

R@diostudie 2011

Studie zur Nutzung von UKW- und Online-Radio

UKW- und Webradio-Nutzung im Vergleich

- ▶ Die Studie beantwortet aus einer Quelle die Kern-Fragen rund um die UKW- und die Webradio-Nutzung:
 - » **W**as wird
 - » **w**ann
 - » **w**ie
 - » von **w**em
 - » **w**arum genutzt?



1.) **WAS** wird genutzt?

UKW-Radio, Online-Radio oder beides? Werden mehr Simulcast-Sender oder Webonly-Sender gehört?

Die Keyfacts:

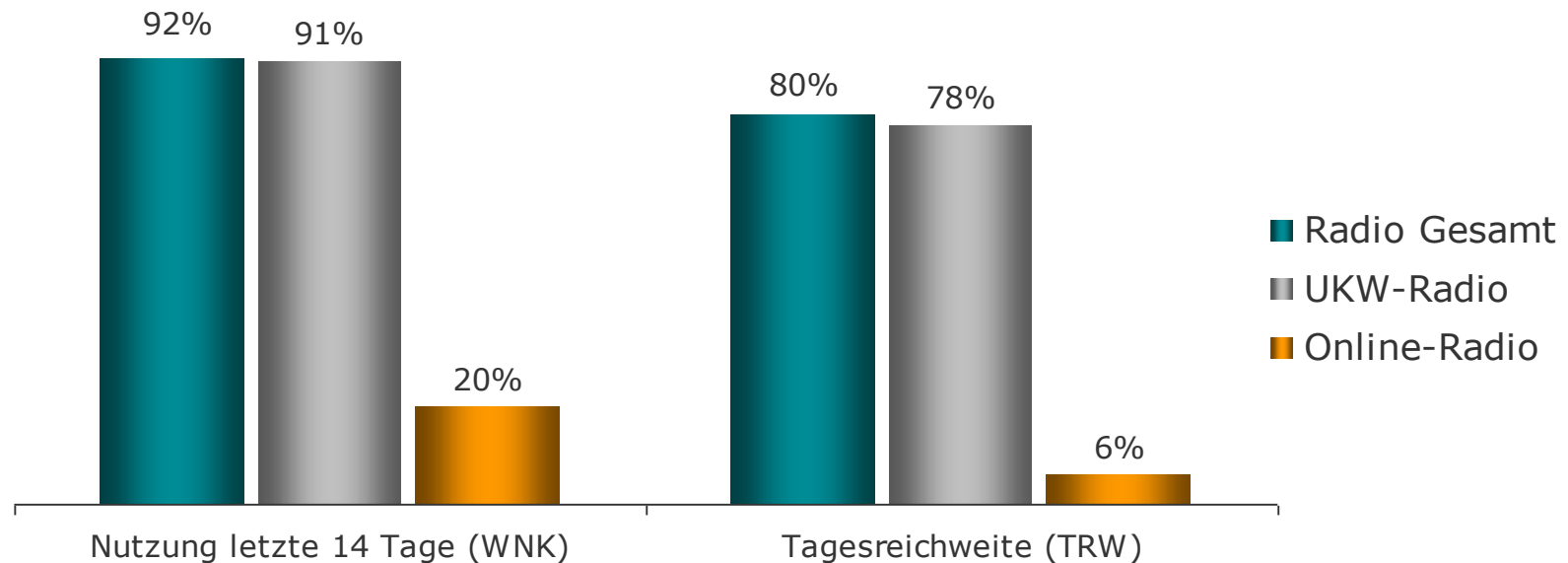
- ▶ **Weitester Nutzerkreis*** (WNK 14 Tage) von Online-Radio: 20%
- ▶ **Tagesreichweite**** Online-Radio: 6%
- ▶ 78% der Radiohörer (WNK 14 Tage) hören nur UKW-Radio, 21% hören sowohl Online- als auch UKW-Radio und nur 1% hört ausschließlich Online-Radio.
- ▶ **Simulcast-Sender***** und **Webonly-Sender****** werden von jeweils 3% der 14-59-Jährigen gleich stark genutzt.

Erläuterungen:

* Nutzung mindestens einmal innerhalb von 14 Tagen, ** Gestern genutzt, ***UKW-Sender, die parallel ihr Programm 1:1 im Web ausstrahlen, ****Programme, die nur im Web ausgestrahlt werden.

Radionutzung via UKW und Online ergänzen sich – kein Kannibalisierungseffekt

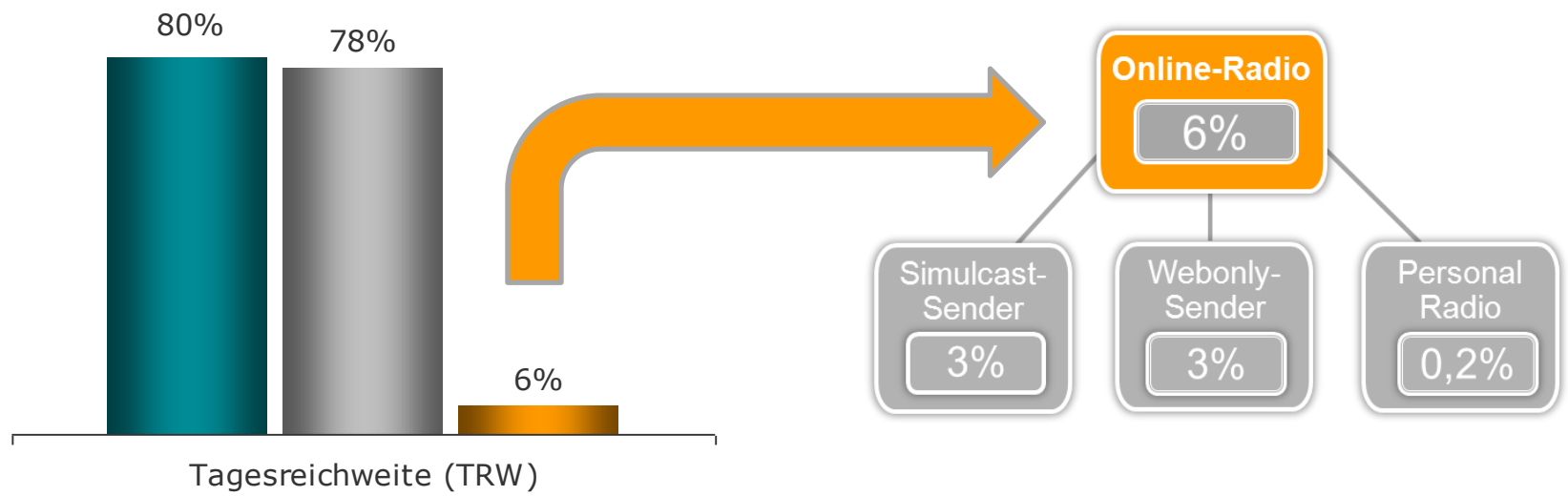
Zielgruppe Gesamt: Weitesten Nutzerkreis (letzte 14 Tage) und Tagesreichweite im Vergleich



- ▶ 92% hören innerhalb von 2 Wochen über die diversen Empfangswege Radio. Der überwiegende Teil (91%) schaltet klassisch via UKW ein. Die 20% Online-Radionutzer erhöhen den Weitesten Nutzerkreis (WNK) nur um ca. 1 Prozent. Ähnlich zeigt sich die Nutzung von Radio „gestern“. Hier erhöhen die 6% Online-Radiohörer die Tagesreichweite (TRW) von 78% auf 80%.

Simulcast- und Webonly-Sender im Netz mit gleich starker täglicher Nutzung

ZG Gesamt: Tagesreichweite von Simulcast- und Webonly-Sendern im Netz

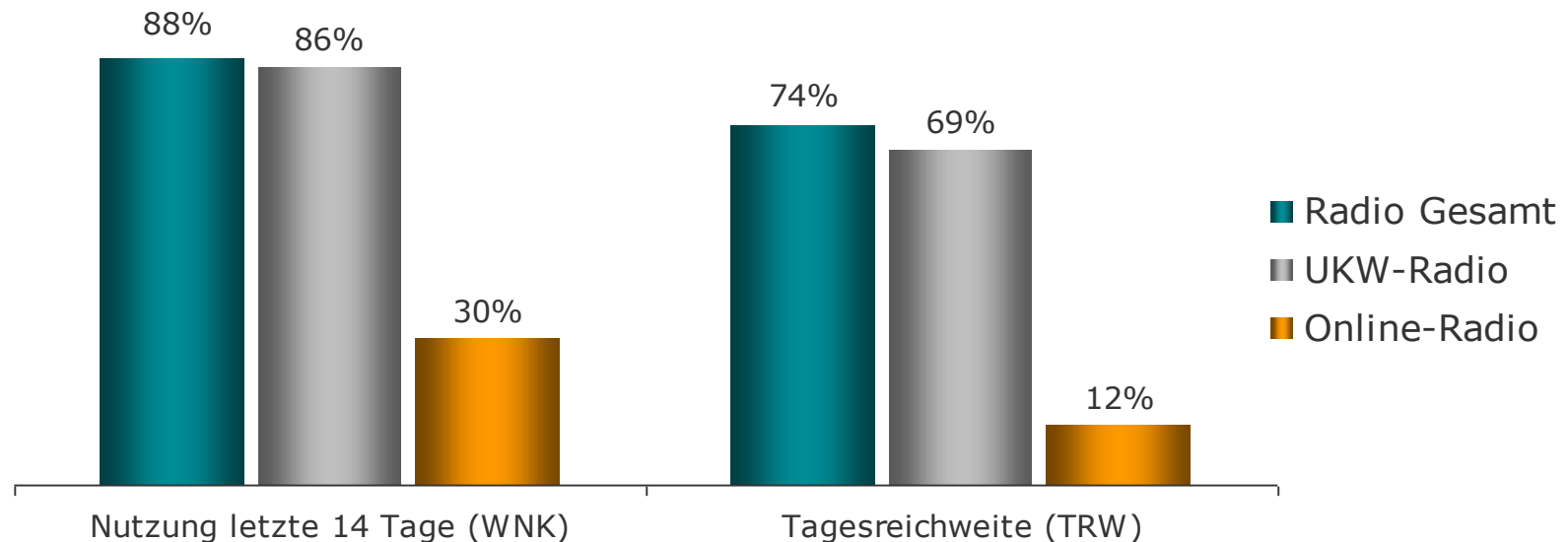


■ Radio Gesamt ■ UKW-Radio ■ Online-Radio

- ▶ Die 6% Online-Radionutzung teilt sich zu gleichen Teilen auf Webonly-Sender und Livestreams von UKW-Sendern im Web auf. Personal Radio wie Last FM spielen mit 0,2% Nutzung kaum eine Rolle.

Jeder Dritte junge Hörer (14-29 Jahre) nutzt Radio via Online – ohne aber auf den UKW-Empfang zu verzichten

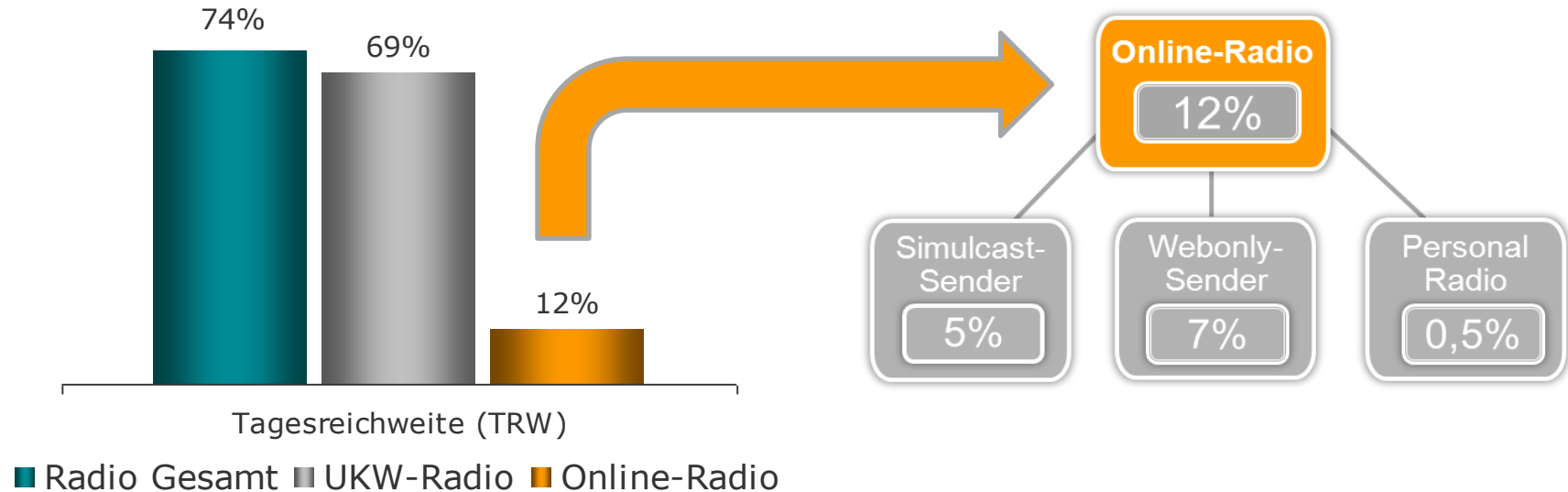
ZG 14-29 Jahre: Weitester Nutzerkreis (letzte 14 Tage) und Tagesreichweite im Vergleich



