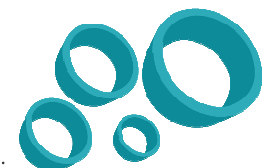


Auswirkungen von iPod & Co auf die Radionutzung

Schadet iPod & Co Radio?

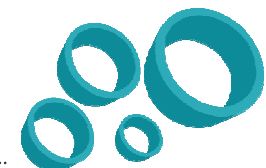
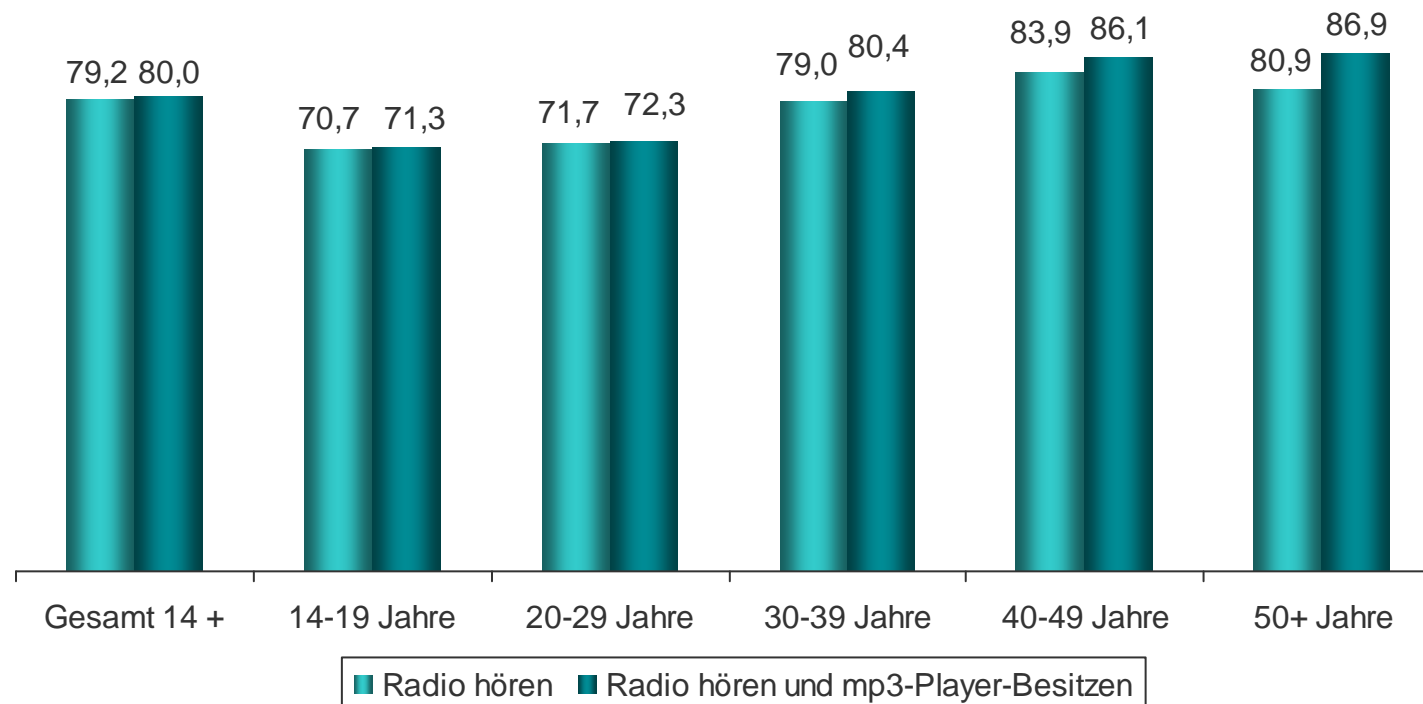
- ▶ Immer neue digitale Geräte kommen auf den Musikmarkt, die das Nutzungsverhalten der User verändern.
- ▶ Böse Stimmen haben wieder einmal das Ende des Radios voraus gesagt.
- ▶ Was ist wirklich dran an diesen Vermutungen bzw. Unkenrufen?
- ▶ Wir haben dazu den Forschungsstand dargestellt, der sich auf eine Veränderung des Hörverhaltens beim Radio beziehen.
- ▶ MA-Daten genauso wie Forschungen aus UK und den USA.



Radionutzung von mp3-Usern

- ▶ mp3-Besitzer nutzen Radio etwas mehr als Nicht-mp3-User.

