

GOLDMEDIA
<h2>Die Zukunft des Radio</h2>
<p>Phononet Radioday, Hamburg 24.5.2016 Dr. Florian Kerkau, Goldmedia Custom Research GmbH</p>
<p>Goldmedia Custom Research GmbH Dr. Florian Kerkau Oranienburger Str. 27 10117 Berlin-Mitte Florian.Kerkau@Goldmedia.de</p>

GOLDMEDIA
<h2>Was ist eigentlich Radio? Von UKW zu Online-Audio...</h2>

Klassisches „Radio“ ist inzwischen Teil eines deutlich erweiterten komplexen „Audio-Universums“

Struktur und Elemente des Radio- und Audiouniversums (2014/2015)

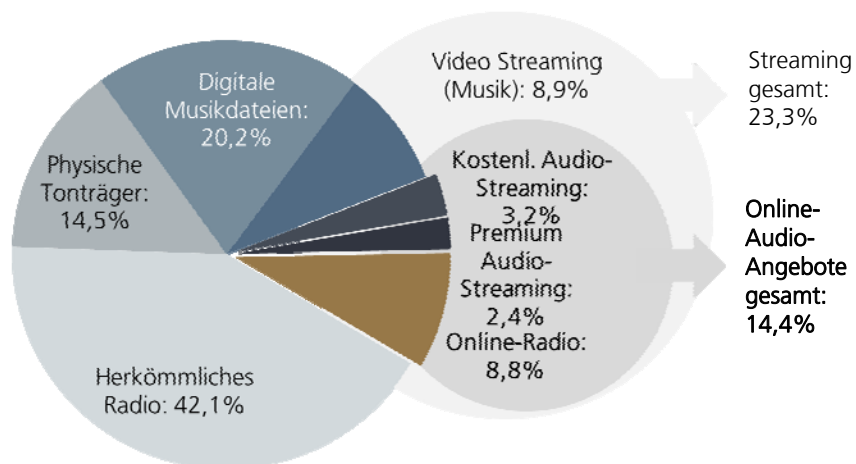


Quelle: Goldmedia, LfM Digitaltrends, Ausgabe 2014, S. 4-5
Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA

„Share of Ear“: Radio mit 42%, Online-Audio-Angebote machen rd. 14% des gesamten Musikhörens in Dt. aus

Prozentualer Anteil an der Gesamtzeit des Musikhörens in Deutschland, 1/2014



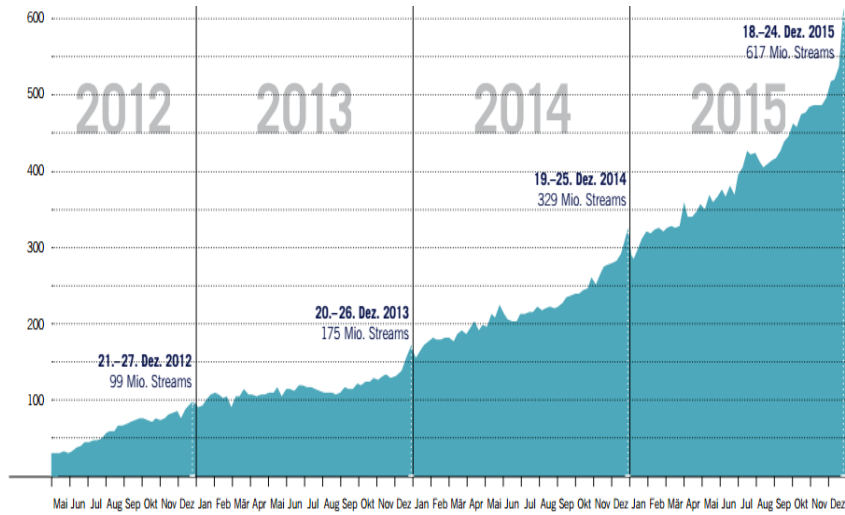
Quelle: respondi AG im Auftrag des Bundesverbandes Musikindustrie e.V. (BVMI), BVMI Jahresbericht 2013, Onlinerepräsentative Befragung im Januar 2014; n=1.000
Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA

4

Laut GfK Entertainment sind 2015 insgesamt 21,2 Mrd. Songs aus der Cloud konsumiert worden...

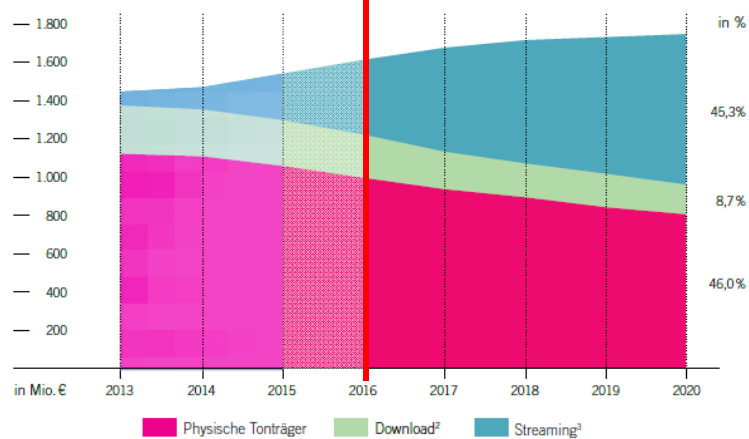
Musik-Streamingmarkt in Dt. (Premium u. werbefinanziert), Streamings pro Woche in Mio., Mai 2012-Dez. 2015



Quelle: Jahrbuch der Musikwirtschaft 2015, GfK Entertainment, Premium und werbefinanzierte Streams der Audio-Streaming-Plattformen, Marktdeckung ca. 96%
Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

Streaming etabliert sich als wichtigster Kanal der Musikindustrie

Umsatzanteile des gesamten Musikmarktes in Deutschland 2013-2020



²Single, Album, Video: a la carte-Downloads

³ Audio-Streaming-Services (Spotify, Napster, Deezer u.v.m.), werbefinanzierte Video-Streaming-Services, sonstiges Einkommen aus digitalen Geschäftsfeldern

Quelle: Bundesverband Musikindustrie; GfK Consumer Panels; Adaption der GfK-Musikmarktprognose 2015 auf Basis aktueller Daten und Expertenrunde im Februar 2016

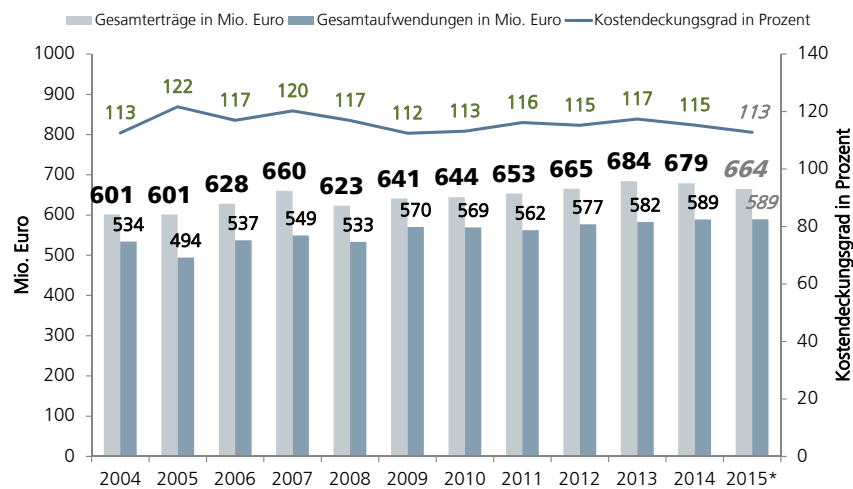
Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

Wirtschaftliche Entwicklung des Radios: Früher war alles einfacher!

Bildquelle: agentur-radiowerbung.de

Radiowerbeumsätze bleiben relativ stabil, Privatsender befürchten aber 2015 leichte Rückgänge

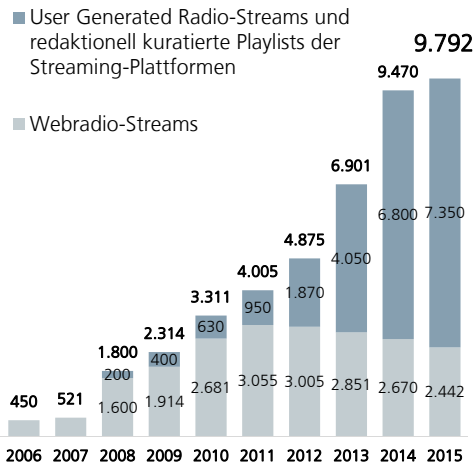
Geschäftsentwicklung privater Hörfunk in Deutschland 2004-2015*, in Mio. €, KDG in %