- Die junge Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen schaltet Online-Radio mit 30% häufiger als der Durchschnitt aller Deutschen innerhalb von 14 Tagen ein. 12% der Jungen werden täglich durch Online-Radio erreicht. Das sind doppelt so viele wie in der ZG Gesamt (6%).

Webonly-Sender bei den Jugendlichen etwas stärker genutzt als Simulcast-Sender

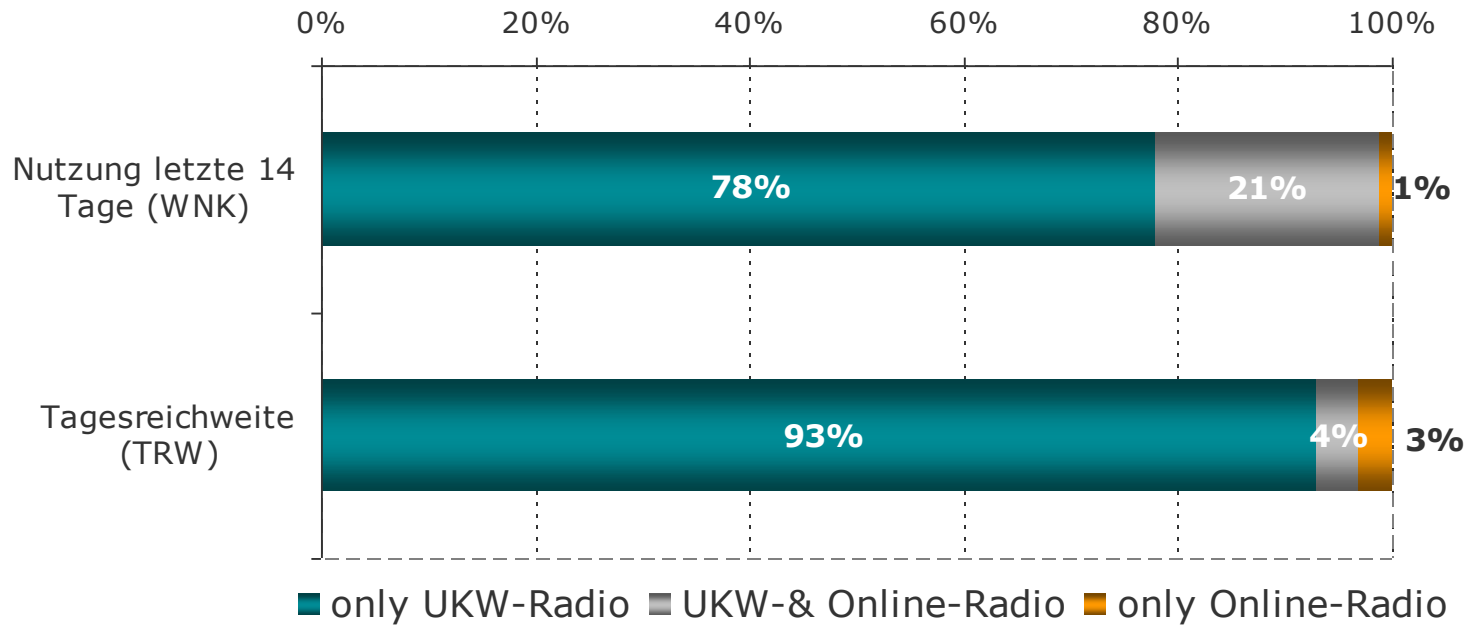
ZG 14-29 Jahre: Tagesreichweite von Simulcast und Webonly-Sendern im Netz



- ▶ Die Webonly-Sender haben bei den Jugendlichen einen höheren Anteil an der Online-Radionutzung als bei der Betrachtung der Zielgruppe Gesamt. Personal Radio wie z.B. Last FM spielen mit 0,5% Nutzung aber ebenfalls keine Rolle.

Nur ein Prozent der Hörer nutzen ausschließlich Online-Radio

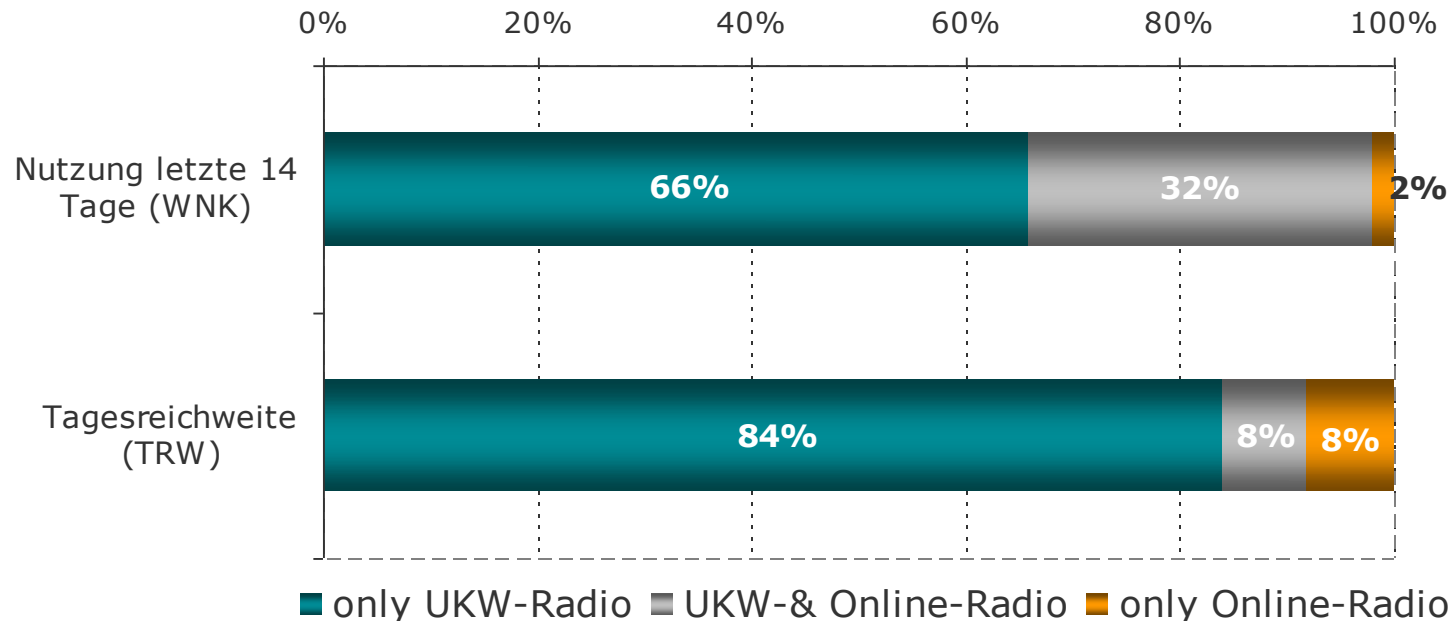
ZG Gesamt: Überschneidungen UKW-/Online-Radio



- ▶ Ein Fünftel der Radionutzer schaltet innerhalb von 2 Wochen Radio sowohl via UKW als auch via Online Radio ein. Nur ein Prozent hören Radio ausschließlich via Online.

Auch bei den Jungen findet das Hören via Online ergänzend zu UKW statt

ZG 14-29 Jahre: Überschneidungen UKW-/Online-Radio



- ▶ Knapp ein Drittel der jungen Radionutzer schaltet innerhalb von 2 Wochen Radio sowohl UKW als auch Online ein. Nur zwei Prozent hören Radio ausschließlich via Online.

2.) **WANN** wird Radio genutzt?

Wann wird via Online und wann via UKW Radio gehört?
Unterscheiden sich die Hörgewohnheiten?

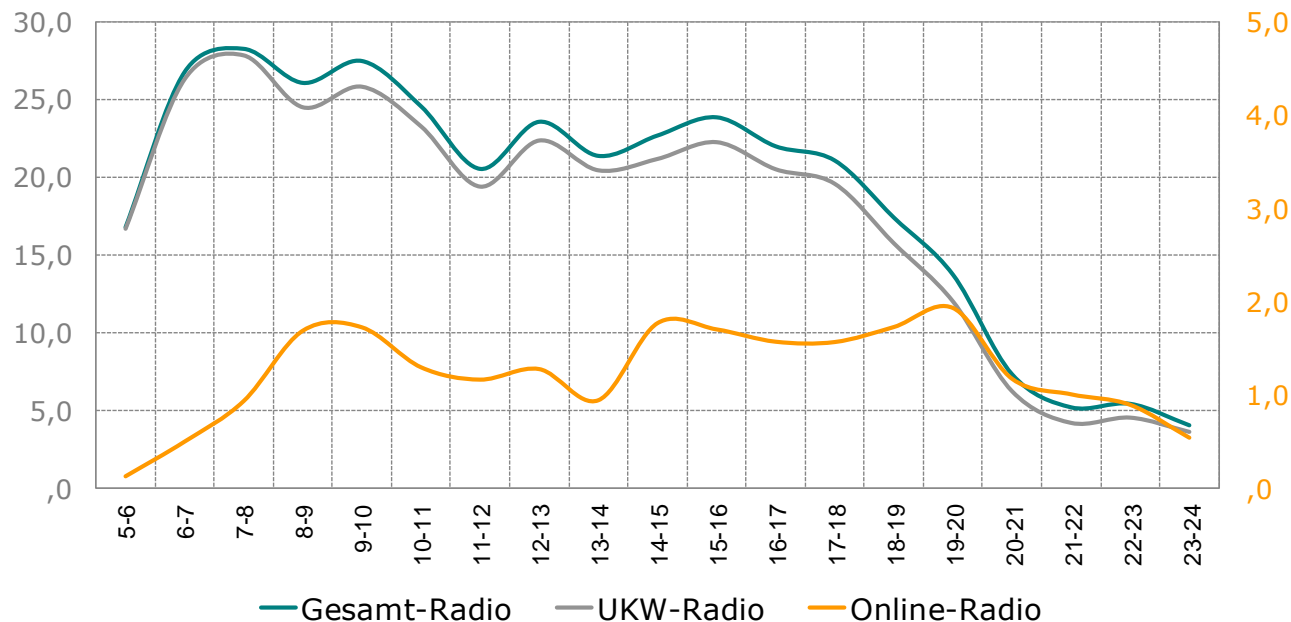
Die Keyfacts:

- ▶ Die Primetime von UKW-Radio ist morgens, die von Online-Radio abends.
- ▶ Webonly-Sender mit Special-Interest-Programmen werden überwiegend am Nachmittag und in den Abendstunden genutzt.
- ▶ Simulcast-Sender erreichen ihre Hörer auch verstärkt morgens während der Büroarbeit.



Primetime von Online-Radio ist abends zwischen 18 und 20 Uhr

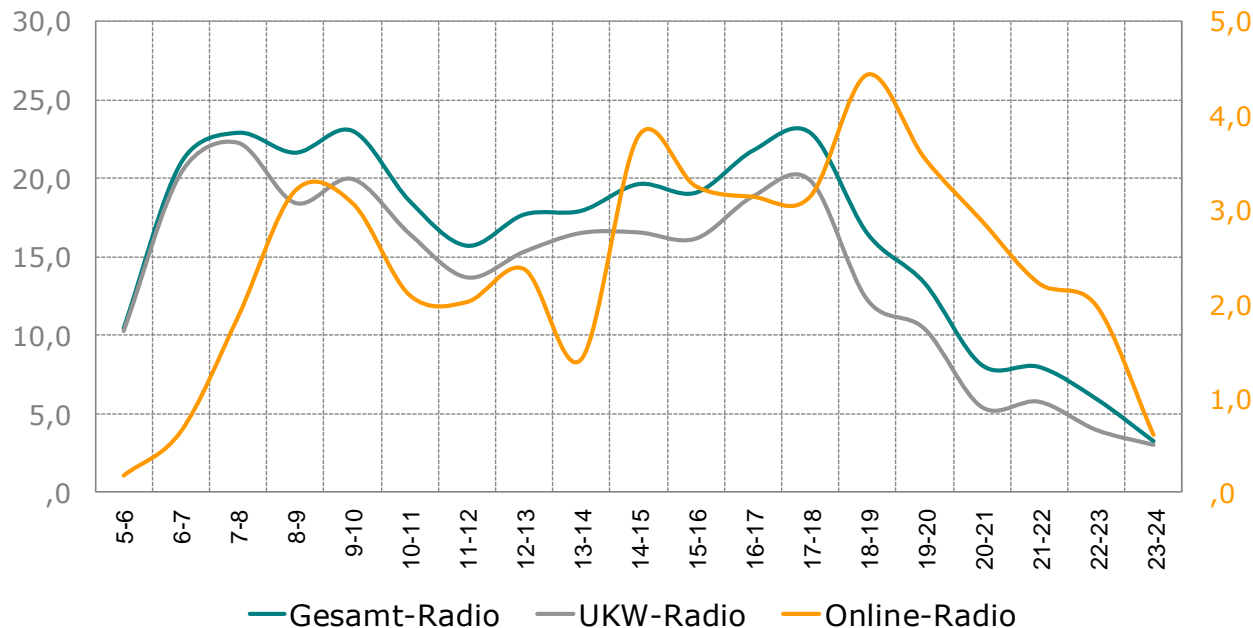
ZG Gesamt: Radionutzung über den Tag in Prozent. Logarithmische Darstellung, da die Werte für Online-Radio relativ gering sind.



- Der Nutzungsverlauf über den Tag von Online-Radio verläuft im Vergleich zur UKW-Nutzung untypisch. Nach einem Peak zwischen 8-10 Uhr schalten die Online-Radiohörer verstärkt nachmittags und abends ein. Dies lässt sich auf die Nutzung am heimischen und am Büro-PC zurückführen.

Online-Radionutzung bei den Jungen findet etwas später als die UKW-Nutzung statt

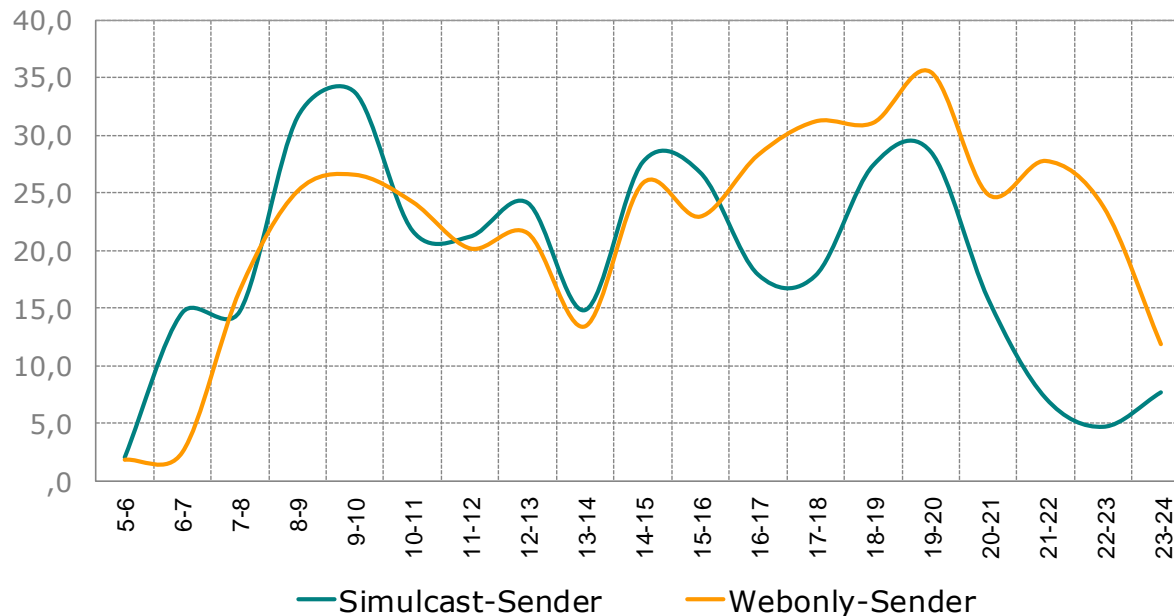
ZG 14-29 Jahre: Radionutzung über den Tag in Prozent. Logarithmische Darstellung, da die Werte für Online-Radio relativ gering sind.



- ▶ Der Nutzungsverlauf über den Tag von Online-Radio verläuft anders als der UKW-Nutzungsverlauf. Nach einem Peak zwischen 8-10 Uhr schalten die Online-Radiohörer verstärkt nachmittags und abends ein. Dies lässt sich auf die Nutzung am heimischen PC zurückführen.

Mit Morningshow und Nachmittagsprogramm erreichen UKW-Sender ihre Hörer auch online

ZG Gesamt nur Online-Radio: Radionutzung über den Tag in Prozent.



- ▶ Während Webonly-Sender mit Special-Interest-Programmen überwiegend am Nachmittag und in den Abendstunden ihre Hörer ansprechen, erreichen Simulcast-Sender ihre Hörer vor allem auch am Morgen.

3.) **WIE** wird Online-Radio genutzt?

Welche Empfangsgeräte werden für die Online-Radionutzung bevorzugt?

