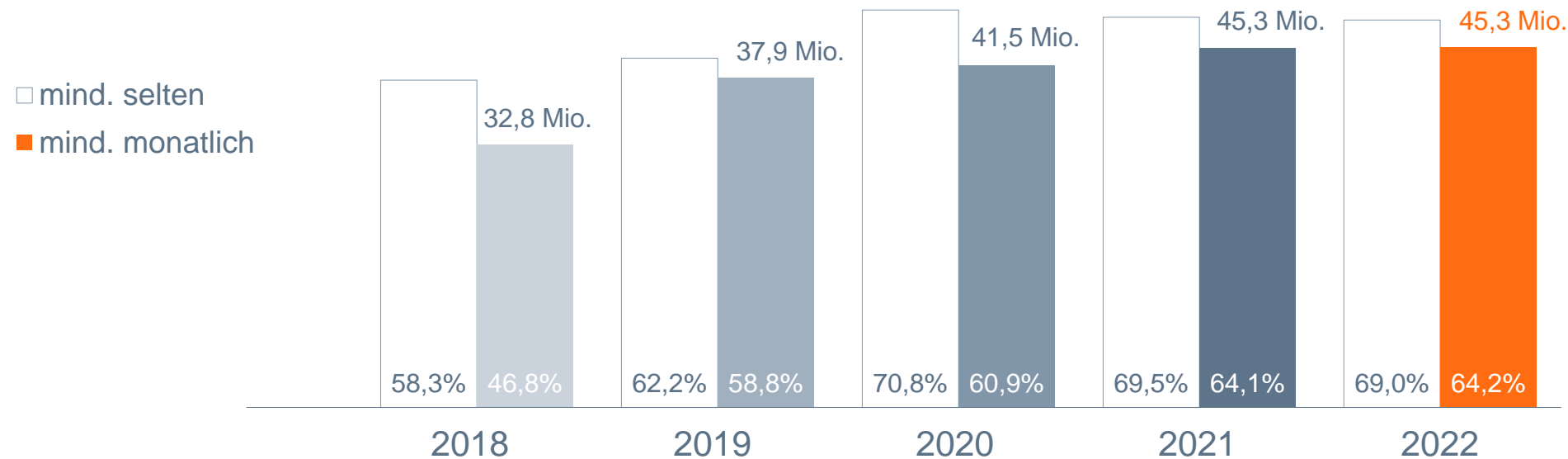
1 Nutzung Online-Audio-Angebote

Die regelmäßige Online-Audio-Nutzung bleibt auf hohem Niveau stabil: Über 45 Mio. hören mindestens monatlich Webradio oder Online-Audio-Inhalte auf Abruf.

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 zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? / Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?

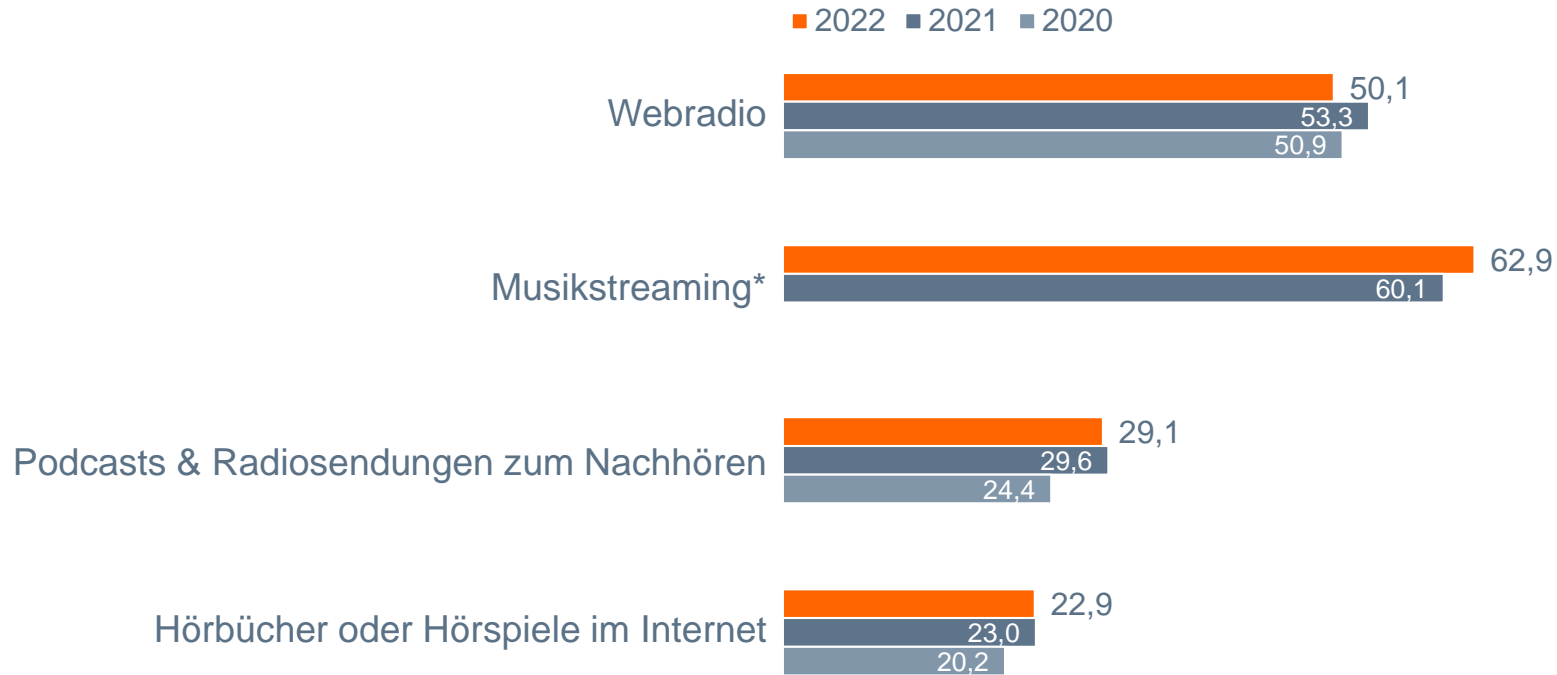
Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Musikstreaming mit der größten Nutzerschaft auf Wachstumskurs. Webradio hat aktuell etwas weniger Hörer:innen. Podcasts und Hörbücher auf Vorjahresniveau.

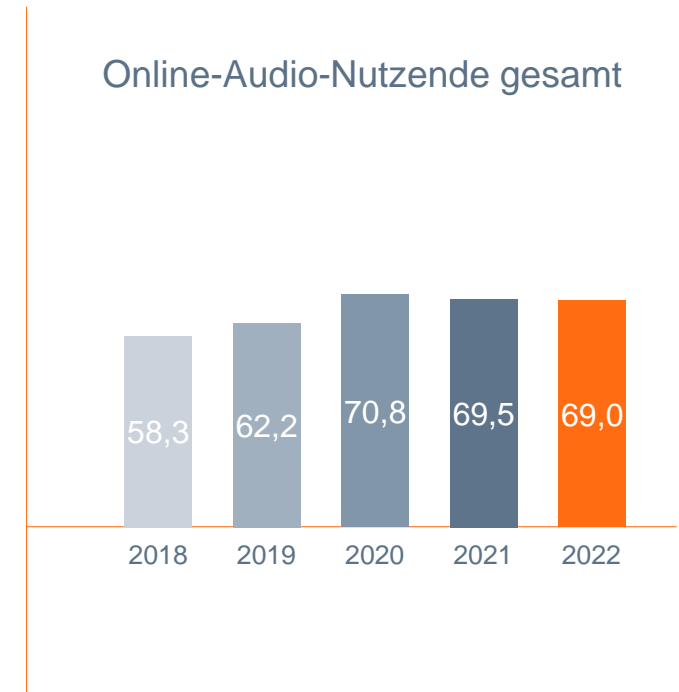
Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote: 2020-2022

Angaben in Prozent



Online-Audio-Nutzende gesamt



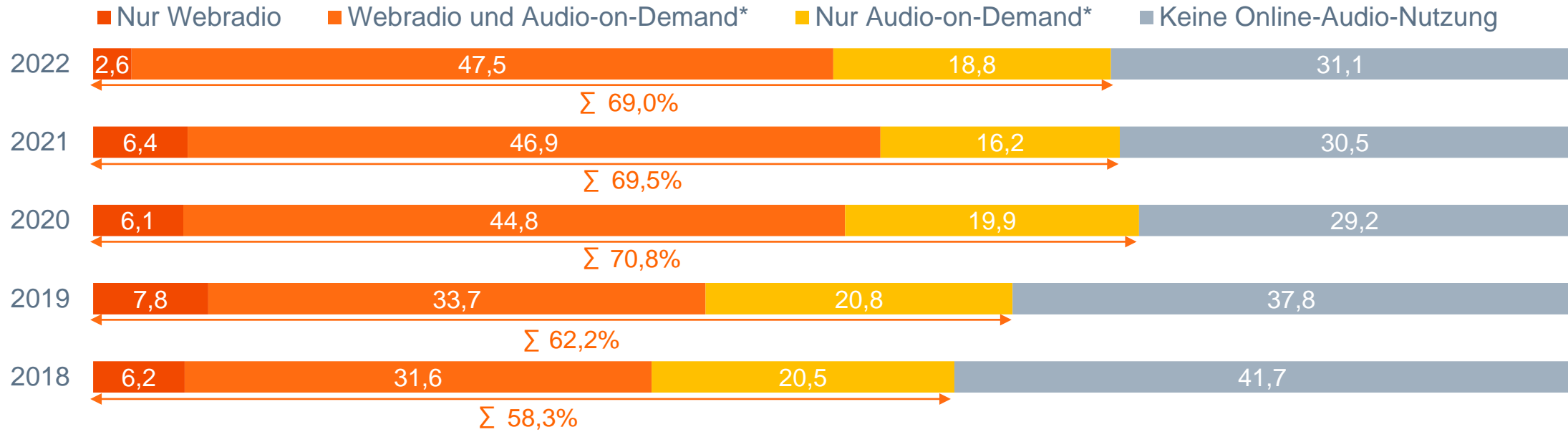
*Aufgrund geänderter Abfrage keine Trenddarstellung 2020-2021 möglich; Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Der Anteil derer, die Online-Audio-Inhalte sowohl live als auch auf Abruf nutzen, steigt weiter an.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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

Angaben in Prozent



*Audio-on-Demand = Nettosumme Musikstreaming, Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören, 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?

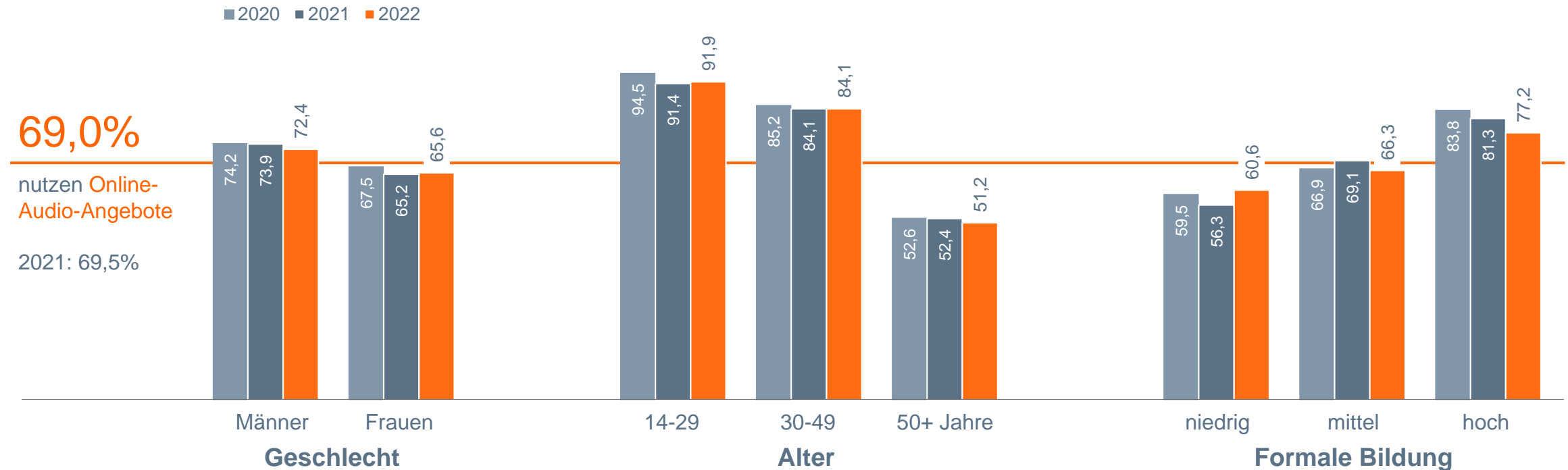
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Klarer Zusammenhang zwischen Online-Audio-Nutzung und Alter besteht weiter: Je jünger, desto mehr. Der „Bildungsbias“ ist aktuell etwas weniger stark ausgeprägt.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Online-Audio-Nutzer:innen 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 zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

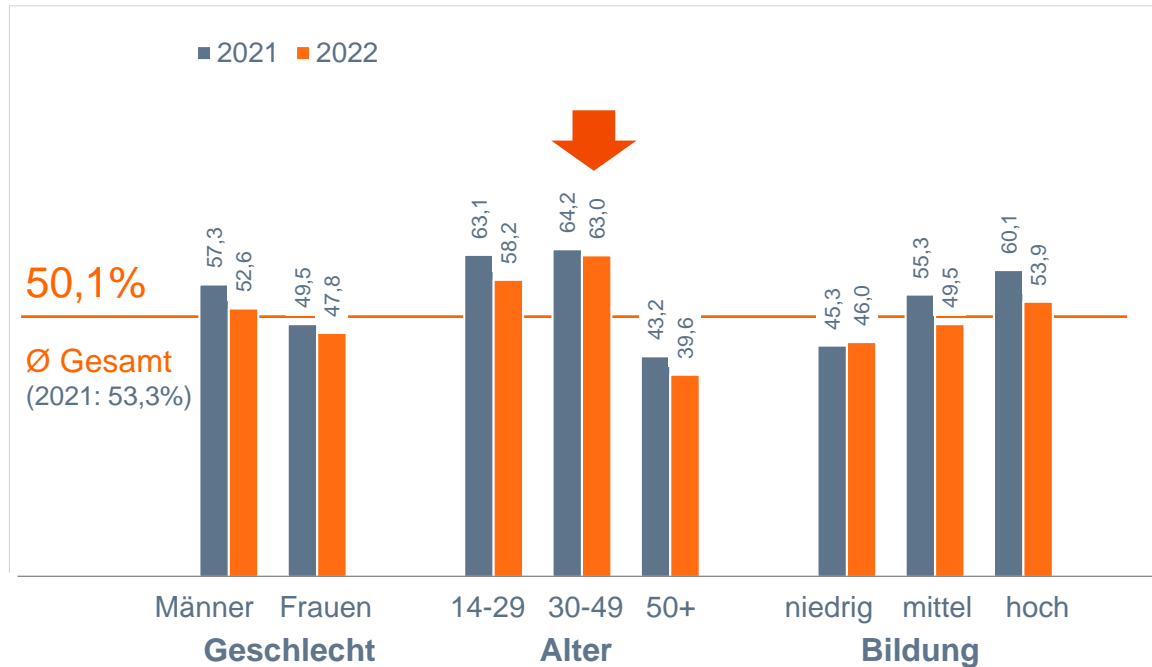
Audio-on-Demand ist nach wie vor das Metier der Jüngeren und Jüngsten, 50+ zieht aber nach. Bei Webradio setzt sich die mittlere Altersgruppe als stärkste Nutzergruppe ab.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

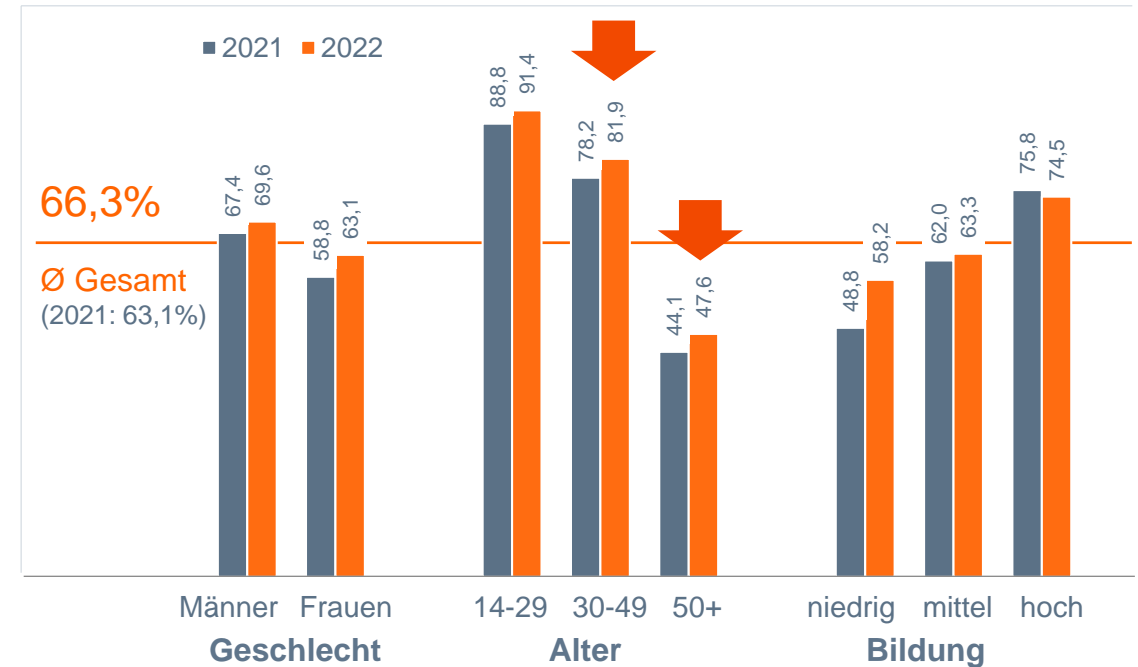
Online-Audio-Nutzende nach Geschlecht, Alter und Bildung

Angaben in Prozent

Webradio



Audio-on-Demand*



* Audio-on-Demand= Nettosumme Musikstreaming, Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören, 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?

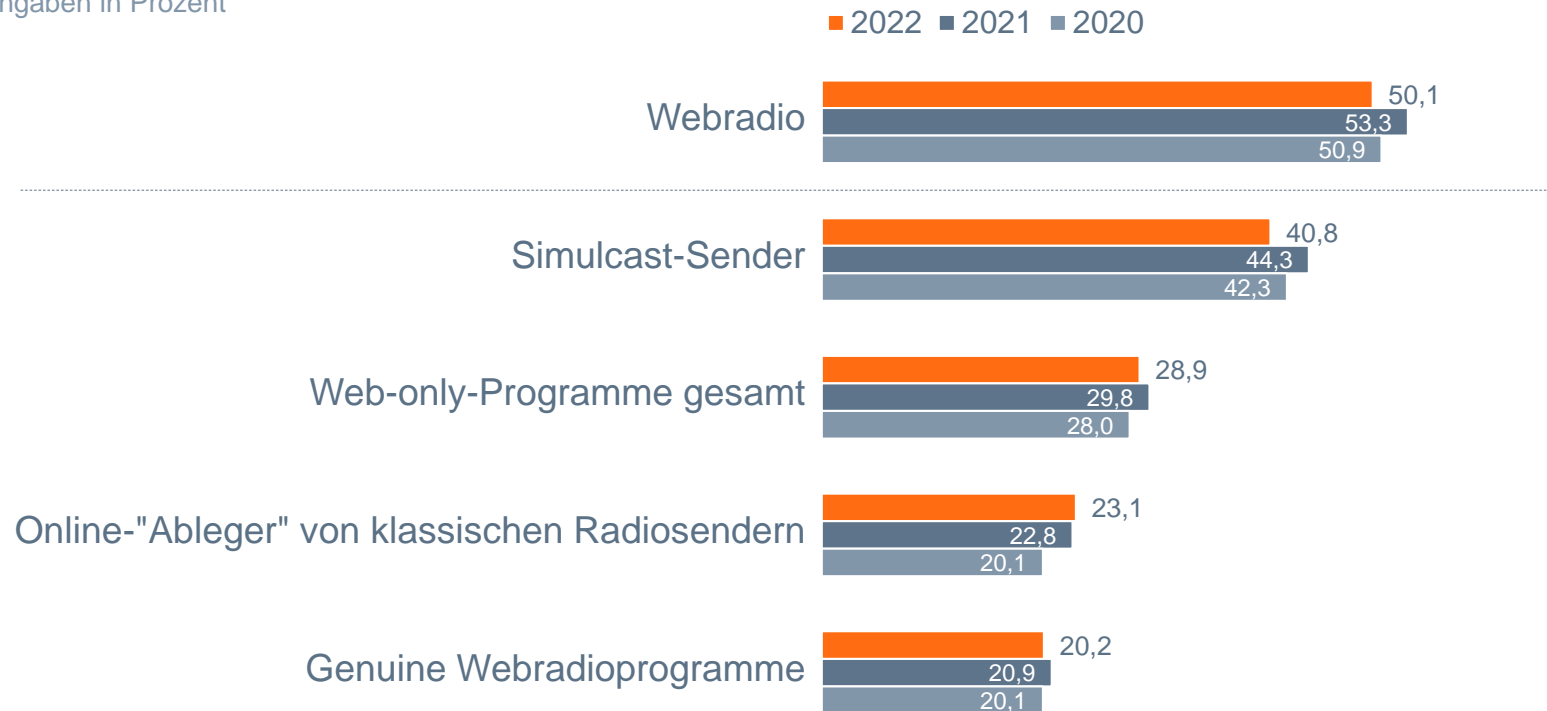
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Webradionutzung sinkt leicht auf das Niveau von 2020, vor allem weil weniger Simulcast-Sender gehört werden. Submarken etablierter (UKW-) Sender bestätigen den Vorjahreswert.

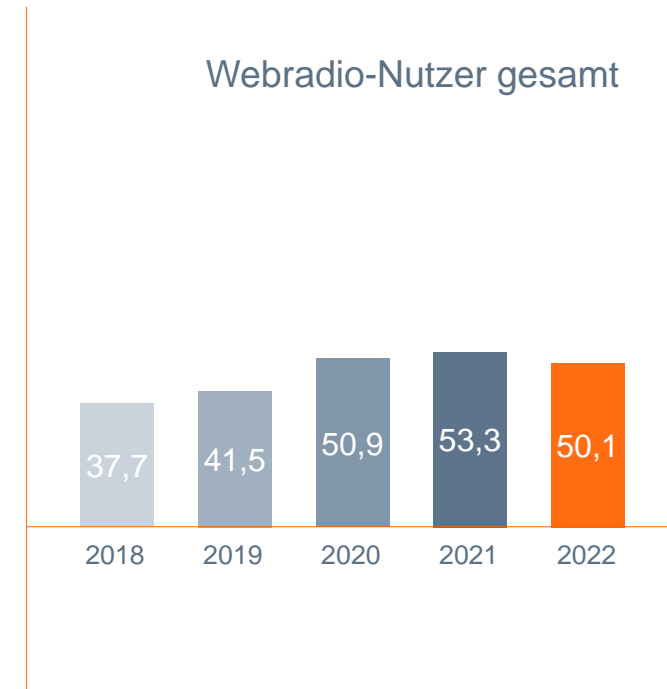
Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Webradio-Nutzung im Detail

Angaben in Prozent



Webradio-Nutzer gesamt



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ? (Nur bedingt vergleichbar, Abfrage eines Items leicht geändert.) / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
 Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

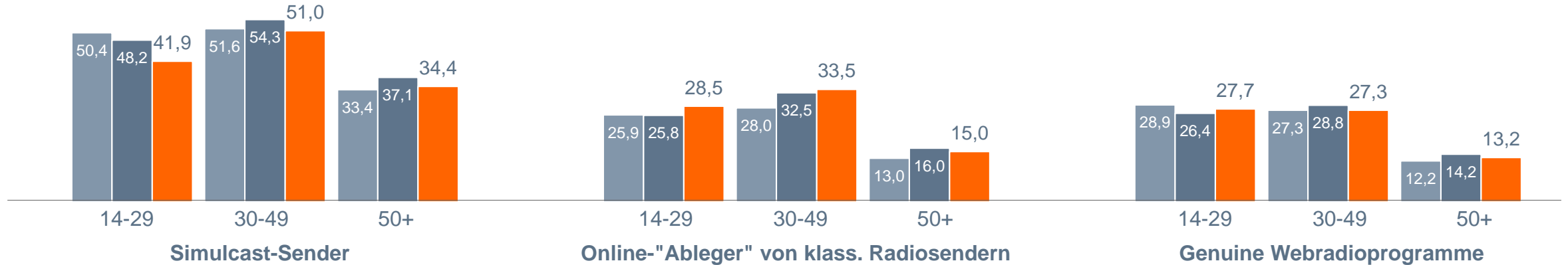
Die Nutzung von Simulcast-Sendern geht in allen Altersgruppen zurück, besonders stark bei U30. Die hören aktuell etwas mehr Sender, die es nur im Internet gibt.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Webradio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ?
 Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

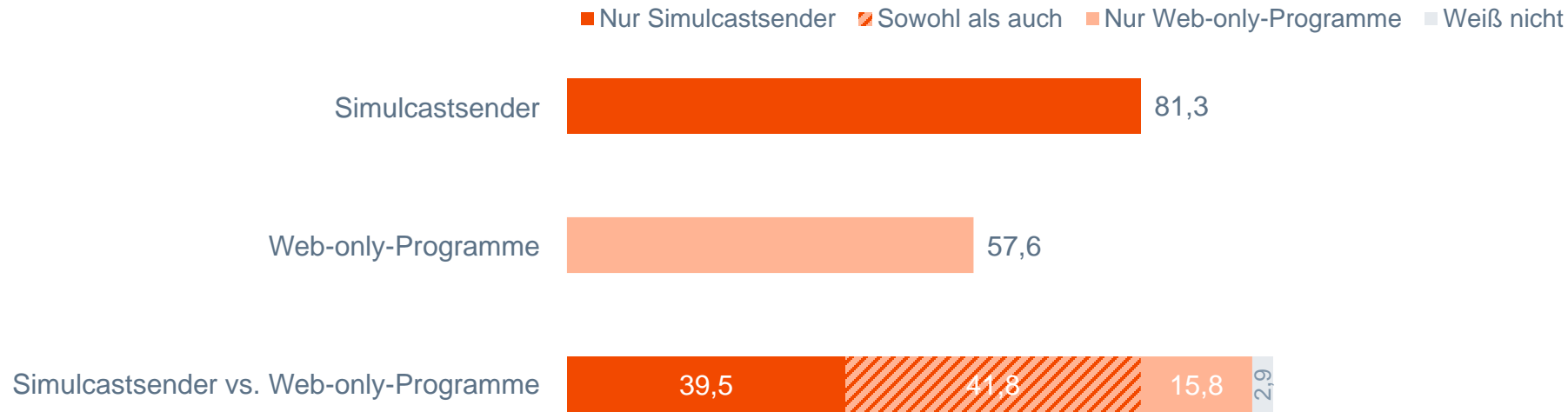
8 von 10 Webradio-Hörer:innen hören Simulcastsender, die Hälfte von ihnen ausschließlich. Deutlich weniger hören ausschließlich Web-only-Programme.

Webradio-Nutzung im Detail: Simulcastsender vs. Web-only-Programme

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre, die zumindest gelegentlich Webradio hören

50,1 % der Bevölkerung ab 14 Jahren hören Radio über Web, davon...



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann, die also auch über UKW oder DAB+ gehört werden können; Webstreams, also „Ableger“ von bekannten, „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann und die meist auf eine bestimmte Musikrichtung ausgerichtet sind; Webradioprogramme, die es nur im Internet gibt und nicht zu einem bekannten, „klassischen“ Radiosender gehören.
Angaben in Prozent; Basis: 35,357 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Radio über Internet hören (n=4.543)

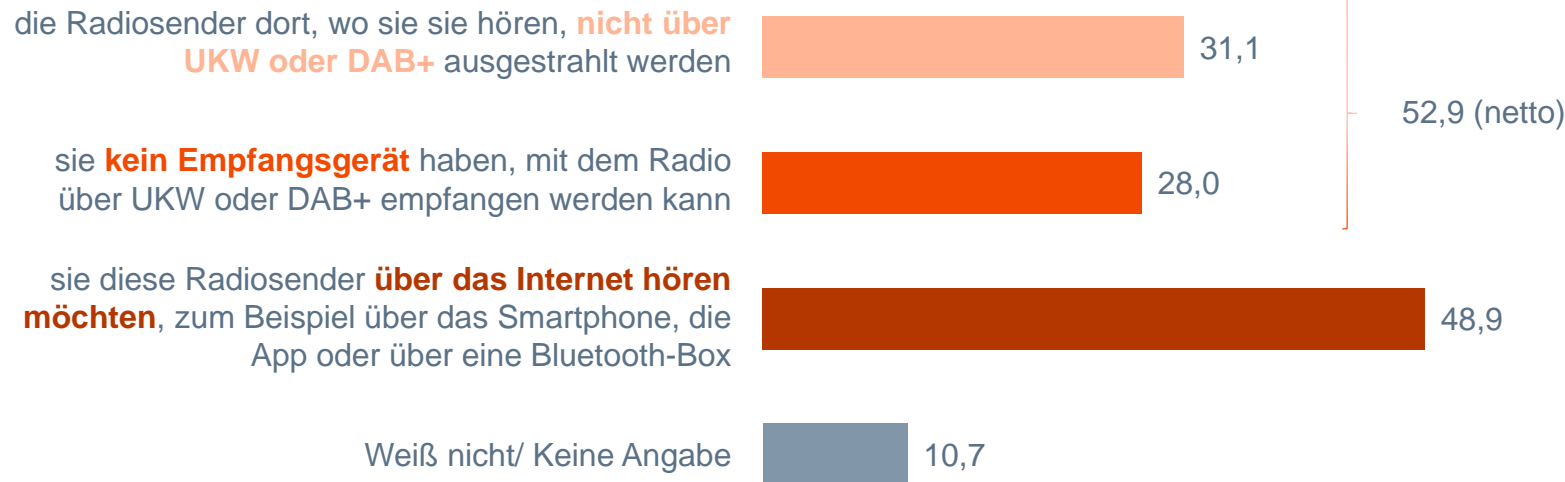
Etwas mehr als die Hälfte hört Simulcastsender über das Internet, weil sie nicht anders können, fast ebenso viele, weil sie es wollen.

Webradio-Nutzung im Detail: Gründe für die Nutzung von Simulcastsendern über das Internet

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre, die Simulcastsender über Internet hören

40,8 % der Bevölkerung ab 14 Jahren hören Simulcastsender über das Internet, weil...



Frage 5: Warum hören Sie Radiosender, die man auch über andere Empfangsarten empfangen kann, über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 28,750 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Simulcastsender über Web hören (n=3.797)

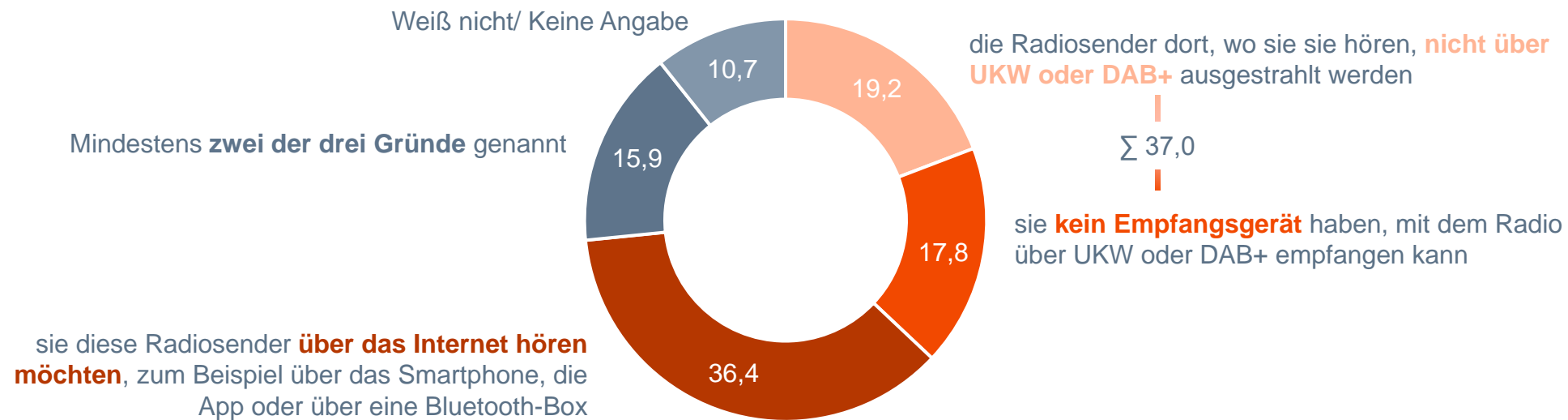
Knapp drei Viertel geben *einen* Grund an – für die eine Hälfte gibt es auf der Angebots- wie Nachfrageseite keine andere Empfangsmöglichkeit, die andere Hälfte präferiert das Internet aus UX-Gründen.

Webradio-Nutzung im Detail: Gründe für die Nutzung von Simulcastsendern über Internet

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre, die Simulcastsender über Internet hören

40,8 % der Bevölkerung ab 14 Jahren hören Simulcastsender über das Internet, weil...



Frage 5: Warum hören Sie Radiosender, die man auch über andere Empfangsarten empfangen kann, über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 28,750 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Simulcastsender über Web hören (n=3.797)

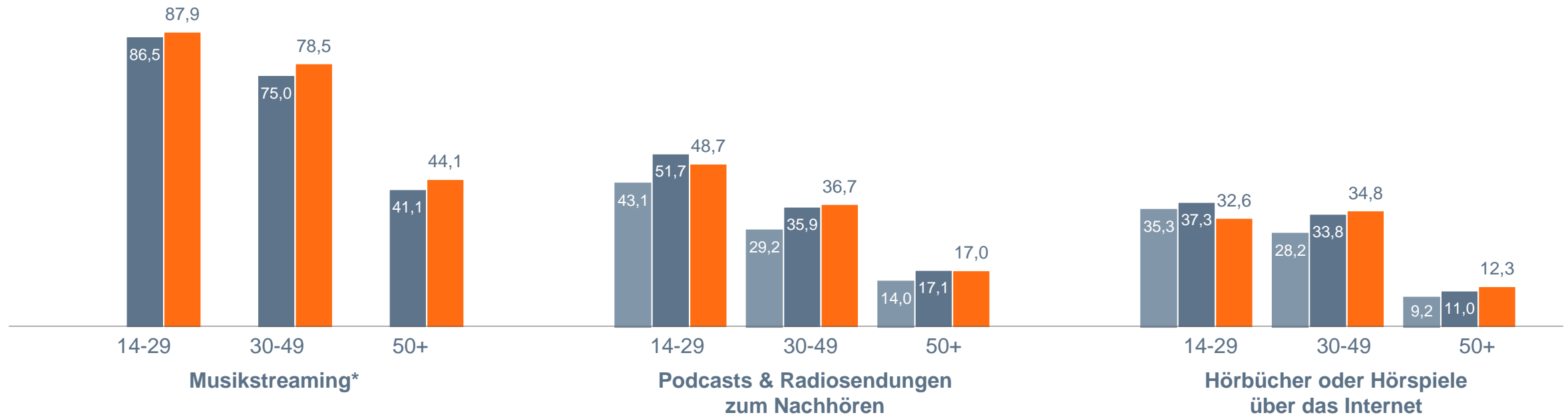
Musikstreaming nimmt in allen Altersgruppen zu. Podcasts und Hörbücher erreichen mindestens ebenso viele 30+ wie im Vorjahr. Leichter Rückgang hingegen bei U30.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



* Aufgrund der in 2021 geänderten Abfrage kann nur ein 2-Jahrestrend dargestellt werden.
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

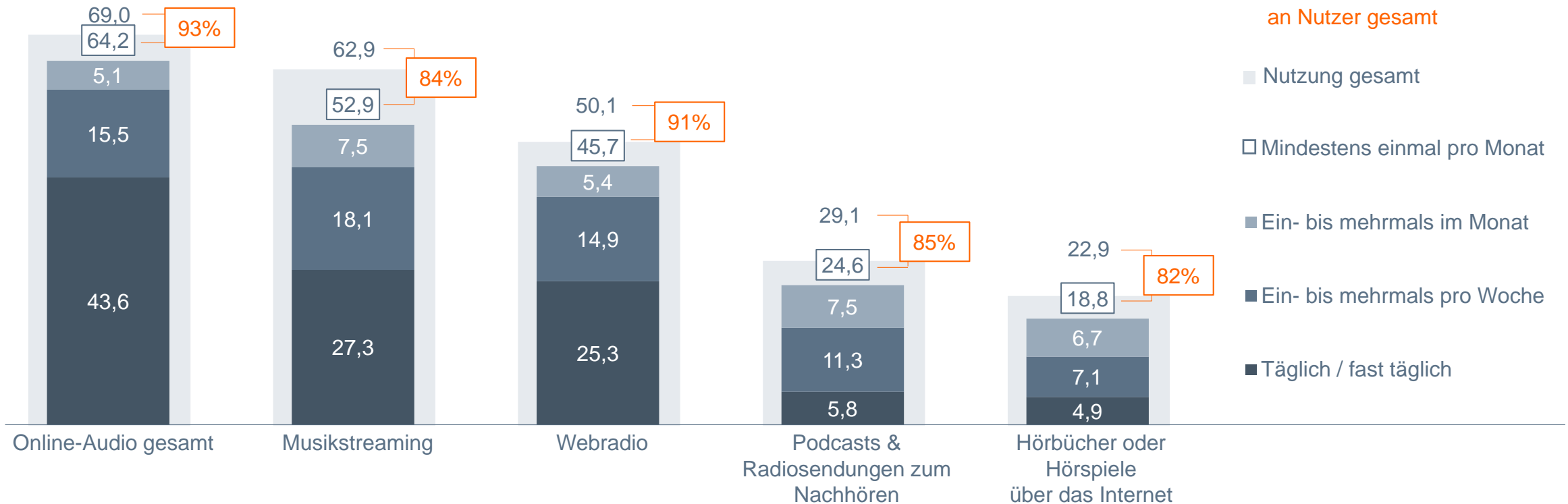
2 Nutzungsintensität und -anteile



Mehr als 9 von 10 Online-Audio-Nutzer:innen hören Online-Audio mindestens einmal im Monat. Webradio hat anteilig die meisten regelmäßigen Hörer:innen.

