



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.



JOURNALISMUS LAB
Landesanstalt für Medien NRW

ON TRACK

STUDIEN ZU AUDIO UND MOBILITÄT

Ergebnisse aus einer
repräsentativen Nutzerbefragung

In Kooperation mit:

VAUNET
Verband Privater Medien

RTL RADIO

MEDIEN
NETZWERK
BAYERN

NRW
radio NRW

Ford

METHODE

REPRÄSENTATIVE BEFRAGUNG

Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens

GRUNDGESAMTHEIT

Deutschsprachige Personen ab 14 Jahre in Deutschland mit Internetanschluss

AUSWAHLVERFAHREN

Online Access Panel - Random Quota-Auswahl nach Geschlecht, Alter, Bildung und Region

STICHPROBENGRÖSSE

Brutto: 1.700 Befragte; netto: 1.234 Befragte (Online-Audio-Nutzerinnen und -Nutzer außerhalb des eigenen Zuhauses)

FELDZEIT

29. April bis 21. Mai 2021

TYOLOGIE DER NUTZENDEN

Clusteranalyse auf Basis der subjektiven Relevanzeinstufung verschiedener Funktionen und Aspekte der Außerhaus-Nutzung von Audioinhalten durch die Gesamtheit der mobilen Audionutzerinnen und -nutzer

STICHPROBENGRÖSSE

Basis: Stichprobe aus der repräsentativen Nutzerbefragung

CLUSTERBILDENDE VARIABLEN

Verschiedene Wichtigkeitseinstufungen zur Wahrnehmung von Personalisierung, Seamless Listening und den Wünschen bezüglich der eigenen mobilen Audionutzung



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.



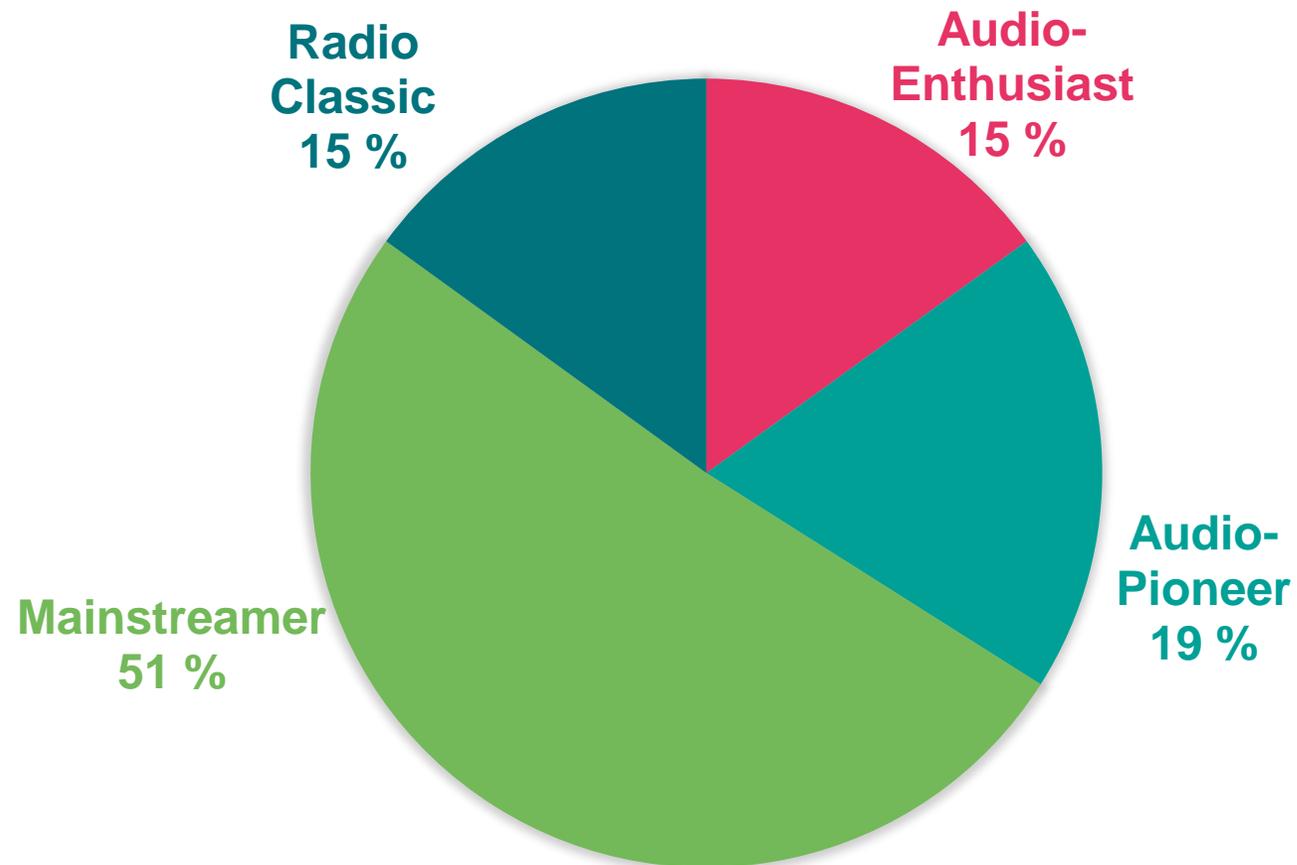
JOURNALISMUS LAB
Landesanstalt für Medien NRW

4 Typen der mobilen Audionutzung



4 TYPEN DER MOBILEN AUDIONUTZUNG

Clusteranalyse anhand von Wichtigkeitseinstufungen verschiedener Audiofunktionen und den Wünschen an die eigene mobile Audionutzung





AUDIO-ENTHUSIAST (15 %)