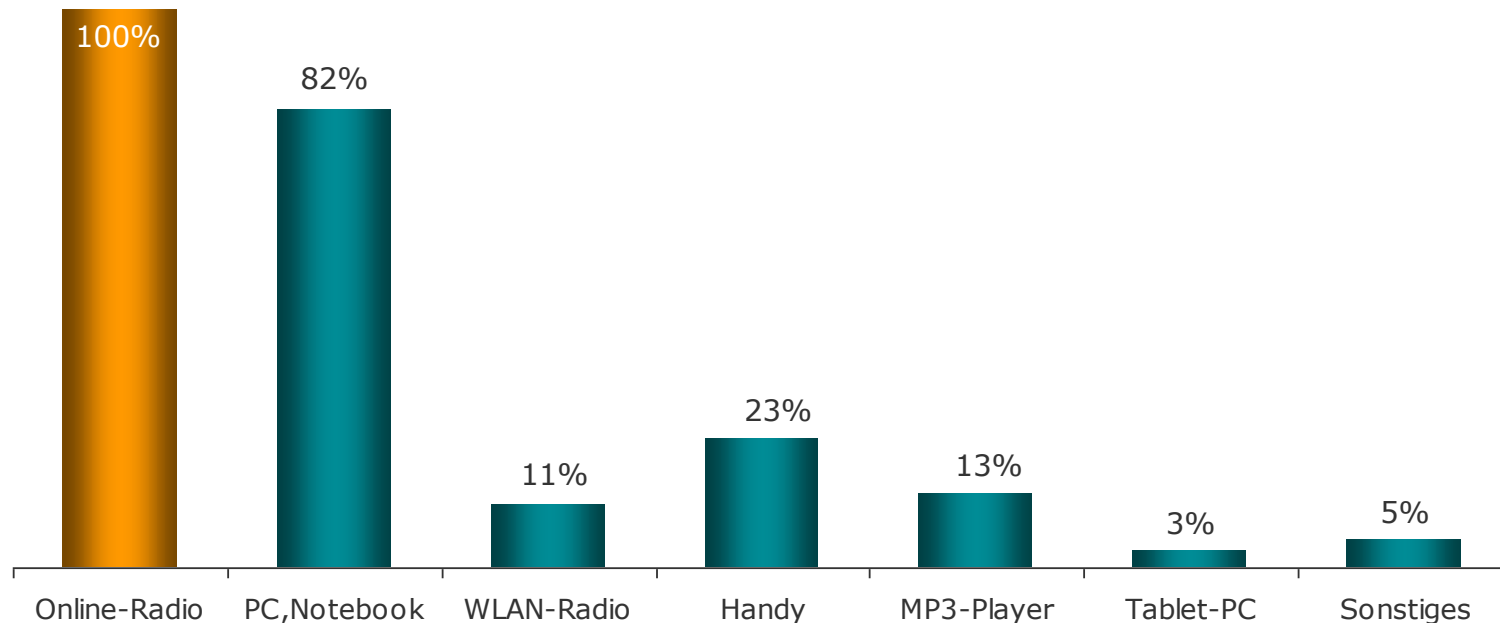
Die Keyfacts:

- ▶ 82% der Online-Radiohörer hören via PC.
- ▶ 23% der Online-Radiohörer nutzen zum Empfang das Handy.
- ▶ Kaum Unterschiede bei der Betrachtung der 14- bis 29-Jährigen.



Online-Radio wird hauptsächlich am PC gehört, Handy bzw. Smartphone auf Platz 2

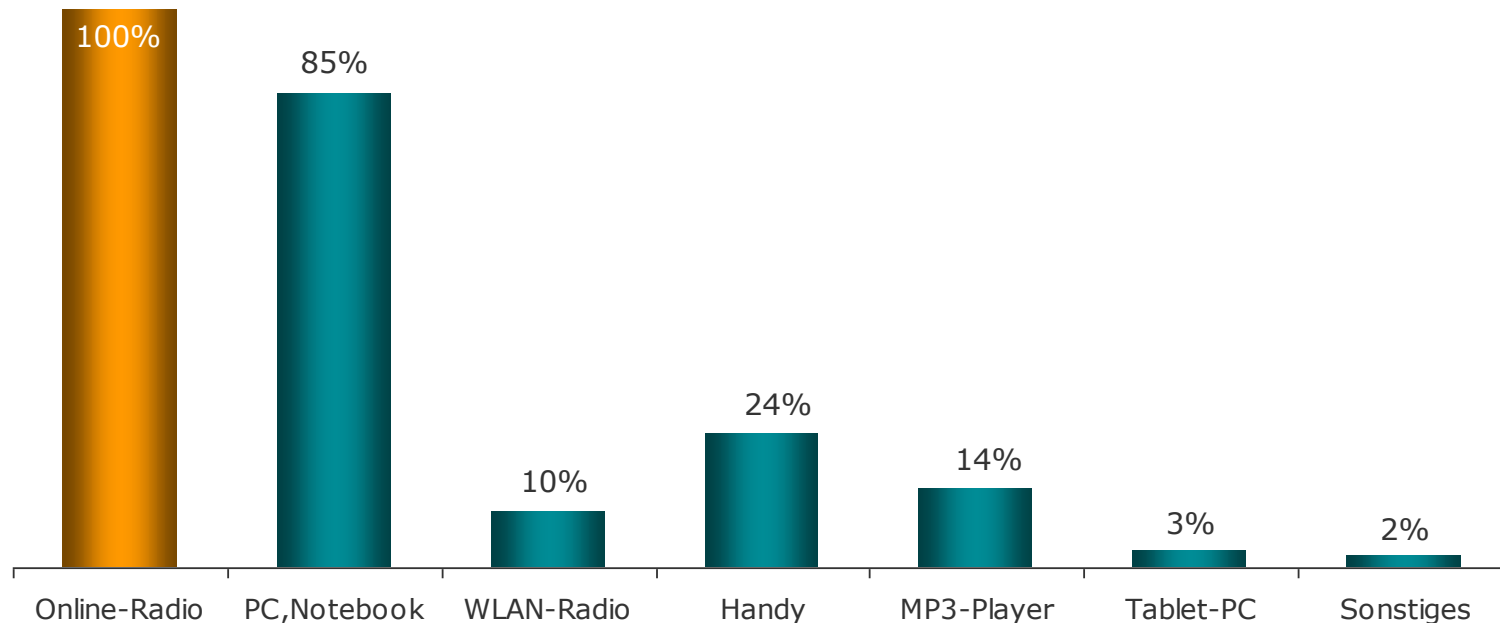
ZG Gesamt: Nutzung von Empfangsgeräten in Prozent der Online-Radiohörer innerhalb der letzten 14 Tage (WNK-Online).



- ▶ 23% der Online-Radiohörer haben in den letzten 2 Wochen via Mobiltelefon gehört.

Kaum Unterschiede bei den Jungen: Online-Radio wird hauptsächlich am PC gehört, das Handy auf Platz 2

ZG 14-29 Jahre: Nutzung von Empfangsgeräten in Prozent der Online-Radiohörer innerhalb der letzten 14 Tage (WNK-Online).



- ▶ 24% der 14-29-jährigen Online-Radiohörer haben in den letzten 2 Wochen via Mobiltelefon gehört.

4.) **WER** nutzt Online-Radio?

Wie sieht der der typische Online-Radiohörer aus?

