

ONLINE-AUDIO-MONITOR 2025

Länderbericht Berlin

November 2025

mabb_



 **mindline** media

Online-Audio-Monitor 2025 – bundesweite Basisstudie

Der Online-Audio-Monitor untersucht bevölkerungsrepräsentativ die Online-Audio-Nutzung der ab 14-Jährigen in Deutschland. Insgesamt wurden 5.603 CATI- und CAWI-Interviews durchgeführt. Die CATI-Stichprobe setzt sich zusammen aus Festnetz- und Mobilfunknummern im Verhältnis 54:46.



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW

mabb
medienanstalt_berlin_brandenburg

RMS **VAUNET**
Der Audiovermarkter
Verband Privater Medien

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.

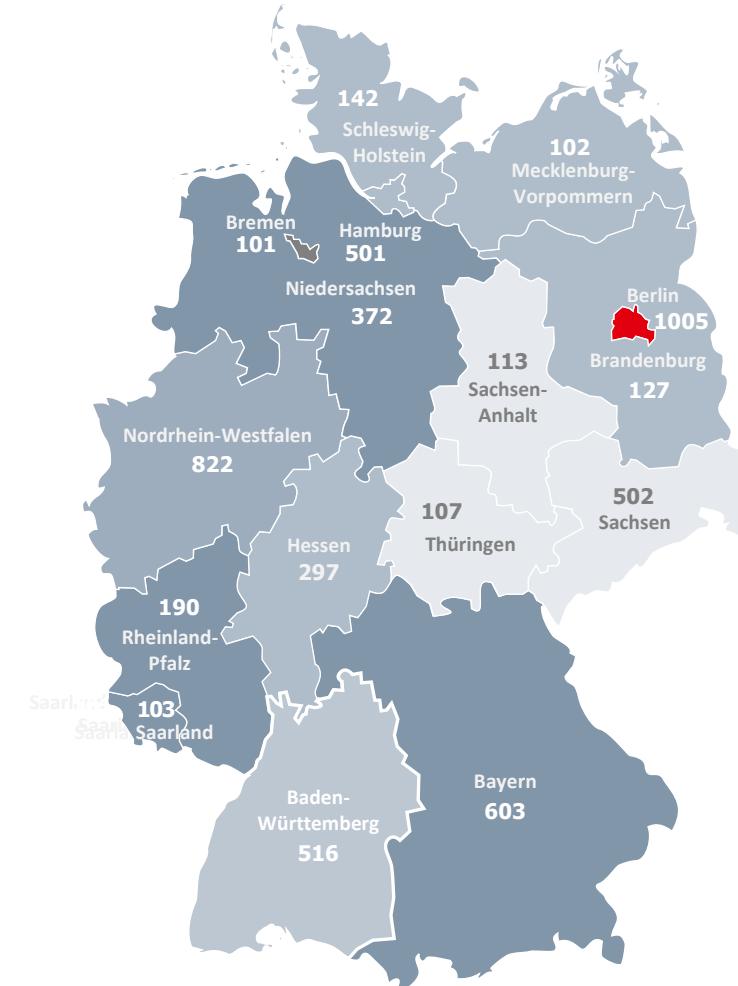
 **mindline** media

Regionale Aufstockung & Länderbericht Berlin

In Ergänzung der **nationalen** Basisstichprobe des Online-Audio-Monitors 2025 wurden u.a. im Bundesland Berlin zusätzliche Interviews realisiert. Die regionale Aufstockung wurde von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg in Auftrag gegeben.

mabb_

Für Berlin steht eine repräsentative Bevölkerungsstichprobe von **n = 1.005** Befragten zur Verfügung. Auf dieser Grundlage wurde von mindline media der Länderbericht erstellt.

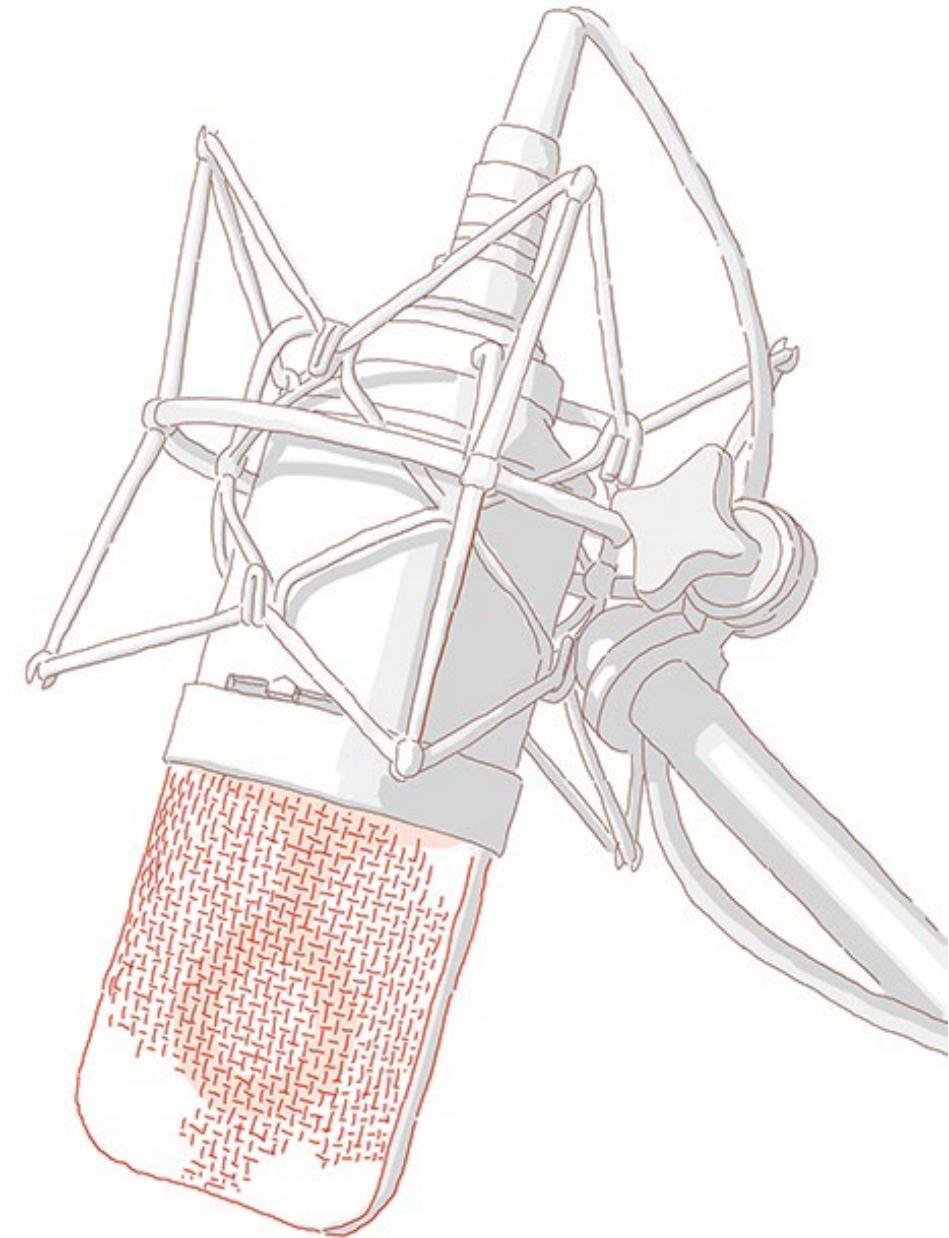


Inhalt

Online-Audio-Monitor Berlin 2025

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

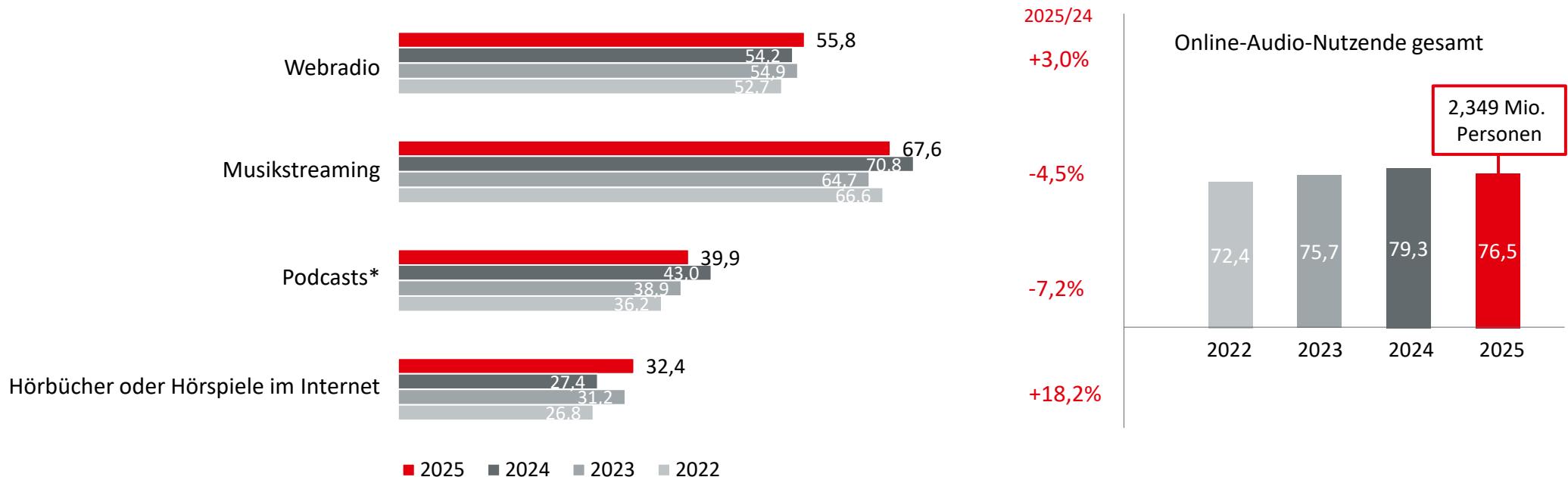
1. NUTZUNG ONLINE-AUDIO-ANGEBOTE



Nutzung Online-Audio-Angebote: 2022-2025

Basis: Personen ab 14 Jahren

Gut vier von fünf Berliner:innen ab 14 Jahren (2,3 Mio.) nutzen Online-Audio-Angebote – am meisten Musikstreaming und Webradio. Hörbücher legen am stärksten zu.



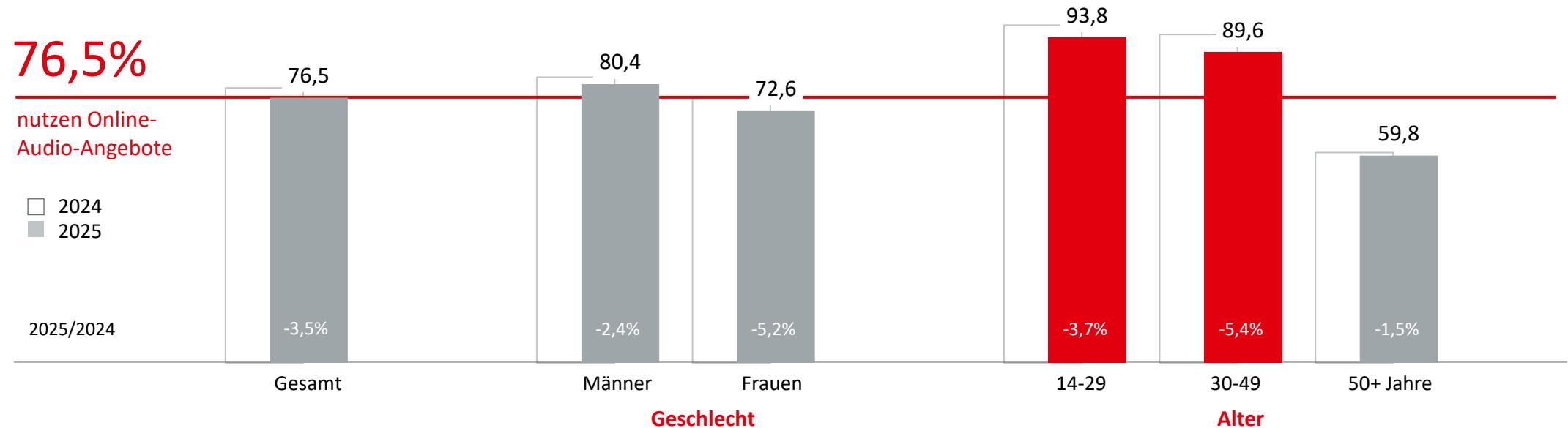
* bis 2024 „Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören“

Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, 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 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin (n=1.005)

Online-Audio-Nutzung nach Geschlecht und Alter

Basis: Personen ab 14 Jahren

Besonders hoch ist der Nutzungsanteil bei den unter 50-Jährigen. Männer hören Online-Audio-Angebote etwas häufiger als Frauen. In allen Gruppen etwas geringere Werte im Vergleich zum Vorjahr.

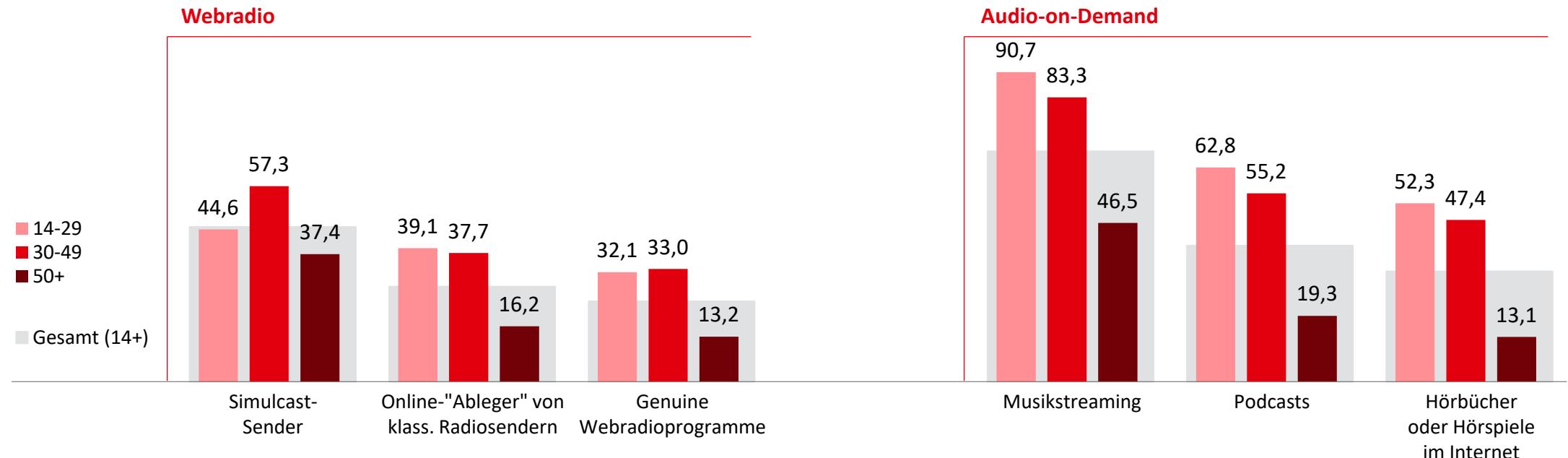


Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? | Angaben in Prozent; Basis 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin (n=1.005) bzw. Subgruppen (n=499|504|166|272|567|409|558)

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

Basis: Personen ab 14 Jahren

Personen unter 50 Jahren weisen bei allen Webradio- und on-Demand-Angeboten höhere Nutzungszahlen auf. Simulcast-Webradiosender werden vergleichsweise häufig auch von 50+ gehört.

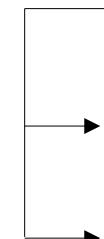
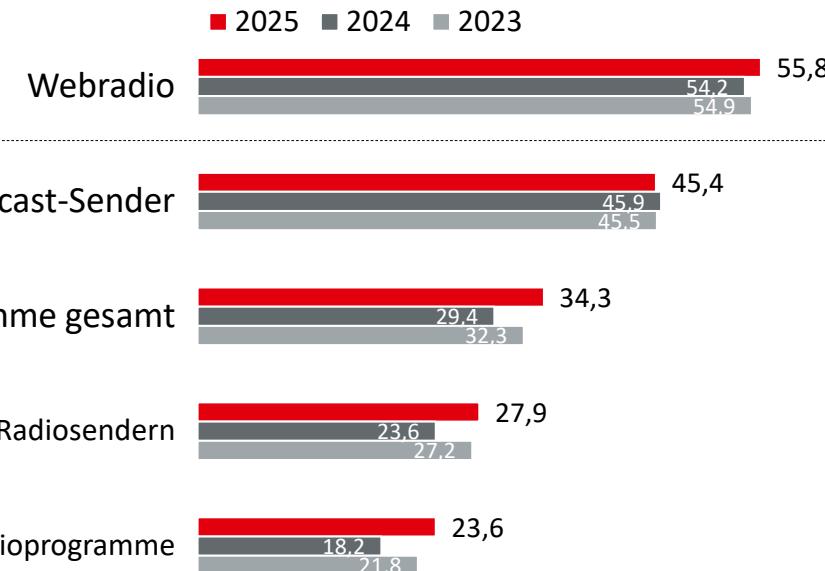


Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin (n=1.005) bzw. für Altersgruppen (n=166|272|567)

Webradio-Nutzung im Detail

Basis: Personen ab 14 Jahren

Die Nutzung von Simulcast-Sendern bleibt stabil, während reine Online-Programme (wieder) verstärkt gehört werden. Die Gesamt-Webradiounutzung steigt damit etwas.



Simulcast-Sender: sowohl über das Internet als auch über UKW/DAB+ hörbar / **Online-'Ableger'**: reine Webstreams von bekannten, „klassischen“ Radiosendern, die meist auf eine bestimmte Musikrichtung ausgerichtet sind. / **Genuine Webradioprogramme:** reine Webradioprogramme, die zu einem bekannten, „klassischen“ Radiosender gehören.

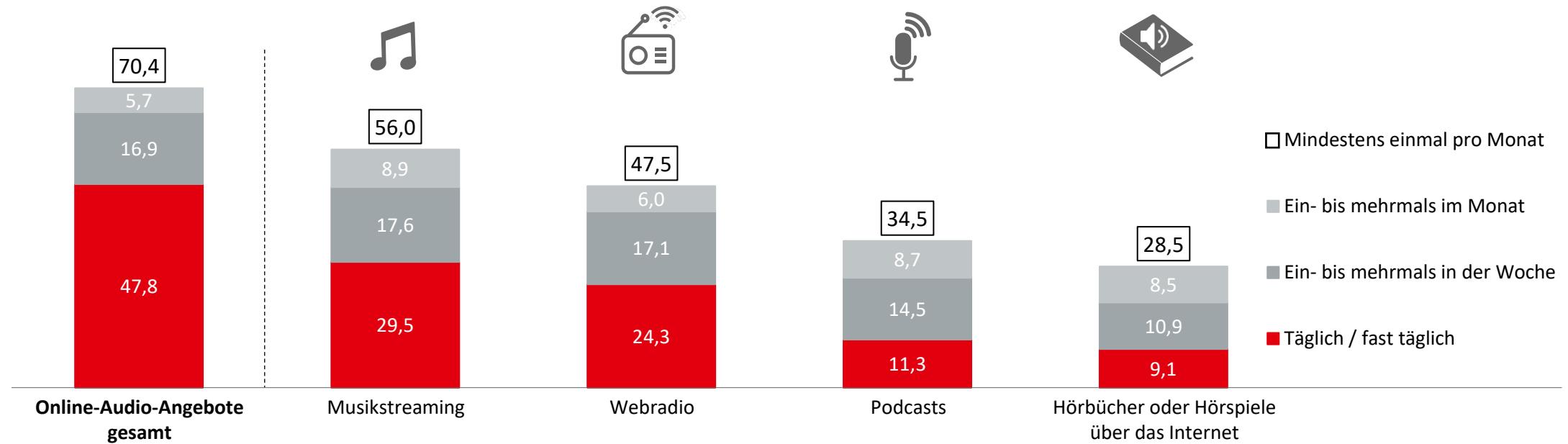
Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?

Angaben in Prozent; Basis 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin (n=1.005)

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Basis: Personen ab 14 Jahren

Fast jede:r Zweite in Berlin nutzt Online-Audio täglich, ca. zwei Drittel wöchentlich. Musikstreaming und Webradio haben die meisten regelmäßigen Hörer:innen.

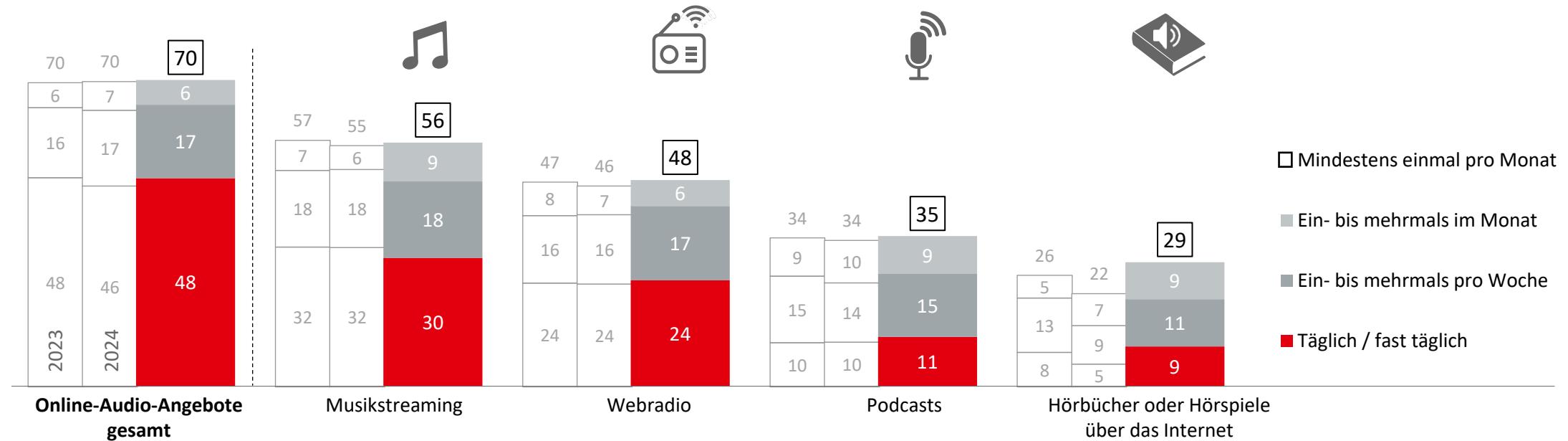


Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin (n=1.005)

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote im Trend

Basis: Personen ab 14 Jahren

Bei allen Online-Audio-Angeboten steigt die Zahl der monatlich Nutzenden – insbesondere bei Hörbüchern und Hörspielen, die inzwischen von fast jeder/jedem Zehnten täglich gehört werden.

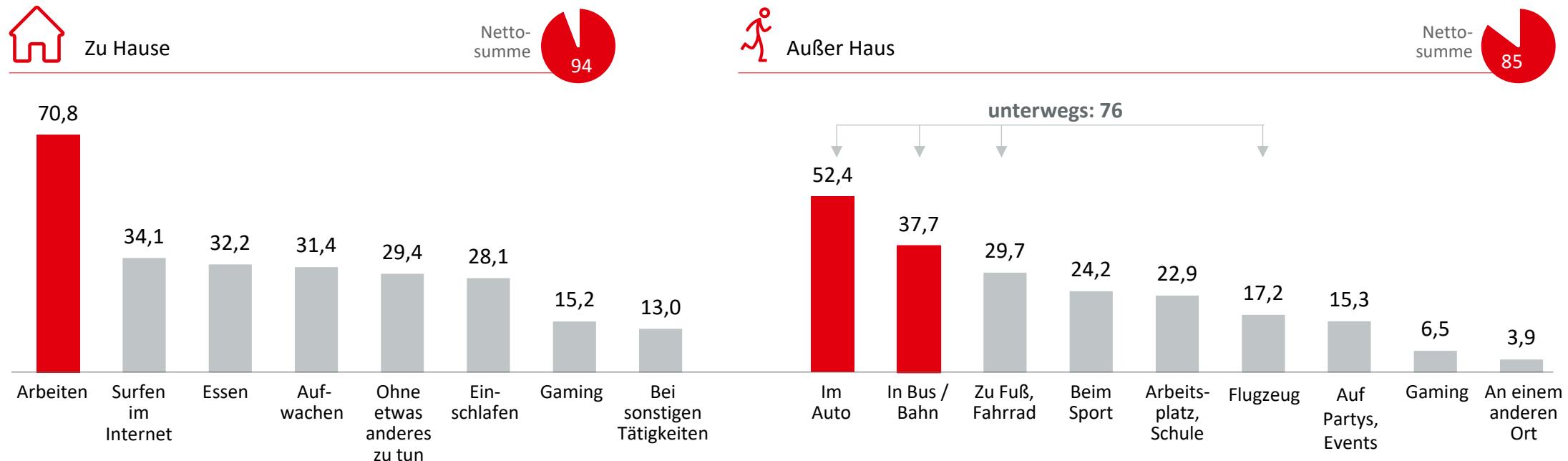


Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin (n=1.005)

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

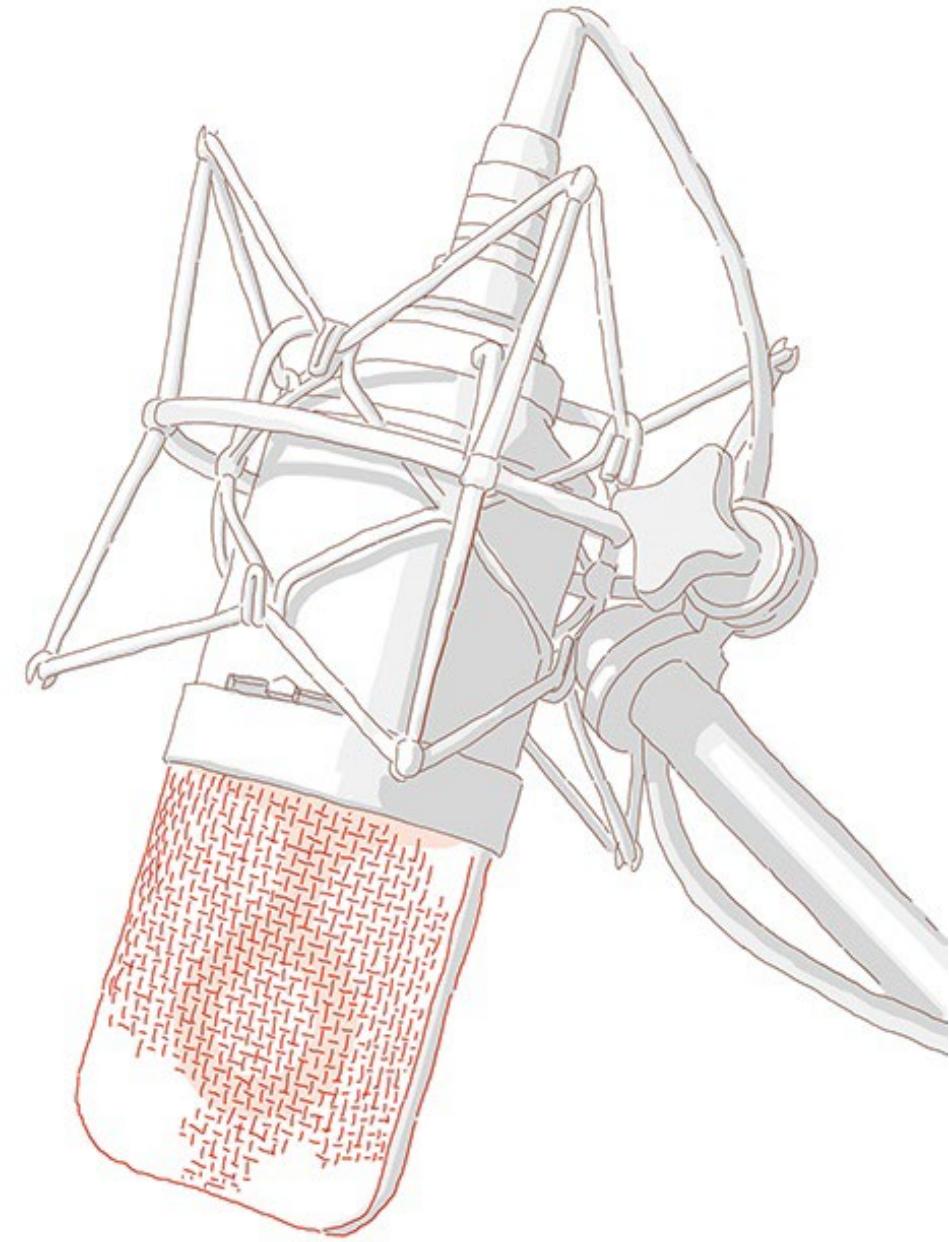
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

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



Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. | Angaben in Prozent; Basis: 2,162 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren in Berlin, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=695)

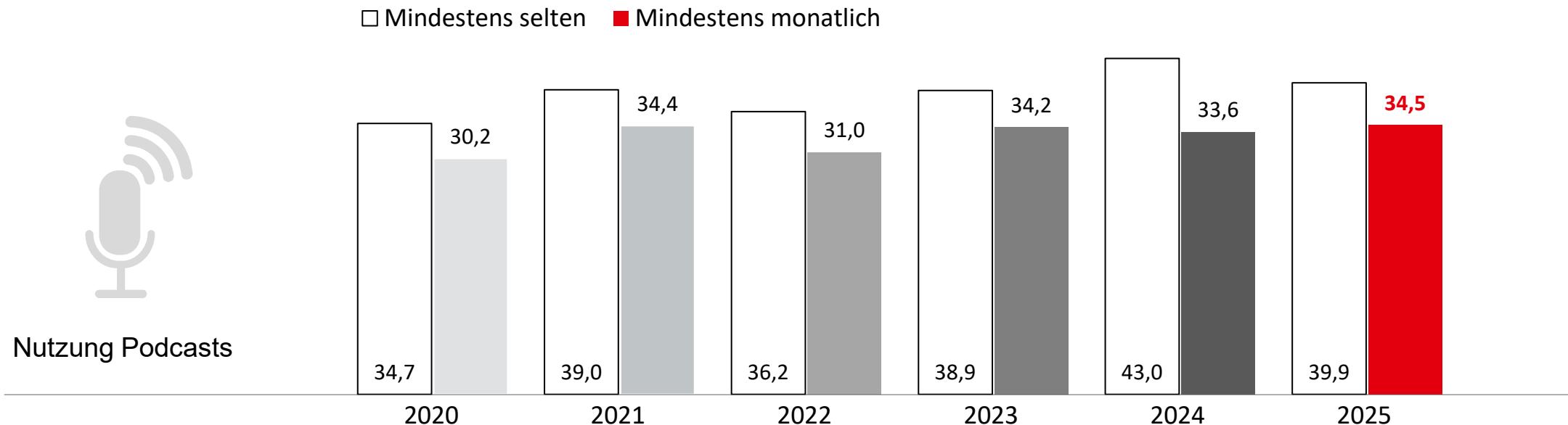
2. PODCAST-TRENDS



Nutzung von Podcasts im Trend

Basis: Personen ab 14 Jahren

Jede:r dritte Berliner:in hört Podcasts mindestens monatlich. Während die Gesamtnutzung unter dem Vorjahreswert bleibt, verzeichnet die Stammhörerschaft ein leichtes Wachstum.



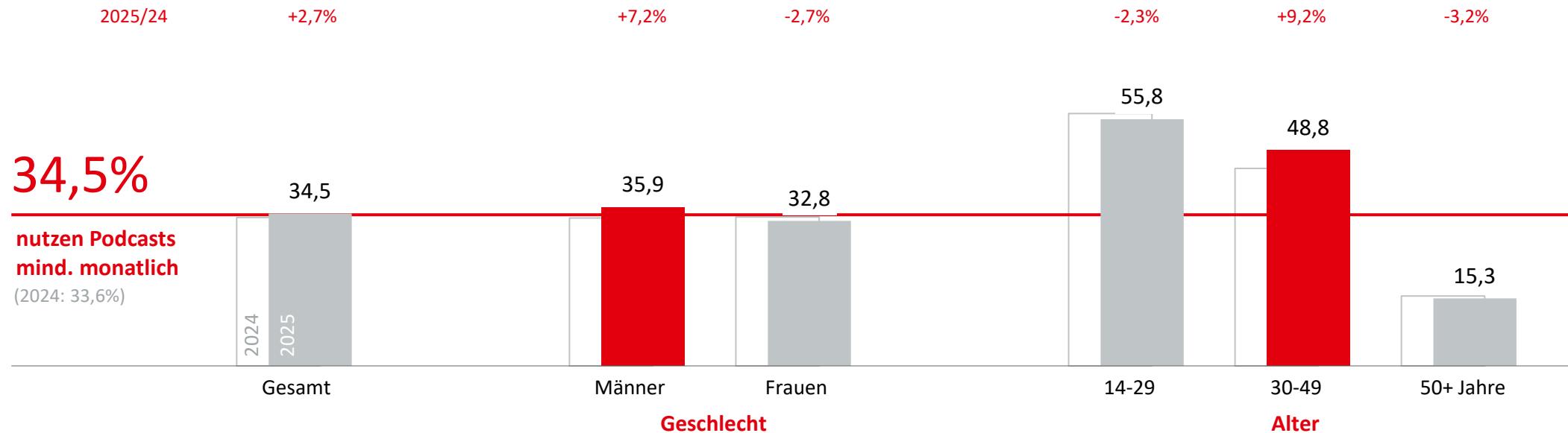
* bis 2024 „Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören“

Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts? / Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Angaben in Prozent; Basis 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=1.005)

Regelmäßige Nutzung von Podcasts

Basis: Personen ab 14 Jahren

Podcasts werden vor allem von den unter 50-Jährigen regelmäßig gehört. Männer und 30- bis 49-Jährige nutzen das Audio-Format häufiger als 2024.



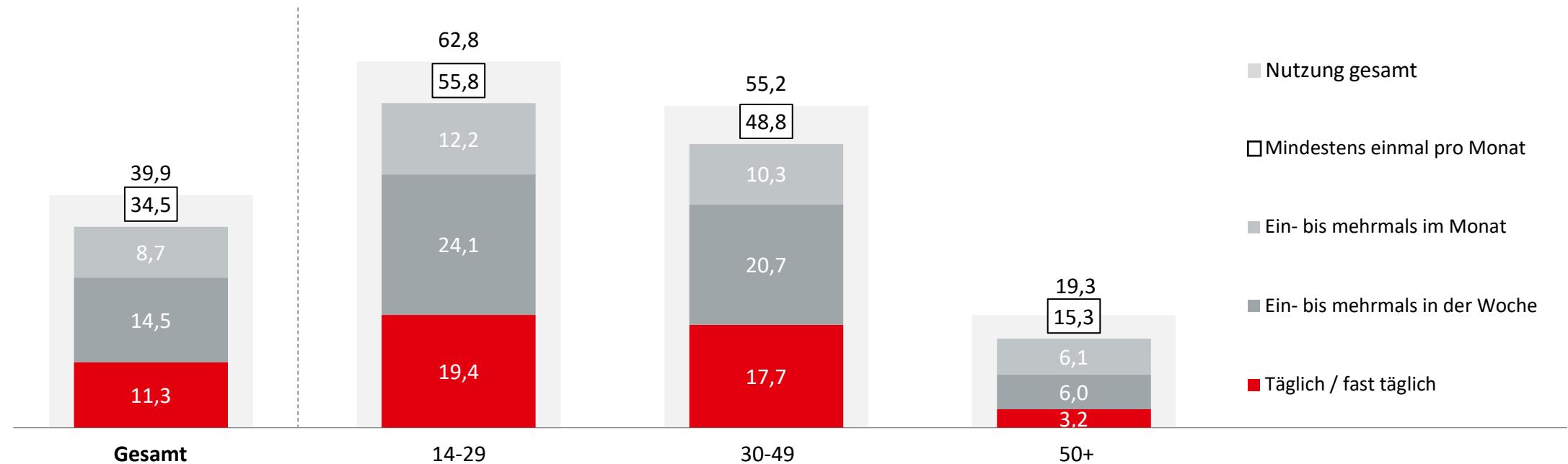
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts?

Angaben in Prozent; Basis 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=1.005) bzw. Subgruppen (n=499|504|166|272|567|409|558)

Nutzungsfrequenz Podcasts

Basis: Personen ab 14 Jahren

Bei den 14- bis 49-Jährigen hört sogar fast jede:r Fünfte täglich Podcasts.



