

Moderation

Referenten



Dr. Lars Peters
Selbstständiger Medienberater



Prof. Dr. Klaus Goldhammer
Geschäftsführer,
Goldmedia Gruppe



Rainer Henze
Vorstand, laut.ag
Vorsitz, Fokusgruppe Audio



Daniel Könnecke
CEO, FCB



Philipp Westermeyer
Co-Gründer & Geschäftsführer,
Podstars/ ramp 106 GmbH



WEBRADIO | MONITOR 2017

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

GOLDMEDIA

Eine Studie im Auftrag von:



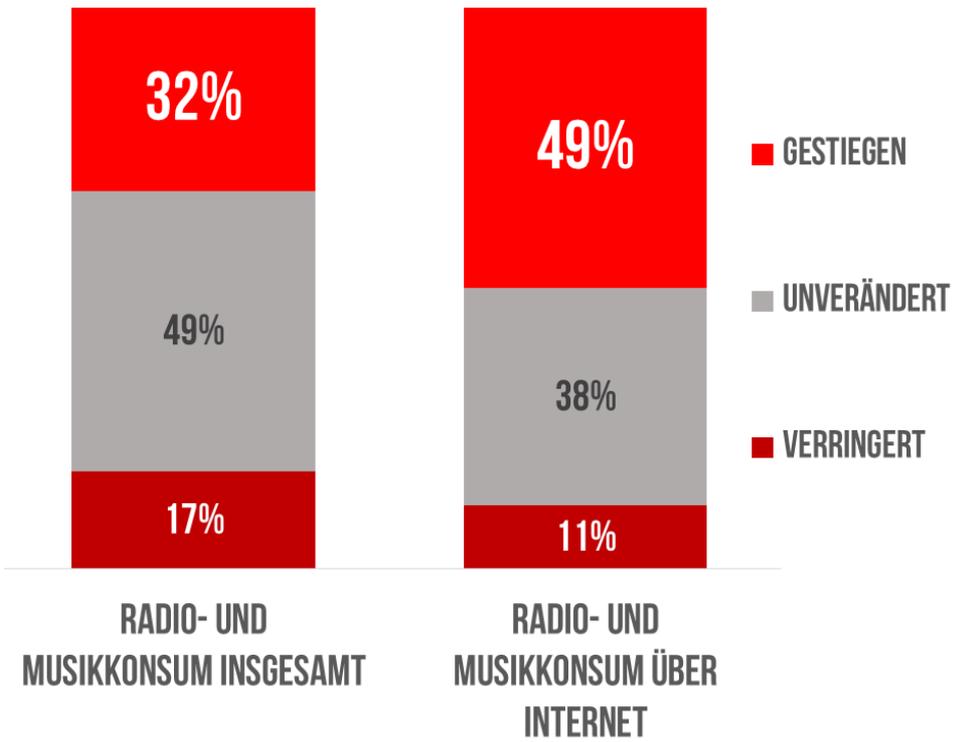
#1

AUDIO-NUTZUNG WÄCHST

besonders stark online

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

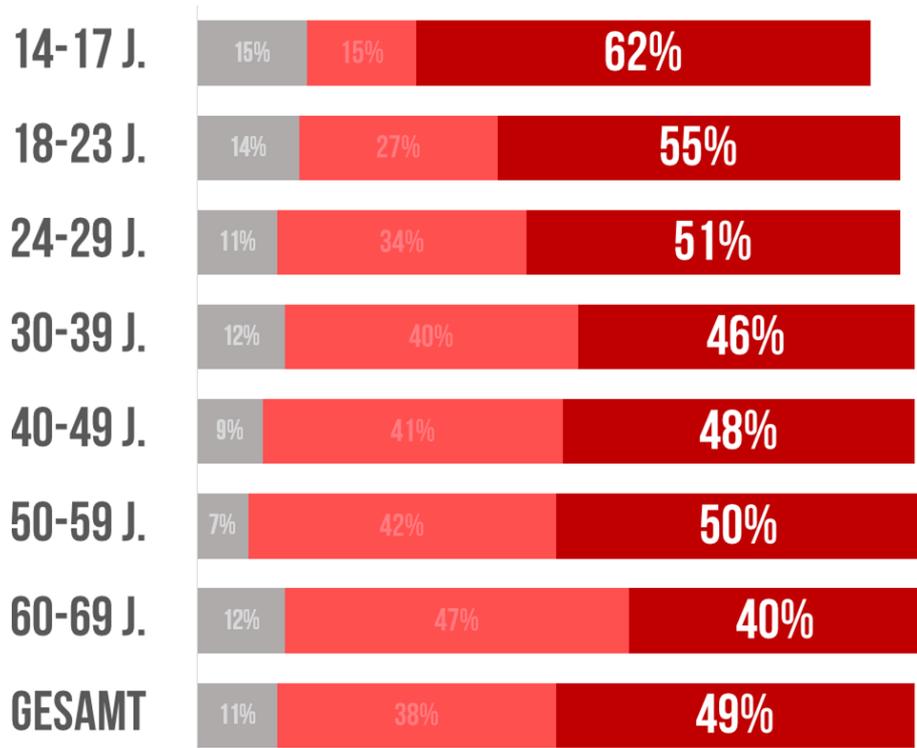
*VERÄNDERUNG DES RADIO- UND MUSIKKONSUMS GGÜ.
VORJAHR (GESAMTKONSUM SOWIE ONLINEKONSUM),
2017, IN %



