

Ergebnisse und Methodik der ma 2024 Audio II

Audio navigiert die Menschen durch den Tag

Von Karin Gattringer*

Am 17. Juli 2024 wurden die neuen Daten zur Audio-nutzung – Media-Analyse (ma) 2024 Audio II (1) – von der agma veröffentlicht. (2) Sie belegen: Gut 93 Prozent (65,622 Mio Personen) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland nutzt regelmäßig (innerhalb der letzten vier Wochen) Audioangebote und 75 Prozent (52,962 Mio Personen) sogar täglich (Tagesreichweite, Montag bis Freitag). (3) Im Durchschnitt hören die Menschen jeden Tag über vier Stunden lang Audioangebote (248 Min. Verweildauer, Montag bis Freitag) (vgl. Tabelle 1).

Radio ist Basismedium mit stabil hoher Reichweite und Nutzungsdauer

Für die Studie wurden Daten über die Nutzung von klassischem Radio (über alle Verbreitungswege hinweg, also UKW, DAB+, Kabel, Satellit oder via Internet) sowie Online-Audioangeboten (Webradio, User-Generated-Radio, Musikstreaming) erhoben. Klassisches Radio erreicht nach den neuen Ergebnissen täglich gut 52 Mio Menschen ab 14 Jahren in Deutschland und hat damit nach wie vor den bei weitem größten Anteil an der gesamten Audionutzung. Die Gesamtreichweite von Radio liegt bei 92,5 Prozent (WHK) bzw. 73,9 Prozent (Tagesreichweite) und damit nur marginal unter der gesamten Audio-nutzung. Im Jahresvergleich hat sich die Nutzungsdauer leicht erhöht (Verweildauer + 6 Min.), während die Anzahl der regelmäßigen Radiohörerinnen und -hörer und der täglichen Nutzerinnen und Nutzer minimal rückläufig ist (WHK –0,8 %-Punkte, Tagesreichweite –0,2 %-Punkte).

Entwicklung im Bereich der linearen digitalen Verbreitung positiv

Alle öffentlich-rechtlichen Medien und immer mehr private Anbieter strahlen ihre Radioprogramme über DAB+ aus. Mittlerweile gibt es über 300 regional unterschiedlich empfangbare DAB+-Programme in Deutschland, wobei die Zahl der Angebote, die exklusiv über DAB+ verfügbar ist, auf mehr als 100 Sender angewachsen ist. (4) Die neuen Nutzungsdaten der ma 2024 Audio II zeigen, dass die gestiegene Programmvielfalt in der Bevölkerung gut angenommen wird und die DAB+-Sender insgesamt ihre Gesamtreichweite weiter ausbauen. Sie erreichen knapp 21 Mio regelmäßige (29,1 %, + 0,5 %-Punkte im Jahresvergleich) und über 11 Mio tägliche Rezipientinnen und Rezipienten (15,7 %, + 0,6 %-Punkte). Die tägliche Nutzungszeit liegt aktuell bei 162 Minuten und stieg damit im Jahresvergleich um acht Minuten an.

Kurz und knapp

- Laut den aktuellen Daten der ma 2024 Audio II hören gut 93 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren regelmäßig Audioangebote, 75 Prozent täglich.
- Das lineare Radio hält den größten Anteil an der gesamten Audio-nutzung. Täglich hören knapp 74 Prozent der Menschen Radioinhalte. Die Verweildauer legte im Vorjahresvergleich leicht zu, Weitester Hörerkreis und Tagesreichweite gaben etwas nach.
- Die Nutzung von DAB+ stieg weiter an, auch der Verbreitungsweg Online gewinnt an Bedeutung. Musikstreaming gehört für ein gutes Viertel der Menschen in Deutschland zum täglichen Audiokonsum.

Onlineaudio und DAB+ lieferten sich in Sachen Nutzung vor der Corona-Pandemie eine Zeit lang ein Kopf-an-Kopf-Rennen. Während der Pandemie entwickelte sich die Nutzung von Onlineaudio stärker, dann erfuhr DAB+ einen Schub und setzte sich vor Onlineaudio. Seit der letzten ma Audio II aus dem Jahr 2023 stiegen die Nutzungszahlen von Onlineaudio (sowohl WHK als auch tägliche Nutzung) stärker als von DAB+. Es muss berücksichtigt werden, dass im Bereich Onlineaudio nur angemeldete und gemessene Angebote in der ma Audio mit Daten dargestellt werden können, die Studie in diesem Bereich daher keine Vollerhebung des Marktes darstellt. Ein gutes Viertel der Bevölkerung (WHK 26,7 %) und damit etwas mehr Menschen als im Jahr zuvor streamen regelmäßig zumindest ein Audioangebot im Internet. Die dafür täglich aufgewendete Zeit liegt bei durchschnittlich 102 Minuten Verweildauer (– 9 Min.) und damit deutlich hinter der klassischen Radiokonkurrenz. Die Tagesreichweite beträgt der ma 2024 Audio II zufolge nun 11,5 Prozent (+ 1,8 %-Punkte im Vorjahresvergleich). Dies zeigt, dass Online-Audioangebote erst bei einem kleinen Teil der Bevölkerung in die tägliche Routine eingebunden sind.

Onlineaudio-Nutzung legt zu

Die höchsten Nutzungswerte unter den in der ma Audio angemeldeten Online-Audioangeboten (5) verzeichnen die Livestreams bzw. Simulcastsender der bereits bekannten Radiomarken, die regelmäßig ein Fünftel der Bevölkerung (WHK 19,2 %) und immerhin 5,6 Mio tägliche Hörerinnen und Hörer mit einer durchschnittlichen täglichen Nutzungszeit von 114 Minuten (+ 12 Min.) über den Empfangsweg Online erreichen. Im Vorjahresvergleich verbuchen die Livestreams in allen Bereichen Zuwächse.

Der Markt im Internet ist bekanntermaßen sehr fragmentiert, vom fein justierten Musiksparten- bis zum

* ARD MEDIA Werbeforschung & Medienforschung Audio, Frankfurt/Main.

Tabelle 1
ma Audio II – Audiomarkt gesamt

	Angebotsform*	Weitester Hörerkreis (4 Wochen, Mo-So)				Tagesreichweite (Mo-Fr)				Verweildauer (Mo-Fr)	
		in %		in Mio		in %		in Mio		in Min	
		2023/II	2024/II	2023/II	2024/II	2023/II	2024/II	2023/II	2024/II	2023/II	2024/II
Audio gesamt	KG	94,1	93,1	65,928	65,622	75,2	75,1	52,721	52,962	242	248
Radio gesamt	KL	93,3	92,5	65,408	65,215	74,1	73,9	51,911	52,089	242	248
DAB+	KL	28,6	29,1	20,058	20,507	15,1	15,7	10,562	11,052	154	162
Onlineaudio gesamt	OA	24,5	26,7	17,149	18,849	9,7	11,5	6,806	8,096	111	102
Livestream/Simulcast Radio	OA	15,9	19,2	11,128	13,541	6,5	7,9	4,589	5,555	126	114
User-Generated-Radio/Musikstreaming (nur Werbeträger)	OA	9,0	8,2	6,315	5,815	3,1	3,6	2,182	2,516	65	62
Spotify (Werbeangebot, ohne Abonutzer)	OA	8,6	7,8	6,002	5,500	3,0	3,4	2,092	2,426	59	56
Web-only-Radio	OA	3,4	3,6	2,392	2,505	0,5	0,6	0,357	0,430	102	98

* KG=konvergent, KL=klassisch, OA=Onlineaudio

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren, Mo-So (WHK)/Mo-Fr (TRW), BRD Gesamt

Quellen: ma 2023 Audio II, ma 2024 Audio II.

Tabelle 2
Nutzung von Podcasts und Musikstreaming

Mo-So, BRD Gesamt

	in %					in Tsd				
	2020/II	2021/I	2022/II	2023/II	2024/II	2020/II	2021/I	2022/II	2023/II	2024/II
Podcastnutzung										
Schon mal genutzt	22,3	29,3	39,5	40,6	43,9	15.745	20.643	27.889	28.438	30.921
Zuletzt innerhalb der letzten 4 Wochen genutzt	*	*	25,5	24,5	28,2	*	*	17.978	17.163	19.855
Tagesreichweite (gestern genutzt)	*	*	6,2	6,4	7,9	*	*	4.346	4.471	5.584
Musikstreaming										
Schon mal genutzt	34,6	38,5	42,4	45,1	47,8	24.418	27.189	29.900	31.577	33.700
Zuletzt innerhalb der letzten 4 Wochen genutzt	31,5	35,4	39,1	41,7	44,6	22.281	24.939	27.609	29.245	31.437
Tagesreichweite (gestern genutzt)	17,1	19,8	22,5	24,2	27,4	12.049	13.975	15.858	16.944	19.293

* nicht erhoben.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren

Quellen: ma 2020 Audio II, ma 2021 Audio I, ma 2022 Audio II, ma 2023 Audio II, ma 2024 Audio II.

Anzahl Web-only-Sender spiegelt Fragmentierung des Marktes

Eventchannel ist die Bandbreite des Angebots sehr groß und die angepeilte Zielgruppe eher spitz. Die Zahl der Web-only-Sender, die an der ma-Audio-Studie teilnehmen ist stark gestiegen, von gut 400 im Jahr 2016 (6) auf über 1.500 Channels in der aktuellen ma 2024 Audio II. Dies ist zwar nur ein Teilbereich der im Markt verfügbaren Web-only-Sender, es ist allerdings anzunehmen, dass die wichtigsten Angebote mit Werbung an der Studie teilnehmen, damit sie für den Werbezeitenverkauf über Daten verfügen. Die teilnehmenden Web-only-Sender erreichen in vier Wochen insgesamt 3,6 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren, also gut zweieinhalb Millionen Streamer (Weitester Hörerkreis). Die tägliche Nutzung liegt bei




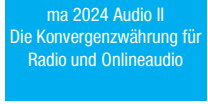
0,6 Prozent bzw. gut 430.000 Hörerinnen und Hörern.

Der einfache und bequeme Zugang zu Musik und die damit verbundene leichte Verfügbarkeit von Musikstücken via Musikstreaming wurde von knapp der Hälfte der Bevölkerung schon mal genutzt (vgl. Tabelle 2). Der größte Teil davon nutzt Musikstreaming regelmäßig (WHK 44,6 %, 31,437 Mio) und ein gutes Viertel der Bevölkerung (27,4%, 19,293 Mio) zählt zu den täglichen Nutzerinnen und Nutzern.

In der Kategorie der User-Generated-Radios (7) haben zwei Angebote an der ma 2024 Audio II teilge-

Ein Viertel der Bevölkerung streamt täglich Musik

Abbildung 1
Methodensteckbrief der ma 2024 Audio II - Studienbestandteile

	 ma Radio	 ma IP Audio	 Tagebuch	 ma 2024 Audio II Die Konvergenzwährung für Radio und Onlineaudio
Erhebungsmethode	CATI	logfilebasierte Messung	14-tägiges Onlinetagebuch	Hybrid
Basis	66.159 Interviews	Vollerhebung Teilnehmer	17.989 Teilnehmer	66.159 Fälle 70.483 Mio Pers. / 40.808 Mio HH
Feldzeit/	Herbstwelle 23: 3.9.2023 - 3.12.2023	Dez. 2023 / Jan./Feb.2024	4.9. – 27.11.2022 (OTB)	
Berichts-	Frühjahrswelle 24: 3.12.2024 - 24.3.2024		4.12.2022 – 13.3.2023 (ATB) 3.9.2023 – 26.11.2023 (ATB) 3.12.2023 – 10.3.2024 (ATB)	
Institute/ Dienstleister	forsa marplan mbH GIM GmbH IFAK GmbH & Co.KG IPSOS Deutschland GmbH	INFOnline GmbH ISBA Informatik Services-GmbH DAP GmbH	Fast TV Tech AG (CAWI, Hosting) IFAK GmbH & Co.KG IPSOS Deutschland GmbH Radio Data Center (Empfangsgeb.)	ANKORDATA GmbH & Co.KG Interlogic Computer-Service GmbH ISBA Informatik Service-GmbH DS&N GmbH
Grundgesamtheit/ Ausweisungs- grundlage	14+ Jahre	gemeldete Sessions	Nutzung Webradio/ Musikstreaming/DAB+ in den letzten 4 Wochen	14+ Jahre
Sender/Teilnehmer	erhobene/ausgewiesene Sender gestützt erhoben: 296 im Interview genannt: 503 (Basis: WHK)	angemeldete Teilnehmer Publisher: 85 Channels: 1.625 Musik-Streamingdienste: 1 User-Generated-Radios: 2 Genannt: 1.598 (Basis WHK)	erhobene Sender gestützt erhoben: 444 genannte DAB+-Sender: 332 (Basis WHK)	Anzahl ausgewiesener Angebote Einzelsender/Channel klassisch: 109 Einzelsender/Channel Onlineaudio: 6 Kombinationen: klassisch 124 Kombinationen: Onlineaudio 90 Kombinationen: Konvergent 91

Quelle: mmc (Hrsg.): ma 2024 Audio II Methodensteckbrief zur Berichterstattung, S. 8-18.

nommen: laut.fm (8) und RauteMusik (9); Spotify Free nimmt als einziger deutscher Musik-Streamingdienst an der Studie teil, liefert aber nur die Nutzung der werbeführenden Streams, nicht die von Abonnentinnen und Abonnenten. Insgesamt erreichen die drei gemeldeten Online-Audioangebote der Kategorie „User-Generated-Radio/Musikstreaming“ in den letzten vier Wochen 8,2 Prozent bzw. 5,8 Millionen Hörerinnen und Hörer, täglich werden sie von 3,6 Prozent bzw. 2,5 Million Hörerinnen und Hörern genutzt (vgl. Tabelle 1). Diese verlieren leicht bei den regelmäßigen Hörerinnen und Hörern, können allerdings neue täglichen Nutzerinnen und Nutzer dazugewinnen.

Täglich über fünf Mio
Podcastnutzerinnen
und -nutzer

Die Podcastnutzung (vgl. Tabelle 2) wurde erstmals im Jahr 2020 erhoben (in der ma 2020 Audio II) und hat sich seither sehr positiv entwickelt. Die Daten der ma Audio im Zeitverlauf zeigen, dass 43,9 Prozent der

deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren schon einmal Podcasts genutzt haben. Ein gutes Viertel der Bevölkerung zählt zu den regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzern von Podcasts (WHK 28,2%), und auch das tägliche Publikum hat sich im Jahresvergleich wieder leicht vergrößert – mittlerweile werden 5,6 Millionen Menschen jeden Tag mit diesen Audio-on-Demand-Angeboten erreicht.

Methodik der ma 2024 Audio

Das ma-Audio-Modell verknüpft folgende drei Studienkomponenten (vgl. Abbildung 1): ma Radio (CATI-Erhebung), ma IP Audio (technische Messung) sowie Audiotagebuch (ATB). Das ATB erhebt die Nutzung von Webradios, Musik-Streamingdiensten und DAB+-Sendern in einem 14-tägigen Onlinetagebuch. Diese methodische Weiterentwicklung der ma Audio soll bis zur ma 2025 sukzessive die bisherigen Wellen der Onlinetagebuch- und DAB+-Reichweitenstudie

Studienkomponenten
und Grundgesamtheit
der ma 2024 Audio II

Tabelle 3
Entwicklung der Bevölkerung nach Soziodemografie und Bundesländern

	ma 2024 II in Tsd	ma 2023 II in Tsd	Differenz in Tsd	in %
BRD gesamt	70.483	70.080	403	0,6
Geschlecht				
Männer	34.671	34.544	127	0,4
Frauen	35.812	35.536	276	0,8
Alter				
14-19 J.	4.638	4.522	116	2,6
20-29 J.	9.177	9.151	26	0,3
30-39 J.	10.704	10.616	88	0,8
40-49 J.	9.841	9.741	100	1,0
50-59 J.	12.504	12.822	-318	-2,5
60-69 J.	11.020	10.758	262	2,4
ab 70 J.	12.598	12.471	127	1,0
14-49 J.	34.360	34.029	331	1,0
14-59 J.	46.865	46.851	14	0,0
Bundesländer				
Schleswig-Holstein	2.488	2.481	7	0,3
Hamburg	1.544	1.540	4	0,3
Niedersachsen	6.811	6.763	48	0,7
Bremen	557	563	-6	-1,1
Nordrhein-Westfalen	15.073	15.029	44	0,3
Hessen	5.287	5.272	15	0,3
Rheinland-Pfalz	3.462	3.459	3	0,1
Baden-Württemberg	9.404	9.334	70	0,7
Saarland	850	845	5	0,6
Bayern	11.195	11.070	125	1,1
Berlin	3.072	3.038	34	1,1
Mecklenburg-Vorpommern	1.395	1.383	12	0,9
Brandenburg	2.199	2.167	32	1,5
Sachsen-Anhalt	1.863	1.865	-2	-0,1
Sachsen	3.469	3.452	17	0,5
Thüringen	1.815	1.821	-6	-0,3

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren

Quellen: ma 2023 Audio II, ma 2024 Audio II.

ersetzen. Weitere Details zur Methodik der ma 2024 Audio finden sich in der Dokumentation der Media-Micro-Census. (10)

Zur Grundgesamtheit werden neben den deutschen auch alle hier lebenden ausländischen Personen (EU- oder andere Ausländer) gezählt, die über einen Schulabschluss verfügen oder gegenwärtig eine Schule besuchen. Aktuell umfasst die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland 70,483 Mil-

lionen Personen (vgl. Tabelle 3). Bei 66.159 durchgeführten CATI-Interviews steht ein gewichteter Fall daher repräsentativ für rund 1.065 Personen der Grundgesamtheit (vgl. Abbildung 1 und Methodensteckbrief der agma (11)). Die Daten von 17.989 Personen ab 14 Jahren, die in den letzten vier Wochen Webradio und/oder Musik-Streamingdienste und/oder DAB+ genutzt haben und ein 14-tägiges Onlinetagebuch vollständig ausfüllten, sind ebenfalls in die ma 2024 Audio II eingegangen.

Feld- und Berichtszeitraum der zugrunde liegenden Studien	Für die ma 2024 Audio II führten vier unabhängige Marktforschungsinstitute im Auftrag der agma vom 3. September bis zum 3. Dezember 2023 (Herbstwelle 2023) sowie vom 3. Dezember 2023 bis zum 24. März 2024 (Frühjahrswelle 2024) 66.159 CATI-Interviews inklusive aller Aufstockungen durch. Basis der Studienkomponente ma IP Audio waren die Logfiles der teilnehmenden Angebote für den Zeitraum Dezember 2023 sowie Januar und Februar 2024. Darüber hinaus sind noch eine Welle des Onlinetagebuchs aus 2022 sowie drei Wellen Audiotagebücher enthalten, die parallel zu den jeweiligen CATI-Erhebungen zwischen dem 4. September 2022 und dem 10. März 2024 von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ausgefüllt wurden.	Menschen ab 14 Jahren in Deutschland einen dieser Dienste im Relevant Set (innerhalb der letzten vier Wochen genutzt), 19,3 Mio streamen täglich ihre Lieblingsmusik im Internet. In der ma 2024 Audio II nimmt von den Musik-Streamingdiensten lediglich Spotify Free an der Studie teil. Da dort Werbung gebucht werden kann, ist die ma-Ausweisung seines Free-Angebots für den Musik-Streamingdienst interessant, um vergleichbare Leistungsdaten für den Werbezeitenverkauf zur Verfügung zu haben. Mit seinem werberelevanten Angebot erreicht Spotify täglich 2,4 Mio Nutzerinnen und Nutzer, die das Angebot im Durchschnitt knapp eine Stunde täglich nutzen. Damit baut Spotify Free seine tägliche Reichweite weiter aus.
Positive Bevölkerungs-entwicklung	Die Grundgesamtheit der ma Audio wird an den Bevölkerungsstand des Statistischen Bundesamtes (12) angepasst, der jährlich fortgeschrieben wird. (13) Nach den aktuellen Zahlen entwickelt sich die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland in fast allen Gebieten und Zielgruppen positiv. Verzeichnet werden derzeit 70,483 Millionen Einwohner ab 14 Jahren, also 403.000 Personen mehr als im Jahr zuvor (vgl. Tabelle 3). Die Population ist mit Ausnahme von Bremen (–6.000 Einwohnerinnen und Einwohner), Sachsen-Anhalt (–2.000) und Thüringen (–6.000) in allen Bundesländern gestiegen. Ein deutlicher Rückgang ist nur in der mittleren Altersdekade von 50 bis 59 Jahren mit 318.000 Menschen zu verzeichnen.	Anmerkungen: 1) Vgl. Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse: ma 2024 Audio II – Aktuelle Daten für den Audiowerbemarkt, Pressemitteilung vom 17.7.2024; https://www.agma-mmc.de/presse/pressemitteilungen/pressemitteilung/ma-2024-audio-ii-aktuelle-daten-fuer-den-audiowerbemarkt (abgerufen am 17.7.2024). 2) Die Arbeitsgemeinschaft Media Analyse (agma) ist ein Zusammenschluss von Unternehmen der deutschen Werbewirtschaft zur Förderung der wissenschaftlichen Erforschung der Massenkommunikation für die Media- und Marketingplanung. Sie führt regelmäßig die Media-Analysen für Radio/Audio, Out of Home, Pressemedien und Online durch. 3) Daten abrufbar unter: www.reichweiten.de 4) Siehe: https://www.dabplus.de/2024/07/10/dab-in-den-bundeslaendern-eine-uebersicht/ (abgerufen am 16.7.2024). 5) Im Bereich Onlineaudio werden nur angemeldete und gemessene Angebote in der ma Audio erhoben, es ist daher keine Vollerhebung des Marktes. 6) Start der Erhebung von Online-Audioangeboten in der ma Audio. 7) User-Generated-Radio ist eine Webradioplattform, die Mitgliedern die Möglichkeit gibt, ein eigenes Radioprogramm in Form einer Playlist für private Zwecke zu kreieren. 8) Laut.fm bietet Musikliebhabern an, sich ihr eigenes Programm zu gestalten. 9) Vgl. https://www.rm.fm/ oder https://de.wikipedia.org/wiki/RauteMusik 10) Vgl. Media-Micro-Census GmbH (mmc): ma 2024 Audio II Dokumentation, Frankfurt a. M. 2024, S. 14ff. 11) Vgl. mmc (Anm. 10), S. 11-21. 12) Vgl. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/_inhalt.html (abgerufen am 16.7.2024). 13) Bei der ma 2024 Audio II erfolgte die Anpassung an den Gebietsstand vom 31. Dezember 2022 des Statistischen Bundesamtes sowie eine Fortschreibung auf den Gebietsstand 31.12.2023 durch BIK ASCHPURWIS+BEHRENS GmbH aufgrund der Veränderungsmittelungen der Statistischen Landesämter.
Mehr als vier Stunden nutzen Menschen in Deutschland täglich Audioangebote, vor allem lineares Radio	Fazit Die aktuellen Ergebnisse zur Radio- und Audionutzung in Deutschland belegen, dass 93 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren mindestens ein Audioangebot nutzen. Mit über vier Stunden täglicher Nutzungszeit ist der Konsum von Audioangeboten ein wesentlicher Bestandteil im Tagesablauf der Menschen. Klassisches lineares Radio kann sein Niveau im Jahresvergleich stabil halten und ist damit der wichtigste tägliche Navigator für die Menschen in Deutschland.	
DAB+ gewinnt an Bedeutung	Der digitale Verbreitungsweg DAB+ ist für klassisches Radio von zunehmender Bedeutung und hat mittlerweile die Onlineverbreitung überholt, was kontinuierlich steigende Reichweiten belegen. Die Nutzung von Podcasts setzt sich in kleinen Schritten weiter durch, so werden mittlerweile täglich 5,6 Mio Menschen mit diesen non-linearen Audio-On-Demand-Angeboten erreicht.	
Musikstreaming von der Hälfte der Bevölkerung genutzt	Knapp die Hälfte der Bevölkerung streamt gelegentlich Musik im Internet bei Musik-Streamingdiensten wie zum Beispiel Spotify, Deezer, Amazon Music oder YouTube Music. Insgesamt haben über 31 Mio	