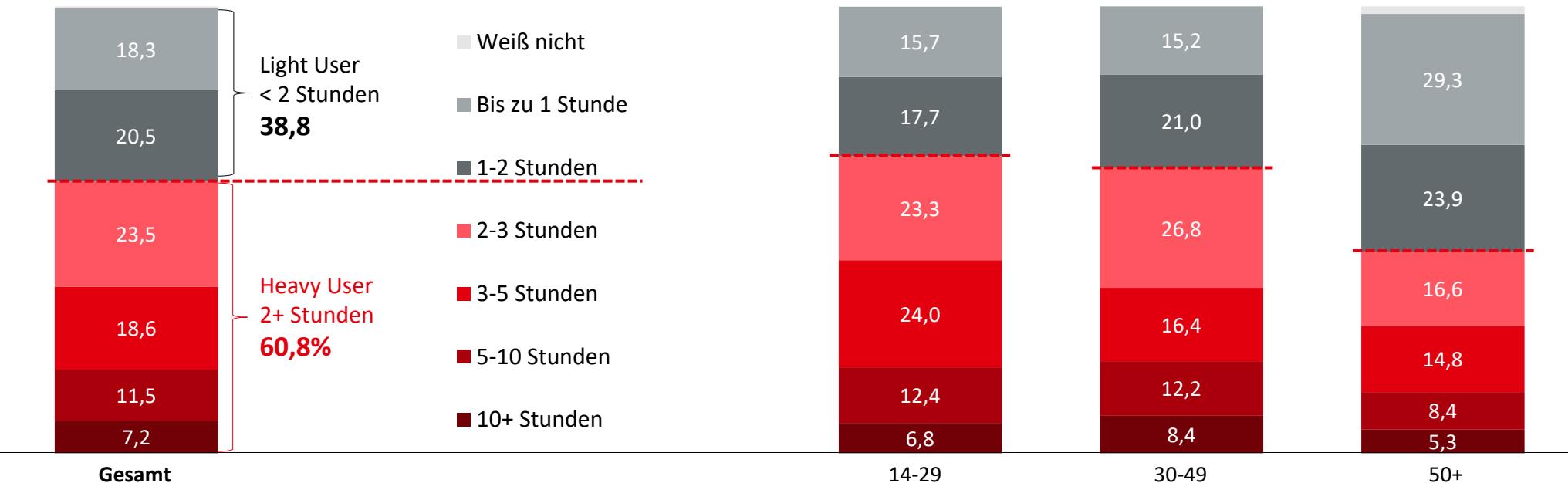
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts?

Angaben in Prozent; Basis: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=1.005) bzw. für Altersgruppen (n=166|272|567)

Dauer der Podcast-Nutzung pro Woche

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Sechs von zehn regelmäßig Nutzenden hören Podcasts mind. 2 Stunden pro Woche. Am höchsten ist der Anteil der Heavy User bei den unter 50-Jährigen.

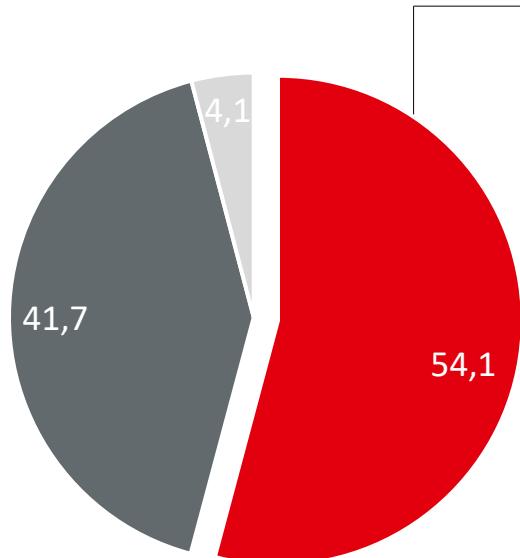


Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts, ganz egal zu welchen Themen?
 Angaben in Prozent; Basis: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347) bzw. für Altersgruppen (n=101|149|97)

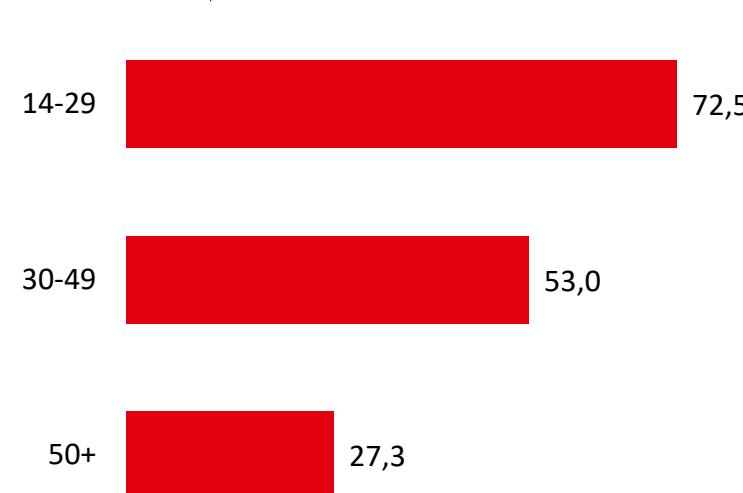
Nutzung Video-Podcasts

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Über die Hälfte der Podcast-Hörenden gibt an, Podcasts mit Video zu nutzen – je jünger, desto mehr.



- ja
- nein
- weiß nicht



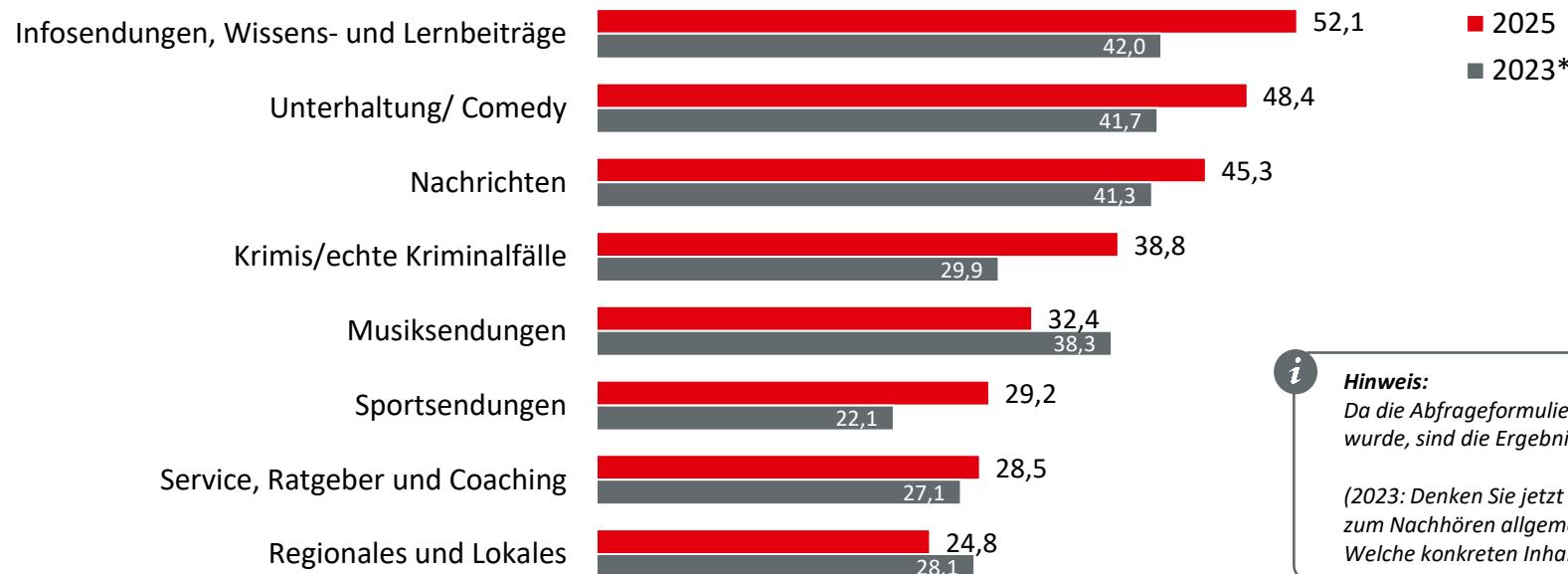
Frage 18C: Wenn Sie an die Podcasts denken, die Sie nutzen. Sind da auch Podcasts dabei, bei denen parallel ein Video läuft?

Angaben in Prozent; Basis: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347) bzw. Subgruppen (n=101/149/97)

Podcasts: Genutzte Inhalte

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Bei den Podcast-Inhalten ist ein breites Spektrum gefragt: Infosendungen, Unterhaltung/Comedy, Nachrichten und Crime sind aktuell die Top 4.



Hinweis:

Da die Abfrageformulierung i.Vgl. zu 2023 leicht geändert wurde, sind die Ergebnisse nur eingeschränkt vergleichbar.

(2023: Denken Sie jetzt bitte an Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören allgemein, also egal in welcher Situation: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?)

* wurde 2024 nicht erhoben

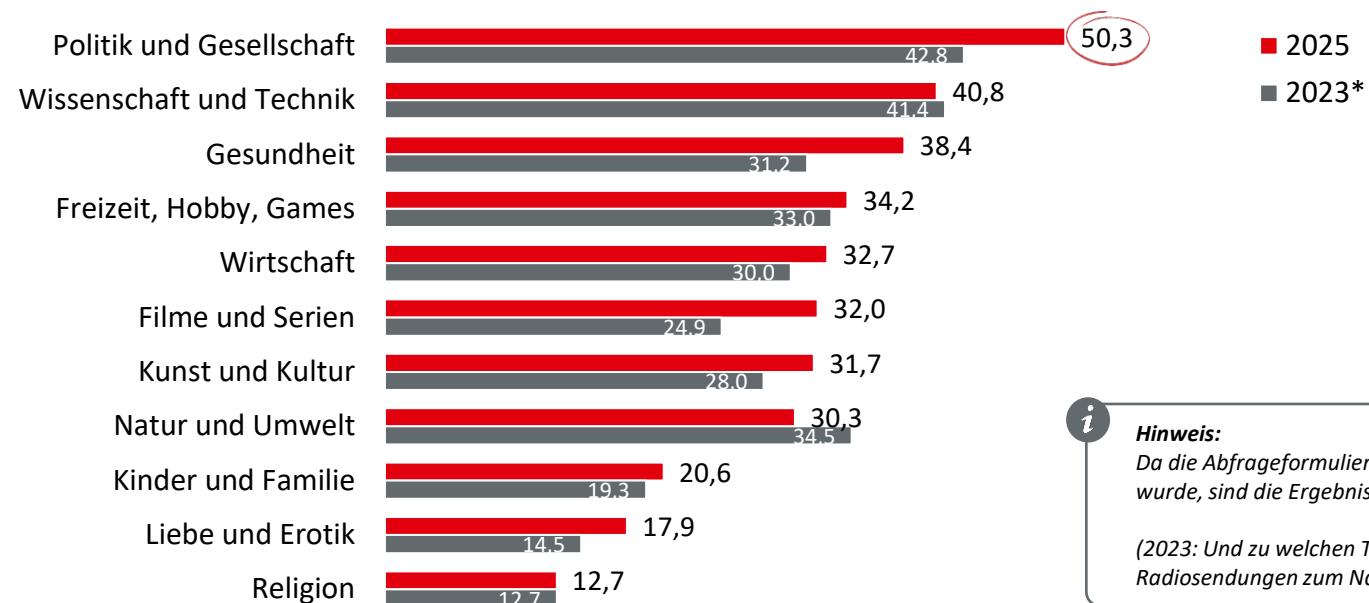
Frage 9: Nun möchten wir näher auf Podcasts eingehen: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?

Angaben in Prozent; Basis 2025: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347)

Podcasts: Konkrete Themen

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Thematisch liegen Podcasts zu Politik & Gesellschaft mit Abstand vorn – jede:r zweite regelmäßig Podcast-Nutzende interessiert sich dafür. Wissenschaft/Technik und Gesundheit folgen auf Platz 2 und 3.



Hinweis:

Da die Abfrageformulierung i. Vgl. zu 2023 leicht geändert wurde, sind die Ergebnisse nur eingeschränkt vergleichbar.

(2023: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?)

* wurde 2024 nicht erhoben

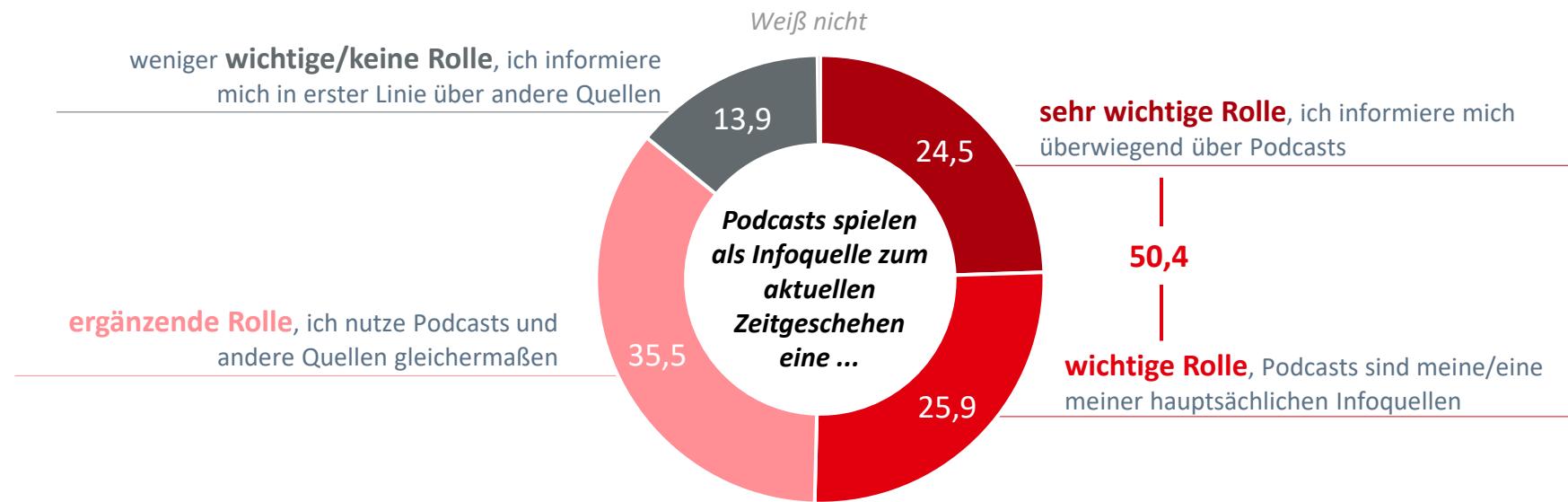
Frage 10: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts?

Angaben in Prozent; Basis: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347)

Podcasts: Rolle als Infomedium

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Podcasts sind ein relevantes Infomedium zum aktuellen Zeitgeschehen: für die Hälfte der regelmäßig Nutzenden eine der Hauptquellen, für gut ein Drittel eine ergänzende Quelle.

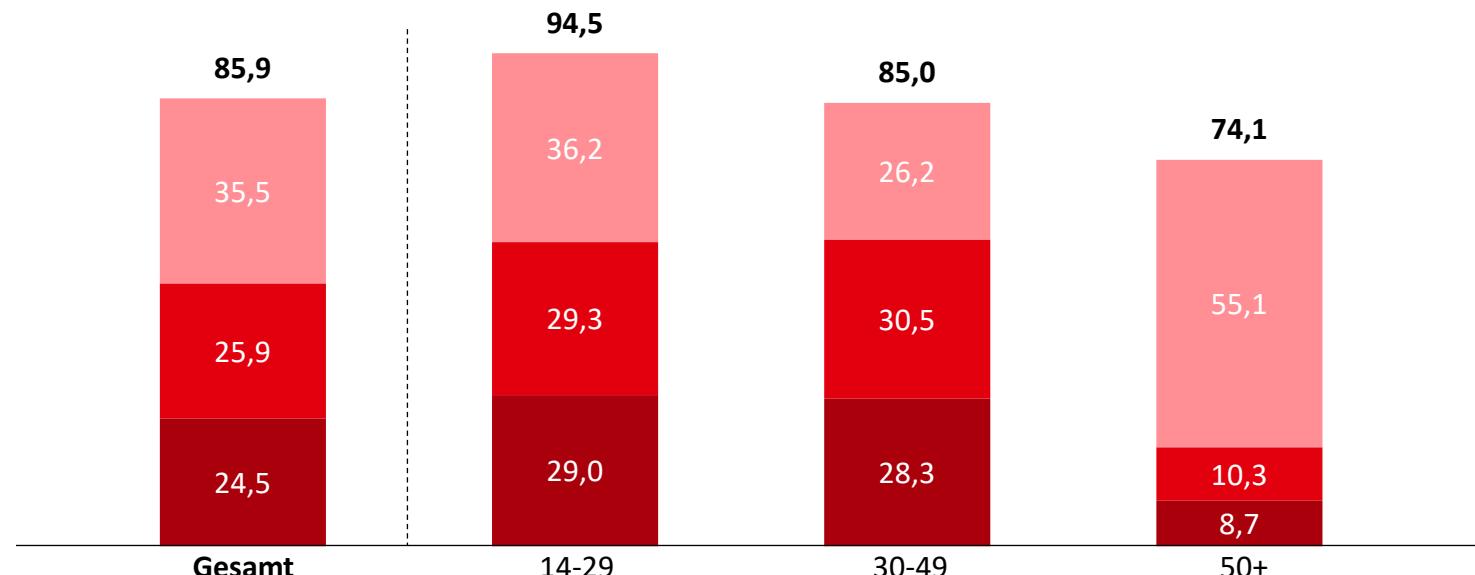


Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? | Angaben in Prozent; Basis 2025: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=347)

Podcasts: Rolle als Infomedium nach Alter

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Bei den 14- bis 49-Jährigen sind es sechs von zehn, die sich primär über Podcasts informieren.



Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

Summe

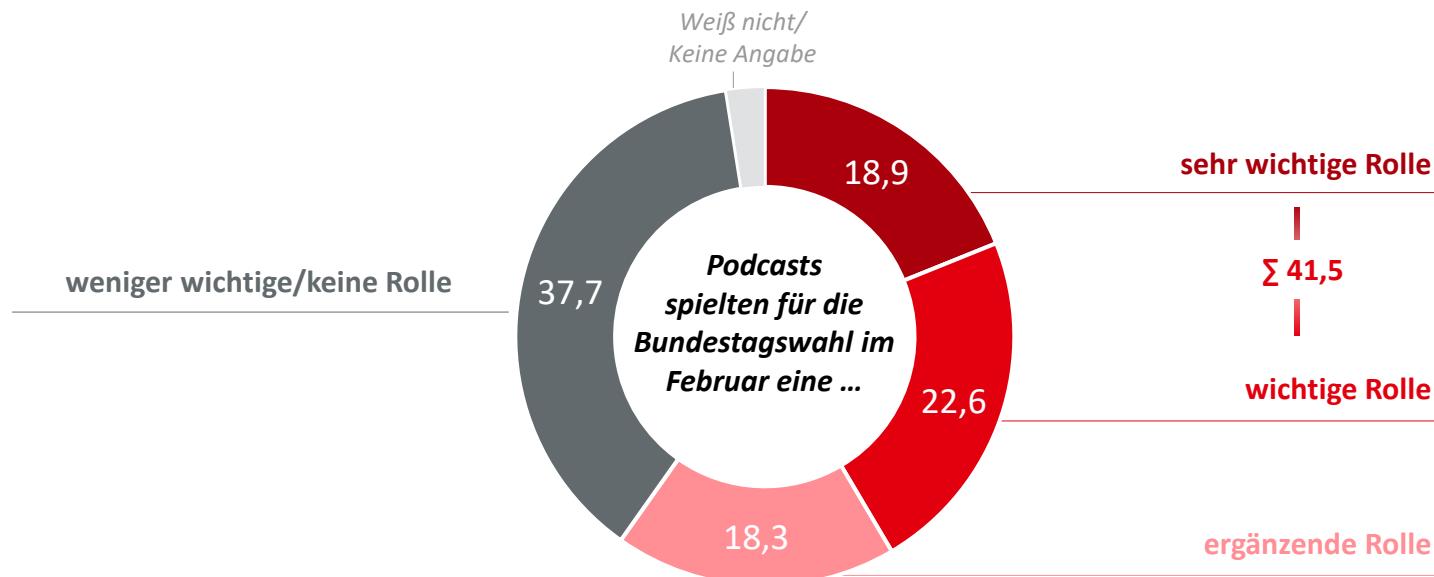
- **ergänzende Rolle**, ich nutze Podcasts und andere Quellen gleichermaßen
- **wichtige Rolle**, Podcasts sind meine/eine meiner hauptsächlichen Infoquellen
- **sehr wichtige Rolle**, ich informiere mich überwiegend über Podcasts

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: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347) bzw. für Altersgruppen (n=101|149|97)

Podcasts: Relevanz für die Bundestagswahl 2025

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende ab 18 Jahren

Auch im Rahmen der Bundestagswahl 2025 haben Podcasts für mehr als die Hälfte der regelmäßig Hörenden eine (wichtige) Rolle gespielt.

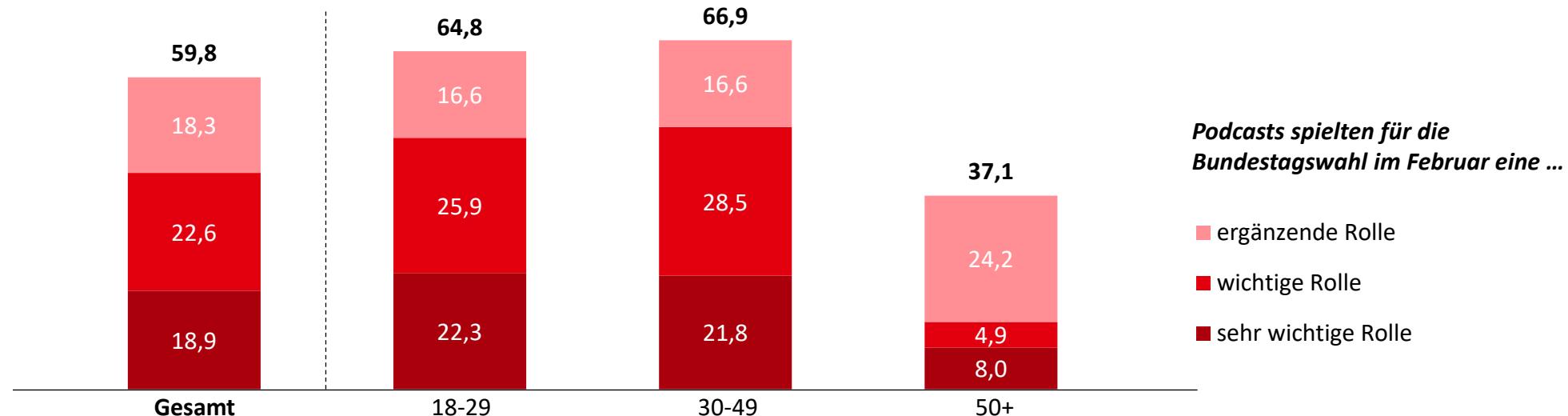


Frage 16C: Im Februar hat ja die Bundestagswahl stattgefunden. Welche Rolle haben Podcasts in diesem Zusammenhang für Sie als Informationsmedium gespielt?
Angaben in Prozent; Basis: 1,001 Mio. Personen ab 18 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=334)

Podcasts: Relevanz für die Bundestagswahl 2025 nach Alter

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende ab 18 Jahren

Vor allem für die regelmäßige Nutzenden U50 waren Podcasts als Infomedium zur Bundestagswahl relevant.



Frage 16C: Im Februar hat ja die Bundestagswahl stattgefunden. Welche Rolle haben Podcasts in diesem Zusammenhang für Sie als Informationsmedium gespielt?

Angaben in Prozent; Basis: 1,001 Mio. Personen ab 18 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=334) bzw. für Altersgruppen (n=88|149|97)

Umsetzung:

 **mindline** media

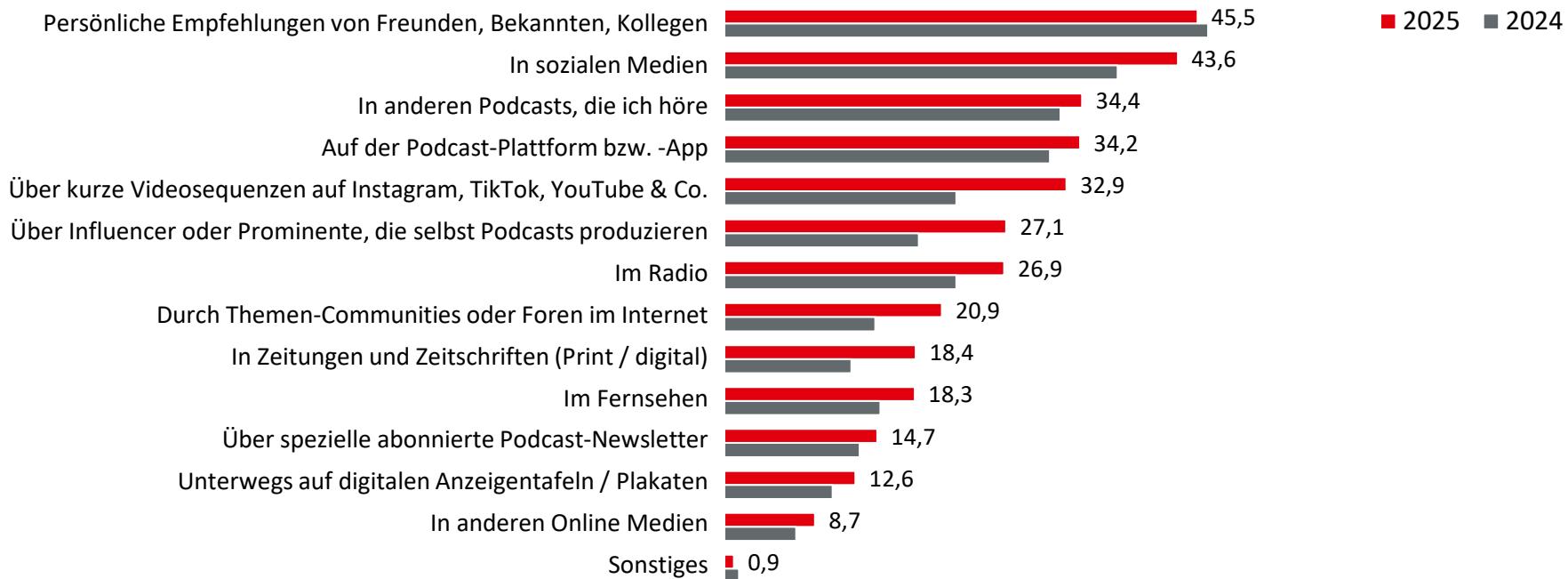
Auftraggeber:

mabb

Podcasts-Touchpoints

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Die meisten werden durch persönliche Empfehlungen und soziale Medien auf Podcasts aufmerksam. Auch Werbung in anderen Podcasts, die Podcast-Plattform und Kurzvideos sind häufige Touchpoints.



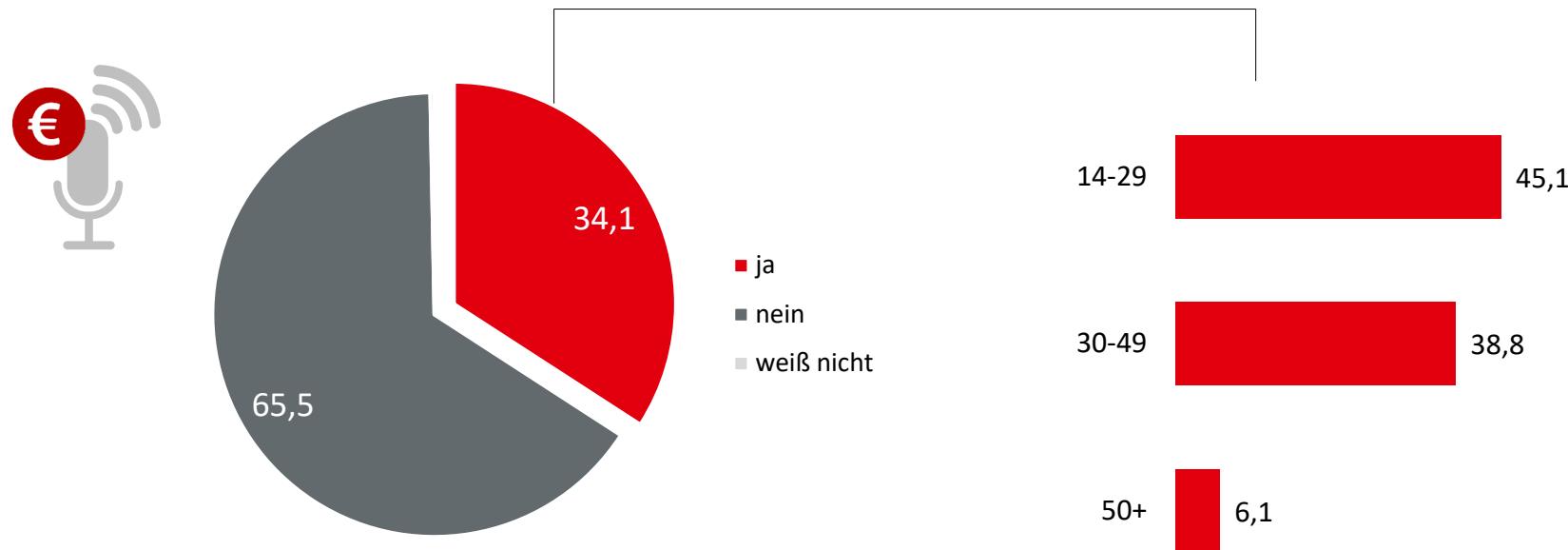
Frage 17A: Wie oder wo werden Sie auf Podcasts aufmerksam?

Angaben in Prozent; Basis 2025: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347)

Nutzung kostenpflichtiger Podcasts

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Gut ein Drittel der regelmäßigen Nutzenden zahlt bereits für Podcasts oder unterstützt Podcaster:innen finanziell (abgesehen von Streaming-Abos) – Jüngere zahlen am ehesten.

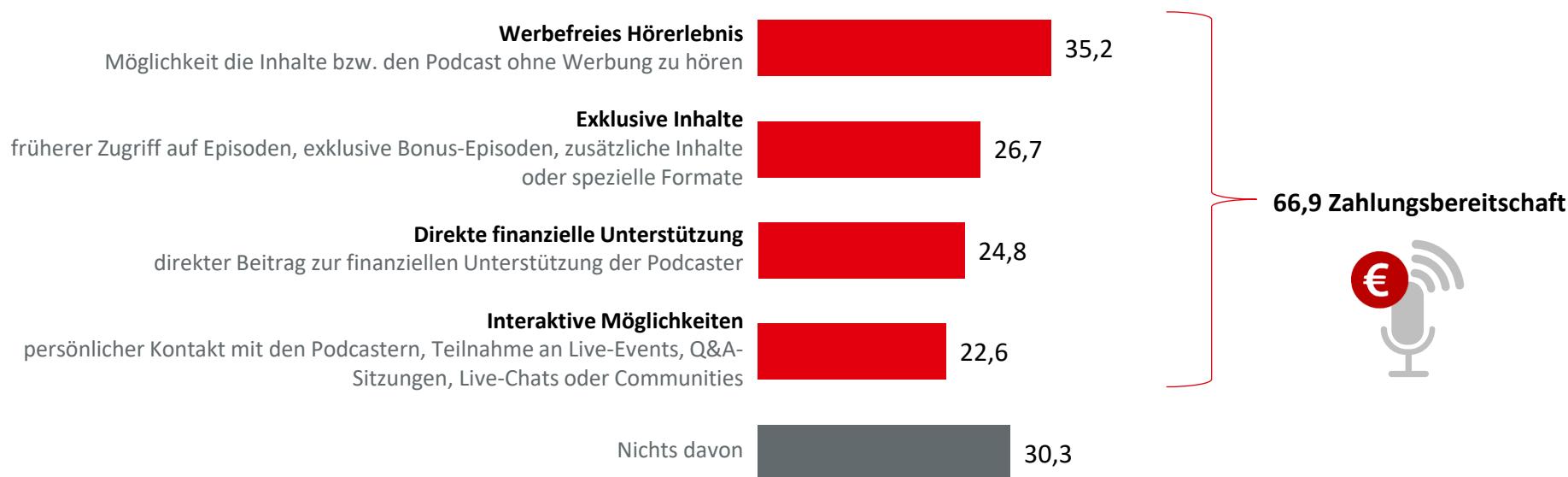


Frage 18A: Nutzen Sie aktuell kostenpflichtige Podcasts oder unterstützen Sie Podcaster finanziell? Hiermit ist kein Spotify-Abo oder Abo eines anderen Streamingdienstes gemeint.
Angaben in Prozent; Basis: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347) bzw. für Altersgruppen (n=101|149|97)

(Potentielle) Zahlungsgründe für Podcasts

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

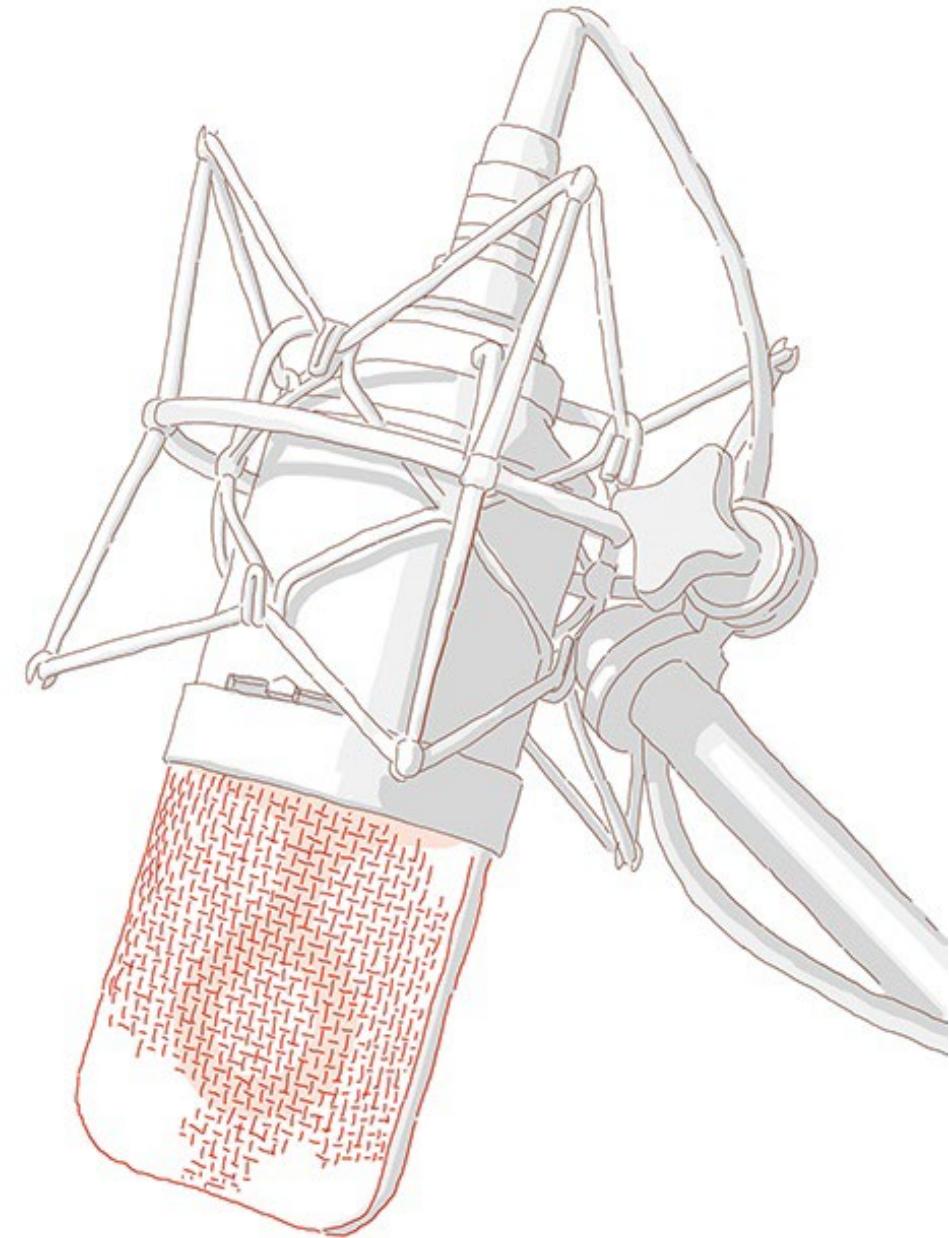
Die Zahlungsbereitschaft liegt insgesamt bei über zwei Dritteln. Werbefreiheit bildet den größten Anreiz, gefolgt von exklusiven Inhalten.



