

Berlin, 21.05.25

Bedeutung von Smart-Speakern für den deutschen Hörfunk

Executive Summary der Smart-Speaker-Studie 2026
im Auftrag der Medienanstalten

Smart-Speaker sind kein Nischenkanal mehr. In rund zwölf Millionen deutschen Haushalten sind bereits 50 Millionen Endgeräte in Betrieb. 83 % der Nutzenden hören darüber Musik und 39 % berichten, wegen Smart-Speakern mehr Radio zu hören. Gleichzeitig steigen die Plattformumsätze, während die Refinanzierungsmöglichkeiten des Hörfunks strukturell begrenzt bleiben. Diese Asymmetrie wird in der neuen Smart-Speaker-Studie der Medienanstalten analysiert und mithilfe von Szenarien quantifiziert.

1 Markt und strukturelle Wertasymmetrie

Bis 2030 wird erwartet, dass die Hörfunkumsätze über Smart-Speaker-Plattformen auf rund 151 Mio. Euro anwachsen (ca. 15 % des dt. Hörfunkumsatzes). Die Plattformumsätze werden parallel auf 1,3 Mrd. Euro ansteigen. Die Bruttomargen gestalten sich dabei höchst unterschiedlich: 2025 sind es 39 Mio. Euro für den Hörfunk und 142 Mio. Euro für Plattformen. Ursächlich sind fünf Strukturprobleme: Amazon, Google, Apple und Samsung kontrollieren die gesamte Wertschöpfungskette, während sich die Hörfunksender zum reinen Content-Lieferanten entwickeln. Die Sender verlieren dabei den direkten Kundenzugang. Plattform-Eigenangebote werden vor allem bei generischen Sprachbefehlen (Selbstpräferenzierung) bevorzugt. Nutzerdaten werden nicht an die Sender oder deren Vermarkter weitergegeben, wodurch effektives Targeting erschwert wird. Zudem verschärft die Konvergenz der Musik-Nutzungskontexte den Wettbewerb.

2 Value-Exchange-Modell 2025

Die asymmetrischen Wertflüsse zwischen digitalen Plattformen und dem Hörfunk im deutschen Markt werden mithilfe eines Value-Exchange-Modells quantifiziert. Der Beitrag von Radio für die Smart-Speaker-Plattformen (α) misst den auf Radionutzung basierenden Anteil an der Plattform-Bruttomarge. Der Beitrag der Plattformen für Radio (β) den entsprechenden Gegenwert. Für das Jahr 2025 ergibt sich bereits ein α von 20,8 % (29 Mio. Euro) und ein β von unter 3,0 % (19 Mio. Euro). Damit wird deutlich, dass private Hörfunksender bisher internationale Tech-Plattformen überproportional unterstützen. Wie sich dieser Wertaustausch in der Zukunft gestaltet, wird in der Studie anhand von drei Szenarien untersucht.

3 Drei Szenarien bis 2030 – rund eine halbe Milliarde Euro zur Disposition

Mit Hilfe des Value-Exchange-Modells werden drei regulatorische Entwicklungspfade zwischen 2026 und 2030 quantifiziert. Die kumulierte Hörfunk-Bruttomarge liegt im Best Case rd. 438 Mio. Euro über dem Worst Case:

- **Best Case:** Regulierung schafft gleiche Ausgangsbedingungen und Radio bleibt Anker-Dienst. 657 Mio. Euro kumulierte Bruttomarge bis 2030 (+265 Mio. Euro ggü. Base Case). α steigt auf 34,4 % und β auf 8,2 %.
- **Base Case:** Ohne Regulierungseingriff wächst die Wertlücke. Kumulierte Bruttomarge von rd. 392 Mio. Euro zw. 2026 und 2030. α sinkt auf 19,2 % und β steigt auf 6,0 %.
- **Worst Case:** Radio nur noch Content-Lieferant und per Markennamen erreichbar. Nur noch 219 Mio. Euro kumulierte Bruttomarge bis 2030 (-173 Mio. Euro ggü. Base Case). α bricht auf 10,4 % ein, β auf 4,6 %.

4 Regulierungslücken und Handlungsoptionen

Regulierungsinstrumente existieren bereits. § 84 MStV sichert die Auffindbarkeit auf Benutzeroberflächen einschließlich akustischer Übersichten. Smart-Speaker werden bislang jedoch nicht als solche eingestuft und vollzogen. Art. 6 DMA adressiert Selbstpräferenzierung, greift jedoch nicht, solange die EU-Kommission relevante Sprachassistenten nicht als Core Platform Services designiert hat. Must-Carry gilt bislang nicht für Smart-Speaker. Daraus ergeben sich mehrere Handlungsoptionen:

- **Auffindbarkeit regulieren:** Must-Carry und Must-Be-Found im Voice-Kanal und im Auto; Routing-Offenlegungspflicht stärken.
- **Wettbewerbsgleichheit schaffen:** Designation von Alexa, Siri und vergleichbaren Sprachassistenten als Core Platform Services gemäß DMA erwirken; API-Mindestdatensatz für Radioanbieter festlegen (Starts, Hördauer, Kontext, Abbruchrate).
- **Verhandlungsstrategie stärken:** Kollektive Plattformverhandlung der Anbieter und Sender koordinieren; fortlaufendes Value-Exchange-Monitoring zur jährlichen Aktualisierung der Wertkennzahlen als Verhandlungs- und Begründungsgrundlage.

Ohne Gegenstrategie sinkt der Hörfunk-Anteil auf Smart-Speakern als Ergebnis von Routing-Intransparenz und fehlender Datenzugänge. Die nötigen Instrumente existieren, um Zugang, Auffindbarkeit und Vielfalt auch im Smart Speaker-Markt zu stärken.