

17.10.2022 - 09:15 Uhr

Hörbuch-Streaming: die Gen Z treibt den Hörbuch-Boom



Berlin (ots) -

Aktuelle Daten des Hörbuch-Streaming-Anbieters BookBeat belegen: Der Hörbuch-Boom im Streaming wird stark **durch eine junge, weibliche Zielgruppe geprägt**. In den vergangenen zwei Jahren waren **über 60% der neuen Abonnent*innen bei BookBeat zwischen 18 und 34 Jahre alt - und knapp 70% waren Frauen**. Auffällig auch: die jungen Nutzer*innen sind generell sehr vertraut mit digitalen Angeboten. Eigene Studien zeigen, dass 60% der BookBeat-Nutzer*innen auch Netflix-Abonnent*innen sind, und immerhin 50% neben BookBeat auch Spotify nutzen.

Der digitale Hörbuchmarkt boomt und die **Gen Z ist ein maßgeblicher Treiber** dahinter. "Besonders schön ist, dass das **Wachstum auf einem hohen Level bleibt** und wir keinerlei Anzeichen für eine Abschwächung sehen. Damit einher geht natürlich auch ein gesundes und nachhaltiges Wachstum der Erlöse für Hörbuchverlage, Buchverlage, Autoren und für die Kreativindustrie. Hörbuch-Streaming ist zu einem wichtigen Umsatzkanal geworden - bis zum Ende des Jahres 2022 werden wir voraussichtlich mehr als 35 Millionen Euro seit dem Launch von BookBeat in Deutschland an unsere Verlagspartner ausgezahlt haben", erläutert Kathrin Rüstig, Geschäftsführerin BookBeat GmbH.

Hörbuch-Hören ist Trendthema. Eine neue, digital affine Generation von jungen Hörer*innen entdeckt durch das Streaming die altbekannte Form des Geschichten-Erzählens neu für sich. Laut einer von BookBeat beauftragten repräsentativen Studie haben diese Gen Z Nutzer*innen klare Vorstellungen, was sie von einem Hörbuch-Streaming-Anbieter erwarten: wichtige Entscheidungskriterien sind einerseits Aspekte wie ein breites Angebot guter Unterhaltung, bei der sie sich entspannen können. Zum anderen aber auch, dass der Service leicht, unkompliziert und intuitiv genutzt werden kann. **So gehören zu den Top10-Assoziationen, an die ein Hörbuchhörer bei der Wahl eines Hörbuch-Streaming-Angebotes denkt, nicht nur die Begriffe Spaß, Leichtigkeit und Entspannung** „Genauso wichtig sind den Befragten auch **technische Features**, allen voran **Stabilität und Zuverlässigkeit der App**, einfache **Personalisierung und Anpassung** an eigene Hörgewohnheiten, ein **leichter Einstieg** in die App, sowie **Discoverability** und **Usability**, also eine gute und übersichtliche Darstellung des Angebotes“, erklärt Berit Bretschneider, Marketing Director bei BookBeat. Entsprechend wichtig nimmt BookBeat dies zentrale Thema: Seit dem Launch in Deutschland vor knapp fünf Jahren wurde jeden Monat eine neue, weiterentwickelte und verbesserte Version der App herausgebracht, in der neue Features, Verbesserungen und Kundenanregungen umgesetzt werden.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Kathrin Rüstig, Geschäftsführerin, BookBeat GmbH, kathrin.ruestig@bookbeat.com

Pressekontakt:

Kathrin Rüstig

Geschäftsführerin
BookBeat GmbH
kathrin.ruestig@bookbeat.com

Medieninhalte



BookBeat / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/133196 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100070847/100896574> abgerufen werden.