Pressemitteilung

AllMediaDesk veröffentlicht neue Studie zur Online-Audio-Nutzung in Deutschland

Düsseldorf, 03.11.2026

Die Werbeplattform AllMediaDesk hat die neueste Ausgabe ihrer Studie „Online Audio Test“ veröffentlicht. Die Ergebnisse des Online Audio Tests 2026 zeigen, welche Anbieter im Online-Audio-Segment besonders relevant sind. An der Spitze steht weiterhin YouTube.

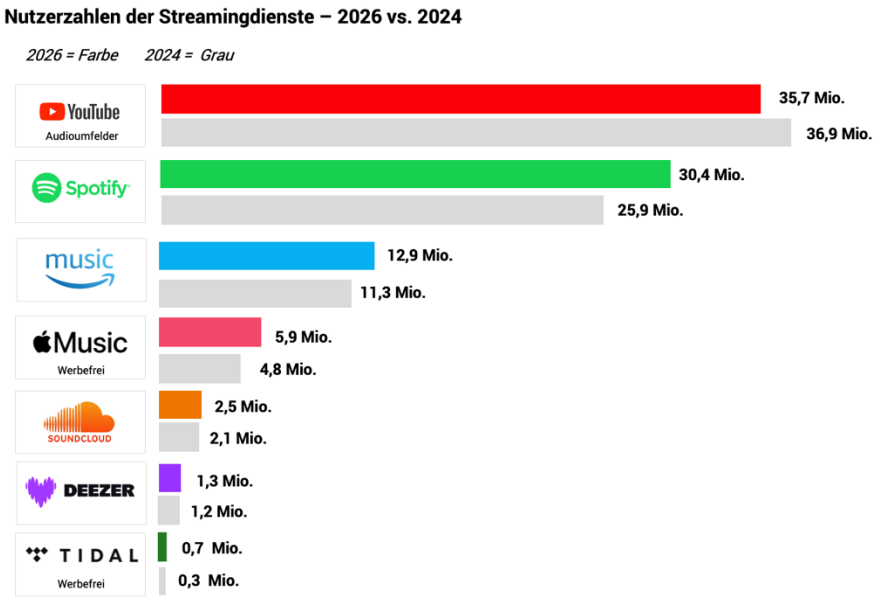
AllMediaDesk hat das Marktforschungsinstitut forsa mit der Studie beauftragt. Dafür befragte forsa über ein Online-Panel 8.878 Personen ab 14 Jahren in Deutschland. Die vorherige Ausgabe des Online Audio Tests wurde 2024 veröffentlicht.

YouTube, Spotify und Amazon Music dominieren den deutschen Audio-Streaming-Markt

Die Studie untersuchte neben Webradios auch gezielt die Nutzung von Audio-Streaming-Diensten. YouTube und Spotify sind weiterhin die am häufigsten genutzten Plattformen.

YouTube bleibt Marktführer: 35,7 Millionen Menschen nutzen die Plattform jeden Monat, um Audioinhalte zu hören. Obwohl YouTube vor allem als Videoplattform wahrgenommen wird, bietet es auch reine Audioinhalte wie Musikmixe, Songs und Podcasts. Viele Nutzer verwenden die Plattform daher auch zum Audiokonsum. Die hier dargestellten Zahlen beziehen sich ausschließlich auf die Nutzung von Audioinhalten.

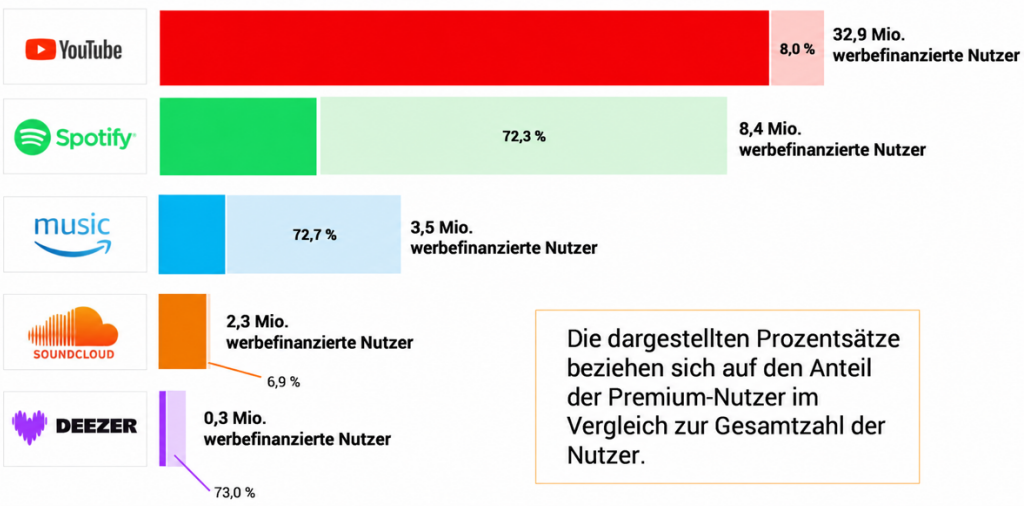
Spotify schließt beim Abstand zu YouTube auf und folgt mit 30,4 Millionen monatlichen Nutzern. Amazon Music vervollständigt mit 12,9 Millionen Nutzern die Top 3 der 2026 in Deutschland genutzten Streamingplattformen:



YouTube bleibt für Werbung die relevanteste Plattform

Unter den untersuchten Plattformen ist YouTube auch 2026 die wichtigste für Werbetreibende, die Verbraucher in Deutschland mit Online-Audio-Werbung erreichen möchten.

Die meisten der untersuchten Streaming-Dienste bieten einen kostenpflichtigen Tarif ohne Werbung an. Betrachtet man ausschließlich die werbefinanzierten Angebote, erzielt YouTube mit 32,9 Millionen potenziell erreichbaren Personen die höchste Reichweite:



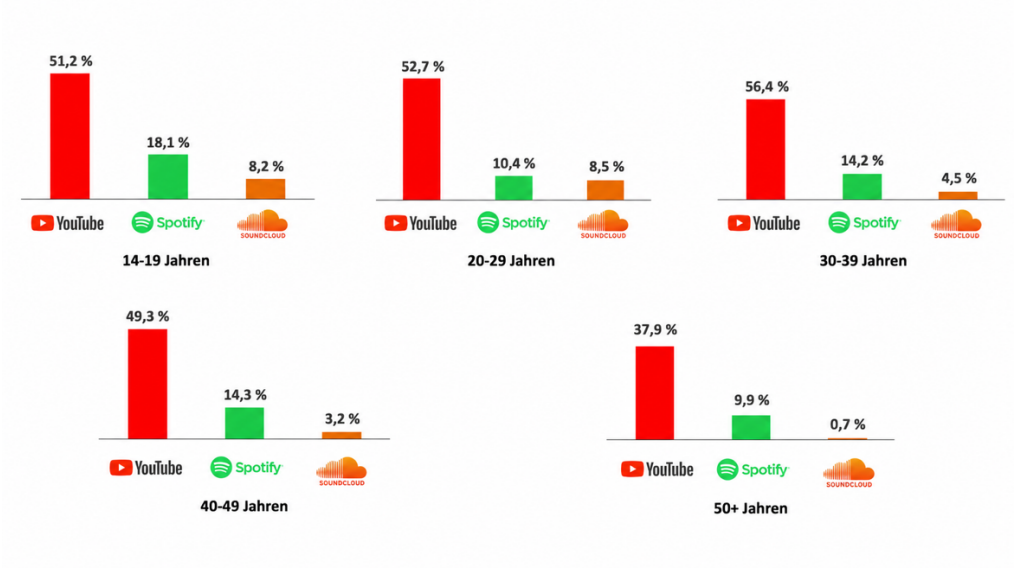
Matthias Mroczkowski, Chief Sales Officer bei AllMediaDesk, ordnet die Ergebnisse ein: *„Wir beobachten weiterhin das bereits aus früheren Erhebungen bekannte Nutzungsverhalten: YouTube hat beim Audio-Streaming nach wie vor den größten Publikumsanteil. Auch ist der Anteil der Premiumnutzer, die keine Werbung erhalten, überschaubar. Wer YouTube nicht in eine Online-Audio-Kampagne einbindet, verzichtet auf einen erheblichen Teil des Marktes.“*

13 Millionen Menschen in Deutschland nutzen ausschließlich Online-Audio

Auch die Zahl der Hörer, die ausschließlich über Online-Audio und nicht mehr über UKW-Radio erreichbar sind, steigt weiter. 13 Millionen Nutzer gaben an, in den vergangenen zwei Wochen ausschließlich Online-Audio gehört zu haben. 10,3 Millionen erklärten sogar, im gesamten vergangenen Monat nur Online-Audio und kein Radio genutzt zu haben. Damit liegen beide Werte über den entsprechenden Ergebnissen von 2024 mit 8,4 beziehungsweise 6,1 Millionen Hörern.

„Die bereits 2024 erkennbaren Trends setzen sich fort: Die Zielgruppen, die ausschließlich über Online-Audio erreichbar sind, wachsen kontinuierlich. Für Werbetreibende unterstreicht dies einmal mehr, wie wichtig es ist, Online-Audio-Angebote in die Mediaplanung einzubeziehen. Nur so können sie diese Zielgruppen ansprechen und das Potenzial ausschöpfen, einen möglichst großen Teil ihrer Zielgruppe zu erreichen. Wer sich allein auf klassisches Radio verlässt, schränkt inzwischen die insgesamt erreichbare Hörerschaft ein“, kommentiert Matthias Mroczkowski die Ergebnisse.

