

Medien

# UKW/DAB+-Umstellung und der bayerische Radiomarkt

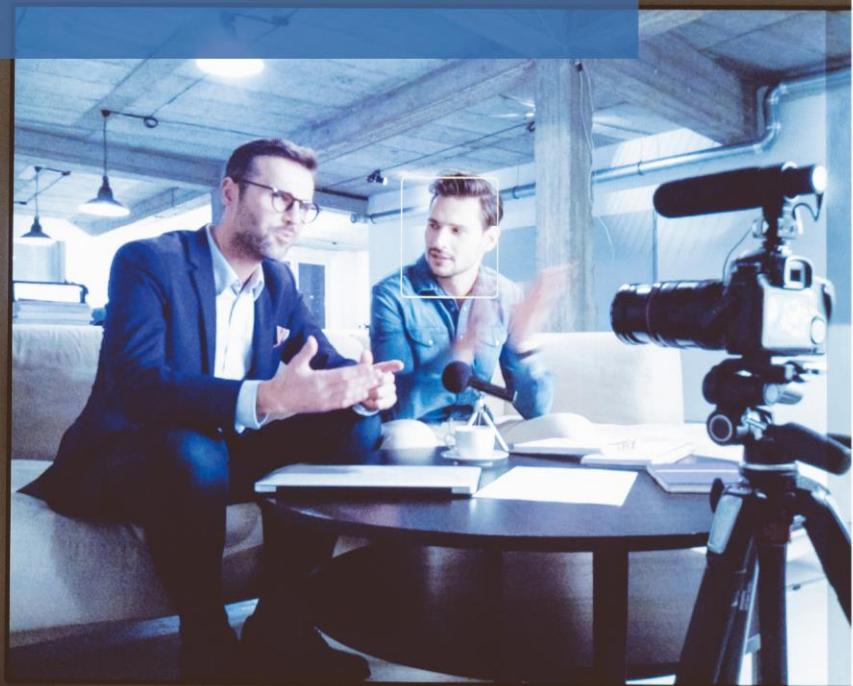
vbw

Studie

Stand: November 2023

Eine vbw Studie, erstellt von Convergent Media Consulting

Die bayerische Wirtschaft



Hinweis

Zitate aus dieser Publikation sind unter Angabe der Quelle zulässig.

## Vorwort

### Ökonomische Effekte eines Umstiegs von UKW auf DAB+

Die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. hat die am 30. Juni 2025 auslaufenden UKW-Zuweisungen der bayerischen Privatrado-Unternehmen und die laufende Diskussion rund um die Migration zu DAB+ zum Anlass genommen, bei Convergent Media Consulting eine neutrale, ergebnisoffene in Auftrag zu geben.

Mit dieser Untersuchung soll analysiert werden, wie sich ein Umstieg auf DAB+ in wirtschaftlicher Hinsicht auf Programmveranstalter, Publikum und Werbewirtschaft in verschiedenen Szenarien auswirken kann und wie ein optimales Transformationsszenario aussehen könnte. Hierzu wurden auch Fallbeispiele aus Großbritannien, der Schweiz und Norwegen herangezogen, da der Umstieg von UKW auf DAB+ und Radiostreaming dort in gleicher oder ähnlicher Weise zu bewältigen war.

Zudem wurde der Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhaben anhand zentraler Faktoren wie Haushaltsausstattung mit DAB+-Geräten, Programmangebot sowie Tagesreichweite und Nutzung analysiert, auch auf Basis einer eigens durchgeführten Befragung. Ein besonderer Fokus lag auf der Frage, welche Rolle alternative internetbasierte Angebote wie das Audio-Streaming spielen. Aus alledem wurden Entwicklungsszenarien für eine erfolgreiche Transformationsstrategie abgeleitet.

Wie die Entscheidung aufgrund der Komplexität des Prozesses und der möglichen Alternativen im Detail letztlich auch ausfällt – sie muss aus unserer Sicht in jedem Fall geeignet sein, einen leistungsstarken, zukunfts- und wettbewerbsfähigen Medienstandort Bayern zu erhalten. Mittlerweile wurde mit Blick auf dieses Ziel auch im Koalitionsvertrag von CSU und Freien Wählern vom 26. Oktober 2023 einer vorschnellen Abschaltung von UKW eine Absage erteilt. Mit unserer Studie wollen wir einen sachlichen und fundierten Beitrag zur Ausgestaltung des weiteren Vorgehens leisten.

Bertram Brossardt  
09. November 2023



# Inhalt

<b>Management Summary</b>	<b>1</b>
<b>1 Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens</b>	<b>8</b>
1.1 Technische Voraussetzungen	8
1.1.1 DAB+-Senderinfrastruktur	8
1.1.2 Haushaltsausstattung mit DAB+ Geräten	10
1.2 Programmangebot und Nutzung	13
1.2.1 Programmangebot	13
1.2.2 Tagesreichweite und Nutzung	14
1.3 Regulierung	20
1.3.1 Privatsender	20
1.3.2 Bayerischer Rundfunk	22
1.4 Beobachtungen und Schlussfolgerungen	23
1.5 Fazit Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens	24
<b>2 Markt und Wettbewerb</b>	<b>25</b>
2.1 Wirtschaftliche Entwicklung	26
2.2 Verbreitungskosten	29
2.3 Wettbewerb in Bayern	33
2.4 Substitutionswettbewerb	36
2.4.1 Hörerinnen und Hörer	37
2.4.2 Behörden und Automobilhersteller	40
2.4.3 Werbemarkt	41
2.5 Beobachtungen und Schlussfolgerungen	42
2.6 Fazit Markt und Wettbewerb	43
<b>3 Radio- und Audio-Nutzungsverhalten</b>	<b>44</b>
3.1 Nutzungsverhalten und Wettbewerb	44
3.1.1 Radionutzung und Tagesreichweiten	45
3.2 Nutzungsverhalten und Transformationserfolg	49
3.2.1 Individuelle Entscheidungsprozesse für DAB+	49
3.2.2 Nutzung und Veränderungen im Nutzungsverhalten	54

3.3	Beobachtungen und Schlussfolgerungen	64
3.4	Fazit Radio- und Audio-Nutzungsverhalten	65
<b>4</b>	<b>Internationale Fallbeispiele</b>	<b>66</b>
4.1	Leitfragen der Fallbeispielanalyse	66
4.2	Norwegen	67
4.3	Schweiz	74
4.4	Großbritannien	82
4.5	Beobachtungen und Schlussfolgerungen	91
4.6	Fazit Internationale Fallbeispiele	92
<b>5</b>	<b>Entwicklungsszenarien der UKW/DAB+-Migration in Bayern</b>	<b>93</b>
5.1	Grundlegende Annahmen	93
5.2	Übersicht der untersuchten Szenarien	94
5.3	Entwicklung der Audionutzung, Marktanteile und Werbung	95
5.3.1	Szenario 1: Kontinuität	95
5.3.2	Szenario 2: Konsolidierung	96
5.3.3	Szenario 3: Disruption	97
5.3.4	Fazit	99
5.4	UKW-Kostenentwicklung	99
5.4.1	Einfluss der UKW-Verbreitungskosten auf Radioanbieter	100
5.4.2	Fazit	101
5.5	DAB+-Geräteausstattung und -Nutzung	102
5.5.1	DAB+-Geräteausstattung	102
5.5.2	DAB+-Nutzung von Radioprogrammen	104
5.5.3	Fazit	108
5.6	UKW-Ausstieg und Abschaltkriterien	109
5.6.1	Einfluss von Reichweitenverlusten	109
5.6.2	Abschaltkriterien und Orchestrierung der Abschaltung	110
5.6.3	Fazit	112
5.7	Beobachtungen und Schlussfolgerungen	112
5.8	Fazit Entwicklungsszenarien	113

6	Conclusio	114
	Literaturverzeichnis	117
	Verzeichnis der Interviews	121
	Ansprechpartner/Impressum	122





# Management Summary

Der Migrationsprozess von UKW zu DAB+ steht vor erfolgskritischen Weichenstellungen, die über die Zukunft des Radiomarkts Bayern entscheiden

## Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

Im Jahr 2023 hat Bayern erhebliche Fortschritte im Migrationsprozess von UKW zu DAB+ und Streaming erreicht, es zeigen sich aber auch Herausforderungen.

### **DAB+-Senderinfrastruktur und Programmangebot**

- Der Aufbau eines flächendeckenden DAB+-Sendernetzes mit fast 100 Prozent technischer Reichweite in Bayern wurde erfolgreich abgeschlossen.
- Alle UKW-Programme werden auch über DAB+ im Simulcast verbreitet.

### **Haushaltsausstattung mit DAB+-Geräten und Nutzung**

Die Entwicklung von Geräteausstattung und DAB+-Nutzung zeigte in den letzten Jahren eine steigende Tendenz, aber auch beachtliche Risiken für den weiteren Migrationsfortschritt:

- DAB+-Geräte sind in 2,6 Millionen bayerischen Haushalten vorhanden (41 Prozent aller Haushalte).
- Die Nutzung von DAB+-Radioprogrammen hat sich seit 2018 verdoppelt, liegt jedoch immer noch etwa 25 Prozentpunkte unter der von UKW.
- Die Konkurrenz durch alternative Audiostreamingangebote wie Spotify und Apple Music nimmt zu.
- Der Verbreitungsgrad von DAB+-Geräten ist zwar fortgeschritten, aber die Nutzung und Reichweite sind immer noch unter den erforderlichen Werten für einen reibungslosen UKW-Ausstieg.

### **Herausforderungen**

- Die Festlegung sinnvoller Kennzahlen und zu erreichender Schwellenwerte, die potenzielle Nachteile für den bayerischen Radiomarkt und den Medienstandort Bayern aufgrund eines zum falschen Zeitpunkt durchgeführten UKW-Ausstiegs abmildern oder ganz vermeiden könnten.
- Ein für Bayern passendes ausgewogenes Maßnahmenpaket zu konzipieren und umzusetzen, dass die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Radiounternehmen und die Vielfalt der Radioprogramme sicherstellt, während gleichzeitig der Übergang zu DAB+ und Streaming orchestriert wird.

## Markt und Wettbewerb

Der bayerische Radiomarkt im Jahr 2023 steht vor wirtschaftlichen Herausforderungen, darunter eine rückläufige Nachfrage nach Radiowerbung und die finanzielle Belastung für kleine Lokalradios durch Verbreitungskosten.

### Umsatzentwicklung

- Zwischen 2017 und 2021 stagnierten die Werbeumsätze bayerischer Privatradios und der auch von Werbung kofinanzierten Radioprogramme des BR.
- Nach einer leichten Erholung in der Werbekonjunktur Ende 2022 wird eine tendenziell rückläufige Umsatzentwicklung ab 2023 erwartet.

### Entwicklung der Profitabilität

- Die Profitabilität bayerischer Privatradios hat abgenommen, teilweise aufgrund der Pandemie.
- Zwischen 2019 und 2021 verschlechterte sich die Umsatzrendite, auch bei profitablen Radioanbietern.

### Verbreitungskosten

- Verbreitungskosten sind für kleinere Lokalradioanbieter eine erhebliche finanzielle Belastung.
- In einigen Fällen übersteigen sie den Jahreserlös um ein Vielfaches oder machen einen hohen prozentualen Anteil an den Umsatzausschüttungen der nationalen Werbevermarktung aus.

### Wettbewerb in Bayern

- Es gab keine signifikanten Marktanteilsverschiebungen unter den bayerischen Radioanbietern.
- Die zunehmende Nutzung von bundesweiten DAB+-Programmen geht jedoch zulasten der bayerischen Radios.
- Die durch die bundesweiten Radioprogramme gestiegene DAB+-Programmvierfalt beeinflusst Reichweiten und Werbeumsätze der bayerischen Radioanbieter.

### Substitutionswettbewerb

- Radio steht in einem intensiven Wettbewerb mit globalen Technologieunternehmen.
- Die Plattformen der Technologieunternehmen bieten zwar über die eigenen Streaming-Apps auch bayerischen Radioanbietern einen Zugang zum Hörer. Dieser ist jedoch nicht diskriminierungsfrei, da die Radioanbieter-Apps im Vergleich zu marktführenden Audio-streaming-Diensten schwieriger in App-Stores auffindbar sind.

### Fazit Markt und Wettbewerb

- Die Wettbewerbsposition des Radios ist herausfordernd. Die geplante Umstellung von UKW auf DAB+ und Streaming erfordert entschlossene Anstrengungen und Veränderungen der Rahmenbedingungen.

- Der weitere Umgang mit UKW im Migrationskonzept wird entscheidend sein, um den bayerischen Radiomarkt und den Medienstandort Bayern auch zukünftig im innerbayerischen, nationalen und internationalen Wettbewerb richtig aufzustellen.
- Die Transformation von UKW auf DAB+ und Streaming erfordert unternehmerisches und medienpolitisch-regulatorisches Engagement. Es muss geklärt werden, ob ein UKW-Ausstieg notwendig ist und falls ja, wann dieser, ohne substantielle wirtschaftliche und angebotsseitige Auswirkungen auf den bayerischen Radiomarkt möglich wäre.

## Nutzungsverhalten

Die Analyse des Nutzungsverhaltens der Radio- und Audio-Hörer in Bayern bietet wertvolle Einblicke in das aktuelle und zukünftige Verhalten des Publikums im Migrationsprozess von UKW zu DAB+ und Streaming.

### Tagesreichweite und Nutzung

- Die Tagesreichweite und Nutzung von Radio sind in allen Altersgruppen rückläufig.
- Besonders stark ist der Rückgang bei den 14-29 Jährigen und 40-49 Jährigen.
- Dies deutet darauf hin, dass die Bedeutung von Radio im Alltag der Menschen in Bayern zwar noch hoch ist, aber langfristig abnehmen könnte.

### Installierte Basis

- Obwohl 90 Prozent der Bevölkerung DAB+ kennt, planen nur acht Prozent der Haushalte ohne DAB+ Geräte den Kauf in den kommenden zwölf Monaten.
- Radiohören oder alternative Empfangsmöglichkeiten sind kein gängiges Gesprächsthema, was die Herausforderungen bei der Kommunikation von DAB+ verdeutlicht.

### UKW-Abschaltung

- Selbst bei einer UKW-Abschaltung würden nur etwa ein Drittel der bislang DAB+-abstinenten Befragten ein DAB+-Radio kaufen.
- Die Mehrheit plant, nach dem Ende von UKW auf Streaming oder alternative Audioangebote umzusteigen.
- Die UKW-Abschaltung allein wird wahrscheinlich nicht ausreichen, um DAB+ signifikant zu fördern.

### Nutzungsort

- "Zuhause" ist der wichtigste Nutzungsort für Radioprogramme, sowohl für UKW, DAB+ als auch Streaming.
- Maßnahmen zur Förderung von DAB+ sollten sich auf den Bereich "Zuhause" konzentrieren, da hier die Nutzung am höchsten ist.

### Effekte des vergrößerten Programmangebots

- Das erweiterte Programmangebot von DAB+ und Streaming hat nur bei etwa 25 Prozent der Bevölkerung zu Veränderungen im Nutzungsverhalten geführt.
- Die meisten Hörerinnen und Hörer halten an ihrem bisherigen Nutzungsverhalten fest.

## Vertrauen und Relevanz

- Zwei Drittel der Bevölkerung betrachten DAB+, UKW und Streaming als gleichwertig in Bezug auf Informations- und Unterhaltungsangebote.
- Unterschiede in der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit und Relevanz lassen sich auf die tendenziell schwierigere Auffindbarkeit individuell relevanter Programme auf Plattformen mit größerem Programm- und Audioinhalte-Angebot zurückführen.

## Fazit

- Die bisherige Strategie, DAB+ einzuführen und zu erwarten, dass die DAB+-Programmennutzung der Bevölkerung sich von selbst entwickeln wird, ist an ihre Grenzen gestoßen.
- Es ist unwahrscheinlich, dass die Abschaltung von UKW automatisch zu einem Umstieg auf DAB+ führt, insbesondere da Streaming eine attraktive Alternative darstellt.
- Maßnahmen im Rahmen der Migrationsstrategie sollten sich stärker auf die Erwartungen und Vorteile für das Publikum konzentrieren, insbesondere für diejenigen, die bisher keine DAB+-Geräte nutzen.
- Eine aktivere Kommunikation der Vorteile von DAB+ gegenüber UKW und Streaming ist entscheidend, um eine breite Akzeptanz und Nutzung zu fördern, da selbst DAB+ zufriedene Hörerinnen und Hörer über ihre positiven Nutzungserfahrungen nicht mit anderen sprechen.

## Internationale Fallbeispiele

Die Analyse der Radiomärkte und UKW/DAB+-Migrationsvorhaben in Norwegen, der Schweiz und Großbritannien liefert wichtige Erkenntnisse, die bei der Gestaltung alternativer Entwicklungsstrategien für den bayerischen Radiomarkt von Bedeutung sind.

## Gerätepopulation

- In zwei der untersuchten Länder stagniert die DAB+-Gerätepopulation oder geht zurück.
- Dies ist vor allem in jenen Gebieten der Fall, in denen gutes und kostengünstiges Festnetzinternet verfügbar ist, Smart Speaker Lösungen aggressiv vermarktet werden und ein breites Radio- und Audiostreaming-Angebot existiert.
- Es zeigte sich dort, dass monofunktionale DAB+-Geräte in jüngeren Altersgruppen weniger geschätzt werden als multifunktionale Geräte – ein Risiko, das auch für Bayern relevant ist.

## Tagesreichweite von Radio

- Die Tagesreichweiten des Radios sind in Norwegen und der Schweiz bereits stärker zurückgegangen als in Bayern.
- Besonders in jüngeren Altersgruppen ist der Rückgang deutlich höher. Diese hören stattdessen im größeren Umfang Musik von Audiostreaming-Plattformen.
- Radiostreaming über das Internet kann diese Verluste nicht ausgleichen.

## Nutzung von Radio

- Die Entwicklung der Radionutzung variiert in den untersuchten Ländern.
- In Norwegen und Großbritannien ist die Radionutzung nach der UKW-Abschaltung auf dem gleichen Niveau wie zuvor.
- In Großbritannien zeigt sich besonders deutlich die wachsende Smart Speaker Gerätepopulation, deren Radionutzungsanteil heute nur knapp unter DAB+-Niveau liegt.
- In der Schweiz sinkt das Niveau der DAB+-Nutzung trotz erfolgreicher Markteinführung, da mehr Menschen Radio- und Audiostreaming verwenden.
- An den Fallbeispielen hat sich gezeigt, dass die Radiomarktteilnehmer nur begrenzte Möglichkeiten haben, das Nutzungsverhalten der Hörerinnen und Hörer zu beeinflussen.

## Kommerzielle Effekte

- Die DAB+-Einführung in Norwegen und Großbritannien begünstigte vor allem große Radiogruppen.
- Plattformökonomische Effekte führten dazu, dass große Anbieter von den Vorteilen profitierten, während kleinere Radiounternehmen Schwierigkeiten hatten, sich zu behaupten.

## Regulierung

- Der Umgang mit UKW-Frequenzzuweisungen nach 2025 bleibt eine Herausforderung.
- Keines der untersuchten Länder bietet eine klare Lösung, und die Situation variiert von Land zu Land.

## Fazit Internationale Fallbeispiele

Die internationalen Fallbeispiele liefern keine fertige Lösung, aber sie bieten wertvolle Elemente und Hinweise für die Weiterentwicklung des Migrationsvorhabens in Bayern. Die Fallbeispiele sind ernüchternd, da gute Konzepte und Budgets allein nicht ausreichen, um den Wandel erfolgreich umzusetzen. Sie sind jedoch auch insofern motivierend, als sie aufzeigen, dass zumindest in Großbritannien eine Entkoppelung der Werbeumsatzerlöse von den UKW-Reichweiten möglich gewesen ist.

In allen untersuchten Ländern war eine Einigung innerhalb der Radiobranche und medienpolitischen Unterstützung entscheidend für den Erfolg einer DAB+-Transformation. Ohne diesen Konsens wird es auch in Bayern schwer sein, eine erfolgreiche Transformation zu erreichen.

## Entwicklungsszenarien der UKW/DAB+-Migration in Bayern nach 2025

Die Szenarioanalyse betrachtet potenzielle Entwicklungen der UKW/DAB+-Migration in Bayern unter verschiedenen hypothetischen Bedingungen und bietet plausible Einblicke in die zukünftige Entwicklung, ohne jedoch den Anspruch zu erheben, exakte Prognosen zu geben.

### **Entwicklung von Audionutzung, Marktanteilen und Werbeumsätzen**

- Die Radionutzung bleibt auf hohem Niveau, mit einem additiven Wachstum von Audio-streaming.
- Der Wettbewerb im bayerischen Radiomarkt findet primär zwischen Radioanbietern aus Bayern und deutschlandweiten DAB+-Programmen statt, die bis 2033 einen Marktanteil von 25 Prozent erreichen könnten.
- Das Risiko einer radikalen Verdrängung der Radioanbieter durch Audiostreaming-Plattformen ist aus heutiger Sicht nicht erkennbar wahrscheinlich.

### **UKW-Kostenentwicklung**

- Die Auswirkungen unterschiedlich hoher UKW-Kostenerhöhungen wurden untersucht, es wird jedoch keine signifikante Verschlechterung der Profitabilität bayerischer Radios erwartet.
- Strukturelle Probleme im bayerischen Lokalradiomarkt sind nicht von den UKW-Kosten abhängig.

### **DAB+-Geräteausstattung und Nutzung**

- Bis 2033 werden 40 Prozent der bayerischen Haushalte mindestens ein DAB+-Gerät besitzen.
- DAB+ und Radiostreaming könnten bis etwa 2028 einen Anteil von 70 Prozent an der Tagesreichweite des Radios in Bayern erreichen.
- Es wird allerdings notwendig sein, stärker ausdifferenzierte – beispielsweise segment-spezifische – Schwellenwerte zu definieren, um einen erfolgreichen Migrationsprozess für alle Radiomarktteilnehmer sicherzustellen.

### **Einfluss von Reichweitenverlusten**

- Reichweitenverluste werden kommerziell relevante Auswirkungen auf die bayerischen Radioanbieter haben; besonders hart würde es diejenigen Radioanbieter treffen, die bereits heute eine niedrige oder negative Profitabilität aufweisen.
- Die Absicherung der Reichweite sollte deshalb das Kernziel eines weiterentwickelten Migrationskonzepts sein.

### **Abschaltkriterien und Orchestrierung der Abschaltung**

- Die derzeit diskutierten Steuerungsgrößen zur Bestimmung der Laufzeit zukünftiger UKW-Frequenzzuweisungen beruhen jeweils zur Hälfte auf dem Verbreitungsgrad von DAB+-Radios und auf der Nutzung von DAB+- und Radiostreaming-Programmen.
- Die Szenarioanalyse zeigt, dass durch eine Fokussierung der Kriterien auf Nutzung und deren konsequenter Anwendung potenziell aus einer verfrühten UKW-Abschaltung resultierenden Risiken reduziert werden könnten.

### **Fazit Entwicklungsszenarien**

Die Szenarioanalyse hat gezeigt, dass der heutige Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens gute Voraussetzungen bietet, um diesen Prozess in den nächsten Jahren zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen. Sie verdeutlicht aber auch die Herausforderungen und Chancen der UKW/DAB+-Migration in Bayern und die Notwendigkeit einer fundierten

Entscheidungsfindung in diesem Prozess, der allen Beteiligten ein hohes Maß an Flexibilität geben muss, ihr unternehmerisch-regulatorisches Verhalten an unerwartete Veränderungen von Technik- und Marktentwicklungen anzupassen.

## Conclusio

Der bayerische Radiomarkt ist inmitten eines dynamischen digitalen Transformationsprozesses und behauptet sich gut im Jahr 2023. Die tägliche Radiohörzeit bleibt hoch, was die anhaltende Relevanz des Radios für die Menschen unterstreicht. Im Vergleich zum Fernsehen sind lineare Radioprogramme widerstandsfähiger gegenüber dem Einfluss von Streamingplattformen.

Die Migration von analogem UKW zu digitalen Technologien wie DAB+ und Radiostreaming hat in Bayern bereits Fortschritte gemacht. Dennoch nutzen viele Menschen nach wie vor UKW oder Streaming, und es bleibt unklar, welchen Technologien die Zukunft gehört. Daher ist es entscheidend, die nächsten Schritte in der Migrationsstrategie sorgfältig zu planen, um die bestehende Bindung der Hörer ans Radio zu bewahren und die Vielfalt des Radiosystems in Bayern langfristig zu sichern. Um eine wirtschaftlich reibungslose digitale Transformation des bayerischen Radiomarkts und der heimischen Radiounternehmen zu erreichen, wird es erfolgskritisch sein

- einen Automatismus zu verhindern, der aufgrund gesetzlicher Vorschriften eine UKW-Abschaltung erzwingt, obwohl die marktseitigen Voraussetzungen für einen vollständigen Umstieg auf DAB+ noch nicht bestehen,
- Schlüsselkennzahlen und Schwellenwerte für die verschiedenen Segmente des bayerischen Radiomarkts (lokal, regional, landesweit) zu definieren, die einen eindeutigen Zusammenhang zwischen der Nutzung von DAB+-Programmen und den werbeerlöskritischen Tagesreichweiten herstellen,
- ein Prozess zu definieren, der verbindlich festlegt, wie sich die Dauer der UKW-Frequenzzuweisungen sowie ein möglicher Abschalttermin von diesen Schlüsselkennzahlen herleitet und wie in dem Fall verfahren wird, wenn die definierten Schwellenwerte nicht erreicht werden,
- nicht davon auszugehen, dass die weitere Entwicklung des bayerischen Radiomarktes und des Audiomarktes zwingend linear weiterläuft und für den Fall disruptiver Entwicklungen die notwendigen strategischen Gestaltungsspielräume und Flexibilität zu erhalten, insbesondere auf die Option Fortführung der UKW-Verbreitung vollständig auszuschließen.

Allen Beteiligten muss bewusst sein, dass es, nicht zuletzt aufgrund des dynamisch-aggressiven Wettbewerbs, in dem sich der bayerische Radiomarkt und der Medienstandort Bayern befinden, nur eine Chance gibt, die Zukunft erfolgreich mitzugestalten. Einen zweiten Versuch wird es nicht geben.

# 1 Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

Erreichte Ziele „Infrastruktur“ und „Programmangebot“ kontrastieren mit Unsicherheiten bei künftiger DAB+-Nutzung und UKW-Ausstiegsszenario

Im Jahr 1999 startete der erste Versuch, das analoge UKW-Radio in Deutschland durch die digitale DAB-Technik zu ersetzen. Da sich DAB hierzulande nicht etablieren konnte, erfolgte im Sommer 2011 der deutschlandweite Neustart des UKW/Digitalradio-Simulcastbetriebs unter Verwendung der leistungsfähigeren DAB+-Technik und unter besseren frequenztechnischen Rahmenbedingungen. 2012 begann in Bayern die bereits ein Jahr später abgeschlossene Migration der bis dahin über DAB sendenden 15 landesweiten, 26 lokalen Privatradios sowie der Radioprogramme des Bayerischen Rundfunks auf DAB+ (BLM, 2012). In den Folgejahren entwickelte sich der bayerische Radiomarkt durch Zusammenarbeit der Radiounternehmen, Infrastrukturbetreiber, Medienpolitik und Regulierer weiter bei

- DAB+-Senderinfrastruktur,
- DAB+-Bevölkerungsabdeckung in Gebäuden und unterwegs,
- Haushaltsausstattung mit DAB+-Geräten,
- Programmangebot,
- Tagesreichweiten und Nutzung von DAB+,
- Regulierung.

