

# WEBRADIO | MONITOR 2017

---

ONLINE-AUDIO-ANGEBOTE IN DEUTSCHLAND 2017  
DMEXCO, 13.09.2017, PROF. DR. KLAUS GOLDHAMMER

GOLDMEDIA

Eine Studie im Auftrag von:



**#1**

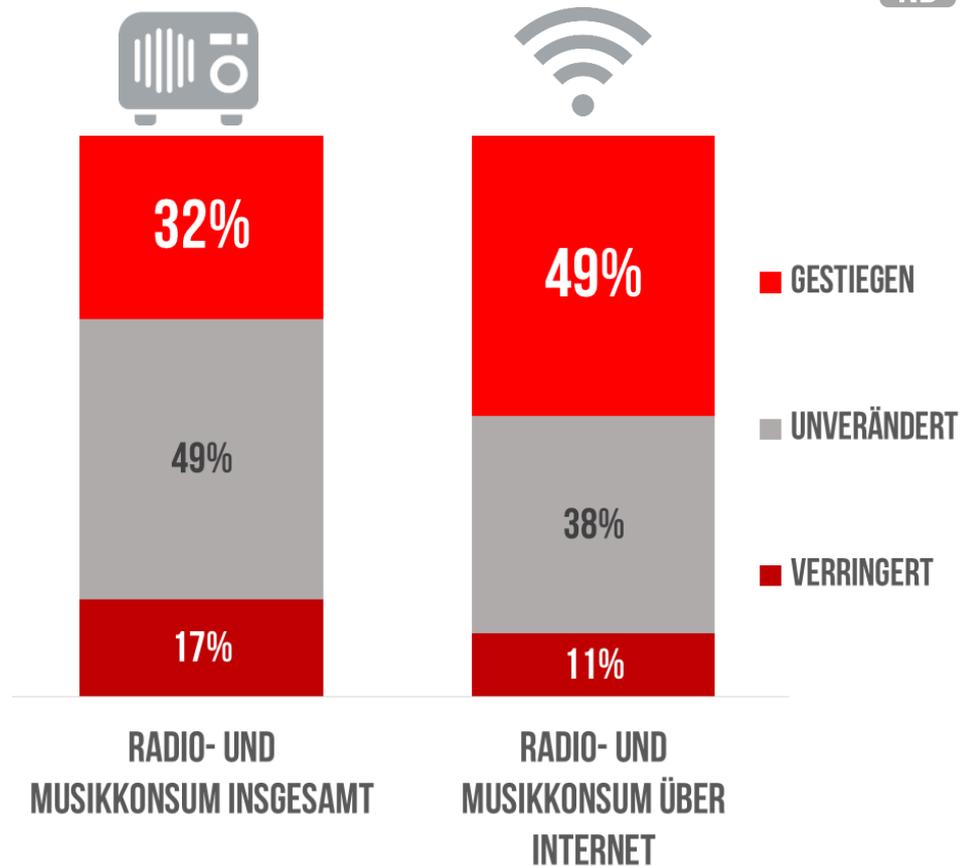
# **AUDIO-NUTZUNG WÄCHST**

---

*besonders stark online*

# RADIO-/AUDIO-NUTZUNG DER ONLINE-AUDIO-NUTZER WÄCHST INSGESAMT- BESONDERS STARK ONLINE

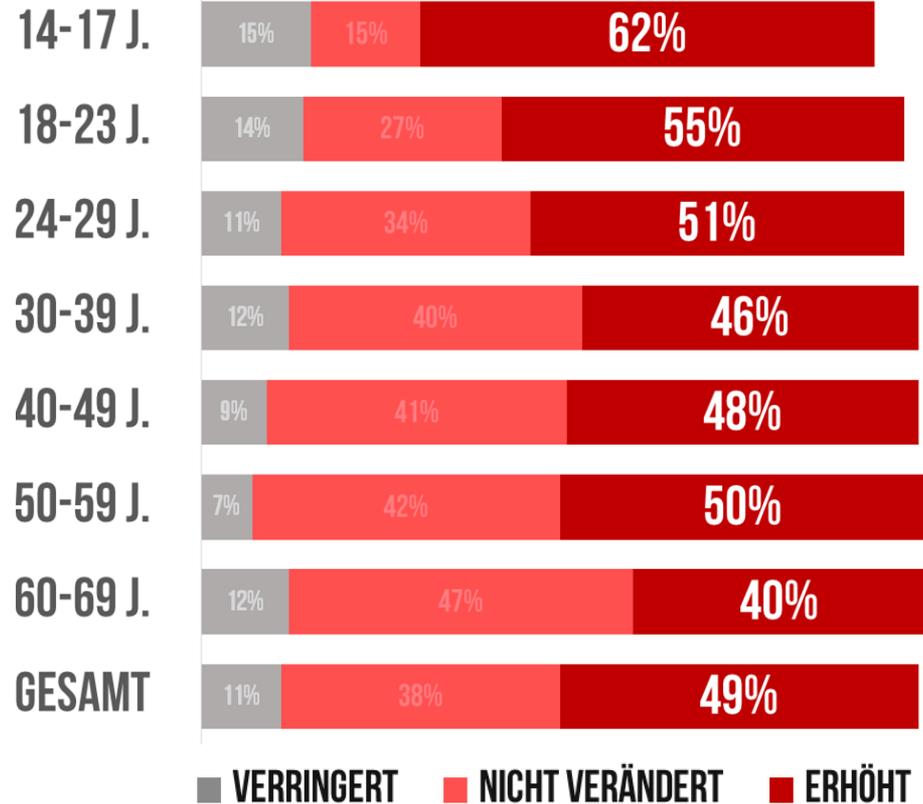
\*VERÄNDERUNG DES RADIO- UND MUSIKKONSUMS GGÜ.  
VORJAHR (GESAMTKONSUM SOWIE ONLINEKONSUM),  
2017, IN %



Quelle: Webradiomonitor 2017, Befragung unter Online-Audio-Nutzern, 2017: n=1.104, 2016: n=1.118, Darstellung der Top-Two-Boxen: Radio- und Musikkonsum ausschließlich über das Internet hat sich stark bzw. etwas erhöht.

# NUTZUNGSWACHSTUM IN ALLEN ONLINE-AUDIO-ALTERSGRUPPEN – AM STÄRKSTEN BEI 14-29 J.\*

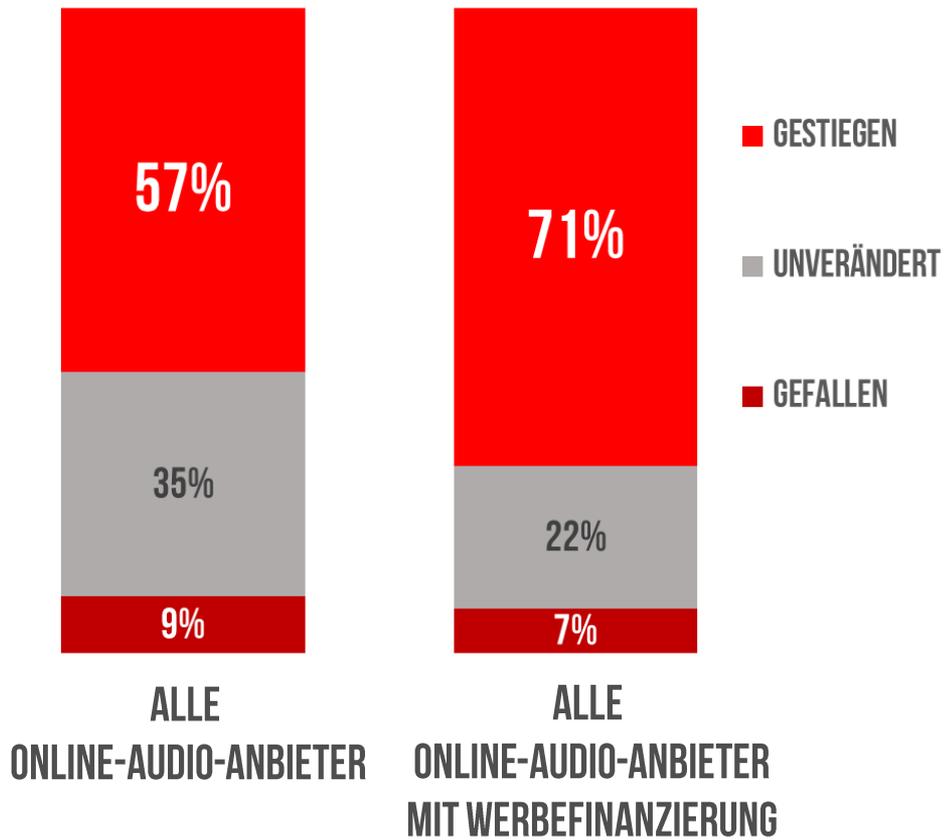
\*ANTEIL DER NUTZER MIT GESTIEGEMEM ONLINE-AUDIO-KONSUM GGÜ. VORJAHR NACH ALTERSGRUPPEN, 2017, IN %



Quelle: Webradiomonitor 2017, Befragung unter Online-Audio-Nutzern, 2017: n=1.104, 2016: n=1.118, Darstellung der Top-Two-Boxen: Radio- und Musikkonsum ausschließlich über das Internet hat sich stark bzw. etwas erhöht.

# GRÖSSTER TEIL DER ONLINE-AUDIO-ANBIETER MIT STEIGENDEN ABRUFZAHLEN.\*

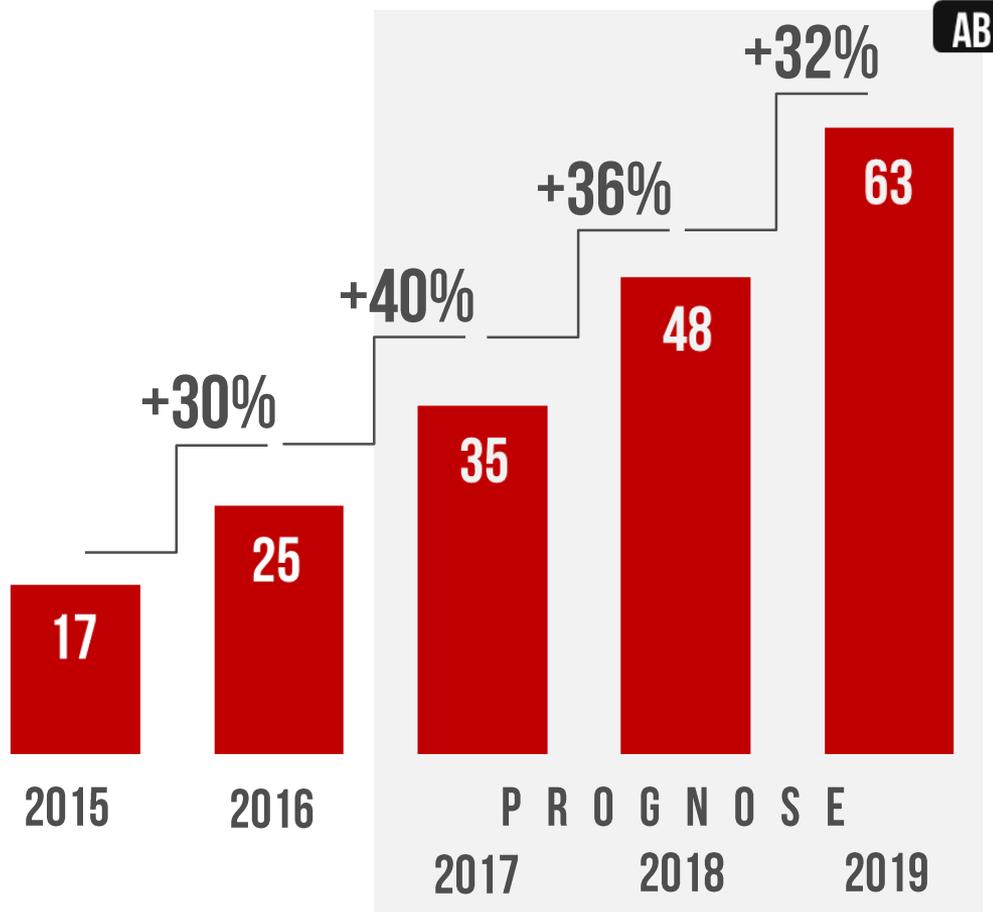
\*ENTWICKLUNG DER ABRUFZAHLEN BEI DT. ONLINE-AUDIO-ANBIETERN ZWISCHEN 2016 UND 2017, IN %