* 2015 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr, Kostendeckungsgrad (KDG) = Umsatz durch Aufwand * 100
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015

Webradio: Zahl der Online-Audio-Streams nähert sich der 10.000er-Marke – Zuwachs um 350 neue Angebote

Zahl der Online-Audio-Streams und professionellen Playlists in Dt. von 2006 bis 2015



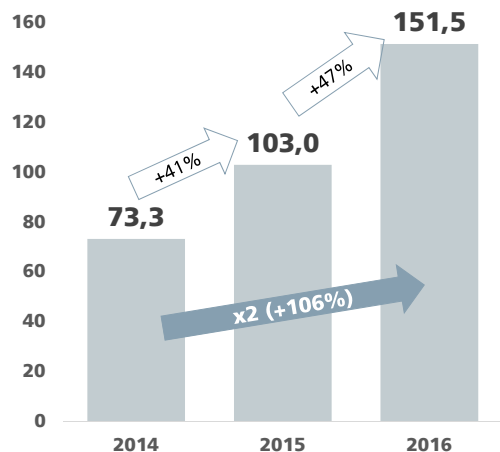
- Angebotswachstum hat sich 2015 verlangsamt, dennoch rund 350 neue Angebote ggü. 2014 (+3%)
- Konsolidierung bei klassischen Webradios schreitet weiter voran (-9% ggü. 2014)
- Weiterhin deutliches Wachstum bei den User Generated Radios und bei redaktionell kuratierten Playlists der Musik-Streaming-Dienste
- Strukturwandel wird erkennbar: Statt neuer Eigensender werden auf Plattformen immer mehr kuratierte Streams und Playlists bereitgestellt, die mit weniger technischem Aufwand vergleichbare Dienste ermöglichen

Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015 nach Webradiomonitor 2015
Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 9

Werbemarktprognose Online-Audio: Anbieter erwarten Verdopplung der Umsätze innerhalb von zwei Jahren

Marktwachstum Online-Audio-Werbemarkt (brutto) 2014-2016 in Mio. Euro in Deutschland