Der Entwicklungsstand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens in Bayern im Jahr 2023 sowie wesentliche Meilensteine werden nachfolgend entlang dieser Faktoren dargestellt und analysiert.

## 1.1 Technische Voraussetzungen

### 1.1.1 DAB+-Senderinfrastruktur

Die DAB+ Senderinfrastruktur in Bayern wurde von der Bayern Digital Radio GmbH und ihren Gesellschaftern Bayerischer Rundfunk (BR), Media Broadcast und Bayerische Medientechnik (BMT) geplant, aufgebaut und operativ betrieben. Jeder der Gesellschafter bringt zwar jeweils eigene Standorte, Sendertechnik und Betriebsressourcen ein, die regionalen und landesweiten DAB+-Multiplexe werden aber in enger Abstimmung und Zusammenarbeit gemeinsam betrieben.

Die DAB+-Sendernetzinfrastruktur in Bayern besteht im Jahr 2023 aus 15 Multiplexen:

- Zwei DAB+-Multiplexe der Media Broadcast mit bundesweit verbreiteten öffentlich-rechtlichen und privaten Radioprogrammen.



Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

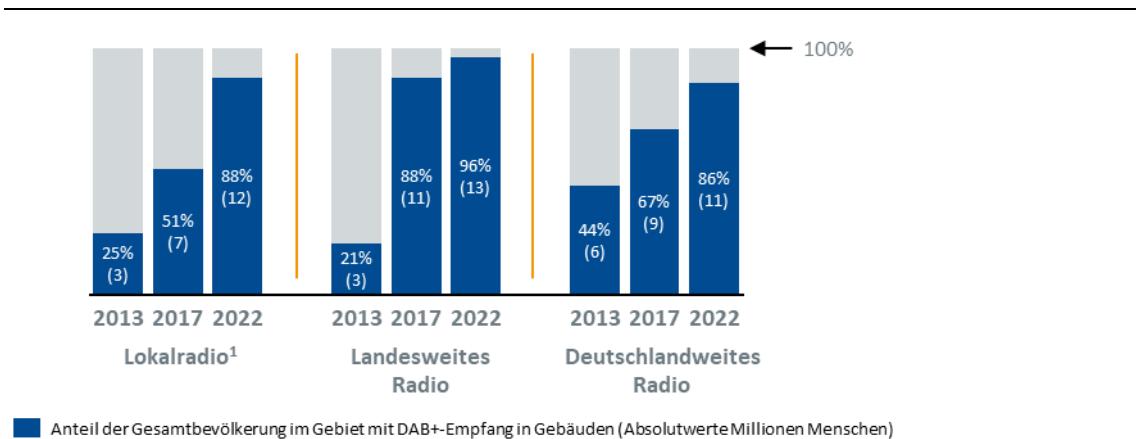
- Sieben DAB+-Multiplexe des BR mit nur in Bayern landesweit und regional verbreiteten Programmen sowohl des BR als auch bayerischer Privatradios.
- Sechs DAB+-Multiplexe der Bayern Digital Radio mit Programmen lokaler und regionaler bayerischer Privatradios (BLM, 2023a).

Diese DAB+-Multiplexe erreichten im Jahr 2022 eine Bevölkerungsabdeckung in Gebäuden („indoor“) von bis zu 96 Prozent der Gesamtbevölkerung. Unter Bevölkerungsabdeckung wird allgemein derjenige Anteil der Bevölkerung eines Gebiets verstanden, der das Signal eines terrestrischen Sendernetzes stationär in Gebäuden oder mobil außerhalb von Gebäuden empfangen kann. Die Bevölkerungsabdeckung der über DAB+-Netze verbreiteten bayerischen Lokalradios lag 2022 bei 87 Prozent, das heißt rund elf Millionen Hörerinnen und Hörer konnten in Gebäuden lokale Radioprogramme über DAB+-Geräte empfangen. Gleiche Werte erreichen auch die beiden bundesweiten Multiplexe in Bayern. Da der Empfang außerhalb von Gebäuden typischerweise besser ist, liegt die Bevölkerungsabdeckung beim DAB+-Radiohören im Auto oder anderen mobilen Empfangssituationen höher.

Damit werden in Bayern vergleichbare Werte erreicht, wie in Ländern mit langjährig laufenden Migrationsprozessen, wie in Großbritannien. Dort erreichen allein die DAB-Multiplexe der BBC einen Versorgungsgrad in Gebäuden von 97 Prozent der Bevölkerung, jener der Privatradios liegt zwischen 92 und 83 Prozent (Ofcom, 2023).

Abbildung 1

Entwicklung der Bevölkerungsabdeckung der DAB+-Sendernetze in Bayern



1) Die dargestellte Bevölkerungsabdeckung der DAB+-Multiplexe mit Lokalradioprogrammen ist ein Mittelwert über alle sieben DAB+-Regionen. Der Maximumwert lag 2022 bei 97 Prozent, der Minimumwert 76 Prozent Bevölkerungsanteil mit DAB+-Empfang in Gebäuden.

Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis der BLM Geschäftsberichte 2012-2022 und BLM Wellenspiegel 2022.

Die im Jahr 2022 bestehende hohe Bevölkerungsabdeckung der DAB+-Multiplexe in Bayern zeigt nur noch beim Empfang in Gebäuden Entwicklungspotenzial. Dessen Umfang

liegt zwischen rund zwei Millionen Hörerinnen und Hörern der bundesweiten Programme und bayerischer Lokalradios sowie circa 500.000 Menschen ohne Indoor DAB+-Empfang landesweiter Radioprogramme. Die mobilen Versorgungswerte liegen bei beinahe 100 Prozent (BLM, 2022). Das DAB+-Netz wird zudem von den drei Netzbetreibern weiter ausgebaut.

Mit einem DAB+ Versorgungsgrad in Gebäuden von bis zu 96 Prozent und einer beinahe vollständigen Versorgung mobiler Empfangssituationen sowie der wichtigsten Verkehrswege wurde eine grundlegende Voraussetzung für den Erfolg des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens erfüllt: Der Versorgungsgrad von DAB+ liegt im Jahr 2023 nur unwesentlich unter jenem von UKW, der für die landesweiten Radios in Bayern 2021 bei 99 Prozent, für die Lokalradios mit 89 Prozent oder 11,6 Millionen Einwohnern berechnet wurde (BLM, 2022a). Ungeachtet der noch andauernden lokal und regional sinnvollen DAB+-Netzverdichtungen hat das Migrationsvorhaben einen wichtigen Meilenstein und damit das Ziel erreicht, mindestens 70 Prozent der Bevölkerung Zugang zu wenigstens einer DAB+-Empfangsmöglichkeit (stationär, Auto) zu geben (BLM, 2023b). Diese Voraussetzung ist aber nicht hinreichend, um UKW vollständig durch DAB+ zu ersetzen, wie die in den nächsten Schritten untersuchten weiteren Erfolgsfaktoren zeigen.

### 1.1.2 Haushaltsausstattung mit DAB+ Geräten

Massenhafte individuelle Kaufentscheidungen für DAB+-fähige Radiogeräte sind die erste im UKW/DAB+-Migrationsprozess zu überwindende Hürde bei der Etablierung installierten DAB+-Gerätebasis. Zwar haben die internationalen Fallbeispiele Norwegen und Schweiz gezeigt, dass diese Entscheidungen des Publikums durch Marketing und die Kommunikation von UKW-Abschaltterminen beeinflussbar sind (siehe Kapitel Internationale Fallbeispiele). Letztendlich hängen die Entscheidungen für eine UKW-Alternative jedoch davon ab, welcher relative Mehrwert dem Neuen zugemessen wird. Um bislang abstinenten Haushalte für den Kauf von DAB+-Geräten zu gewinnen, muss sich die DAB+-Technik im Wettbewerb sowohl mit universellen Geräten, wie zum Beispiel Smartphones, Tablets, PCs, als auch mit primär auf Audiostreaming ausgelegten Systemen behaupten. Zu Letzteren zählen beispielsweise Smartspeaker (Alexa etc.) aber auch dedizierte Audiostreamingsysteme (Sonos etc.).

