

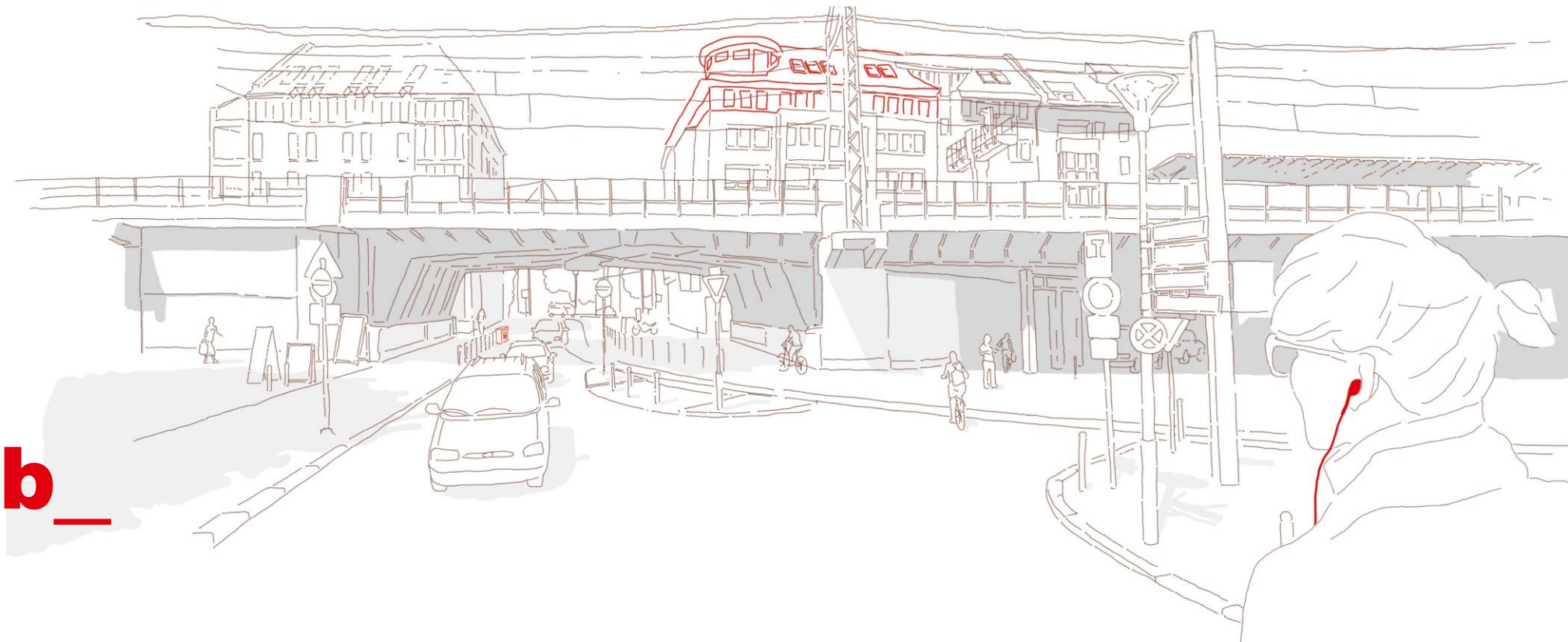
# ONLINE-AUDIO-MONITOR 2019

## Länderbericht Berlin und Brandenburg

*September 2019*

Kantar

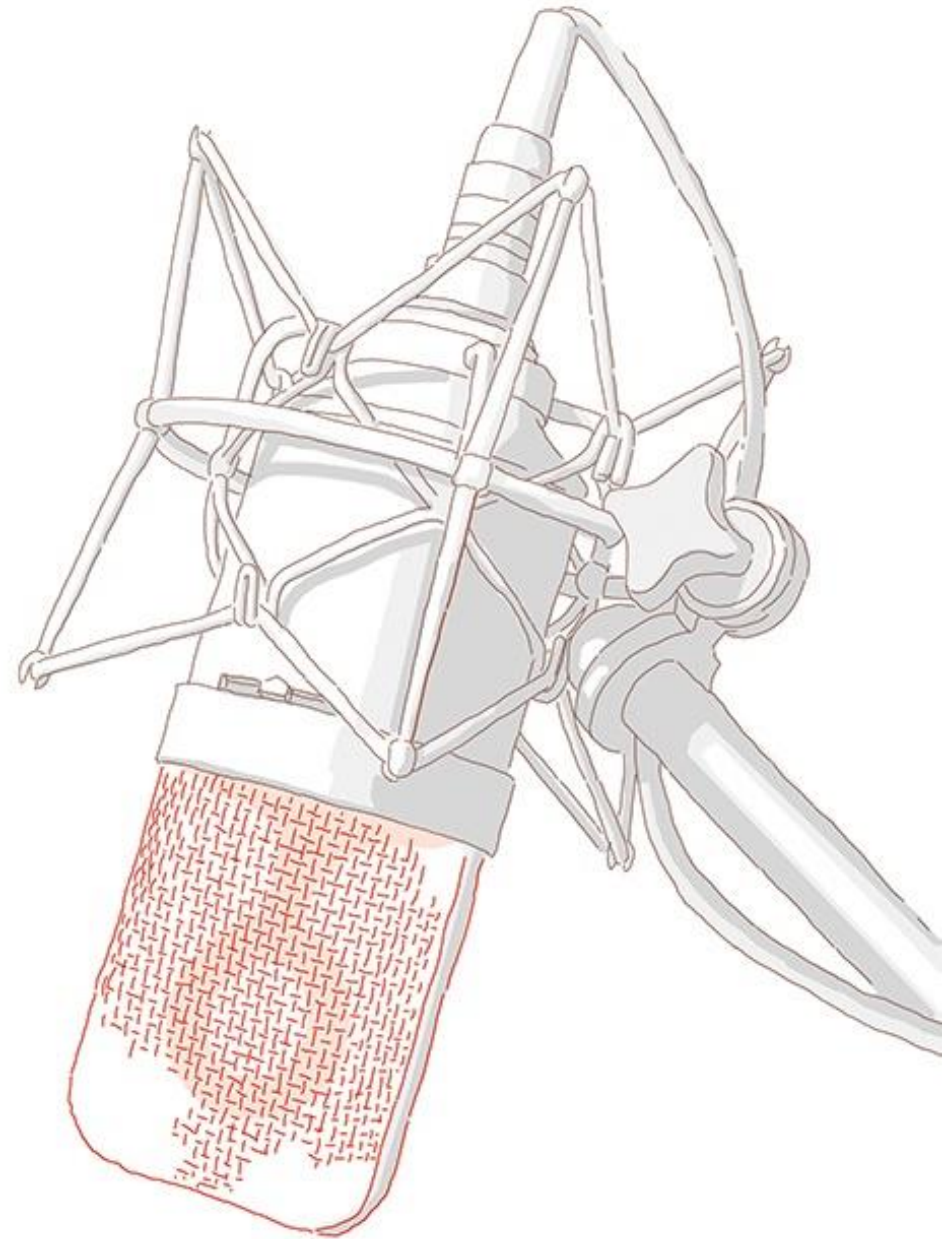
**mabb\_**



# Inhalt

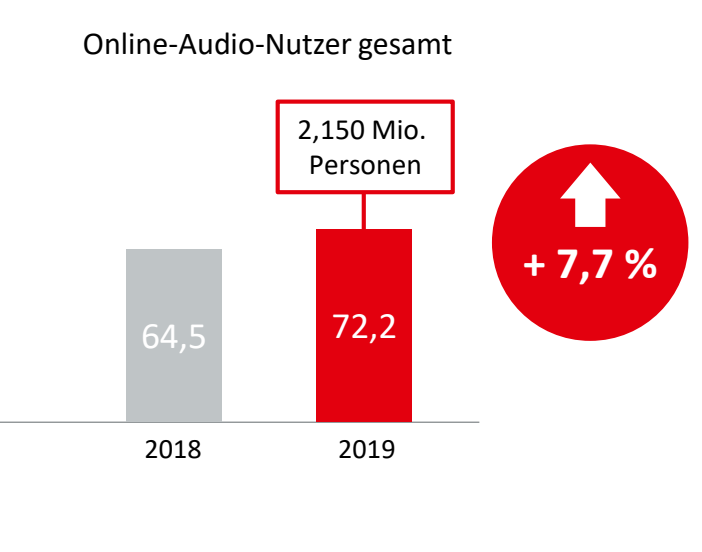
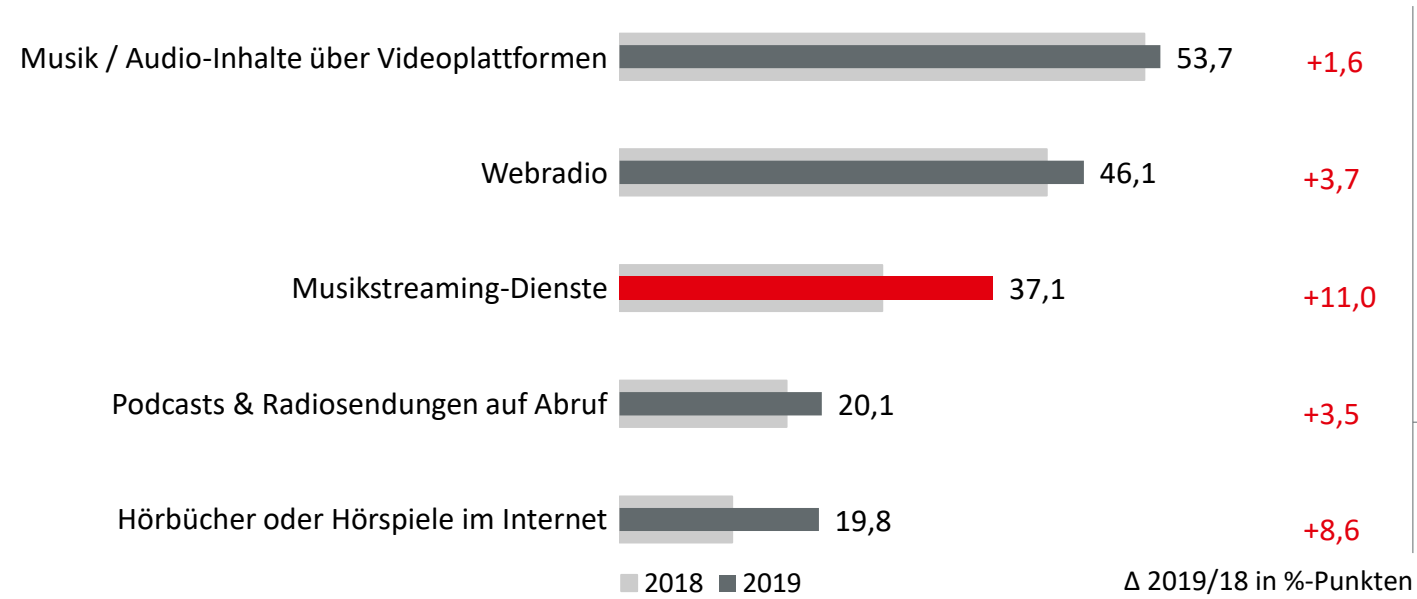
1. Länderergebnisse Berlin	3
2. Länderergebnisse Brandenburg	18
3. Methodische Hinweise	33