Quelle: Webradiomonitor 2017, Befragung unter Online-Audio-Nutzern, 2017: n=1.104, 2016: n=1.118, Darstellung der Top-Two-Boxen: Radio- und Musikkonsum ausschließlich über das Internet hat sich stark bzw. etwas erhöht.

# STARKES WACHSTUM IM WERBEMARKT: VERVIERFACHUNG ZWISCHEN 2015 UND 2019.\*

\*NETTO-WERBEUMSÄTZE IM ONLINE-AUDIO-MARKT IN  
DEUTSCHLAND 2015-2019, IN MIO. EURO



AB

# #2

## FESTER BESTANDTEIL

---

*Online Audio Nutzung*

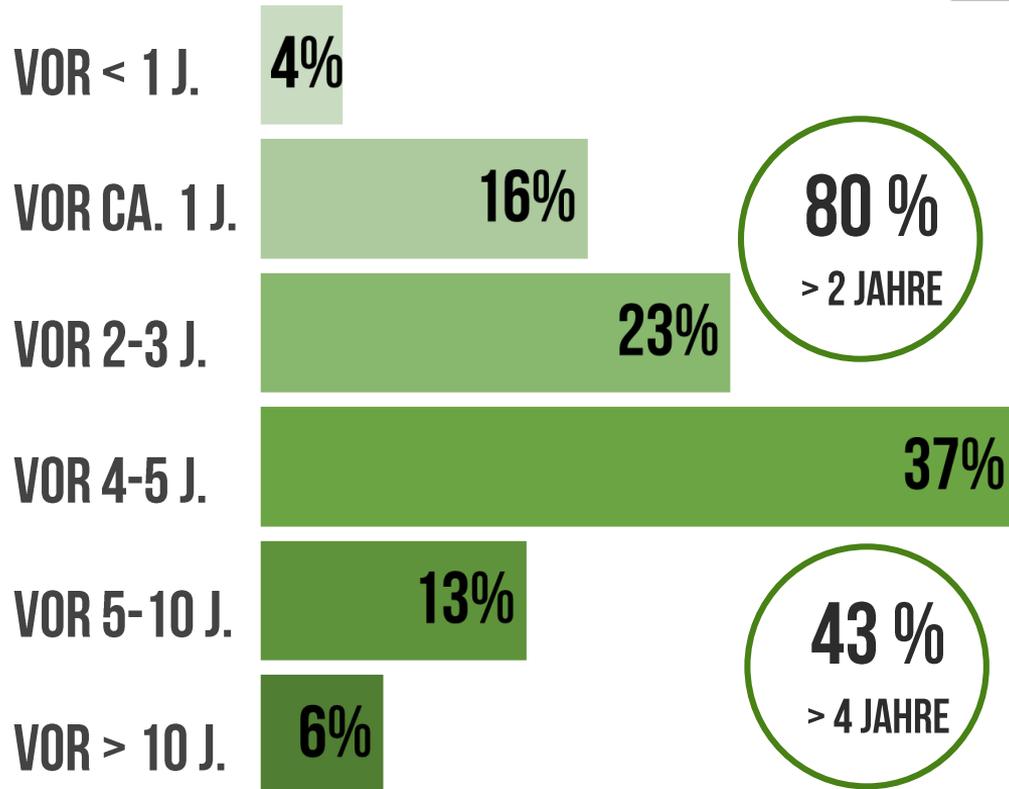
*hat sich etabliert*

