



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2025

16. September 2025

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW

mabb
medienanstalt_berlin_brandenburg

RMS
Der Audiovermarkter.

VAUNET
Verband Privater Medien

mindline | media

Umsetzung:

1

Trends der Online-Audio-Nutzung

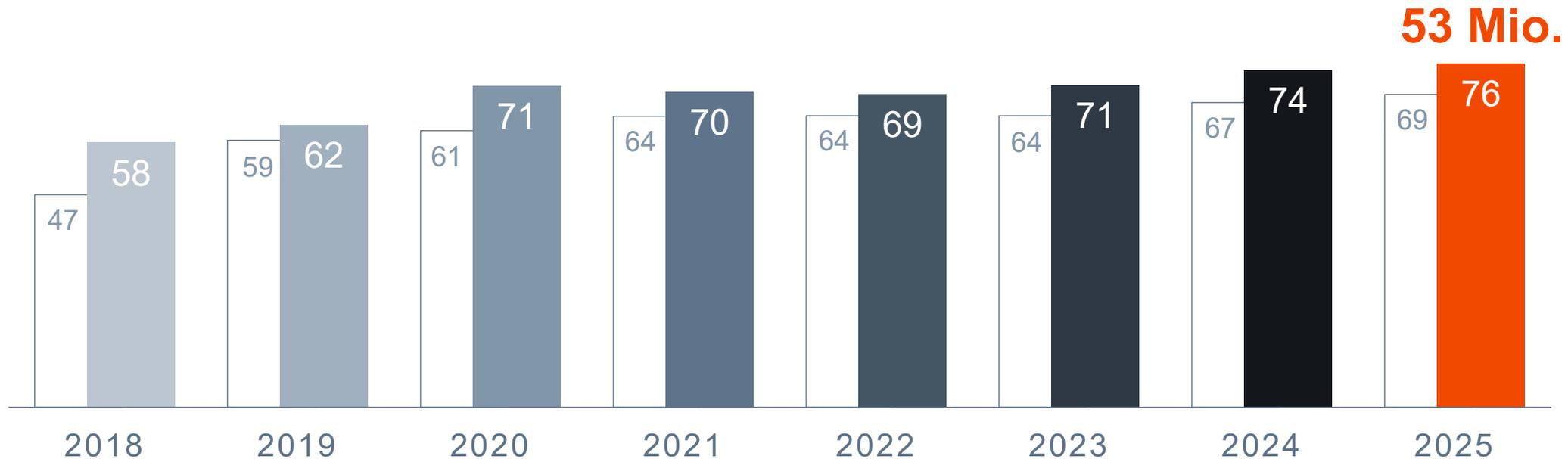


Neuer Spitzenwert: In Deutschland hören 53 Mio. Personen ab 14 Jahren Online-Audio.

Nutzung Online-Audio-Angebote gesamt im Trend

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

□ mindestens einmal pro Monat ■ mindestens gelegentlich

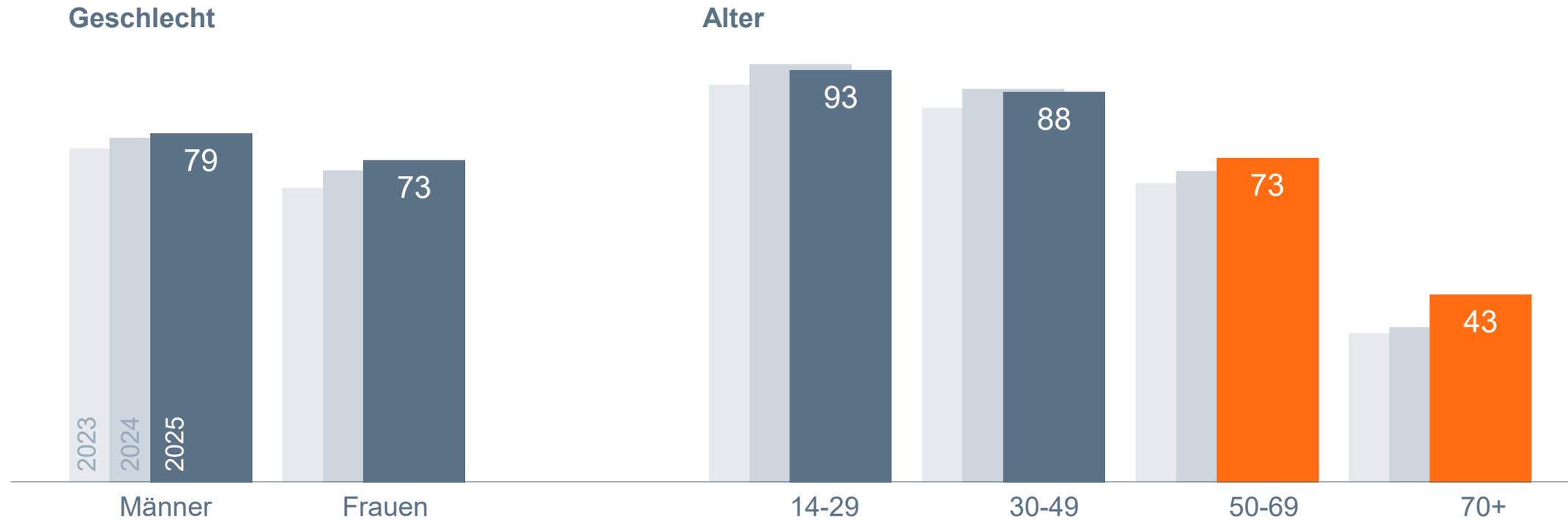


Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Besonders ältere Zielgruppen entdecken Online-Audio zunehmend für sich.

Nutzung Online-Audio-Angebote

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

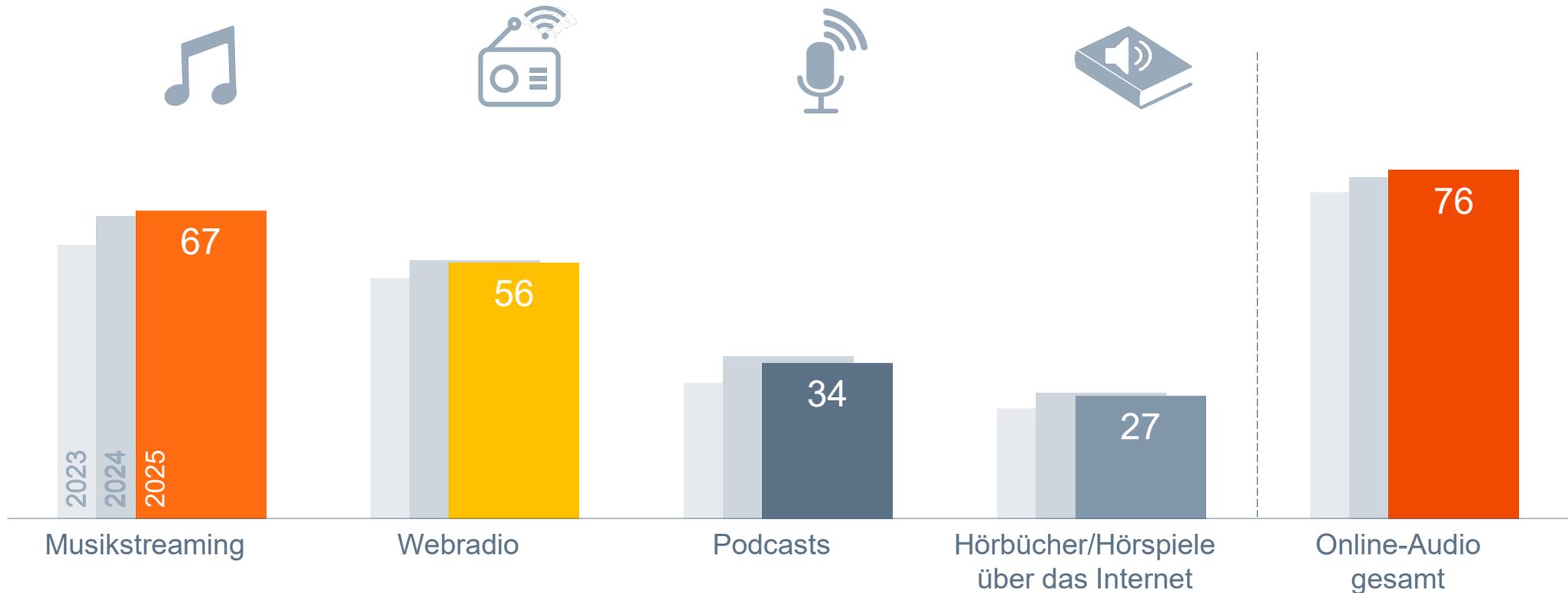


Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Insgesamt bleibt die Nutzung der Online-Audio-Formate auf ähnlich hohem Niveau wie im Vorjahr.

Nutzung Online-Audio-Angebote

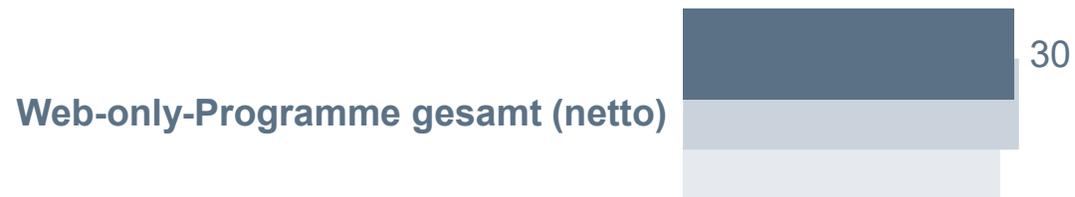
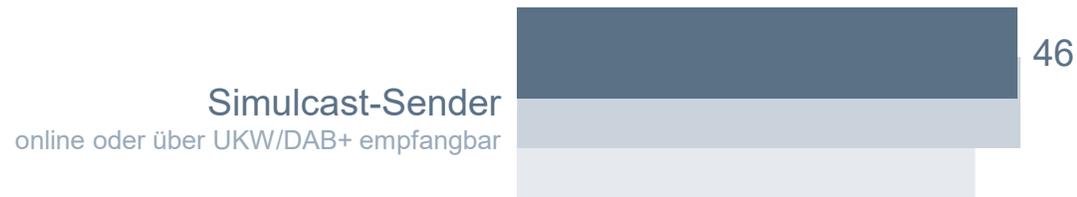
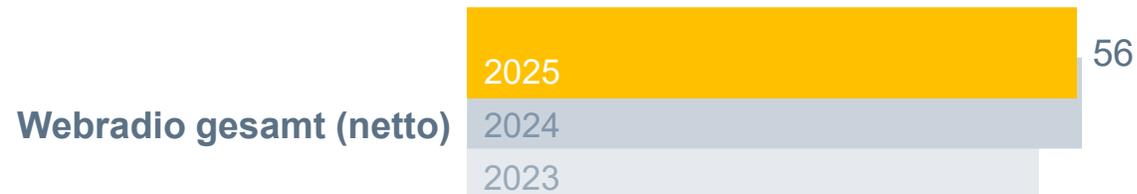
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Nahezu unverändert zum Vorjahr: 56 Prozent hören Webradio – am häufigsten Simulcast-Sender.

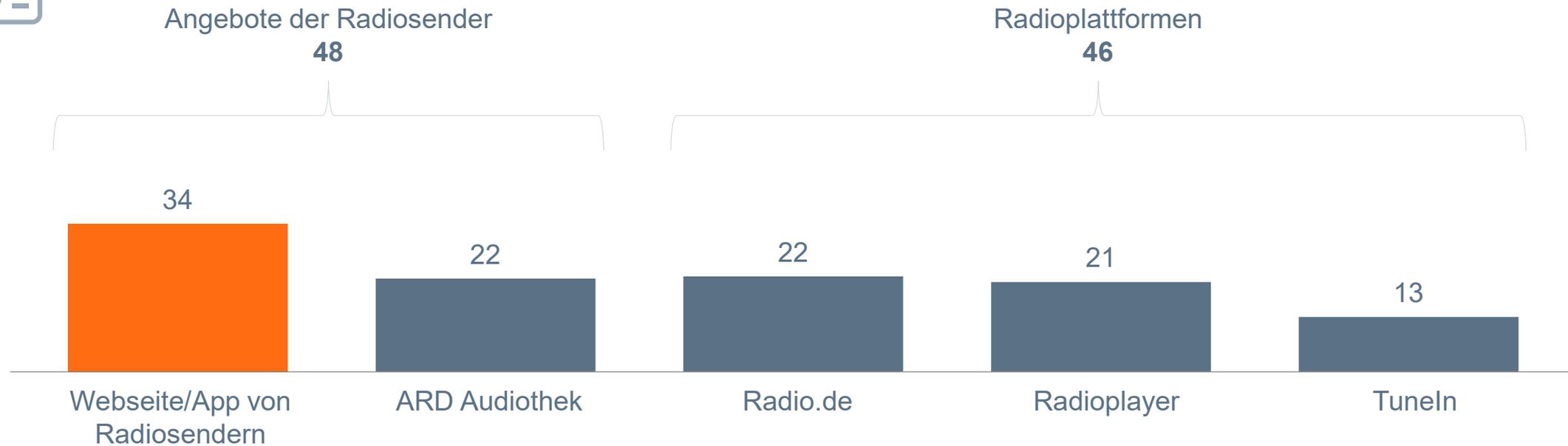
Webradio-Nutzung im Detail Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre



Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Webradio wird am häufigsten über Webseiten und Apps der Radiosender gehört.

