



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2026

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

**LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW**

mabb
medienanstalt_berlin_brandenburg

RMS
Der Audiovermarkter.

V/AUNET
Verband Privater Medien

mindline | media

Umsetzung:

Inhaltsverzeichnis

1 Nutzung Online-Audio-Angebote 3

2 Nutzungsintensität und -anteile 11

3 Nutzungssituationen 16

4 Gratifikationen in ausgewählten Situationen 21

5 Online-Audio / Radio im Auto 29

6 Podcasts 40

7 Genutzte Plattformen 56

8 Genutzte Geräte 66

8.1 Smart Speaker 70

8.2 Smart TV 73

9 Methodische Hinweise 80

1

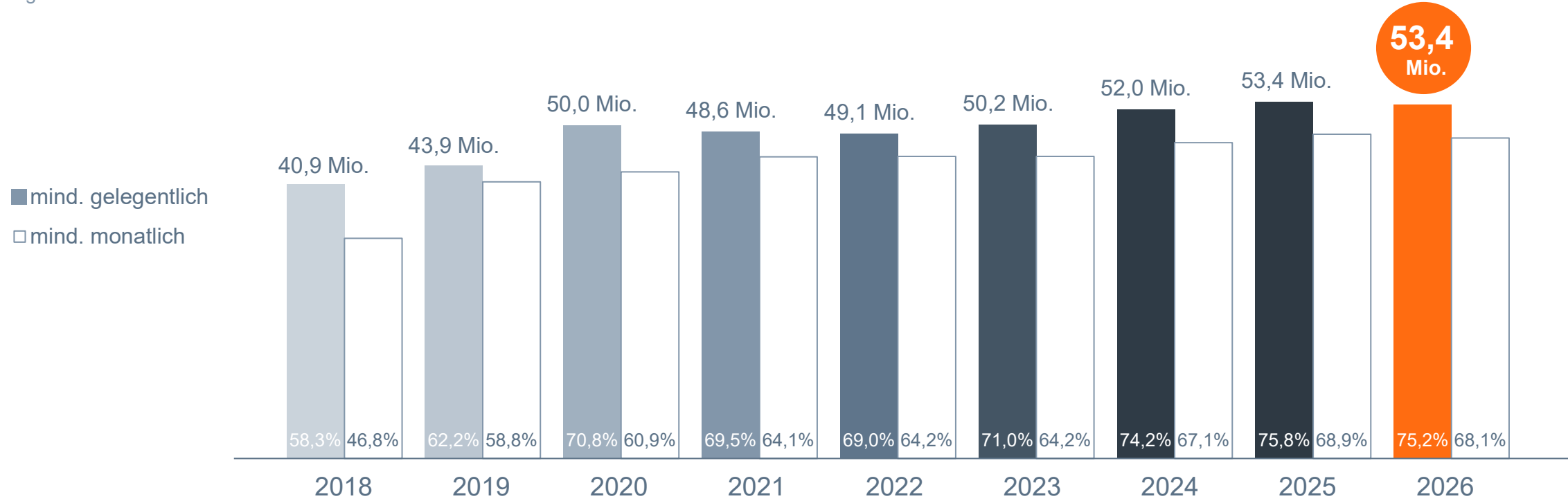
Nutzung Online-Audio-Angebote

Online-Audio bleibt Massenmedium: Drei Viertel der ab 14-Jährigen in Deutschland (53 Mio.) nutzen Online-Audio-Angebote gelegentlich, zwei Drittel mindestens monatlich.

Nutzung Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent / in Mio. Personen

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



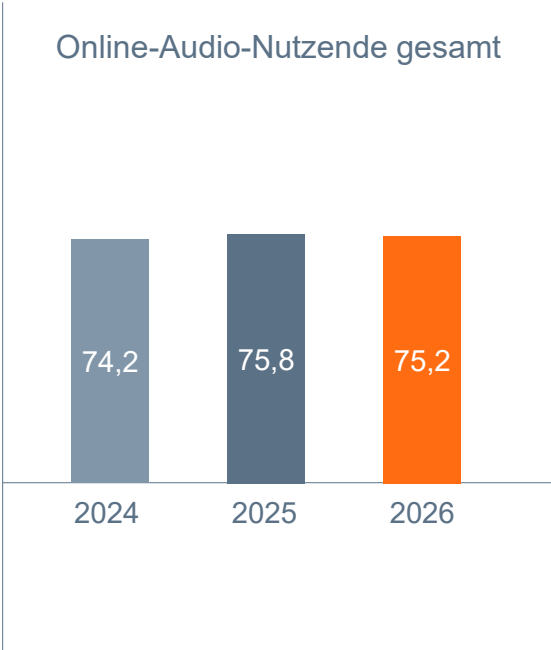
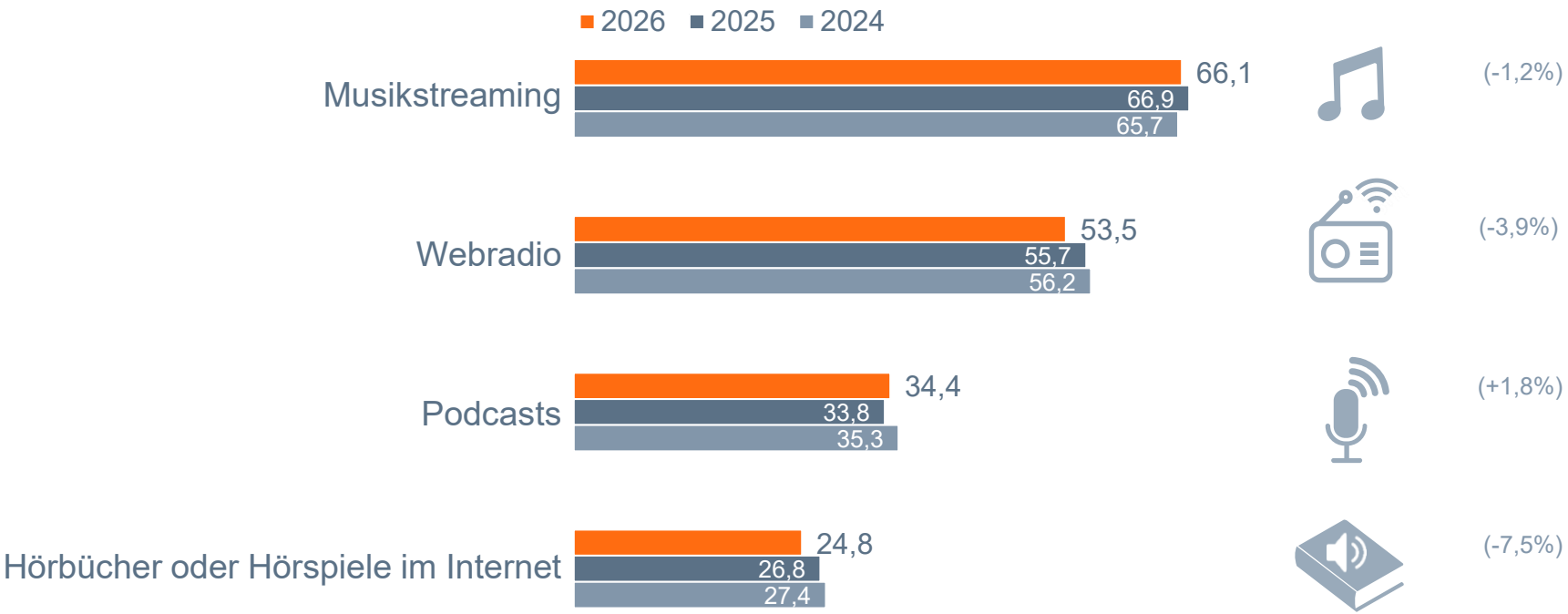
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Online oder über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? / Frage 11: Wie häufig hören Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Musikstreaming führt weiterhin stabil, Podcasts behaupten sich robust – Webradio und Hörbücher/-spiele geben leicht nach.

Nutzung Online-Audio-Angebote: 2024-2026

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



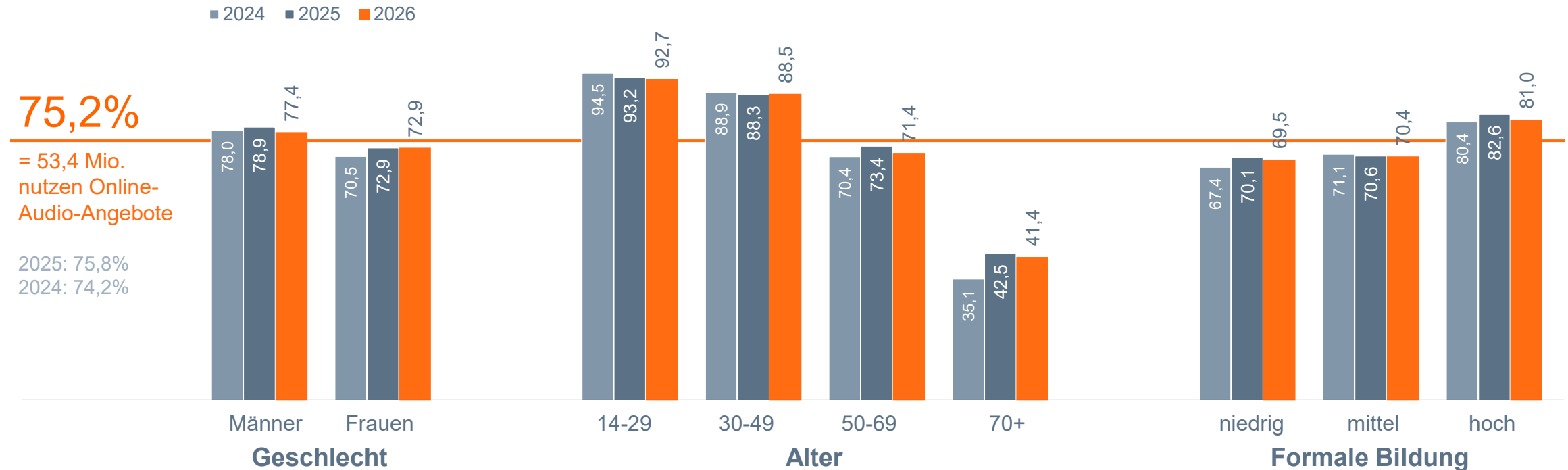
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Die Online-Audio-Nutzung ist bei allen Zielgruppen stabil auf Vorjahresniveau.

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

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



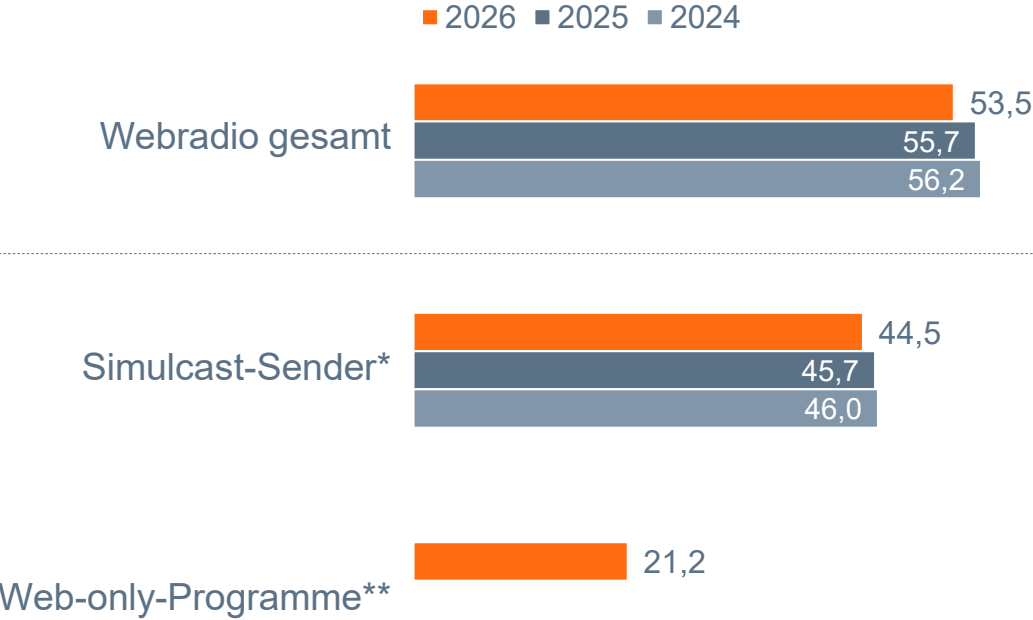
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Simulcast-Sender verlieren leicht, bleiben aber die am häufigsten genutzte Angebotsform von Webradio.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Webradio-Nutzung im Detail

Angaben in Prozent



* **Simulcast-Sender:** Radiosender, die man sowohl über das Internet als auch über UKW/DAB+ hören kann. | ** Trenddarstellung aufgrund geänderter Abfrage nicht möglich.

Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ? (zwei Antwortkategorien gestrichen)
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

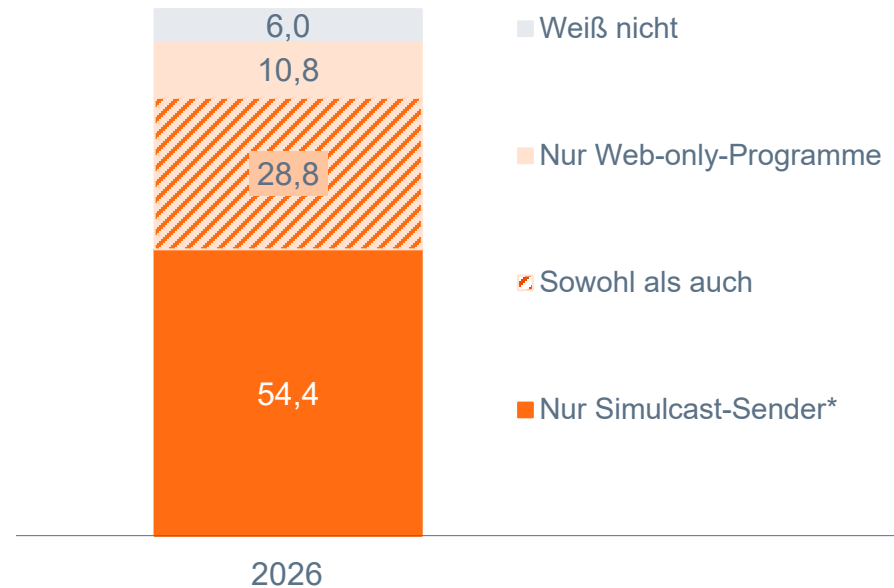
Acht von zehn Webradio-Nutzenden hören Simulcast-Sender – über die Hälfte ausschließlich.

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

Angaben in Prozent

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

53,5 % 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. | Trenddarstellung aufgrund geänderter Abfrage nicht möglich.

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.

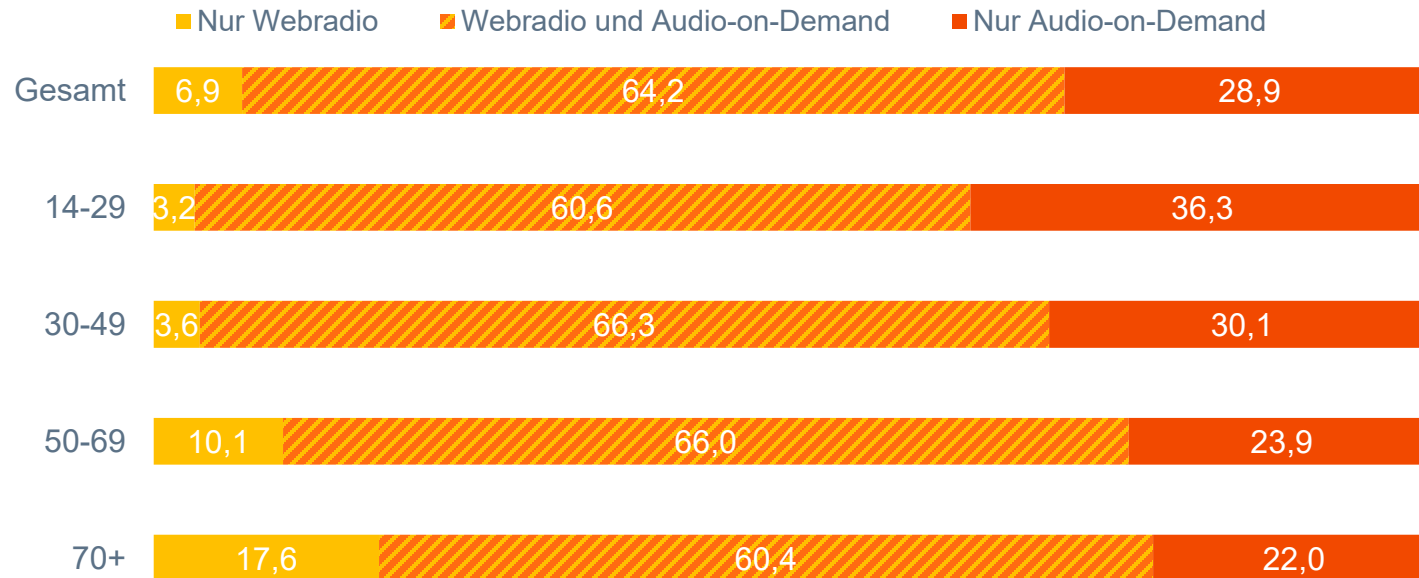
Angaben in Prozent; Basis: 37,975 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Radio über Internet hören (n=2.916)

Der Großteil hört sowohl Webradio als auch Audio-on-Demand. Je jünger, desto höher der Nutzungsanteil auf Abruf.

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

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre



* **Audio-on-Demand** = Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher/Hörspiele im Internet

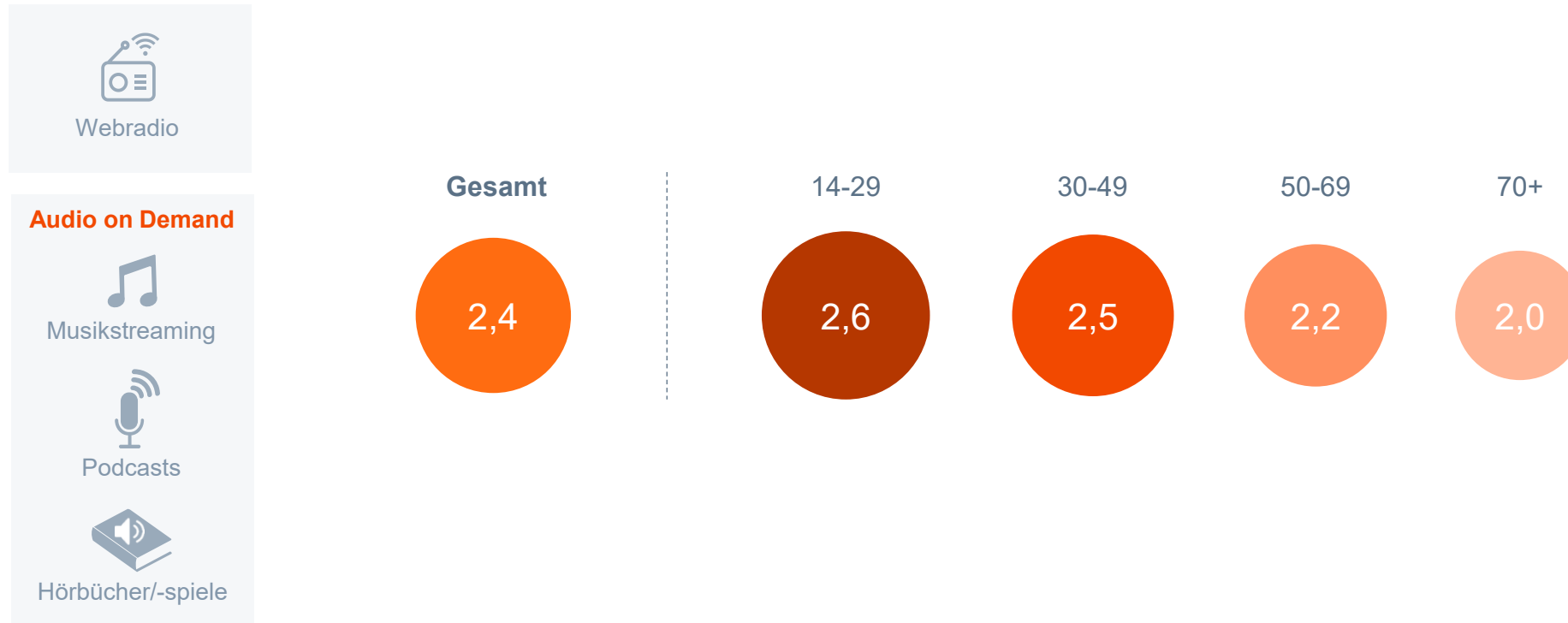
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?

Angaben in Prozent; Basis: 53,388 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=3.947)

Von den vier Online-Audio-Formaten werden im Schnitt 2,4 genutzt – je jünger, desto mehr.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre

Ø Anzahl genutzter Online-Audio-Formate nach Alter



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: 53,388 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=3.947)

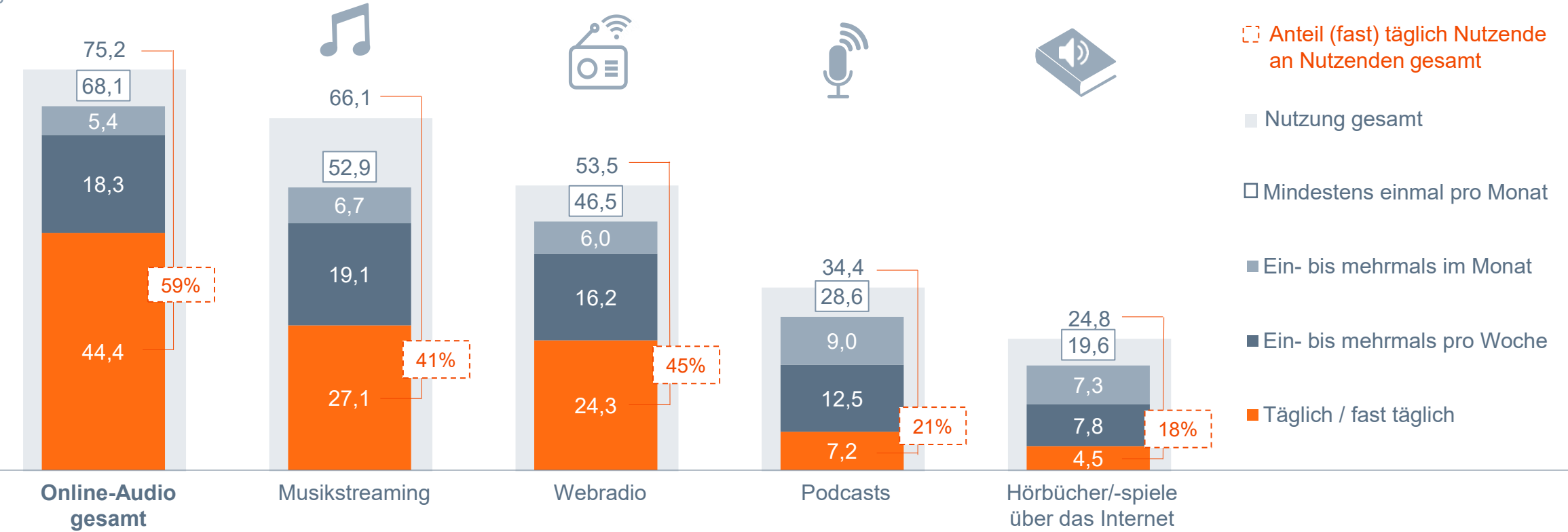
2 Nutzungsintensität

Online-Audio ist im Alltag fest verankert: 59 Prozent der Nutzenden hören jeden Tag – besonders häufig Musikstreaming und Webradio.

