Smart Speaker dienen vor allem der Audionutzung

von ***Wolfgang Flieger*** *am* ***11. September 2018***

Der zweite Teil des Online-Audio-Monitors, einer von BLM, mabb, LFM, LFK, VAUNET und BVDW beauftragten, bevölkerungsrepräsentativen Studie zur Online-Audio-Nutzung in Deutschland, wird am 12. September auf der Dmexco in Köln vorgestellt. Im Mittelpunkt der Präsentation steht die Nutzung von Smart Speakern.

Von Smart Speakern und bayerischen Online-Audio-Nutzern

Ein Hype ist rund um die sogenannten Smart Speaker entstanden. Alexa von Amazon, Google Home und andere beschäftigen auch die Radio- und Audiobranche. Nach den Ergebnissen des Online-Audio-Monitors verfügen 5,1 Prozent der Gesamtbevölkerung mittlerweile über einen oder mehrere Smart Speaker. Unter den Online-Audio-Nutzern liegt der Anteil bereits bei 8,4 Prozent und von den regelmäßigen Online-Audio-Nutzern verfügt mit 9,3 Prozent bereits fast jeder Zehnte über ein solches Gerät.

Die mit Abstand von den meisten Personen mit Zugang zu einem Smart Speaker genutzte Funktion ist das Abspielen von Audio-Inhalten: Vier von fünf rufen Radio, Musik, Podcasts oder Hörspiele sprachgesteuert mithilfe von Alexa & Co. auf und hören diese über Ihren Smart Speaker. 61 Prozent lassen sich die Uhrzeit ansagen, 58 Prozent den Wetterbericht, 32 Prozent die Nachrichten. Bei 45,2 Prozent dient der Smart Speaker zur Beantwortung von Alltags- und Wissensfragen. Damit dienen die Smart Speaker aktuell im Wesentlichen der Audionutzung. Die Steuerung von Smart-Home-Anwendungen wird dagegen lediglich von einem Viertel der Nutzer betrieben. Jeder Siebte nutzt sie zum Einkaufen von Produkten und Dienstleistungen.

Obwohl viele Anwendungen und Audio-Inhalte auch ohne die Installation spezieller Skills über die Smart Speaker nutzbar sind, haben über ein Viertel der Nutzer solche Programme eingerichtet, 85 Prozent davon für die Audionutzung. Anwendungen von Musikstreaming-Diensten und Radioplattformen liegen dabei mit 6o Prozent bzw. 59 Prozent vorn. Ob vorinstalliert oder nicht, überzeugt die Audio-Nutzung über Smart Speaker: Knapp 93 Prozent der Nutzer sind zumindest meistens mit der Audio-Nutzung über die Smart Speaker zufrieden.

Ein Drittel der Online-Audio-Nutzer nutzen mobilen Internetzugang

Mehr als zwei Drittel der regelmäßigen Online-Audio-Nutzer hören Online-Audio-Inhalte unterwegs, jeder Dritte auch über einen mobilen Internetzugang. Dabei werden mobile Internetverbindungen überdurchschnittlich häufig von unter 40-Jährigen genutzt. Lediglich jeder Fünfte, der Online-Audio auch über einen mobilen Internetzugang nutzt, hat einen speziellen Tarif, mit dem die Nutzer mehrheitlich zufrieden sind. Von den Personen, die Online-Audio-Inhalte nicht unterwegs hören, nennen ein Drittel der unter 40-Jährigen das Datenvolumen als Hinderungsgrund.

Kostenpflichtige Angebote werden von fast 30 Prozent genutzt

Noch überwiegt die kostenfreie Nutzung von Online-Audio-Angeboten, aber bereits 28,5 Prozent der Online-Audio-Nutzer hören auch kostenpflichtige Angebote, das sind 11,6 Mio. Personen ab 14 Jahren. Prinzipiell gilt, je jünger desto höher ist der Anteil derer, die auch kostenpflichtige Angebote nutzen. Unter den 14-29-Jährigen sind es bereits 44 Prozent.

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Bayerische Eigenheiten

Vergleicht man die Online-Audio-Nutzung in Bayern mit der bundesweiten Nutzung, ist Vieles ähnlich, es gibt aber auch einige auffällige Unterschiede: Während bundesweit 25 Prozent der über 14-Jährigen Simulcast-Sender über das Internet hören, sind es in Bayern lediglich 22 Prozent. Beliebter als im Bundesdurchschnitt sind in Bayern dagegen die Online-Ableger von klassischen Radioprogrammen mit 16,5 Prozent (bundesweit 13,6 Prozent) und reine Webradioprogramme mit knapp 15 Prozent (bundesweit 12,5 Prozent).

Bei der Nutzung von Wortinhalten über Online-Audio fällt auf, dass die 14-29-Jährigen in Bayern im Vergleich zu den Gleichaltrigen im Bundesdurchschnitt mehr Nachrichten (knapp 66 Prozent zu 62,3 Prozent) und mehr Lokales/Regionales (48,3 zu 46,3 Prozent) hören, dagegen deutlich weniger Interesse an Comedy/Unterhaltung haben (35 Prozent zu 42 Prozent).
Was die Nutzung von Podcasts angeht, zeigen bayerische Online-Audio-Nutzer mehr Interesse als der Bundesdurchschnitt: Über 26 Prozent der über 14-Jährigen Online-Audio-Nutzer hören Podcasts, bundesweit sind es 23 Prozent. Besonders ausgeprägt ist dabei die Nutzung von Podcast im Themenbereich Wissenschaft und Technik mit 61,2 Prozent, gegenüber 56,3 Prozent im Bundesdurchschnitt.

Schließlich hören die Bayern weniger Audioinhalte über das Internet als das bundesweit der Fall ist: Deutlich unter einem Viertel der über 14-Jährigen (23,3%) gibt an, dass 50 oder mehr Prozent ihrer Audio-Nutzung über das Internet stattfindet, bundesweit sind es 25,8 Prozent. Noch auffälliger ist der Unterschied bei den Online-Audio-Nutzern Unter 40 Prozent der in Bayern Befragten geben an, mehrheitlich das Internet zum Audio-Konsum zu nutzen, im bundesweiten Durchschnitt sind es fast 45 Prozent. Dieses Ergebnis korrespondiert mit einem Ergebnis aus dem Digitalisierungsbericht Audio: Bayern ist demnach das einzige Bundesland, in dem die Radionutzung über DAB vor der Internet-Radionutzung liegt.

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien