



ONLINE-AUDIO-MONITOR

Länderbericht Berlin und Brandenburg

Auftraggeber:



Umsetzung:



A man with a beard and short hair is wearing large white headphones. He is looking down at a smartphone in his hands while driving a car. The background shows the interior of the car with a window and a metal railing. The image has a light, desaturated color palette.

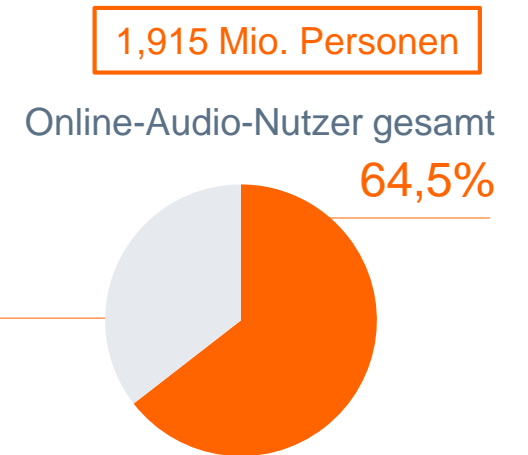
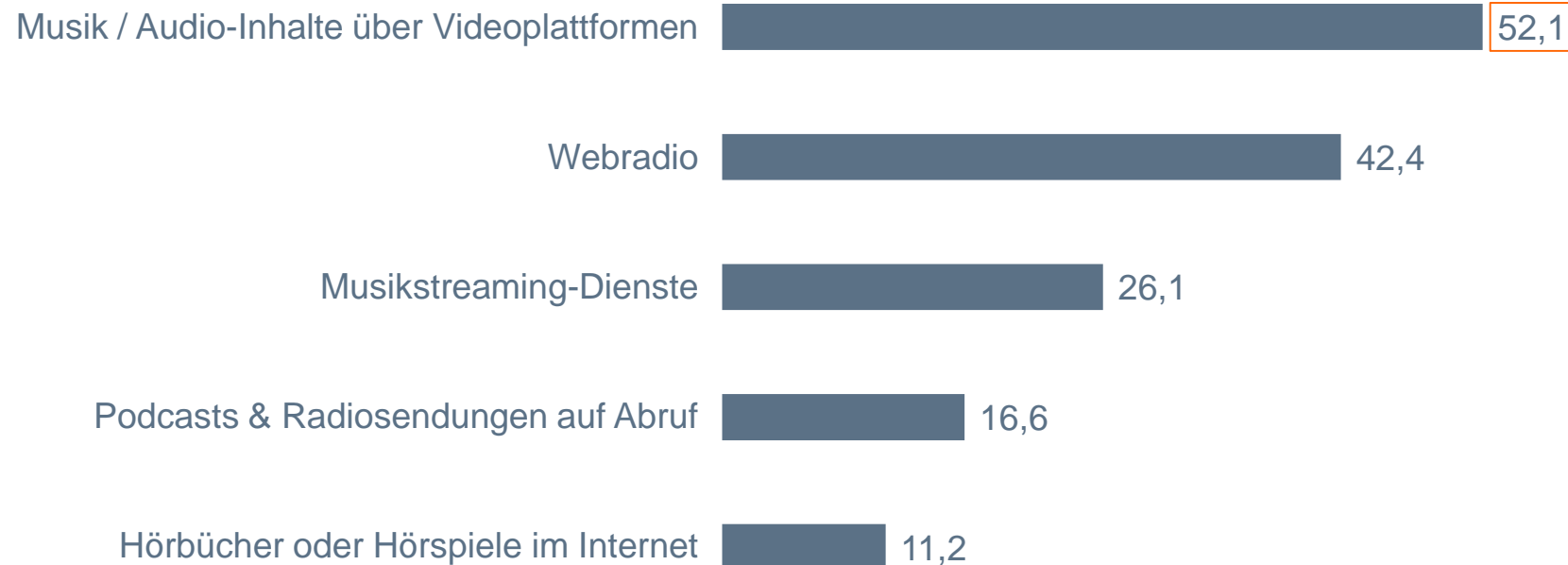
1

Länderergebnisse Berlin

In Berlin nutzen über 64% Online-Audio-Angebote. Das sind rund 1,9 Mio. Personen ab 14 Jahren. YouTube und andere „Videoplattformen“ mit Abstand vorne, gefolgt von Webradio und Musikstreaming-Diensten.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Berlin

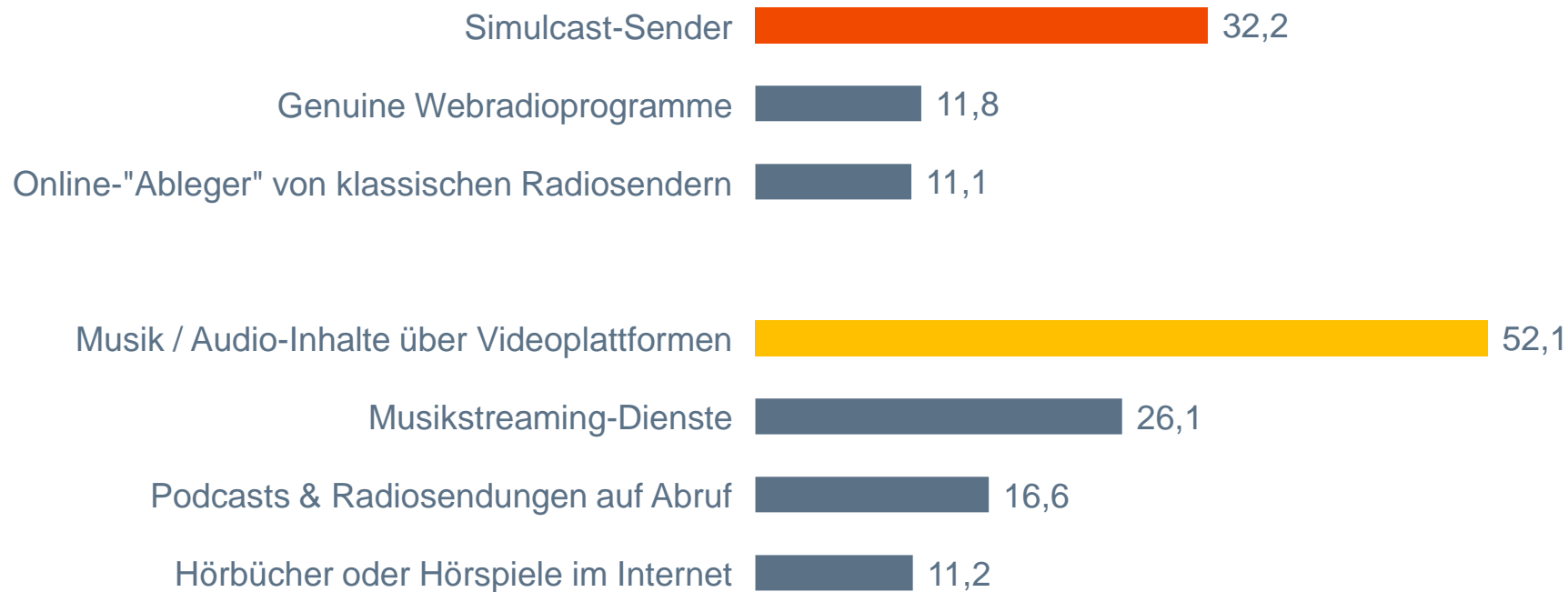
Nutzung Online-Audio-Angebote



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: 2,969 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

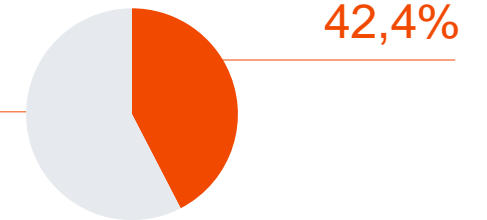
Etwa jeder Dritte hört online „ganz normale“ Sender – Musikstreaming nutzt etwas mehr als jeder Vierte.

Nutzung Online-Audio-Angebote im Detail

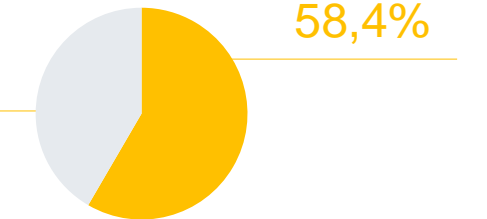


Basis: Personen ab 14 Jahre in **Berlin**

Webradio-Nutzer gesamt



On-Demand-Nutzer gesamt

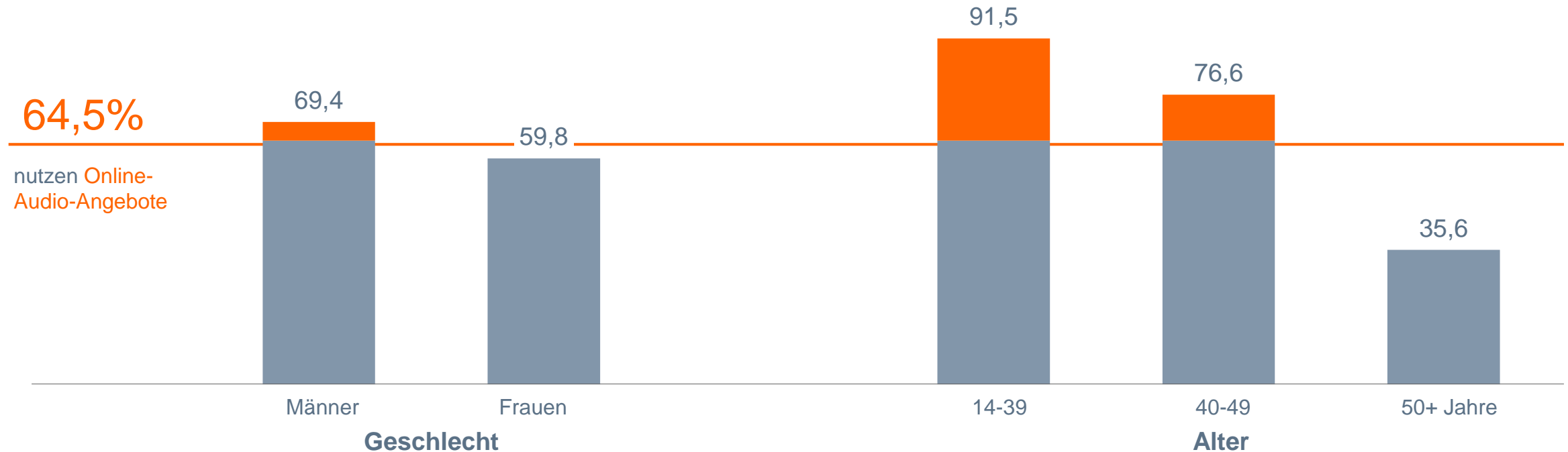


Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da ... ?/ Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 2,969 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

Etwas mehr Männer und deutlich mehr Jüngere unter den Online-Audio-Nutzern. Unter 40-jährige bei über 90%.