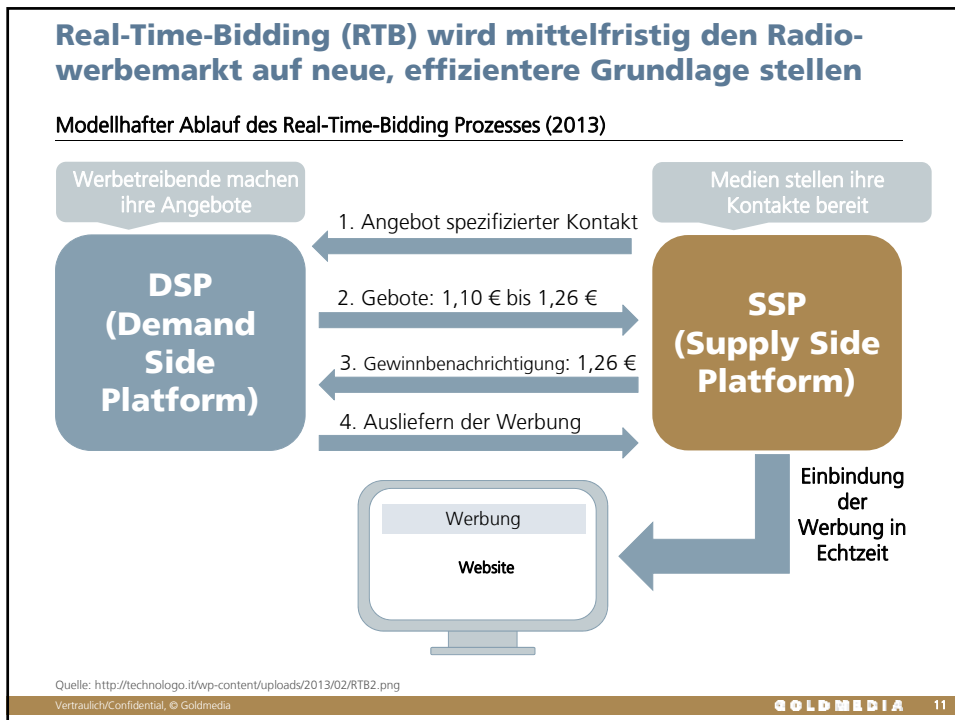


- Vor Abzug von Rabatten, Provision und Skonti lag der Brutto-Werbemarktumsatz für Werbung auf Online-Audio-Angeboten 2014 bei 73,3 Mio. Euro
- Im Durchschnitt erwarten die Anbieter ein Wachstum von 41% (2015) und weiteren 47% (2016)
- Damit wird insgesamt innerhalb von zwei Jahren eine Verdopplung des Werbemarktvolumens im Online-Audiomarkt erwartet
- Insb. Anbieter mit höherem Umsätzen erwarten 2016 ein noch stärkeres Wachstum als 2015

FAZIT: DER MARKT WÄCHST ALSO INGESAMT

Quelle: Webradiomonitor 2015
Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 10



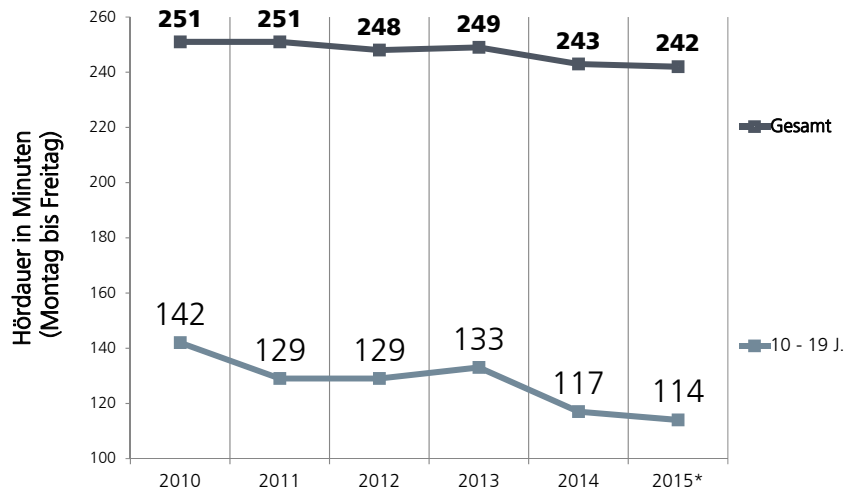
GOLDMEDIA

Und was wollen die Nutzer eigentlich?

Bildquelle: Fotolia.com

Laut Mediaanalyse ist Hörfunk praktisch das einzige klassische Medium mit nahezu konstanter Nutzung...

Entwicklung der Radio-Hördauer in Min. nach Alter in Dt. nach AG.MA 2010-2015, Mo.-Fr.



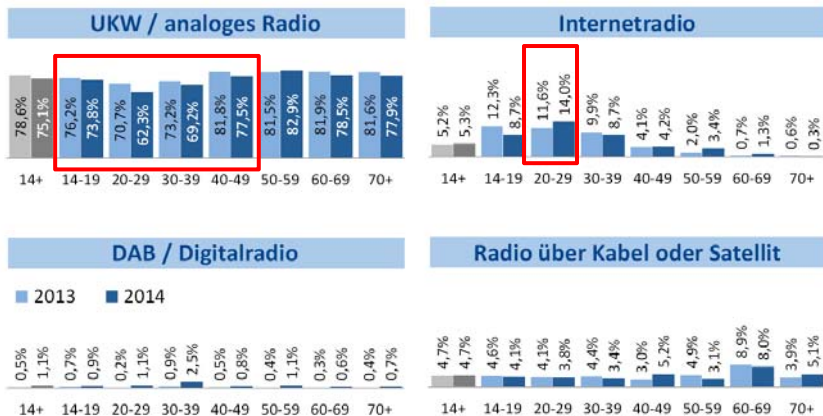
Quelle: AG.MA: ma 2010-2015 Radio II, Mo-Fr. | *nur ma 2015 Radio I

Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 13

Im Digitalisierungsbericht 2014 wird deutlich, dass Internetradio Aufmerksamkeit von UKW abzieht

Nutzung von verschiedenen Radiodistributionswegen nach Alterskohorten (9/2014) in Dt.