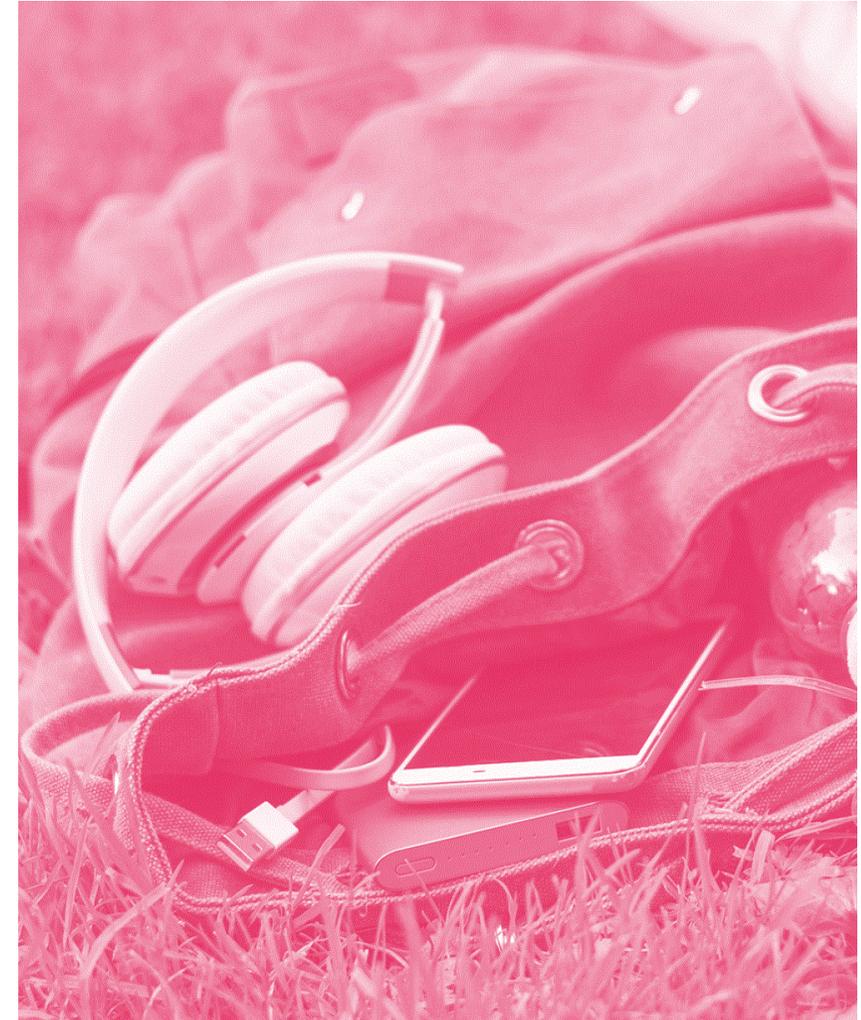


AUDIO-ENTHUSIAST (15 %)

Charakteristika:

- jung (Ø 38 Jahre, 30 % unter 30), häufiger berufstätig, mit höherem Einkommen, verheiratet, Partner/in und Kinder im Haushalt, fährt häufiger – ein **neueres – Auto**, mit **Sonderausstattung**
- **(Sehr) zufrieden mit inhaltlichem Angebot (80 %); Seamless listening (83 %); personalisierten Angeboten (78 %)**
- deutlich am häufigsten bereit, für **Audioinhalte zu bezahlen** und **bezahlt** diese auch bereits

	bezahlt bereits	Ø	bereit zu zahlen	Ø
Podcasts	15 %	8,80 €	36 %	10,80 €
Musik	18 %	12,70 €	51 %	13,00 €
Hörbuch/-spiele	19 %	9,70 €	47 %	13,70 €



AUDIO-ENTHUSIAST (15 %)

Nutzung:

- höchste **Gerätevielfalt** bei der Außerhaus-Nutzung von Audioinhalten
- nutzt deutlich am häufigsten den Abruf von Audioinhalten über **Sprachsteuerung** (29 %)

Inhalte:

- nutzt **viele unterschiedliche Inhalte**, bei vielen **unterschiedlichen Gelegenheiten**

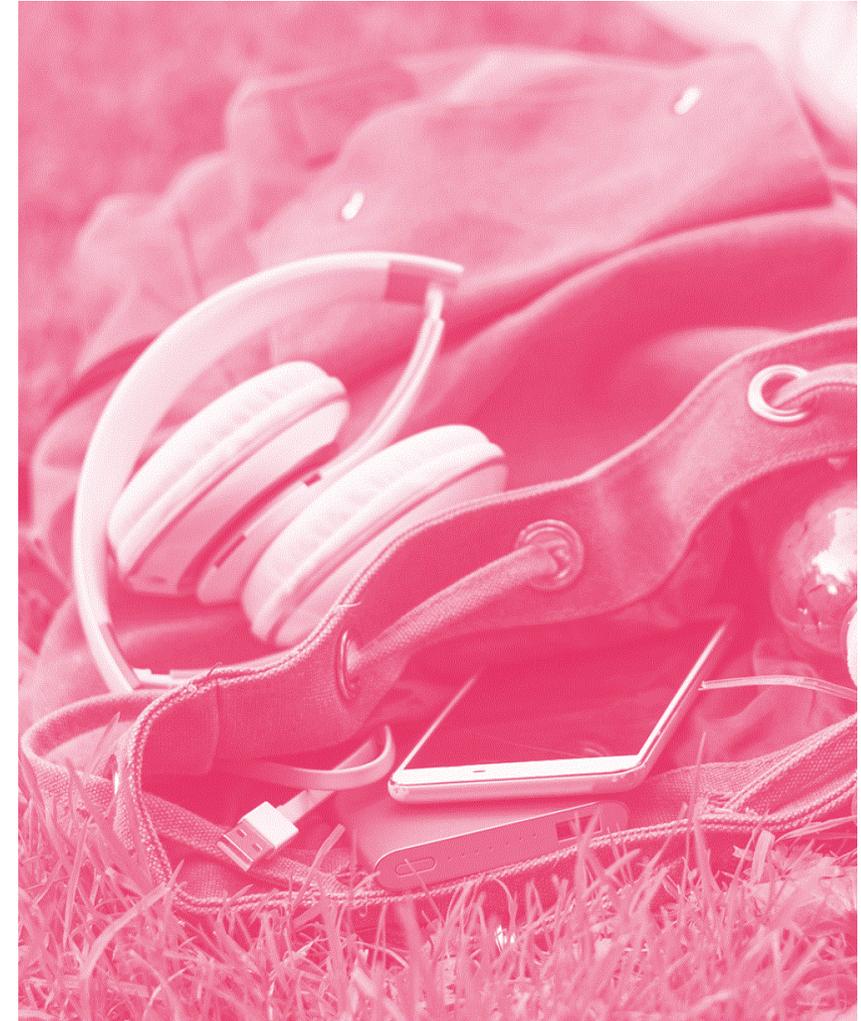
	Radio (84 %)	Podcasts (41 %)	Hörbücher/-spiele (33 %)
1.	Musik (82 %)	Politik und Gesellschaft (59 %)	Belletristik / Ratgeber (52 %)
2.	Nachrichten In- und Ausland (62 %)	Nachrichten In- und Ausland (57 %)	MINT-Themen (47 %)
3.	Nachrichten lokal und regional (52 %)	Sport (56 %)	Reise (45 %)



AUDIO-ENTHUSIAST (15 %)

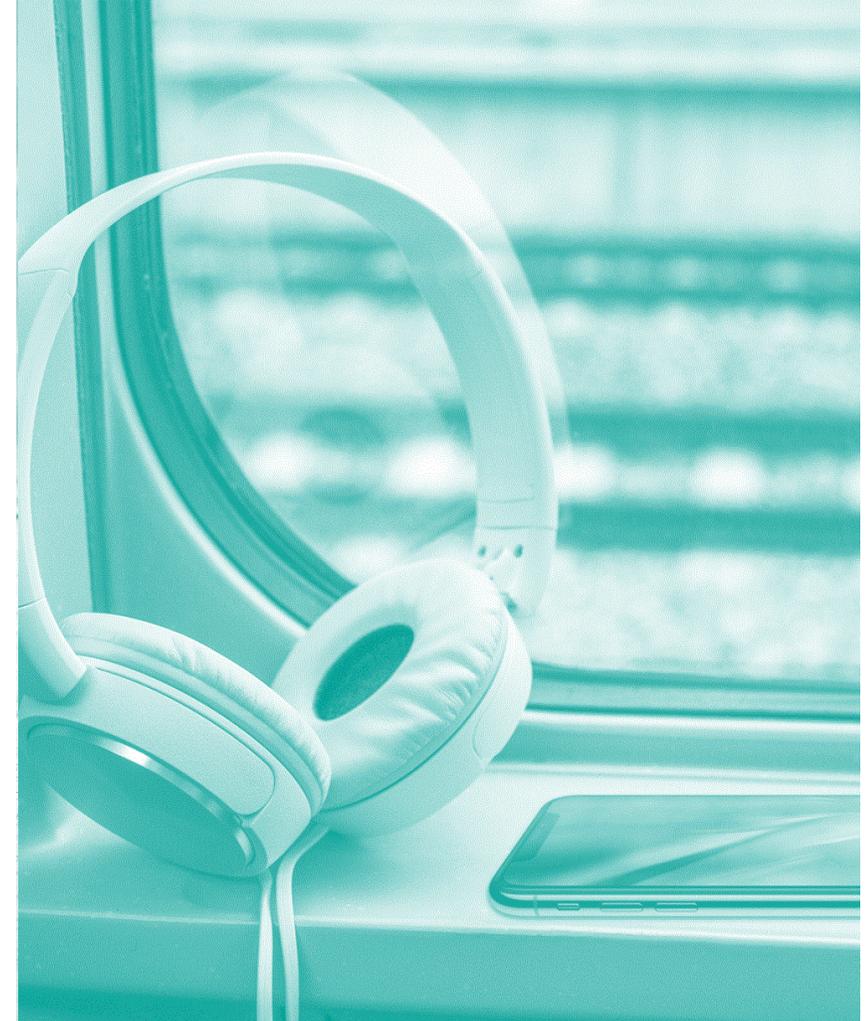
Wünsche an Audio unterwegs im Auto...

1. übersichtlicheres Display, um Audioinhalte besser direkt abzuspielen **(87 %)**
2. besseres nahtloses Abspielen von Audioinhalten **(86 %)**
3. bessere Internetverbindung über das Auto zum Streaming von Audioinhalten **(83 %)**
3. einfacheres Auffinden von spezifischen Inhalten in z. B. Mediatheken **(83 %)**
5. eine Merkfunktion für Audio-Inhalte im Auto **(82 %)**





AUDIO-PIONEER (19 %)

