



mediareports



Produktinformation

Radio 2021



Radio vs. Streaming



**Deutschland Österreich Schweiz
16. Jahrgang, November 2017**

Radio 2021 – Radio vs. Streaming

Das Radio wird in Deutschland, Österreich und der Schweiz seinen Spitzenplatz als Medium mit der höchsten Tagesreichweite an das Internet verlieren. Bei den 14- bis 29-Jährigen ist es bereits so weit, und in fünf Jahren liegen Internet und Radio auch bei der Gesamtbevölkerung gleichauf. Dieses Ergebnis ist nicht weiter verwunderlich angesichts der vielfältigen Nutzungsaspekte des Internets, die weit über die Nutzung als (tagesaktuelles) Medium hinausgehen. Bemerkenswert ist vielmehr, dass diese Ablösung so spät kommt.

Das Radio behauptet sich gut

Die von Jahr zu Jahr oft kaum erkennbaren Erosionsprozesse bei Reichweite und Hördauer des Radios sind über die Jahre zu spürbaren Verlusten aufgelaufen. Dennoch behauptet sich das Radio im deutschsprachigen Raum erstaunlich gut bei den Rezipienten und auf den Werbemärkten.

Weder die demografische Entwicklung noch die fehlenden Innovationsmöglichkeiten aufgrund einer schleppenden (Deutschland) oder fehlenden Digitalisierung (Österreich) haben dem Radio bislang spürbar geschadet. In Deutschland verbuchte das Radio im Jahr 2016 ein Allzeithoch bei den Werbeeinnahmen. Selbst die boomenden Audio-Streaming-Dienste konnten dem Radio bislang wenig anhaben.

Radio vs. Streaming

Im Medienbereich wird unter Streaming Media oder kurz Streaming in der Regel die Online-Übertragung und -Nutzung von Video- oder Audiodaten verstanden. Der Begriff Streaming steht hier oft weniger für das technische Verfahren als vielmehr für die Marktangebote, die mit Hilfe von Streaming-Verfahren realisiert werden können.

Beim Audio-Streaming stellt sich die Grundsatzfrage, ob und wie stark Streaming-Angebote im Audiobereich die Nutzung des klassischen Radios heute und in Zukunft beeinflussen. Auf drei gesondert betrachteten Wettbewerbsebenen untersucht der Report deshalb die Konkurrenzbeziehung zwischen Radio und Musik-Streaming-Angeboten:

- Haushaltsausgaben
- Verbreitungswege
- Nutzung

Es zeigt sich, dass die Tagesreichweiten des Radios für Musik-Streaming-Angebote noch lange nicht in Sicht sind. Schneller als vermutet wird Audio-Streaming allerdings unter dem Stichwort Zero-Rating zu einem Wettbewerbsfaktor im Mobilfunkmarkt.

Dies wiederum ist ein Warnsignal für das Radio: Wenn das Radio die digitale Transformation des eigenständigen Übertragungswegs von UKW zu DAB+ allzu leichtfertig angeht und stattdessen auf Mobilfunk setzt, könnte es sich schnell in einen schwierigen Wettbewerbsumfeld wiederfinden, in dem die Vorteile bei anderen Akteuren liegen.

Marktprognosen

Neben einer Übersicht über die wichtigsten Basistrends und einer Bestandsaufnahme der Digitalisierung insgesamt und differenziert nach Ländern enthält der Report für alle drei Länder Aussagen zu den zukünftigen Tagesreichweiten (Gesamt und 14- bis 29-Jährige) und Prognosen der Radiowerbemärkte bis 2021 (Deutschland und Schweiz netto, Österreich brutto).

Bewährtes Basisszenario

Unverändert liegt auch im sechzehnten Jahrgang allen mediareports ein einheitliches, nach Ländern differenziertes Basisszenario zugrunde. Dieses Basisszenario bildet die widerspruchsfreie Ausgangsbasis für jeden einzelnen Themenreport.

Weitere Informationen und Online-Bestellmöglichkeit

mediareports.de

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary

1 Basisszenario

- 1.1 Hintergrund
- 1.2 Deutschland
 - 1.2.1 Demografie und Wirtschaft
 - 1.2.2 Medien- und Kommunikationsausgaben
 - 1.2.3 Werbemarkt
 - 1.2.4 Mediennutzung und Ausstattung
- 1.3 Österreich
 - 1.3.1 Demografie und Wirtschaft
 - 1.3.2 Medien- und Kommunikationsausgaben
 - 1.3.3 Werbemarkt
 - 1.3.4 Mediennutzung und Ausstattung
- 1.4 Schweiz
 - 1.4.1 Demografie und Wirtschaft
 - 1.4.2 Medien- und Kommunikationsausgaben
 - 1.4.3 Werbemarkt
 - 1.4.4 Mediennutzung und Ausstattung

2 Radio vs. Streaming

- 2.1 Hintergrund
- 2.2 Technische Aspekte Streaming
- 2.3 Abgrenzung und Angebote
 - 2.3.1 Abgrenzung
 - 2.3.2 Ausgewählte Angebote
 - 2.3.3 Trends der Angebotsentwicklung
- 2.4 Nutzung von Streaming-Diensten
- 2.5 Audio-Streaming in anderen Ländern

- 2.6 Wettbewerb mit dem Radio
 - 2.6.1 Wettbewerbsebene 1: Ausgabenseite
 - 2.6.2 Wettbewerbsebene 2: Verbreitungswege
 - 2.6.3 Wettbewerbsebene 3: Nutzung

- 2.7 Bewertung und Fazit

3 Marktprognosen

- 3.1 Entwicklungsfaktoren
 - 3.1.1 Basistrends
 - 3.1.2 Digitalisierung
 - 3.1.3 Nutzungstrends
 - 3.1.4 Radiowerbung
- 3.2 Deutschland
 - 3.2.1 Digitalisierung DAB+
 - 3.2.2 Angebot
 - 3.2.3 Nutzung
 - 3.2.4 Radiowerbung
- 3.3 Österreich
 - 3.3.1 Digitalisierung DAB+
 - 3.3.2 Angebot
 - 3.3.3 Nutzung
 - 3.3.4 Radiowerbung
- 3.4 Schweiz
 - 3.4.1 Digitalisierung DAB+
 - 3.4.2 Angebot
 - 3.4.3 Nutzung
 - 3.4.4 Radiowerbung

4 Ausblick 2021+

Informationen über weitere Veröffentlichungen in der Reihe mediareports sowie Online-Bestellmöglichkeit unter mediareports.de.

Radio 2021

Radio vs. Streaming

Deutschland, Österreich, Schweiz

16. Jahrgang, November 2017

Herausgeber: Prof. Dr. Josef Trappel

Autor: Daniel Hürst

Website: mediareports.de



Über die mediareports

Die mediareports bieten Entscheidungsträgern und Analysten einen kompetenten Strategie-Support für die frühzeitige Erkennung zukünftiger Chancen und Risiken in den deutschsprachigen Medien- und Kommunikationsmärkten.

Grundlage der Reports sind umfangreiche und kontinuierlich durchgeführte Recherchen und Marktbeobachtungen in den Medien- und Kommunikationsmärkten. Verfügbare Quellen werden analysiert und - bei ausreichender Aussagefähigkeit und Qualität - für die Datenbasis ausgewählt. Die aus Sekundärquellen abgeleiteten Erkenntnisse diskutieren wir in Fachgesprächen mit Industrieunternehmen und Dienstleistern sowie mit Anwendern, Verbänden und Wissenschaftlern.

Jeder Gesamtreport betrachtet in jeweils einem Segment die Entwicklung in den drei Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz im angegebenen Prognosezeitraum. Er bewertet die relevanten Einflussfaktoren und erstellt ein plausibles Zukunftsszenario mit Prognosen der wichtigsten Marktparameter. Die Prognosen gehen dabei über eine reine Extrapolation von Vergangenheitsdaten hinaus. Durch Querbezüge zwischen den Reports wird ein hohes Maß an Plausibilität gewährleistet. Diese Gesamtschau ist eine der Stärken der mediareports.

Im Jahr 2017 werden mit Prognosezeitraum bis 2021 die Reports Breitband & Mobil, Radio und Zeitungen neu aufgelegt. Mit Prognosezeitraum bis 2020 sind die Reports Fernsehen und Online-Medien erhältlich. Hinzu kommt als Kondensat des Jahrgangs der Premiumreport Medien & Kommunikation - Die Fakten und die Trends.

Neben den Gesamtreports erscheinen auch länderspezifische Auszüge und Special-Reports, die sich auf einen inhaltlichen Schwerpunkt konzentrieren. Hinzu kommen Reports früherer Jahrgänge mit ihren Schwerpunktthemen. Einen Überblick über das Gesamtangebot gibt die Website mediareports.de.

Herausgeber der mediareports ist Prof. Dr. Josef Trappel, Fachbereichsleiter Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei der mediareports Holger Delpho / Daniel Hürst / Jan Todt GbR in Freiburg im Breisgau.

Kontakt

mediareports Büro Freiburg

Daniel Hürst

Münchhofstraße 13, D-79106 Freiburg

Telefon +49 761 7671192

Telefax +49 761 7671199

E-Mail daniel.huerst@mediareports.de