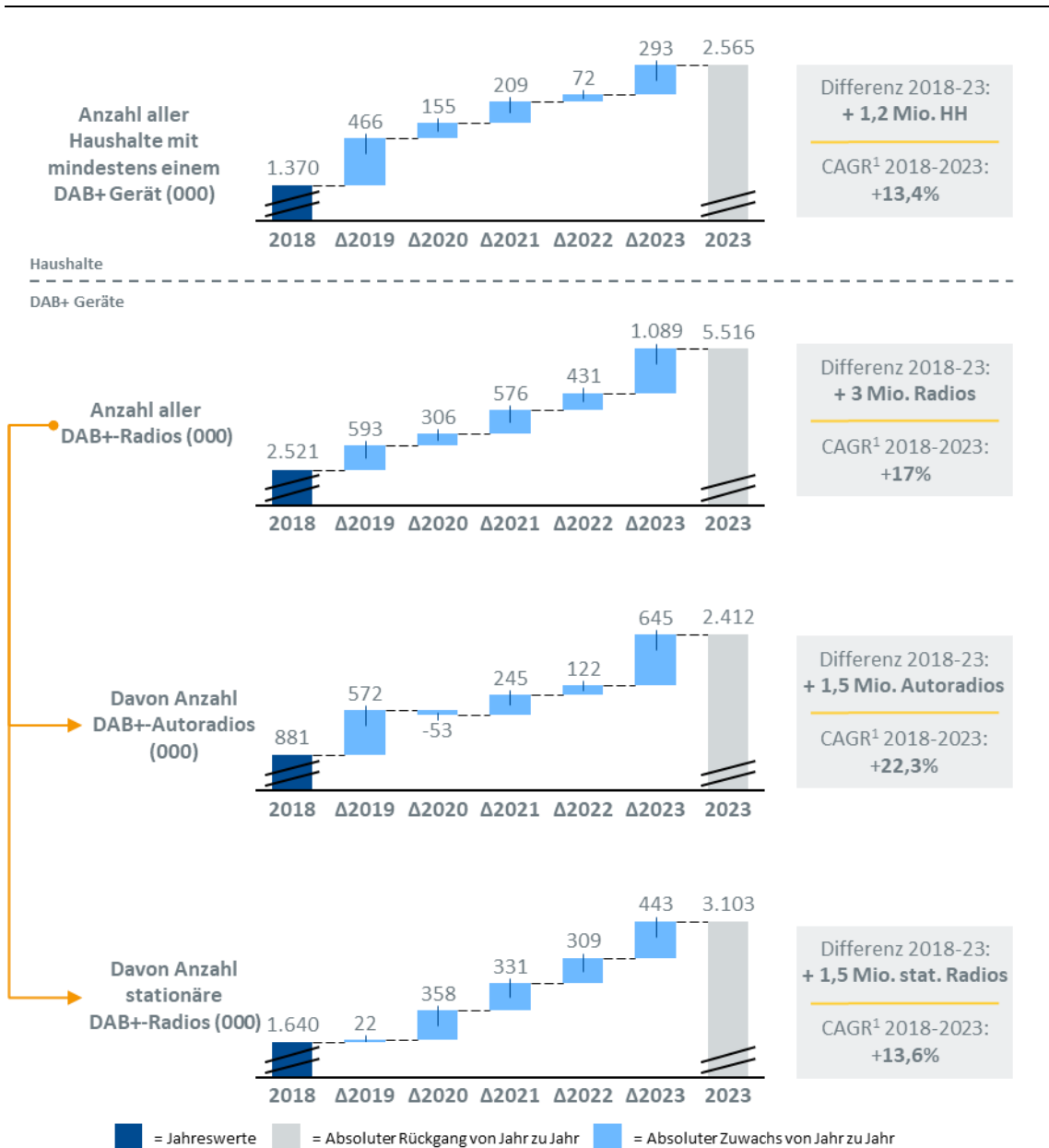
Der Anteil aller bayerischen Haushalte mit mindestens einem UKW-Radiogerät erreichte im Jahr 2023 mit 84 Prozent den Tiefstand der letzten sechs Jahre (2018: 91 Prozent). Der Anteil der Haushalte, die mindestens ein stationäres DAB+-Radio oder DAB+-Autoradio besitzen, wuchs bis 2023 auf 41 Prozent an (BLM, 2023). Auf dieser statistischen Basis errechnen sich folgende absolute Zahlen für die rund 6,3 Millionen Haushalte in Bayern im Jahr 2023:

- 2,6 Millionen Haushalte in Bayern besitzen die Möglichkeit, über DAB+-verbreitete Programme zu empfangen
- Zwei Millionen Haushalte verfügen über ein stationäres DAB+-Radio

Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

- 1,7 Millionen Haushalte verfügen über mindestens ein mit DAB+-Empfangstechnik ausgestattetes Fahrzeug.

Abbildung 2  
Absolute Veränderungen und CAGR der Anzahl der DAB+-Haushalte und -Geräte in Bayern 2018-2023



1) CAGR (Compound Annual Growth Rate) beschreibt das relative durchschnittliche jährliche Wachstum eines Basiswerts in einem bestimmten Zeitraum.

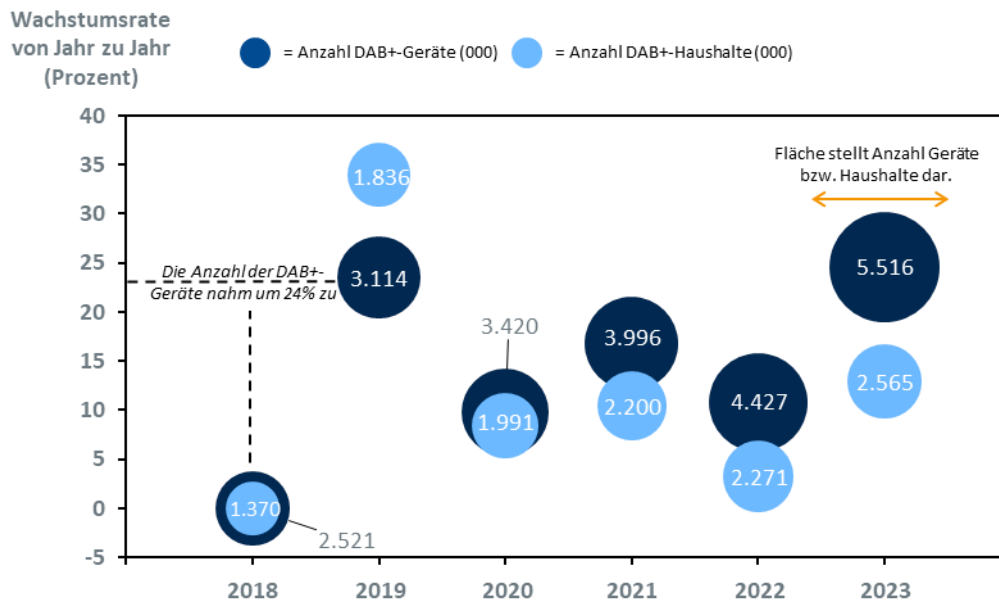
Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (BLM, 2023).

Unsere in Abbildung 2 dargestellten Analyseergebnisse zur Entwicklung der absoluten Veränderungen bei DAB+-Haushalten und -Radios zwischen 2018 und 2023 kommen zu den folgenden Ergebnissen:

- Die absolute Zahl der *DAB+ Endgeräte* (Heim- und Autogeräte) in Bayern nimmt stärker zu als die absolute Zahl der *DAB+ Haushalte*.
- Stärkster Wachstumstreiber ist die gesetzliche Verpflichtung zum Einbau von DAB+-Autoradios; diese Regelung hat dazu geführt, dass die absolute Zahl der *DAB+-Autoradios* in Bayern seit 2018 im Durchschnitt jährlich um 22 Prozent auf heute 2,4 Millionen Geräte oder +1,5 Millionen Autoradios seit 2018 gewachsen ist.
- Die Zahl der *DAB+-Haushalte* (aller bayerischen Haushalte mit mindestens einem DAB+-Radio) wuchs hingegen durchschnittlich pro Jahr jeweils nur um 13,4 Prozent, entsprechend erhöhte sich zwischen 2018 und 2023 die Zahl der Haushalte mit mindestens einem DAB+-Radio lediglich um insgesamt +1,2 Millionen Haushalte.
- Das Verhältnis der Anzahl der DAB+-Haushalte zum DAB+-Radiobestand in Bayern beträgt 2023 etwas mehr als Eins zu Zwei, jeder DAB+-Haushalt verfügt also durchschnittlich über 2,2 DAB+-Radios.
- Im Vergleich mit 1,8 DAB+-Radios je DAB+-Haushalt im Jahr 2018 ist dies nur eine geringfügige Verbesserung.

Abbildung 3

Absolute Anzahl DAB+-Haushalte und DAB+-Geräte und die jeweiligen Wachstumsraten von Jahr zu Jahr 2018-2023



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (BLM, 2023).

## Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

- Diese Ergebnisse zeigen, dass sich der Diffusionsprozess von DAB+-Endgeräten in Bayern verlangsamt. Betrachtet man zudem das Wachstum der Anzahl der Haushalte, die erstmals ein DAB+-Gerät kaufen und der Anzahl der verkauften DAB+-Radios im Jahresvergleich, wird deutlich, dass sich die Zahl der im Markt befindlichen DAB+-Empfänger schneller erhöht als die Zahl der Haushalte mit mindestens einem DAB+-Gerät (siehe Abbildung 3). Mit Ausnahme des Jahres 2019 lag die Wachstumsrate der DAB+-Geräte deutlich über jener der DAB+-Haushalte. Im Verhältnis zum Zuwachs der DAB+-Gerätepopulation werden also zu wenige neue DAB+-Haushalte gewonnen. Diese Entwicklung wird auch von den Ergebnissen der studieneigenen Marktforschung (siehe Kapitel Der bayerische Radiomarkt sieht sich wirtschaftlichen Herausforderungen gegenüber.
- Der Wettbewerb mit bundesweiten DAB+-Programmen und globalen Technologieunternehmen ist intensiv.
- Die Transformation von UKW auf DAB+ und Streaming erfordert unternehmerisches und medienpolitisch-regulatorisches Engagement.
- Der Umgang mit UKW wird wettbewerblich erfolgskritisch sein, so muss geklärt werden, ob ein UKW-Ausstieg notwendig ist und falls ja, wann dieser, ohne substantielle wirtschaftliche und angebotsseitige Auswirkungen auf den bayerischen Radiomarkt möglich wäre.
- Radio- und Audio-Nutzungsverhalten) bestätigt, die ein geringes aktives Kaufinteresse für ein stationäres DAB+-Radio – bei Neuwagen ist DAB+ bereits serienmäßig eingebaut – bei bislang DAB+ abstinenten Haushalten erkennen lassen (2HMforum, 2023).

Somit kann heute nicht davon ausgegangen werden, dass die UKW/DAB+-Migration in Bayern bereits eine kritische Masse an Haushalten erreicht hat, die die Anzahl der DAB+-Haushalte eigendynamisch bis zur vollständigen und nachhaltigen Etablierung von DAB+ weiter wachsen lässt. Dieser Zusammenhang ist umso bemerkenswerter, weil der Besitz eines DAB+-Geräts lediglich eine hinführende Voraussetzung für den Umstiegs von UKW auf DAB+ ist. Als ein Schlüsselindikator zur Entscheidung über einen UKW-Ausstieg eignet sich die installierte Basis nicht, da allein die massenhafte Nutzung von DAB+-Radioprogrammen erkennen lässt, ob sich DAB+ bei den Hörerinnen und Hörern auf dem Niveau heutiger UKW-Tagesreichweite und -Nutzung nachhaltig etabliert hat. Um überhaupt an diesen Punkt zu gelangen, wird es notwendig sein, die absolute Zahl der DAB+-Haushalte zukünftig erheblich zu steigern. Anders als bei der Sendernetzinfrastruktur ist das UKW/DAB+-Migrationsvorhaben in Bayern nicht an den von der BLM gesteckten 70 Prozent fixiert. Ziel: 59 Prozent aller bayerischen Haushalte besitzen im Jahr 2023 noch kein DAB+ Gerät.

## 1.2 Programmangebot und Nutzung

### 1.2.1 Programmangebot

Im Jahr 2023 können in Bayern alle landesweiten, regionalen, lokalen, öffentlich-rechtlichen und privaten UKW-Radioprogramme auch simultan über DAB+ empfangen werden.

Zusätzlich zu diesen „Simulcast“ Programmen bietet die bayerische DAB+-Plattform eine Reihe exklusiv über DAB+ und das Internet empfangbarer Programme:

- vier landesweite private Radioprogramme,
- fünf landesweite öffentlich-rechtliche Radioprogramme des BR,
- sechs lokale private Radioprogramme.

Hinzukommen 29 Privatradioprogramme sowie vier öffentlich-rechtliche Radioprogramme, die über die beiden bundesweiten DAB+-Plattformen auch in Bayern senden. Allein unter dem Gesichtspunkt des Programmangebots betrachtet, ist die DAB+-Plattform UKW hinsichtlich der quantitativen Vielfalt der verfügbaren Radioprogramme überlegen. Inwiefern sie auch bei der qualitativen und pluralistischen Vielfalt höher zu bewerten ist, kann hier nicht beurteilt werden.

Die DAB+-Plattform bietet also eine größere Auswahl zusätzlicher Radioprogramme als UKW und das bisherige UKW-Programmangebot wird vollständig als Simulcast verbreitet. Deshalb sind im bayerischen Radiomarkt keine sachlichen Gründe erkennbar, die aus programmlicher Sicht einem Umstieg heutiger UKW-Hörerinnen und Hörer auf DAB+ entgegenstehen. Diese Erfolgsvoraussetzung des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens wurde weitgehend erreicht.

Im Unterschied zu den beiden Rundfunkplattformen ist das Programm- und Inhalteangebot der Radio- und Audiostreaming-Plattformen sehr viel größer. Er ist deshalb so erfolgskritisch, weil Hörerinnen und Hörer im Falle eines UKW-Ausstiegs die Wahl zwischen zwei digitalen Alternativen haben. Entsprechend kann nicht selbstverständlich vorausgesetzt werden, dass das DAB+-Programmangebot die Nutzerpräferenzen der großen Mehrheit der Menschen weitgehend abbildet. Andersherum könnte aber gerade diese Limitation und der damit verbundene Walled Garden Aspekt eines zumindest regulatorisch mehr oder weniger kuratierten und damit letztlich noch überschaubaren Programmangebots als Vorteil gegenüber Streaming wirken.

### 1.2.2 Tagesreichweite und Nutzung

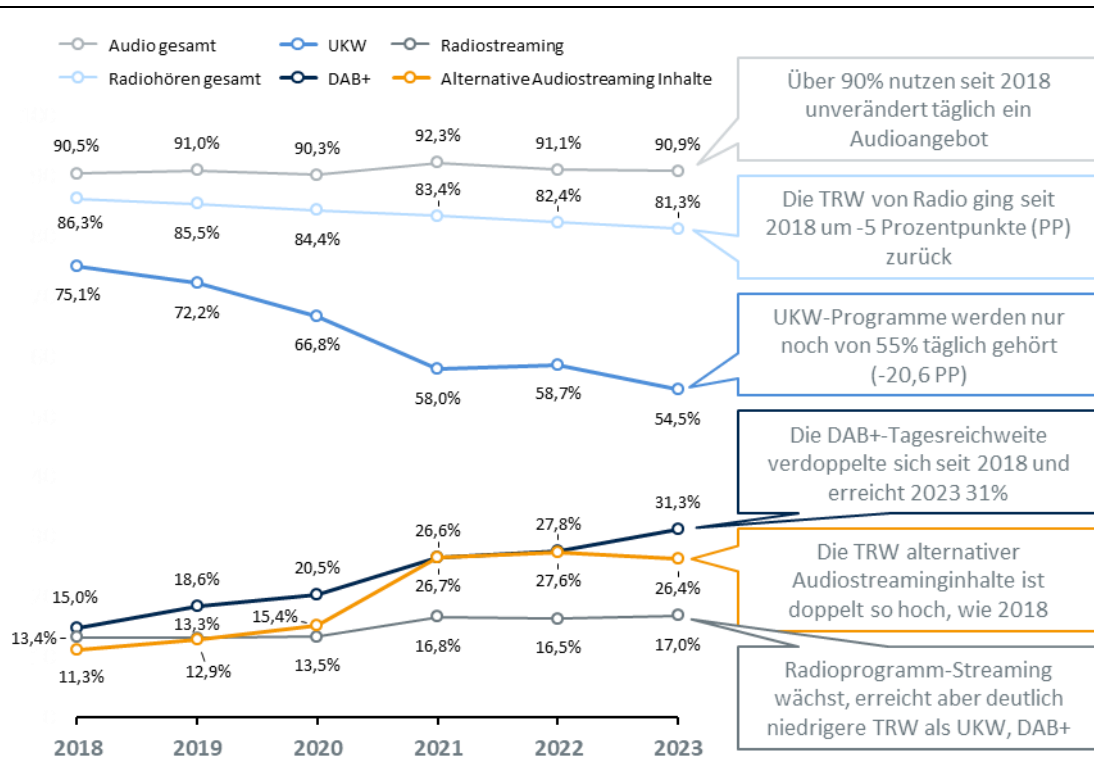
Die DAB+-Sendernetzinfrastruktur erreicht fast die gesamte Bevölkerung Bayerns. Das komplette UKW-Programmangebot und zusätzliche Radioprogramme können über diese Plattform empfangen werden, DAB+-Geräte sind im Handel, in allen neu zugelassenen Autos und in 40 Prozent der Haushalte. Für die erfolgreiche Etablierung von DAB+ fehlt aber noch eine entscheidende Voraussetzung: die regelmäßige Nutzung der verfügbaren Programme. Erst dann sind nach allgemeinem Verständnis die massenhaften individuellen Entscheidungen für eine Innovation, wie es DAB+ im Vergleich zu UKW ist, abgeschlossen und die Plattform relativ nachhaltig etabliert. Die Relativierung ist deshalb angebracht, weil sich an den Beispielfällen Schweiz und Großbritannien zeigt, dass sich ein bereits weit entwickeltes DAB+-Nutzungs-niveau im Wettbewerb mit Streaming auch zurückentwickeln kann.