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

Online-Audio-Nutzer nach Geschlecht und Alter



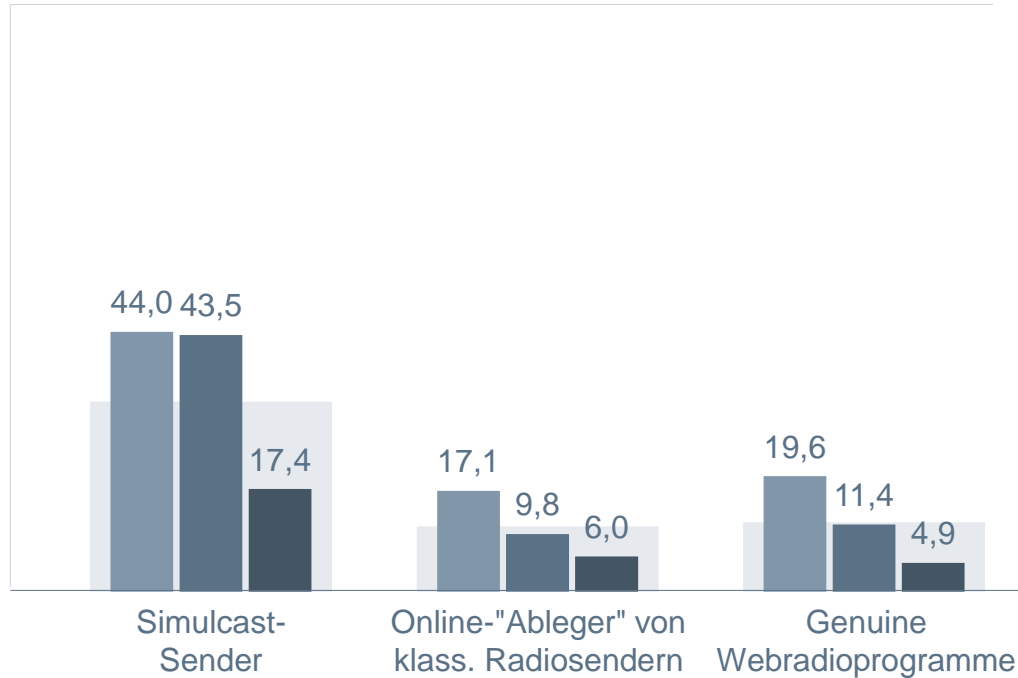
Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten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

Egal ob Webradio oder Audio-on-Demand: Unter 40-Jährige nutzen Online-Audio überdurchschnittlich, insbesondere „Videoplattformen“ und Musikstreaming-Dienste.

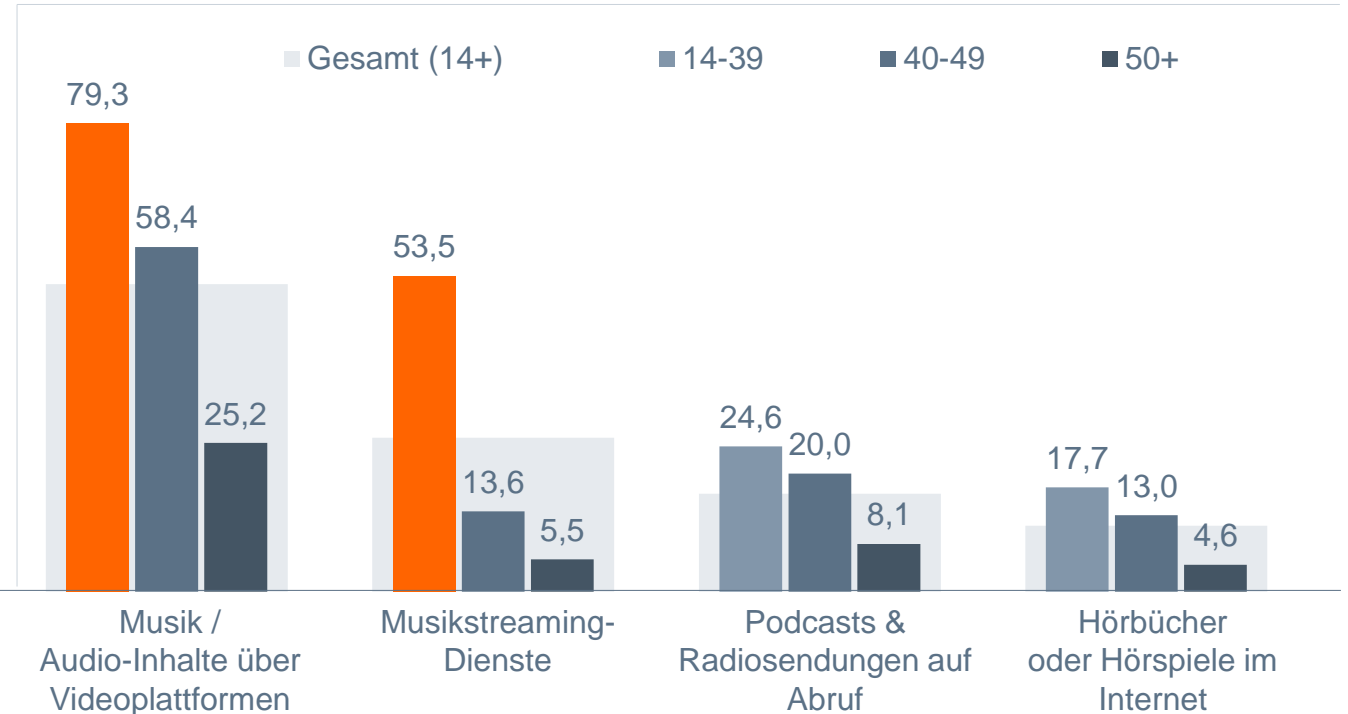
Basis: Personen ab 14 Jahre in **Berlin**

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

Webradio



Audio-on-Demand

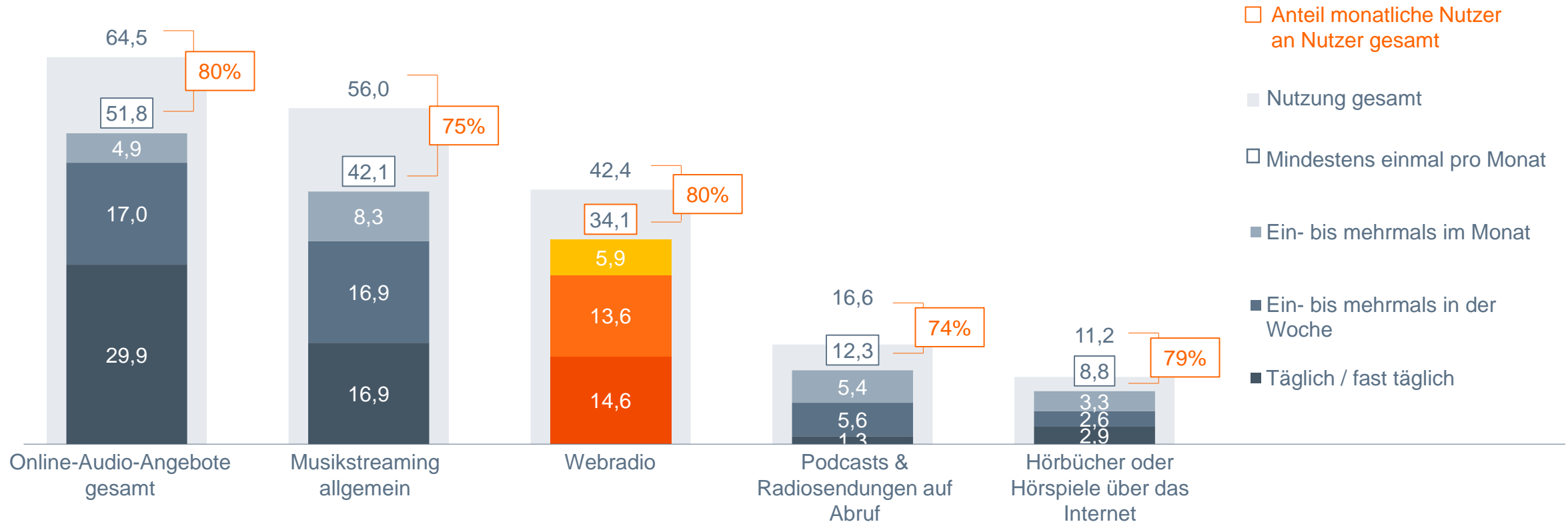


Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 2,969 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

Etwas mehr als die Hälfte hört Online-Audio-Inhalte mindestens einmal im Monat.
Musikstreaming vorne, Radio mit den anteilig an der Gesamtnutzung meisten
regelmäßigen Hörern.

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

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

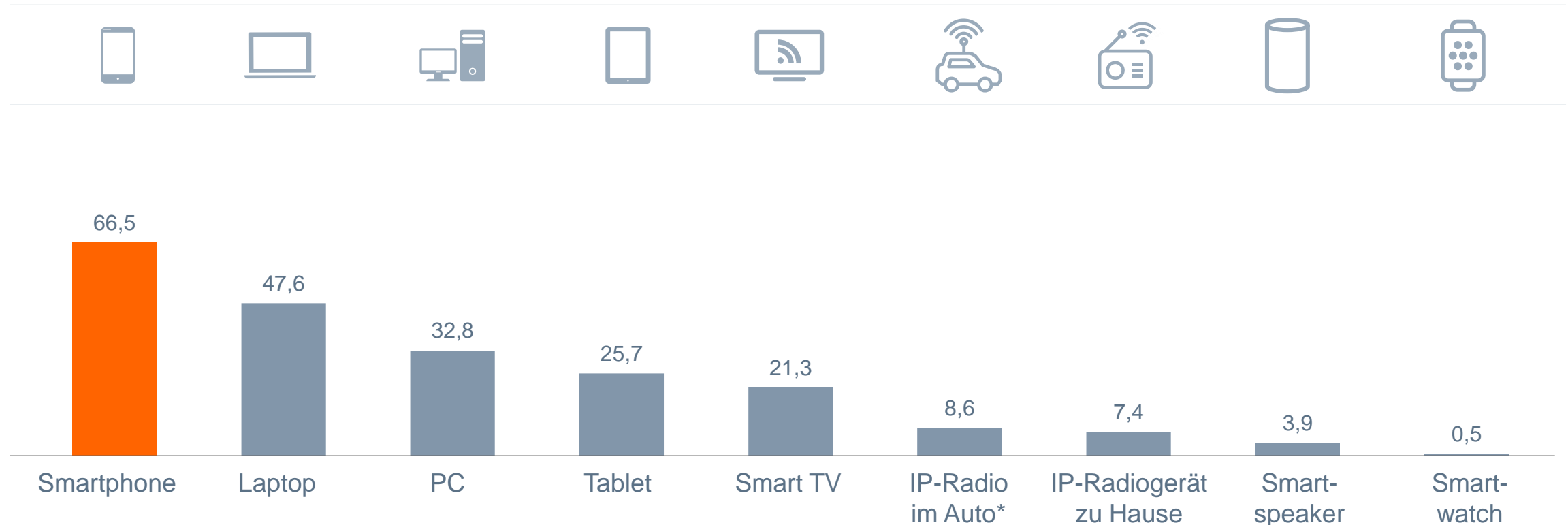


Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 2,969 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=500)

