ONLINE-AUDIO-MONITOR 2026

Länderbericht Brandenburg

Oktober 2026



mabb_

mindline media

Online-Audio-Monitor 2026 – bundesweite Basisstudie

Der Online-Audio-Monitor untersucht bevölkerungsrepräsentativ die Online-Audio-Nutzung der ab 14-Jährigen in Deutschland. Insgesamt wurden 5.206 CATI- und CAWI-Interviews durchgeführt. Die CATI-Stichprobe setzt sich zusammen aus Festnetz- und Mobilfunknummern im Verhältnis 54:46.

Auftraggeber des Online-Audio-Monitors sind die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), die Landesanstalt für Medien NRW, der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), der Verband Privater Medien (VAUNET) und die Radio Marketing Service (RMS).

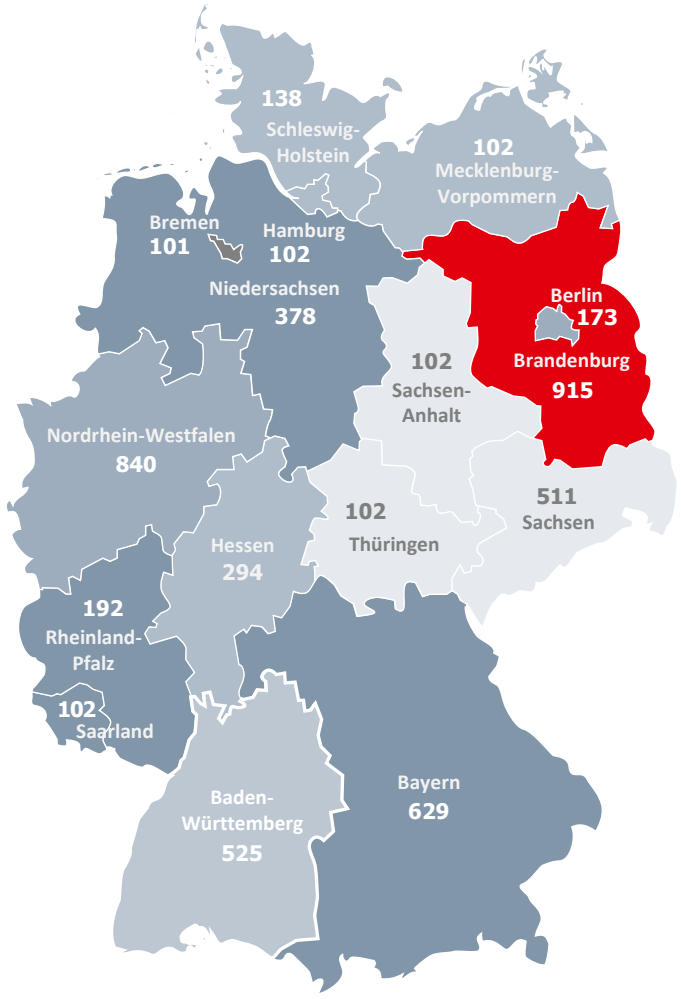
Durchgeführt wurde die Studie von mindline media.

Regionale Aufstockung & Länderbericht Brandenburg

In Ergänzung der nationalen Basisstichprobe des Online-Audio-Monitors 2026 wurden u.a. im Bundesland Brandenburg zusätzliche Interviews realisiert. Die regionale Aufstockung wurde von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg in Auftrag gegeben.

mabb_

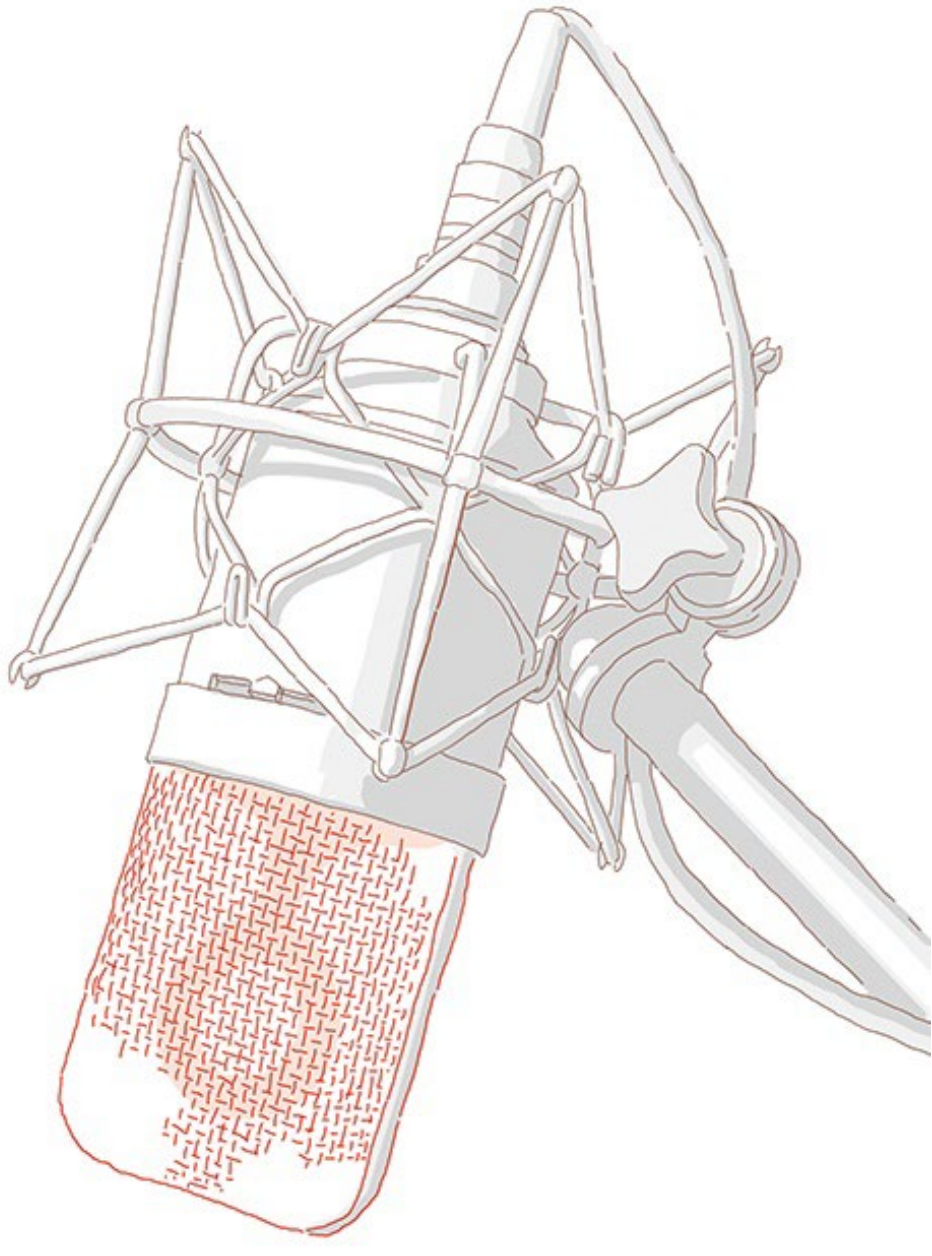
Für Brandenburg steht eine repräsentative Bevölkerungsstichprobe von **n = 915** Befragten zur Verfügung. Auf dieser Grundlage wurde von mindline media der Länderbericht erstellt.



Inhalt

1. Nutzung Online-Audio-Angebote
2. Podcast-Nutzung
3. Genutzte Plattformen
4. Genutzte Geräte
5. Regionale Besonderheiten
6. Methodische Hinweise

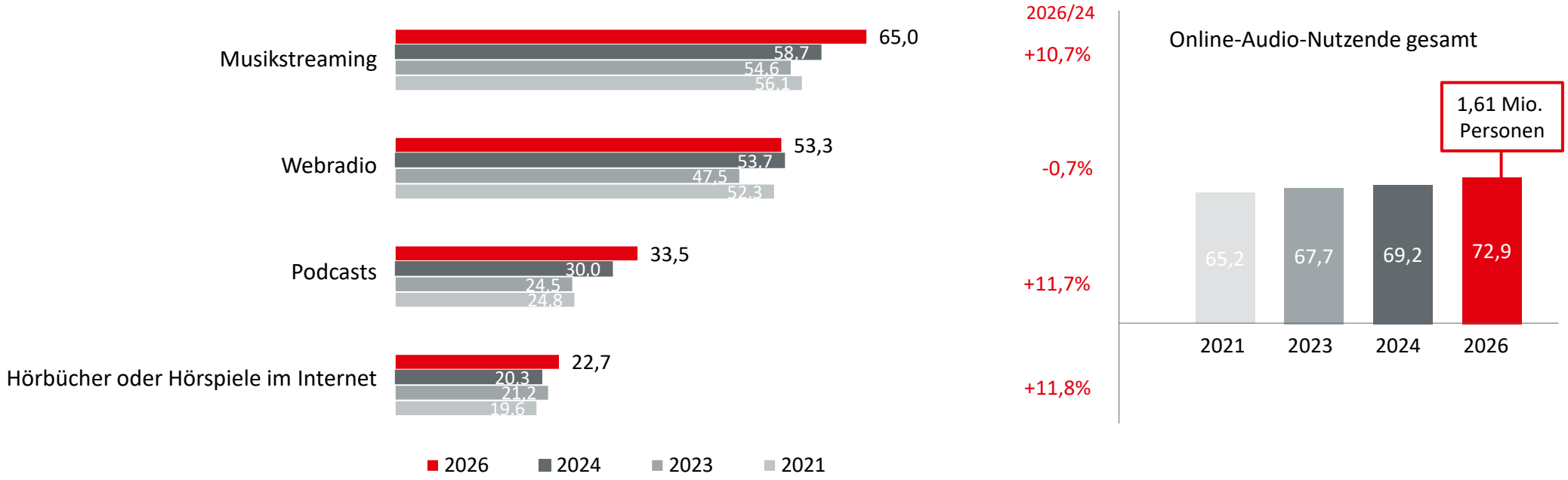
1. NUTZUNG ONLINE-AUDIO-ANGEBOTE



Nutzung Online-Audio-Angebote: 2021-2026

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Fast drei Viertel der Menschen ab 14 Jahre in Brandenburg nutzen Online-Audio – ein neuer Höchstwert. Musikstreaming, Podcasts und Hörbücher wachsen seit 2024 zweistellig, Webradio bleibt stabil.



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: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915) | In den Jahren 2022 und 2025 fand keine Fallzahlaufstockung in Brandenburg statt.

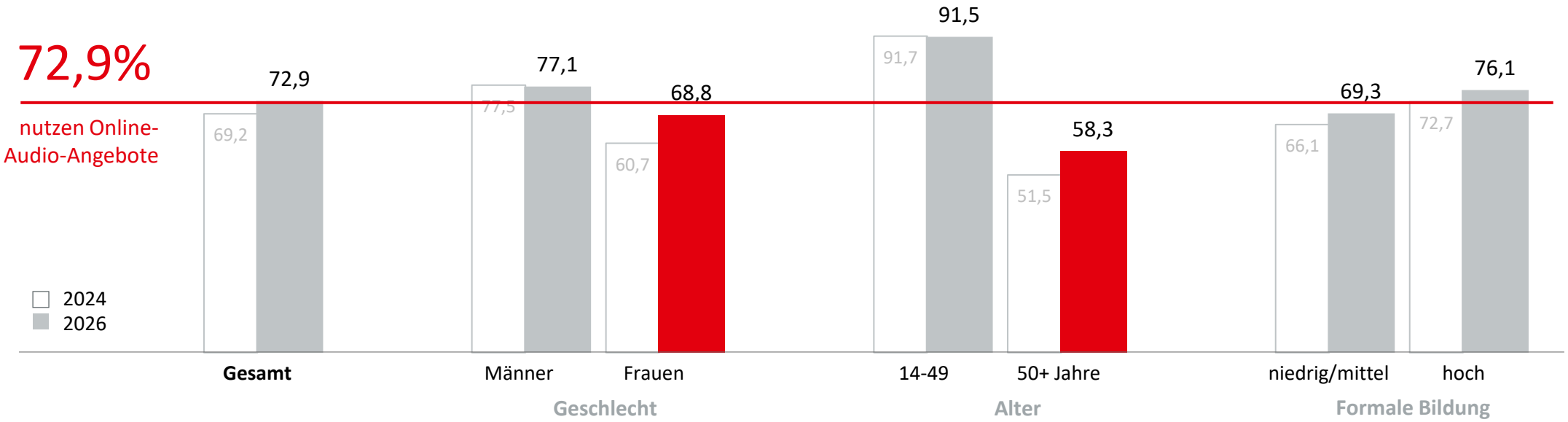
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb

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

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Das Wachstum kommt von Frauen und ab 50-Jährigen: Sie legen um rund 8 bzw. 7 Prozentpunkte zu. Bei Männern und unter 50-Jährigen bleibt die Nutzung auf hohem Niveau konstant.