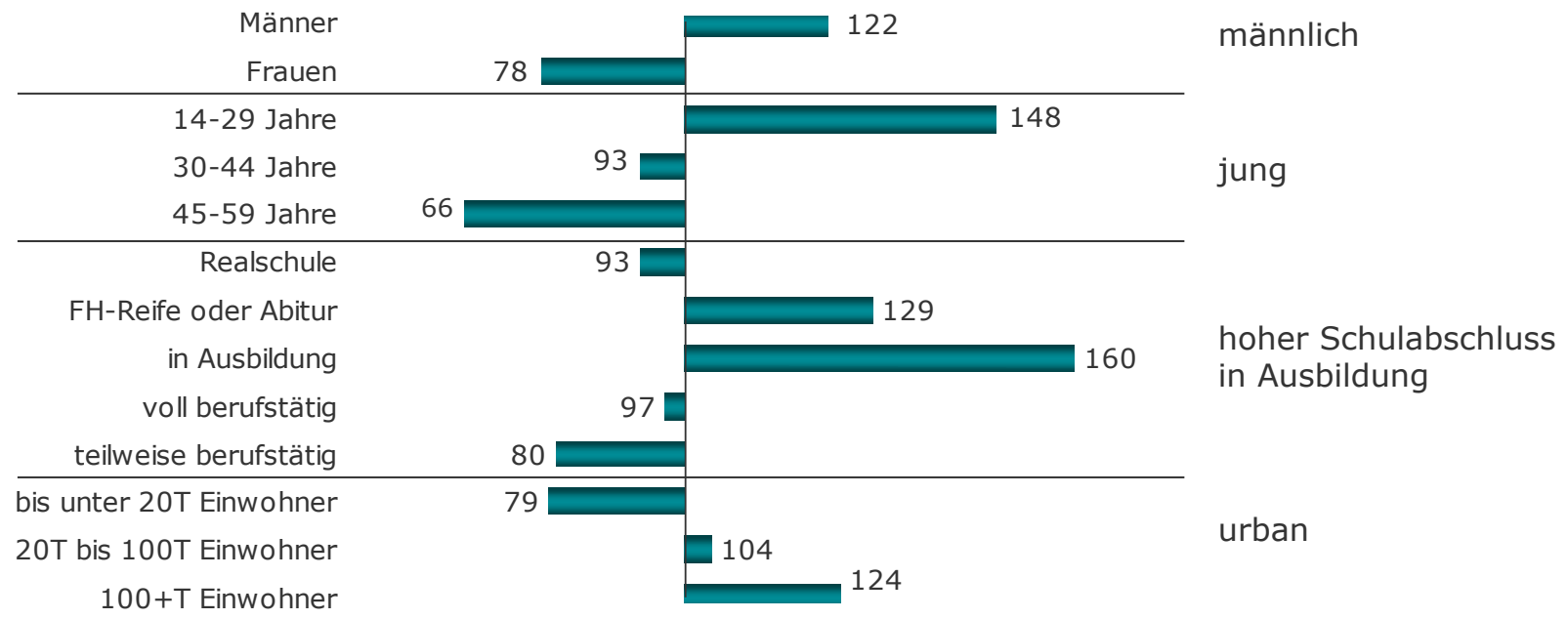
Die Keyfacts:

- ▶ Online-Radiohörer sind überwiegend männlich, jung, urban und noch in der Ausbildung.
- ▶ Unter den Smartphone-Besitzern hören doppelt so viele Radio via Online wie im Bundesdurchschnitt.
- ▶ Durch die rasant steigende Zahl der Smartphone-Nutzer steigt auch die Bedeutung der mobilen Radionutzung enorm an.



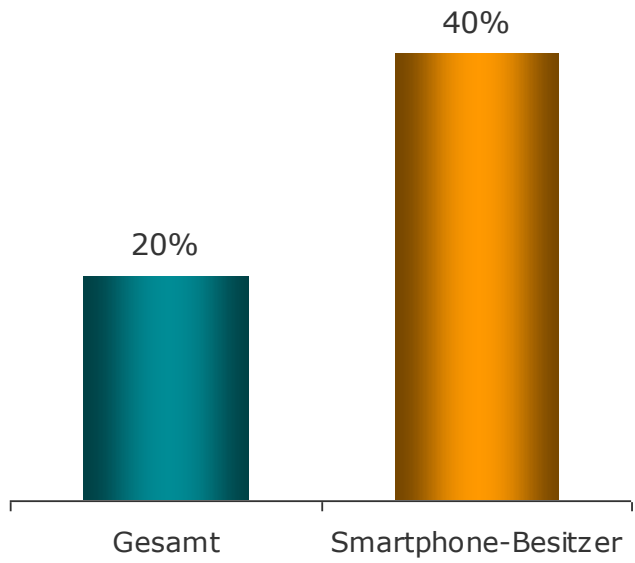
Online-Radiohörer sind überwiegend männlich, jung, urban und noch in der Ausbildung

Zielgruppenaufriss: Index auf Basis Online-Radiohörer der letzten 14 Tagen.



40% der Smartphone-Besitzer hören Online-Radio, doppelt so viele wie im Bundesdurchschnitt

ZG Gesamt: Nutzung von Online-Radio innerhalb der letzten 14 Tage (WNK-Online).



Besitz und Kaufabsicht Smartphone:

Gesamt:	
Besitz Smartphone:	17%
Kaufabsicht < 12 Monate:	12%
Steigerungserwartung:	+43%

14-29 Jahre:	
Besitz Smartphone:	28%
Kaufabsicht < 12 Monate:	22%
Steigerungserwartung:	+49%

- ▶ Mit steigendem Smartphone-Absatz innerhalb der nächsten Monate wird auch die mobile Radionutzung steigen. Vor dem Hintergrund einer deutlichen Wachstumsprognose kommt dem Smartphone für die Online-Radionutzung eine besondere Relevanz zu.

5.) **WARUM** wird Online-Radio genutzt?

Aus welchen Gründen wird Online-Radio eingeschaltet und nicht UKW?