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 %

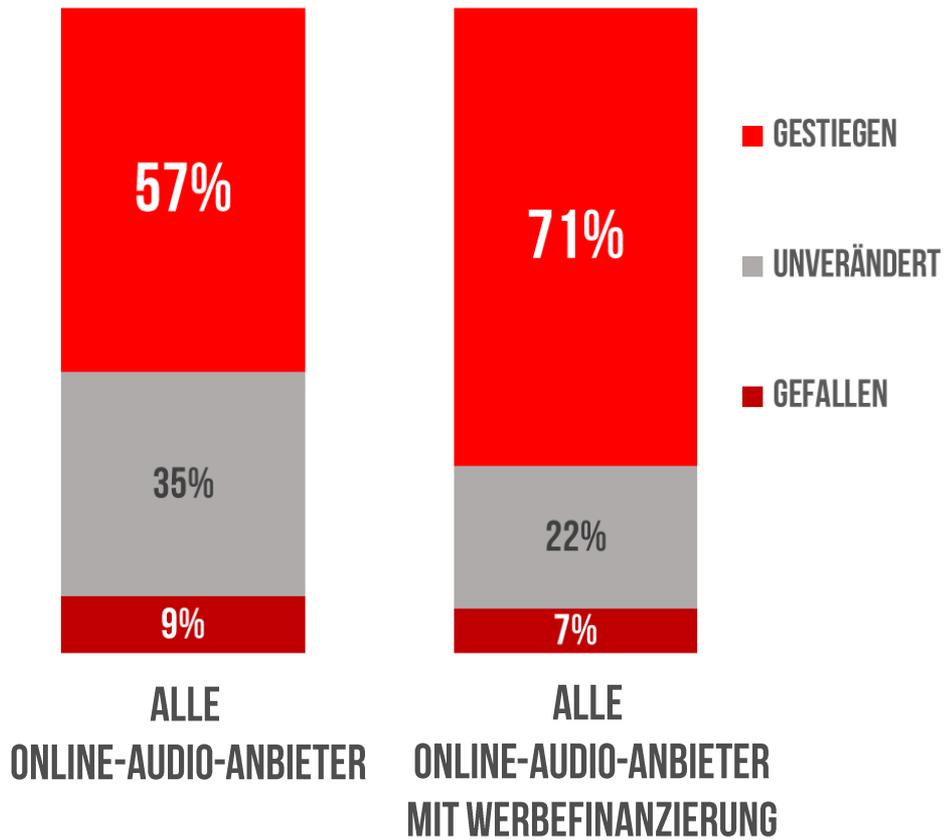


■ VERRINGERT ■ NICHT VERÄNDERT ■ ERHÖHT

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.*

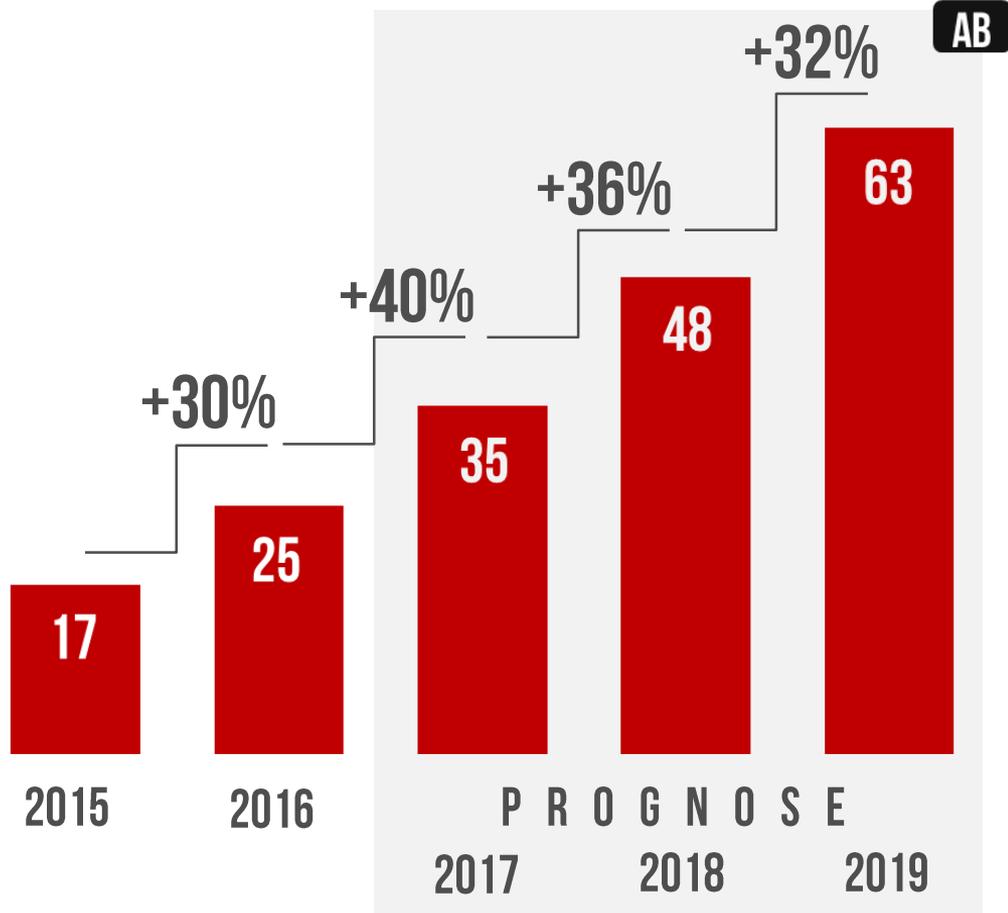
*ENTWICKLUNG DER ABRUFZAHLEN BEI DT. ONLINE-AUDIO-ANBIETERN ZWISCHEN 2016 UND 2017, IN %



