



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2025

Auftraggeber:



Umsetzung:

Inhaltsverzeichnis

1	Nutzung Online-Audio-Angebote	3	4	Online-Audio & KI	47	11	Methodische Hinweise	98
2	Nutzungsintensität und -anteile	12	5	Genutzte Geräte	57			
3	Podcasts	18	5.1	Smart Speaker	61			
3.1	Podcast-Nutzung	19	5.2	Smart TV	65			
3.2	Podcasts: Inhalte & Rolle als Infomedium	28	6	Genutzte Plattformen	75			
3.3	Podcast-Touchpoints & Monetarisierung	41	7	Nutzungssituationen	85			
			8	Online-Audio im Auto	91			

1

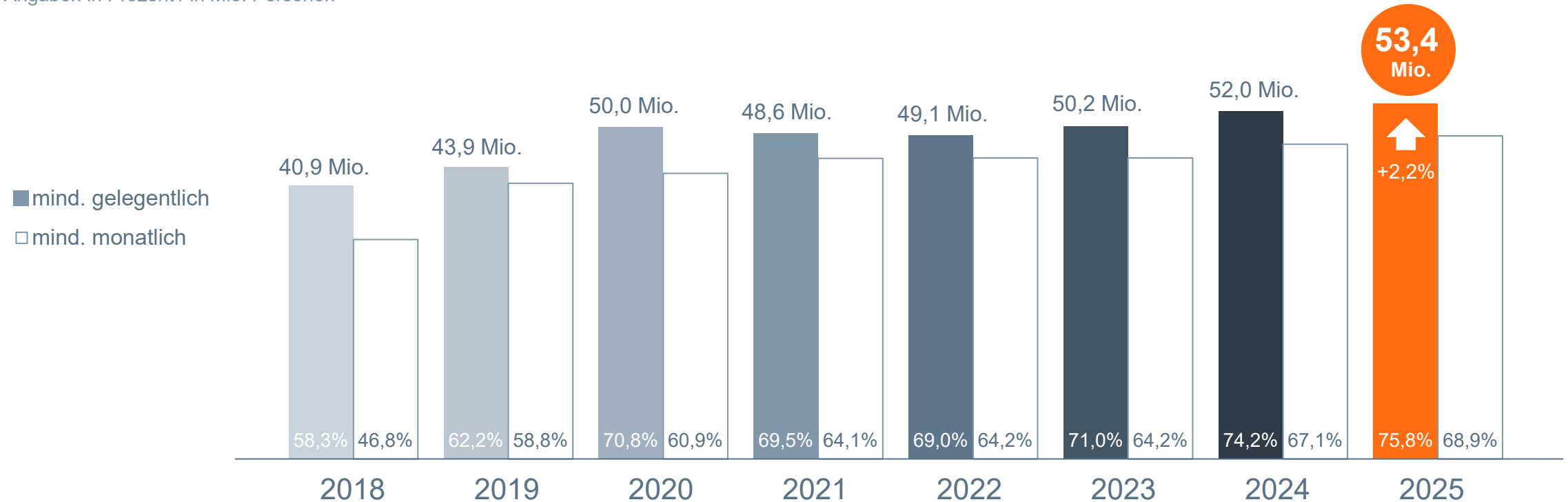
Nutzung Online-Audio-Angebote

Online-Audio erreicht neuen Spitzenwert: erstmals über 53 Millionen Online-Audio-Nutzende. Die monatliche Nutzung steigt proportional auf 69 Prozent.

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, 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?

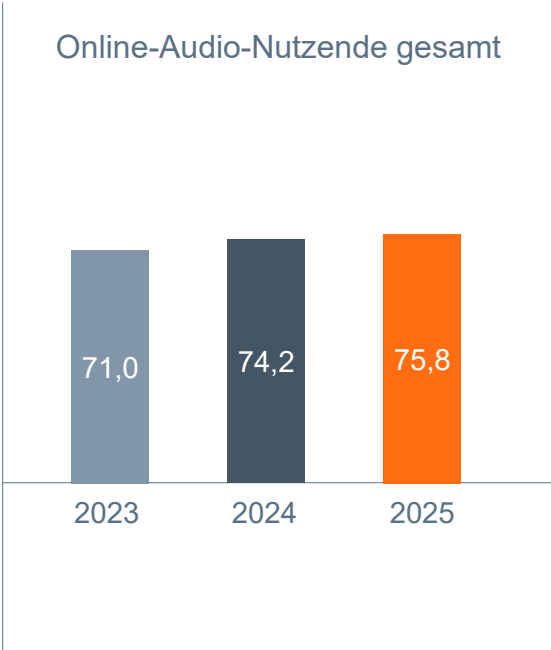
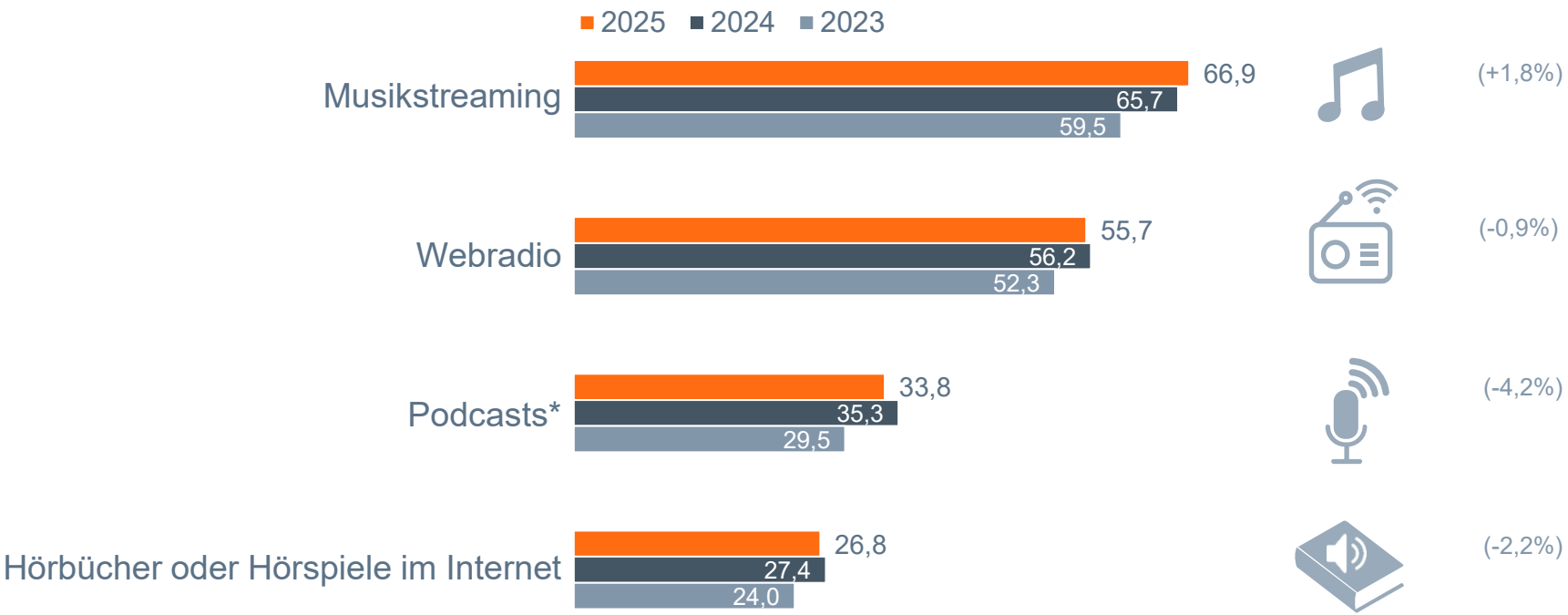
Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Musikstreaming weiter auf Wachstumskurs. Hörbücher und Podcasts bleiben leicht unter Vorjahresniveau, Webradio stabil.

Nutzung Online-Audio-Angebote: 2023-2025

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



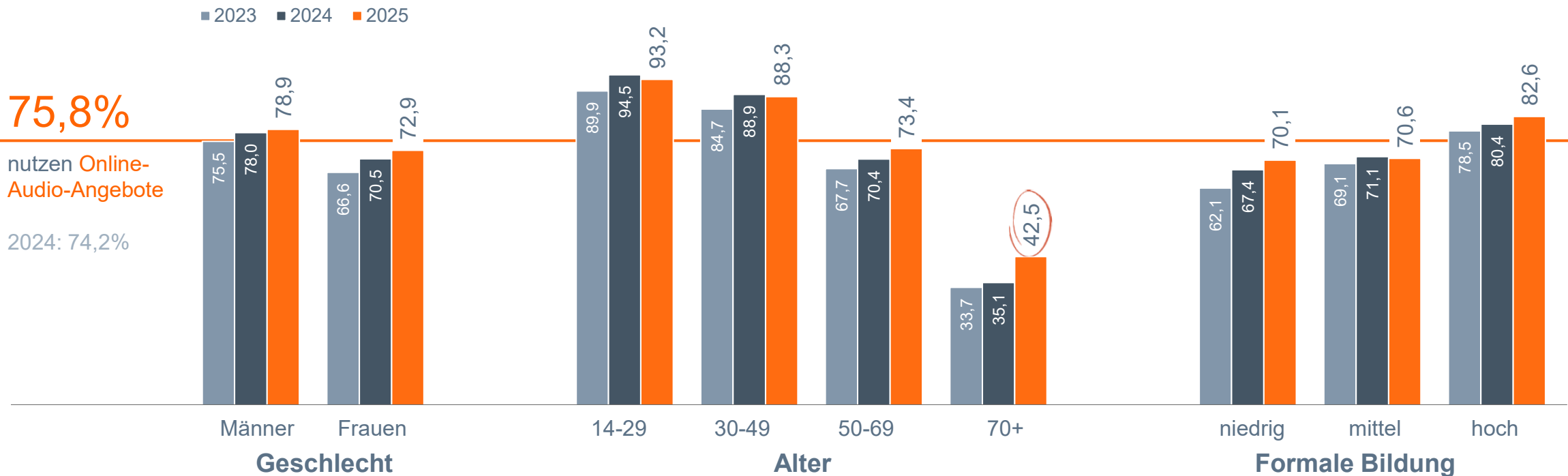
* bis 2024 „Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören“
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher 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 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Wachstum ab 50, insbesondere 70+ entdecken Online-Audio für sich. Bei jüngeren Zielgruppen bleibt die Nutzung auf sehr hohem Niveau.

Online-Audio-Nutzende nach Geschlecht, Alter und formaler Bildung

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



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, 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 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Die Webradio-Nutzung bleibt stabil, auch hinsichtlich der Programmarten. Simulcast-Sender werden nach wie vor von nahezu der Hälfte gehört, Web-only von knapp einem Drittel.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Webradio-Nutzung im Detail

Angaben in Prozent



2025 2024 2023

Webradio



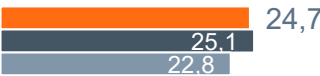
Simulcast-Sender



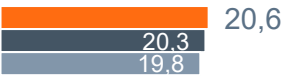
Web-only-Programme gesamt



Online-"Ableger" von klassischen Radiosendern



Genuine Webradioprogramme



Simulcast-Sender: Radiosender, die man sowohl über das Internet als auch über UKW/DAB+ hören kann. / **Online-"Ableger":** Webstreams von bekannten, „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann und die meist auf eine bestimmte Musikrichtung ausgerichtet sind. / **Genuine Webradioprogramme:** Webradioprogramme, die es nur im Internet gibt und nicht zu einem bekannten, „klassischen“ Radiosender gehören.

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 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

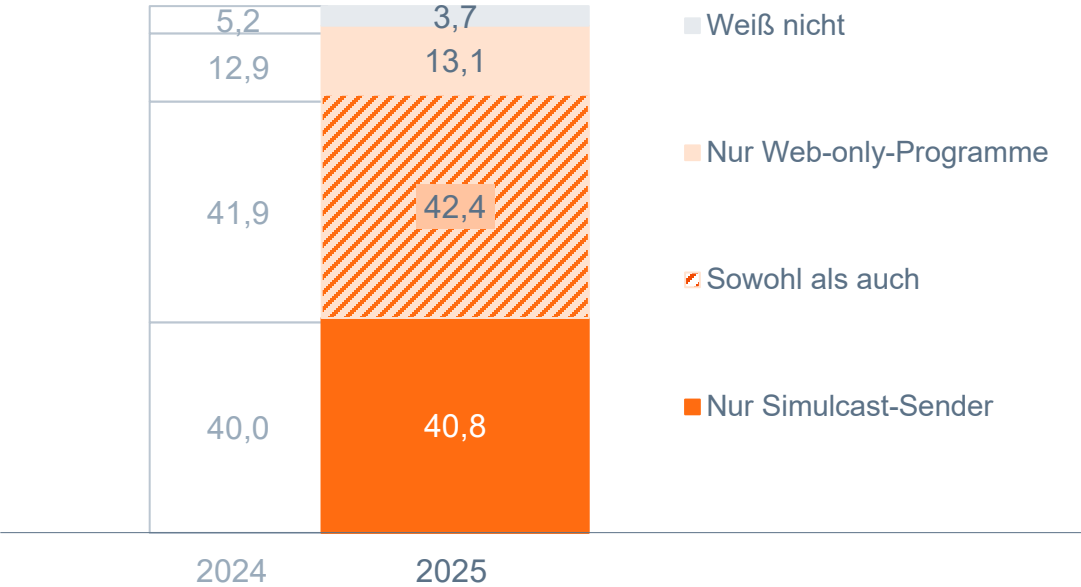
Weiterhin unverändert: Acht von zehn Webradio-Hörer:innen nutzen Simulcast-Sender, die Hälfte von ihnen ausschließlich.

Webradio-Nutzung im Detail: Simulcast-Sender vs. Web-only-Programme

Angaben in Prozent

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

55,7 % der Bevölkerung ab 14 Jahren hören Radio über Web, davon...



Simulcast-Sender: Radiosender, die man sowohl über das Internet als auch über UKW/DAB+ hören kann.

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.

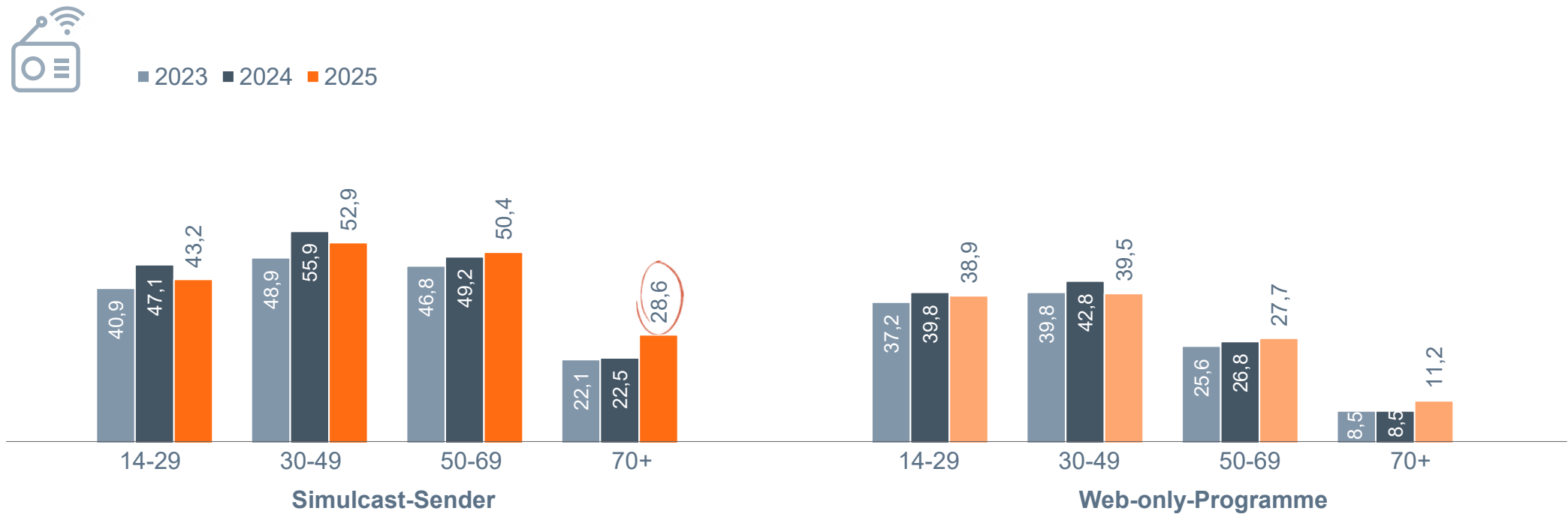
Angaben in Prozent; Basis: 39,283 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Radio über Internet hören (n=3.210)

Simulcast-Sender liegen in allen Altersgruppen vorn. Zuwächse bei den ab 50-Jährigen, insbesondere 70+.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Webradio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent



Simulcast-Sender: Radiosender, die man sowohl über das Internet als auch über UKW/DAB+ hören kann.
 Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

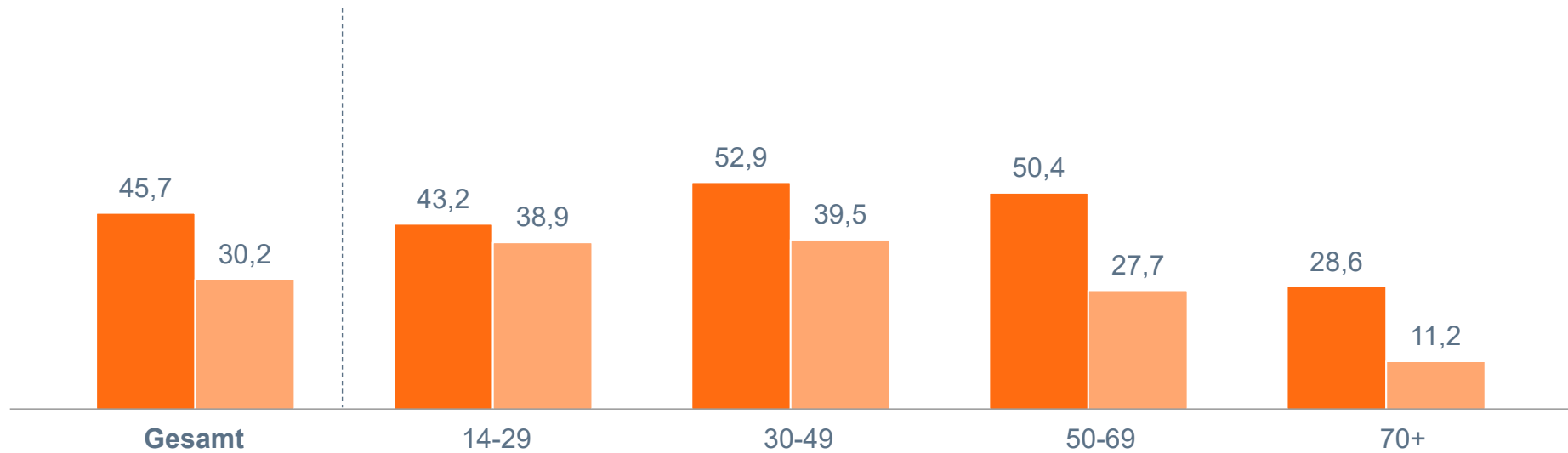
Unter 30-Jährige hören vergleichsweise häufig Web-only-Programme.

Nutzung Webradio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent



■ Simulcast-Sender ■ Web-only-Programme



Simulcast-Sender: Radiosender, die man sowohl über das Internet als auch über UKW/DAB+ hören kann.

Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ?

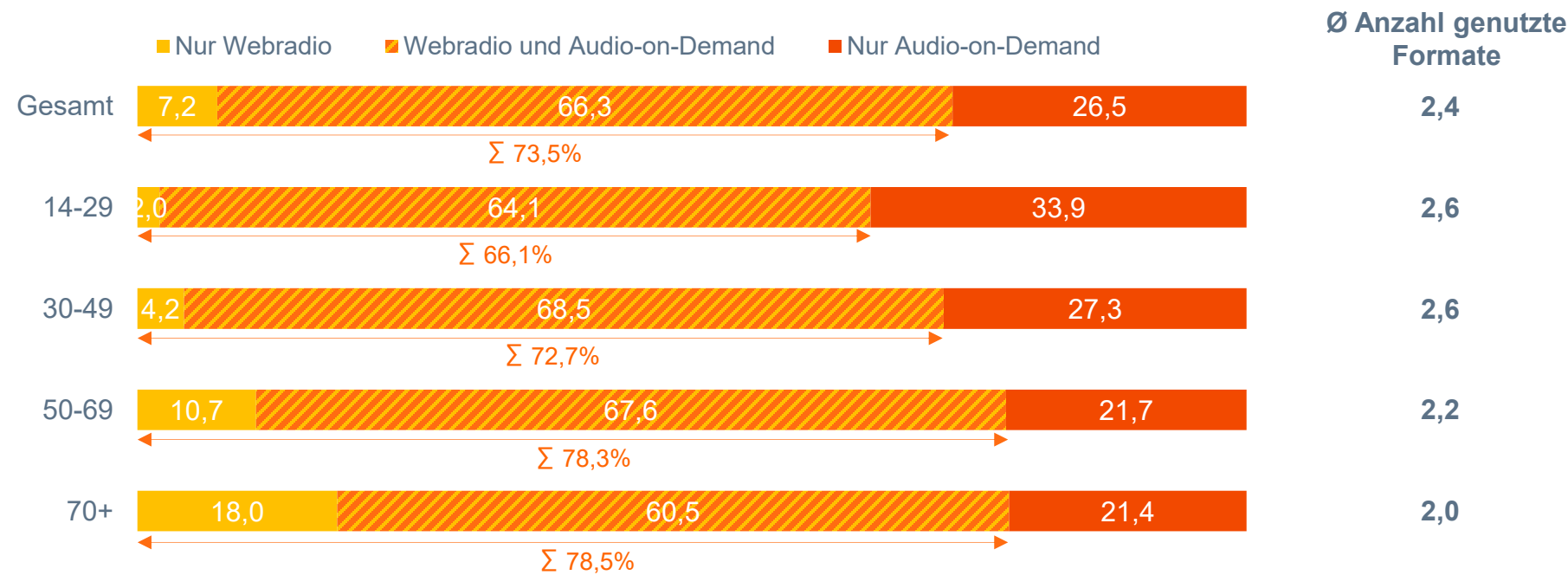
Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Je älter die Online-Audio-Nutzenden sind, desto höher ist der Anteil derer, die ausschließlich Webradio hören. Bei U30 hören nahezu alle Audio-on-Demand.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre

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

Angaben in Prozent



*Audio-on-Demand = Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher/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: 53,425 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

2 Nutzungsintensität

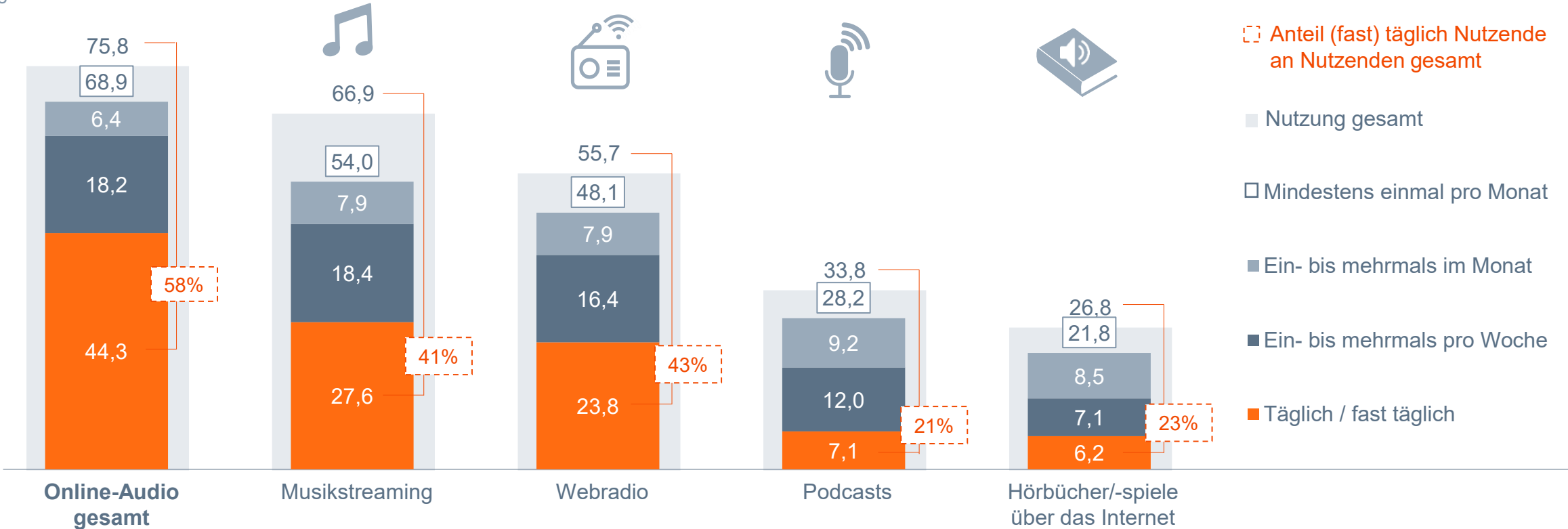


Wer Online-Audio nutzt, bleibt dran: 6 von 10 der Nutzenden hören täglich. Musikstreaming und Webradio haben mit je rund einem Viertel die meisten täglichen Hörer:innen.

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



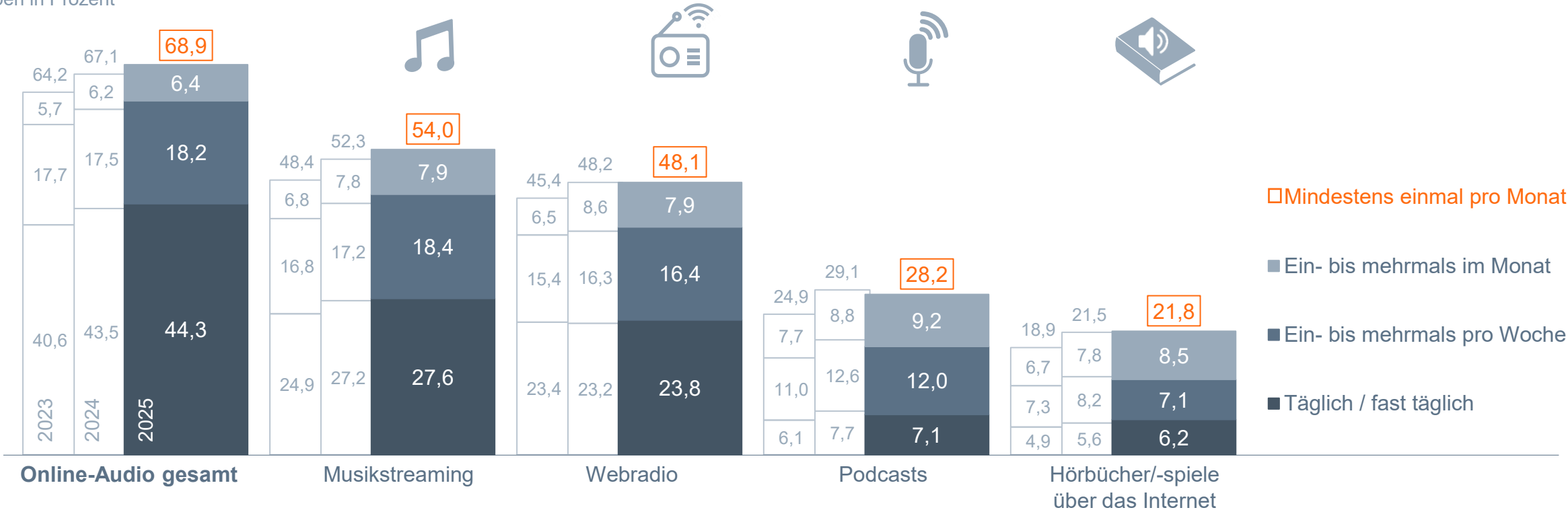
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Musikstreaming und Webradio lassen die tägliche und wöchentliche Nutzung von Online-Audio etwas ansteigen, nur Podcasts bleiben unter Vorjahresniveau.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote – Regelmäßige Nutzung im Trend

Angaben in Prozent

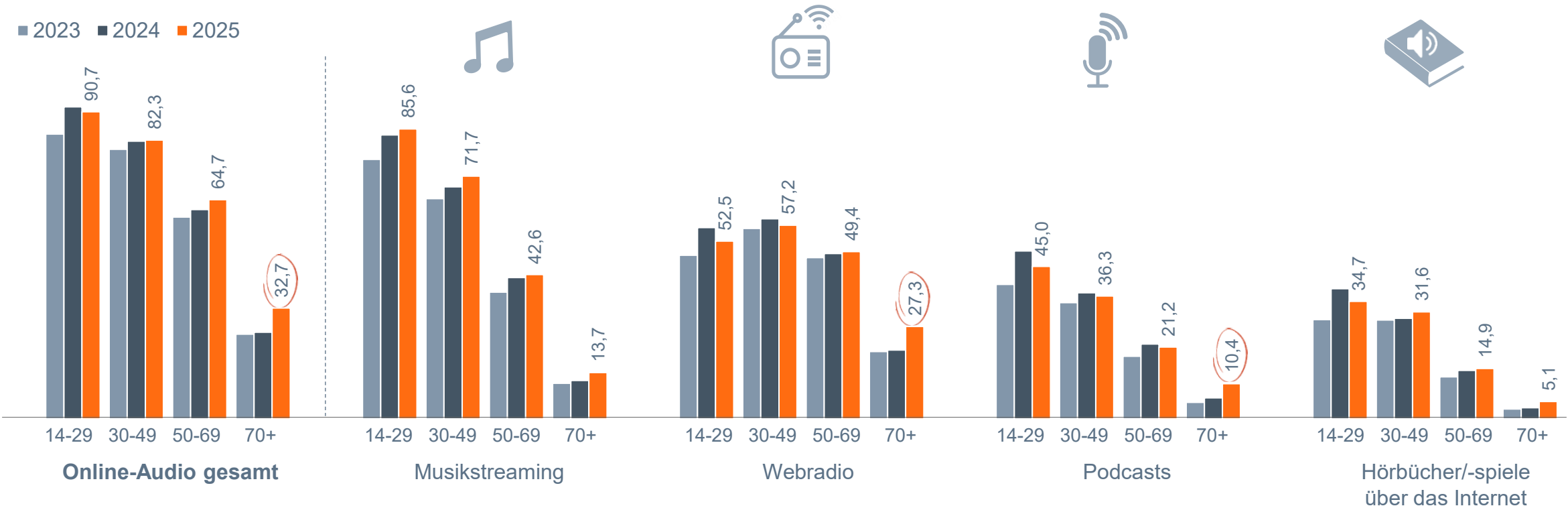


Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Musikstreaming wächst in allen Altersgruppen, Webradio wird bei 50+ beliebter. Podcasts gewinnen bei 70+ regelmäßige Hörer:innen, Hörbücher/Hörspiele bei 30+.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote: Mindestens einmal pro Monat nach Alter im Trend
Angaben in Prozent



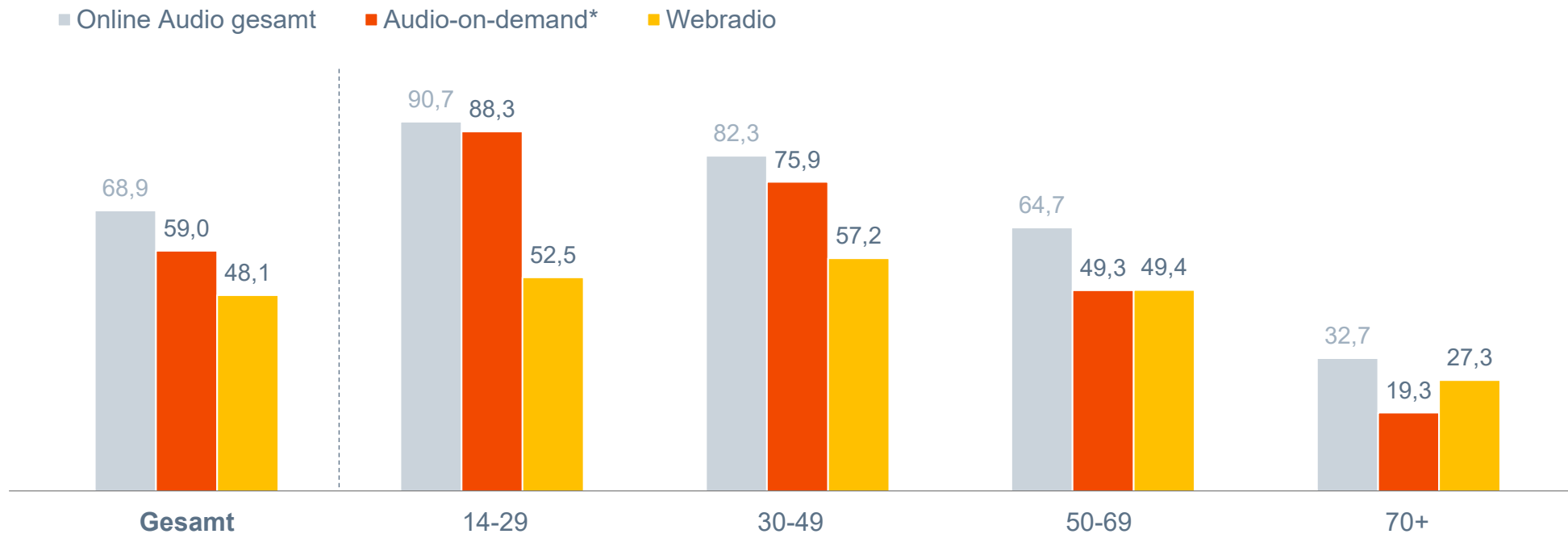
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Je jünger die Hörerschaft, desto höher der Anteil der regelmäßigen On-Demand-Nutzung.
 Personen ab 70 Jahren hören häufiger Webradio als Audio-Inhalte auf Abruf.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

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

Angaben in Prozent



* Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher/-spiele

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

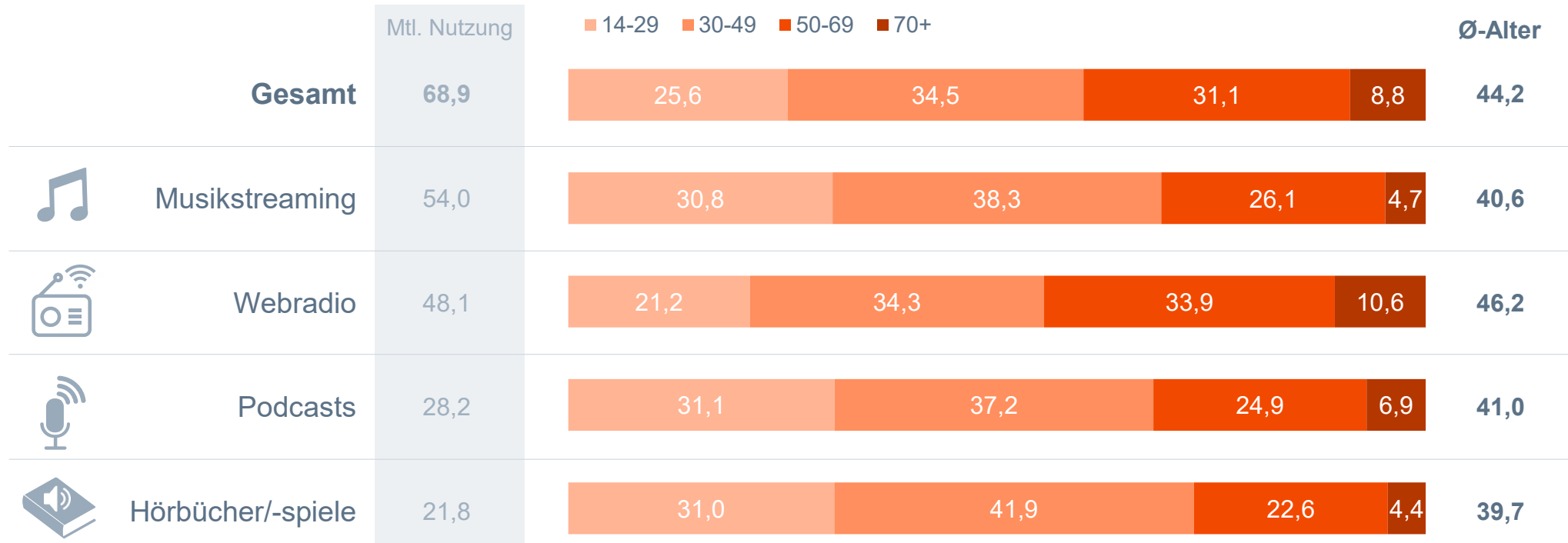
Angaben in Prozent; Basis: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Ähnliche Altersstruktur der Audio-on-Demand-Angebote, während die Webradio-Hörerschaft deutlich älter ist.

Nutzung Online-Audio-Angebote: Altersstruktur der monatlich Nutzenden

Angaben in Prozent

Basis: regelmäßig 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 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603); Basis Altersstruktur: 48,531 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893), 33,929 Mio. Webradio-Nutzende (n=2.774) / 38,057 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=2.943) / 19,886 Mio. Podcast-Nutzende (n=1.679) / 15,339 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=1.250)

3 Podcasts

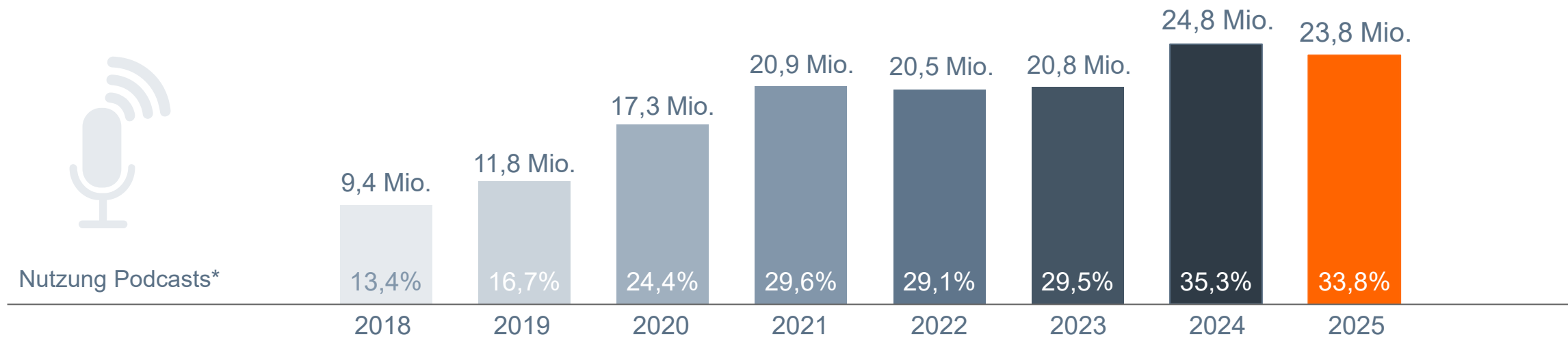


3.1 Podcast-Nutzung

Top-Wert aus dem Vorjahr wird nicht ganz erreicht: Aktuell hören rund 24 Millionen ab 14-Jährige zumindest gelegentlich Podcasts.

Nutzung Podcasts
Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



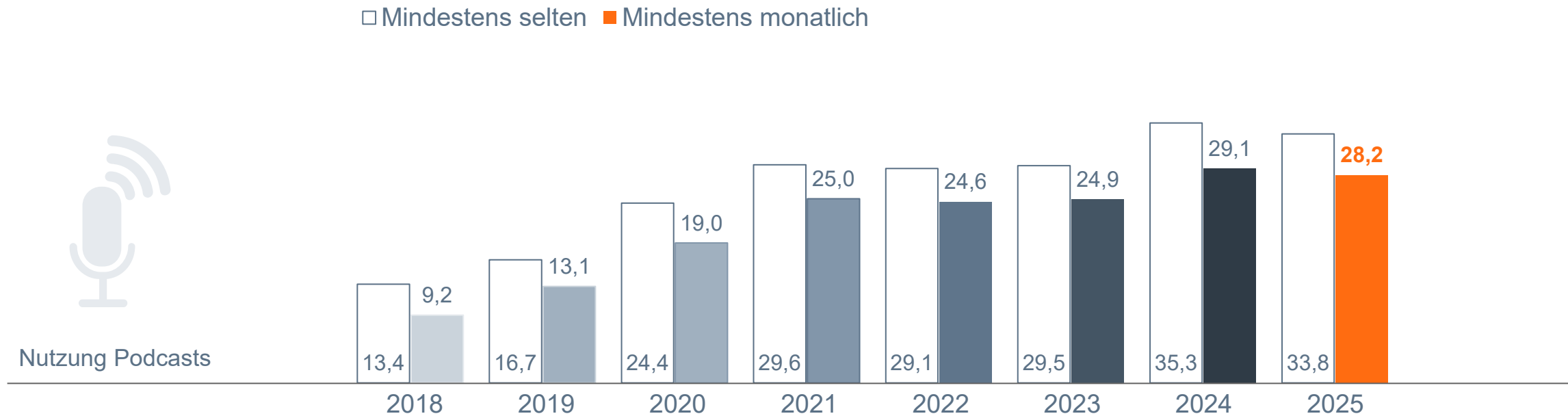
* bis 2024 „Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören“
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Wie die Nutzung insgesamt, geht auch die monatliche Podcast-Nutzung etwas zurück. Sie liegt immer noch deutlich über dem Wert von 2023.

Nutzung Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



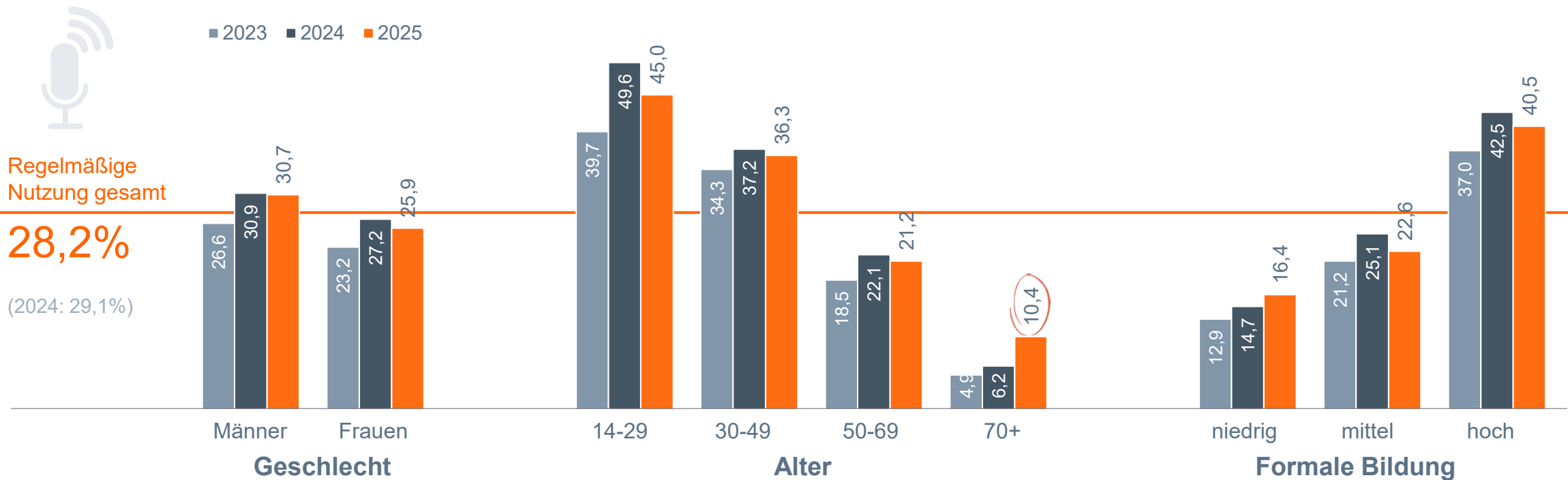
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Vor allem 14- bis 29-Jährige hören aktuell weniger Podcasts, während die ab 70-Jährigen nachziehen.

Regelmäßige Nutzung Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



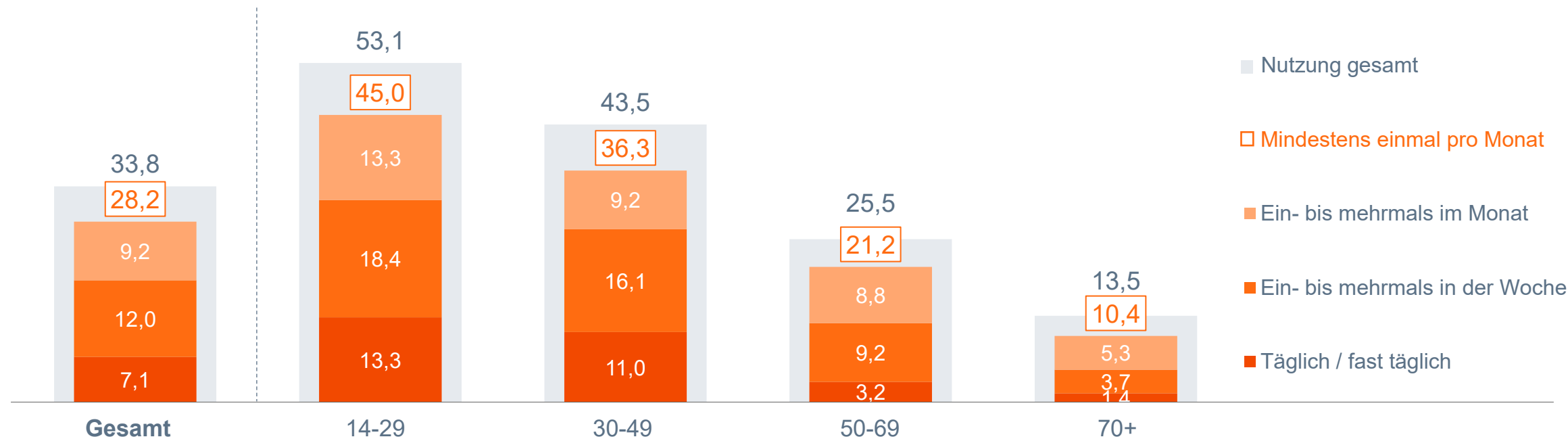
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Bei den Jüngeren finden sich nach wie vor die meisten Heavy User: Ca. ein Drittel der unter 30-Jährigen und gut ein Viertel der 30-49-Jährigen hört Podcasts wöchentlich.

Nutzungsfrequenz Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



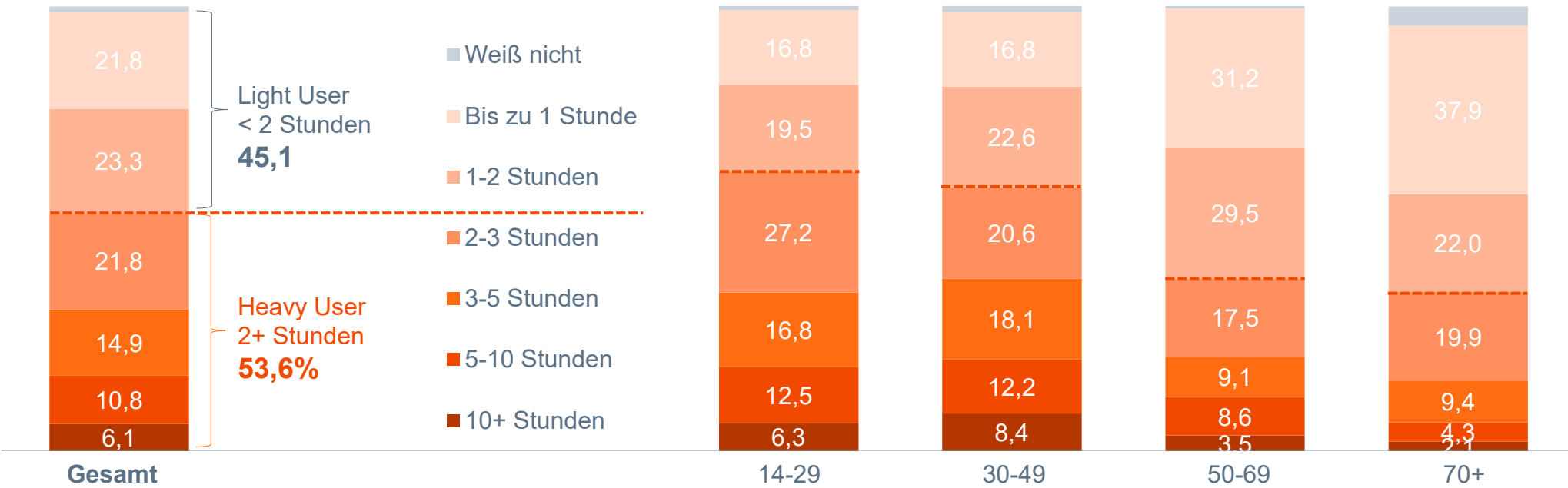
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Über die Hälfte der regelmäßigen Podcast-Nutzenden schätzt die eigene wöchentliche Nutzungsdauer auf 2 Stunden und mehr. Die meisten Heavy User finden sich bei U50.

Dauer der Podcast-Nutzung pro Woche

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



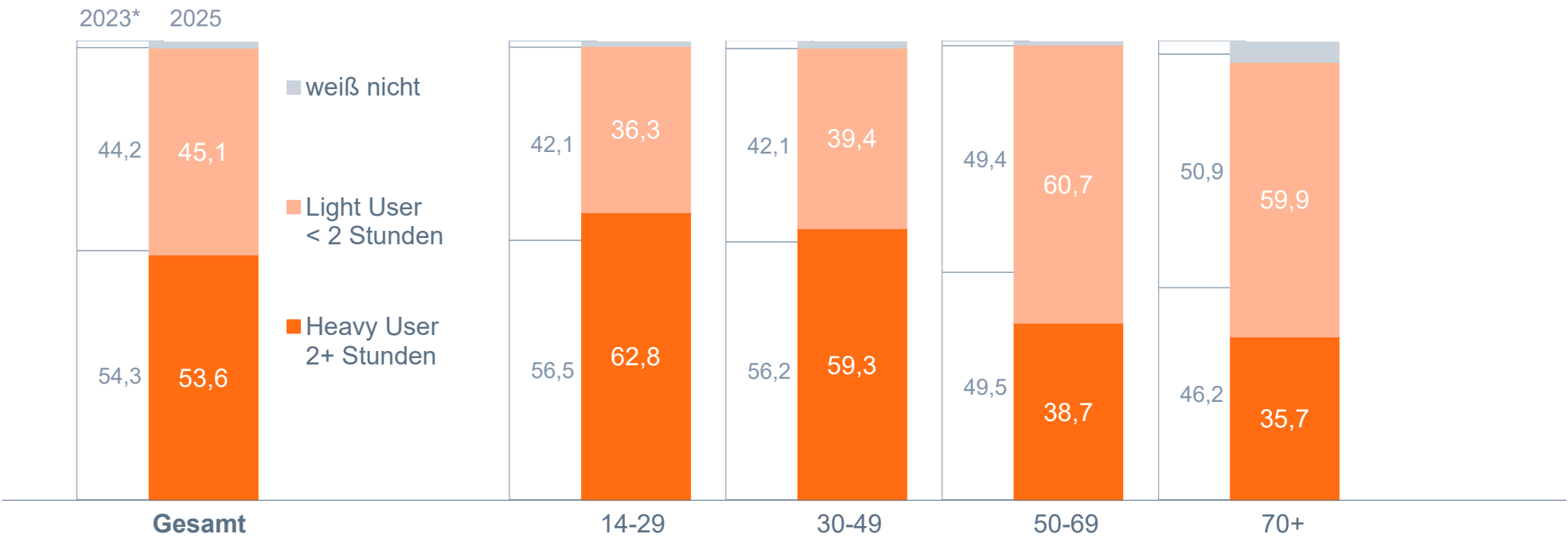
Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts, ganz egal zu welchen Themen?
Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Insgesamt ähnliche Verteilung gegenüber 2023, jedoch nach Alter unterschiedlich gelagert: Zuwachs Heavy User bei 14-49, Rückgang bei 50+.

Dauer der Podcast-Nutzung pro Woche

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



* wurde 2024 nicht erhoben
 Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts, ganz egal zu welchen Themen?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Vier von zehn geben an, dass sie auch Video-Podcasts nutzen. Bei unter 30-Jährigen sind es sogar sechs von zehn.

Nutzung Video-Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

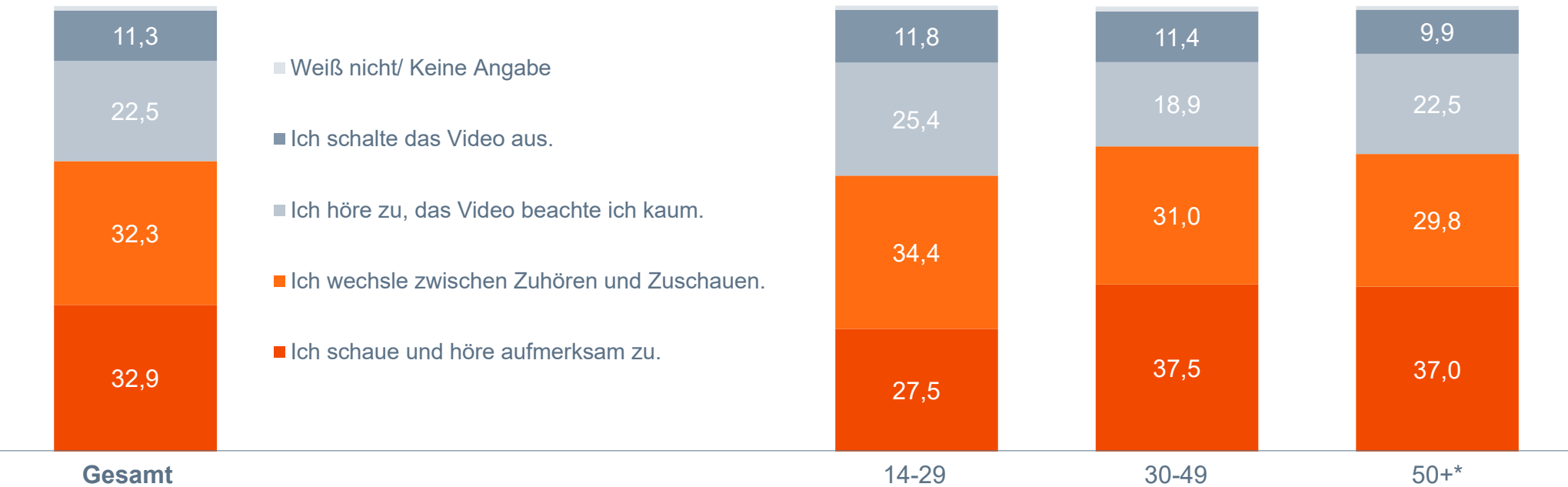


Frage 18C: Wenn Sie an die Podcasts denken, die Sie nutzen. Sind da auch Podcasts dabei, bei denen parallel ein Video läuft?
Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Die Mehrheit nutzt das Video aktiv mit – je ein Drittel der Nutzenden verfolgt es aufmerksam oder teilweise. Konzentriert dabei sind vor allem die ab 30-Jährigen.

Art der Nutzung von Video-Podcasts nach Alter
Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende, die Video-Podcasts nutzen



* 70+ geringe Basis
Frage 18D: Und wie nutzen Sie diese Podcasts, bei denen parallel ein Video läuft, am häufigsten?
Angaben in Prozent; Basis: 8,348 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören und Video-Podcasts nutzen (n=708)



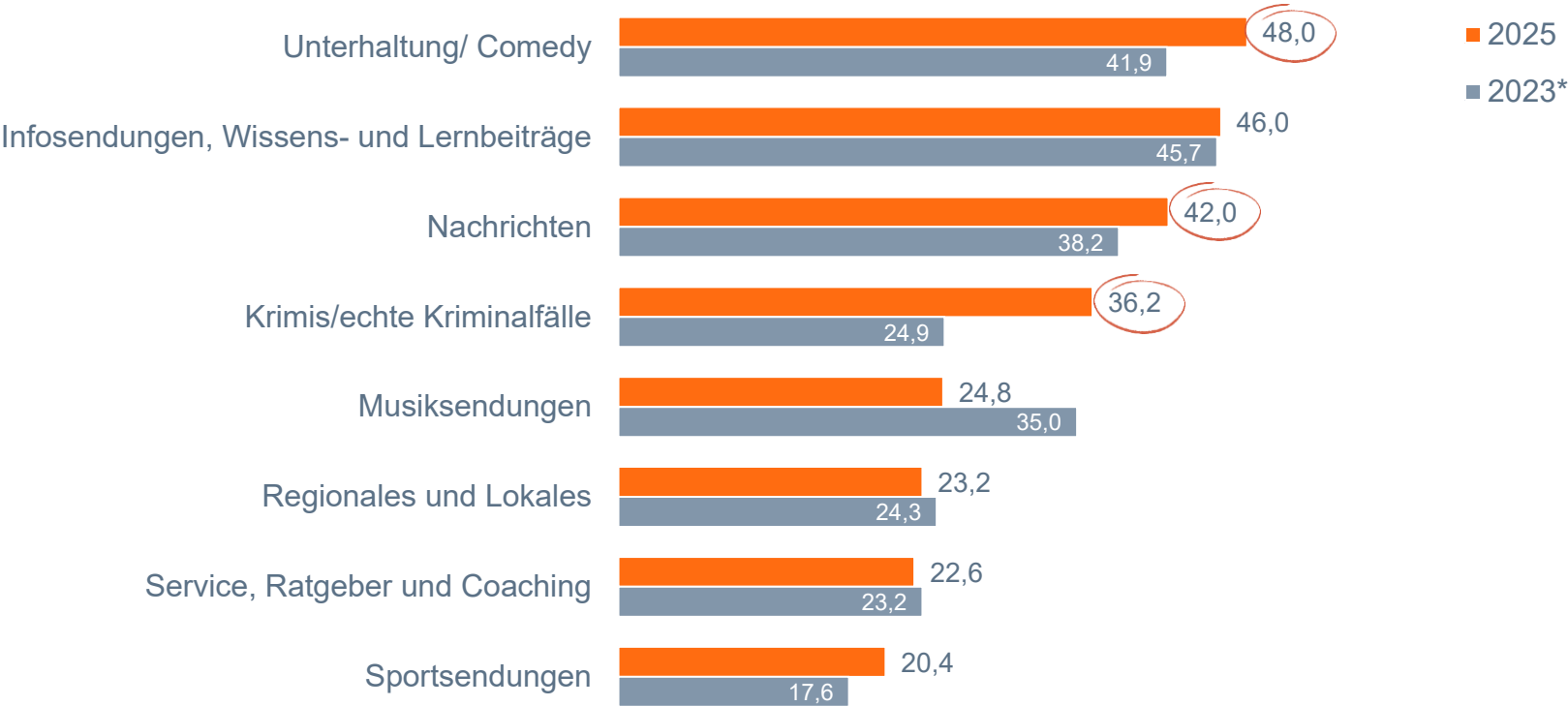
3.2 Podcasts: Inhalte und Rolle als Infomedium

Beliebte Podcast-Rubriken sind aktuell Unterhaltung & Comedy, Info/Wissen, Nachrichten und Crime – teils mit kräftigen Zuwächsen gegenüber 2023.

Podcasts: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



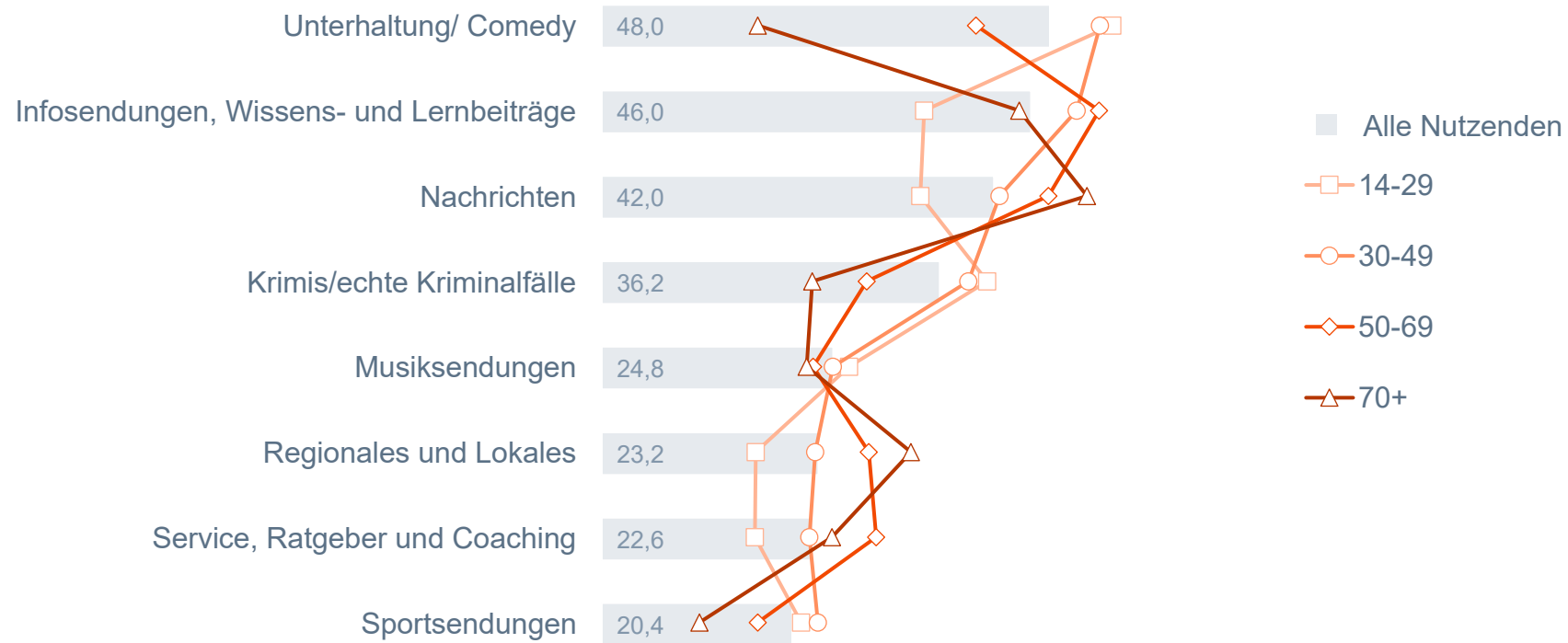
* wurde 2024 nicht erhoben
 Frage 9: Nun möchten wir näher auf Podcasts eingehen: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Unterschiedliche Präferenzen: Während Jüngere vor allem Unterhaltung und True Crime hören, möchten sich Ältere durch Podcasts in erster Linie (regional) informieren.

Podcasts: Genutzte Inhalte nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



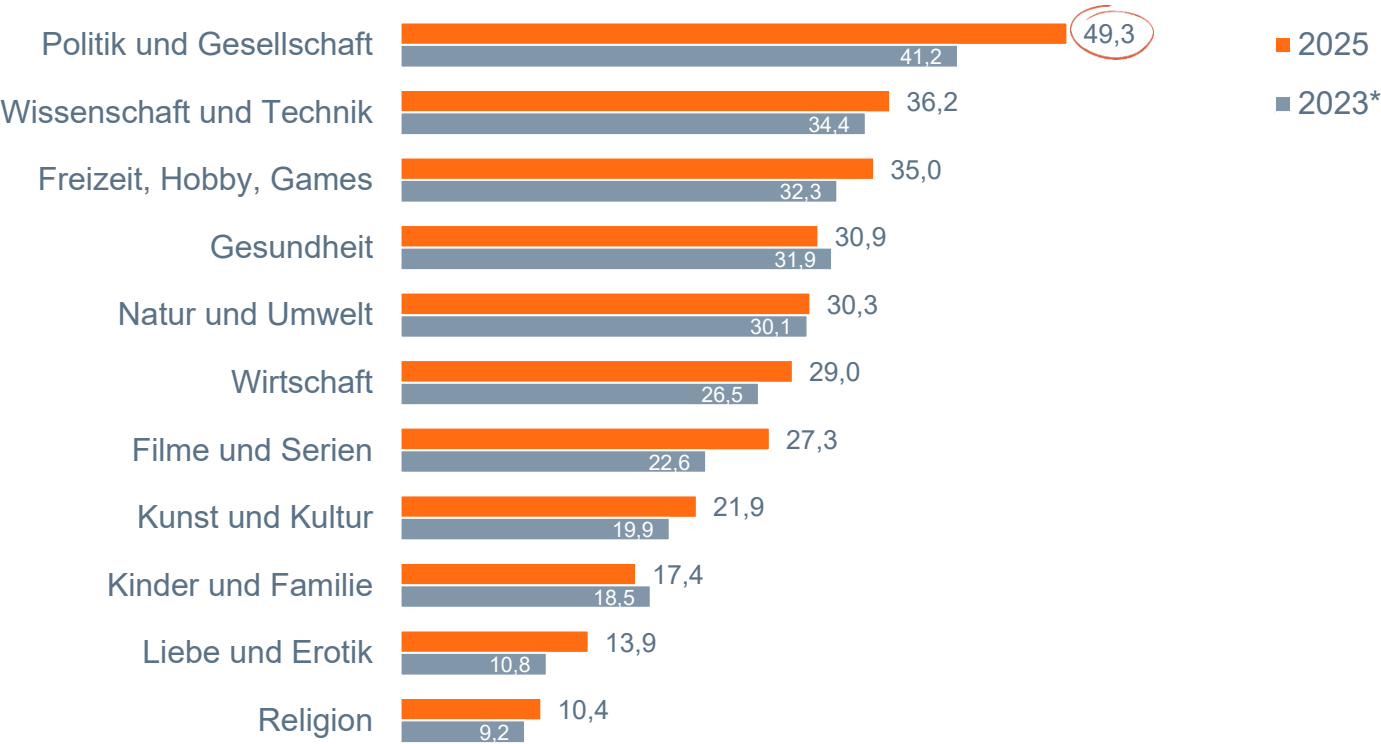
Frage 9: Nun möchten wir näher auf Podcasts eingehen: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Politik & Gesellschaft ist 2025 das mit Abstand beliebteste Podcast-Thema. Insgesamt zeigt sich ein wachsendes Interesse an vielen Themen.

Podcasts: Konkrete Themen

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



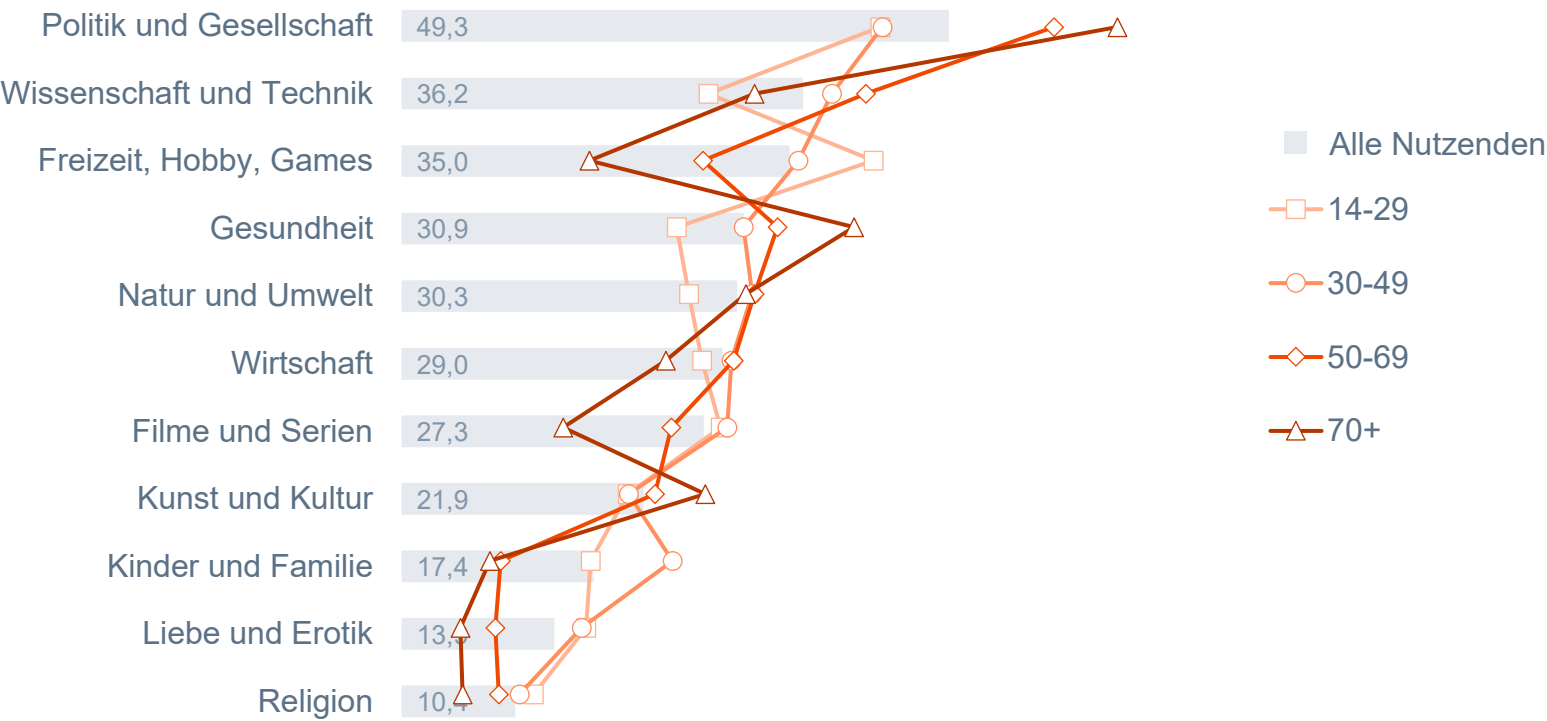
* wurde 2024 nicht erhoben
 Frage 10: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Politik & Gesellschaft ist bei Jung und Alt hoch im Kurs, am meisten jedoch bei 50+. Unter 30-Jährige interessieren sich auch sehr für Hobby/Freizeit, 70+ für Gesundheitsthemen.

Podcasts: Konkrete Themen nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



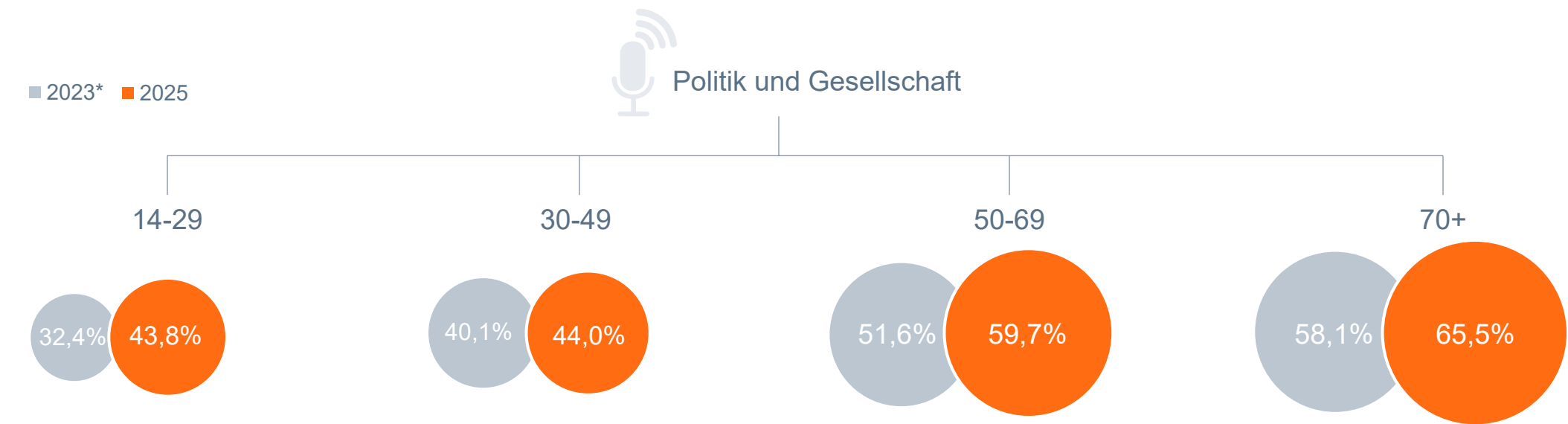
Frage 10: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Interesse an Politik & Gesellschaft steigt in allen Altersgruppen. Zusammenhang „je älter, desto größer das Interesse“ bleibt bestehen.

Podcast-Nutzung zum Thema Politik und Gesellschaft nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



* wurde 2024 nicht erhoben
 Frage 10: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

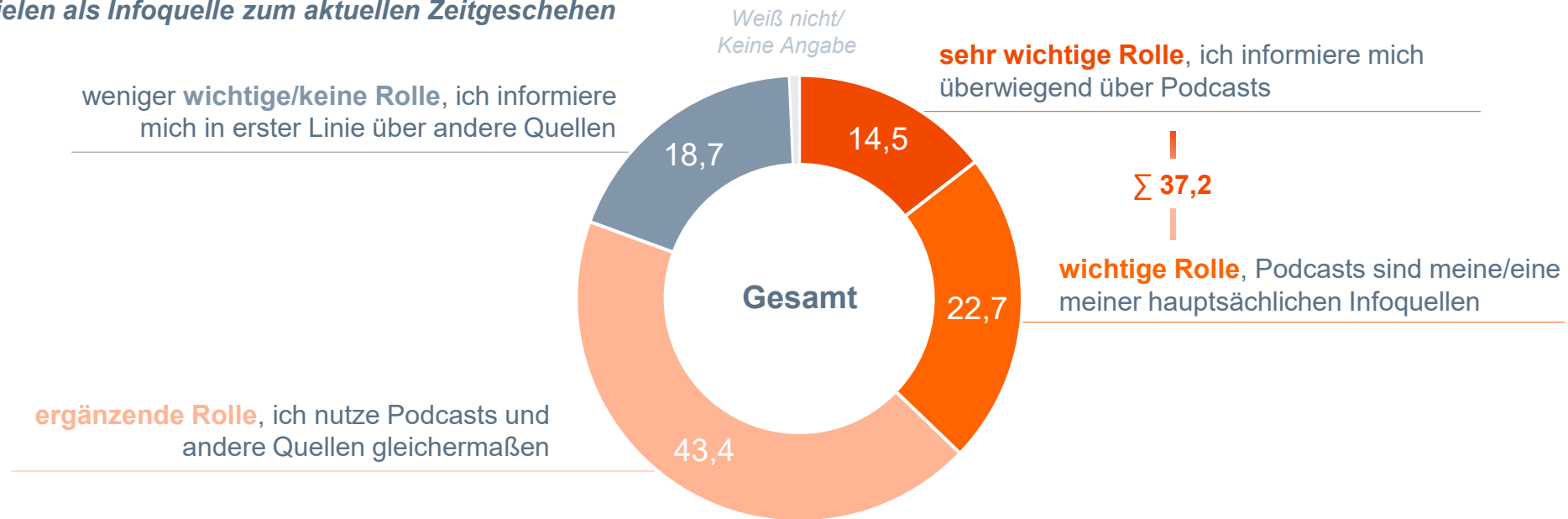
Als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen sind Podcasts für den Großteil der regelmäßig Hörenden relevant: Für gut ein Drittel als Hauptquelle, für vier von zehn ergänzend.

Podcasts: Rolle als Infomedium

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...



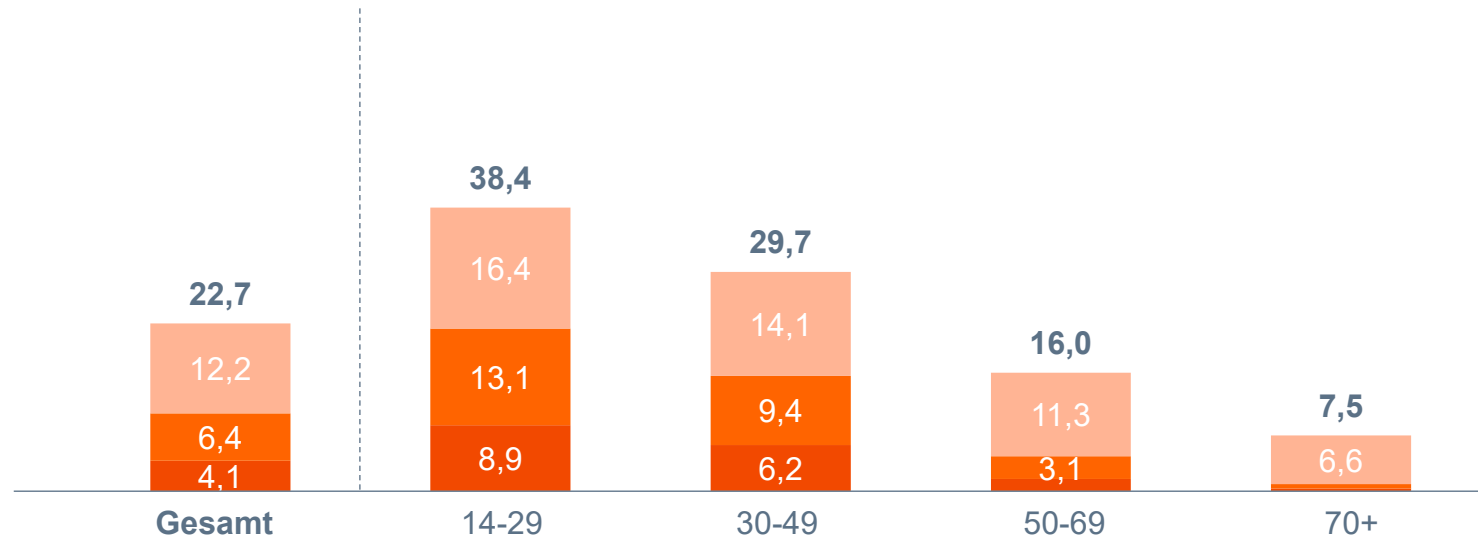
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

In der Gesamtbevölkerung sind Podcasts für knapp ein Viertel ein relevantes Infomedium – insbesondere für unter 50-Jährige.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Podcasts: Rolle als 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

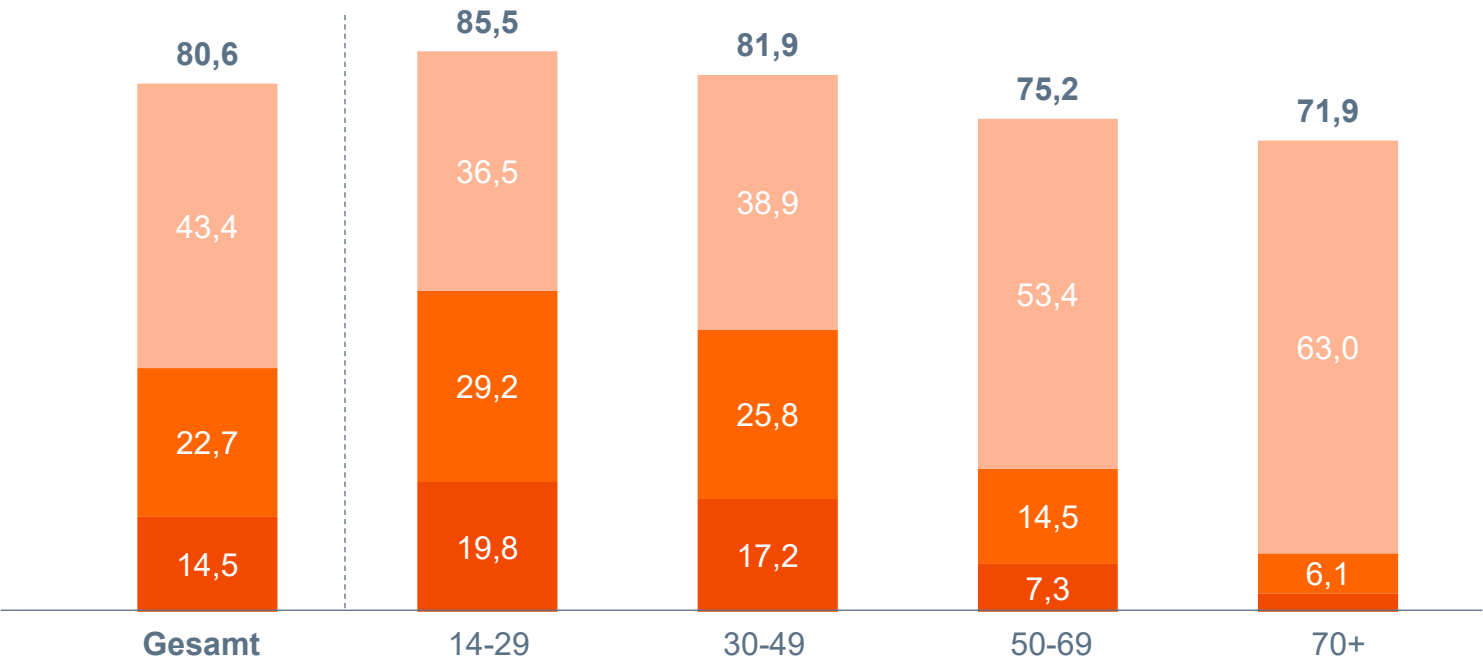
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Angaben in Prozent; Basis: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603); befragt wurden diejenigen, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Unter den regelmäßig Nutzenden spielen Podcasts für alle Altersgruppen eine ergänzende Rolle als Infoquelle – je jünger, desto wichtiger.

Podcasts: Rolle als Infomedium nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



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

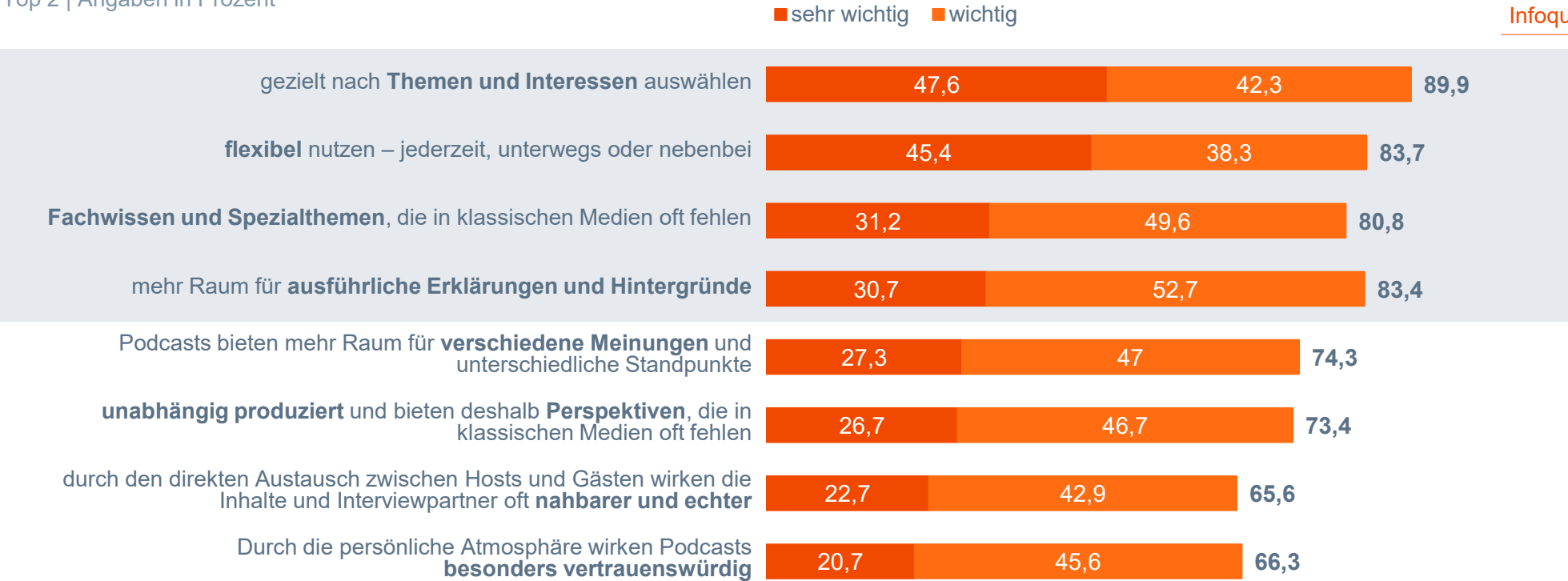
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Für Nutzende von Podcasts als Infomedium sind vor allem die thematische Bandbreite, flexible Nutzung und inhaltliche Tiefe relevante Stärken des Formats.

Podcasts: Stärken als Infomedium

Top 2 | Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende, für die Podcasts zumindest eine ergänzende Infoquelle sind



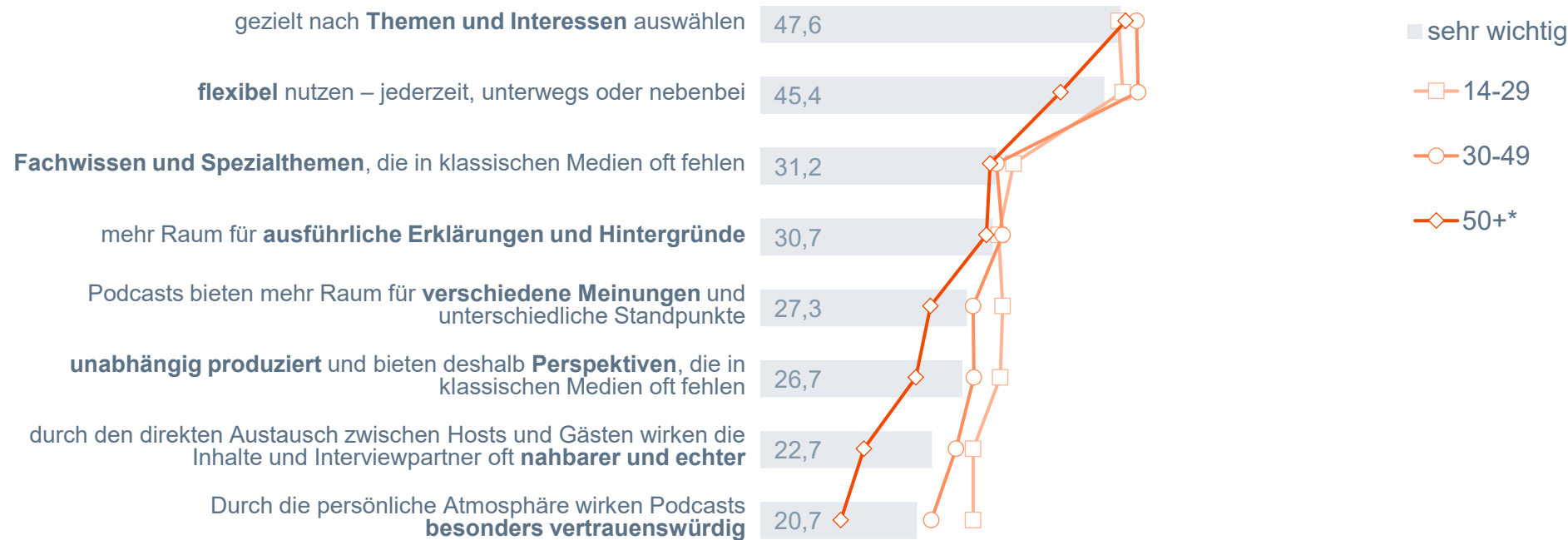
Frage 16D: Wenn Sie weiter an Podcasts zum aktuellen Zeitgeschehen denken - und zwar im Vergleich zu anderen Medien wie z.B. klassisches Radio, Fernsehen, Webseiten und Printmedien. Ich lese Ihnen einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, warum sie Podcasts zum aktuellen Zeitgeschehen hören. Wie wichtig sind die folgenden Gründe für Sie persönlich: sehr wichtig, wichtig, weniger oder gar nicht wichtig?
Angaben in Prozent; Basis: 16,027 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören und für die sie zumindest eine ergänzende Infoquelle sind (n=1.381)

Themenbreite und -tiefe überzeugen altersunabhängig – Jüngere legen zusätzlich mehr Wert auf Atmosphäre, Nahbarkeit und Perspektiven.

Podcasts: Stärken als Infomedium

Top 1 (sehr wichtig) | Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende, für die Podcasts zumindest eine ergänzende Infoquelle sind



* 70+ geringe Basis

Frage 16D: Wenn Sie weiter an Podcasts zum aktuellen Zeitgeschehen denken - und zwar im Vergleich zu anderen Medien wie z.B. klassisches Radio, Fernsehen, Webseiten und Printmedien. Ich lese Ihnen einige Gründe vor, die uns andere genannt haben, warum sie Podcasts zum aktuellen Zeitgeschehen hören. Wie wichtig sind die folgenden Gründe für Sie persönlich: sehr wichtig, wichtig, weniger oder gar nicht wichtig?