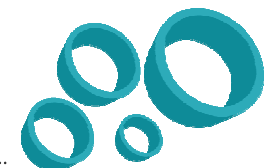
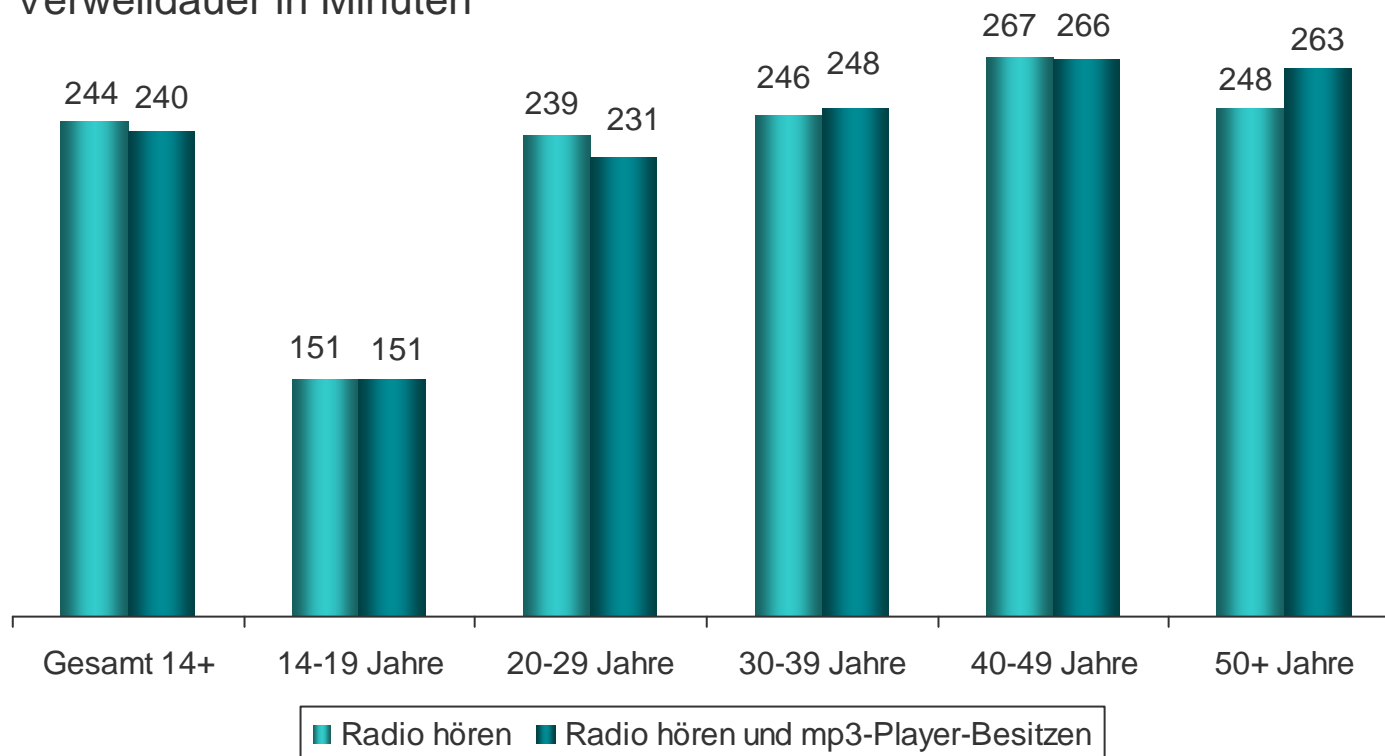
Reichweite in %



Radionutzung von mp3-Usern

- ▶ mp3-Besitzer hören nur unwesentlich kürzer Radio als andere Hörer.

Verweildauer in Minuten



UK-Studie: iPod und Radio

Studienanlage

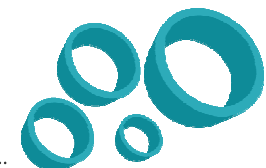
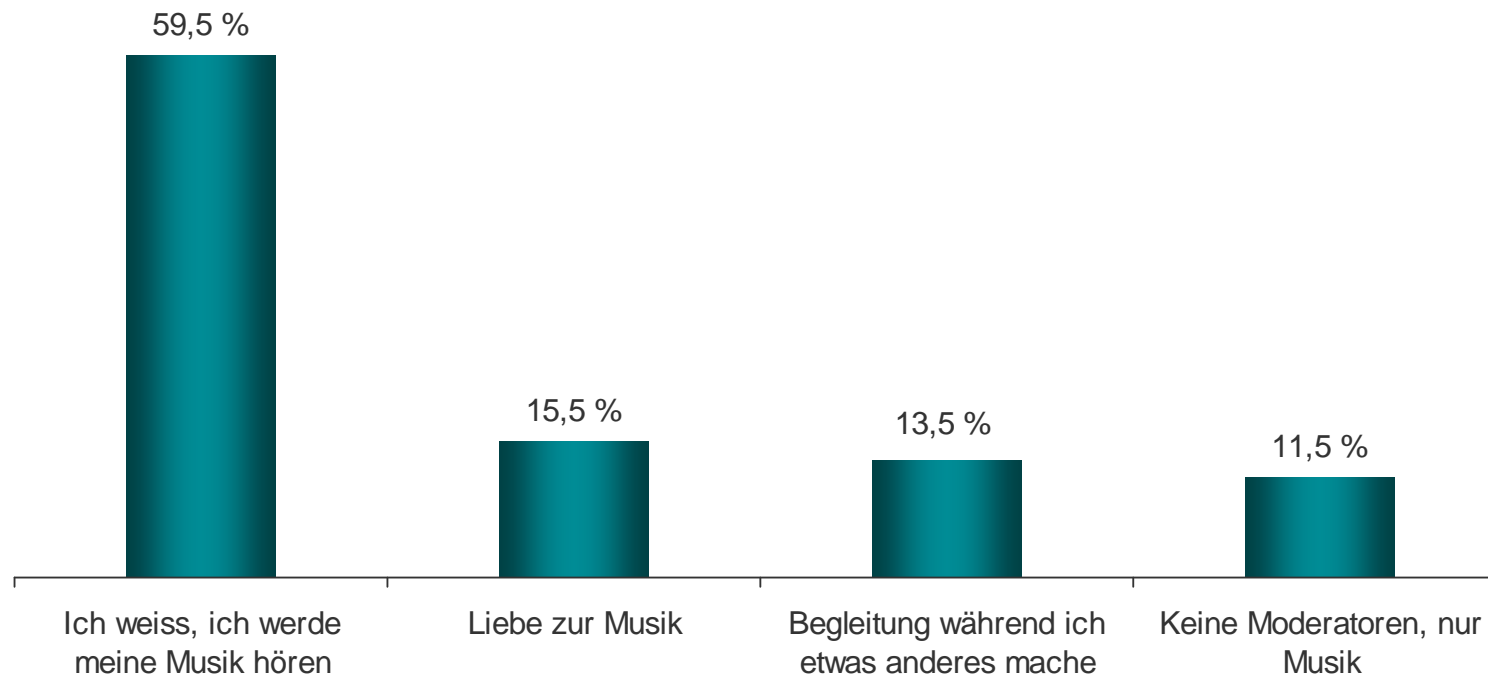
- ▶ Eine englische Studie untersucht die Auswirkungen der zunehmenden Nutzung von iPod und mp3-Playern in der UK.
- ▶ Face-to-Face Befragung in London von 200 iPod/mp3-Player Besitzern
- ▶ Hierfür wurden 3 Nutzergruppen von iPod/mp3-Player Besitzern gebildet:
 - Besitz unter 3 Monaten
 - Besitz 4-6 Monate
 - Besitz über 6 Monate