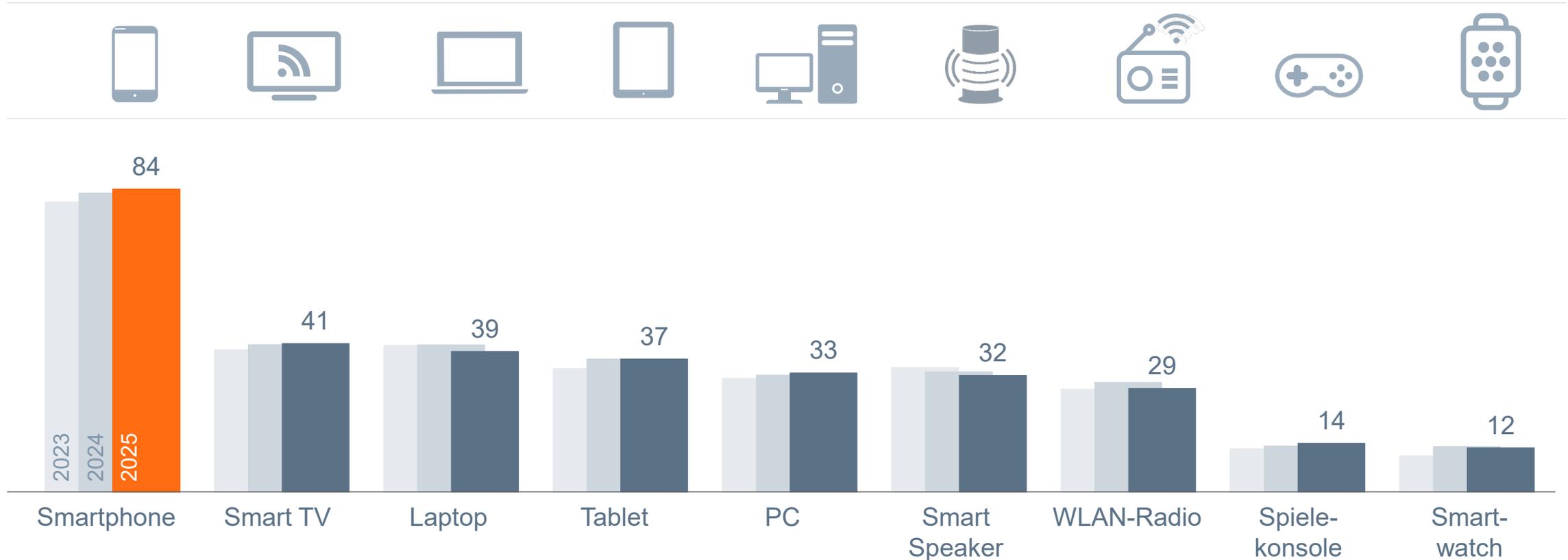
Genutzte Plattformen für Webradio Basis: Regelmäßig Webradio-Nutzende



Angaben in Prozent; Basis: 33,929 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=2.774)

Für Online-Audio insgesamt dominiert das Smartphone als Abspielgerät immer deutlicher.

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende



Angaben in Prozent; Basis 2025: 48,531 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

Fast alle hören Online-Audio zu Hause, viele auch unterwegs – besonders im Auto.

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus

Basis: Regelmäßig Online-Audio-Nutzende



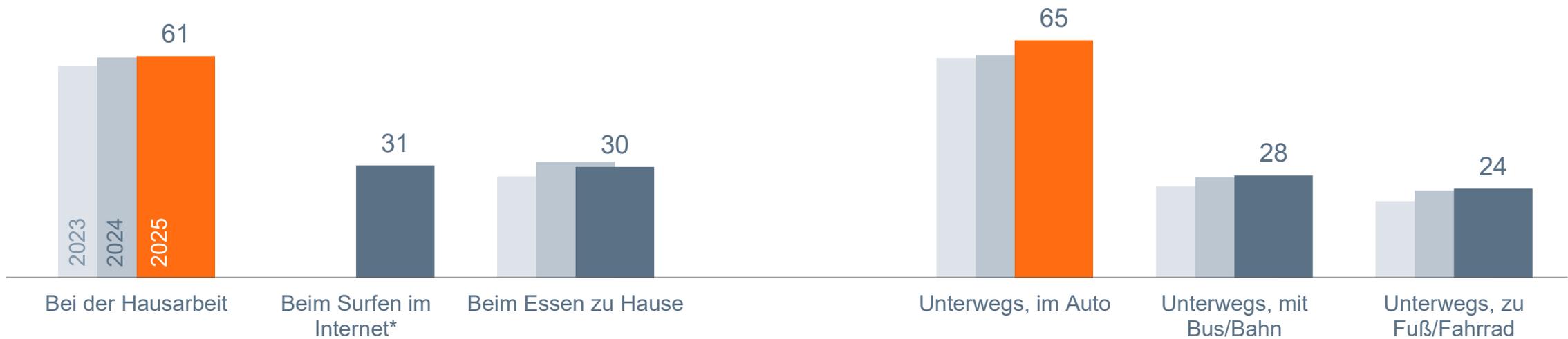
Zu Hause

Insgesamt



Außer Haus

Insgesamt



* 2025 erstmals abgefragt; Angaben in Prozent; Basis 2025: 48,531 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.893)

