ONLINE-AUDIO-MONITOR 2022

Länderbericht Berlin und Brandenburg

Oktober 2022

mabb_ rbb

mindline media

Online-Audio-Monitor 2022 – bundesweite Basisstudie

Der Online-Audio-Monitor untersucht bevölkerungsrepräsentativ die Online-Audio-Nutzung der ab 14-Jährigen in Deutschland. Insgesamt wurden 8.756 CATI- und CAWI-Interviews durchgeführt. Die CATI-Stichprobe setzt sich zusammen aus Festnetz- und Mobilfunknummern im Verhältnis 58:42.

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).

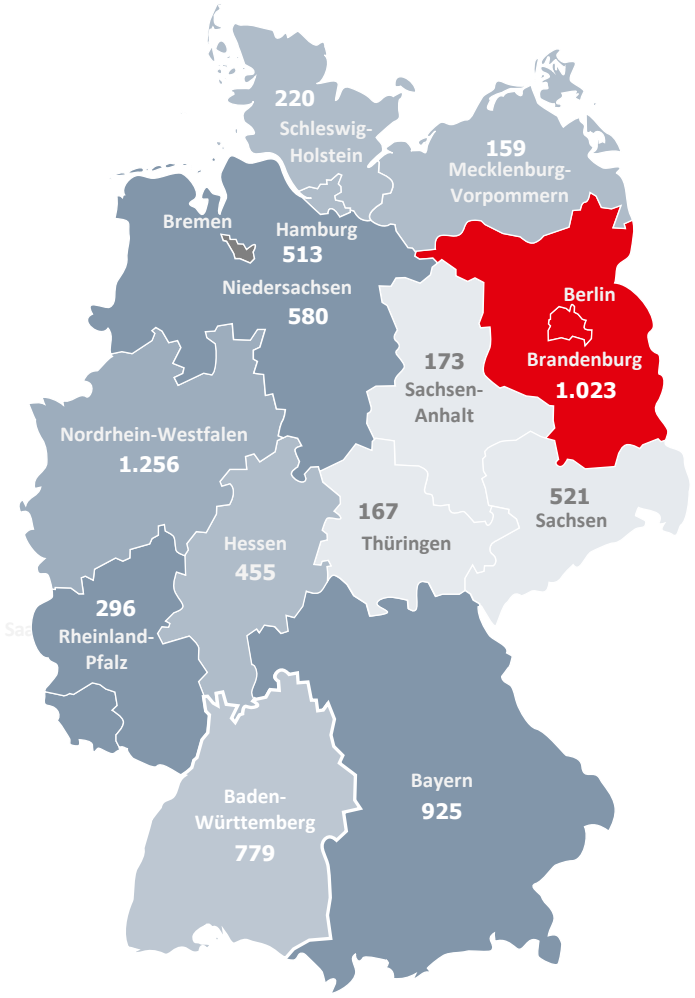
Durchgeführt wurde die Studie von mindline media.

Regionale Aufstockung & Länderbericht Berlin und Brandenburg

In Ergänzung der nationalen Basisstichprobe des Online-Audio-Monitors 2022 wurden u.a. in den Bundesländern Berlin und Brandenburg zusätzliche Interviews realisiert. Die regionale Aufstockung wurde von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg und dem Rundfunk Berlin-Brandenburg in Auftrag gegeben.

mabb_ rbb

Für Berlin steht eine repräsentative Bevölkerungsstich-probe von **n = 1.001** Befragten und für Brandenburg eine repräsentative Bevölkerungsstichprobe von **n = 1.023** Befragten zur Verfügung. Auf dieser Grundlage wurde von mindline media der Länderbericht erstellt.



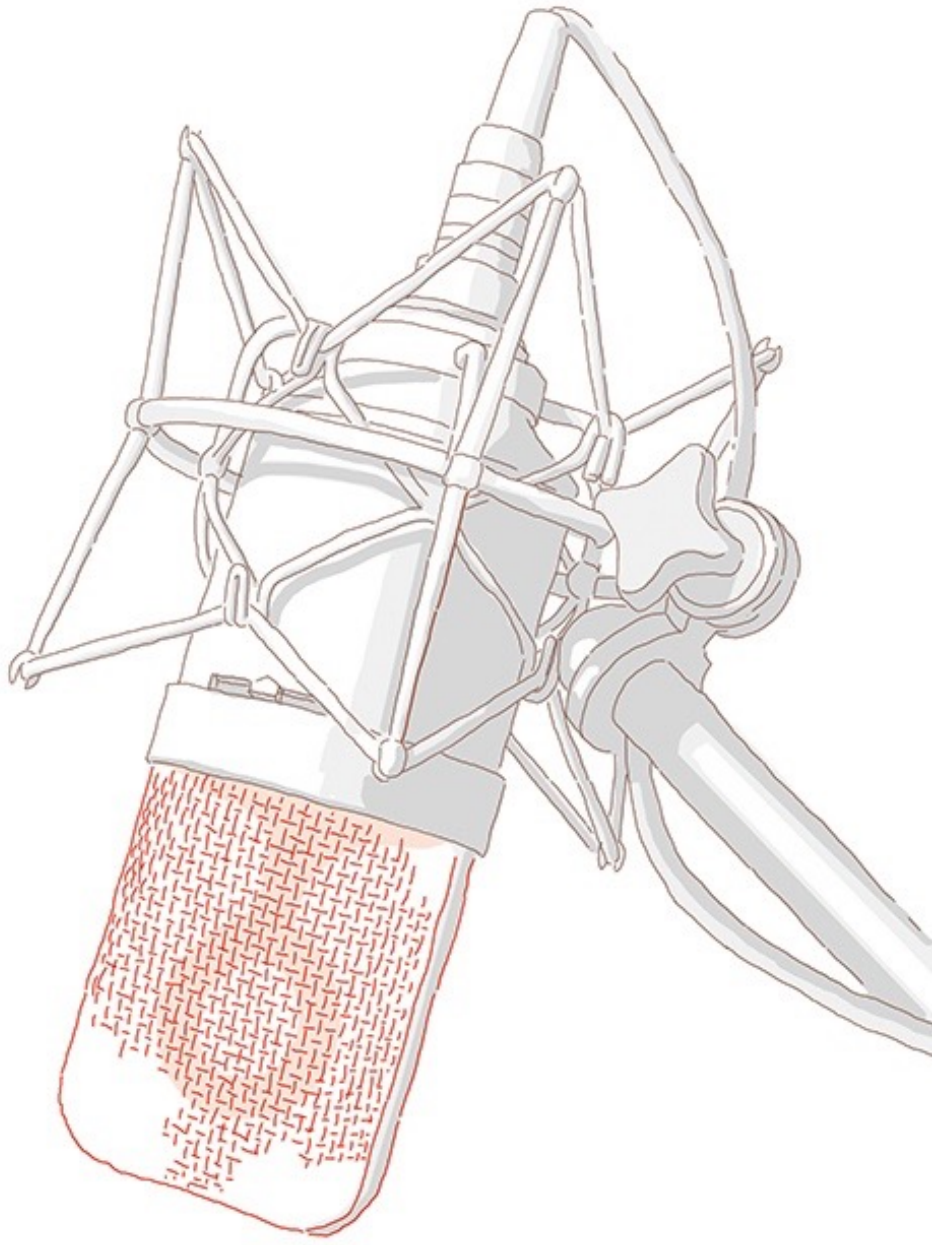
Inhalt

1. Länderergebnisse Berlin

2. Länderergebnisse Brandenburg

3. Methodische Hinweise

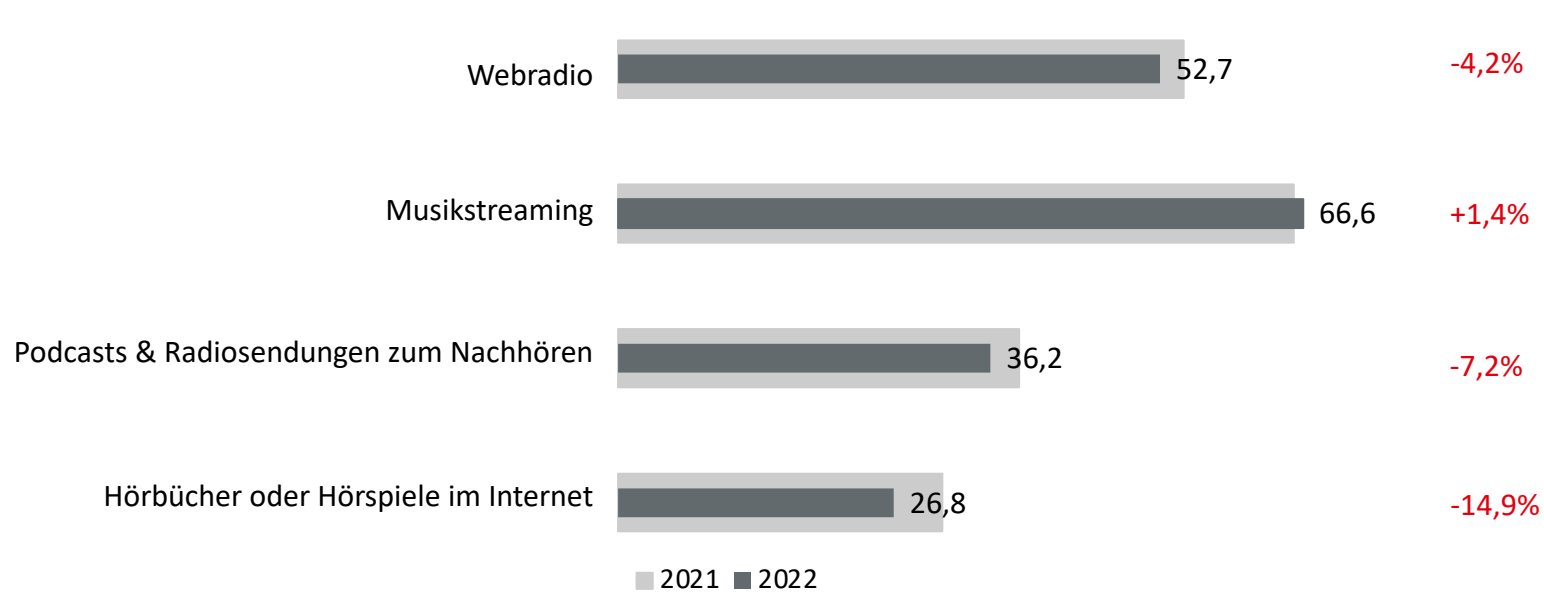
1. LÄNDERERGEBNISSE BERLIN

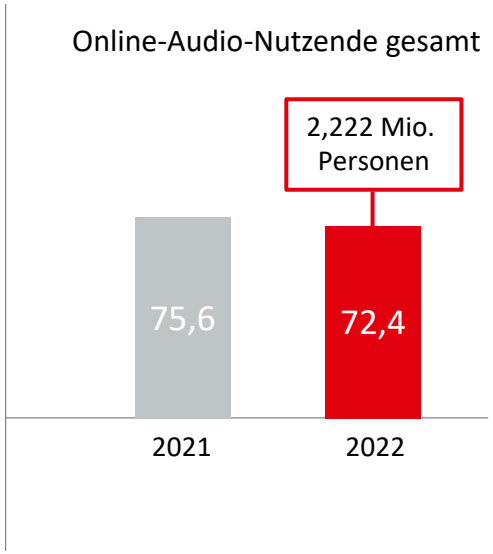


Nutzung Online-Audio-Angebote: 2022 vs. 2021

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

Die Nutzung von Online-Audio-Angeboten in Berlin bleibt auf hohem Niveau, wenn auch unterhalb des Vorjahreswertes. Hörbücher/-spiele verlieren im Vergleich zum letzten (Lockdown-) Jahr am meisten.





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 unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, 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 2021 / 2022: 3,066 Mio. / 3,069 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n= 1.012 / 1.001)

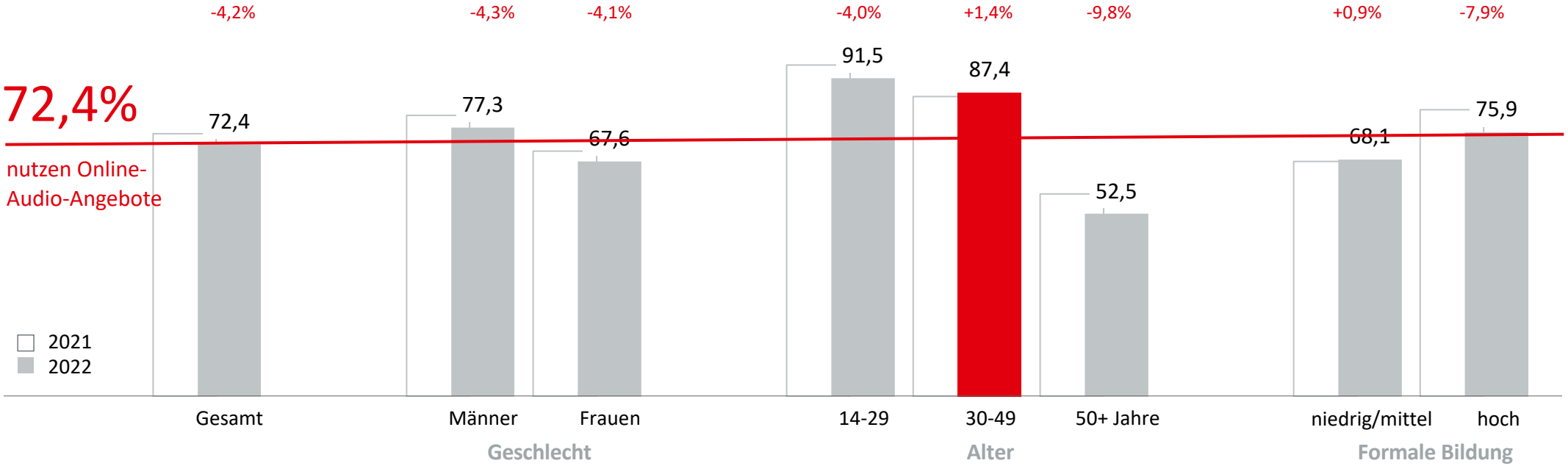
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

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

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

Die Rückgänge betreffen alle demografischen Gruppen bis auf die 30- bis 49-jährigen und formal niedrig bis mittel gebildeten Berliner:innen.



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 unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? | Basis 2021 / 2022: 3,066 Mio. / 3,069 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n= 1.012 / 1.001)

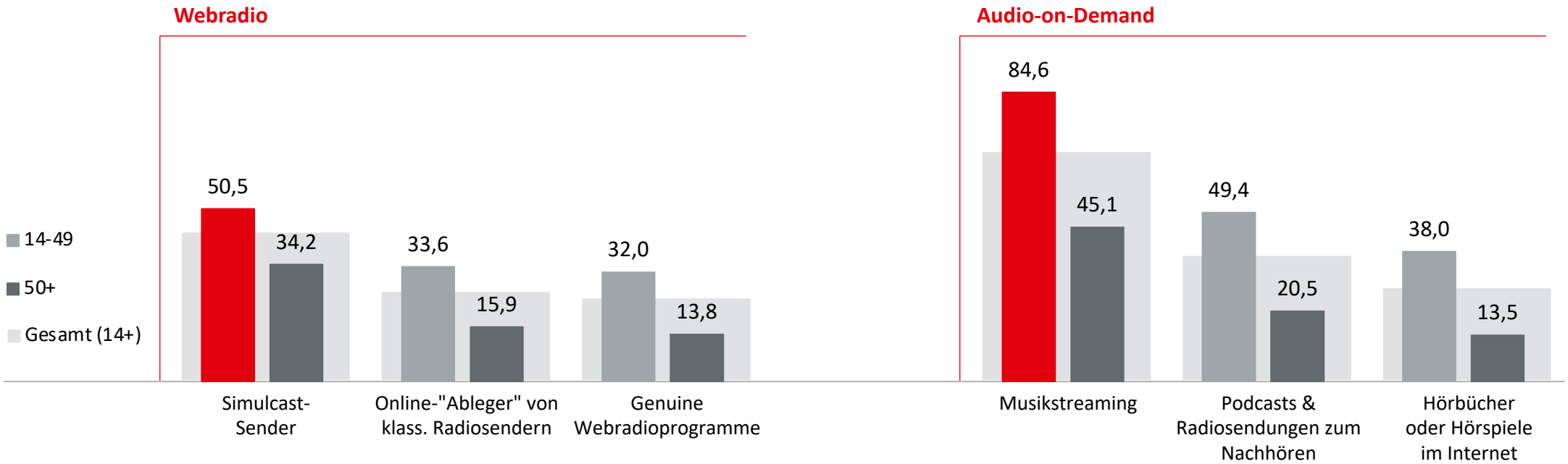
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

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

Alle Webradio- und on-Demand-Angebote werden von Personen unter 50 Jahren häufiger genutzt, allen voran Musikstreaming.



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis: 3,069 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=1.001)

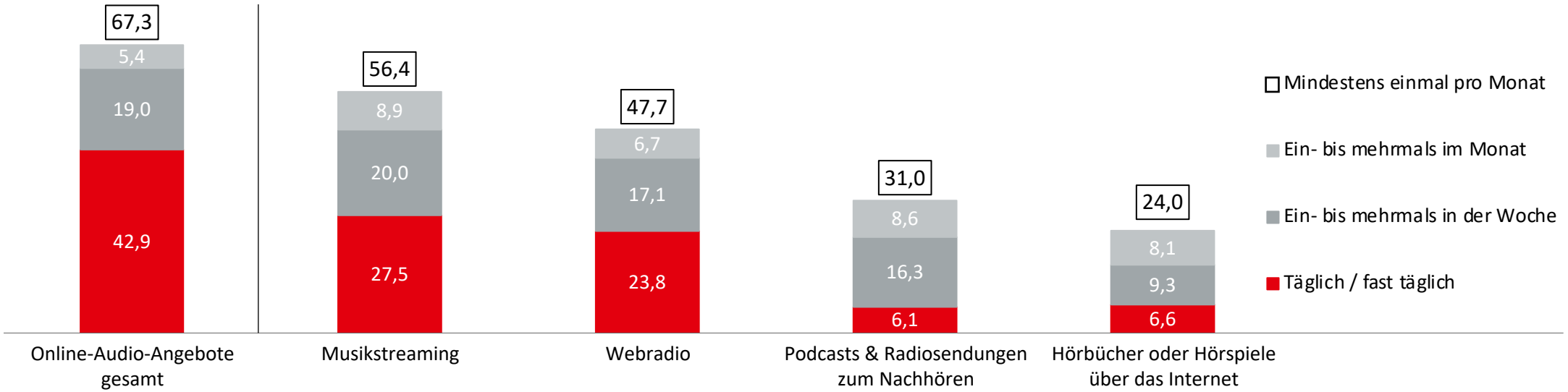
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Regelmäßige Nutzung Online-Audio-Angebote

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

Zwei Drittel der Berliner:innen nutzen Online-Audio monatlich, der überwiegende Teil täglich. Musikstreaming und Webradio haben die meisten regelmäßigen Nutzer:innen.



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 3,069 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=1.001)

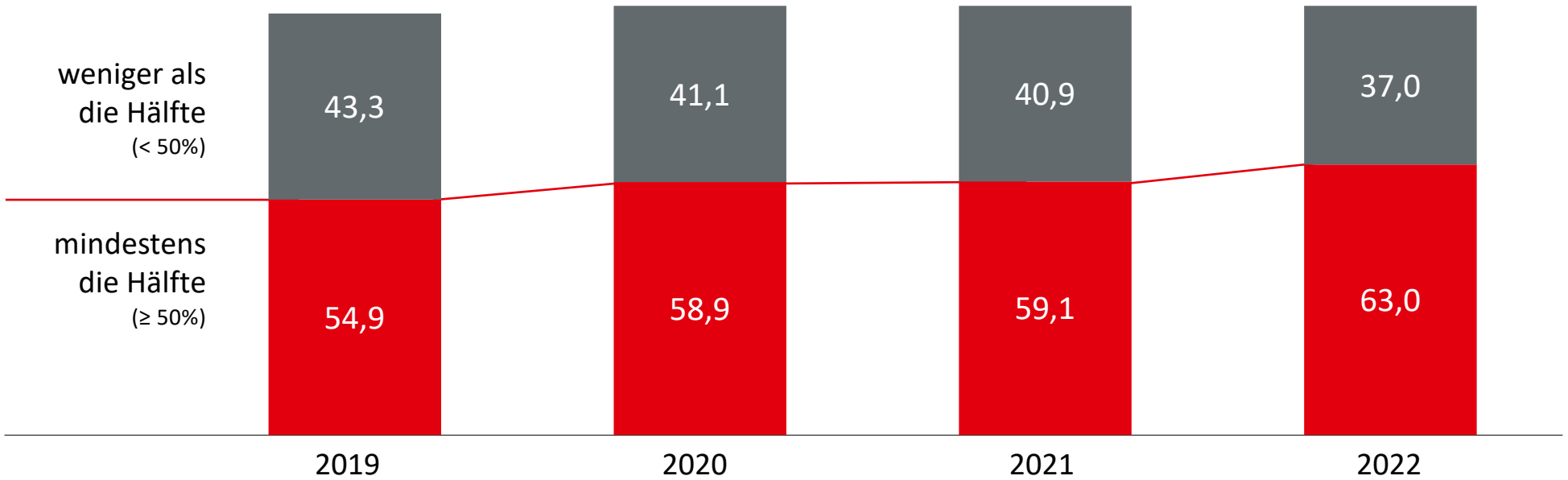
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt im Trend

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in **Berlin**

Immer mehr Online-Audio-Nutzer:innen verbringen mindestens die Hälfte ihrer gesamten „Audio-Zeit“ webbasiert.



Frage 21: Wenn Sie Ihre derzeitige Radio- und Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung findet über das Internet statt? | Angaben in Prozent, bereinigt um weiß nicht; Basis 2022: 2,041 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Berlin (n=645)

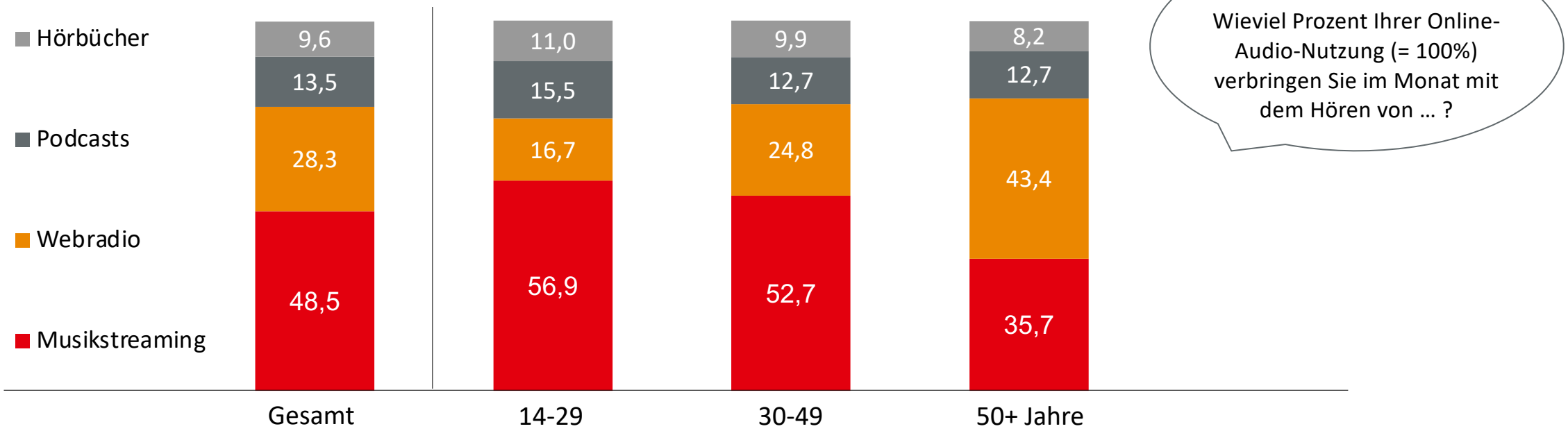
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Anteil der Online-Audio-Formate an Online-Audio gesamt (Selbsteinschätzung der Befragten; Mittelwerte)

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

Musikstreaming und Webradio dominieren die Online-Audio-Nutzung (bei U50 vor allem ersteres, bei Ü50 letzteres).



Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Webradio, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von …? | Angaben in Prozent, bereinigt um weiß nicht; Basis: 1,919 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=598)

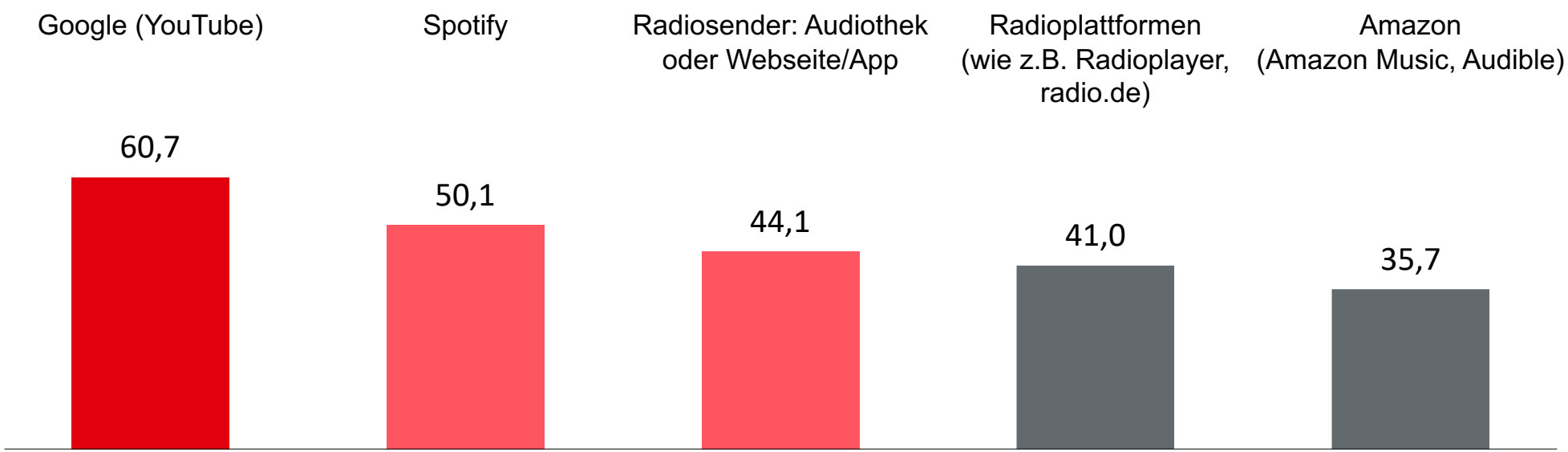
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

TOP 5 Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote

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

Online-Audio-Inhalte werden am häufigsten bei Google/YouTube abgerufen, gefolgt von Spotify und Audiotheken bzw. Websites oder Apps von Radiosendern.