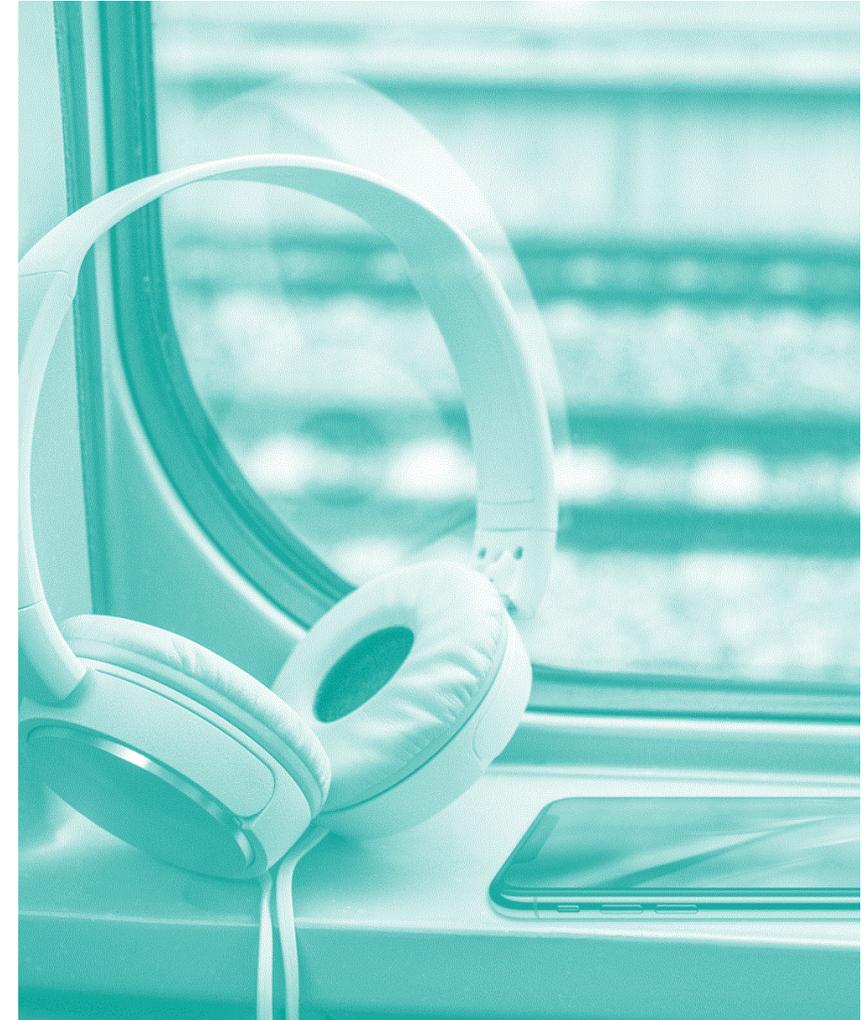


AUDIO-PIONEER (19 %)

Charakteristika:

- **am jüngsten** (Ø 37 Jahre, 40 % unter 30), auch gutes Einkommen, häufig Single
- Ist generell **zufrieden** mit Audionutzung, etwas weniger mit **personalisierten Angeboten (52 %)** und **Abspielmöglichkeiten außerhalb des WLAN (54 %)**
- häufig **bereit**, für Audioinhalte etwas **zu bezahlen**

	bezahlt bereits	Ø	bereit zu zahlen	Ø
Podcasts	14 %	10,10 €	25 %	7,00 €
Musik	13 %	10,00 €	49 %	10,20 €
Hörbuch/-spiele	20 %	8,00 €	43 %	9,10 €



AUDIO-PIONEER (19 %)

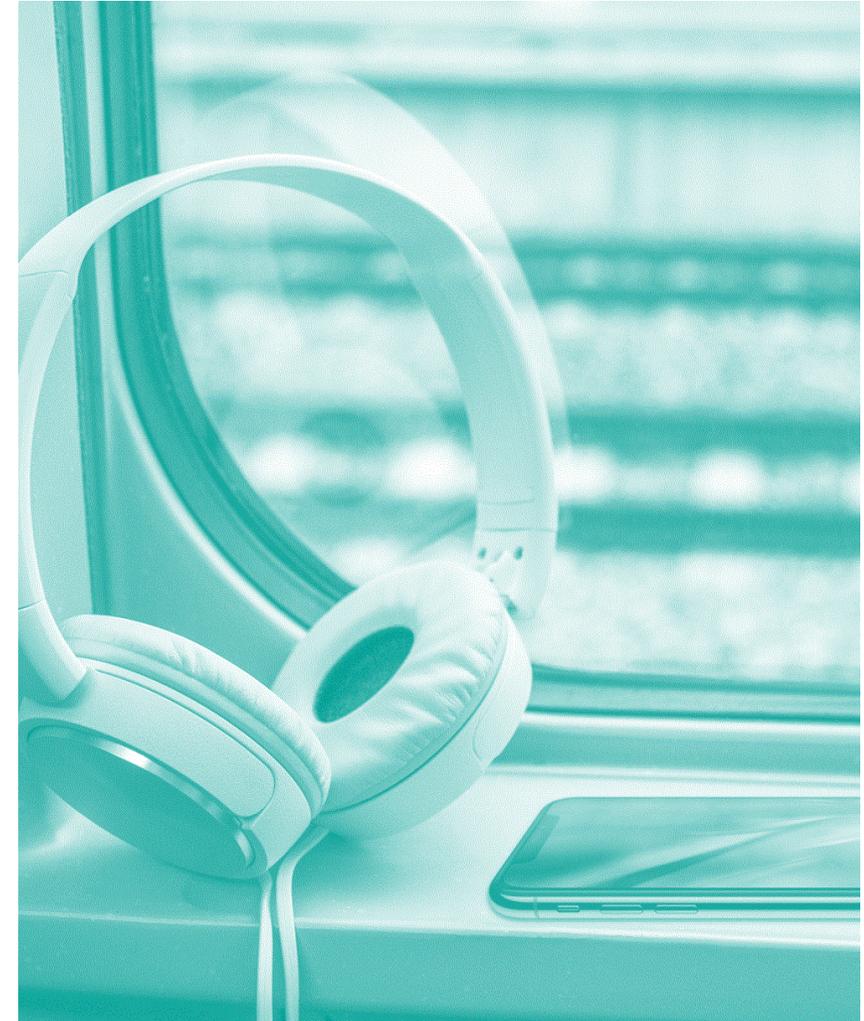
Nutzung:

- nutzt häufig **Audio-Streaming** zur mobilen Audionutzung
- nutzt deutlich am häufigsten das **Smartphone** zur Audionutzung unterwegs (93 %)

Inhalte:

- neben **Musik**, werden **Podcasts** stark außerhalb genutzt
- Audio-Nutzung vor allem zu **Informationszwecken**

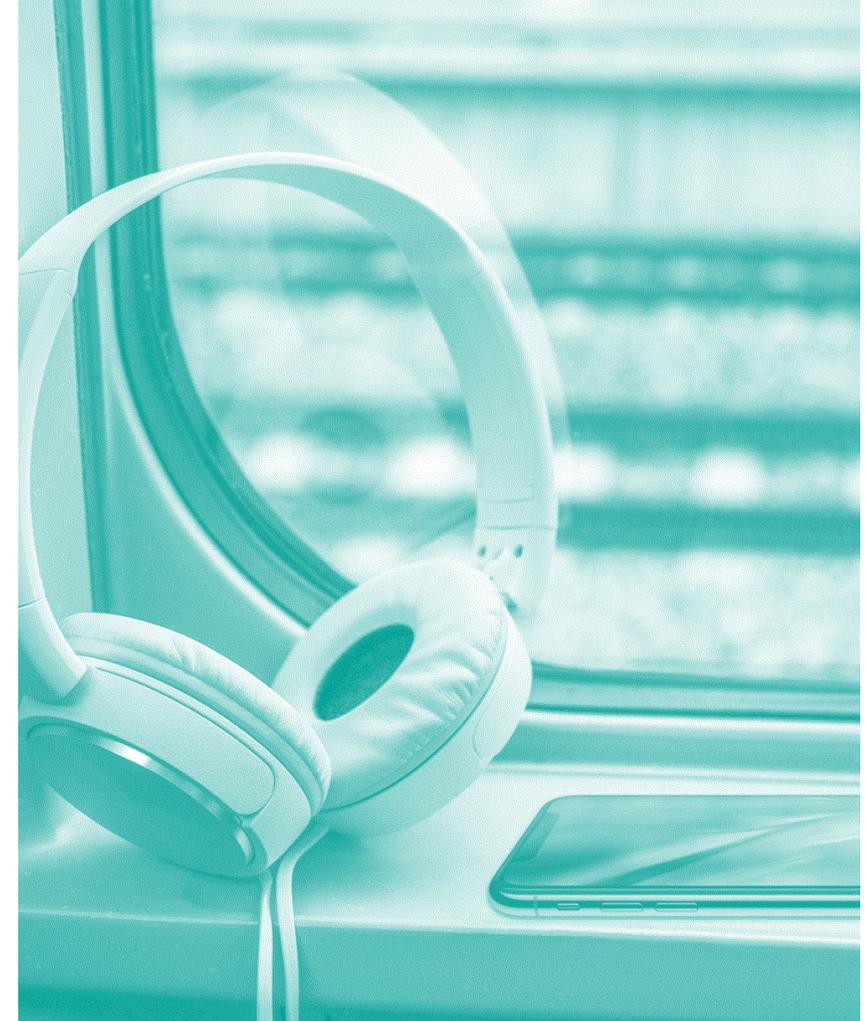
	Radio (76 %)	Podcasts (42 %)	Hörbücher/-spiele (26 %)
1.	Musik (89 %)	Wissenschaft, Forschung, Belletristik (45 %) Technik (40 %)	
2.	Nachrichten In- und Ausland (61 %)	Nachrichten In- und Ausland (35 %)	Kinder- und Jugendbücher (37 %)
3.	Nachrichten lokal und regional (54 %)	Sport (31 %)	Sachbuch (37 %)



AUDIO-PIONEER (19 %)

Wünsche an Audio unterwegs im Auto...

1. übersichtlicheres Display, um Audioinhalte besser direkt abzuspielen **(66 %)**
2. bessere Internetverbindung über das Auto zum Streaming von Audioinhalten **(64 %)**
3. einfacheres Auffinden von Radiosendern **(62 %)**
4. nahtloses Abspielen von Audioinhalten **(56 %)**
5. einfacheres Auffinden von spezifischen Inhalten in z. B. Mediatheken **(53 %)**





MAINSTREAMER (51 %)

