die medienanstalten

die medienanstalten-Pressemitteilung 19/2022 • Berlin 07.09.2022

Audio Trends 2022: Digitalisierung ist Fundament des Hörfunks der Zukunft

Auffindbarkeit von Angeboten ist entscheidend – so die Schlussfolgerung des in neuem Format erschienenen Digitalisierungsberichts Audio der Medienanstalten

Die „Audio Trends 2022“ der Medienanstalten, die heute in einer Online-Veranstaltung vorgestellt wurden, belegen die Attraktivität des digitalen Radios. Eine konstant steigende Netto-Digitalisierungsquote in Deutschland von aktuell 68 Prozent, die Versiebenfachung der Haushalte mit Zugang zu DAB+ seit 2013 und eine Verdreifachung des Anteils der Webradionutzer am Smart Speaker innerhalb von fünf Jahren bestätigen dies. Zukunftsentscheidend ist die Auffindbarkeit von Programmen und Inhalten, die die Medienanstalten im Rahmen der Plattformregulierung des Medienstaatsvertrags einfordern. In der Veröffentlichung kommen Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, von Plattformen, privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk sowie Verbänden zu Wort. Damit setzen die Medienanstalten als Vermittler und Moderator der Branche ein Zeichen für die Zukunft des Hörfunks.

„Radio muss auch in der digitalen Welt relevant bleiben. Zentral ist deshalb, dass es auf allen wichtigen Plattformen, und vor allem auch im Auto, aufgefunden wird. Das ist die größte Herausforderung der kommenden Jahre, der sich die staatsfern organisierten Medienanstalten im Dialog mit Audio-Anbietern stellen werden“, sagt Dr. Thorsten Schmiege, Koordinator des Fachausschusses Infrastruktur und Innovation der Medienanstalten zur Vorstellung der Audio Trends 2022.

Die Ergebnisse der Audio Trends 2022 zeigen: Die fortschreitende Digitalisierung ist fraglos eine Bereicherung für den Hörfunk in Deutschland.

„Audio ist auch in der digitalen Welt absolut im Trend. Seine Zukunftsfähigkeit entscheidet sich in der Gewährleistung diskriminierungsfreier Rahmenbedingungen. Nur so wird der Hörfunk seine Stärke als Echtzeitmedium und Tagesbegleiter ausspielen können“, konstatiert Ruth Meyer, Direktorin der Landesmedienanstalt Saarland (LMS), die gemeinsam mit der BLM die Audio Trends verantwortet.

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)

Bremische Landesmedienanstalt (brema)

Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH)

Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen)

Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV)

Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)

Landesanstalt für Medien NRW

Medienanstalt Rheinland-Pfalz

Landesmedienanstalt Saarland (LMS)

Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM)

Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Kernergebnisse der ‚Audio Trends 2022'

- Radio-Digitalisierung im Trend. Die Netto-Digitalisierungsquote Radio steigt auf über 68 Prozent. Mehr als 2/3 der Personen ab 14 Jahren in Deutschland haben Zugang zu mindestens einer digitalen Radioempfangsmöglichkeit oder nutzen Webradio. Mehr als jede dritte (34%) Person ab 14 Jahren in Deutschland nutzt vorzugsweise einen digitalen Radio-Empfangsweg.
- Siebenmal so viele DAB+-Haushalte. In zehn Jahren hat sich die Zahl der Haushalte mit DAB+-Empfängern versiebenfacht. Ein knappes Drittel der Haushalte in Deutschland (rund 24 Millionen Personen in 12,6 Mio. Haushalten) hat Zugang zu DAB+.
- Digital wird immer mehr zum Standard. Der Anteil von DAB+, IP- oder Hybridradios hat sich in den letzten fünf Jahren von 11 auf 21 Prozent fast verdoppelt. Heute stehen im Vergleich zu 2018 gut 12 Mio. UKW-Radios weniger in den Haushalten. Dem steht ein Plus von 16 Mio. digitalen Geräten gegenüber.
- Mehr als ein Viertel aller Autoradios empfängt digitalen Hörfunk. Die Zahl der digital empfangenden Autoradios hat sich in den letzten fünf Jahren mehr als verdoppelt. Die Zahl der DAB+-Radios in Autos steigt im letzten Jahr um mehr als 1,5 Mio. Geräte auf über 10 Mio.
- Das Smartphone ist meistgenutztes Webradio-Gerät. Mehr als die Hälfte der Personen ab 14 Jahren in Deutschland nutzt Webradio. 27% nutzen dafür das Smartphone. Die Zahl derjenigen, die Webradio am Smart Speaker nutzen, hat sich in den letzten fünf Jahren von 2,8 Prozent im Jahr 2018 auf über 9 Prozent im Jahr 2022 vervielfacht.

Über die Audio Trends 2022
Die digital veröffentlichten Audio Trends ersetzen den Digitalisierungsbericht Audio der Medienanstalten. Damit bedienen die Medienanstalten mit interaktiven Grafiken und in kompaktem Format die geänderten Lesegewohnheiten der Zielgruppe.

Die Audio Trends 2022 stehen auf der Webseite der Medienanstalten in der Rubrik Veröffentlichungen zum Download zur Verfügung: www.die-medienanstalten.de/audiotrends22

Methodensteckbrief
Kantar erhob die Daten im Zeitraum von 25.4.-21.6.2022 im Auftrag der Medienanstalten unter Beteiligung von ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast und Vodafone. Die Grundgesamtheit bildet die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren. Sie entspricht damit der Definition, die auch der Media-Analyse (ma) zugrunde liegt (= deutsche Haushalte plus Haushalte mit EU-27-Haushaltsvorstand plus Haushalte mit Nicht-EU-Haushaltsvorstand mit abgeschlossener Schulausbildung).
Die Aufzeichnung der Online-Veranstaltung vom 7. September 2022 wird auf der Webseite der Medienanstalten, Rubrik Veranstaltungen in Kürze verfügbar sein. www.die-medienanstalten.de/audiotrends22

Weitere Informationen über die medienanstalten finden Sie unter:
www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Dr. Anja Bundschuh
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de

www.die-medienanstalten.de