# ONLINE AUDIO IST FÜR DIE MEISTEN **ONLINE-AUDIO-NUTZER NICHT MEHR NEU\***

\*ZEITRAUM, ZU DEM ONLINE-AUDIO-NUTZER BEGONNEN HABEN, RADIO-/MUSIKANGEBOTE ÜBER DAS INTERNET ZU HÖREN, 2017, IN %

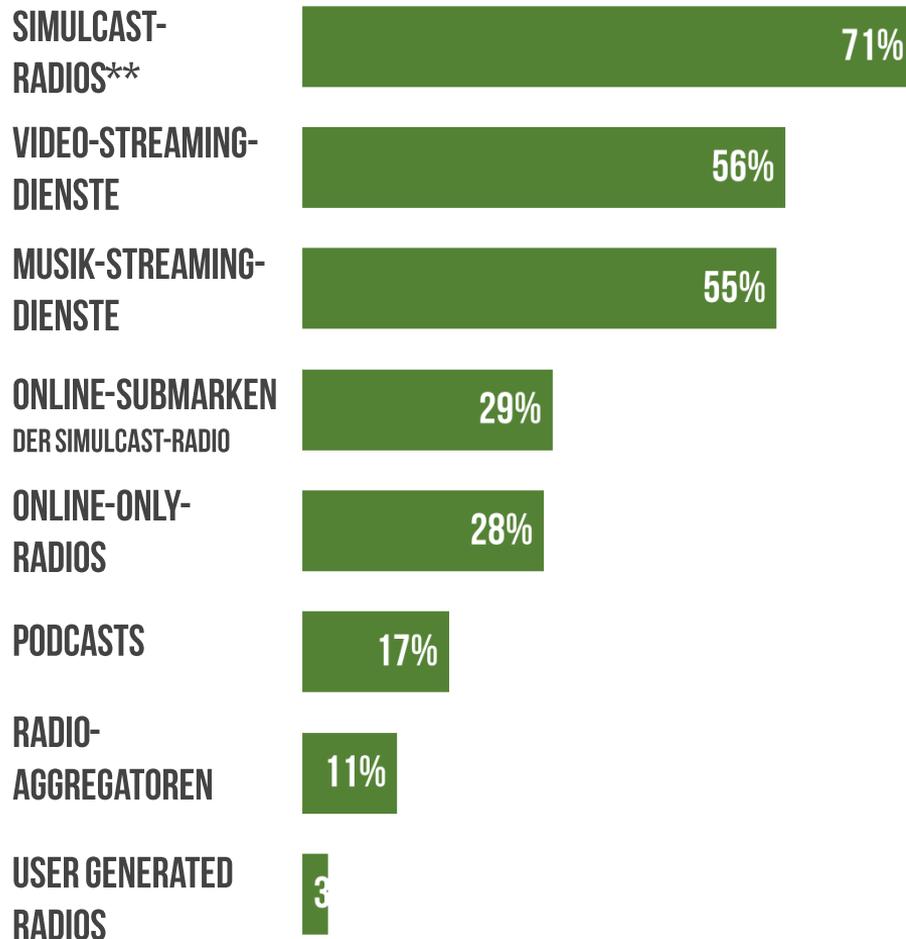
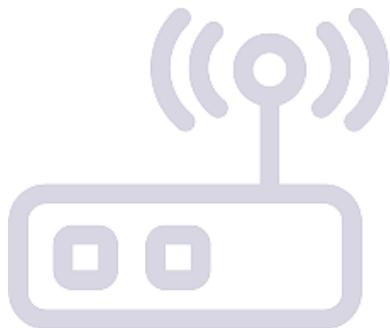


NB



# KLASSISCHE RADIOMARKEN LIEGEN WEITER VORN: 71% DER OAN HÖREN **SIMULCAST- RADIO**\*

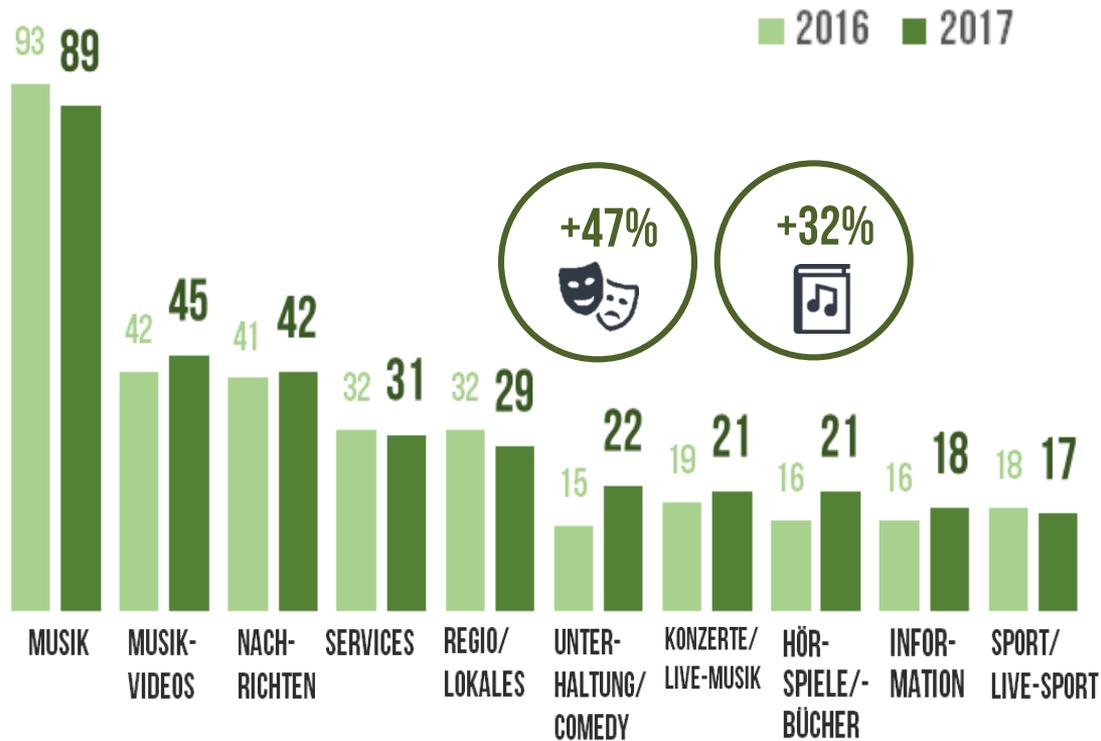
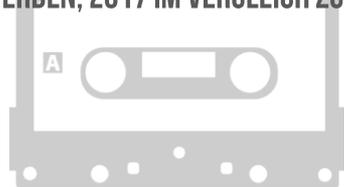
\*ANTEIL DER NUTZER, DIE EIN ONLINE-AUDIO-ANGEBOT  
MINDESTENS GELEGENTLICH NUTZEN, 2017, IN%