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

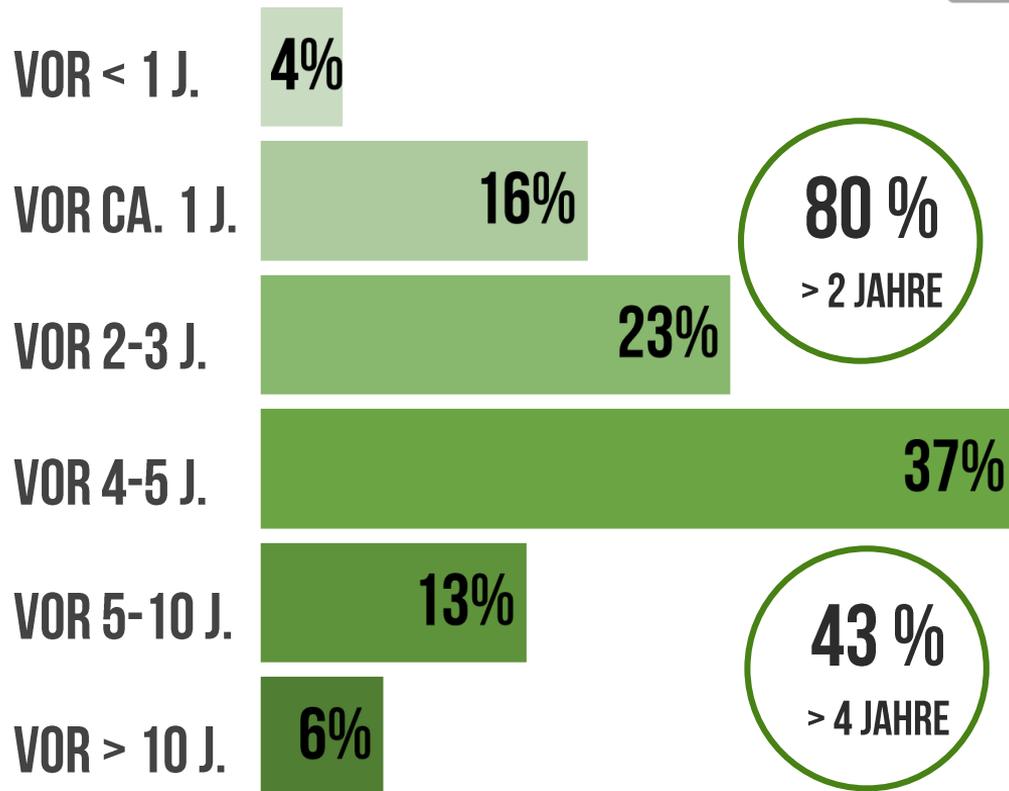
hat sich etabliert

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 %

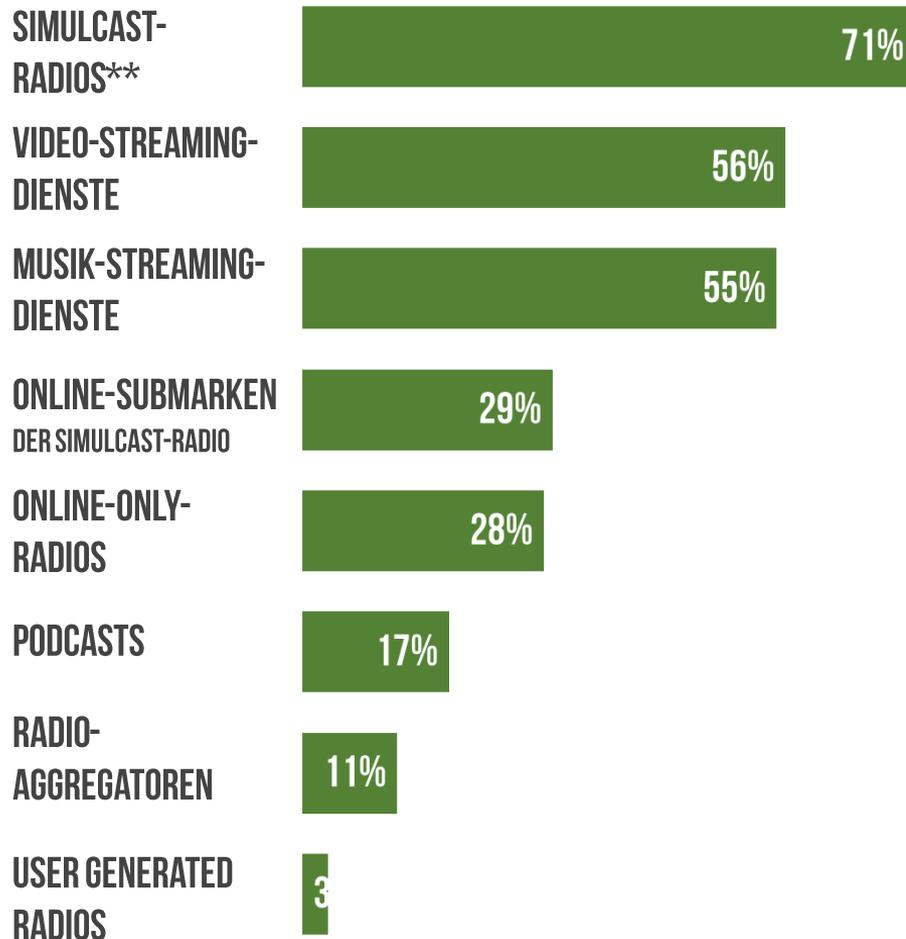