2

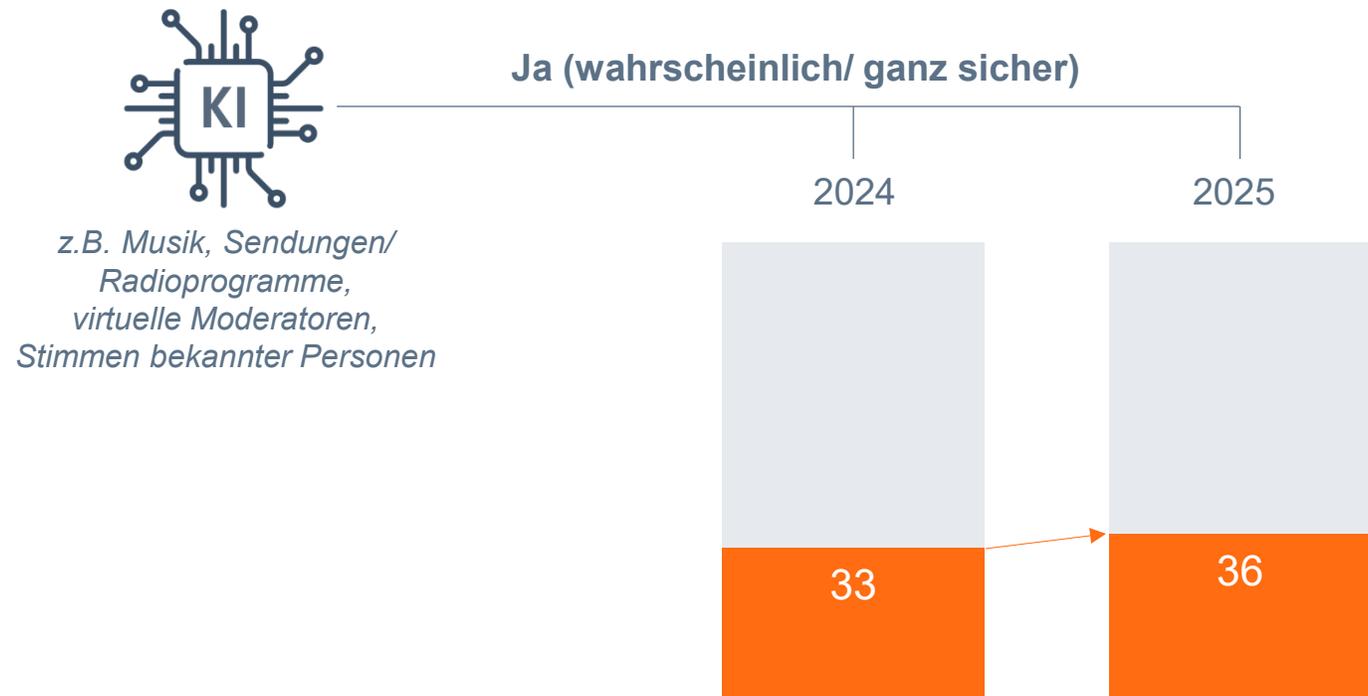
Online-Audio & KI



Gut ein Drittel der Online-Audio-Nutzenden glaubt, bereits KI-generierte Audio-Inhalte gehört zu haben – etwas mehr als im Vorjahr.

Kontakt mit generativen KI-Audio-Inhalten

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



KI = Künstliche Intelligenz

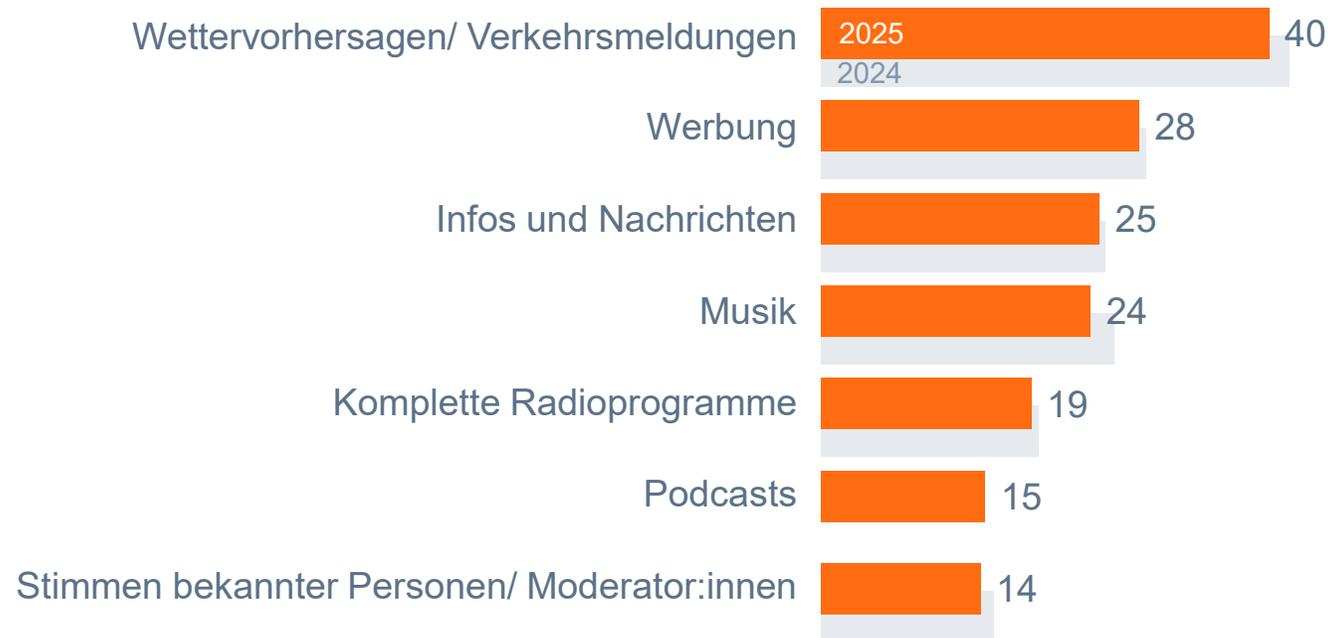
Angaben in Prozent, Basis: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328) | Rundungseffekte können zu leichten Summenabweichungen führen.

Skepsis bleibt: Die Akzeptanz KI-generierter Audio-Inhalte sinkt leicht gegenüber 2024.

Akzeptanz von KI-generierten Audio-Inhalten (voll und ganz in Ordnung/ in Ordnung)

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

KI-generierte...



Deutliche
positivere
Wahrnehmung,
wenn bereits
KI-Kontakt
angegeben.

Angaben in Prozent, Basis: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)

KI-erzeugte Übersetzungen oder Untertitel und personalisierte Inhalte werden eher akzeptiert als originär KI-generierte Audio-Inhalte.

Nutzen von KI-Funktionen im Audio-Bereich (sehr nützlich und nützlich)

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



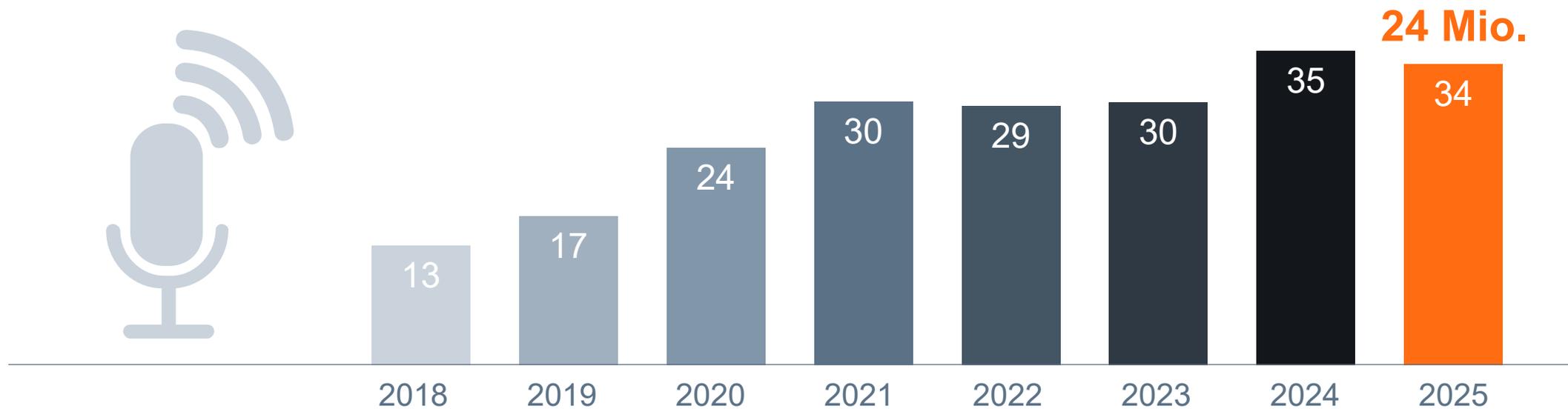
Angaben in Prozent, Basis: 53,425 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=4.328)