NB

# GRÖSSTES ONLINE-AUDIO-NUTZUNGS-WACHSTUM BEI INHALTEN, DIE AKTIVES ZUHÖREN VERLANGEN\*

\*ANTEIL DER NENNUNGEN, WELCHE ONLINE-AUDIO-INHALTE GENUTZT WERDEN, 2017 IM VERGLEICH ZU 2016, IN %

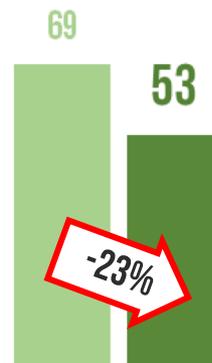


# PRAKTISCHE GRÜNDE UND SOUNDQUALITÄT SIND DIE AM STÄRKSTEN WACHSENDEN NUTZUNGSMOTIVE DER ONLINE-AUDIO-NUTZER.\*

\*GRÜNDE FÜR DIE ONLINE-NUTZUNG VON RADIO- UND MUSIKANGEBOTEN (AUSWAHL), 2017, NENNUNGEN IN %



NB



GROSSE AUSWAHL



SMARTPHONE SOWIESO IMMER DABEI



EINFACHSTE ART, RADIO/ MUSIK ZÜ HÖREN



UNABHÄNGIG VON FESTEN SENDE-ABLAUFEN



SEHR GUTE SOUNDQUALITÄT

# #3

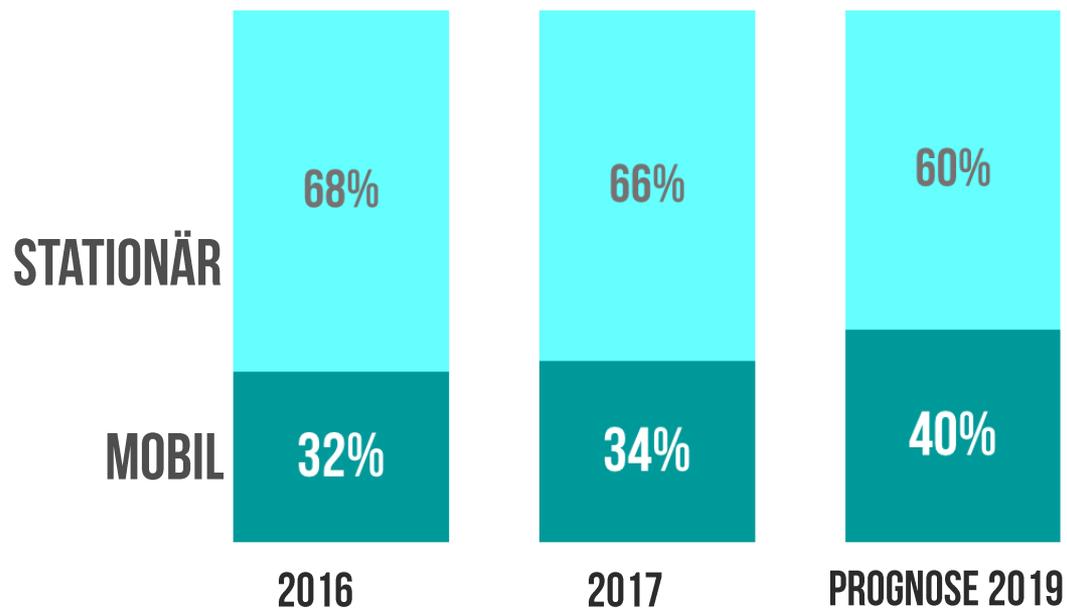
## MOBILE NUTZUNG

---

*wird für Online-Audio immer wichtiger*

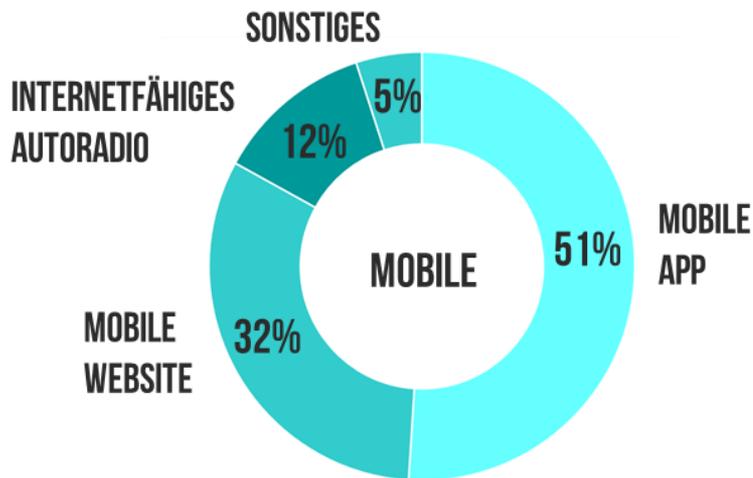
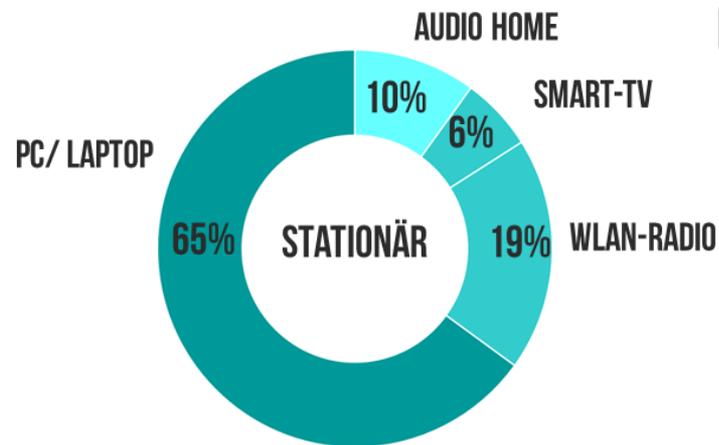
# ONLINE-AUDIO-NUTZUNG IMMER HÄUFIGER ÜBER MOBILE ENDGERÄTE\*

\*ANTEIL DER ONLINE-AUDIO-SESSIONS NACH STATIONÄREN UND MOBILEN ENDGERÄTEN 2016, 2017 UND PROGNOSE FÜR 2019, IN %



# APPS BLEIBEN BEI MOBILER NUTZUNG **TOP**, AUTORADIOS SCHON BEI FÜNF PROZENT\*

\*VERTEILUNG DER SESSIONS AUF STATIONÄREN UND MOBILEN GERÄTEN, PROGNOSE 2019, IN%



# ONLINE AUDIO WÄCHST IN ALLEN MOBILEN NUTZUNGSSITUATIONEN\*

\*MOBILE NUTZUNGSSITUATIONEN FÜR ONLINE-AUDIO-ANGEBOTE, 2017 IM VERGLEICH ZU 2016, IN %



IM AUTO



IM ZUG



BEIM SPORT



IM BUS/ ÖPNV



UNTERWEGS



DRAUSSEN



AUF DEM RAD



IM FLUGZEUG\*\*



□ 2016

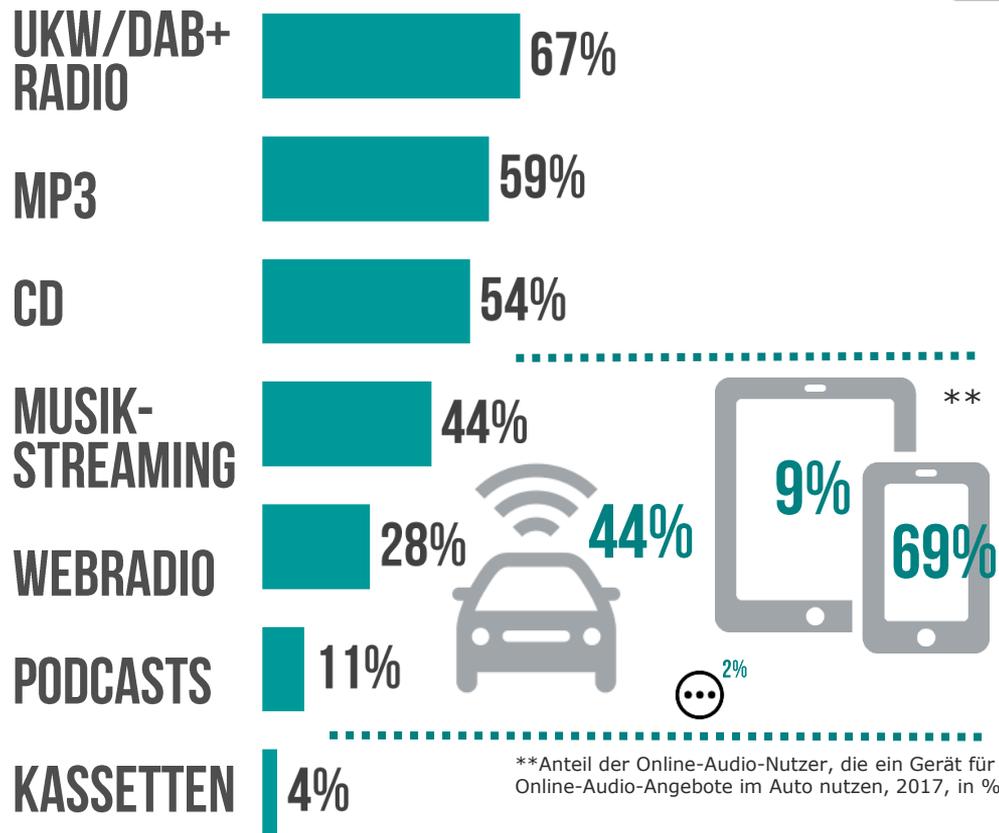
■ 2017

# ONLINE-AUDIO WIRD VON SEINEN NUTZERN AUCH IM AUTO BEREITS STARK GENUTZT\*

\*ANTEIL DER ONLINE-AUDIO-NUTZER, DIE VERSCHIEDENE RADIO- UND AUDIODIENSTE IM AUTO NUTZEN, 2017, IN %



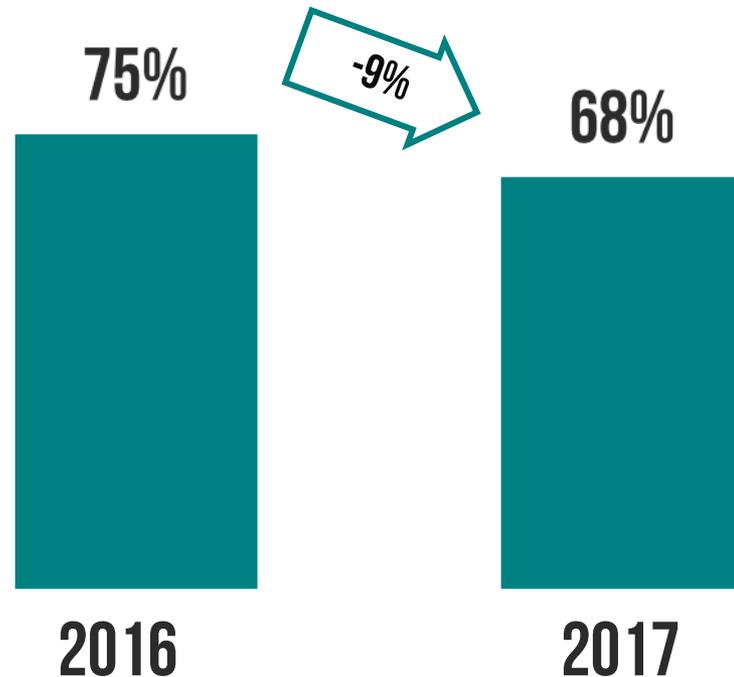
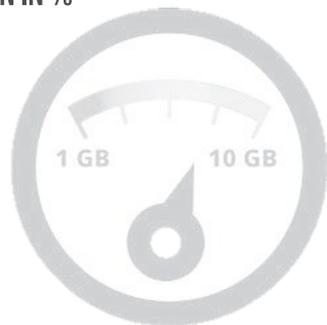
NB