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 bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über… | Angaben in Prozent; Basis: 1,919 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=598)

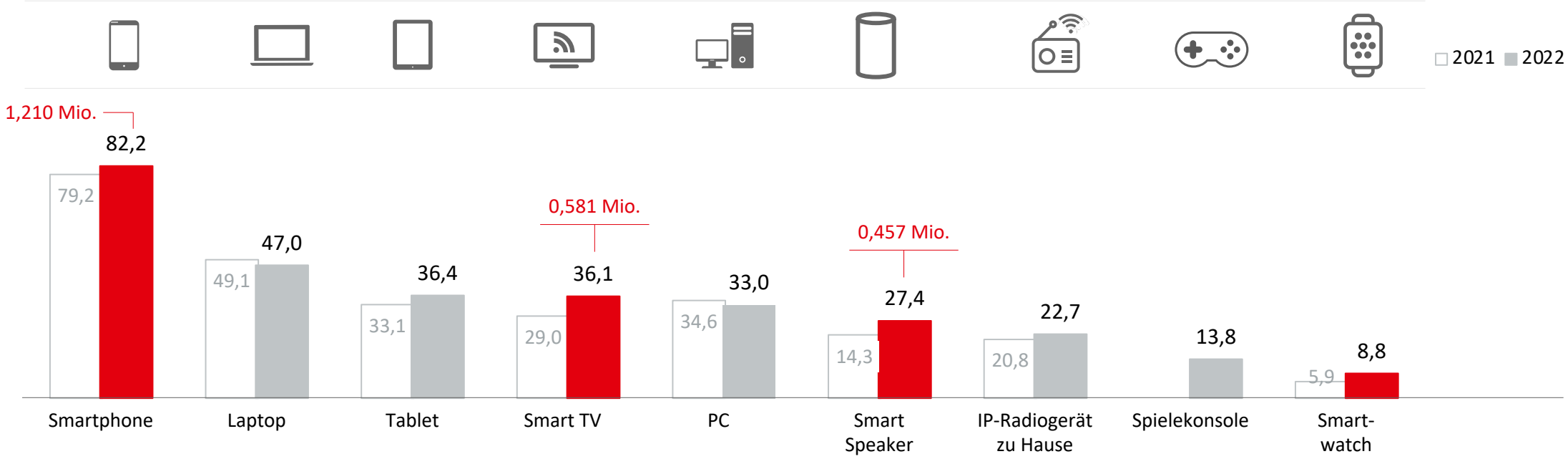
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in **Berlin**

Das Smartphone bleibt das Gerät Nr. 1 zur Online-Audio-Nutzung in Berlin. Die Nutzung über Smart Speaker und Smart TVs nimmt sichtbar zu.



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 2021 / 2022: 2,318 / 2,222 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n= 736 / 695)

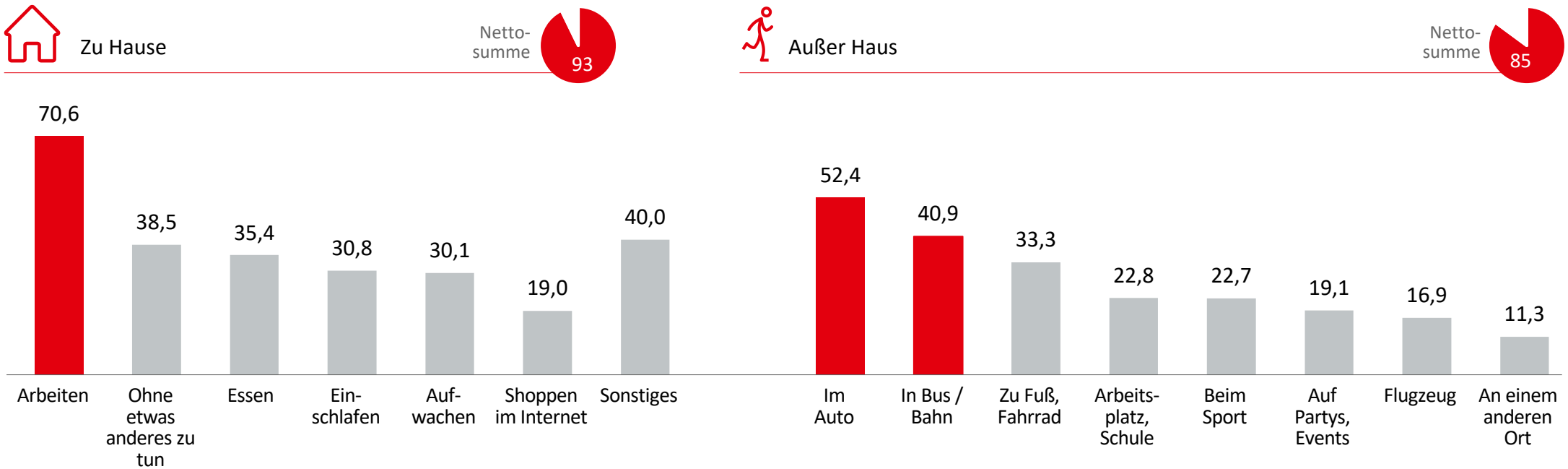
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

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

Nahezu jeder regelmäßige Nutzende hört Online-Audio zu Hause, am liebsten bei der (Haus-) Arbeit. 85% hören Online-Audio-Inhalte auch unterwegs, am häufigsten im Auto oder in Bus und Bahn.



Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. | Angaben in Prozent; Basis: 2,066 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Berlin, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=639)

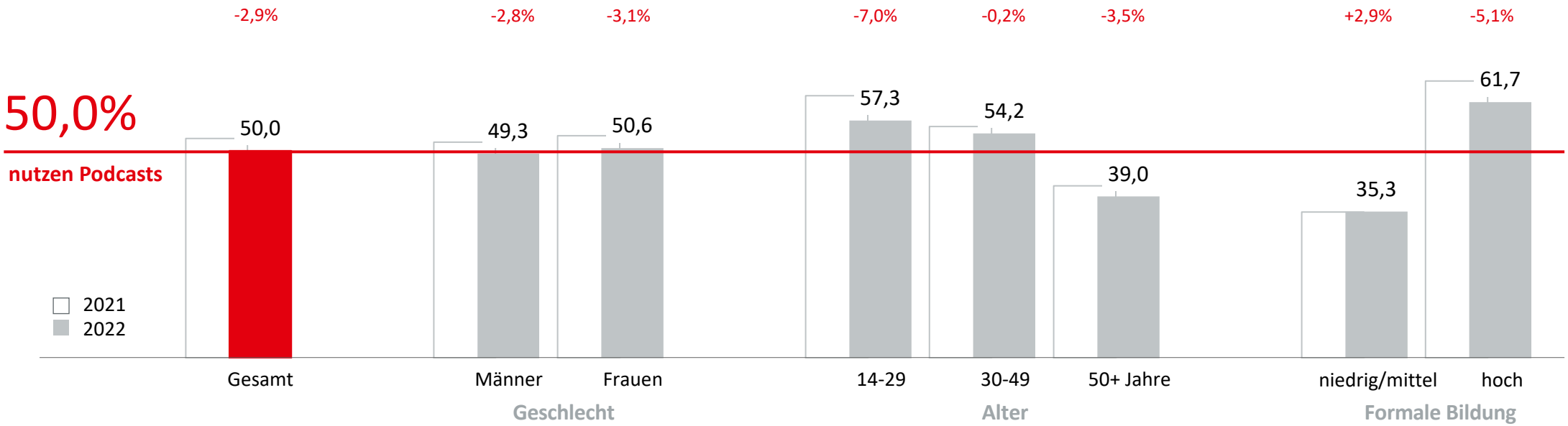
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Nutzung von Podcasts im Trend

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in **Berlin**

Die Hälfte der Online-Audio-Nutzenden hört Podcasts. In fast allen demografischen Gruppen bleiben die Nutzungszahlen unterhalb des starken Vorjahresniveaus.



Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, 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: 2,222 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Berlin (n=695)

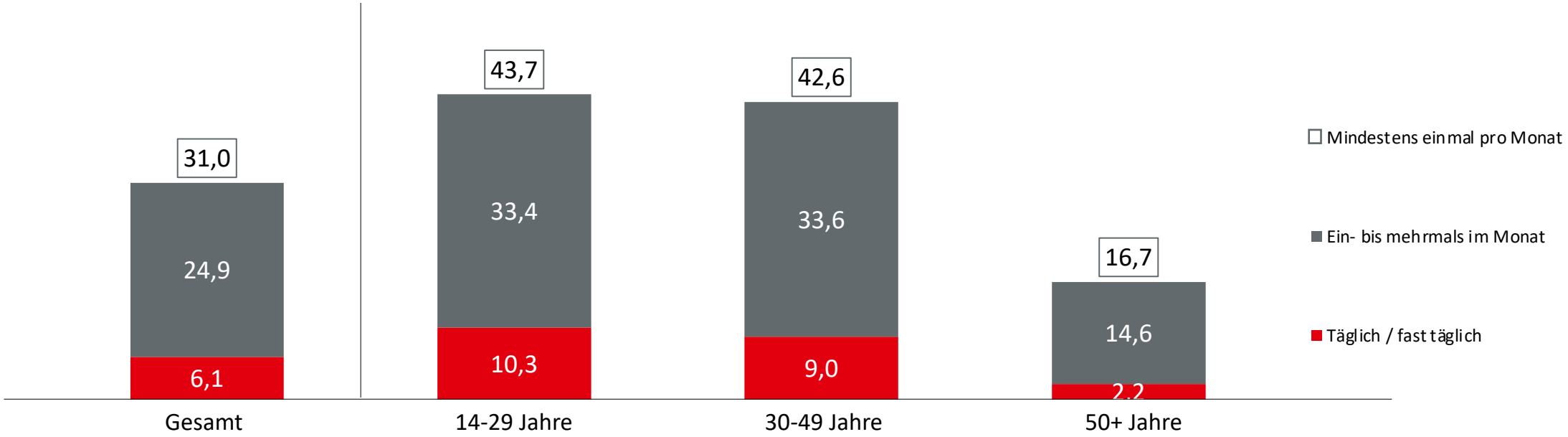
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsfrequenz

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

Jede:r Zehnte U50 Podcasts ruft Podcasts (fast) täglich ab. Bei Ü50 fällt die Nutzungsfrequenz deutlich ab.



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis: 3,069 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n=1.001)

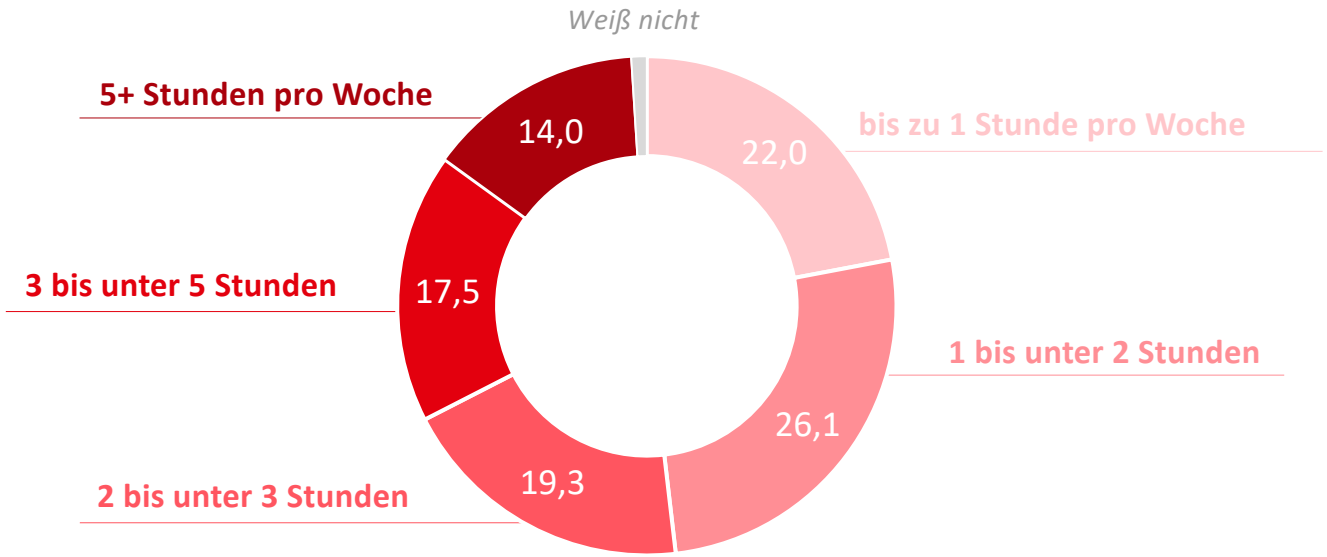
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsdauer pro Woche

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Berlin**

Knapp ein Drittel schätzt die eigene wöchentliche Nutzungsdauer auf mindestens 3 Stunden.



Frage 17C: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis: 0,952 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=277)

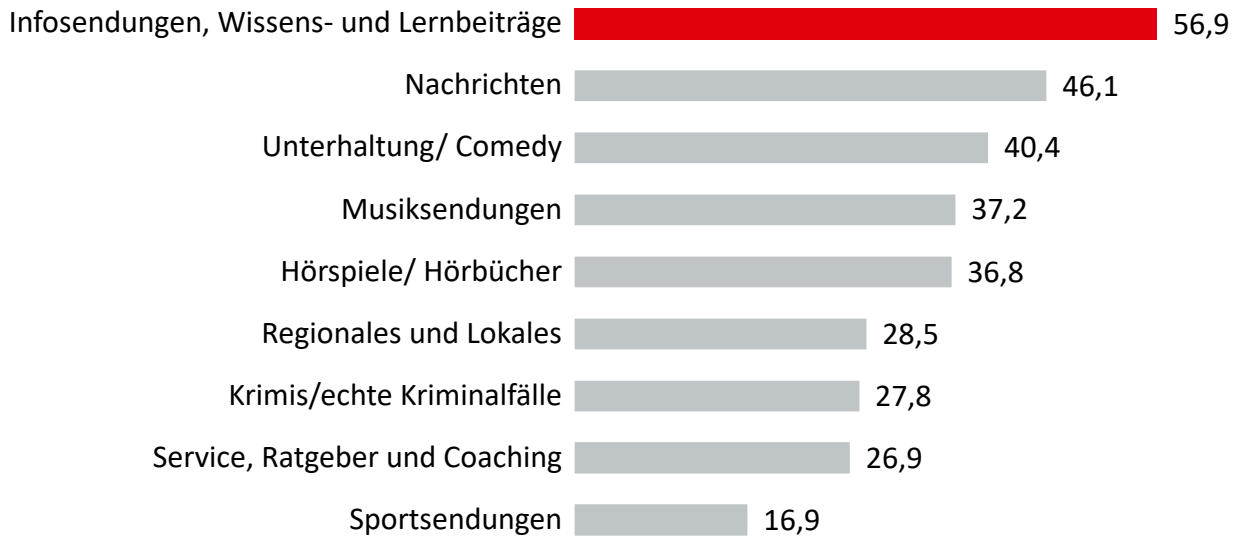
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts: Genutzte Inhalte

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Berlin**

Am beliebtesten sind Info-Podcasts mit Wissens- und Lernbeiträgen, die von über der Hälfte der Podcast-Nutzenden gehört werden. Nachrichten und Unterhaltung/Comedy folgen auf Platz 2 und 3.



Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 0,952 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=277)

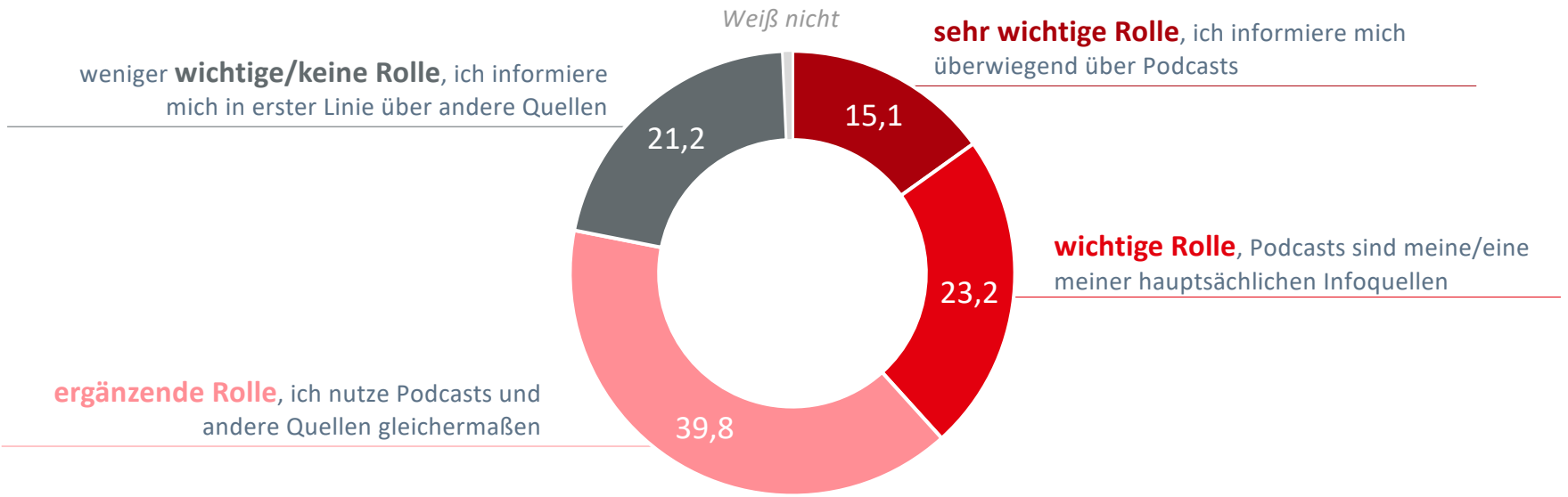
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Berlin**

Für gut ein Drittel der regelmäßigen Nutzer:innen zählen Podcasts zu einer ihrer hauptsächlichen Info-Quellen zum aktuellen Zeitgeschehen.



Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören 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: 0,952 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=277)

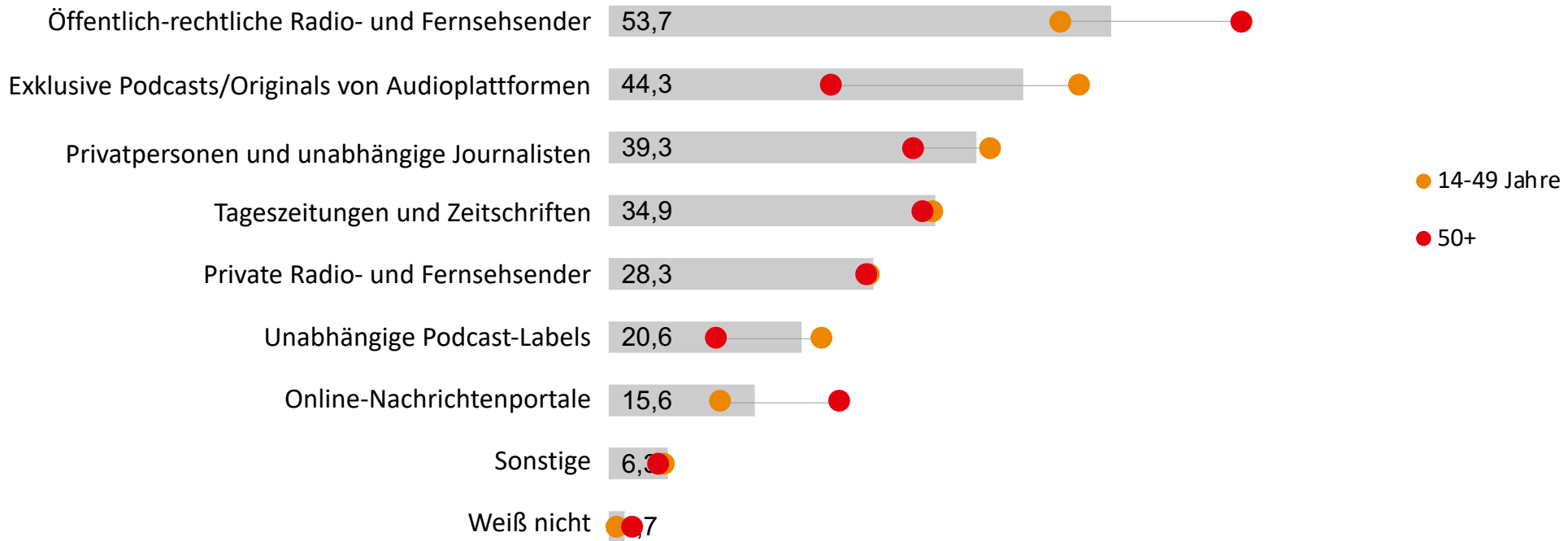
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Absenderwahrnehmung

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Berlin**

Die Absenderwahrnehmung unterscheidet sich deutlich nach Alter: ö.-r. Sender bei Ü50 mit Abstand vorn, während Jüngere am häufigsten Originals als Absender nennen.



Frage 17D: Welche Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?
Angaben in Prozent; Basis: 0,952 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=277)

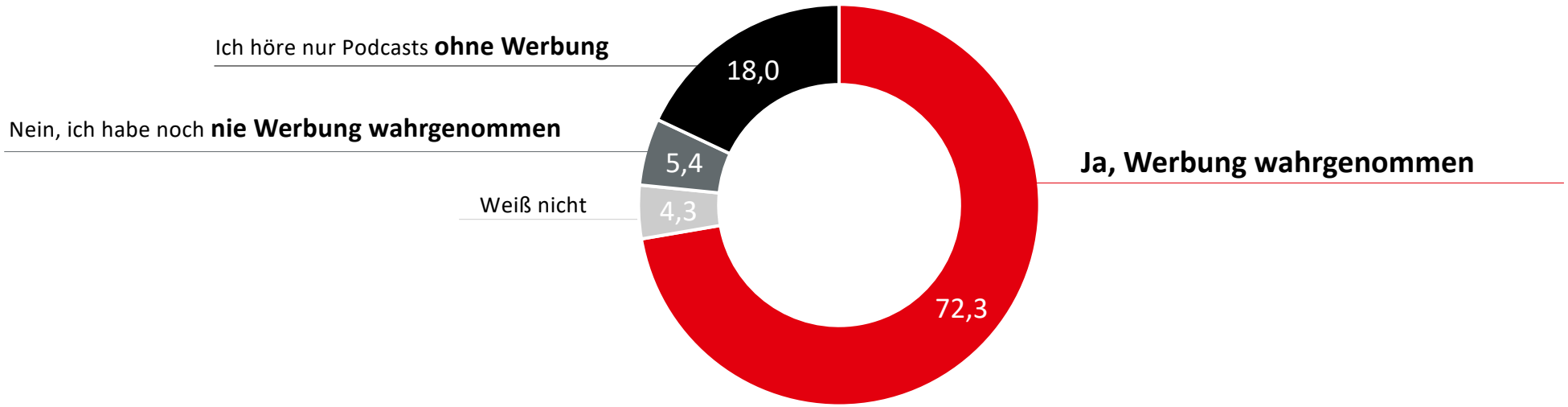
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Werbung und Podcasts: Wahrnehmung

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Berlin**

Knapp drei Viertel der regelmäßigen Podcast-Nutzer:innen erinnern Werbung.



Frage 17F: Viele Podcasts haben auch Werbung oder Sponsoring, wie man es bspw. von Fernseh- oder Radioprogrammen kennt. Auch bei Podcasts ist vorgeschrieben, Werbung kenntlich zu machen. Wie ist das bei Ihnen, was trifft am Ehesten auf Sie zu?; Angaben in Prozent; Basis: 0,952 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=277)

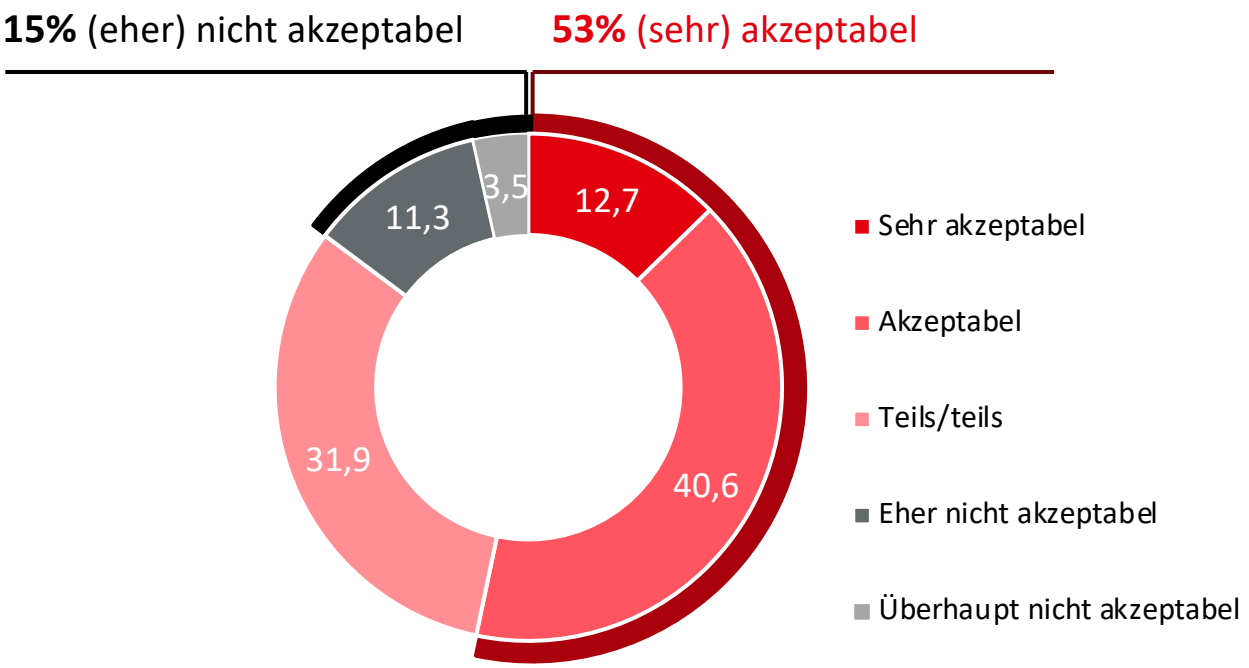
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Akzeptanz von Werbung in Podcasts

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts mit Werbewahrnehmung in **Berlin**

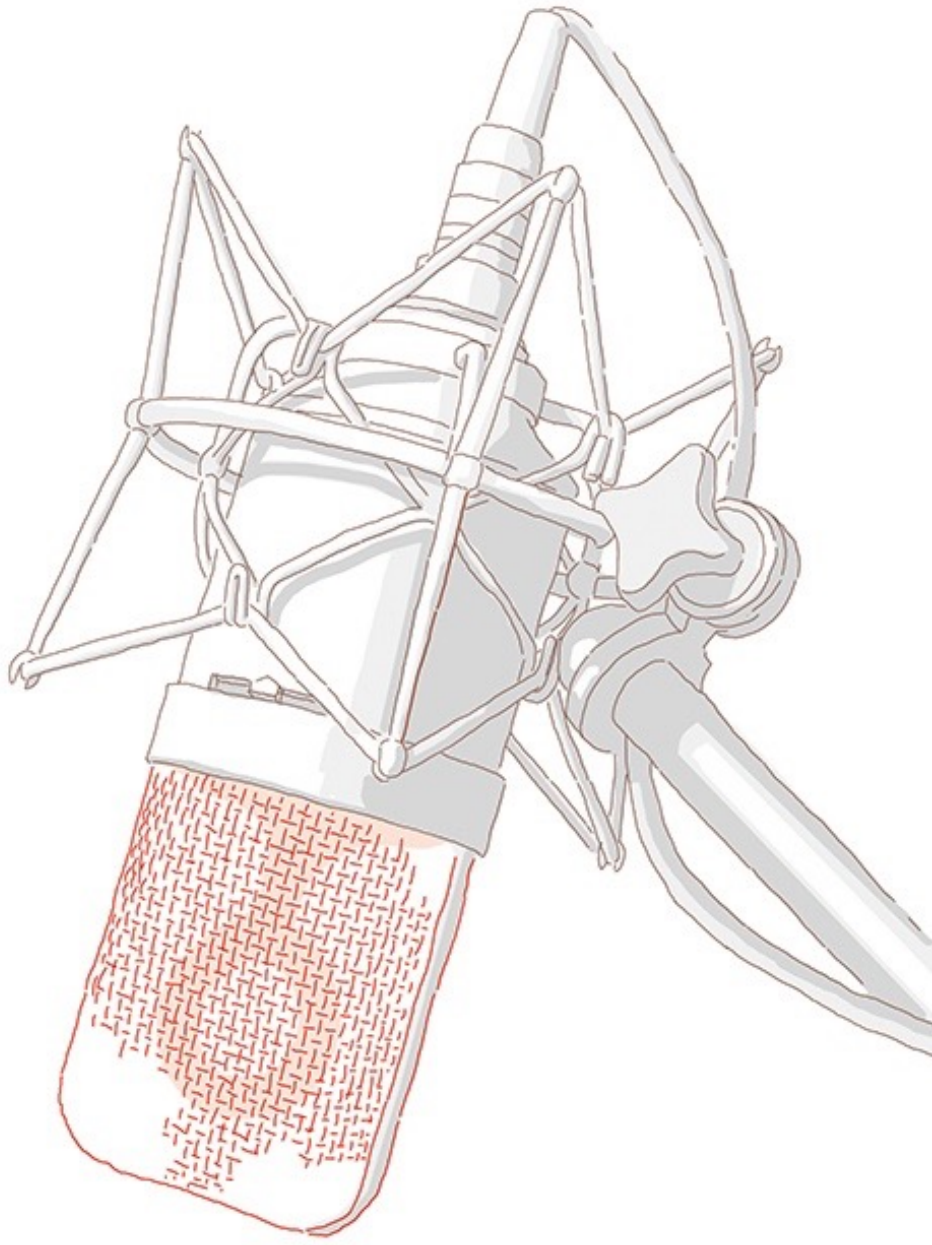
Werbung wird von der Mehrheit der Podcast-Hörer:innen akzeptiert.



