merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Swenja Wütscher: Online-Audio-Monitor

Beitrag aus Heft »2019/05 Digitale Bildung inklusiv«

Die Nutzung von Online-Audio-Inhalten nimmt immer weiter zu – und zwar bei Webradio wie auch bei On-Demand-Angeboten. Das sind Ergebnisse des Online-Audio-Monitor 2019. Fast zwei Drittel der Bevölkerung in Deutschland nutzen mittlerweile diese Angebote, drei Millionen mehr als im Vorjahr.

Nach wie vor zeigt sich ein klarer Zusammenhang zwischen der Online-Audio-Nutzung und dem Alter: In der jüngsten Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen liegt die Nutzerquote nun bei 95 Prozent (+ 4 %), bei den 30- bis 49-Jährigen bei 78 Prozent (+ 1 %). Unterdurchschnittlich viele Nutzende gibt es in der Altersgruppe ab 50 Jahren mit zusammengefasst 39 Prozent; allerdings weisen die Altersgruppen 50 bis 59 und 60 bis 69 Jahre mit jeweils rund 18 Prozent die höchste Wachstumsrate auf.

Die Nutzung erfolgt zudem immer regelmäßiger. Jeder Zweite ab 14 Jahre schaltet mindestens monatlich ein. Besonders dynamisch ist dabei das Wachstum der On-Demand-Angebote. So steigern Hörbücher ihre mindestens monatliche Nutzerschaft auf elf Prozent (+ 50 %), Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf auf 13 Prozent (+ 42 %). Audio über Videoplattformen und Musikstreaming ist besonders beliebt bei den Unter-30-Jährigen. Beim Webradio liegen die 30- bis 49-Jährigen mit den Jüngeren nahezu gleichauf.

Zu den meistgenutzten Online-Audio-Inhalten zählen nach wie vor Musik, gefolgt von Nachrichten, Services wie Wetter und Verkehr sowie lokalen und regionalen Inhalten. Fast drei Viertel hört die Inhalte über das Smartphone. Immer mehr schließen dieses auch an ihr Autoradio an; diese Nutzung ist überproportional stark angestiegen. Knapp jeder Vierte nutzt mittlerweile im Auto Audioinhalte über oder – offline verfügbar gemacht – aus dem Internet. Die Nutzung linearer Webradioprogramme über den Tag hinweg zeigt, dass es das Medium der Morgenstunden ist; auch tagsüber wird viel Webradio gehört mit einem Peak am frühen Abend. Je später der Tag, desto höher liegt die Podcast-Nutzung. Webradio und On-Demand ergänzen sich also – und zwar zeitlich wie inhaltlich. Kräftig zugenommen hat auch die Audio-Nutzung über Smart Speaker. Rund jeder Zehnte ab 14 Jahre hat mittlerweile Zugang, der Anteil hat sich damit binnen eines Jahres verdoppelt. Der Online-Audio-Monitor untersucht
bevölkerungsrepräsentativ die Online-Audio-Nutzung in Deutschland. Insgesamt wurden hierzu im Mai und Juni 2019 gut 7.500 Telefoninterviews geführt. Auftraggeber der von Kantar durchgeführten Studie sind die Bayerische Landeszentrale für neue Medien, die Medienanstalt Berlin-Brandenburg, die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, die Landesanstalt für Medien NRW, der Bundesverband Digitale Wirtschaft und VAUNET – Verband Privater Medien.

www.online-audio-monitor.de

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de