3 Podcast-Trends

Die Podcast-Nutzung bleibt knapp unter dem Top-Vorjahreswert: Aktuell 24 Mio. Hörende.

Nutzung Podcasts im Trend
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

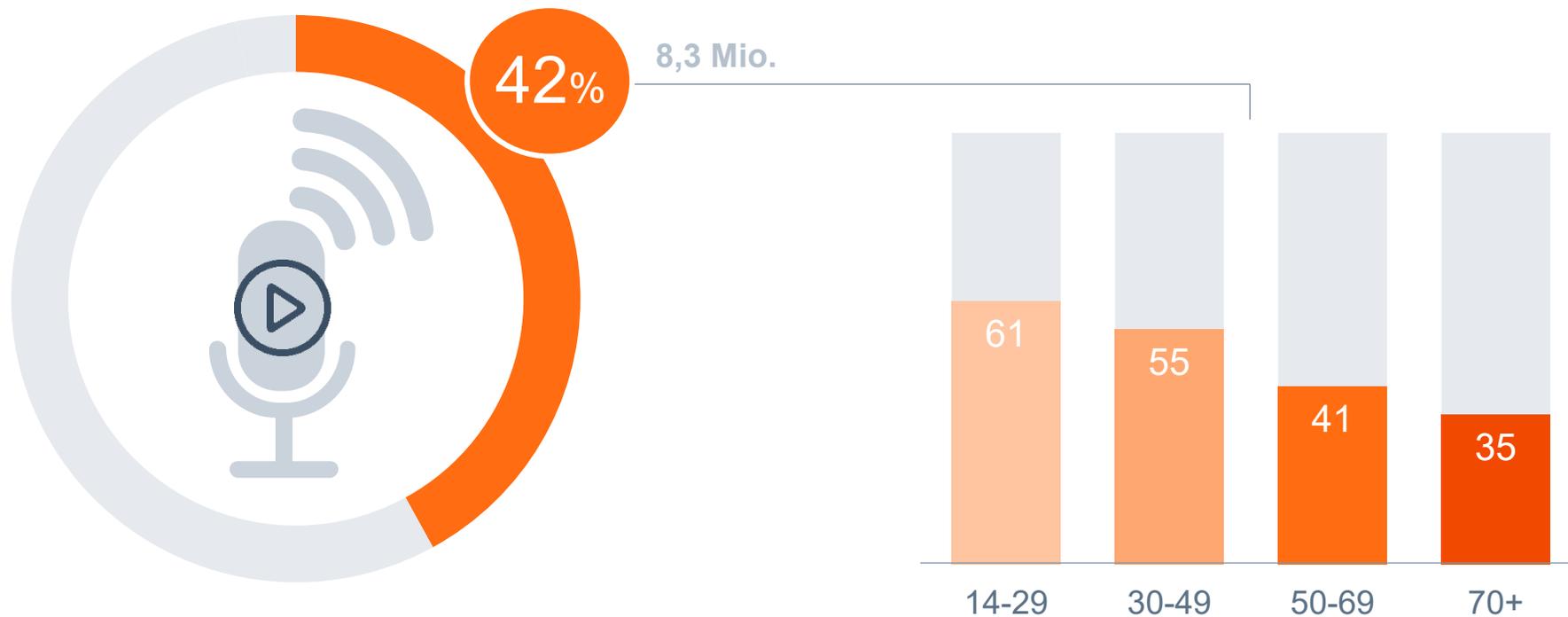


Angaben in Prozent; Basis 2025: 70,480 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.603)

Vier von zehn nutzen Podcasts, bei denen parallel ein Video läuft – je jünger, desto mehr.

Nutzung Video-Podcasts

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

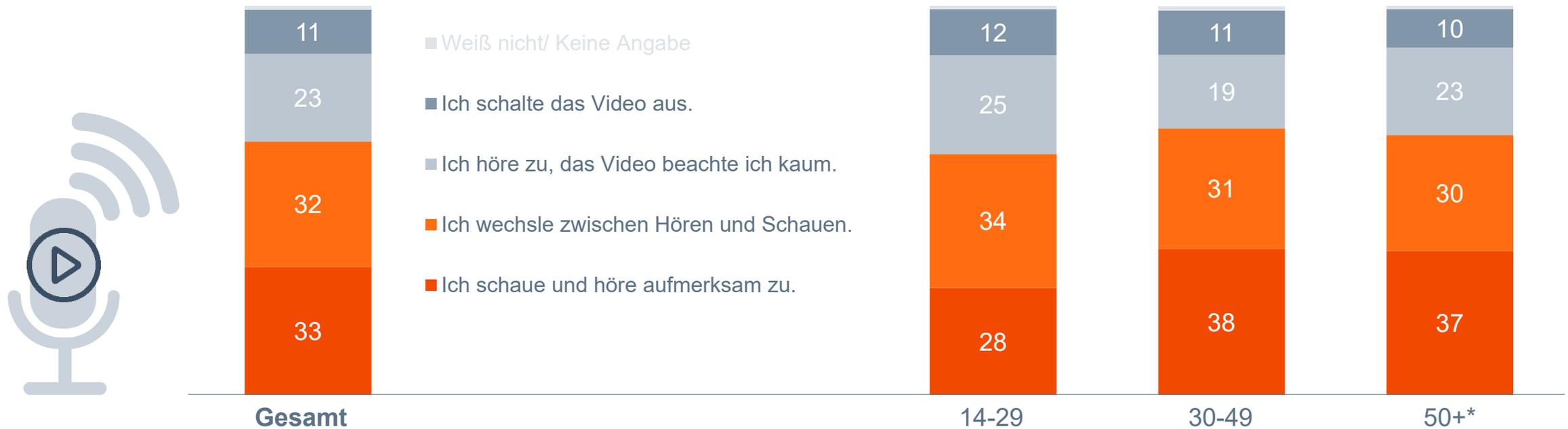


Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Die Mehrheit nutzt das Video bei Podcasts aktiv mit, häufiger sind es die ab 30-Jährigen.