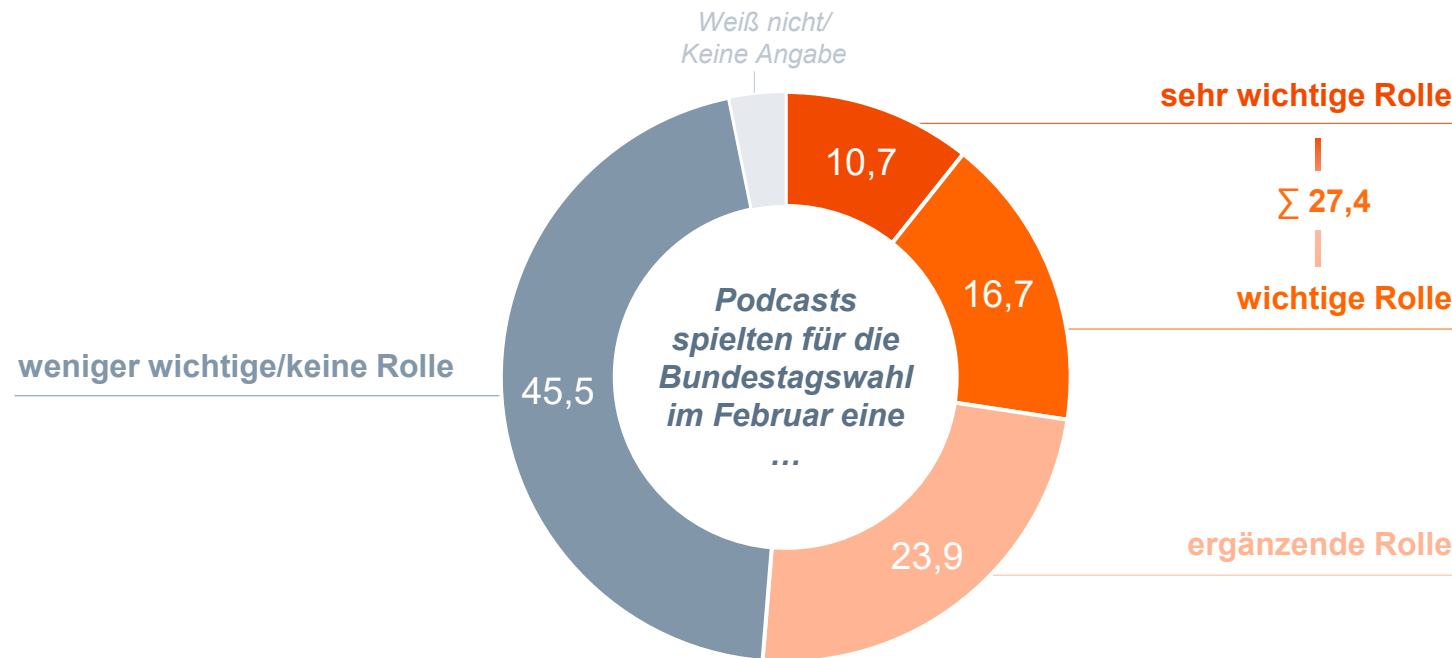
Angaben in Prozent; Basis: 16,027 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören und für die sie zumindest eine ergänzende Infoquelle sind (n=1.381)

Podcasts sind politisch relevant: Für gut die Hälfte der regelmäßigen Hörer:innen haben sie als Infomedium für die Bundestagswahl zumindest eine ergänzende Rolle gespielt.

Podcasts: Relevanz für die Bundestagswahl 2025

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende ab 18 Jahren



Frage 16C: Im Februar hat ja die Bundestagswahl stattgefunden. Welche Rolle haben Podcasts in diesem Zusammenhang für Sie als Informationsmedium gespielt?
Angaben in Prozent; Basis: 18,734 Mio. Personen ab 18 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.605)

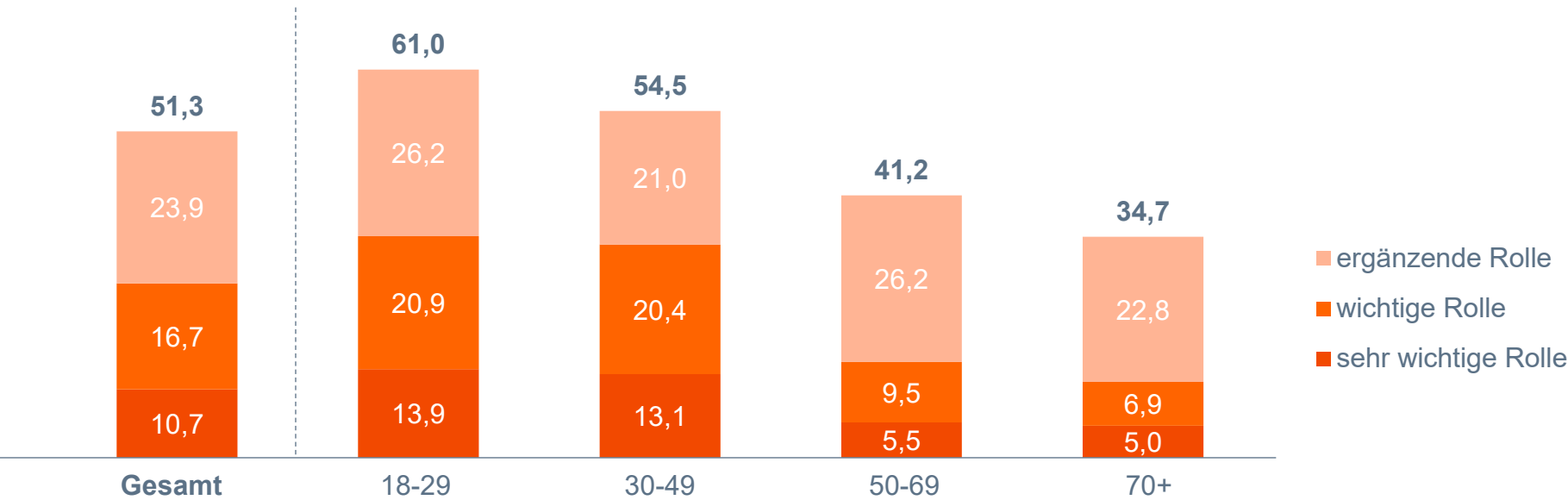
Für unter 50-Jährige sind Podcasts als Infoquelle rund um die Bundestagswahl überdurchschnittlich relevant.

Podcasts: Relevanz für die Bundestagswahl 2025 nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende ab 18 Jahren

Podcasts spielten für die Bundestagswahl im Februar eine ...



Frage 16C: Im Februar hat ja die Bundestagswahl stattgefunden. Welche Rolle haben Podcasts in diesem Zusammenhang für Sie als Informationsmedium gespielt?
Angaben in Prozent; Basis: 18,734 Mio. Personen ab 18 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.605)

A grayscale photograph of three people sitting on a bench. On the left, a young woman is looking down at her smartphone. In the center, a young man is wearing large headphones and listening. On the right, an older woman is holding a coffee cup and looking off to the side. The image is semi-transparent, allowing the text to be overlaid.

3.3 Podcast-Touchpoints & Monetarisierung

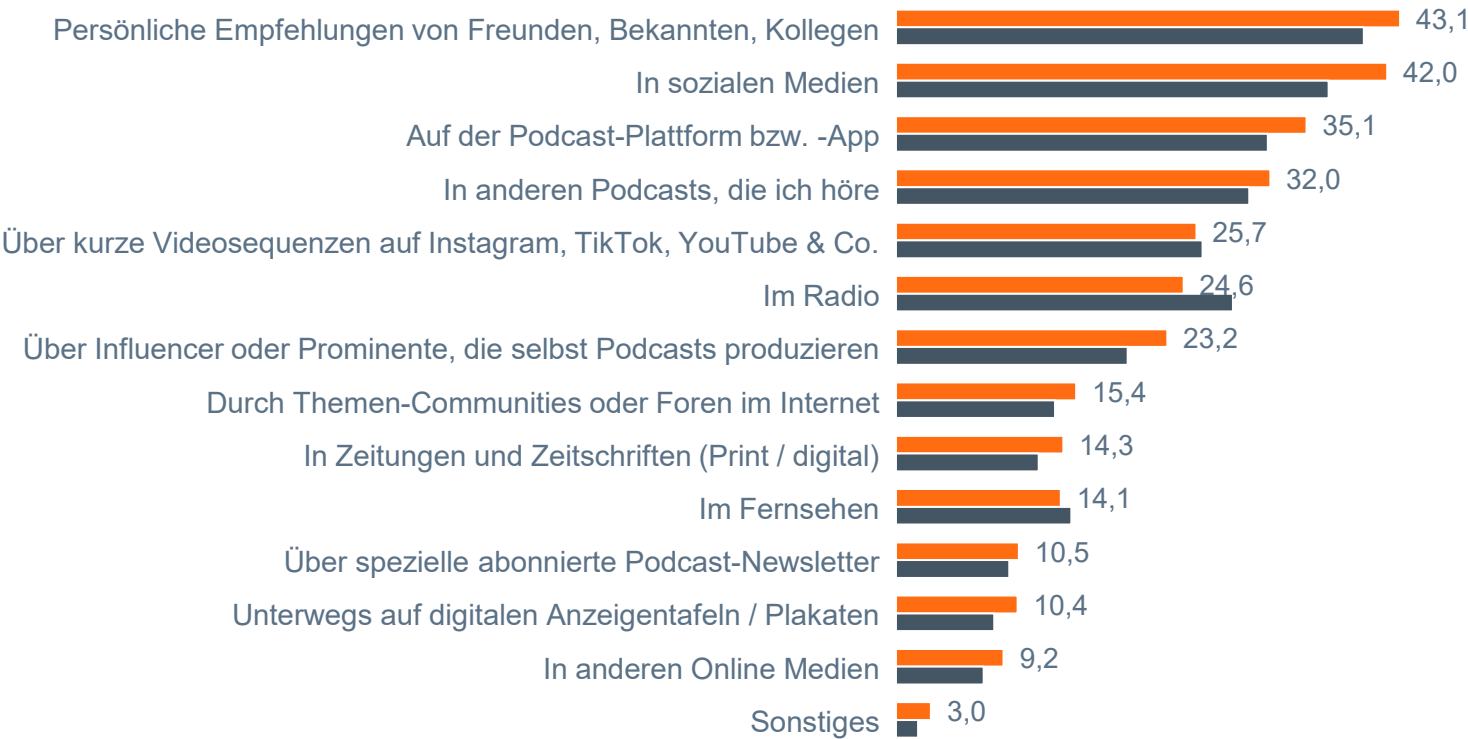
Reale und soziale Kontakte sind die wichtigsten Inspirationsquellen für Podcasts.

Podcast-Touchpoints

Angaben in Prozent

■ 2025 ■ 2024

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



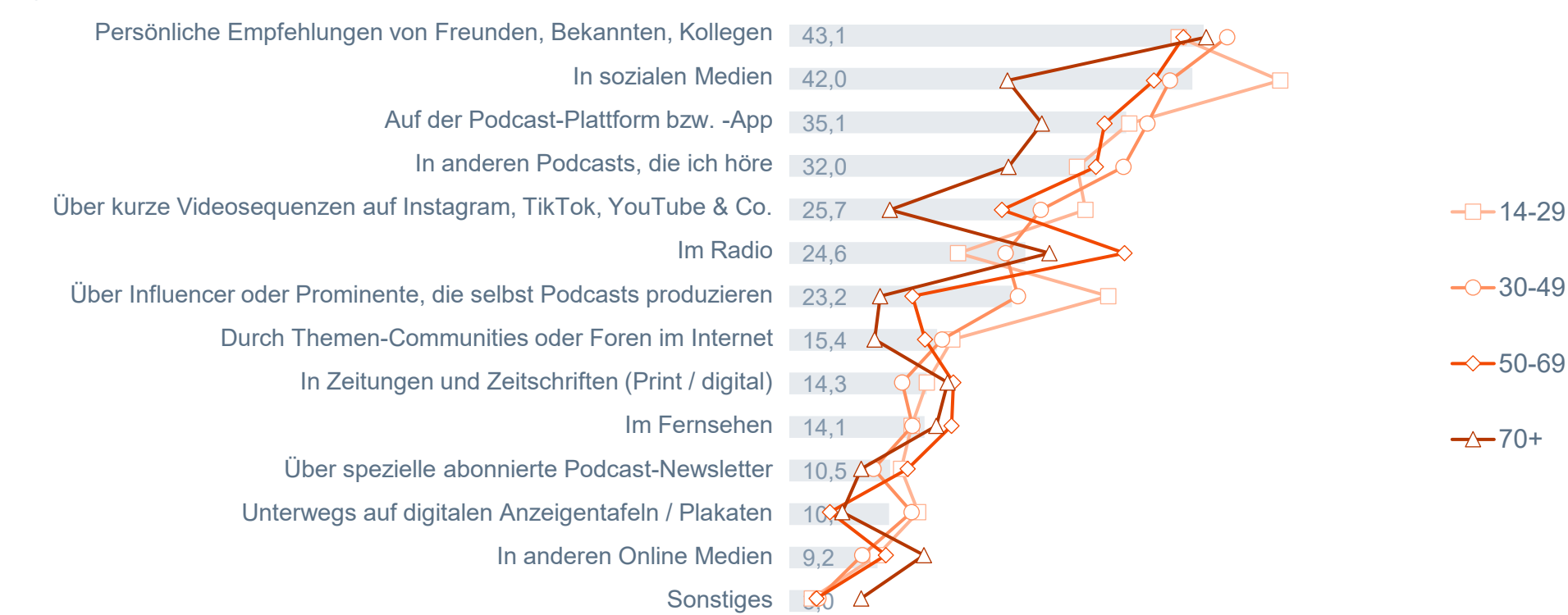
Frage 17A: Wie oder wo werden Sie auf Podcasts aufmerksam?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Unter 30-Jährige entdecken Podcasts oft in Sozialen Medien. Ältere werden eher durch persönliche Empfehlungen oder im Radio auf sie aufmerksam.

Podcast-Touchpoints nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



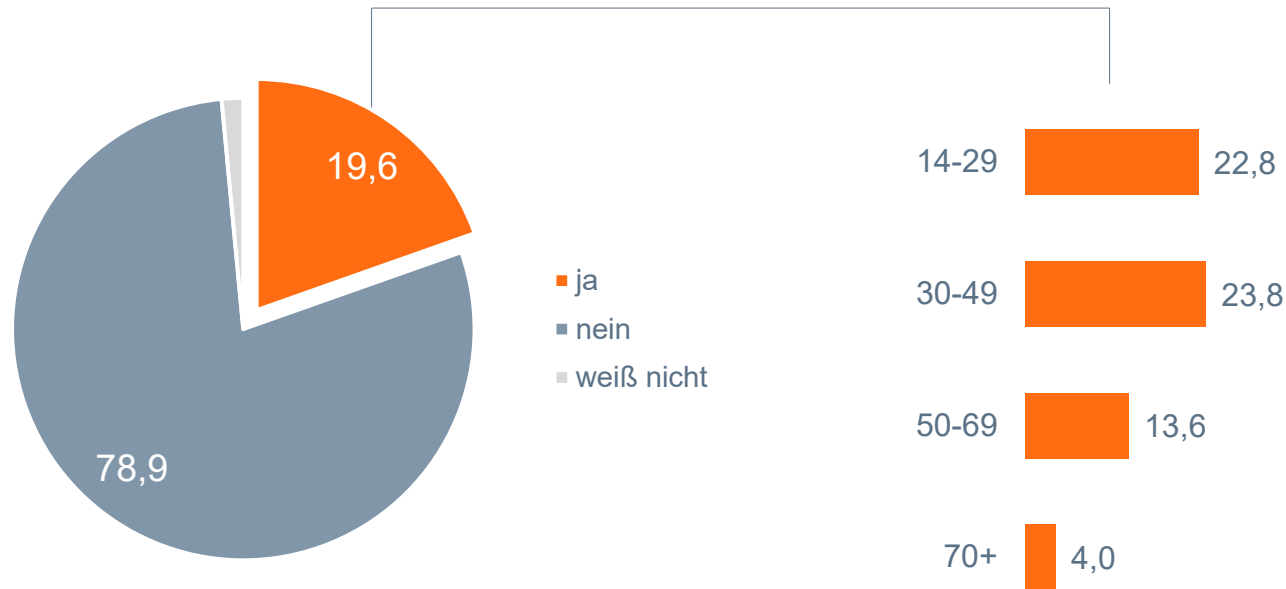
Frage 17A: Wie oder wo werden Sie auf Podcasts aufmerksam?
Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Ein Fünftel der regelmäßigen Hörer:innen nutzt kostenpflichtige Podcasts oder unterstützt Podcaster:innen finanziell. Am höchsten ist der Anteil der Zahlenden bei den 14- bis 49-Jährigen.

Nutzung kostenpflichtiger Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



Frage 18A: Nutzen Sie aktuell kostenpflichtige Podcasts oder unterstützen Sie Podcaster finanziell? Hiermit ist kein Spotify-Abo oder Abo eines anderen Streamingdienstes gemeint. Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Fast zwei Drittel wären aus verschiedenen Gründen bereit Podcasts finanziell zu unterstützen – am ehesten für ein werbefreies Hörerlebnis.

(Potentielle) Zahlungsgründe für Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



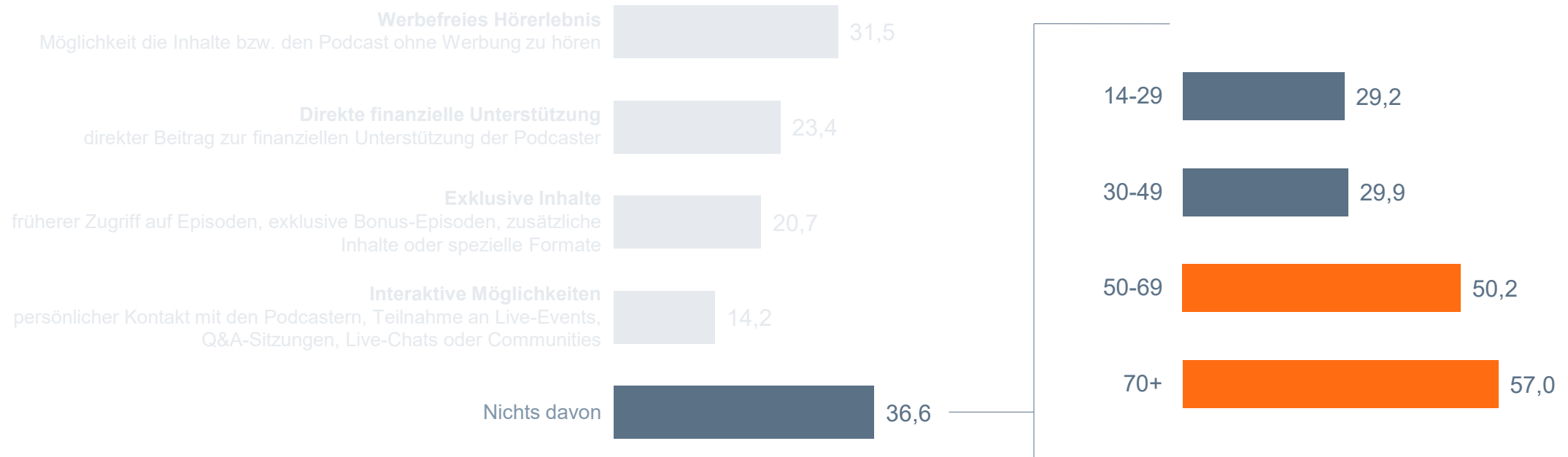
Frage 18B: Wofür zahlen Sie bzw. würden Sie bei Podcasts bezahlen?
Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Podcast-Hörer:innen ab 50 Jahren sind generell weniger zahlungsbereit.

(Potentielle) Zahlungsgründe für Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



Frage 18B: Wofür zahlen Sie bzw. würden Sie bei Podcasts bezahlen?

Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

4 Online-Audio & KI

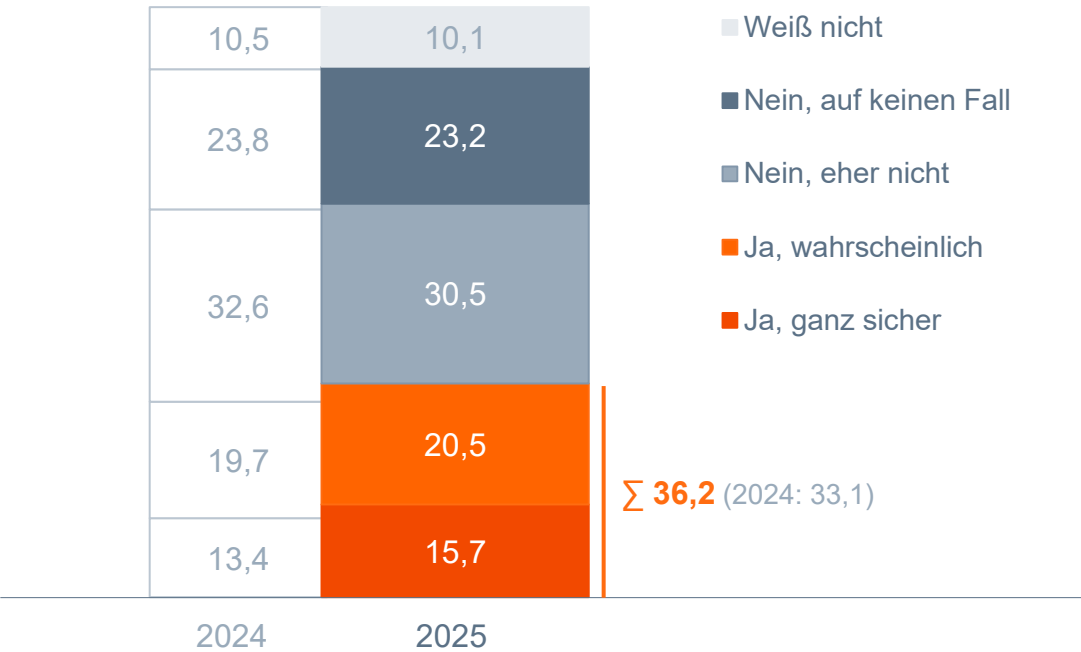


Rund ein Drittel der Online-Audio-Nutzenden geht davon aus, bereits mit **KI-generierten** Audio-Inhalten in Kontakt gekommen zu sein – ein leichter Anstieg gegenüber dem Vorjahr.

Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten
Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

z.B. Musik, ganze Sendungen oder Radioprogramme, virtuelle Moderation oder Stimmen bekannter Personen



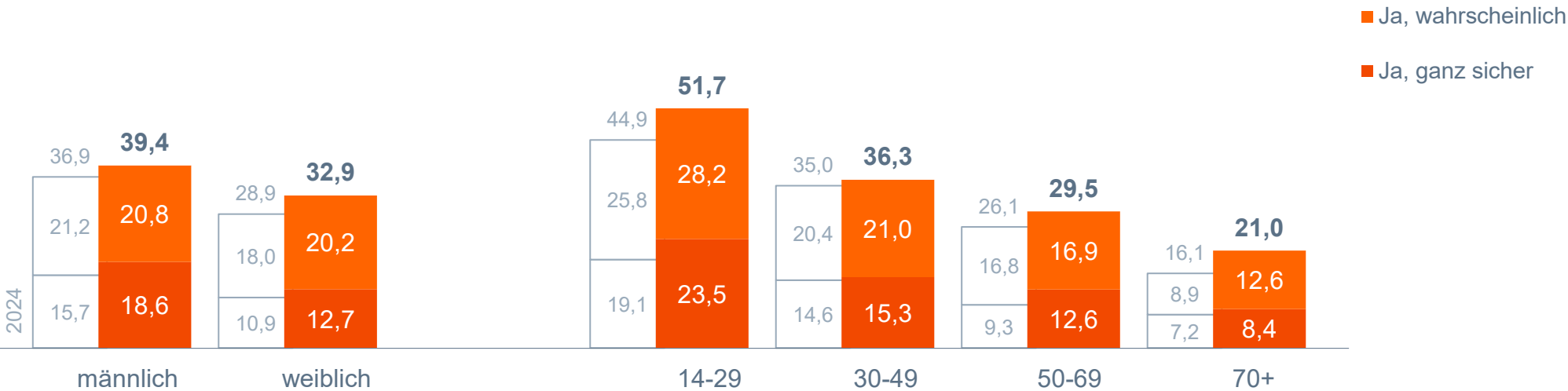
Frage 40: Im Bereich des Online-Hörens wird vermehrt „Künstliche Intelligenz“, abgekürzt „KI“, eingesetzt. Mit KI können auch selbst realistische und originelle Audioinhalte erstellt werden, beispielsweise Musik, ganze Sendungen oder Radioprogramme, virtuelle Moderatoren oder Stimmen bekannter Personen. Sind Sie mit solchen KI-Audioinhalten schon in Kontakt gekommen?
Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

Wahrgenommener Kontakt mit KI-Audio steigt in allen Gruppen – Zusammenhang bleibt bestehen: Je jünger, desto häufiger. Männer geben häufiger KI-Kontakt an als Frauen.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten nach Geschlecht & Alter

Top 2 (ja, ganz sicher/ wahrscheinlich) | Angaben in Prozent



Frage 40: Im Bereich des Online-Hörens wird vermehrt „Künstliche Intelligenz“, abgekürzt „KI“, eingesetzt. Mit KI können auch selbst realistische und originelle Audioinhalte erstellt werden, beispielsweise Musik, ganze Sendungen oder Radioprogramme, virtuelle Moderatoren oder Stimmen bekannter Personen. Sind Sie mit solchen KI-Audioinhalten schon in Kontakt gekommen?
 Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

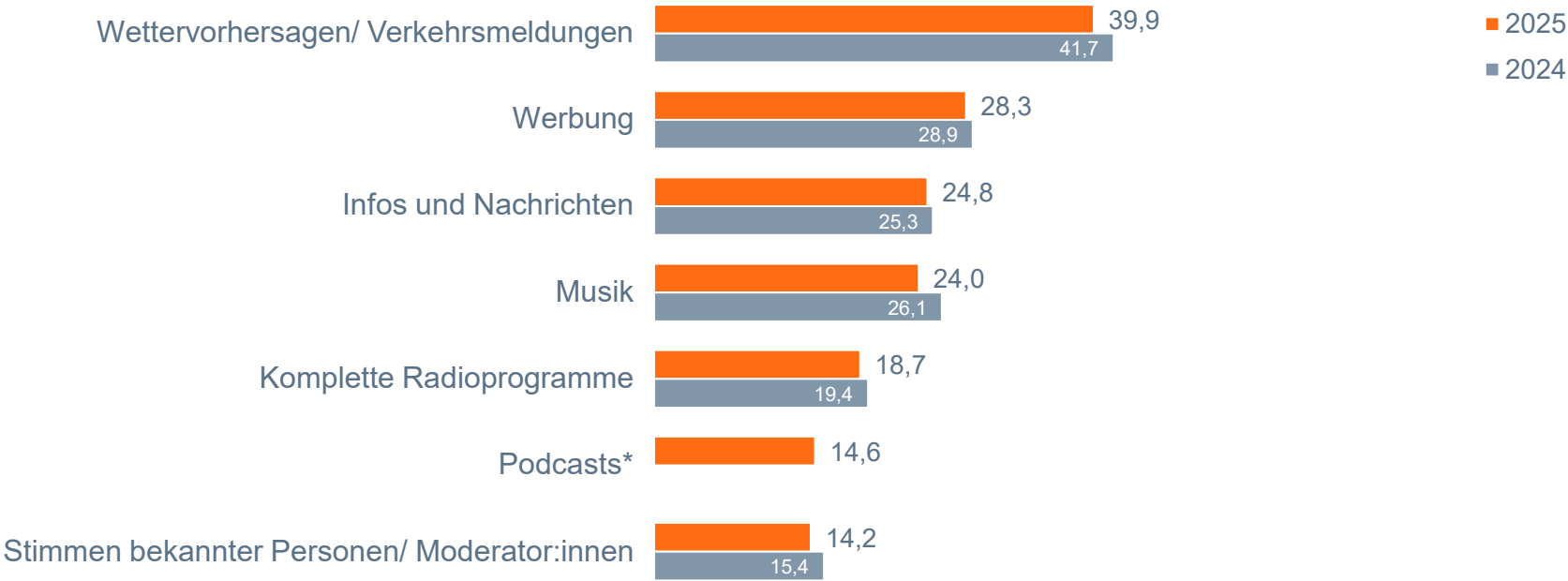
Die Akzeptanz KI-generierter Inhalte sinkt leicht gegenüber dem Vorjahr.

Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten

Top 2 (Voll und ganz in Ordnung / in Ordnung) | Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

KI-generierte...