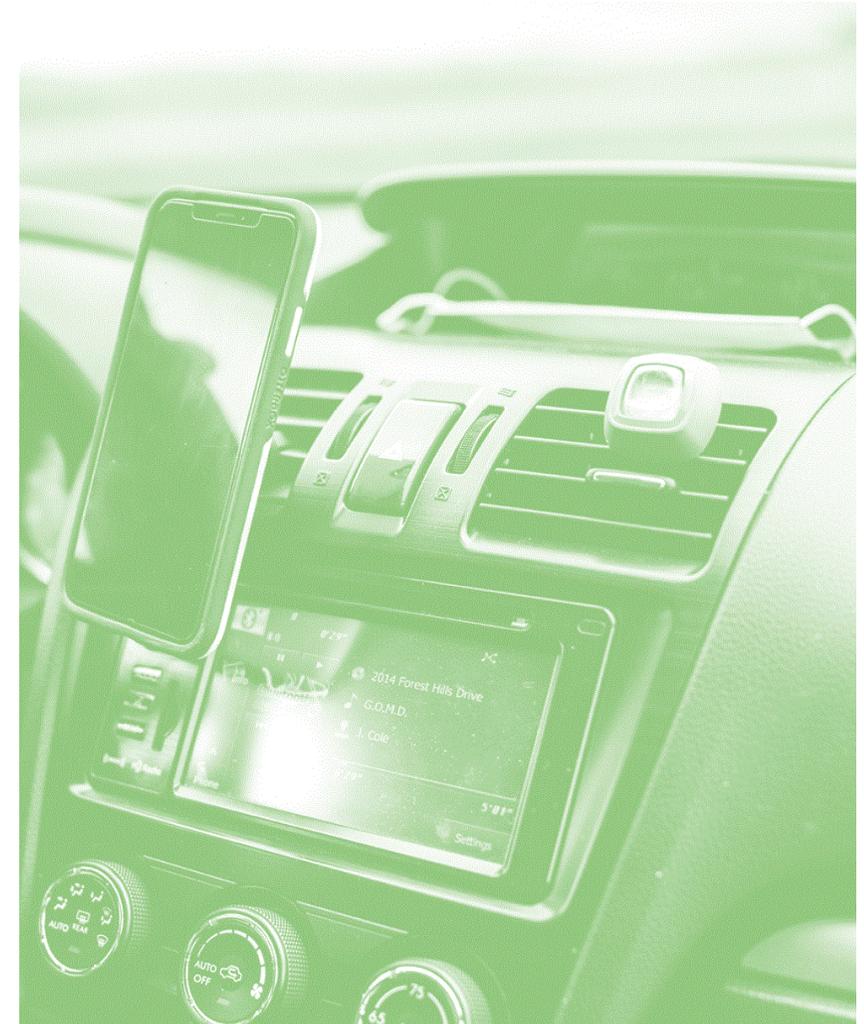


MAINSTREAMER (51 %)

Charakteristika:

- mittleren Alters (Ø 43 Jahre, 25 % unter 30), häufig Zwei- oder Mehr-Personen-Haushalt
- Zufriedenheit durchschnittlich, besonders **personalisierte Angebote** (30 %) und **nahtloses Hören/seamless listening** (33 %) Optionen könnten besser sein
- zahlen **bereits am häufigsten für Hörbücher/-spiele**

	bezahlt bereits	Ø	bereit zu zahlen	Ø
Podcasts	12 %	8,20 €	16 %	9,30 €
Musik	12 %	8,40 €	34 %	10,00 €
Hörbuch/-spiele	25 %	9,30 €	22 %	8,20 €



MAINSTREAMER (51 %)

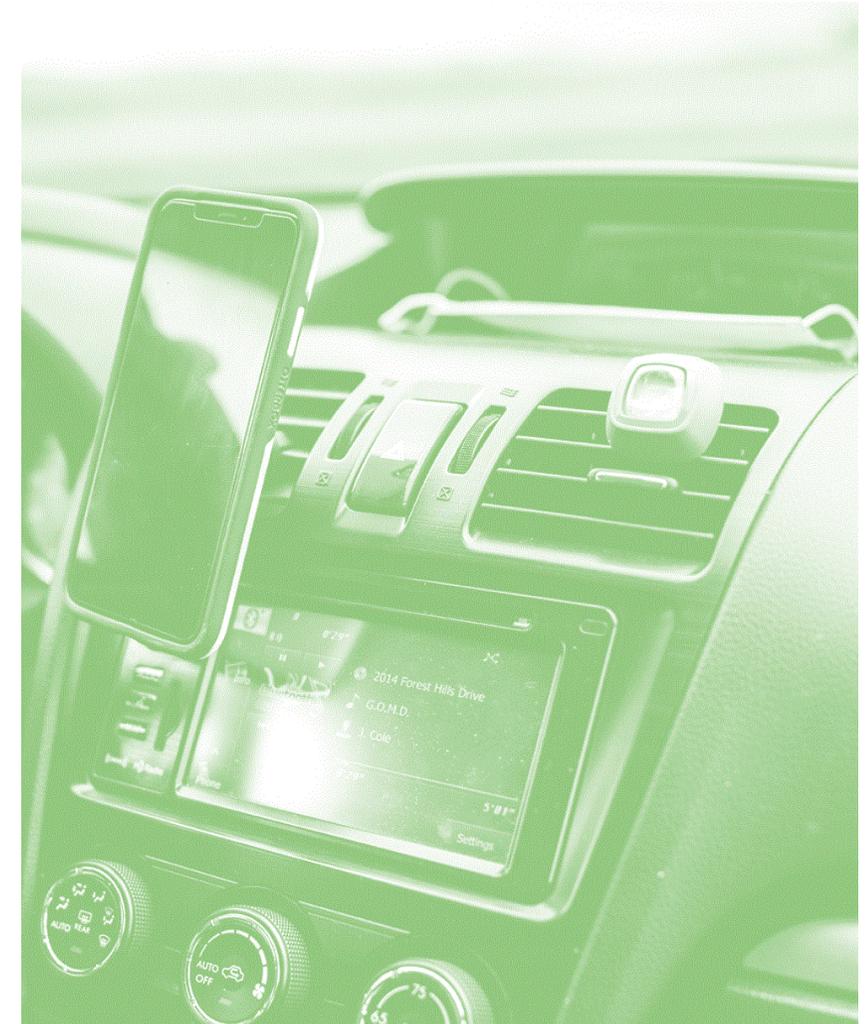
Nutzung:

- Nutzt eine Mischung aus **klassischen Geräten** (UKW-Radio, Tonträger) und **neueren Zugangswegen** (Smartphone)
- Ist vor allem an **komfortablen Bedienmöglichkeiten** im Auto interessiert.

Inhalte:

- Audio-Außerhaus-Nutzung überwiegend wie der **Gesamtdurchschnitt**

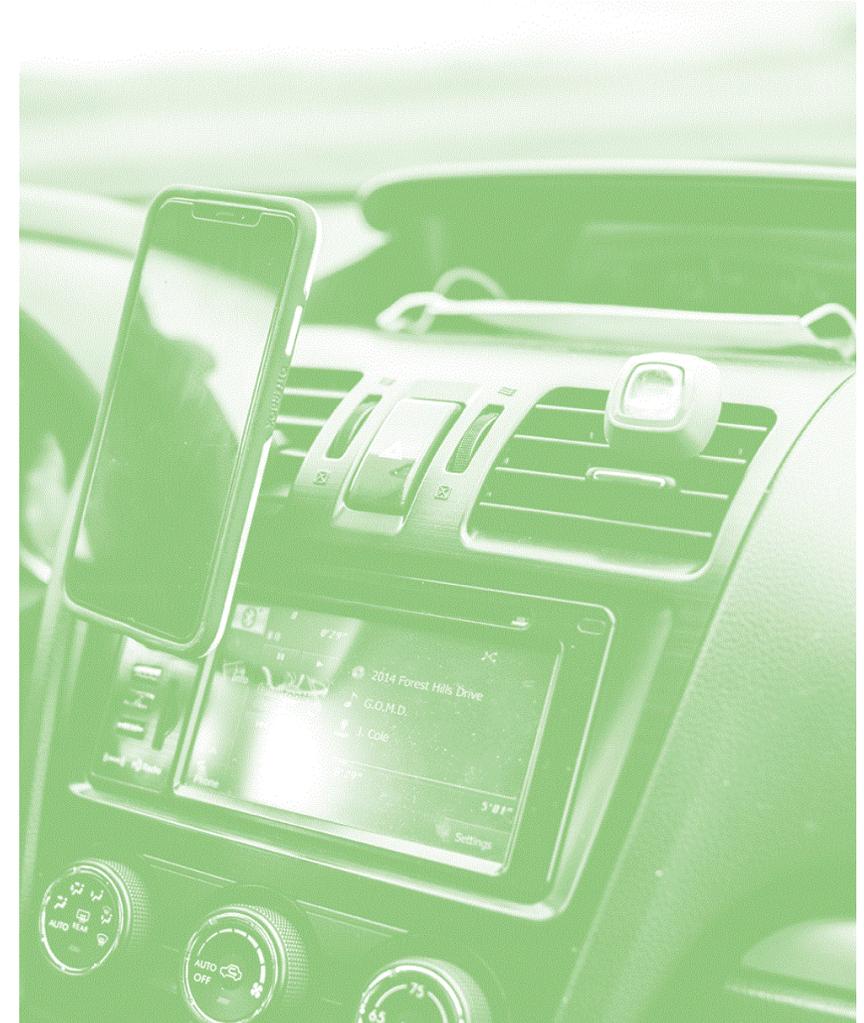
	Radio (79 %)	Podcasts (26 %)	Hörbücher/-spiele (23 %)
1.	Musik (92 %)	Wissenschaft, Forschung, Technik (39 %)	Belletristik (47 %)
2.	Nachrichten In- und Ausland (59 %)	Politik und Gesellschaft (35 %)	Kinder- und Jugendbücher (40 %)
3.	Nachrichten lokal und regional (52 %)	Nachrichten In- und Ausland (33 %)	Sachbuch (22 %)



MAINSTREAMER (51 %)

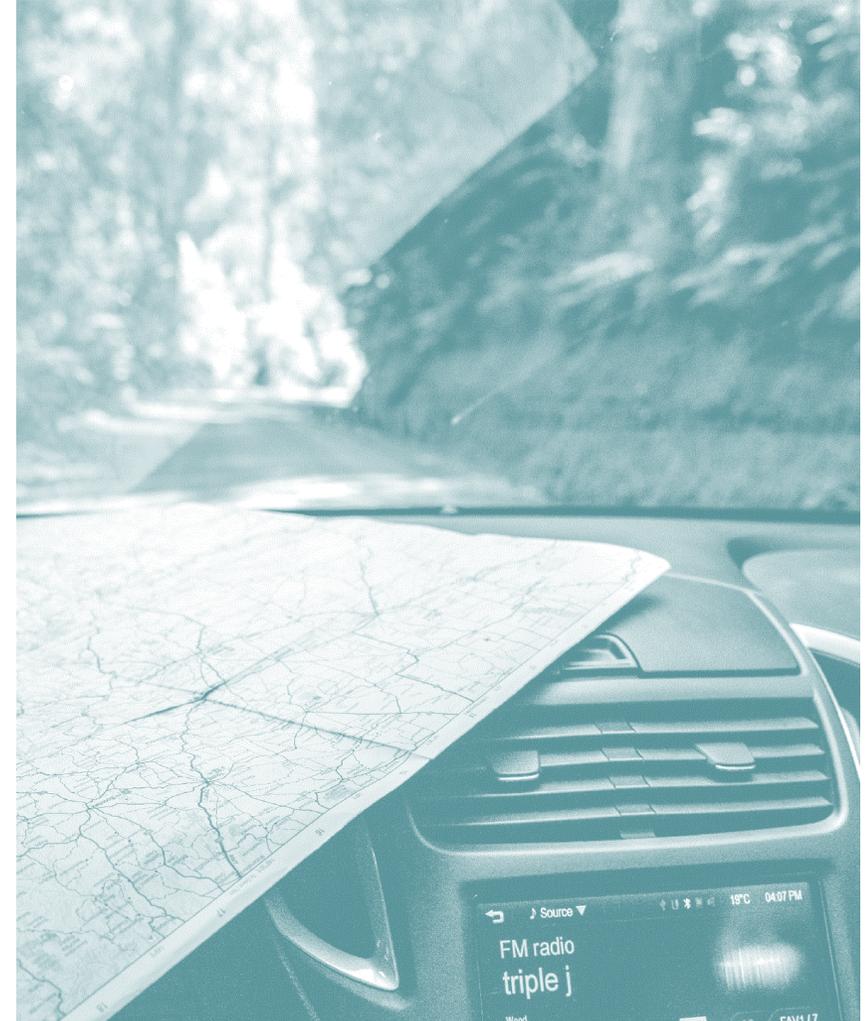
Wünsche an Audio unterwegs im Auto...