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: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915)

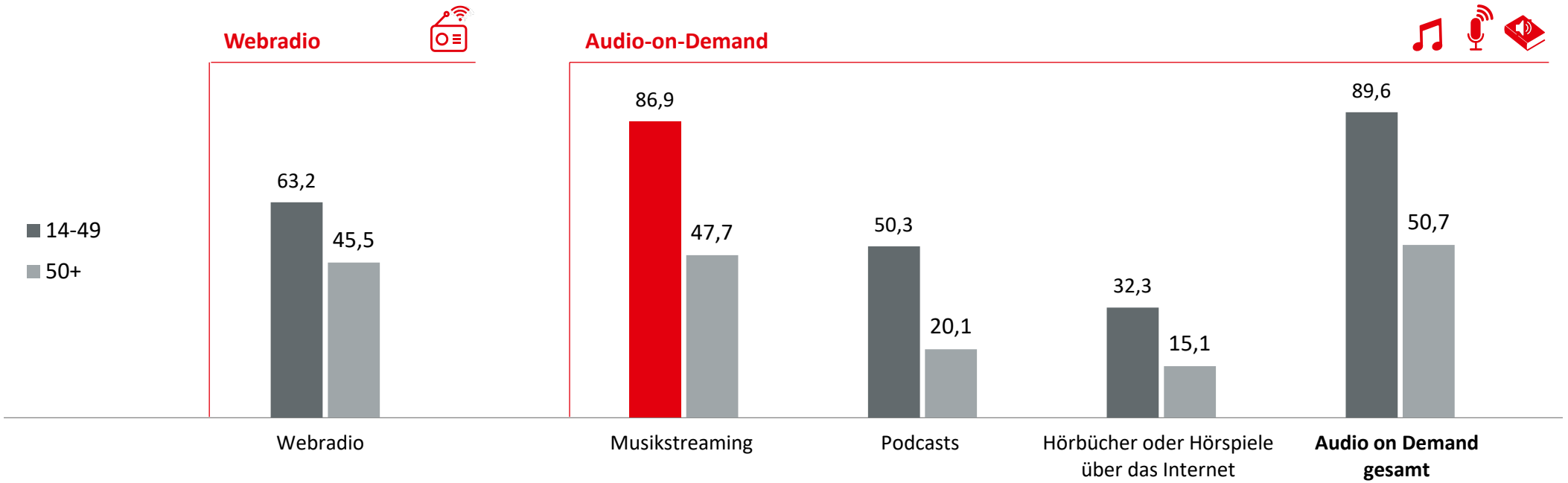
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb

Nutzung Online-Audio-Angebote

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Musikstreaming ist in Brandenburg das Format der jüngeren Generationen, bei den unter 50-Jährigen das mit Abstand stärkste Format.



* **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 2026: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915)

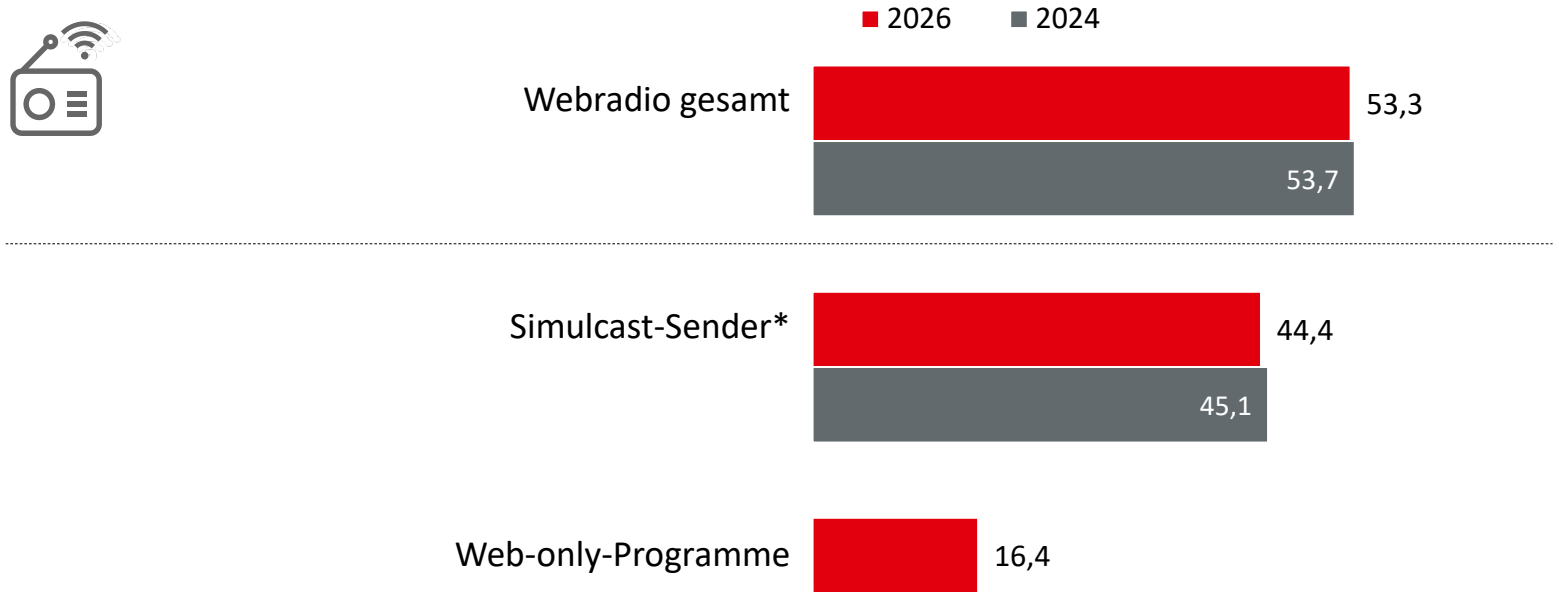
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb

Webradionutzung im Detail

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Webradio bleibt auf stabilem Niveau von 2024. Vier von fünf Webradio-Hörenden nutzen Simulcast-Sender, also Programme, die auch über UKW oder DAB+ zu empfangen sind.



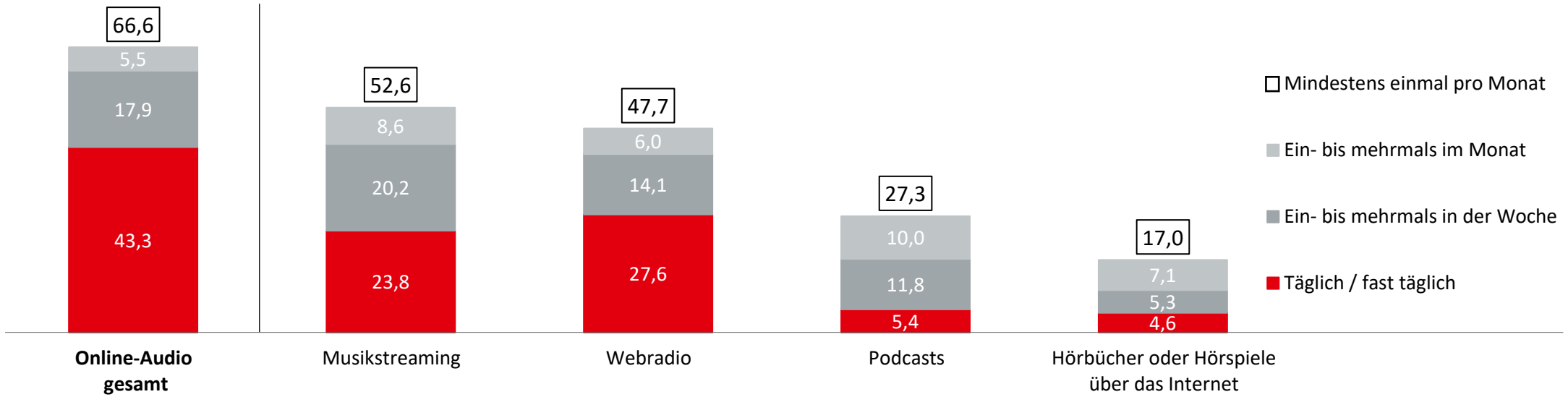
*** Simulcast-Sender:** Radiosender, die man sowohl über das Internet als auch über UKW/DAB+ hören kann. | Trenddarstellung aufgrund geänderter Abfrage nicht möglich.
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Regelmäßige Nutzung Online-Audio-Angebote

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Zwei Drittel hören regelmäßig (mindestens einmal im Monat) Online-Audio. Im täglichen Gebrauch liegt Webradio vor Musikstreaming, auf monatlicher Basis dreht sich das Verhältnis.



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915)

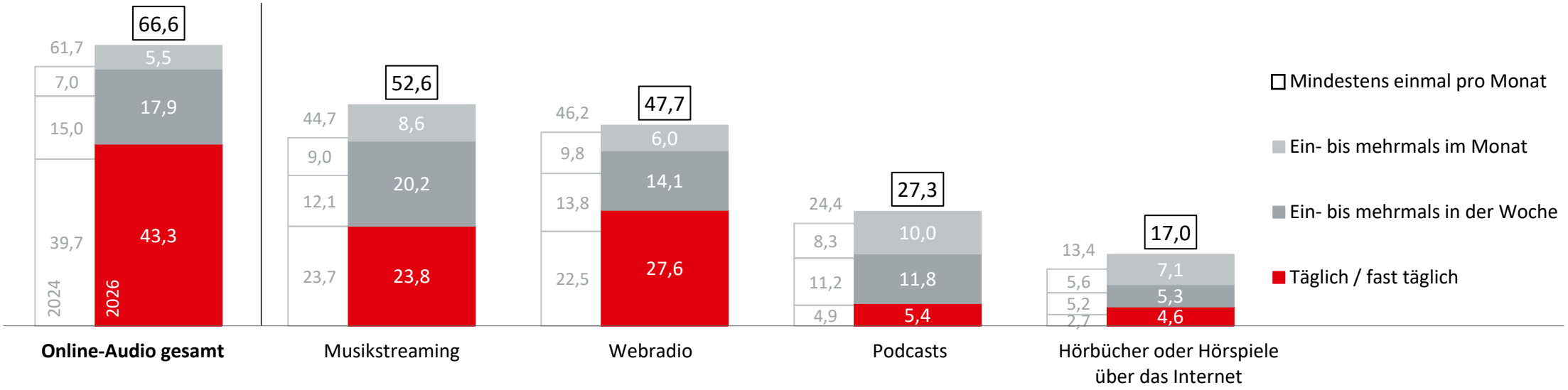
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb

Regelmäßige Nutzung Online-Audio-Angebote im Trend

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Die regelmäßige Nutzung wächst in allen Formaten. Musikstreaming legt seit 2024 am stärksten zu, Webradio gewinnt vor allem tägliche Hörer:innen.



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915)

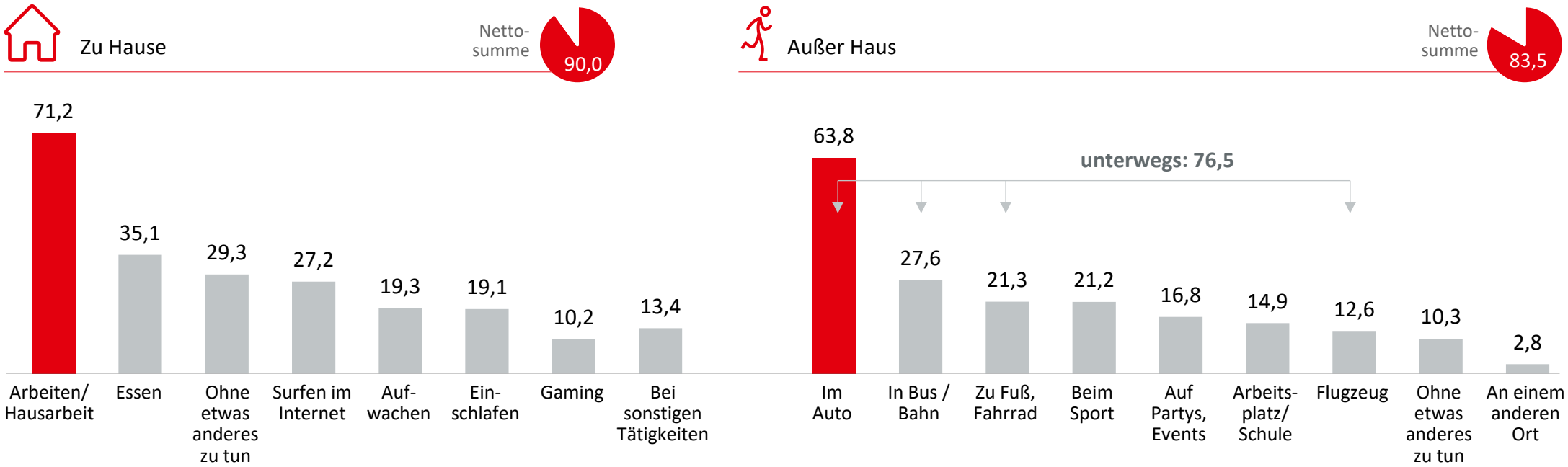
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Online-Audio begleitet den Alltag der Brandenburger:innen drinnen wie draußen: 90 Prozent hören zu Hause, 84 Prozent außer Haus. Die wichtigsten Hör-Situationen sind bei der Hausarbeit und beim Autofahren.



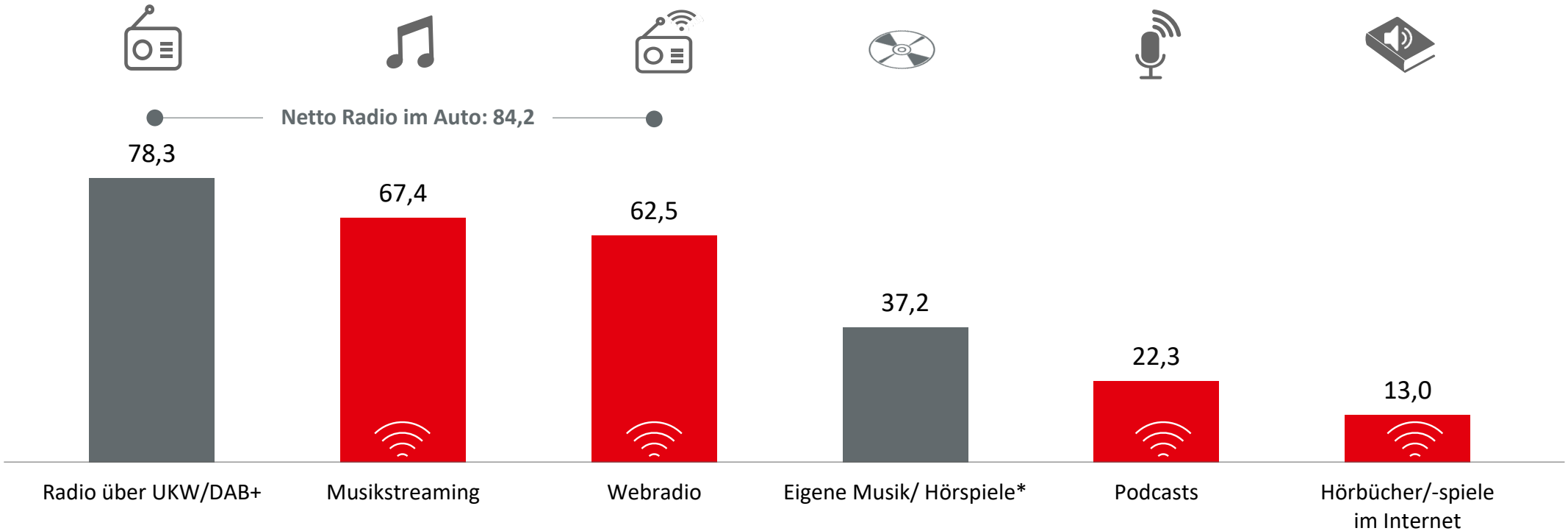
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. | Angaben in Prozent; Basis: 1,468 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=619)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

Mehr als acht von zehn hören im Auto Radio – über UKW/DAB+ oder Web. Musikstreaming folgt dahinter.



z.B. als MP3s, CDs oder Kassetten, also nicht über das Internet

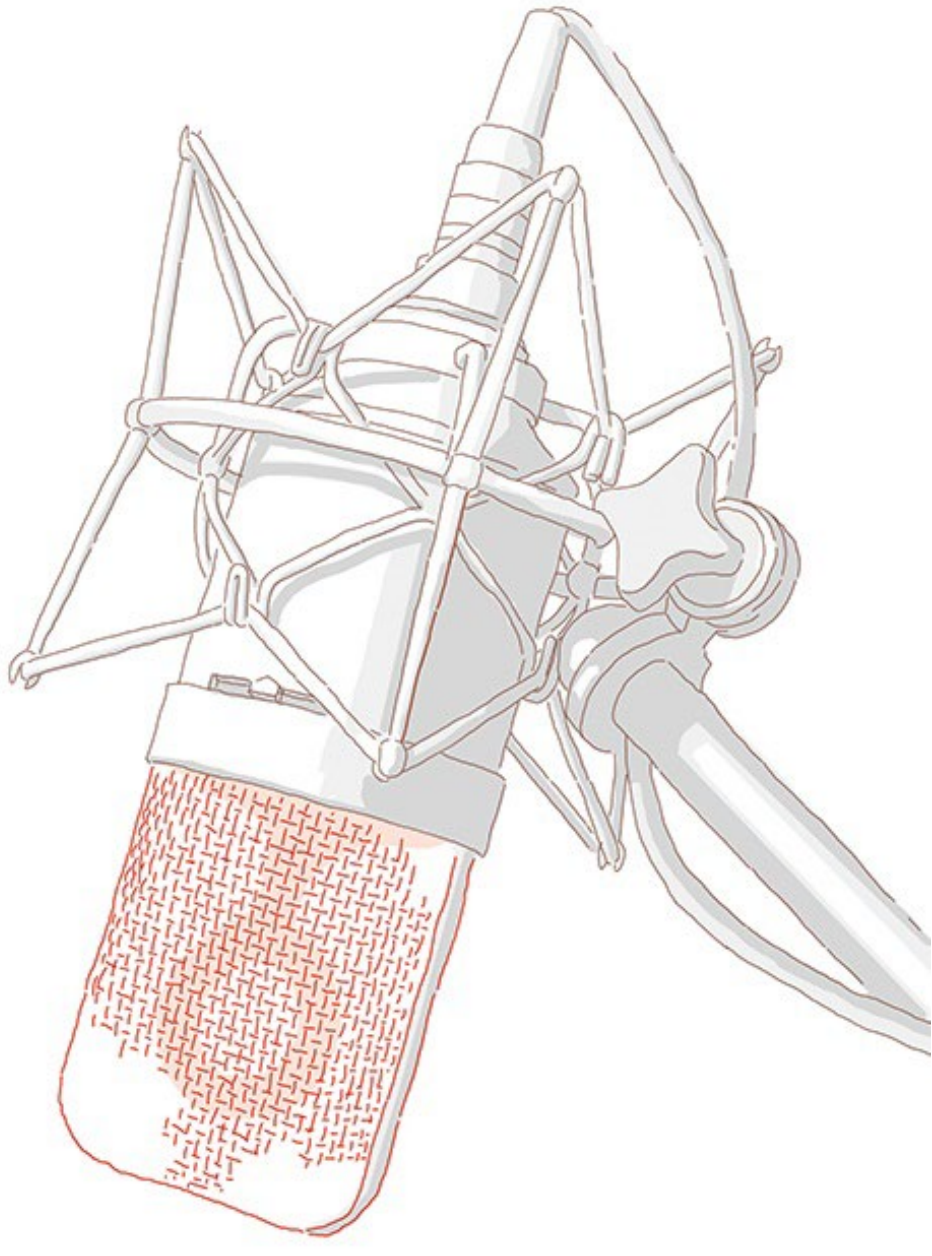
Frage 13a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?, Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie unterwegs im Auto <…> hören. Hören Sie darüber hinaus auch…?

Angaben in Prozent; Basis: 0,937 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=388)

Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb

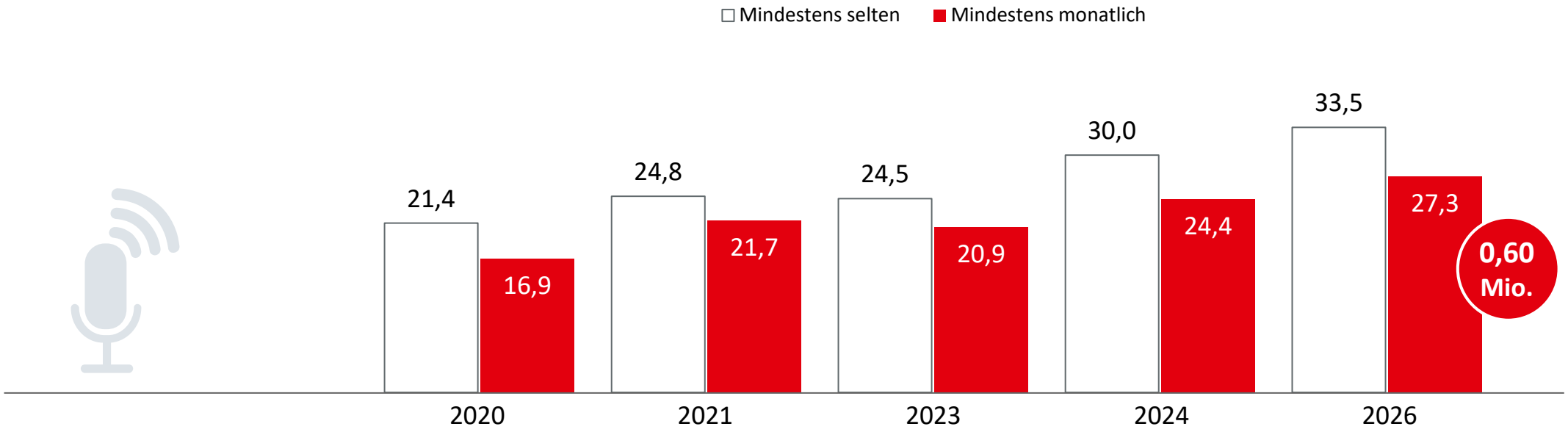
2. PODCAST-NUTZUNG



Nutzung von Podcasts

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Die Podcast-Nutzung in Brandenburg wächst weiter: Ein Drittel hört sie zumindest selten, 27 Prozent mindestens monatlich. Das entspricht rund 0,6 Millionen Menschen in Brandenburg.



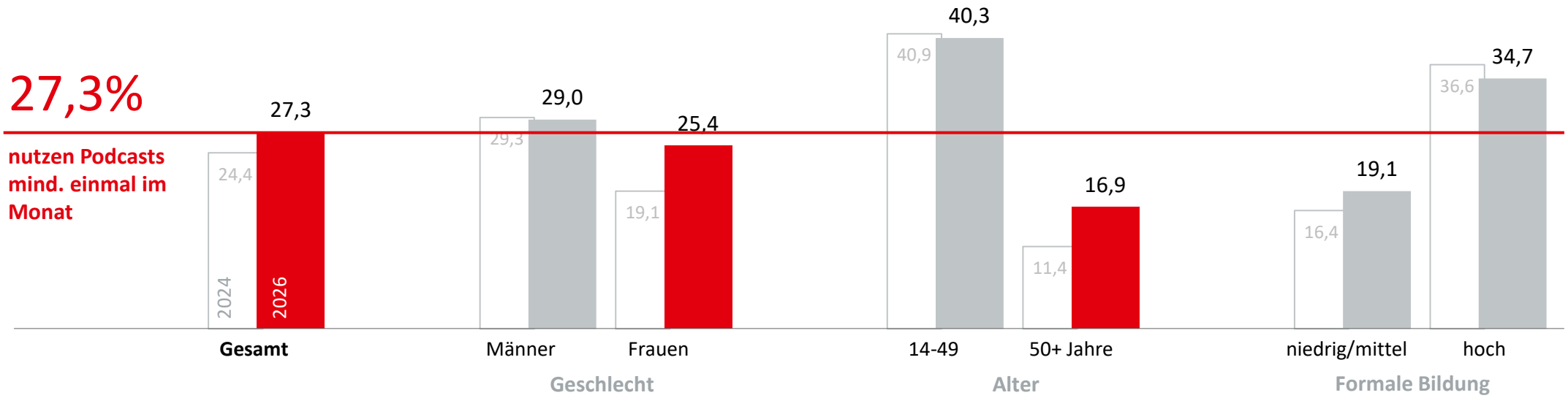
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915) | In den Jahren 2022 und 2025 fand keine Fallzahlaufstockung in Brandenburg statt.

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Regelmäßige Nutzung von Podcasts

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Die Unterschiede zwischen den Gruppen verringern sich: Frauen und ab 50-Jährige legen in der regelmäßigen Podcast-Nutzung deutlich zu.



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? - Podcasts
Angaben in Prozent; Basis 2026: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915)

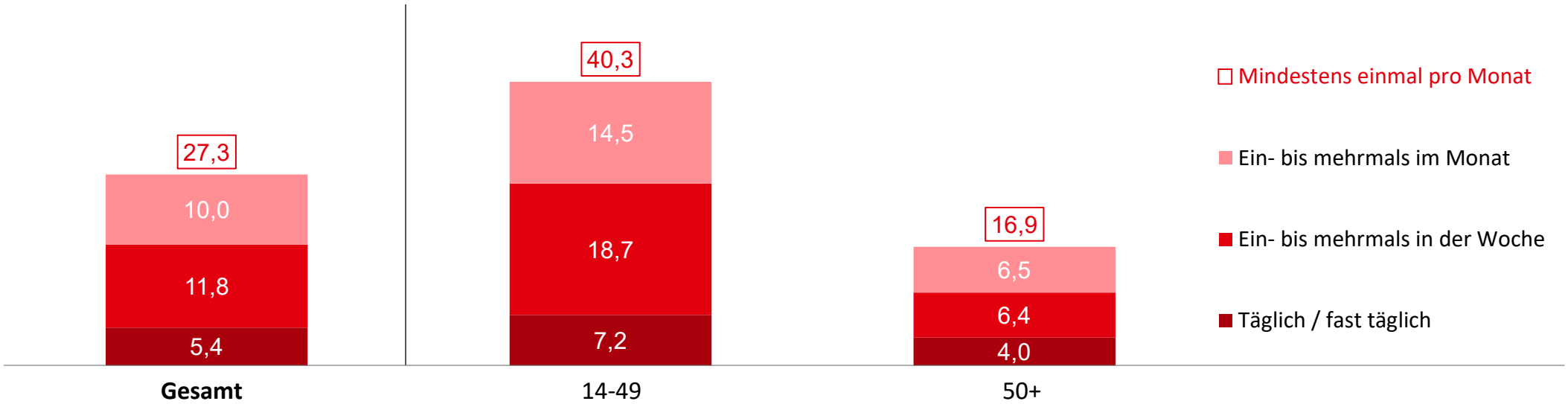
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb

Nutzungsfrequenz Podcasts

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Podcasts werden in Brandenburg überwiegend wöchentlich oder monatlich gehört, selten täglich. Die unter 50-Jährigen nutzen Podcasts mehr als doppelt so häufig wie die ab 50-Jährigen.



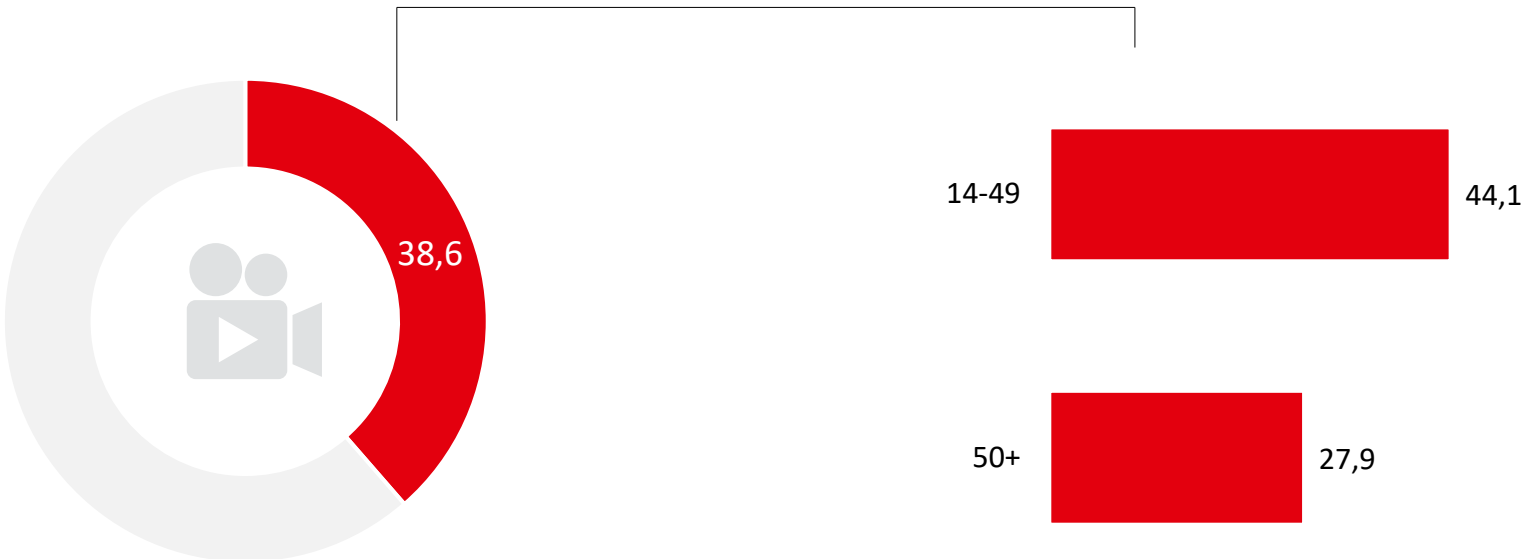
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Nutzung Video-Podcasts

Basis: Regelmäßige Podcast-Nutzende

Knapp vier von zehn der regelmäßig Hörenden nutzen Podcasts, bei denen parallel ein Video läuft. Die unter 50-Jährigen deutlich häufiger als die älteren Generationen.



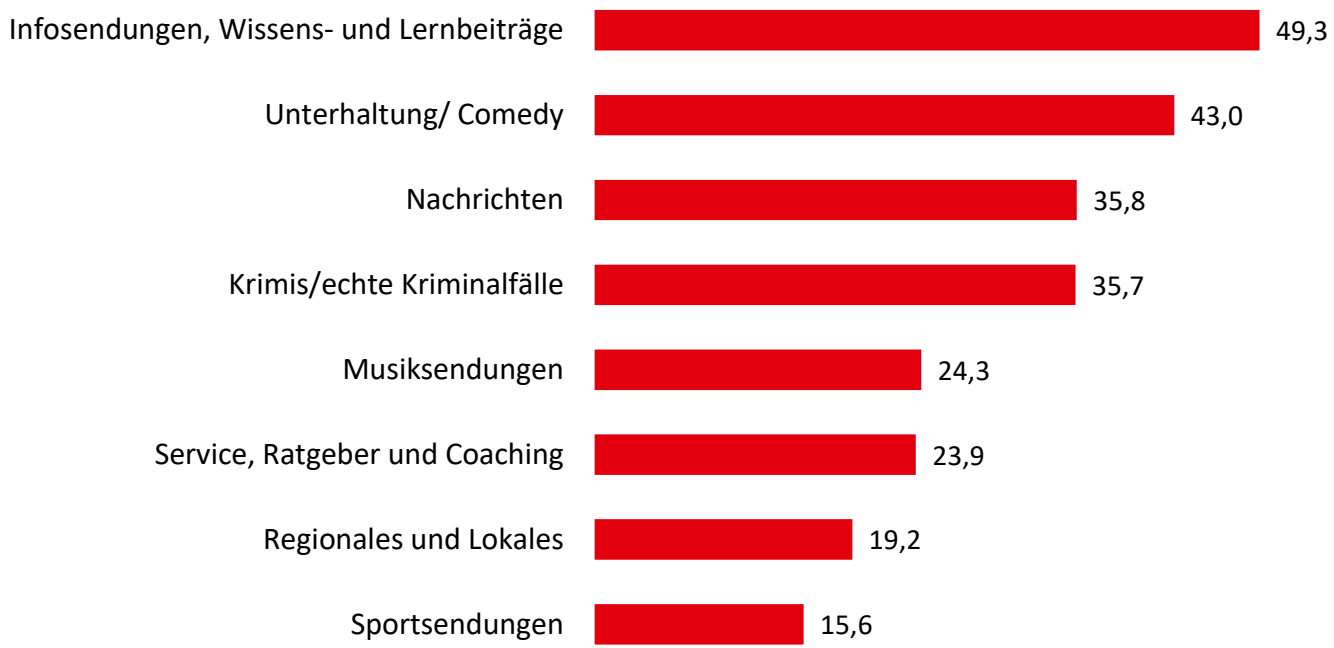
Frage 18C: Wenn Sie an die Podcasts denken, die Sie nutzen. Sind da auch Podcasts dabei, bei denen parallel ein Video läuft?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 0,600 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=254)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Podcasts: Genutzte Inhalte

Basis: Regelmäßige Podcast-Nutzende

Infosendungen und Wissensbeiträge sind die meistgenutzten Podcast-Inhalte der Brandenburger:innen, gefolgt von Unterhaltung, Nachrichten und Crime.



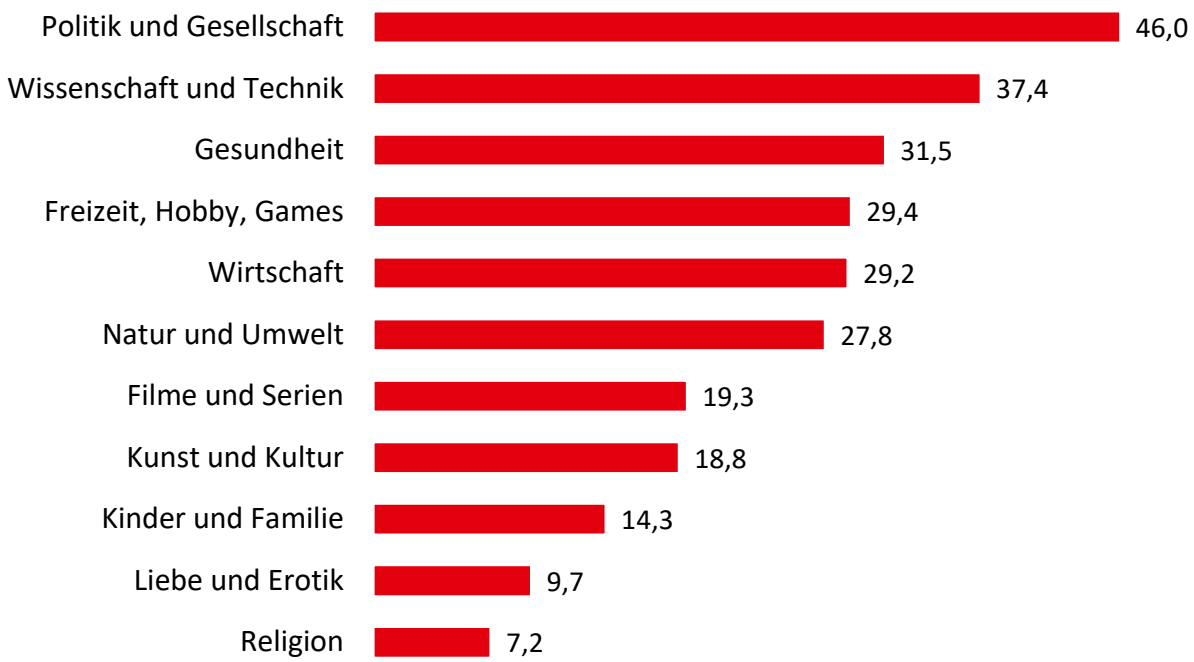
Frage 9: Nun möchten wir näher auf Podcasts eingehen: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 0,600 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=254)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_

Podcasts: Konkrete Themen

Basis: Regelmäßige Podcast-Nutzende

Politik und Gesellschaft führt das Themenfeld an, deutlich vor Wissenschaft und Technik.



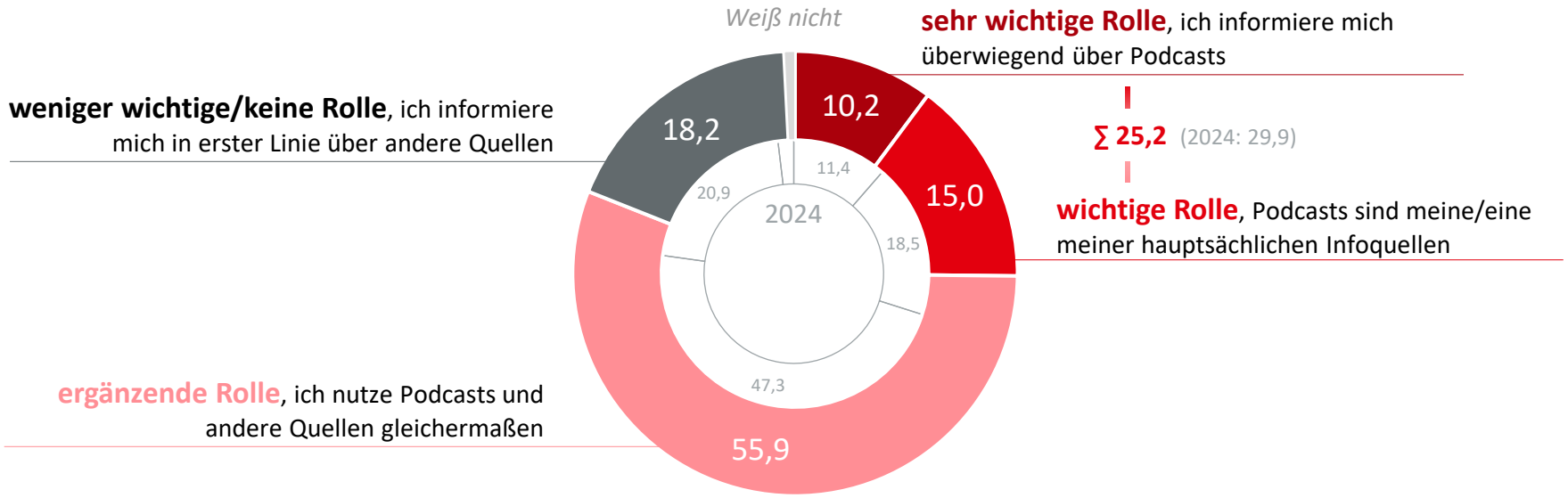
Frage 10: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 0,600 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=254)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Podcasts als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen

Basis: Regelmäßige Podcast-Nutzende

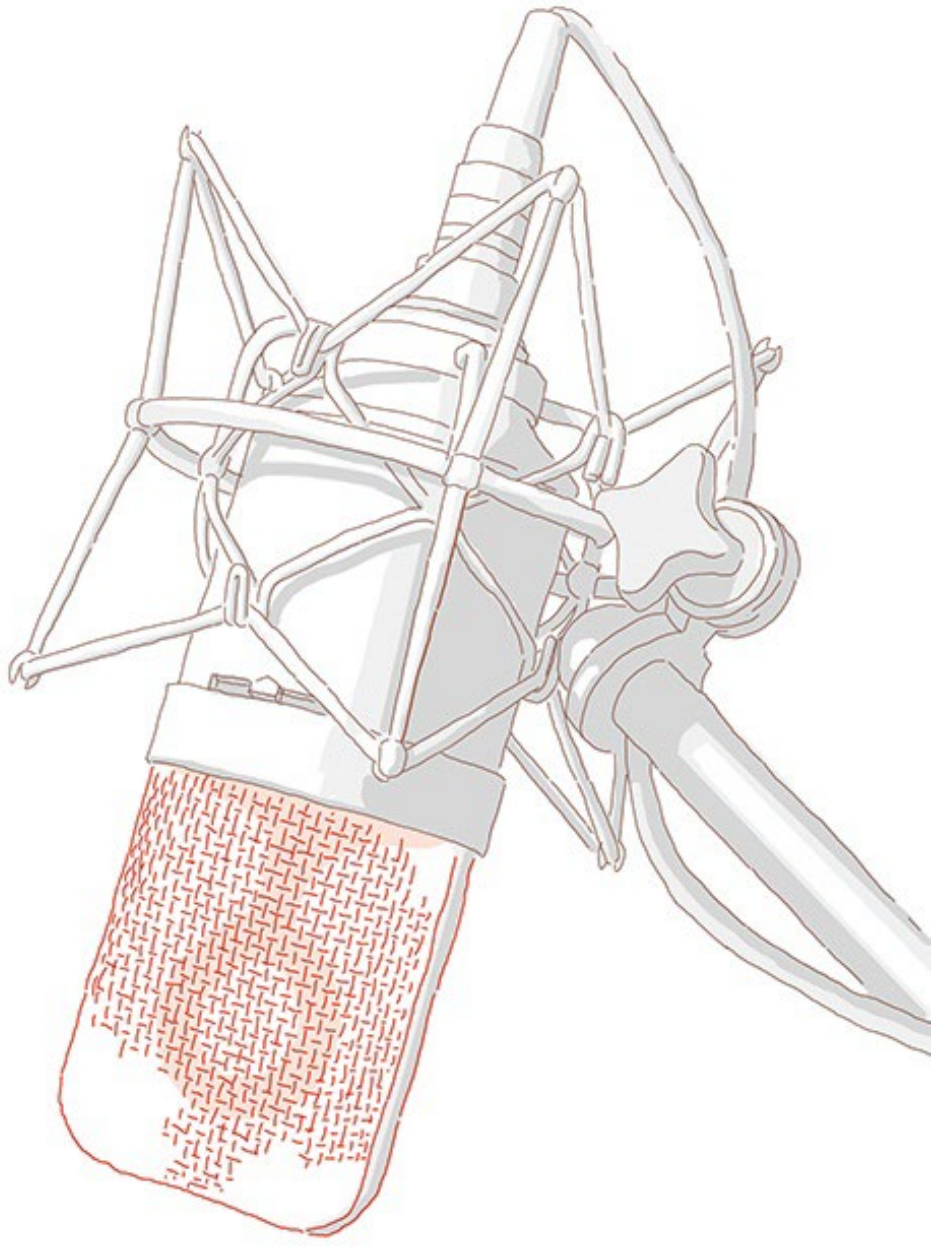
Podcasts als hauptsächliche Infoquelle verlieren in Brandenburg etwas an Bedeutung, als ergänzende Rolle wächst die Bedeutung von 47 auf 56 Prozent.



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: 0,600 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=254)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

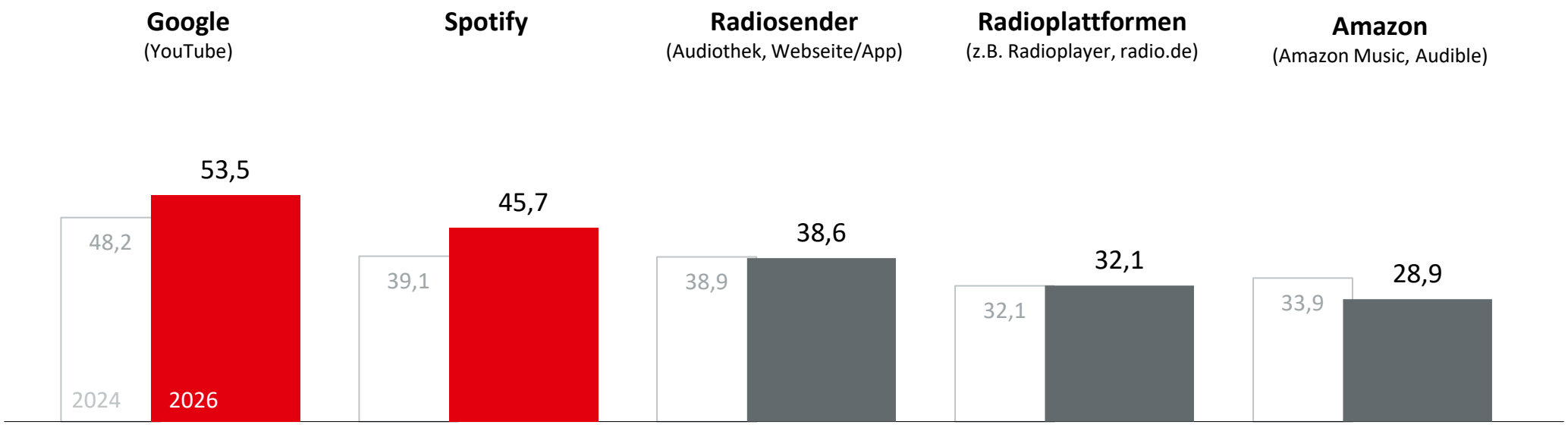
3. GENUTZTE PLATTFORMEN



TOP 5 Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Google und Spotify sind die wichtigsten Online-Audio-Plattformen in Brandenburg, auf Platz 3 und 4 folgen die Angebote von Radiosendern und Radioplattformen.



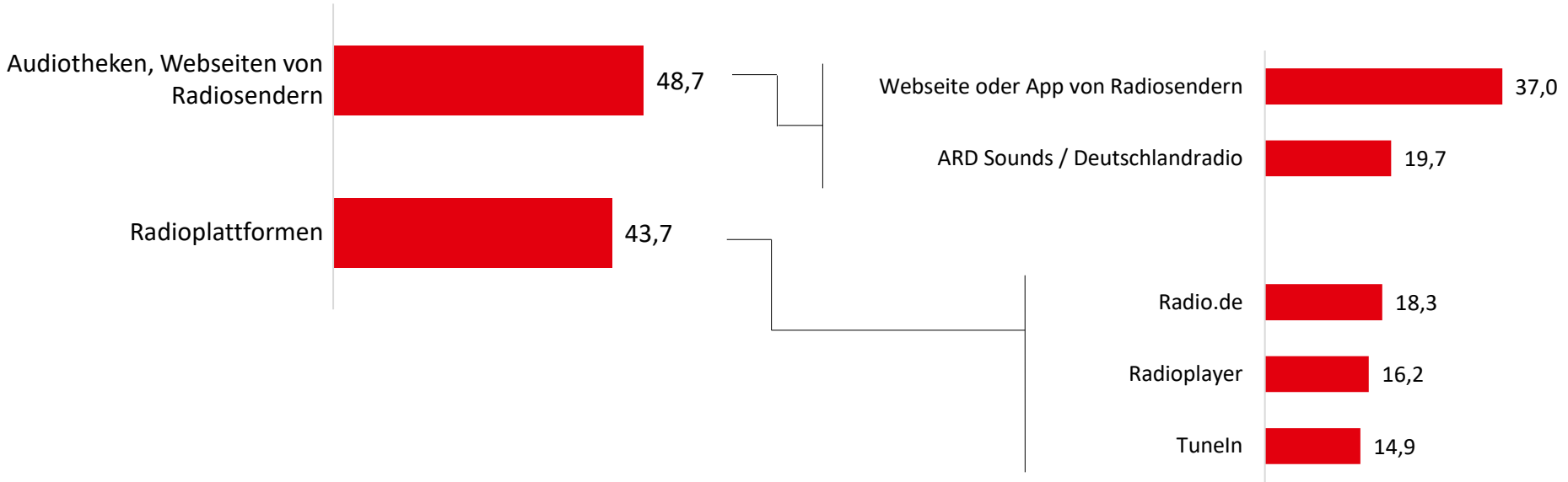
Frage 8 / 8A / 8B / 19: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele? / Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio? / Wie nutzen Sie Podcasts? Ist das über… | Angaben in Prozent; Basis: 1,468 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=619)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Genutzte Plattformen für Webradio

Basis: Regelmäßige Webradio-Nutzende

Webradio wird in Brandenburg vorrangig über eigene Angebote der Sender genutzt, knapp die Hälfte nutzt Audiotheken oder Senderwebseiten. Radioplattformen folgen mit 44 Prozent dicht dahinter.



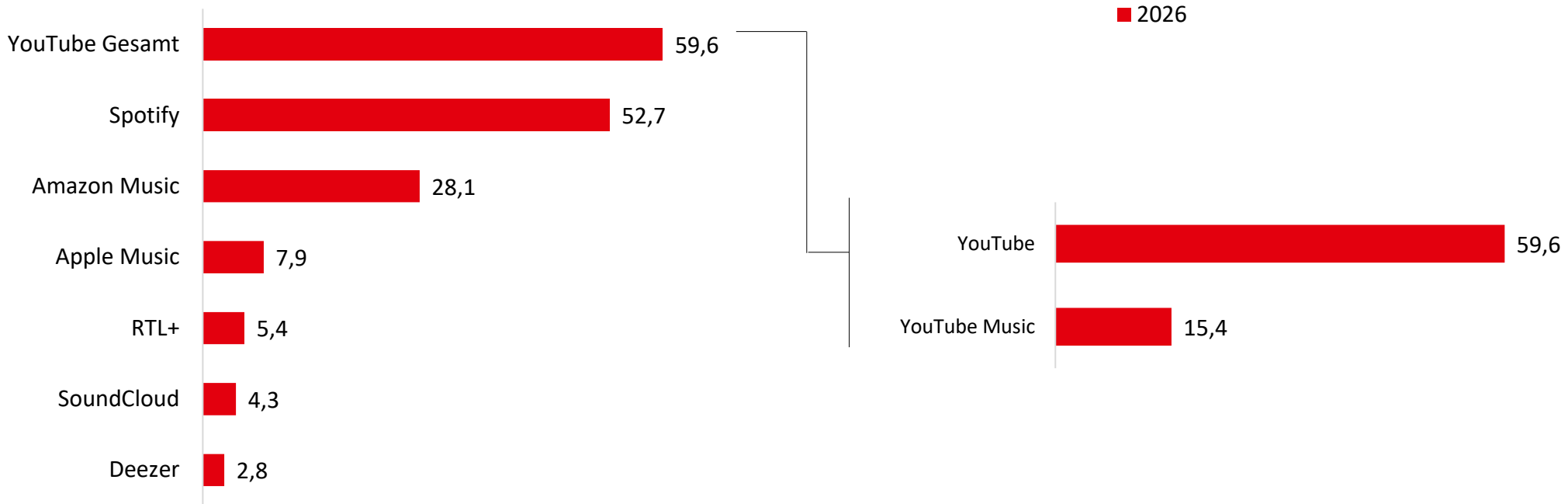
Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?, Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet?; Angaben in Prozent; Basis 2026: 1,052 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Brandenburg, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=466)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Genutzte Plattformen für Musikstreaming

Basis: Regelmäßige Musikstreaming-Nutzende

YouTube wird in Brandenburg am häufigsten für Musikstreaming genutzt, Spotify auf Platz 2, während Amazon Music deutlich dahinter liegt.



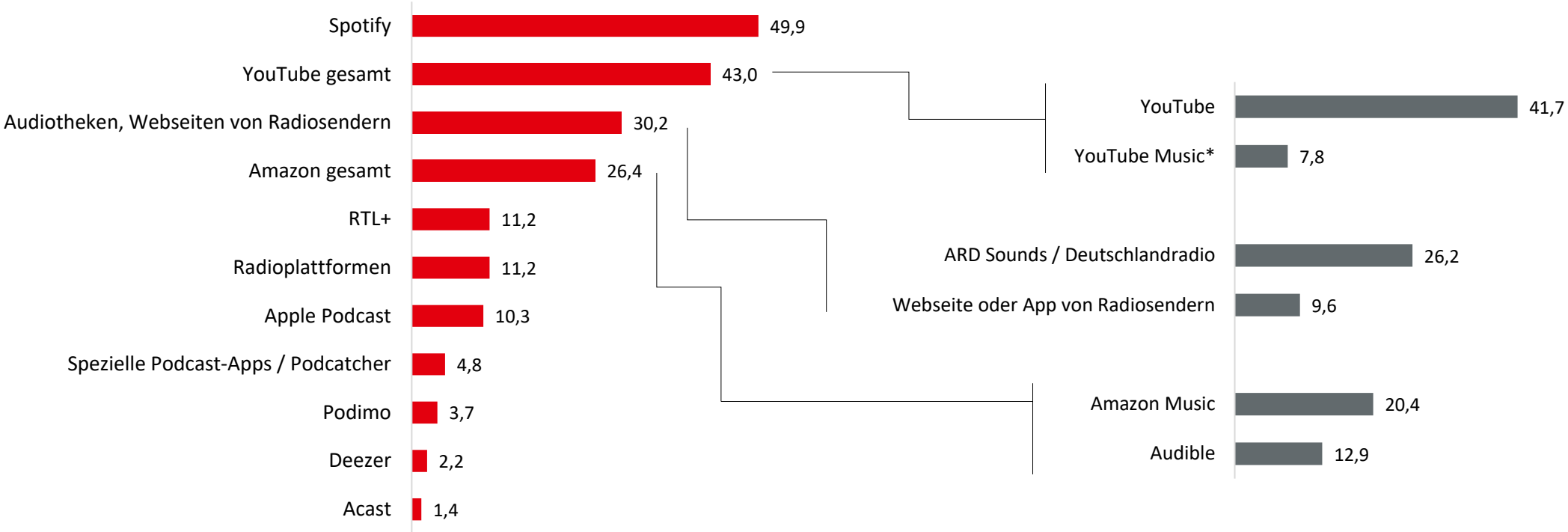
Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 1,160 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Brandenburg, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=460)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Genutzte Plattformen für Podcasts

Basis: Regelmäßige Podcast-Nutzende

Bei Podcasts führt Spotify mit 50 Prozent vor YouTube. Audiotheken und Webseiten von Radiosendern erreichen 30 Prozent und liegen damit vor Amazon.



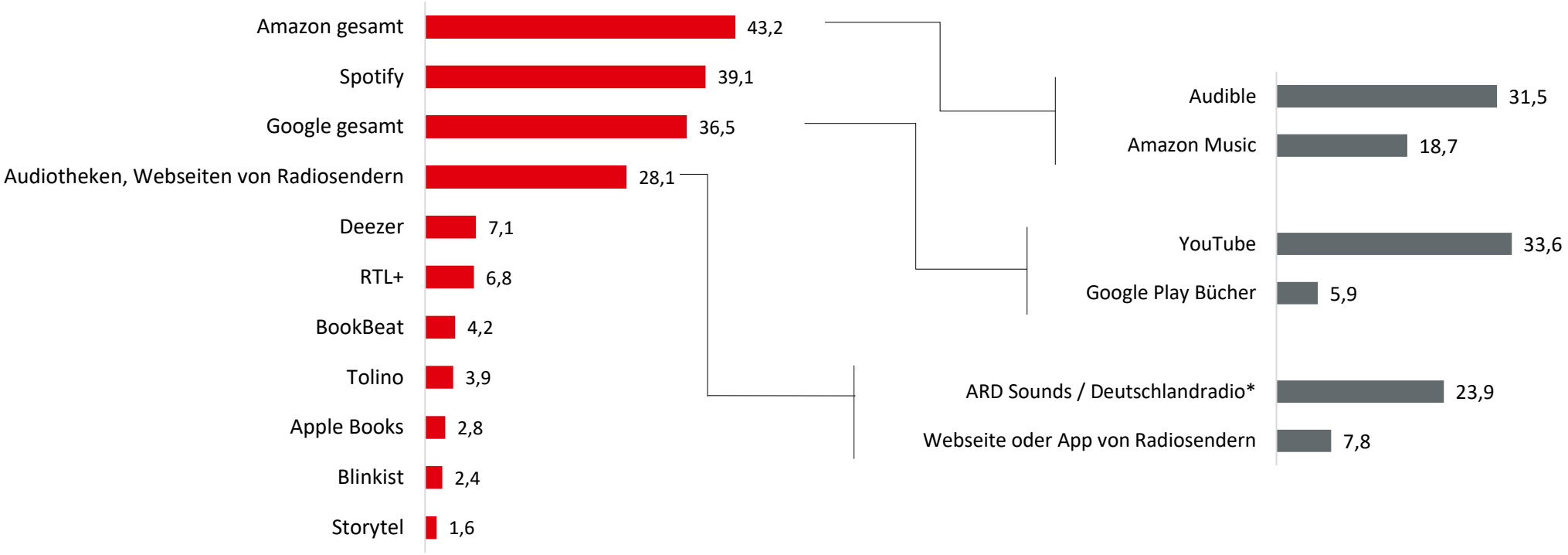
* 2024 nur „ARD Audiothek / Deutschlandradio“ | Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts? Ist das über…
Angaben in Prozent; Basis 2026: 0,600 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=254)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele

Basis: Regelmäßige Nutzende von Hörbüchern oder Hörspielen

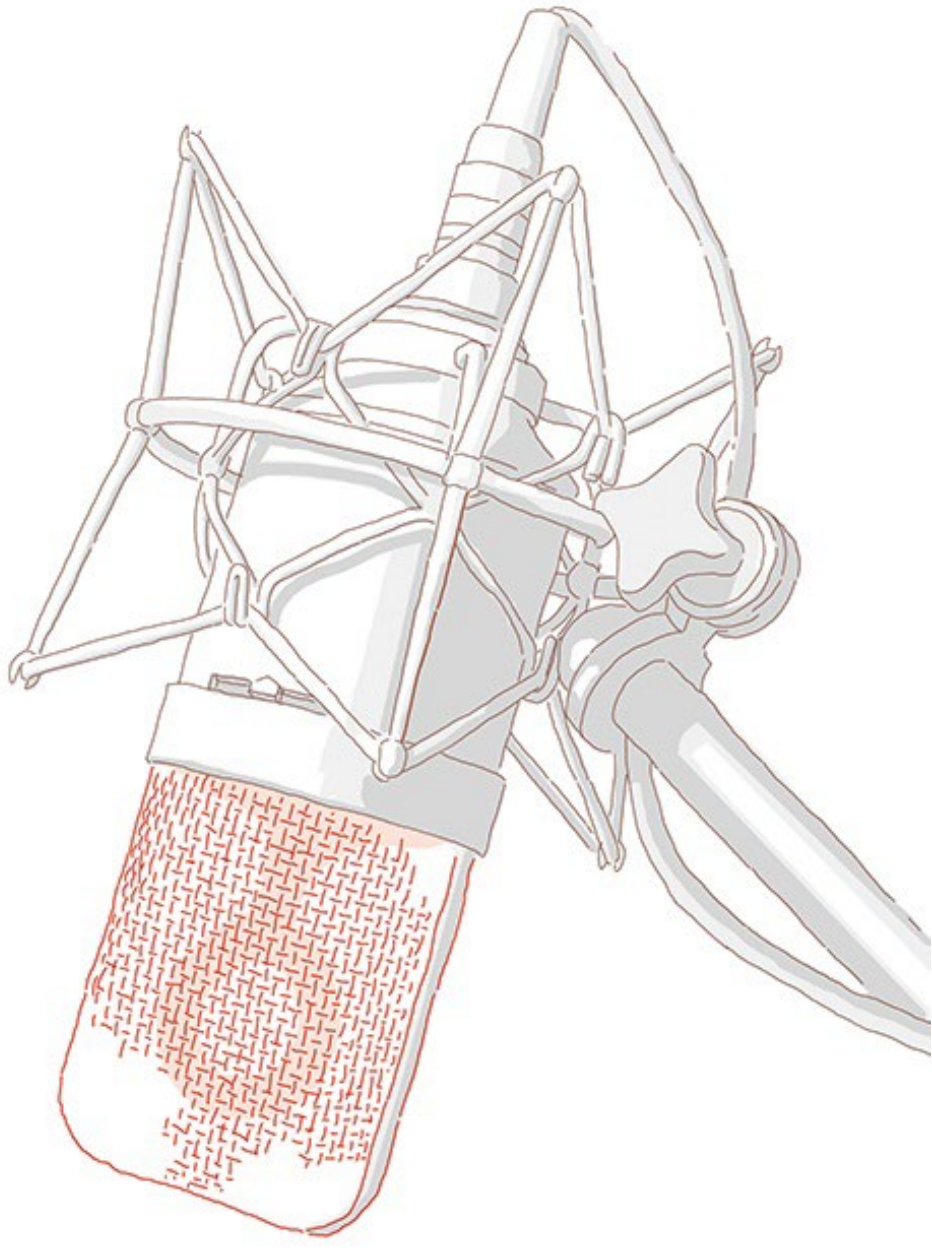
Bei Hörbüchern und Hörspielen liegt Amazon mit 43 Prozent vorn, getragen von Audible. Spotify und Google folgen vor Angeboten der Radiosender.



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: 0,375 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Brandenburg, die Hörspiele/Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=159)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

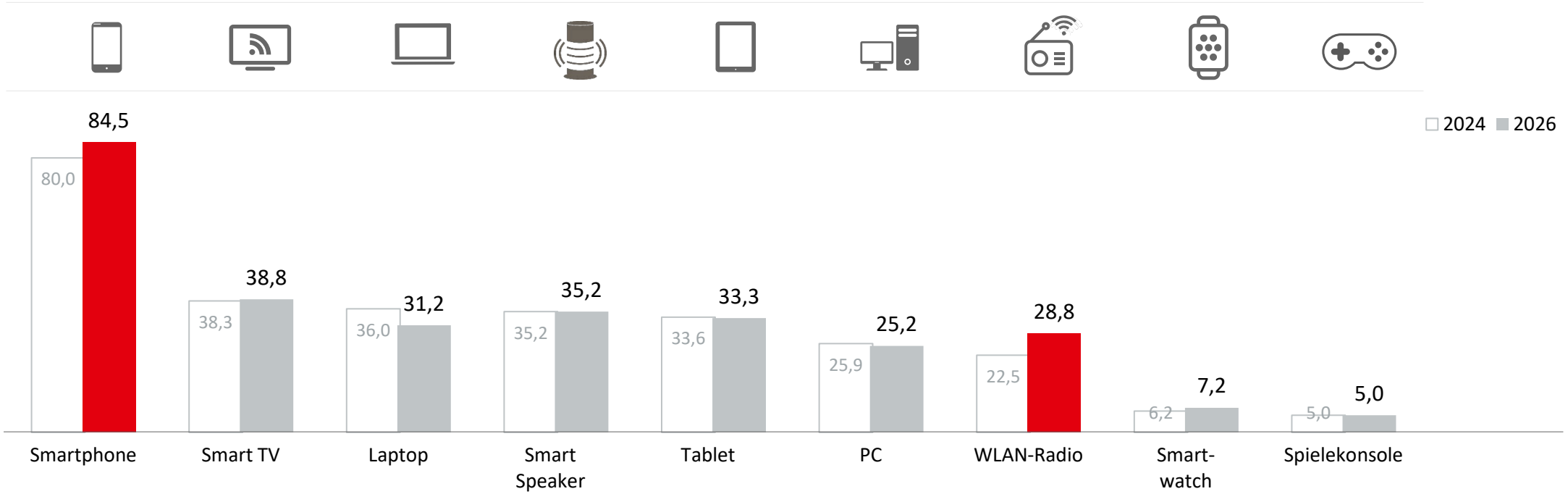
4. GENUTZTE GERÄTE



Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Das Smartphone dominiert klar die Online-Audio-Nutzung. Das WLAN-Radiogerät legt am stärksten zu, während der Laptop am deutlichsten verliert. Der Smart TV festigt seine Position als Online-Audio-Gerät.



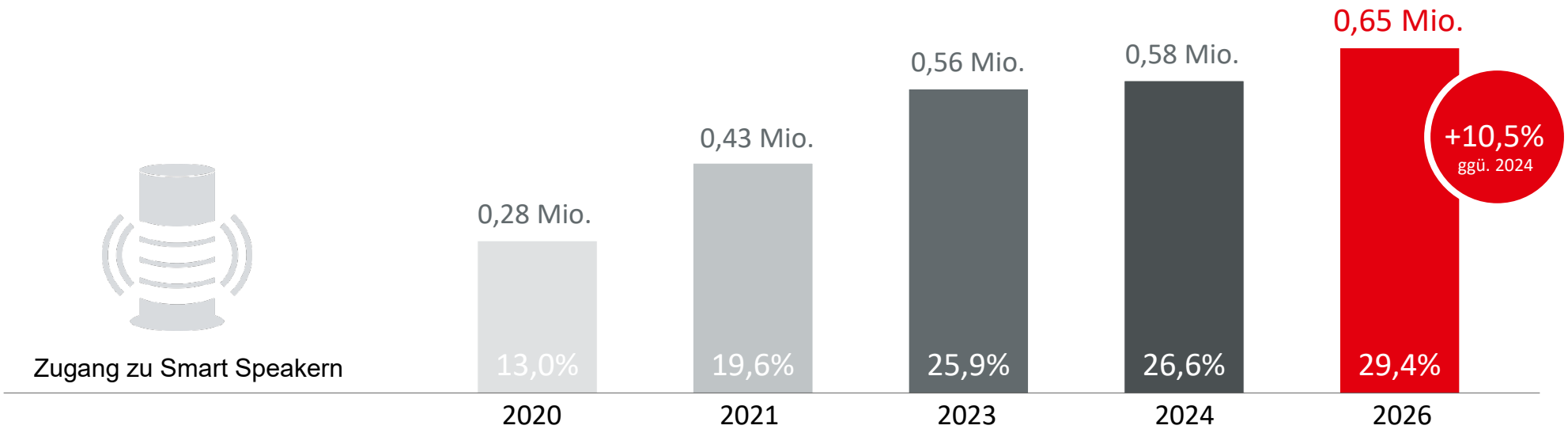
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; Basis: 1,468 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=619)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_

Zugang zu Smart Speakern 2020-2026

Basis: Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

Der Zugang zu Smart Speakern wächst in Brandenburg stetig: 29 Prozent und damit 0,65 Millionen Menschen in Brandenburg haben mittlerweile Zugriff auf einen intelligenten Lautsprecher.



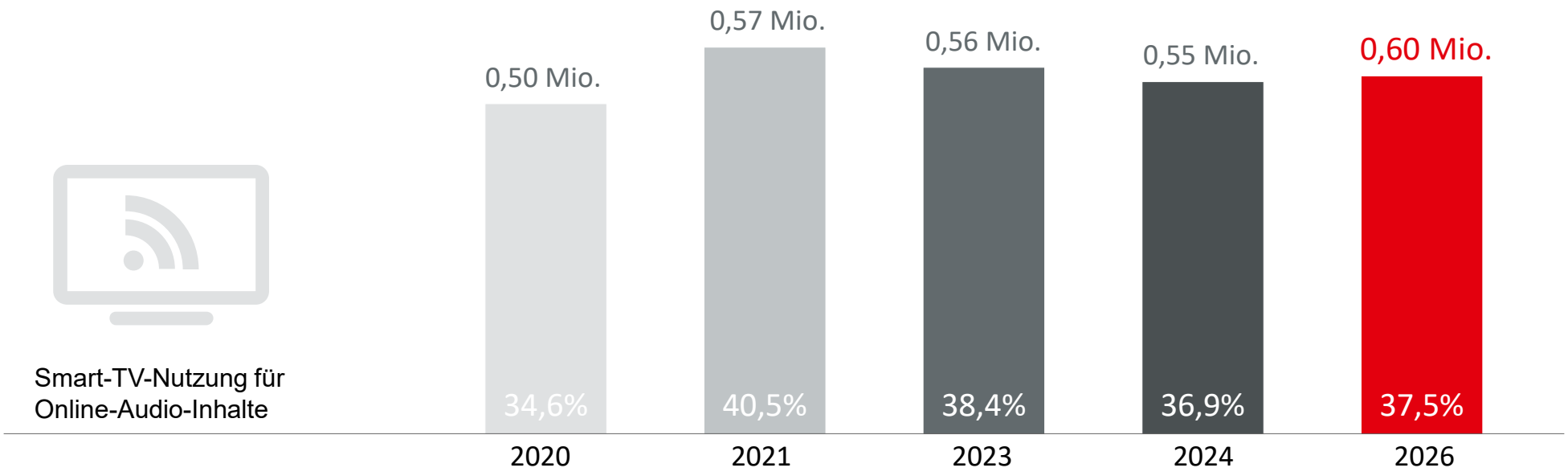
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent/Mio.; Basis 2026: 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=915) | In den Jahren 2022 und 2025 fand keine Fallzahlaufstockung in Brandenburg statt.

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

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

Basis: Online-Audio-Nutzende

Die Nutzung von Online-Audio über den Smart TV pendelt seit 2021 zwischen 35 und 41 Prozent. Aktuell greifen 38 Prozent bzw. und 0,6 Millionen Online-Audio-Nutzende auf den Big Screen zurück.



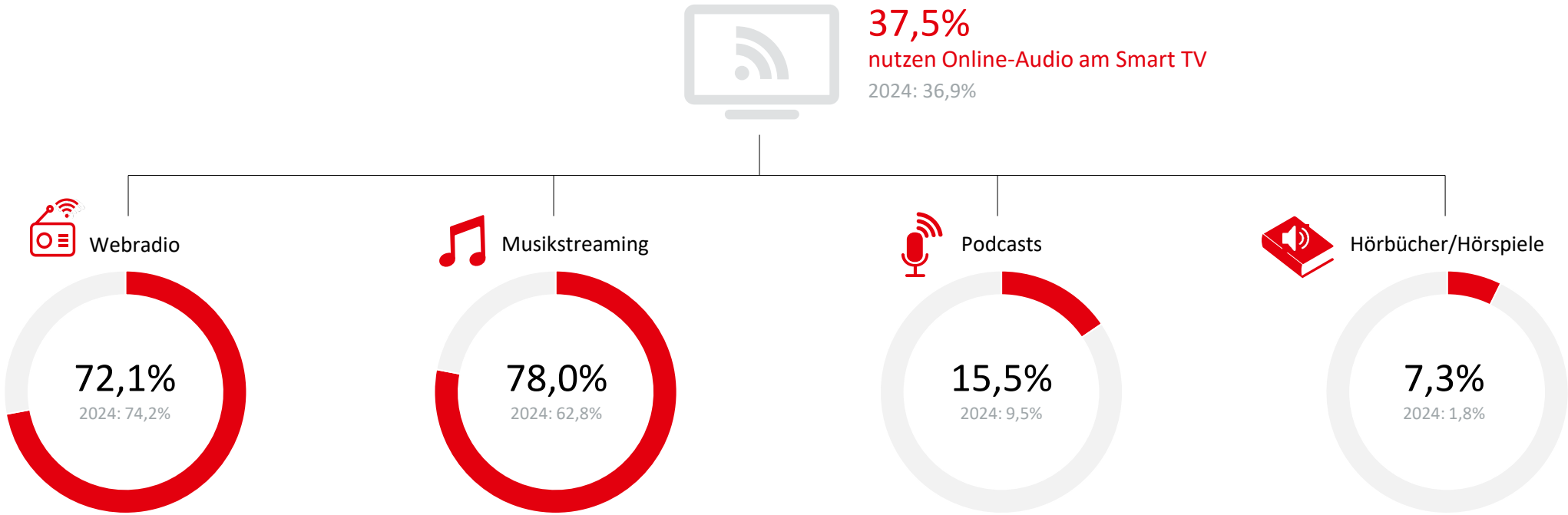
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent/Mio.; Basis 2026: 1,607 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Brandenburg (n=695) | In den Jahren 2022 und 2025 fand keine Fallzahlaufstockung in Brandenburg statt.