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



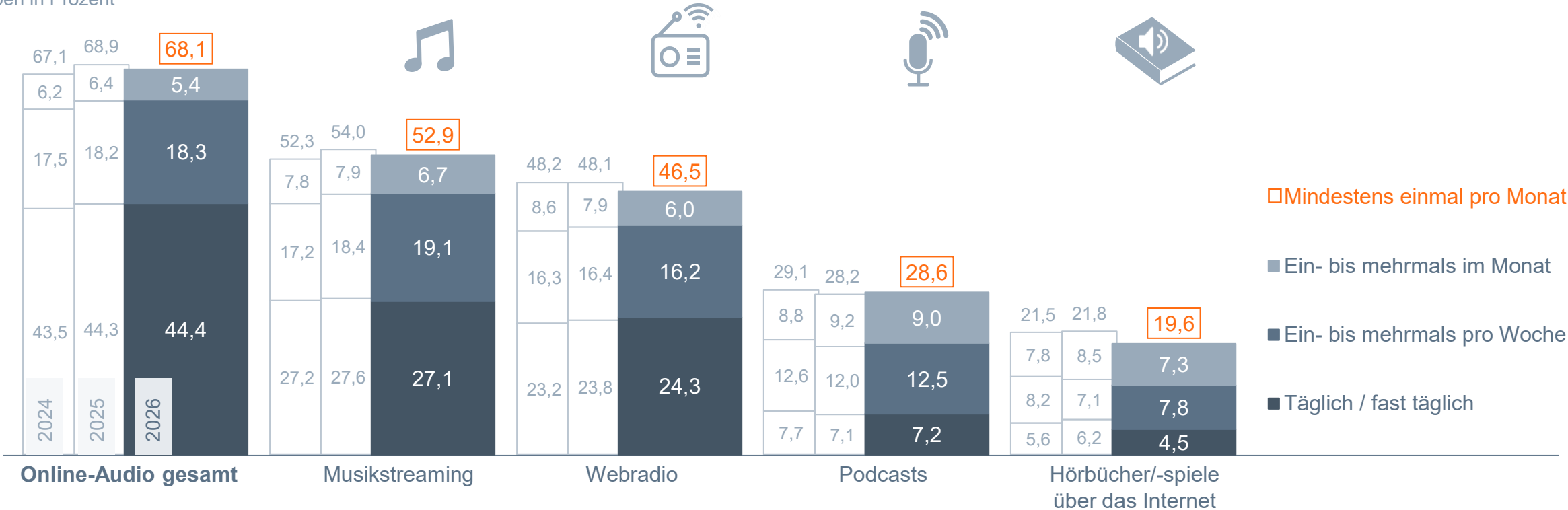
Frage 11: Wie häufig hören Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Das tägliche und wöchentliche Hören bleibt mit Ausnahme der Hörbücher/-spiele konstant. Lediglich die Nutzung ein bis mehrmals im Monat lässt etwas nach.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote – Regelmäßige Nutzung im Trend

Angaben in Prozent



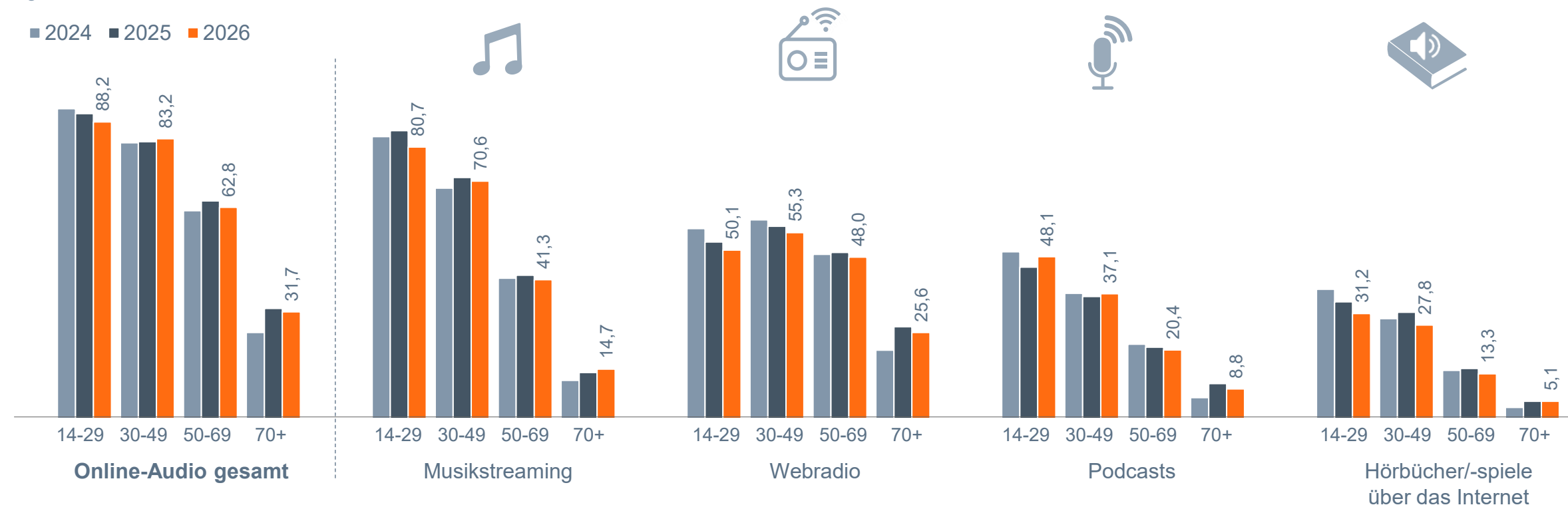
Frage 11: Wie häufig hören Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Außer bei den 30- bis 49-Jährigen liegt Online-Audio leicht unter dem Vorjahr. Bei den Jüngeren nimmt die Podcast-Nutzung wieder deutlich zu.

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

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



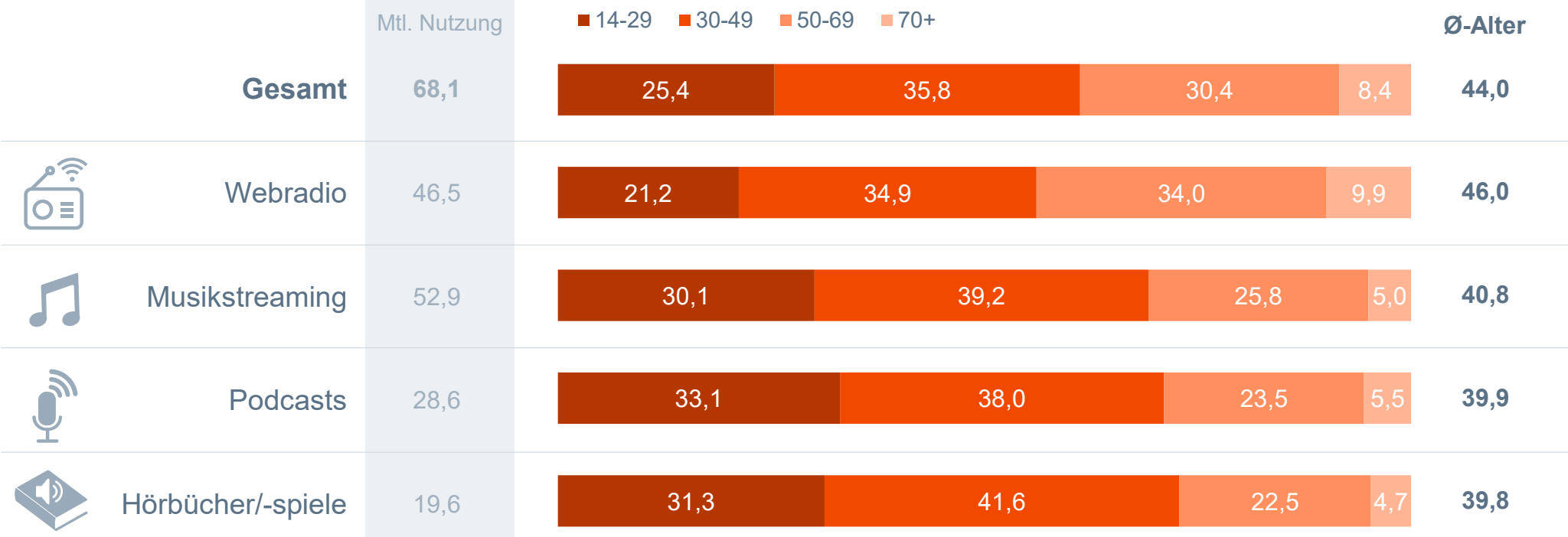
Frage 11: Wie häufig hören Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Die Altersstruktur unterscheidet sich klar: Webradio erreicht mehr ab 50-Jährige, Audio-on-Demand mehr unter 50-Jährige.

Nutzung Online-Audio-Angebote: Altersstruktur der monatlich Nutzenden

Angaben in Prozent

Basis: regelmäßig Online-Audio-Nutzende des jeweiligen Angebots



Frage 11: Wie häufig hören Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
 Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206); Basis Altersstruktur: 48,384 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533), 33,042 Mio. Webradio-Nutzende (n=2.535) / 37,525 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=2.604) / 20,341 Mio. Podcast-Nutzende (n=1.493) / 13,921 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=968)

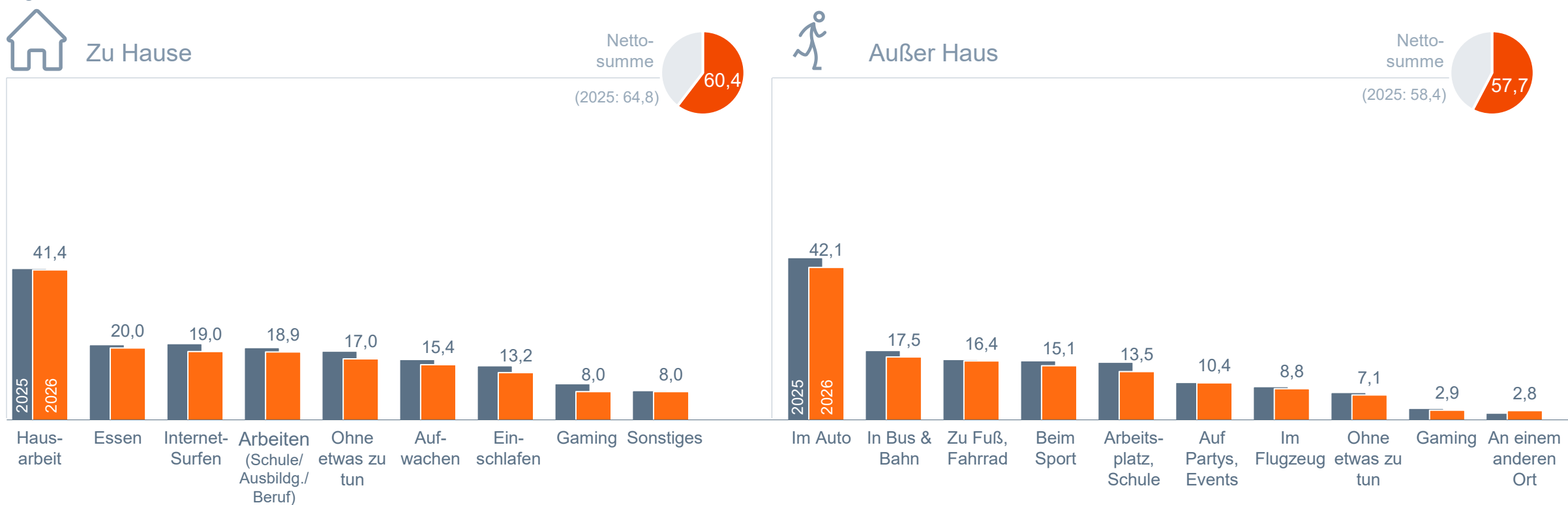
3 Nutzungssituationen

Online-Audio ist für viele ein flexibler Alltagsbegleiter – 6 von 10 hören jeweils zu Hause oder außer Haus. Daheim führt die Hausarbeit, unterwegs klar das Auto.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Angaben in Prozent



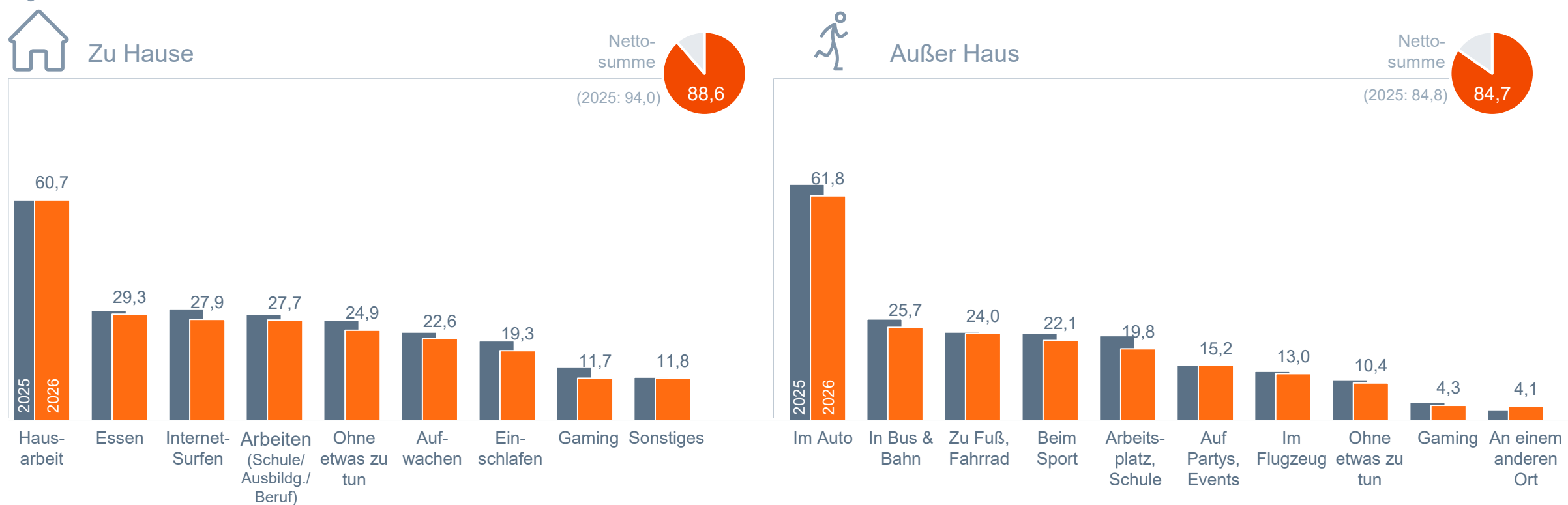
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Auch die regelmäßige Nutzung findet primär im Auto und bei der Hausarbeit statt. Insgesamt werden etwas weniger verschiedene Situationen angegeben.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Angaben in Prozent



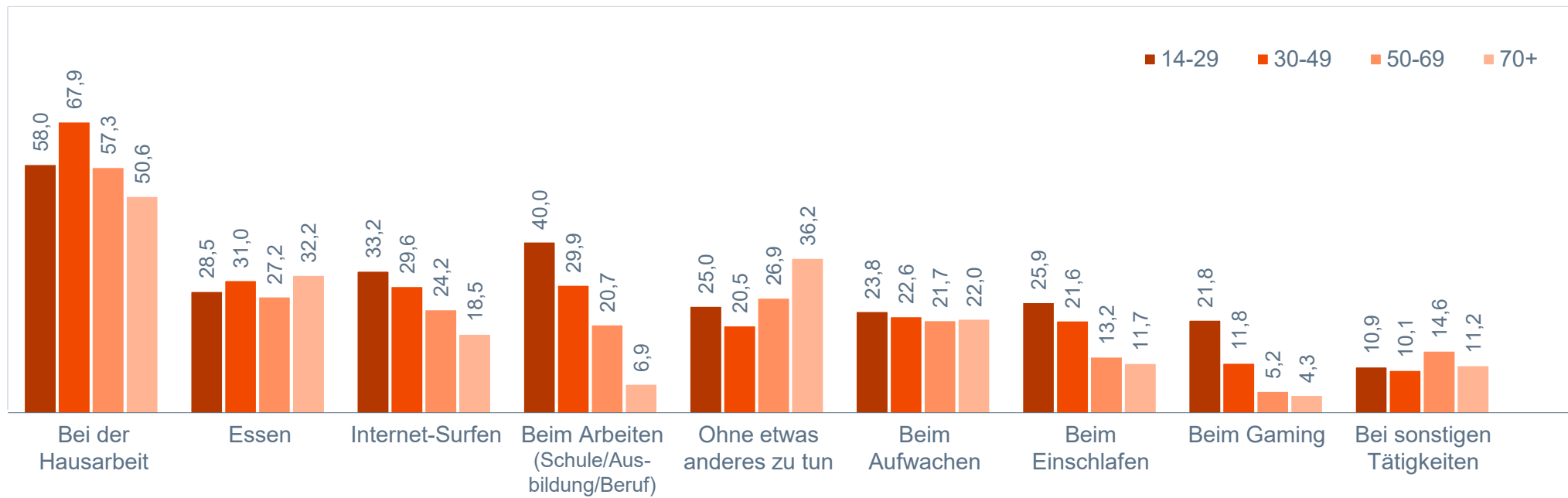
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis 2026: 48,384 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533)

Jüngere hören Online-Audio zu Hause häufiger parallel zu Arbeit, Surfen oder Gaming, Ältere hören häufiger ohne Nebenbeschäftigung.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen zu Hause nach Alter

Angaben in Prozent



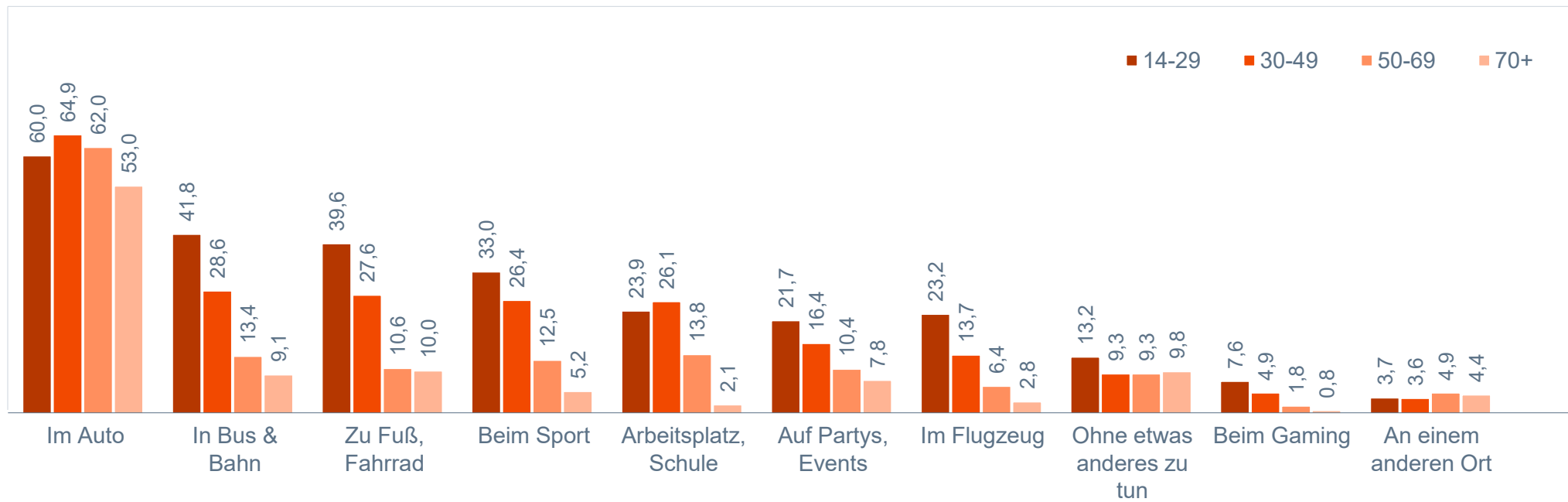
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis 2026: 48,384 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533)

Außer Haus lassen sich vor allem Jüngere von Online-Audio begleiten – neben dem Auto besonders in Bus und Bahn, zu Fuß, auf dem Rad oder beim Sport.

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 2026: 48,384 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533)

4

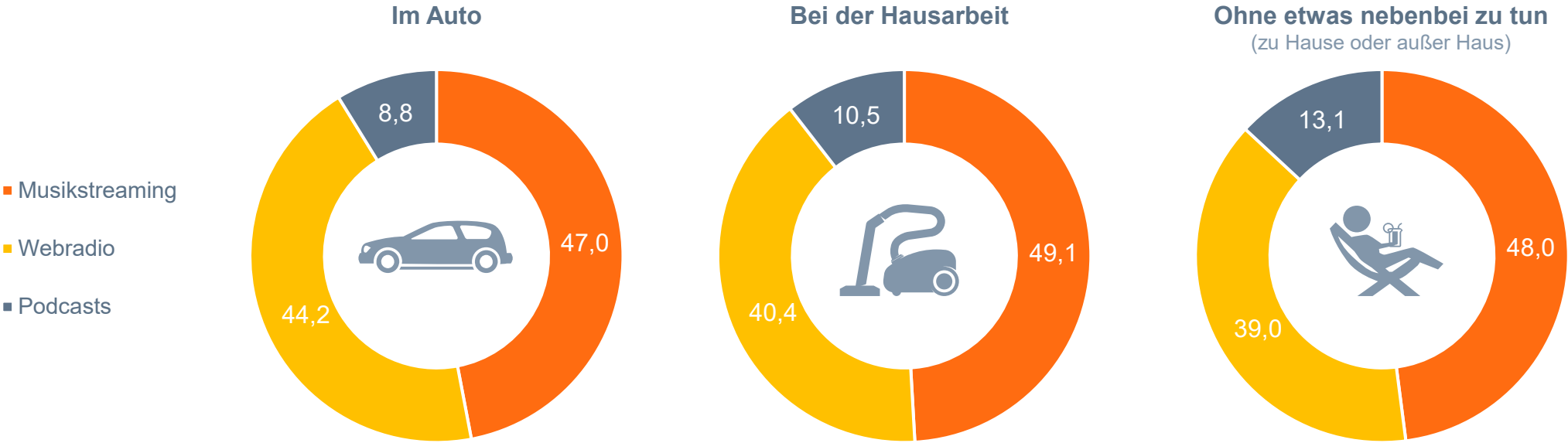
Gratifikationen in ausgewählten Situationen

Sowohl im Auto, als auch bei der Hausarbeit oder ohne etwas nebenbei zu tun ist Musikstreaming die erste Wahl, gefolgt von Webradio. Podcasts werden häufiger in Ruhe gehört.