\*\*Anteil der Online-Audio-Nutzer, die ein Gerät für Online-Audio-Angebote im Auto nutzen, 2017, in %

# BEGRENZTE MOBILE DATENVOLUMINA WERDEN WENIGER ALS HEMMNIS GESEHEN\*

\*VON ONLINE-AUDIO-ANBIETERN GENANNTHE HEMMFAKTOREN  
FÜR DEN ONLINE-AUDIO-MARKT, 2017, ANTEIL DER  
NENNUNGEN IN %



# #4

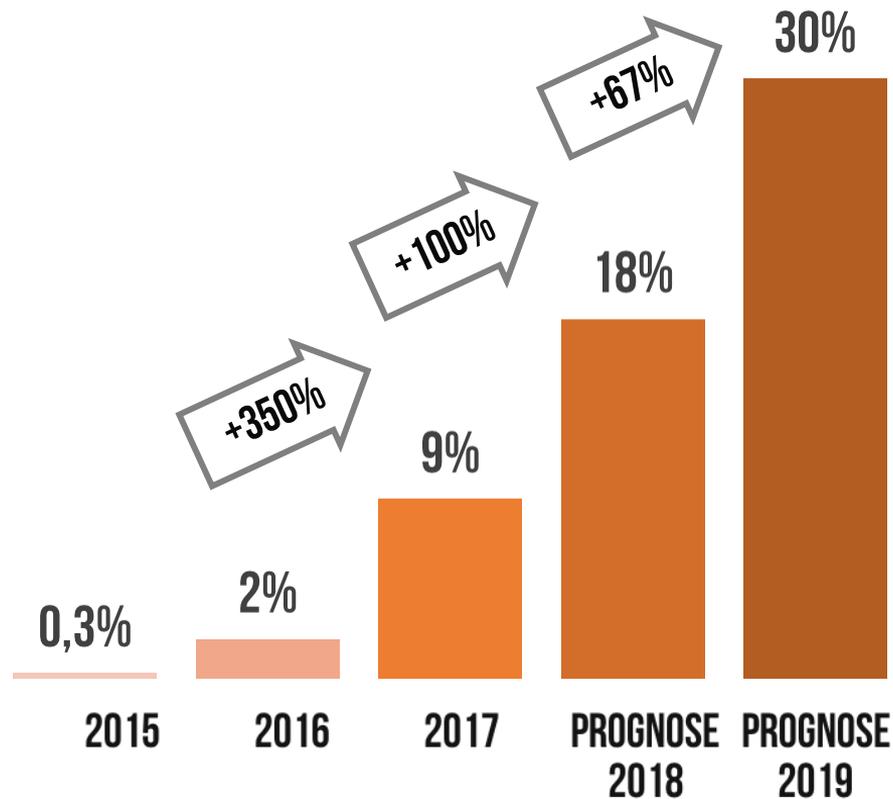
# PROGRAMMATIC ADVERTISING

---

*ist auch bei Audio angekommen*

# PROGRAMMATIC ADVERTISING IST MARKTREIF, SKALIERBAR UND GEWINNT MARKTANTEILE\*

\*ANTEIL PROGRAMMATIC ADVERTISING AM GESAMTEN ONLINE-AUDIO-WERBEMARKT, 2015-2019, IN %



AB

# #5

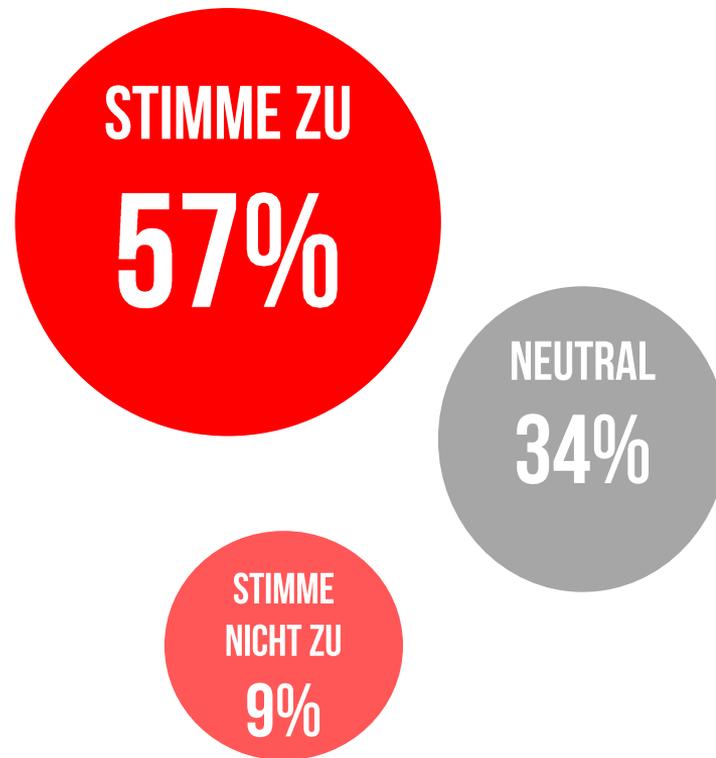
# INNOVATIVE WERBEFORMATE

---

*treiben den Online-Audio Markt*

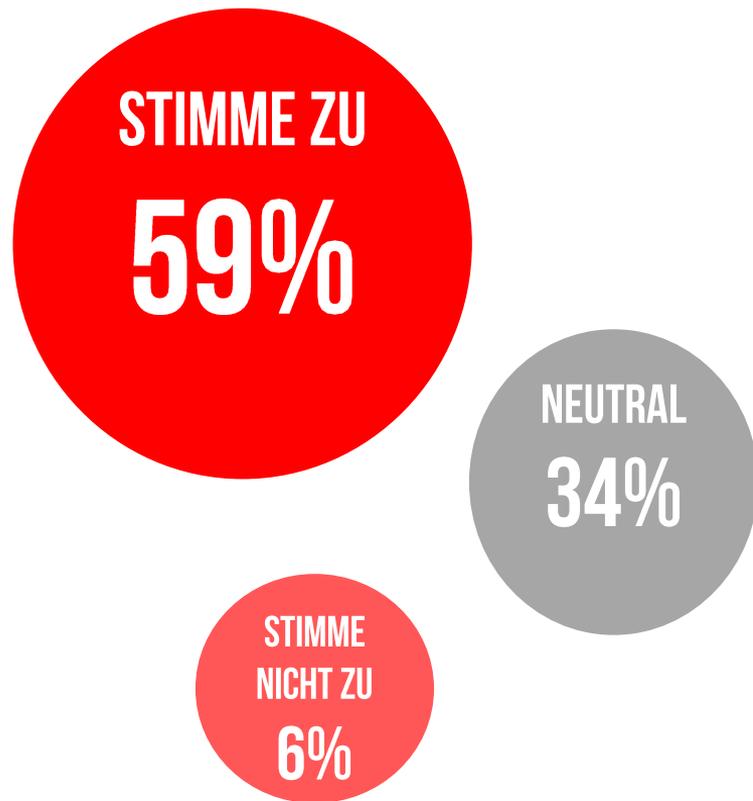
# INNOVATIVE ONLINE-AUDIO- WERBEKONZEPTE SIND WICHTIGE MARKTTREIBER

\*EINSCHÄTZUNG DER ONLINE-AUDIO-ANBIETER ZU  
INNOVATIVEN WERBEMITTELN ALS WACHSTUMSTREIBER,  
2017, IN %



# PODCASTS BRAUCHEN BESONDERE, EHER INDIVIDUELLE WERBEFORMATE

\*EINSCHÄTZUNG DER ONLINE-AUDIO-ANBIETER ZU  
INNOVATIVEN WERBEMITTELN ALS WACHSTUMSTREIBER,  
2017, IN %



**ITEMS**

WETTER

DATUM

UHRZEIT

LOCATION

DEVICE

NAME (SOFERN ÜBER

PUBLISHER/APP

BEKANNT, SCHNITT-STELLE)

## Dynamic Creative Player

Starbucks – Weekday Morning Routine



---




---