* 2025 neu abgefragt
 Frage 41: Unabhängig davon, was Sie eben geantwortet haben: Bei welchen der folgenden Beiträge bzw. Inhalte fänden Sie persönlich es in Ordnung oder auch nicht, wenn diese mit Unterstützung von KI erstellt werden?
 Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 „voll und ganz in Ordnung“ bis 5 „überhaupt nicht in Ordnung“. Mit den Werten dazwischen können Sie abstufen.
 Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

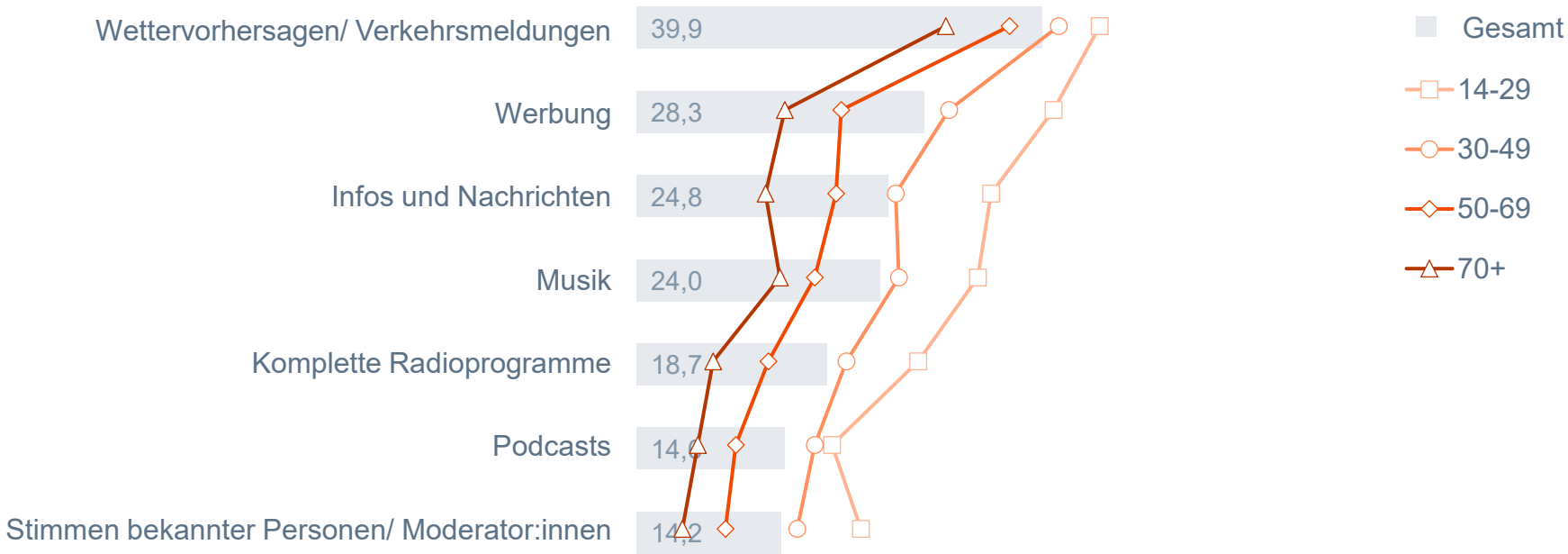
Je höher das Alter, desto größer die Vorbehalte: Ältere Hörer:innen stehen KI-generierten Audio-Inhalten deutlich skeptischer gegenüber als Jüngere.

Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten nach Alter

Top 2 (Voll und ganz in Ordnung / in Ordnung) | Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

KI-generierte...



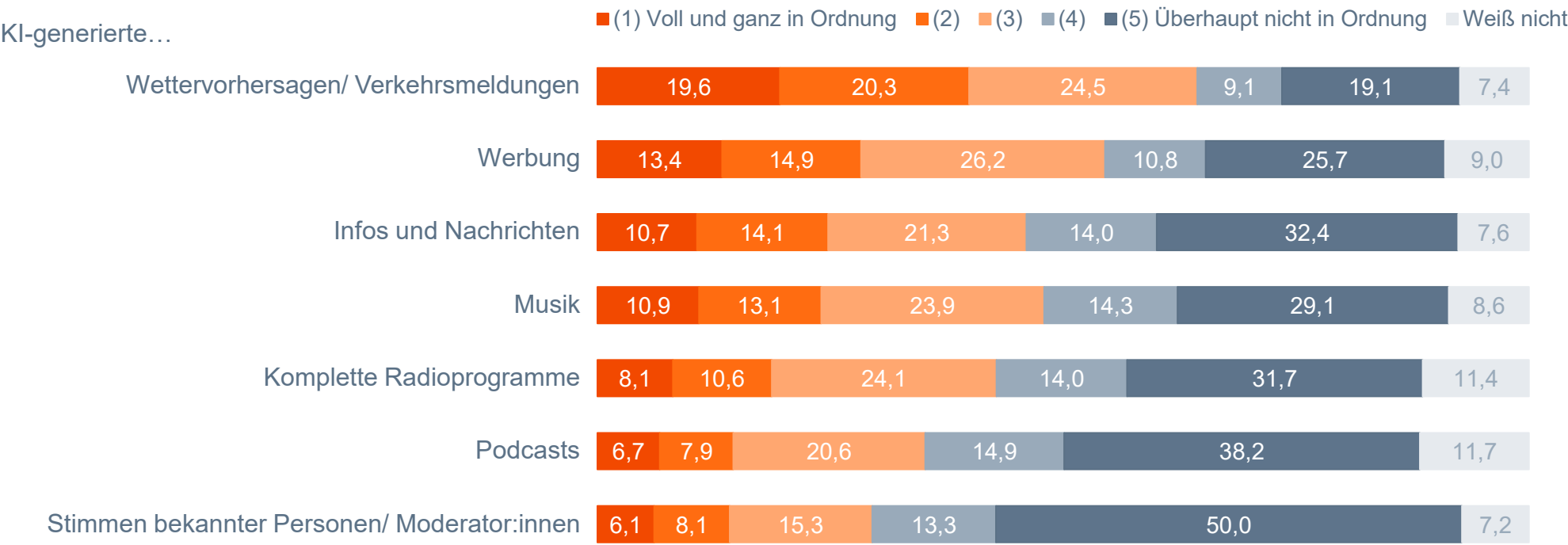
Frage 41: Unabhängig davon, was Sie eben geantwortet haben: Bei welchen der folgenden Beiträge bzw. Inhalte fänden Sie persönlich es in Ordnung oder auch nicht, wenn diese mit Unterstützung von KI erstellt werden?
 Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 „voll und ganz in Ordnung“ bis 5 „überhaupt nicht in Ordnung“. Mit den Werten dazwischen können Sie abstufen.
 Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

Die Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten bleibt verhalten. Besonders künstlich erzeugte Podcasts und Stimmen werden mehrheitlich abgelehnt.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten

Angaben in Prozent



Frage 41: Unabhängig davon, was Sie eben geantwortet haben: Bei welchen der folgenden Beiträge bzw. Inhalte fänden Sie persönlich es in Ordnung oder auch nicht, wenn diese mit Unterstützung von KI erstellt werden?
 Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 „voll und ganz in Ordnung“ bis 5 „überhaupt nicht in Ordnung“. Mit den Werten dazwischen können Sie abstufen.
 Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

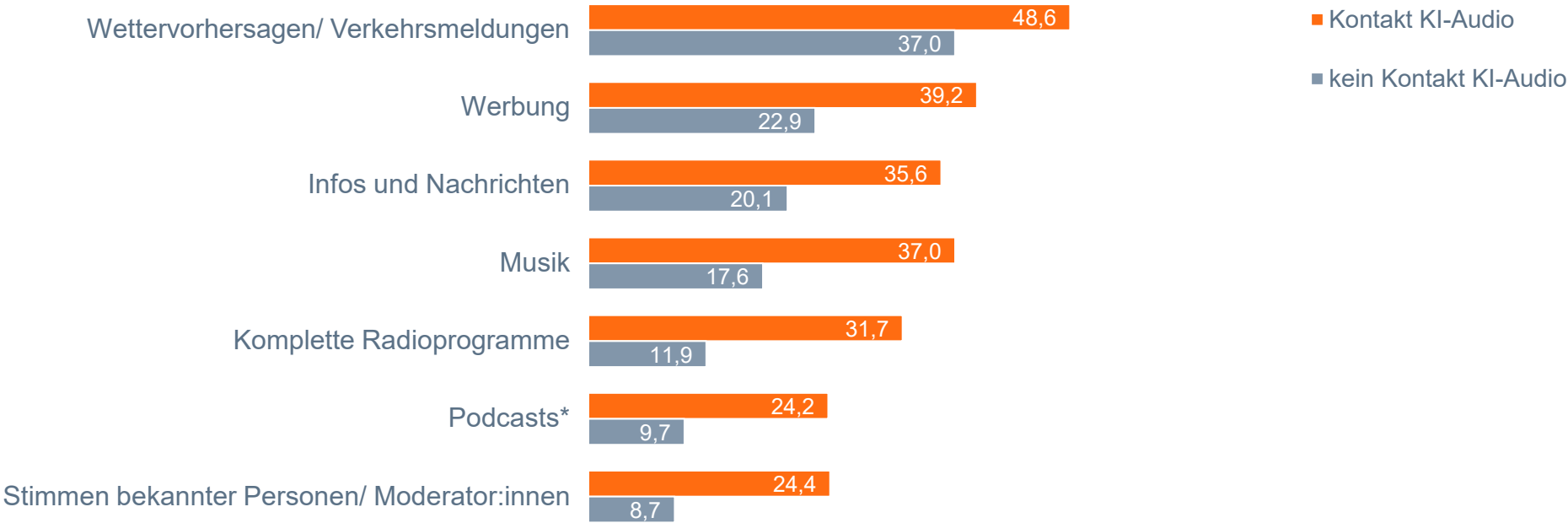
Deutlich höhere Akzeptanzwerte bei Online-Audio-Nutzenden, die nach eigener Angabe mit KI-Audio-Inhalten schon in Kontakt gekommen sind.

Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten nach wahrgenommenem Kontakt

Top 2 (Voll und ganz in Ordnung / in Ordnung) | Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren mit und ohne Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten

KI-generierte...



* 2025 neu abgefragt
 Frage 41: Unabhängig davon, was Sie eben geantwortet haben: Bei welchen der folgenden Beiträge bzw. Inhalte fänden Sie persönlich es in Ordnung oder auch nicht, wenn diese mit Unterstützung von KI erstellt werden?
 Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 „voll und ganz in Ordnung“ bis 5 „überhaupt nicht in Ordnung“. Mit den Werten dazwischen können Sie abstufen.
 Angaben in Prozent, Basis: 19,279 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die nach eigener Angabe bereits Kontakt mit KI-generierten Audio-Inhalten hatten (n=1.600) oder eben nicht (n=2.228 / 27.926 Mio.)

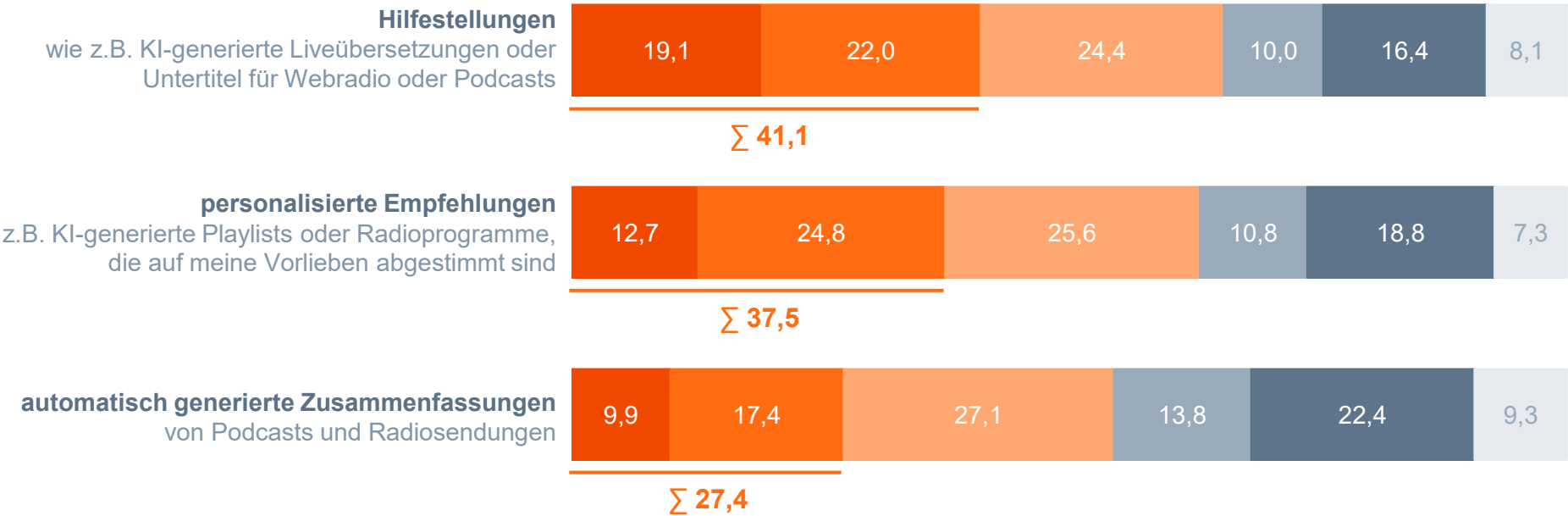
Funktionale KI-Elemente wie Übersetzungen/Untertitel und Personalisierungen finden mehr Zustimmung: rund 4 von 10 der OA-Nutzenden empfinden diese als (sehr) hilfreich.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

KI-Funktionen im Audibereich

Angaben in Prozent

■ (1) Sehr nützlich
 ■ (2)
 ■ (3)
 ■ (4)
 ■ (5) Gar nicht nützlich
 ■ Weiß nicht



Zum Vergleich:
Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten (Top 2)
Ø 23,5

Frage 43: Wie nützlich schätzen Sie für sich persönlich die folgenden Anwendungen von KI im Audio-Bereich ein? Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 'Sehr nützlich' bis 5 'Gar nicht nützlich'. Mit den Werten dazwischen können Sie abstimmen. Angaben in Prozent, Basis: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

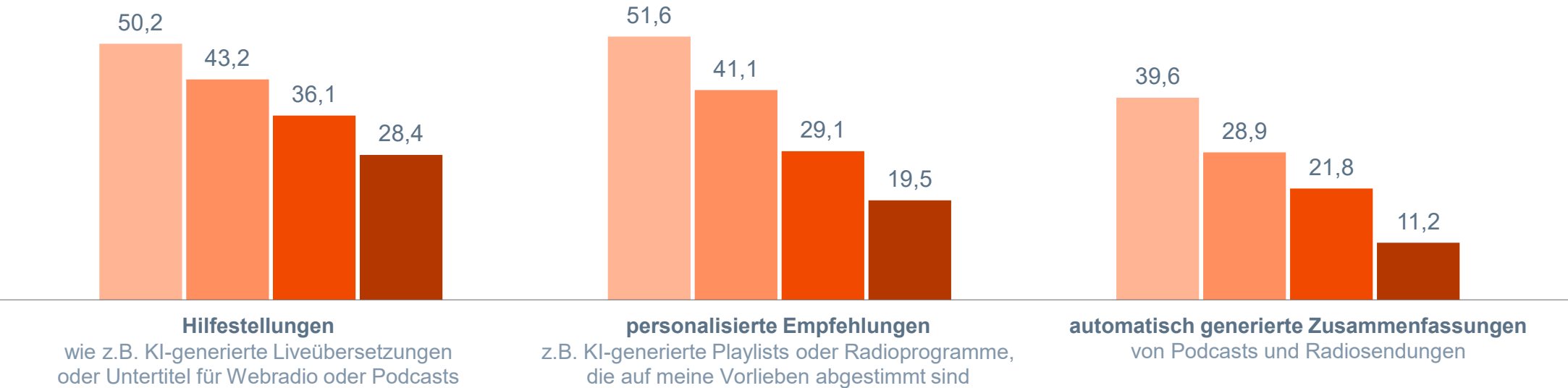
Jüngere zeigen sich auch für die KI-Funktionen deutlich aufgeschlossener als Ältere – besonders für personalisierte Empfehlungen und Zusammenfassungen.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

KI-Funktionen im Audibereich nach Alter

Top 2 (sehr nützlich/ nützlich), Angaben in Prozent

14-29 30-49 50-69 70+



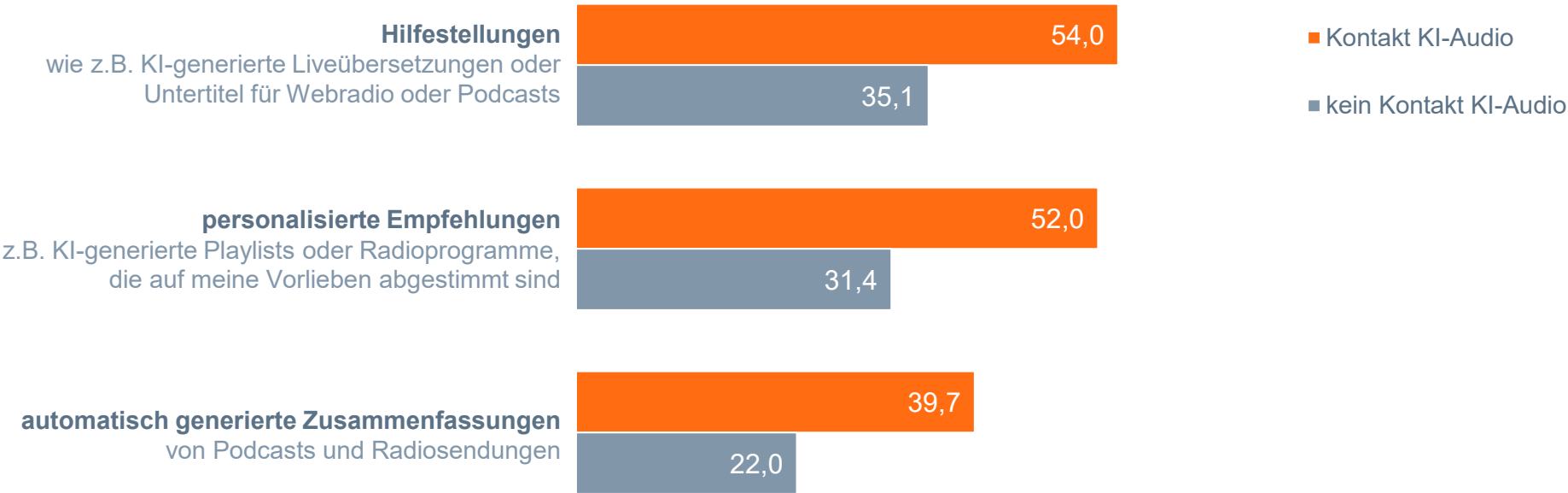
Frage 43: Wie nützlich schätzen Sie für sich persönlich die folgenden Anwendungen von KI im Audio-Bereich ein? Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 'Sehr nützlich' bis 5 'Gar nicht nützlich'. Mit den Werten dazwischen können Sie abstimmen. Angaben in Prozent, Basis: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

Wer mit KI-generierten Audio-Inhalten bereits in Berührung gekommen sind, hält die KI-Funktionen eher für (sehr) nützlich.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

KI-Funktionen im Audibereich

Top 2 (sehr nützlich/ nützlich), Angaben in Prozent



Frage 43: Wie nützlich schätzen Sie für sich persönlich die folgenden Anwendungen von KI im Audio-Bereich ein? Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 'Sehr nützlich' bis 5 'Gar nicht nützlich'. Mit den Werten dazwischen können Sie abstufen. Angaben in Prozent, Basis: 19,279 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die nach eigener Angabe bereits Kontakt mit KI-generierten Audio-Inhalten hatten (n=1.600) oder eben nicht (n=2.228 / 27.926 Mio.)

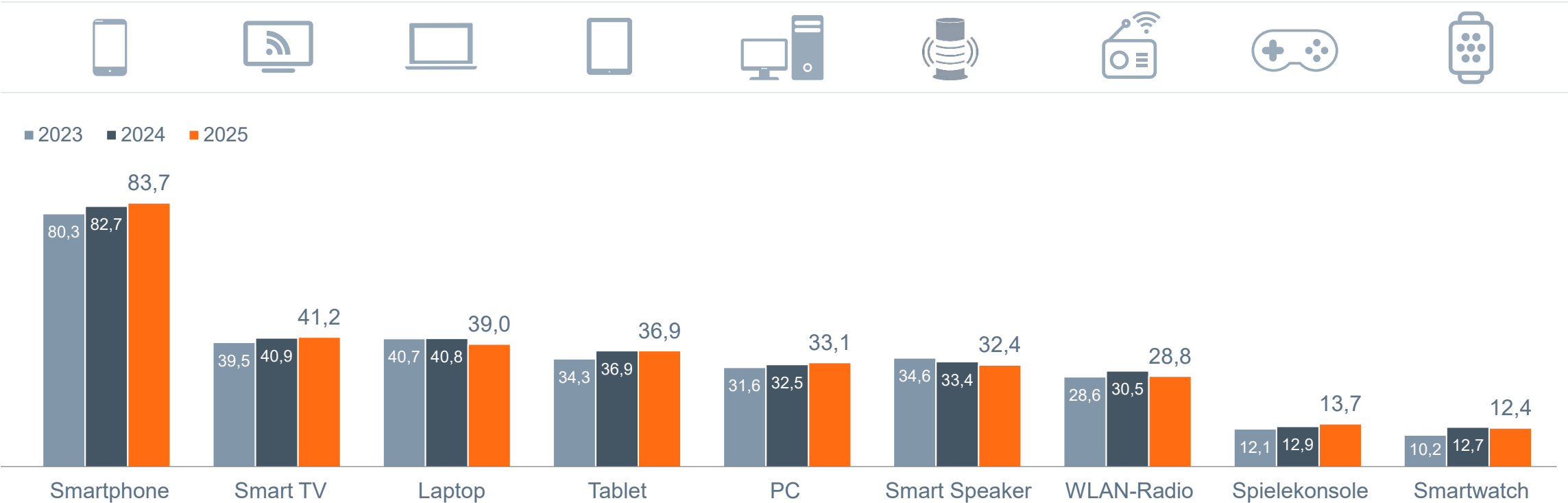
5 Genutzte Geräte



Das Smartphone dominiert als Online-Audio-Gerät immer deutlicher, der Smart TV bestätigt seinen Anspruch auf Platz 2. Generell wenig Bewegung.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt
Angaben in Prozent



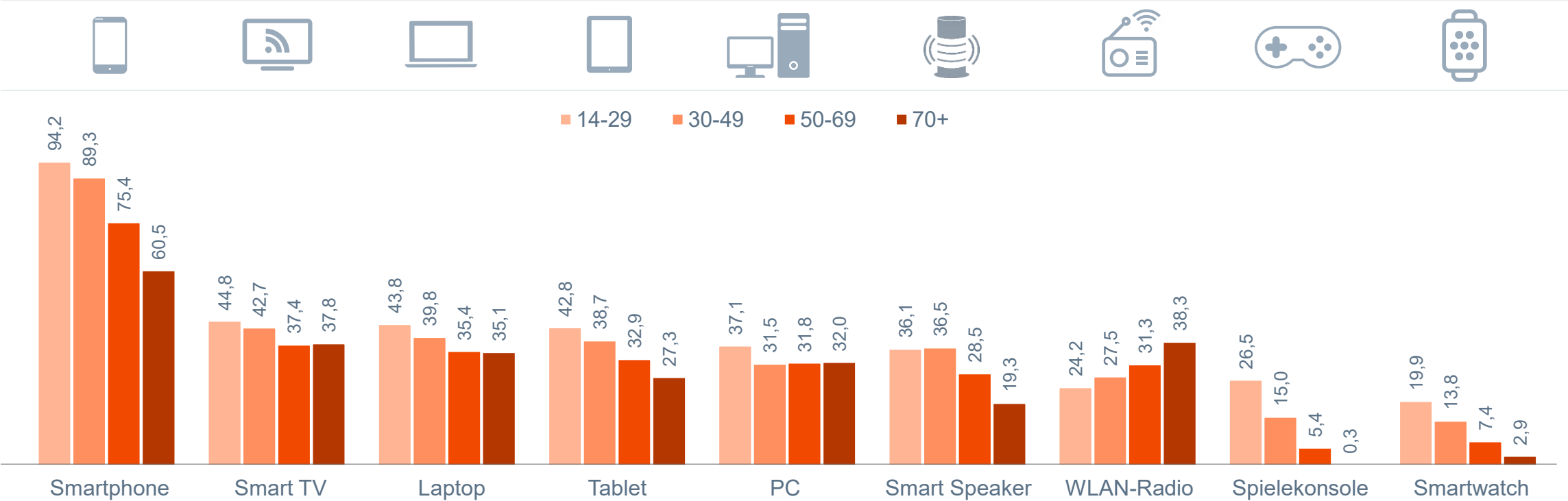
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent, Basis 2025: 48,531 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

Für alle Altersgruppen ist das Smartphone erste Wahl – bei U50 mit großem Abstand vor dem am zweihäufigsten genutzten Gerät: dem Smart TV.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt nach Alter

Angaben in Prozent



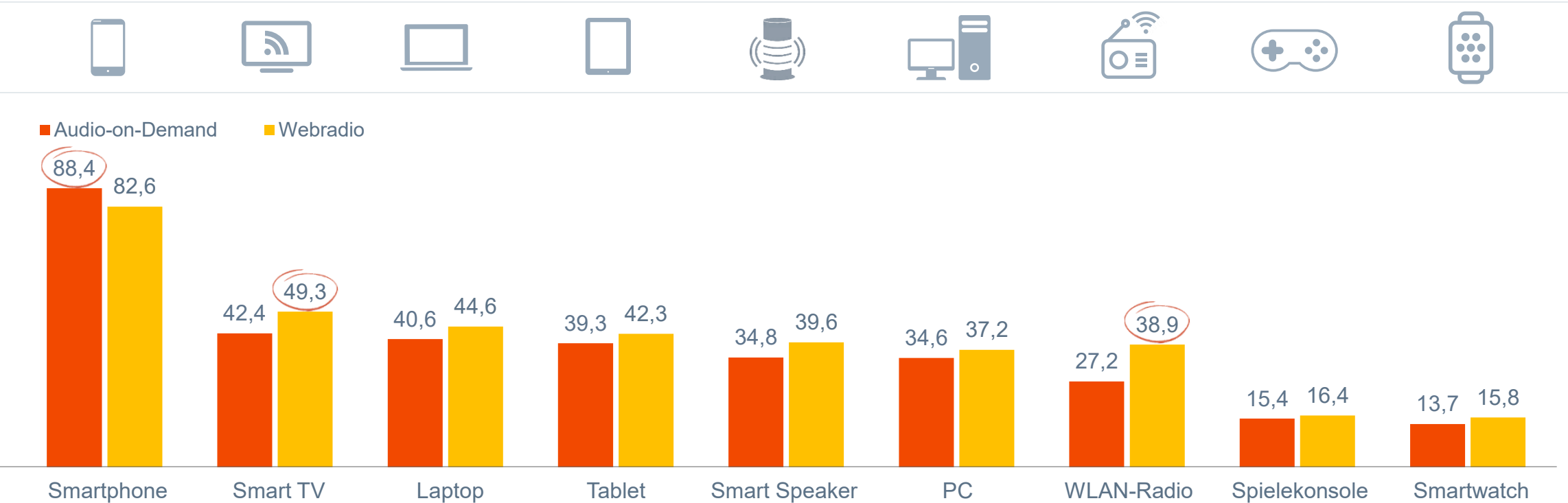
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2025: 48,531 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

Besonders für Audio-Inhalte auf Abruf wird zum Smartphone gegriffen. Knapp die Hälfte der Webradio-Nutzenden hört Webradio über den Smart TV.

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

Angaben in Prozent

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



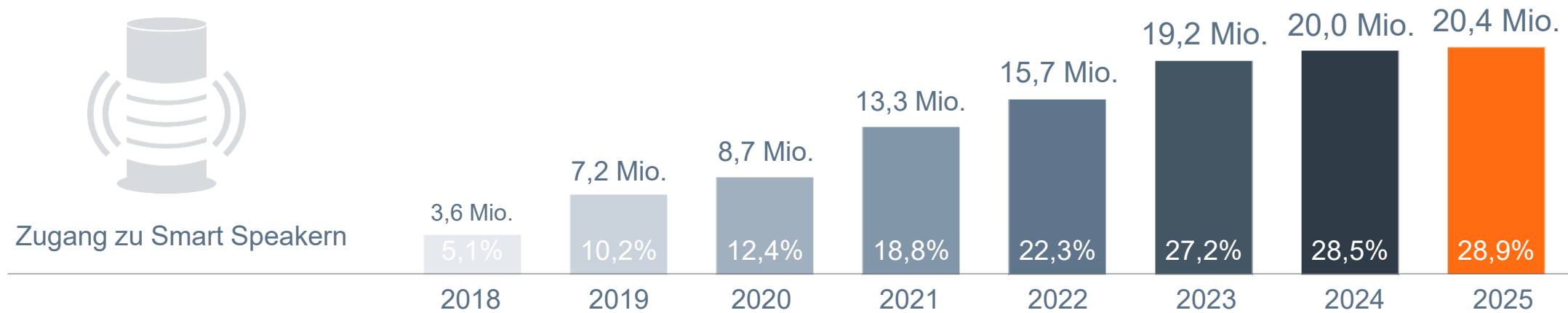
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent; Basis: 41,559 Mio. Audio-on-Demand-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland / 33,929 Mio. Webradio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die die jeweiligen Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.271 / 2.774)

5.1 Smart Speaker

Aktuell haben 20,4 Millionen Menschen in Deutschland Zugang zu mindestens einem Speaker. Der Zuwachs verlangsamt sich deutlich.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern
Angaben in Prozent / Mio. Personen

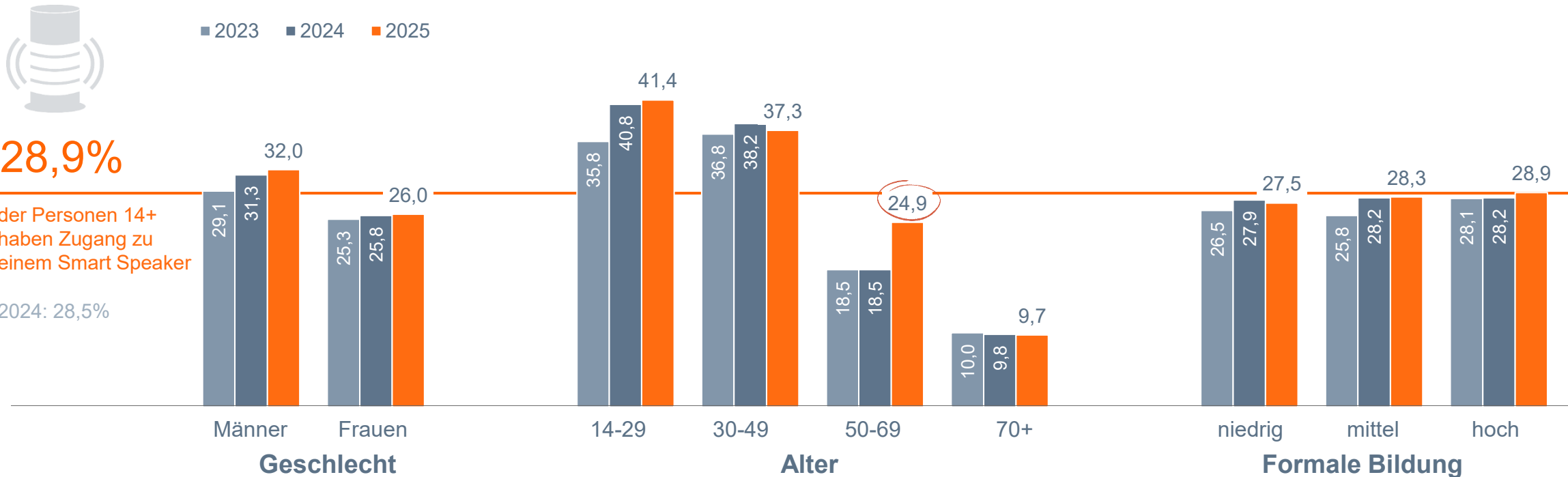


Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Bei den 50- bis 69-Jährigen ziehen smarte Lautsprecher kräftig nach. In allen anderen Gruppen tut sich wenig.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Besitz / Zugang
Angaben in Prozent



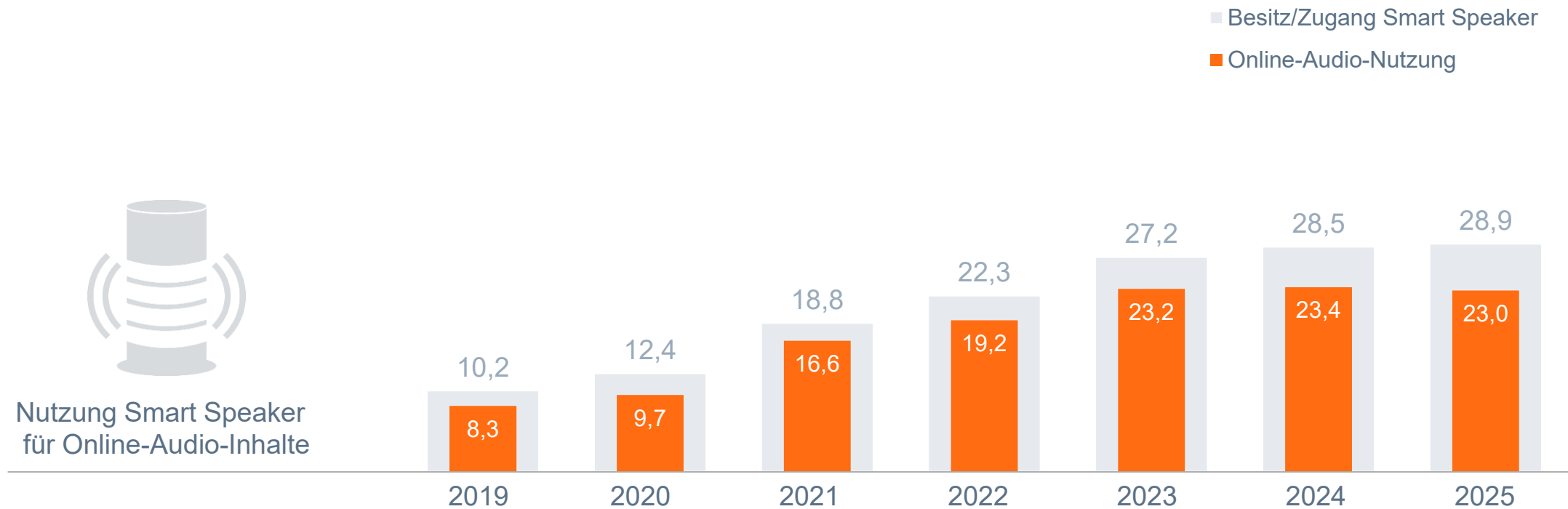
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2024: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Trotz steigender Zahl der Geräte bleibt die Online-Audio-Nutzung am Smart Speaker seit 2023 auf konstantem Niveau.

Nutzung Online-Audio am Smart Speaker

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Nutzung Smart Speaker für Online-Audio-Inhalte

Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)



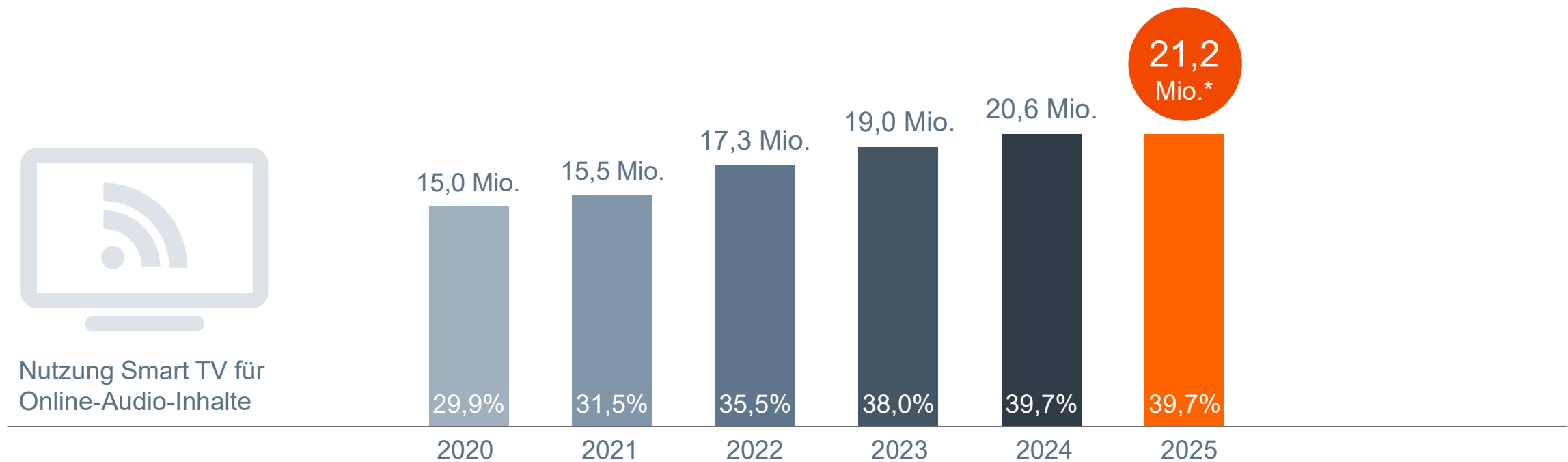
5.2 Smart TV

Smart TV etabliert sich als Abspielgerät – Anteil unter Online-Audio-Nutzenden bleibt konstant bei 40 Prozent.

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2025

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



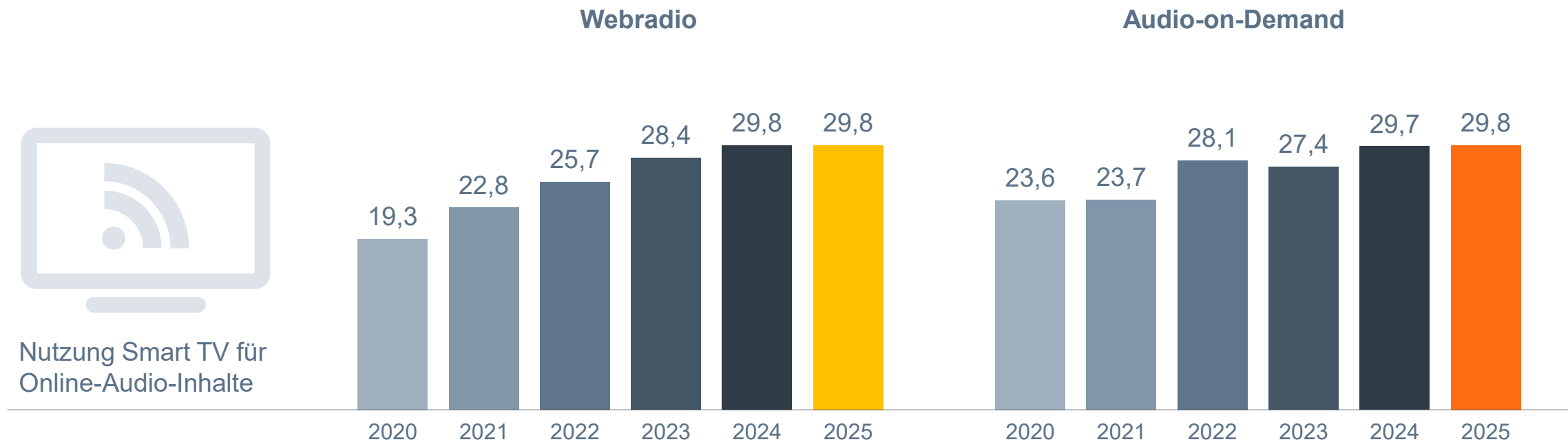
* Geänderte Grundgesamtheit
 Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

Stabil zum Vorjahr: Jeweils drei von zehn Online-Audio-Nutzenden rufen Webradio und Audio-on-Demand-Inhalte mit dem Smart TV auf.

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2025

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



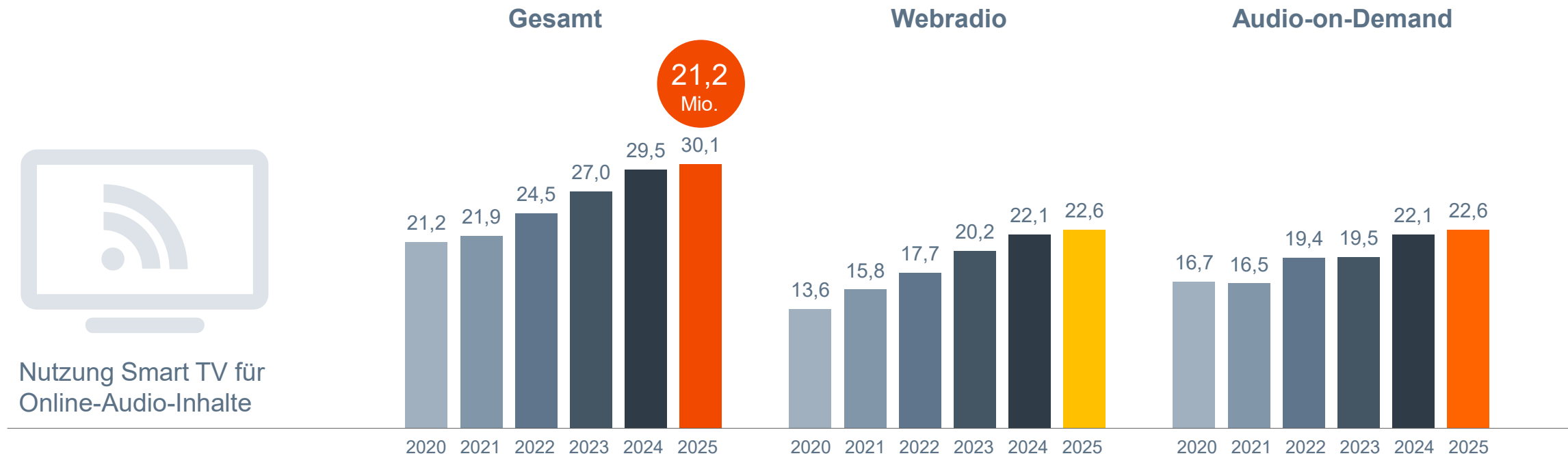
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

Auf Basis Gesamtbevölkerung wird die zunehmende Relevanz des Smart TVs für Online-Audio sichtbar – Nutzung steigt sowohl für Webradio als auch für On-Demand-Inhalte.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2025

Angaben in Prozent



Nutzung Smart TV für Online-Audio-Inhalte

Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

Online-Audio-Nutzende unter 50 und ab 70 Jahren sowie formal niedrig Gebildete nutzen zunehmend Online-Audio über den Smart TV.

Online-Audio-Nutzung gesamt am Smart TV

Angaben in Prozent

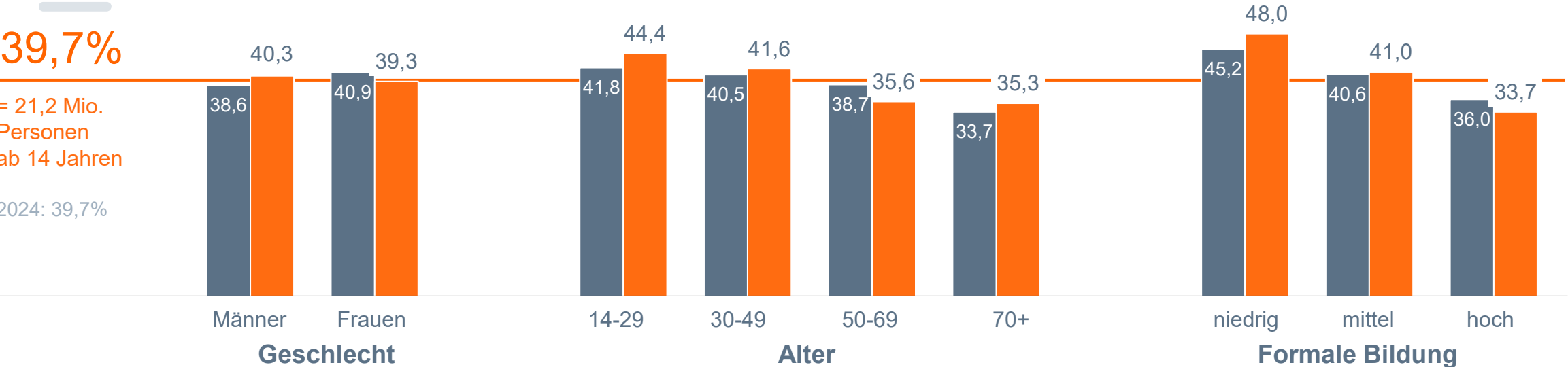
Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



39,7%

= 21,2 Mio.
Personen
ab 14 Jahren

2024: 39,7%



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent, Basis 2025: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

Musikstreaming legt stark zu und wird am Smart TV inzwischen so häufig genutzt wie Webradio. Auch Podcasts und Hörbücher werden über den Big Screen häufiger genutzt.

Smart TV: Genutzte Inhalte
Angaben in Prozent

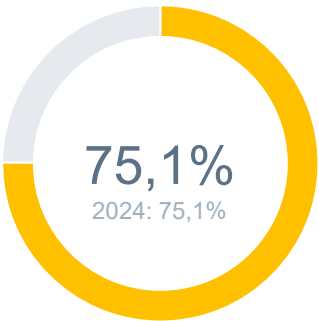
Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



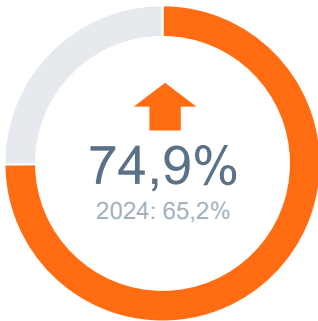
39,7%
hören Online-Audio am Smart TV
2024: 39,7%



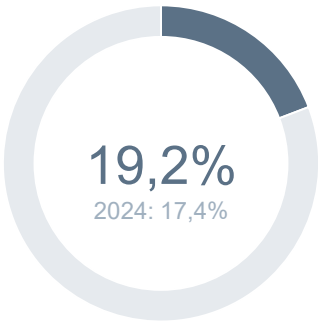
Webradio



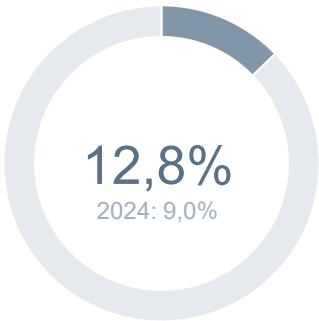
Musikstreaming



Podcasts



Hörbücher oder Hörspiele



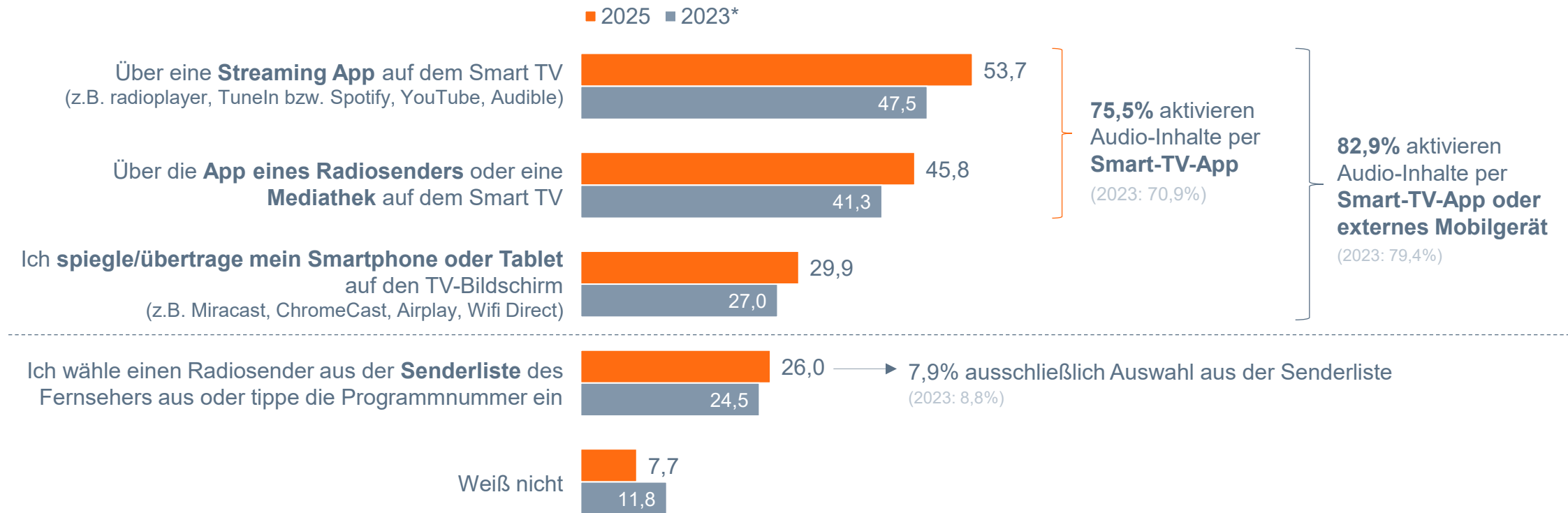
Frage 37: Sie haben vorher gesagt, dass Sie Online-Audio-Inhalte auf Abruf auf dem Smart TV hören. Was hören Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 21,217 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=1.724)

Online-Audio-Inhalte am Smart TV werden in der Regel über Apps aufgerufen – Tendenz klar steigend.

Aktivierung Audio-Inhalte am Smart TV

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



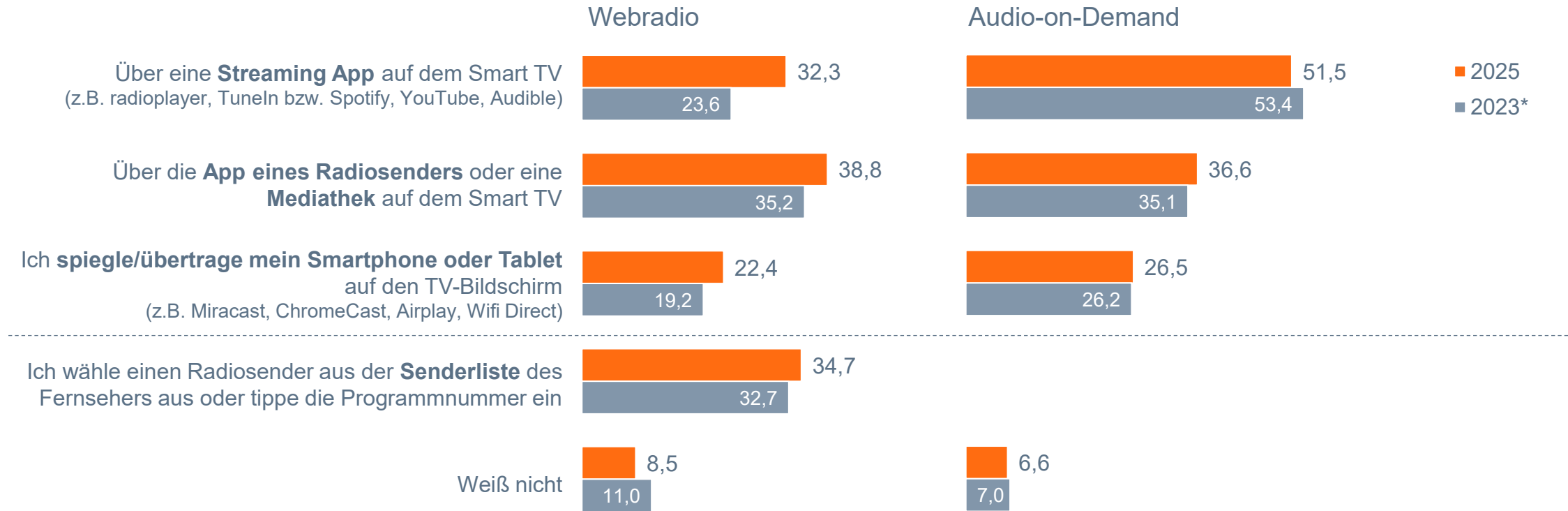
* wurde 2024 nicht erhoben
 Frage 36: Sie haben vorher angegeben, dass Sie Radio über das Internet auch auf dem Smart TV hören. Wie hören Sie Radio auf Ihrem Smart TV?, Frage 38: Wie hören Sie dabei die Online-Audio-Inhalte?
 Angaben in Prozent; Basis: 19,037 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=2.144)

Webradio wird am Smart TV über Radiosender-Apps und Aggregatoren wie radioplayer aufgerufen. Für On-Demand dominieren weiterhin YouTube & Co per App.

Aktivierung Audio-Inhalte am Smart TV

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die das jeweilige Format am Smart TV nutzen



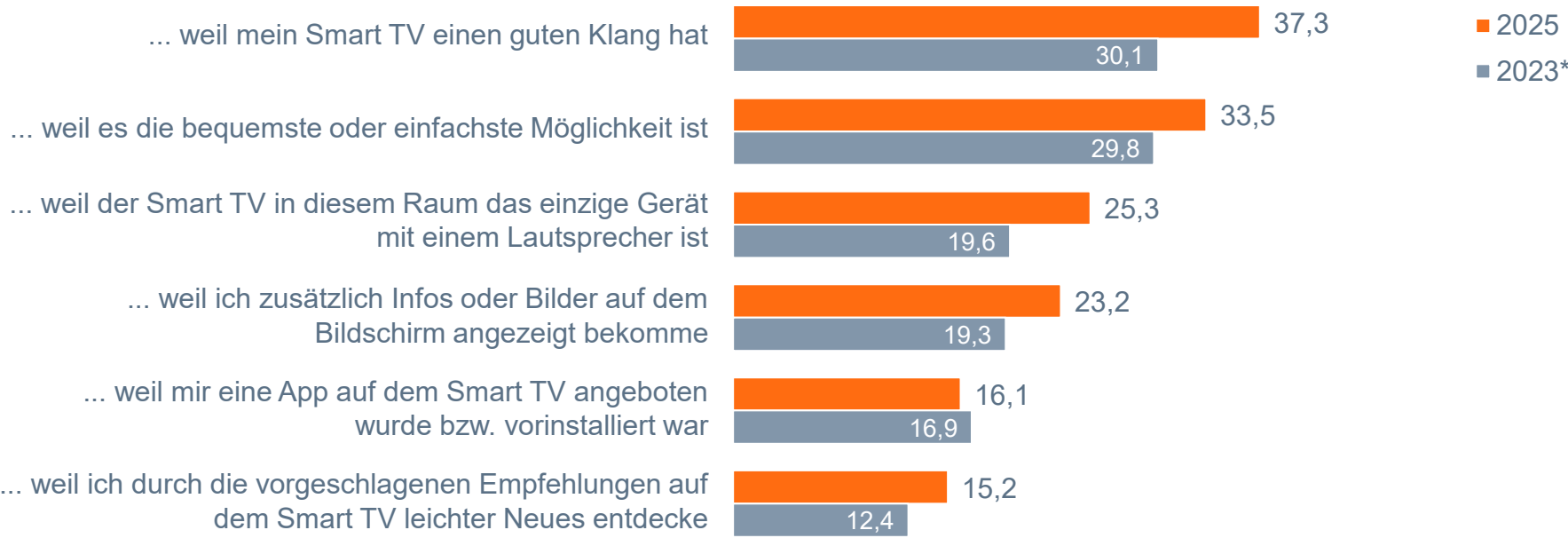
* wurde 2024 nicht erhoben
 Frage 36: Sie haben vorher angegeben, dass Sie Radio über das Internet auch auf dem Smart TV hören. Wie hören Sie Radio auf Ihrem Smart TV?, Frage 38: Wie hören Sie dabei die Online-Audio-Inhalte?
 Angaben in Prozent; Basis: 15,926 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio am Smart TV nutzen (n=1.330) bzw. Audio-on-Demand am Smart TV nutzen (n=1.419; 17,252 Mio.)

Die Argumente für den Smart TV als Online-Audio-Gerät gewinnen an Gewicht: Guter Klang, bequemer Zugang und einzig verfügbarer Lautsprecher im Raum bleiben die Top 3.

Nutzungsmotive Audio am Smart TV

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



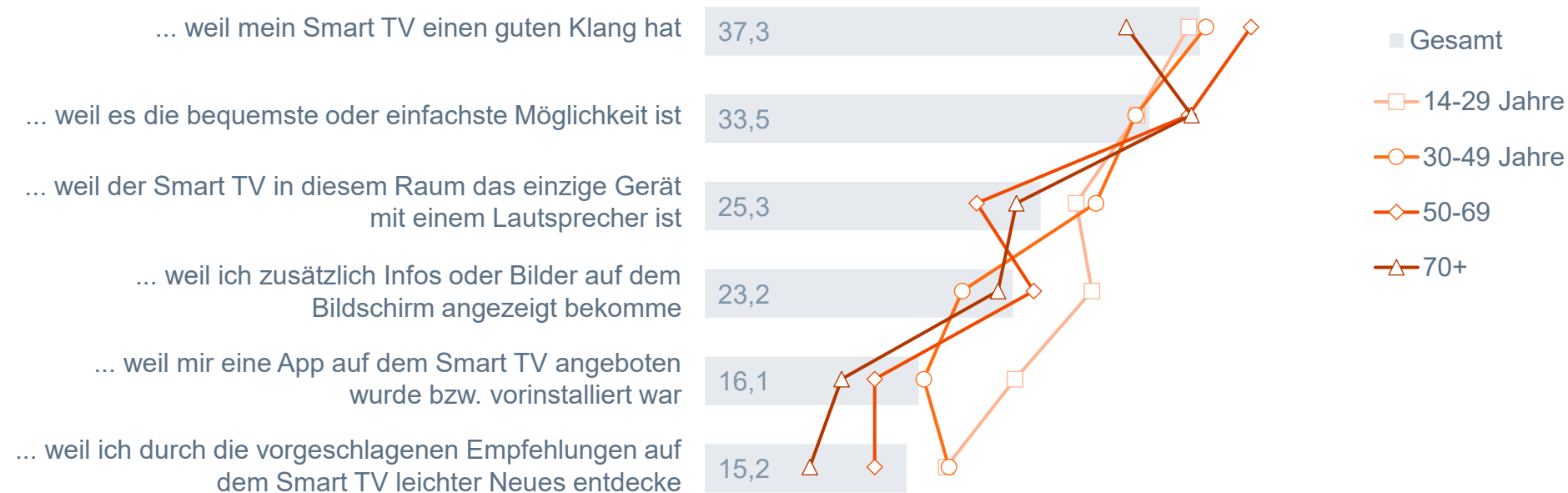
* wurde 2024 nicht erhoben
 Frage 39: Warum hören Sie Audio-Inhalte auf Ihrem Smart TV?
 Angaben in Prozent; Basis: 21,217 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=1.724)

Bei unter 50-Jährigen ist der Smart TV häufiger das einzige Lautsprechergerät im Raum, für Ältere häufiger der einfachste Zugang. Bilder und eine vorinstallierte App sind v.a. für U30 ein Nutzungsmotiv.

Nutzungsmotive Audio am Smart TV nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



Frage 39: Warum hören Sie Audio-Inhalte auf Ihrem Smart TV?