UK-Studie: iPod und Radio

Nutzungsmotive iPod / mp3

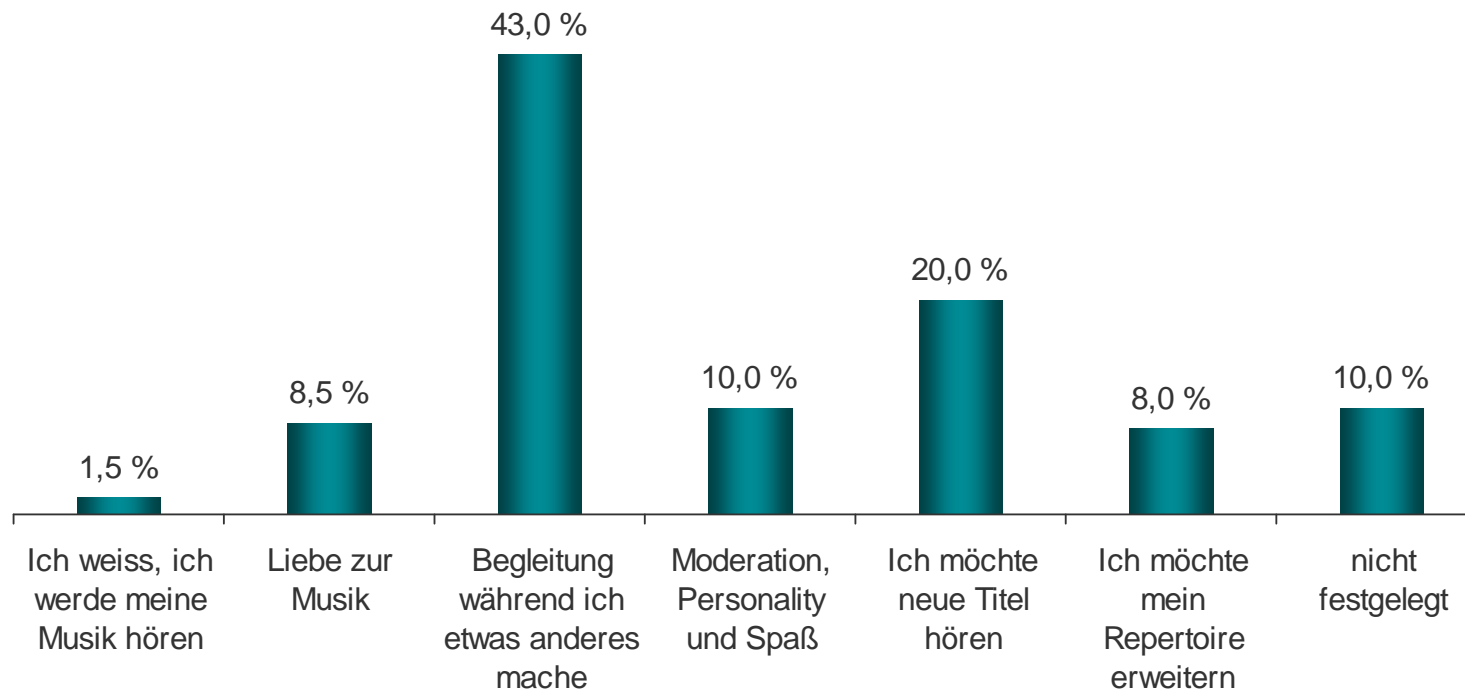
- ▶ Es wird hauptsächlich iPod/mp3 gehört, um die Kontrolle über die Musikauswahl zu haben.