# 1. LÄNDERERGEBNISSE BERLIN



# Nutzung Online-Audio-Angebote: 2019 vs. 2018

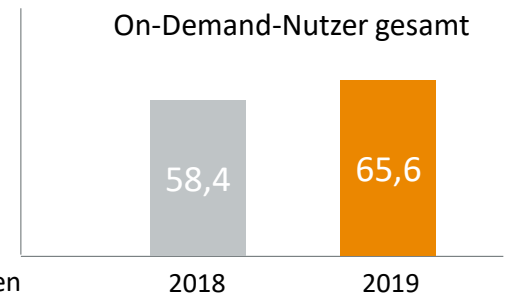
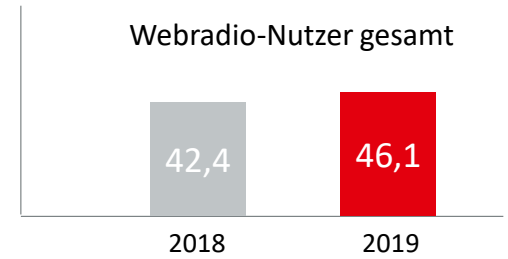
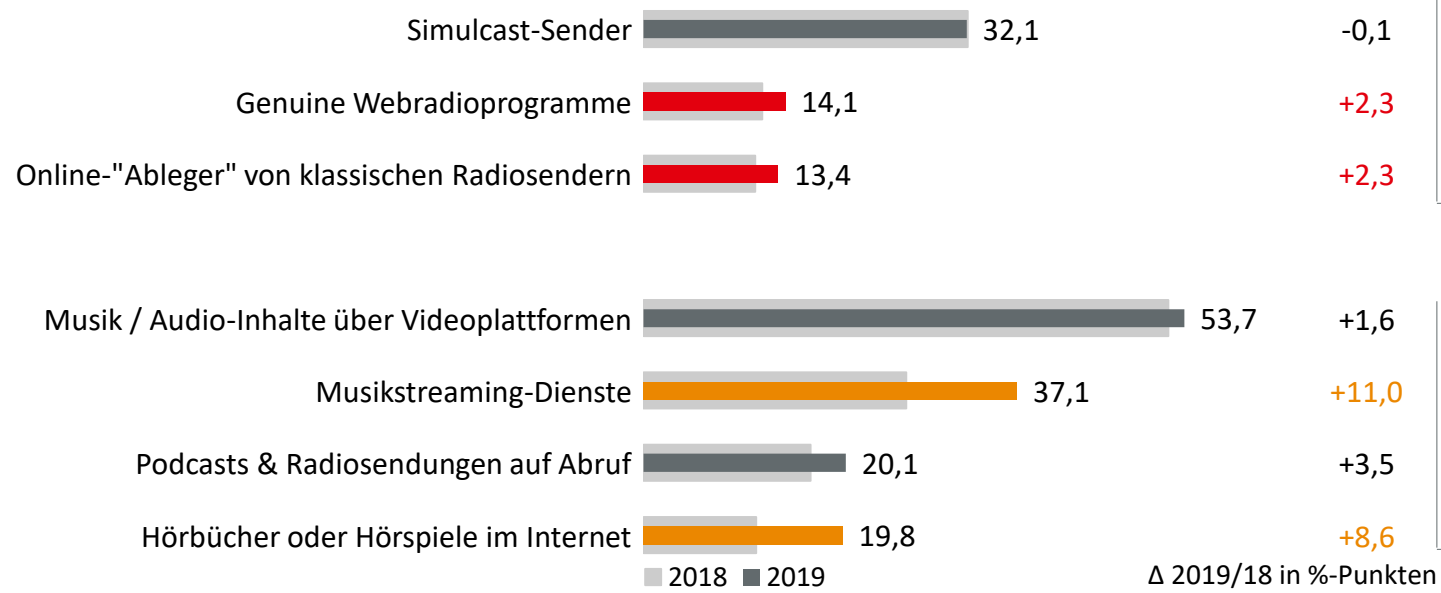
Die Online-Audio-Nutzung steigt deutlich an auf mittlerweile 2,2 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin. Die Nutzung aller Angebote wächst, am stärksten bei den Musikstreaming-Diensten.



Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten oder in sogenannten Audiotheken bereitgestellt werden. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019: 2,969 / 2,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

# Nutzung Online-Audio-Angebote im Detail

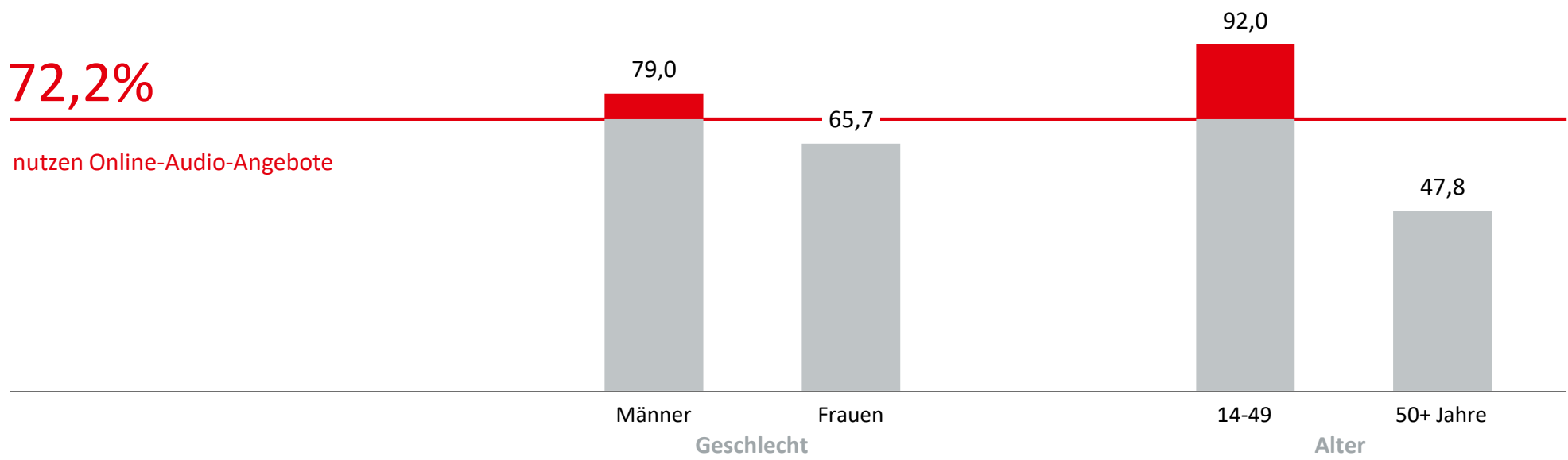
Online-Ableger klassischer Sender und reine Webradioprogramme werden häufiger genutzt, während die Nutzung von Simulcast-Sendern auf dem Niveau des Vorjahres bleibt.



Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da ... ?/ Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?  
 Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019: 2,969 / 2,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

# Online-Audio-Nutzer nach Geschlecht und Alter

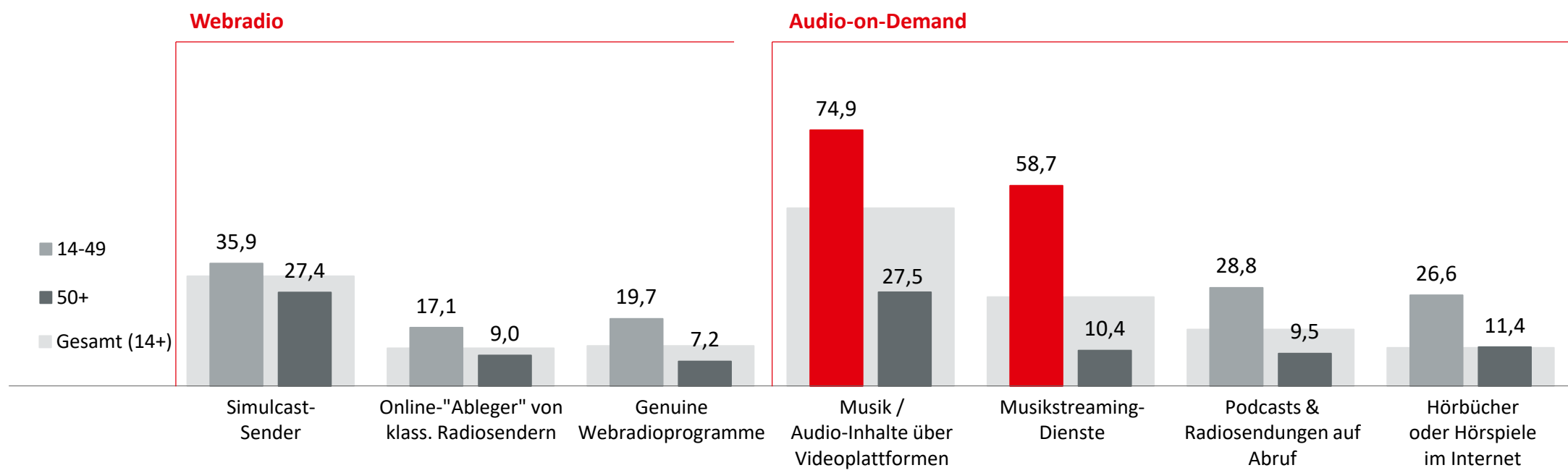
Männer und Personen unter 50 Jahren nutzen Online-Audio-Angebote überdurchschnittlich.



Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten oder in sogenannten Audiotheken bereitgestellt werden. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis: 2,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

# Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

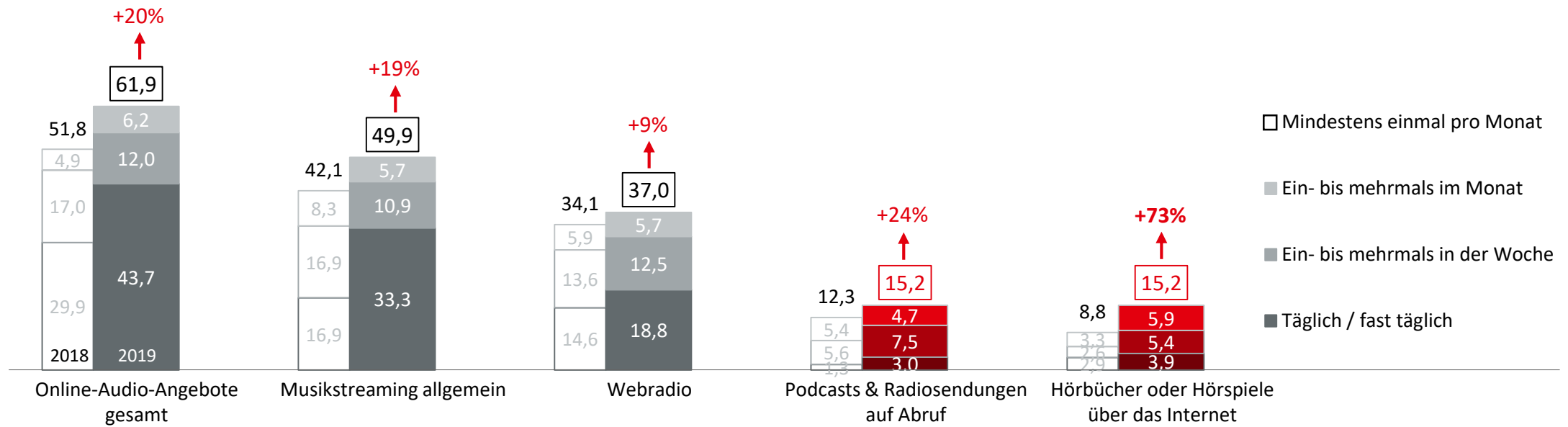
Alle Angebote häufiger von Personen unter 50 Jahren genutzt. 14-49-Jährige bei Musik- und Audio-Inhalten über Videoplattformen sowie Musikstreaming deutlich vorne.



Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?  
 Angaben in Prozent; Basis: 2,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

# Regelmäßige Nutzung Online-Audio-Angebote im Trend

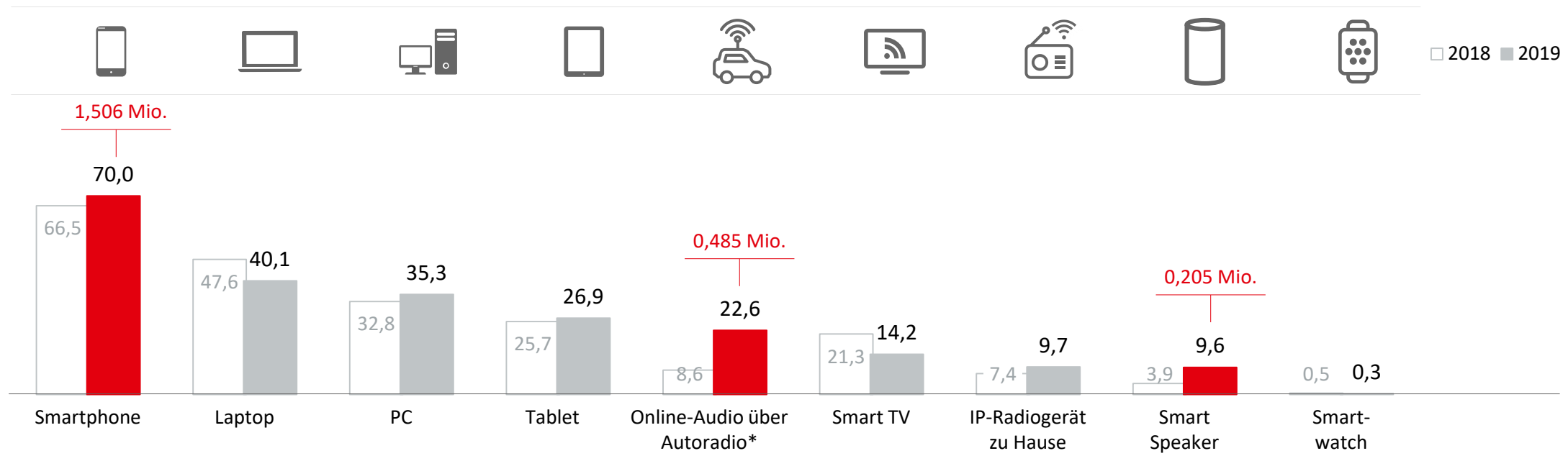
Die Zahl der regelmäßigen Online-Audio-Hörer wächst deutlich um rund ein Fünftel. Relativ betrachtet steigt die monatliche Nutzung von Hörbüchern bzw. -spielen am stärksten an.



\* Abweichung in Prozentpunkten  
 Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?  
 Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019: 2,969 / 2,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

# Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

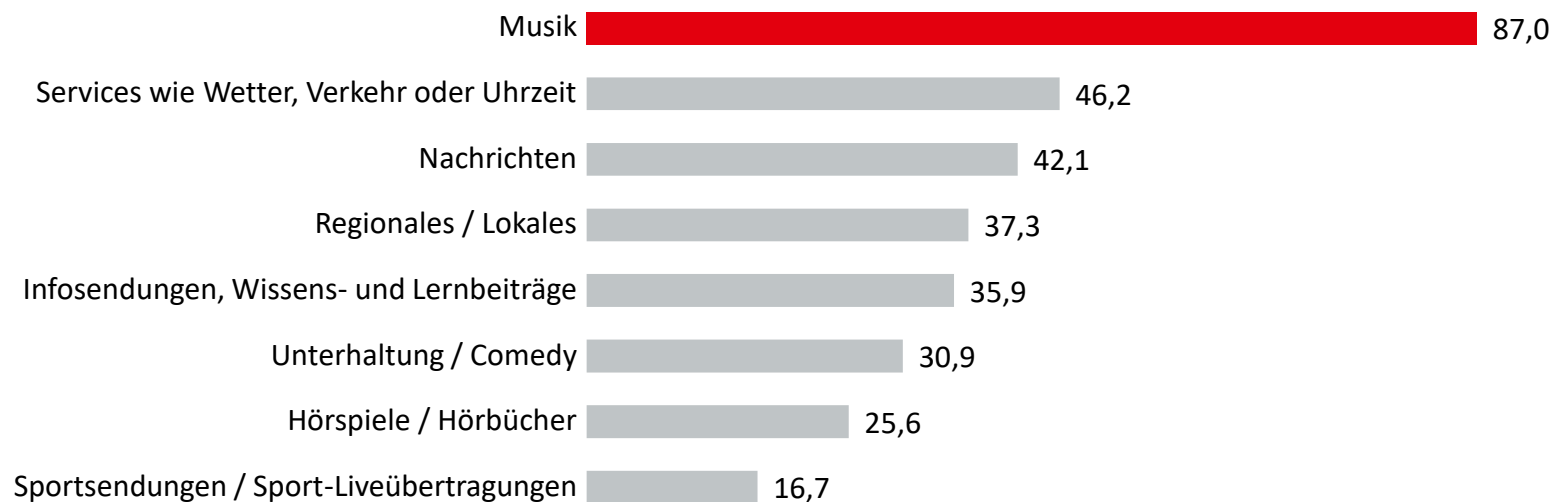
Das Smartphone bleibt das Gerät Nr. 1 zur Online-Audio-Nutzung in Berlin. Aber auch die Nutzung über das Autoradio und über Smart Speaker nimmt sichtbar zu.



Frage: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?  
 Angaben in Prozent; \*über Smartphone, Tablet (ans Autoradio gekoppelt) oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto  
 Basis 2018 / 2019: 1,915 / 2,150 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n= 324 / 337)

## Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt

Musik ist der beliebteste Online-Audio-Inhalt, gefolgt von Services, Nachrichten und Lokalem/Regionalem. Auch Infosendungen werden von mehr als einem Drittel konsumiert.



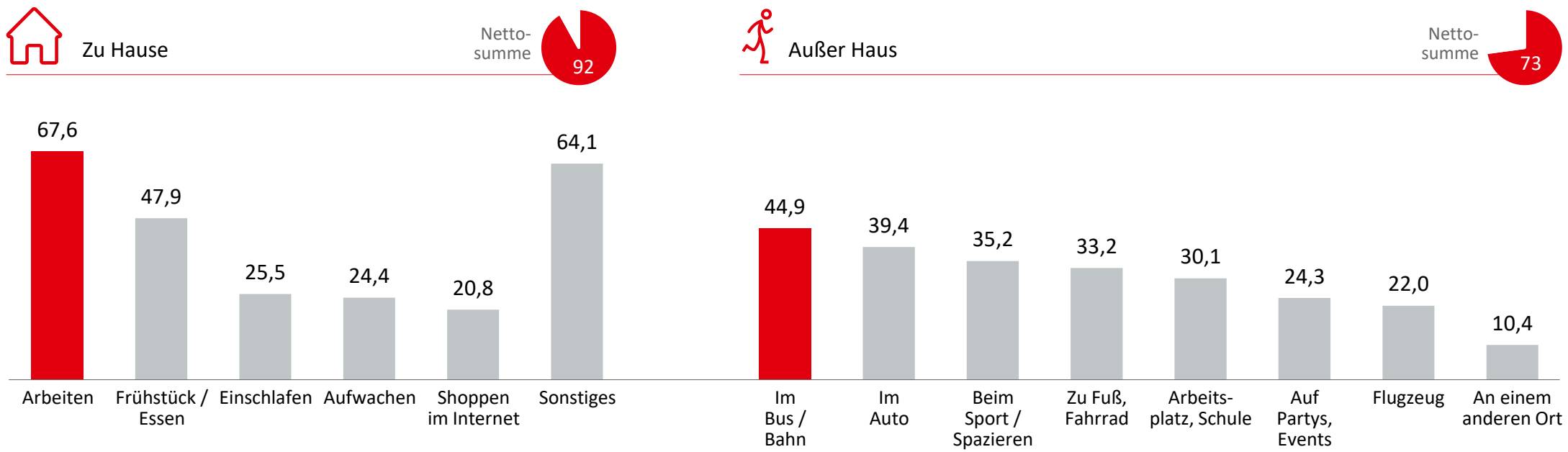
Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da...

Basis: 2.150 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=337)

# Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in **Berlin**

Über 90% der regelmäßigen Nutzer hören Online-Audio zu Hause, am liebsten bei der (Haus-) Arbeit. Knapp drei Viertel hören Online-Audio-Inhalte auch unterwegs, am häufigsten in Bus, Bahn oder Auto.



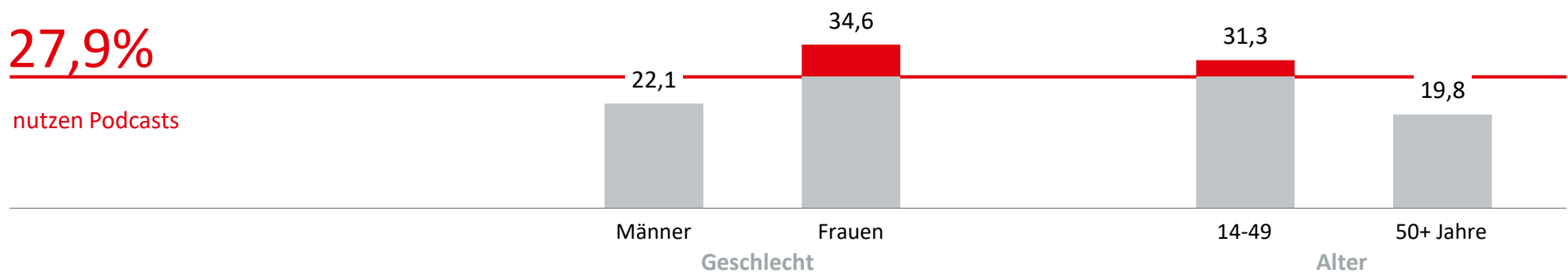
Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 1,843 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=278)

# Nutzung von Podcasts

Rund 28% der Online-Audio-Nutzer in Berlin hören Podcasts. Unter ihnen sind überdurchschnittlich viele Frauen und Personen unter 50 Jahren.

**27,9%**

nutzen Podcasts

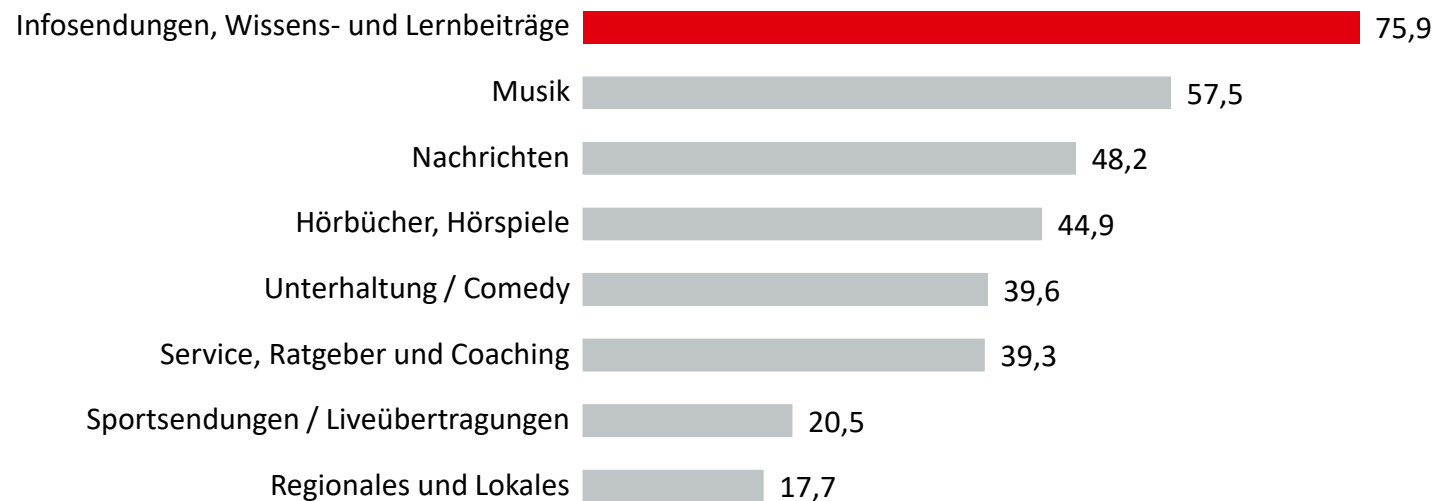


Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern

Angaben in Prozent; Basis: 2,150 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=337)

# Podcasts: Genutzte Inhalte

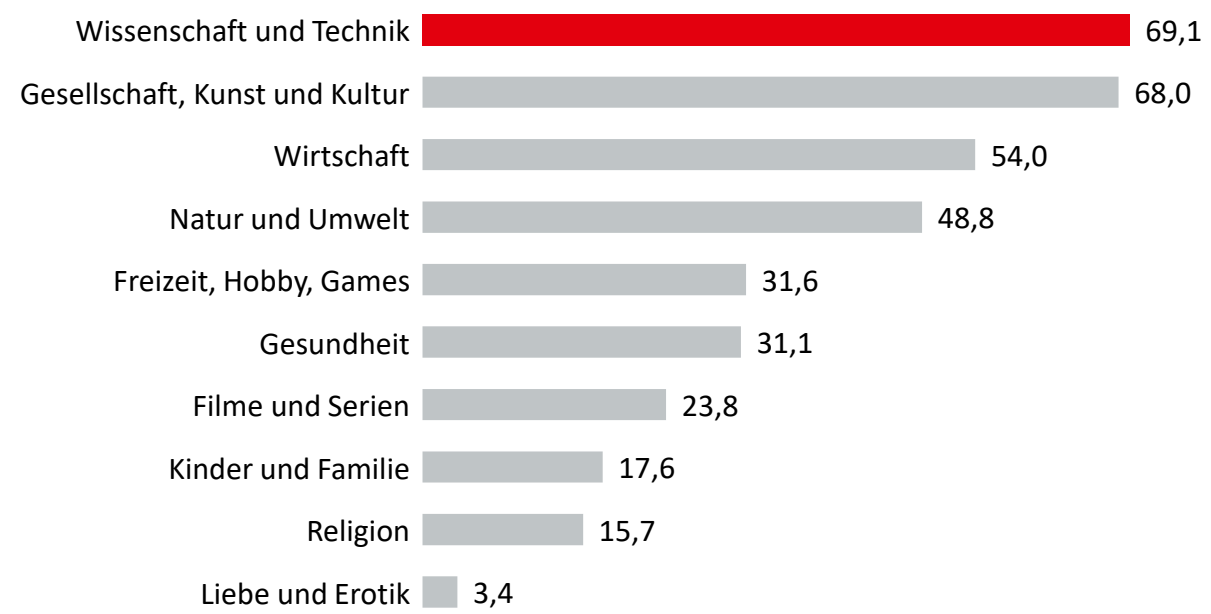
Infosendungen, Wissens- und Lernbeiträge werden von drei Viertel der Podcast-Nutzer gehört. Auf Platz 2 und 3 folgen Musik und Nachrichten. Unterhaltung erst auf #5.



Frage: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?  
 Angaben in Prozent; Basis: 0,600 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf hören (n=107)

# Podcasts: Konkrete Themen

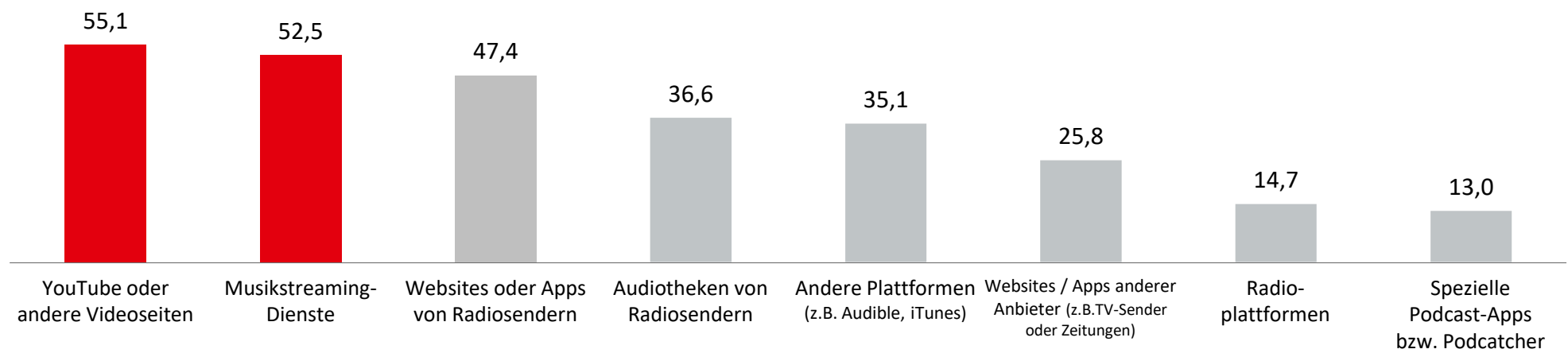
Thematisch liegen Podcasts zu Wissenschaft & Technik sowie gesellschaftliche Themen vorne. Über die Hälfte der Podcast-Nutzer interessiert sich auch für Wirtschaftsthemen.



Frage: Und zu welchen konkreten Themen hören Sie sich Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören an?  
 Angaben in Prozent; Basis: 0,600 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf hören (n=107)

# Genutzte Plattformen für Podcasts

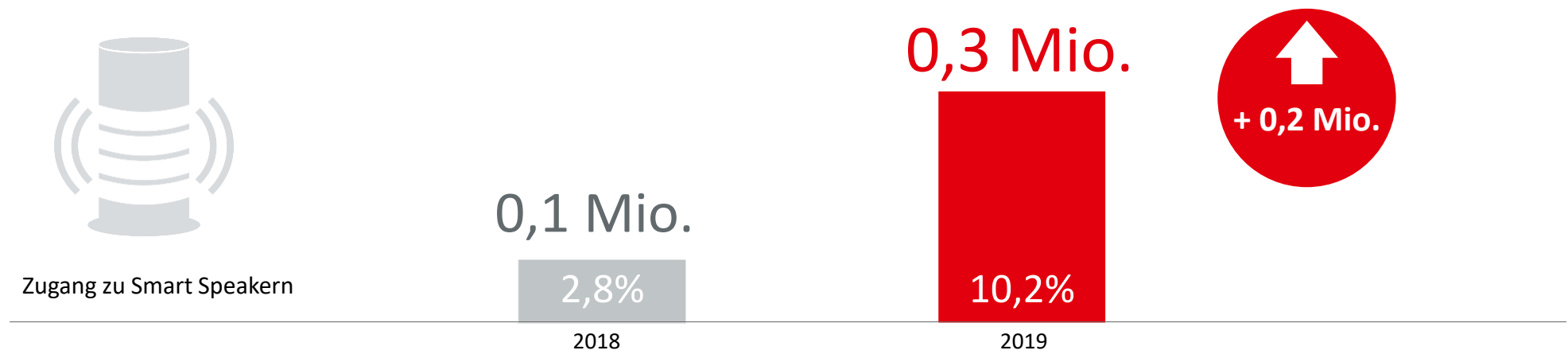
YouTube & Co. sowie Musikstreaming-Dienste sind die am häufigsten genutzten Plattformen für Podcasts. Fast jeder Zweite Nutzer hört Podcasts auch über die Websites bzw. Apps von Radiosendern.



Frage: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...  
 Angaben in Prozent; Basis: 0,600 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf hören (n=107)

# Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern

Fast drei Mal so viele Berliner haben Zugang zu einem intelligenten Lautsprecher als noch vor einem Jahr: Ein Zuwachs von etwa 200 TSD Personen.

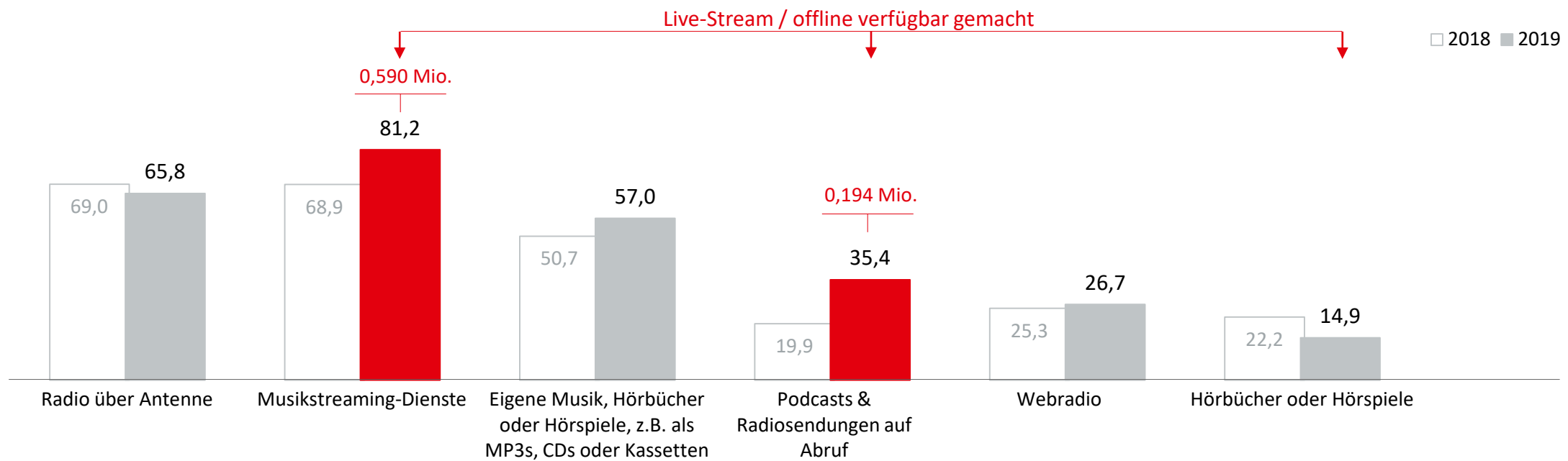


\* Hierin enthalten sind 0,5 Mio. Personen mit Smart Speaker, die kein Online-Audio nutzen  
Frage: Seit einiger Zeit gibt es ja sogenannte „Smart Speaker“. Man spricht auch von digitalen, sprachgesteuerten oder intelligenten Assistenten bzw. Lautsprechern. Über welche der folgenden Smart Speaker verfügen Sie bei sich zu Hause? Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 2,969 / 2,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

# Online-Audio-Nutzung im Auto: Genutzte Inhalte

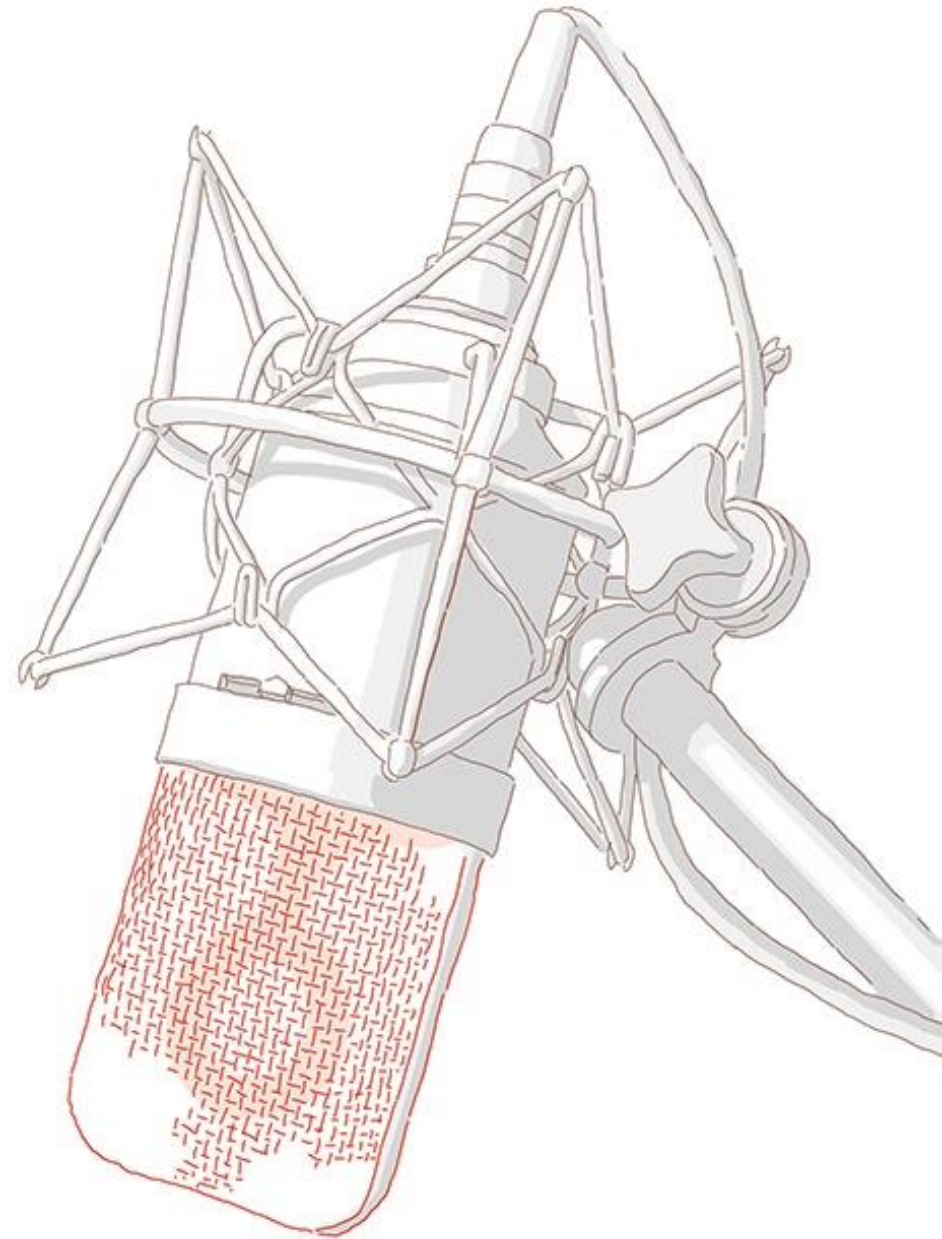
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen in **Berlin**

Unter Nutzern, die Online-Audio im Auto hören, ist Musikstreaming mittlerweile beliebter als Radio über Antenne. Podcasts werden aktuell von mehr als einem Drittel im Auto gehört.



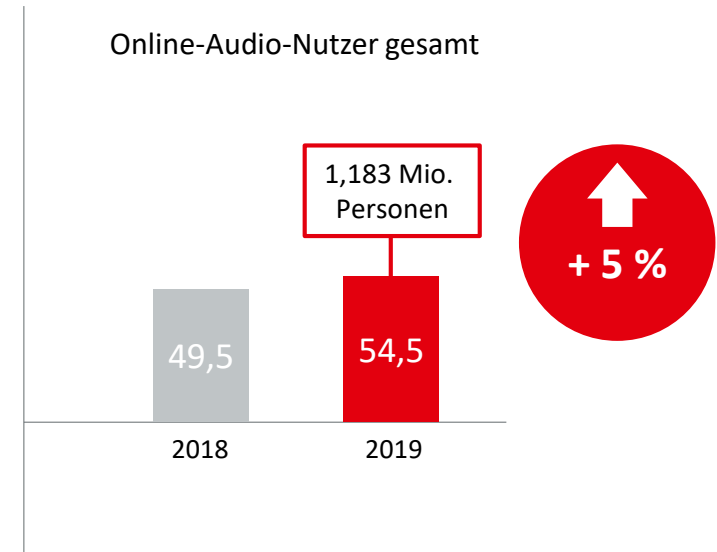
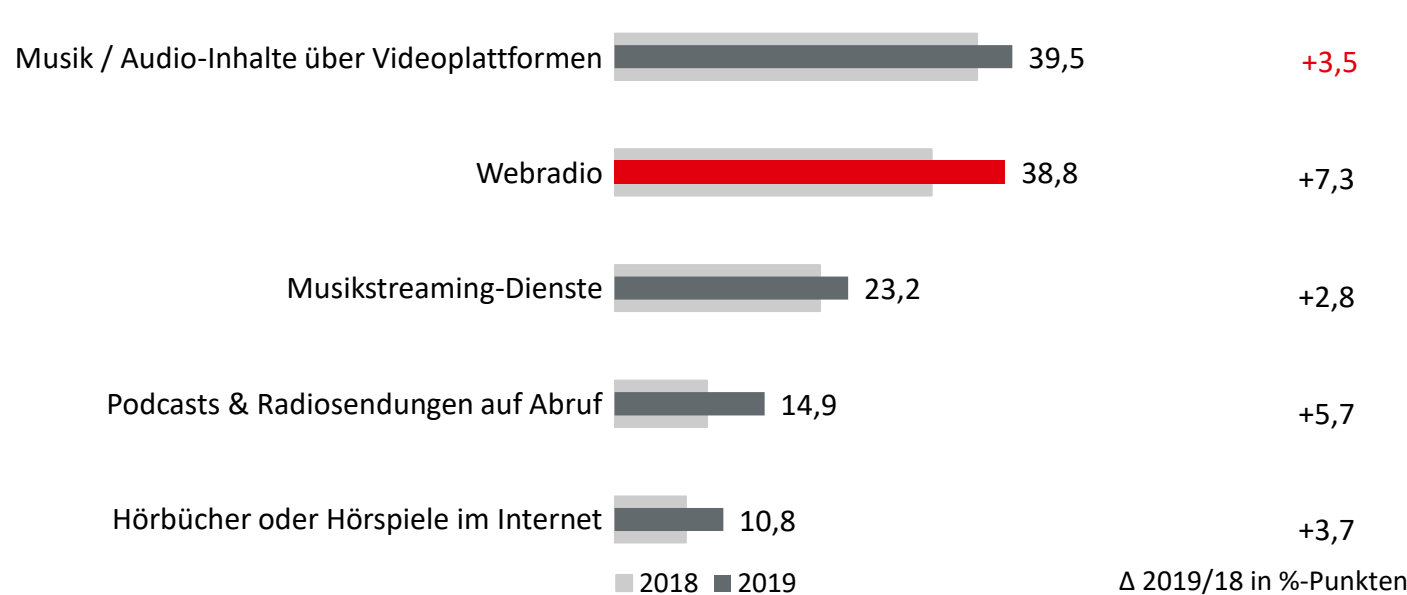
Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Online-Audio-Angebote auch unterwegs im Auto hören. Was genau hören Sie im Auto?  
 Angaben in Prozent; Basis: 0,410 / 0,726 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=81 / 86)

## 2. LÄNDERERGEBNISSE BRANDENBURG



# Nutzung Online-Audio-Angebote: 2019 vs. 2018

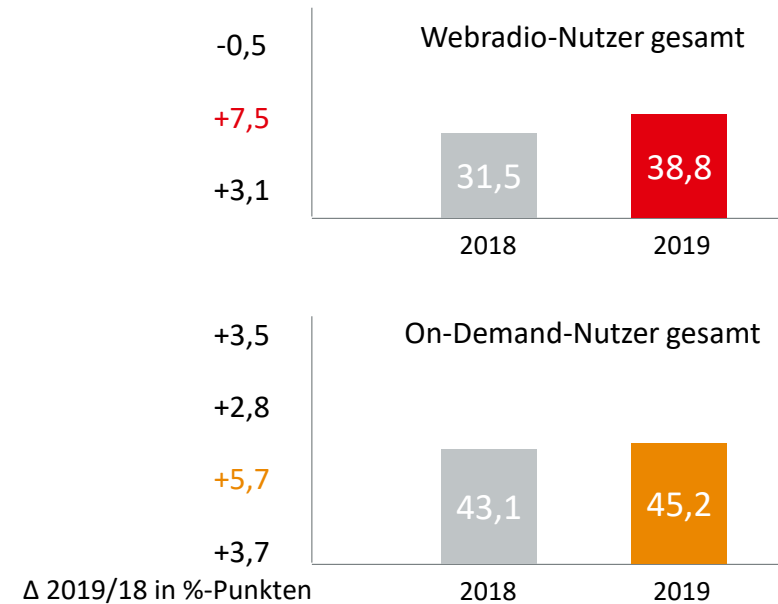
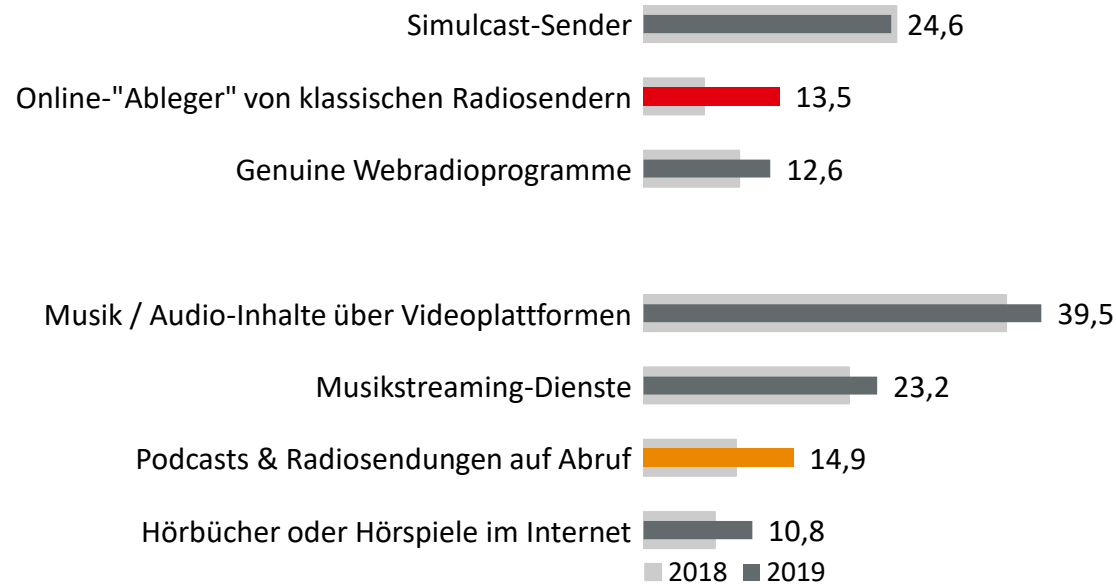
Mehr als die Hälfte der Personen ab 14 Jahren in Brandenburg nutzt mittlerweile Online-Audio. Webradio mit stärkstem Zuwachs nun fast gleichauf mit YouTube & Co.



Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten oder in sogenannten Audiotheken bereitgestellt werden. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019: 2,149 / 2,169 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

# Nutzung Online-Audio-Angebote im Detail

Knapp jeder Vierte hört online „ganz normale“ Sender, ebenso wie Musikstreaming. Größte Zuwächse bei Online-Ablegern klassischer Radiosender und Podcasts.



Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da ... ?/ Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?  
 Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019: 2,149 / 2,169 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

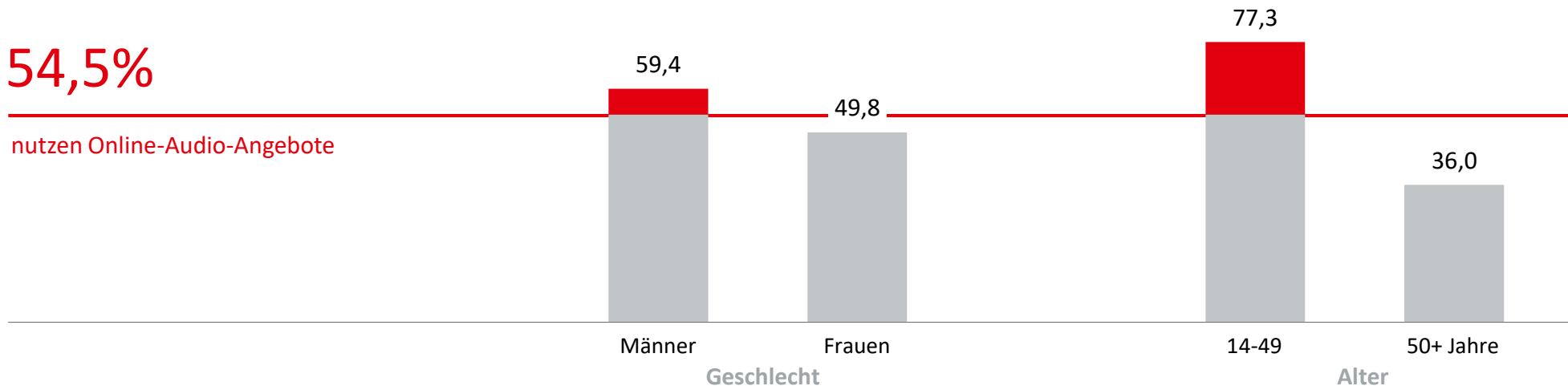
# Online-Audio-Nutzer nach Geschlecht und Alter

Basis: Personen ab 14 Jahre in **Brandenburg**

Überdurchschnittliche Online-Audio-Nutzung bei Männern und Personen unter 50 Jahren.

54,5%

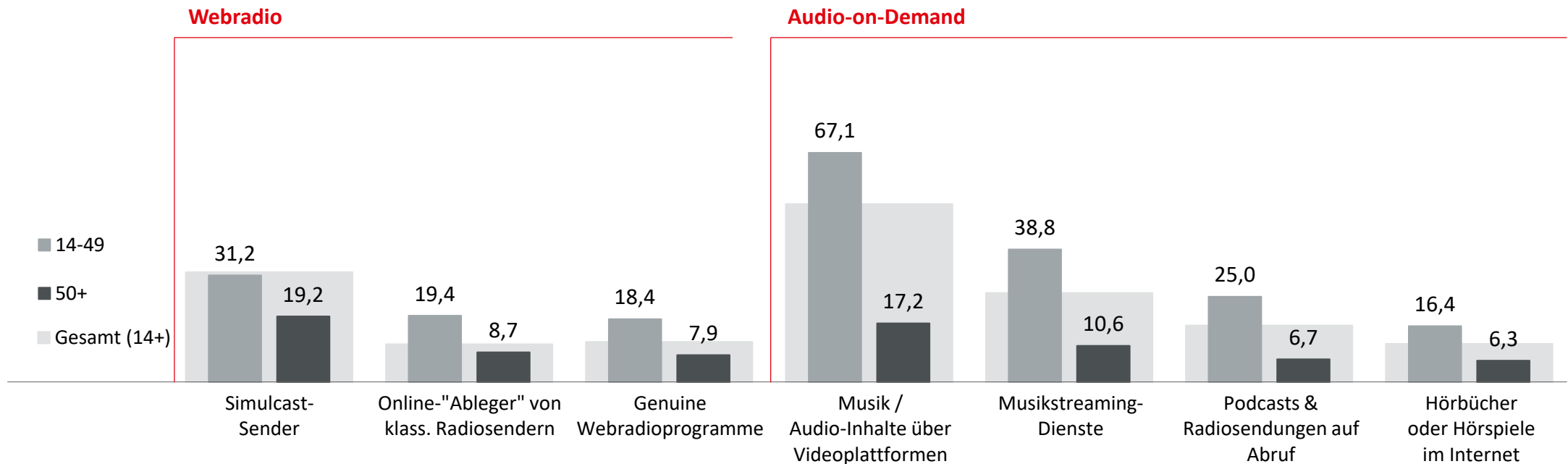
nutzen Online-Audio-Angebote



Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten oder in sogenannten Audiotheken bereitgestellt werden. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis: 2,169 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

## Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

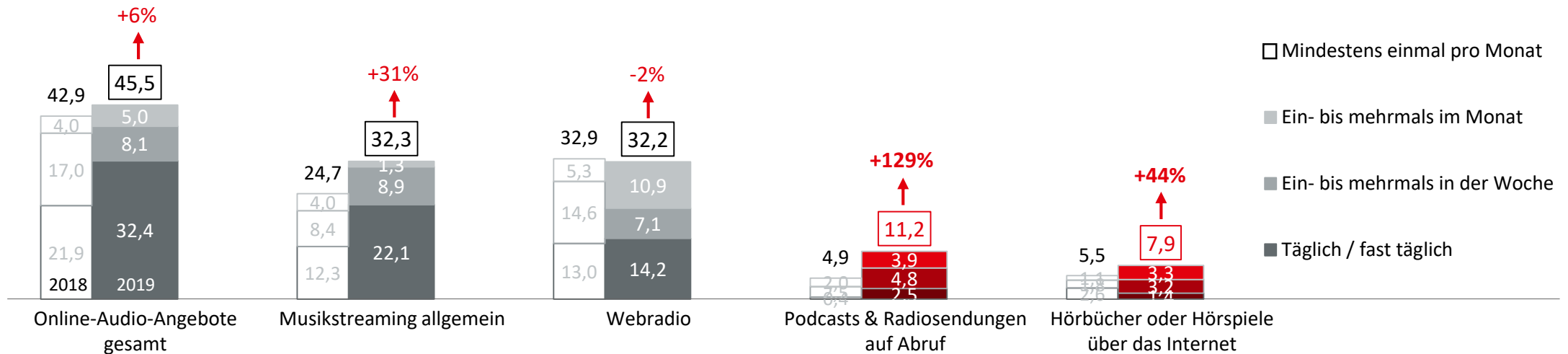
14-49-Jährige nutzen beinahe alle Online-Audio-Angebote überdurchschnittlich, während die Nutzung der Ü50-Jährigen unterdurchschnittlich ausfällt.



Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?  
Angaben in Prozent; Basis: 2,169 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

# Regelmäßige Nutzung Online-Audio-Angebote im Trend

Etwas weniger als die Hälfte hören Online-Audio-Inhalte mindestens einmal im Monat, nahezu ein Drittel jedoch täglich. Musikstreaming überholt Webradio, stärkster prozentualer Zuwachs bei Podcasts.



\* Abweichung in Prozentpunkten

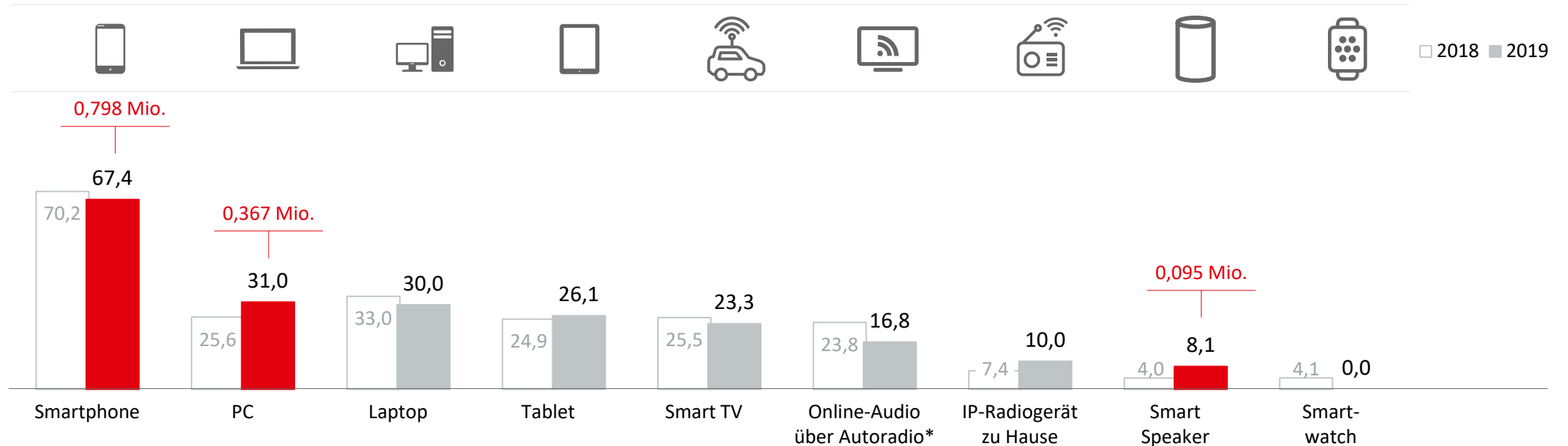
Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?

Angaben in Prozent; Basis 2018 / 2019: 2,149 / 2,169 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

# Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in **Brandenburg**

Smartphone meistgenutztes Online-Audio-Device und in deutlicher Führungsposition. PC und Smart Speaker legen am meisten zu.



Frage: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?

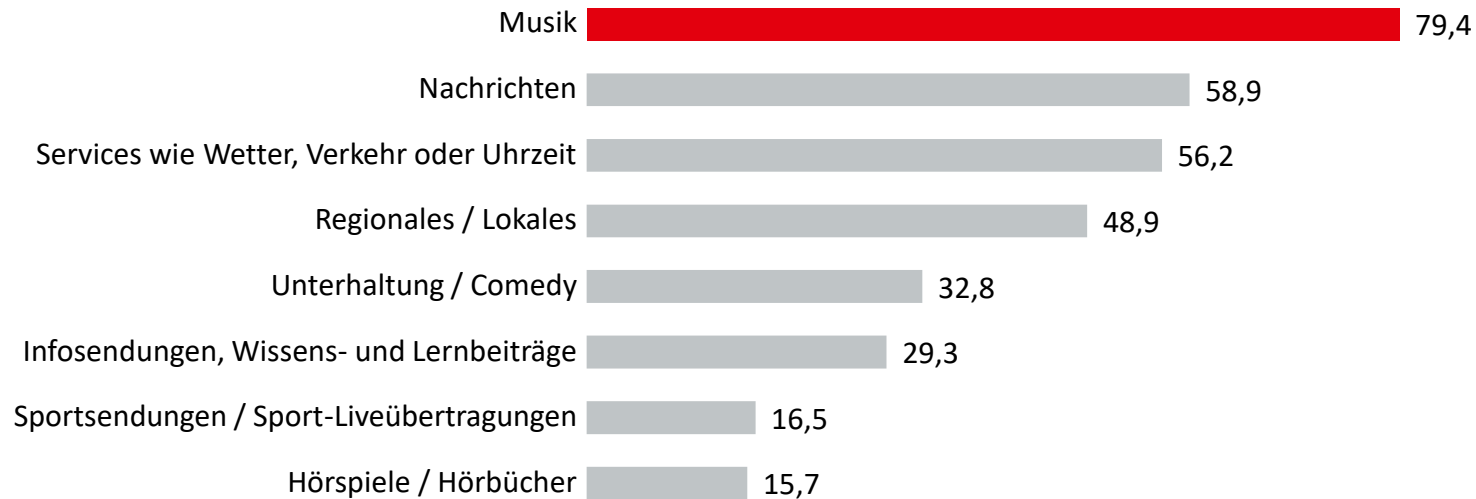
Angaben in Prozent; \*über Smartphone, Tablet (ans Autoradio gekoppelt) oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto

Basis 2018 / 2019: 1,064 / 1,183 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n= 250 / 274)

## Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in **Brandenburg**

Musik ist dominierendes Nutzungsmotiv, gefolgt von News und Services. Fast jeder zweite Online-Audio-Nutzer in Brandenburg hört auch Regionales und Lokales.