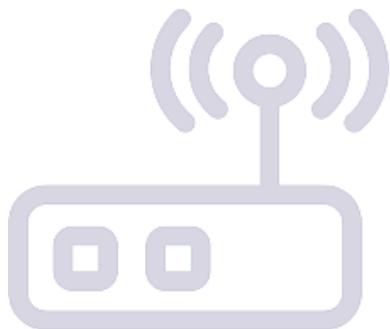


NB



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

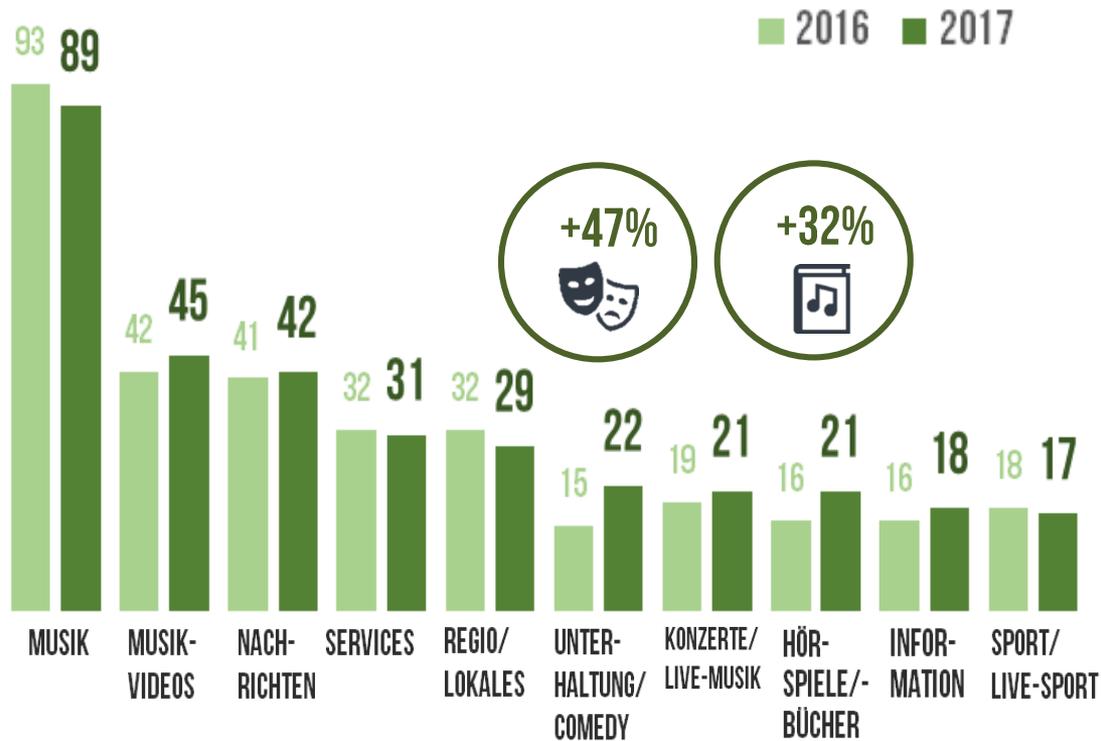
*ANTEIL DER NUTZER, DIE EIN ONLINE-AUDIO-ANGEBOT
MINDESTENS GELEGENTLICH NUTZEN, 2017, IN%