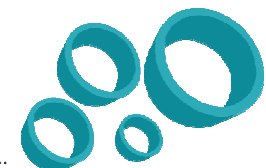
UK-Studie: iPod und Radio

Nutzungsmotive Radio

- ▶ Radio wird gehört, um begleitet/unterhalten zu werden und um neue Titel kennen zu lernen (Navigatoreffekt).



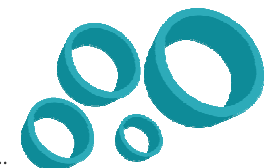
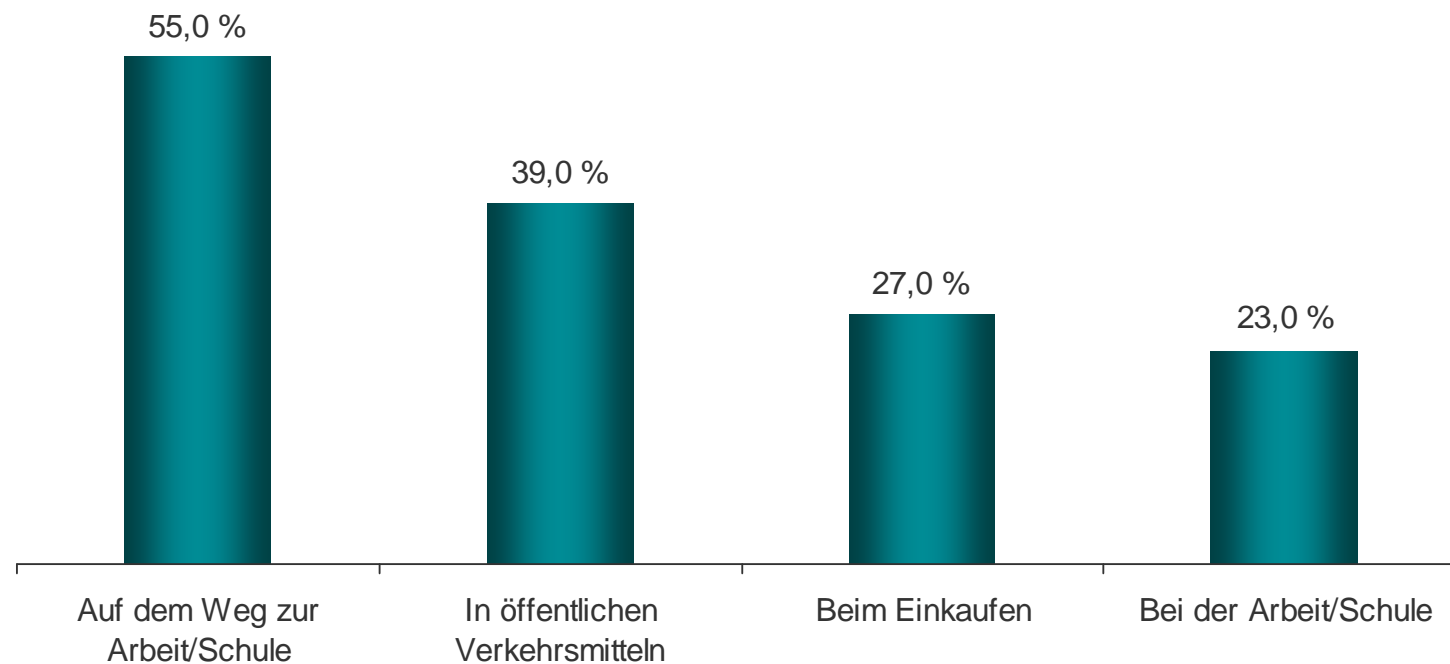
Quelle: *Face-to-Face-Befragung RAB UK, 200 mp3-Player-Besitzer, Frage: Welches ist der wichtigste Grund für Sie iPod oder mp3 zu hören?