Frage 18B: Wofür zahlen Sie bzw. würden Sie bei Podcasts bezahlen?

Angaben in Prozent; Basis: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347)

3. ONLINE-AUDIO & KI

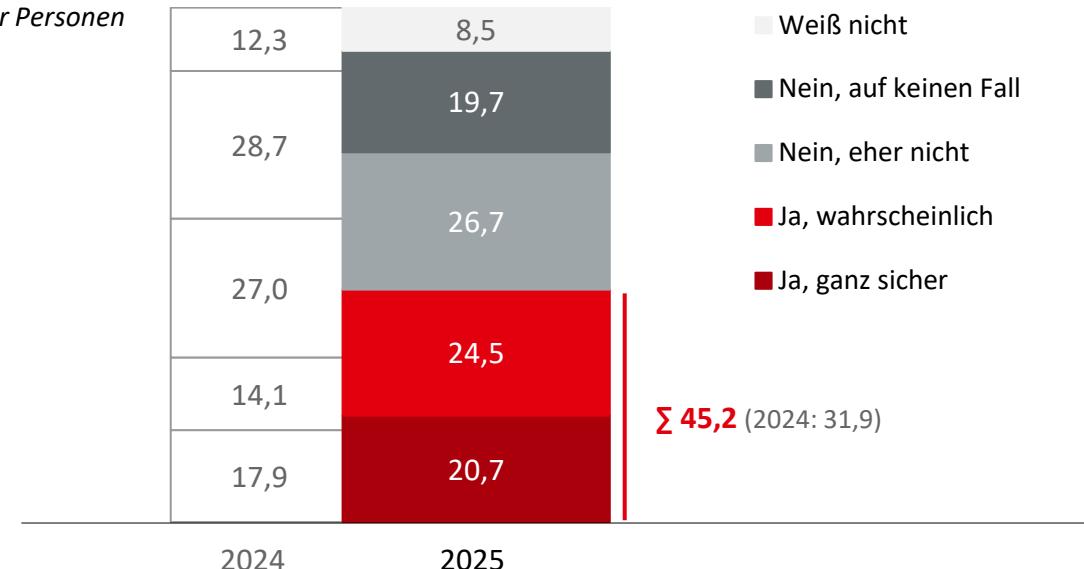


Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

45 Prozent der Online-Audio-Nutzenden – deutlich mehr als ein Jahr zuvor – hatte nach eigener Ansicht bereits Kontakt mit KI-generierten Audio-Inhalten. Ebenso viele verneinen dies (eher).

z.B. *Musik, ganze Sendungen oder Radioprogramme, virtuelle Moderatoren oder Stimmen bekannter Personen*



Frage 40: Im Bereich des Online-Hörens wird vermehrt 'Künstliche Intelligenz', abgekürzt 'KI', eingesetzt. Mit KI können auch selbst realistische und originelle Audioinhalte erstellt werden, beispielsweise Musik, ganze Sendungen oder Radioprogramme, virtuelle Moderatoren oder Stimmen bekannter Personen. Sind Sie mit solchen KI-Audioinhalten schon in Kontakt gekommen?

Angaben in Prozent, Basis: 2,349 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren in Berlin (n=773), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungs frequenz von Online-Audio

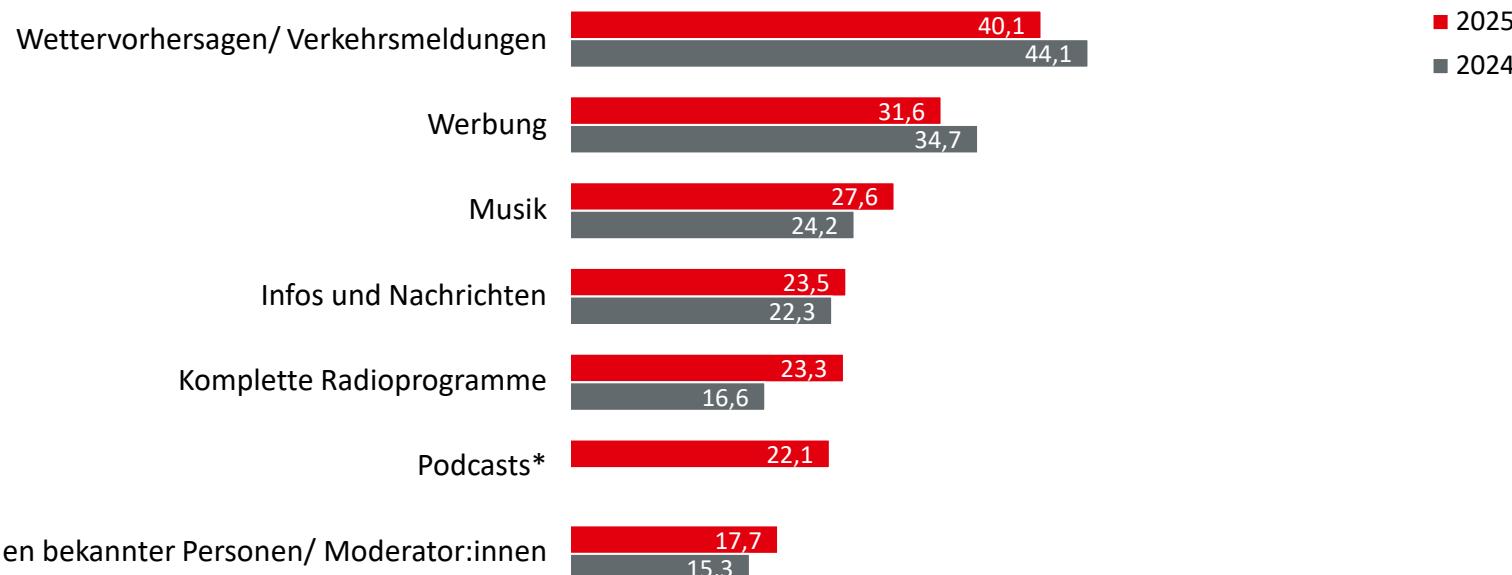
Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Der Einsatz generativer KI im Audiobereich wird unterschiedlich bewertet: Wetter/Verkehr stoßen auf größte Akzeptanz. Die Meinungen schwanken etwas gegenüber dem Vorjahr.

Top 2 (Voll und ganz in Ordnung / in Ordnung)

KI-generierte...



* 2025 neu abgefragt

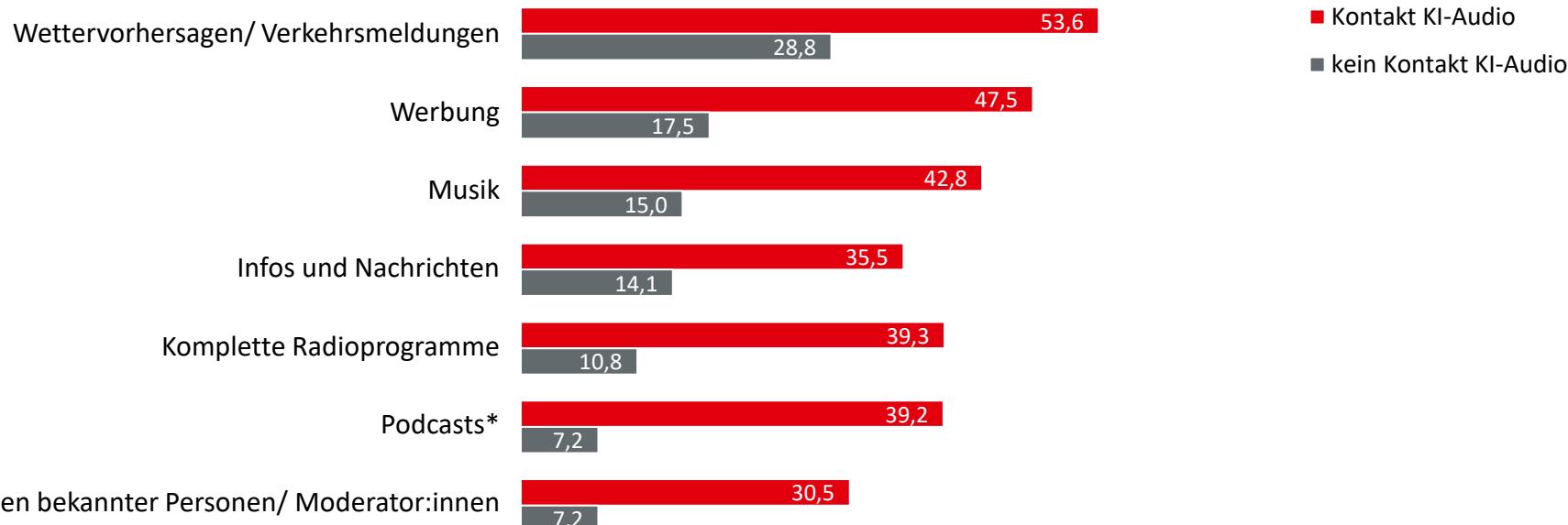
Frage 41: Unabhängig davon, was Sie eben geantwortet haben: Bei welchen der folgenden Beiträge bzw. Inhalte fänden Sie persönlich es in Ordnung oder auch nicht, wenn diese mit Unterstützung von KI erstellt werden?
Angaben in Prozent, Basis 2025: 2,349 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren in Berlin (n=773), ohne weiß nicht bei der Abfrage der Nutzungs frequenz von Online-Audio

Akzeptanz von KI-Audio-Inhalten nach wahrgenommenem Kontakt

Wer bereits mit generativen KI-Audio-Inhalten in Kontakt gekommen ist, steht dem Thema deutlich positiver gegenüber.

Top 2 (Voll und ganz in Ordnung / in Ordnung)

KI-generierte...



* 2025 neu abgefragt

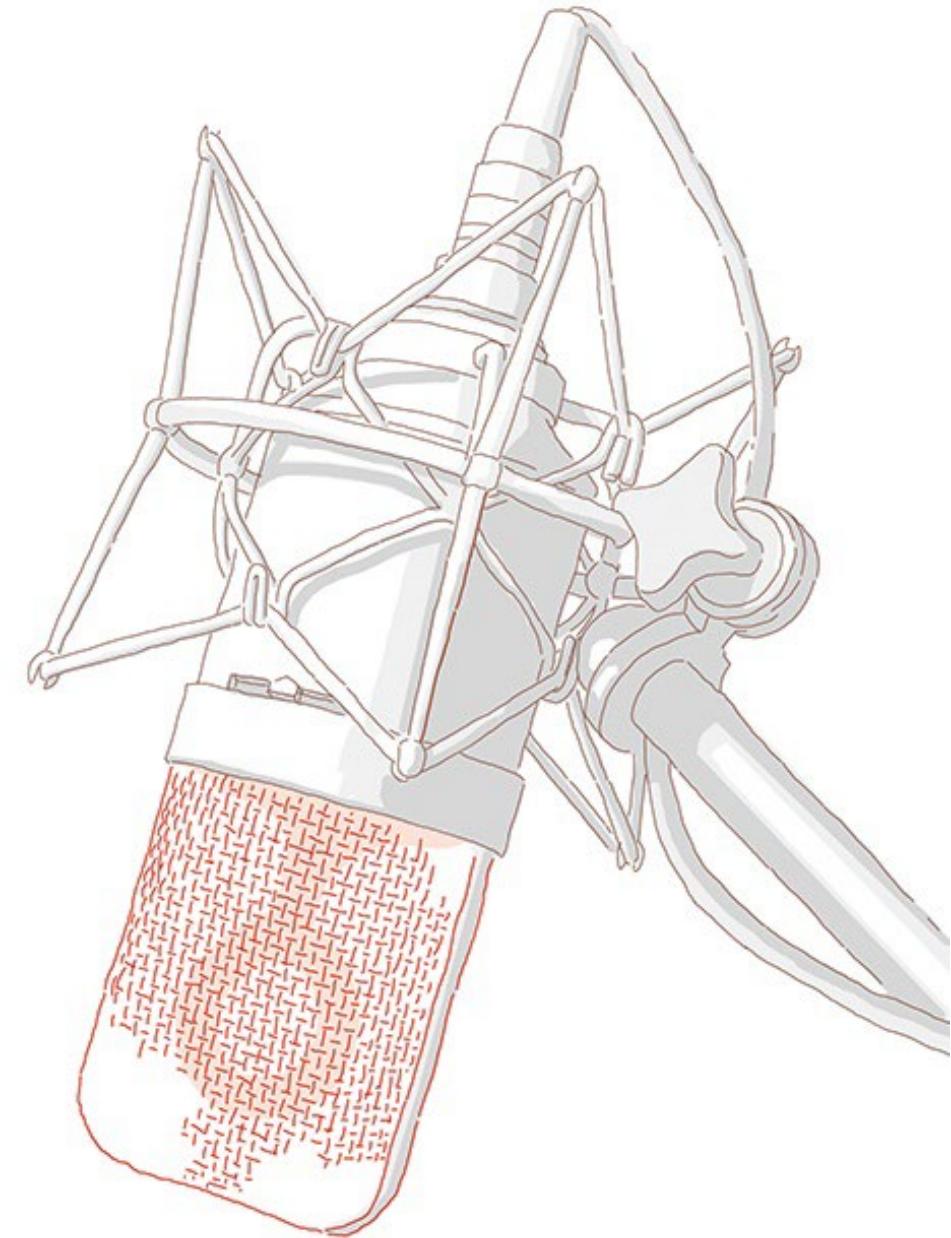
Frage 41: Unabhängig davon, was Sie eben geantwortet haben: Bei welchen der folgenden Beiträge bzw. Inhalte fänden Sie persönlich es in Ordnung oder auch nicht, wenn diese mit Unterstützung von KI erstellt werden?

Bitte verwenden Sie eine Skala von 1 „voll und ganz in Ordnung“ bis 5 „überhaupt nicht in Ordnung“. Mit den Werten dazwischen können Sie abstimmen.

Angaben in Prozent, Basis: 1,056 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Berlin, die nach eigener Angabe bereits Kontakt mit KI-generierten Audio-Inhalten hatten (n=334) oder eben nicht (n=363 / 1,079 Mio.)

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren mit und ohne Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten

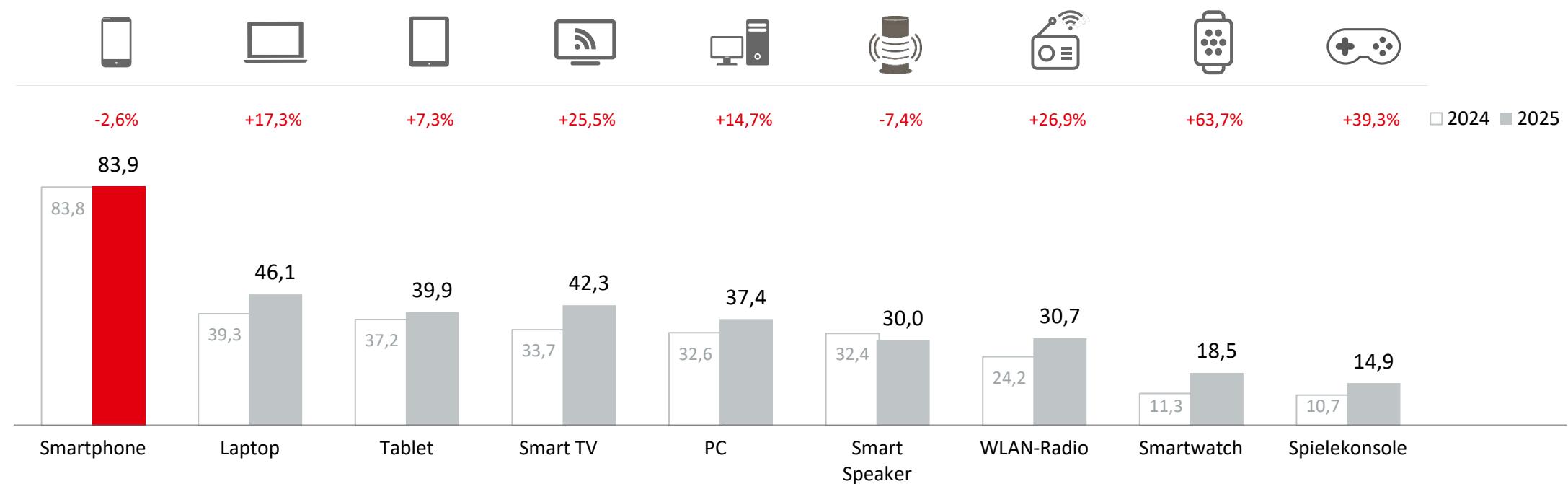
4. GENUTZTE GERÄTE



Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Das Smartphone bleibt das Online-Audio-Gerät Nr. 1, alle anderen Geräte (bis auf dem Smart Speaker) verzeichnen Zuwächse.