1. einfacheres Auffinden von Radiosendern (45 %)
2. übersichtlicheres Display (39 %)
3. Steuerungsmöglichkeiten von Audio über Knöpfe am Lenkrad (36 %)
4. bessere Internetverbindung zum Streaming (25 %)
5. mehr Informationen zu erhobenen, personenbezogenen Daten (23 %)





RADIO-CLASSIC (15 %)

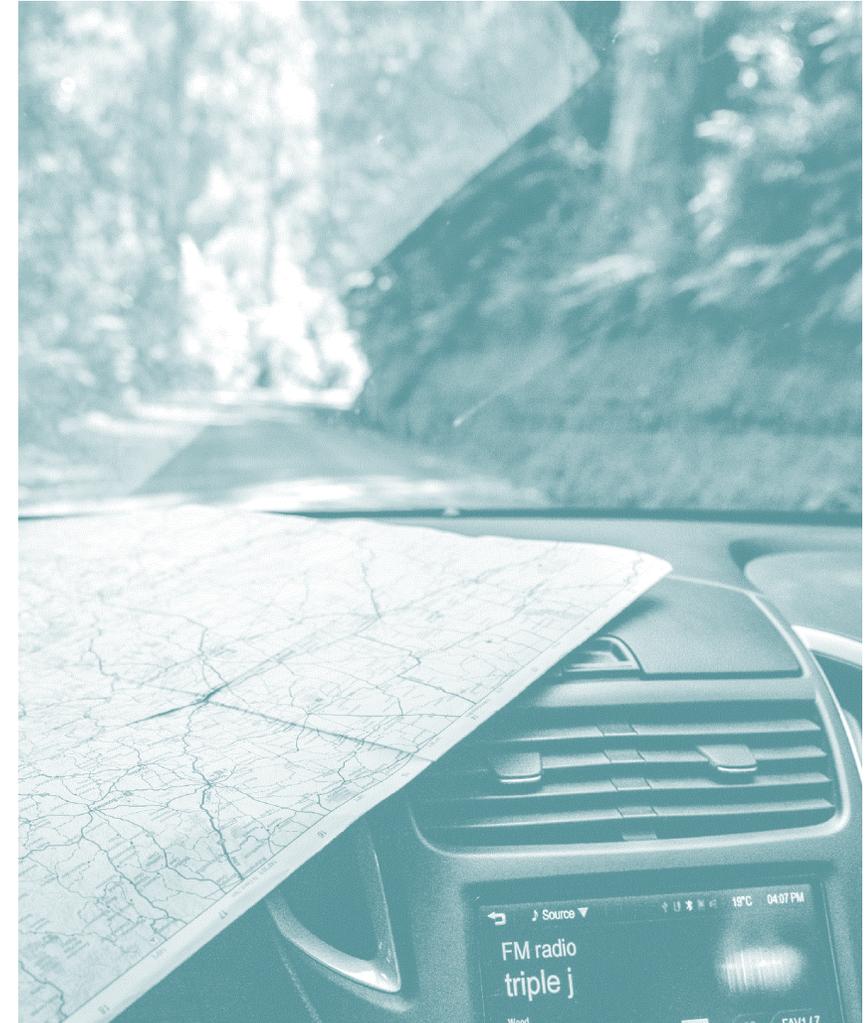


RADIO CLASSIC (15 %)

Charakteristika:

- **am ältesten** (Ø 59 Jahre, 3 % unter 30), 51% Rentnerinnen und Rentner, häufig alleinlebend, macht am Wochenende gern längere Autofahrten
- **Zufriedenheit** mit neueren Audiofunktionen und Inhalten **am geringsten** von allen Gruppen
- deutlich am **wenigsten bereit**, für Audioinhalte etwas **zu bezahlen**

	bezahlt bereits	Ø	bereit zu zahlen	Ø
Podcasts	0 %	0,00 €	0 %	0,00 €
Musik	6 %	8,90 €	17 %	12,90 €
Hörbuch/-spiele	13 %	2,00 €	27 %	5,00 €



RADIO CLASSIC (15 %)

Nutzung:

- Nutzt fast ausschließlich **klassische Geräte** (UKW-Radio: 80 %; Tonträger: 27 %) und Bedienweisen (Radio-Button: 80 %)
- äußert generell **wenige Wünsche** an Audionutzung

Inhalte:

- **Radio** ist ganz klar der Audioinhalt Nummer eins

	Radio (91 %)	Podcasts (2 %)	Hörbücher/-spiele (4 %)
1.	Musik (94 %)	Politik und Gesellschaft (57 %)	Belletristik (70 %)
2.	Nachrichten In- und Ausland (47 %)	Wirtschaft und Börse (57 %)	MINT-Themen (13 %)
3.	Nachrichten lokal und regional (32 %)	Sport (41 %)	Kinder- und Jugendbücher (10 %)





RADIO CLASSIC (15 %)

Wünsche an Audio unterwegs im Auto...

1. mehr Informationen zu erhobenen Daten (10 %)
2. bessere Auffindbarkeit lokaler / regionaler Angebote (5 %)
3. Flatrate-Bezahlmethode für gebündelte Inhalte (1 %)
4. nahtloses Abspielen von Audioinhalten (1 %)



LEARNINGS

- 1 Nutzungs- und Bedienweisen diversifizieren sich.
- 2 Unterschiedliche Zielgruppen haben z. T. sehr unterschiedliche Wünsche an ihr Audioerlebnis außerhalb des eigenen Zuhauses.
- 3 Bereitschaft für Online-Audio-Inhalte zu bezahlen unterscheidet sich stark zwischen den unterschiedlichen Zielgruppen und auch zwischen den unterschiedlichen Audioinhalten

➔ **What is next?**

VIELEN DANK



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

JOURNALISMUS LAB
Landesanstalt für Medien NRW

Landesanstalt für Medien NRW

Zollhof 2 | 40221 Düsseldorf
Telefon: 0211 77007 0
Mail: info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Journalismus Lab
der Landesanstalt für Medien NRW

Zollhof 2 | 40221 Düsseldorf
Telefon: 0211 77007 176
Mail: info@journalismuslab.de
www.journalismuslab.de