Frage 17H: Wie beurteilen Sie generell Werbung bei einem Podcast?
Angaben in Prozent; Basis: 0,688 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Werbung wahrgenommen haben (n=197)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_ rbb

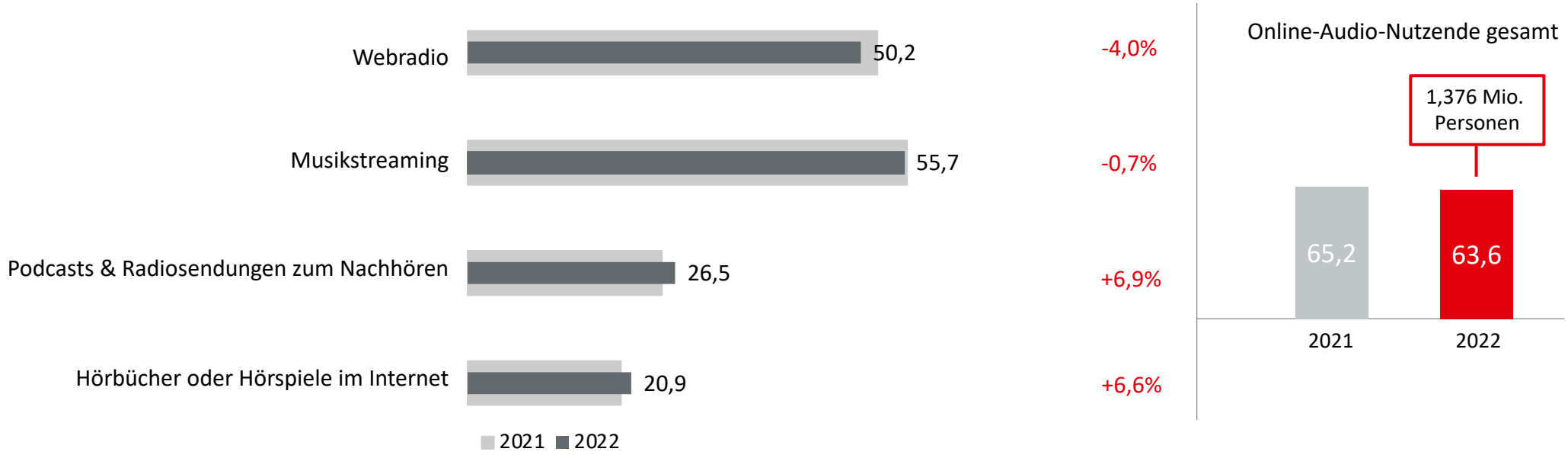
2. LÄNDERERGEBNISSE BRANDENBURG



Nutzung Online-Audio-Angebote: 2022 vs. 2021

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

In Brandenburg nutzen knapp zwei Drittel der ab-14-Jährigen Online-Audio-Angebote.
Die Nutzung von Podcasts und Hörbüchern/Hörspielen wächst weiter an.



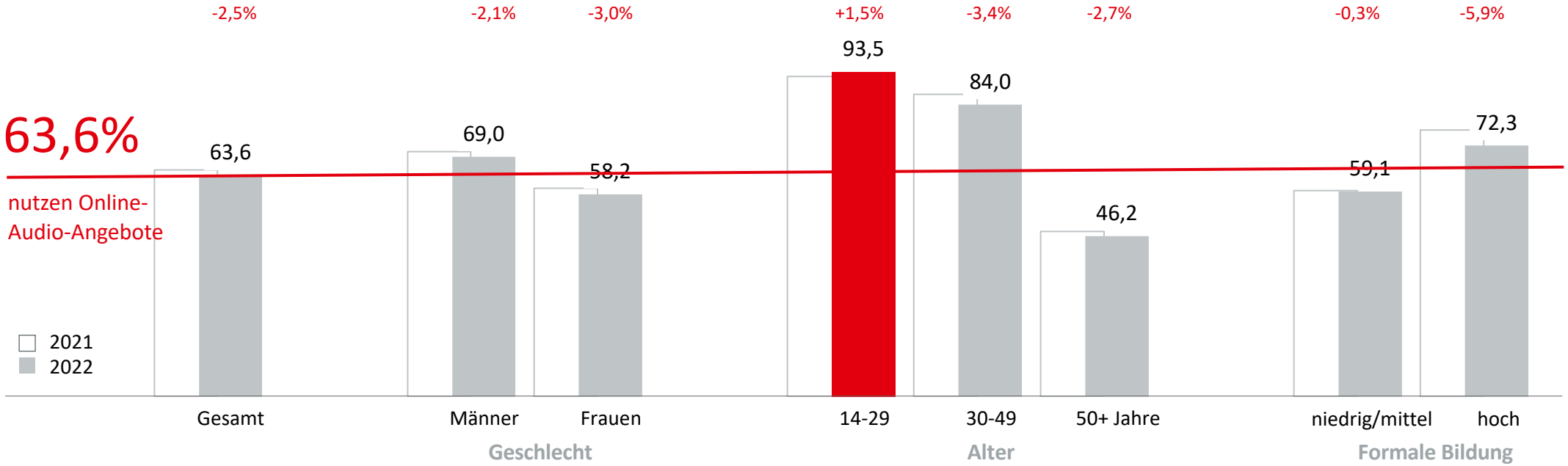
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? | Angaben in Prozent; Basis 2021 / 2022: 2,169 Mio. / 2,162 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin (n= 1.000 / 1.023)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_ rbb

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

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

Mit Blick auf die Demografie weitgehend stabile Werte. Formal höher Gebildete nutzen Online-Audio etwas schwächer als im Vorjahr.



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 unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, 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 2021 / 2022: 2,169 Mio. / 2,162 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n= 1.000 / 1.023)

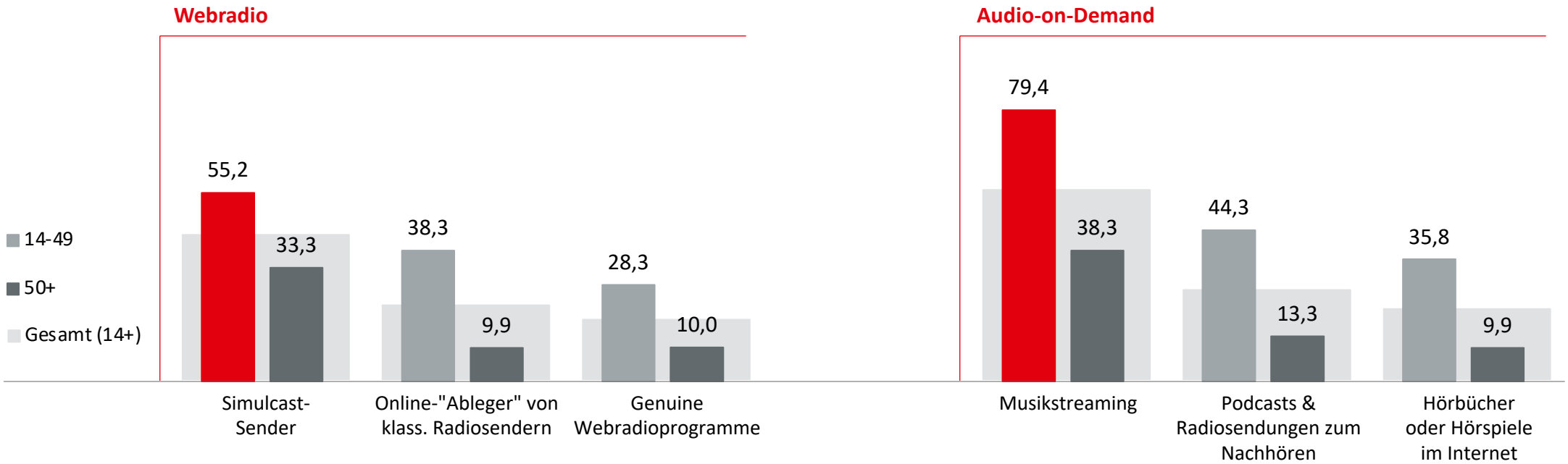
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

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

14- bis 49-jährige Brandenburger:innen hören alle Online-Audio-Formate überdurchschnittlich – sowohl Radio als auch Angebote auf Abruf (besonders Musik).



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ? / Frage 6: 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=1.023)

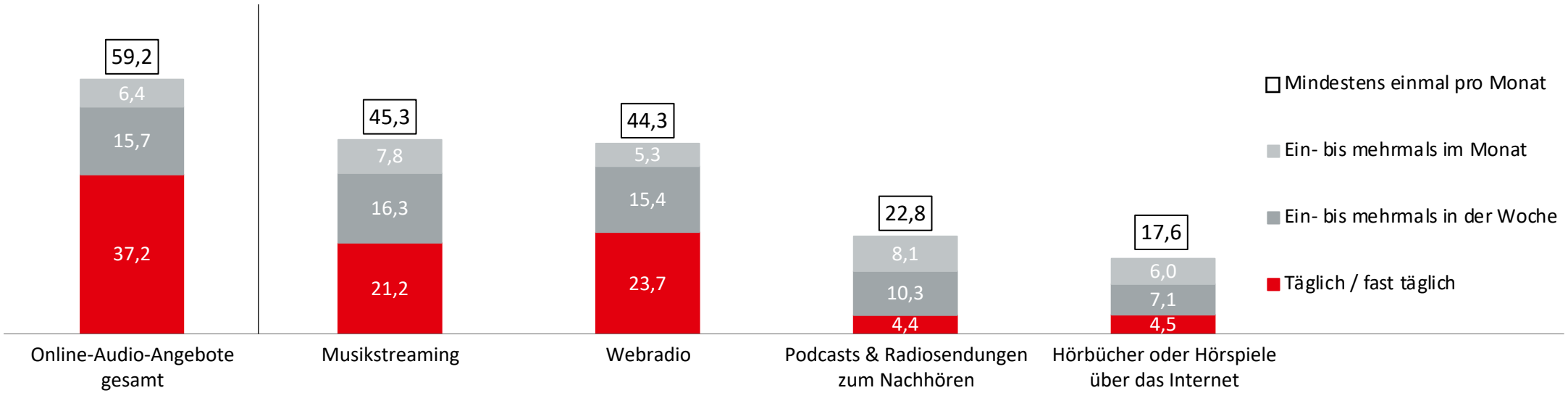
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Regelmäßige Nutzung Online-Audio-Angebote

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

Drei Fünftel hören Online-Audio-Inhalte mindestens einmal im Monat – davon die Mehrheit täglich. Webradio und Musikstreaming haben die höchste Nutzungsfrequenz.



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis: 2,169 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=1.023)

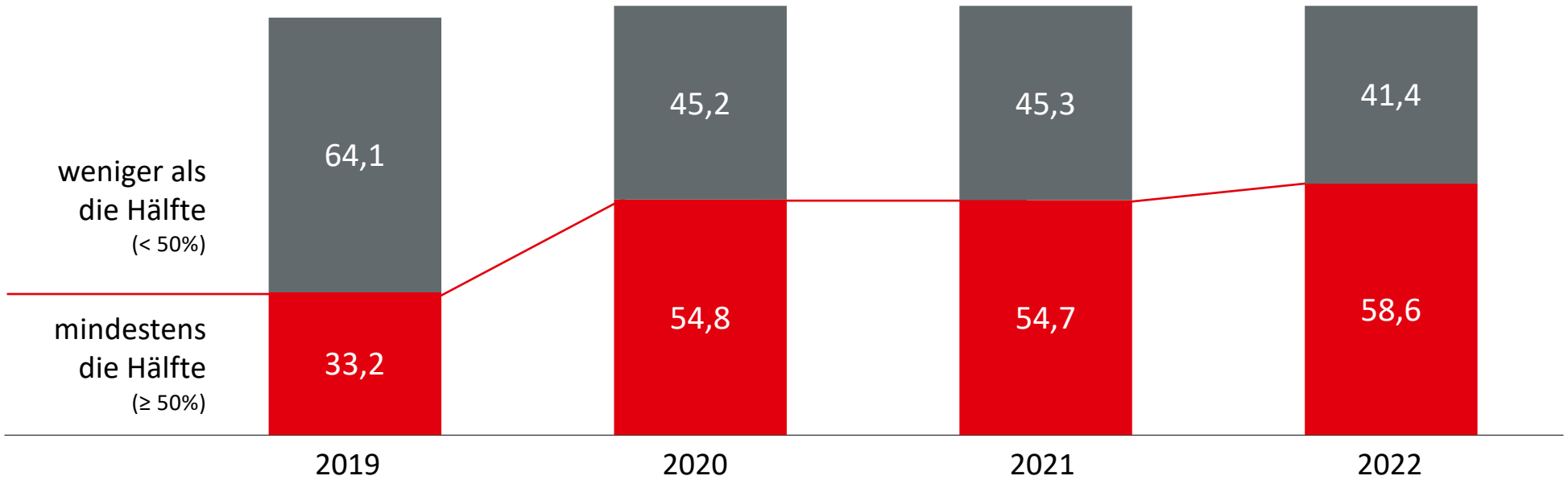
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Anteil Online-Audio an Audio-Nutzung gesamt im Trend

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

Der Online-Anteil an der gesamten „Audio-Zeit“ ist in der Gesamttendenz weiter steigend.



Frage 21: Wenn Sie Ihre derzeitige Radio- und Audio-Nutzung über das Internet mit Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung vergleichen. Wie viel Prozent Ihrer gesamten Radio- und Audio-Nutzung findet über das Internet statt? | Angaben in Prozent, bereinigt um weiß nicht; Basis 2022: 1,258 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Brandenburg (n=609)

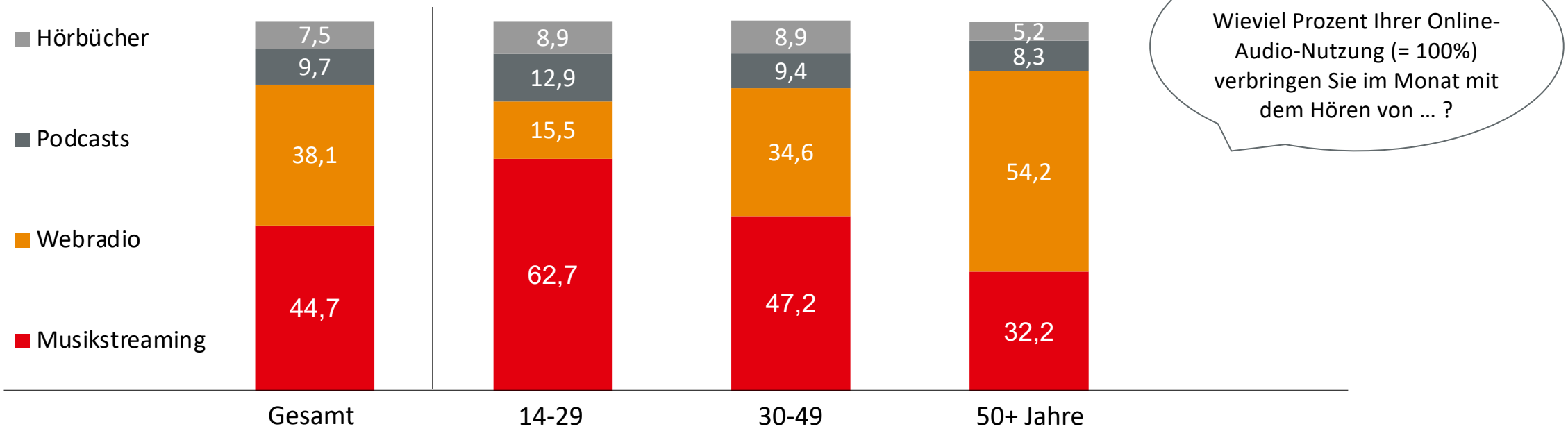
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Anteil der Online-Audio-Formate an Online-Audio gesamt (Selbsteinschätzung der Befragten; Mittelwerte)

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

Musikstreaming und Webradio dominieren die Online-Audio-Nutzung, jedoch mit sehr unterschiedlichen Anteilen nach Altersgruppen. Bei U30 steht Musik klar an erster Stelle.



Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Webradio, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von …? | Angaben in Prozent, bereinigt um weiß nicht; Basis: 1,224 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=582)

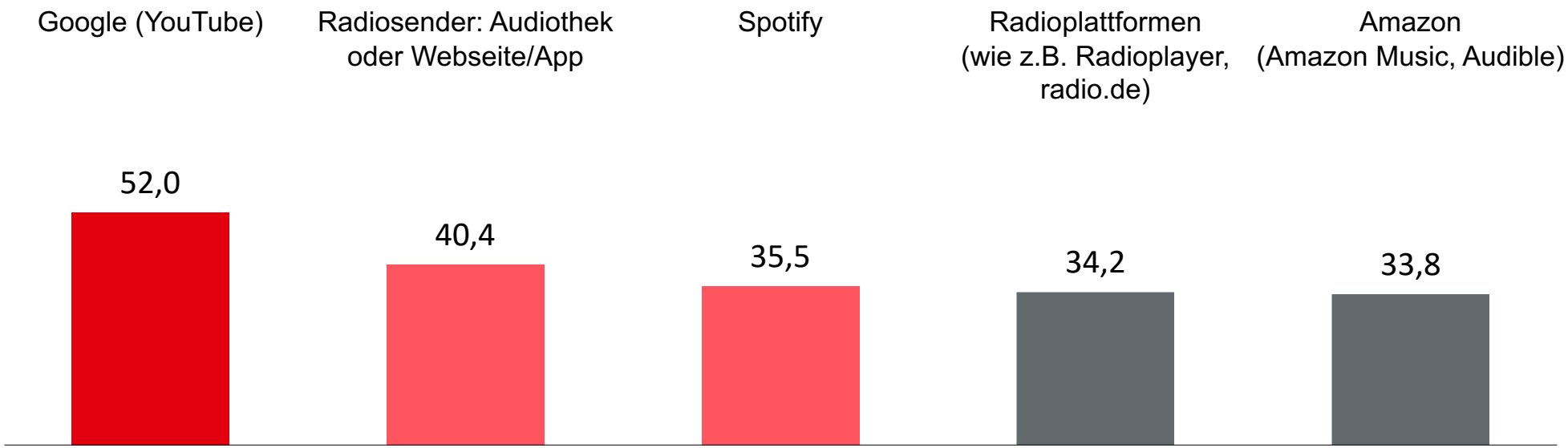
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

TOP 5 Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote

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

Google (YouTube) ist in Brandenburg die meistgenutzte Zugangsplattform für Online-Audio-Inhalte. Audiotheken/Webseiten oder Apps der Radiosender stehen im Plattform-Ranking noch vor Spotify.



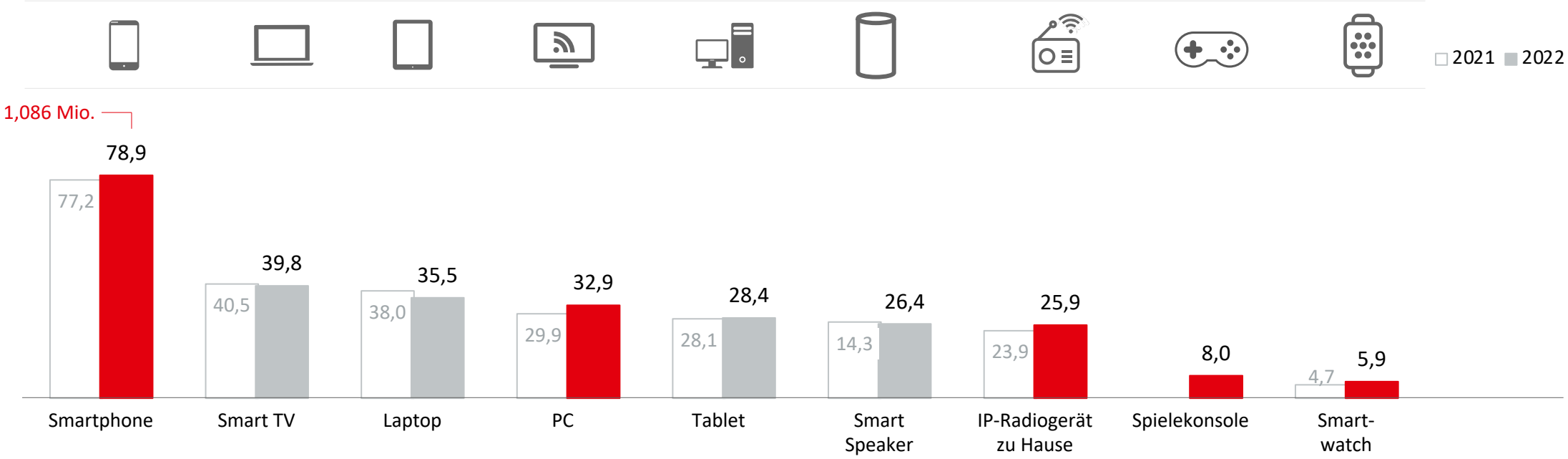
Frage 8 / 8A / 8B / 19: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele? / Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio? / Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über… | Angaben in Prozent; Basis: 1,280 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=609)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_ rbb

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

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

Bei den Geräten bleiben die Gewohnheiten unverändert: Das Smartphone steht klar an erster Stelle, gefolgt von Smart TV (!), Laptop und PC.



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 2021 / 2022: 1,414 / 1,376 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n= 616 / 664)

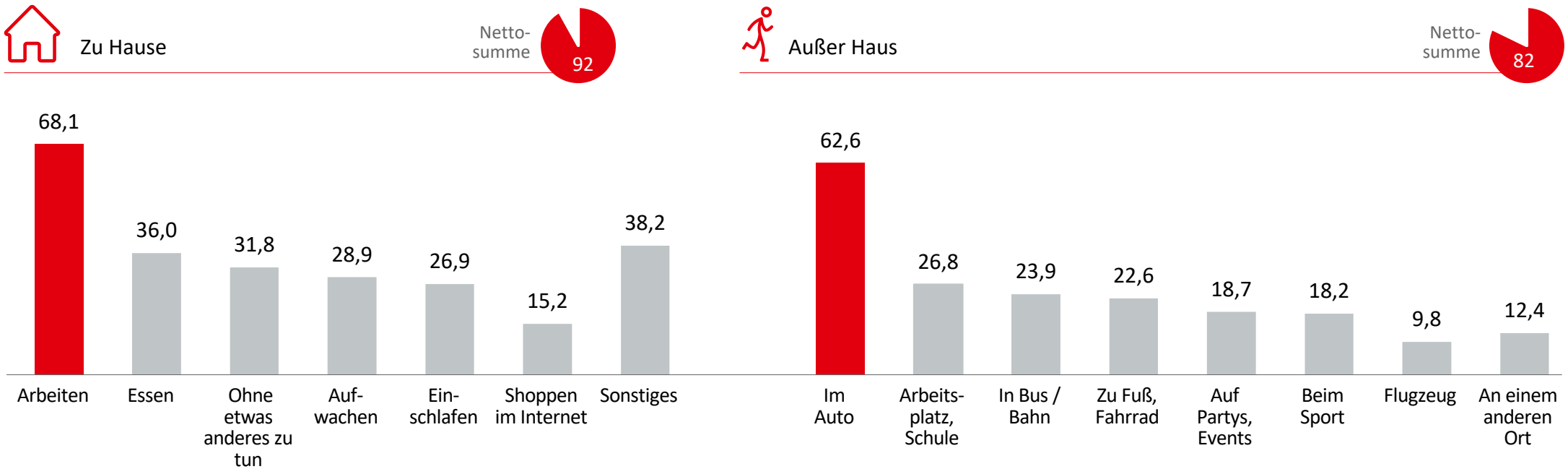
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

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

Die beliebteste Nutzungssituation für Online-Audio ist zu Hause bei der (Haus-) Arbeit. Autofahrten sind eine fast ebenso gern genutzte Gelegenheit.



Frage 13/14: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet / Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. | Angaben in Prozent; Basis: 1,280 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Brandenburg, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=609)

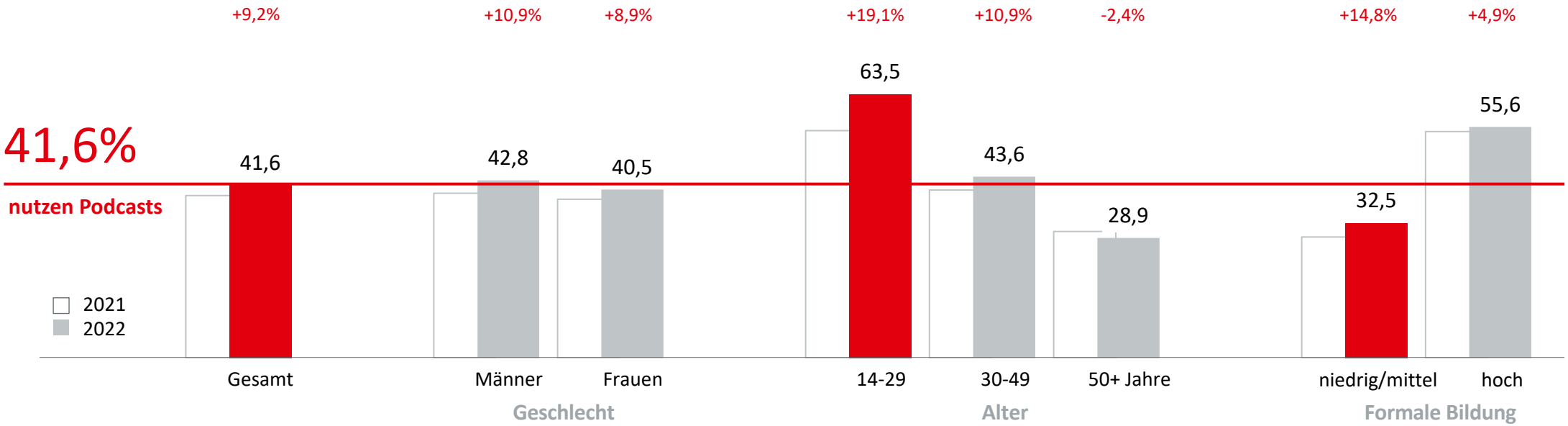
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Nutzung von Podcasts im Trend

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

Vier von zehn Online-Audio-Nutzenden hören Podcasts – ein Anstieg von 9% gegenüber dem Vorjahr. Besonders bei den unter 30-Jährigen erfreuen sie sich wachsender Beliebtheit.



Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch unabhängig davon zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, 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: 1,280 Mio. Online-Audio-Nutzer ab 14 Jahre in Brandenburg (n=609)

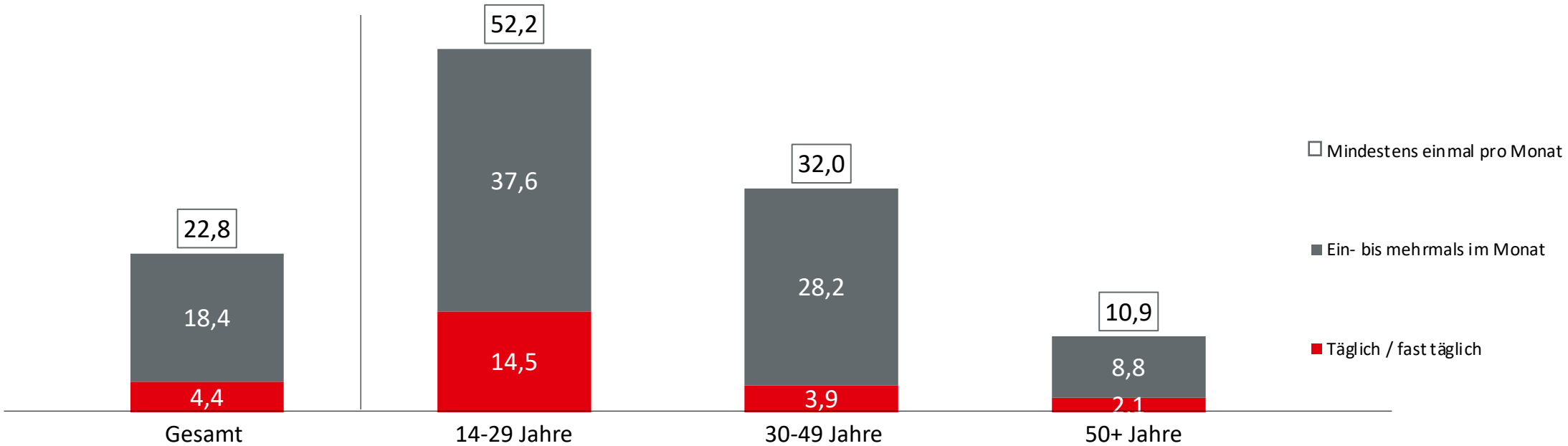
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsfrequenz

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

Die Nutzungsfrequenz von Podcasts ist klar eine Frage des Alters: bei Ü50 bislang nur sporadische Nutzung, während die Hälfte der 14- bis 29-Jährigen Podcasts regelmäßig abruft.



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis: 2,162 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg (n=1.023)

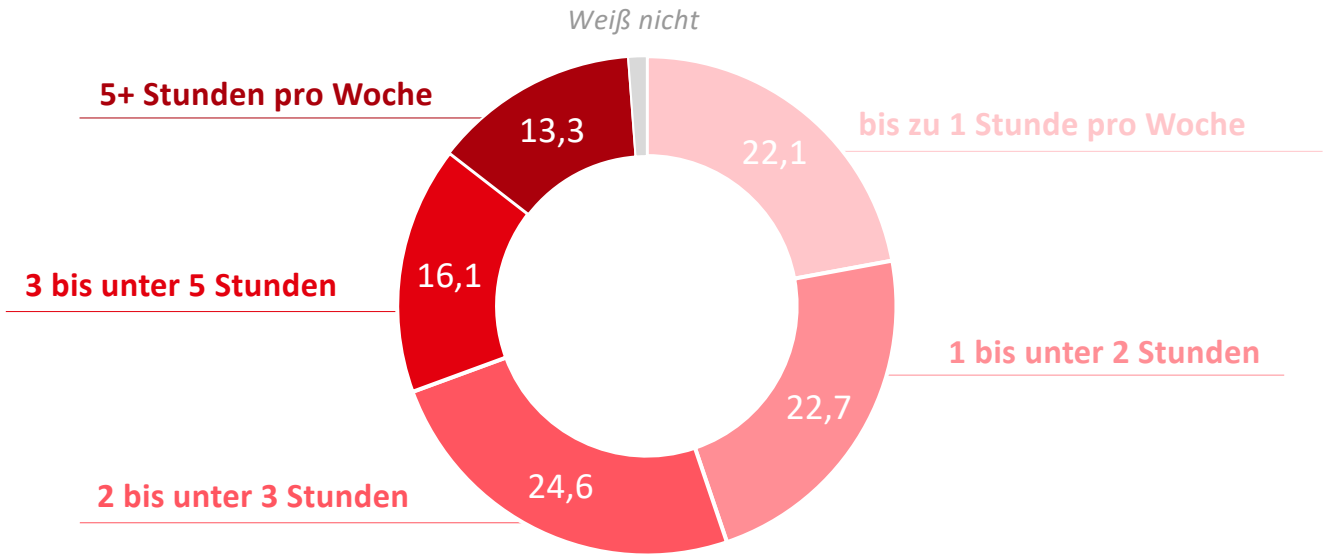
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsdauer pro Woche

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Brandenburg**

Ein Viertel der regelmäßigen Nutzer:innen hört Podcasts 2-3 Stunden pro Woche, knapp ein Drittel sogar mehr.



Frage 17C: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis: 0,492 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=233)

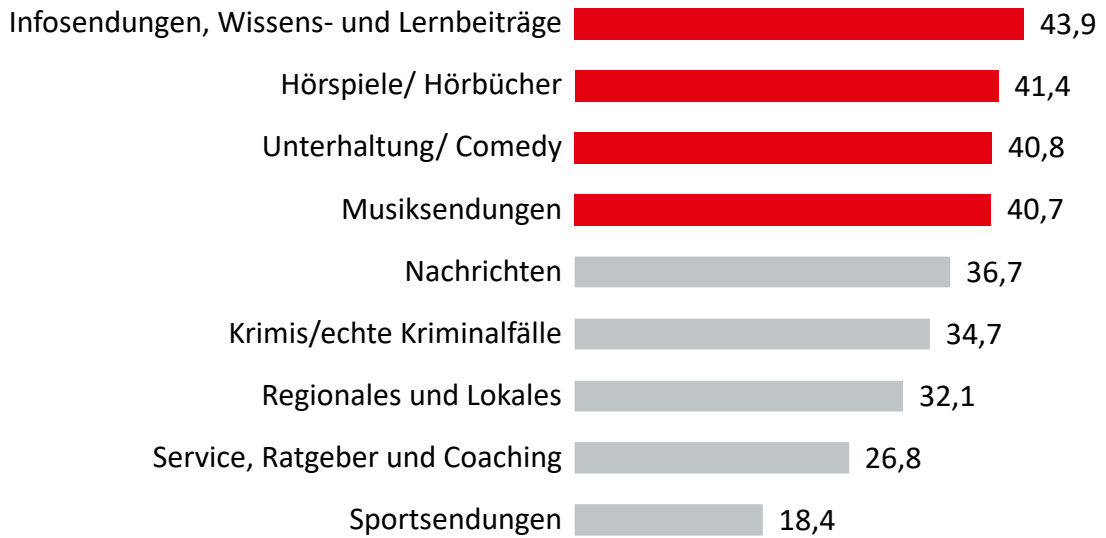
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts: Genutzte Inhalte

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Brandenburg**

Am meisten gehört werden Infosendungen, Hörspiele/Hörbücher, Unterhaltung/Comedy und Musiksendungen.



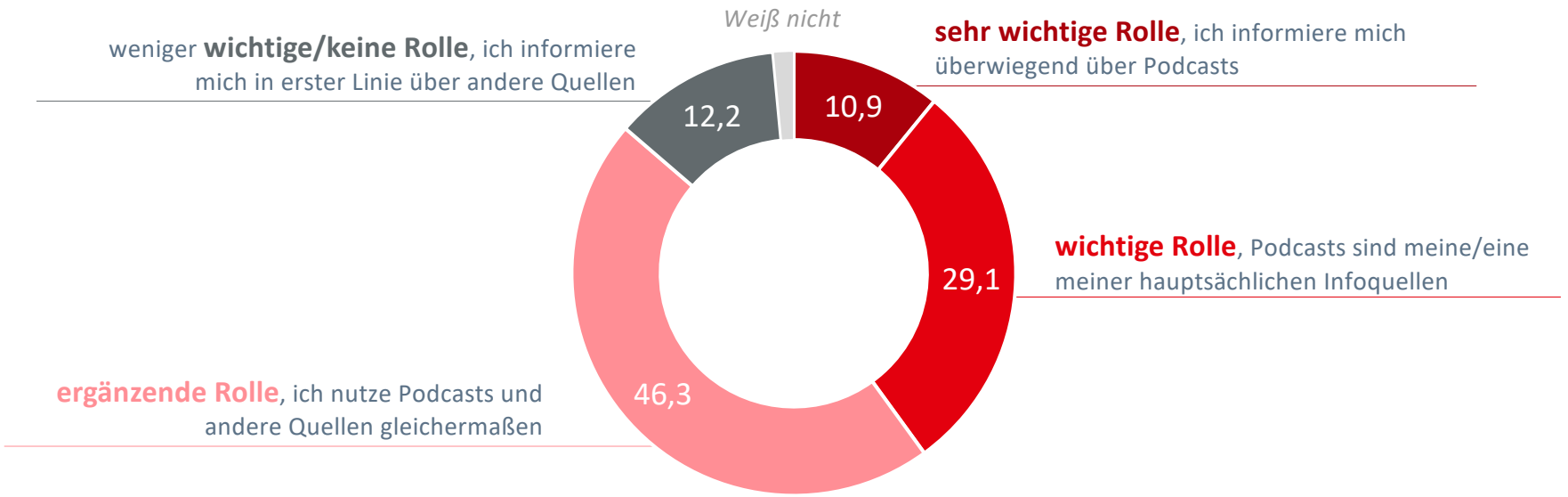
Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 0,492 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=233)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb rbb

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Brandenburg**

Podcasts fungieren für die Mehrheit der regelmäßigen Nutzenden auch als aktuelles Informationsmedium.



Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören 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: 0,492 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=233)

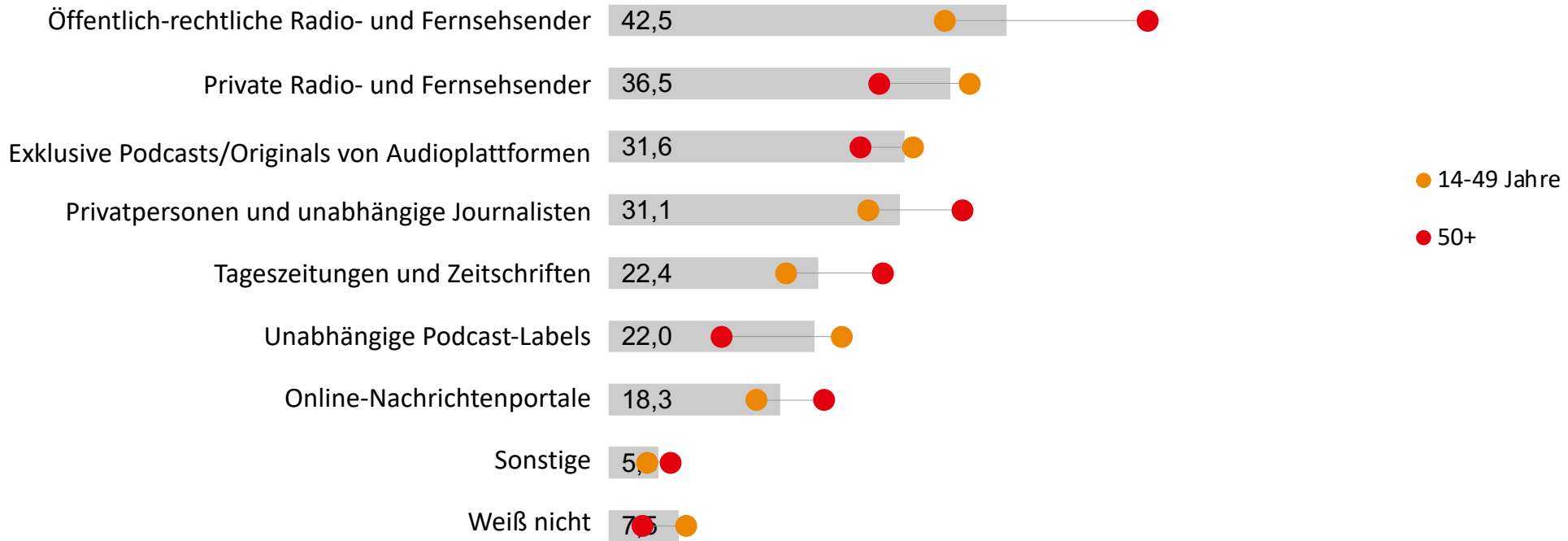
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Absenderwahrnehmung

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Brandenburg**

Radio- und Fernsehsender werden am häufigsten als Podcast-Absender identifiziert. Deutliche Unterschiede nach Alter, am offensichtlichsten bei ö-r Sendern und unabhängigen Labels.



Frage 17D: Welche Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?
Angaben in Prozent; Basis: 0,492 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=233)

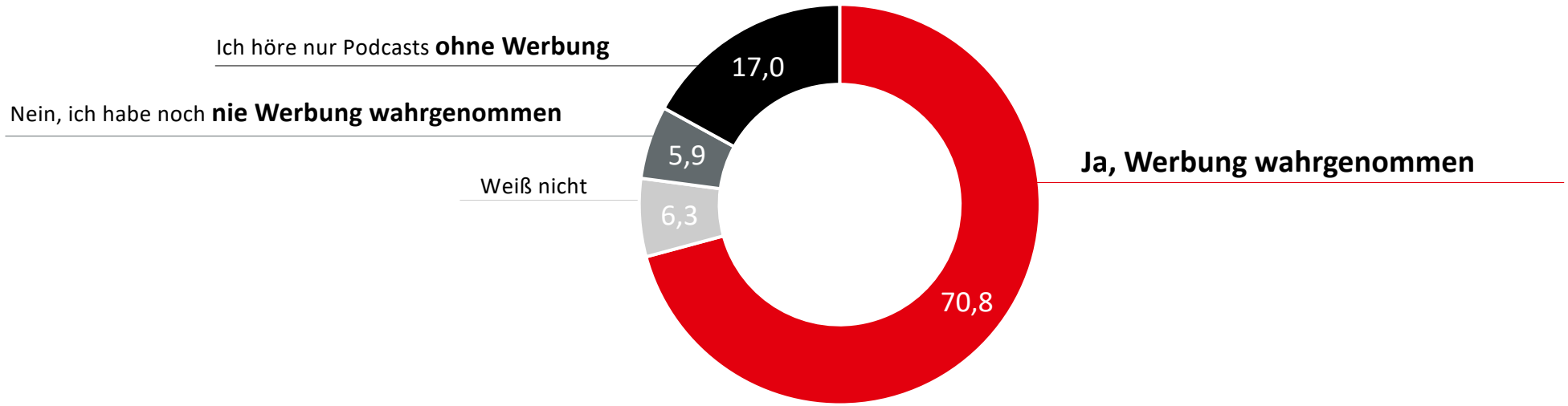
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Werbung und Podcasts: Wahrnehmung

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts in **Brandenburg**

Die große Mehrheit der regelmäßigen Podcast-Nutzer:innen erinnert Werbung.



Frage 17F: Viele Podcasts haben auch Werbung oder Sponsoring, wie man es bspw. von Fernseh- oder Radioprogrammen kennt. Auch bei Podcasts ist vorgeschrieben, Werbung kenntlich zu machen. Wie ist das bei Ihnen, was trifft am Ehesten auf Sie zu?; Angaben in Prozent; Basis: 0,492 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=233)

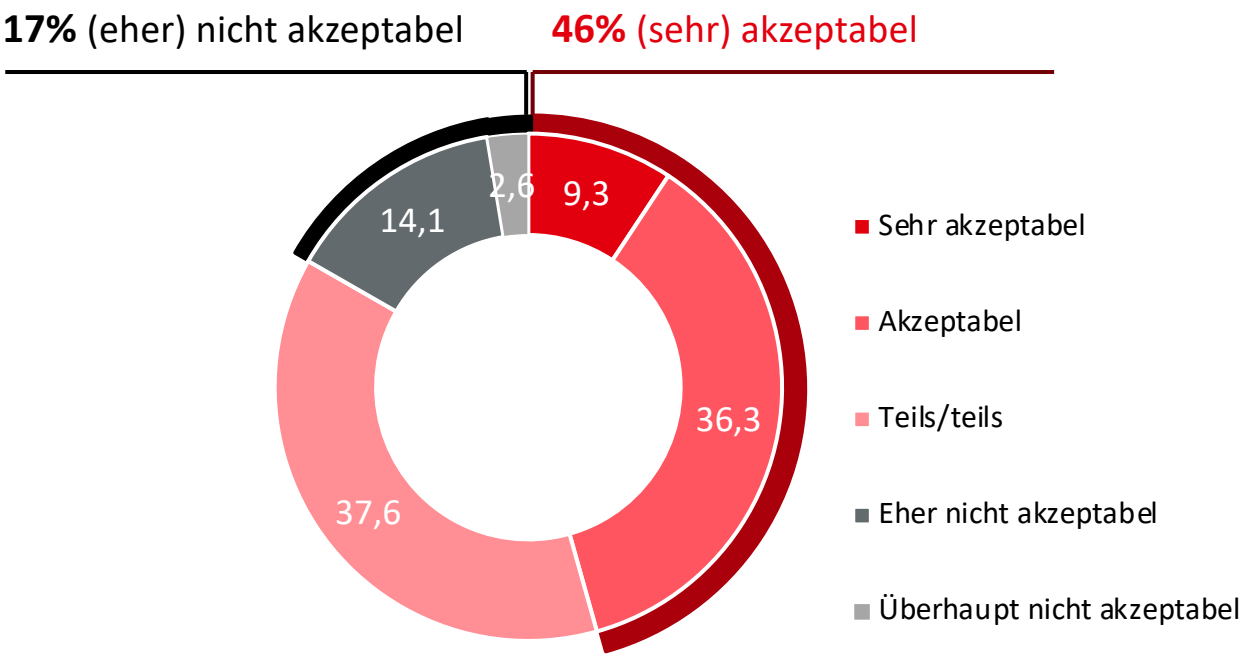
Umsetzung: mindline media

Auftraggeber: mabb_ rbb

Akzeptanz von Werbung in Podcasts

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts mit Werbewahrnehmung in **Brandenburg**

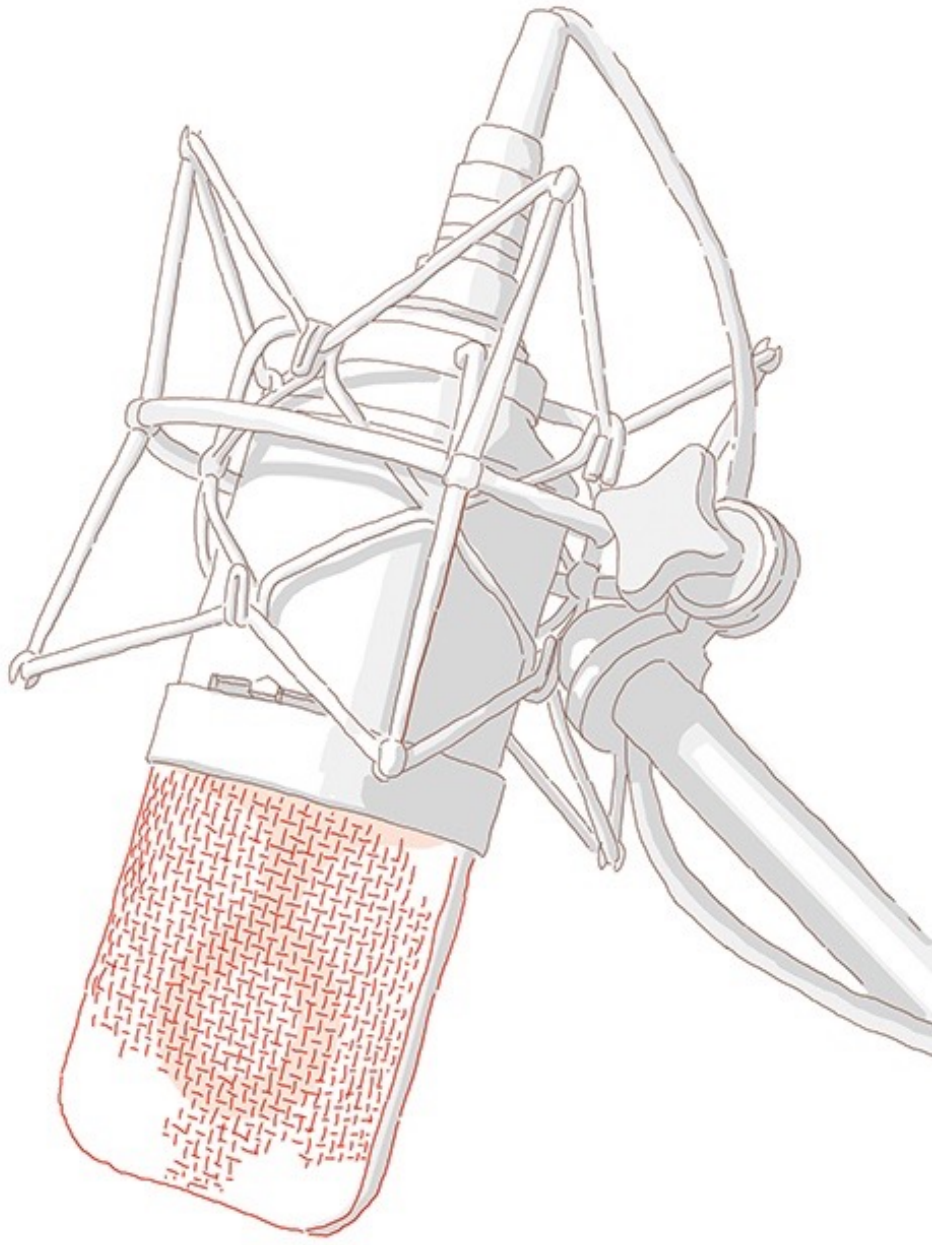
Überwiegend wird Werbung in Podcasts als akzeptabel beurteilt.



Frage 17H: Wie beurteilen Sie generell Werbung bei einem Podcast?
Angaben in Prozent; Basis: 0,349 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Werbung wahrgenommen haben (n=160)

Umsetzung: mindline media
Auftraggeber: mabb_ rbb

4. METHODISCHE HINWEISE



Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2022

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. Der Online-Audio-Monitor ist seither eine eigenständige Studie, die inhaltlich den Radio-Digitalisierungsbericht ergänzt. Seither beteiligen sich auch die Landesmedienanstalten Berlin-Brandenburg (mabb) und Baden-Württemberg (LFK) sowie die Landesanstalt für Medien NRW an dem Projekt. Seit diesem Jahr ist auch die RMS (Radio Marketing Services) als neuer Partner dabei.
Institut:	mindline media GmbH
Methode:	Paralleler Mixed Mode-Ansatz: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) und Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,868 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 (Festnetz: 58%, Mobil: 42%). 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 50 Prozent CATI- und 50 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

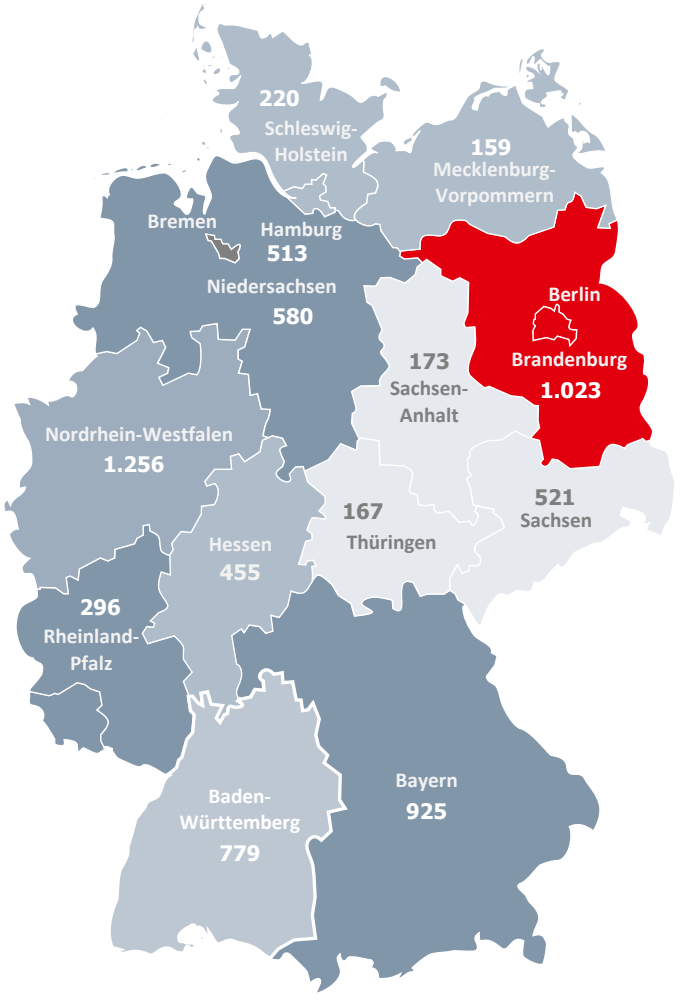
Online-Audio-Monitor (OAM) 2022

Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 6.025 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 6.025 Interviews verteilen sich bevölkerungsproportional auf die einzelnen Bundesländer.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 2.731 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen 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: 04.05. – 22.06.2022 | CAWI: 10.05. – 22.06.2022
Zentrale Untersuchungsinhalte:	Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalten: Unterschieden werden dabei: Webradio vs. Audio-on-Demand (getrennt nach Musik, Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher/Hörspiele): • Plattformen • Genutzte Geräte • Genutzte Inhalte • Nutzung im Tagesverlauf und Nutzungsort / -situationen • Nutzungsfrequenz und -intensität (Anteil Online-Audio-Nutzung an Audio-Nutzung gesamt) Schwerpunkthemen der Erhebung 2022 waren: • Podcasts • Smart Speaker

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2022

Realisierte Interviews 2022	Anzahl
Baden-Württemberg	779
Bayern	925
Berlin	1.001 *
Brandenburg	1.023 *
Bremen	530 *
Hamburg	513 *
Hessen	455
Mecklenburg-Vorpommern	159
Niedersachsen	580
Nordrhein-Westfalen	1.256
Rheinland-Pfalz	296
Saarland	158
Sachsen	521 *
Sachsen-Anhalt	173
Schleswig-Holstein	220
Thüringen	167
Summe	**8.756**

* Disproportionale Fallzahlaufstockungen



mabb_