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent



Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

- Anteil monatliche Nutzer an Nutzer gesamt
- Nutzung gesamt
- Mindestens einmal pro Monat
- Ein- bis mehrmals im Monat
- Ein- bis mehrmals pro Woche
- Täglich / fast täglich

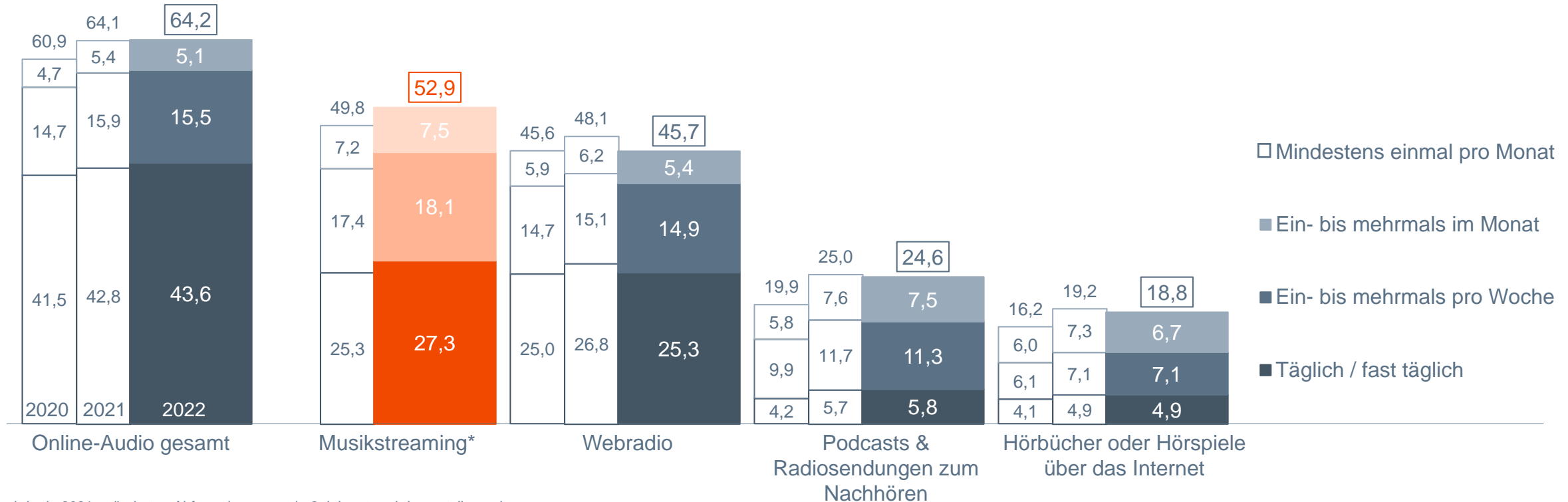
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Die regelmäßige Nutzung von Musikstreaming steigt deutlich. Rückläufige Entwicklung auf allen Frequenzstufen bei Webradio. Podcasts und Hörbücher bleiben stabil.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote – Regelmäßige Nutzung im Trend

Angaben in Prozent



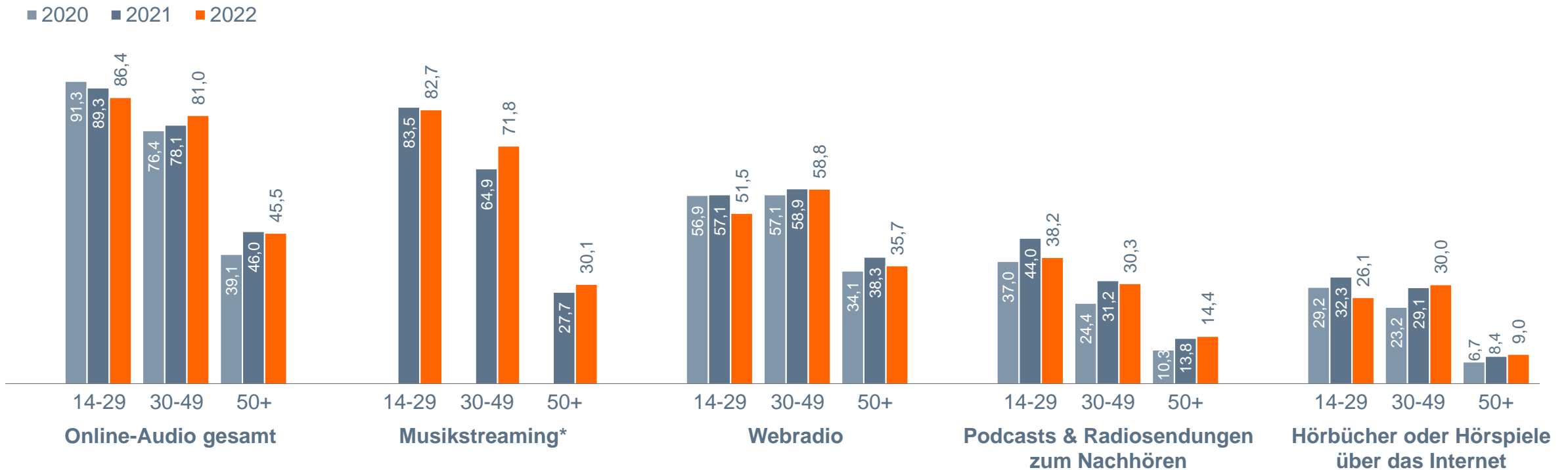
* Aufgrund der in 2021 geänderten Abfrage kann nur ein 2-Jahrestrend dargestellt werden.
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Alle Online-Audio-Formate werden aktuell von etwas weniger unter 30-Jährigen genutzt als im Vorjahr. Anders bei 30+: Hier gewinnt insbesondere Musikstreaming regelmäßige Hörer:innen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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

Angaben in Prozent



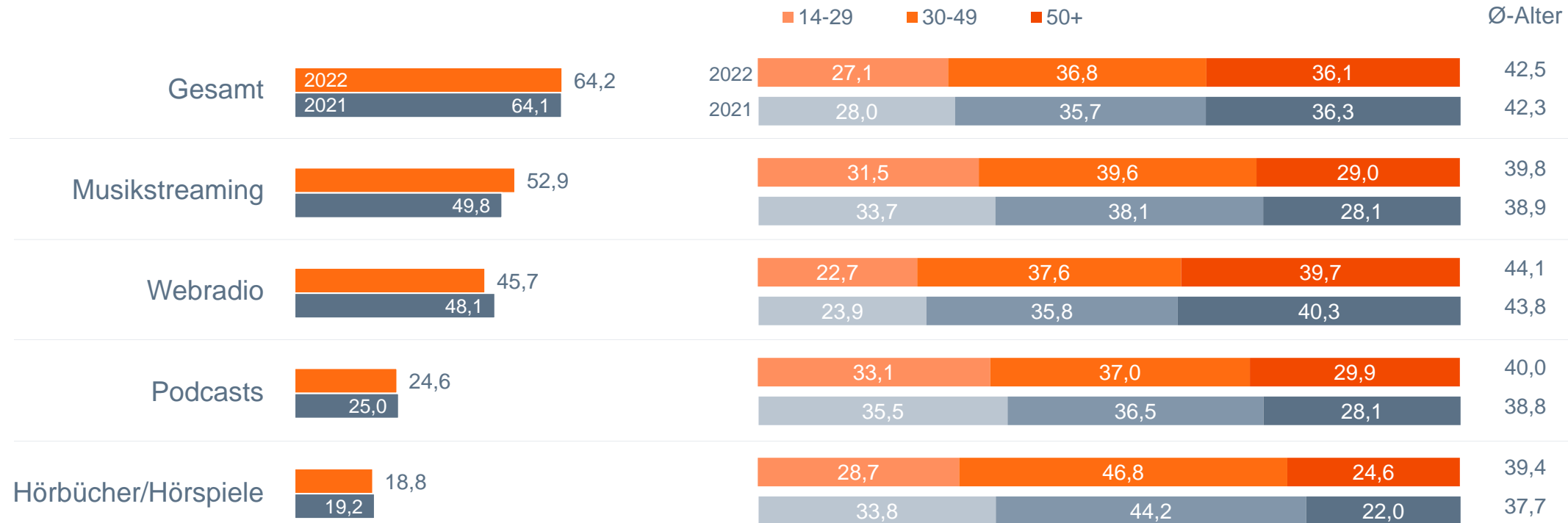
* Aufgrund der in 2021 geänderten Abfrage kann nur ein 2-Jahrestrend dargestellt werden.
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Audio-on-Demand ist insgesamt (noch) deutlich jünger als die Webradio-Nutzerschaft. Altersstruktur und -durchschnitt verschieben sich aber bei allen Formaten nach oben.

Nutzung Online-Audio-Angebote: Altersstruktur der monatlichen Nutzer:innen

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland bzw. regelmäßige Online-Audio-Nutzende des jeweiligen Angebots



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

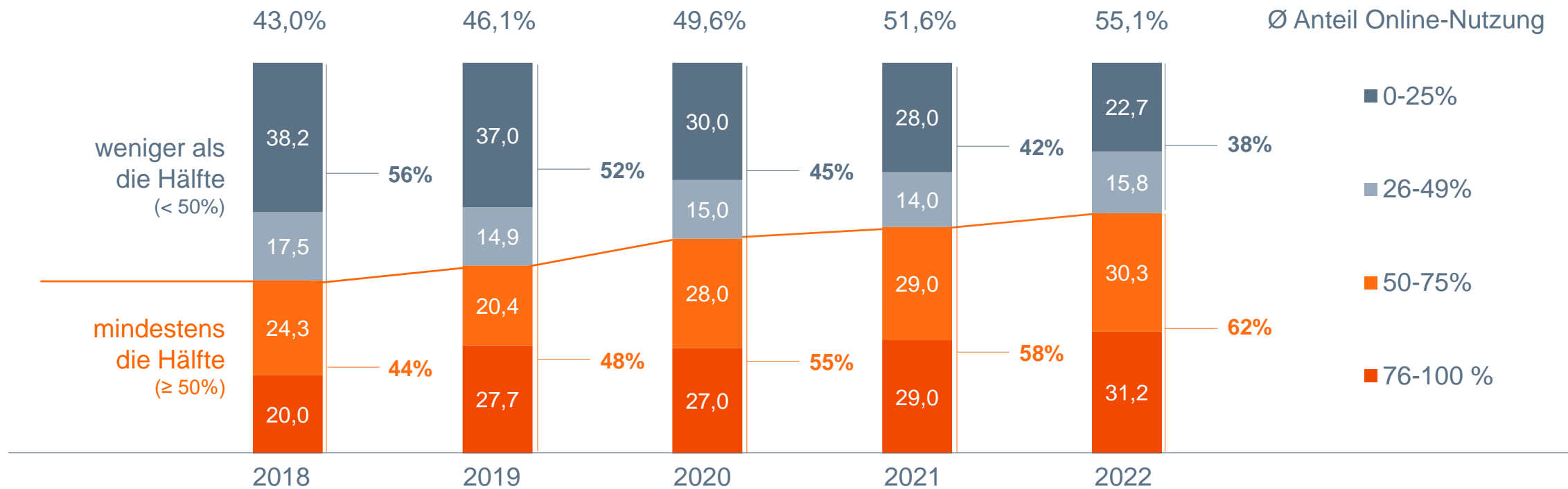
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756); Basis Altersstruktur: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649), 32,239 Mio. Webradio-Nutzende (n=4.142) / 37,342 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=4.446) / 17,380 Mio. Podcast-Nutzende (n=2.209) / 13,233 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=1.690)

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

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt

Angaben in Prozent



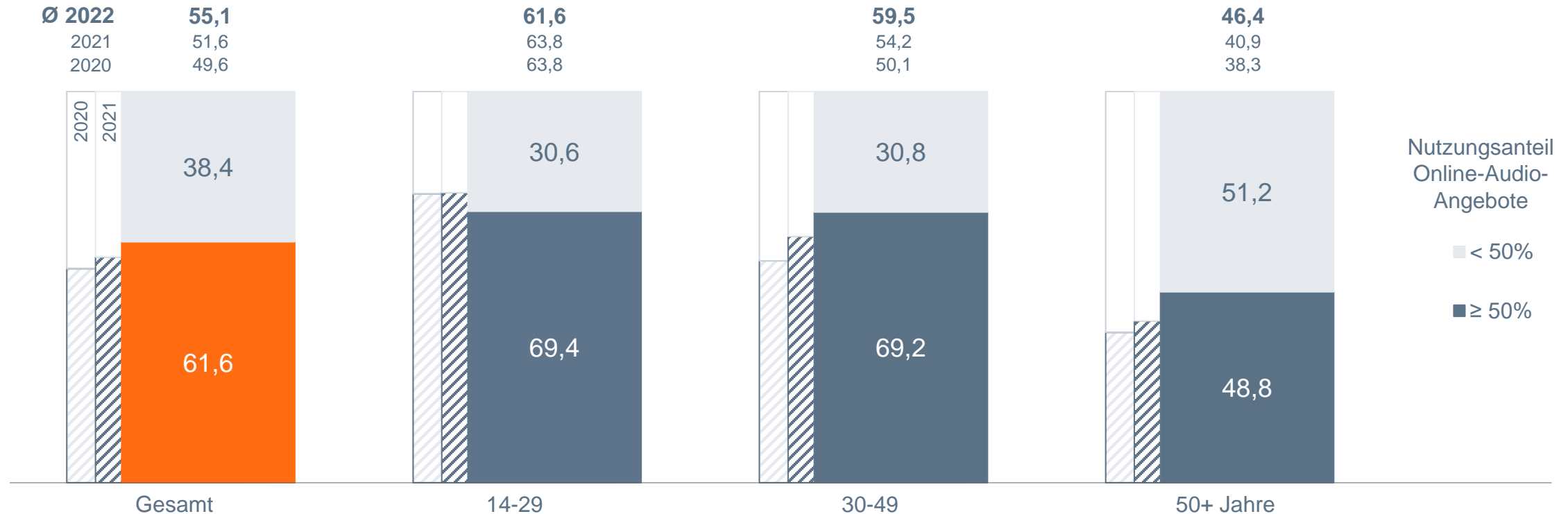
Frage 21: Wenn Sie Ihre derzeitige Radio- und Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
 Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2022: 43,962 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.571)

Jeweils 69 Prozent der jungen und mittleren Altersgruppen verbringen mindestens die Hälfte ihrer gesamten Audio-Nutzung mit Online-Audio-Inhalten. 50+ rückt nach.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt nach Alter

Angaben in Prozent



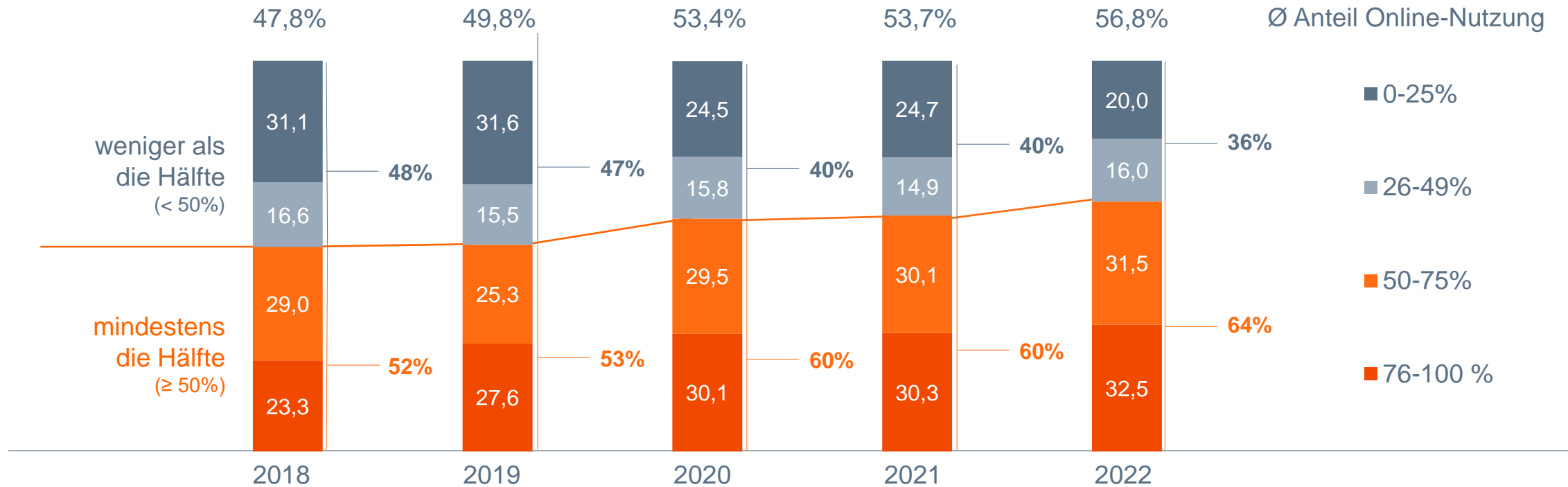
Frage 21: Wenn Sie Ihre derzeitige Radio- und Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung findet über das Internet statt?
 Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2022: 43,962 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.571)

Von den regelmäßigen Nutzer:innen verbringen mittlerweile knapp zwei Drittel mindestens die Hälfte ihrer gesamten Audio-Zeit mit Online-Audio-Inhalten.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt

Angaben in Prozent



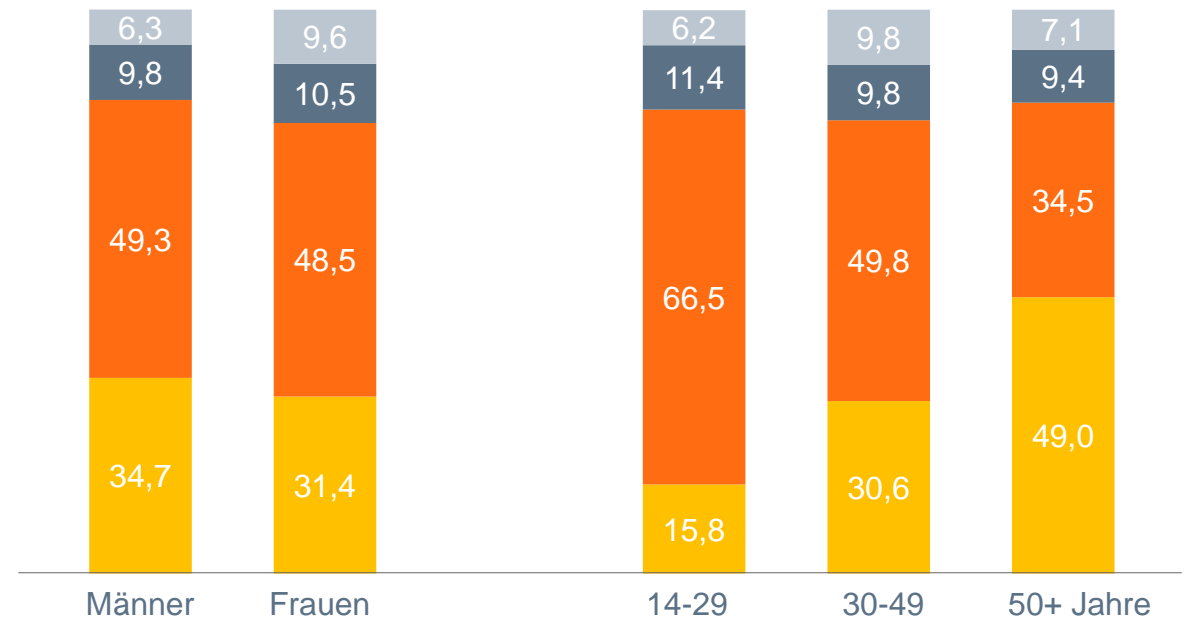
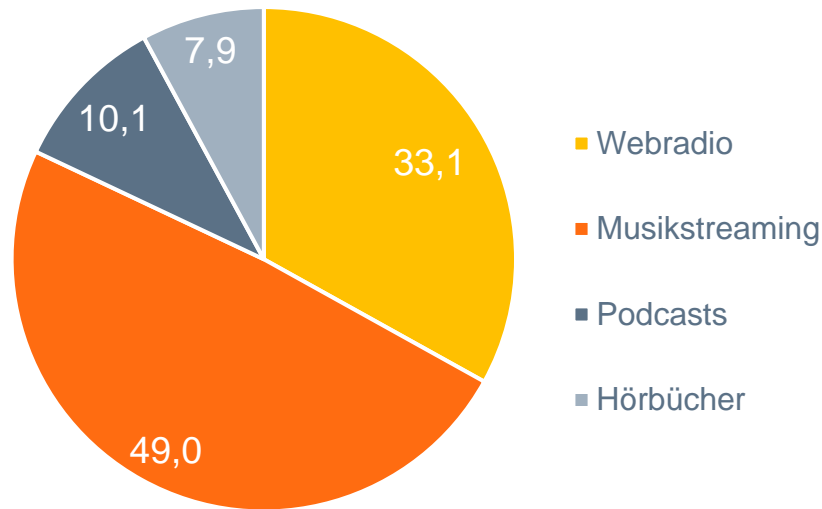
Frage 21: Wenn Sie Ihre derzeitige Radio- und Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung findet über das Internet statt? Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2022: 41,198 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.189)

Über alle Online-Audio-Nutzenden hinweg betrachtet nimmt Musikstreaming etwa die Hälfte der Online-Audio-Nutzung ein, Webradio ein Drittel. Bei 50+ ist das Verhältnis umgekehrt.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungsanteile pro Online-Audio-Angebot (Mittelwerte)

Angaben in Prozent



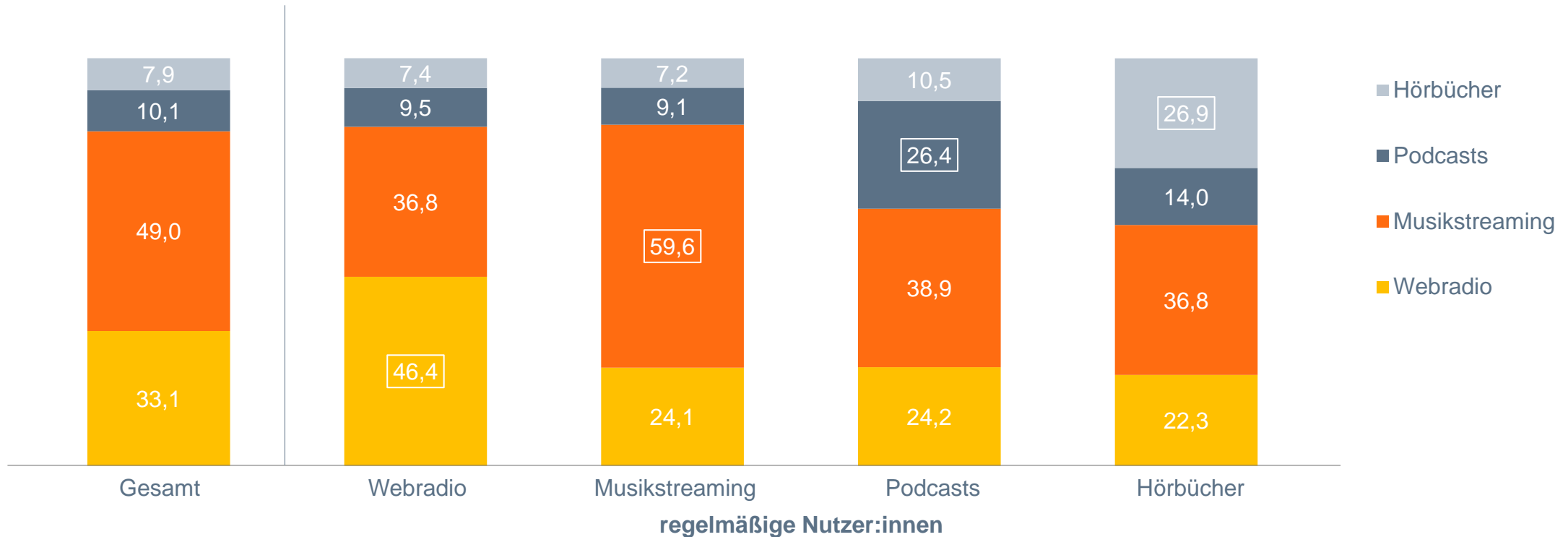
Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Webradio, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von ...?
 Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2022: 43,122 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.384)

Unter den regelmäßigen Hörer:innen verbucht das jeweilige Angebot naturgemäß einen überdurchschnittlich hohen Anteil, besonders ausgeprägt bei Hörbüchern und Podcasts.

Nutzungsanteile pro Online-Audio-Angebot (Mittelwerte)

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende des jeweiligen Angebots



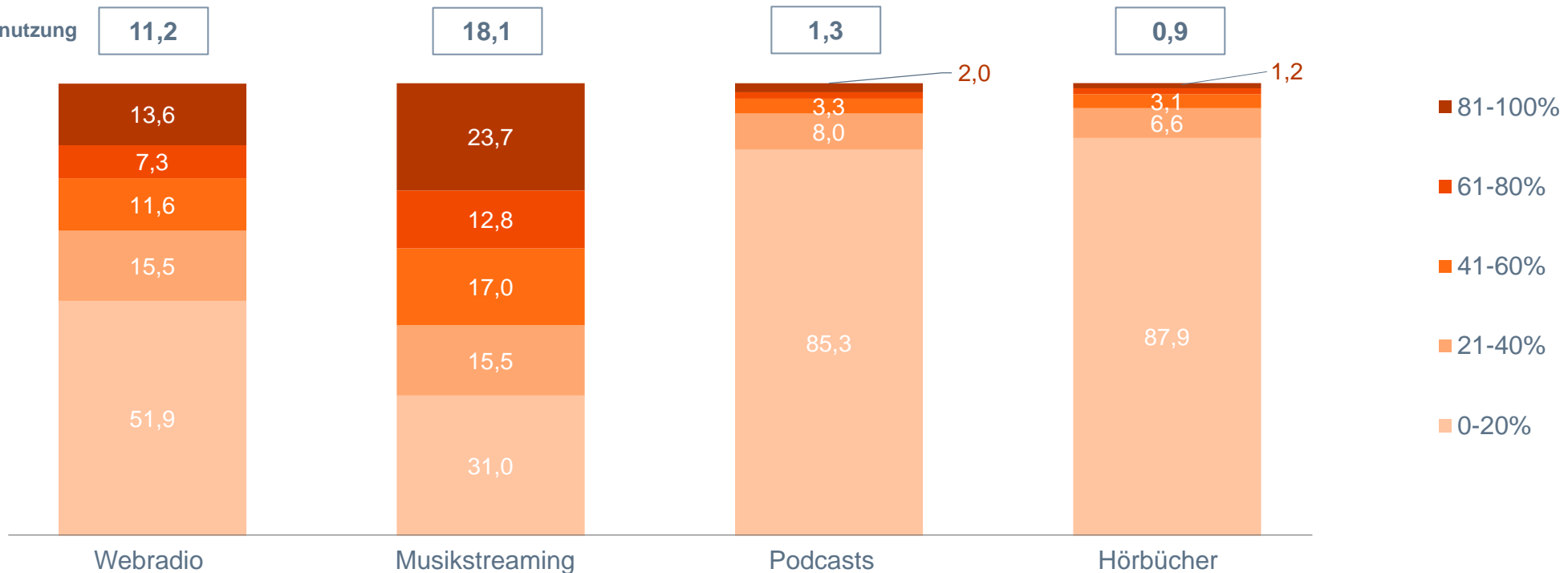
Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Webradio, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von ...? Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2022: 43,122 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.384)

Musikstreaming erzielt die höchsten Nutzungsanteile. Knapp jede:r fünfte Online-Audio-Nutzer:in hört ausschließlich Musik, jede:r zehnte nur Webradio. Podcasts und Hörbücher werden ergänzend genutzt.

Nutzungsanteile pro Online-Audio-Angebot

Angaben in Prozent

Anteil Exklusivnutzung



Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Webradio, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von ...? Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2022: 43,122 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.384)

3 Genutzte Geräte

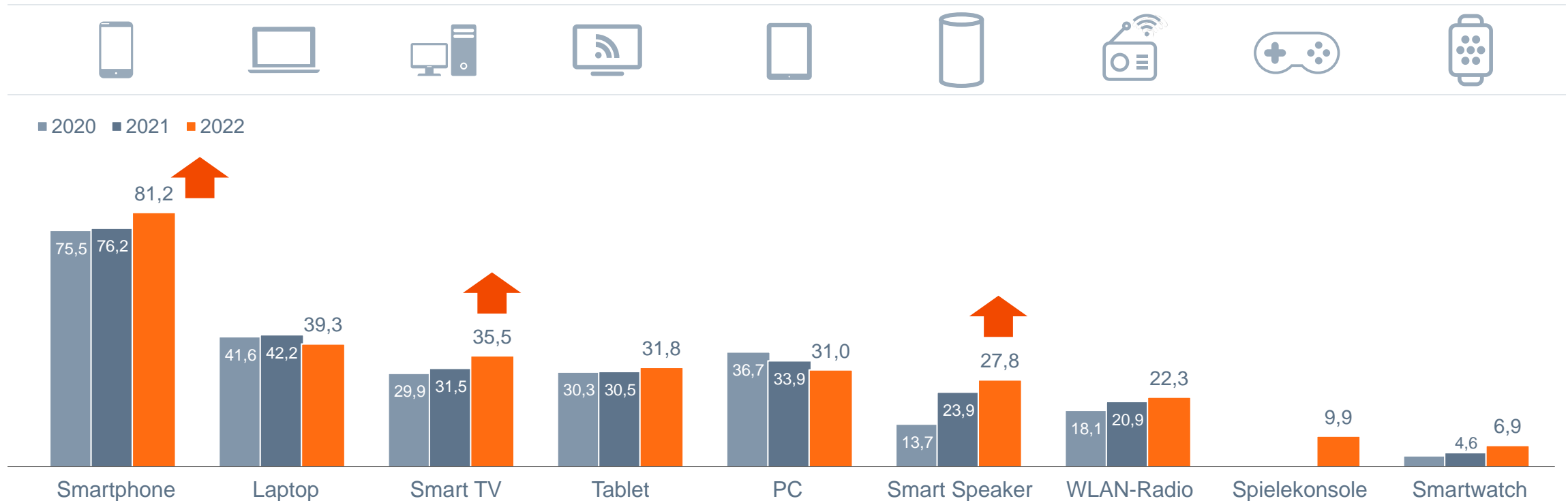


Das Smartphone bleibt die unangefochtene Nr. 1 unter den Online-Audio-Geräten. PC und Laptop verlieren, smarte Geräte legen zu, am deutlichsten Smart TVs und Smart Speaker.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent



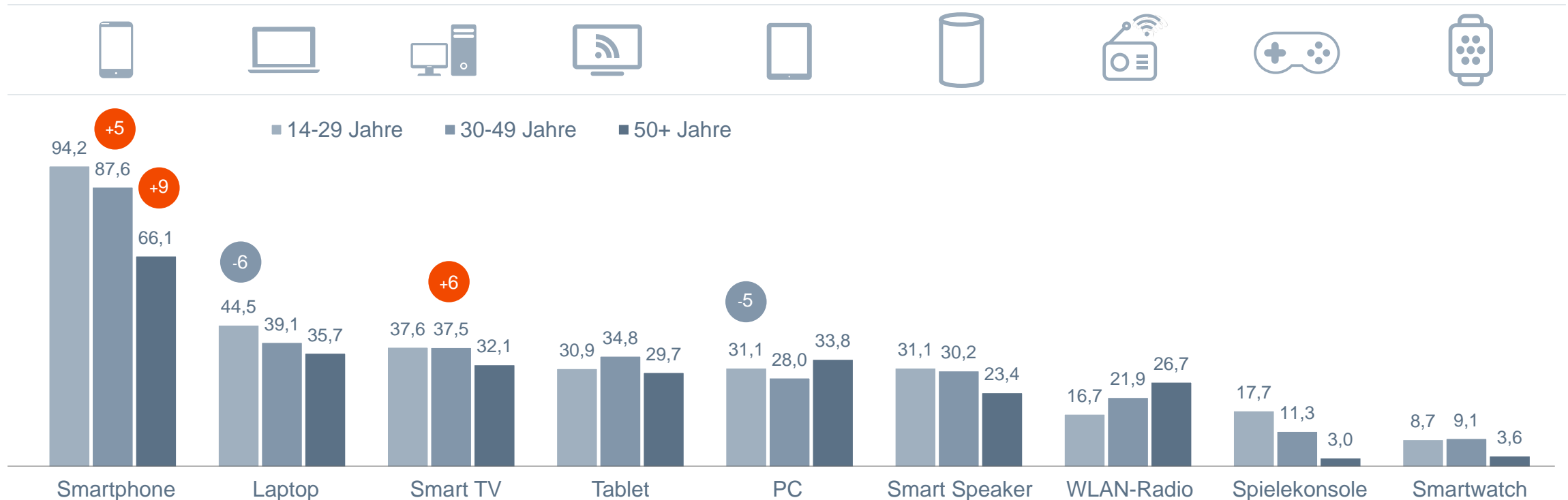
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2022 48,639 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.099)

Smartphone, Smart TV und Smart Speaker gewinnen vor allem Nutzer:innen ab 30 dazu. Knapp ein Fünftel der 14- bis 29-Jährigen hört Online-Audio auch über eine Spielekonsole.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt nach Alter

Angaben in Prozent



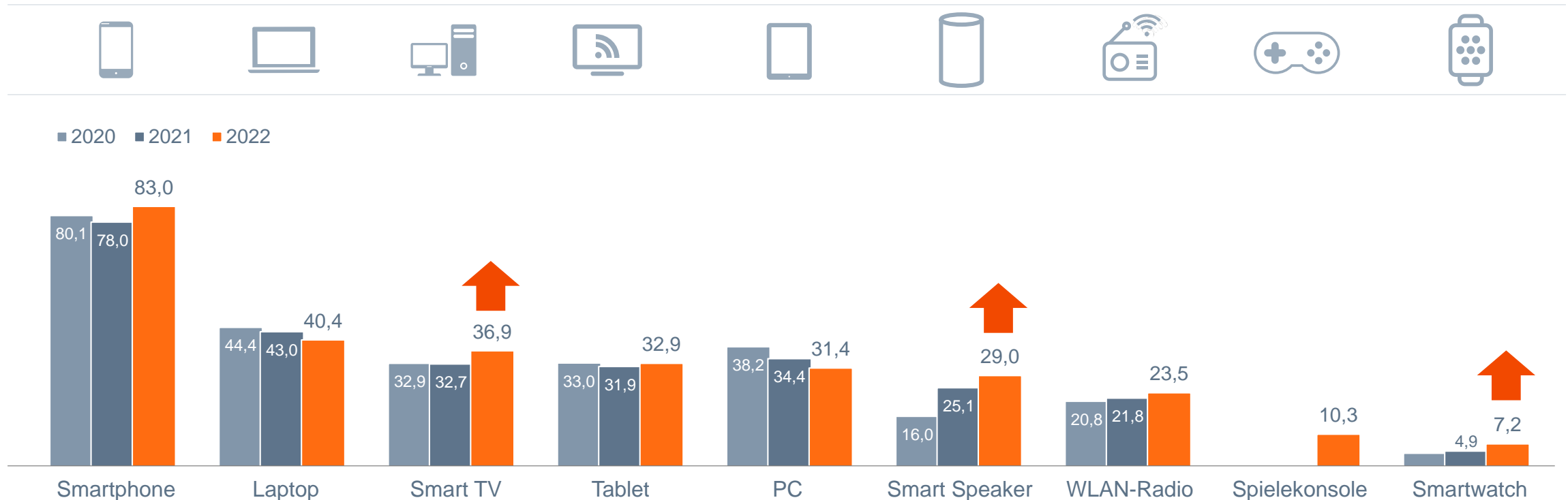
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent; Basis 2022 48,639 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.099)

Relativer Zuwachs unter regelmäßigen Online-Audio-Nutzer:innen am stärksten für Smartwatch, Smart Speaker und Smart TV.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent



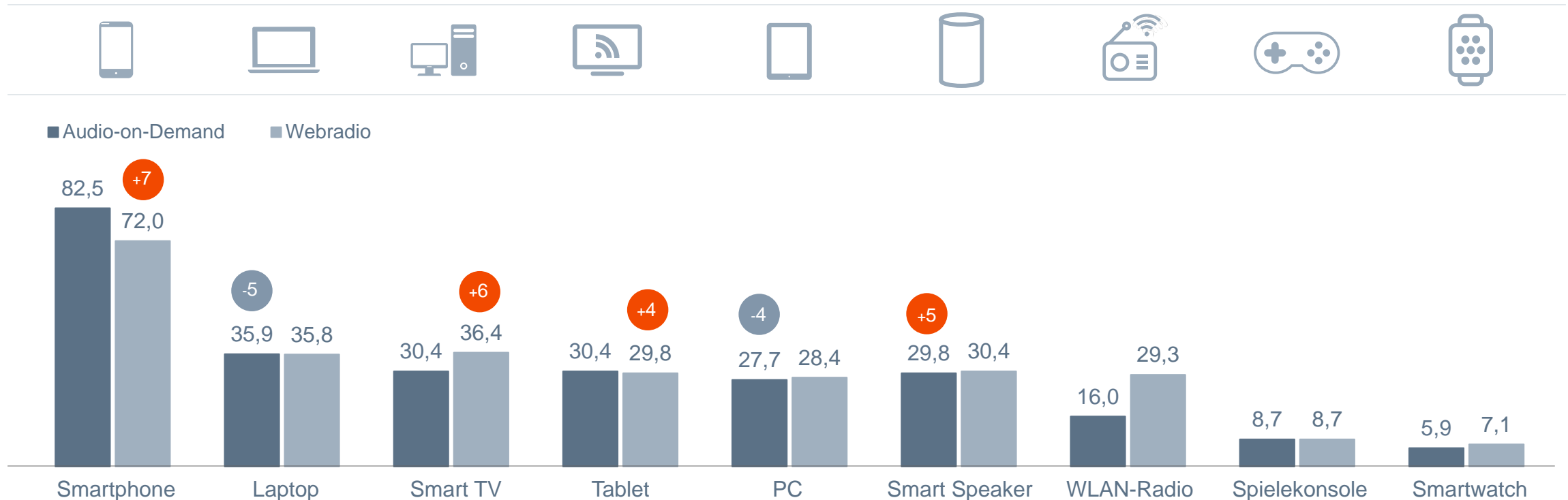
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2022 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Regelmäßige Webradio-Nutzung findet im Vergleich zu AoD erkennbar häufiger über Smart TV und IP-Radiogeräte statt, und im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen über Smartphone und Smart TV.

