

# Der Audio-Markt – lineare und nicht lineare Angebote unterschiedlicher Akteure

20.06.2025 | *Björn von Rimscha*

JOHANNES GUTENBERG  
UNIVERSITÄT MAINZ



# „Medienökonomische Perspektive“

Deskriptiv	Wie es ist
Analytisch	Warum es ist wie es ist
Normativ	Wie es sein sollte

# DESKRIPTIV

- Wie es ist

# Wie es ist hängt vom Betrachtenden ab

## Audio als Werbeträger

- MA Audio

- Online Audio Monitor

- RMS Podcast-Studie

## Audio als Teil der Musikindustrie

- BVMI Musikindustrie in Zahlen

## Audio als Teil der digitalen Wirtschaft

- BVDW Market Landscape Podcast

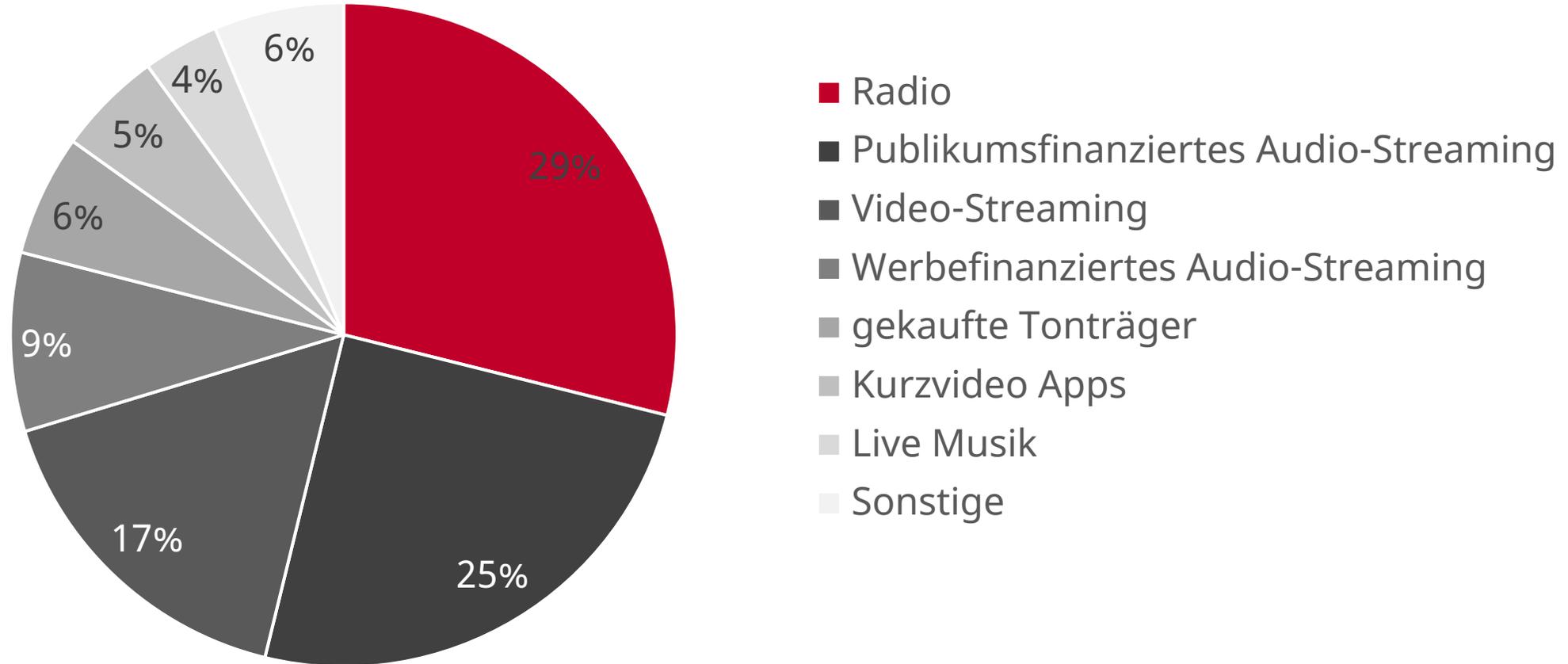
- bitkom

## Audio als Format im „Meinungsmarkt“

- Mediengewichtungsstudie

# Musiknutzung

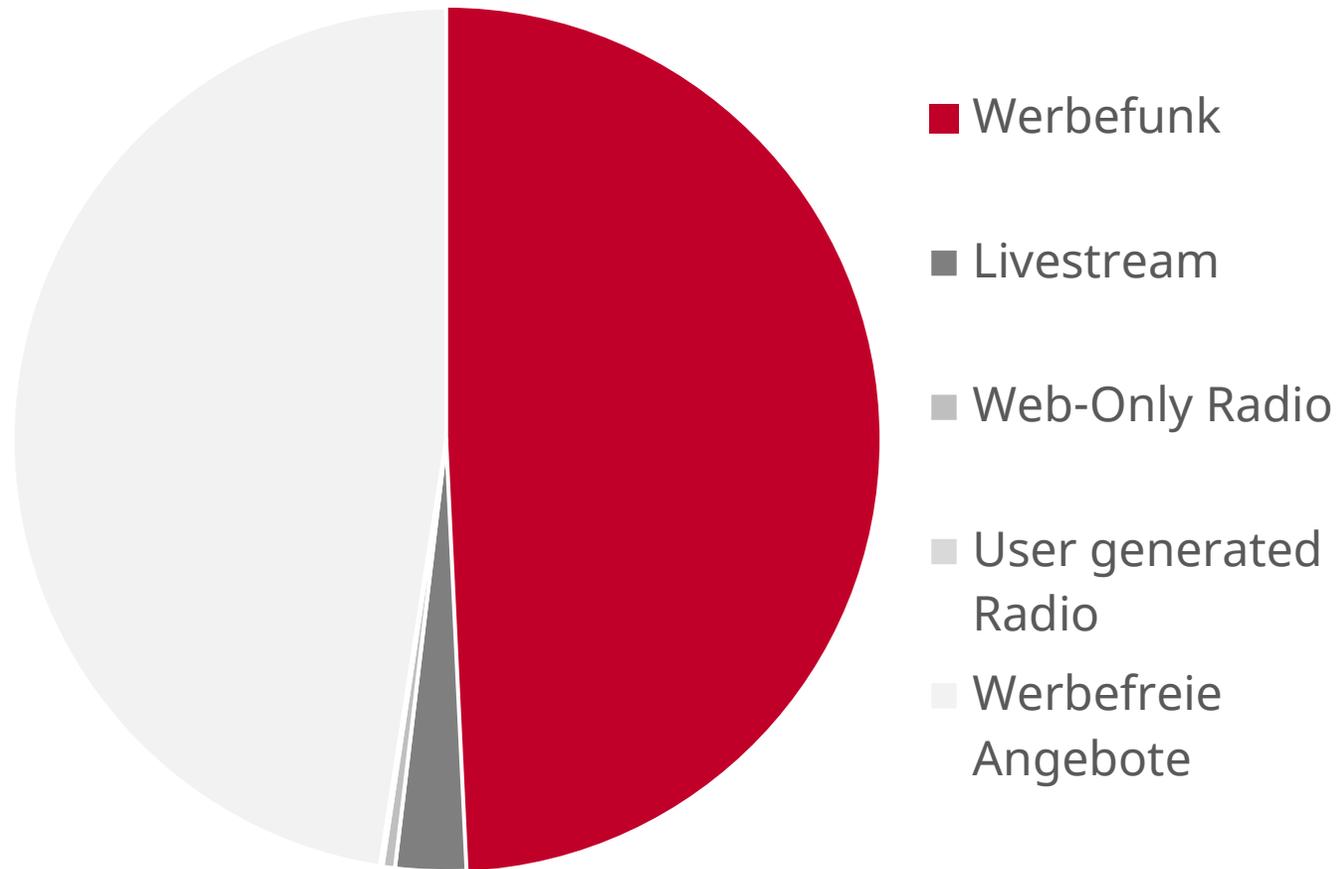
Musikhören in einer typischen Woche



Quelle: BVMI-Adhoc Studie, YouGov, 2024

# Werbepotenzial Audio - Hörende

93 Mio. Hörende (brutto)



Verweildauer  
~250 min pro Tag

männlich > weiblich  
älter > jünger

# Umsätze

Werbung 827 Mio €  $\hat{=}$  3,1% am Werbemarkt

Lineares Radio 707 Mio € +1,2%

In-Stream Audio 120 Mio € +11,9%

Streamingabos 1.859 Mio. €

Rundfunkbeitrag ~800 Mio. €

Hörbuchmarkt ~300 Mio. €

# Marktentwicklungen

Audio wird intensiv genutzt

Nutzung tendiert zu Streaming

Deutliche Unterschiede nach Altersgruppen

Streaming tendiert zu Werbung

Radio zuletzt mit wieder steigender Meinungsbildungsrelevanz

Anteil am Werbemarkt klein

Anteil am „Informationsmarkt“ vergleichsweise höher

# ANALYTISCH

- Warum es ist wie es ist

# Was ist Linearität

Mathematik?