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 %

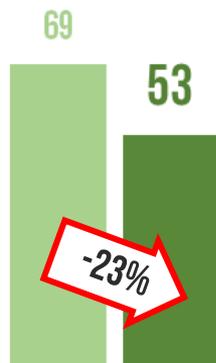


PRAKTISCHE GRÜNDE UND SOUNDQUALITÄT SIND DIE AM STÄRKSTEN WACHSENDEN NUTZUNGSMOTIVE DER ONLINE-AUDIO-NUTZER.*

*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

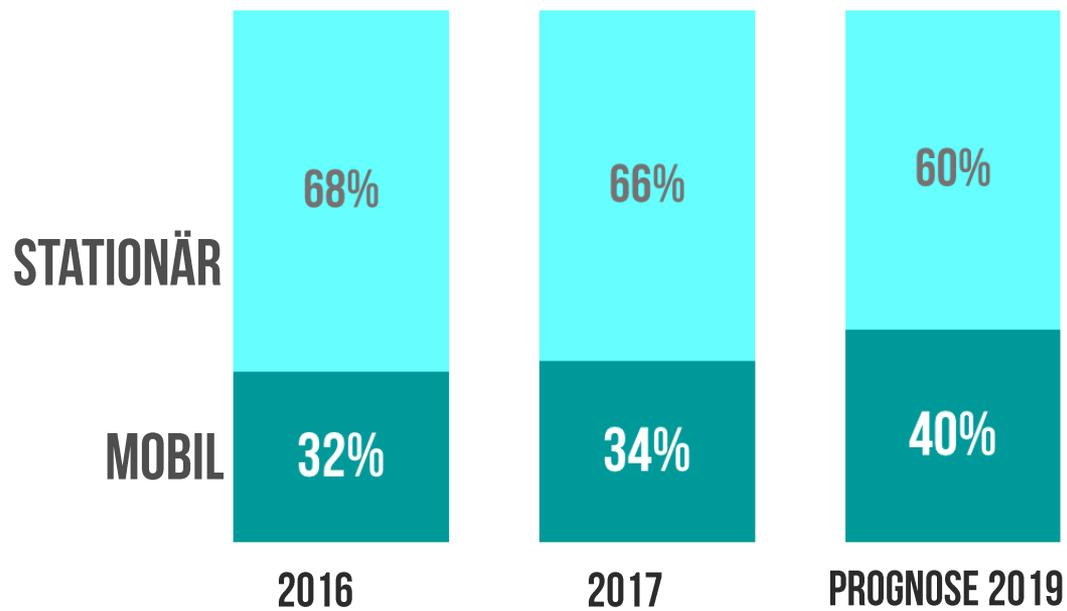
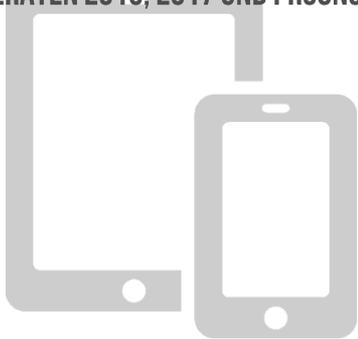
#3