Nutzung Video-Podcasts

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende, die Videos bei Podcasts nutzen

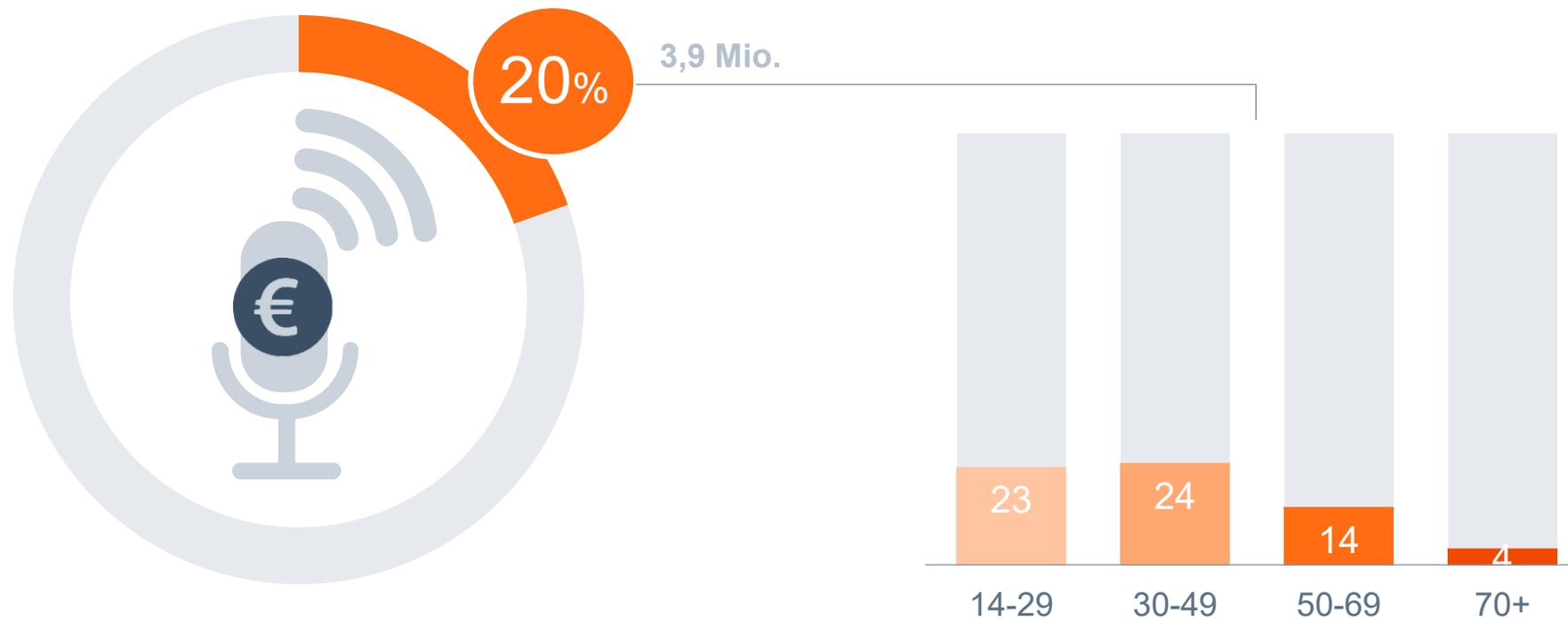


Angaben in Prozent; Basis: 8,348 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören und Video-Podcasts nutzen (n=708) / * zu geringe Basis für Ausweis 70+

Ein Fünftel der regelmäßig Hörenden zahlt für Podcasts bzw. Podcaster:innen – jenseits von Streaming-Abos.

Nutzung kostenpflichtiger Podcasts oder finanzielle Unterstützung von Podcaster:innen

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

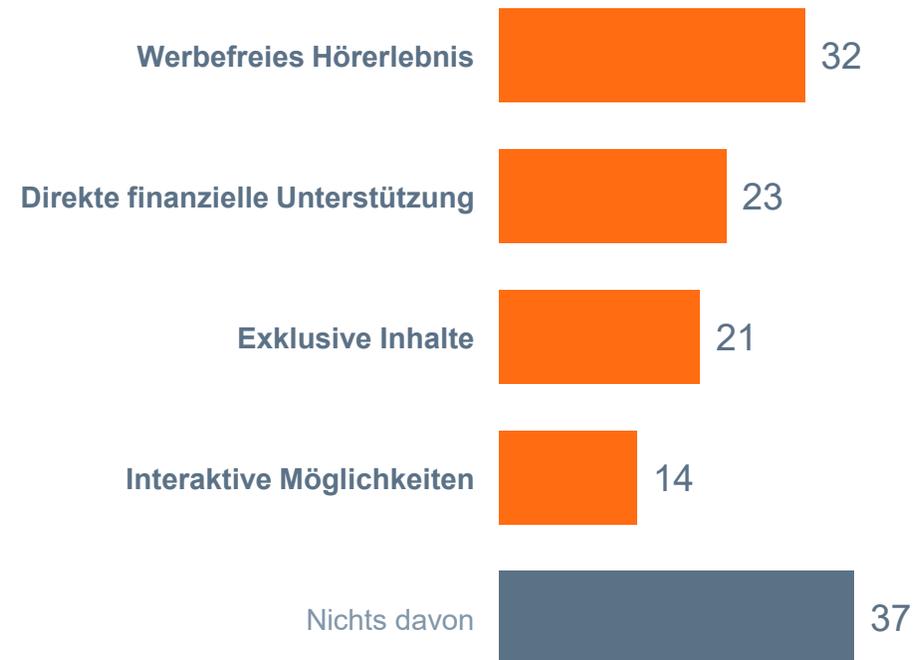


Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Fast zwei Drittel wären aus verschiedenen Gründen bereit Podcasts finanziell zu unterstützen – am ehesten für ein werbefreies Hörerlebnis.