Meistgenutztes Online-Audio-Angebot* in der jeweiligen Situation

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto / bei der Hausarbeit / ohne etwas nebenbei zu tun



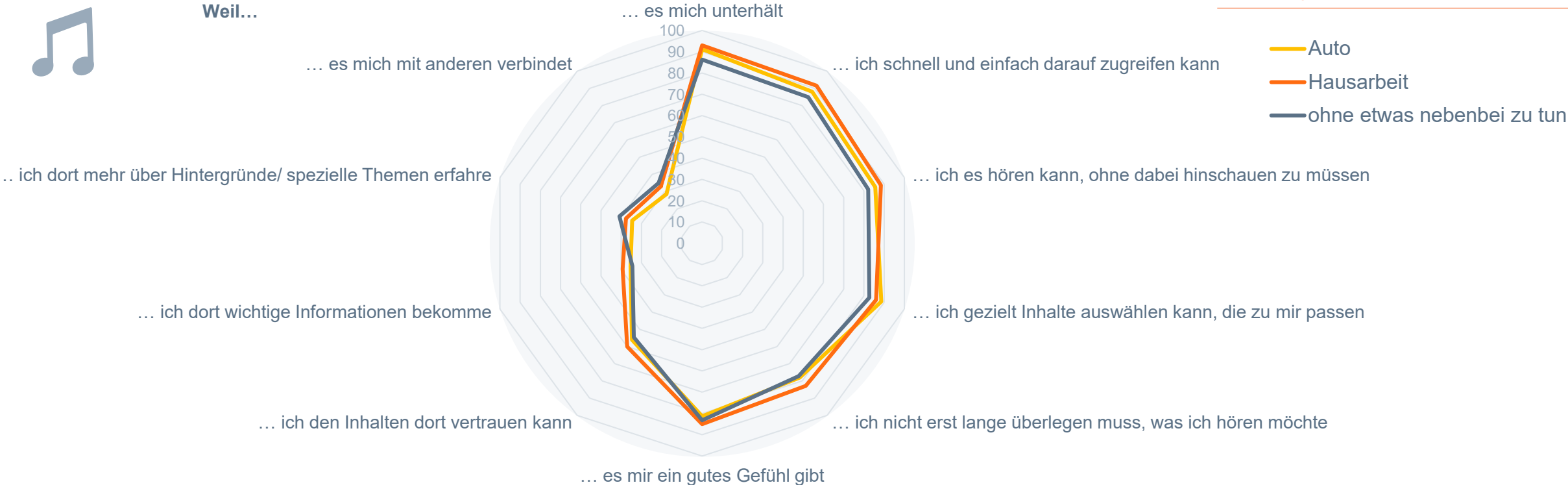
* Hörbücher/Hörspiele wurden hier nicht abgefragt.
 Frage G1: Und was hören Sie im Auto am häufigsten (Hörbücher und Hörspiele einmal ausgenommen)? / Frage G3: Sie haben angegeben, dass Sie bei der Hausarbeit Online-Audio hören. Was hören Sie da am häufigsten? / Frage G5: Sie haben angegeben, dass Sie ohne etwas anderes nebenbei zu tun Online-Audio hören. Was hören Sie da am häufigsten? [Jeweils nur eine Nennung]
 Angaben in Prozent; Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat und im Auto nutzen (n=2.007 / 29,903 Mio.) / bei der Hausarbeit nutzen (n=2.014 / 29,361) / ohne etwas nebenbei zu tun nutzen (n=941 / 12,025 Mio.) – bereinigt um 5,2%, die nicht in die Zufallsauswahl gekommen sind

Musikstreaming bedient situationsübergreifend weitgehend dieselben Gratifikationen als unterhaltsamer, leicht zugänglicher und persönlich zugeschnittener Stimmungs-Booster.

Gratifikationen nach Nutzungssituation: Musikstreaming

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die Musikstreaming in der jeweiligen Situation am häufigsten nutzen



Frage G2/G4/G6: Warum hören Sie ... im Auto / bei der Hausarbeit / ohne etwas nebenbei zu tun? Welche der folgenden Gründe treffen auf Sie zu?
 Angaben in Prozent; Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mind. einmal pro Monat nutzen und in den folgenden Situationen am häufigsten: im Auto (13,072 Mio. / n=848) / bei der Hausarbeit (13,571 Mio. / n=889) / ohne etwas nebenbei zu tun (5,769 Mio. / n=398)

Webradio zeigt situationsübergreifend ein ähnliches Profil: Es unterhält, ist leicht zugänglich, funktioniert ohne Hinschauen; wichtige Infos werden mit rund 70 Prozent durchweg bestätigt.

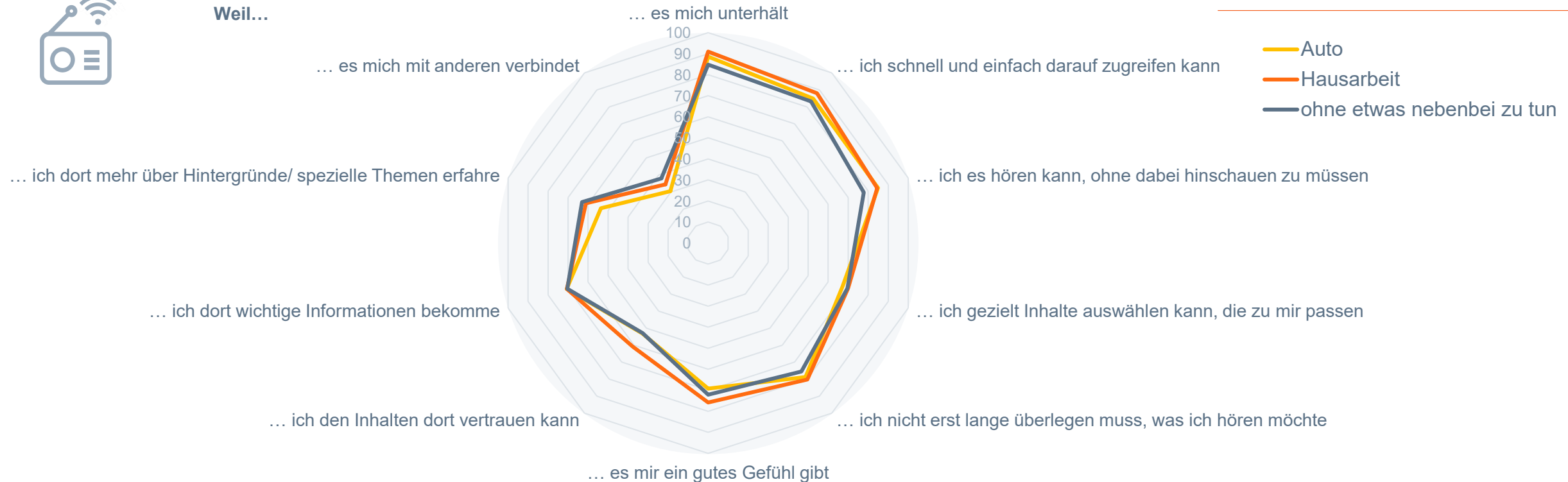
Gratifikationen nach Nutzungssituation: Webradio

Angaben in Prozent



Weil...

Basis: Online-Audio-Nutzende, die Webradio in der jeweiligen Situation am häufigsten nutzen



Frage G2/G4/G6: Warum hören Sie ... im Auto / bei der Hausarbeit / ohne etwas nebenbei zu tun? Welche der folgenden Gründe treffen auf Sie zu?

Angaben in Prozent; Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mind. einmal pro Monat nutzen und in den folgenden Situationen am häufigsten: im Auto (12,293 Mio. / n=980) / bei der Hausarbeit (11,165 Mio. / n=925) / ohne etwas nebenbei zu tun (4,685 Mio. / n=408)

Webradio setzt je nach Situation leichte Akzente: im Auto ohne Hinschauen zu müssen, bei Hausarbeit Vertrauen und Stimmung, beim fokussierten Hören Hintergrund.

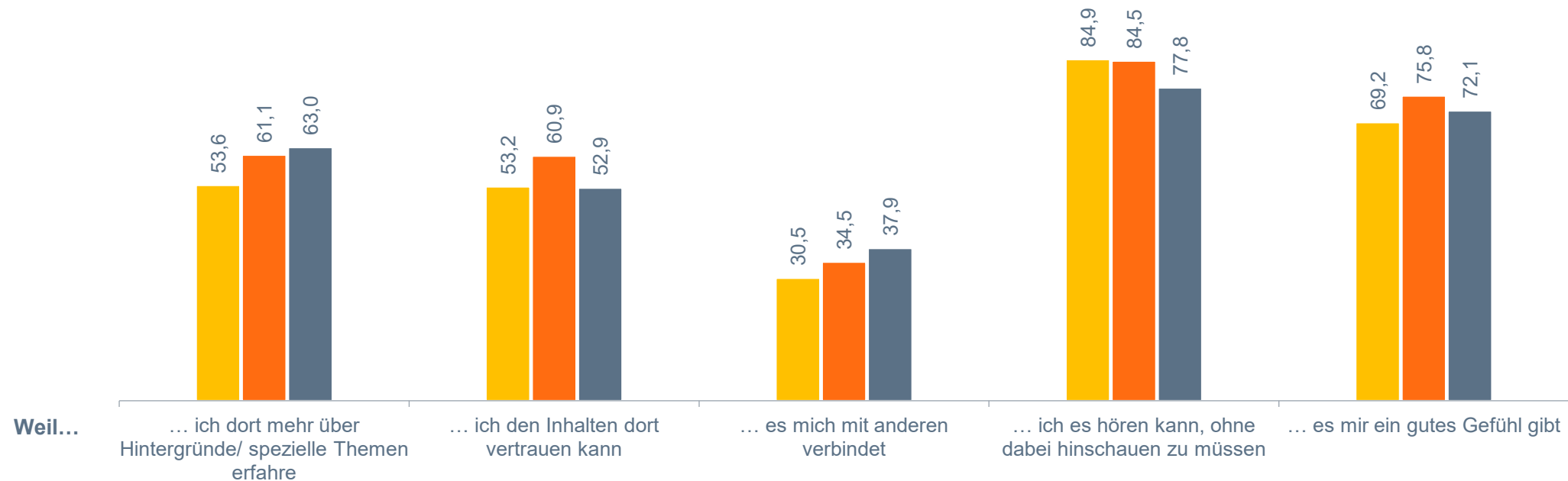
Gratifikationen nach Nutzungssituation: Webradio

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die Webradio in der jeweiligen Situation am häufigsten nutzen



■ Auto ■ Hausarbeit ■ ohne etwas nebenbei zu tun



Frage G2/G4/G6: Warum hören Sie ... im Auto / bei der Hausarbeit / ohne etwas nebenbei zu tun? Welche der folgenden Gründe treffen auf Sie zu?

Angaben in Prozent; Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mind. einmal pro Monat nutzen und in den folgenden Situationen am häufigsten: im Auto (12,293 Mio. / n=980) / bei der Hausarbeit (11,165 Mio. / n=925) / ohne etwas nebenbei zu tun (4,685 Mio. / n=408)

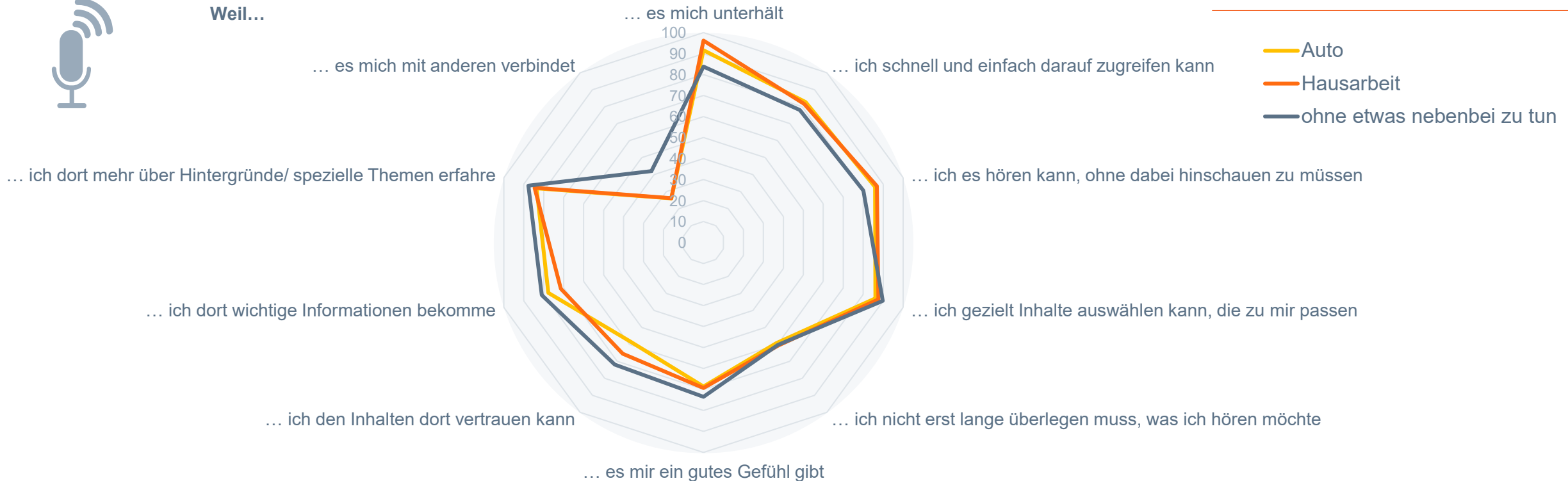
Podcasts überzeugen im Ganzen als informativer und unterhaltsamer Begleiter mit passgenauen, vertrauenswürdigen Inhalten und speziellem Hintergrundwissen.

Gratifikationen nach Nutzungssituation: Podcasts

Angaben in Prozent



Weil...



Frage G2/G4/G6: Warum hören Sie ... im Auto / bei der Hausarbeit / ohne etwas nebenbei zu tun? Welche der folgenden Gründe treffen auf Sie zu?

Angaben in Prozent; Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mind. einmal pro Monat nutzen und in den folgenden Situationen am häufigsten: im Auto (2,452 Mio. / n=179) / bei der Hausarbeit (2,911 Mio. / n=200) / ohne etwas nebenbei zu tun (1,571 Mio. / n=135)

Während Podcasts im Auto und bei der Hausarbeit primär auditiv unterhalten, punkten sie beim fokussierten Hören stärker mit Verbindung, Vertrauen und Infos.

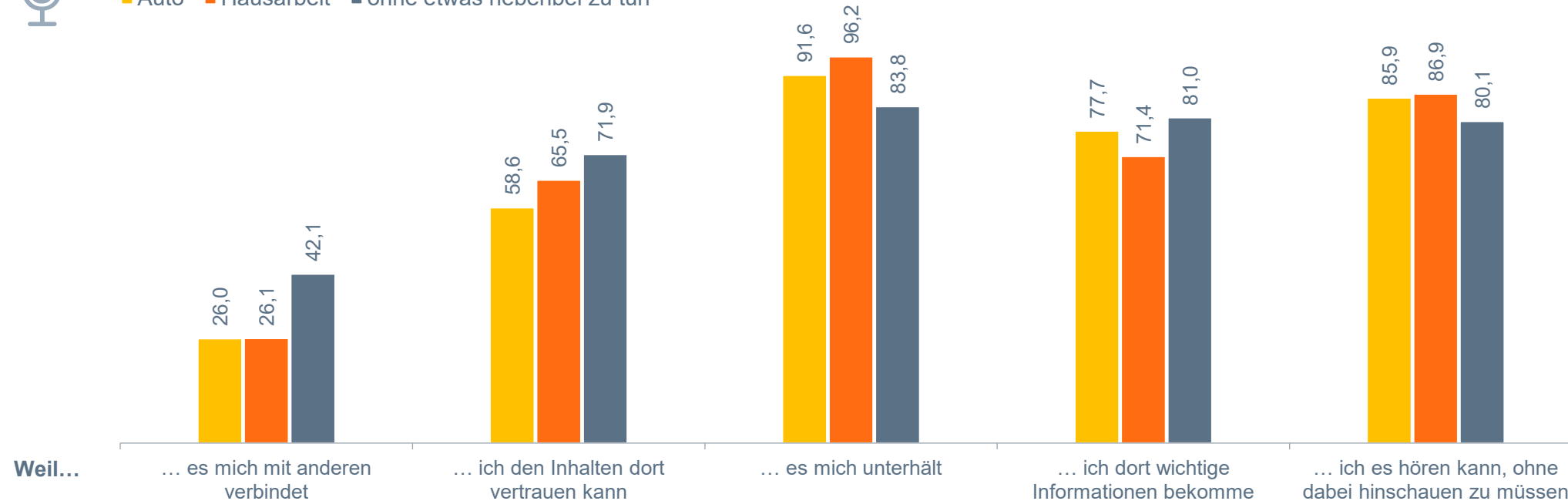
Gratifikationen nach Nutzungssituation: Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die Podcasts in der jeweiligen Situation am häufigsten nutzen



■ Auto ■ Hausarbeit ■ ohne etwas nebenbei zu tun



Frage G2/G4/G6: Warum hören Sie ... im Auto / bei der Hausarbeit / ohne etwas nebenbei zu tun? Welche der folgenden Gründe treffen auf Sie zu?

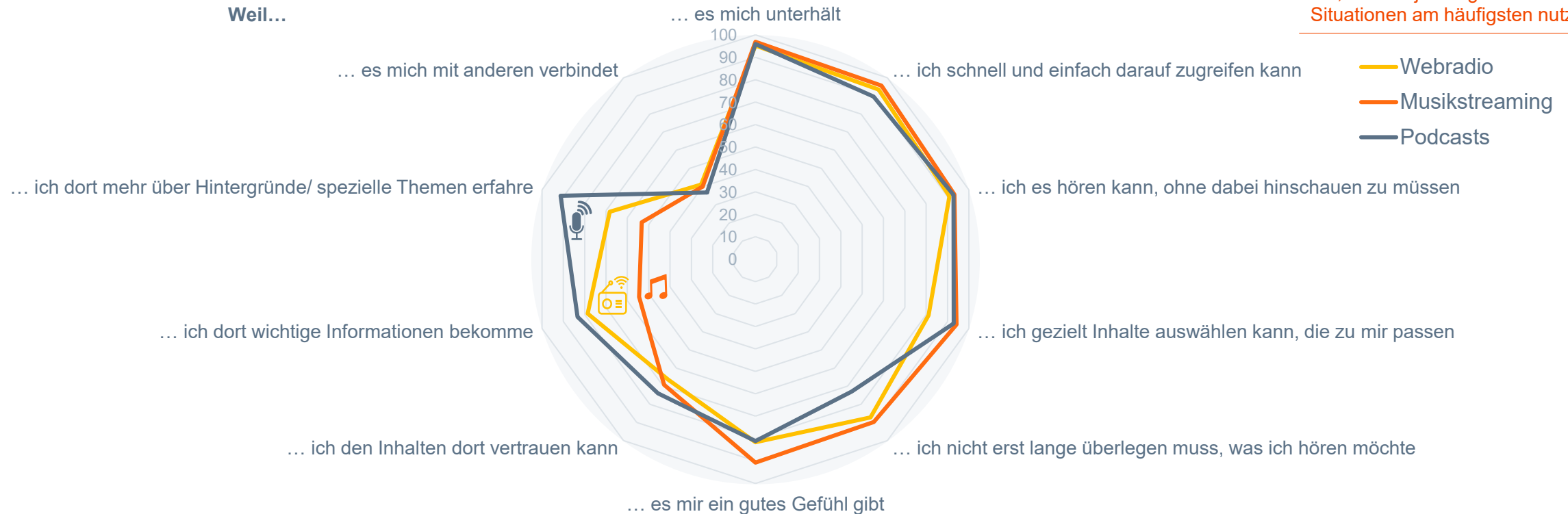
Angaben in Prozent; Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mind. einmal pro Monat nutzen und in den folgenden Situationen am häufigsten: im Auto (2,452 Mio. / n=179) / bei der Hausarbeit (2,911 Mio. / n=200) / ohne etwas nebenbei zu tun (1,571 Mio. / n=135)

Die Angebote prägen die Gratifikationen stärker als die Situationen: Podcasts punkten mit Hintergründen, Musikstreaming mit Stimmung und Passung, Webradio mit Mühelosigkeit.

Gratifikationen des meistgenutzten Online-Audio-Angebots

Nettowert im Auto / bei der Hausarbeit / ohne etwas nebenbei zu tun; Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto, bei der Hausarbeit oder ohne etwas nebenbei zu tun, die das jeweilige Format in einer der Situationen am häufigsten nutzen



Frage G2/G4/G6: Warum hören Sie ... im Auto / bei der Hausarbeit / ohne etwas nebenbei zu tun? Welche der folgenden Gründe treffen auf Sie zu?

Angaben in Prozent; Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat und im Auto, bei der Hausarbeit oder ohne etwas nebenbei zu tun nutzen – in einer der drei Situationen am häufigsten Webradio (18,869 Mio. / n=1.502) bzw. Musikstreaming (21,768 Mio. / n=1.452) bzw. Podcasts (5,454 Mio. / n=405)

5 Online-Audio / Radio im Auto

Rund 30 Millionen hören Online-Audio im Auto. Die Zuwächse vom Vorjahr relativieren sich wieder etwas. Gegenüber 2024 liegen die Werte durchweg höher – mit Ausnahme U30.

Online-Audio-Nutzung gesamt im Auto

Angaben in Prozent

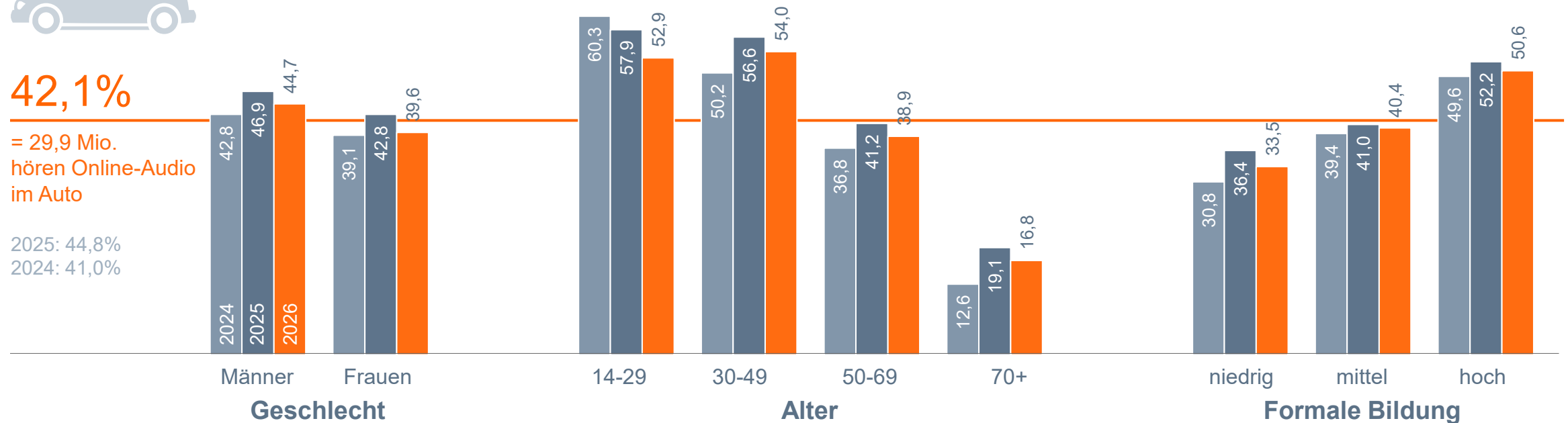


42,1%

= 29,9 Mio.
hören Online-Audio
im Auto

2025: 44,8%
2024: 41,0%

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



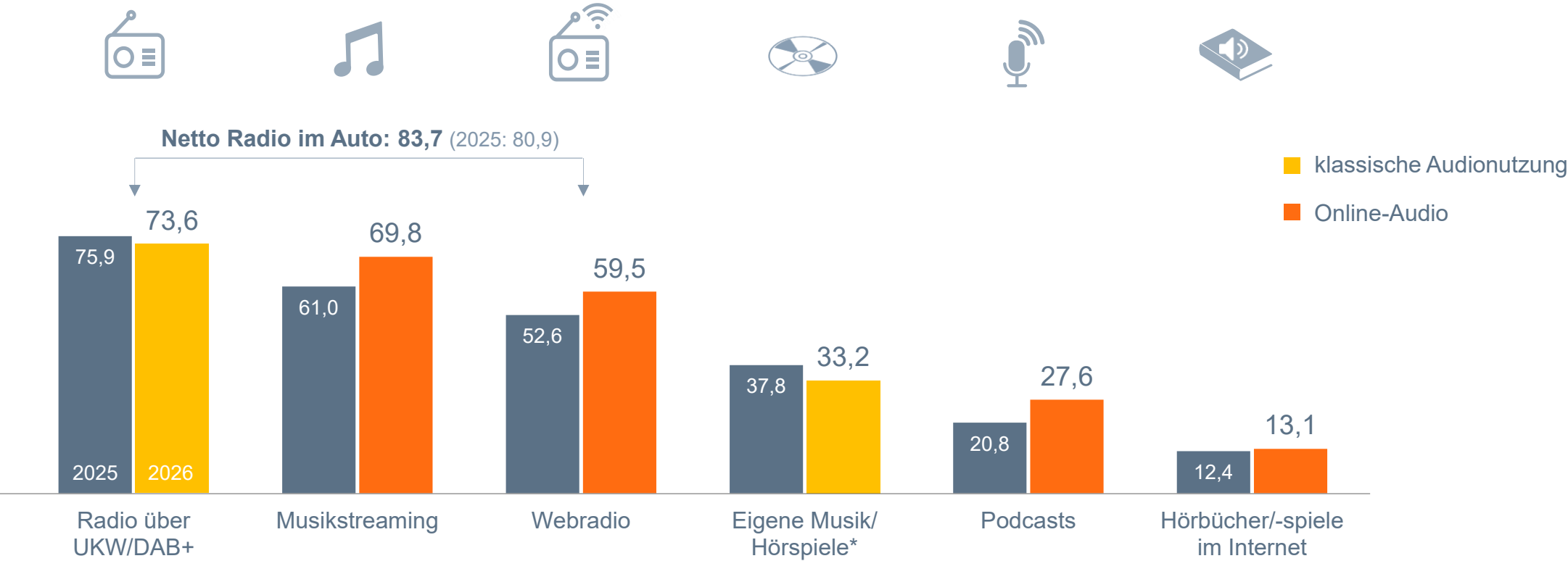
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die Sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Radio über UKW/DAB+ wird von Online-Audio-Nutzenden im Auto am häufigsten gehört, doch Webradio wie auch Musikstreaming und Podcasts legen kräftig zu.