MOBILE NUTZUNG

wird für Online-Audio immer wichtiger

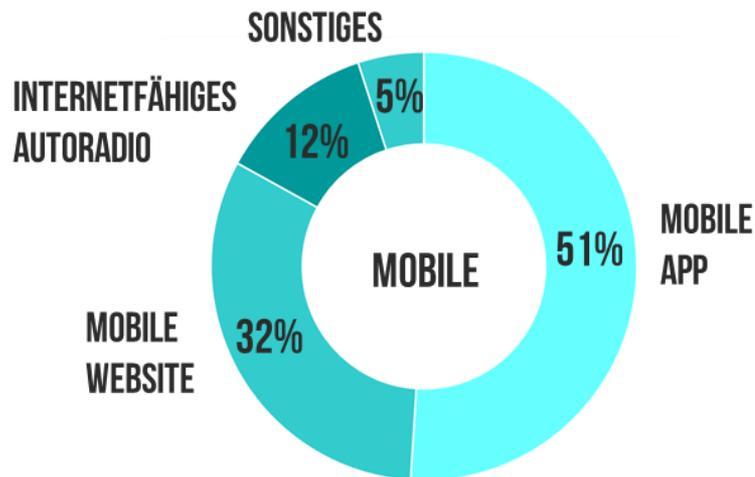
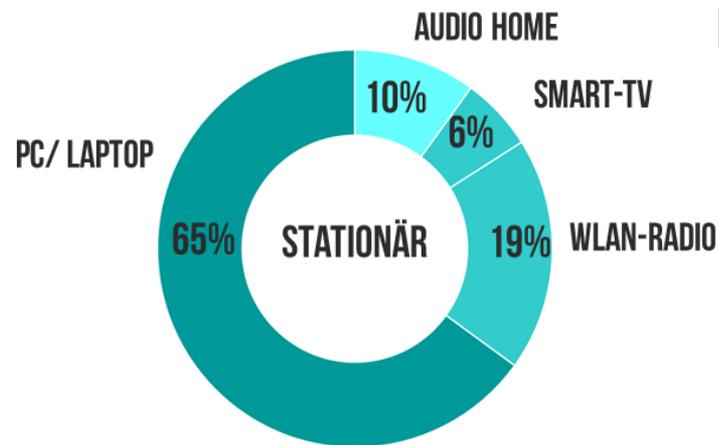
ONLINE-AUDIO-NUTZUNG IMMER HÄUFIGER ÜBER MOBILE ENDGERÄTE*

