

GEMEINSAME PRESSEMITTEILUNG

Smarte Stereoanlage mit Big Screen

OAM 2023: Über 50 Millionen hören Online Audio, 19 Millionen über einen Smart TV

Stuttgart, 14.09.2023. Die Online-Audio-Nutzung in Deutschland erreicht einen neuen Höchstwert: 50,2 Mio. Personen in Deutschland hören zumindest gelegentlich Audio-Angebote aus dem Internet, das entspricht 71% der Bevölkerung ab 14 Jahren. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Online-Audio-Nutzung damit leicht um zwei Prozentpunkte gestiegen. Den größten Zugewinn verzeichnet Webradio, das vor allem in der Altersgruppe der ab 50-Jährigen mehr gehört wird. Musikstreaming bleibt in der Gesamtbevölkerung aber das meistgenutzte Online-Audio-Format (60%) vor Webradio (52%), Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören (30%) und Hörbüchern und Hörspielen (24%). Das sind einige der Ergebnisse des Online-Audio-Monitors 2023, der heute im Rahmen einer Online-Veranstaltung präsentiert wurde.

Smarte Hörerschaft

Knapp zwei Drittel der Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (45,3 Mio.) hören mindestens einmal im Monat Online Audio, die meisten von ihnen nach wie vor über das Smartphone (80%). Andere „smarte“ Geräte wie Smart Speaker, Smart TV, Smartwatch und auch das WLAN-Radio legen deutlich zu. Gerade die Verfügbarkeit von Smart Speakern wächst beträchtlich - um 22% im Vergleich zum Vorjahr. 19,2 Mio. Personen ab 14 Jahren haben mittlerweile Zugang zu einem Lautsprecher mit Sprachsteuerung. Und: Fast alle nutzen über den Smart Speaker auch Online-Audio-Inhalte, vorrangig Musikstreaming (73%) und Webradio (72%).

Smarte Fernseher

Smart TVs - also Fernseher, die direkt oder über Zusatzgeräte mit dem Internet verbunden sind - gewinnen weiter an Relevanz als Audio-Geräte. Mehr als ein Viertel der ab 14-Jährigen in Deutschland (27%) hört über den Smart TV Online-Audio-Inhalte, die meisten von ihnen Webradio (75%) oder Musikstreaming (60%). Der Zugang am Smart TV erfolgt meist über eine Streaming App (48%) oder die App eines Radiosenders oder einer Mediathek (41%). Jeweils fast ein Drittel nennt Klang und Komfort als einen Hauptgrund für die Online-Audio-Nutzung über Smart TV. Bei einem Fünftel ist der smarte Fernseher das einzige Gerät mit Lautsprecher im Raum, fast ebenso viele schätzen die zusätzlichen Infos und Bilder auf dem Bildschirm.

Smarte Autos

Die Hälfte der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (49%) hört Online-Audio-Angebote, wenn sie mit Auto, Bus, Bahn, Flugzeug, Fahrrad oder zu Fuß unterwegs ist. Das Auto nimmt dabei eine prominente Rolle ein: 60% der regelmäßigen Online-Audio-Nutzenden hören dort Online-Audio-Inhalte - damit ist „im Auto“ die häufigste

Nutzungssituation überhaupt. Musikstreaming (56%) und Webradio (52%) sind hier die am häufigsten genutzten Online-Audio-Angebote. Das eingebaute Infotainmentsystem ist auch für Online Audio die Schaltzentrale im Auto. Zwei Drittel nutzen die Inhalte direkt über das Infotainmentsystem (67%), knapp die Hälfte koppelt (auch) sein Smartphone oder Tablet damit (48%).

„Die Online-Audio-Welt bringt eine nie dagewesene Vielfalt der Angebote mit sich. Und diese Vielfalt kommt an – das zeigt sich nicht zuletzt an der wachsenden Beliebtheit von Online-Audio in der Altersgruppe 50+“, so Dr. Thorsten Schmiege, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). „Ganz klar, dass diese Vielfalt auch ins Auto gehört: Hier muss es Fair Play im Cockpit geben, d.h. die smarten Infotainmentgeräte müssen einen chancengleichen und diskriminierungsfreien Zugang zu den verschiedenen Inhalten gewährleisten. Genau dafür setzen sich die Landesmedienanstalten ein.“

Marco Maier, Vorsitzender des Fachbereichs Radio und Audiodienste im VAUNET und Geschäftsführer der Radio/Tele FFH, ergänzt: „Die leichte Auffindbarkeit der Programme auf den Benutzeroberflächen moderner InCar-Infotainmentsysteme ist für uns Radioveranstalter und unsere Hörerinnen und Hörer enorm wichtig. Das gilt aber selbstverständlich auch darüber hinaus für alle anderen Audio-Geräte und Plattformen. Wir begrüßen das Engagement der Medienanstalten in diesem Bereich sehr, zumal die Relevanz von Webradio und Online-Audio weiter zunimmt. Die positive Entwicklung der Webradionutzung freut uns natürlich und bestätigt das Engagement der privaten Radiosender.“

„Der Online-Audio-Monitor belegt eindrucksvoll, wie sich die Nutzung interaktiver Online-Audio-Formate ausweitet: TV-Geräte werden zu Radios und Autos zu smarten Online-Devices“, sagt Björn Kaspring, stellvertretender Vorsitzender der Fokusgruppe Audio im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. und Vice President Product Management Ströer Digital Media. „Werbungtreibenden steht heute eine hohe und werberelevante Reichweite zur Verfügung, die Online-Audio in Verbindung mit datenbasierten Werbeaussteuerung und Leistungsnachweisen sowie dem programmatischen Handel von Audio-Werbung zu einem hocheffizienten und innovativen Marketingkanal macht. Das zeigt sich auch im kreativen Einsatz visueller Formate, die Audiokampagnen auf vielen digitalen Endgeräten in ihrer Wirkung noch verstärken können.“

Ansprechpartner für Presseanfragen:

Dominik Rudolph
Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
E-Mail: presse@lfk.de

Fachlicher Ansprechpartner:

Thomas Rathgeb
Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
E-Mail: t.rathgeb@lfk.de

Über die Landesanstalt für Kommunikation (LFK)

Die LFK ist die Medienanstalt für Baden-Württemberg. Sie lizenziert und beaufsichtigt den privaten Rundfunk, weist Übertragungskapazitäten zu und entwickelt und fördert eine vielfältige Medienlandschaft. Sie setzt sich für Meinungsfreiheit und -vielfalt ein, gerade auch auf digitalen Verbreitungswegen, Telemedien und Social Media.

Die LFK ist außerdem zuständig für den Jugendmedienschutz und die Vermittlung von Medienkompetenz. Hierzu engagiert sie sich in zahlreichen Projekten und bietet Aus- und Fortbildungsmaßnahmen an.

Über den Online-Audio-Monitor 2023

Der Online-Audio-Monitor untersucht bevölkerungsrepräsentativ die Online-Audio-Nutzung der ab 14-Jährigen in Deutschland. Insgesamt wurden 8.093 CATI- und CAWI-Interviews realisiert. Die CATI-Stichprobe setzt sich sowohl aus Festnetz- als auch Mobilfunknummern zusammen. Der Erhebungszeitraum des Online-Audio-Monitors war vom 24. April bis 13. Juni 2023.

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

Der Gesamtbericht zum Online-Audio-Monitor 2023 steht unter <http://www.online-audio-monitor.de> zum Download zur Verfügung.