Genutzte Geräte für Online-Audio-on-Demand vs. Webradio

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende Online-Audio-on-Demand vs. Webradio



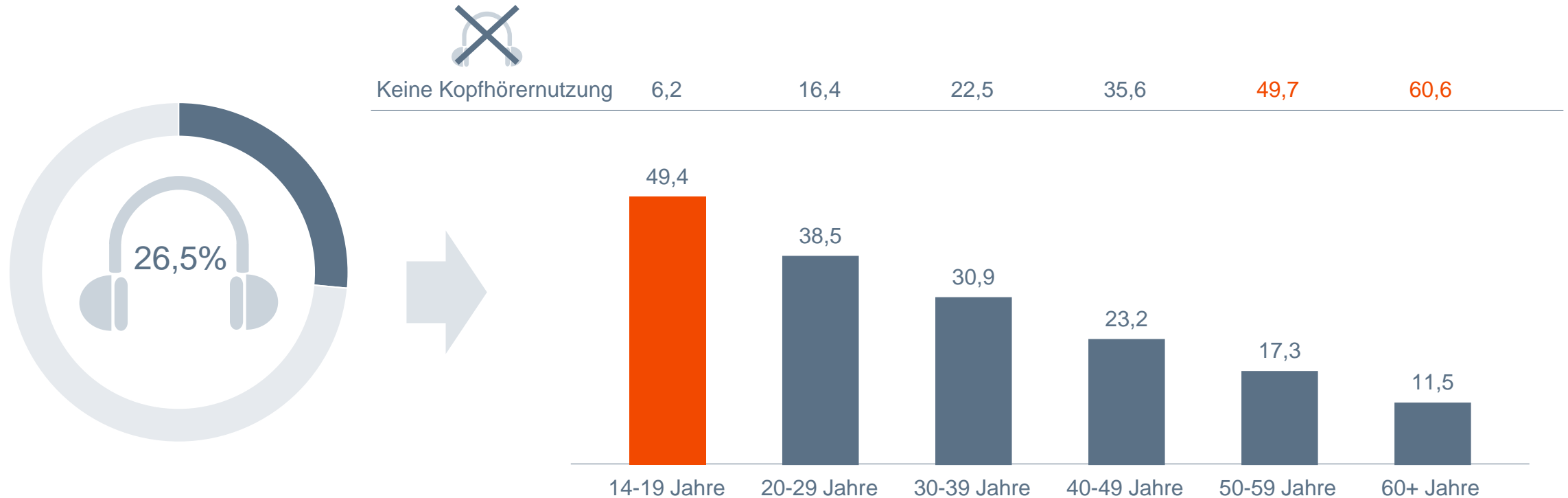
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent; Basis 2022: 40,603 Mio. Audio-on-Demand-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland / 32.239 Webradio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die die jeweiligen Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=4.933 / 4.142)

Schätzungsweise ein Viertel der gesamten Online-Audio-Zeit wird mit Kopfhörern gehört. Der Kopfhörer-Anteil ist klar altersabhängig: je jünger, desto höher.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Kopfhörer-Nutzung für Online-Audio (Mittelwert)

Angaben in Prozent



Frage 21A: Wenn Sie einmal an die gesamte Zeit denken, die Sie mit Audioinhalten aus dem Internet verbringen, also ... Wie viel Prozent dieser Zeit hören Sie etwa über Kopfhörer?
Angaben in Prozent, Basis 2022 48,639 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.099)

4

Genutzte Inhalte und Plattformen

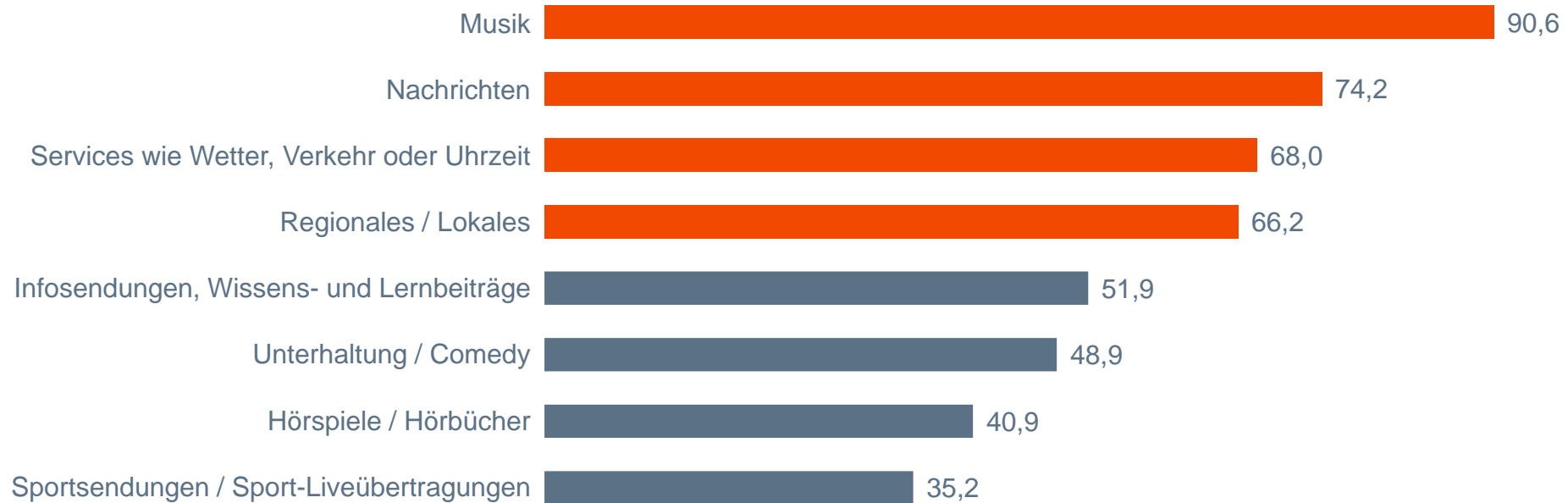


Musik ist bei Online-Audio insgesamt die Nr.1 der genutzten Inhalte, gefolgt von News, Services und regionalen Infos.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

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.

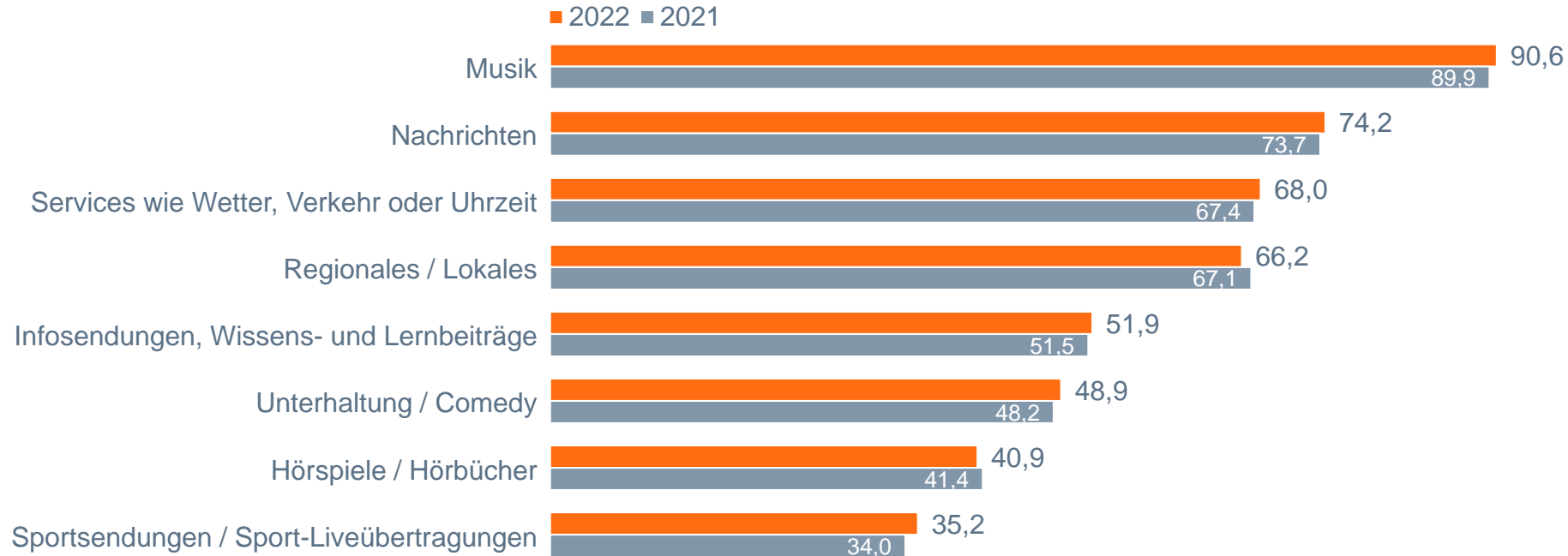
Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Im Vorjahresvergleich sind die genutzten Inhalte praktisch konstant.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

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.

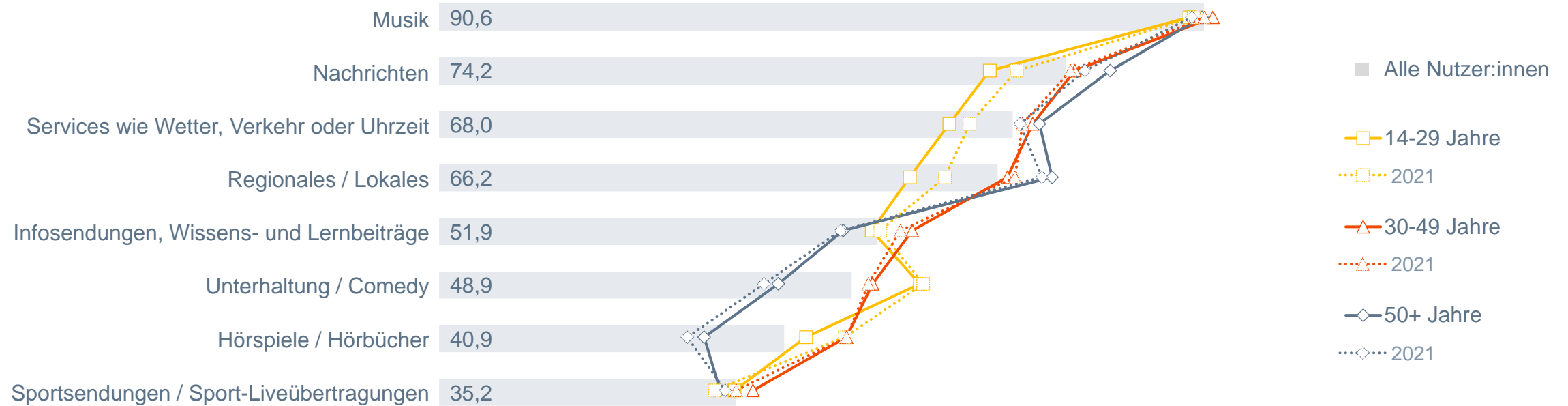
Angaben in Prozent; Basis 2022: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Auch nach Alter kaum Änderungen zum Vorjahr. Bei Nachrichten, Services, Regionales sowie bei Unterhaltung & Comedy und Hörbüchern gehen die Interessen auseinander.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

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.

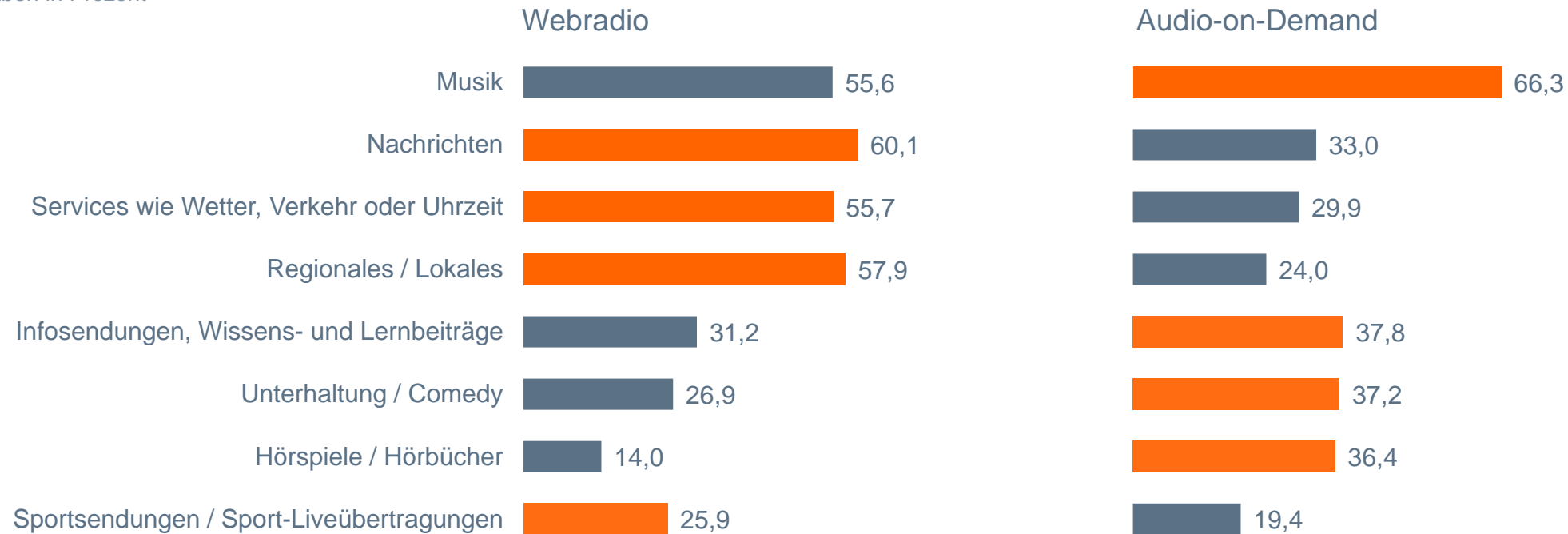
Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Spezifische Nutzungsmotive erkennbar: News, Services, Regionales/Lokales und Sport werden eher über Webradio gehört, bei AoD ist Musik mit Abstand vorne.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

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.

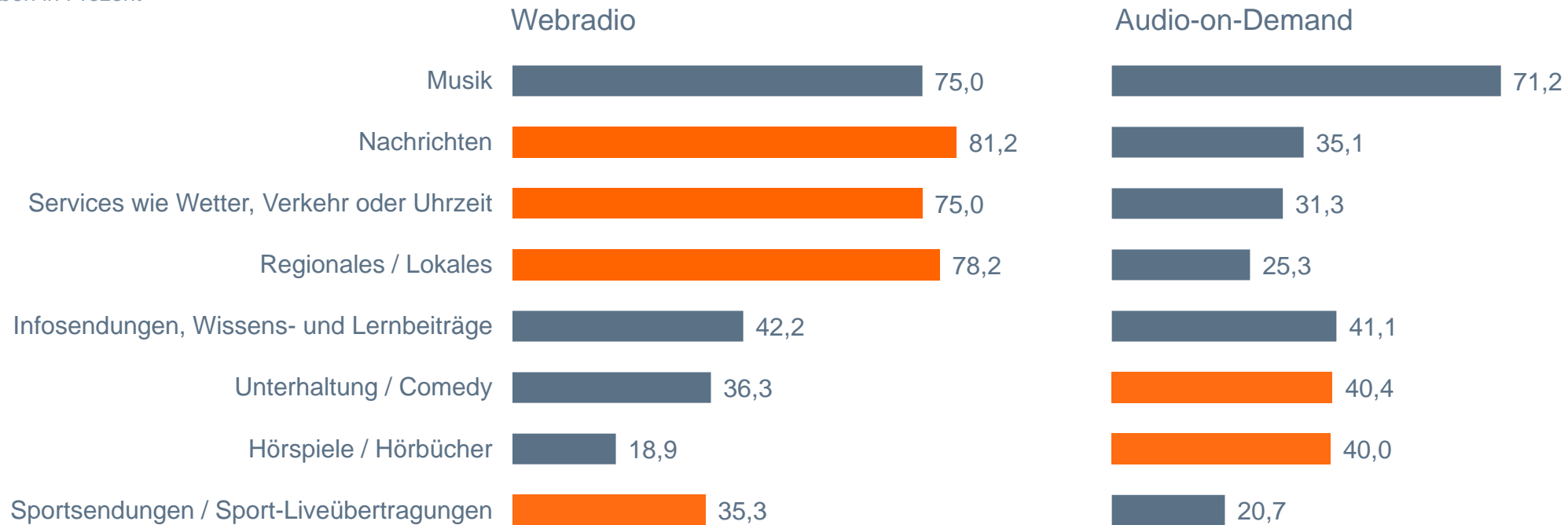
Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Mit Blick auf die jeweils regelmäßigen Nutzer:innen treten die Stärken von Webradio im Bereich (regionale) Nachrichten & Services noch deutlicher hervor. Auch bei Musik und Infosendungen sehen die Webradio-Hörer:innen das Format vorn.

Genutzte Inhalte: Webradio vs. Audio-on-Demand

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio- bzw. AoD-Nutzende



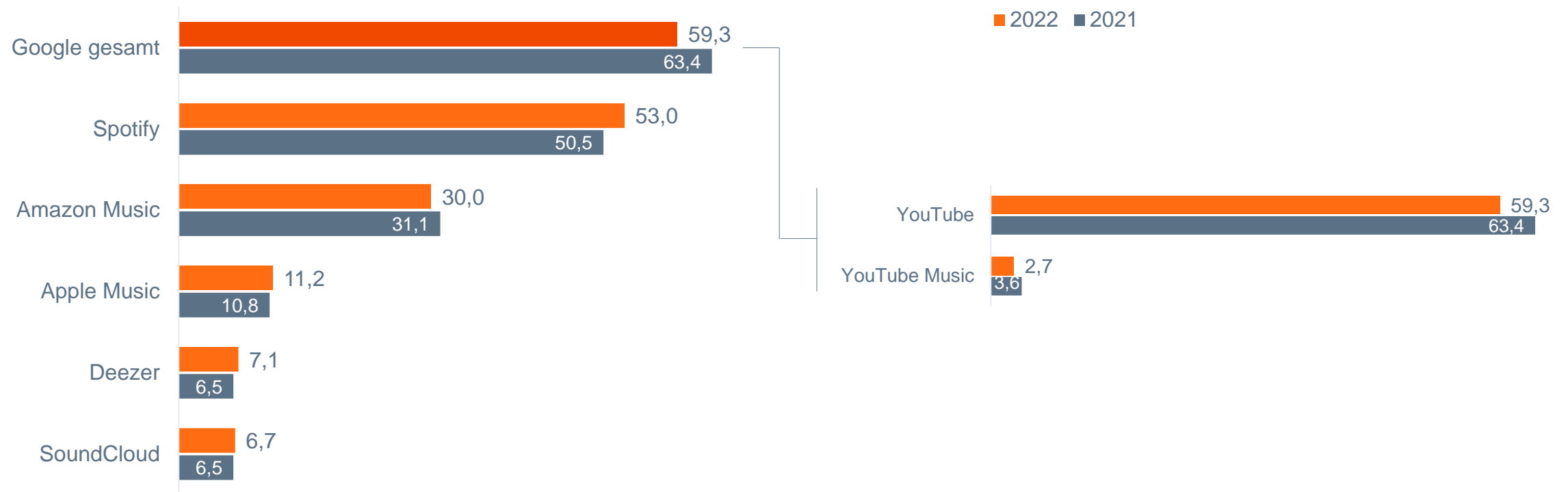
Frage 9/ 9A/ 10: Wenn Sie Radioprogramme über das Internet hören / Wenn Sie jetzt an alle Audio-Inhalte denken, die Sie auf Abruf, also wann immer Sie wollen, über das Internet hören. Was hören Sie da? Hören Sie da... / Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den Inhalt eher über Radioprogramme, eher über Audi-Angebote auf Abruf oder über beides gleichermaßen hören.; Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende 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.)

YouTube bleibt trotz leichtem Rückgang die Top-Plattform für Musikstreaming. Spotify legt weiter zu. Amazon Music bleibt mit größerem Abstand auf Platz 3.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Musikstreaming-Nutzende



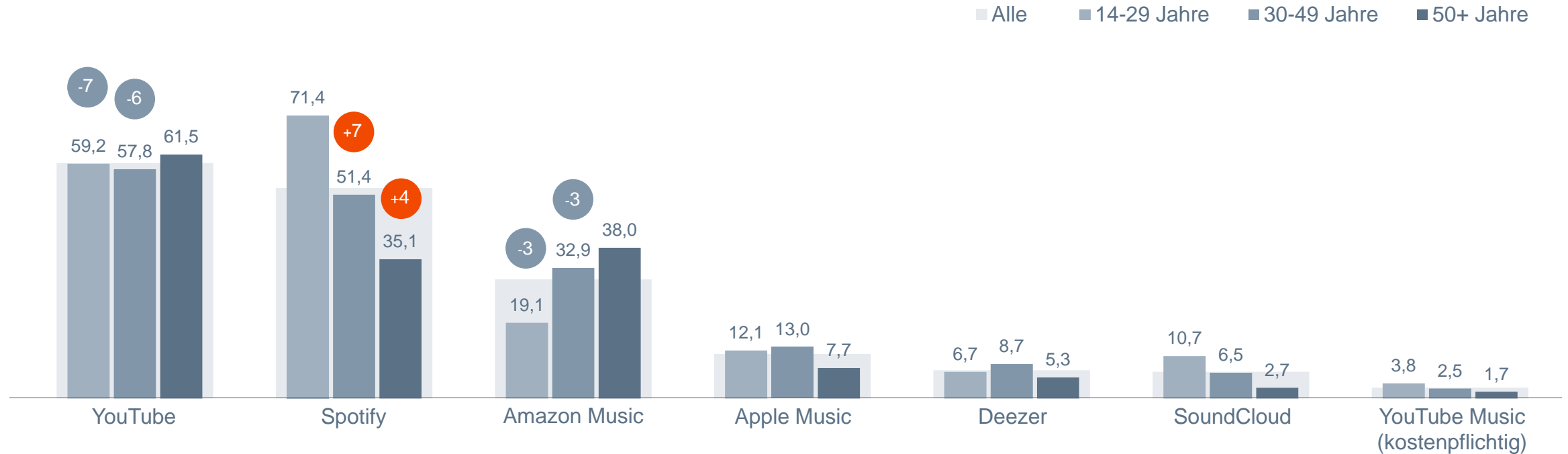
Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken, egal ob Playlists, ganze Alben oder einzelne Songs: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? Angaben in Prozent; Basis 2022: 37,342 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=4.446)

Spotify bleibt bei unter 30-Jährigen die klare Nummer 1 und gewinnt bei Ü30 an Bedeutung. YouTube und Amazon verlieren aktuell bei U50.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Musikstreaming-Nutzende



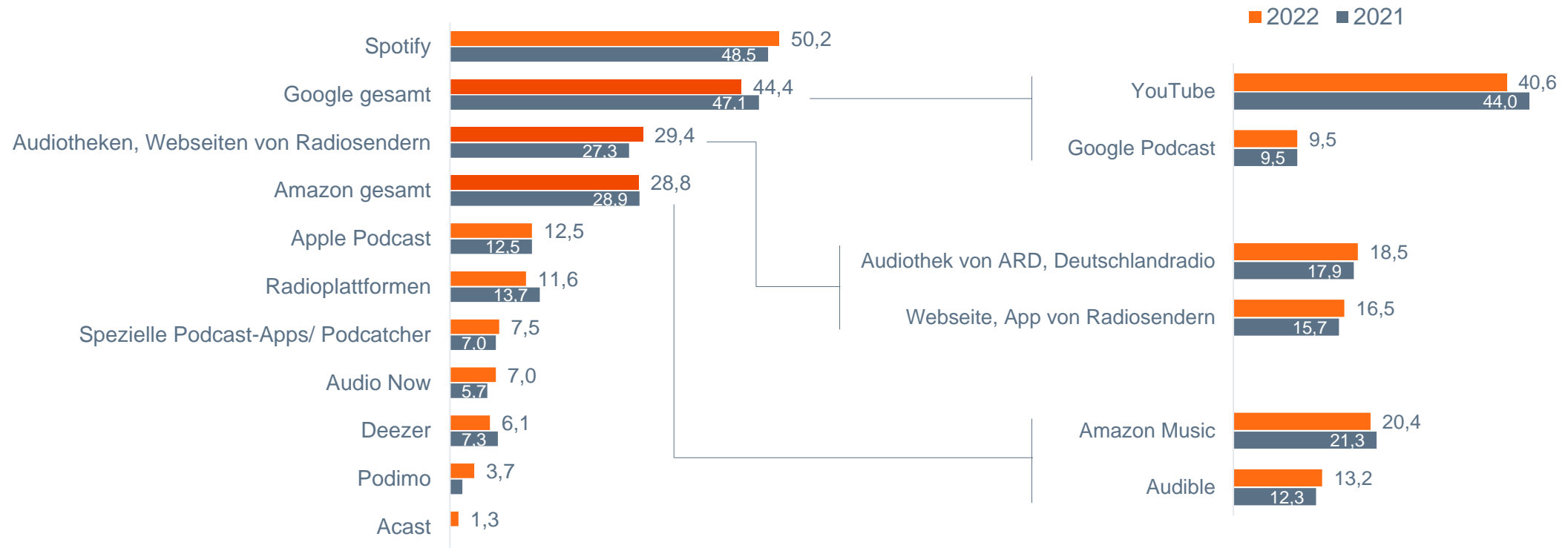
Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken, egal ob Playlists, ganze Alben oder einzelne Songs: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
 Angaben in Prozent; Basis: 37,342 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=4.446)

Spotify baut seine Führungsposition bei Podcasts weiter aus. Die Audiotheken und die Webseiten/Apps von Radiosendern können sich in Summe aktuell knapp vor Amazon platzieren.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

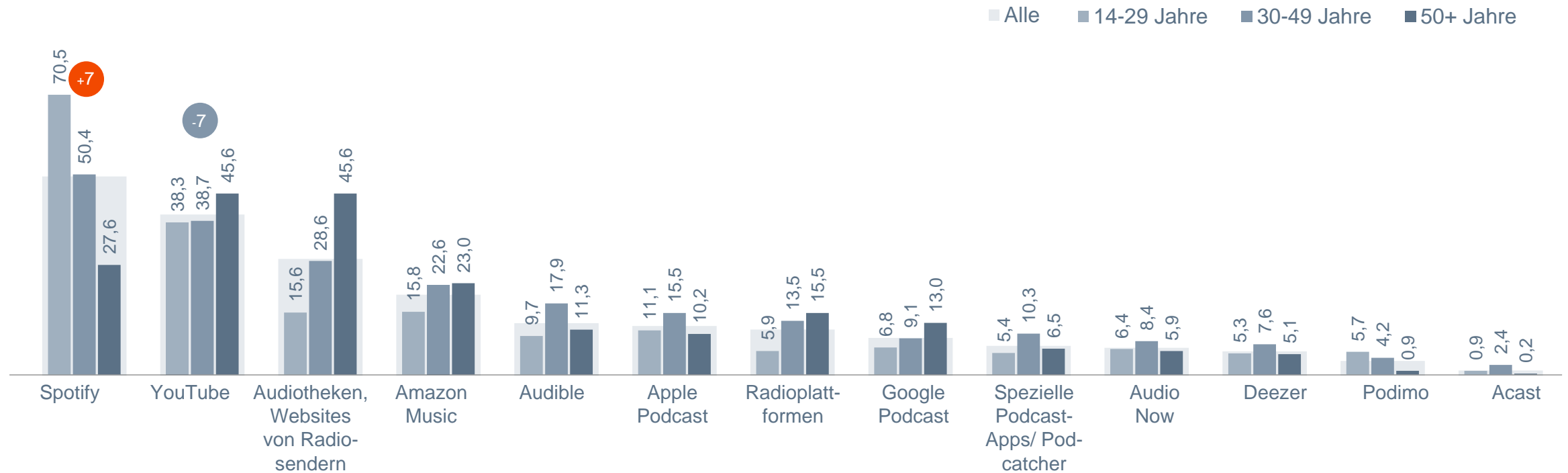
Angaben in Prozent; Basis 2022: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Führungswechsel bei 30-49: Spotify verdrängt YouTube vom Spitzenplatz und ist damit der präferierte Podcast-Zugang der unter 50-Jährigen. Bei 50+ Radiosender zusammen mit YouTube am häufigsten genutzt.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

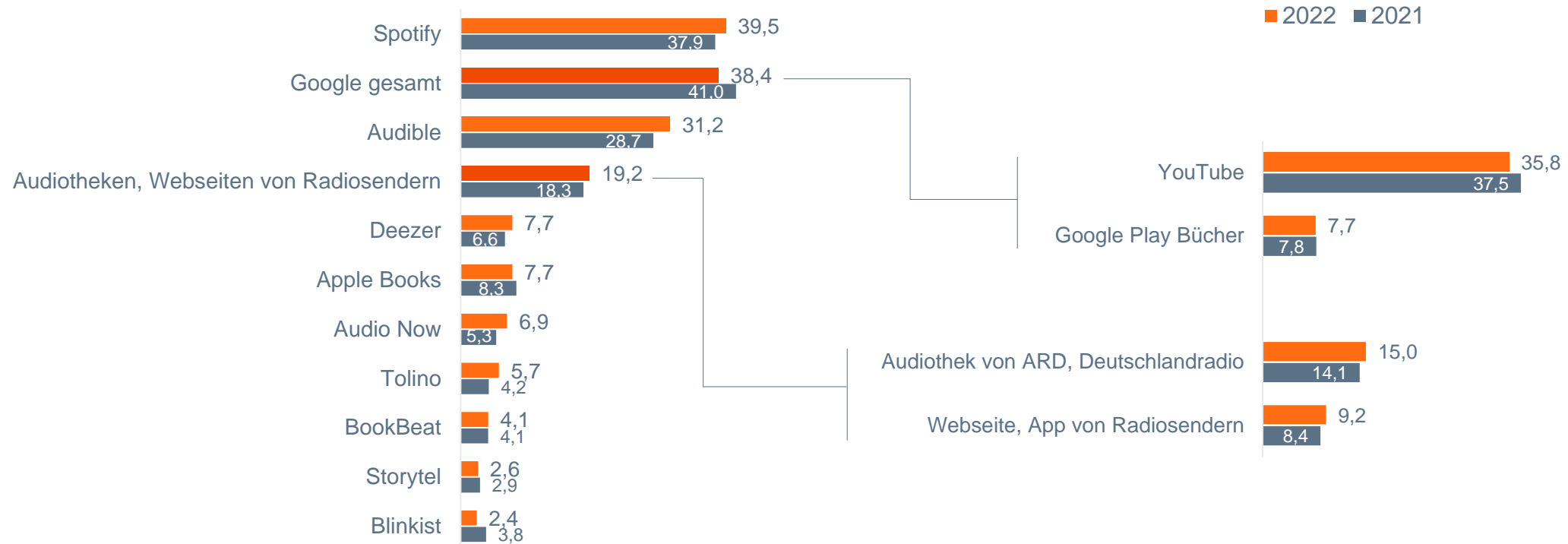
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Spotify kann sich mit leicht positivem Trend von YouTube absetzen. Audible legt aktuell am deutlichsten zu, Audiotheken und Webseiten/Apps von Radiosendern bestätigen ihren Vorjahreswert.

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen



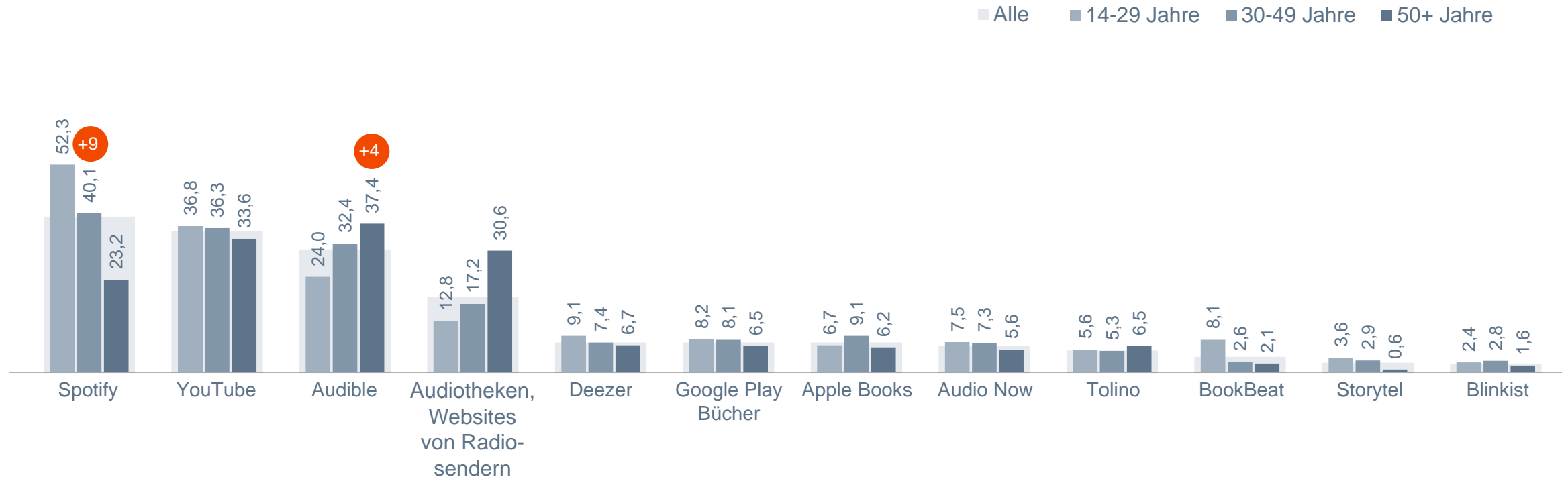
Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?
 Angaben in Prozent; Basis 2022: 13,233 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=1.690)

Bewegung bei 30+: Spotify zieht bei 30-49 an Audible und YouTube als präferierter Zugang zu Hörbüchern vorbei, Audible ist bei 50+ die aktuelle Nr.1 vor YouTube und den Audiotheken bzw. Websites der Radiosender.

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen



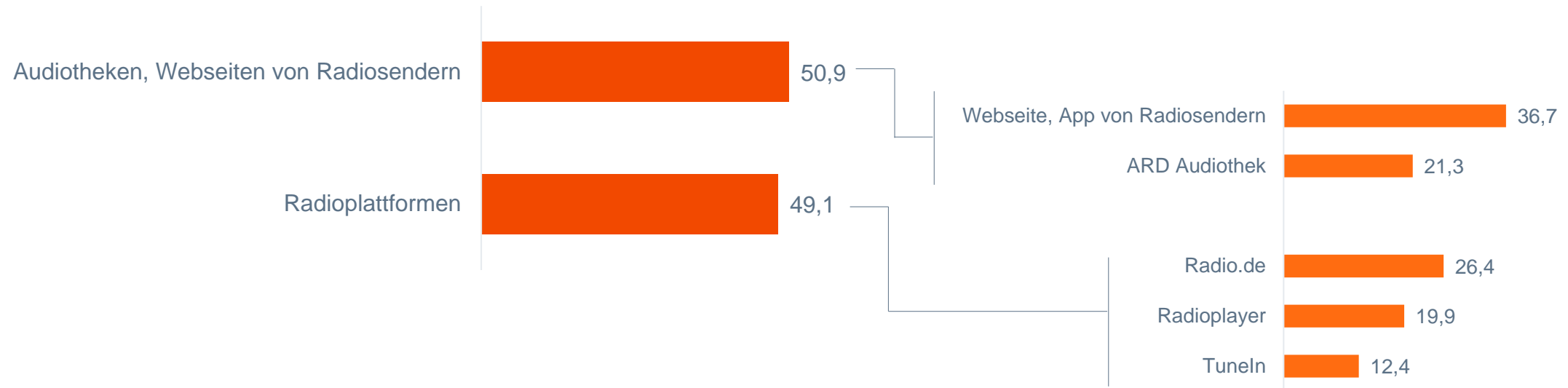
Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?
Angaben in Prozent; Basis: 13,233 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=1.690)

Die meisten regelmäßigen Webradio-Nutzer:innen rufen das Programm direkt über die Webseite oder App des Radiosenders auf. Die zweithäufigste Zugangsplattform ist radio.de, an dritter Stelle folgt die ARD Audiothek.

Genutzte Plattformen für Webradio

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio-Nutzende



Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?
 Angaben in Prozent; Basis: 32,239 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=4.142)

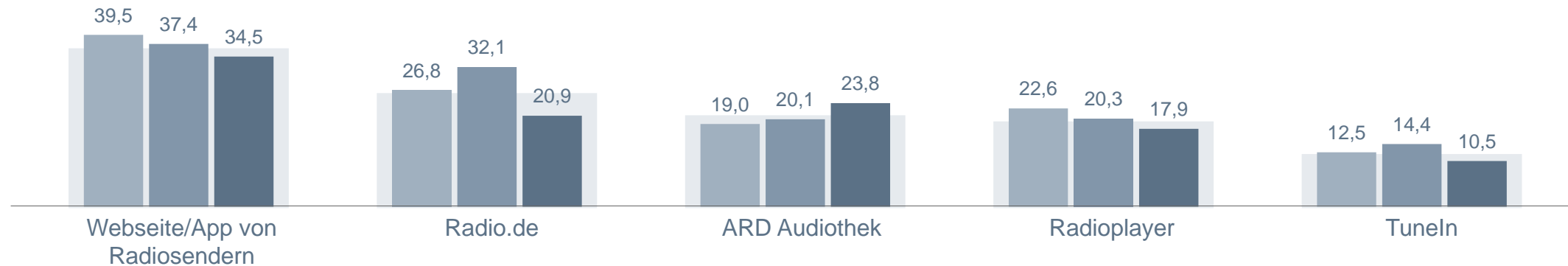
Webseiten und Apps von Radiosendern altersunabhängig vorne. Radio.de nutzen besonders 30- bis 49-Jährige, die ARD-Audiothek ist bei 50+ besonders gefragt.

Genutzte Plattformen für Webradio nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio-Nutzende

■ Alle ■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50+ Jahre



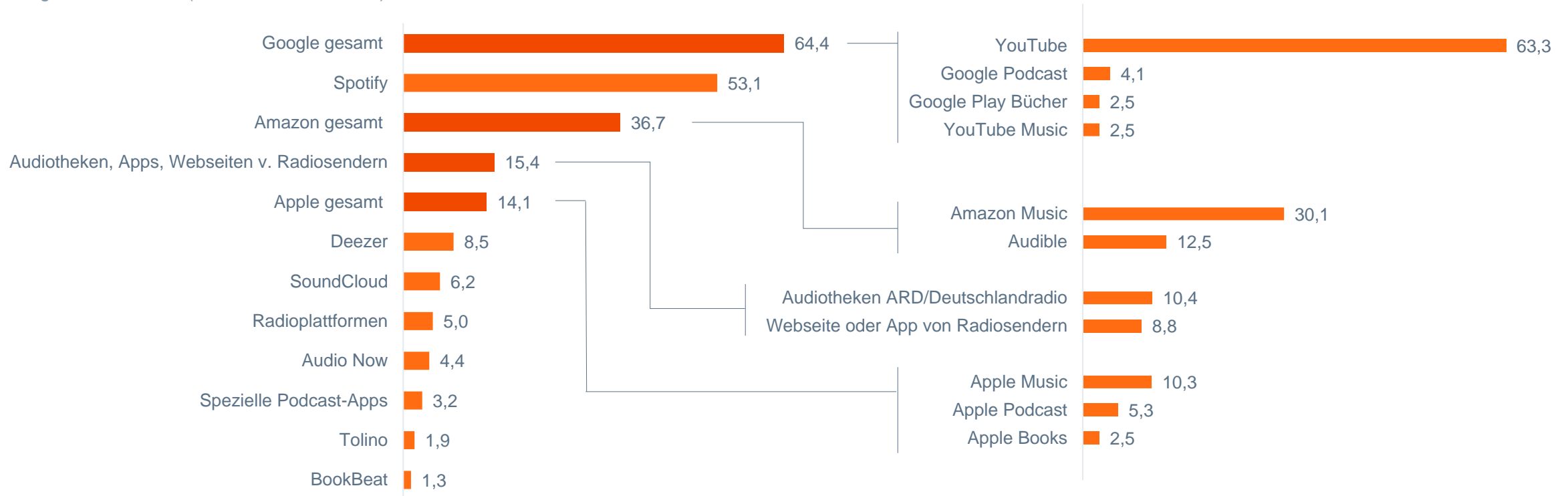
Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?
 Angaben in Prozent; Basis: 32,239 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=4.142)

Google's YouTube führt das Ranking deutlich vor Spotify an, mit Abstand gefolgt von Amazon mit Music und Audible.

Genutzte Plattformen für Audio-on-Demand-Angebote (Gesamtranking)

Angaben in Prozent (nur Plattformen ab 1%)

Basis: Regelmäßige Nutzende von Online-Audio-Angeboten auf Abruf



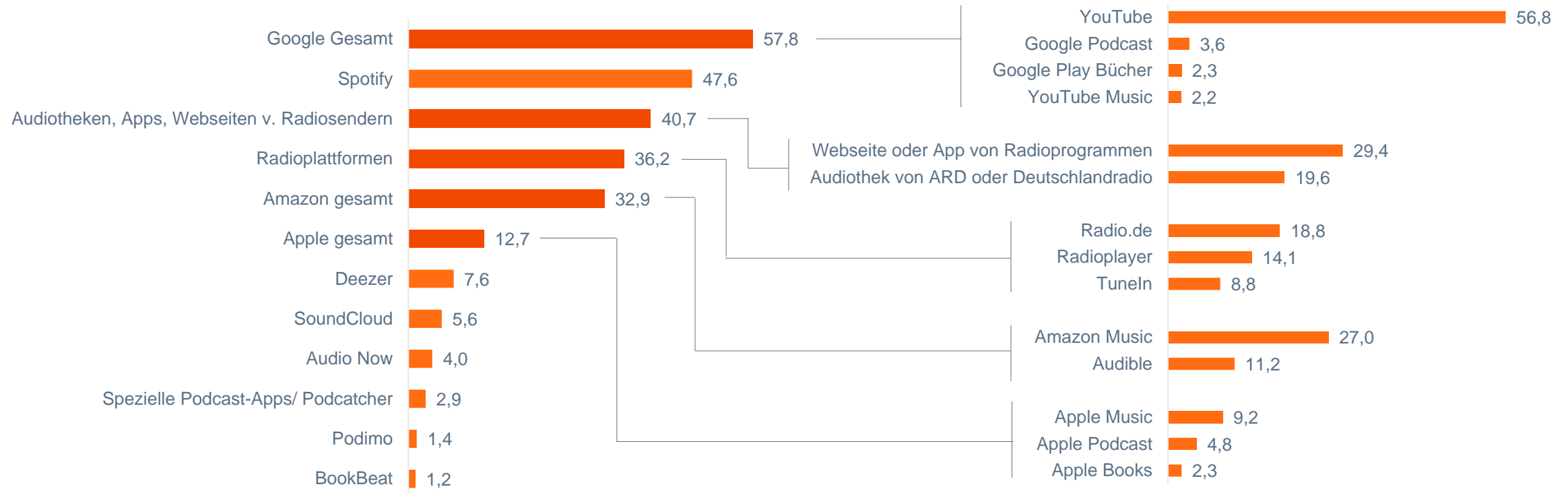
Frage 8 / 8A / 19: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele? / Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...
 Angaben in Prozent; Basis: 40,603 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte auf Abruf mind. einmal pro Monat nutzen (n=4.933)

Top 3-Plattformen zur Nutzung von Musik, Podcasts, Hörbüchern oder Webradio unter regelmäßigen Online-Audio-Nutzer:innen: Google, Spotify, Audiotheken/Websites von Radiosendern, gefolgt von Radioplattformen und Amazon.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote (Gesamtranking)

Angaben in Prozent (nur Plattformen ab 1%)



Frage 8 / 8A / 8B / 19: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele? / Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio? / Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...; Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

5 Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungssituationen

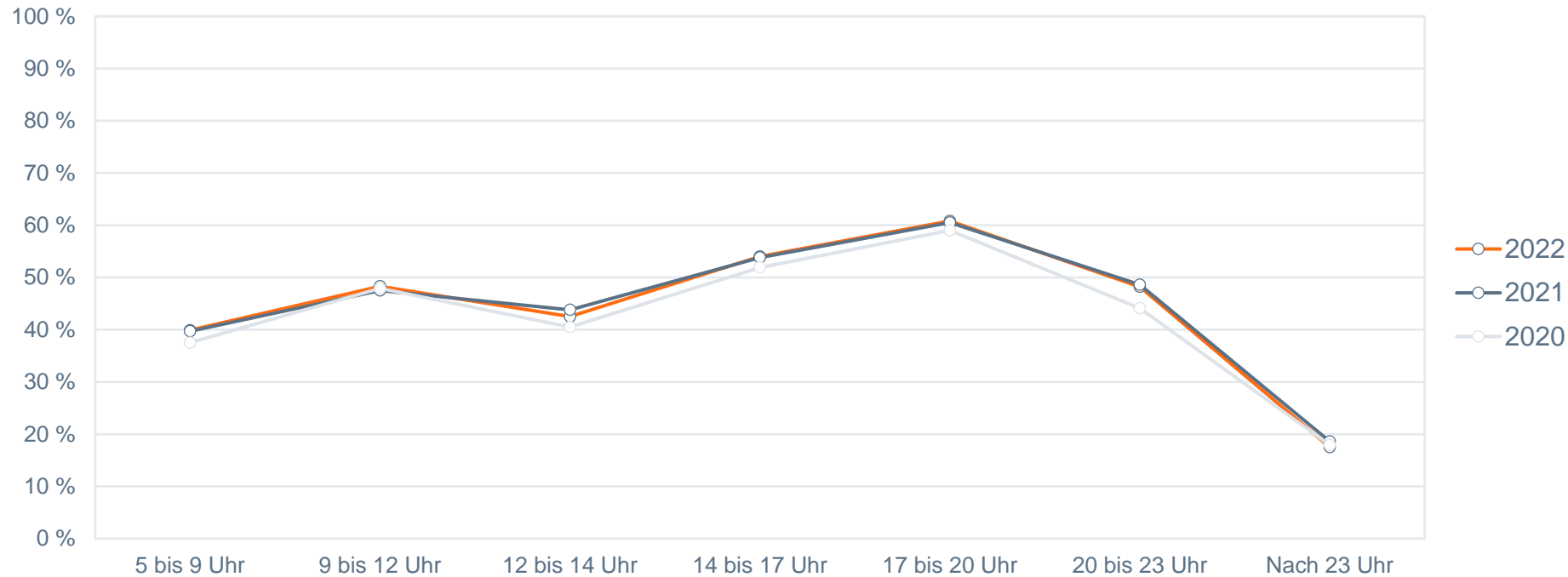


Online-Audio wird unverändert insbesondere am Nachmittag und frühen Abend gehört.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Online-Audio-Nutzung im Tagesverlauf

Angaben in Prozent



Frage 12: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie ... ?

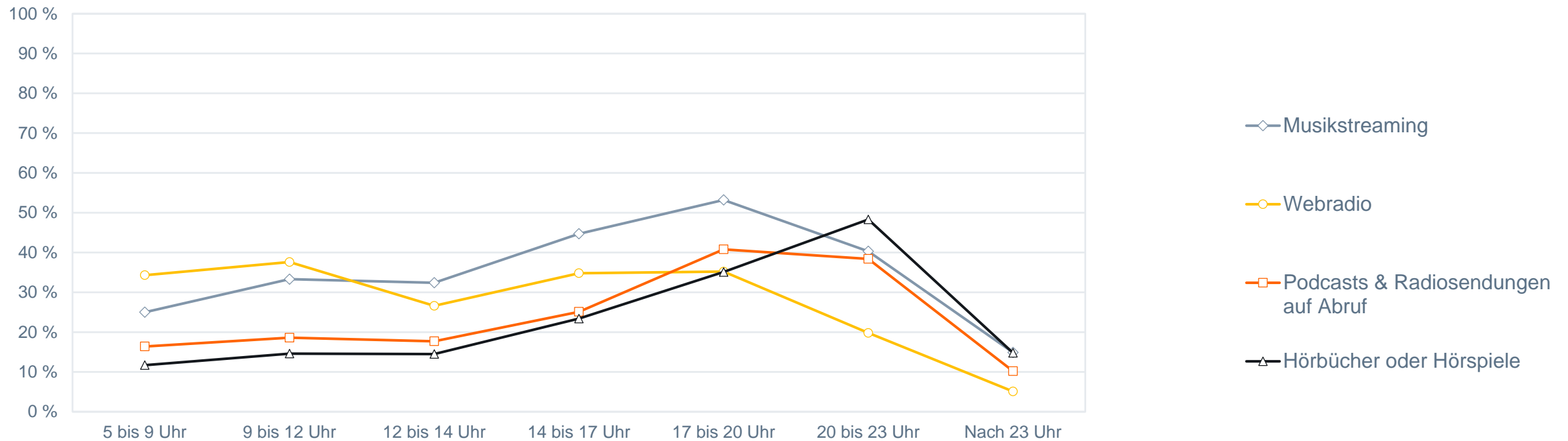
Angaben in Prozent; Basis 2022: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

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

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Audio-Nutzung im Tagesverlauf (jeweilige Nutzer)

Angaben in Prozent



Frage 12: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie ... ?

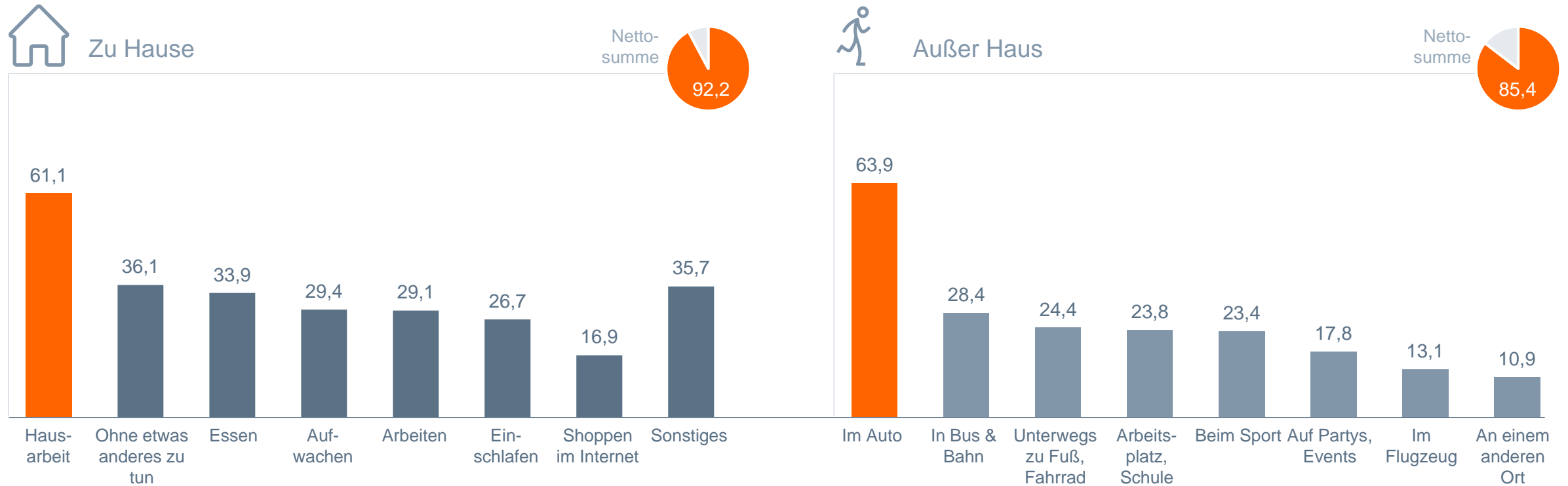
Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649), davon 32,239 Mio. Webradio-Nutzende (n=4.142) / 17,380 Mio. Podcast-Nutzende (n=2.209) / 13,233 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=1.690) /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

Mehr als neun von zehn regelmäßigen Nutzer:innen hören Online-Audio zu Hause, mehr als vier von fünf auch unterwegs – vor allem im Auto, der häufigsten Nutzungssituation insgesamt.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

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

„Bei der Hausarbeit“ bleibt ganz oben auf der Liste der Tätigkeiten daheim. Mehr als jede:r Dritte hört Online-Audio auch mit voller Konzentration auf den Inhalt.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

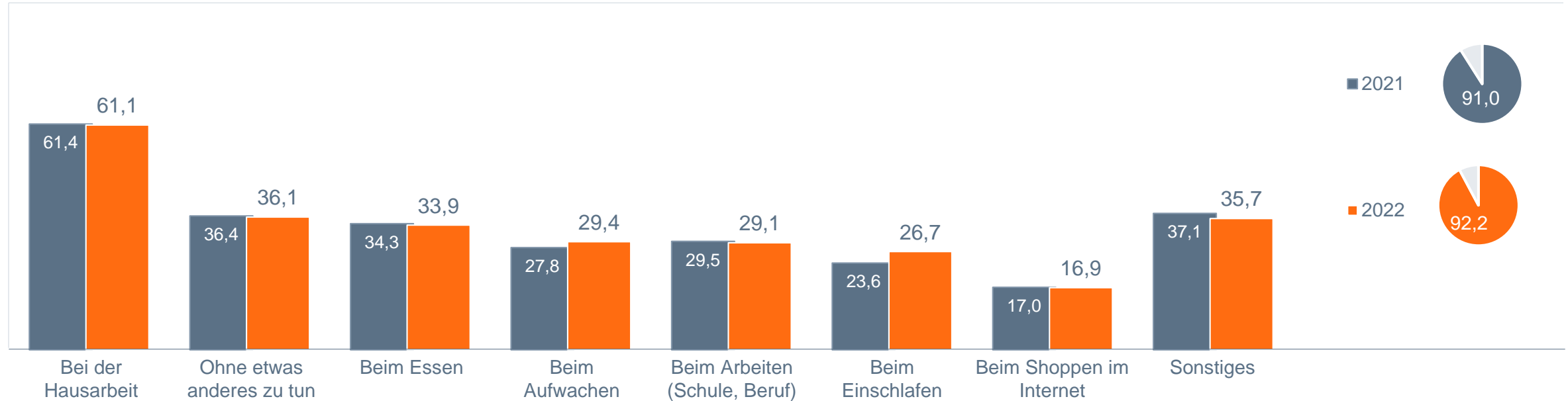
Nutzungssituationen zu Hause

Angaben in Prozent



Zu Hause

Netto-
summe



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 2022: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Bei der Hausarbeit lassen sich altersunabhängig anteilig die meisten von Online-Audio begleiten. Jüngere nutzen Online-Audio überproportional oft beim Einschlafen, Arbeiten sowie beim Online-Shoppen.

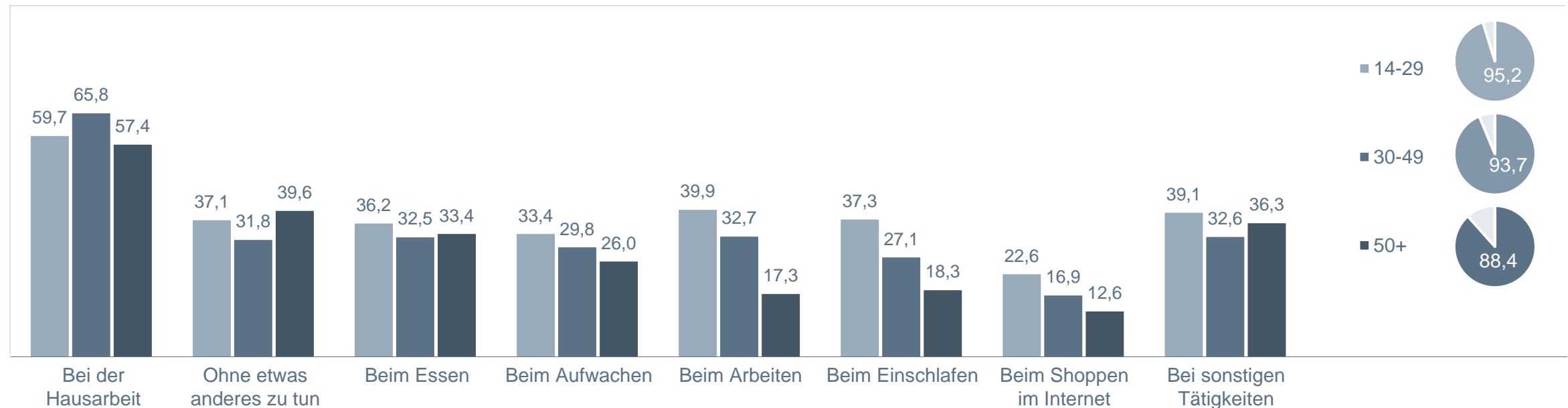
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen zu Hause nach Alter

Angaben in Prozent



Zu Hause



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

Im Vergleich zum Vorjahr gibt es eine leichte Zunahme der Außer-Haus-Nutzung in Bus und Bahn sowie am Arbeitsplatz (als mögliche Folge der Corona-Lockerungen).

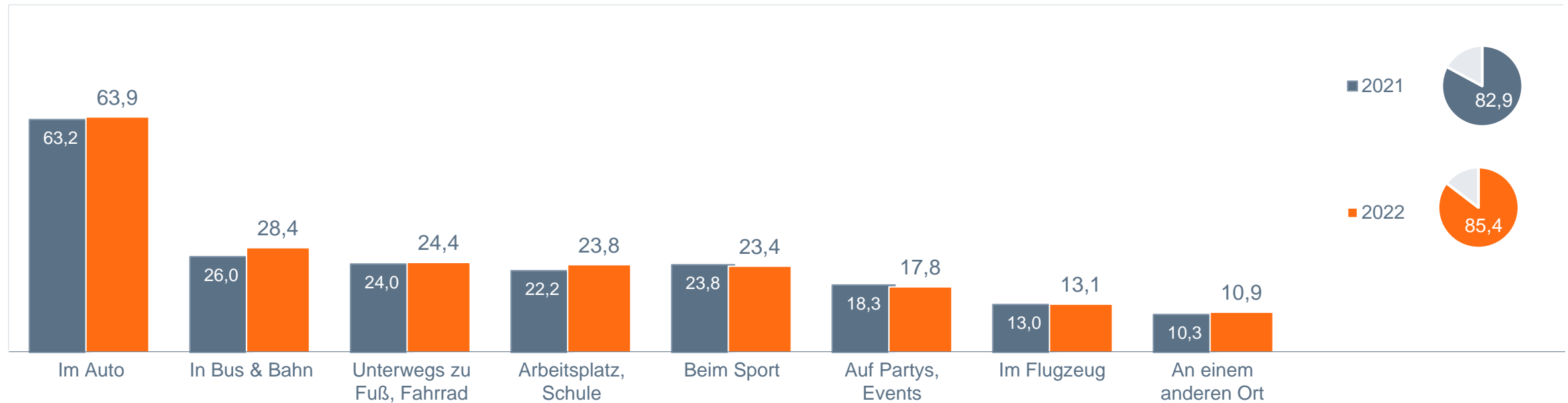
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen außer Haus

Angaben in Prozent



Außer Haus



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 2022: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.649)

Das Auto ist altersübergreifend der häufigste Nutzungsort außer Haus. 14- bis 29-Jährige weisen ortsübergreifend die größte Außer-Haus-Nutzung auf, doch die älteren Gruppen (insbesondere 50+) ziehen nach.

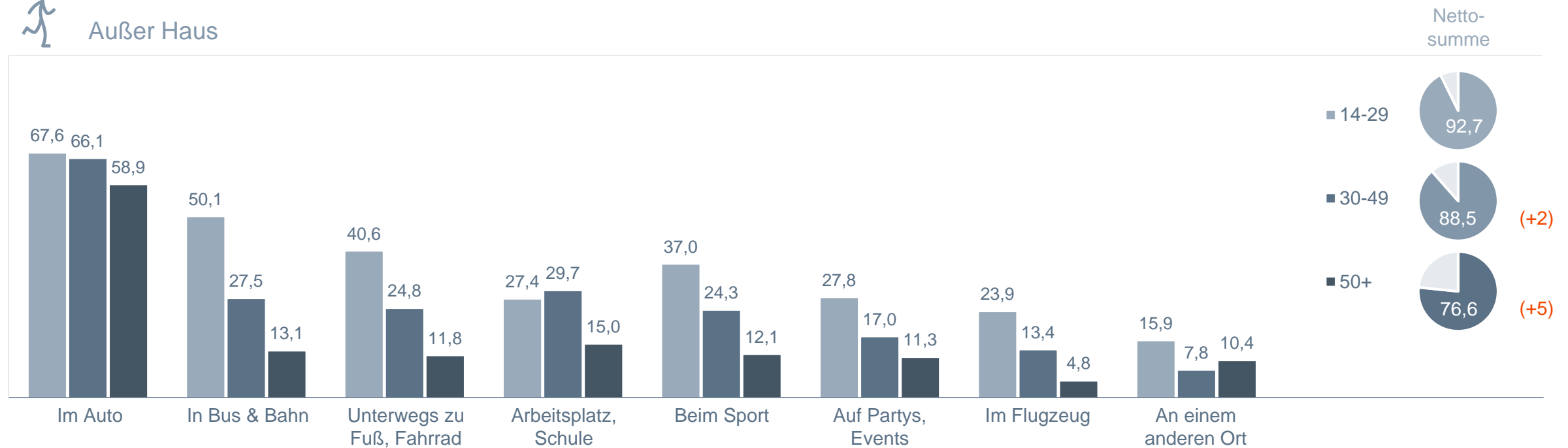
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen außer Haus nach Alter

Angaben in Prozent



Außer Haus



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

6

Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören



6.1

Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsfrequenz und -intensität

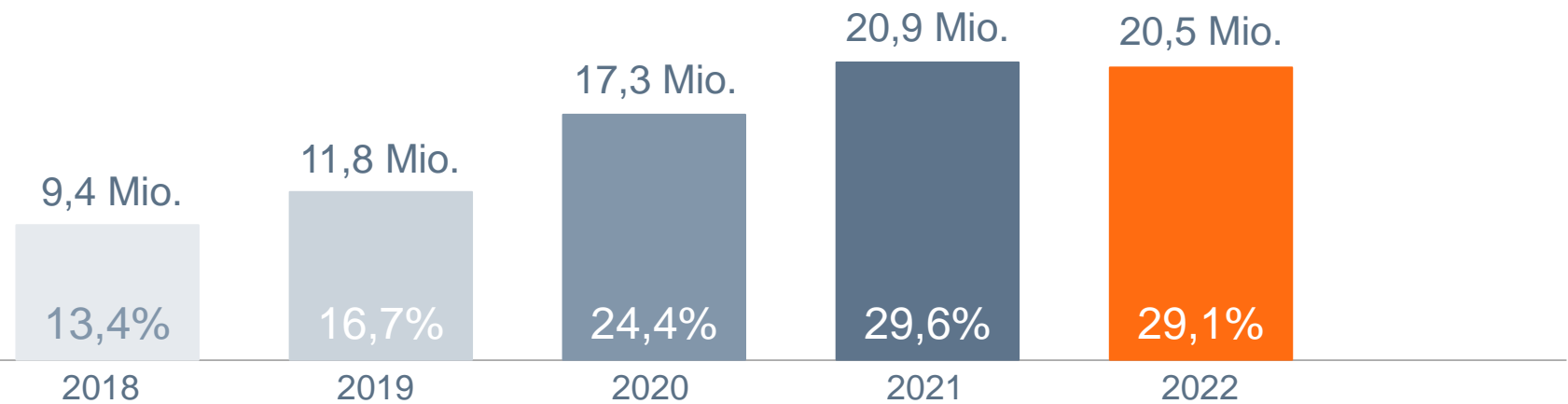
Nach rapidem Wachstum über die letzten Jahre stabilisieren sich Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören auf Vorjahresniveau: 29% bzw. 21 Mio. Personen ab 14 Jahren hören sie mindestens selten.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören
Angaben in Prozent



Nutzung Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören



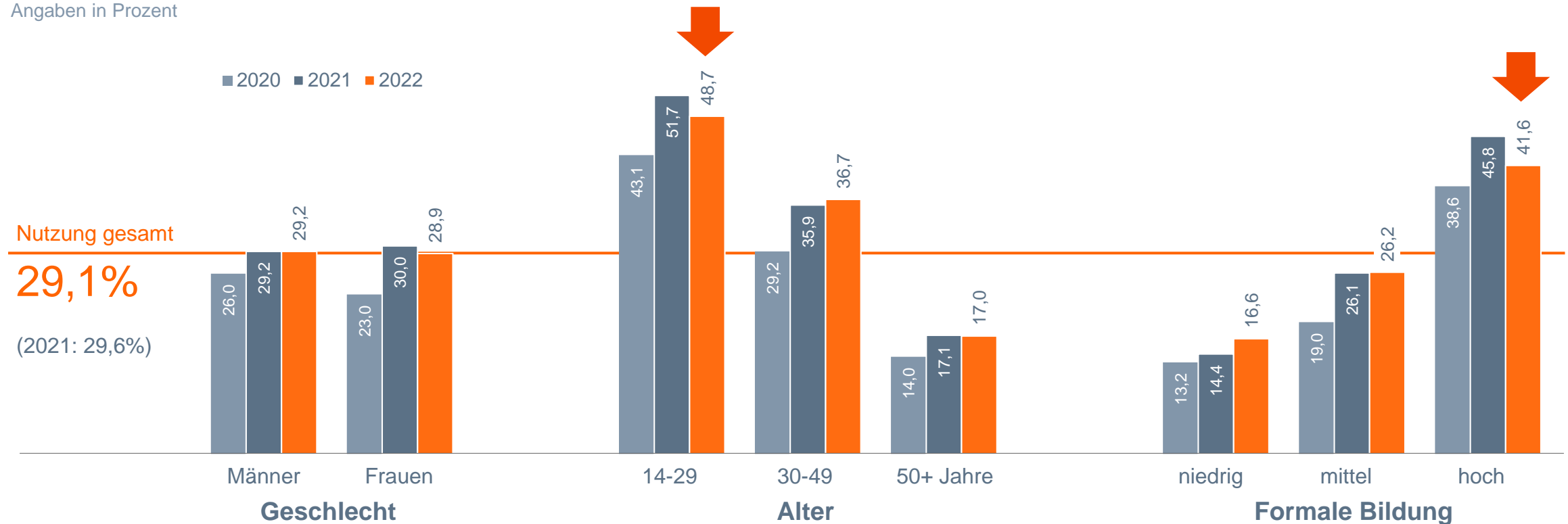
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Den leichten Rückgang der Podcast-Nutzung insgesamt verantworten die 14- bis 29-Jährigen. Daher auch etwas geringerer Nutzeranteil mit formal hohem Bildungsabschluss.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Auch die regelmäßige Podcast-Nutzung bleibt auf Vorjahresniveau. Rund ein Viertel der Bevölkerung ab 14 Jahren hört mindestens einmal pro Monat Podcasts.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

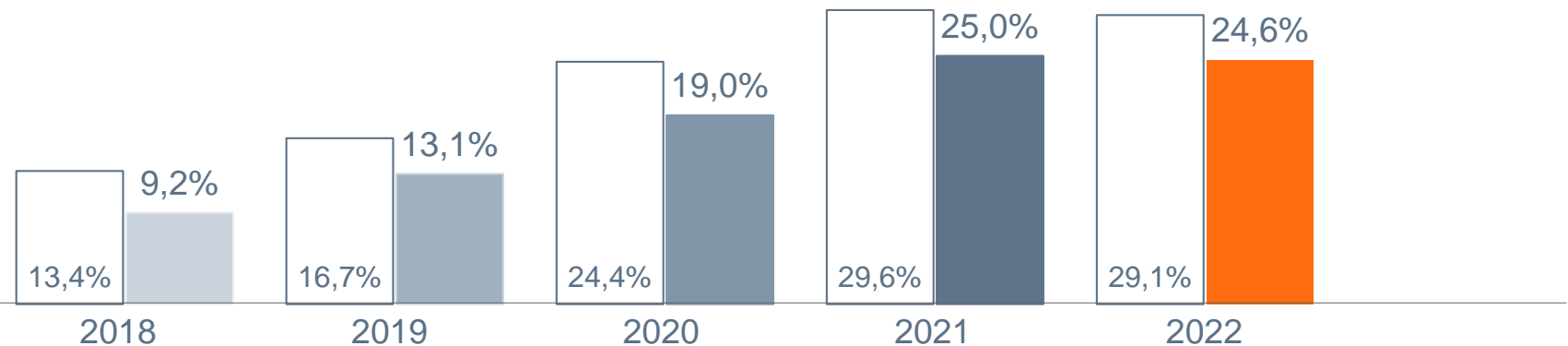
Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

□ Mindestens selten ■ Mindestens monatlich



Nutzung Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören



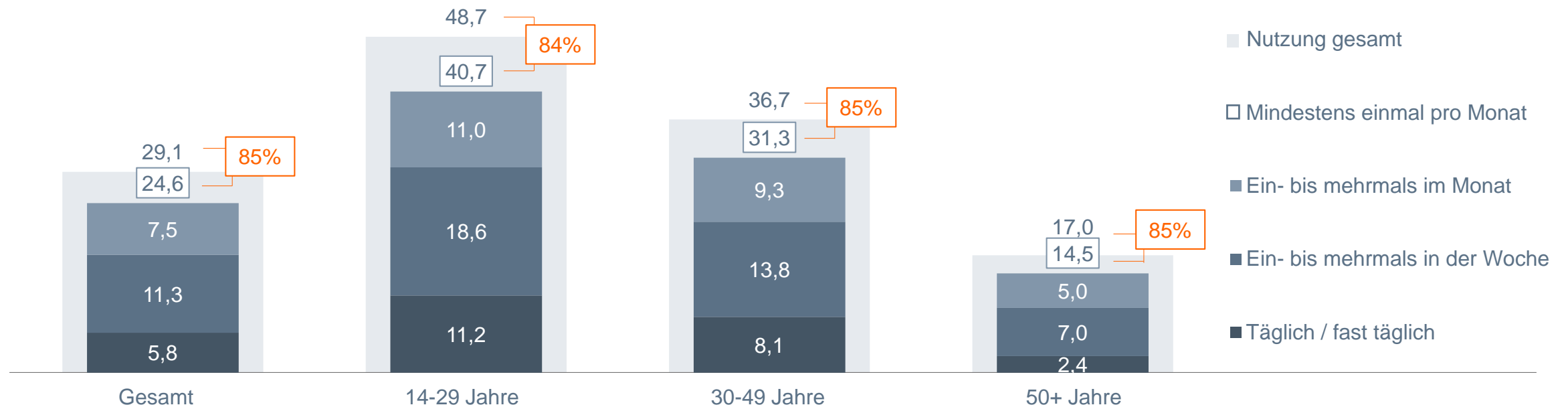
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören?
 Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Klarer Zusammenhang zwischen Nutzungsfrequenz und Alter: Rund 4 von 10 14- bis 29-Jährigen hören mindestens einmal pro Monat Podcasts, gut ein Zehntel (fast) täglich.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



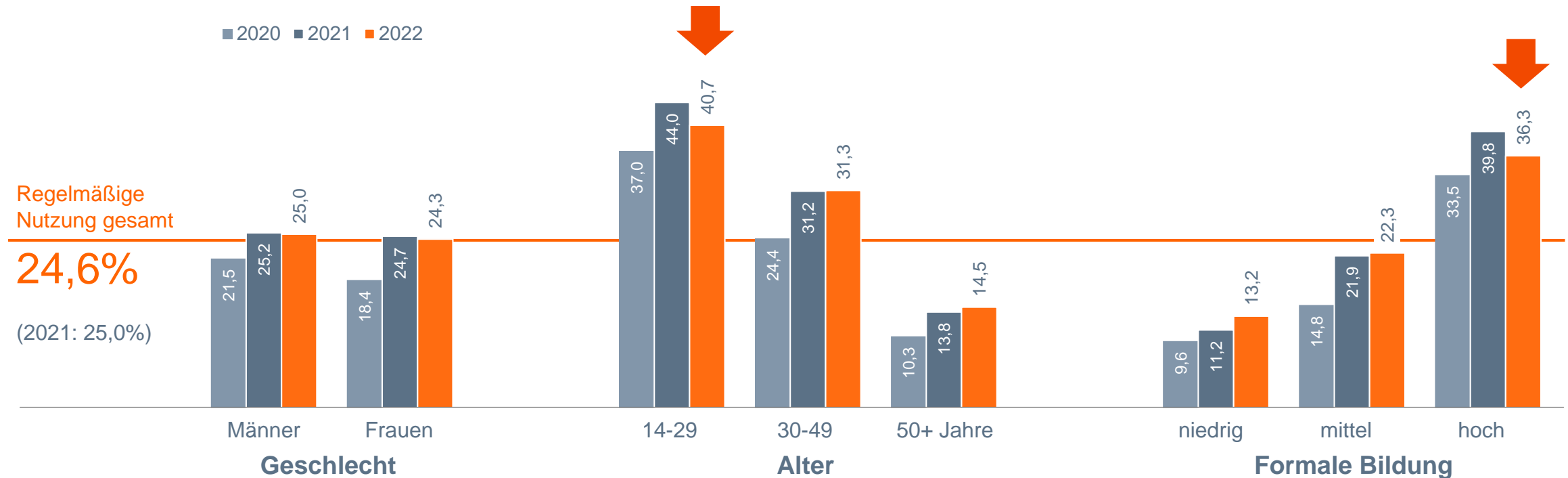
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
 Angaben in Prozent; Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Aktuell geben erkennbar weniger 14- bis 29-Jährige an, mindestens einmal pro Monat Podcasts zu hören. Ab 30-Jährige bestätigen das Vorjahresniveau.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Regelmäßige Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