Ein Blick auf die Altersgruppen bestätigt dieses Bild zusätzlich. Mit Werbung auf YouTube können Werbetreibende fast 50 % der 14- bis 49-jährigen Bevölkerung in Deutschland erreichen.

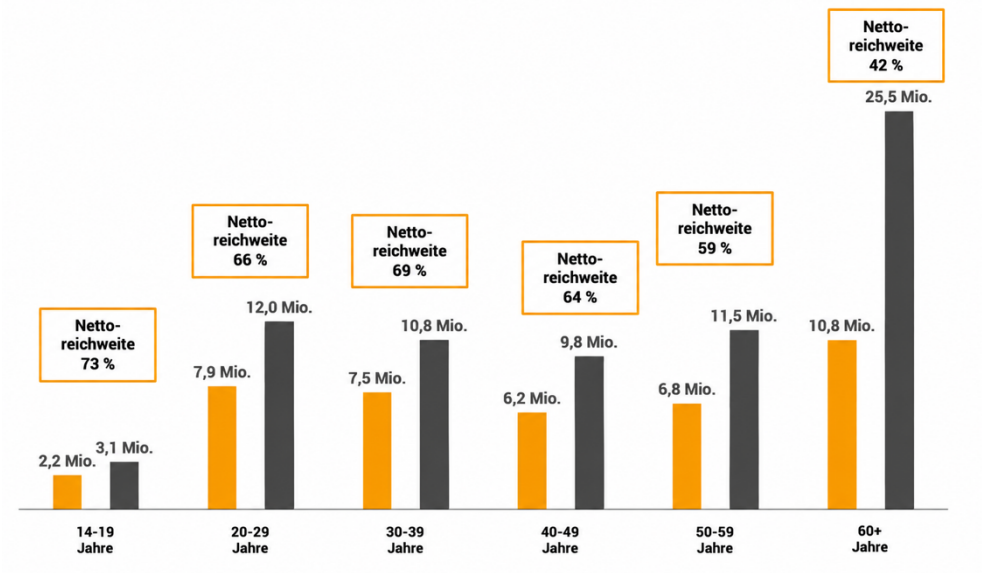


AllMediaDesk bietet Zugang zu allen großen Plattformen und über 2.000 weiteren Online-Audio-Diensten

Als Plattform bietet AllMediaDesk seinen Kunden Zugang zu Werbung auf allen großen Streaming-Diensten sowie auf über 2.000 weiteren Streams.

Mit diesen Online-Audio-Angeboten können Werbetreibende über AllMediaDesk nahezu 57 % der deutschsprachigen Wohnbevölkerung erreichen. Damit ist der Aufbau einer größere Reichweite möglich als bei den meisten anderen Anbietern.

Besonders hoch ist die Reichweite in jüngeren Zielgruppen: In allen Altersgruppen zwischen 14 und 49 Jahren werden jeweils über 60 % erreicht. Zugleich ist auch die Gesamtreichweite von AllMediaDesk in älteren Zielgruppen gestiegen: *„Die Studie zeigt, dass unsere Gesamtreichweite in der Altersgruppe ab 60 Jahren von 36 % auf 42 % gestiegen ist“,* sagt Matthias Mroczkowski. Er ergänzt: *„Eine ähnliche Entwicklung beobachten wir bei Haushalten mit höherem Einkommen. Hier ist unsere Reichweite von 55 % auf 60 % gestiegen. Das verdeutlicht, dass sich die Nutzung von Online-Audio über alle Alters- und Zielgruppen hinweg verbreitet und nicht nur bei jüngeren Menschen zunimmt.“*



Auch beim Einsatz von Online-Audio erkennt der Chief Sales Officer einen Trend: *„Immer mehr Werbetreibende betrachten Online-Audio nicht mehr nur als Ergänzung zum klassischen Radio. Die Zahl derjenigen, die es als eigenständiges Medium einsetzen, steigt. Mit Nettoreichweiten zwischen 64 % und 73 % in den werberelevanten Zielgruppen bietet Online-Audio dafür eine starke Grundlage.“*

Über AllMediaDesk

AllMediaDesk betreibt eine Plattform zur Planung und Buchung von Werbekampagnen. Agenturen und Werbetreibende können über das Unternehmen zahlreiche Medienangebote aus einer Hand buchen - ähnlich wie bei einem Spezialmittler für Außenwerbung. Im Online-Audio-Segment bietet AllMediaDesk Zugriff auf rund 2.000 Angebote. Kunden können ihre Kampagnen direkt über die Selbstbuchungsplattform auf der Website buchen oder von AllMediaDesk eine umfassende Mediaplanung erstellen lassen.