*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

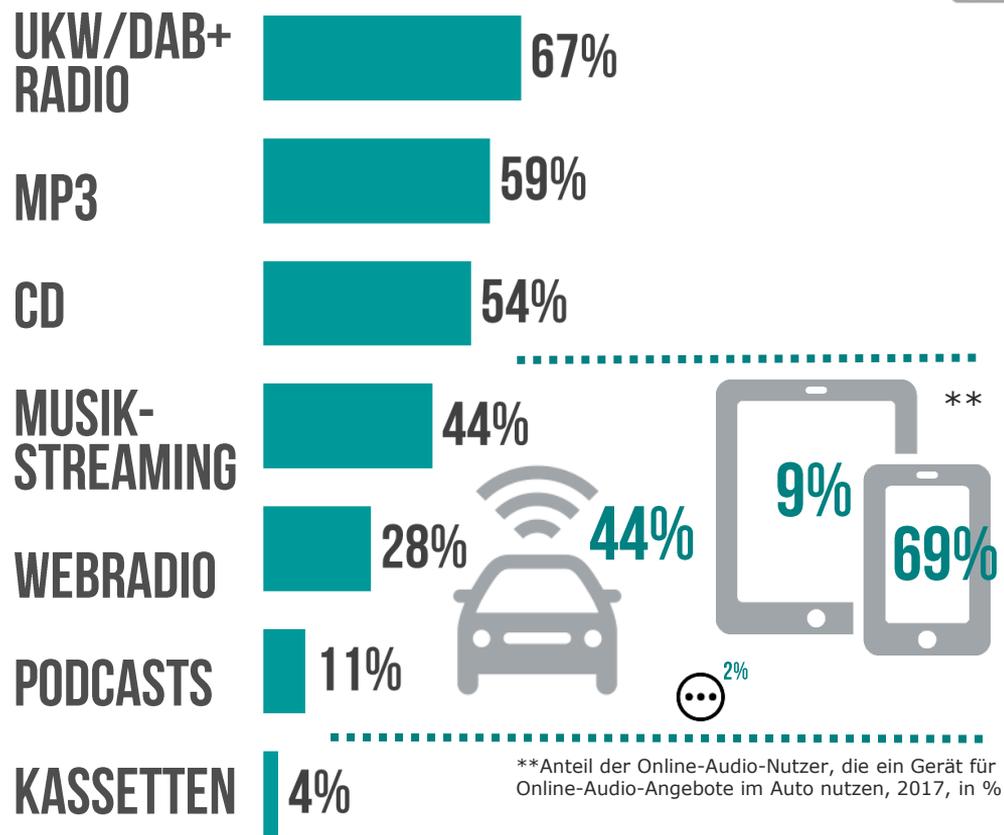
■ 2017

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 %



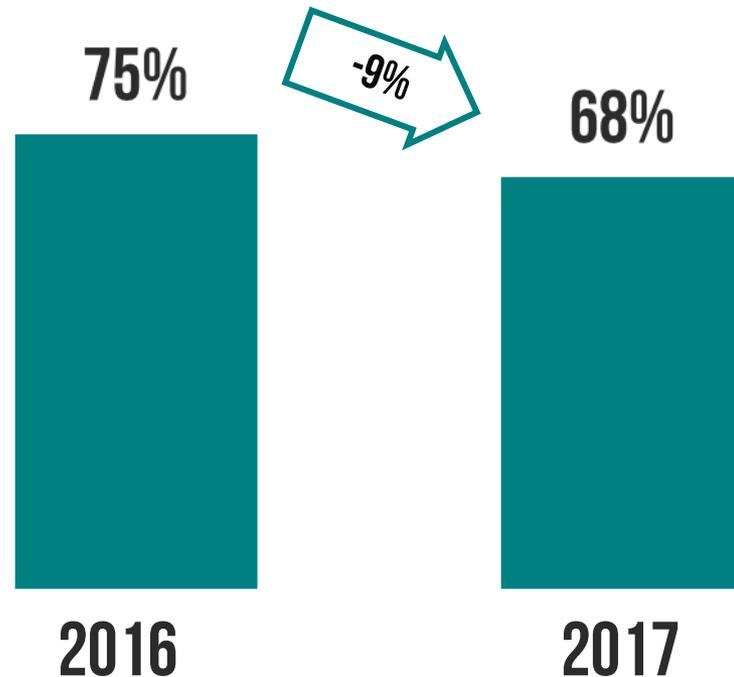
NB



**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 %



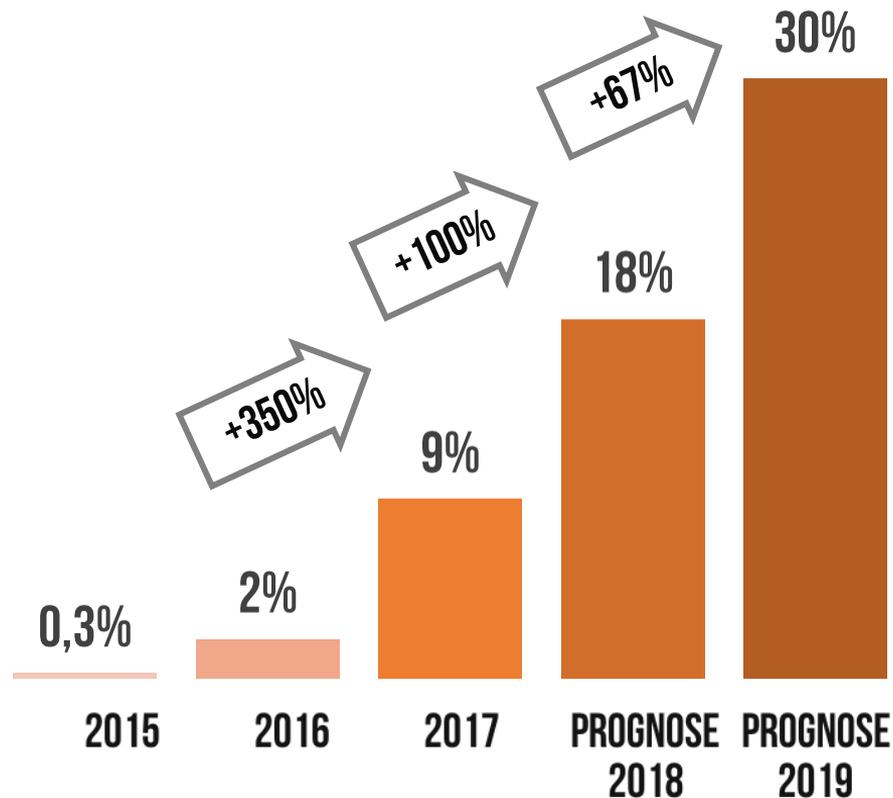
#4

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

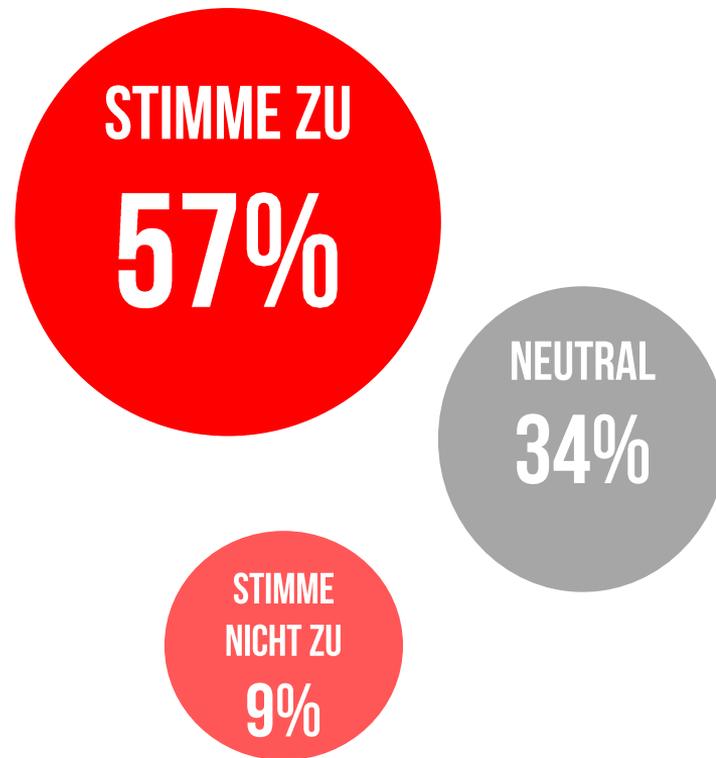
#5

INNOVATIVE WERBEFORMATE

treiben den Online-Audio Markt

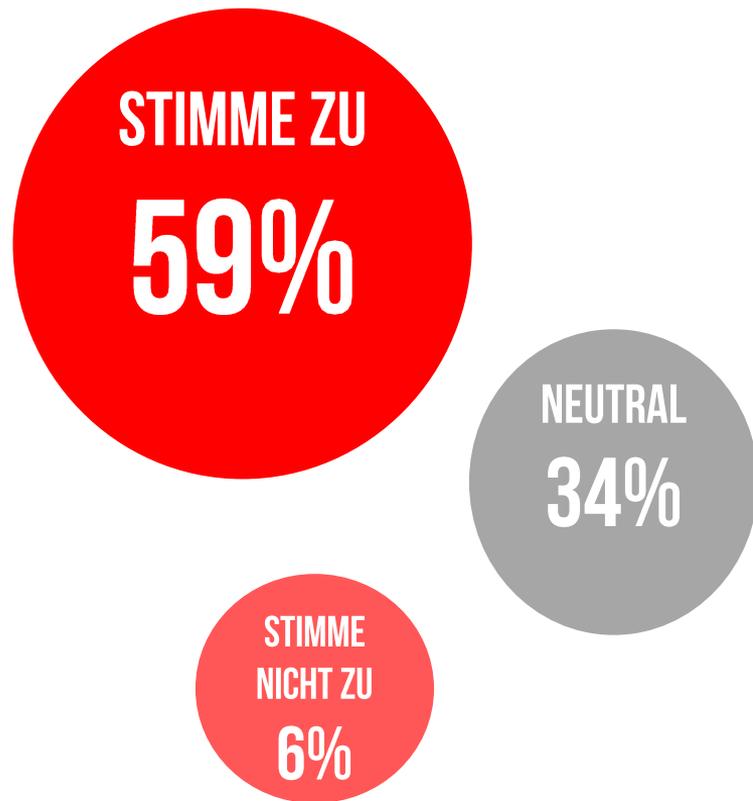
INNOVATIVE ONLINE-AUDIO- WERBEKONZEPTE SIND WICHTIGE MARKTTREIBER

*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 (SO FERN ÜBER

PUBLISHER/APP

BEKANNT, SCHNITT-STELLE)

Dynamic Creative Player

Starbucks – Weekday Morning Routine






WETTER

nicht wichtig
 Sonne
 Wolken
 Regen
 Schnee

DATUM	UHRZEIT	LOCATION
09.05.2017	08:00	Glasgow

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

#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

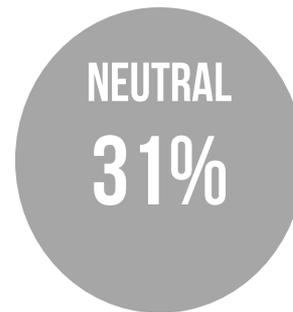


KENNE ICH NICHT



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

GOLDMEDIA

Eine Studie im Auftrag von:



Interesse am Verband und an der Fokusgruppe Audio?

Hinterlassen Sie uns gerne Ihre Visitenkarte, oder nehmen Sie direkt Kontakt mit uns auf. Wir freuen uns auf Sie!

Sabrina Sallach
Referentin Digital Advertising

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57 | 40212 Düsseldorf
Fon +49 211 600456 - 26
sallach@bvdw.org | www.bvdw.org