**WETTER**

nicht wichtig
  Sonne
  Wolken
  Regen
  Schnee

---

<b>DATUM</b>	<b>UHRZEIT</b>	<b>LOCATION</b>
09.05.2017	08:00	Glasgow

<b>NAME</b>	<b>DEVICE</b>	
Andrew	<input type="radio"/> nicht wichtig <input checked="" type="radio"/> Mobil	

# #6

# SPRACHSTEUERUNG

---

*revolutioniert den Audio Kanal*

# 91% DER ONLINE-AUDIO-NUTZER KENNEN SPRACHGESTEUERTE ENDGERÄTE

\*AUSSAGEN ZU SPRACHGESTEUERTEN GERÄTEN BEI ONLINE-AUDIO-NUTZERN, 2017, IN % (EINFACHANTWORT)



NB

ICH BESITZE SELBST EINS



ICH PLANE, EINS ANZUSCHAFFEN



HABE ICH SCHON AUSPROBIERT



HABE ICH SCHON VON GEHÖRT

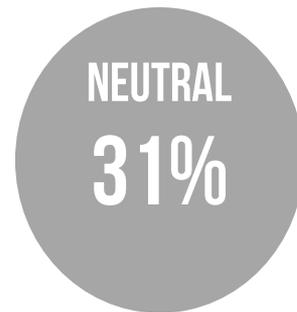


KENNE ICH NICHT



# AUS ANBIETERSICHT SPIELEN **ALEXA & CO** KÜNFTIG EINE BESONDERS **WICHTIGE ROLLE**

\*EINSCHÄTZUNGEN DER ONLINE-AUDIO-ANBIETER ZU  
SPRACHGESTEUERTEN KOMMUNIKATIONSGERÄTEN, 2017,  
ANTEIL IN %



Quelle: Webradiomonitor 2017, Befragung unter Online-Audio-Anbietern, n=198  
(alle Online-Audio-Anbieter), Bilder: Apple, Amazon, Google

# VIELEN DANK!

DEN VOLLSTÄNDIGEN  
BERICHT FINDEN SIE HIER



ODER UNTER  
[WWW.WEBRADIOMONITOR.DE](http://WWW.WEBRADIOMONITOR.DE)

**GOLDMEDIA**

Eine Studie im Auftrag von:

**BLM**  
Bayerische Landeszentrale  
für neue Medien

**BVDW**  
Wir sind das Netz

**vprt**  
radio | fernsehen | multimedia