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



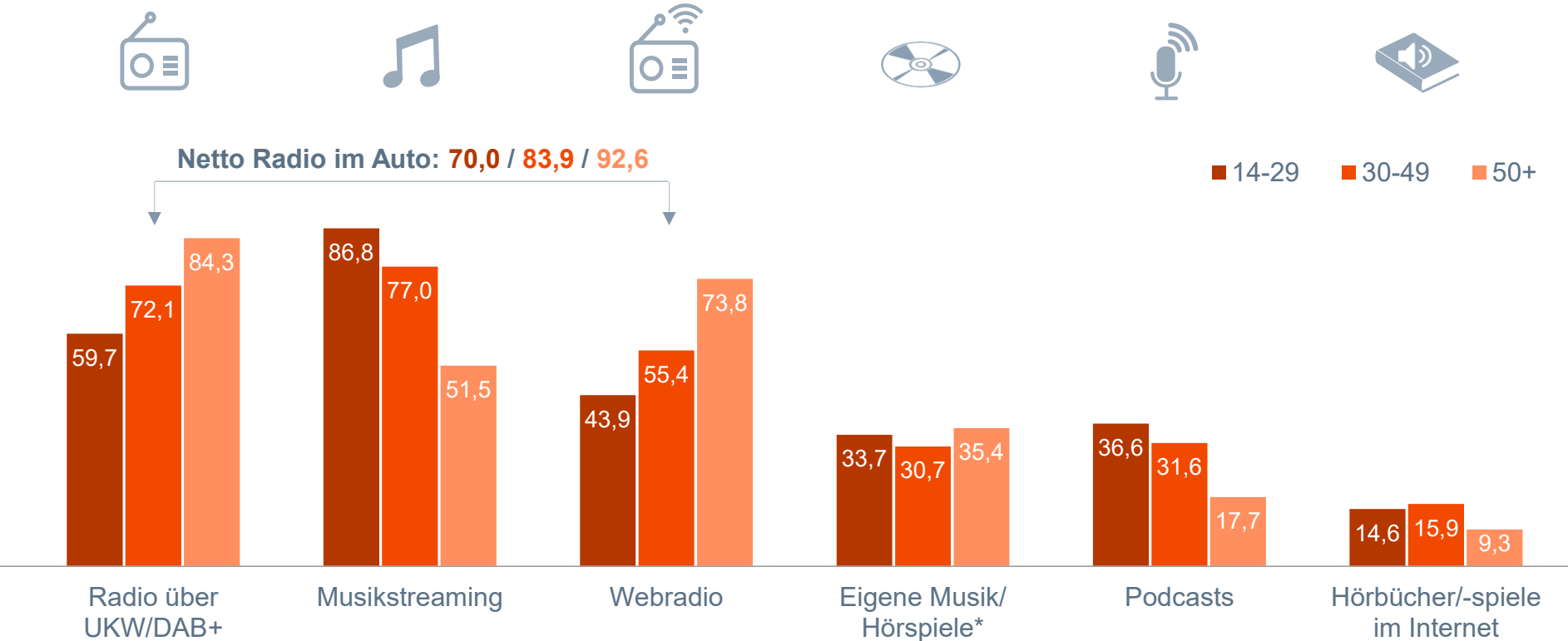
* z.B. als MP3s, CDs oder Kassetten, also nicht über das Internet
 Frage 13a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?, Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie unterwegs im Auto <...> hören. Hören Sie darüber hinaus auch...?
 Angaben in Prozent; Basis: 29,903 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.145)

In der Generation 50+ dominiert im Auto klar das (Web-)Radio, während Jüngere in erster Linie Musik streamen.

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



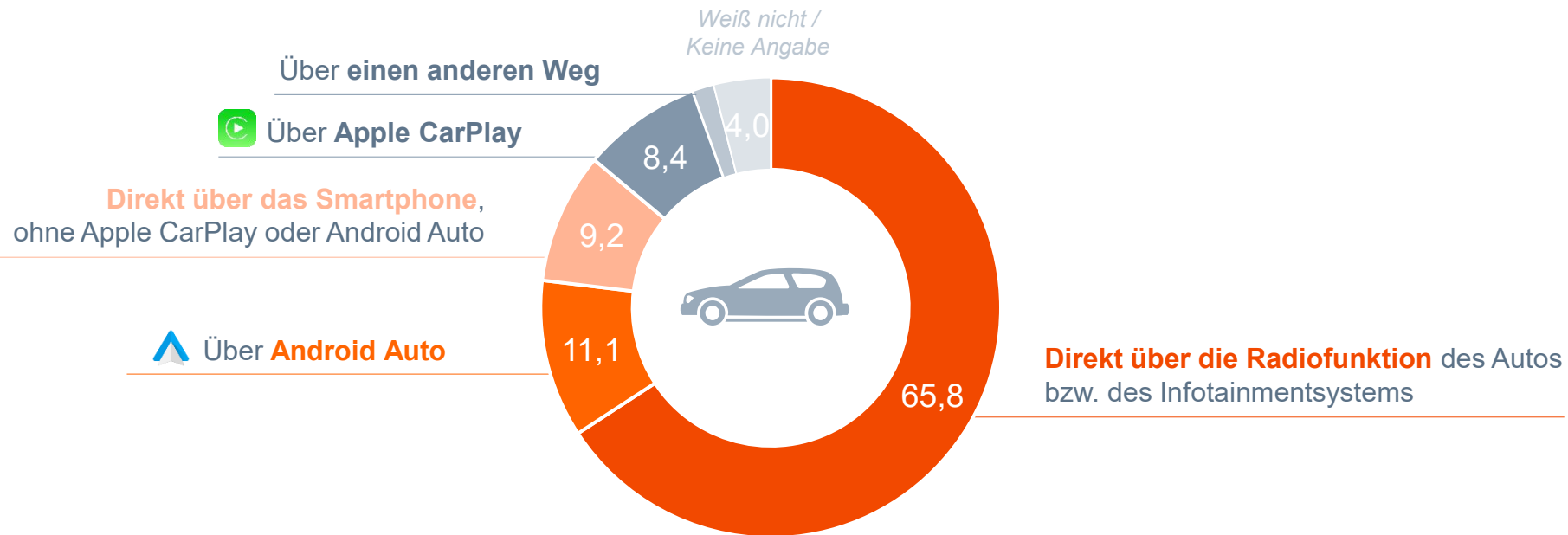
* z.B. als MP3s, CDs oder Kassetten, also nicht über das Internet
 Frage 13a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?, Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie unterwegs im Auto <...> hören. Hören Sie darüber hinaus auch...?
 Angaben in Prozent; Basis: 29,903 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.145)

Die Radiofunktion des Autos ist der meistgenutzte Zugang zum Radio. Jeweils rund ein Zehntel nutzt Android Auto, Apple CarPlay oder das Smartphone direkt.

Zugang zu Radio im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto, die im Auto Radio hören

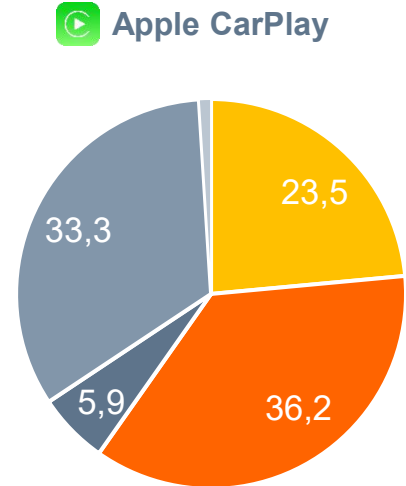
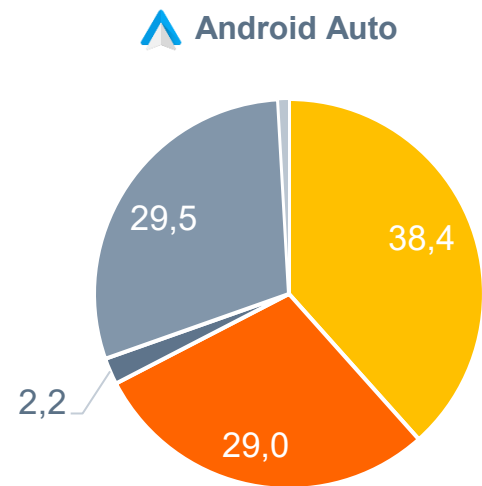
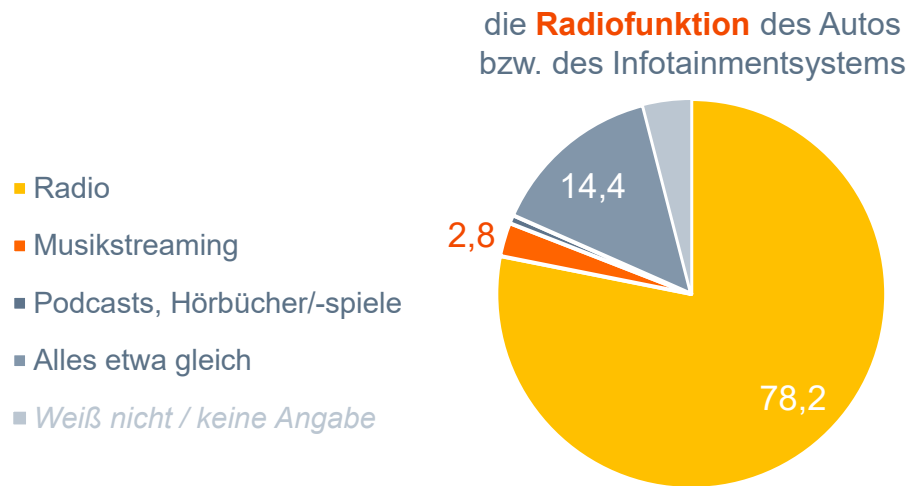


Frage 24b: Wenn Sie im Auto Radio hören: Über welchen Weg hören Sie im Auto am häufigsten Radio?
Angaben in Prozent; Basis: 25,037 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland im Auto, die im Auto Radio hören via Web oder UKW/DAB+ (n=1.840)

Selbst wenn Radio über den jeweiligen Zugang am häufigsten gehört wird, ist es bei Android Auto und Apple CarPlay deutlich weniger leicht auffindbar als beim Infotainmentsystem.

Am leichtesten auffindbares Audio-Angebot im Auto nach Zugangsweg
Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto, die im Auto Radio am häufigsten über den jeweiligen Zugangsweg hören

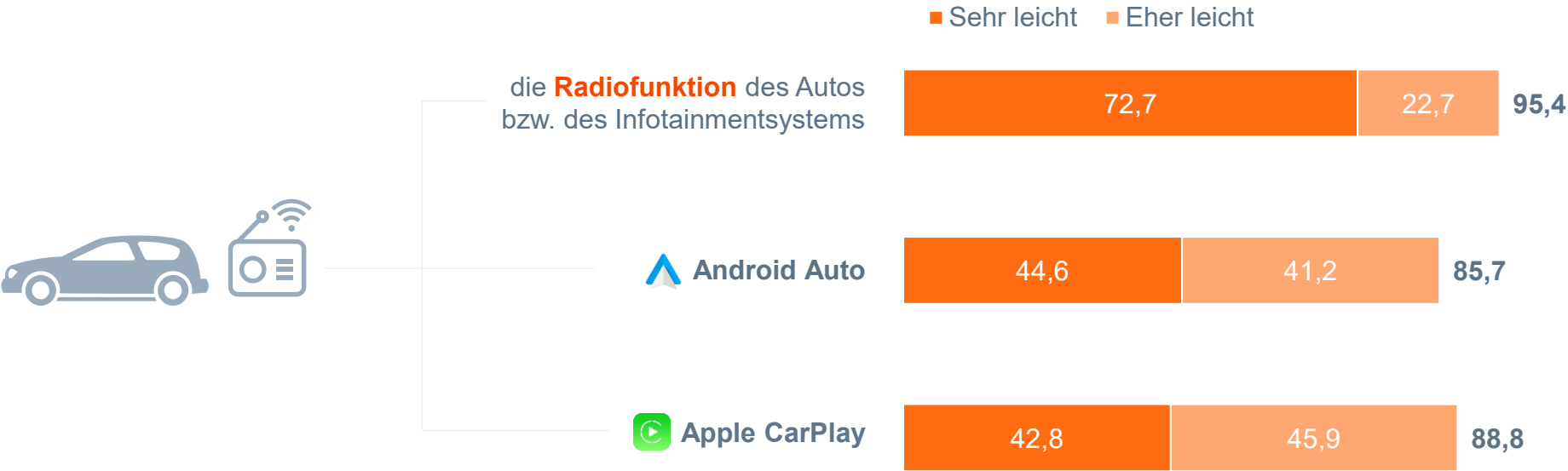


Frage A1: Wenn Sie an [die Radiofunktion des Autos bzw. des Infotainmentsystems | Apple CarPlay | Android Auto] denken: Was ist dort insgesamt am leichtesten auffindbar?
Angaben in Prozent; Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die im Auto Radio (Web oder UKW/DAB+) am häufigsten über den jeweiligen Zugangsweg hören: die Radiofunktion des Autos bzw. des Infotainmentsystems (n=1.228 / 16,570 Mio.) / Android Auto (n=208 / 2,805 Mio.) / Apple CarPlay (n=140 / 2,136 Mio.)

Der Bereich für Radio ist über alle Zugangswege (sehr) leicht zu finden – als sehr leicht gilt der Zugang besonders direkt über die Radiofunktion des Autos.

Auffindbarkeit des Radio-Bereichs (Web oder UKW/DAB+) im Auto
Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto, die im Auto Radio über den jeweiligen Zugangsweg hören



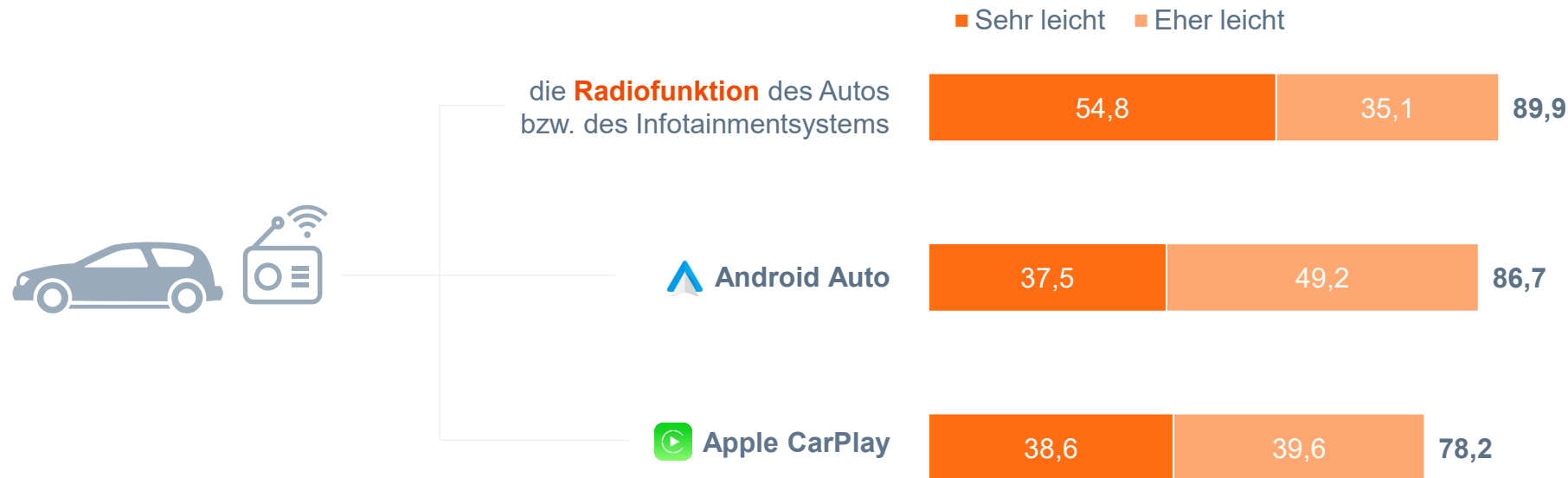
Frage A2: Und wie leicht oder schwer ist es dort, den Bereich für Radio zu finden?
Angaben in Prozent; Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die im Auto Radio (Web oder UKW/DAB+) am häufigsten über den jeweiligen Zugangsweg hören: die Radiofunktion des Autos bzw. des Infotainmentsystems (n=1.228 / 16,570 Mio.) / Android Auto (n=208 / 2,805 Mio.) / Apple CarPlay (n=140 / 2,136 Mio.)

Auch der gewünschte Sender wird meist sehr oder eher leicht gefunden, am besten über die Radiofunktion des Autos, etwas schwerer über Apple CarPlay.

Auffindbarkeit des gewünschten Radiosenders im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto, die im Auto Radio über den jeweiligen Zugangsweg hören



Frage A4: Wenn Sie in [der Radiofunktion des Autos bzw. des Infotainmentsystems | Apple CarPlay | Android Auto] einmal im Bereich Radio sind: Wie leicht oder schwer ist es dort, den Radiosender zu finden, den Sie hören wollen?
Angaben in Prozent; Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die im Auto Radio (Web oder UKW/DAB+) am häufigsten über den jeweiligen Zugangsweg hören: die Radiofunktion des Autos bzw. des Infotainmentsystems (n=1.228 / 16,570 Mio.) / Android Auto (n=208 / 2,805 Mio.) / Apple CarPlay (n=140 / 2,136 Mio.)

Regionale Radiosender werden über alle Zugangswege gut sichtbar angezeigt.
Bei Apple CarPlay fällt die volle Zustimmung jedoch deutlich geringer aus.

Auffindbarkeit regionaler Radiosender im Auto
Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto, die im Auto Radio über den jeweiligen Zugangsweg hören



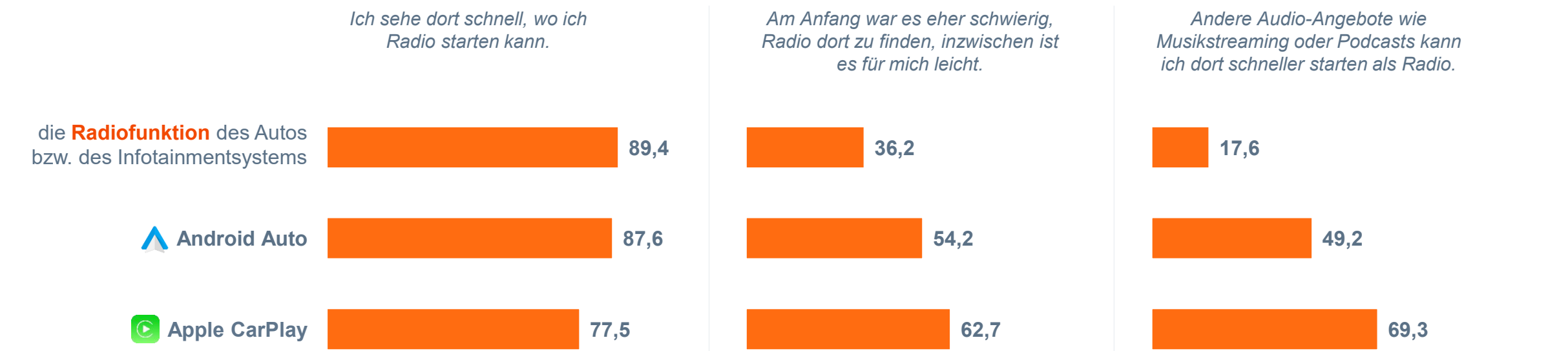
Frage A5. Und wie sehr trifft die folgende Aussage zu – voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht? Mir werden dort Radiosender aus der Region, in der ich gerade unterwegs bin, gut sichtbar angezeigt.
Angaben in Prozent; Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die im Auto Radio (Web oder UKW/DAB+) am häufigsten über den jeweiligen Zugangsweg hören: die Radiofunktion des Autos bzw. des Infotainmentsystems (n=1.228 / 16,570 Mio.) / Android Auto (n=208 / 2,805 Mio.) / Apple CarPlay (n=140 / 2,136 Mio.)

Über alle Zugangswege lässt sich Radio schnell starten – Apple CarPlay und Android Auto mit mehr Anfangsschwierigkeiten. Zudem lassen sich hierüber andere Audio-Angebote schneller starten als Radio.

Aussagen zur Auffindbarkeit von Radio (Web oder UKW/DAB+) im Auto

Top-2 (Trifft voll und ganz / eher zu), Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto, die im Auto Radio am häufigsten über den jeweiligen Zugangsweg hören



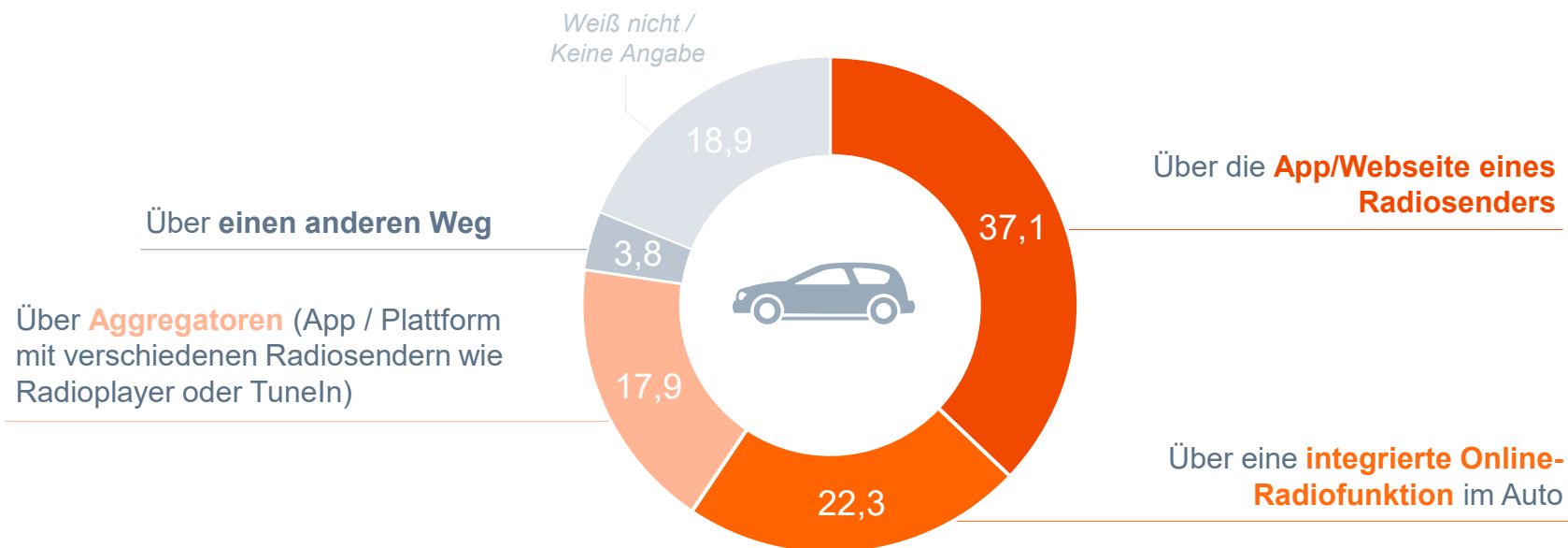
Frage A3: Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf [die Radiofunktion des Autos bzw. des Infotainmentsystems | Apple CarPlay | Android Auto] zu: voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht?
 Angaben in Prozent; Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die im Auto Radio (Web oder UKW/DAB+) am häufigsten über den jeweiligen Zugangsweg hören: die Radiofunktion des Autos bzw. des Infotainmentsystems (n=1.228 / 16,570 Mio.) / Android Auto (n=208 / 2,805 Mio.) / Apple CarPlay (n=140 / 2,136 Mio.)

Webradio im Auto wird vor allem über Sender-Apps oder -Webseiten und die integrierte Online-Radiofunktion gehört, Aggregatoren spielen eine etwas kleinere Rolle.

Nutzung von Webradio-Zugängen im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Webradio-Nutzende im Auto



Frage A6: Wenn Sie im Auto Radio über das Internet hören: Über welchen Weg hören Sie am häufigsten Radio übers Internet im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 17,789 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland im Auto, die im Auto Webradio hören (n=1.365)

6 Podcasts

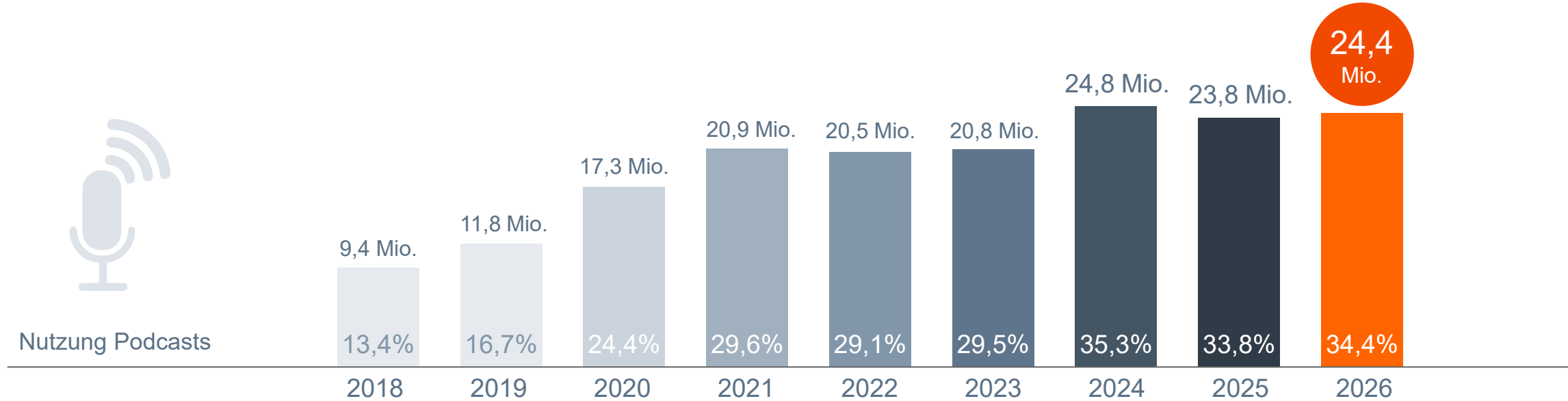


Podcasts behaupten sich mit stabiler Nutzung: Ein Drittel der Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren hört zumindest gelegentlich.

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 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Auch in der regelmäßigen Nutzung halten Podcasts ihr Niveau: 29 Prozent der ab 14-Jährigen schalten mindestens monatlich ein.

Nutzung Podcasts
Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



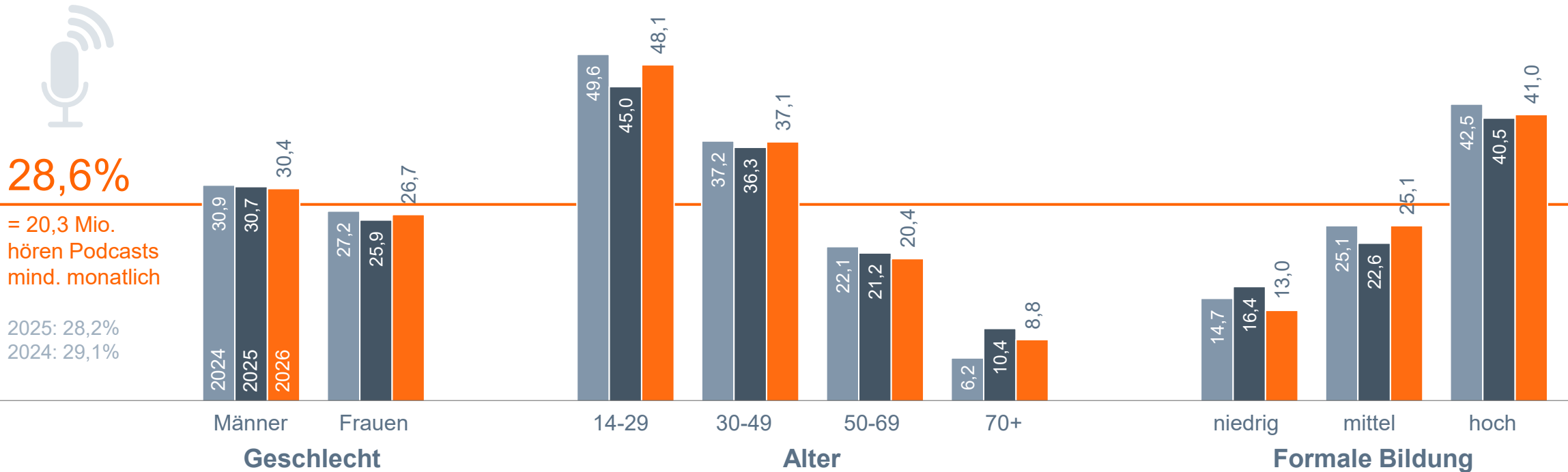
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

In der Altersgruppe 14 bis 29 steigt die regelmäßige Podcast-Nutzung und nähert sich wieder dem Höchstwert an.

Regelmäßige Nutzung Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



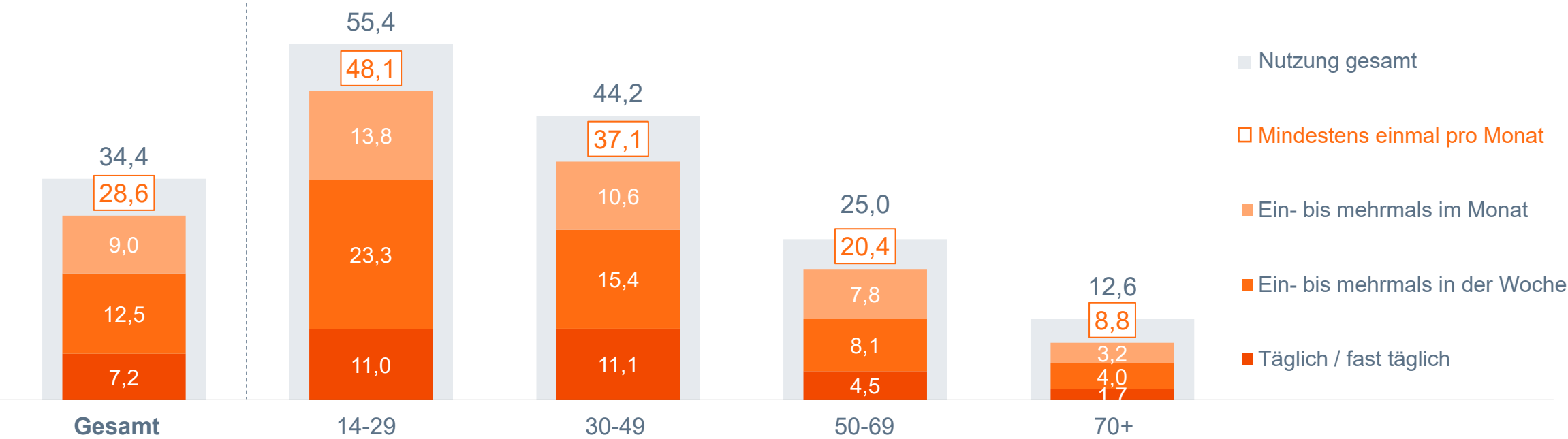
Frage 11: Wie häufig hören Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Die intensive Podcast-Nutzung bleibt jung geprägt: Rund ein Drittel der unter 30-Jährigen und gut ein Viertel der 30- bis 49-Jährigen hört wöchentlich.

Nutzungsfrequenz Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



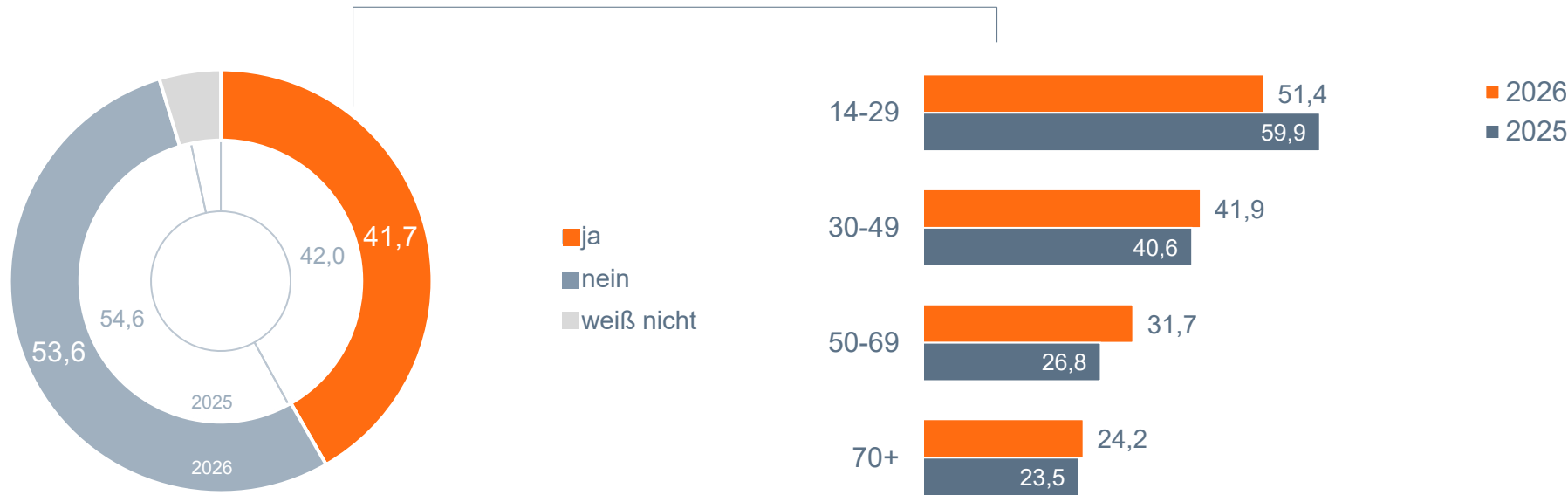
Frage 11: Wie häufig hören Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Konstant vier von zehn nutzen Podcasts, bei denen auch ein Video läuft – 50- bis 69-Jährige etwas mehr als im Vorjahr, unter 30-Jährige dafür weniger.

Nutzung Video-Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



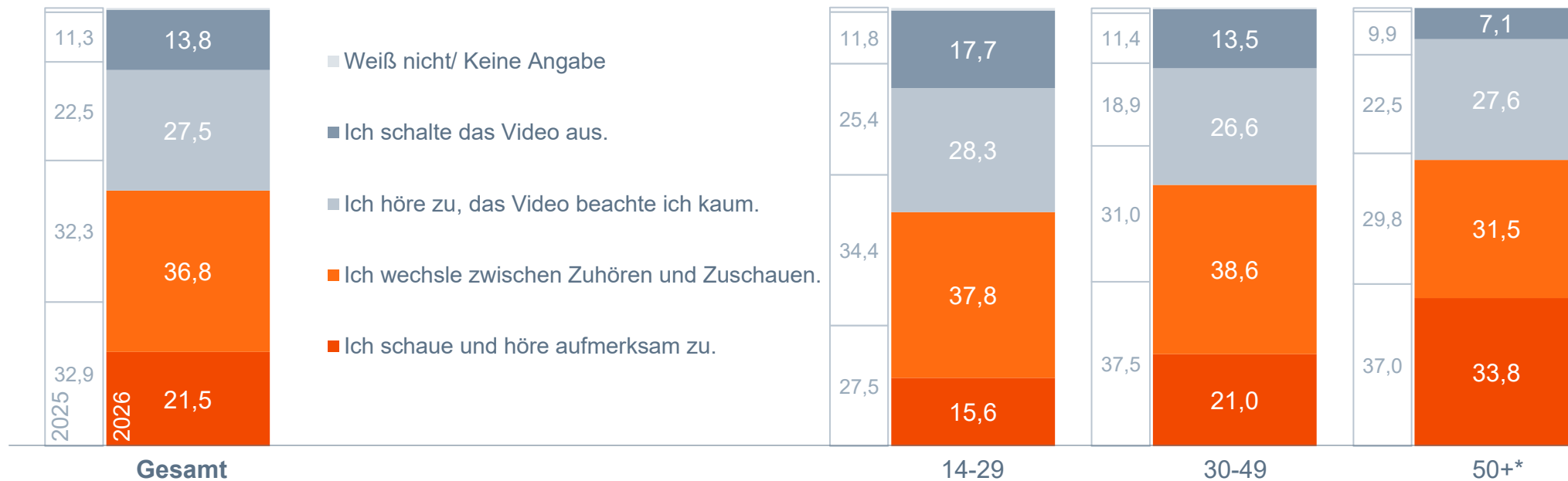
Frage 18C: Wenn Sie an die Podcasts denken, die Sie nutzen. Sind da auch Podcasts dabei, bei denen parallel ein Video läuft?
Angaben in Prozent; Basis: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Podcasts werden in erster Linie als Audiomedium genutzt: Unter 50-Jährige verfolgen das Video weniger aufmerksam als im Vorjahr.

Art der Nutzung von Video-Podcasts nach Alter

Angaben in Prozent

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



* Hier Ausweis 50+ aufgrund geringer Fallzahl bei 70+.

Frage 18D: Und wie nutzen Sie diese Podcasts, bei denen parallel ein Video läuft, am häufigsten?

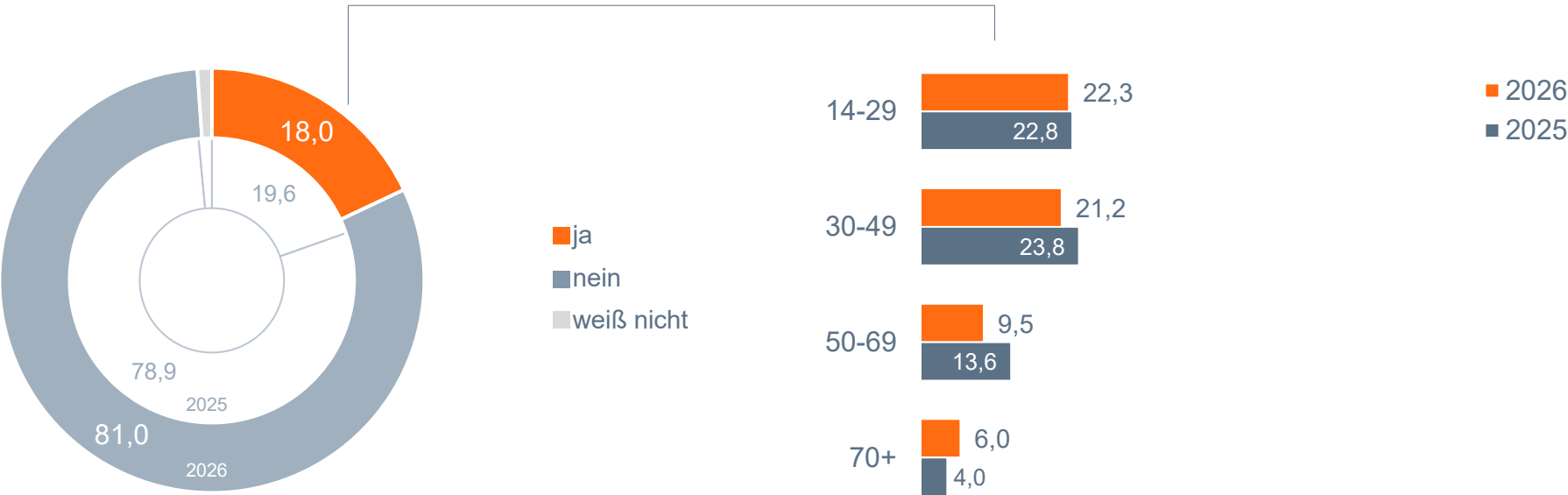
Angaben in Prozent; Basis: 8,481 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören und Video-Podcasts nutzen (n=598)

Jeder fünfte regelmäßige Podcast-Hörende zahlt zusätzlich für Inhalte oder unterstützt Podcaster – am ehesten unter 50-Jährige.

Nutzung kostenpflichtiger Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



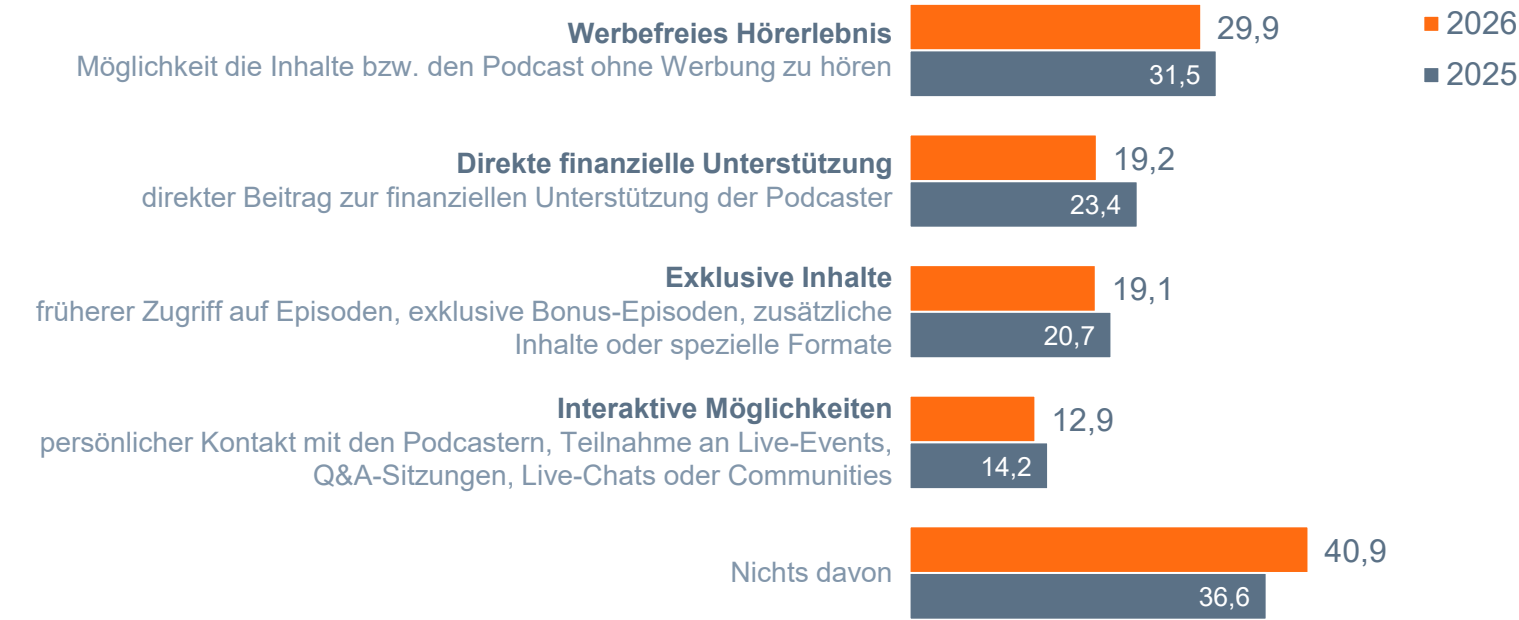
Frage 18A: Nutzen Sie aktuell kostenpflichtige Podcasts oder unterstützen Sie Podcaster finanziell? Hiermit ist kein Spotify-Abo oder Abo eines anderen Streamingdienstes gemeint. Angaben in Prozent; Basis: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Trotz leicht rückläufiger Zahlungsbereitschaft sind noch immer knapp 6 von 10 Podcast-Hörenden bereit zu zahlen – am ehesten für ein werbefreies Hörerlebnis.

(Potentielle) Zahlungsgründe für Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



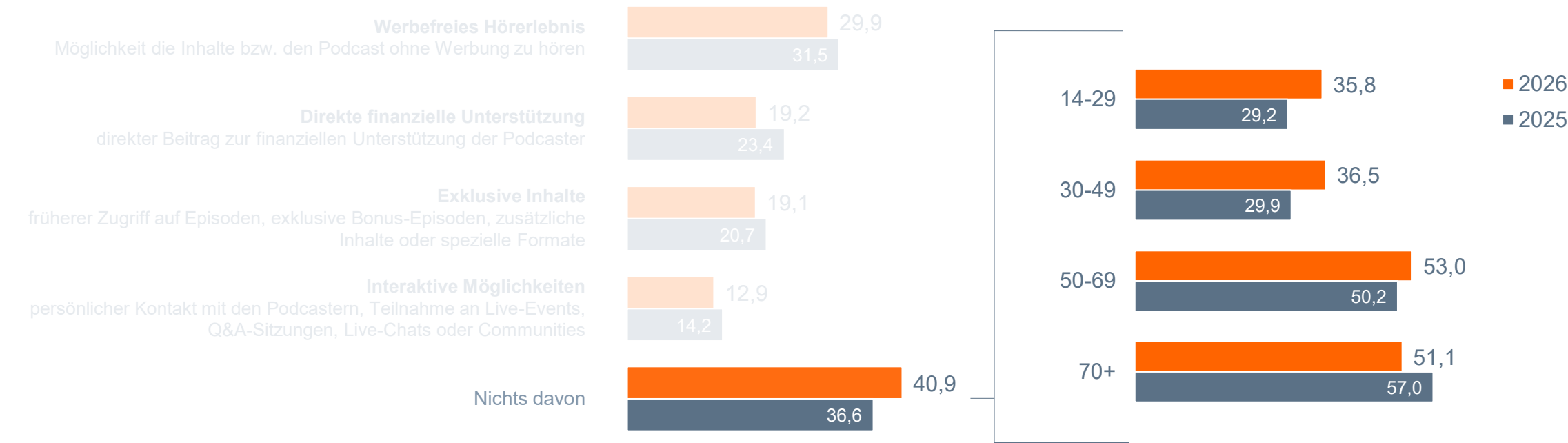
Frage 18B: Wofür zahlen Sie bzw. würden Sie bei Podcasts bezahlen?
Angaben in Prozent; Basis: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Die Zahlungsbereitschaft für Podcasts über ein Streaming-Abo hinaus fällt bei Hörenden ab 50 Jahren deutlich niedriger aus, geht aber aktuell auch bei Jüngeren deutlich zurück.

(Potentielle) Zahlungsgründe für Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



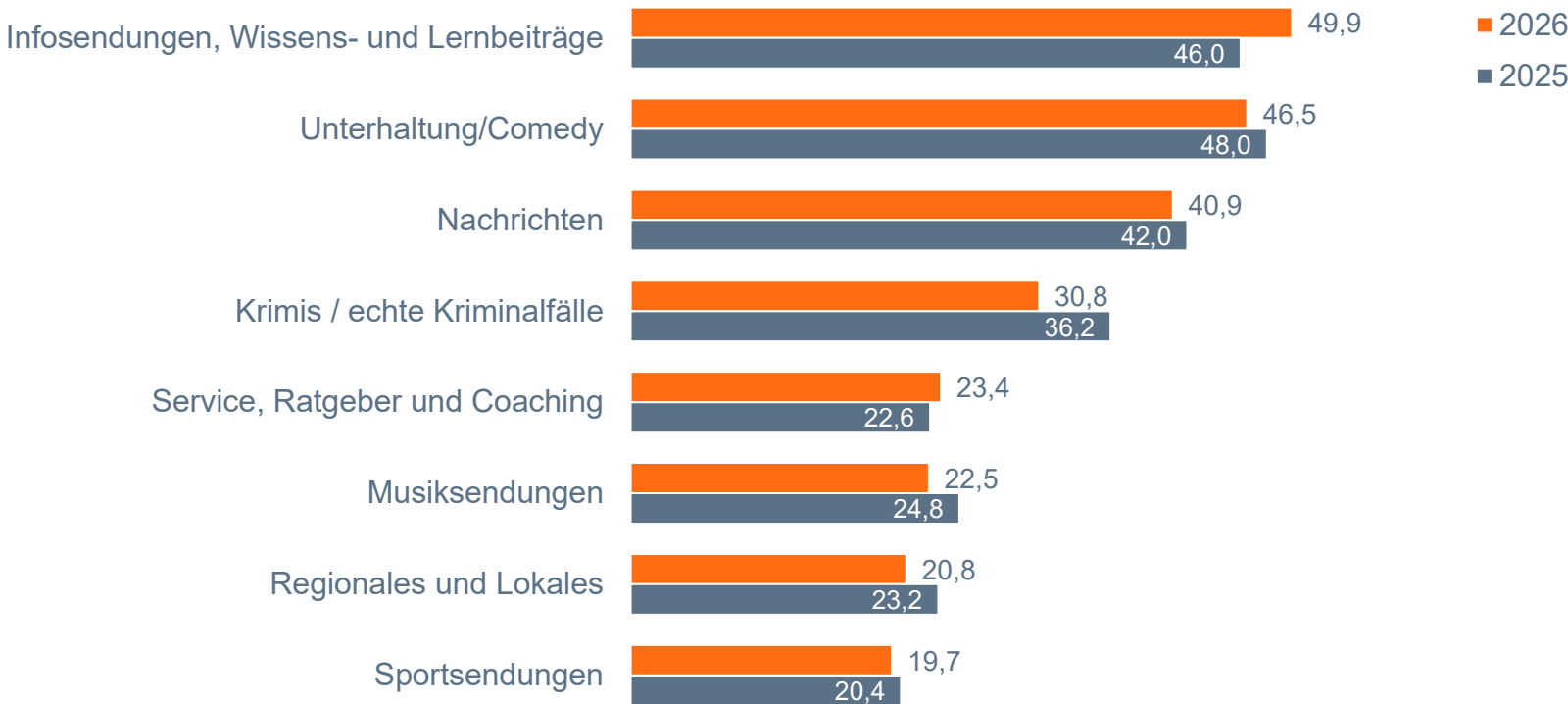
Frage 18B: Wofür zahlen Sie bzw. würden Sie bei Podcasts bezahlen?
Angaben in Prozent; Basis: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Info/Wissen ist als beliebteste Podcast-Rubrik an der Spitze vor Unterhaltung/Comedy und Nachrichten. Krimis verzeichnen einen deutlichen Rückgang.

Podcasts: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



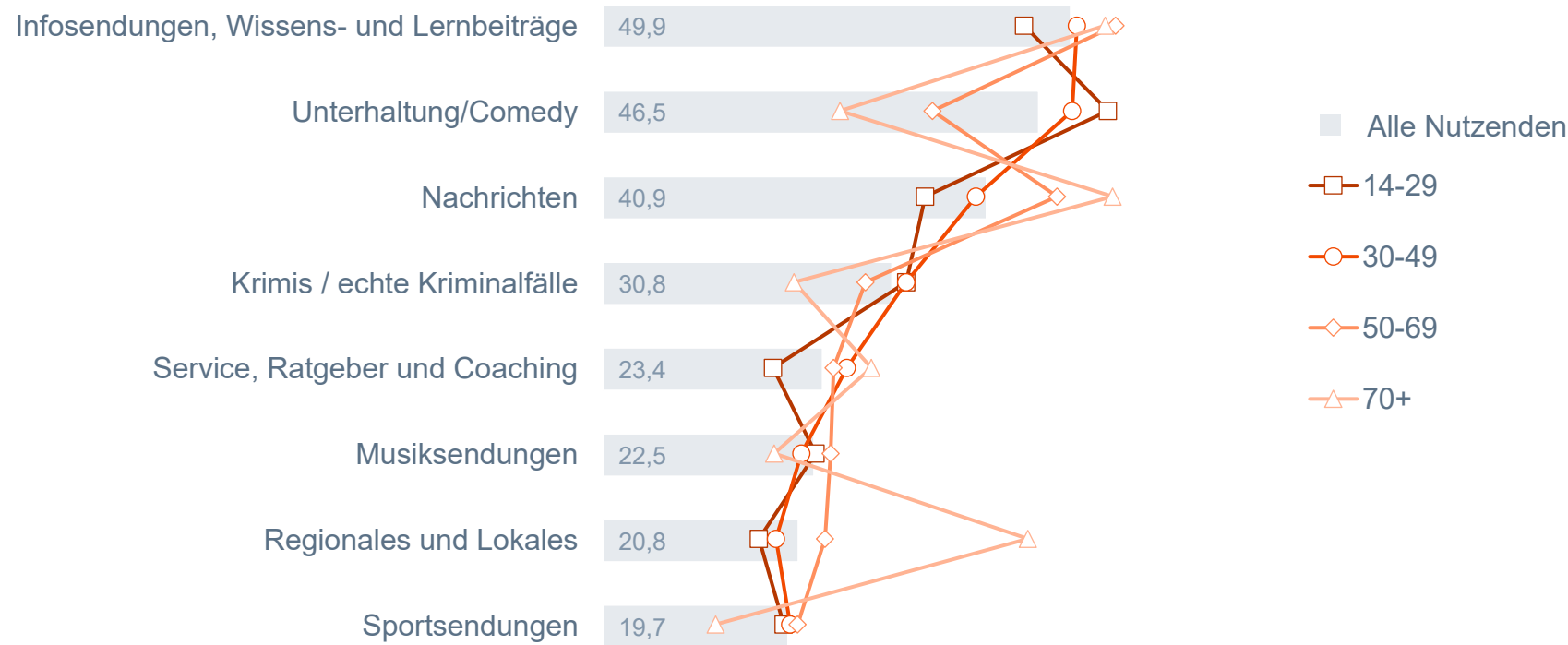
Frage 9: Nun möchten wir näher auf Podcasts eingehen: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
 Angaben in Prozent; Basis 2026: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Die Podcast-Interessen unterscheiden sich nach Alter: Jüngere suchen stärker Unterhaltung, Ältere vor allem Information – auch mit regionalem Bezug.

Podcasts: Genutzte Inhalte nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



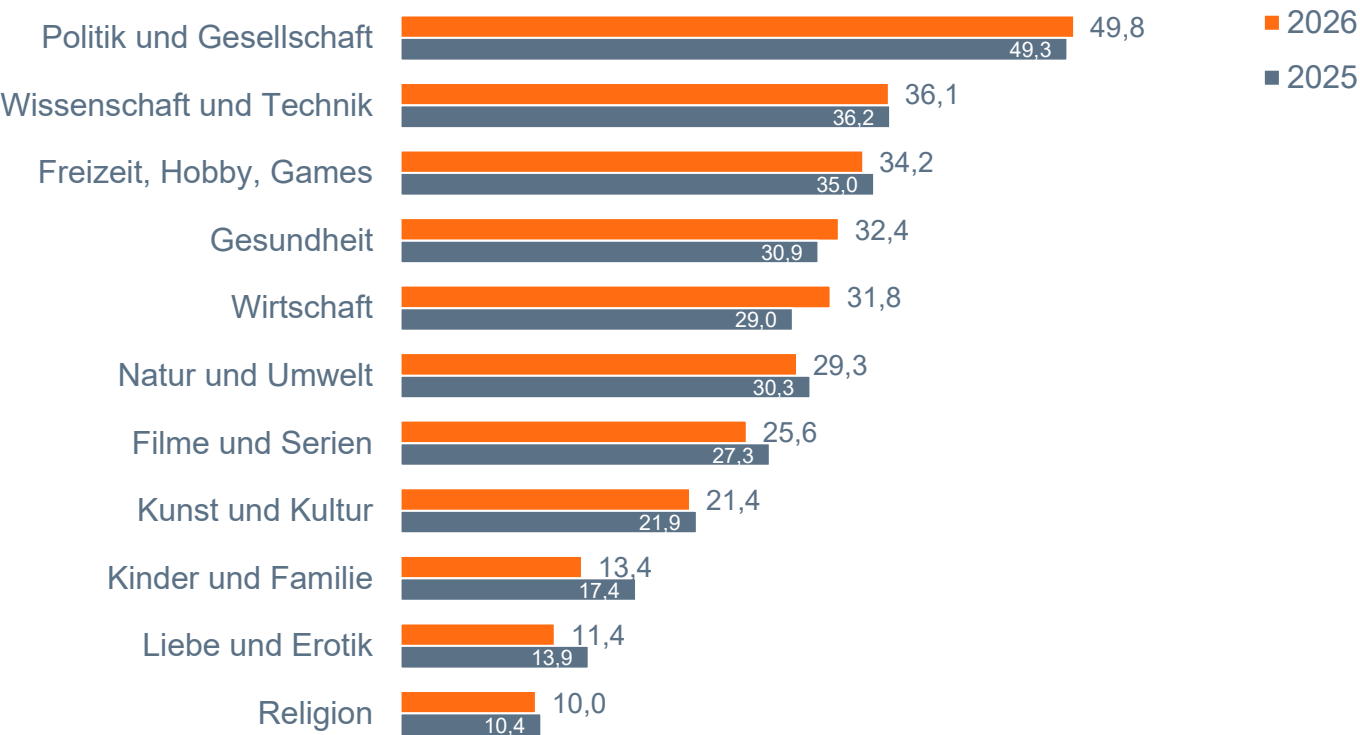
Frage 9: Nun möchten wir näher auf Podcasts eingehen: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
 Angaben in Prozent; Basis 2026: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Die Hälfte der regelmäßig Nutzenden hört Podcasts zu Politik & Gesellschaft – das mit Abstand gefragteste Thema. Wirtschaft legt im Jahresvergleich am stärksten zu.

Podcasts: Konkrete Themen

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



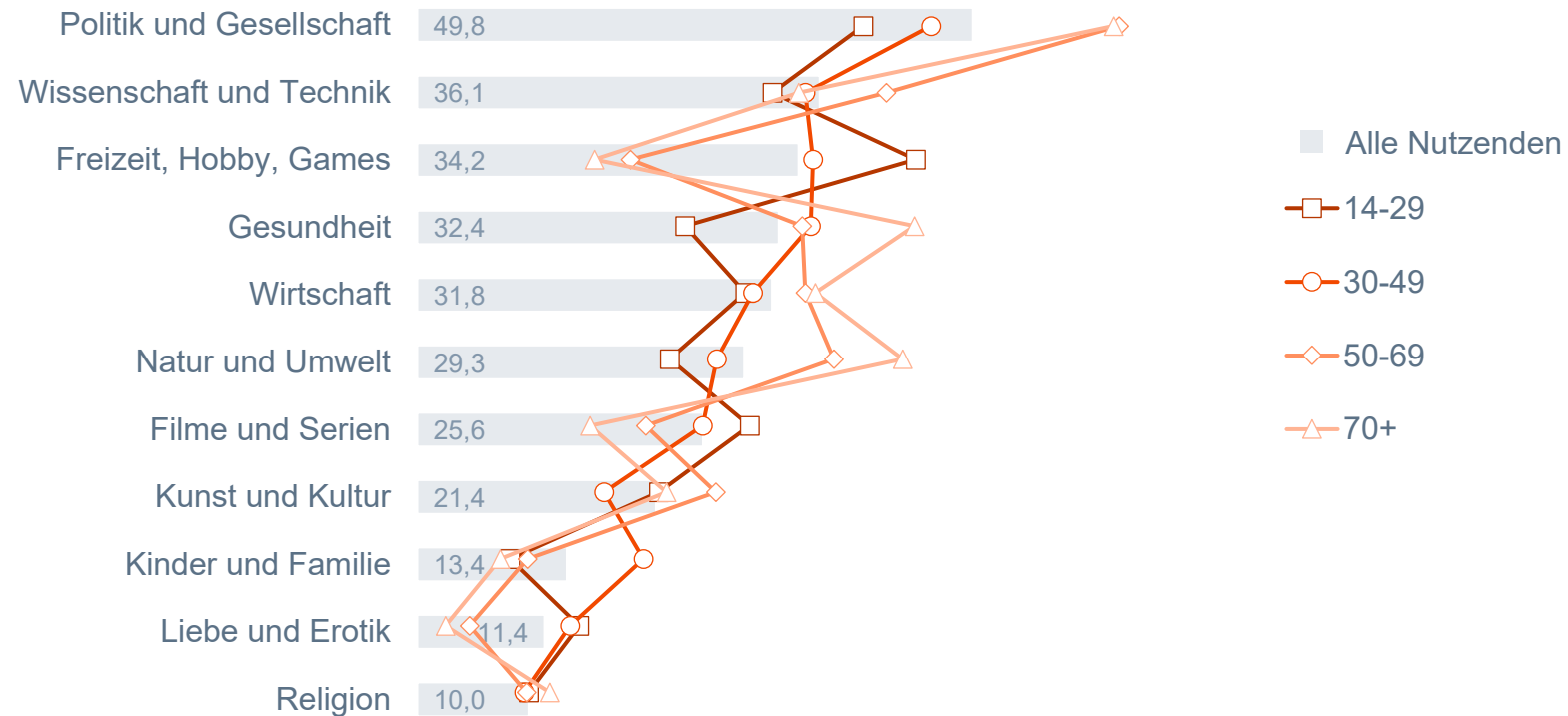
Frage 10: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?
 Angaben in Prozent; Basis 2026: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Politik & Gesellschaft ist das Top Thema bei 30+. Unter 30-Jährige hören zudem häufig Freizeit- und Hobbythemen.

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 2026: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

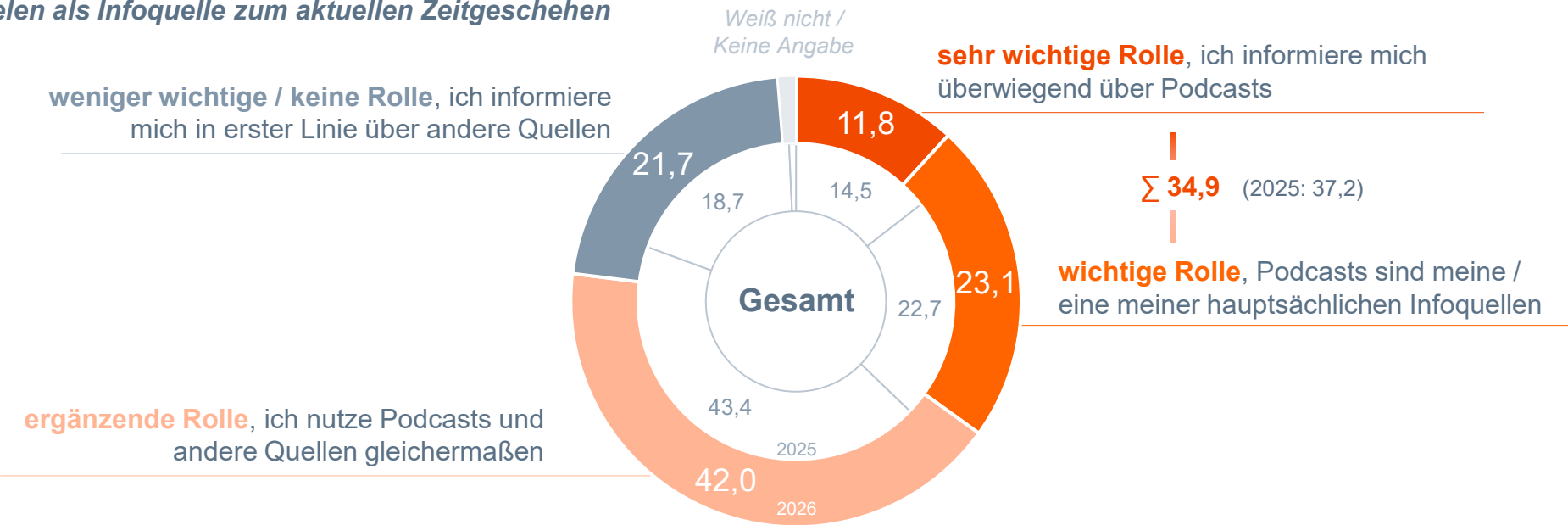
Als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen sind Podcasts für den Großteil der regelmäßig Hörenden relevant: Für gut ein Drittel als Hauptquelle, für vier von zehn ergänzend.

Podcasts: Rolle als Infomedium

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...



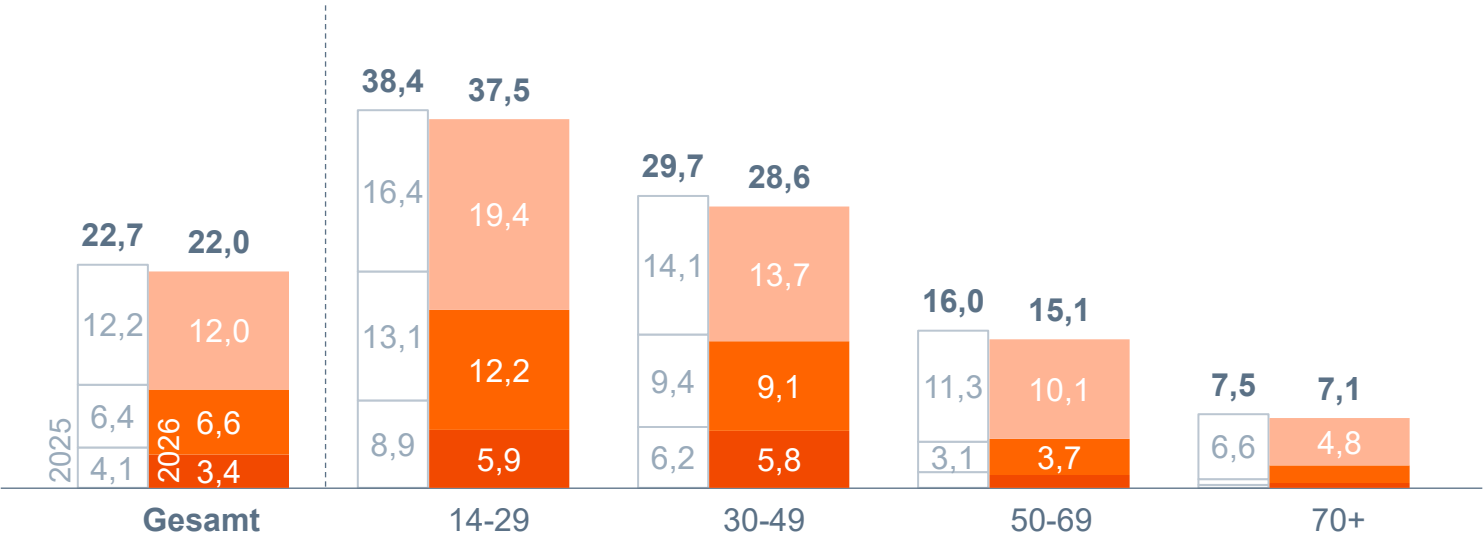
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Für mehr als ein Fünftel der Gesamtbevölkerung sind Podcasts ein relevantes Infomedium – besonders wichtig bei unter 50-Jährigen.

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 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206); befragt wurden diejenigen, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

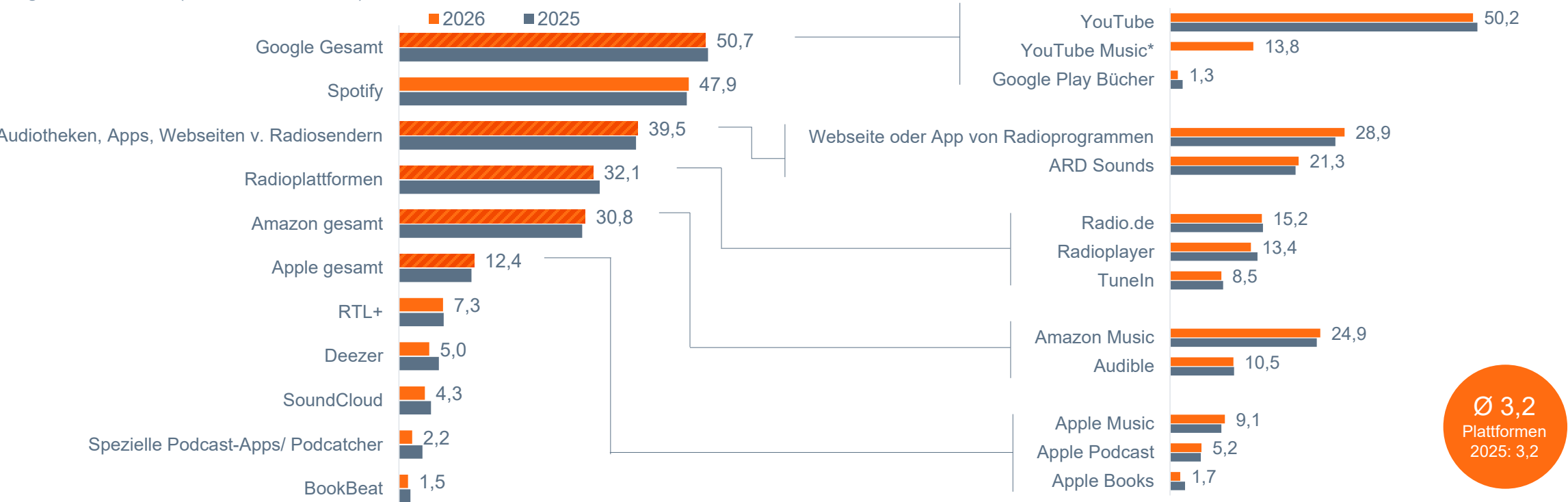
7 Genutzte Plattformen

Wenig Bewegung bei den Plattformen im Online-Audio-Gesamtmarkt: YouTube/Google bleibt führend vor Spotify und den Audiotheken/Apps/Webseiten von Radiosendern.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote (Gesamtranking)

Angaben in Prozent (Plattformen ab 1,5%)



* Trenddarstellung aufgrund geänderter Abfrage nicht möglich.

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 2026: 48,384 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533)

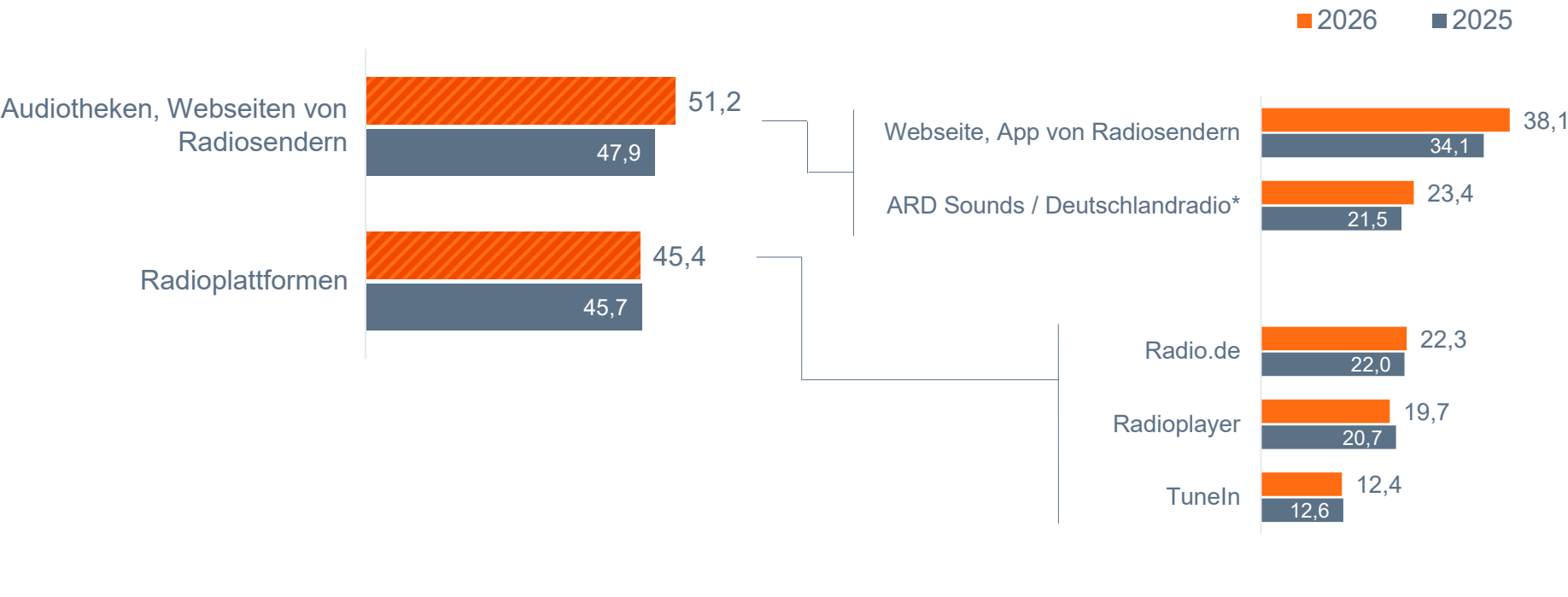
Webradio wird sowohl über sendereigene digitale Angebote wie Webseiten, Apps und Audiotheken als auch über Radioplattformen genutzt.

Genutzte Plattformen für Webradio

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßig Webradio-Nutzende



* bis 2025 nur „ARD Audiothek“
 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 2026: 33,042 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.535)

Radioplattformen werden eher von Jüngeren genutzt, während Ältere häufiger auf ARD Sounds zurückgreifen.

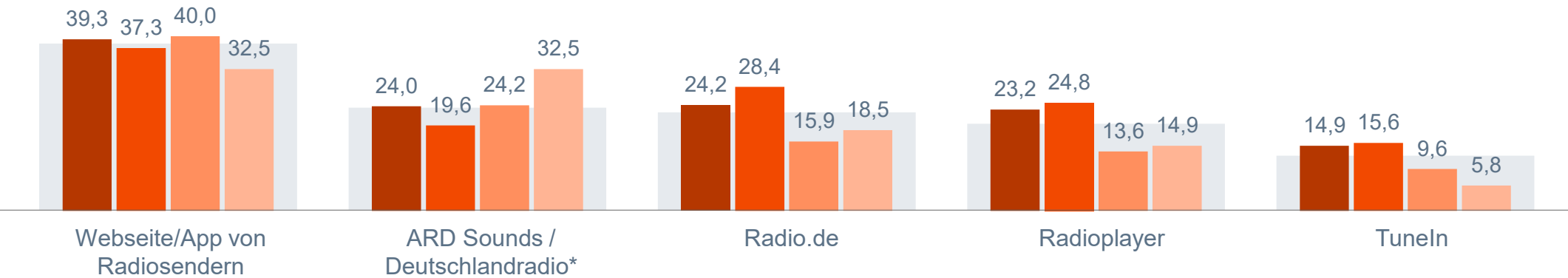
Genutzte Plattformen für Webradio nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Webradio-Nutzende



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

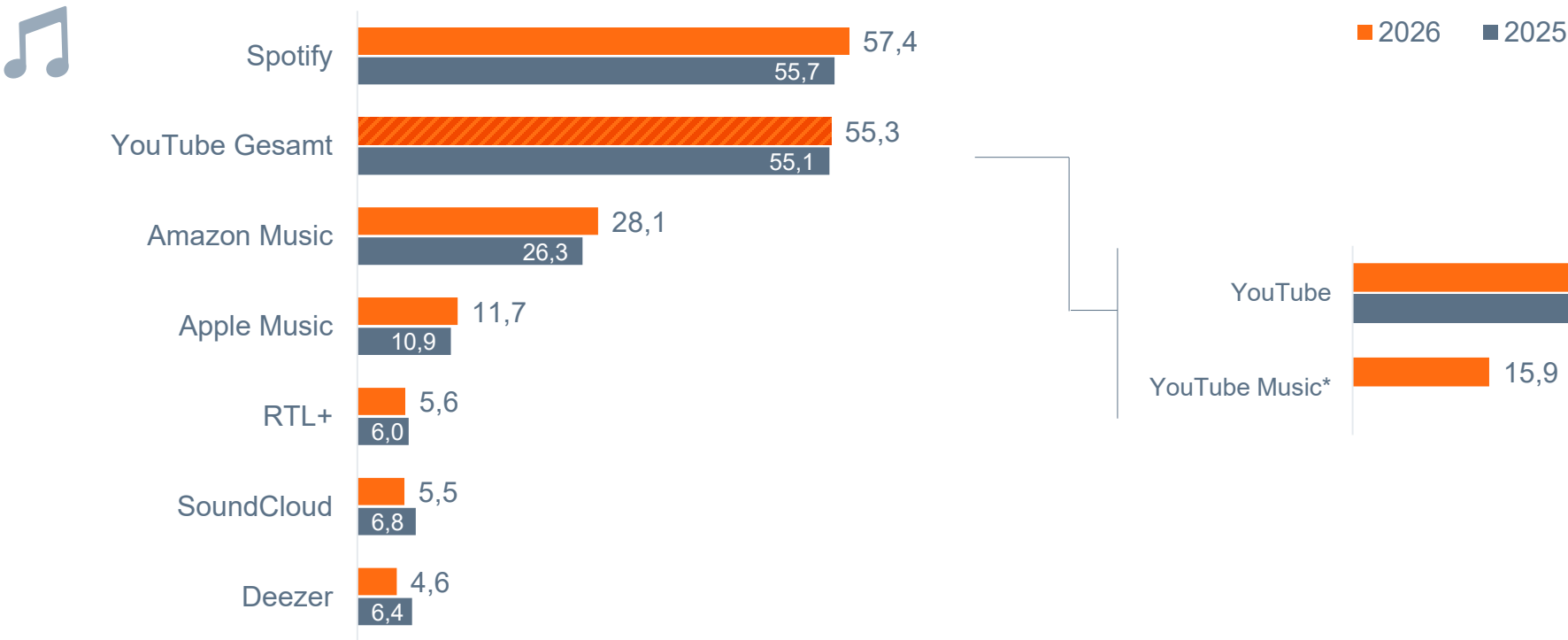


* bis 2025 nur „ARD Audiothek“
 Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?, Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet?; Angaben in Prozent; Basis 2026: 33,042 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.535)

Spotify bleibt die Musik-Plattform No. 1 – knapp vor YouTube.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßig Musikstreaming-Nutzende

Ø 1,9
Plattformen*

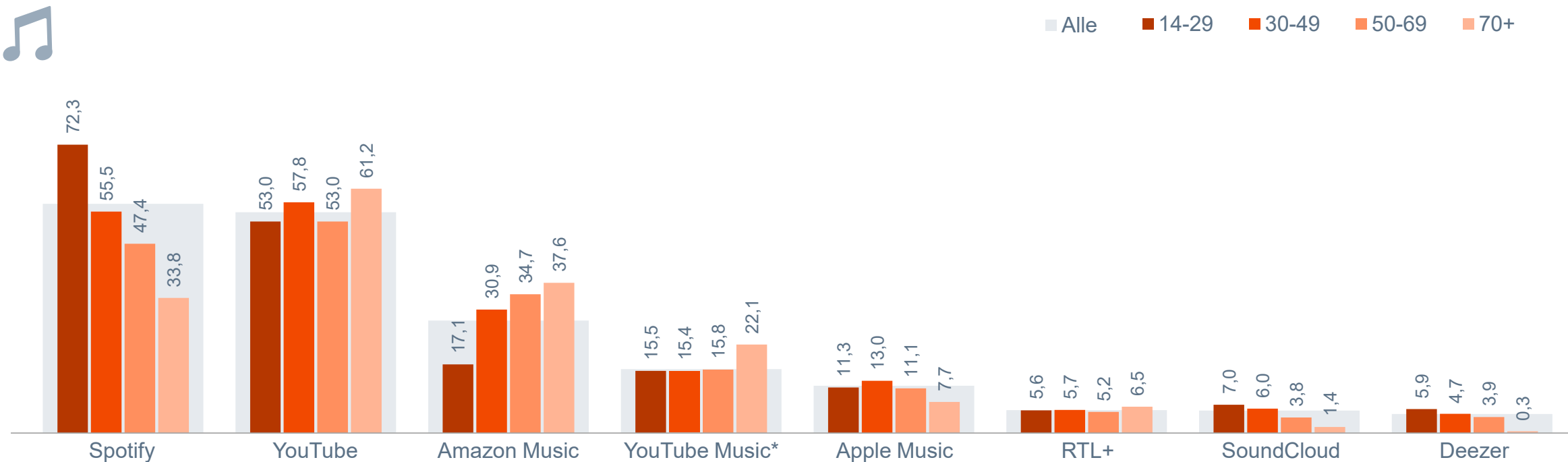
* Trenddarstellung aufgrund geänderter Abfrage nicht möglich.
 Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
 Angaben in Prozent; Basis 2026: 37,525 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.604)

Spotify dominiert das Musikstreaming bei Jüngeren. YouTube ist über alle Altersgruppen hinweg relevant, Amazon Music stärker bei 30+.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Musikstreaming-Nutzende



* 2026 ohne Zusatz „kostenpflichtig“
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 2026: 37,525 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.604)

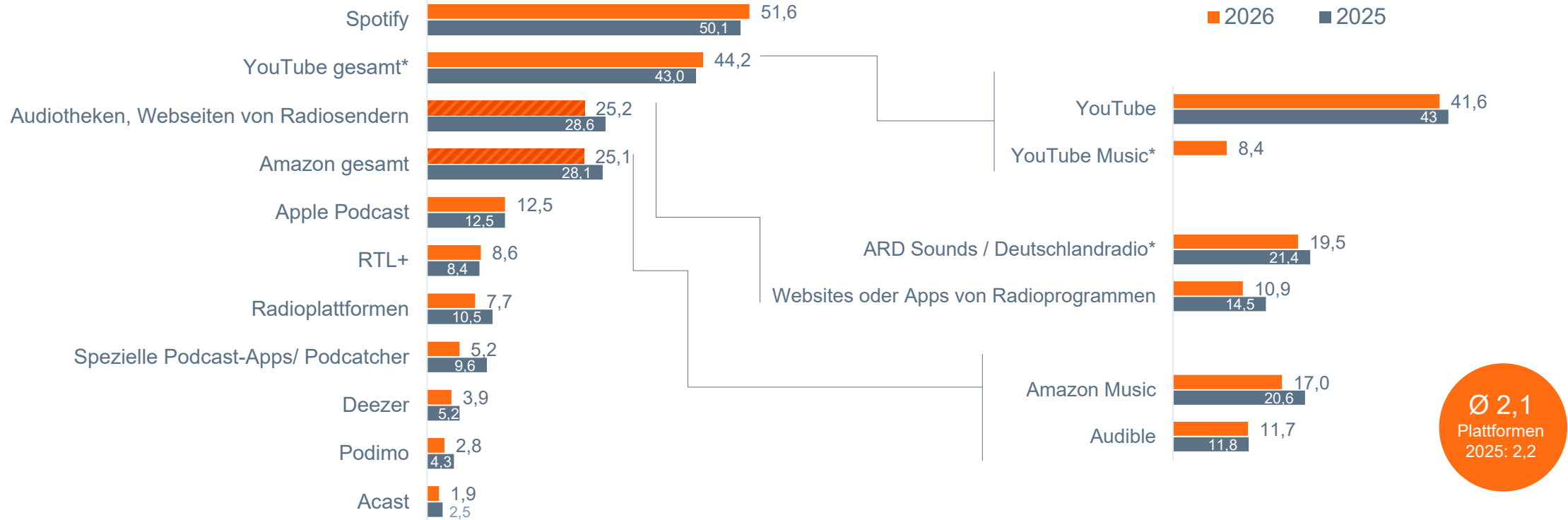
Der Podcast-Zugang konzentriert sich stärker auf die führenden Plattformen Spotify und YouTube, während Audiotheken & Radiosender, Amazon und kleinere Anbieter verlieren.

Genutzte Plattformen für Podcasts

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



Ø 2,1
Plattformen
2025: 2,2

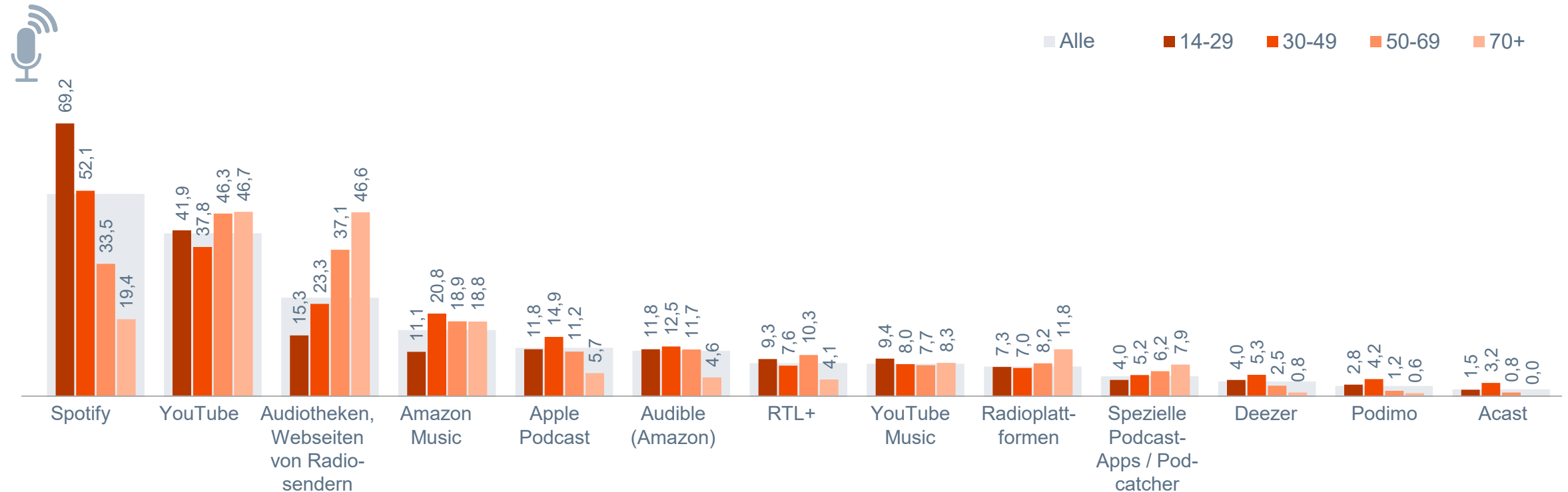
* Trenddarstellung aufgrund geänderter Abfrage nicht möglich.
Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts? Ist das über...
Angaben in Prozent; Basis 2026: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

Für unter 50-Jährige ist Spotify die wichtigste Podcast-Plattform. Ab 50 spielen YouTube, Audiotheken und Radiowebsites eine größere Rolle.

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: 20,341 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493)

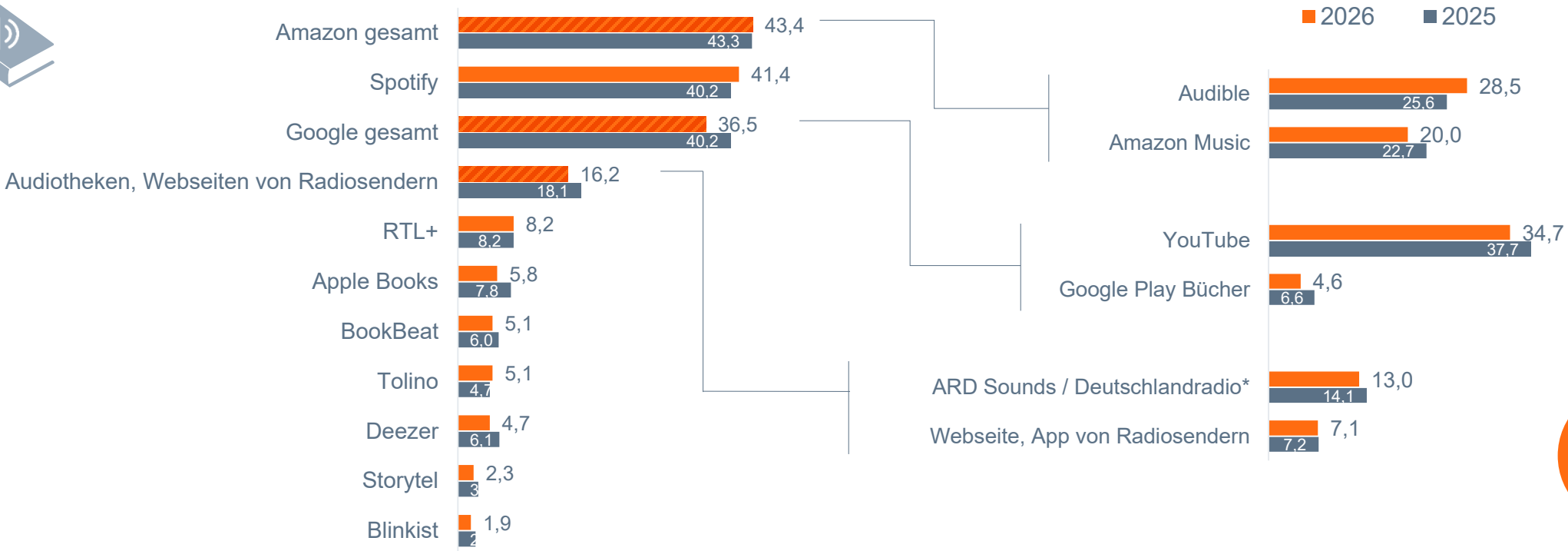
Bei den Hörbüchern und Hörspielen führt Amazon (Audible/Music) die Rangliste an. Spotify gewinnt, Google verliert an Relevanz, bleibt aber unter den Top 3.

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßig Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen



Ø 1,9
Plattformen
2025: 2,0

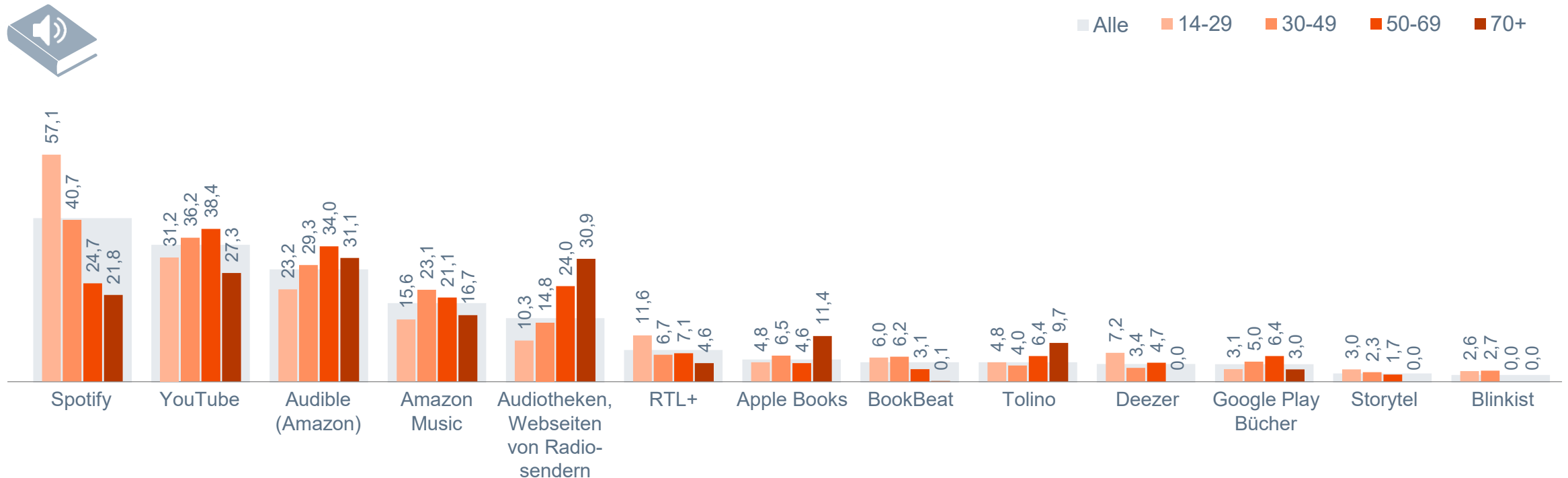
Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 13,921 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=968)

Auch für Hörbücher/-spiele setzen Jüngere primär auf Spotify. Ältere nutzen eher YouTube, Audible sowie Audiotheken oder Webseiten der Radiosender.

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 2026: 13,921 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=968)

8

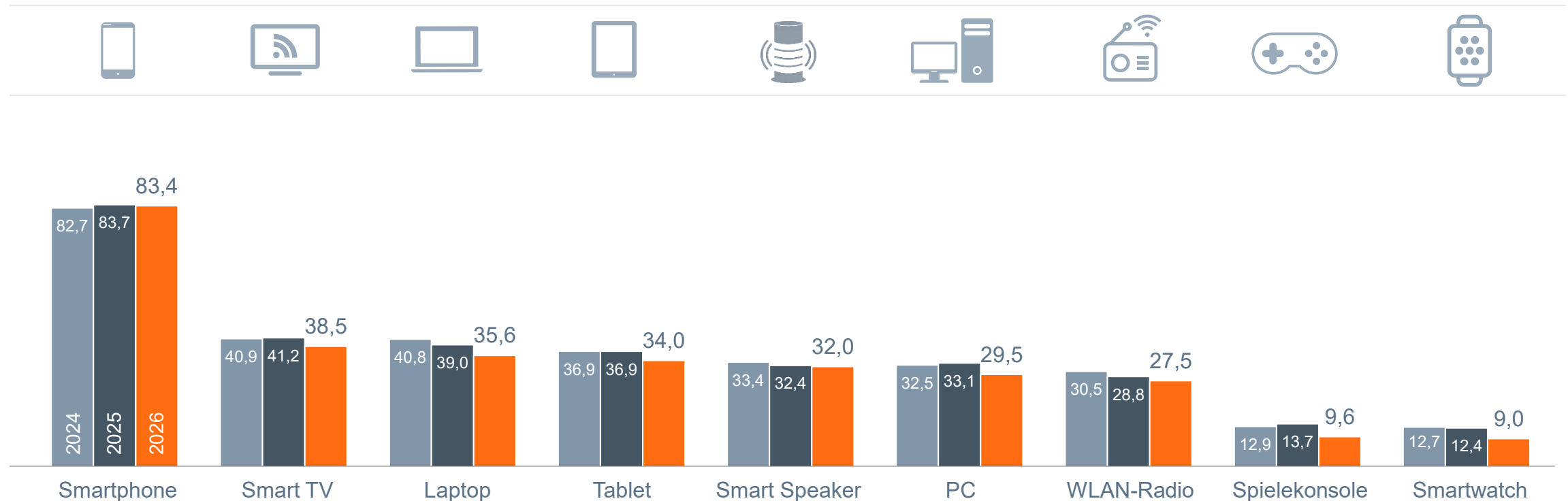
Genutzte Geräte

Das Smartphone bleibt das zentrale Gerät für die Online-Audio-Nutzung, während andere Geräte weniger häufig genannt werden.

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent



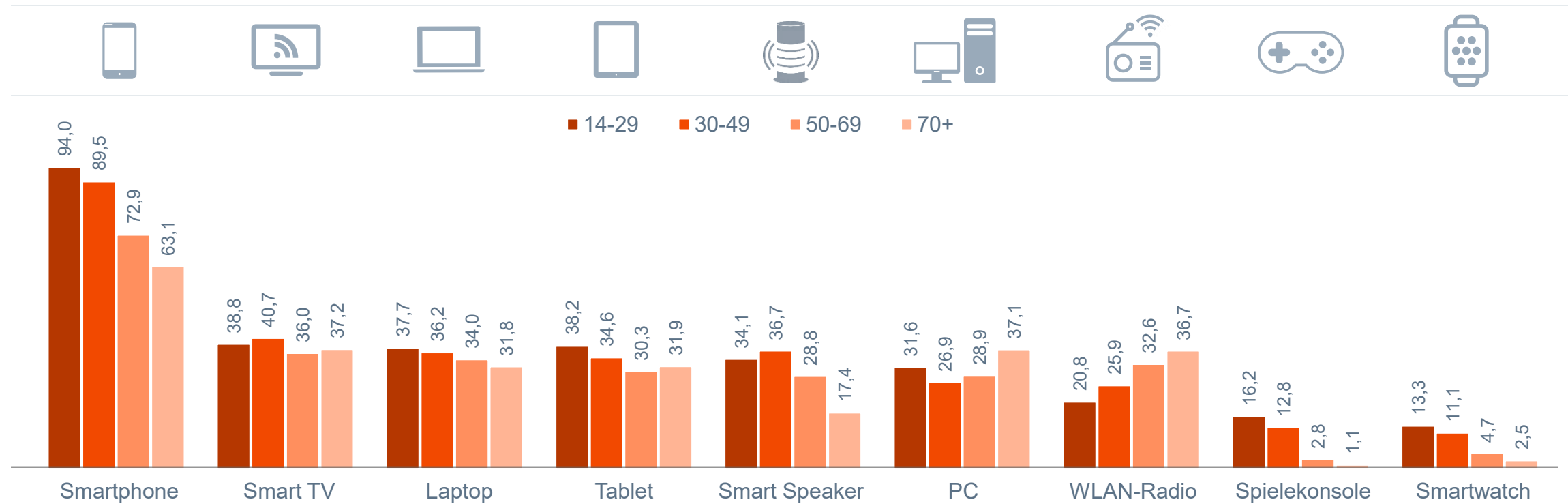
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 48,384 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533)

Für alle Altersgruppen ist das Smartphone die erste Wahl – je jünger, desto deutlicher.

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende



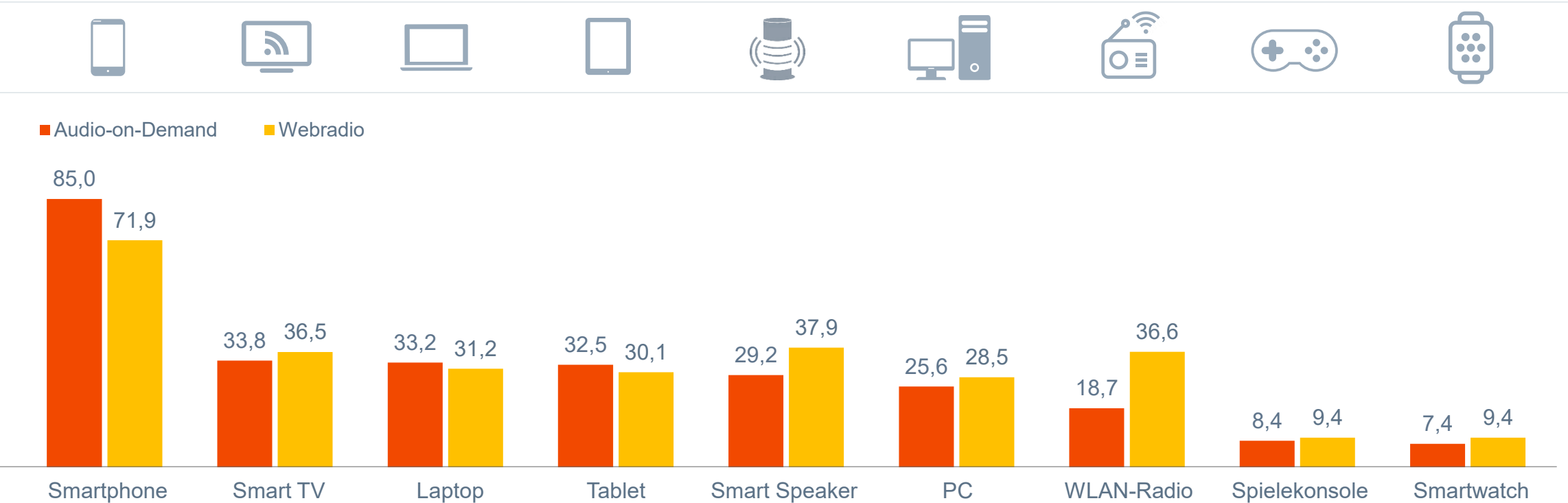
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 48,384 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533)

On-Demand wird besonders häufig über das Smartphone gehört. Bei Webradio spielen daneben Smart Speaker und WLAN-Radio eine stärkere Rolle.

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: 41,437 Mio. Audio-on-Demand-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland / 33,042 Mio. Webradio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die die jeweiligen Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=2.924 / 2.535)

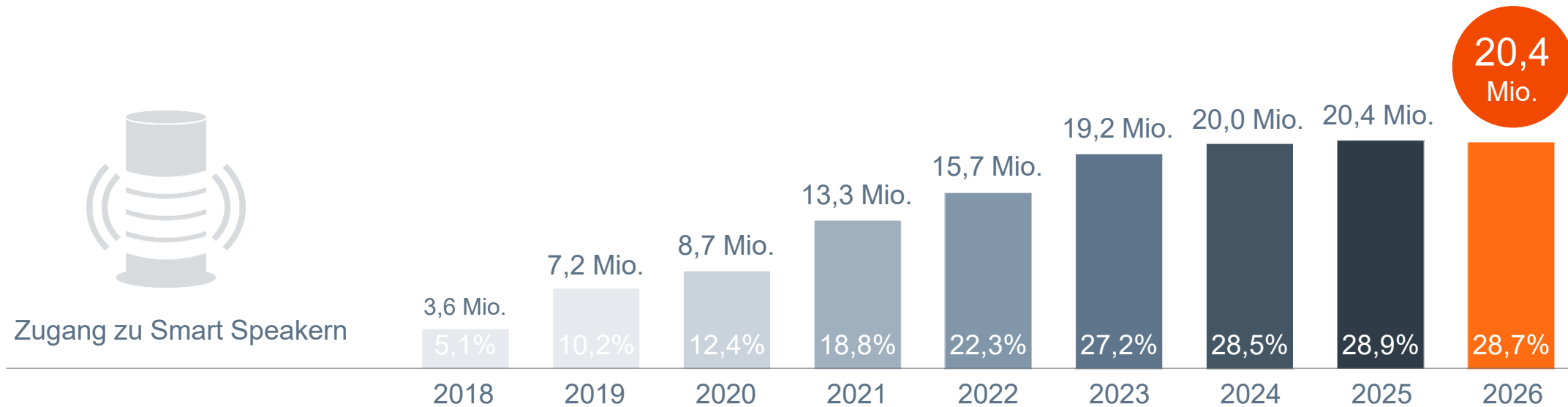
8.1 Smart Speaker

Die Smart-Speaker-Verbreitung stagniert: Wie im Vorjahr haben 20,4 Millionen Menschen in Deutschland Zugang zu mindestens einem Gerät.

Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern

Angaben in Prozent / Mio. Personen

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



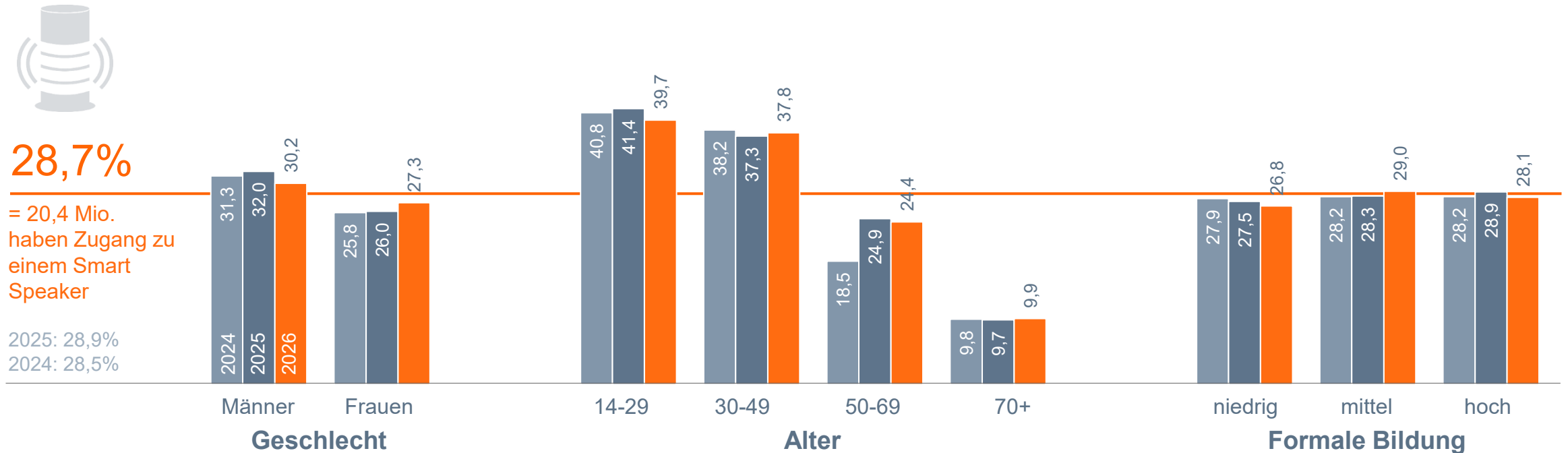
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

Über alle Gruppen hinweg ist die Ausstattung mit smarten Lautsprechern relativ stabil.

Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 71,001 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.206)

8.2 Smart TV

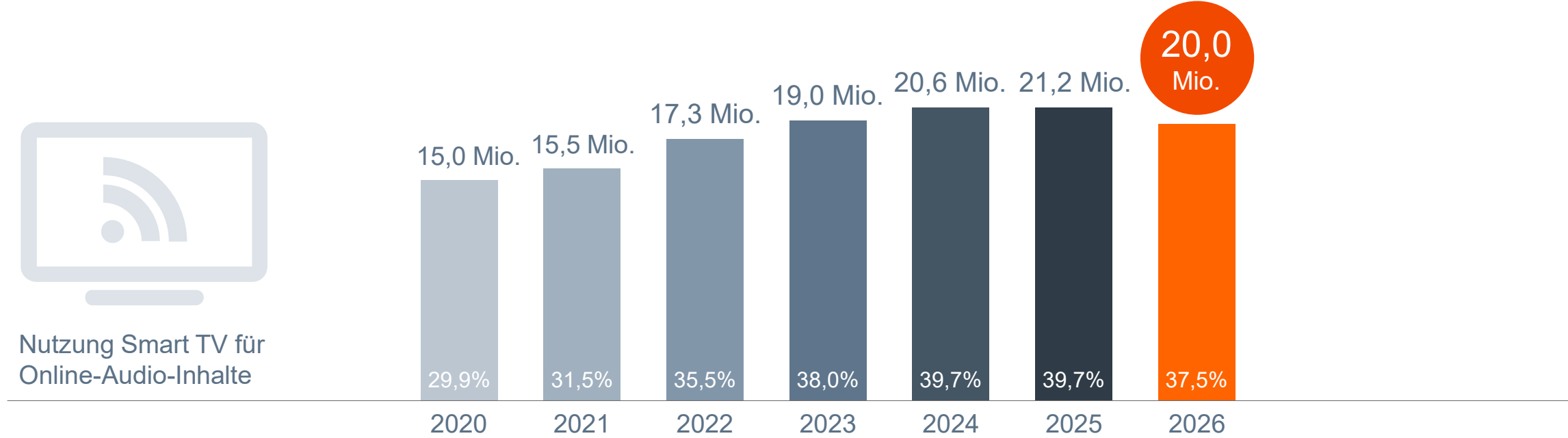


Die Online-Audio-Nutzung über den Smart TV bekommt erstmals rückläufig und liegt aktuell bei 20 Millionen Personen.

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2026

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



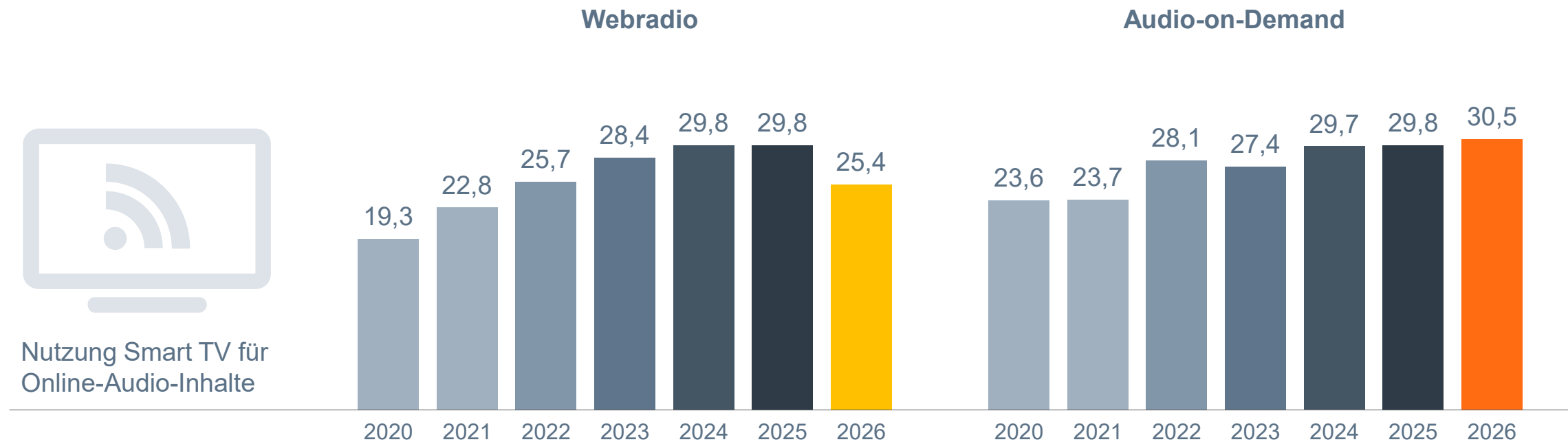
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 53,388 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=3.947)

Webradio verliert am Smart TV sichtbar an Nutzung und erreicht noch ein Viertel der Online-Audio-Nutzenden, während Audio-on-Demand leicht zulegt.

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2026

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 2026: 53,388 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=3.947)

Bei Männern und unter 50-Jährigen zeigt sich im Vorjahresvergleich ein Rückgang der Online-Audio-Nutzung am Smart TV.

Online-Audio-Nutzung gesamt am Smart TV

Angaben in Prozent

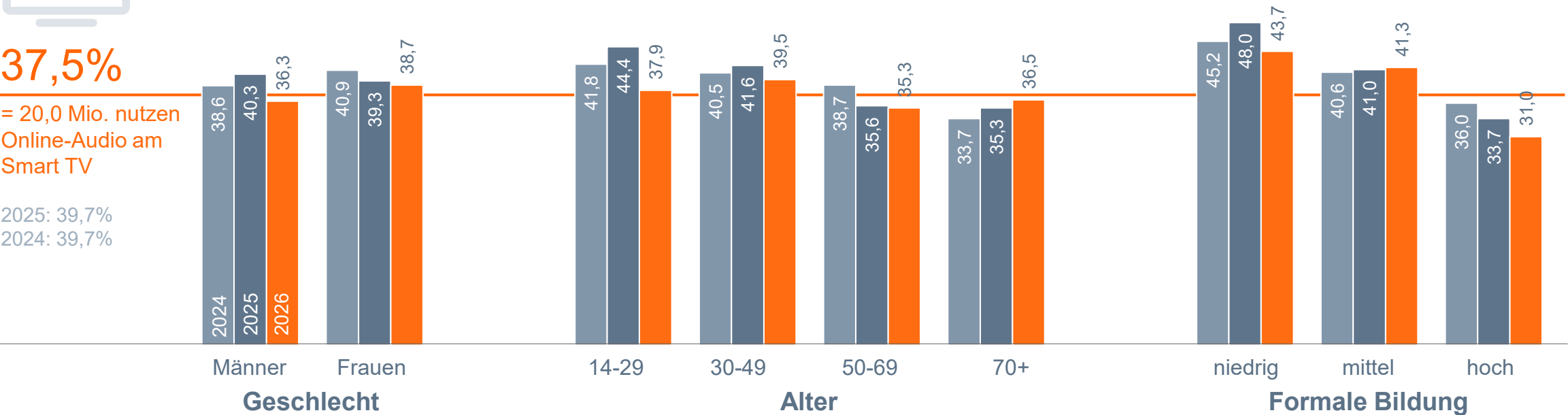


37,5%

= 20,0 Mio. nutzen
Online-Audio am
Smart TV

2025: 39,7%
2024: 39,7%

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 2026: 53,388 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=3.947)

Musikstreaming gewinnt am Smart TV weiter an Bedeutung und ist dort inzwischen die meistgenutzte Online-Audio-Form.

Smart TV: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

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



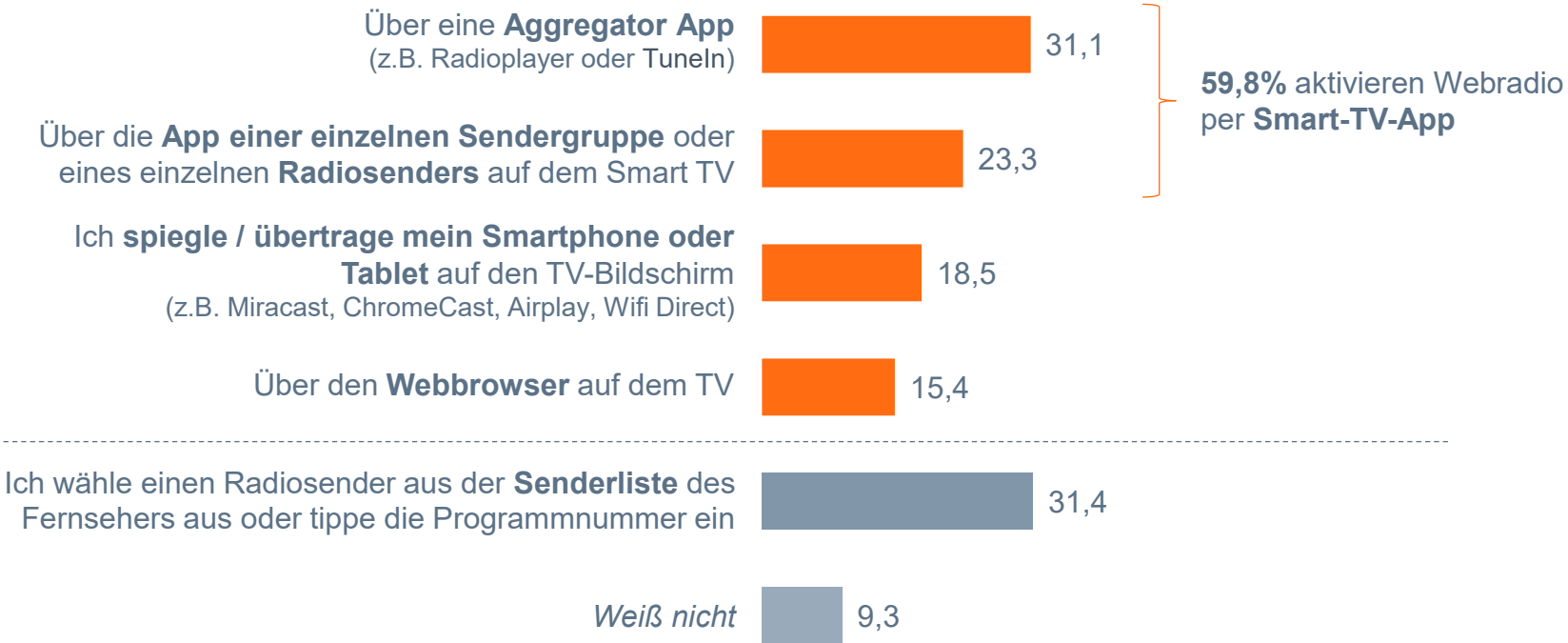
Frage 37: Sie haben vorher gesagt, dass Sie Online-Audio-Inhalte auf Abruf auf dem Smart TV hören. Was hören Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 20,028 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=1.467)

Wer Webradio am Smart TV nutzt, ruft es am häufigsten über eine Aggregator App wie Radioplayer auf.

Zugang zu Webradio am Smart TV

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die Webradio am Smart TV nutzen



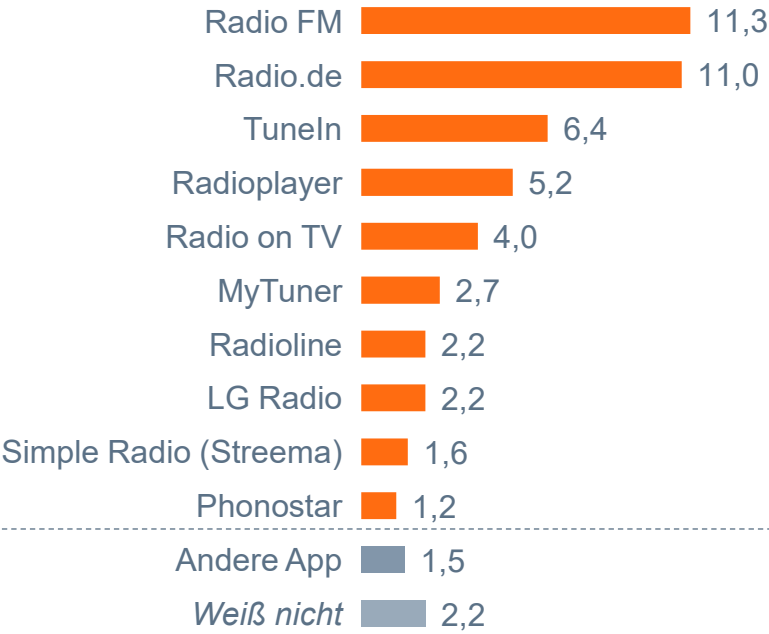
Trenddarstellung aufgrund geänderter Abfrage nicht möglich.
Frage 36: Sie haben vorher angegeben, dass Sie Radio über das Internet auch auf dem Smart TV hören. Wie hören Sie Radio auf Ihrem Smart TV?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 13,580 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio am Smart TV nutzen (n=1.040)

Radio FM und Radio.de sind die meistgenutzten Aggregator Apps für die Webradionutzung am Smart TV.

Genutzte Aggregator Apps für Webradio am Smart TV

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die Webradio am Smart TV nutzen



Frage 36a: Welche Radio App nutzen Sie da genau?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 13,580 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio am Smart TV nutzen (n=1.040)

9

Methodische Hinweise

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2026

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 2025 II: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; lt. b4p 2025 II 71,001 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) 2026	
Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 4.095 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 4.095 Interviews verteilen sich bevölkerungsproportional auf die einzelnen Bundesländer.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 1.111 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Brandenburg 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: 28.04. – 01.06.2026 CAWI: 07.05. – 01.06.2026
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 2026 waren: • Gratifikationen in den meistgenutzten Situationen • Auffindbarkeit von Radio im Auto * impliziert immer auch Radiosendungen zum Nachhören

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2026

Realisierte Interviews 2026	Anzahl
Baden-Württemberg	525
Bayern	629
Berlin	173
Brandenburg	915*
Bremen	101
Hamburg	102
Hessen	294
Mecklenburg-Vorpommern	102
Niedersachsen	378
Nordrhein-Westfalen	840
Rheinland-Pfalz	192
Saarland	102
Sachsen	511*
Sachsen-Anhalt	102
Schleswig-Holstein	138
Thüringen	102
Summe	5.206

* disproportionale Fallzahlauftockungen