(Potentielle) Zahlungsgründe für Podcasts

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

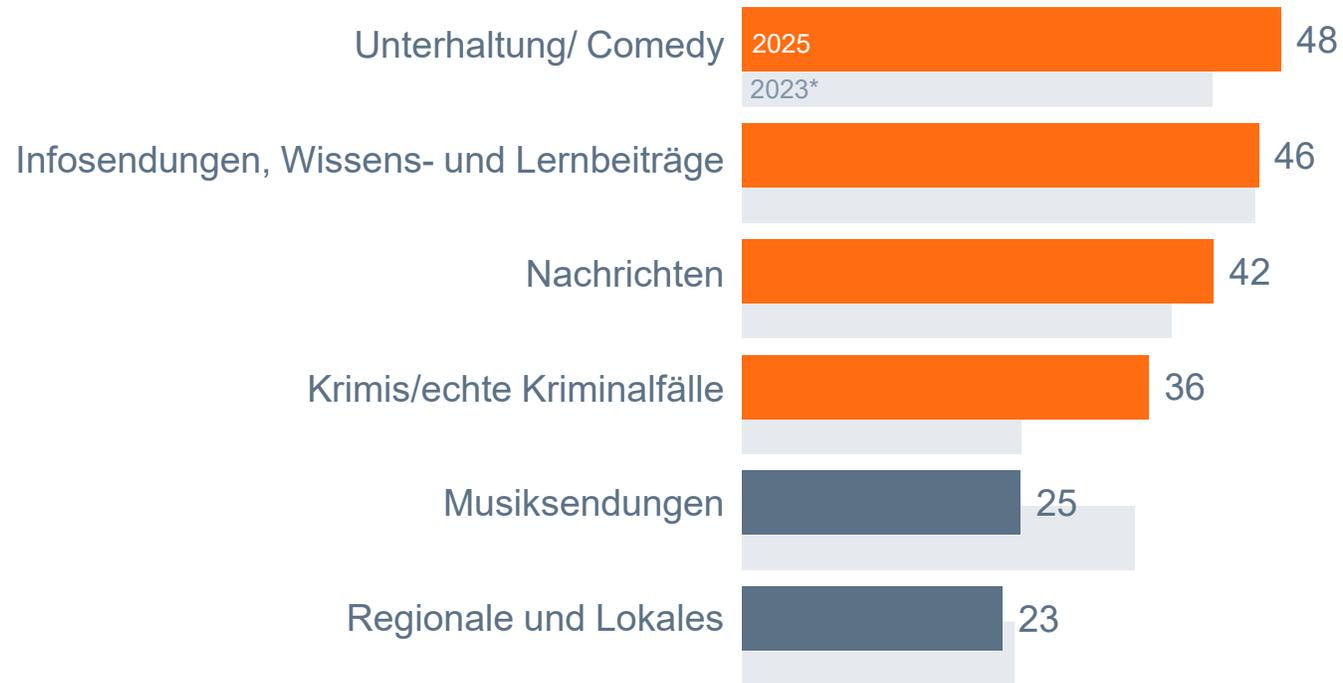


Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Top Podcast-Inhalte 2025: Unterhaltung/Comedy, Info/Wissen, Nachrichten, True Crime.

Podcasts: Genutzte Inhalte (Top 5 Inhalte)

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



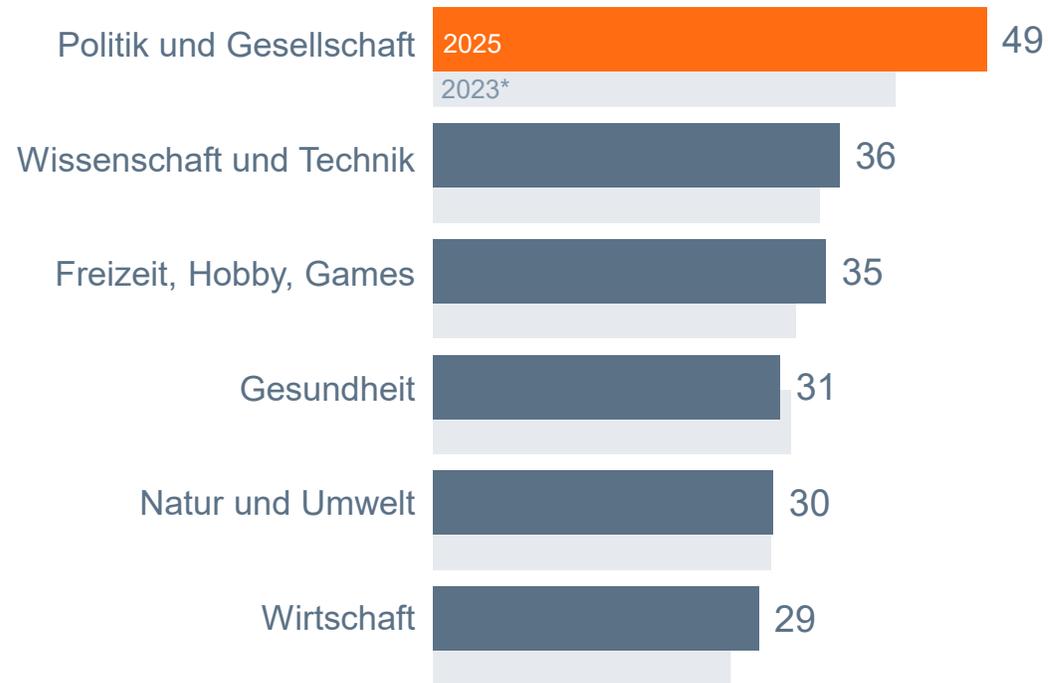
* Frage 2024 nicht erhoben

Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)

Politik & Gesellschaft ist aktuell das meistgehörte Podcast-Thema – jede:r Zweite hört hierzu Podcasts!

Podcasts: Konkrete Themen (Top 5 Themen)

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende



* Frage 2024 nicht erhoben

Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679)



4 Politische Podcasts

8 von 10 regelmäßig Hörende nutzen Podcasts als Infoquelle zum aktuellen Geschehen.

Podcasts: Rolle als Infomedium
Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende

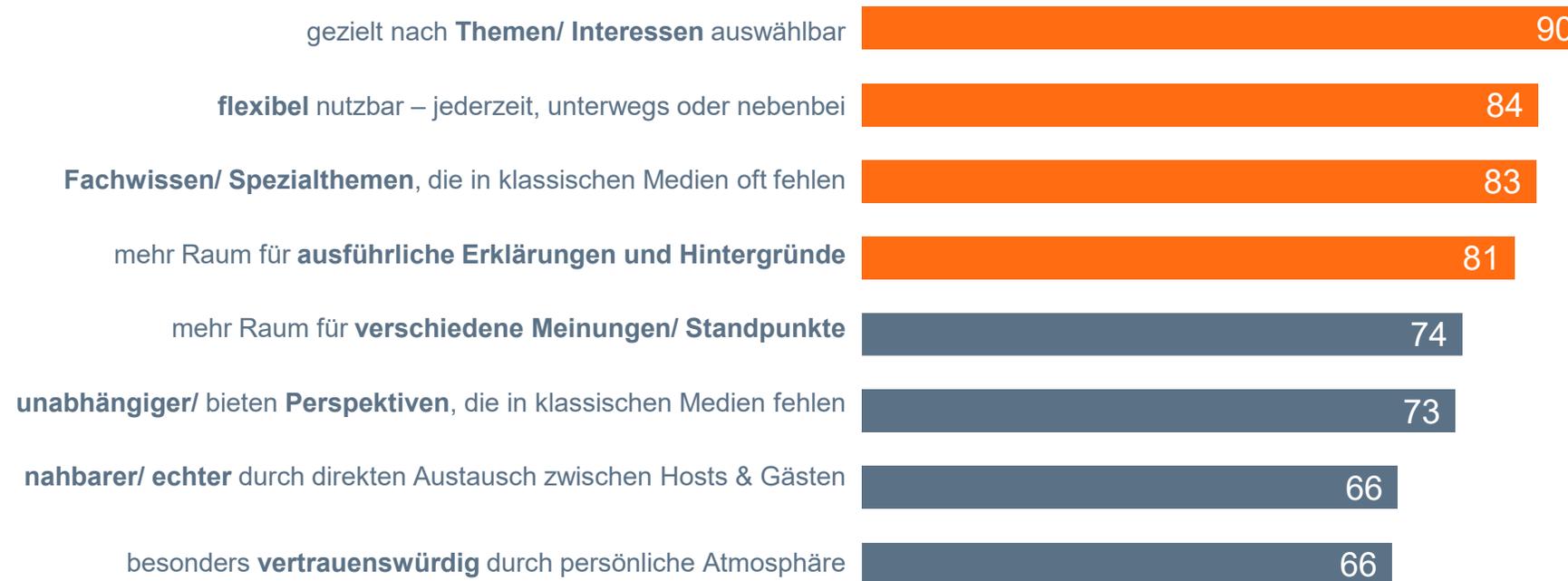


Angaben in Prozent; Basis: 19,886 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.679).

Hörende von Info-Podcasts schätzen u.a. die thematische Bandbreite, flexible Nutzung und inhaltliche Tiefe.

Podcasts: Stärken als Infomedium (sehr wichtig/ wichtig)

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende, für die Podcasts eine Infoquelle sind

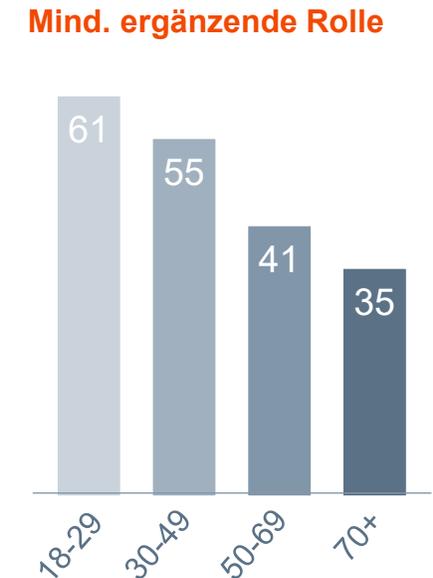
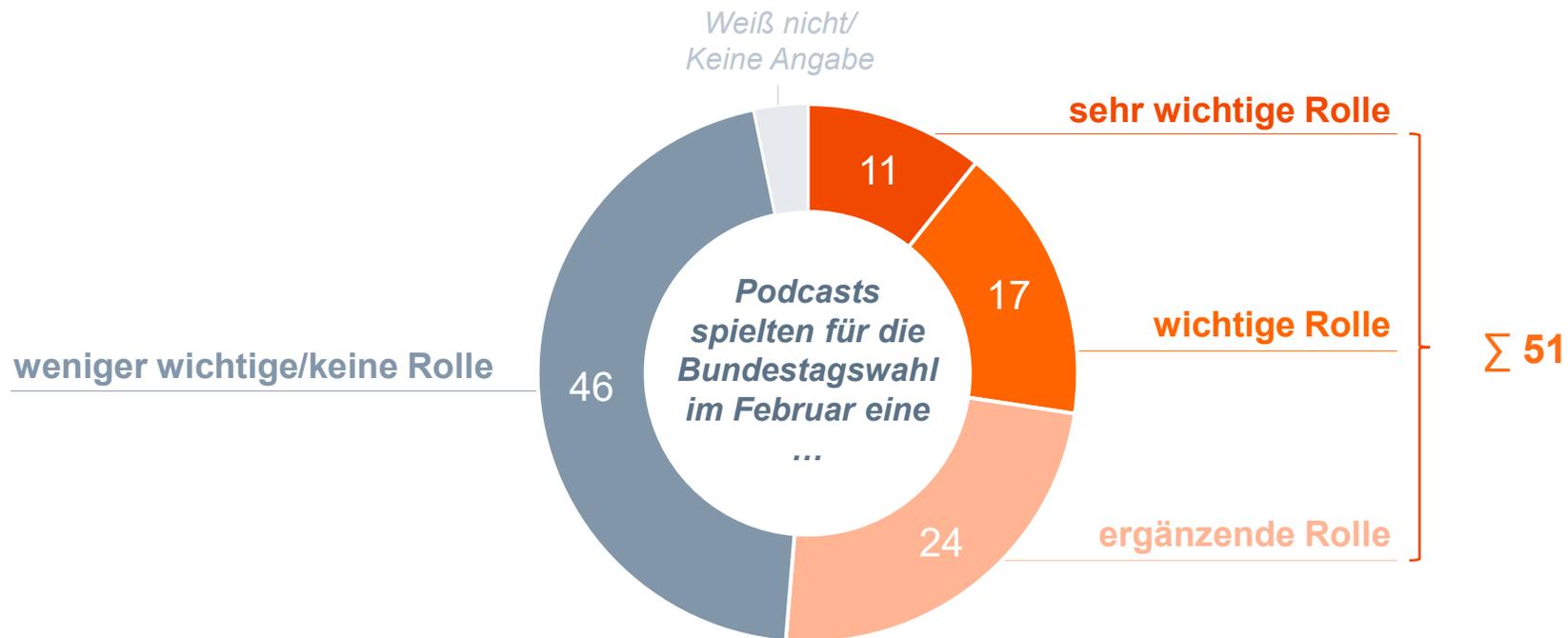


Angaben in Prozent; Basis: 16,027 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören und für die sie zumindest eine ergänzende Infoquelle sind (n=1.381)

Für gut die Hälfte der regelmäßig Hörenden (18+) waren Podcasts ein relevantes Infomedium zur Bundestagswahl.

Podcasts: Relevanz für die Bundestagswahl 2025

Basis: Regelmäßig Podcast-Nutzende ab 18 Jahren



Angaben in Prozent; Basis: 18,734 Mio. Personen ab 18 Jahre in Deutschland, die Podcasts mindestens einmal pro Monat hören (n=1.605) | Rundungseffekte können zu leichten Summenabweichungen führen.



VIELEN DANK!

Auftraggeber:



LFK:
Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

LANDESANSTALT
FÜR MEDIEN NRW

mabb
medienanstalt_berlin_brandenburg

RMS
Der Audiovermarkter.

VAUNET
Verband Privater Medien

mindline | media

Umsetzung: