

# Methodensteckbrief

## Befragungsmethode

Onlinebefragung (CAWI)\*  
Exklusive kundenindividuelle  
Befragung

\* In Zusammenarbeit mit  
Online Access Panel



## Zielgruppe

Erwachsene 16-59 Jahre  
Nutzer von RMS-Digital Audio-  
Angeboten  
Spotify-Nutzer (100 % Non-  
Premium)



## Digitale Audio- Angebote

Digital Audio:  
Audio Streaming-Dienstleister,  
Webradio (Web-only /  
Simulcasts), Aggregatoren  
(radio.de etc.)



## Gewichtung

Repräsentativ nach:

- Geschlecht x Alter
- Nielsen-Gebiete
- Ortsgröße
- Personen im Haushalt
- Mediennutzung x Alter
  - TV<sup>1</sup>
  - Video-Streaming
  - Musik-Streaming
  - Radio<sup>2</sup>

## Fallzahlen (gewichtet)

Gesamt:  
n = 4.803

RMS- & Spotify Free-Nutzer:  
n = 1.909 Befragte

19

## Panel & Befragungsdauer

Panel Partner:  dynata<sup>™</sup>  
Fragebogen-Starter: n = 5.993

Befragungsdauer:  
ca. 15 Minuten



## Befragungszeitraum

11.12. - 30.12.2024



Quellen:  
b4p, <sup>1</sup>AWA, <sup>2</sup>MA Radio