Angaben in Prozent; Basis: 21,217 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=1.724)

6 Genutzte Plattformen

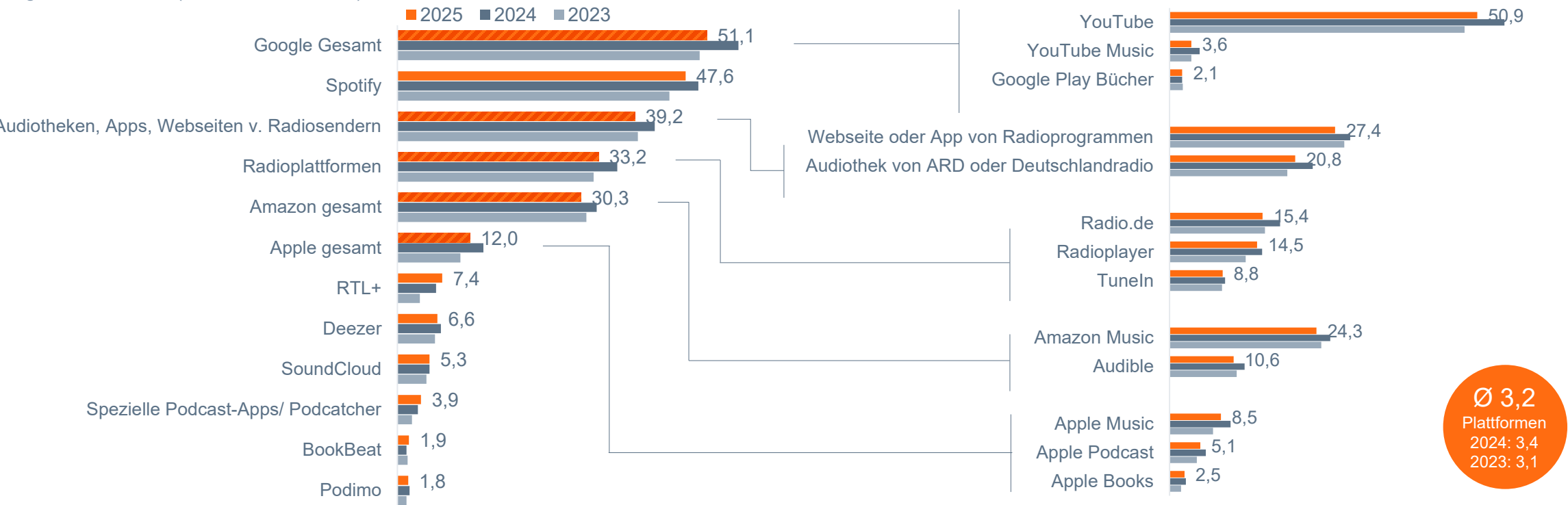


Gleiches Ranking auf etwas geringerem Nennungs-niveau als 2024: YouTube/Google vor Spotify und den Audiotheken/Apps/Webseiten von Radiosendern.

Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote (Gesamtranking)

Angaben in Prozent (Plattformen ab 1,5%)

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende



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? Ist das über...
Angaben in Prozent; Basis 2025: 48,531 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

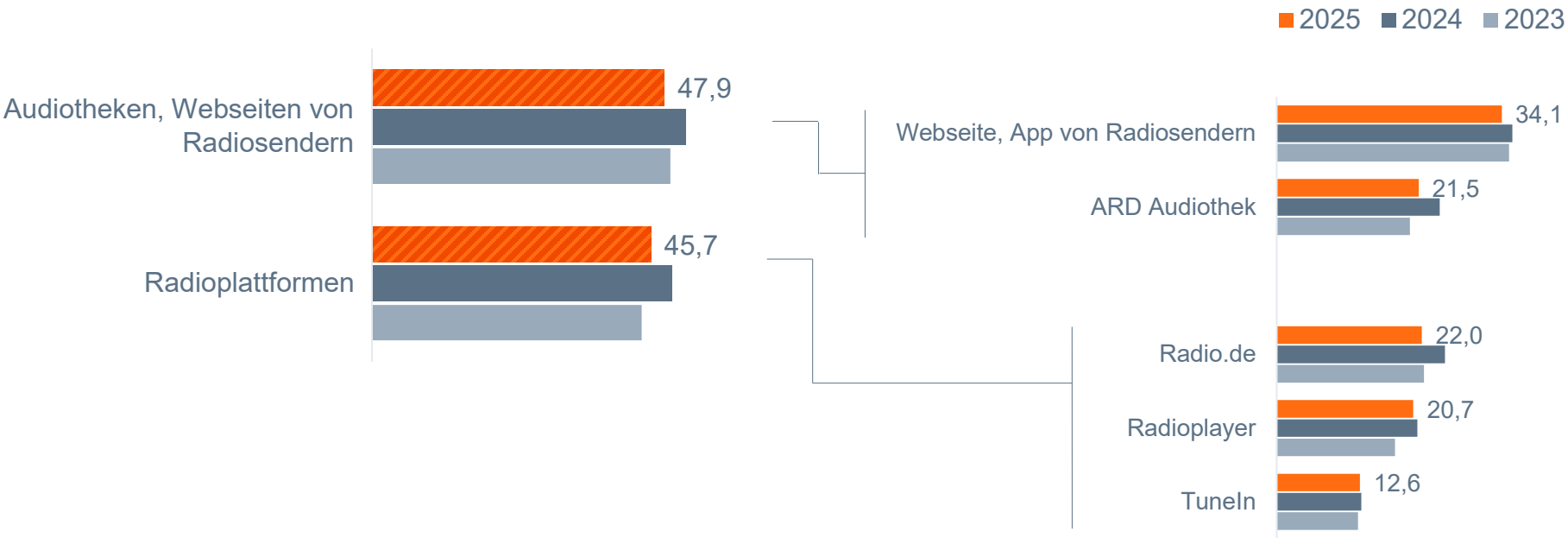
Webradio wird sowohl über die digitalen Angebote der Radiosender (Webseite/App, Audiothek) als auch über Radioplattformen gehört – auf geringerem Level als 2024.

Genutzte Plattformen für Webradio

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßig Webradio-Nutzende



Ø 1,2
Plattformen
2024: 1,3
2023: 1,2

Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?, Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet?; Angaben in Prozent; Basis 2025: 33,929 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.774)

Webseiten und Apps der Radiosender sind insgesamt am beliebtesten, besonders bei 30-69. Jüngere nutzen häufiger Aggregatoren, 70+ etwas mehr die ARD Audiothek.

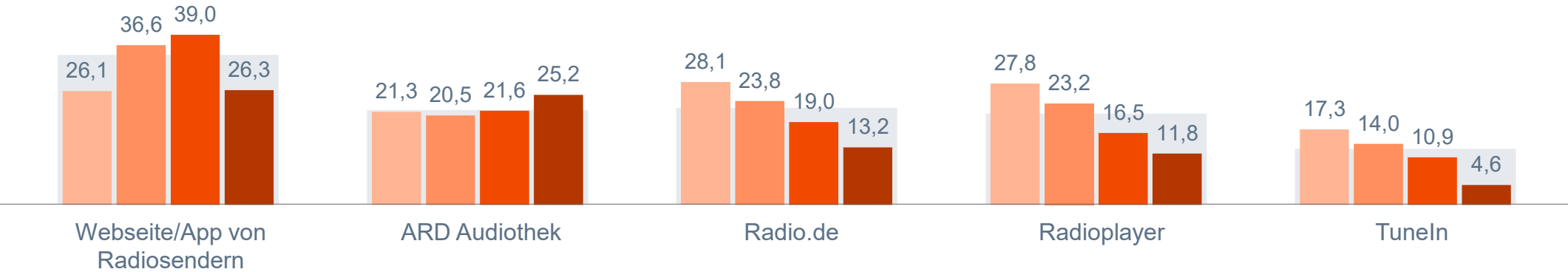
Genutzte Plattformen für Webradio nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Webradio-Nutzende



Alle 14-29 30-49 50-69 70+



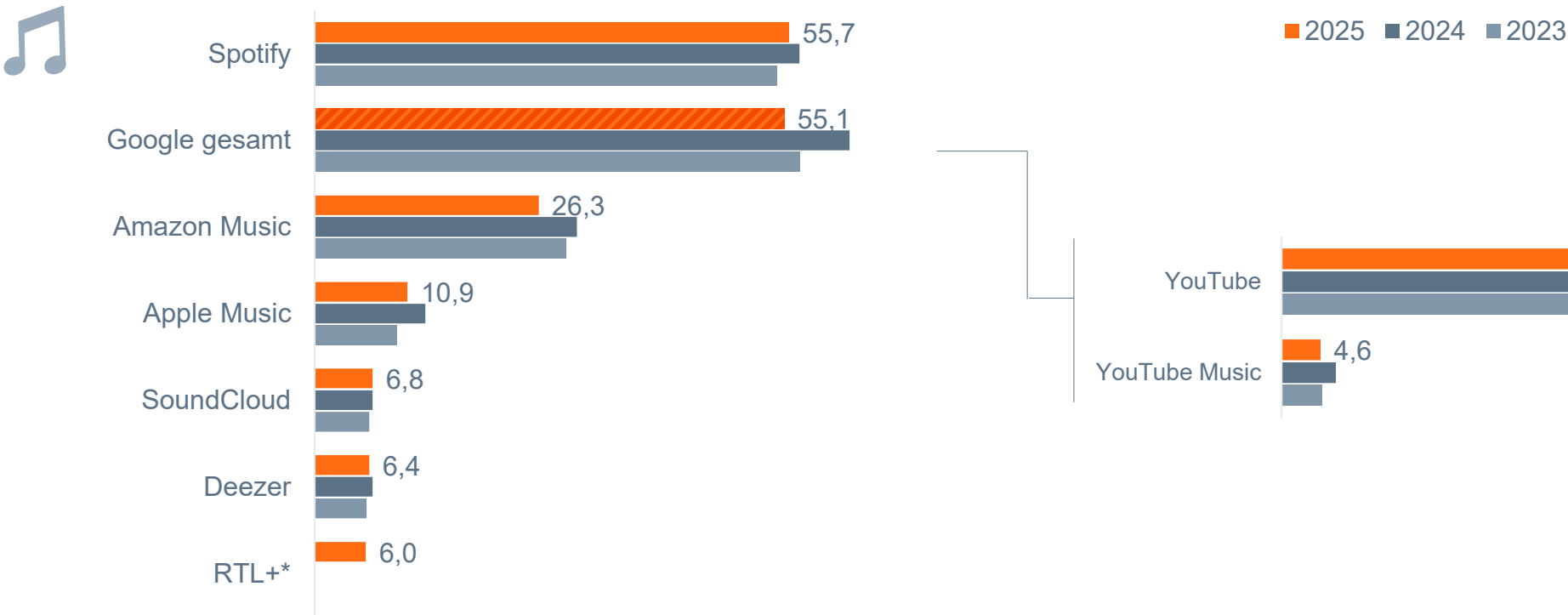
Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?, Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet?; Angaben in Prozent; Basis: 33,929 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.774)

Spotify ist (wieder) der meistgenutzte Zugang zu Musik. Google wird aktuell deutlich weniger oft als Musikstreaming-Plattform angegeben.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Musikstreaming-Nutzende



Ø 1,7
Plattformen
2024: 1,9
2023: 1,7

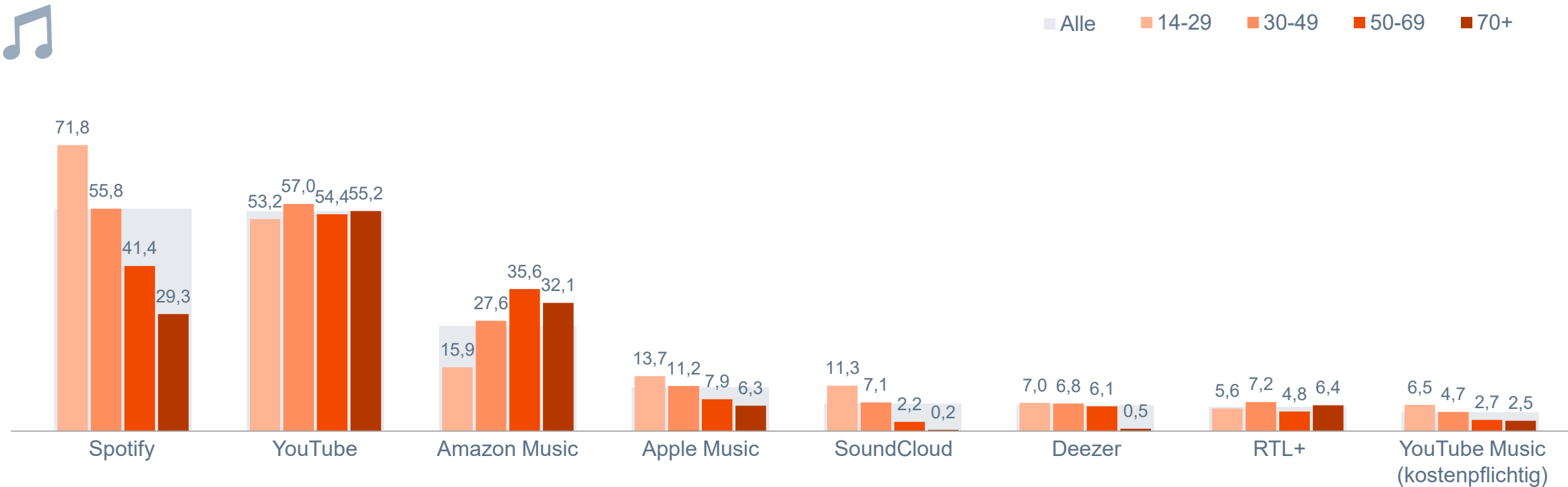
* 2025 erstmals abgefragt
Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 38,057 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.943)

Spotify ist bei den Jüngeren die bevorzugte Plattform für Musikstreaming. YouTube ist bei allen Altersgruppen beliebt, während Amazon Music vor allem bei Älteren Anklang findet.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Musikstreaming-Nutzende



Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
Angaben in Prozent; Basis: 38,057 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.943)

Spotify behauptet sich als wichtigster Podcast-Zugang. YouTube steigt deutlich, vermutlich weil auch mehr Ältere Podcasts für sich entdeckt haben.

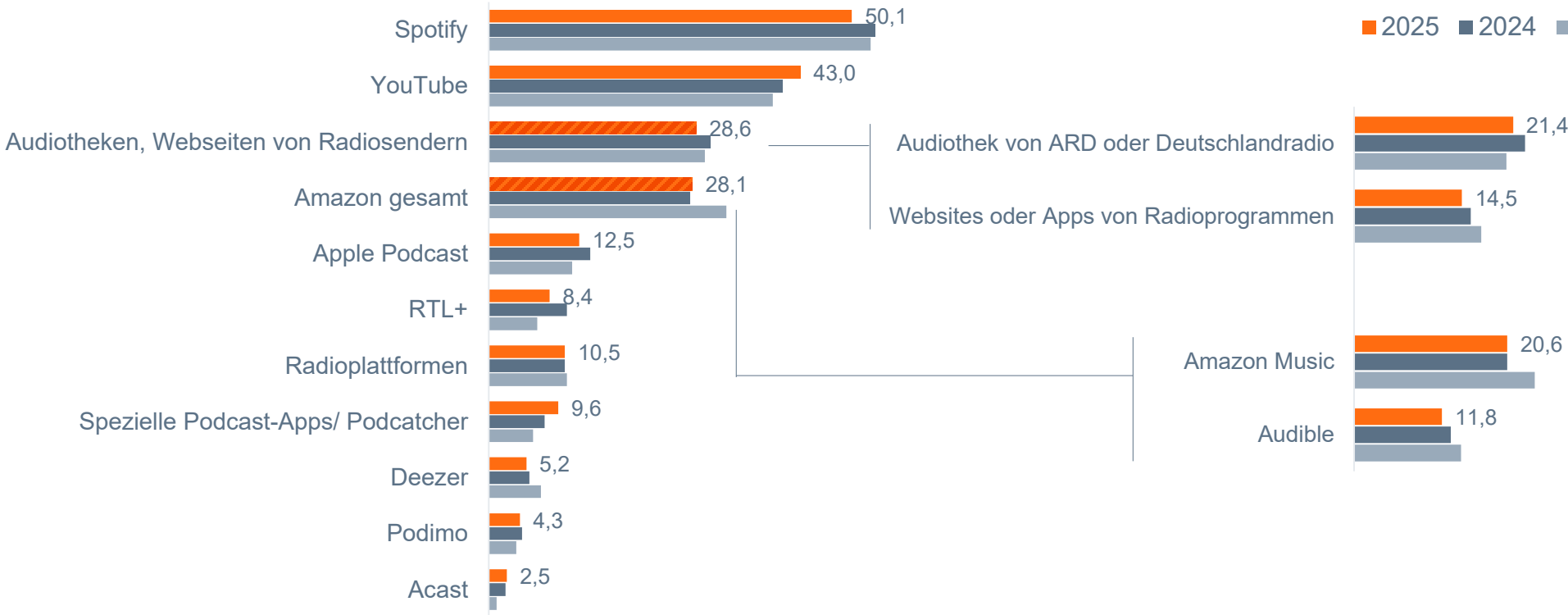
Genutzte Plattformen für Podcasts

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

2025 2024 2023



Ø 2,2
Plattformen
2024: 2,3
2023: 2,2

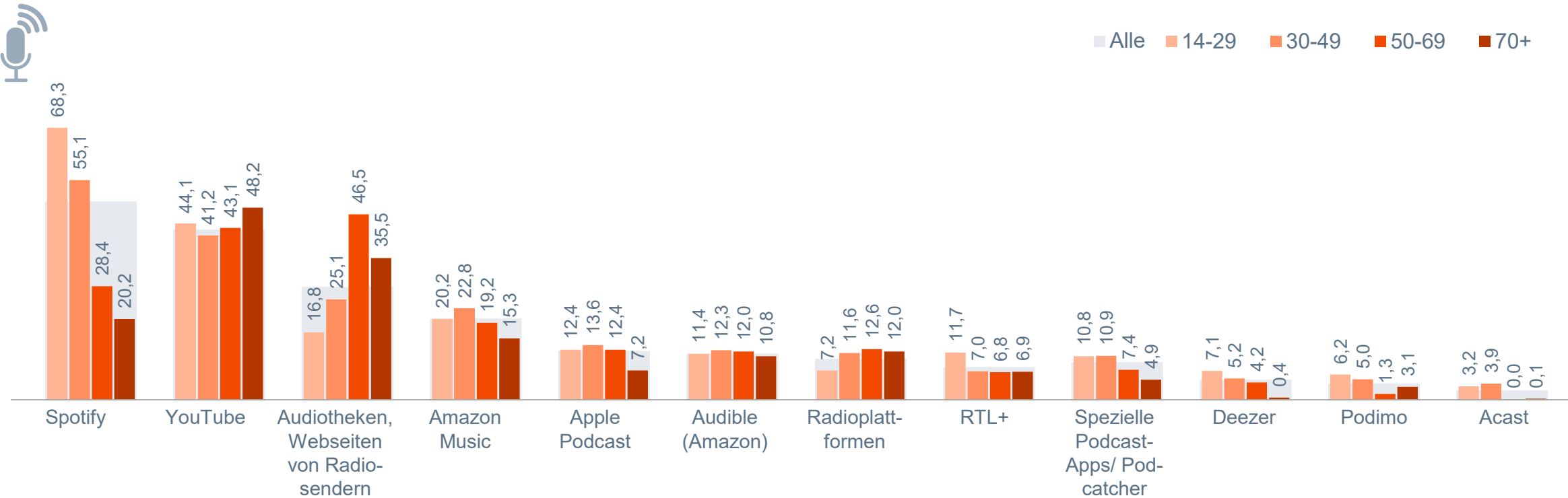
Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts? Ist das über...
Angaben in Prozent; Basis 2025: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Spotify ist der Podcast-Hotspot der unter 50-Jährigen. Ältere Hörer:innen hingegen greifen lieber auf YouTube, Audiotheken bzw. Radiowebsites zurück.

Genutzte Plattformen für Podcasts nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts? Ist das über...
Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

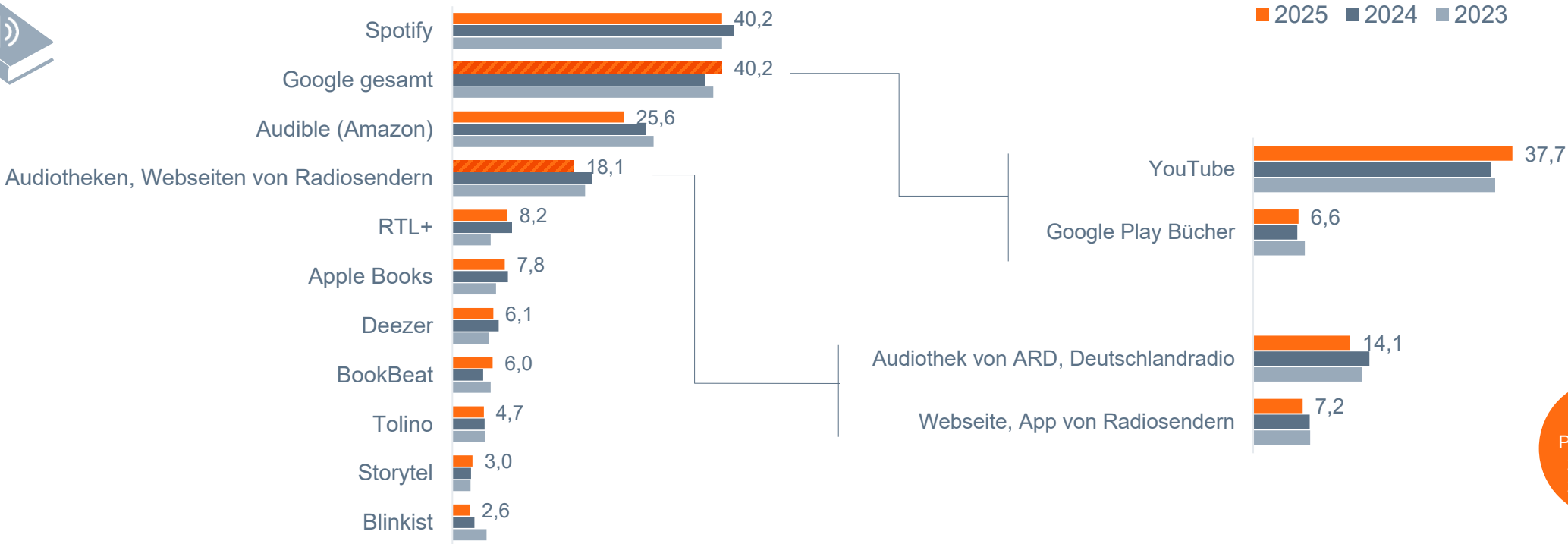
Bei den Hörbuch-Plattformen gewinnt YouTube/Google an Relevanz und teilt sich nun den ersten Platz mit Spotify. Audible und die ARD Audiothek verlieren im Vorjahresvergleich.

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßig Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen



Ø 2,0
Plattformen
2024: 2,0
2023: 2,0

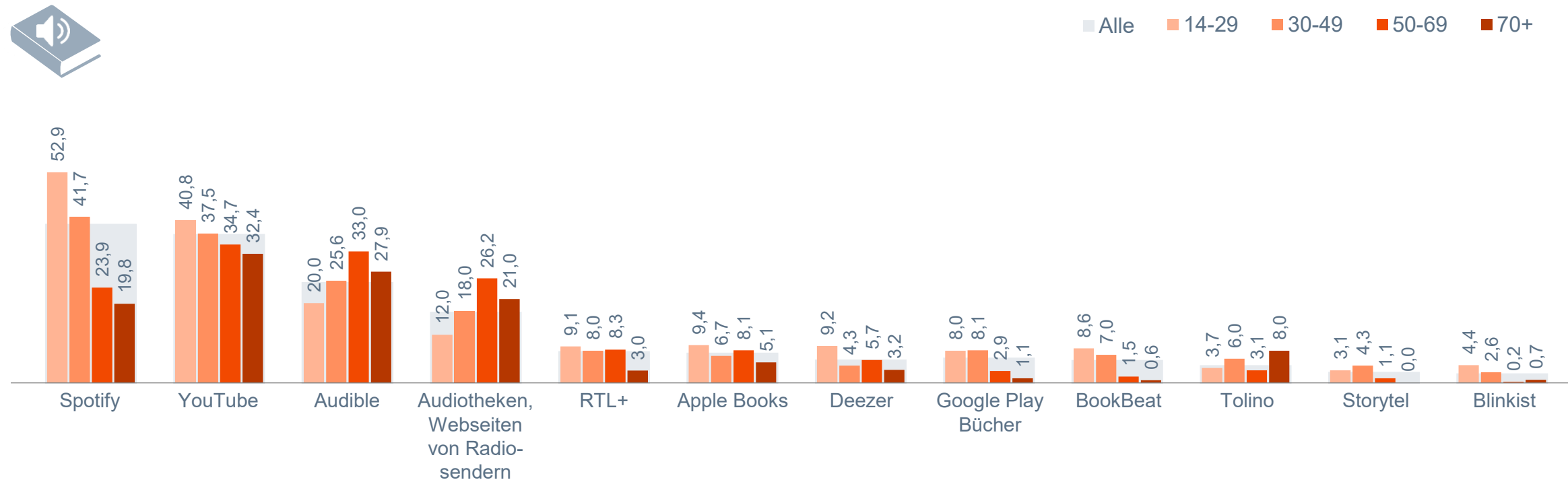
Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 15,339 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=1.250)

U50 setzt auch für Hörbücher/-spiele auf Spotify. Ältere hingegen wählen YouTube oder spezialisierte Zugänge wie Audible oder die Audiotheken/ Webseiten von Radiosendern.

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig 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: 15,339 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=1.250)



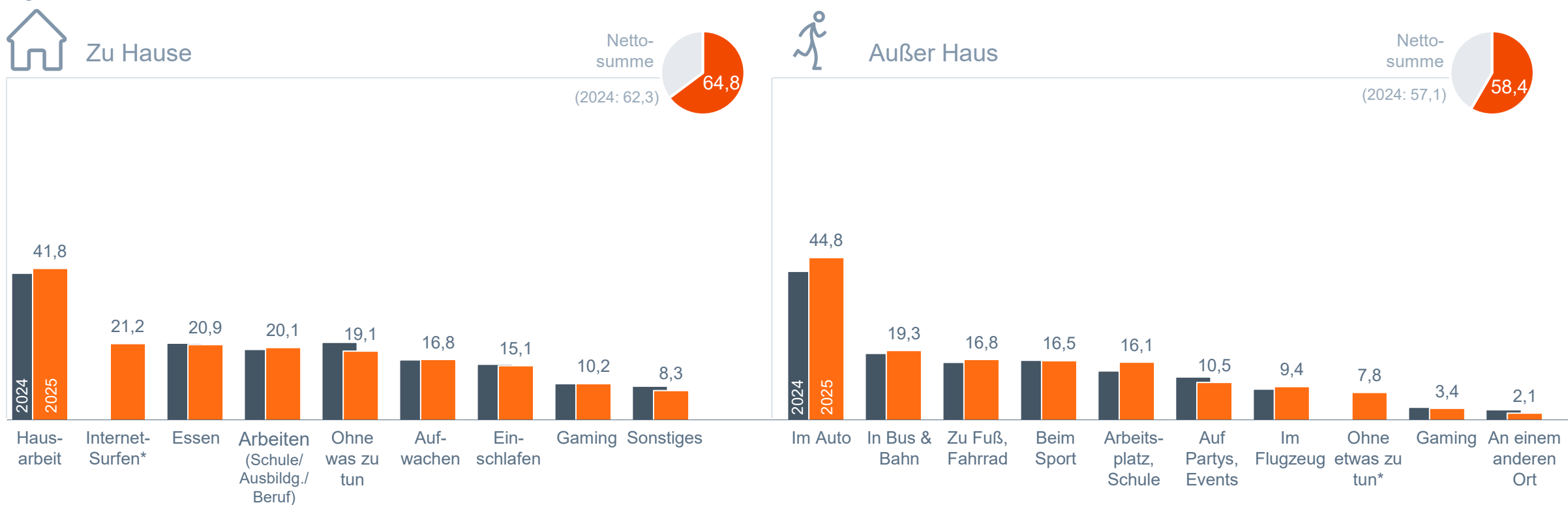
7 Nutzungssituationen

Ob daheim oder unterwegs – Online-Audio begleitet die Mehrheit der Menschen in vielen Situationen. Am häufigsten wird dabei im Auto oder bei Haushaltstätigkeiten gehört.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Angaben in Prozent



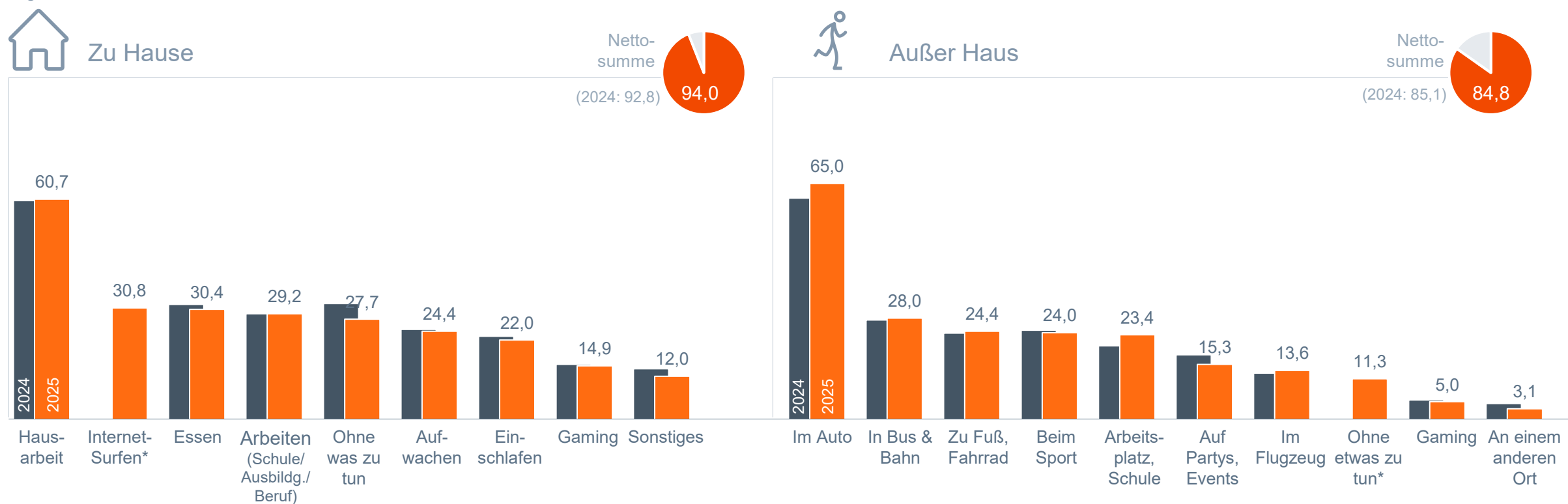
* 2025 erstmals abgefragt
 Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Auf Basis regelmäßiger Nutzung: Auto bleibt Top-Situation für Online-Audio außer Haus – mit weiterem Zuwachs in 2025.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Angaben in Prozent



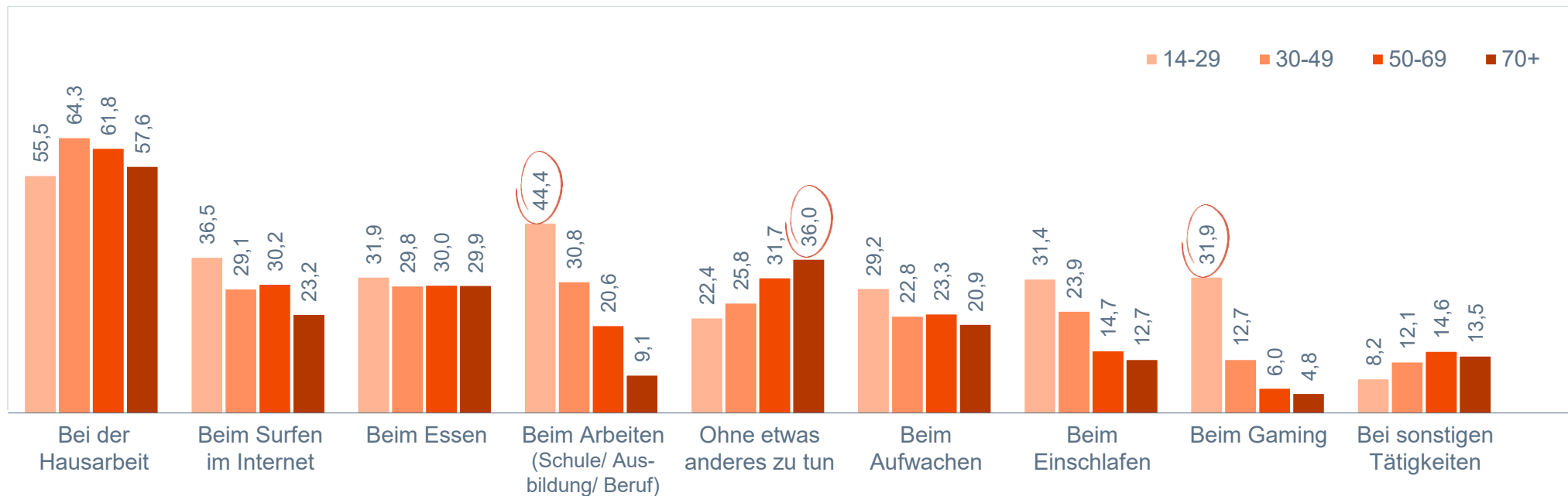
* 2024 erstmals abgefragt
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis 2025: 48,531 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

Während Jüngere zu Hause vor allem nebenbei bei der (Haus-) Arbeit, beim Surfen im Internet und Gaming Online-Audio hören, widmen sich Ältere öfter exklusiv den Inhalten.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen zu Hause nach Alter

Angaben in Prozent



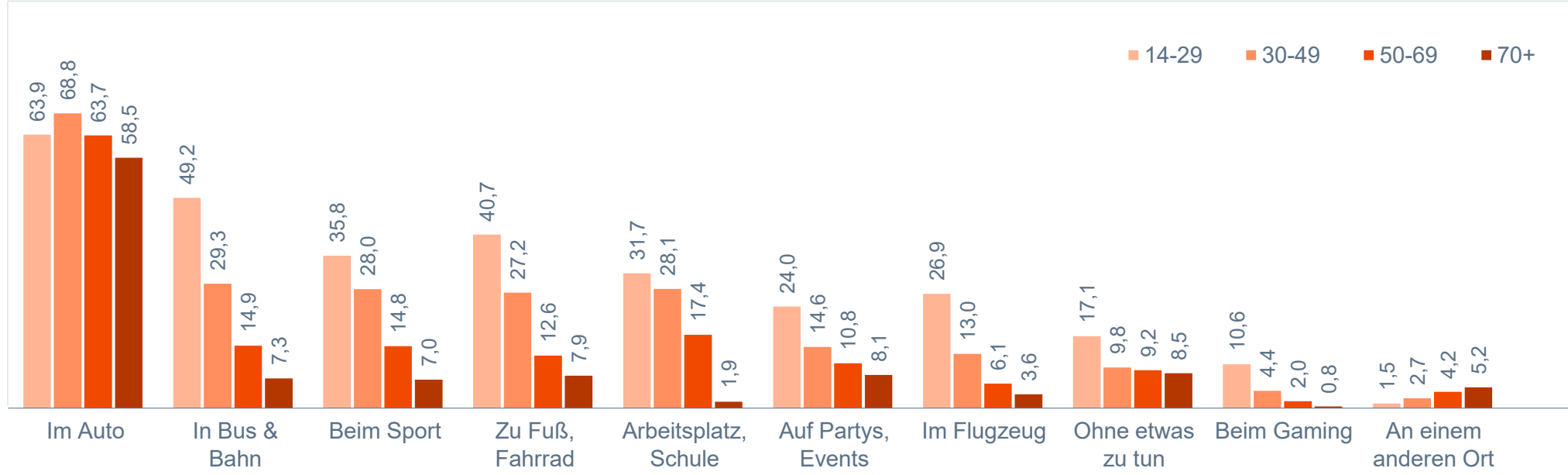
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
 Angaben in Prozent; Basis: 48,531 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

Online-Audio ist unterwegs besonders bei den Jüngeren ein Dauerbegleiter – nicht nur in Auto, Bus und Bahn, sondern auch beim Sport oder in anderen Außer-Haus-Situationen.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen außer Haus nach Alter

Angaben in Prozent



Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 48,531 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

In allen Altersgruppen hört der Großteil Online-Audio zu Hause. Außer Haus ist es mit Abstand am häufigsten die jüngste Zielgruppe.

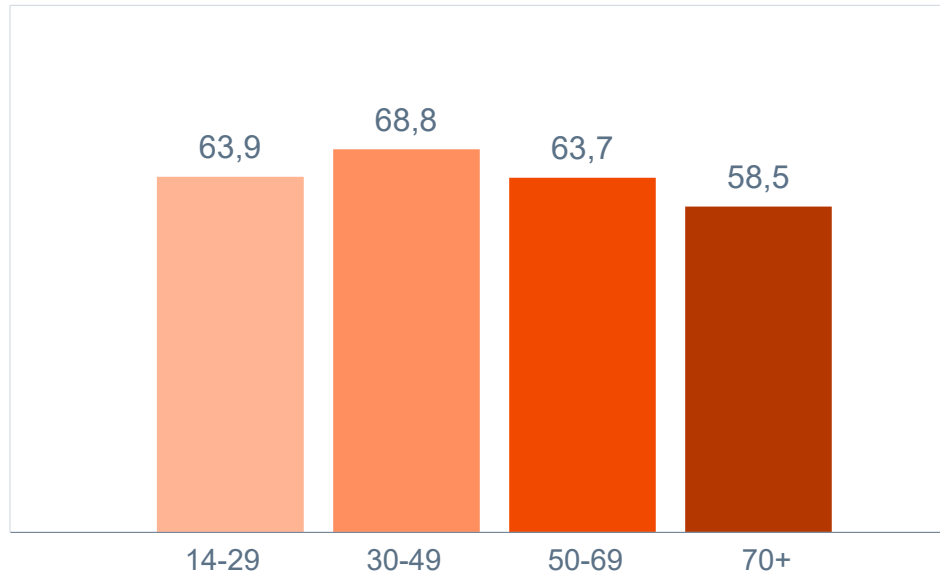
Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus nach Alter (Nettosumme)

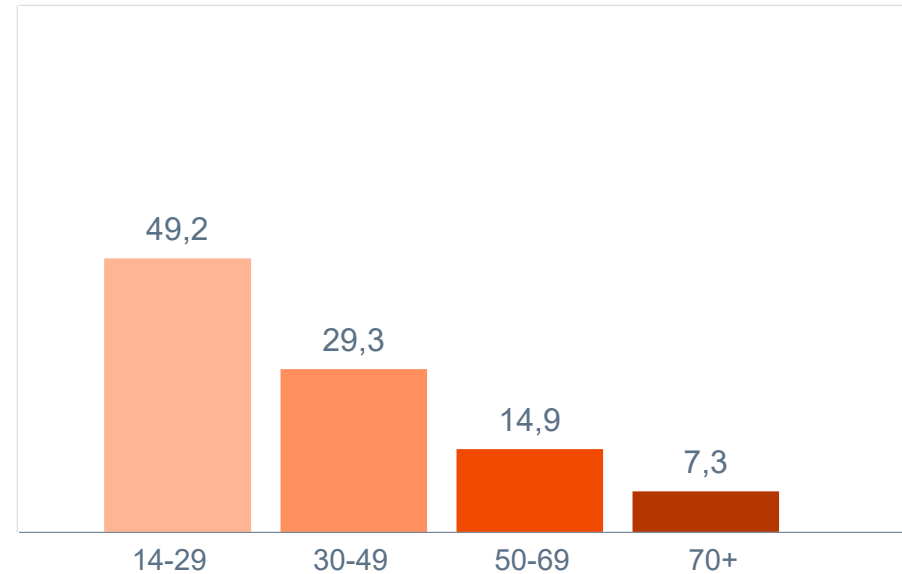
Angaben in Prozent



Zu Hause



Außer Haus



Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 48,531 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

8

Online-Audio im Auto

Fast 32 Millionen hören Online-Audio auch im Auto. Beachtlich sind die Zuwächse bei den ab 30-Jährigen.

Online-Audio-Nutzung gesamt im Auto

Angaben in Prozent

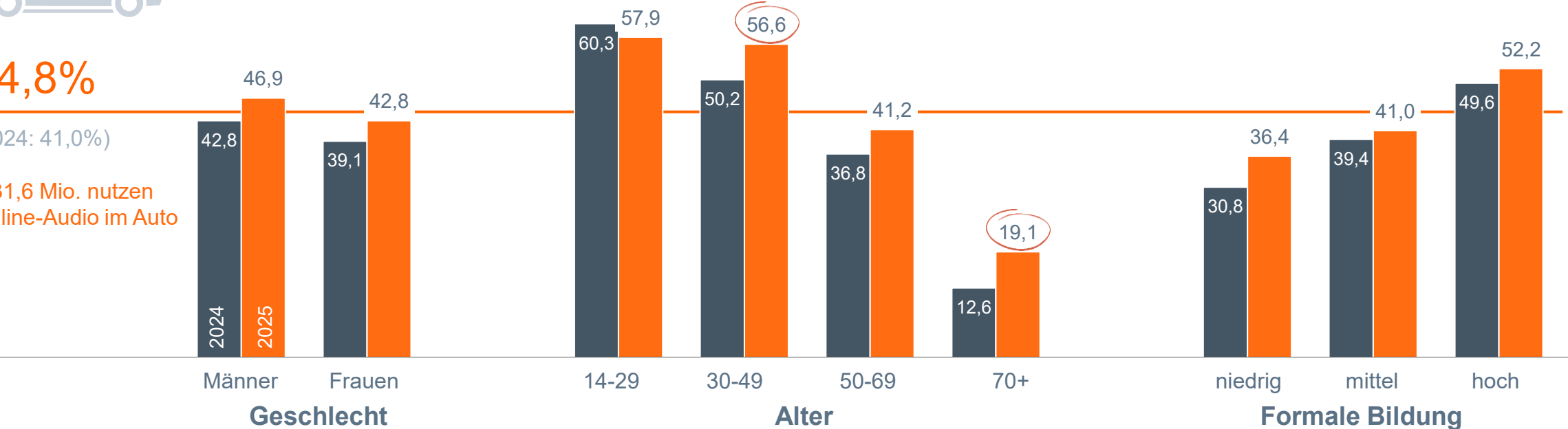


44,8%

(2024: 41,0%)

= 31,6 Mio. nutzen
Online-Audio im Auto

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



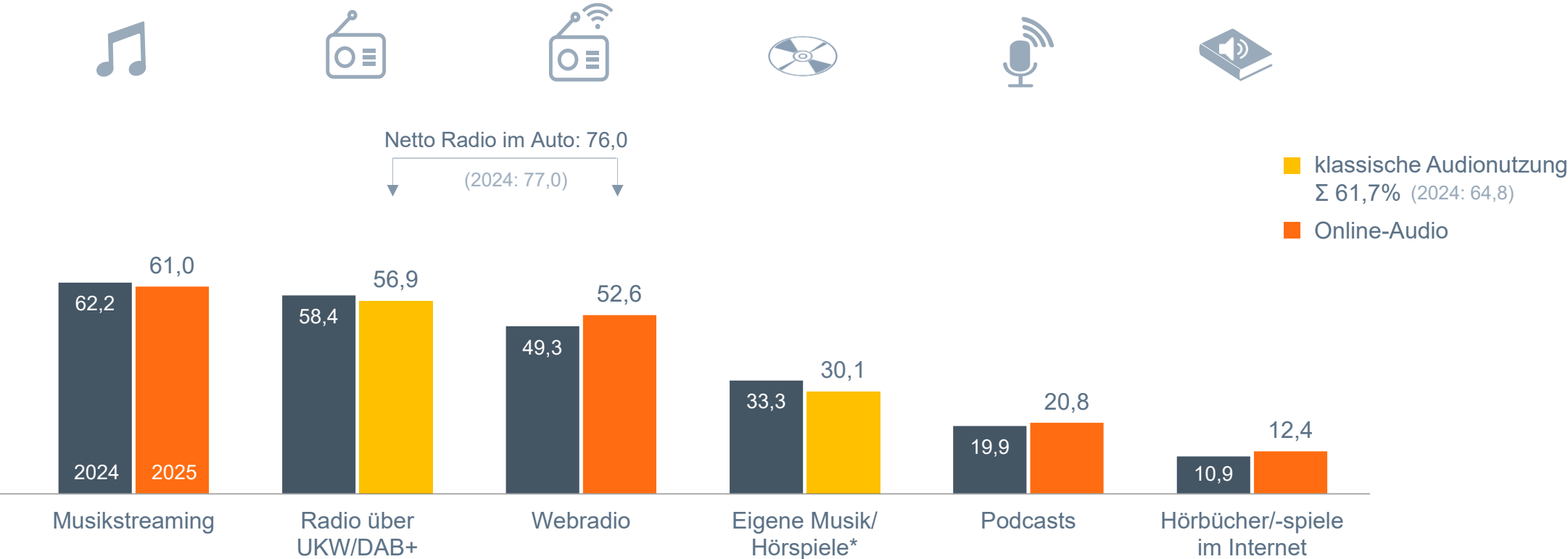
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die Sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Im Auto bleibt Radio das meistgenutzte Audioformat der Online-Audio-Nutzenden – zunehmend in digitaler Form über das Internet.

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



* z.B. als MP3s, CDs oder Kassetten, also nicht über das Internet
Frage 13a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?, Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie unterwegs im Auto <...> hören. Hören Sie darüber hinaus auch...?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 31,564 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.313)

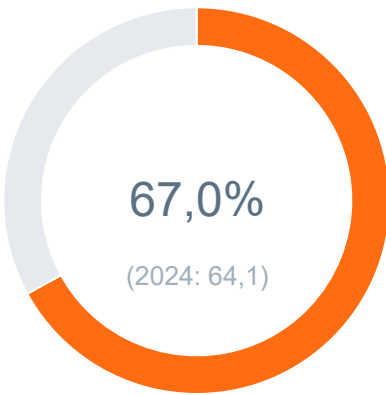
Radio- und Audio-Inhalte werden im Auto vor allem über das integrierte Infotainment-System genutzt: Zwei Drittel hören direkt darüber, mehr als die Hälfte streamt über ein verbundenes Smartphone oder Tablet.

Endgeräte für Audio-Nutzung im Auto

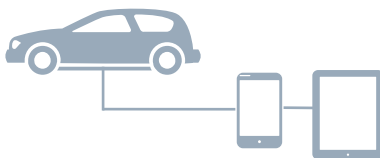
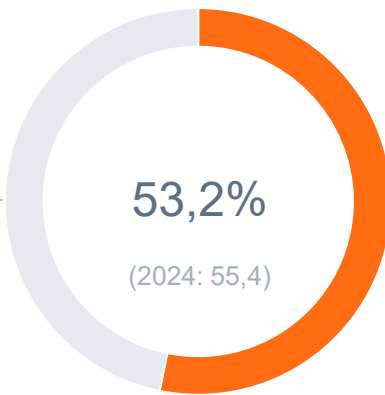
Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

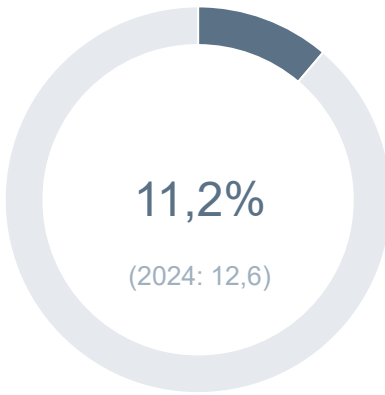
Direkt über das Autoradio/
Infotainmentsystem



Smartphone/Tablet gekoppelt mit
dem Autoradio/Infotainmentsystem



Direkt am Smartphone oder
Tablet ohne Kopplung



Σ Infotainment-
system: 92,6%
(2024: 92,4)

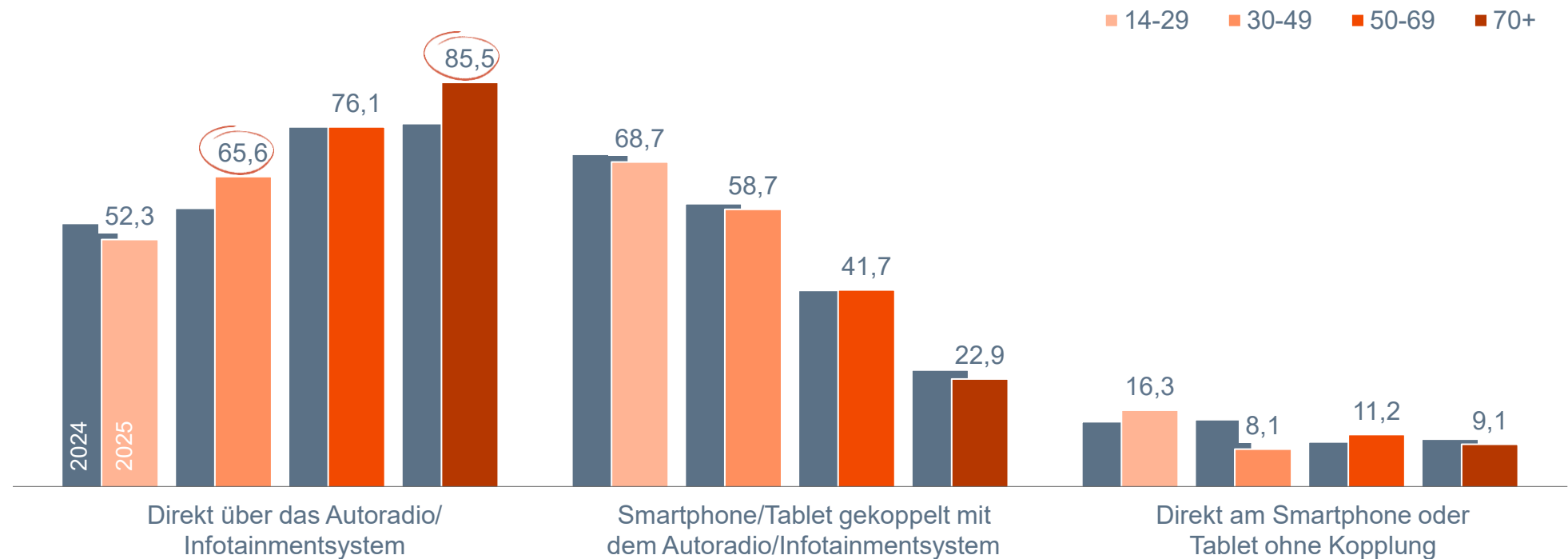
Frage 24a: Denken Sie jetzt an alle Audio-Inhalte, die Sie im Auto hören: An welchen Geräten hören Sie Radio- oder andere Audio-Angebote unterwegs im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 31,564 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.313)

Je älter, desto mehr wird direkt über das Autoradio/festinstallierte Infotainmentsystem gehört. Jüngere setzen auf das gekoppelte Smartphone.

Endgeräte für Audio-Nutzung im Auto nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



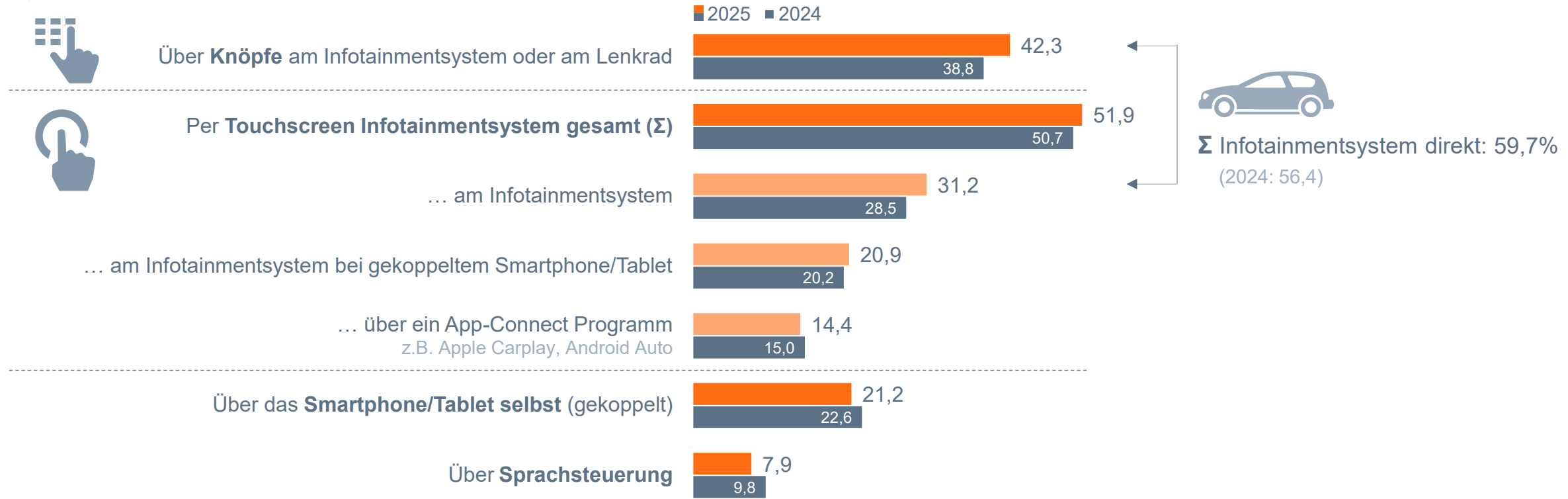
Frage 24a: Denken Sie jetzt an alle Audio-Inhalte, die Sie im Auto hören: An welchen Geräten hören Sie Radio- oder andere Audio-Angebote unterwegs im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 31,564 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.313)

Die Bedienung erfolgt zumeist via Touchscreen, aber auch die Nutzung per Knopfdruck steigt.

Bedienung der Audio-Inhalte im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



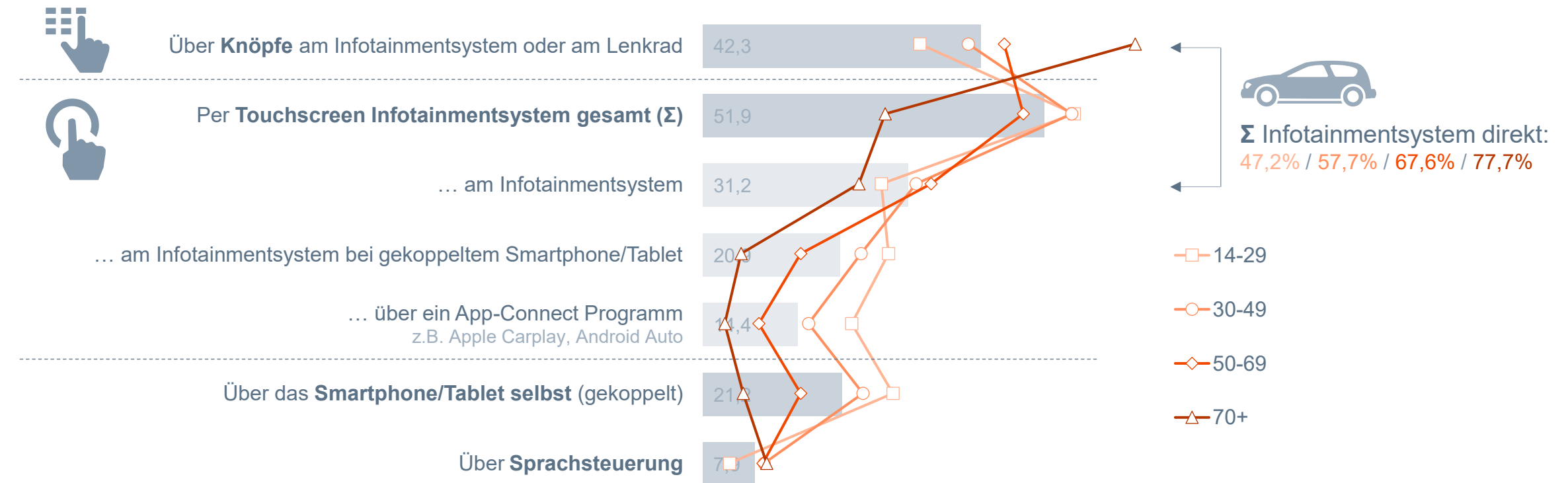
Frage 24b: Wie bedienen bzw. aktivieren Sie die Audio-Inhalte im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 31,564 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.313)

Besonders ab 70-Jährige aktivieren Audio-Inhalte über das Infotainmentsystem über Knöpfe. Jüngere verwenden häufiger den Touchscreen und gekoppelte Mobilgeräte.

Bedienung der Audio-Inhalte im Auto nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Frage 24b: Wie bedienen bzw. aktivieren Sie die Audio-Inhalte im Auto?

Angaben in Prozent; Basis: Basis: 31,564 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.313)

12 Methodische Hinweise

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2025

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, -Dienstleistungen und -Plattformen zu konzentrieren. Seither beteiligen sich auch die Landesmedienanstalten Berlin-Brandenburg (mabb) und Baden-Württemberg (LFK) sowie die Landesanstalt für Medien NRW an dem Projekt. Seit 2021 ist auch die RMS (Radio Marketing Service) als Partner dabei.
Institut:	mindline media GmbH
Methode:	Mixed Mode-Ansatz: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) und Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie b4p 2024 II: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; lt. b4p 2024 II 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre
Stichprobe / Zielperson:	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: 54%, Mobil: 46%). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt. 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 37 Prozent CATI- und 63 Prozent CAWI-Interviews. 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.

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2025

Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 4.024 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 4.024 Interviews verteilen sich bevölkerungsproportional auf die einzelnen Bundesländer.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 1.579 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, 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: 16.04. – 24.05.2025 CAWI: 24.04. – 16.05.2025
Zentrale Untersuchungsinhalte:	Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalten: Unterschieden werden dabei: Webradio vs. Audio-on-Demand (getrennt nach Musikstreaming, Podcasts*, Hörbücher/Hörspiele): • Plattformen • Genutzte Geräte • Genutzte Inhalte • Nutzungsort/-situationen, Außer-Haus-Nutzung, Nutzung im Auto • Nutzungsfrequenz Schwerpunkthemen der Erhebung 2025 waren: • Podcasts: Nutzung zum aktuellen Zeitgeschehen, Zahlungsbereitschaft und Video-Podcasts • Online-Audio & KI * impliziert immer auch Radiosendungen zum Nachhören

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2025

Realisierte Interviews 2025	Anzahl
Baden-Württemberg	516
Bayern	603
Berlin	1.005*
Brandenburg	127
Bremen	101
Hamburg	501*
Hessen	297
Mecklenburg-Vorpommern	102
Niedersachsen	372
Nordrhein-Westfalen	822
Rheinland-Pfalz	190
Saarland	103
Sachsen	502*
Sachsen-Anhalt	113
Schleswig-Holstein	142
Thüringen	107
Summe	5.603

* disproportionale Fallzahlaufstockungen