UK-Studie: iPod und Radio

Nutzungssituationen iPod / mp3

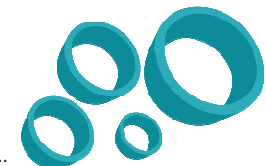
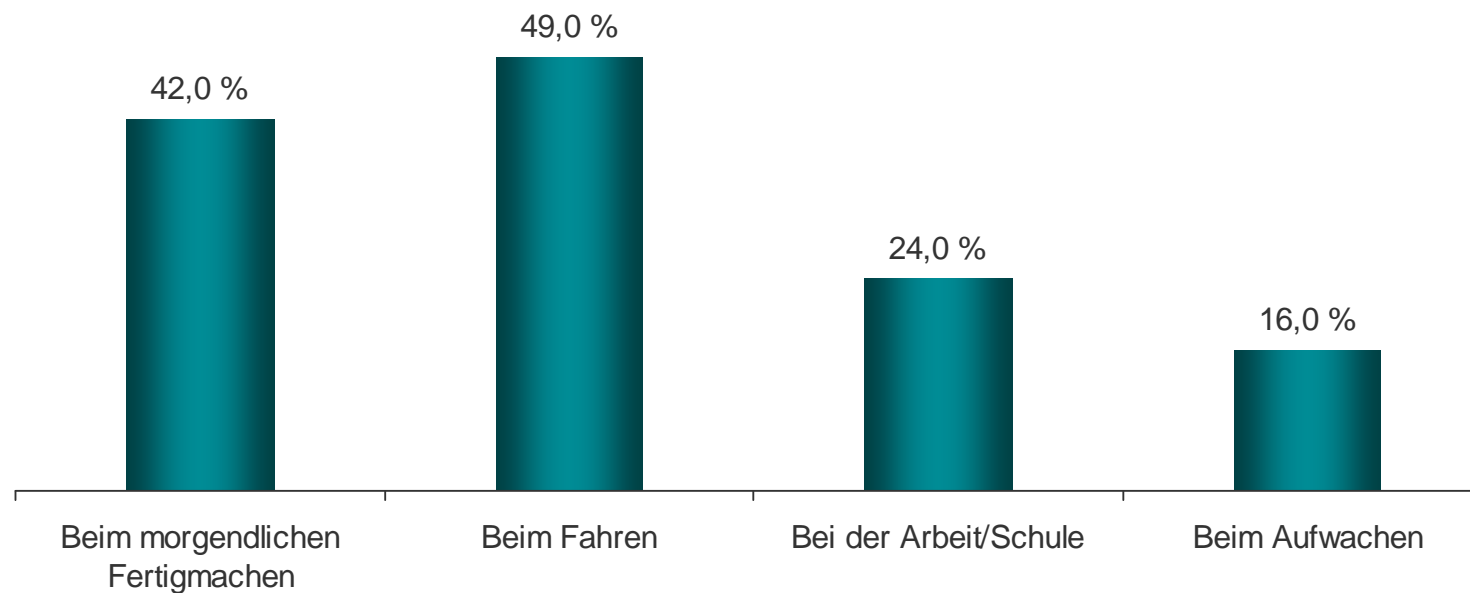
- ▶ iPod / mp3-Player wird eher außer Haus genutzt



UK-Studie: iPod und Radio

Nutzungssituationen Radio

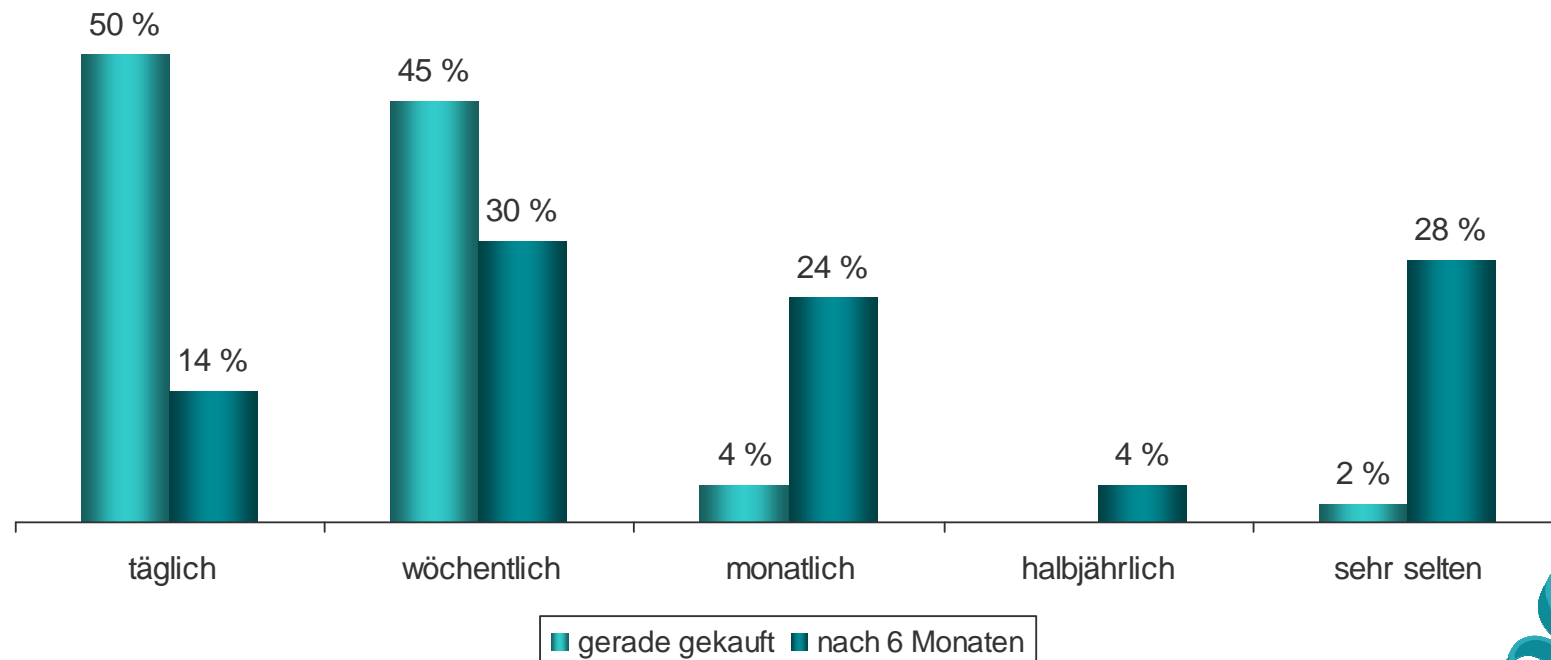
- ▶ Radio begleitet den Hörer durch den Tag bei den täglichen Beschäftigungen im Haus oder im Auto (Partnerfunktion).



UK-Studie: iPod und Radio

Neuerungseffekt und Gewohnheit

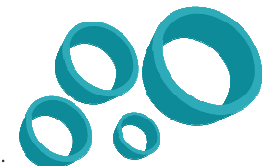
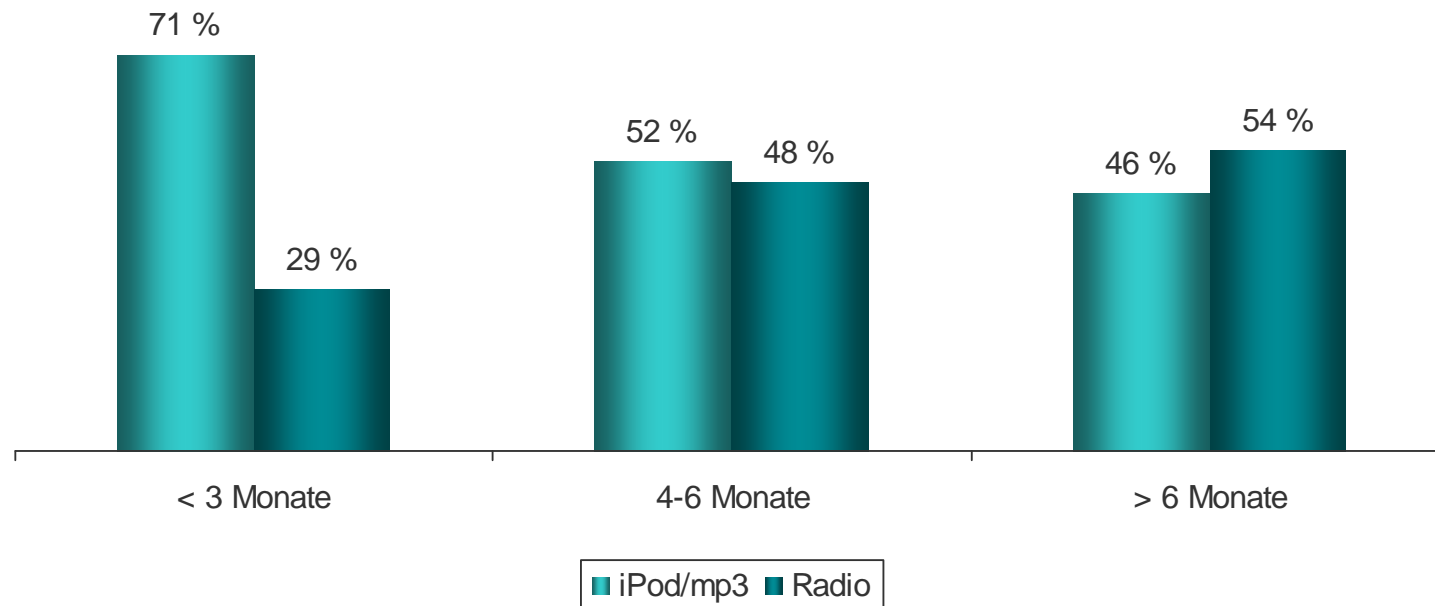
- ▶ Im Laufe der Zeit lässt die Lust an dem neuen Gerät nach, und es wird deutlich seltener Musik herunter geladen.



UK-Studie: iPod und Radio

Neuerungseffekt und Gewohnheit

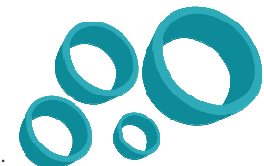
- ▶ Was würden Sie auf eine einsame Insel mitnehmen, iPod oder Radio?
- ▶ Die neuen Geräte leiden unter einem wear-out-Effekt, auf Dauer nimmt das Interesse ab.



UK-Studie: iPod und Radio

iPod stärkt Radio

- ▶ **Navigatorfunktion Radio:**
mp3-Player-Besitzer brauchen Tipps für neue Musik, die sie aktiv downloaden können
- ▶ **Partnerfunktion Radio:**
Radio wird bei alltäglichen Verrichtungen als Partner genutzt. Verlässlichkeit und Gewohnheitsfaktoren sind dabei wichtig.
- ▶ **Wear-out-Effekt iPod:**
Der iPod-Hype lässt schon nach drei Monaten nach, nach sechs Monaten greifen die Nutzer sogar stärker zum Radio als zum mp3-Player.