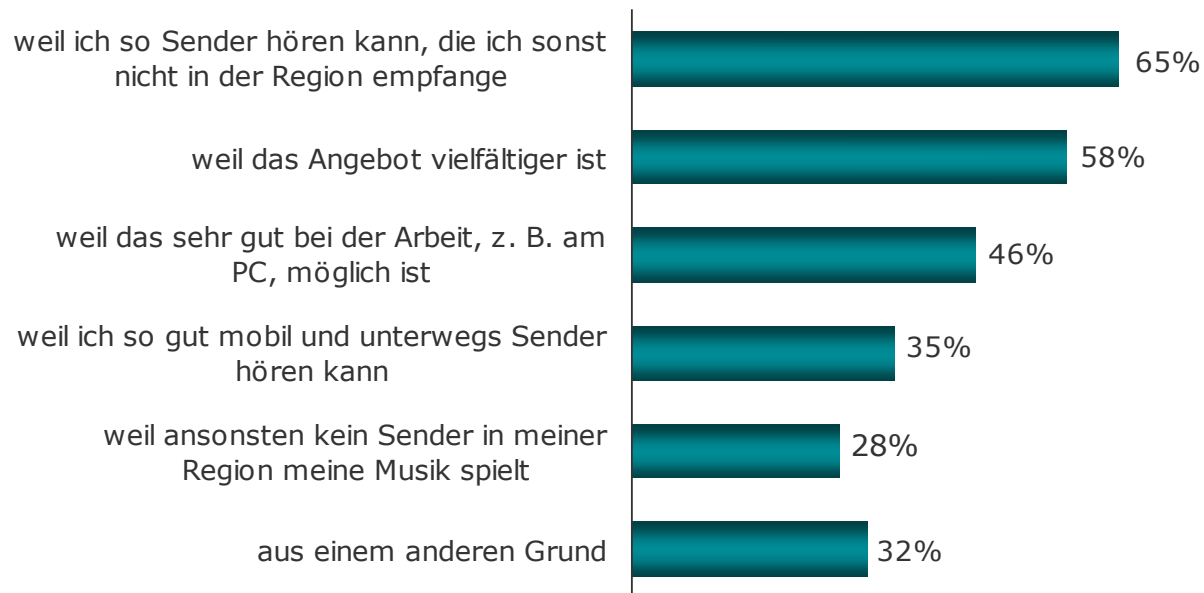
Die Keyfacts:

- ▶ Programmvielfalt und einfacher Empfang während der Arbeit am PC sind die Hauptgründe für Online-Radio.
- ▶ Hörer von Webonly-Sendern tun dies, da sie eine spezifische Musikrichtung hören wollen.
- ▶ Durch ein breiteres Musik- und Informationsspektrum finden im Web neue Hörer ihre Radioheimat.



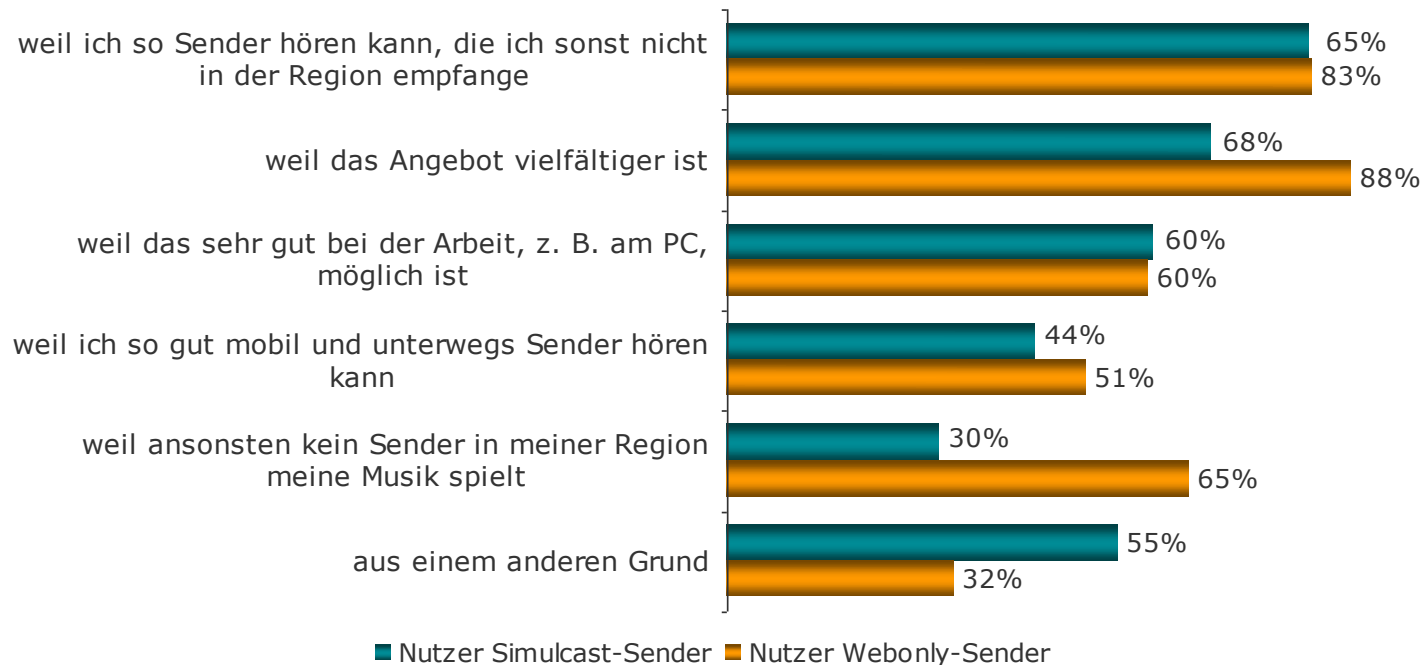
Programmvietfalt und einfacher Empfang während der Arbeit am PC sind die Hauptgründe für Online-Radio

Motive der Online-Radionutzung in Prozent auf Basis Online-Radiohörer der letzten 14 Tagen



Neue Hörer: Wer spezielle Musikrichtungen liebt, findet nunmehr Radioheimat bei Sendern im Netz

Motive der Online-Radionutzung in Prozent auf Basis Hörer gestern von Webonly-Sendern und Simulcast-Sendern.



- ▶ Die Webonly-Sender mit ihren zielgruppenspezifischen Programmen bieten Menschen, die früher ihre Musik hauptsächlich nur über CD hören konnten, ein Radioprogramm für ihre Vorlieben an.

Studiendesign

Projekt	UKW und Online-Nutzung von Hörfunk und Audiodiensten
Feldzeiten	16.05.2011 – 05.06.2011
Studiendesign	Repräsentative Querschnittsbefragung
Grundgesamtheit	Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland im Alter von 14 bis 59 Jahren
Stichprobenverfahren	Dual-Frame-Ansatz, Verhältnis 60:40 (Festnetz : Mobiltelefon) Tagesgleichverteilung
Fallzahl (Nettostichprobe)	Screening: 2.325 Fälle Hauptinterview: 1.000 Fälle, davon: 500 Fälle Online-Weitester Nutzerkreis / 500 Fälle UKW-Weitester Nutzerkreis
Erhebungsmethode	CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)
Auftraggeber	Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein, Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, RBC, Radiozentrale
Datenerhebung durch	FGM.Forschungsgruppe Medien GmbH