Breites Gerätespektrum: Smartphone meistgenutztes Online-Audio-Device und in deutlicher Führungsposition, gefolgt von Laptop und PC.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren in Berlin

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

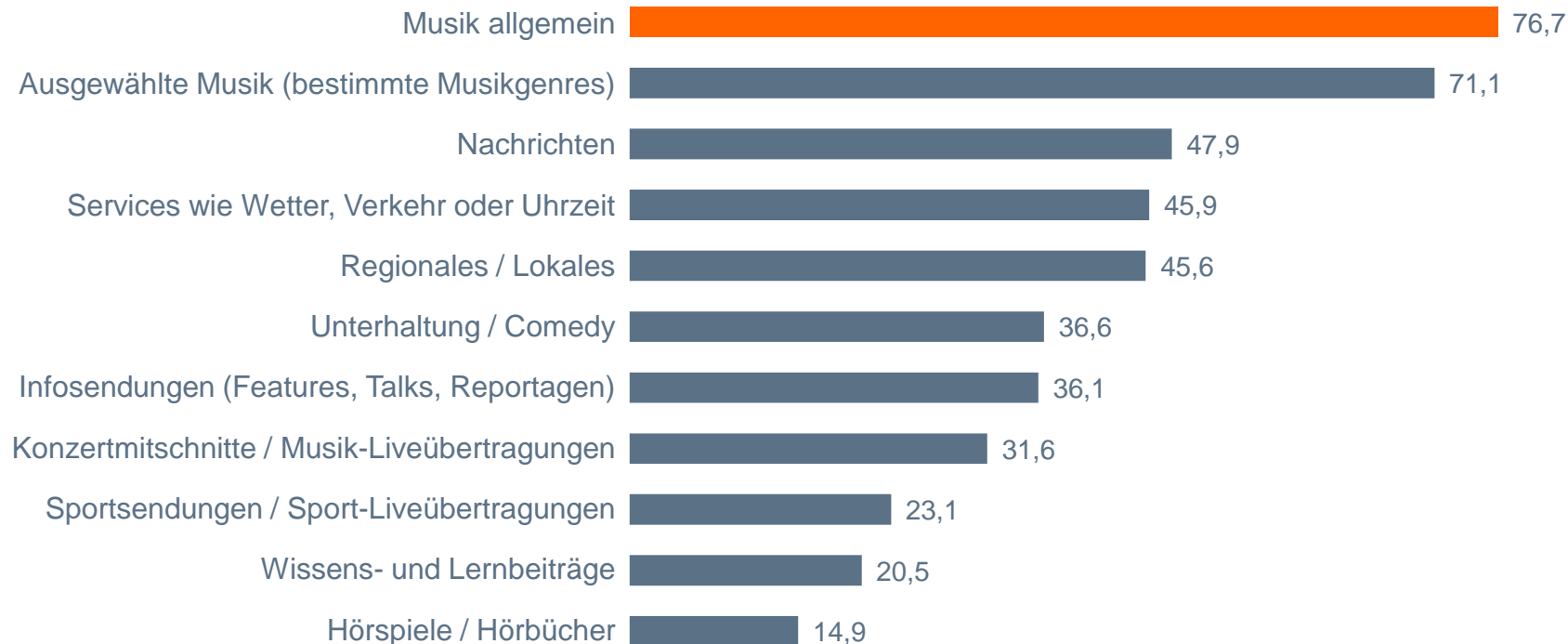


Frage: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis: 1.915 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=324)

Musik ist dominierendes Nutzungsmotiv, gefolgt von News, Services und regionalen / lokalen Infos. Etwas mehr als jeder dritte Online-Audio-Nutzer wählt Unterhaltung und Comedy.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren in Berlin

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt



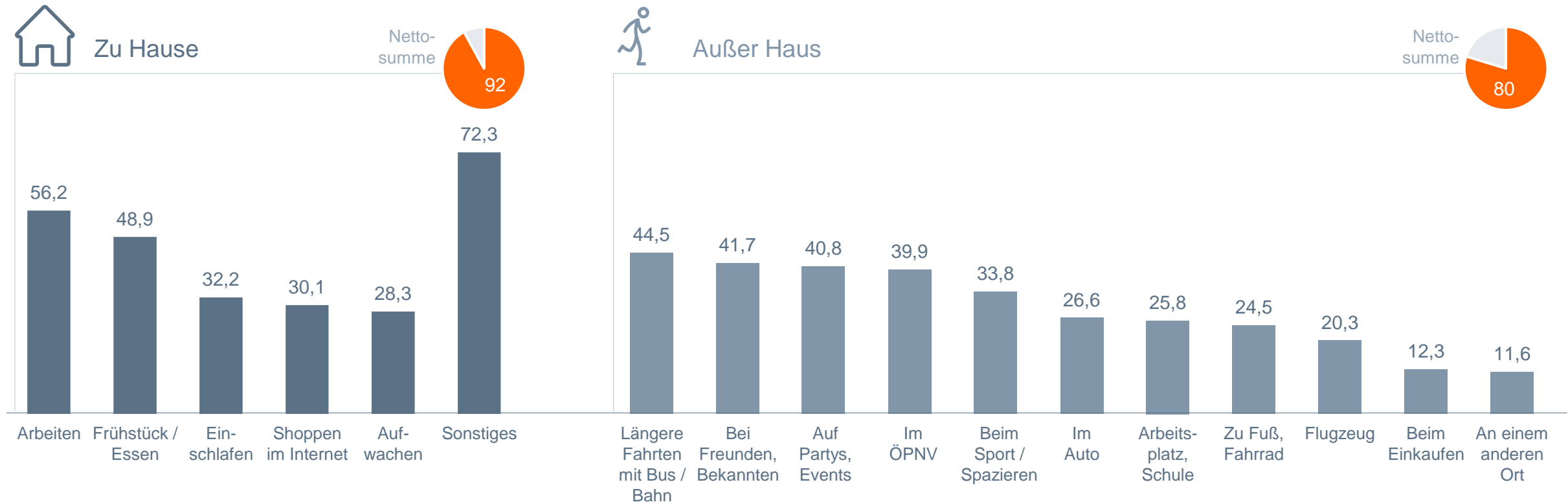
Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da...

Angaben in Prozent; Basis: 1.915 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=324)

Nahezu jeder Online-Audio-Nutzer hört zu Hause Audio-Inhalte aus dem Internet, die überwiegende Mehrheit tut dies aber auch unterwegs.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren in Berlin

Monatliche Nutzer: Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

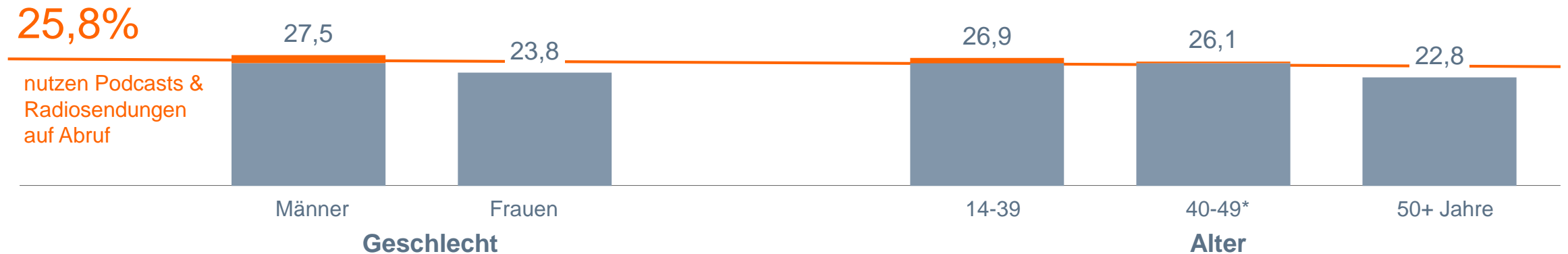


Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 1,537 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=271)

Unabhängig vom Alter hört etwa jeder vierte Online-Audio-Nutzer auch Podcasts.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren in Berlin

Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Anteil an Online-Audio-Nutzern gesamt



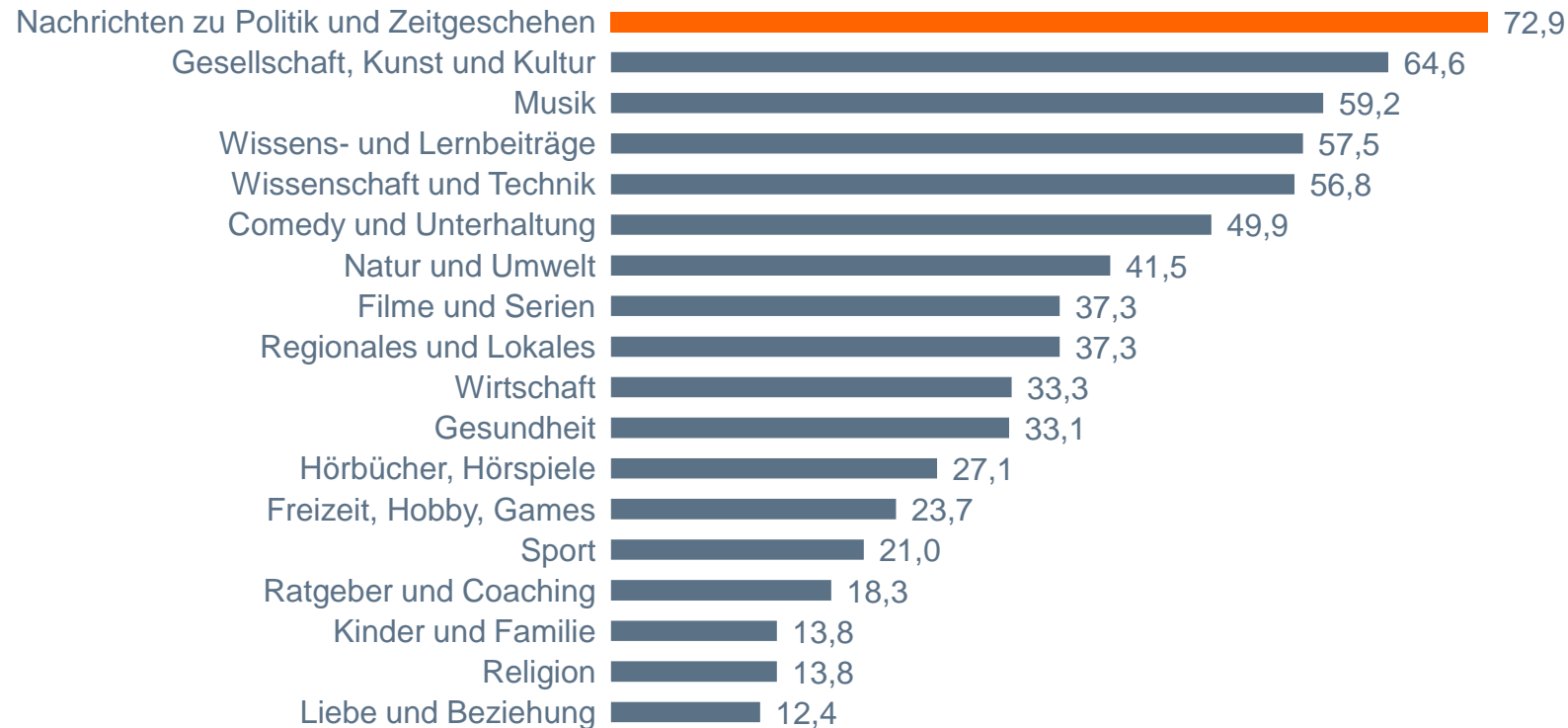
Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern?

Angaben in Prozent; Basis: 1,915 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=324); * **Achtung: Fallzahl < n=80!**

Bei Podcasts wird Musik von Nachrichten und Beiträgen zu Gesellschaft, Kunst & Kultur auf Rang 3 verdrängt. Viele Wortbeiträge und „schwere Kost“ auf den vorderen Podcast-Plätzen, Unterhaltung & Comedy erst auf Rangplatz 6.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen in Berlin

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Genutzte Inhalte

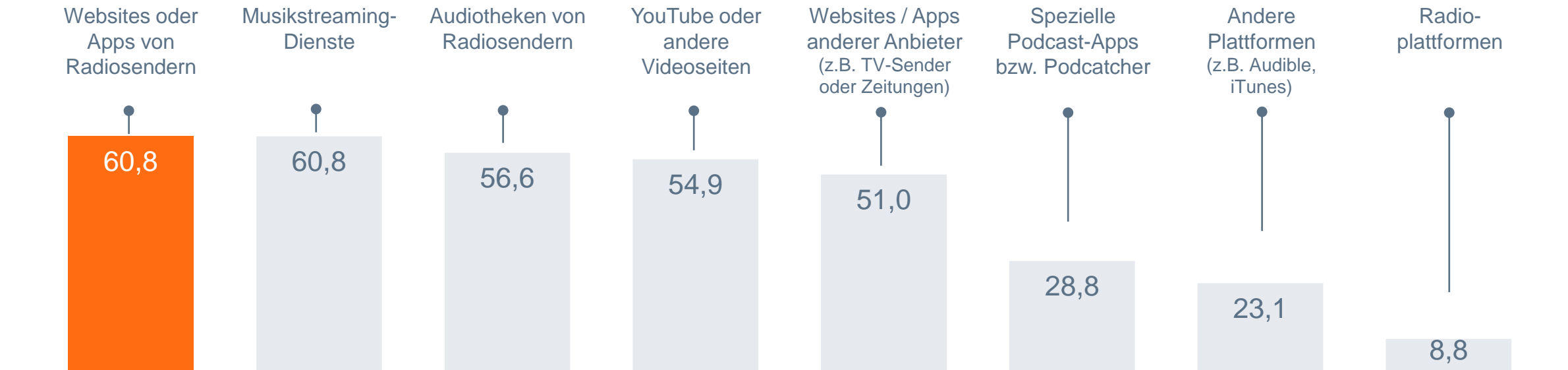


Frage: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 0,493 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=102)

Angebote von Radiosendern und Musikstreamingdienste sind die am häufigsten genutzten Plattformen für Podcasts. Mehr als jeder zweite Podcast-Nutzer greift auch über YouTube oder andere „Videoplattformen“ auf Podcasts zu.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen in Berlin

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

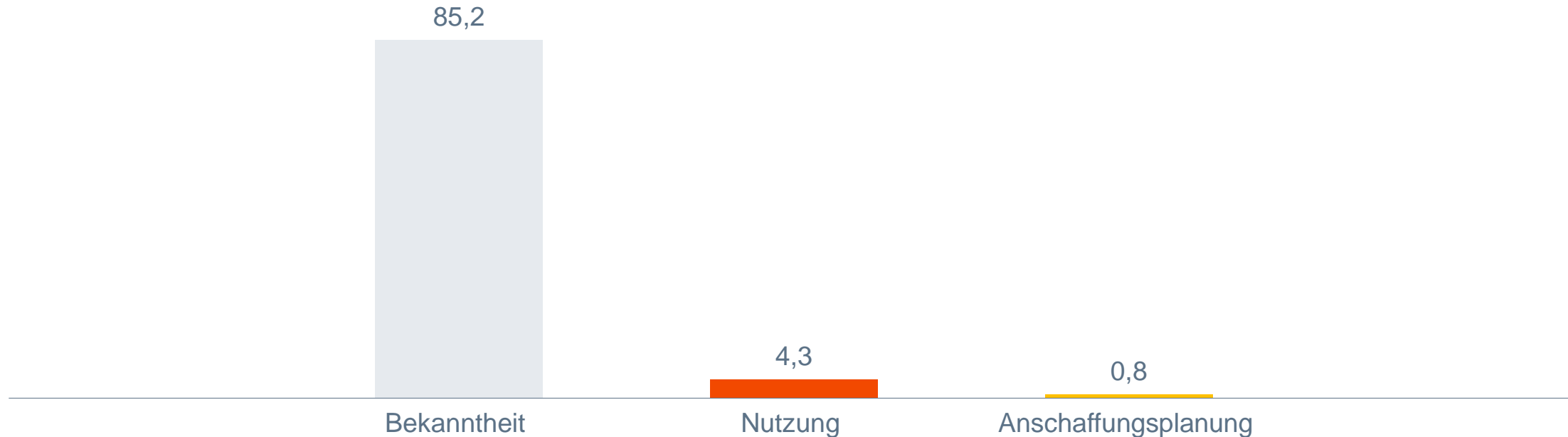


Frage: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...
Angaben in Prozent; Basis: 0,493 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=102)

Hohe Bekanntheit von Smart Speakern. Bisher haben aber erst ca. 4% der Online-Audio-Nutzer in Berlin Zugang zu mindestens einem Smart Speaker.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren
in **Berlin**

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Besitz und Anschaffungsplanung

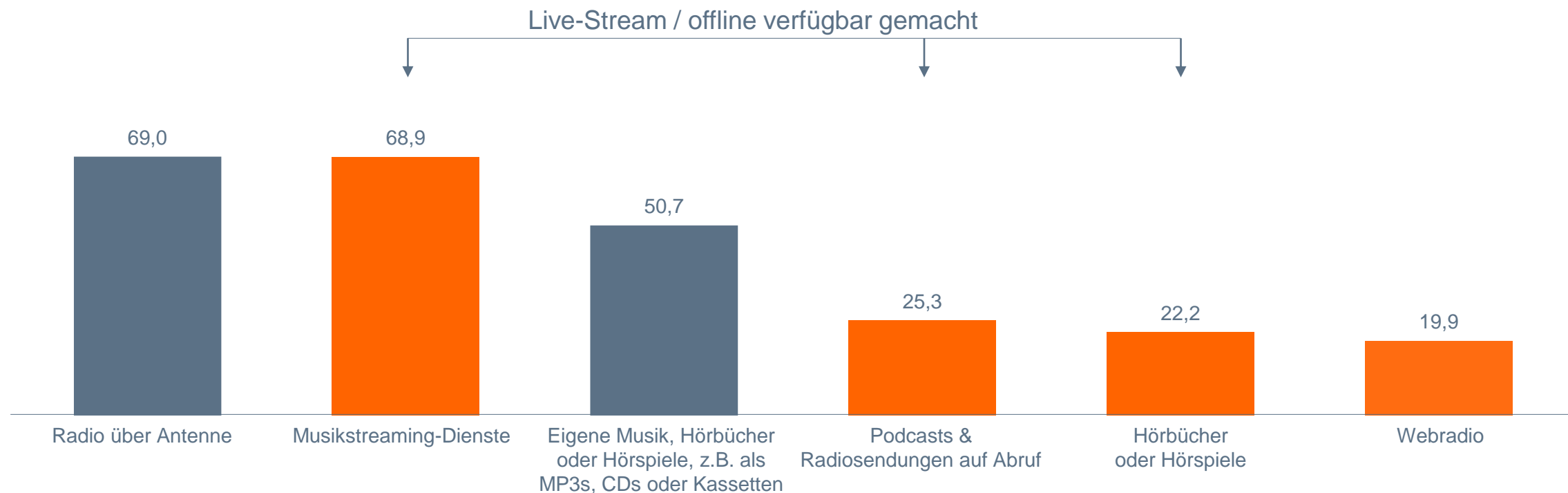


Frage: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung? - Ein digitaler, sprachgesteuerter Assistent wie z.B. Amazon Echo mit Alexa oder Google Home oder einen anderen intelligenten Lautsprecher
Angaben in Prozent; Basis: 1,915 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=324)

Musikstreaming im Auto auf der Überholspur. Mehr als zwei von drei, die Audio-Inhalte über oder aus dem Internet im Auto nutzen, hören Musikstreaming-Dienste.

Online-Audio-Nutzung im Auto: Genutzte Inhalte

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



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 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=81)

A man with a beard and short hair is wearing large white headphones. He is looking down at a smartphone in his hands while driving a car. The background shows the interior of the car and a window with a view of a building. The image has a light, desaturated color palette.

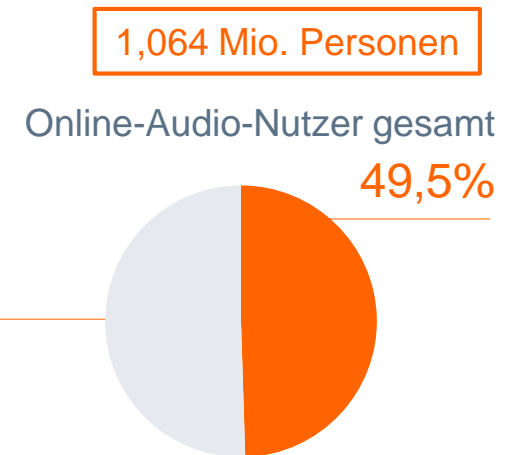
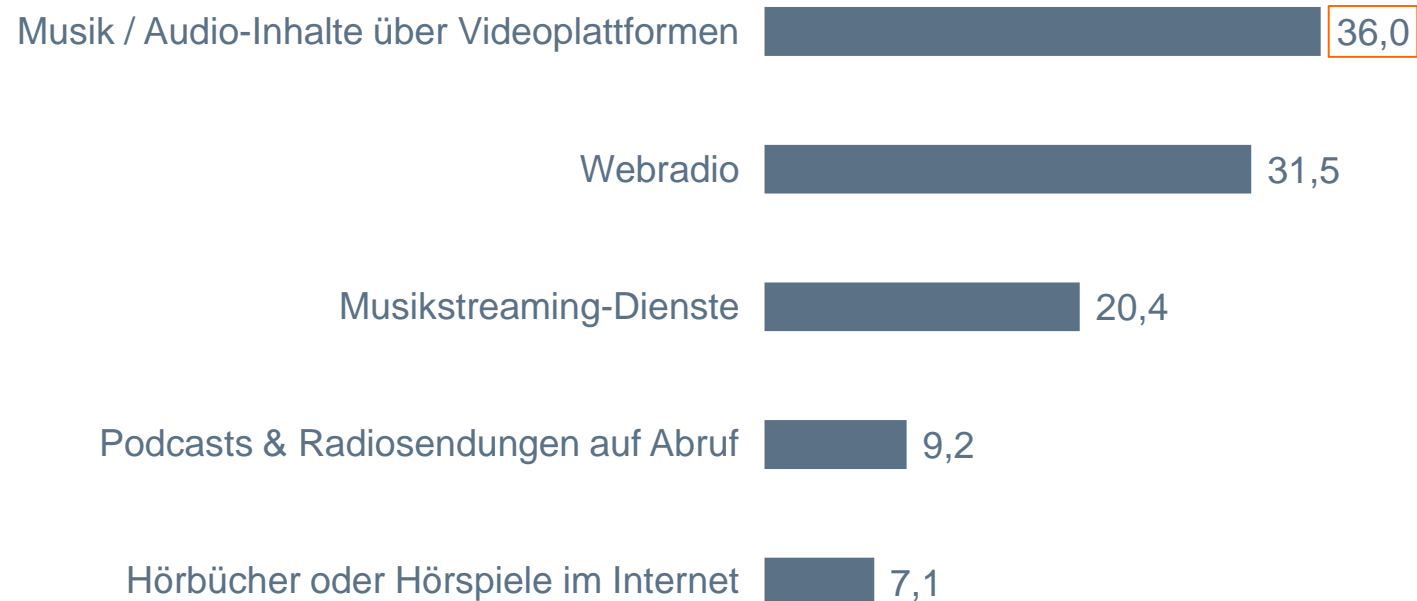
2

Länderergebnisse Brandenburg

Etwa die Hälfte der Bevölkerung nutzt in Brandenburg Online-Audio-Angebote. Das sind rund 1 Mio. Personen ab 14 Jahren. YouTube und andere „Videoplattformen“ vorne, gefolgt von Webradio und Musikstreaming-Diensten.

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

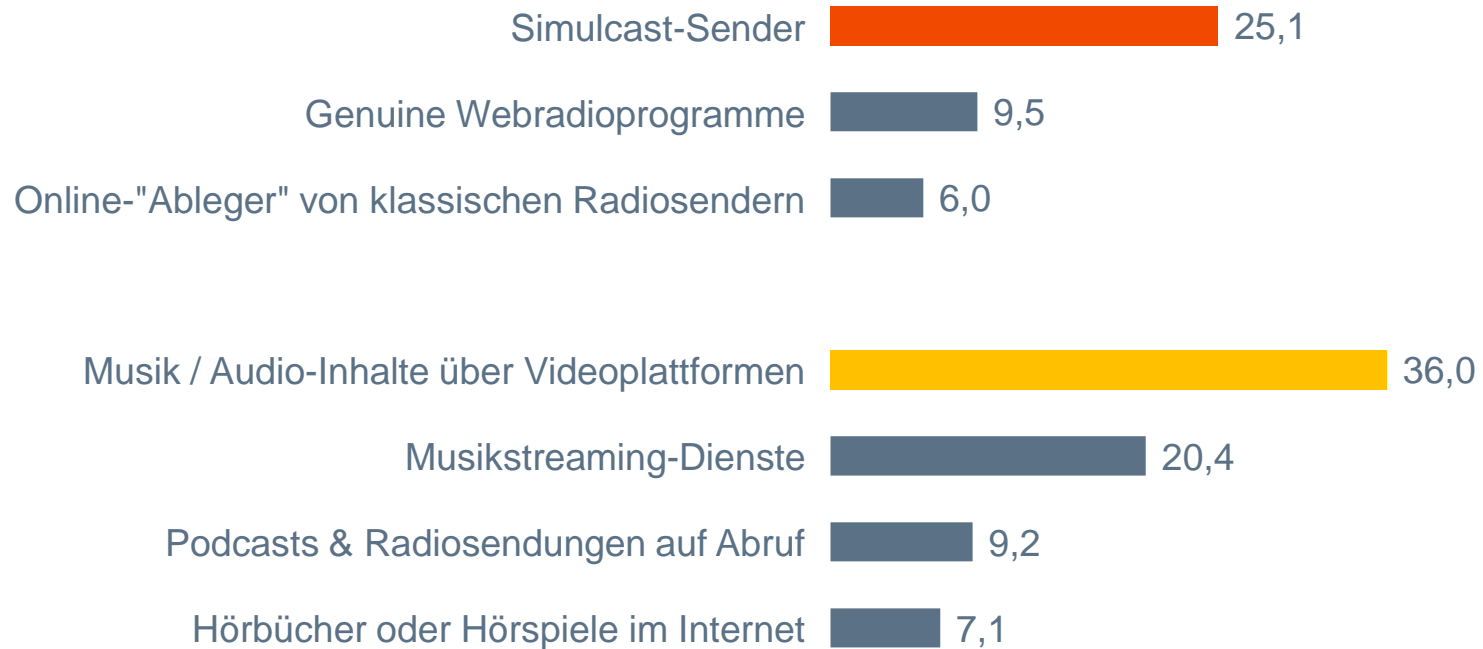
Nutzung Online-Audio-Angebote



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: 2,149 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

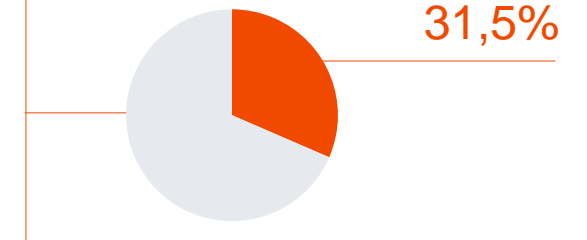
Jeder Vierte hört online „ganz normale“ Sender, Musikstreaming wird von jedem Fünften genutzt.

Nutzung Online-Audio-Angebote im Detail

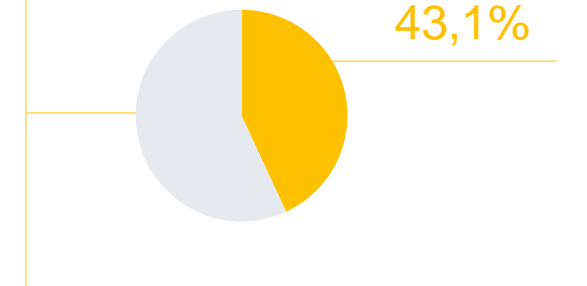


Basis: Personen ab 14 Jahre in **Brandenburg**

Webradio-Nutzer gesamt



On-Demand-Nutzer gesamt

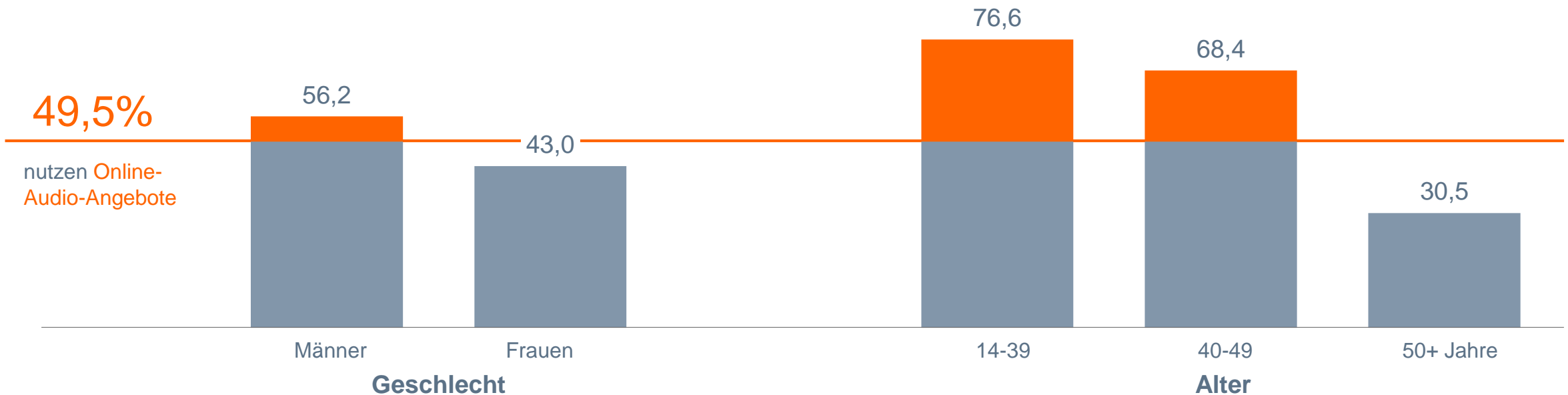


Frage: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie Radio über das Internet hören. Hören Sie da ... ?/ Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 2,149 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

Etwas mehr Männer und deutlich mehr Jüngere unter den Online-Audio-Nutzern.

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

Online-Audio-Nutzer nach Geschlecht und Alter



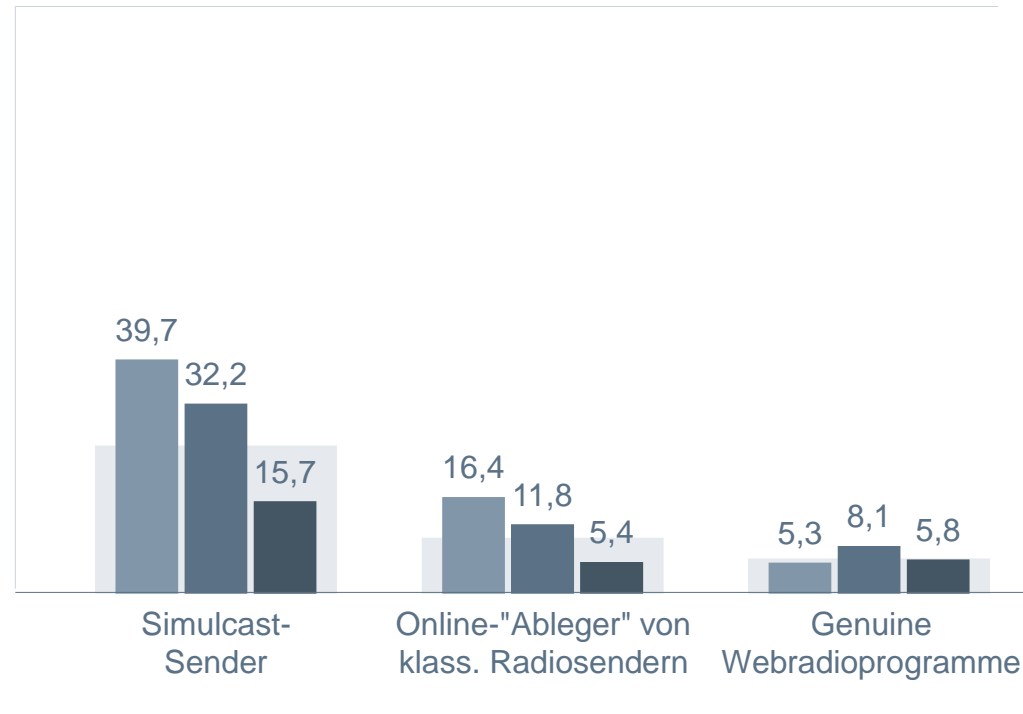
Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Radiosendungen oder andere Audio-Inhalte nutzen, die auf Webseiten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

Egal ob Webradio oder Audio-on-Demand: Unter 40-Jährige nutzen Online-Audio überdurchschnittlich, insbesondere „Videoplattformen“ und Musikstreaming-Dienste.

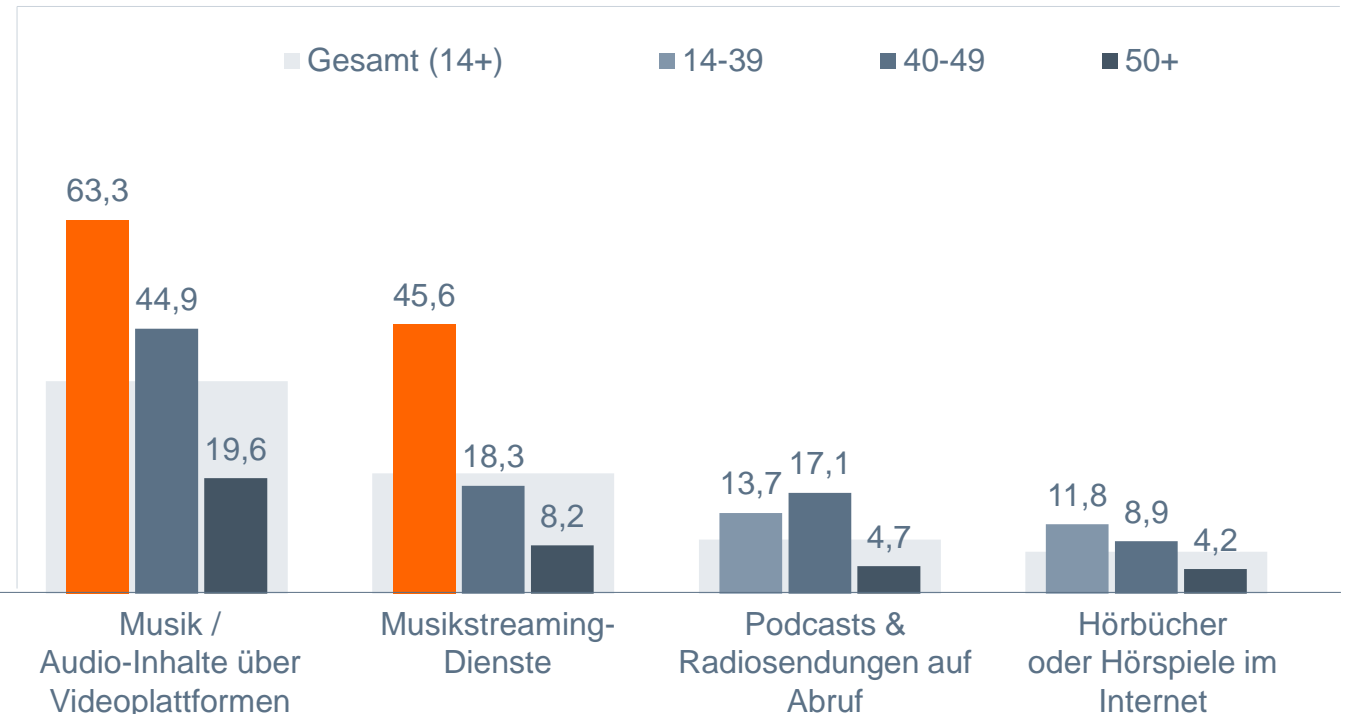
Basis: Personen ab 14 Jahre in **Brandenburg**

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

Webradio



Audio-on-Demand

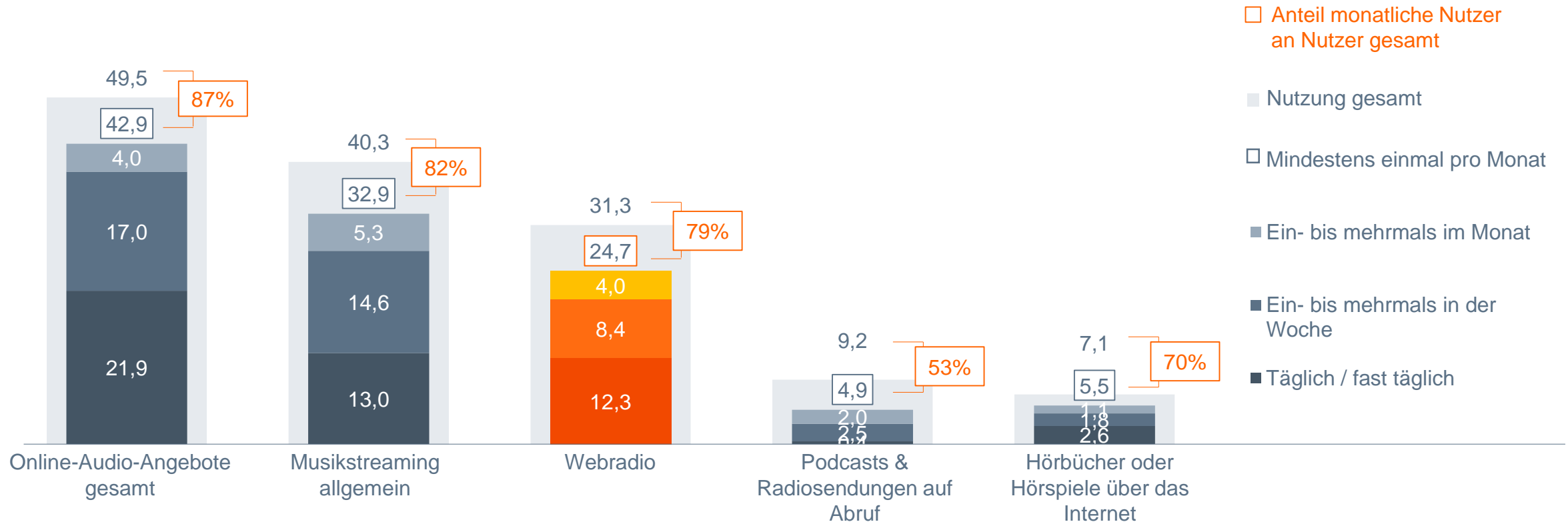


Frage: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 2,149 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

Etwas mehr als zwei von fünf hören Online-Audio-Inhalte mindestens einmal im Monat.
Musikstreaming vorne, gefolgt von Webradio.

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

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

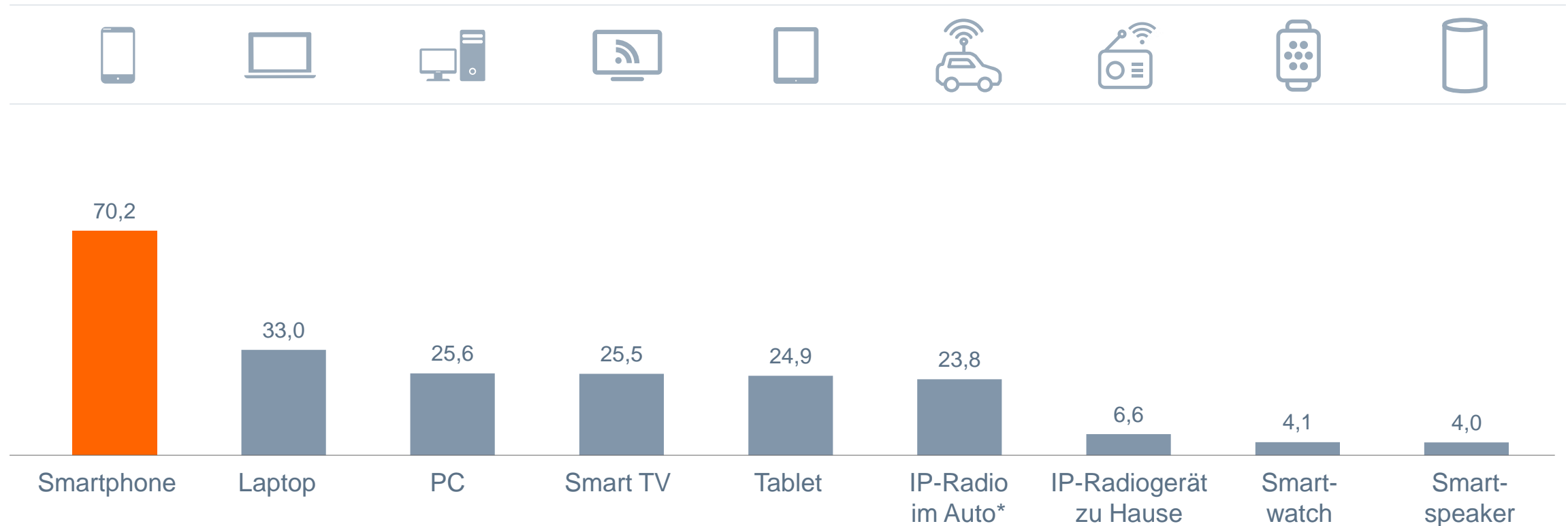


Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 2,149 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=500)

Breites Gerätespektrum: Smartphone meistgenutztes Online-Audio-Device und in deutlicher Führungsposition.

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

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

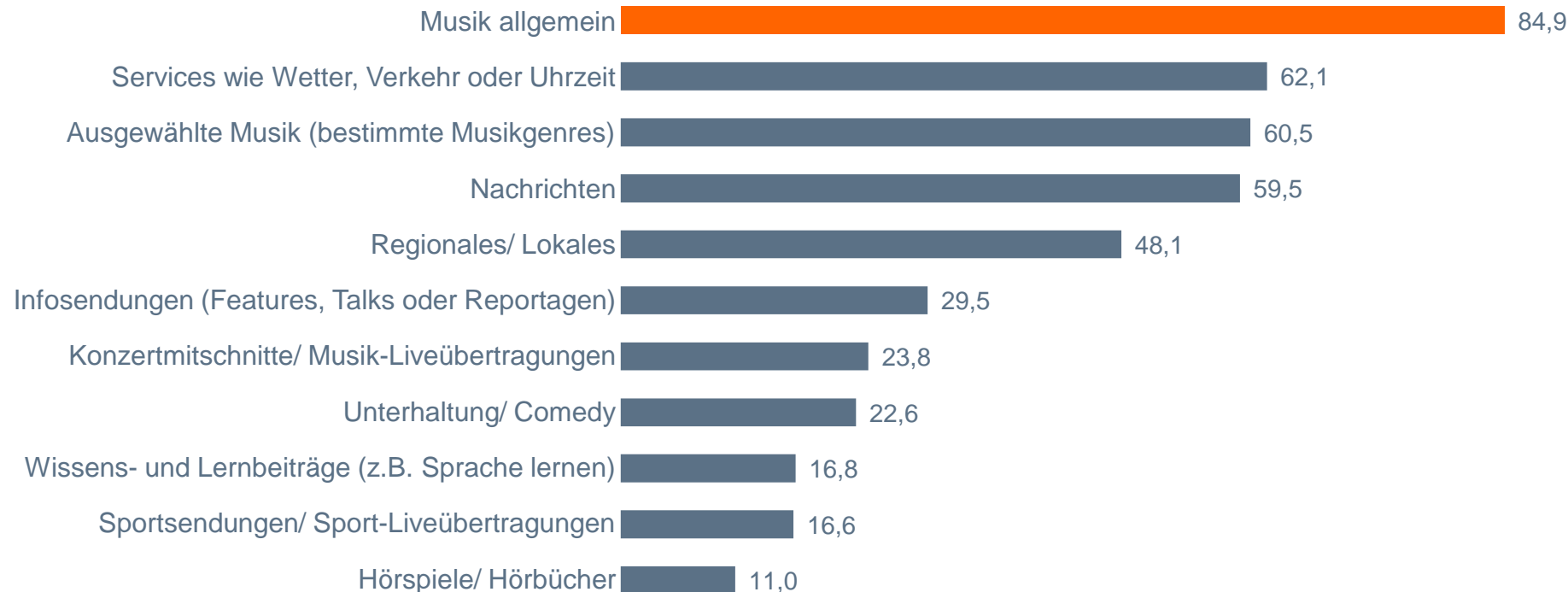


Frage: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis: 1,064 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n=250)

Musik ist dominierendes Nutzungsmotiv, gefolgt von Services und News. Fast jeder zweite Online-Audio-Nutzer in Brandenburg wählt Regionales und Lokales, regionale Inhalte damit in den Top 5.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren in Brandenburg

Genutzte Inhalte: Online-Audio-Angebote gesamt



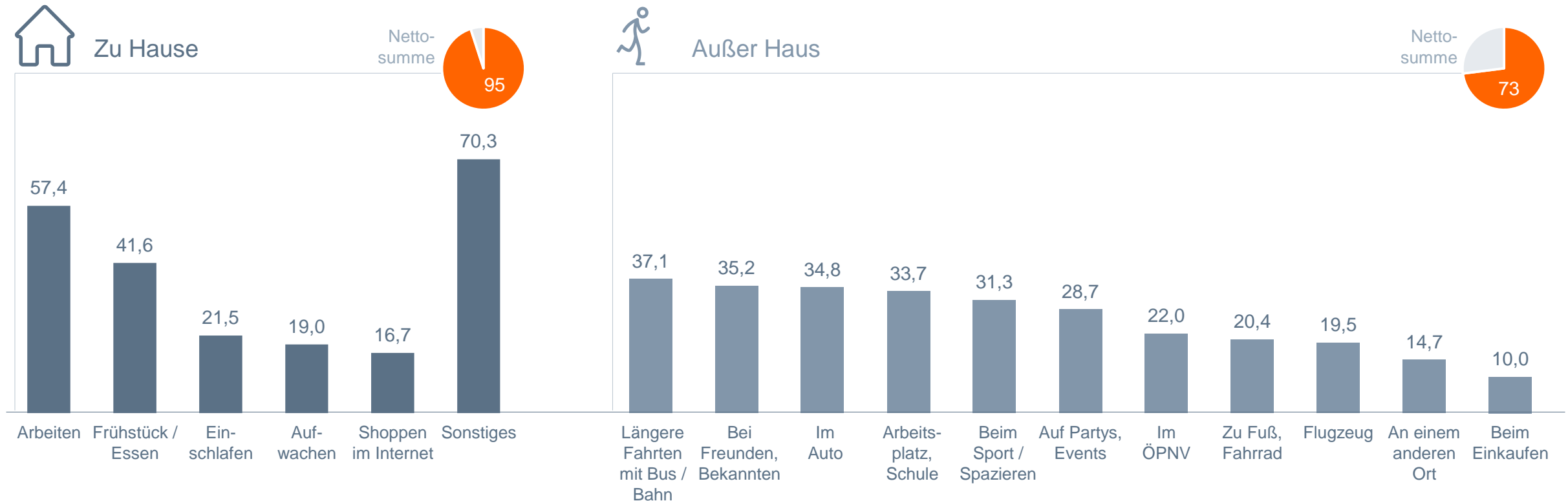
Frage: Sie hören ja Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann / „Ableger“ von bekannten „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann / Webradioprogramme, also Sender die es nur im Internet gibt / Audio-Angebote auf Abruf über das Internet. Was hören Sie da? Hören Sie da...

Angaben in Prozent; Basis: 1,064 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n=250)

Nahezu jeder Online-Audio-Nutzer hört zu Hause Audio-Inhalte aus dem Internet, fast drei von vier tun dies auch unterwegs.

Basis: Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahren in Brandenburg

Monatliche Nutzer: Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

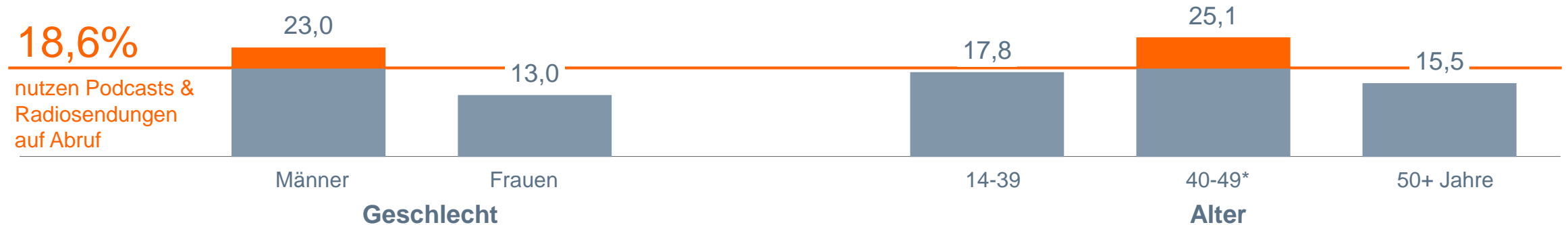


Frage: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 0,923 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=200)

Etwas weniger als jeder fünfte Online-Audio-Nutzer hört auch Podcasts.

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

Nutzung Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Anteil an Online-Audio-Nutzern gesamt



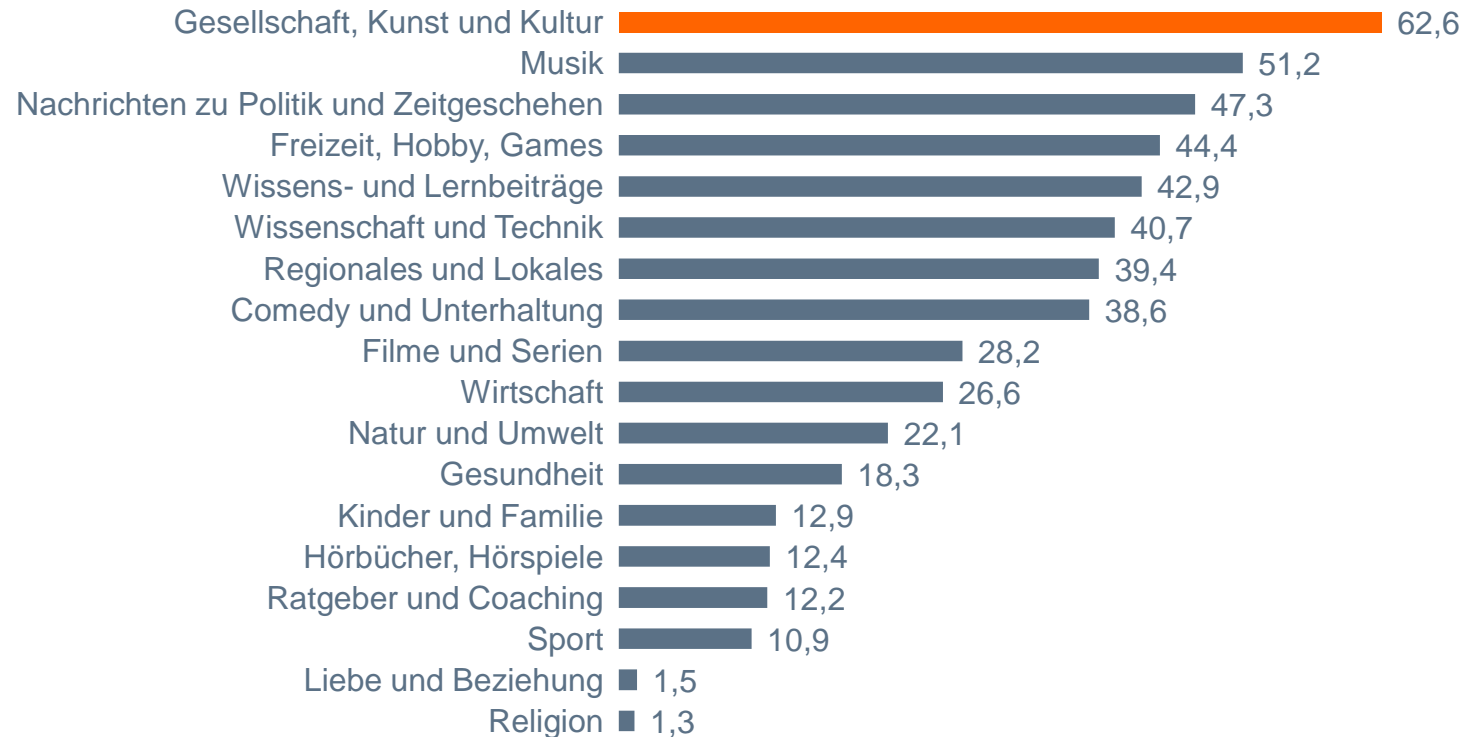
Frage: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts, Radiosendungen oder andere Audio-Beiträge zum Nachhören z.B. in Audiotheken, auf den Internetseiten von Radiosendern oder anderen Anbietern?

Angaben in Prozent; Basis: 1,064 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n=250); * **Achtung: Fallzahl < n=80!**

Führungswechsel bei Podcasts: Gesellschaft, Kunst und Kultur verdrängen Musik auf Rang 2, gefolgt von News. Freizeit & Hobby folgt auf Platz 4, Unterhaltung & Comedy auf Rangplatz 8.

Podcasts & Radiosendungen auf Abruf: Genutzte Inhalte

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen in **Brandenburg**



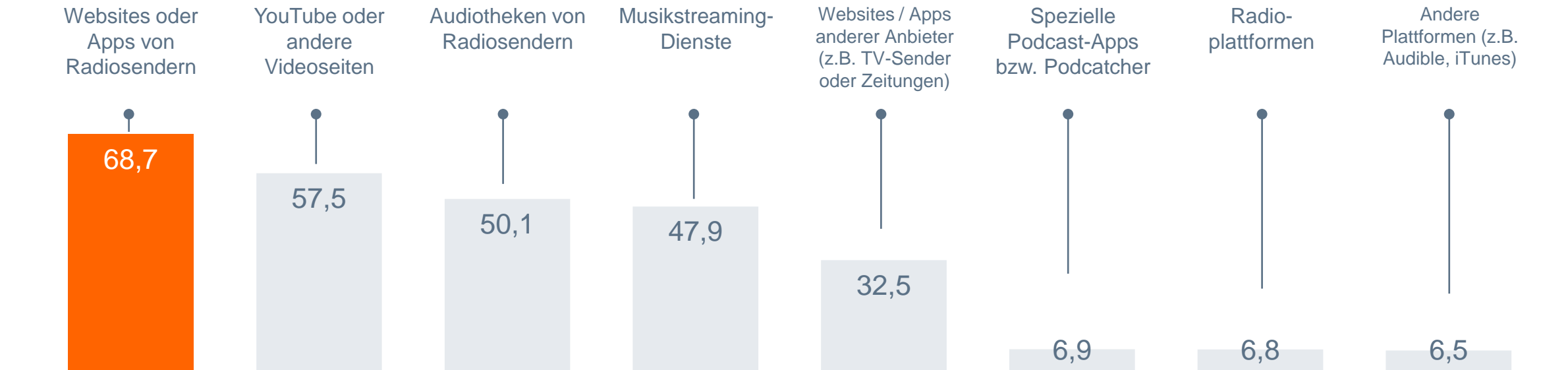
Frage: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?

Angaben in Prozent; Basis: 0,198 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf hören (n=59); **Achtung: Fallzahl < n=80!**

Angebote von Radiosendern sind die am häufigsten genutzten Plattformen für Podcasts, gefolgt von YouTube: Mehr als jeder zweite Podcast-Nutzer greift auch über diese oder andere Videoseiten auf Podcasts zu.

Basis: Online-Audio-Nutzer, die Podcasts & Radiosendungen auf Abruf nutzen in **Brandenburg**

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen auf Abruf

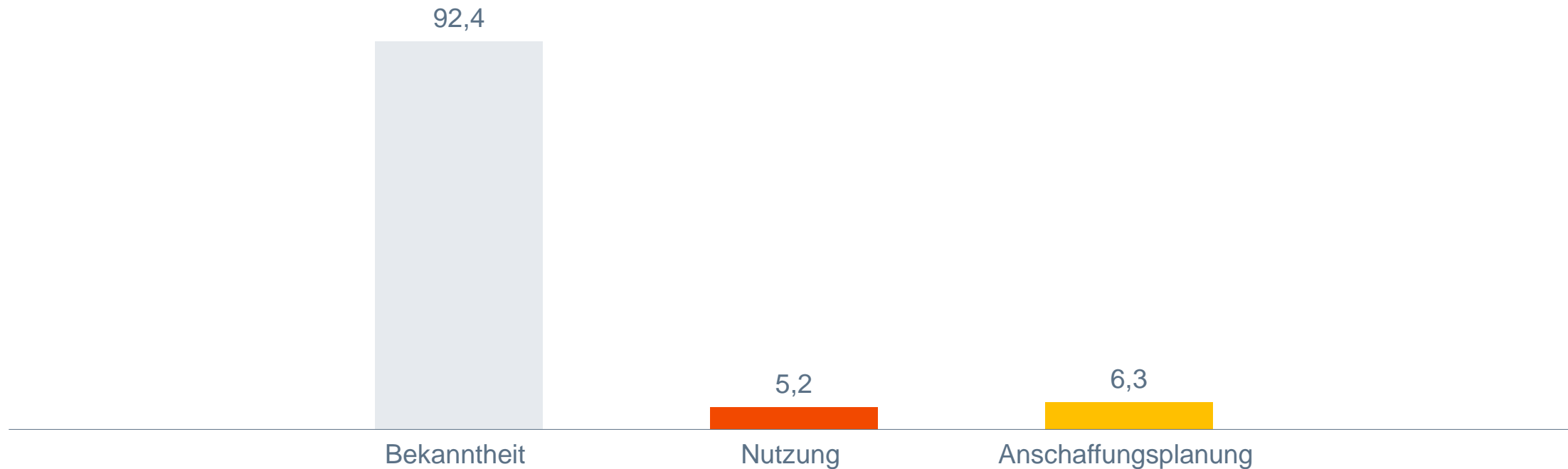


Frage: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...
Angaben in Prozent; Basis: 0,198 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf hören (n=59); **Achtung: Fallzahl < n=80!**

Rund 5% der Online-Audio-Nutzer in Brandenburg haben bereits Zugang zu mindestens einem Smart Speaker. Bekanntheit bei über 90%.

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

Sprachgesteuerte Assistenten / Smart Speaker: Besitz und Anschaffungsplanung

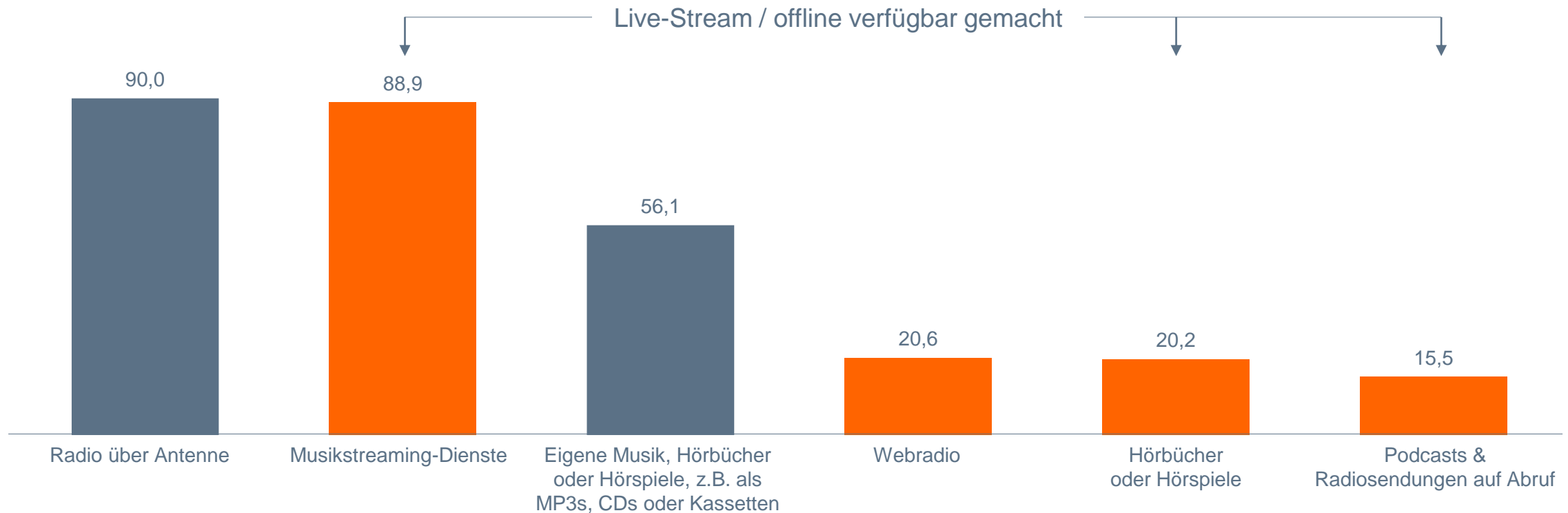


Frage: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung? - Ein digitaler, sprachgesteuerter Assistent wie z.B. Amazon Echo mit Alexa oder Google Home oder einen anderen intelligenten Lautsprecher
Angaben in Prozent; Basis: 1,064 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n=250)

Nahezu neun von zehn, die Audio-Inhalte über oder aus dem Internet im Auto nutzen, hören Musikstreaming-Dienste.

Online-Audio-Nutzung im Auto: Genutzte Inhalte

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



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 Mio. monatliche Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Angebote im Auto nutzen (n=59) / **Achtung: Fallzahl < n=80!**

A man with a beard and short hair is wearing large white headphones. He is looking down at a smartphone in his hands, which he is holding while driving a car. The background shows the interior of the car with a window and a metal railing. The overall image has a light, slightly desaturated tone.

3

Methodische Hinweise

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2018

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 nun 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 hinzugekommen.
Institut:	Kantar TNS
Methode:	Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,219 Mio. Haushalten
Stichprobe / Zielperson:	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2018

Stichprobengröße Basisstichprobe:	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.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 1.850 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.
Erhebungszeitraum:	02.05. – 21.06.2018
Zentrale Untersuchungsinhalte:	<p>Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalte: Webradio vs. Audio-on-Demand, detailliert nach:</p> <ul style="list-style-type: none">• Plattformen• Genutzte Geräte• Genutzte Inhalte <p>Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungsort / -situationen mit Fokus Audio-Nutzung im Auto</p> <p>Nutzungsfrequenz und –intensität (Anteil Online-Audio-Nutzung an Audio-Nutzung gesamt)</p> <p>Schwerpunkthemen der Erhebung 2018 waren:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nutzung von Podcasts bzw. Radiosendungen oder andere Beiträge zum Nachhören• Digitale Sprachassistenten / Smart Speaker

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2018

Realisierte Interviews 2018	Anzahl
Baden-Württemberg	700
Bayern	750
Berlin	500
Brandenburg	500
Bremen	500
Hamburg	500
Hessen	500
Mecklenburg-Vorpommern	200
Niedersachsen	550
Nordrhein-Westfalen	950
Rheinland-Pfalz	300
Saarland	200
Sachsen	500
Sachsen-Anhalt	500
Schleswig-Holstein	500
Thüringen	200
Summe	7.850