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Smart TV: Genutzte Inhalte

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

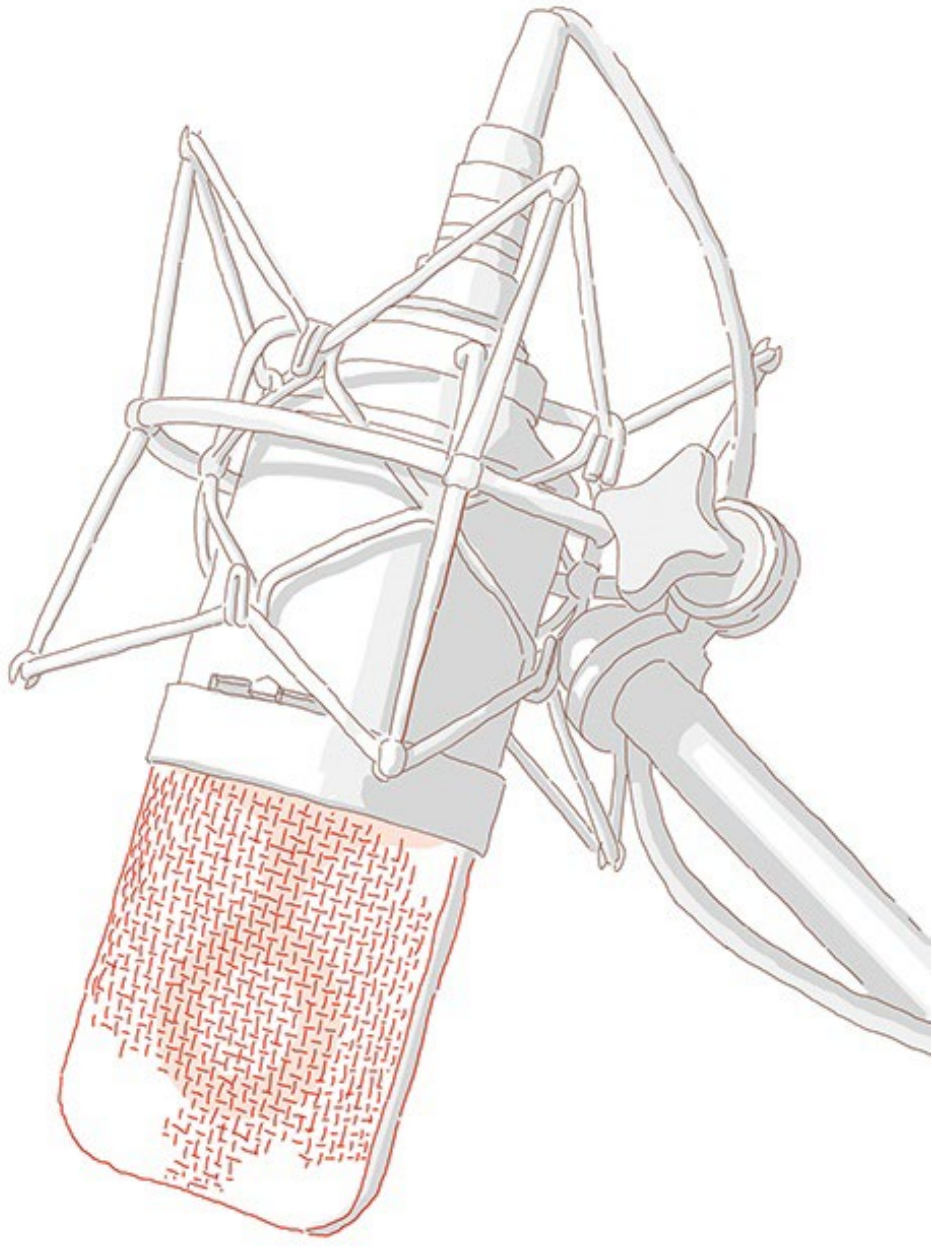
Am Smart TV dominieren Musikstreaming und Webradio. Musikstreaming legt seit 2024 deutlich zu, Webradio folgt dicht dahinter.



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: 0,603 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=264)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_

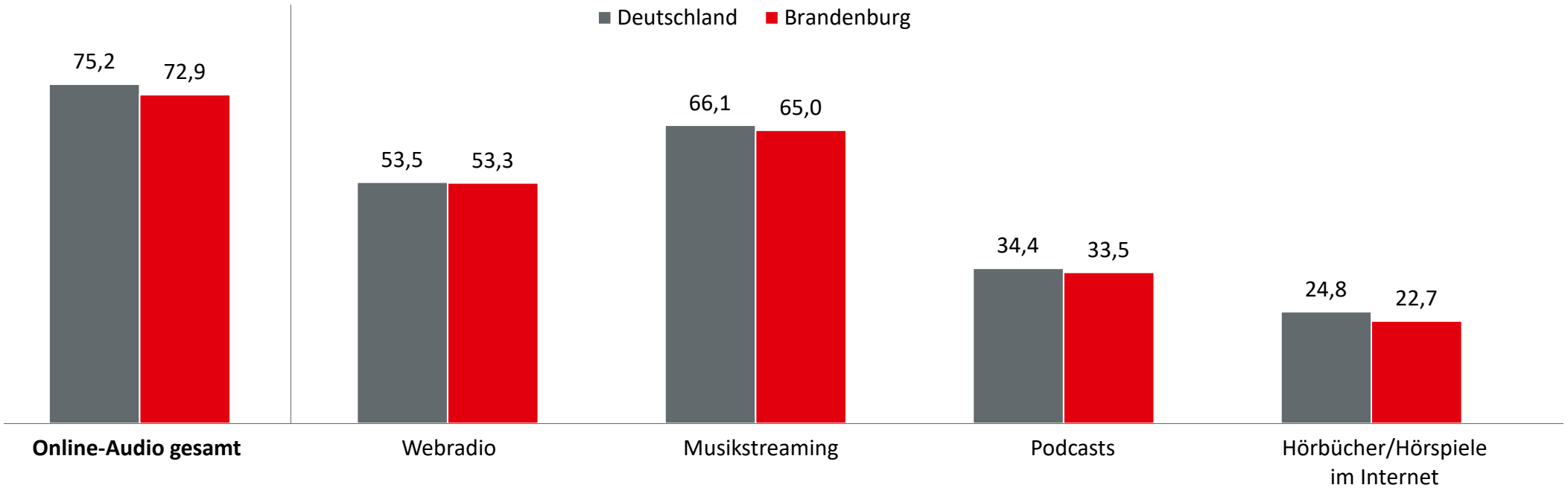
5. REGIONALE BESONDERHEITEN



Nutzung Online-Audio-Angebote 2026

Basis: Personen ab 14 Jahre

Brandenburg liegt bei der Nutzung in allen Online-Audio-Formaten nur leicht unter dem Bundesschnitt.



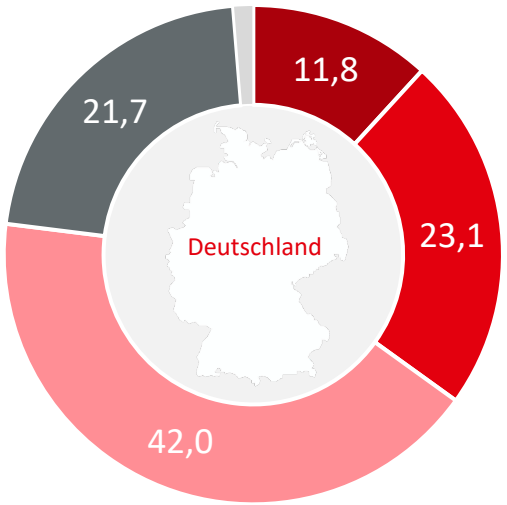
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis Deutschland / Brandenburg: 71,001 / 2,203 Mio. Personen ab 14 Jahre (n=5.206 / 915)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_

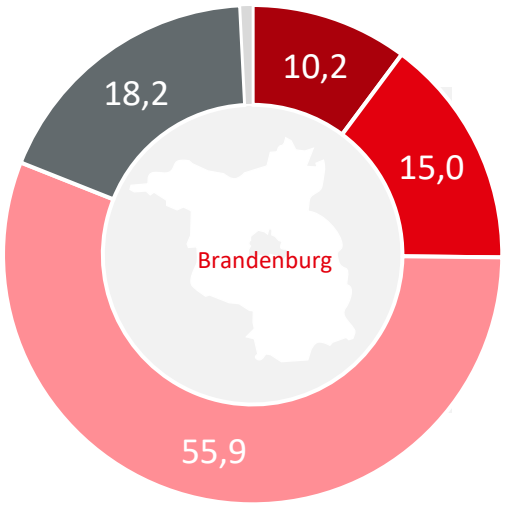
Podcasts als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen

Basis: Regelmäßige Podcast-Nutzende

In Brandenburg sind Podcasts seltener hauptsächliche Infoquelle als bundesweit (25 gegenüber 35 Prozent). Dafür ist die ergänzende Rolle stärker ausgeprägt.



∑ 34,9 sehr wichtig / wichtig



∑ 25,2 sehr wichtig / wichtig

- **sehr wichtige Rolle**, ich informiere mich überwiegend über Podcasts
- **wichtige Rolle**, Podcasts sind meine / eine meiner hauptsächlichen Infoquellen
- **ergänzende Rolle**, ich nutze Podcasts und andere Quellen gleichermaßen
- **weniger wichtige/keine Rolle**, ich informiere mich in erster Linie über andere Quellen
- *weiß nicht*

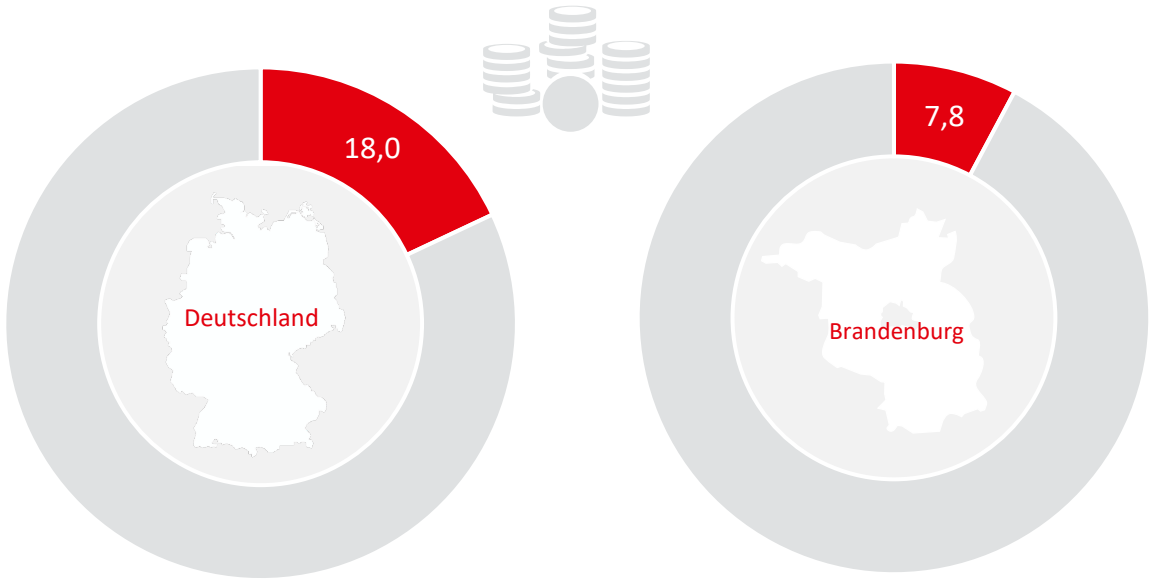
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Angaben in Prozent; Basis 2026: 20,341 / 0,600 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / Brandenburg, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493 / 254)

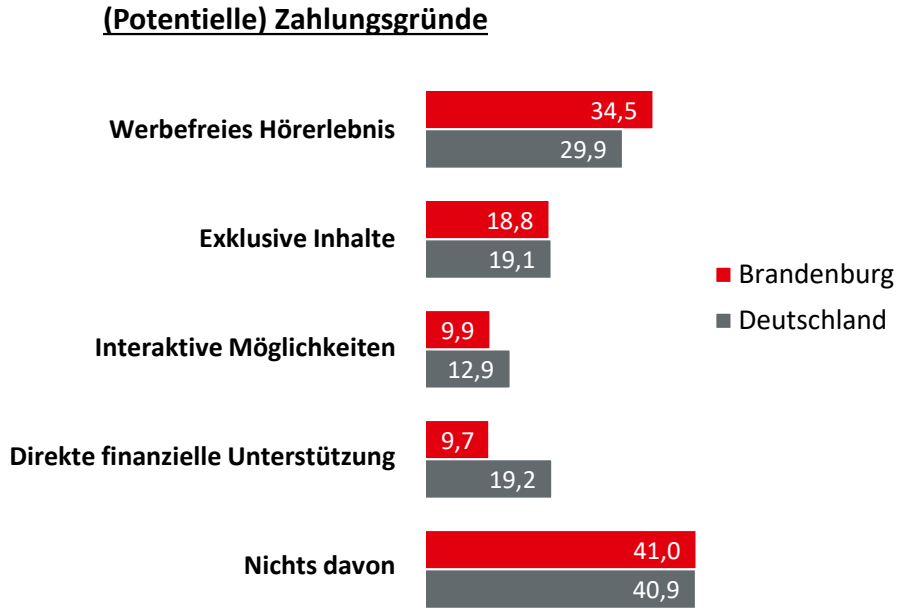
Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Nutzung kostenpflichtiger Podcasts

Basis: Regelmäßige Podcast-Nutzende

Kostenpflichtige Podcasts sind in Brandenburg weit weniger verbreitet als bundesweit. Werbefreies Hören ist hier eher ein Zahlungsgrund – direkte finanzielle Unterstützung deutlich seltener.





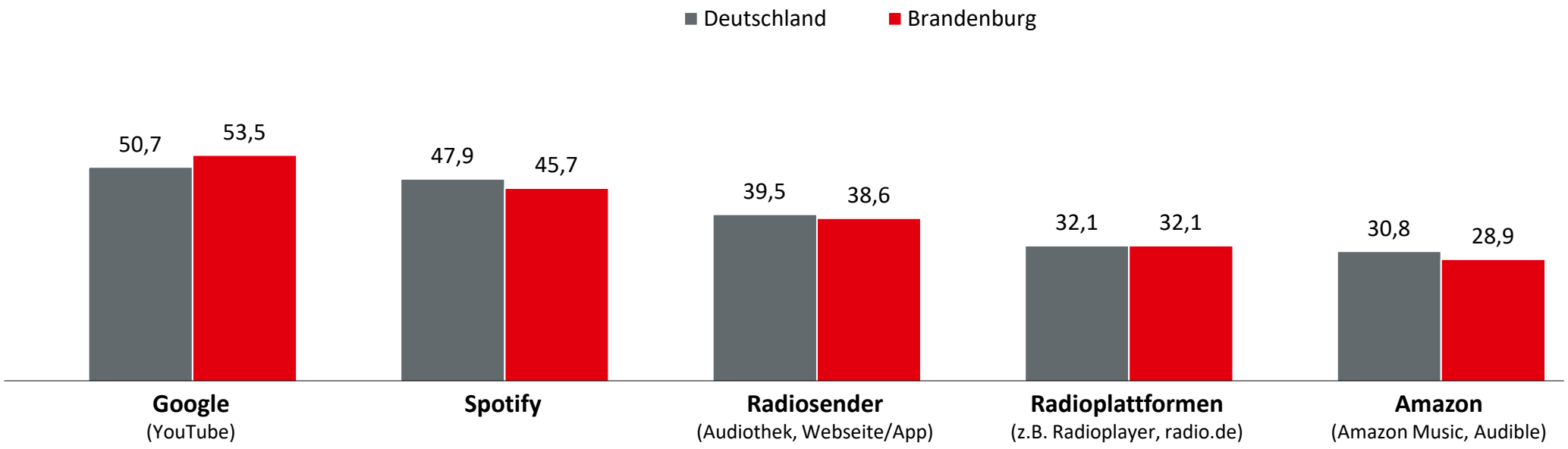
Frage 18A: Nutzen Sie aktuell kostenpflichtige Podcasts oder unterstützen Sie Podcaster finanziell? Hiermit ist kein Spotify-Abo oder Abo eines anderen Streamingdienstes gemeint. / Frage 18B: Wofür zahlen Sie bzw. würden Sie bei Podcasts bezahlen? | Angaben in Prozent; Basis 2026: 20,341 / 0,600 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / Brandenburg, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.493 / 254)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb

Top 5 Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Die Plattformnutzung entspricht weitgehend dem Bundesschnitt. Google liegt in Brandenburg etwas höher, Spotify und Amazon etwas niedriger.



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? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio? / Wie nutzen Sie Podcasts? Ist das über…
Angaben in Prozent; Basis Deutschland / Brandenburg: 48,384 / 1,468 Mio. Personen ab 14 Jahre, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533 / 619)

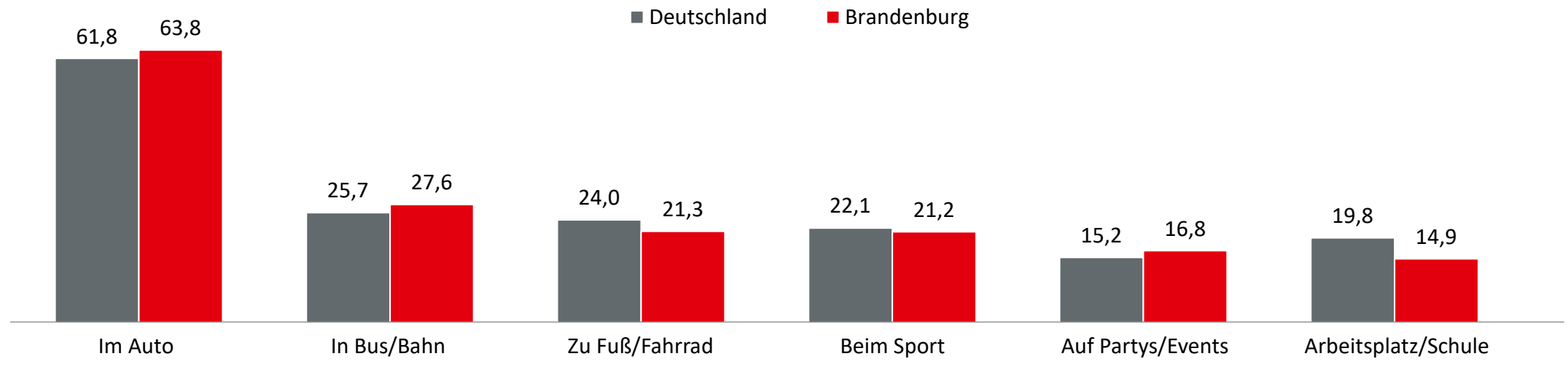
Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_

Top 6 Nutzungssituationen Online-Audio außer Haus

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Außer Haus wird in Brandenburg etwas häufiger im Auto sowie in Bus und Bahn gehört als bundesweit. Am Arbeits- und Ausbildungsplatz liegt die Nutzung deutlich unter dem Bundesschnitt.

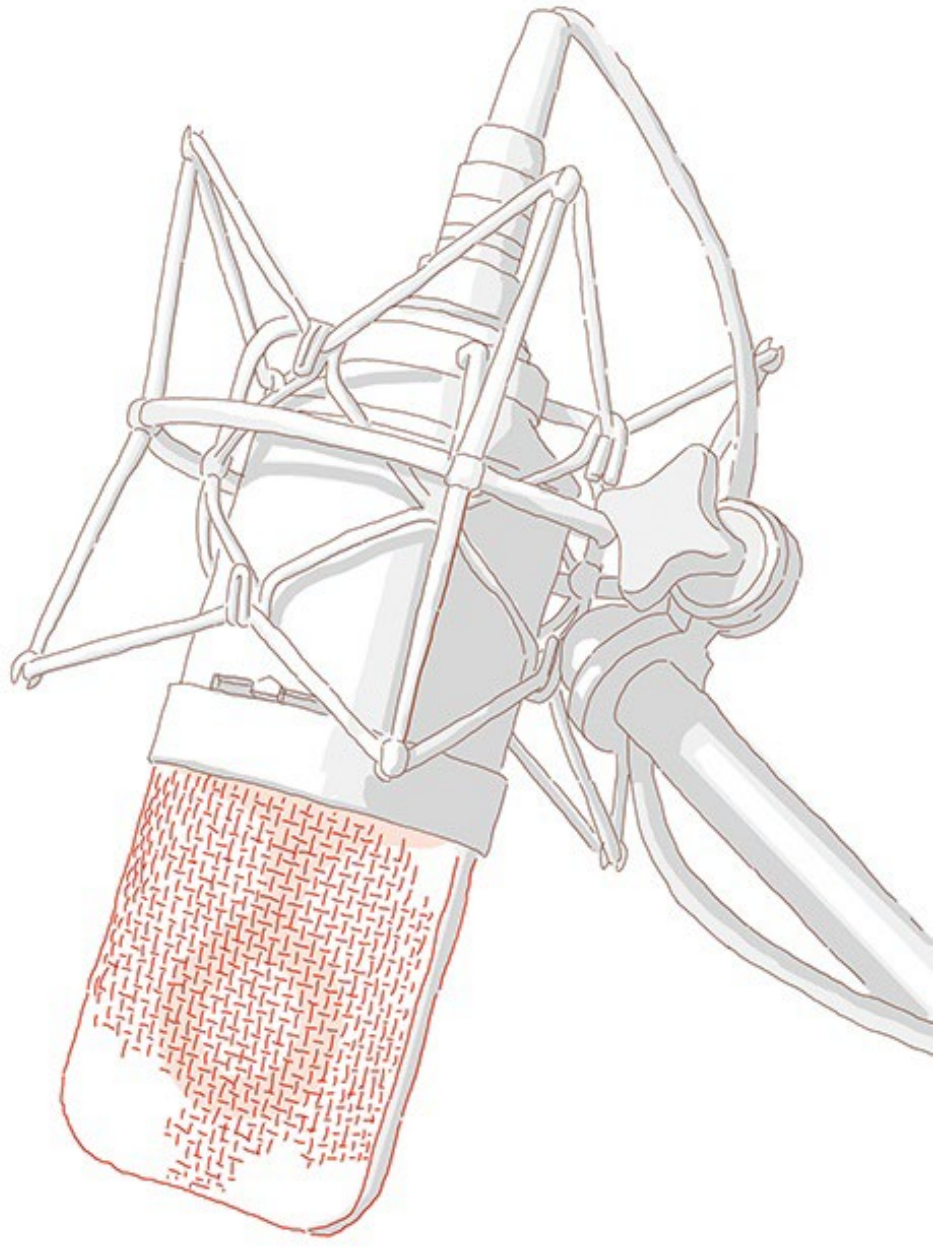
Außer Haus



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 Deutschland / Brandenburg: 48,384 / 1,468 Mio. Personen ab 14 Jahre, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.533 / 619)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_

6. 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, -Diensten 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

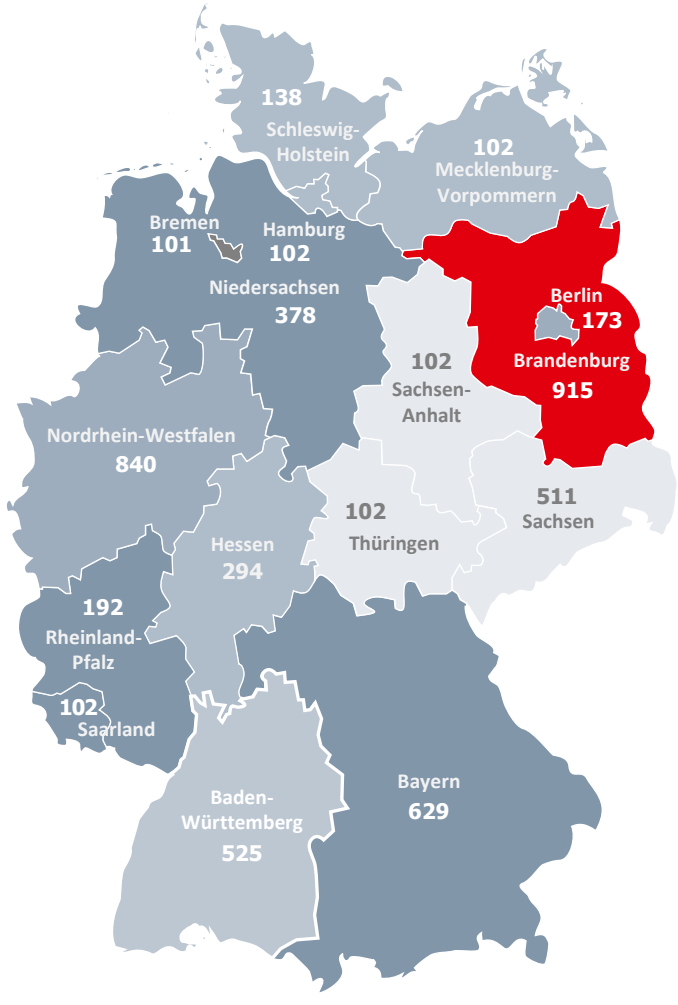
Online-Audio-Monitor (OAM) 2026

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 Schwerpunktthemen 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

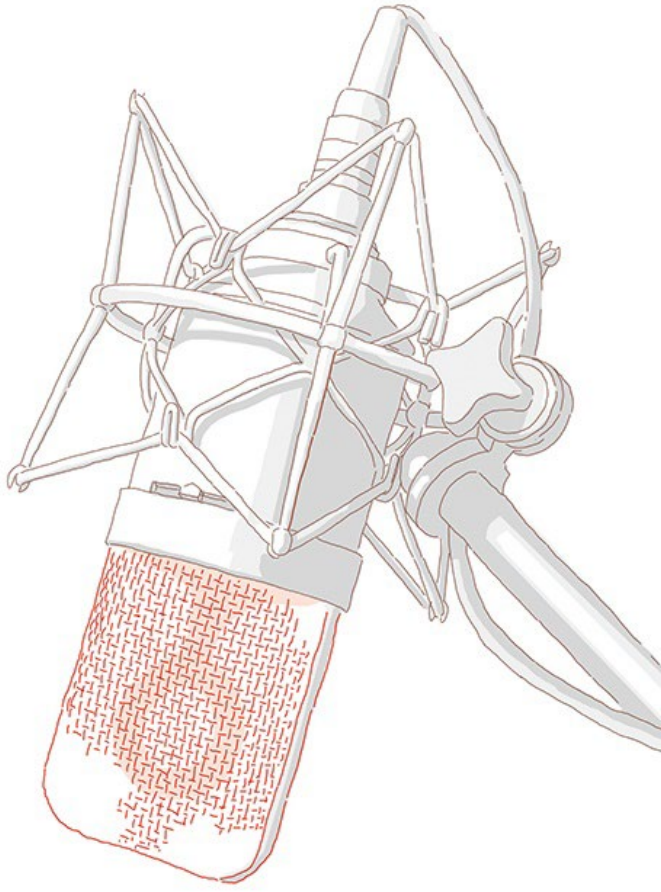
Realisierte Interviews 2026	Anzahl
Baden-Württemberg	525
Bayern	629
Berlin	173
Brandenburg	**915***
Bremen	101
Hamburg	102
Hessen	294
Mecklenburg-Vorpommern	102
Niedersachsen	378
Nordrhein-Westfalen	840
Rheinland-Pfalz	192
Saarland	102
Sachsen	511*
Sachsen-Anhalt	102
Schleswig-Holstein	138
Thüringen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

* disproportionale Fallzahlaufstockungen



mabb_

ONLINE-AUDIO-MONITOR 2026
Länderbericht Brandenburg



© Illustrationen: Rosendahl Berlin – Agentur für Markendesign

mabb_