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 2025: 2,162 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren in Berlin, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=695)

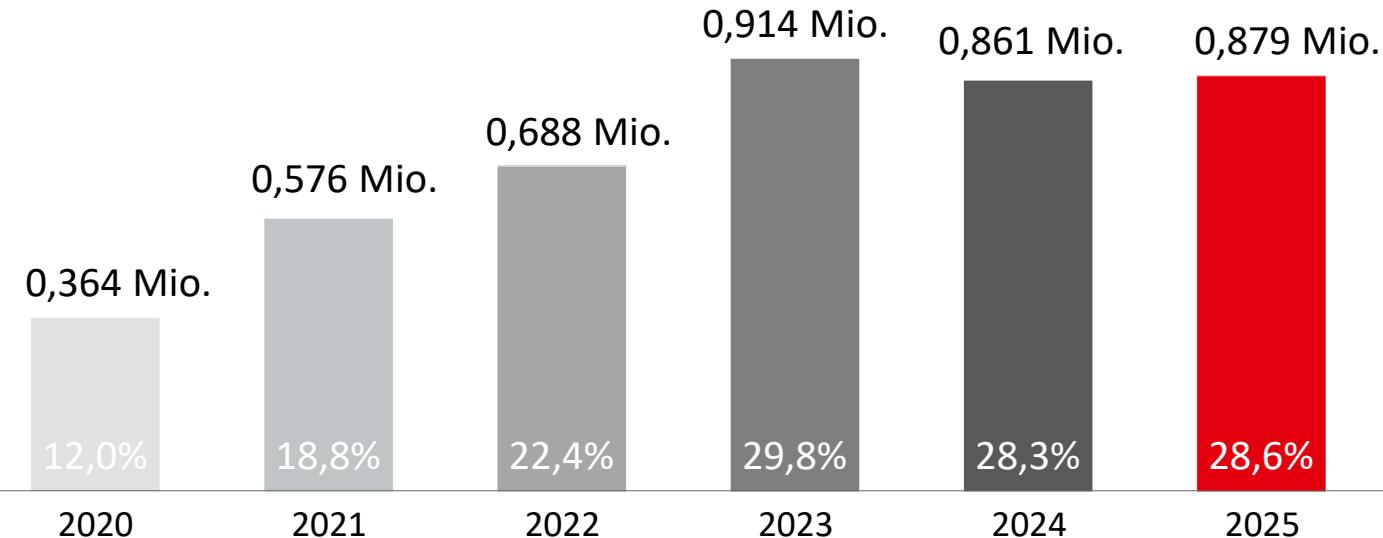
Zugang zu Smart Speakern

Basis: Personen ab 14 Jahren

Wie im Vorjahr sind rund 0,9 Mio. Berlinerinnen und Berliner in Besitz eines intelligenten Lautsprechers.



Zugang zu Smart Speakern



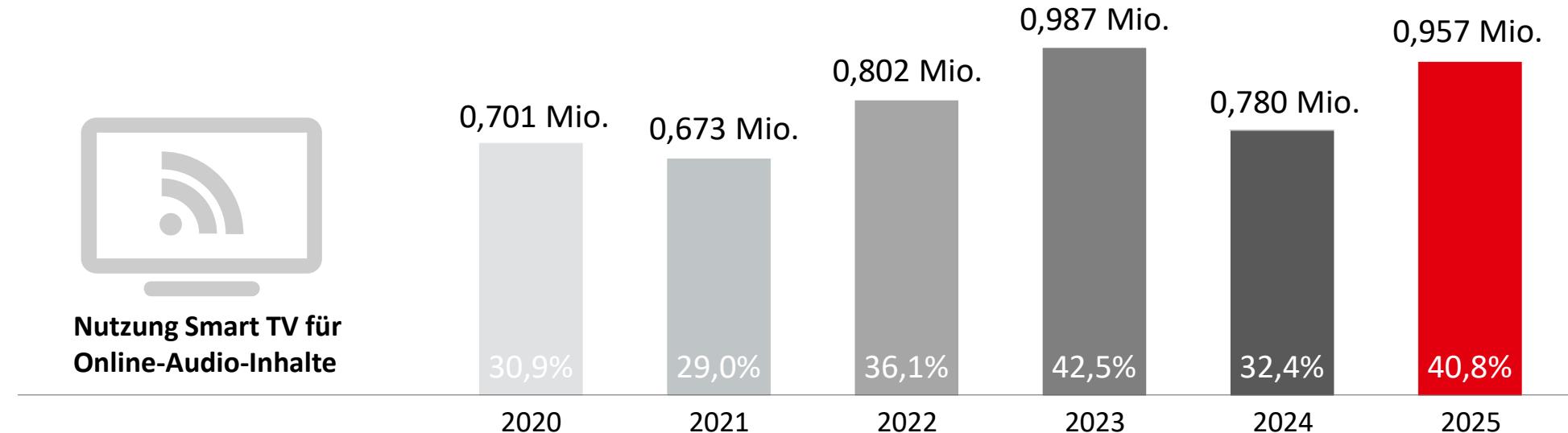
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?

Angaben in Prozent/Mio.; Basis 2025: 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin (n=1.005)

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2025

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Nach einem Ausreißer-Tief im Vorjahr nutzt aktuell knapp eine Million (41 %) der Online-Audio-Nutzenden den Smart TV für Online-Audio.

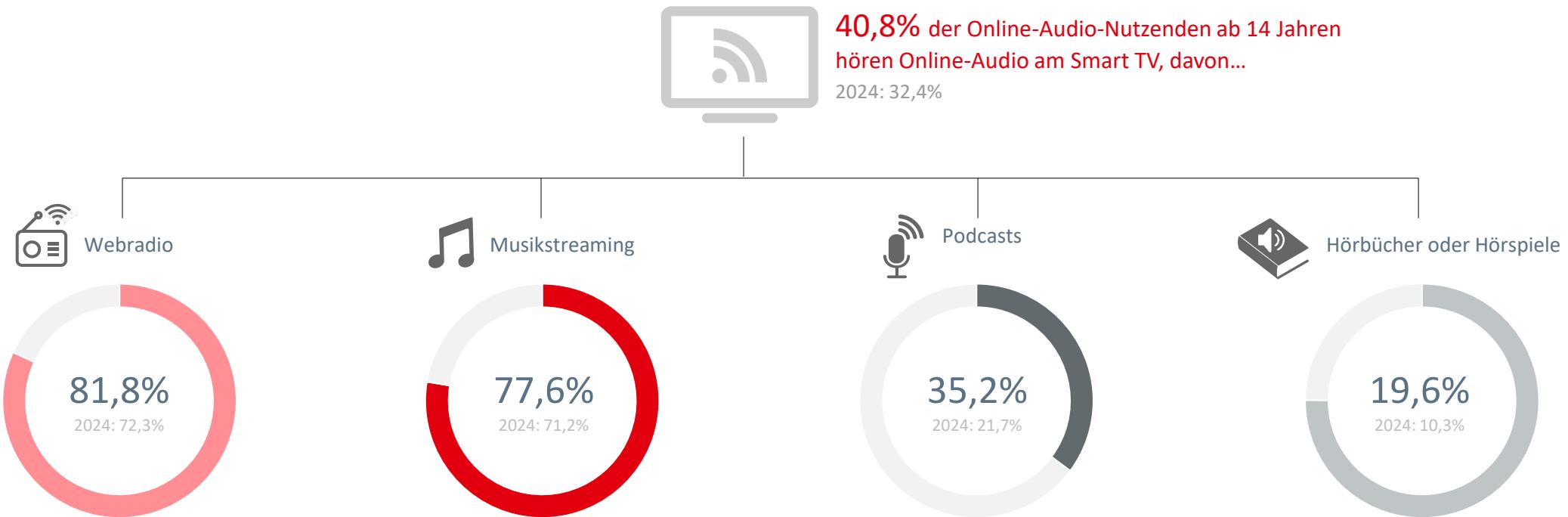


Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
Angaben in Prozent/Mio.; Basis 2025: 2,349 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren in Berlin (n=773)

Genutzte Inhalte am Smart TV

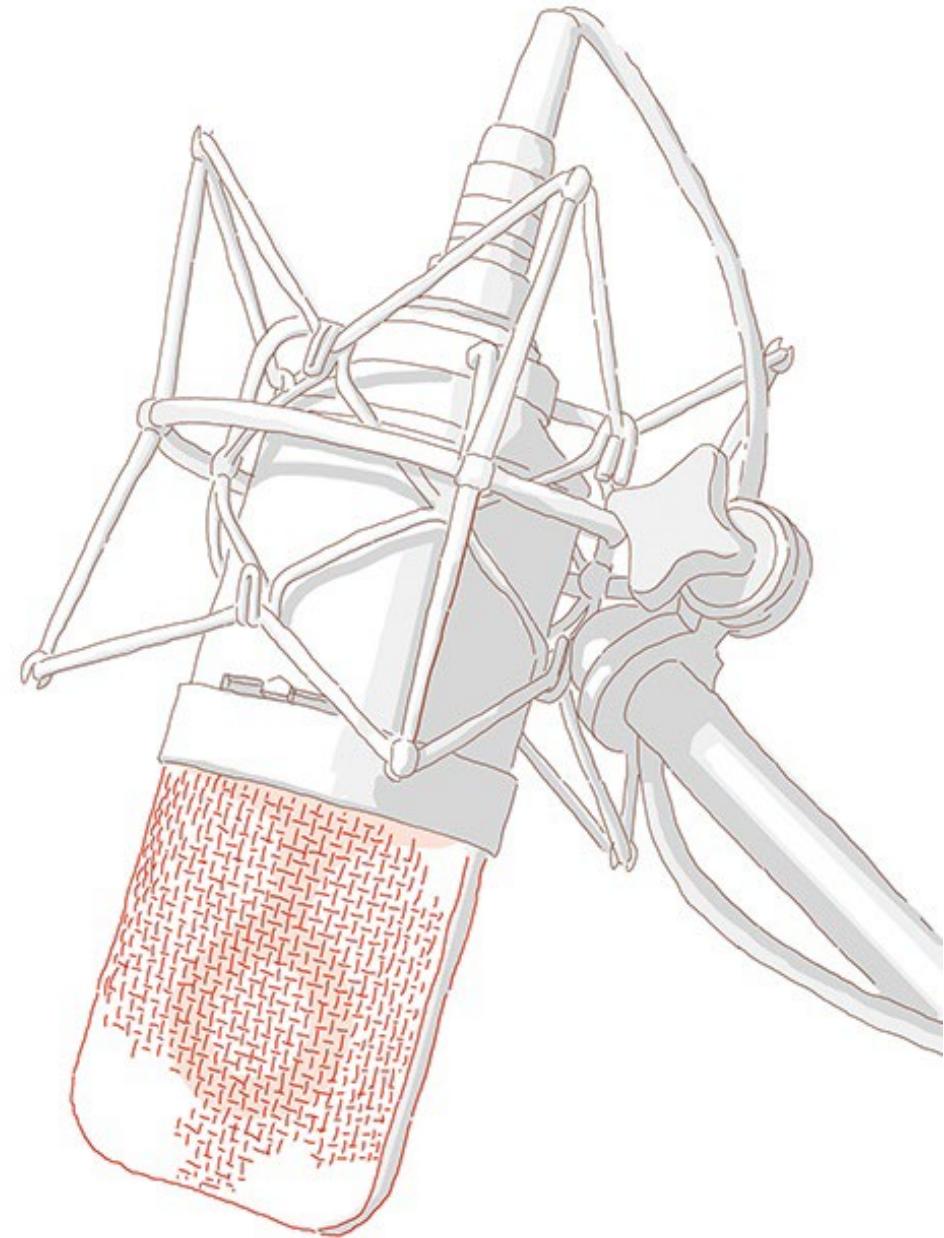
Basis: Online-Audio-Nutzende am Smart TV

Am Smart TV werden primär Webradio und Musikstreaming genutzt. Alle Audio-Formate mit deutlicher Steigerung gegenüber 2024.



Frage 37: Sie haben vorher gesagt, dass Sie Online-Audio-Inhalte auf Abruf auf dem Smart TV hören. Was hören Sie da?
Angaben in Prozent; Basis 0,957 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=325)

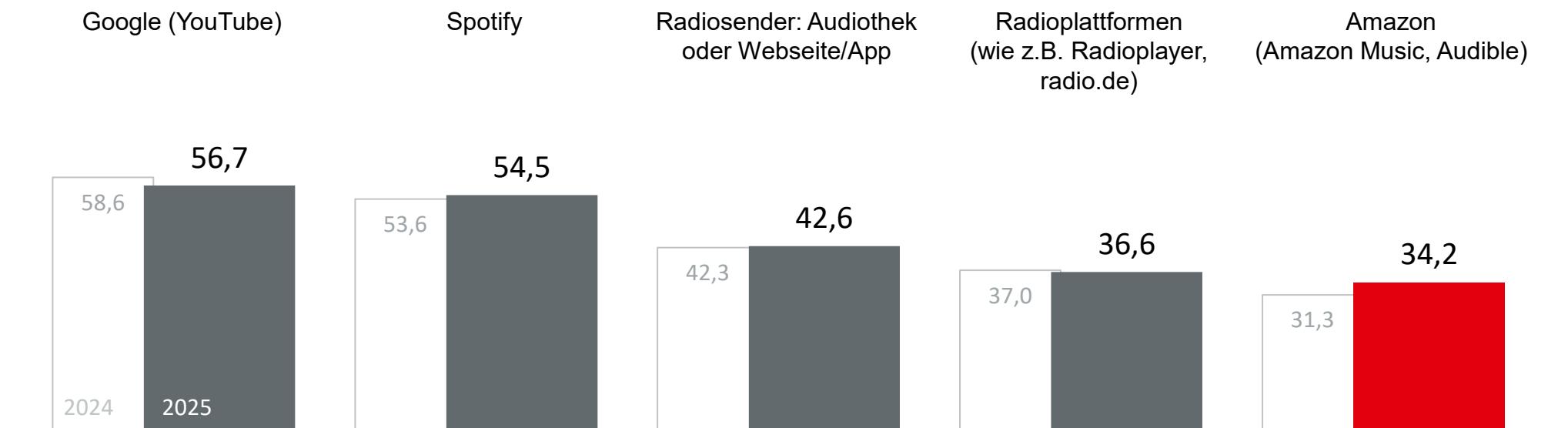
5. GENUTZTE PLATTFORMEN



TOP 5 Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Online-Audio-Inhalte werden nach wie vor am häufigsten bei Google/YouTube abgerufen. Spotify folgt dicht auf Platz 2 vor den Webseiten/Apps der Radiosender. Amazon mit größtem Plus.



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 2025: 2,162 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=695)

Umsetzung:

 **mindline** media

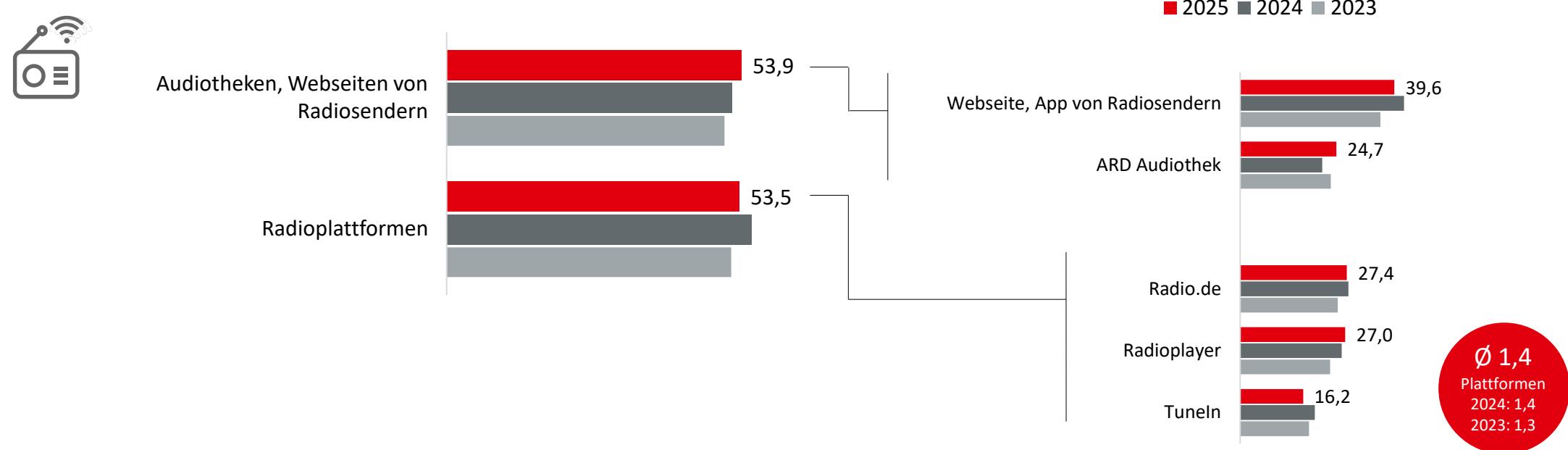
Auftraggeber:

mabb

Genutzte Plattformen für Webradio

Basis: Regelmäßig Webradio-Nutzende

Webradio wird über die Audiotheken und Webseiten der Radiosender sowie über Radioplattformen gleichermaßen gehört.

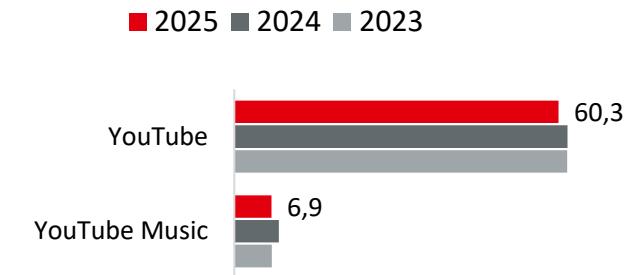
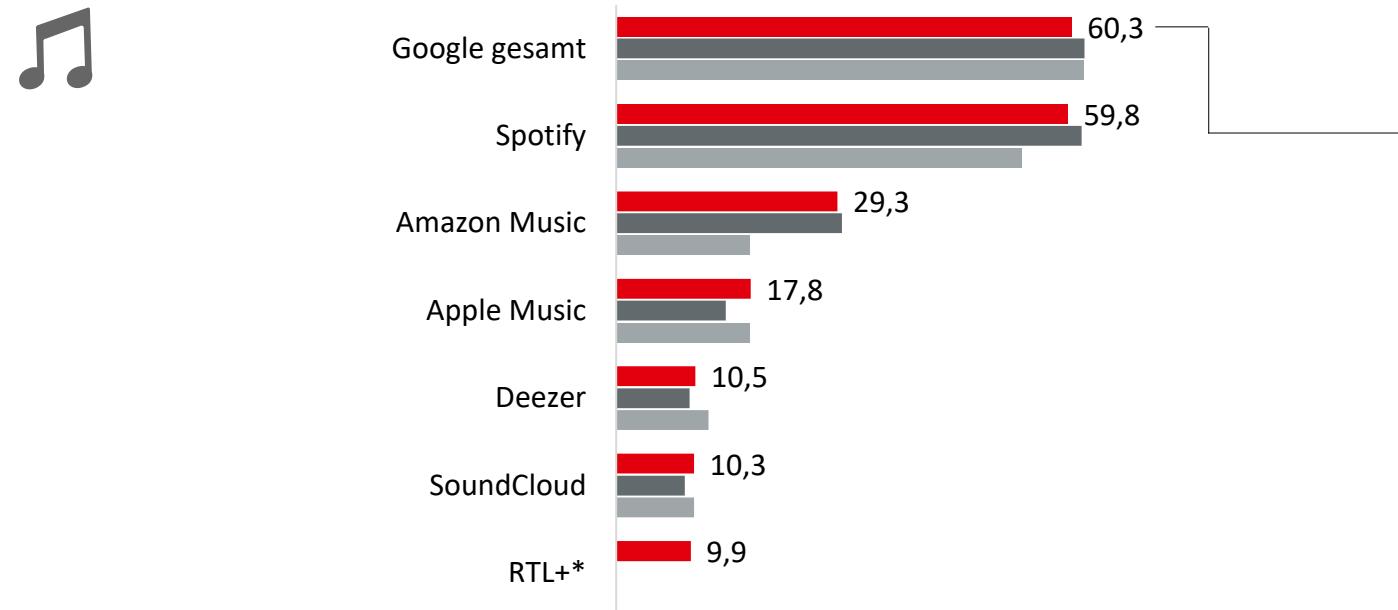


Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?
 Angaben in Prozent; Basis 2025: 1,458 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren in Berlin, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=493)

Genutzte Plattformen für Musikstreaming

Basis: Regelmäßig Musikstreaming-Nutzende

Bei den Musikstreaming-Plattformen führt weiterhin Google/YouTube das Ranking an, knapp vor Spotify.