Musik?

Medien?

Rezeption ist immer linear

→ Wer bestimmt die Reihenfolge?

The screenshot shows the Deutschlandfunk website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Themen', 'Sendungen', 'Programm', 'Podcasts', and 'Audio-Archiv'. A search bar and a 'Live' button are also present. Below the navigation, there are buttons for 'Gestern', 'Heute', 'Morgen', and 'Kalender'. The main content area displays the program 'Vor- und Rückschau / Donnerstag, 29.05.2025'. A timeline shows '00:00 Uhr' and '00:05 Uhr'. A red banner features the title 'Abstract Hiphop' and a list of six songs:

#	Titel	Album
1	Only The Strong Survive DJ KRUSH, C.L. Smooth	Meiso
2	Meiso (Silent-gun Mix) DJ KRUSH, Black Thought, Malik B.	STEPPING STONES The Self-Remixed Best -lyricism-
3	My Guru Dan The Automator	Bombay The Hard Way- Guns, Cars, & Sitars
4	Building Steam With A Grain Of Salt DJ Shadow	Endroducing....
5	3030 Deltron 3030, Dan The Automator, Del The Funky Homosapien, Kid Koala	Deltron 3030 - The Instrumentals
6	La vie Silent Poets	WORDS AND SILENCE

# Linearität

Audio ist immer Linear

Wer hat die Souveränität über die den Startzeitpunkt und die Reihenfolge

Wer konfektioniert

Bundling → Unbundling → Rebundling im größeren Bundle

Implikationen in Bezug auf die Anforderung an die Technik

Disintermediation

Zusätzliche Akteure

# Vorkonfektioniert vs. individualisiert

Bisher unbediente Nachfrage (z.B. nach seltenen Kombinationen oder zu anderen Zeiten) kann adressiert werden

→ Ausweitung des Marktes

Stärkere Streuung der Nachfrage

→ Sinkender Durchschnittsumsatz

Ob es sich lohnt ergibt sich also wesentlich aus den Kosten für Produktion und Vertrieb

# Audiomarkt – Beispiel Hörbuch

Kein Markt für vorkonfektioniertes Angebot (Hörbuch-Radio) vorhanden

Einzelverkauf

(Verlag vs. Plattform)

Flatrate Subscription

(Verlag vs. Plattform)

Grenzkosten → ever Bigger Bundle

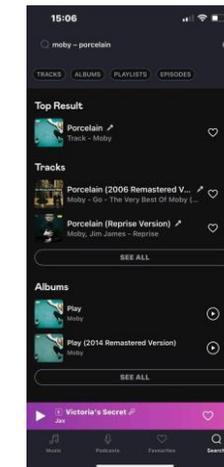
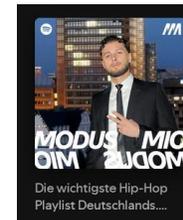
# Audio-Markt – Beispiel Musik

Auswahl aktive vs. passiv

Suchen/Entdecken vs. nicht nerven

Sowohl Mark für vorkonfektioniertes wie für individualisierbares Angebot vorhanden

Radio  
Webradio  
Playlist  
Favoriten  
Suchfeld



# Marktfähigkeit → Erlösmodelle

		Rivalität im Konsum?	
		Ja	Nein
Ausschluss möglich?	Ja	Private Güter	Club- oder Mautgüter
	Nein	Allmendegüter	Öffentliche Güter



# Produktion & Distribution

Reduzierte Produktionskosten  
aber gesteigerte Erwartungen des Publikums

Ausdifferenzierung der Wertschöpfungskette  
aber weniger vertikale Integration

Reduzierte Markteintrittsbarrieren  
aber weiter pareto-verteilte Nachfrage

# NORMATIV

- Wie es sein sollte

# Fair sollte es sein

- Flaschenhälse
- Konzentrationstendenzen
- Marktunvollkommenheit

Regulierungsbedarf

→ Zum Schutz des Wettbewerbs

→ Zum Schutz der Konsument:innen oder des Publikums