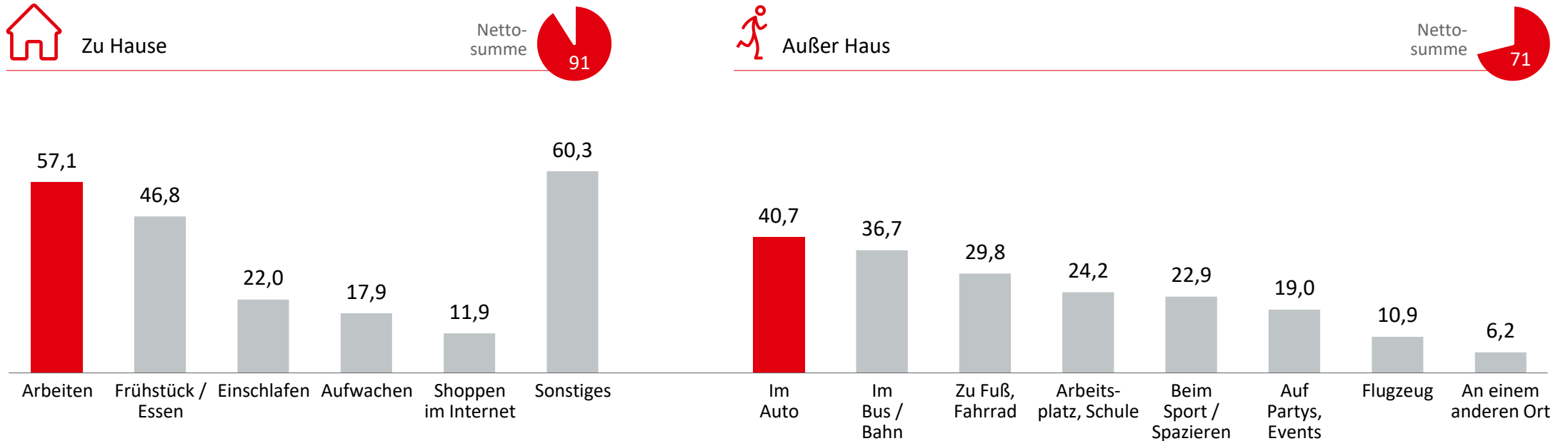
Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da...

Basis: 1,183 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n=274)

# Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in  
**Brandenburg**

Die überwiegende Mehrheit der regelmäßigen Nutzer hört Online-Audio zu Hause. Mehr als zwei Drittel nutzt Audio aus dem Netz auch außer Haus, am häufigsten im Auto.



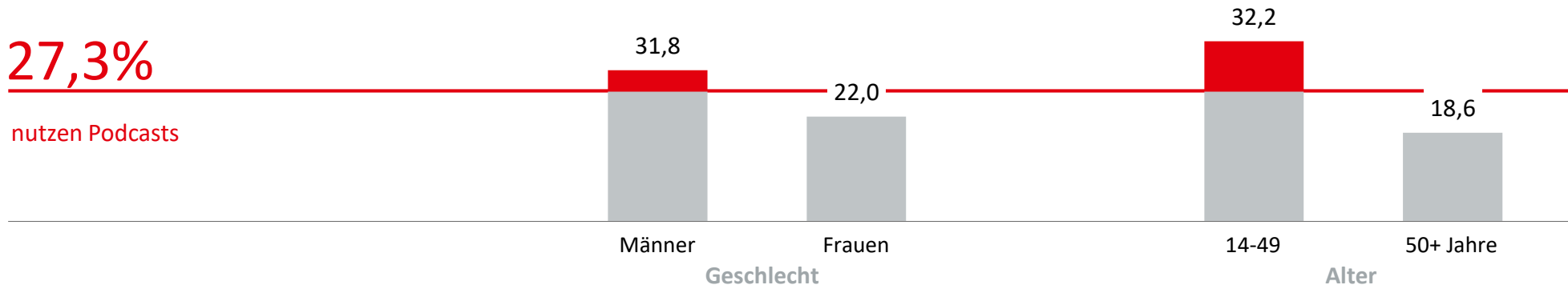
Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 0,990 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=226)

## Nutzung von Podcasts

Mehr als jeder vierte Online-Audio-Nutzer hört auch Podcasts. Überdurchschnittliche Nutzung bei Männern und Online-Audio-Nutzern unter 40 Jahren.

# 27,3%

nutzen Podcasts

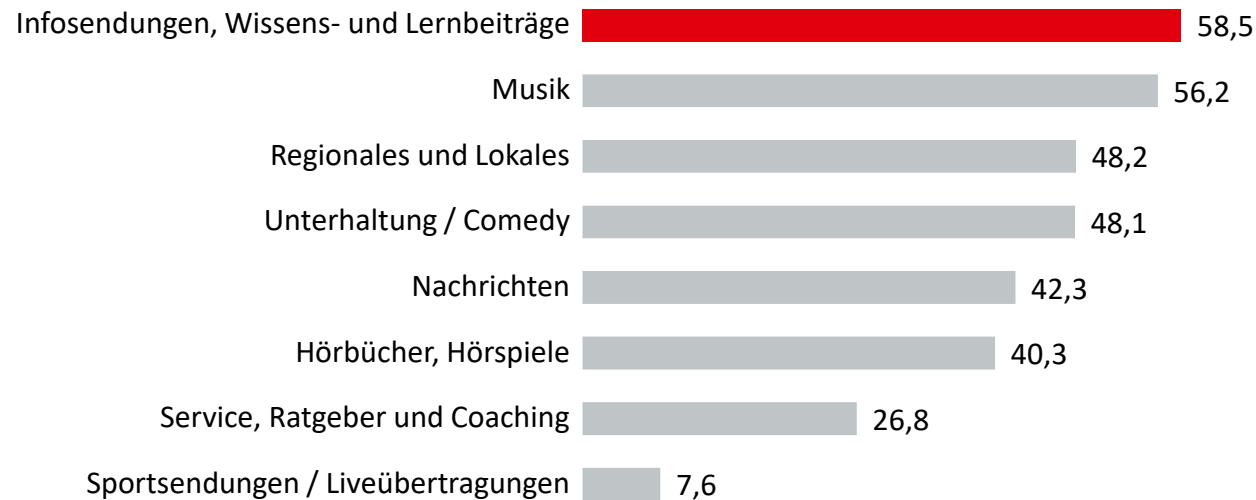


Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern?

Angaben in Prozent; Basis: 1,183 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n=274)

## Podcasts: Genutzte Inhalte

Infosendungen, Wissens- und Lernbeiträge sowie Musik sind die meistgenutzten Podcast-Inhalte. Regionales auf Platz 3.

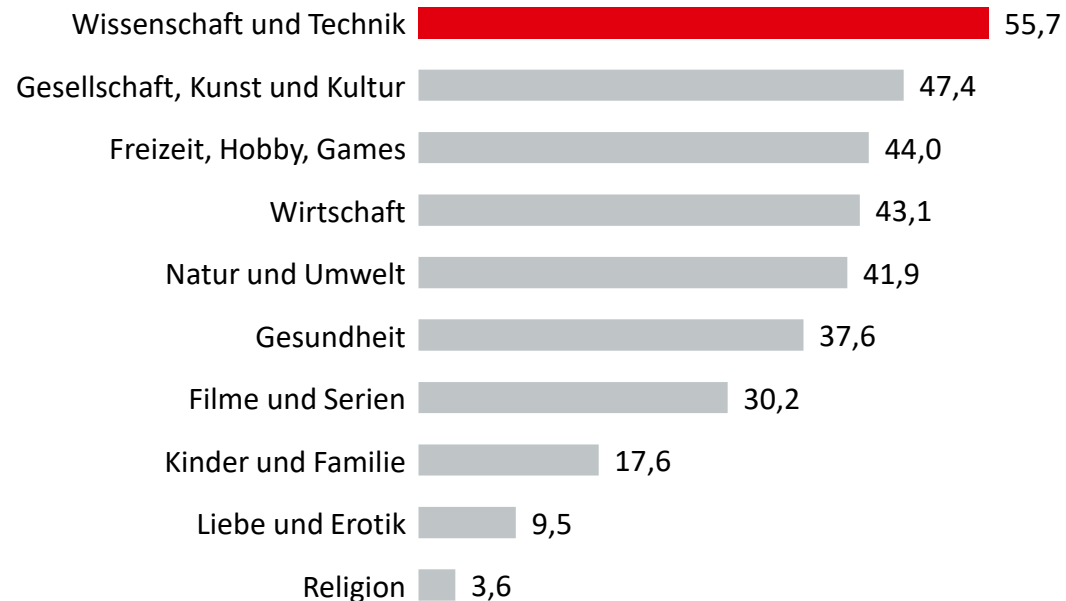


Frage: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?

Angaben in Prozent; Basis: 0,323 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf hören (n=78) **Achtung: Fallzahl < n=80!**

## Podcasts: Konkrete Themen

Wenn es um konkrete Themen geht, bevorzugen die Podcast-Hörer in Brandenburg Wissenschaft und Technik. Auch gesellschaftliche und freizeitspezifische Themen liegen hoch im Kurs.

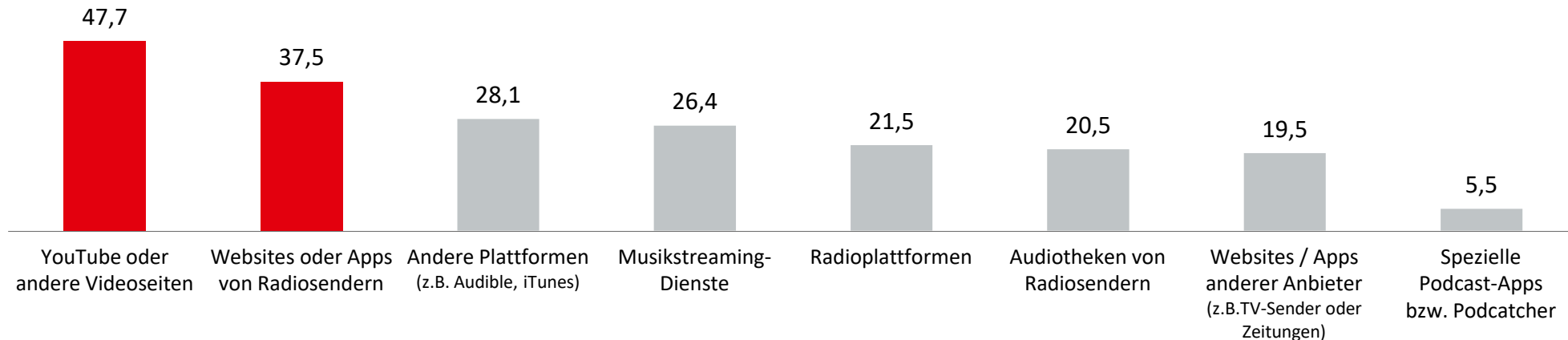


Frage: Und zu welchen konkreten Themen hören Sie sich Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören an?

Angaben in Prozent; Basis: 0,323 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf hören (n=78) **Achtung: Fallzahl < n=80!**

## Genutzte Plattformen für Podcasts

Knapp jeder zweite Podcast-Nutzer ruft solche Inhalte über Videoplattformen wie YouTube auf. Danach folgen Websites bzw. Apps von Radiosendern und andere Plattformen wie z.B. Audible.