Ø 2,1
Plattformen
2024: 2,0
2023: 1,9

* 2025 erstmals abgefragt

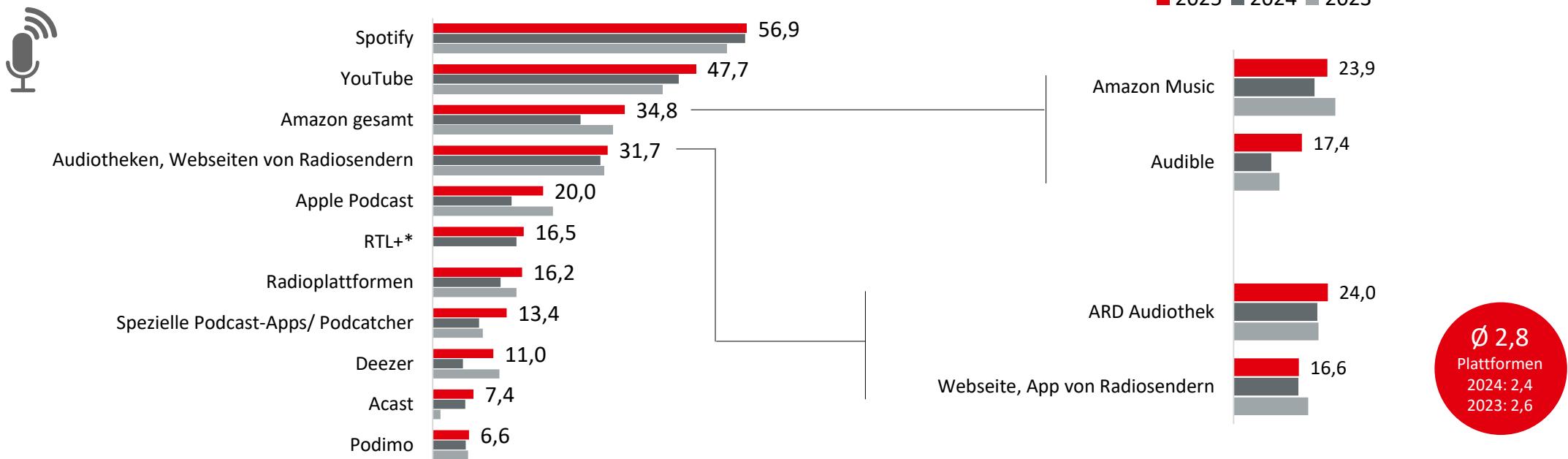
Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?

Angaben in Prozent; Basis 2025: 1,718 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren in Berlin, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=528)

Genutzte Plattformen für Podcasts

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Für Podcasts ist Spotify der meistgenutzte Zugang, gefolgt von YouTube. Nach kräftigem Zuwachs von Audible liegt Amazon wieder auf Platz 3 vor den Audiotheken und Webseiten der Radiosender.



* 2024 erstmals abgefragt

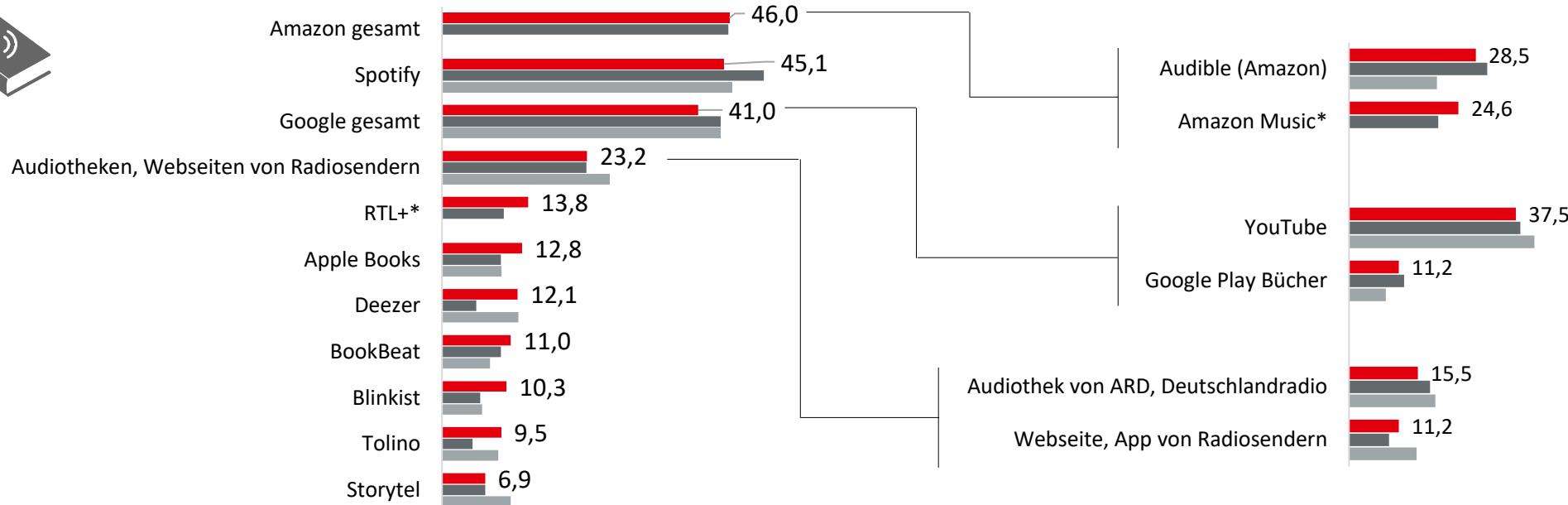
Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts? Ist das über...

Angaben in Prozent; Basis 2025: 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=347)

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele

Basis: Regelmäßig Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen

Spotify verliert im Vergleich zum Vorjahr Hörer:innen und überlässt Amazon die Spitzenposition. Auch YouTube verzeichnet einen Rückgang, bleibt aber auf Platz 3 mit solidem Vorsprung zu den Radiosendern.



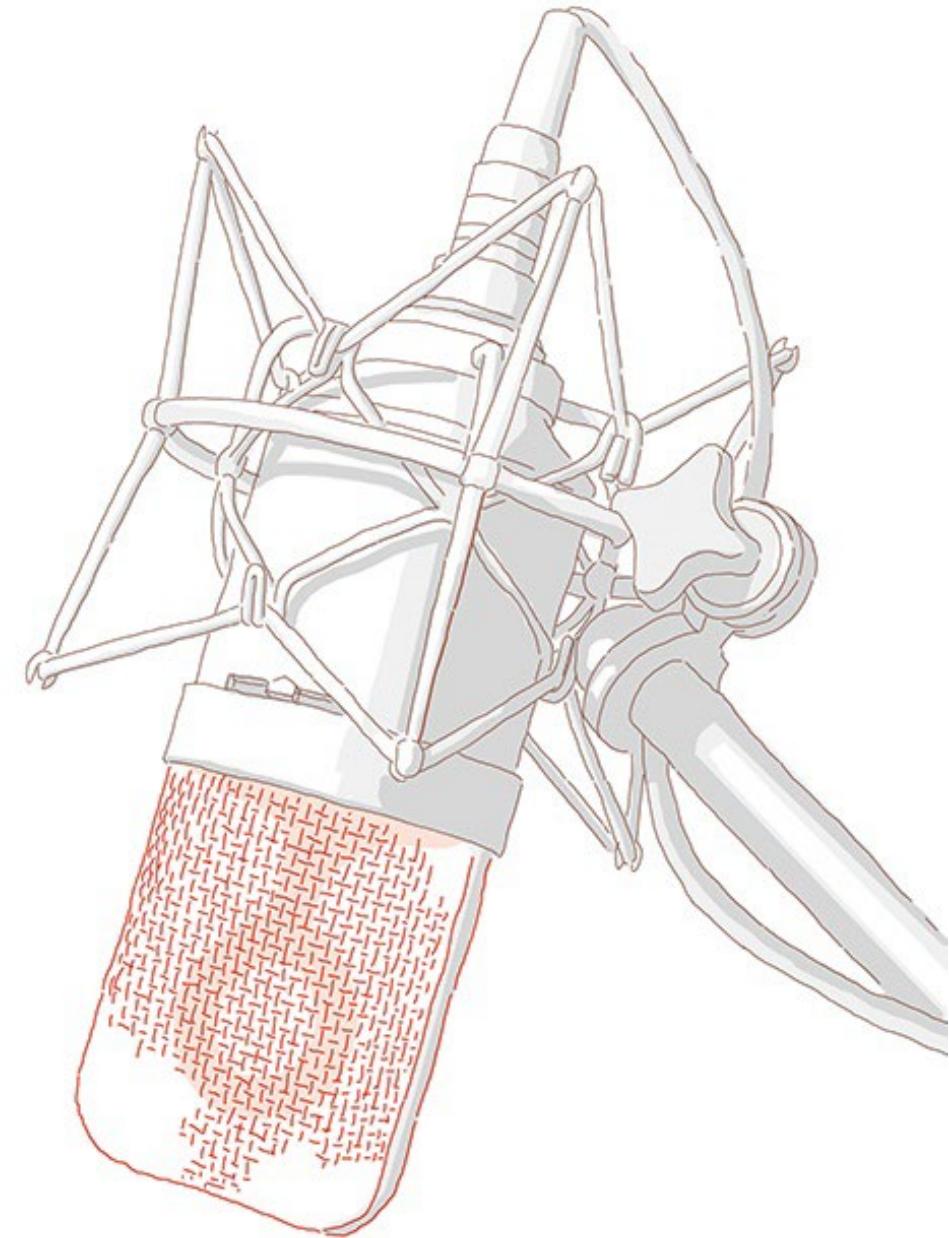
Ø 2,5
Plattformen
2024: 2,4
2023: 2,2

* 2024 erstmals abgefragt

Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?

Angaben in Prozent; Basis 2025: 0,874 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=270)

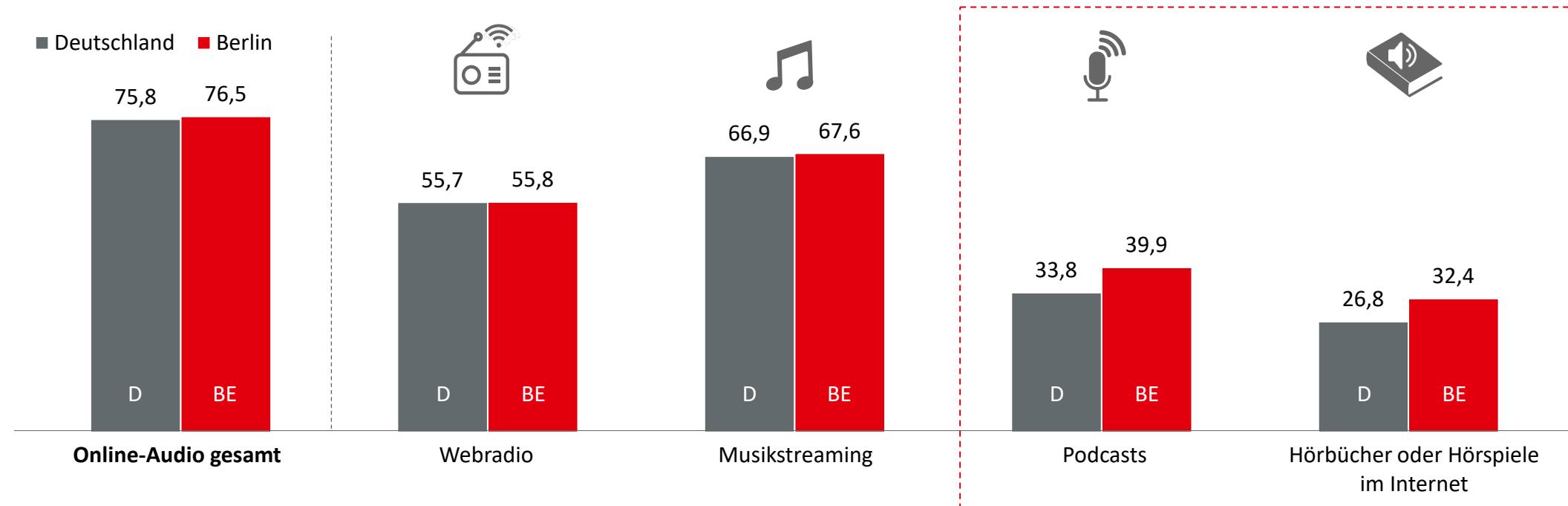
6. REGIONALE BESONDERHEITEN



Nutzung Online-Audio-Angebote 2025

Basis: Personen ab 14 Jahren

In Berlin werden Online-Audio-Angebote überdurchschnittlich genutzt, v.a. Podcasts und Hörbücher/-spiele.

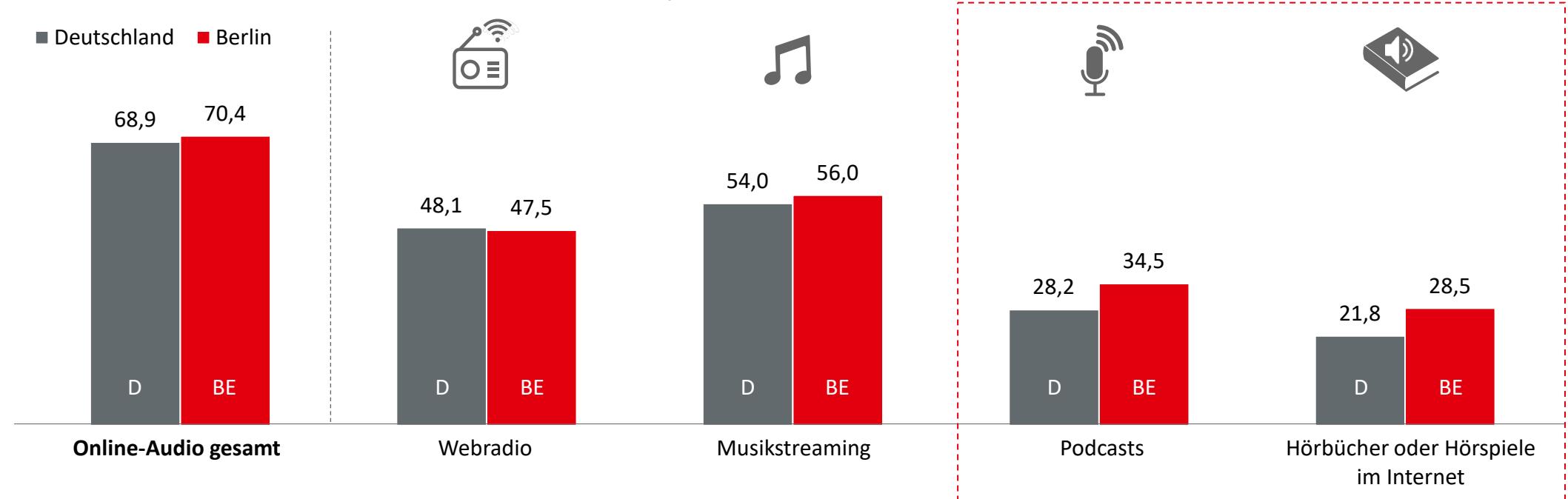


Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis 2025: Deutschland / Berlin: 70,480 / 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren (n=5.603 / 1.005)

Regelmäßige Nutzung Online-Audio-Angebote (mind. monatlich)

Basis: Personen ab 14 Jahren

Auf monatlicher Frequenzstufe verzeichnet Berlin bei den AoD-Angeboten überdurchschnittliche Werte, besonders bei Podcasts und Hörbüchern/-spielen.

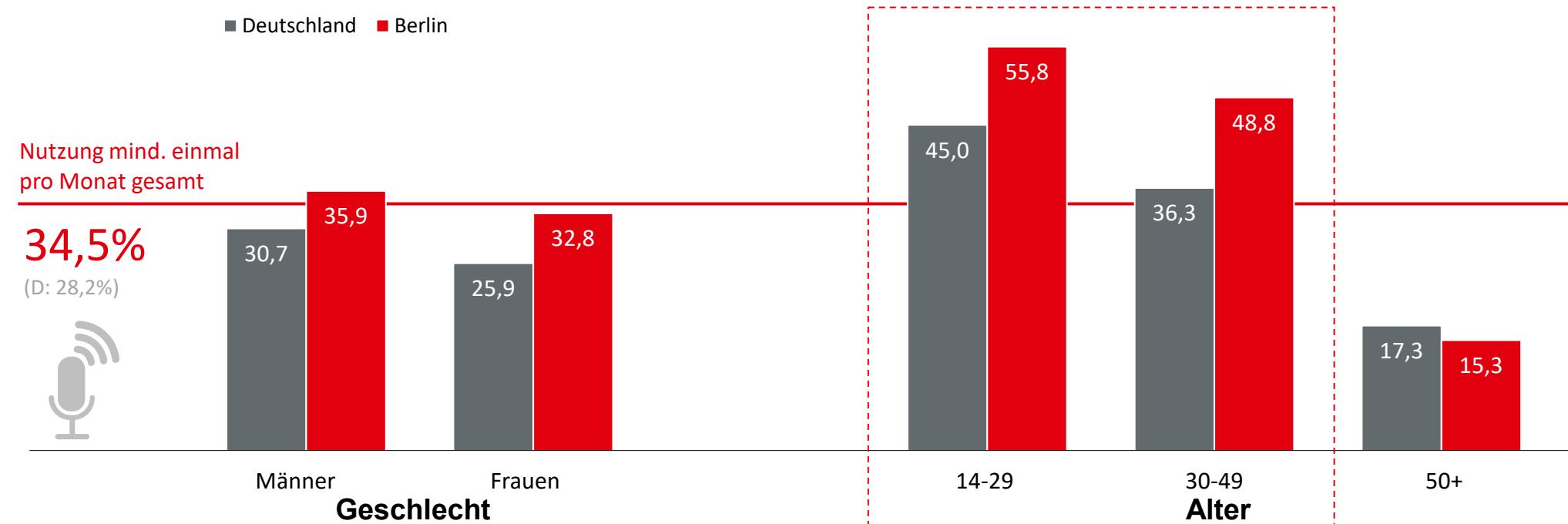


Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? Angaben in Prozent; Basis 2025: Deutschland / Berlin: 70,480 / 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren (n=5.603 / 1.005)

Regelmäßige Nutzung Podcasts (mind. monatlich)

Basis: Personen ab 14 Jahren

Es sind vor allem die 14- bis 49-Jährigen in Berlin, die Podcasts regelmäßig hören.