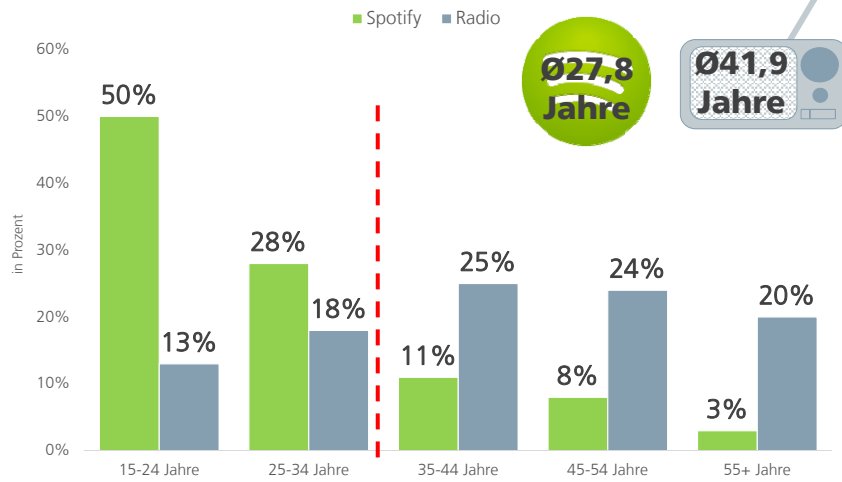
Quelle: Digitalisierungsbericht 2014, Basis: 70,326 Mio. Pers. ab 14. J.

Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 14

Spotify wird von jungen Zielgruppen genutzt, erst ab 35 Jahren wird klassisches Radio bevorzugt

Gesamtnutzung von Spotify vs. Radio nach Alter in Deutschland 2015, in Prozent der Bevölk.



Quelle: Goldmedia Analyse 2015 nach: Spotify & TNS Research, Mai 2015
 Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 15

GOLDMEDIA

Podcast- Angebot ohne Nutzung?

Bei den Top-Podcasts in Deutschland dominieren öffentlich-rechtliche und Lernangebote

Top 20 Podcasts bei iTunes am 11.04.2016

1	Sanft & Sorgfältig radioeins New #1! Up 2 places from #3	iTunes
2	WDR ZeitZeichen Down 1 place, 526 days on the chart	iTunes
3	Hintergrund - Deutschlandfunk Up 4 places, 350 days on the chart	iTunes
4	Lerne Psychologie Up 7 places from #11	iTunes
5	6 Minute English Up 8 places from #13	iTunes
6	Radio Bremen: As Time Goes By - die Chronik Down 4 places, 2 days on the chart	iTunes
7	ARD Radio Tatort Up 2 places, 334 days on the chart	iTunes
8	SWR2 Wissen Up 9 places from #17	iTunes
9	Das Erste - Anne Will Re-entry	iTunes
10	Einschlafen Podcast Up 14 places from #24	iTunes
11	Fitness mit M.A.R.K. Podcast: Abnehmen Muskelaufbau Ernährung Motivation Up 8 places from #19	iTunes
12	Wer will der kann Up 58 places from #70	iTunes
13	Quarks & Co - zum Mitnehmen Down 7 places from #20	iTunes
14	WDR Hörspiel-Speicher Up 7 places from #21	iTunes
15	ZDFneo - "NEO MAGAZIN ROYALE" Up 8 places from #23	iTunes
16	radioWissen - Bayern 2 New Entry, 325 days on the chart	iTunes
17	Sendung mit der Maus - zum Mitnehmen Up 9 places from #22	iTunes
18	Notizbuch - Service - Bayern 2 Down 14 places from #4	iTunes
19	Zeit für Bayern - Bayern 2 Down 14 places from #5	iTunes
20	Dirk Kreuters Vertriebsoffensive Up 8 places from #28	iTunes

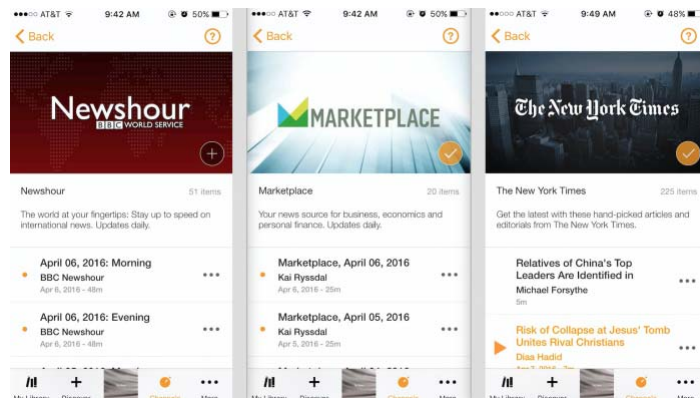
Quelle: <http://www.itunescharts.net/ger/charts/podcasts/current/> für den 11.04.2016

Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 17

Amazon-Tochter Audible baut Podcast-Angebot auf (zunächst in den USA)

„Channels“-Bereich der Audible-App (Beta, USA, 04/2016)



Quelle: buchreport.de

Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 18

Erste Staffel der Podcast-Serie *Serial* mit über 100 Mio. Abrufen seit 2014, 2. Staffel 12/2015, 3. kommt 2016

Screenshot Serial Season 1



Quelle: <https://serialpodcast.org>

Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 19

GOLDMEDIA

Zukunft des Radios

**Neue Endgeräte
sorgen für weitere
Reichweitensteigerungen?**

**Google Home reagiert auf
Sprachbefehle und kann Musik
von Pandora, Tunes oder Spotify
wiedergeben**

Embedded Systems: BWM baut eigene App-Plattform auf und kooperiert mit Drittanbietern

Funktionsweise von BMW Connected Drive



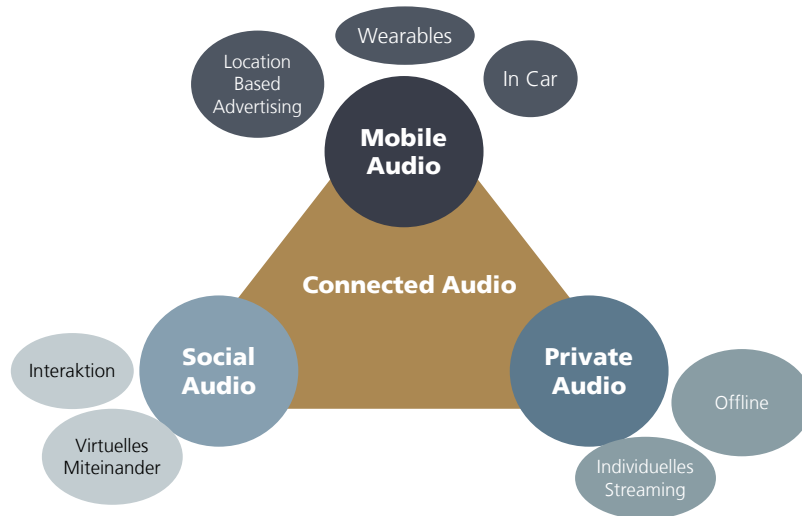
- Eigene BWM-Apps über integrierte SIM-Karte und Modem auch ohne Smartphone nutzbar: Navigation, Park-Info, Wetter etc.
- Teilweise bereits integrierte Apps von Drittanbietern: Google Maps, Apple Siri, Yelp, Kicker
- Online Entertainment: Kooperation mit Musik-Flatrate-Anbietern (Napster)
- Durch zusätzliche Verbindung mit Smartphone können weitere BMW-kompatible Apps genutzt werden (Amazon Music, Audible, Spotify)

Quelle: Goldmedia Analyse 2015
Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 23

Konnektivität wird zentraler Faktor für künftige Entwicklungen im Audibereich

Dimensionen der künftigen Entwicklung im Audibereich



Quelle: Goldmedia Analyse

Vertraulich/Confidential, © Goldmedia

GOLDMEDIA 24

GOLDMEDIA

Dr. Florian Kerkau | Goldmedia Custom Research GmbH | Florian.Kerkau@Goldmedia.de

Vielen Dank!