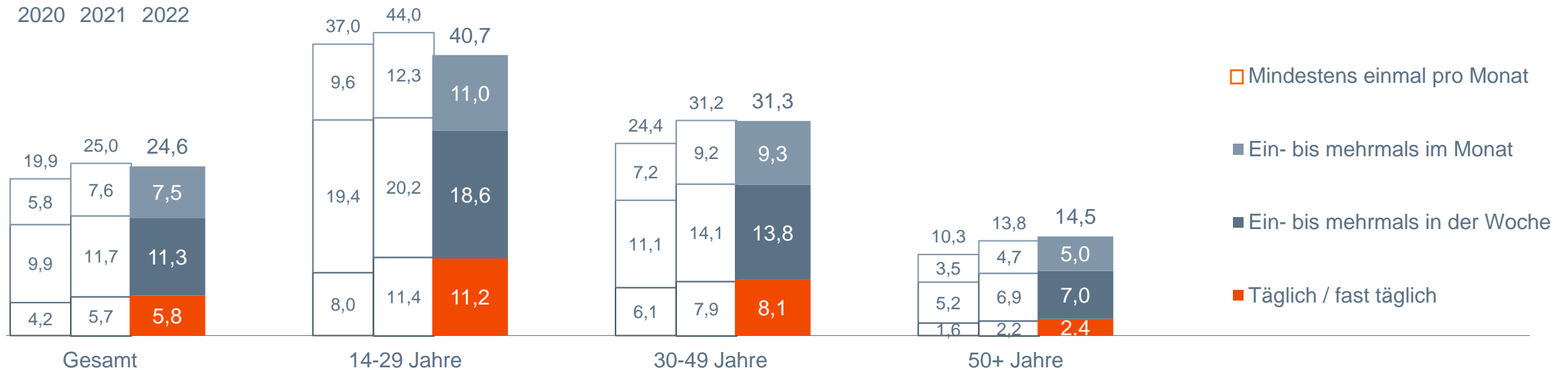
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören? Hier mindestens einmal pro Monat. Angaben in Prozent; Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Die tägliche Podcast-Nutzung bleibt in allen Altersgruppen auf Vorjahresniveau. Positive Entwicklung auf allen Frequenzstufen bei 50+.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



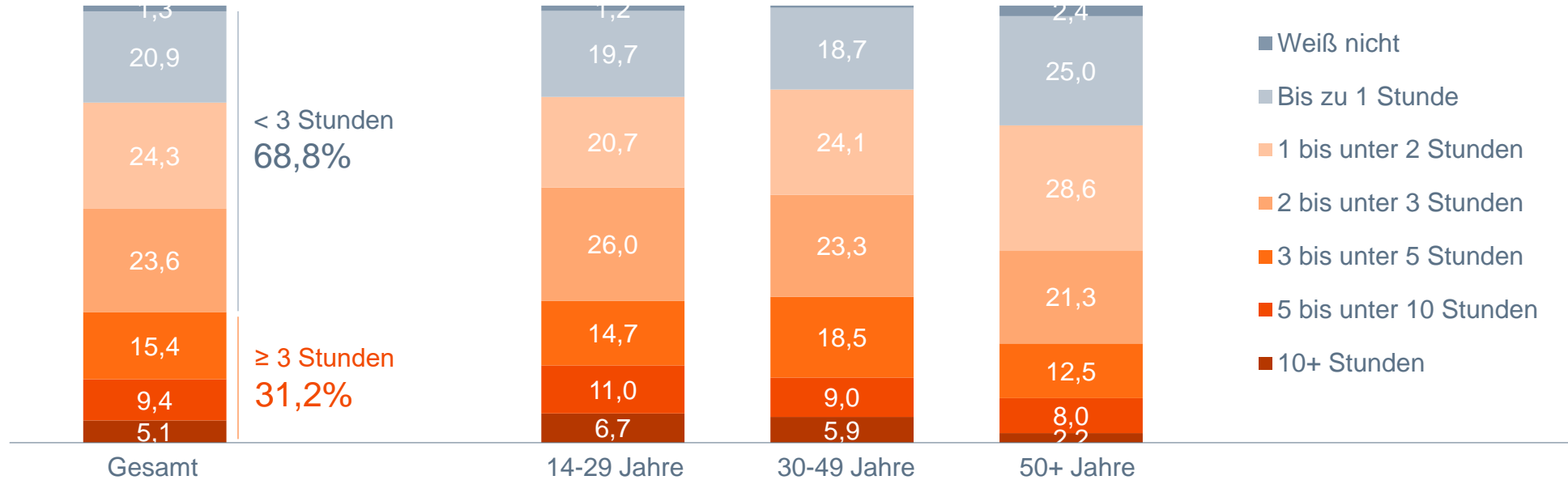
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Jede:r dritte regelmäßige Podcast-Nutzer:in schätzt die eigene wöchentliche Nutzungsdauer auf mindestens 3 Stunden. Bei 50+ gibt es deutlich mehr „Light User“.

Dauer der Podcast-Nutzung pro Woche

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



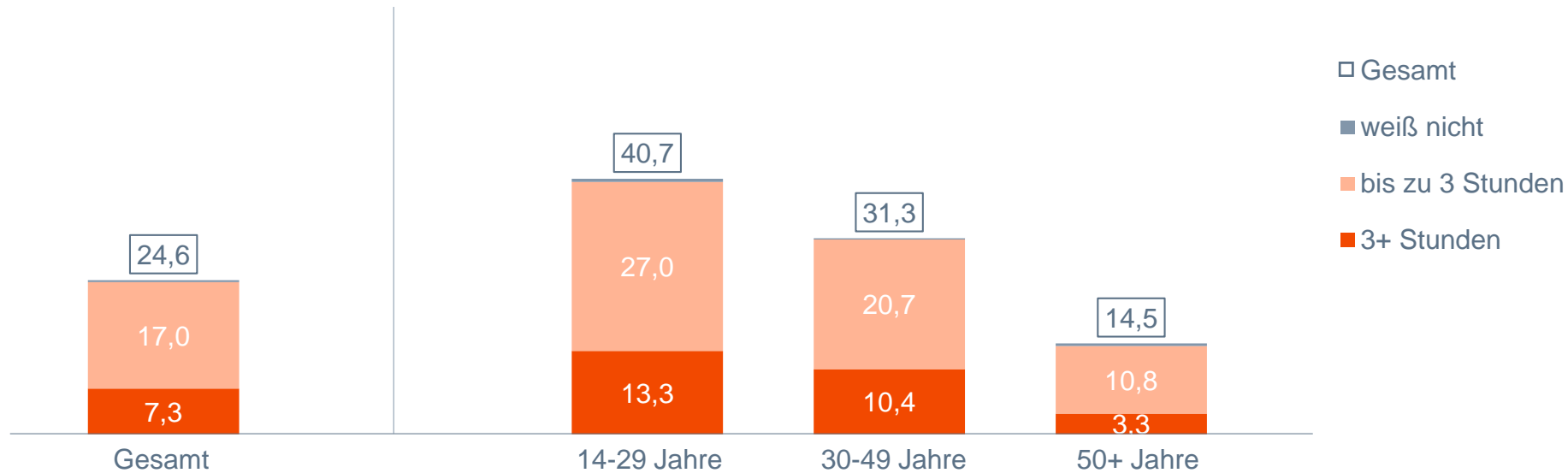
Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung verbringen nach eigenen Angaben gut 7 Prozent der regelmäßigen Nutzer:innen 3 Stunden oder mehr pro Woche mit Podcasts.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Dauer der Podcast-Nutzung pro Woche

Angaben in Prozent



Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts?
 Angaben in Prozent; Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756); befragt wurden diejenigen, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

6.2 Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungszeiten und -situationen

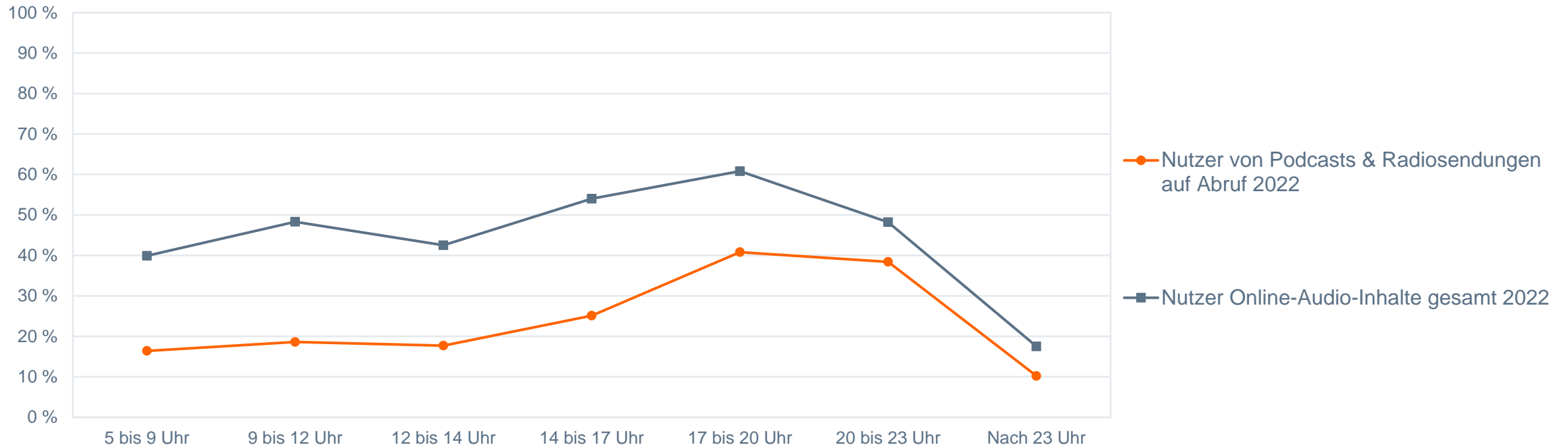


Podcasts haben ihre Primetime zwischen 17 und 23 Uhr – mit einem Nutzungsanteil von rund 40% der Hörer:innen.

Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören im Tagesverlauf

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



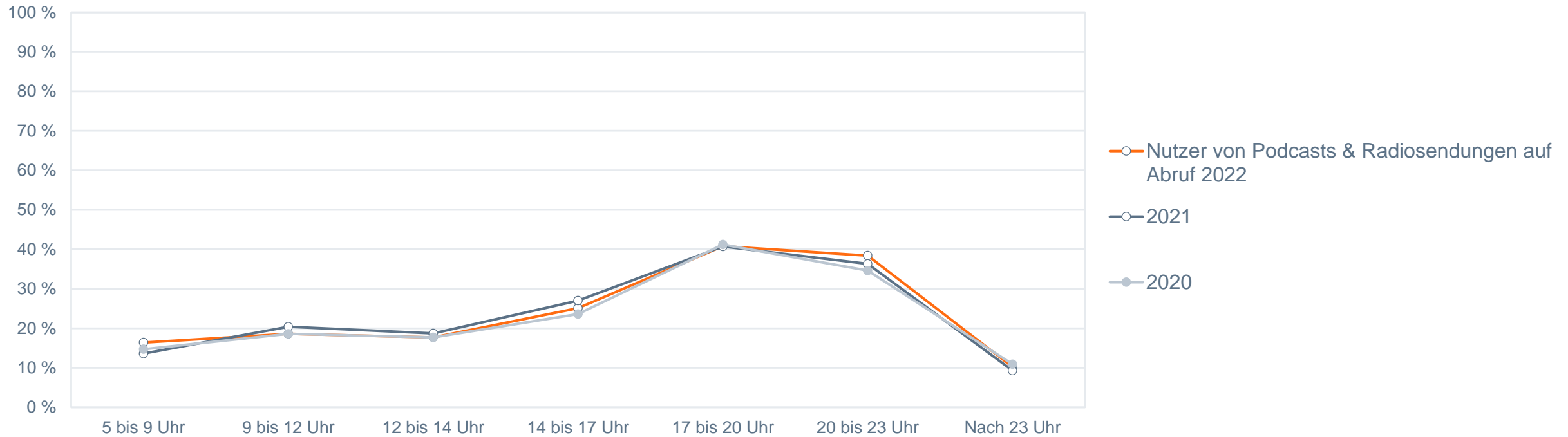
Frage 12: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
 Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n= 5.649), davon 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Podcasts werden unverändert insbesondere am Nachmittag und frühen Abend gehört.

Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören im Tagesverlauf

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 12: Und zu welchen Tageszeiten hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?

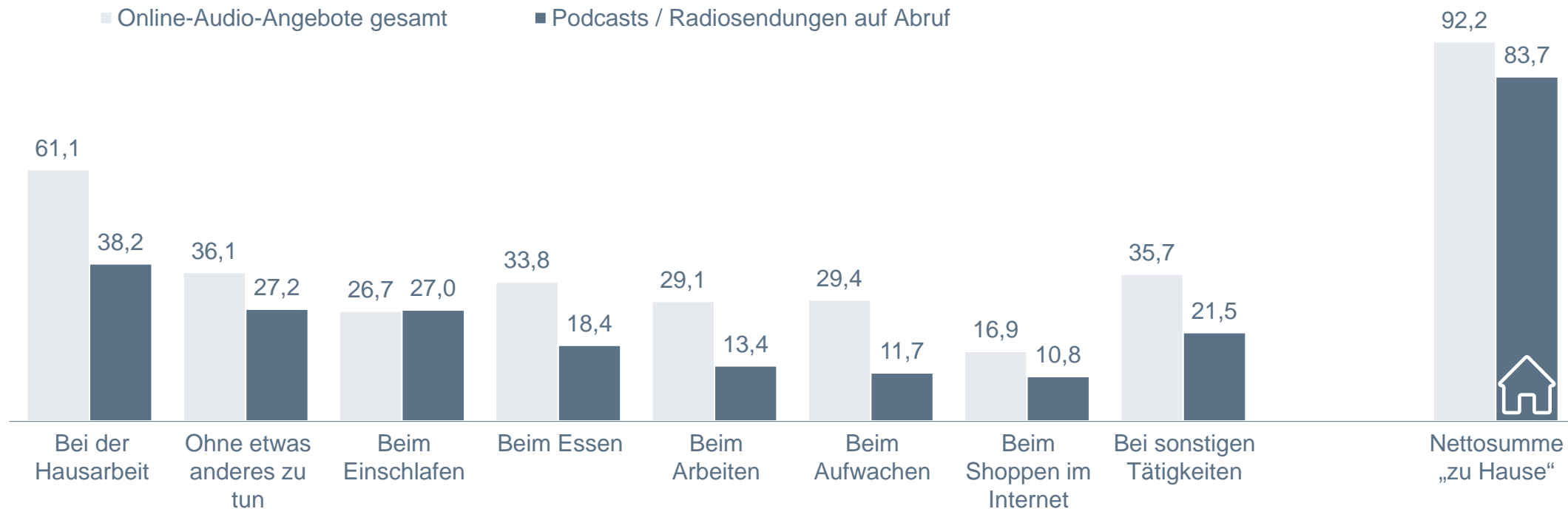
Angaben in Prozent; Basis 2022: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Wie Online-Audio insgesamt, werden auch Podcasts am häufigsten bei der Hausarbeit gehört oder ohne Nebenbeschäftigung, aber verhältnismäßig oft zum Einschlafen.

Nutzungssituationen zu Hause: Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören vs. Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



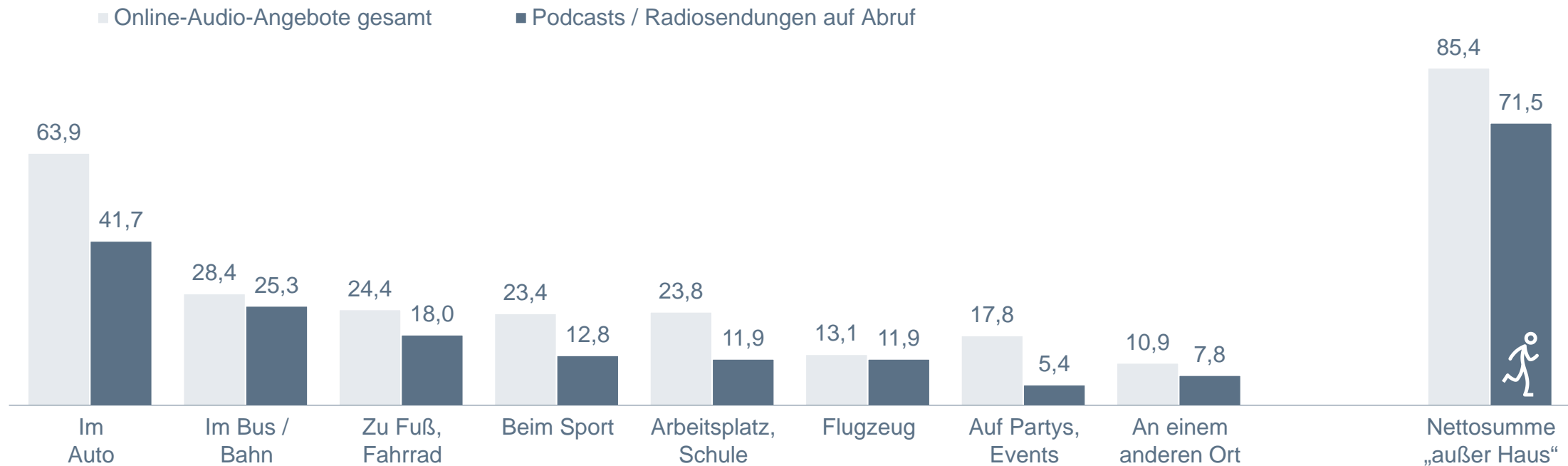
Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören?
 Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n= 5.649), davon 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Außer Haus sind auch Podcasts ein beliebter Begleiter bei Fahrten von A nach B – allen voran im Auto, doch auch in öffentlichen Verkehrsmitteln und zu Fuß oder mit dem Fahrrad.

Nutzungssituationen außer Haus: Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören vs. Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



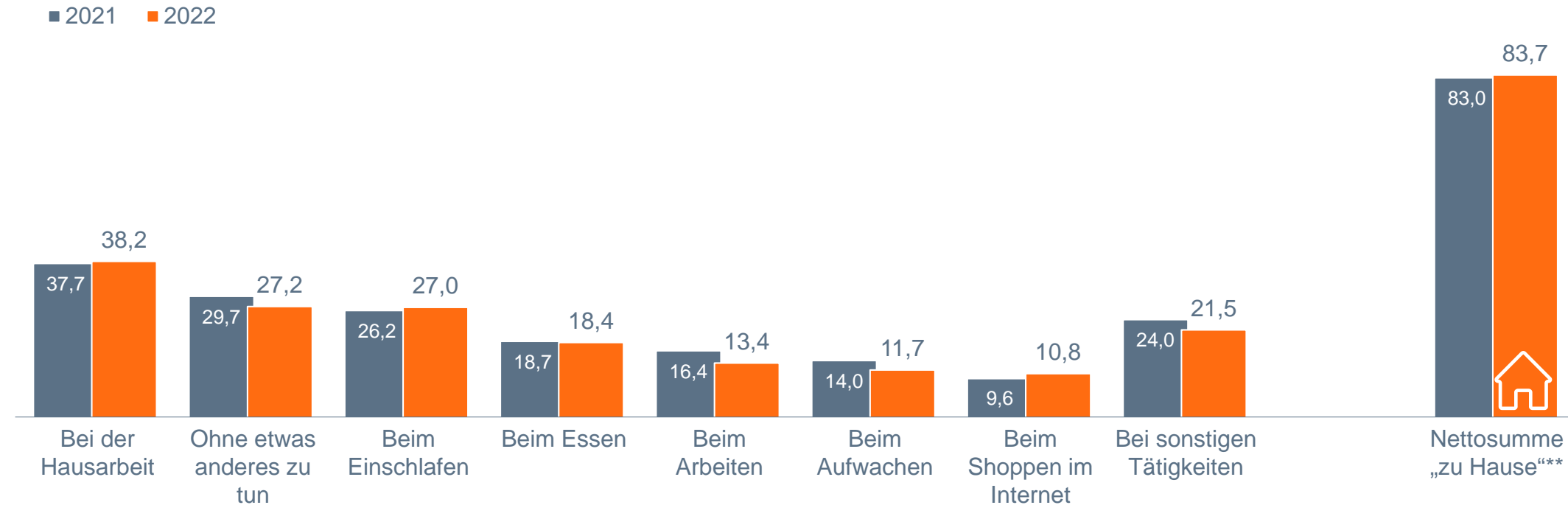
Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören?
 Angaben in Prozent; Basis: 45,282 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n= 5.649), davon 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Insgesamt stabile Verhältnisse. Etwas weniger hören Podcasts beim Arbeiten zu Hause und beim Aufwachen – vielleicht weil einige morgens schneller aus dem Haus müssen als im Teil-Lockdown 2021.

Nutzungssituationen zu Hause: Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören?

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)

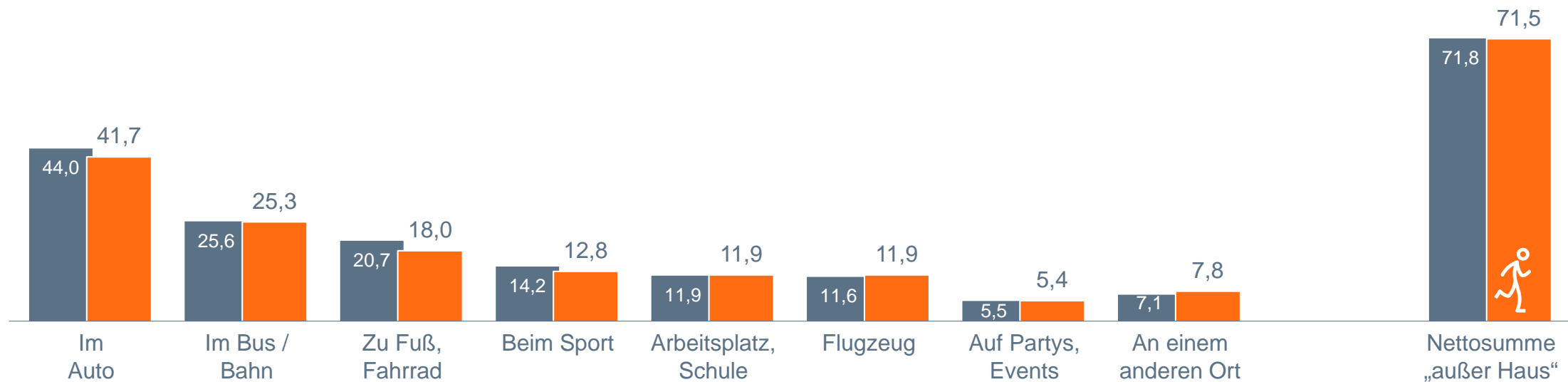
Wenig Veränderung (auch) bei der Podcasts-Nutzung außer Haus. Etwas weniger hören Podcasts im Auto oder unterwegs zu Fuß/mit dem Fahrrad oder beim Sport.

Nutzungssituationen außer Haus: Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

■ 2021 ■ 2022



Frage 14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören?

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)

6.3

Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören: Zugang und Plattformen

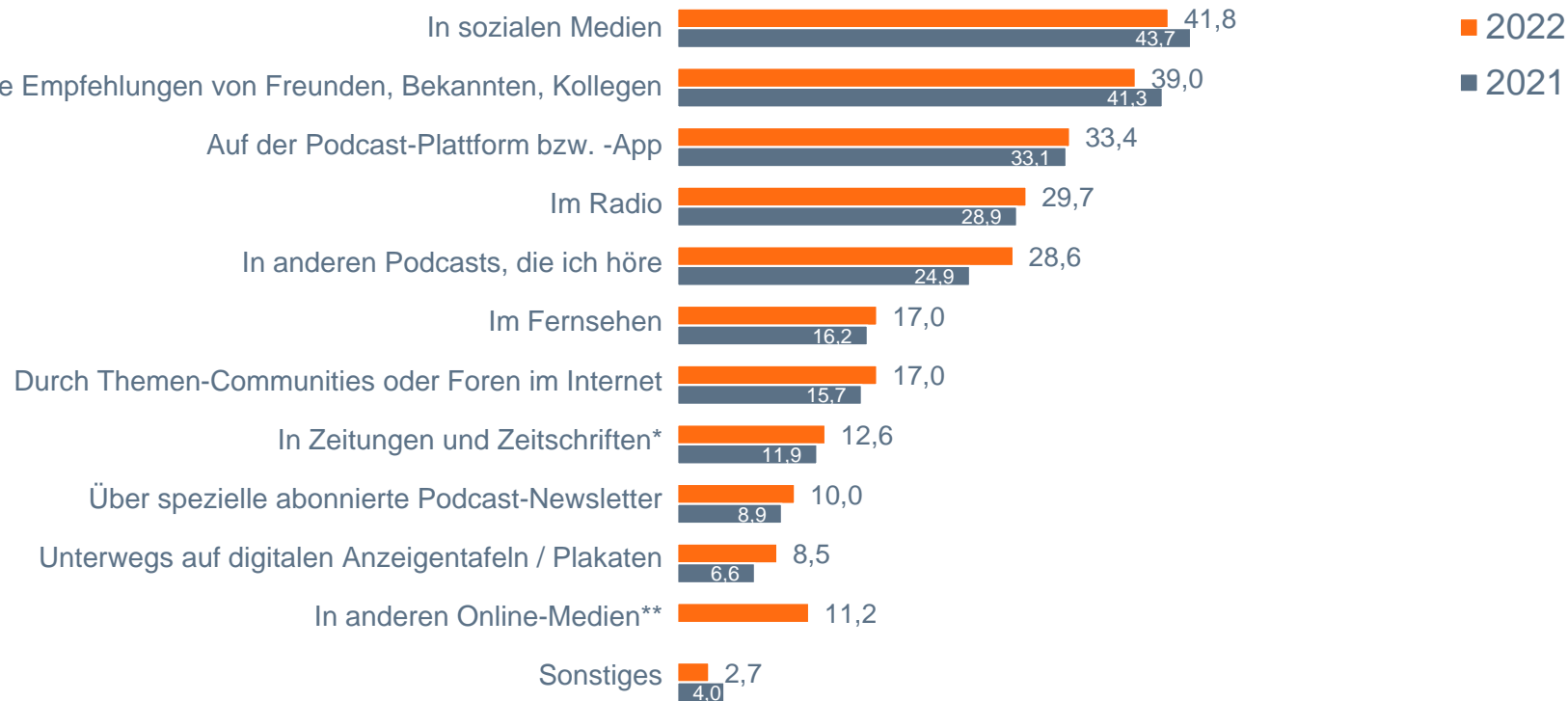


Soziale Medien und persönliche Empfehlungen sind unverändert die wichtigsten Quellen, um auf Podcasts aufmerksam zu werden, gefolgt von der Podcast-Plattform/-App. Deutlich gestiegen sind die Hinweise über andere genutzte Podcasts.

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Wie oder wo werden Sie auf Podcasts aufmerksam?

Angaben in Prozent



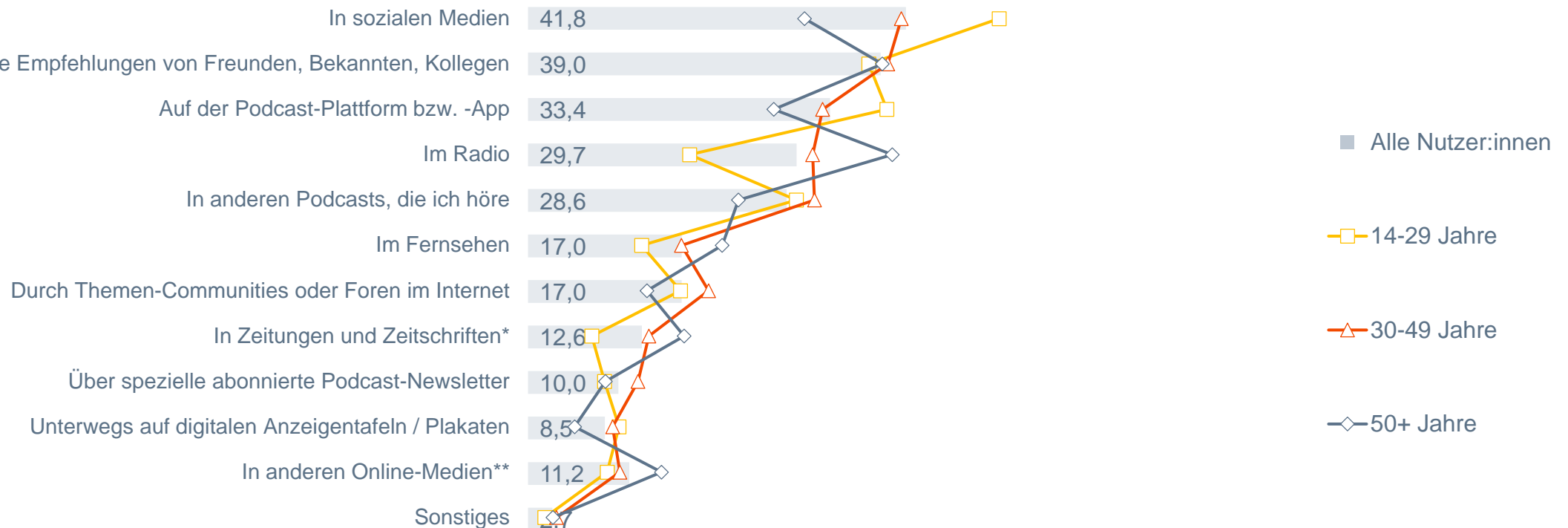
Frage 17A: Wie oder wo werden Sie auf Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören aufmerksam? * Aufgrund geänderter Abfrage nur eingeschränkt mit Vorjahr vergleichbar.; ** 2022 erstmals berücksichtigt
Angaben in Prozent; Basis 2022: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Unter 30-Jährige werden vor allem über soziale Medien und die Podcast-Plattform auf Podcasts aufmerksam, ab 50-Jährige vorwiegend durch Podcast-Empfehlungen im Radio.

Podcast-Aufmerksamkeitsquellen

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



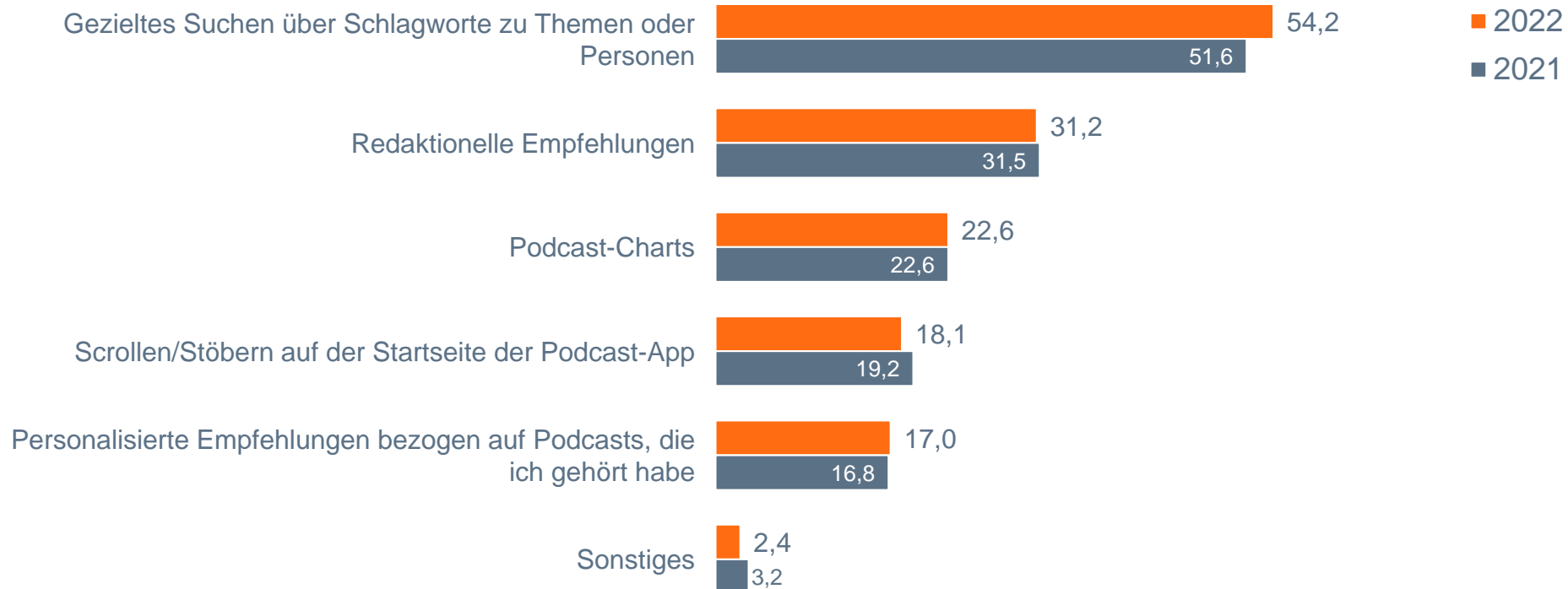
Frage 17A: Wie oder wo werden Sie auf Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören aufmerksam? * Aufgrund geänderter Abfrage nur eingeschränkt mit Vorjahr vergleichbar.; ** 2022 erstmals berücksichtigt
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Gleiche Rangreihe mit insgesamt wenig Bewegung: Die Hälfte der regelmäßigen Podcast-Hörer:innen sucht aktiv nach einem Inhalt, ein Drittel folgt redaktionellen Empfehlungen.

Podcast-Informationsverhalten

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 17B: Und welche der folgenden Möglichkeiten, Informationen oder Hinweise spielen bei Ihnen dabei eine Rolle?

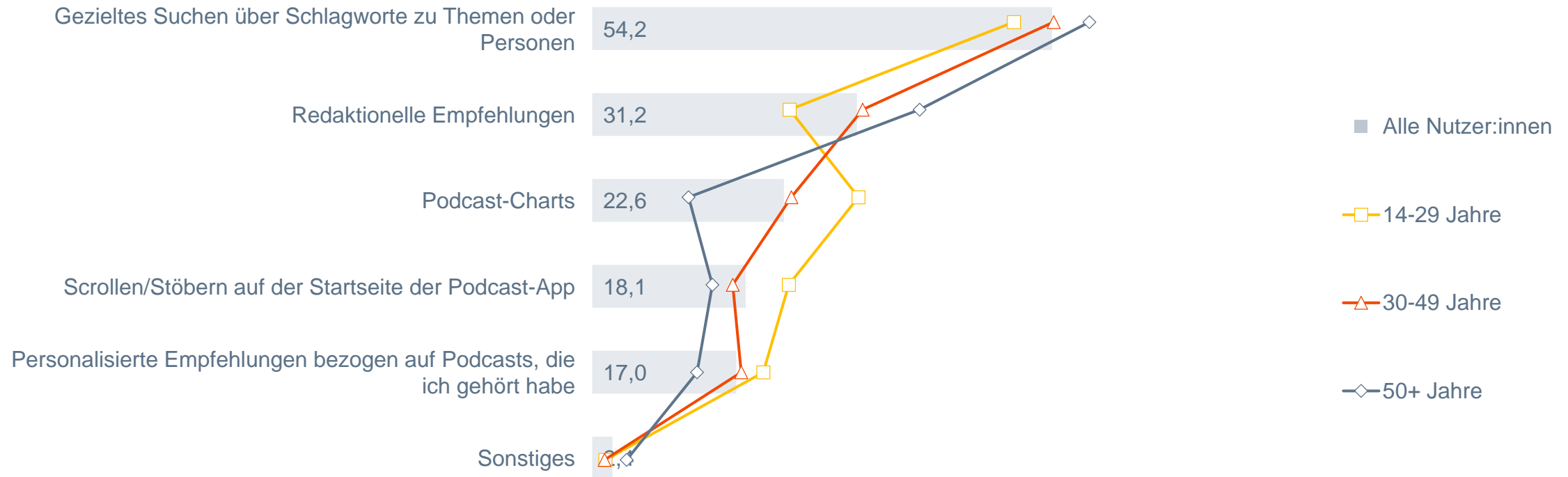
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Unter 30-Jährige werden häufiger durch Podcast-Charts und Stöbern in der Podcast-App fündig. Für Ältere spielen redaktionelle Empfehlungen eine größere Rolle.

Podcast-Informationsverhalten

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



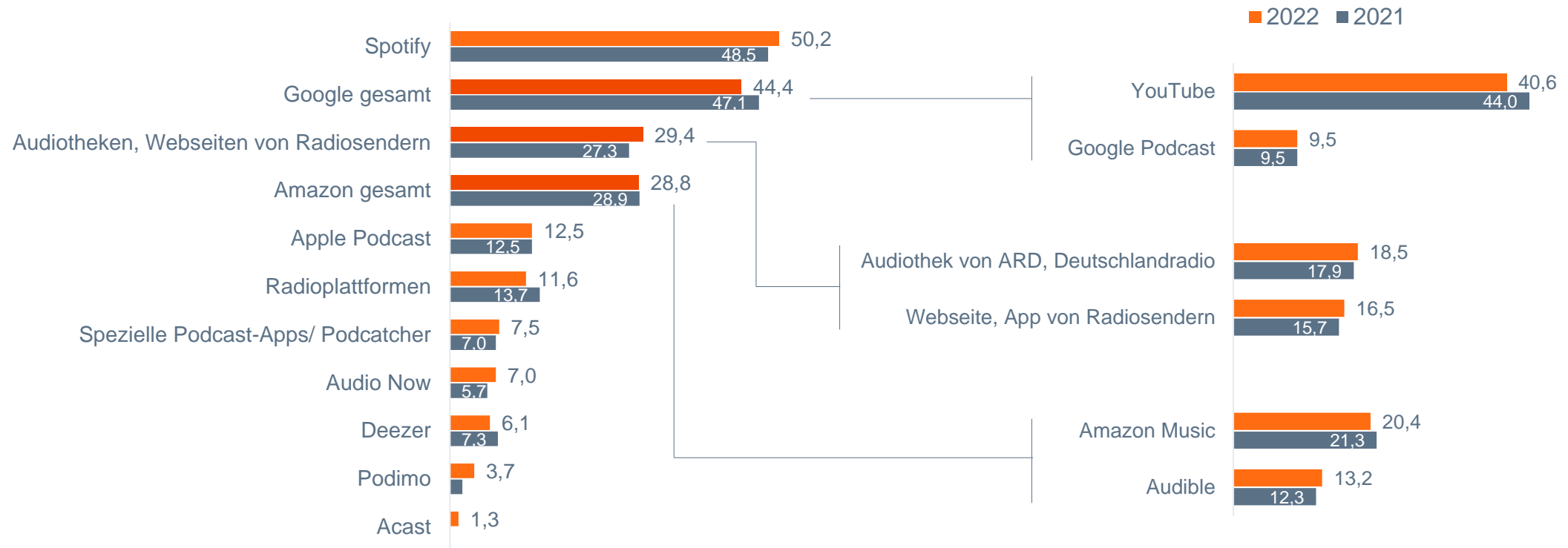
Frage 17B: Und welche der folgenden Möglichkeiten, Informationen oder Hinweise spielen bei Ihnen dabei eine Rolle?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Spotify baut seine Führungsposition bei Podcasts weiter aus. Die Audiotheken und die Webseiten/Apps von Radiosendern können sich in Summe aktuell knapp vor Amazon platzieren.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

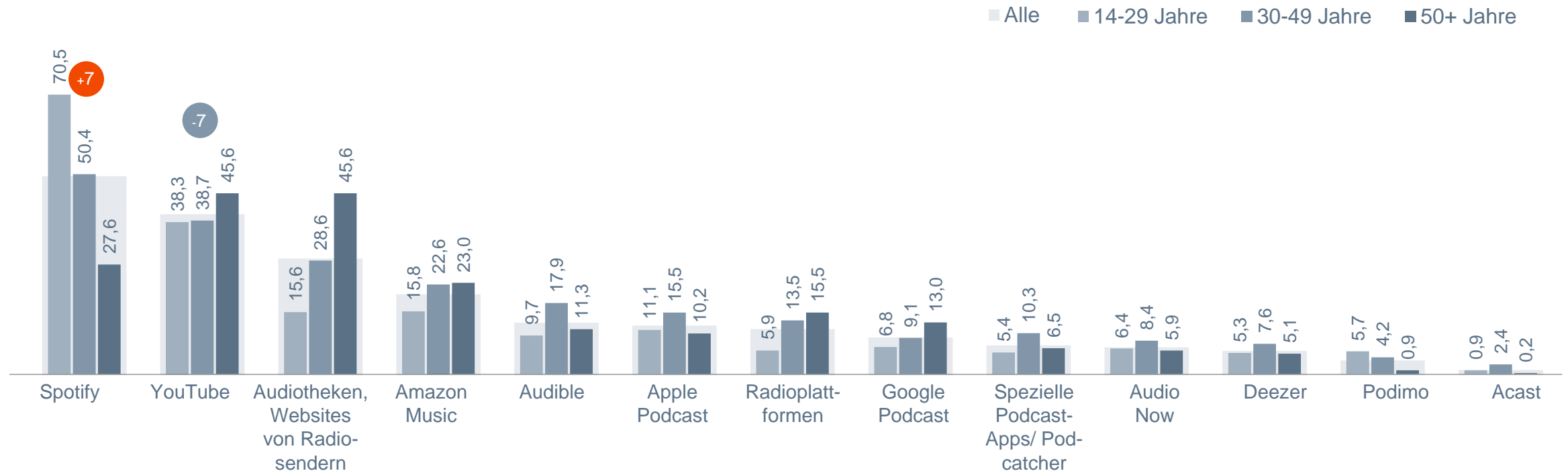
Angaben in Prozent; Basis 2022: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Führungswechsel bei 30-49: Spotify verdrängt YouTube vom Spitzenplatz und ist damit der präferierte Podcast-Zugang der unter 50-Jährigen. Bei 50+ Radiosender zusammen mit YouTube am häufigsten genutzt.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

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)

6.4

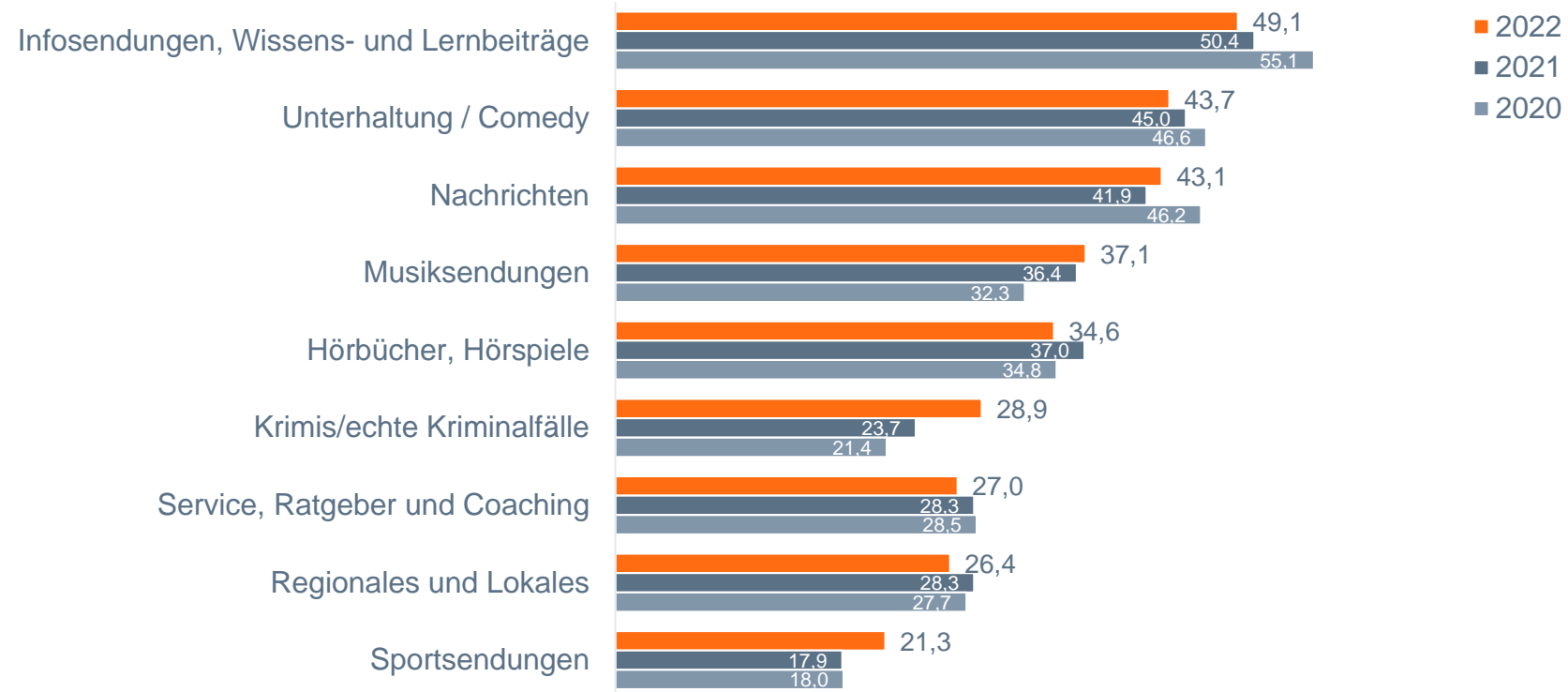
Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Inhalte & Rolle als Infomedium

Bei Podcasts stehen Infosendungen an erster Stelle vor Unterhaltung & Comedy, gefolgt von Nachrichten. Krimis und Sportsendungen verzeichnen einen deutlichen Zuwachs.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



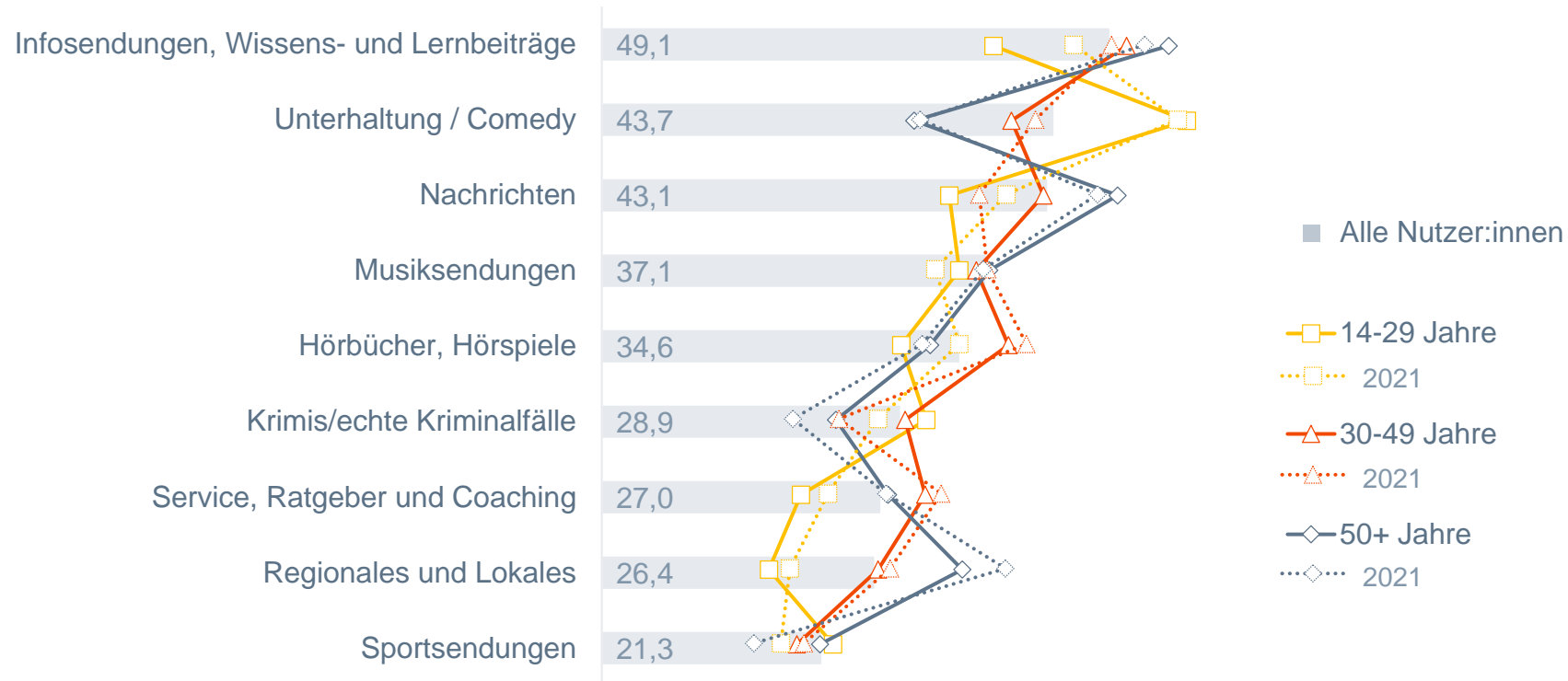
Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Unter 30-Jährige schätzen weiterhin besonders Unterhaltung & Comedy, während Ältere Infobeiträge und Nachrichten klar bevorzugen. True Crime wird beliebter bei U30.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



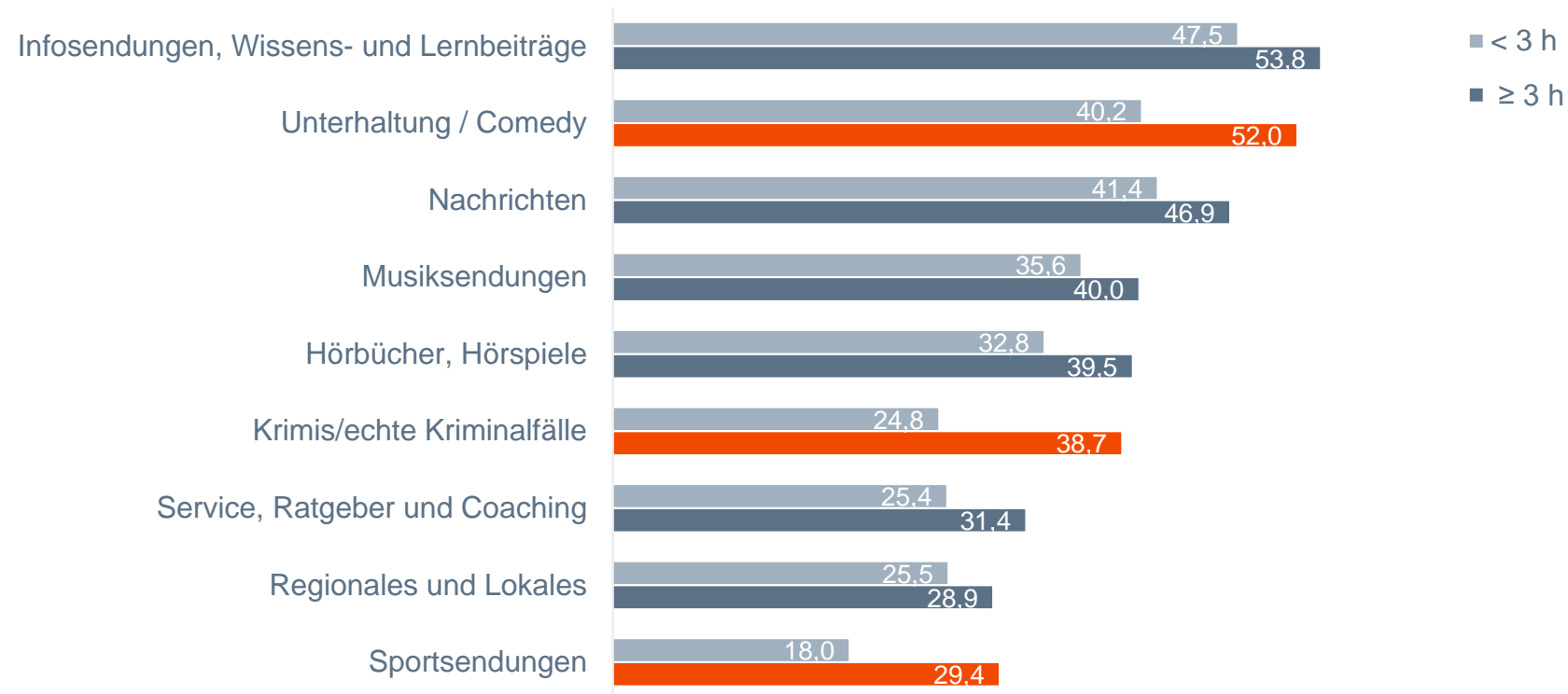
Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Eine hohe wöchentliche Nutzungsdauer geht einher mit länger andauernden Formaten wie Unterhaltung/Comedy, True Crime und Sport, die überproportional gehört werden.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
 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)

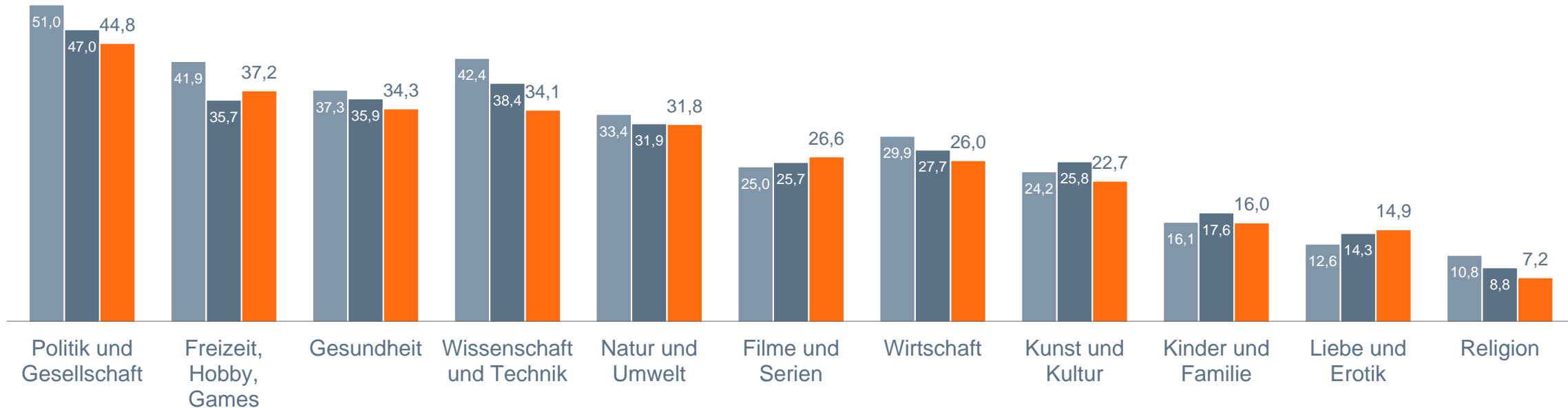
Politik & Gesellschaft ist und bleibt das meistgenutzte Thema für Podcasts. Freizeit/Hobby/Games positioniert sich nun an zweiter Stelle vor Gesundheit.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Konkrete Themen

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Frage 16: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?

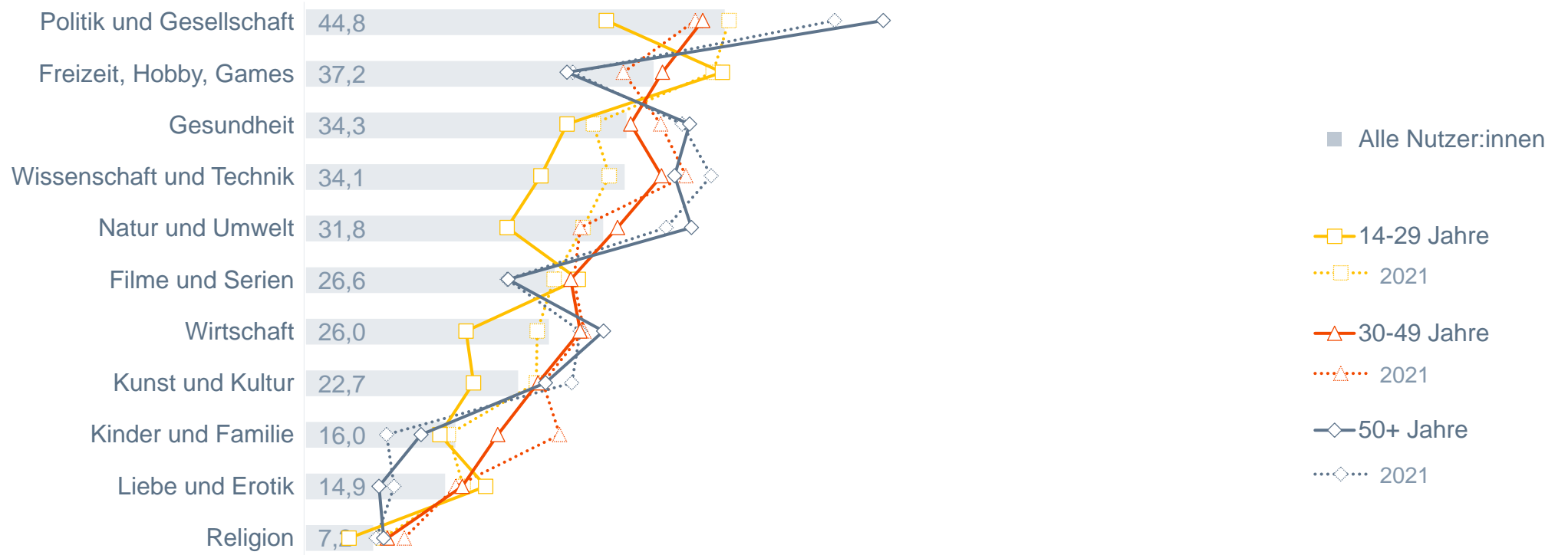
Angaben in Prozent; Basis 2022: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Bei 50+ vergleichsweise hohes Interesse an Politik & Gesellschaft, Gesundheit, Natur & Umwelt sowie Wissenschaft/Technik. Verändertes Nutzungsverhalten vor allem bei U30 erkennbar.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Konkrete Themen

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 16: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?

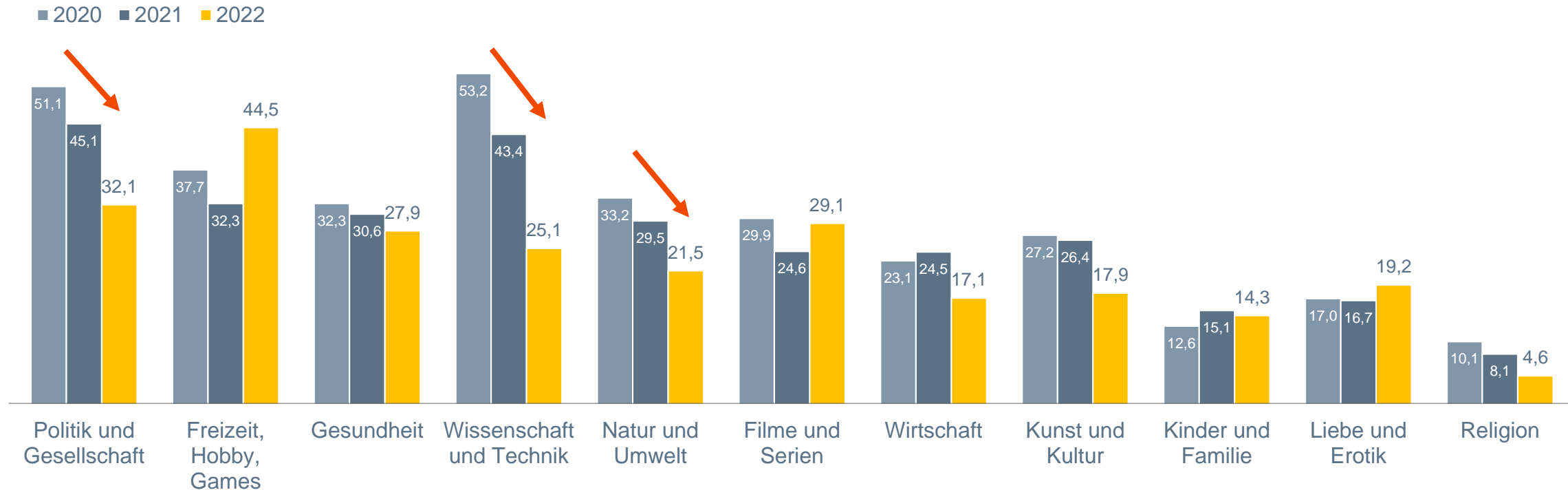
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

U30: im Drei-Jahres-Trend verlieren Sachthemen (besonders Politik & Gesellschaft, Wissenschaft & Technik, Natur & Umwelt) deutlich an Relevanz – Folge eines veränderten Informationsbedürfnisses in Krisenzeiten?

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Konkrete Themen **14- bis 29-Jährige**

Angaben in Prozent

Basis: 14- bis 29-jährige regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 16: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?

Angaben in Prozent; Basis 2022: 5,756 Mio. Personen zwischen 14 und 29 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=528)

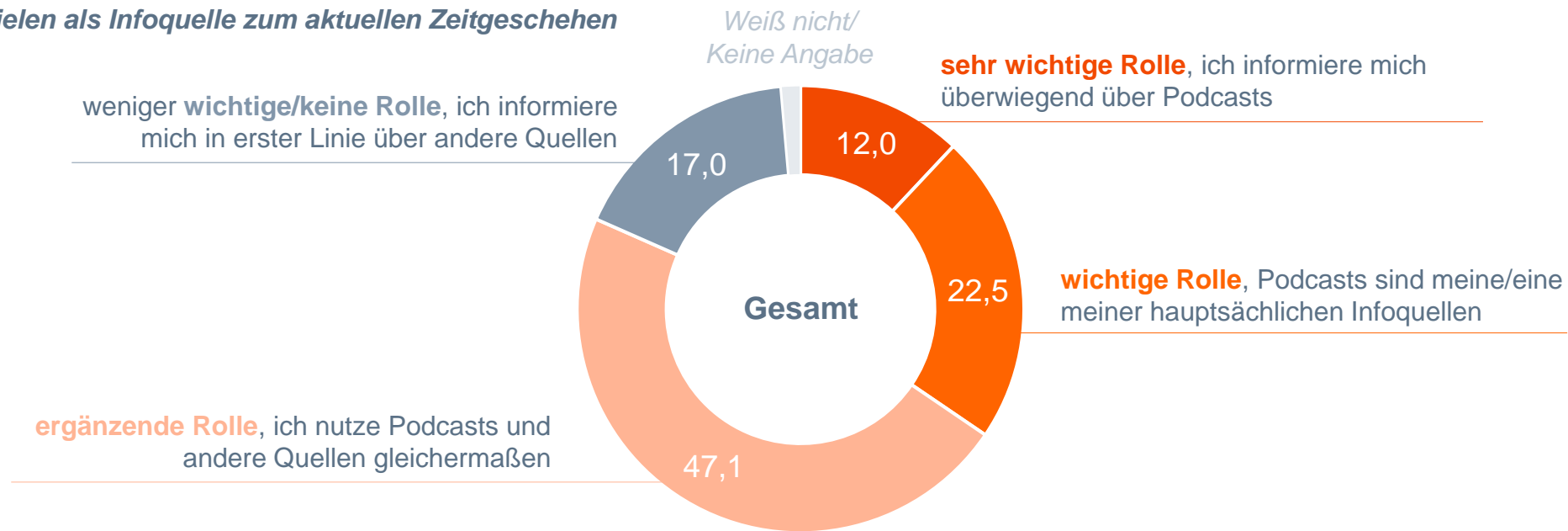
Wer Podcasts regelmäßig nutzt, zählt sie mehrheitlich zum Infoepertoire. Überwiegend ergänzen sie andere Infoquellen, für ein gutes Drittel geht ihre Funktion darüber hinaus.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...



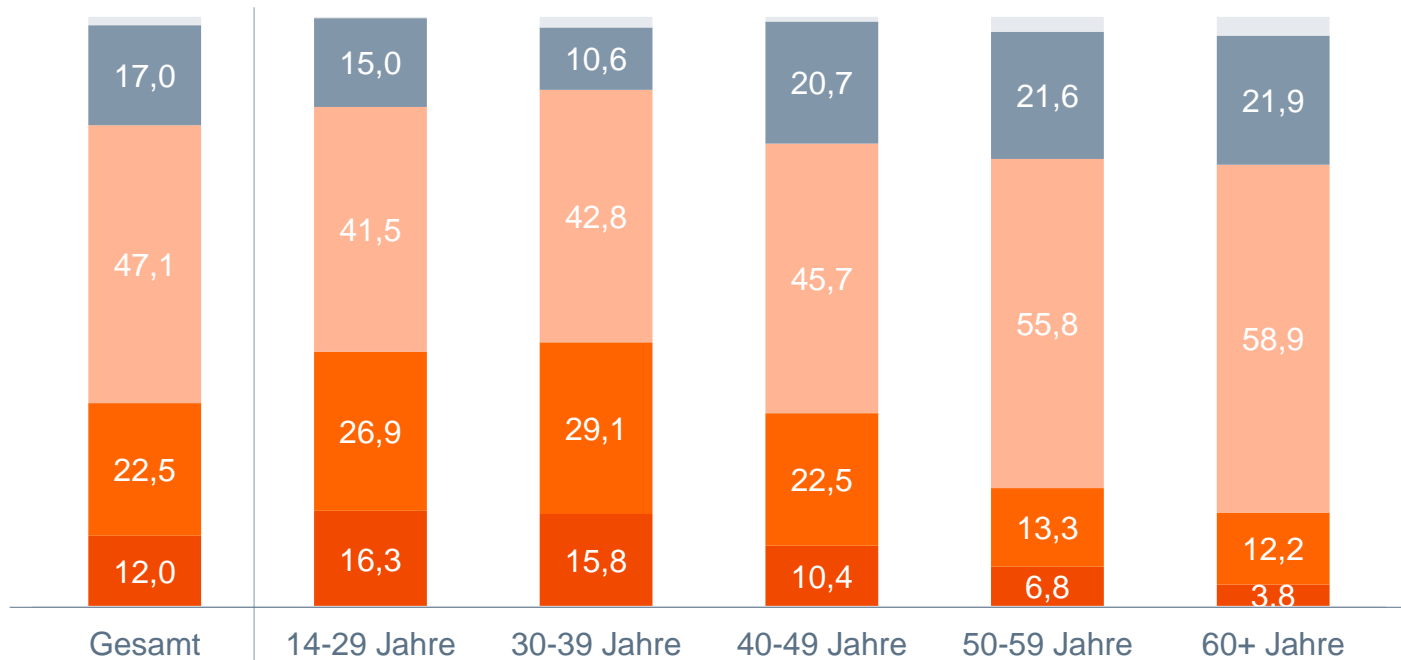
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

In allen Altersgruppen gehören Podcasts mehrheitlich zum Informationsrepertoire zum aktuellen Zeitgeschehen. Dabei gilt: Je jünger, desto relevanter ihre Rolle als Infoquelle.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



■ Weiß nicht/ Keine Angabe

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

■ weniger wichtige/keine Rolle, ich informiere mich in erster Linie über andere Quellen

■ ergänzende Rolle, ich nutze Podcasts und andere Quellen gleichermaßen

■ wichtige Rolle, Podcasts sind meine/eine meiner hauptsächlichen Infoquellen

■ sehr wichtige Rolle, ich informiere mich überwiegend über Podcasts

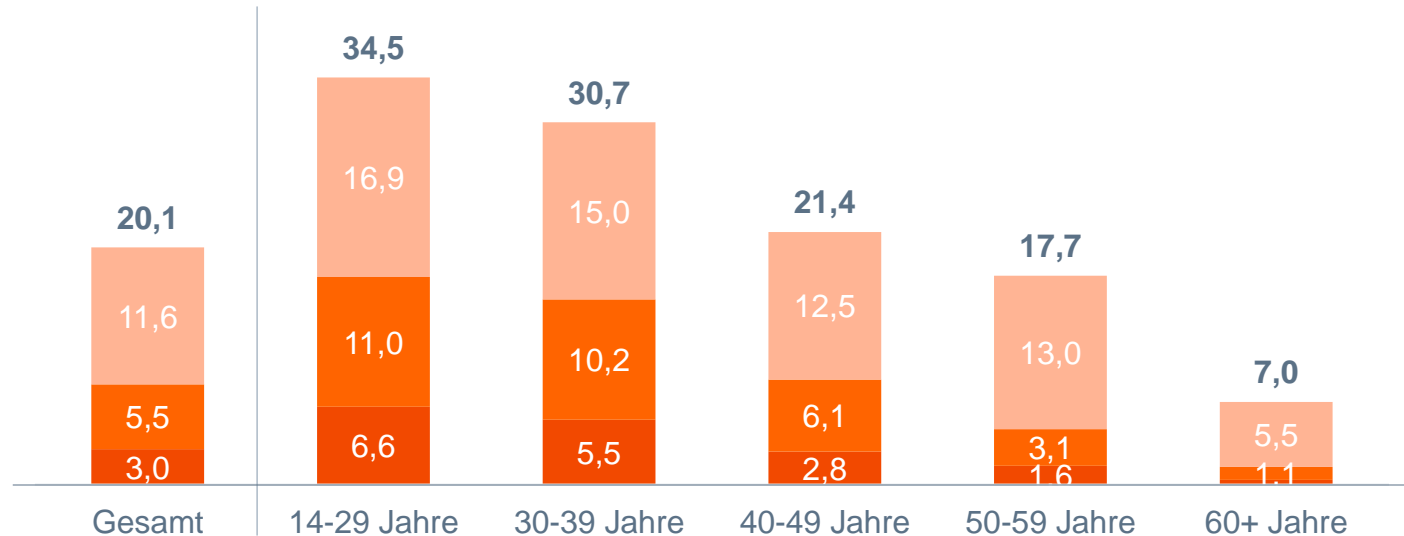
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung spielen Podcasts bei einem Fünftel eine Rolle als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen. Weit überdurchschnittlich relevant bei U40.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium nach Alter

Angaben in Prozent



Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

Summe

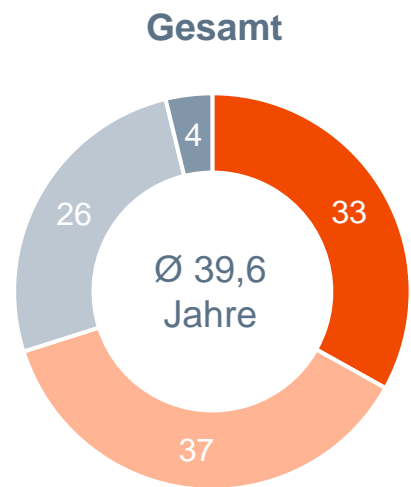
- **ergänzende Rolle**, ich nutze Podcasts und andere Quellen gleichermaßen
- **wichtige Rolle**, Podcasts sind meine/eine meiner hauptsächlichen Infoquellen
- **sehr wichtige Rolle**, ich informiere mich überwiegend über Podcasts

Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756); befragt wurden diejenigen, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Wer Podcasts eine hohe Relevanz als Infoquelle zuschreibt, ist im Durchschnitt 35 Jahre alt – und damit deutlich jünger als die regelmäßige Podcast-Nutzerschaft insgesamt.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium im Vergleich – Altersstruktur
Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

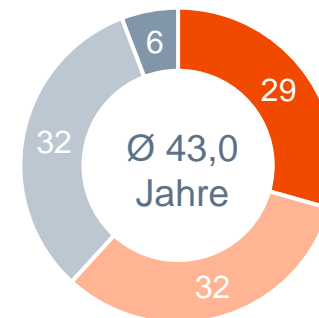
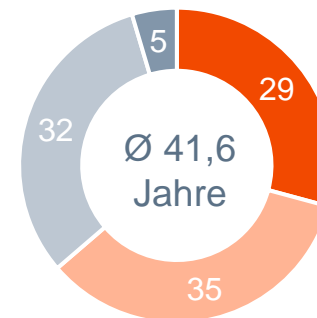
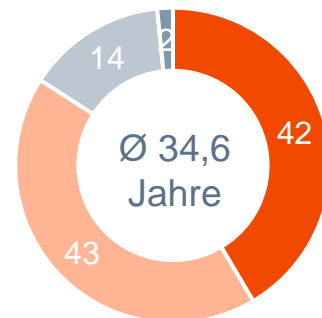


Podcasts spielen eine ... Rolle als aktuelle Infoquelle

(sehr) wichtige

ergänzende

weniger wichtige/keine



- 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre
- 50-69 Jahre ■ 70+ Jahre

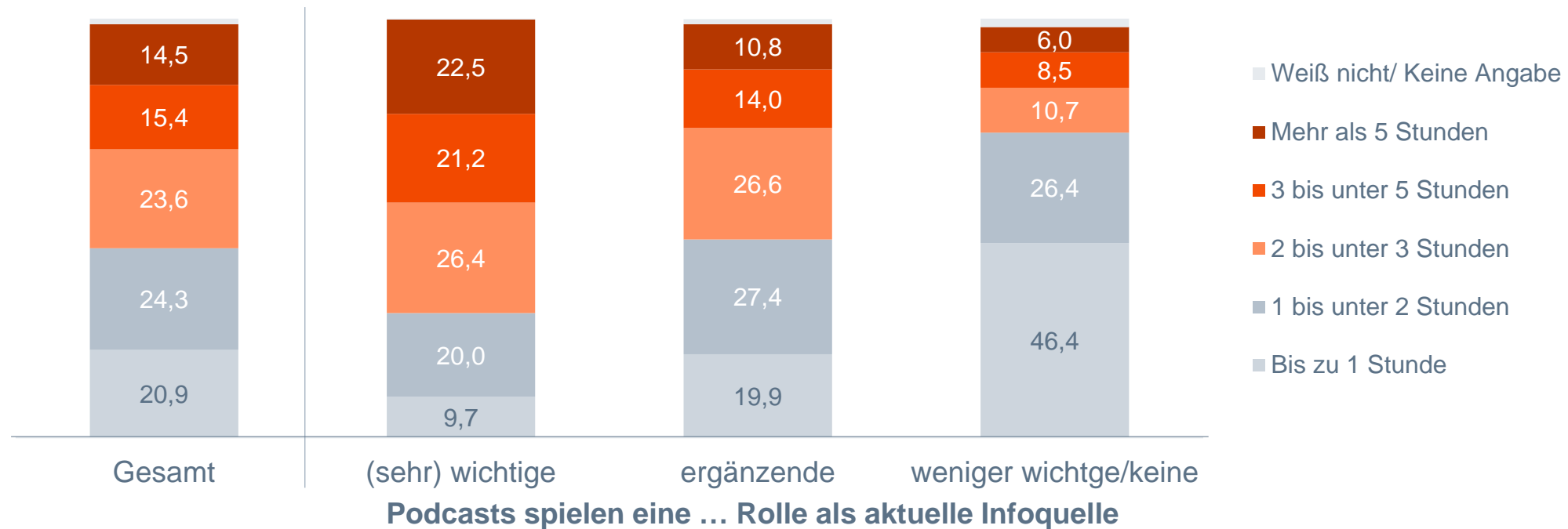
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Klarer Zusammenhang zwischen der Relevanz von Podcasts als Infoquelle und Nutzungsdauer: Anteilig deutlich mehr (junge) Intensivnutzende unter denen, die Podcasts eine (sehr) wichtige Rolle im Infoepertoire zuschreiben.

Podcasts & Radiosendungen z. Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium – Nutzungsdauer/Woche

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

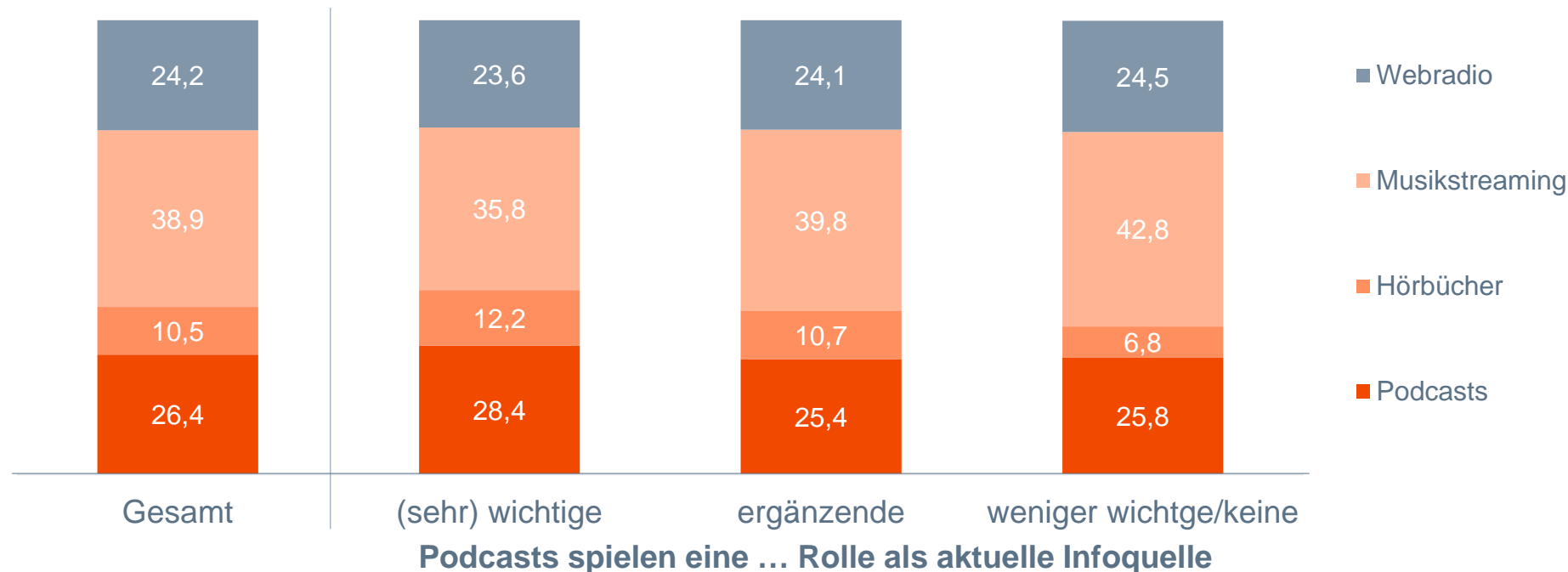


Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Für wen Podcasts eine (sehr) wichtige Infoquelle sind, verbringt anteilig gar nicht so viel mehr Zeit mit dem Format – die kleine Verschiebung geht vor allem zulasten von Musikstreaming und weniger von Webradio.

Podcasts & Radiosendungen z. Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium – Anteile am Nutzungsvolumen
Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



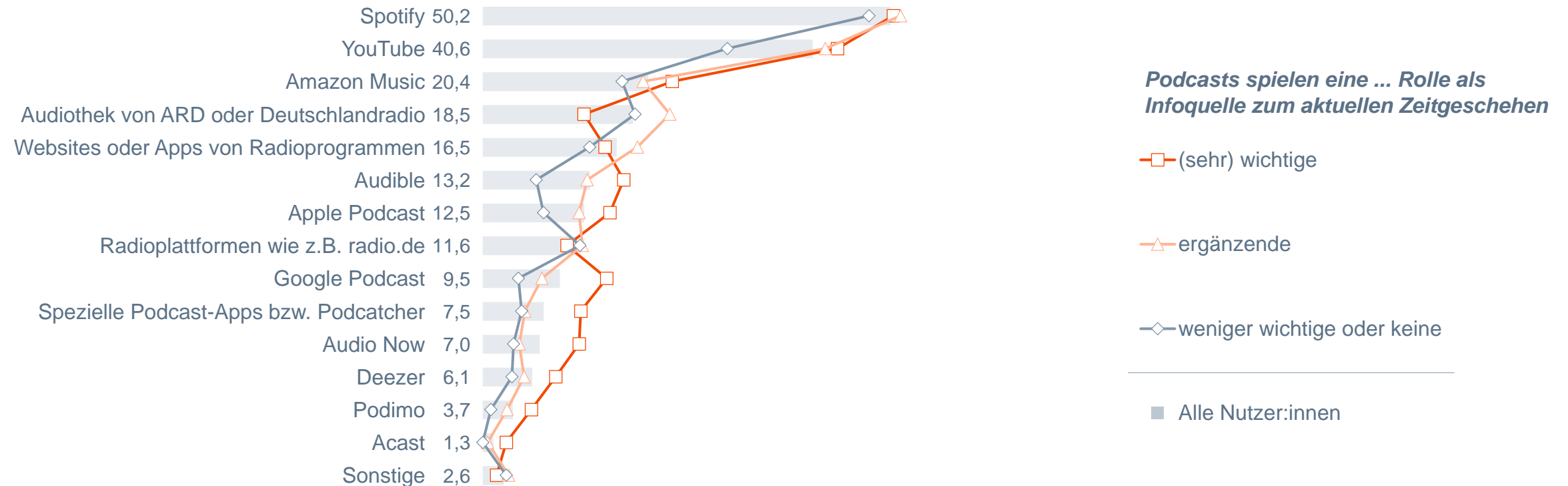
Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Webradio, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von ... ?
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Spotify, YouTube und Amazon Music bei allen vorn. Plattformen von Radiosendern sind für die weniger relevant, für die Podcasts eine (sehr) wichtige Rolle als Infoquelle spielen. Hier spiegelt sich auch der Alterseinfluss wider.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Plattformen

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Podcasts spielen eine ... Rolle als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen

—□— (sehr) wichtige

—△— ergänzende

—◇— weniger wichtige oder keine

■ Alle Nutzer:innen

Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über ...?

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)

An Politik und Gesellschaft interessierte Podcastnutzer:innen nennen als Nutzungsmotive von Podcasts als Infoquelle die Ausführlichkeit, Verständlichkeit sowie kurze, knappe Infos.

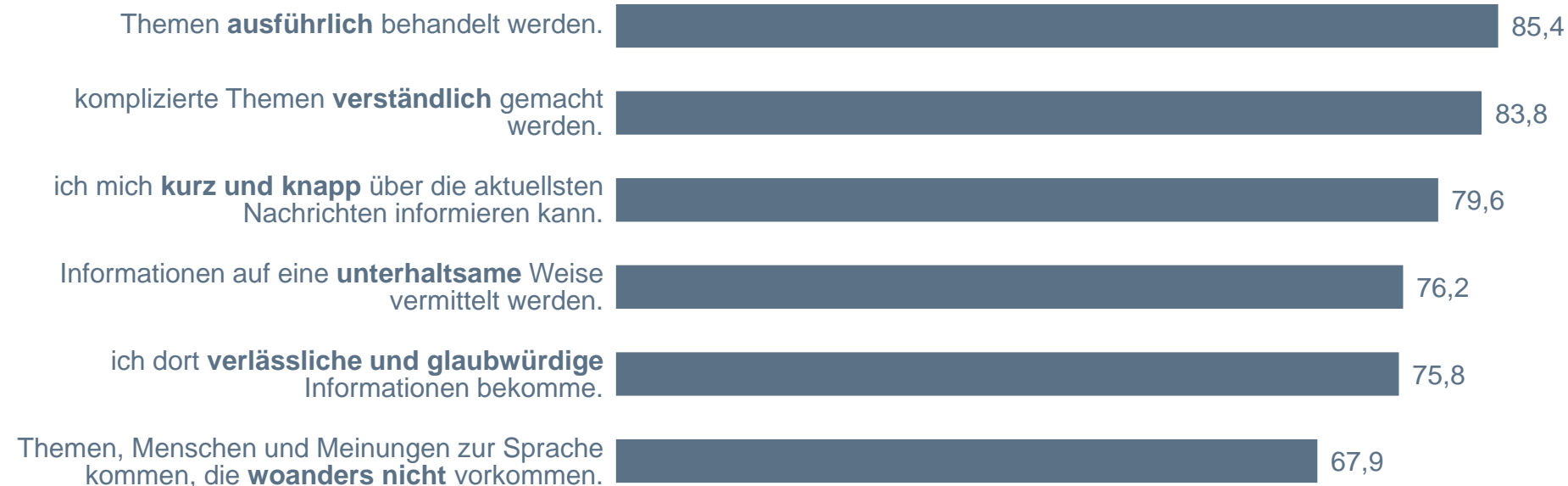
Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsmotive von Podcasts als Infoquelle

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören, die Podcasts zu Politik & Gesellschaft hören

Ich höre Podcasts zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen, weil...

(Trifft voll und ganz/eher zu)



Frage 16a: Jetzt folgen einige Gründe, die andere genannt haben, warum sie Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören auch als Informationsquelle zu aktuellen, politischen und gesellschaftlichen Themen hören. Bitte sagen Sie mir jeweils, inwiefern das auf Sie persönlich zutrifft: voll und ganz, eher, weniger oder gar nicht?

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)

6.5

Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören: Absender/Audio Branding



Öffentlich-rechtliche Sender und Originals werden am häufigsten als Absender genannt. Im Ganzen Absenderwahrnehmung mit 95% sehr hoch.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Absenderwahrnehmung

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

95,4%
nennen
mindestens
einen
Absender

Frage 17d: Welche der folgenden Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?

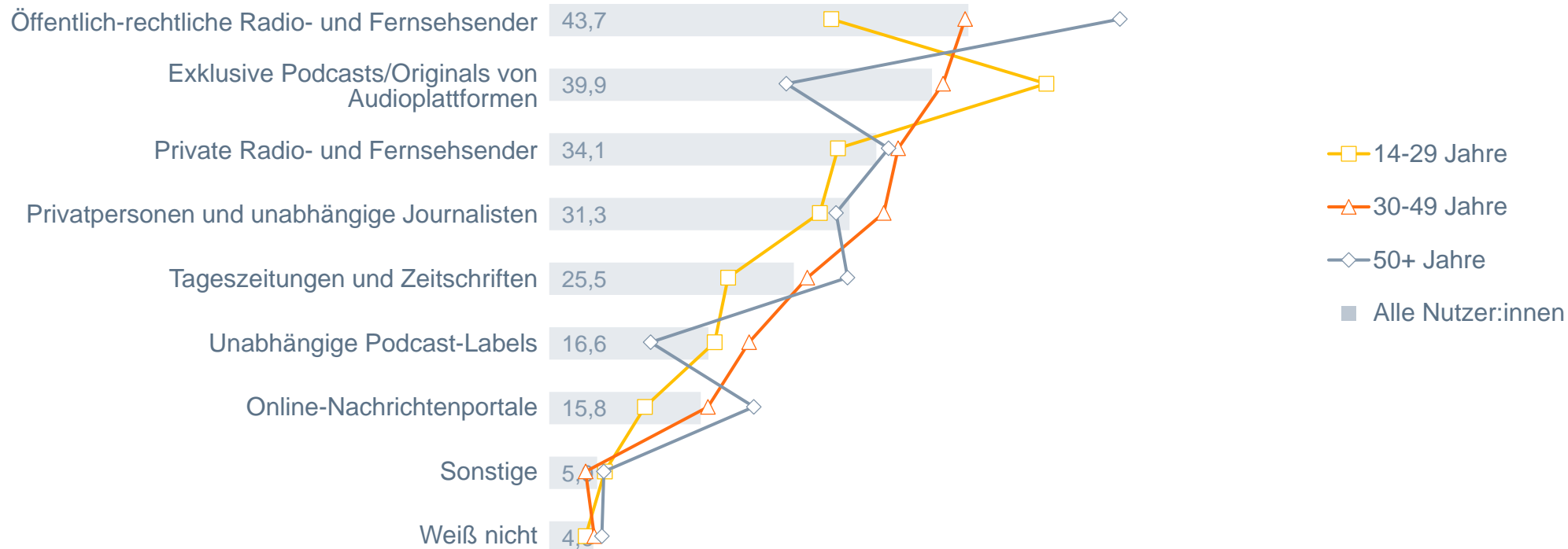
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Deutliche Unterschiede nach Alter, am offensichtlichsten zwischen U30 und Ü50 bei ö-r Sendern vs. Originals, aber auch bei Tageszeitung und Nachrichtenportalen.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören nach Alter: Absenderwahrnehmung

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



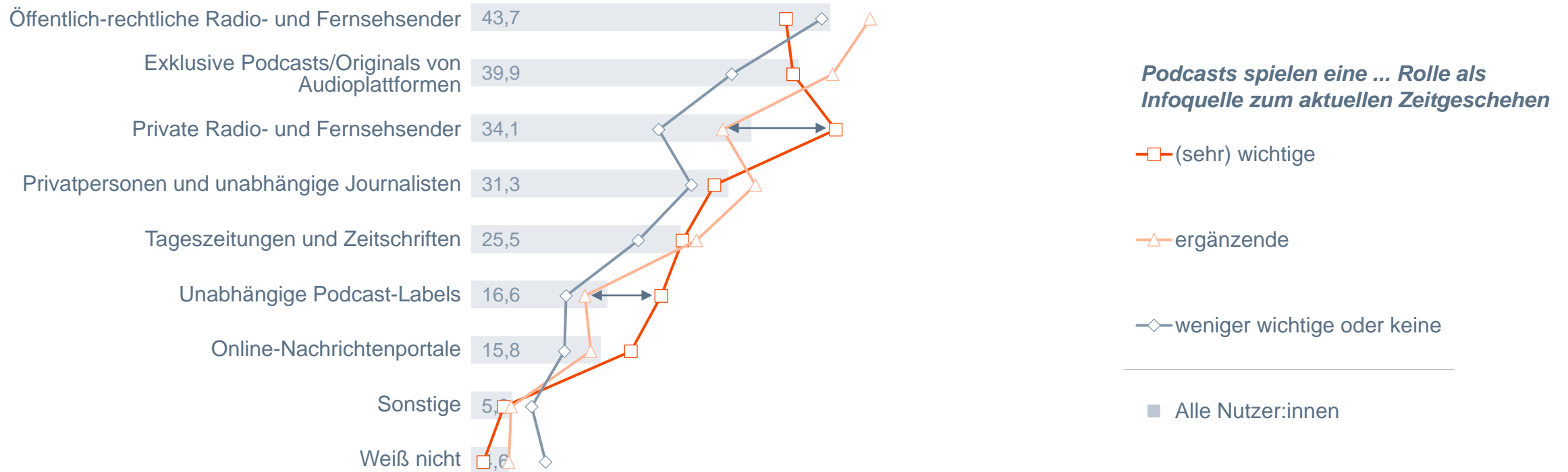
Frage 17d: Welche der folgenden Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Für wen Podcasts eine (sehr) wichtige Infoquelle sind, nennt überdurchschnittlich oft den privaten Rundfunk, unabhängige Podcast-Labels und News-Portale als Absender.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören nach Rolle als Infomedium: Absenderwahrnehmung

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Podcasts spielen eine ... Rolle als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen

—□— (sehr) wichtige

—△— ergänzende

—◇— weniger wichtige oder keine

■ Alle Nutzer:innen

Frage 17d: Welche der folgenden Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?

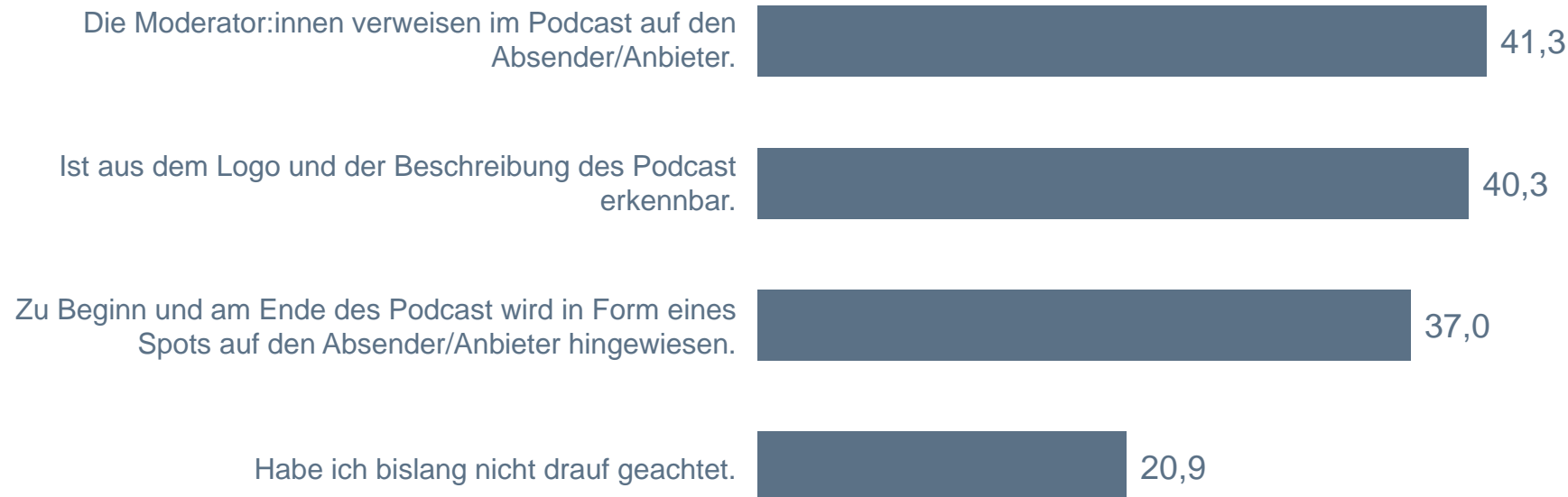
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Jeweils vier von zehn Podcast-Nutzer:innen werden durch mündliche Verweise der Hosts oder durch die Podcast-Beschreibung bzw. das Logo auf den Absender aufmerksam.

Auditives Branding bei Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 17E: Woher wissen Sie, welcher Absender bzw. Anbieter hinter dem Podcast steckt?

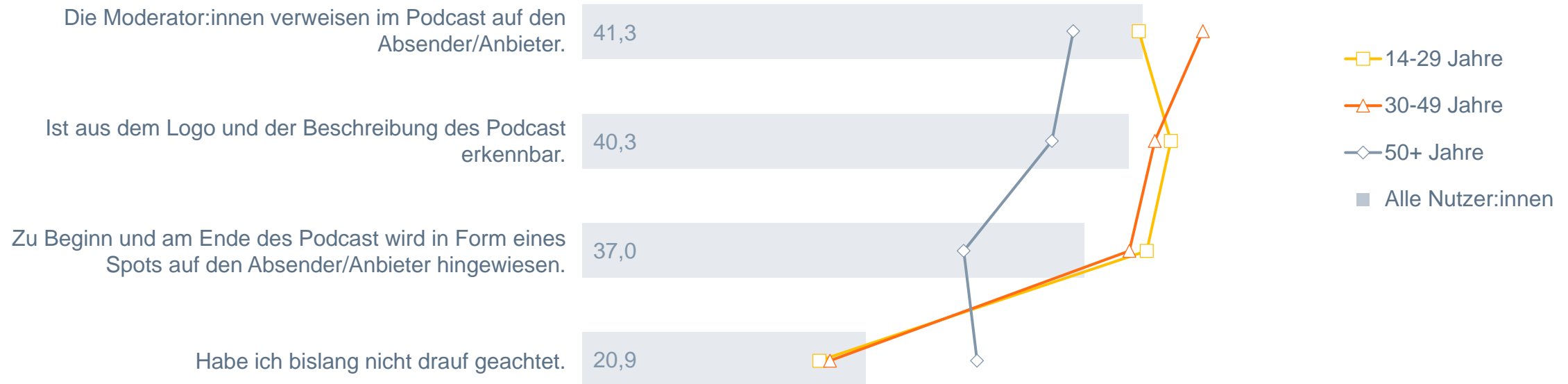
Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Anteilig deutlich mehr ab 50-jährige Podcast-Nutzer:innen, die bislang nicht darauf geachtet haben, durch welche Art des Brandings der Absender bekannt ist.

Auditives Branding bei Podcasts nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



Frage 17E: Woher wissen Sie, welcher Absender bzw. Anbieter hinter dem Podcast steckt?

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)

6.6

Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören: Werbewahrnehmung und -Akzeptanz

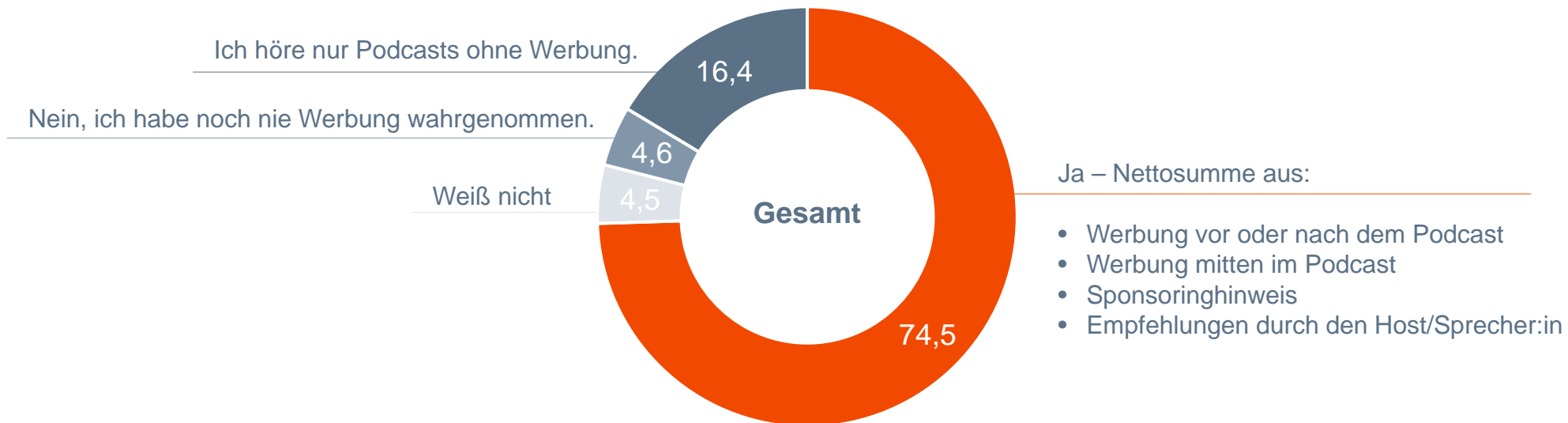


Drei Viertel der regelmäßigen Podcast-Nutzer:innen erinnern Werbung. Gut ein Fünftel hat keine Werbung wahrgenommen, mehrheitlich weil ausschließlich werbefreie Podcasts gehört werden.

Werbung und Podcasts: Wahrnehmung

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



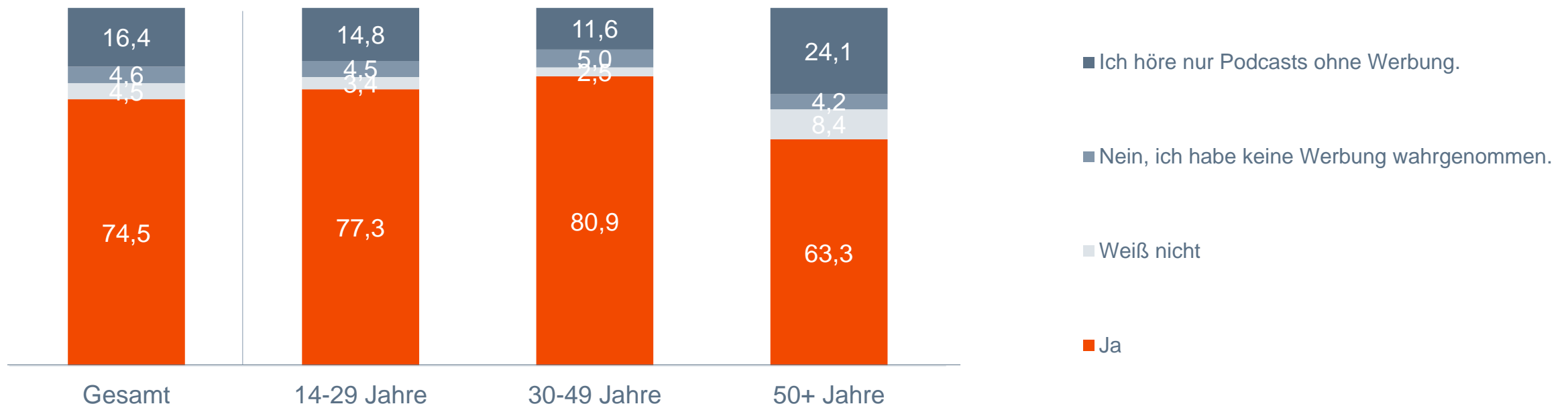
Frage 17G: Welche Art von Werbung oder Sponsoring haben Sie bei Podcasts schon einmal gehört? Ja entspricht Netto aus erinnerten Werbeformen; Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Ab 50-jährige Podcast-Nutzer:innen nehmen deutlich weniger Werbung wahr – auch weil überdurchschnittlich viele von ihnen (öffentlich-rechtliche) Podcasts ohne Werbung hören.

Werbung und Podcasts: Wahrnehmung nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören



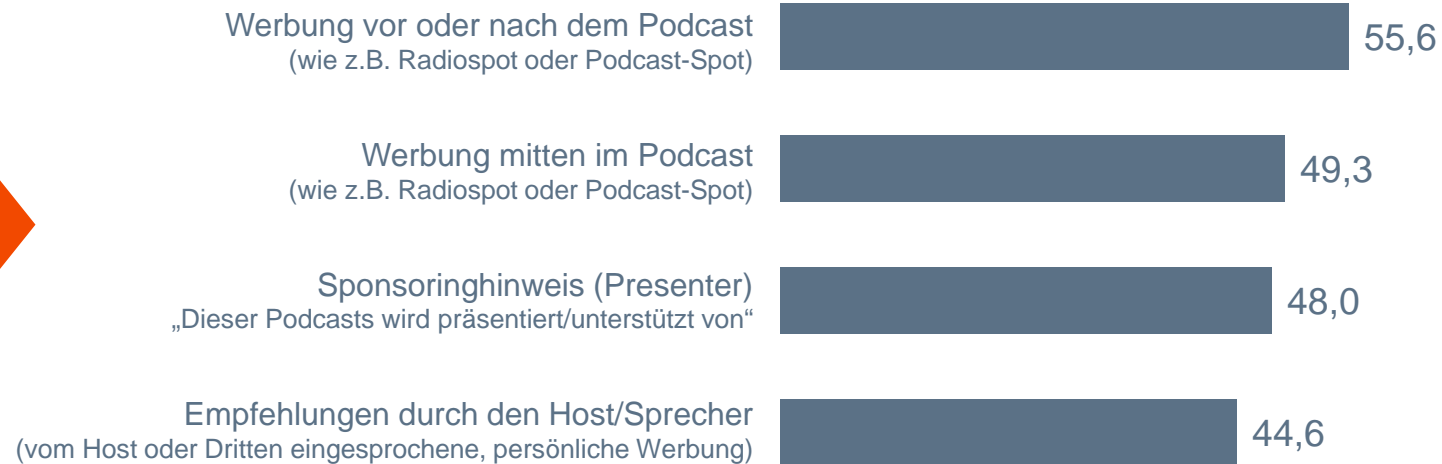
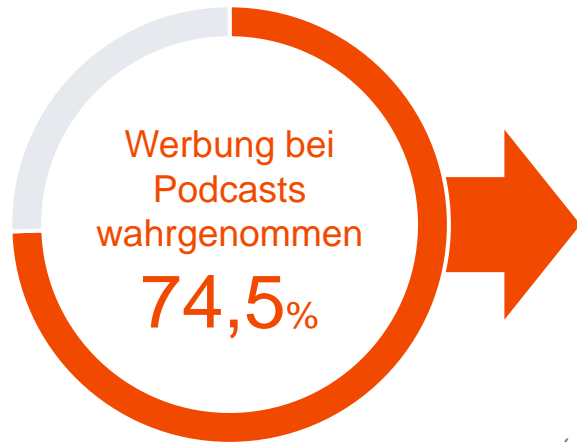
Frage 17G: Welche Art von Werbung oder Sponsoring haben Sie bei Podcasts schon einmal gehört? Ja entspricht Netto aus erinnerten Werbeformen; Angaben in Prozent; Basis: 17,380 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.209)

Werbung vor oder nach dem Podcast führt das Recall-Ranking an, am zweithäufigsten wird Werbung mitten im Podcast erinnert.

Wahrgenommene Art der Werbung

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören mit Werbewahrnehmung



Frage 17G: Welche Art von Werbung oder Sponsoring haben Sie bei Podcasts schon einmal gehört?

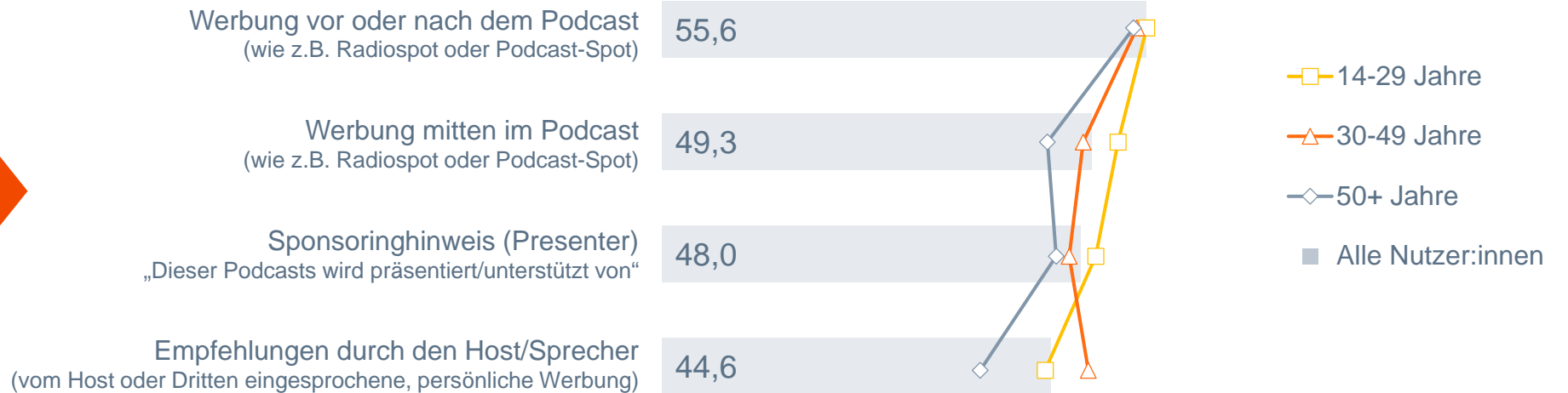
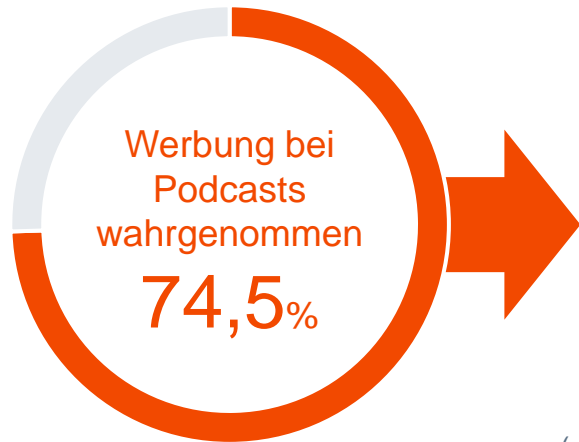
Angaben in Prozent; Basis: 12,942 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Werbung wahrgenommen haben (n=1.608)

Wer Werbung erinnert, erinnert altersunabhängig am häufigsten Werbung vor oder nach dem Podcast. Werbung im Podcast, egal ob als Spot oder nativ, erinnern ab 50-Jährige etwas weniger häufig als jüngere Altersgruppen.

Wahrgenommene Art der Werbung nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören mit Werbewahrnehmung



Frage 17G: Welche Art von Werbung oder Sponsoring haben Sie bei Podcasts schon einmal gehört?

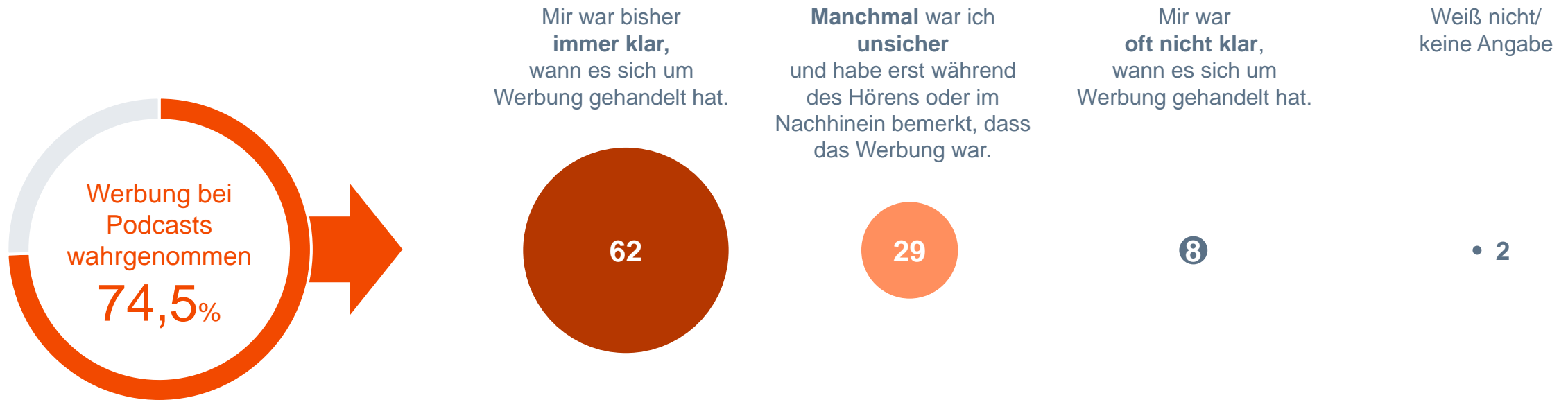
Angaben in Prozent; Basis: 12,942 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Werbung wahrgenommen haben (n=1.608)

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

Werbung und Podcasts: Werbetransparenz

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören mit Werbewahrnehmung

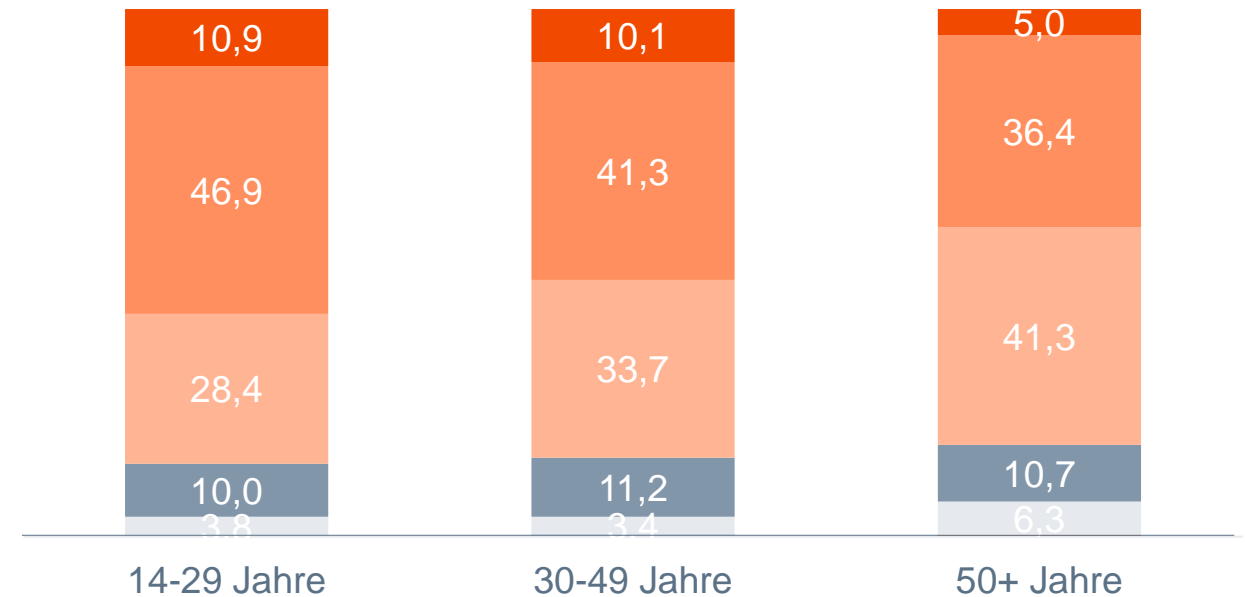
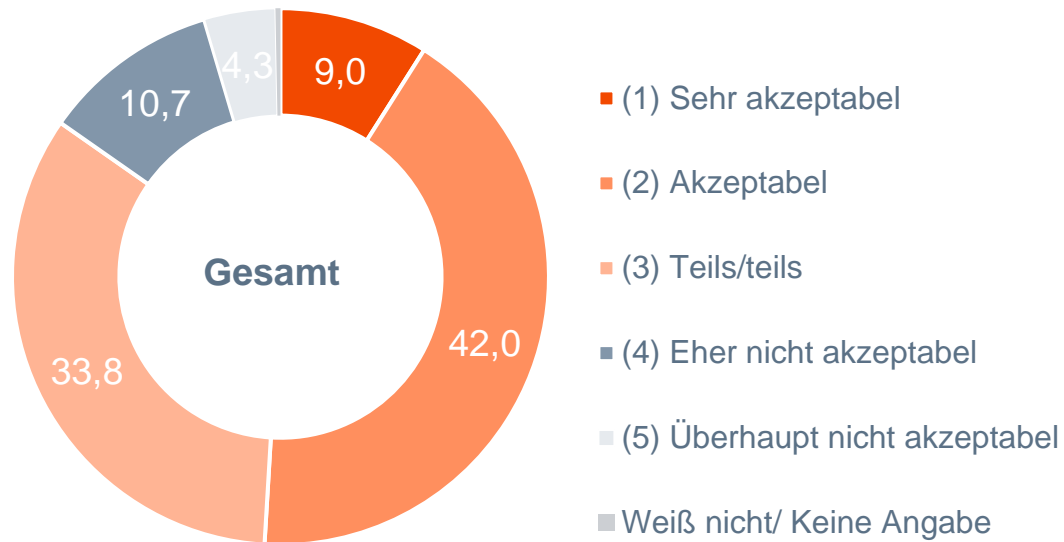


Frage 17F: Viele Podcasts haben auch Werbung oder Sponsoring, wie man es bspw. von Fernseh- oder Radioprogrammen kennt. Auch bei Podcasts ist vorgeschrieben, Werbung kenntlich zu machen. Wie ist das bei Ihnen, was trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis: 12,942 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Werbung wahrgenommen haben (n=1.608)

Je jünger die Podcast-Nutzer:innen, desto eher wird Werbung akzeptiert. Insgesamt trifft Werbung bei einem Podcast bei der Hälfte der Podcast-Hörer:innen auf Akzeptanz. Reaktanz löst Werbung nur bei einer Minderheit aus.

Akzeptanz von Werbung in Podcasts
Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören mit Werbewahrnehmung



Frage 17H: Wie beurteilen Sie generell Werbung bei einem Podcast?
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)

7 Smart Speaker

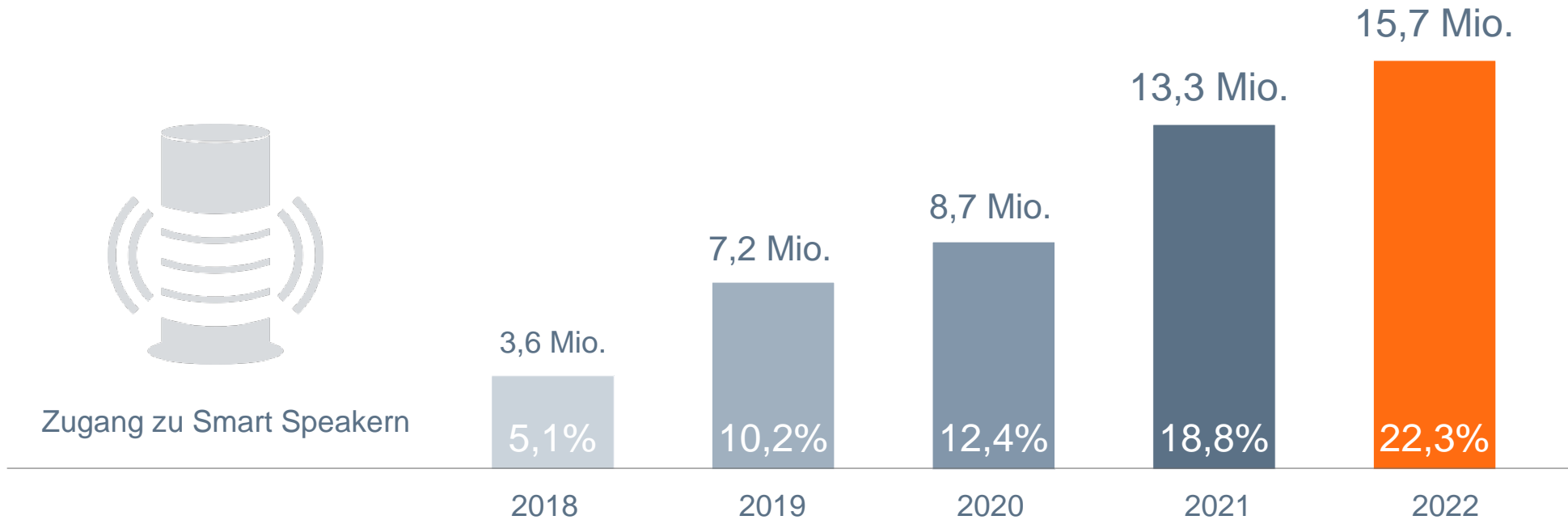


Die Zahl der Smart Speaker in den deutschen Haushalten wächst stetig. Mittlerweile hat gut jede:r Fünfte ab 14 Jahren (15,7 Mio.) Zugang zu einem Lautsprecher mit Sprachsteuerung.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern

Angaben in Prozent / Mio. Personen



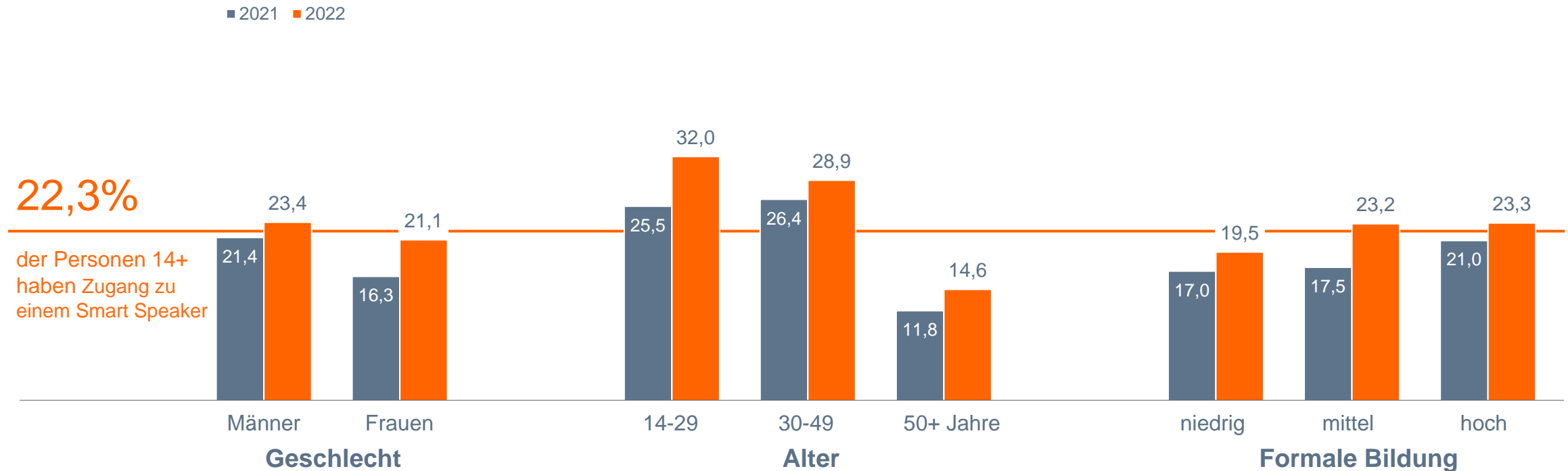
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Der Smart Speaker-Besitz steigt in allen Gruppen weiter an, überdurchschnittlich stark bei unter 30-Jährigen, Frauen und Personen mit formal mittlerem Bildungsabschluss.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Besitz / Zugang

Angaben in Prozent

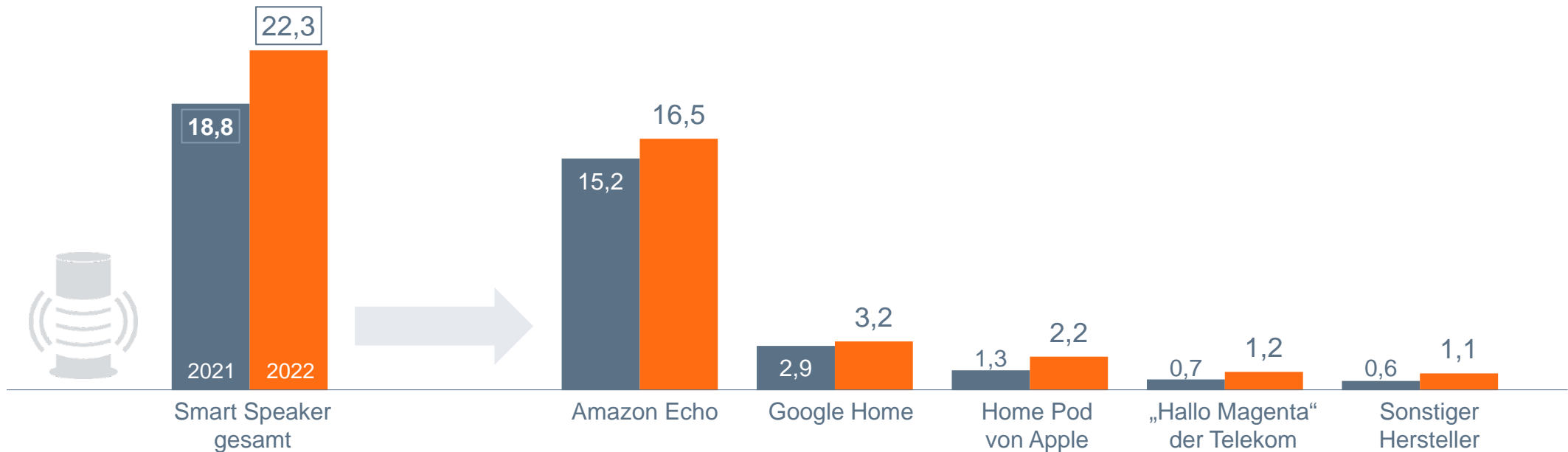


Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
 Angaben in Prozent; Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Der Smart-Speaker-Markt wird nach wie vor dominiert von Amazon Echo („Alexa“) – drei Viertel der Sprachassistent-Nutzer:innen haben ein solches Gerät. Andere Hersteller legen nur langsam zu.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Smart Speaker Hersteller
Angaben in Prozent



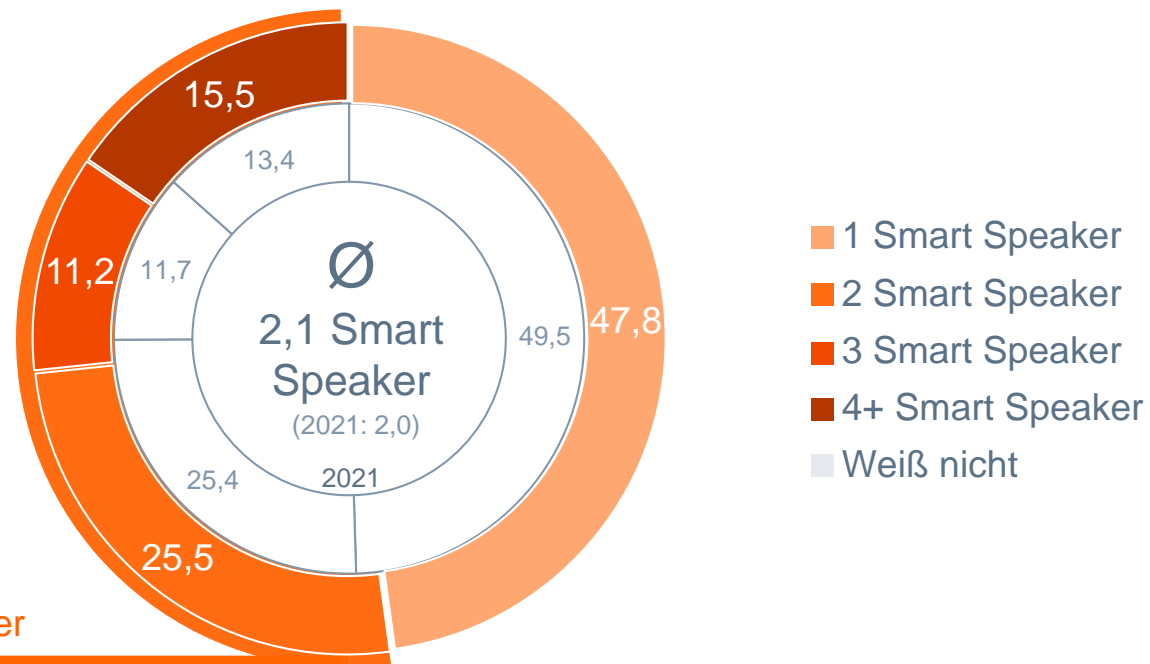
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung? | Frage 26: Über welche(n) Smart Speaker verfügen Sie bei sich zu Hause?
Angaben in Prozent; Basis 2022: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.756)

Einer ist oft nicht genug: Rund jede:r Zweite mit Zugang zu einem Smart Speaker hat zwei oder mehr davon.

Zugang zu Smart Speakern - Anzahl

Angaben in Prozent

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



52,2% (2021: 50,5%)
Zugang zu mehr als einem Smart Speaker

Hochgerechnet befinden sich mehr als **29 Mio. Geräte** in den deutschen Haushalten



Frage 25: Wie viele Smart Speaker Geräte haben Sie in Ihrem Haushalt?
Angaben in Prozent ohne „weiß nicht“; Basis 2022: 15,698 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu mindestens einem Smart Speaker haben (n=1.895)

Neun von zehn Online-Audio-Nutzer:innen mit Smart Speaker im Haushalt hören über ihn auch Audio-Inhalte. Jeweils ähnlich viele streamen Musik bzw. hören Webradio.

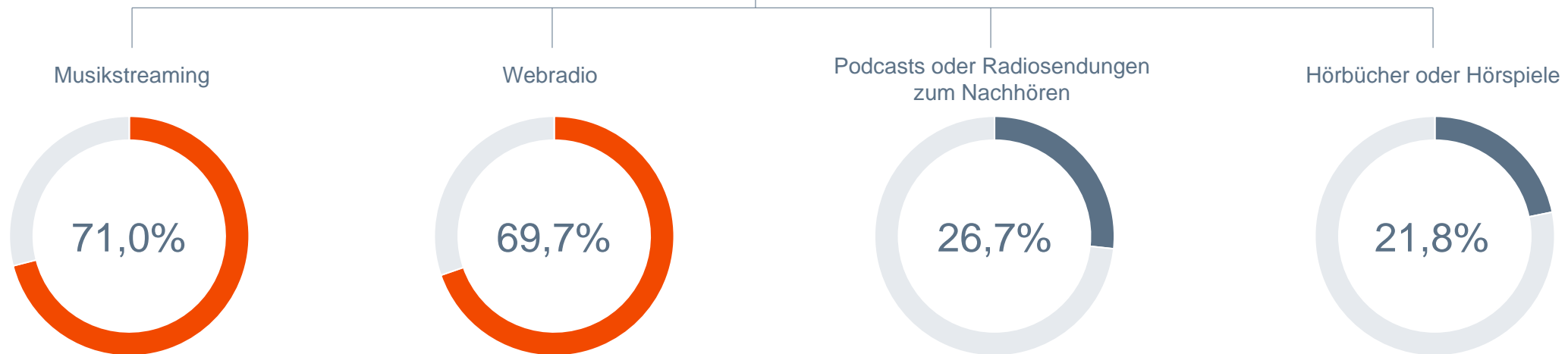
Smart Speaker: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

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



93,1% (=13,7 Mio.) hören Radio oder andere Audio-Inhalte über ihren Smart Speaker



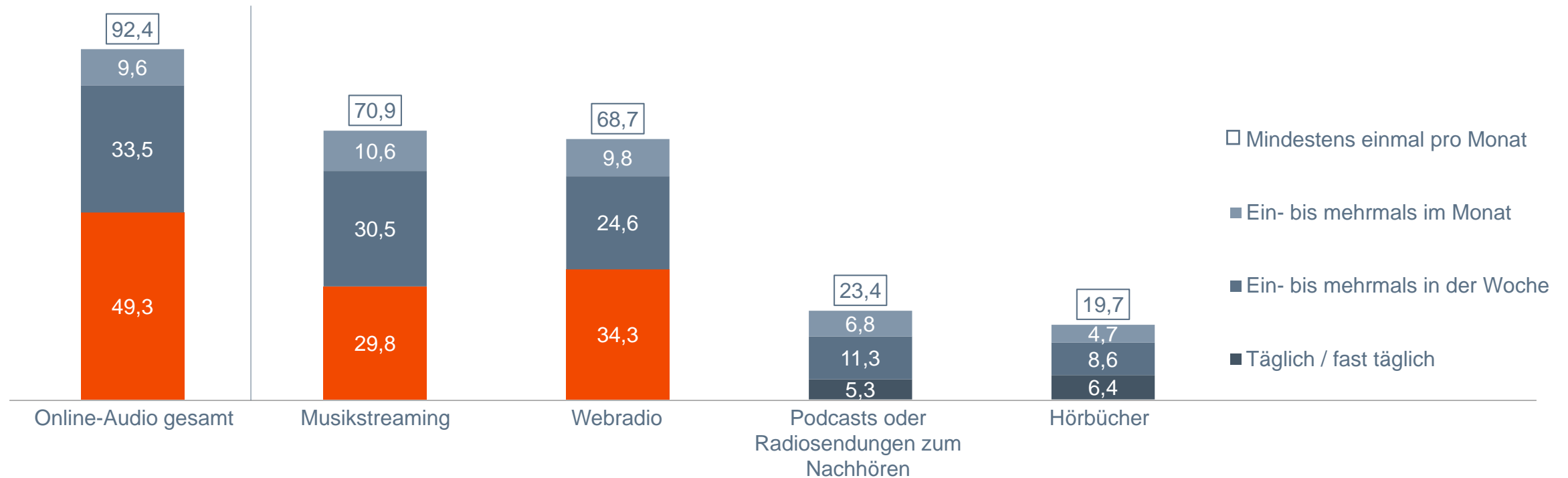
Frage 28: Welche der folgenden Angebote hören Sie über Ihren Smart Speaker?
Angaben in Prozent; Basis: 14,706 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart Speaker haben (n=1.765)

Rund jede:r zweite, die oder der einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzt, tut dies täglich oder fast täglich. Musikstreaming insgesamt vor Radio, Radio bei (fast) täglicher Nutzung vorn.

Smart Speaker: Nutzungsfrequenz für Audio-Inhalte

Angaben in Prozent

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



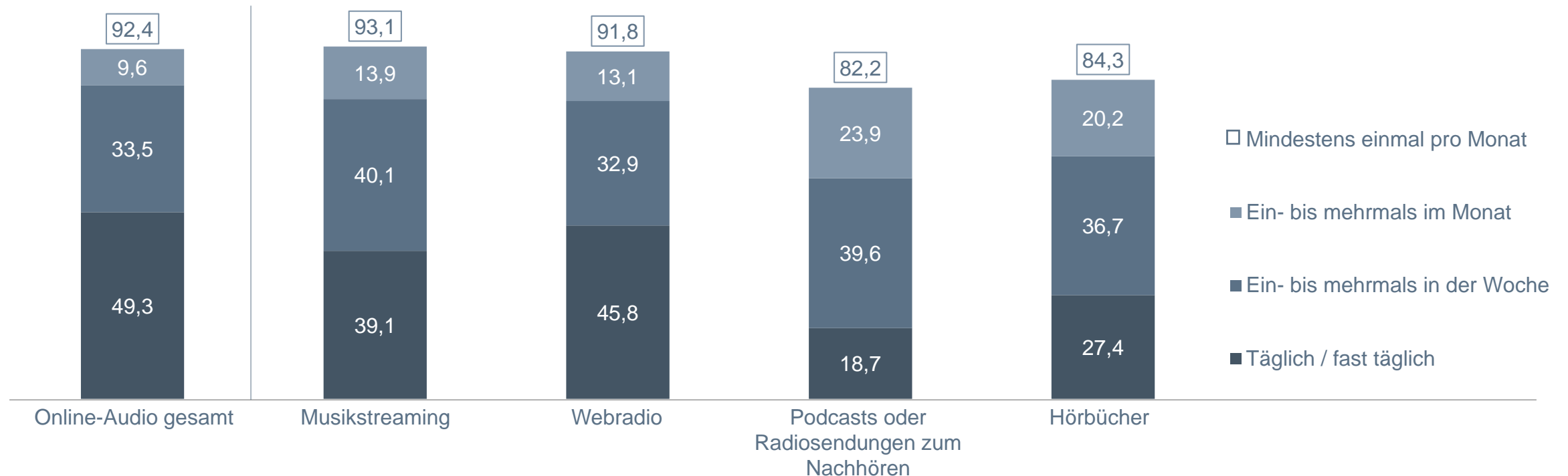
Frage 31: Wenn Sie einmal an die Nutzung von Audio-Inhalten über Ihren Smart Speaker denken. Wie oft ...
 Angaben in Prozent; Basis: 13.697 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=1.635)

Musikstreaming und Webradio auch mit Blick auf die jeweiligen Nutzenden vorne. Aber wer Podcasts oder Hörbücher über einen Smart Speaker hört, tut dies zu jeweils über 80 Prozent mindestens einmal im Monat.

Smart Speaker: Nutzungsfrequenz für Audio-Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die das jeweilige Audio-Angebot am Smart Speaker nutzen



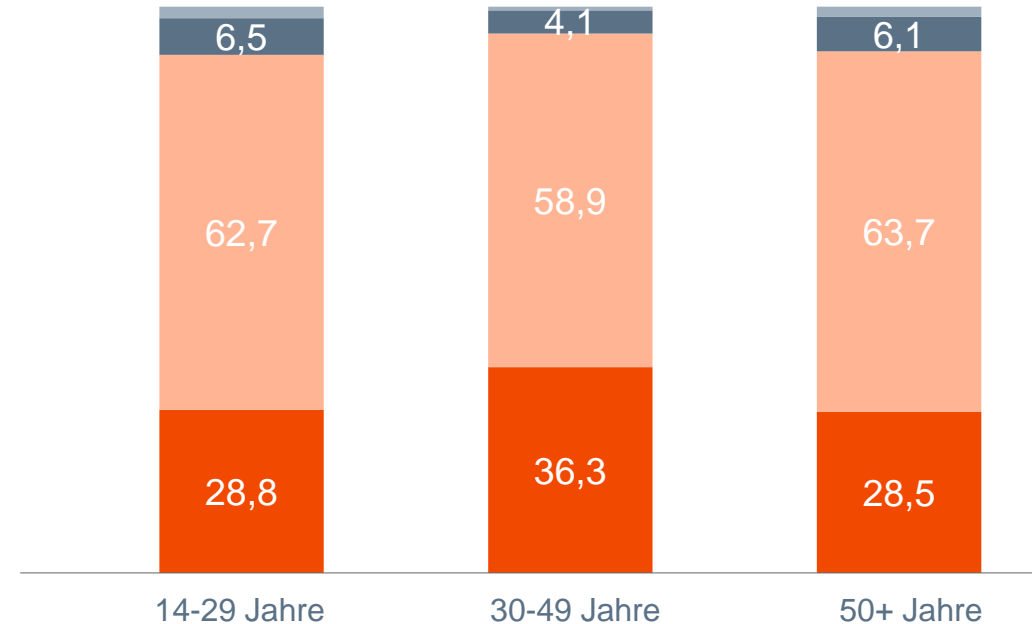
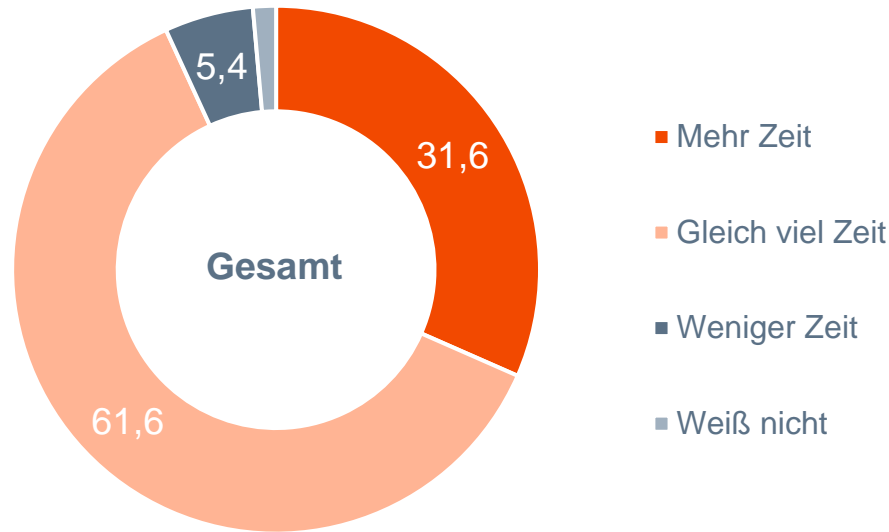
Frage 31: Wenn Sie einmal an die Nutzung von Audio-Inhalten über Ihren Smart Speaker denken. Wie oft ...
 Angaben in Prozent; Basis: 14.706 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=1.765), davon Radio (n=1.253 / 10,254 Mio.), Musikstreaming (n=1.251 / 10,437 Mio.), Podcasts (n=488 / 3,922 Mio.), Hörbücher (n=397 / 3,208 Mio.)

Etwa jede:r Dritte gibt an, seit Erwerb des Smart Speakers mehr Zeit mit dem Hören von Radio oder anderen Audio-Inhalten über das Netz zu verbringen.

Veränderung Online-Audio-Nutzung durch Erwerb eines Smart Speakers

Angaben in Prozent

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



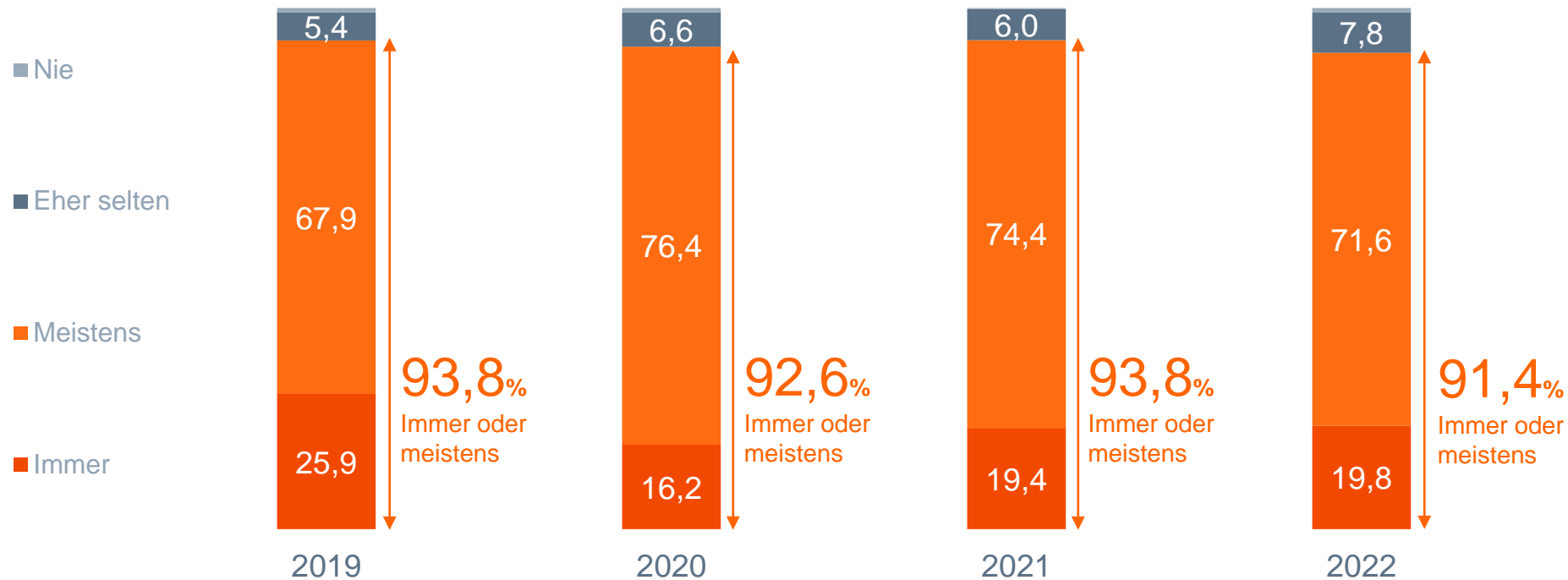
Frage 32: Verbringen Sie, seitdem Sie Ihren Smart Speaker haben, jetzt insgesamt mehr, gleich viel oder weniger Zeit mit dem Hören von Radio oder anderen Audio-Inhalten über das Internet?
 Angaben in Prozent; Basis: 13,697 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=1.635)

Nach wie vor liefern Alexa, Google Home & Co. meist wie gewünscht. Umgekehrt betrachtet: Rund 80 Prozent der Fälle erhalten nicht immer sofort, was sie eigentlich hören wollten.

Smart Speaker: Erhalt des gewünschten Inhalts

Angaben in Prozent

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



Frage 34: Wenn Sie Audio-Inhalte über Ihren Sprachassistenten aufrufen, bekommen Sie da den gewünschten Inhalt?

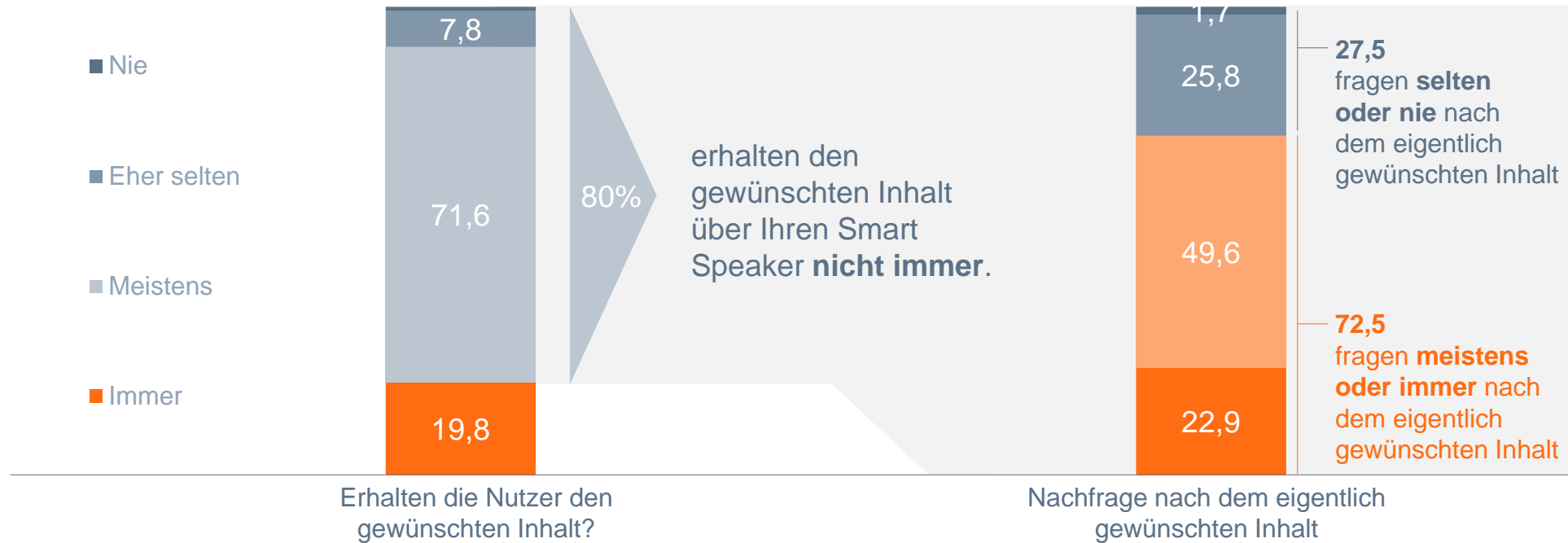
Angaben in Prozent ohne „weiß nicht“; Basis 2022: 13,697 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=1.635)

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

Smart Speaker: Nachfrage nach dem ursprünglich gewünschten Inhalt

Angaben in Prozent

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



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 ohne „weiß nicht“; Basis: 13,697 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=1.635)

8

Methodische Hinweise



Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2022

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 seither eine eigenständige Studie, die inhaltlich den Radio-Digitalisierungsbericht ergänzt. Seither beteiligen sich auch die Landesmediananstalten Berlin-Brandenburg (mabb) und Baden-Württemberg (LFK) sowie die Landesanstalt für Medien NRW an dem Projekt. Seit dem letzten Jahr ist auch die RMS (Radio Marketing Services) als Partner dabei.
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 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,868 Mio. Haushalten
Stichprobe / Zielperson:	<p>Die Studie wurde als so genannte Dual-Frame-Telefonbefragung, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Festnetz: 58%, Mobil: 42%). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.</p> <p>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 50 Prozent CATI- und 50 Prozent CAWI-Interviews.</p> <p>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.</p>

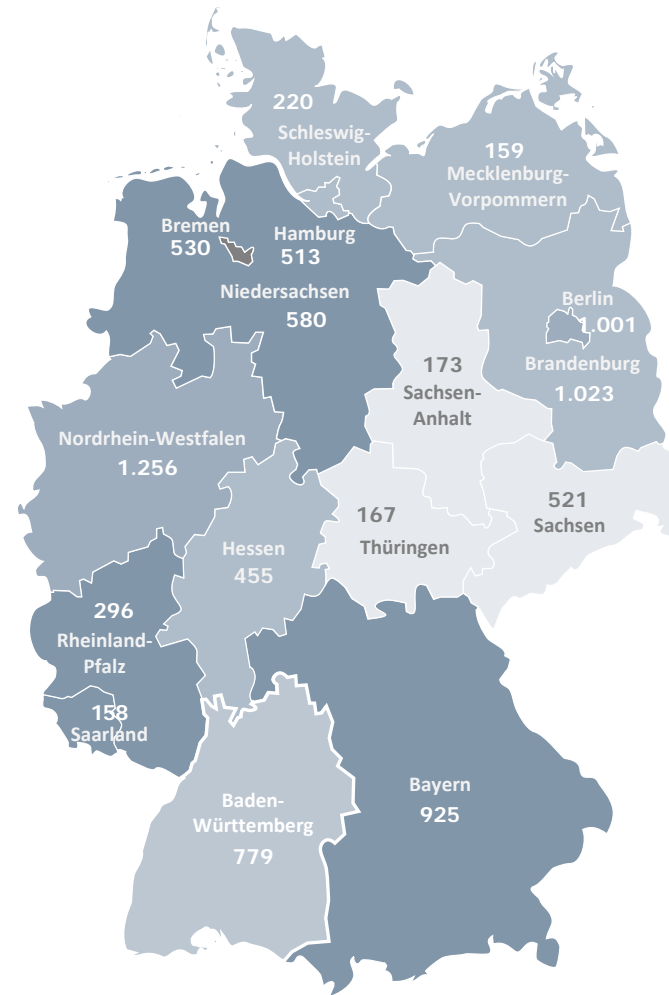
Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2022

Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 6.025 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 6.025 Interviews verteilen sich bevölkerungsproportional auf die einzelnen Bundesländer.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 2.731 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg 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: 04.05. – 22.06.2022 CAWI: 10.05. – 22.06.2022
Zentrale Untersuchungsinhalte:	<p>Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalten: Unterschieden werden dabei: Webradio vs. Audio-on-Demand (getrennt nach Musik, Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher/Hörspiele):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plattformen • Genutzte Geräte • Genutzte Inhalte • Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungsort / -situationen • Nutzungsfrequenz und –intensität (Anteil Online-Audio-Nutzung an Audio-Nutzung gesamt) <p>Schwerpunkthemen der Erhebung 2022 waren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podcasts • Smart Speaker

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2022

Realisierte Interviews 2022	Anzahl
Baden-Württemberg	779
Bayern	925
Berlin	1.001 *
Brandenburg	1.023 *
Bremen	530 *
Hamburg	513 *
Hessen	455
Mecklenburg-Vorpommern	159
Niedersachsen	580
Nordrhein-Westfalen	1.256
Rheinland-Pfalz	296
Saarland	158
Sachsen	521 *
Sachsen-Anhalt	173
Schleswig-Holstein	220
Thüringen	167
Summe	8.756



* Disproportionale Fallzahlaufstockungen