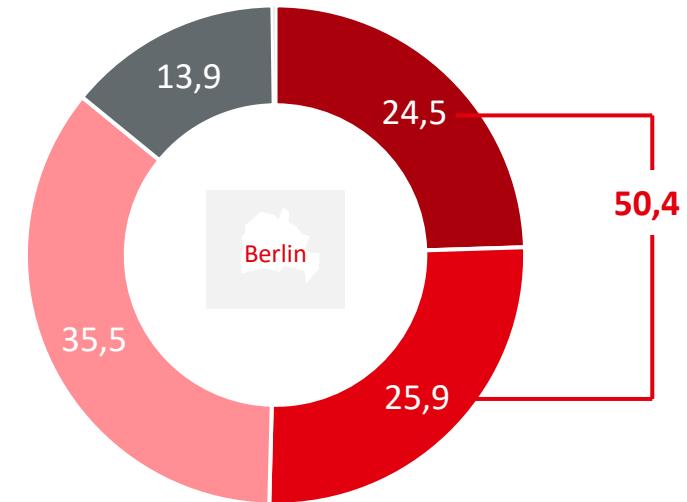
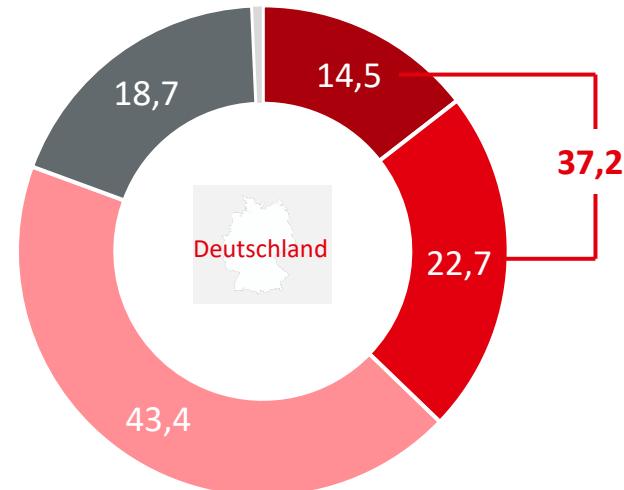
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts?
Angaben in Prozent; Basis 2025: Deutschland / Berlin: 70,480 / 3,070 Mio. Personen ab 14 Jahren (n=5.603 / 1.005)

Podcasts: Rolle als Infomedium

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

Als Infomedium sind Podcasts in Berlin überdurchschnittlich relevant: Die Hälfte der regelmäßig Nutzenden erachtet sie als (sehr) wichtig, während dies bundesweit nur bei etwas mehr als einem Drittel der Fall ist.

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



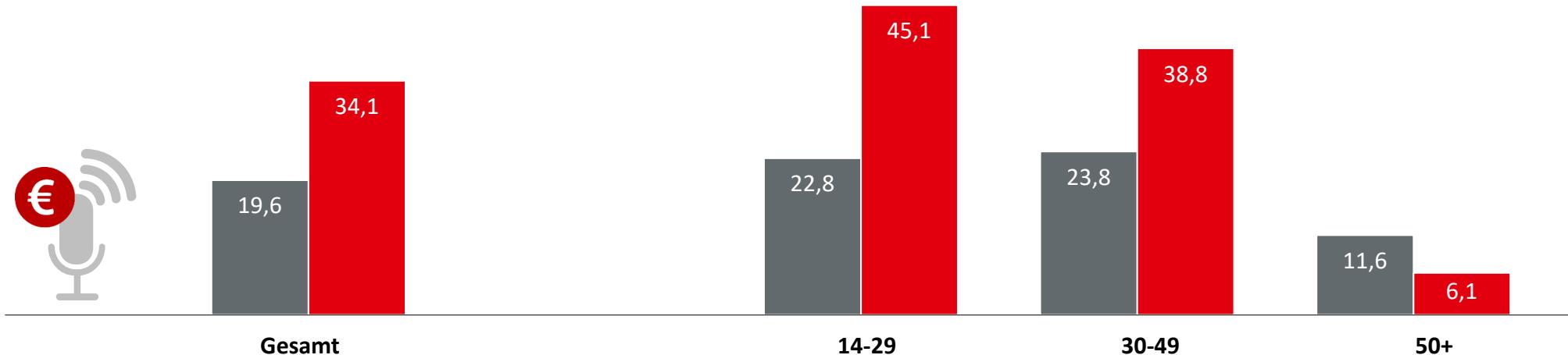
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? | Angaben in Prozent; Basis 2025: Deutschland / Berlin: 19,886 / 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679 / 347)

Nutzung kostenpflichtiger Podcasts

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

In Berlin geben deutlich mehr Podcast-Nutzende an, für Podcasts zu zahlen oder Podcaster:innen finanziell zu unterstützen (jenseits von Streaming-Abos) – bei U30 doppelt so viele wie bundesweit!

■ Deutschland ■ Berlin



Frage 18A: Nutzen Sie aktuell kostenpflichtige Podcasts oder unterstützen Sie Podcaster finanziell? Hiermit ist kein Spotify-Abo oder Abo eines anderen Streamingdienstes gemeint.

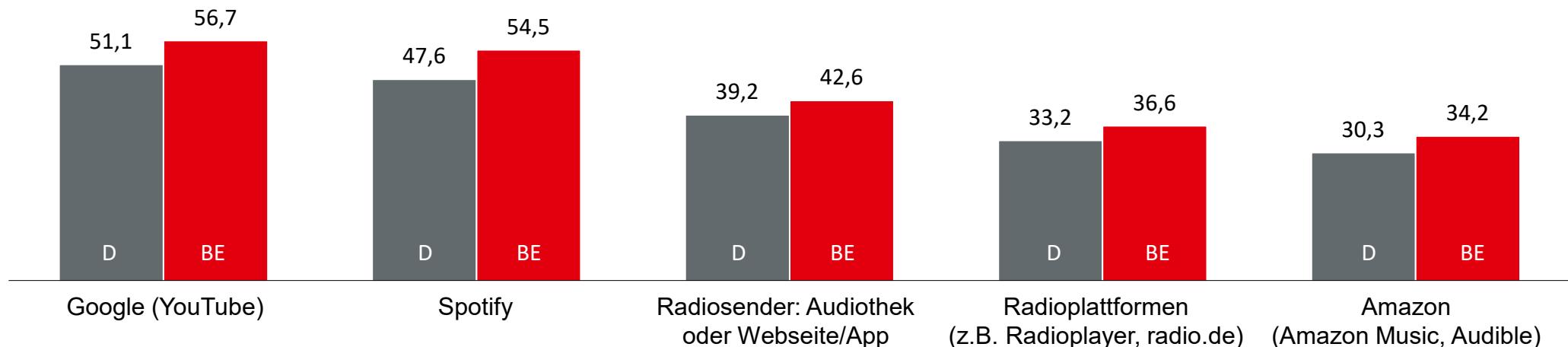
Angaben in Prozent; Basis 2025: Deutschland / Berlin: 19,886 / 1,060 Mio. Personen ab 14 Jahren in Berlin, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679 / 347) bzw. für Altersgruppen (n=482|611|586 / 101|149|97)

Top 5 Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Die Top 5 der Online-Audio-Plattformen haben in Berlin höhere Nutzungszahlen als bundesweit, vor allem Google und Spotify.

■ Deutschland ■ Berlin

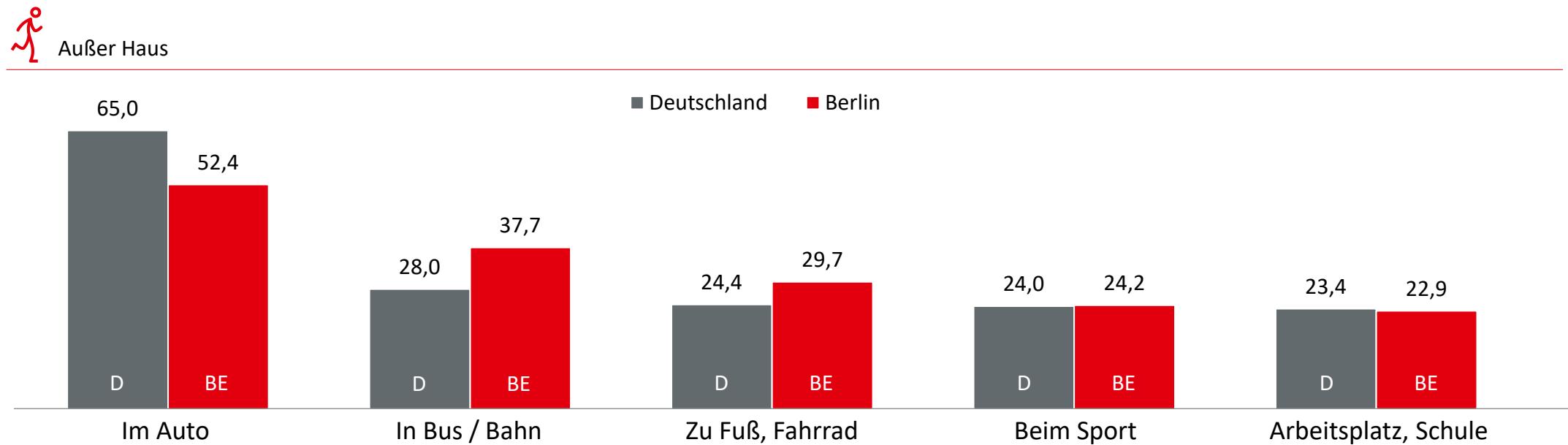


Frage 8 / 8A / 8B / 19: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio? / Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über... | Angaben in Prozent; Basis Deutschland / Berlin 2025: 48,531 / 2,162 Mio. Personen ab 14 Jahren, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893 / 695)

Top 5 Nutzungssituationen Online-Audio außer Haus

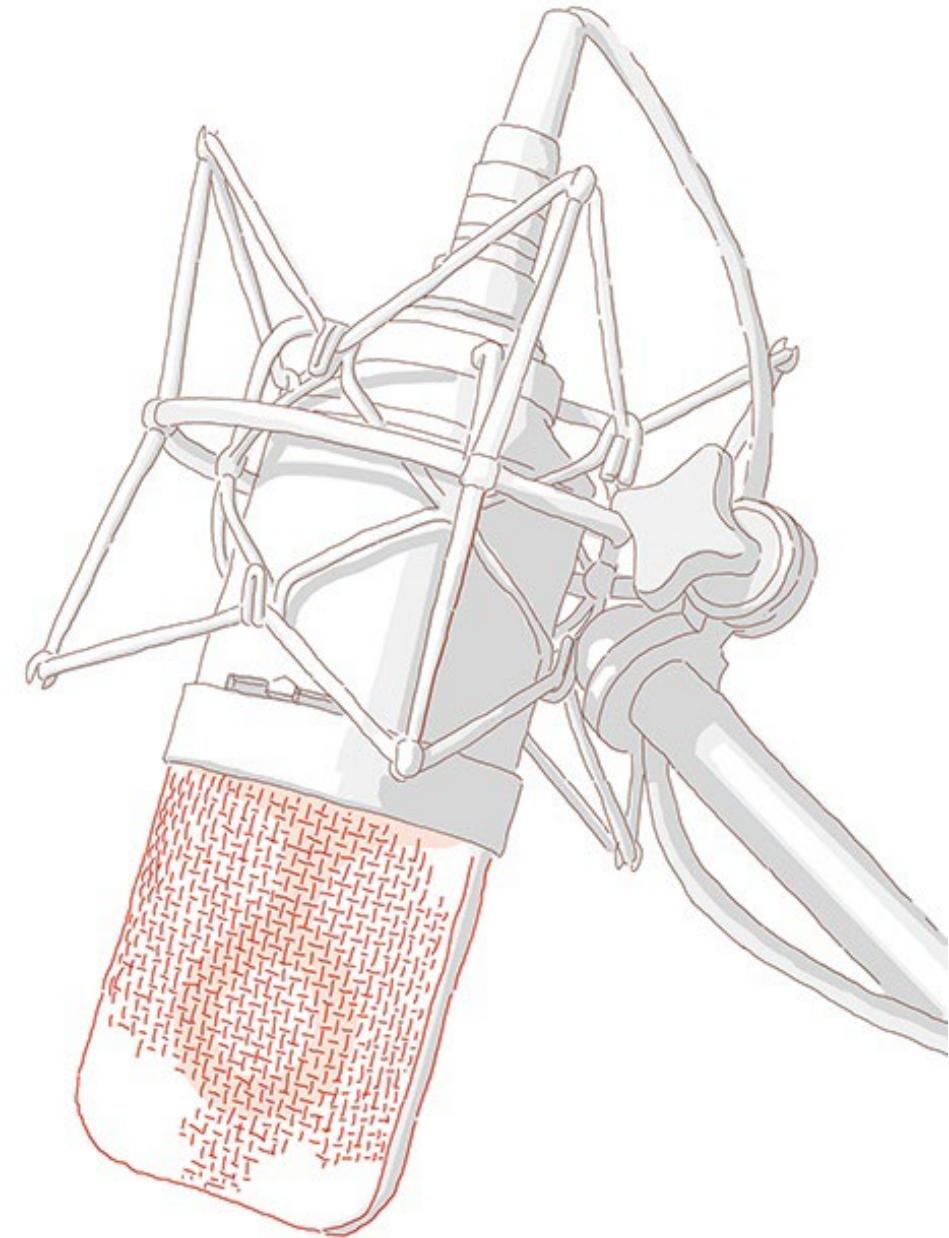
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

In Berlin hören deutlich weniger Online-Audio im Auto, dafür umso mehr in Bus und Bahn oder zu Fuß und auf dem Fahrrad.



Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. | Angaben in Prozent; Basis Deutschland / Berlin 2025: 48,531 / 2,162 Mio. Personen ab 14 Jahre, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.983 / 695)

7. METHODISCHE HINWEISE



Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2025

Hintergrund und Auftraggeber:

Beim Online-Audio-Monitor (OAM) handelt es sich um die Fortführung des Webradio-Monitors, der von 2009 bis 2017 die Entwicklung von Webradio in Deutschland - zunächst mit einer Anbieterstudie, später ergänzt um eine Nutzerbefragung - untersuchte. Der Webradio-Monitor wurde von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) entwickelt und in den letzten Jahren in Kooperation mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und Verband Privater Medien (VAUNET) veröffentlicht. Die Auftraggeber hatten sich in 2018 dazu entschieden, das Projekt weiterzuentwickeln und sich auf die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen zu konzentrieren. Seither beteiligen sich auch die Landesmediananstalten Berlin-Brandenburg (mabb) und Baden-Württemberg (LFK) sowie die Landesanstalt für Medien NRW an dem Projekt. Seit 2021 ist auch die RMS (Radio Marketing Service) als Partner dabei.

Institut:	mindline media GmbH
Methode:	Mixed Mode-Ansatz: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) und Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie b4p 2024 II: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; lt. b4p 2024 II 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre
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 (Festnetz: 54%, Mobil: 46%). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.</p> <p>Die telefonische Erreichbarkeit vor allem der jüngeren Bevölkerung ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurde zur Erzielung einer bestmöglichen Stichprobenqualität und besseren Abdeckung der Grundgesamtheit ein Mixed Mode-Design gewählt mit einer Kombination von CATI- und CAWI-Interviews im Verhältnis von 37 Prozent CATI- und 63 Prozent CAWI-Interviews.</p> <p>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.</p>

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2025

Stichprobengröße

Basisstichprobe:

Befragt wurden zunächst 4.024 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 4.024 Interviews verteilen sich bevölkerungsproportional auf die einzelnen Bundesländer.

Aufstockungs-Interviews:

Zusätzlich wurden 1.579 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bayern 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: 16.04. – 24.05.2025 | CAWI: 24.04. – 16.05.2025

Zentrale Untersuchungsinhalte:

Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalten: Unterschieden werden dabei: Webradio vs. Audio-on-Demand (getrennt nach Musikstreaming, Podcasts*, Hörbücher/Hörspiele):

- Plattformen
- Genutzte Geräte
- Genutzte Inhalte
- Nutzungsort/-situationen, Außer-Haus-Nutzung, Nutzung im Auto
- Nutzungs frequenz

Schwerpunktthemen der Erhebung 2025 waren:

- Podcasts: Nutzung zum aktuellen Zeitgeschehen, Zahlungsbereitschaft und Video-Podcasts
- Online-Audio & KI

* impliziert immer auch Radiosendungen zum Nachhören

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2025

Realisierte Interviews 2022	Anzahl
Baden-Württemberg	516
Bayern	603
Berlin	1.005*
Brandenburg	127
Bremen	101
Hamburg	501*
Hessen	297
Mecklenburg-Vorpommern	102
Niedersachsen	372
Nordrhein-Westfalen	822
Rheinland-Pfalz	190
Saarland	103
Sachsen	502*
Sachsen-Anhalt	113
Schleswig-Holstein	142
Thüringen	107
Summe	5.603

* Disproportionale Fallzahlaufstockungen