US-Studie: iPod und Radio

Studienanlage

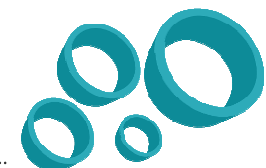
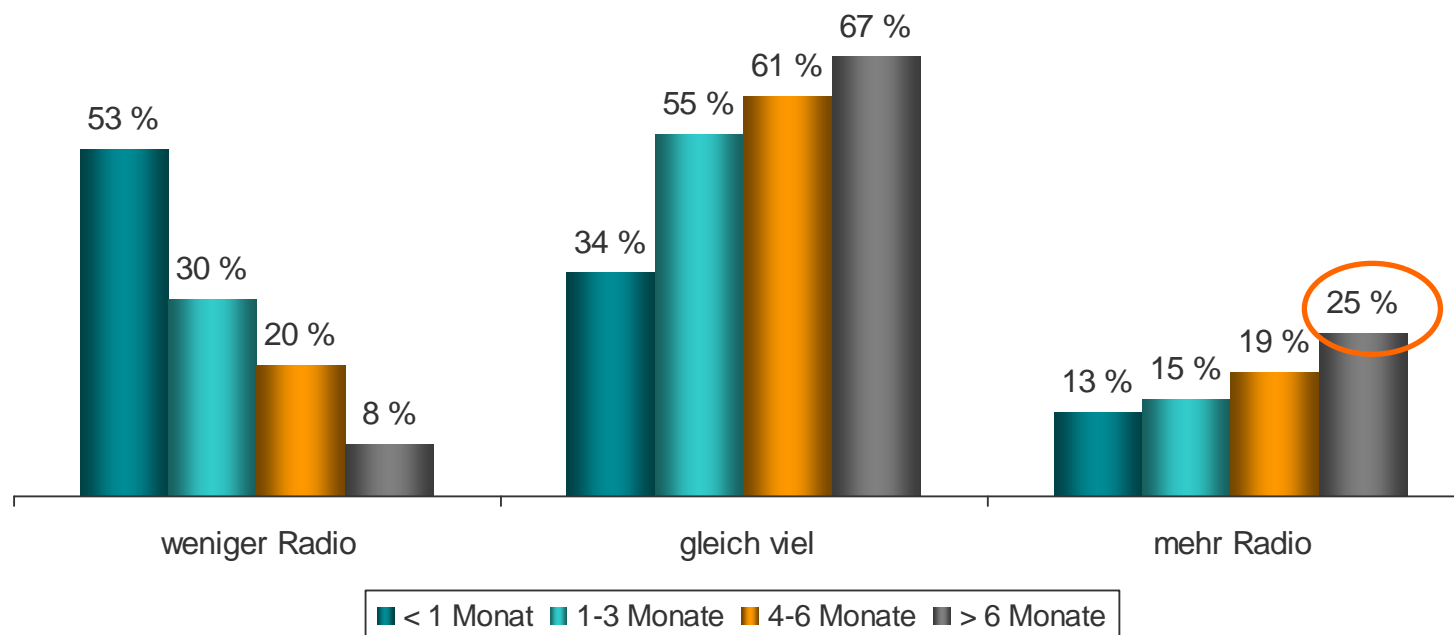
- ▶ Eine amerikanische Studie hat ähnliche Ergebnisse ermittelt.
- ▶ Es wurden 3.120 Personen ab 12 Jahren von Februar bis April 2005 befragt.
- ▶ Auch hier wurden Nutzergruppen von iPod/mp3-Player Besitzern gebildet:
 - Besitz unter 1 Monat
 - Besitz 1-3 Monate
 - Besitz 4-6 Monate
 - Besitz über 6 Monate