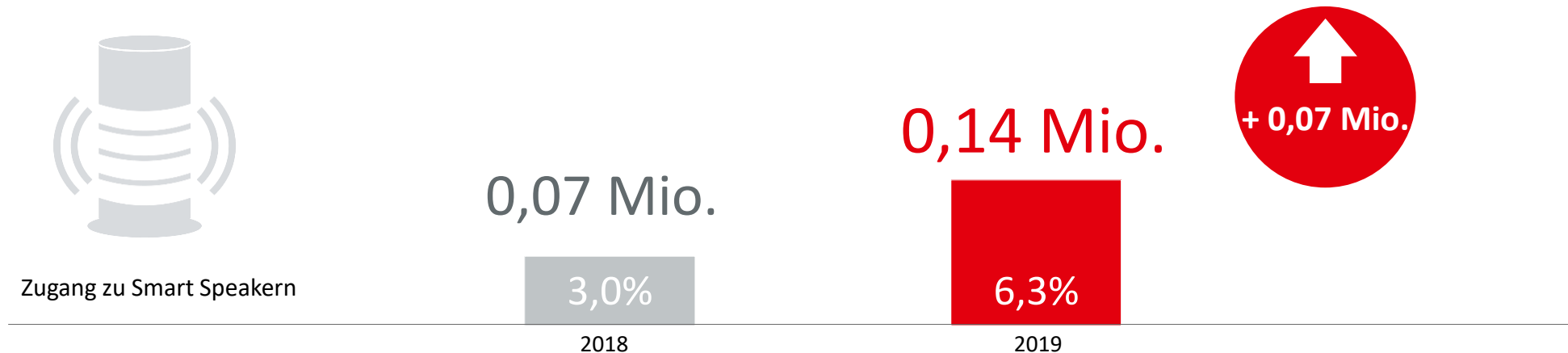


Frage: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

Angaben in Prozent; Basis: 0,323 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf hören (n=78) **Achtung: Fallzahl < n=80!**

## Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern

Der Zugang zu Smart Speakern verdoppelt sich in Brandenburg auf gut 6%. Das entspricht rund 140 TSD Personen ab 14 Jahren.



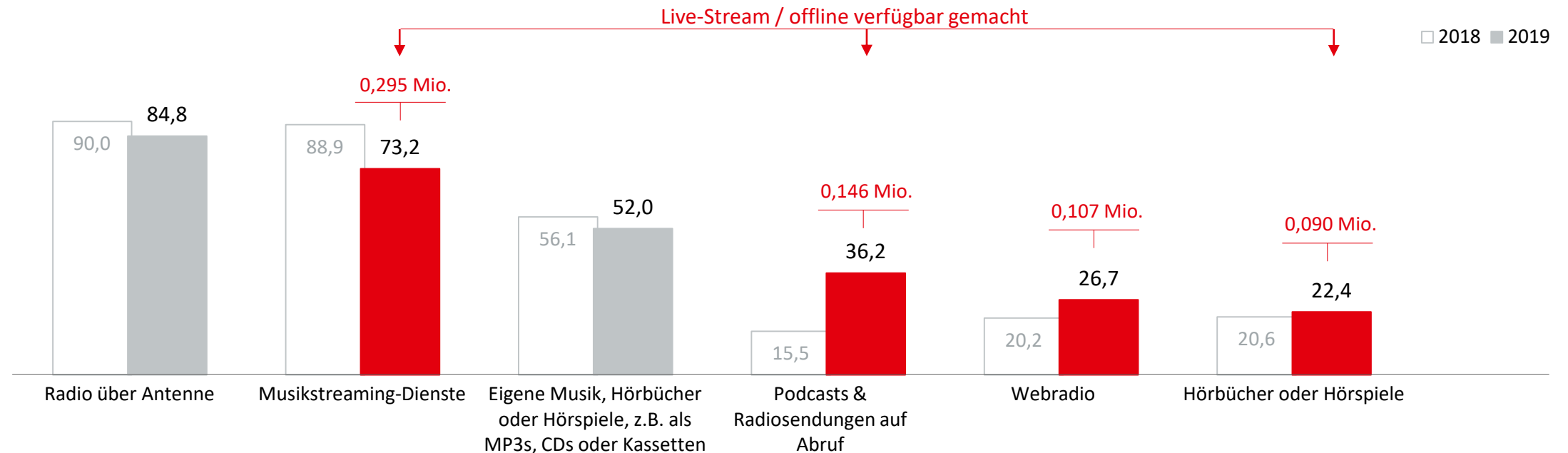
\* Hierin enthalten sind 0,5 Mio. Personen mit Smart Speaker, die kein Online-Audio nutzen

Frage: Seit einiger Zeit gibt es ja sogenannte „Smart Speaker“. Man spricht auch von digitalen, sprachgesteuerten oder intelligenten Assistenten bzw. Lautsprechern. Über welche der folgenden Smart Speaker verfügen Sie bei sich zu Hause? Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 2,149 / 2,169 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

## Online-Audio-Nutzung im Auto: Genutzte Inhalte

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzer, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen in **Brandenburg**

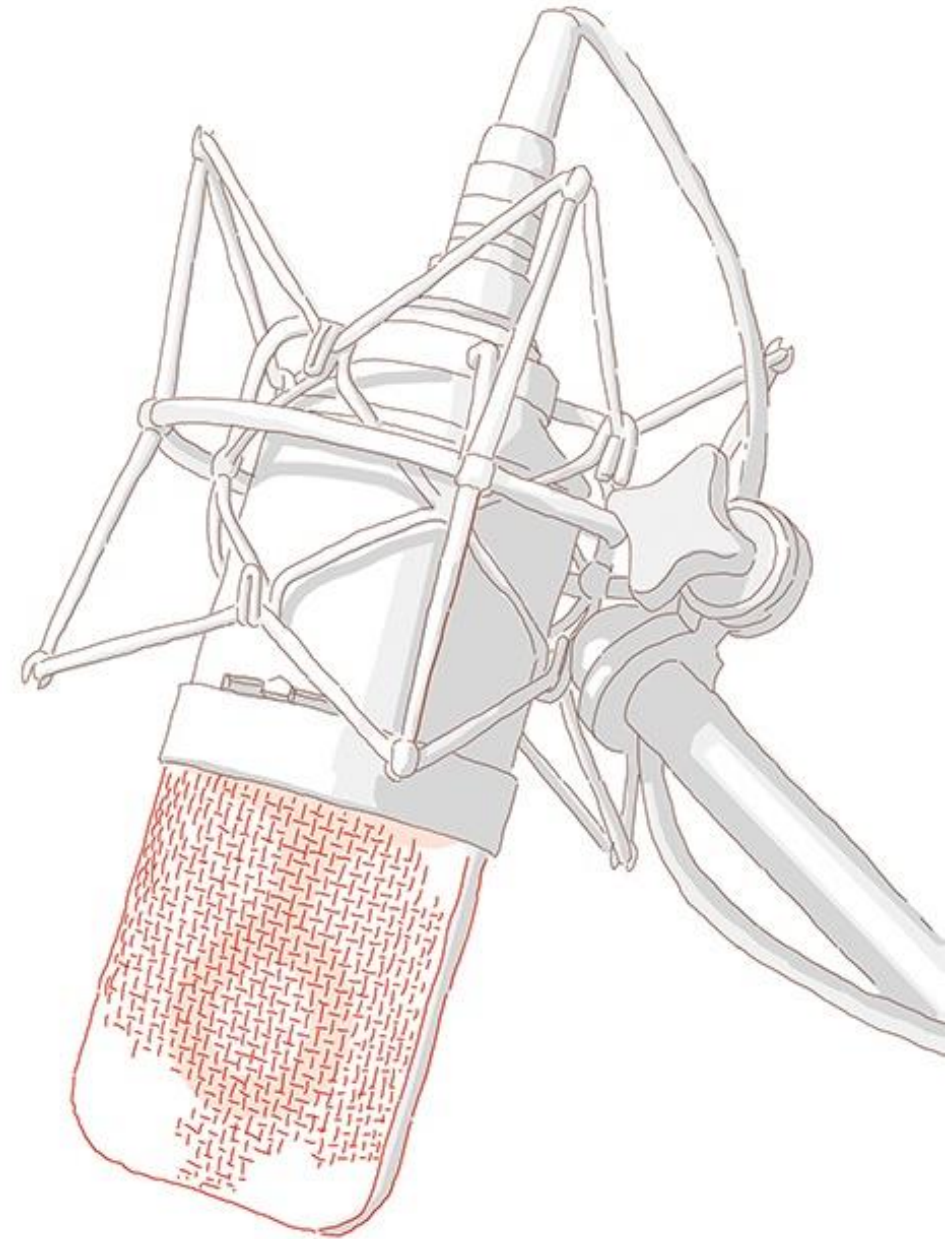
Nutzer, die Online-Audio im Auto hören, hören am liebsten Musikstreaming. Podcasts, Webradio und Hörbücher werden häufiger gehört. Radio über Antenne aber nach wie vor vorne.



Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Online-Audio-Angebote auch unterwegs im Auto hören. Was genau hören Sie im Auto?

Angaben in Prozent; Basis: 0,321 / 0,402 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=59 / 91) **Achtung: Fallzahl < n=80 für 2018!**

# 3. METHODISCHE HINWEISE



# Methodische Hinweise

## Online-Audio-Monitor (OAM) 2019

**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 haben sich im letzten Jahr dazu entschieden, das Projekt weiterzuentwickeln und sich auf die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen zu konzentrieren. Der Online-Audio-Monitor ist eine eigenständige Studie, die jedoch inhaltlich den Radio-Digitalisierungsbericht ergänzt. Zudem werden Synergieeffekte in der Erhebung genutzt, die sich aus der Anlage der beiden Studien ergeben. Mit der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landesanstalt für Medien NRW sind zudem weitere Partner aus dem Kreis der Landesmedienanstalten als Auftraggeber präsent.

**Institut:** Kantar

**Methode:** Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)

**Grundgesamtheit:** Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,350 Mio. Haushalten

**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 (Anteil Mobilnummern: 20% in der Gesamtstichprobe Basis + Altersklassen + Aufstockung). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.

Die telefonische Erreichbarkeit der jüngeren Bevölkerung, insbesondere 14-29-Jährigen, ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurden in einer Teilstichprobe gezielt Personen der Altersgruppe 14-29 Jahre befragt, um deren Anteil in der Nettostichprobe zu erhöhen. In Haushalten mit mehr als einer Person in dieser Altersgruppe wurde eine dieser 14-29-jährigen Personen per Zufall ausgewählt. Es wurde der gleiche Fragebogen verwendet wie bei der Stichprobe der ab 14-Jährigen.

Die beiden Sampling-Frames (Festnetz und Mobil) sowie die „Altersklassen-Interviews 14-29“ wurden mittels Designgewichtung zusammengeführt, damit sie ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit geben.

# Methodische Hinweise

## Online-Audio-Monitor (OAM) 2019

<b>Stichprobengröße Basisstichprobe:</b>	Befragt wurden zunächst 6.000 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 6.000 Interviews – einschließlich 500 Altersklassen-Interviews – wurden proportional auf die Bundesländer verteilt mit Berücksichtigung einer Mindestfallzahl von 200 pro Bundesland.
<b>Aufstockungs-Interviews:</b>	Zusätzlich wurden 1.554 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Sachsen und Schleswig-Holstein realisiert. Im Anschluss wurde der disproportionale Ansatz im Rahmen der Gewichtung aufgehoben, damit repräsentative Aussagen für alle Personen bzw. Privathaushalte in Deutschland möglich sind.
<b>Erhebungszeitraum:</b>	06.05. – 24.06.2019
<b>Zentrale Untersuchungsinhalte:</b>	<p>Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalte: Webradio vs. Audio-on-Demand, detailliert nach:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plattformen</li><li>• Genutzte Geräte</li><li>• Genutzte Inhalte</li><li>• Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungsort / -situationen mit Fokus Audio-Nutzung im Auto</li><li>• Nutzungsfrequenz und –intensität (Anteil Online-Audio-Nutzung an Audio-Nutzung gesamt)</li></ul> <p>Schwerpunkthemen der Erhebung 2019 waren:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nutzung von Podcasts bzw. Radiosendungen oder andere Beiträge zum Nachhören</li><li>• Smart Speaker</li></ul>

# Stichprobe Online-Audio-Monitor 2019

Realisierte Interviews 2019	Anzahl
Baden-Württemberg	700
Bayern	750
<b>Berlin</b>	<b>500</b>
<b>Brandenburg</b>	<b>500</b>
Bremen	501
Hamburg	502
Hessen	500
Mecklenburg-Vorpommern	200
Niedersachsen	550
Nordrhein-Westfalen	950
Rheinland-Pfalz	301
Saarland	200
Sachsen	500
Sachsen-Anhalt	200
Schleswig-Holstein	500
Thüringen	200
<b>Summe</b>	<b>7.554</b>