US-Studie: iPod und Radio

Wear-out-Effekt

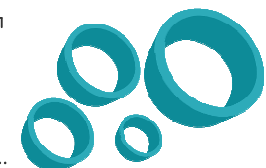
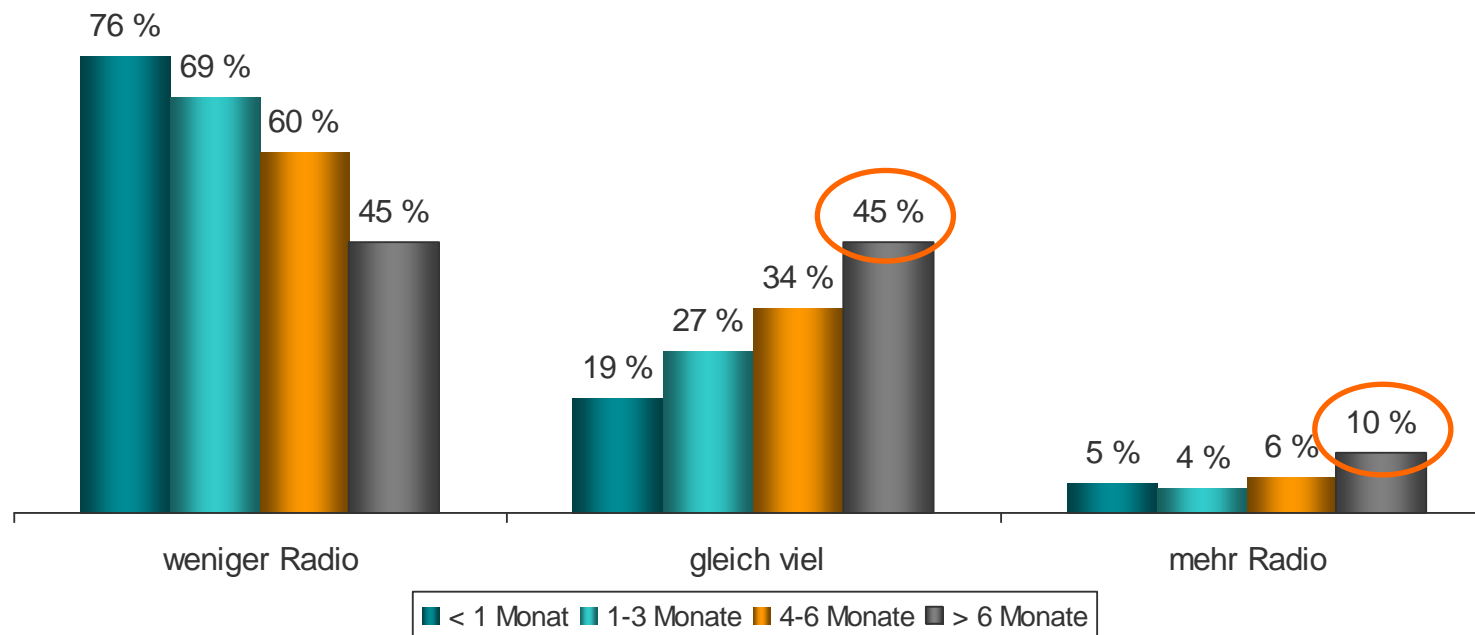
- ▶ Im Laufe der Zeit nimmt das Interesse an dem neuen Gerät ab.
- ▶ 25 % der Langzeitbesitzer hören sogar mehr Radio als früher.



US-Studie: iPod und Radio

Wear-out-Effekt 12-18 Jahre

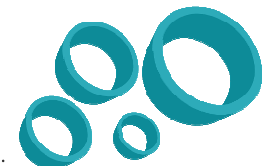
- ▶ Auch bei den ganz jungen Nutzern ist diese Rückkehr zum Radio zu beobachten, wenn auch schwächer ausgeprägt.
- ▶ Aber immer noch 55 % hören gleich viel oder mehr Radio als früher.



US-Studie: iPod und Radio

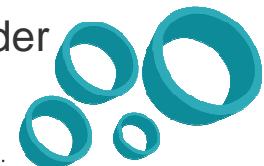
iPod stärkt Radio

- ▶ Auch die amerikanische Studie zeigt, dass das Interesse an iPod und Co. im Zeitverlauf schnell nachlässt, und der Nutzer sich schon nach kurzer Zeit wieder zunehmend dem Radio zuwendet.
- ▶ **Wear-out-Effekt iPod:**
Der iPod-Hype lässt schon nach drei Monaten nach, nach sechs Monaten greifen 25 % der Nutzer sogar stärker zum Radio als zum mp3-Player.
- ▶ Auch bei den ganz jungen Hörern verringert sich das Interesse relativ schnell, und 10 % hören sogar mehr Radio als früher.



Bleibt alles wie es war?

- ▶ Trotz dieser positiven Ergebnisse für das Radio hat sich das Nutzungsverhalten verändert und wird sich auch noch stärker ändern.
- ▶ So werden wir durch die Digitalisierung bald eine viel größere Auswahl an Programmen haben. Neue Musikformate, Special-Interest-Produkte und zusätzliche Informations-features für die Hörer.
- ▶ Und dadurch letztlich auch die Chance auf neue Hörer. z. B. Musikfreaks mit speziellen Interessen, die beim Radio derzeit noch keine Hörheimat gefunden haben.
- ▶ Bald können wir auch einen Radiohörer nicht mehr Hörer nennen, sondern besser (Audio-)„User“, weil die Grenzen der Medien noch weiter verschwimmen.
- ▶ Es setzt sich auch der Trend fort, dass der iPod und der mp3-Player schon wieder ausgedient haben und durch das Multitalent Handy ersetzt werden.
- ▶ Doch egal welches technische Gerät die Musik wiedergibt, wichtig ist der Stellenwert der Musik und der Information bei den Usern.
- ▶ Und dabei ist und bleibt Radio das wichtigste Medium, das auch im Konzert der neuen Möglichkeiten und Techniken seinen Platz behalten wird.



Digitalisierung: Chance für Radio

- ▶ Die Radiobranche ist gerade dabei, die neuen Möglichkeiten der Digitalisierung in neue Konzepte umzusetzen.
- ▶ Die neuen Autoradios werden komfortabel Titel aufnehmen können, Musik per Knopfdruck bestellen und Stauhinweise im Radio intelligent verarbeiten können.
- ▶ Auch Zusatzinformationen zu gehörter Werbung werden abrufbar sein, z.B. der Weg zur nächsten Verkaufsstelle des gerade gehörten Spots.