### Tagesreichweite

Die Tagesreichweite des Mediums Radio oder eines Radioprogramms ist als relativer Anteil an einer Bevölkerungsgruppe definiert, die Radio oder ein bestimmtes Programm täglich für mindestens 15 zusammenhängende Minuten hört. Konkret heißt dies zum Beispiel für die Radionutzung von DAB+-Programmen, dass im Jahr 2023 31 Prozent der Gesamtbevölkerung Bayerns über diese Plattform für mindestens 15 zusammenhängende Minuten Radioprogramme gehört hat (siehe Abbildung 4). Die folgenden Analysen beziehen sich immer auf die Tagesreichweite von Montag bis Freitag.

Abbildung 4

Tagesreichweitenentwicklung (TRW) von Audio und Radio 2018-2023 in der bayerischen Gesamtbevölkerung 14+



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (Kantar, 2023a).

- Abbildung 4 zeigt die Entwicklung der Tagesreichweiten von Audio insgesamt, differenziert nach den verschiedenen Radioplattformen, alternativen Audiostreaming-Inhalten wie Musikstreaming, Podcasts und Hörbüchern sowie weiteren, im Zusammenhang mit den hier interessierenden Fragestellungen nicht relevanten Audioplattformen, wie Kabel oder Satellit. Für die Einschätzung der Tragweite der gezogenen Schlussfolgerungen muss berücksichtigt werden, dass sich alle folgenden Aussagen auf die Gesamtbevölkerung beziehen. Die zum Teil erheblichen Abweichungen in der Tagesreichweite von



Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

Radio in den einzelnen Altersgruppen werden im Kapitel Der bayerische Radiomarkt sieht sich wirtschaftlichen Herausforderungen gegenüber.

- Der Wettbewerb mit bundesweiten DAB+-Programmen und globalen Technologieunternehmen ist intensiv.
- Die Transformation von UKW auf DAB+ und Streaming erfordert unternehmerisches und medienpolitisch-regulatorisches Engagement.
- Der Umgang mit UKW wird wettbewerblich erfolgskritisch sein, so muss geklärt werden, ob ein UKW-Ausstieg notwendig ist und falls ja, wann dieser, ohne substantielle wirtschaftliche und angebotsseitige Auswirkungen auf den bayerischen Radiomarkt möglich wäre.

Radio- und Audio-Nutzungsverhalten Radio- und Audio-Nutzungsverhalten eingehender untersucht.

Im Kontext der UKW/DAB+-Migration in Bayern ist bemerkenswert, dass die Tagesreichweite von

- Radio seit 2018 insgesamt rückläufig ist und 2023 nur noch von 81 Prozent (2018: 86 Prozent) der bayerischen Bevölkerung gehört wird,
- UKW in den letzten fünf Jahren substantiell um 21 Prozentpunkte zurückgegangen ist und 2023 nur bei 55 Prozent liegt,
- DAB+-Programme heute von doppelt so vielen Menschen täglich gehört werden, wie 2018, die DAB+-Tagesreichweite 2023 aber noch 20 Prozentpunkte unter jener von UKW lag,
- Radiostreaming auf eine niedrigere Relevanz dieser Möglichkeit zum Radiohören hinweist, zumal die Zunahme seit 2018 nur geringfügig ist,
- Audiostreaming substantiell an Tagesreichweite gewonnen hat, zeitweise sogar das Niveau von DAB+ erreichte, seit 2022 aber leicht an Bedeutung verliert.

An der Schlüsselkennzahl Tagesreichweite wird deutlich, dass DAB+ und Radiostreaming UKW auch im Jahr 2023 nicht als reichweitenstärkste Radioplattform abgelöst haben. Der vergleichsweise moderate Tagesreichweitenrückgang der gesamten Mediengattung Radio sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass UKW substantiell an Bedeutung verliert und hieraus das Risiko erwächst, dass es auch ohne eine UKW-Abschaltung zu Rückgängen der Radiowerbeumsätze kommen könnte. Zusammen mit der zunehmenden Relevanz alternativer Audiostreamingangebote besteht im Jahr 2023 eine Situation, in der der erreichte Fortschritt der UKW/DAB+-Migration noch keine hinreichenden wirtschaftlichen Grundlagen geschaffen hat, die den wirtschaftlichen Fortbestand der Privatradios in einem hybriden Digitalradiomarkt (DAB+ und Radiostreaming) gewährleisten würden.

### Radionutzung

Die Radionutzung bildet mit ihren Schlüsselindikatoren Hördauer und Verweildauer die tägliche Zeit ab, die die Menschen in Bayern mit Radiohören insgesamt und mit dem Hören ihrer bevorzugten Radioprogramme verbringen. Die beiden Kennzahlen unterscheiden sich lediglich durch ihre Bezugsgröße. Da die Hördauer die durchschnittliche Radionutzung in der Gesamtbevölkerung 14+ abbildet, die Verweildauer nur jene der Radiohörerinnen



Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

und -hörer an einem Tag, ist Ersterer zur Einordnung dieses Parameters in den Migrationsprozess im bayerischen Radiomarkt aussagekräftiger.

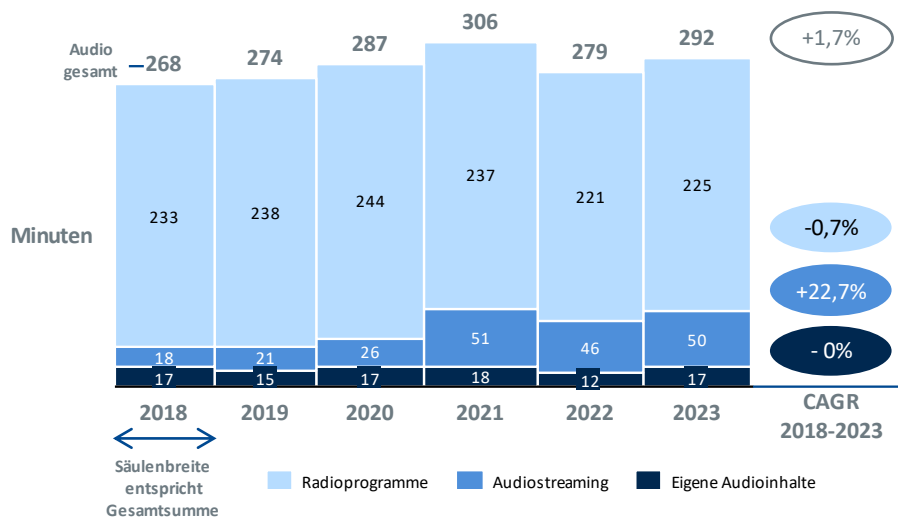
Die Radionutzung trägt auch in Bayern im Jahr 2023 den größten Teil zur gesamten täglichen Audionutzung bei. Zu Letzterer gehören neben Radioprogrammen auch Musikstreaming, Podcasts und verschiedene Formen von Audioinhalten im Besitz einer Person. Betrachtet man zunächst die Gesamtbevölkerung 14+ so sind folgende Entwicklungstrends zu erkennen: Die tägliche durchschnittliche Hördauer...

- ...aller Audioinhalte nimmt seit 2018 leicht zu und erreicht 2023 durchschnittlich 291 Minuten am Tag,
- ...von Radio beträgt 2023 im Bevölkerungsdurchschnitt 225 Minuten, ein Rückgang um acht Minuten gegenüber dem Wert des Jahres 2018,
- ... Audiostreaming über das Internet wächst pro Jahr um durchschnittlich 23 Prozent, das heißt Musikstreaming, Hörbücher oder Podcasts werden circa 50 Minuten am Tag gehört.

Von den im Jahr 2023 durchschnittlich 225 Radiohörminuten pro Tag entfallen 44 Prozent auf den Verbreitungsweg UKW (100 Minuten), 27 Prozent auf DAB+ (60 Minuten) und 13 Prozent auf Radiostreaming (29 Minuten). Die übrigen Hörminuten können zumeist nicht zugeordnet werden oder entfallen auf Kabel- und Satellitenempfang (jeweils weniger als zwei Prozent). Ausschließlich über UKW radiohörende Personen hatten im gleichen Jahr eine tägliche Hördauer von 80 Minuten (Kantar, 2018-2023).

Abbildung 5

Entwicklung der täglichen Hördauer von Radioprogrammen und Audioinhalten in der bayerischen Gesamtbevölkerung 14+ (Minuten)



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (Kantar, 2023a).

## Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

An diesen Beobachtungen wird deutlich, dass sich der Wettbewerb zwischen Radio und alternativen Audioangeboten *in der Gesamtbevölkerung* in den letzten fünf Jahren nicht wesentlich zu Ungunsten des Radios ausgewirkt hat. Innerhalb der Mediengattung Radio werden 60 Minuten der täglichen Radionutzung bereits mit dem Hören von über DAB+-verbreiteten Programmen verbracht. Dies sind 60 Prozent der insgesamt 100 UKW-Hörminuten. Allerdings lassen die auf 50 Minuten angewachsene Hördauer von Audiostreaming und das starke Wachstum der Audiostreamingnutzung die plausible Annahme zu, dass diese Angebote von einer wachsenden Zahl von Menschen als attraktiv angesehen und deshalb zunehmend länger gehört werden. Im Falle eines UKW-Ausstiegs könnten Audiostreaming-Angebote bereits auf dieser Betrachtungsebene für einen Teil des Radiopublikums eine Alternative zu DAB+ und Radiostreaming bieten. Diese Schlussfolgerung wird auch von den Ergebnissen unserer Marktforschung unterstützt, wo rund 50 Prozent der Befragten angaben, im Falle einer UKW-Abschaltung seltener Radio zu hören und auf Musik- und Audiostreaming umzusteigen (2HMforum, 2023).

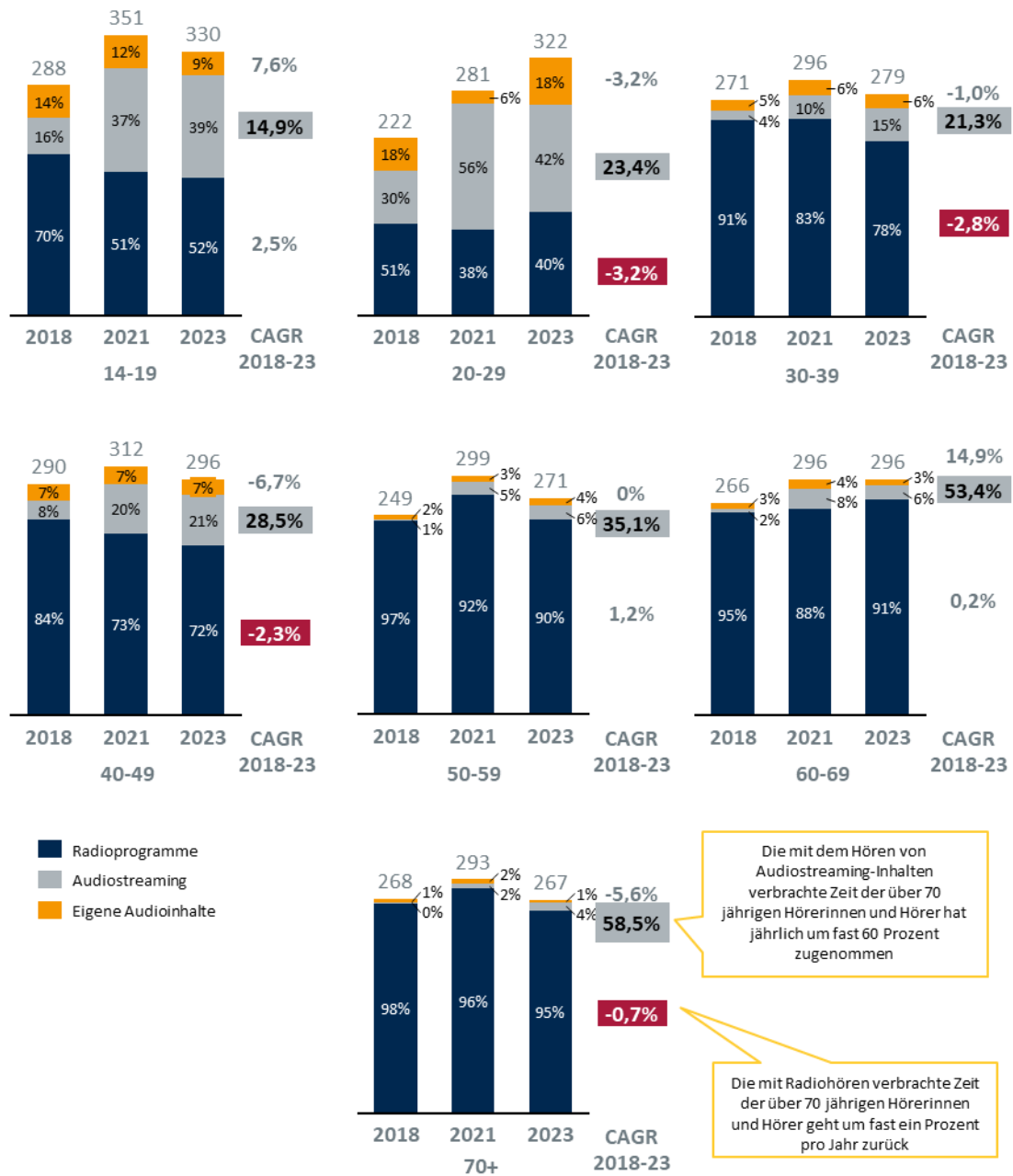
Auch im Zusammenhang mit der Nutzung ergeben sich differenziertere Schlussfolgerungen zur Relevanz und Bindungskraft des Radios im Wettbewerb mit Audiostreaming, wenn – wie in Abbildung 6 dargestellt – die Entwicklung in den verschiedenen Altersgruppen der bayerischen Bevölkerung in die Analyse einbezogen wird:

- die Audionutzung wächst in allen Altersgruppen im Vergleich zum Niveau vor der Pandemie, lediglich bei Hörerinnen und Hörern älter als 70 Jahre stagniert die Audionutzung,
- der Anteil der Radionutzung an der gesamten Audionutzung geht in allen Altersgruppen zurück, auffallend stark im Alter von 14-49 Jahren,
- bei den 20-49 Jährigen ist ein deutlicher Rückgang der gehörten Radiominuten festzustellen, dieser Rückgang beträgt durchschnittlich zwischen zwei und drei Prozent pro Jahr,
- Audiostreaming wächst in allen Altersgruppen – vielfach ausgehend von einem niedrigen Niveau weniger Hörminuten am Tag – pro Jahr mit zweistelligen Wachstumsraten; dieses Wachstum ist mit über 50 Prozent bei den 60 bis über 70 Jährigen prozentual am stärksten.

Das UKW/DAB+-Migrationsvorhaben in Bayern steht insgesamt vor der Herausforderung, der in allen Altersgruppen erkennbaren Anziehungskraft von Audiostreamingangeboten zu begegnen. Die tägliche für das Radiohören eingesetzte Zeit, geht insbesondere in einem substanziellen Teil der Kernzielgruppe der Privatsender – der 20-49 jährigen Menschen – zurück, die zugleich besonders stark die Nutzung von Radioprogrammen und eigenen Audioinhalten durch Streamingnutzung substituieren. So besteht, am Kriterium Nutzung gemessen, das Risiko, dass sich die nachlassende Hördauer nachteilig auf Relevanz und Bindungskraft des Massenmediums Radio und seiner Programme auswirken könnte. Wie die Beispiele Norwegen und Schweiz zeigen, wird beides aber erfolgskritisch sein, wenn die Menschen in Bayern durch eine UKW-Abschaltung vor die Entscheidung gestellt werden, ein DAB+-Gerät zu kaufen oder vollständig auf Streaming umzusteigen.

Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

Abbildung 6  
Entwicklung der täglichen Hördauer von Radioprogrammen und Audioinhalten in Bayern differenziert nach Altersgruppen (Minuten)



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (Kantar, 2018-2023).

## 1.3 Regulierung

### 1.3.1 Privatsender

In Bayern laufen die UKW-Frequenzzuweisungen der Privatradios im Jahr 2025 aus. Aus der Sicht des bayerischen Radiomarktes stellt sich nun die Frage nach der Zukunft der UKW-Plattform in Bayern. Die Privatsender fordern eine Verlängerung der Frequenzzuweisungen, da sie andernfalls erhebliche Reichweitenverluste ihrer Programme und entsprechende Umsatzverluste erwarten. Die BLM hingegen vertritt den Standpunkt, dass eine überschaubare Verlängerung der UKW-Frequenzzuweisungen und die Kommunikation eines verbindlichen Ausstiegstermins der Privatsender und des BR sich positiv auf den Erfolg des laufenden UKW/DAB+-Migrationsvorhabens und damit letztendlich auch auf den wirtschaftlichen Erfolg der Privatsender auswirken würde. Darüber hinaus geht die BLM davon aus, dass ein fortgesetzter Simulcastbetrieb und die ab 2026 wahrscheinliche Erhöhung der UKW-Verbreitungskosten einem Teil der Privatsender wirtschaftlich überfordern könnte. Infolgedessen könnte es zu einer größeren Zahl von Marktaustritten und einem Verlust an Anbietervielfalt im bayerischen Radiomarkt kommen. Dieses Szenario könnte aus Sicht der BLM bei einem vollständigen Umstieg auf DAB+ und Radio-Streaming verhindert werden. Beide Standpunkte werden in den im Weiteren diskutierten Radiomarktentwicklungsszenarien eingehend analysiert und eingeordnet werden.

Es bieten sich der BLM auch auf Basis der von ihr eingeholten juristischen Expertise im heutigen gesetzlichen Rahmen drei Handlungsalternativen:

1. Auslaufen der UKW-Frequenzzuweisungen und UKW-Ausstieg im Jahr 2025
2. (finale) Auslauf- bzw. Migrationszuweisung der UKW Frequenzen für beispielsweise 3+2 Jahre oder 5+2 Jahre, Beginn des UKW-Ausstiegs ab Ende des primären Zuweisungszeitraums
3. (Letztmalige) Ausschreibung der UKW-Frequenzzuweisung für zehn Jahre.

Es besteht weitgehend Konsens darüber, dass die Konsequenz der Entscheidung für die erste Alternative, der UKW-Ausstieg im Jahr 2025, nicht wünschenswert ist. Das Gutachten der BLM legt die Wahl der zweiten Alternative nahe. Während ein früheres Rechtsgutachten davon ausging, dass UKW-Frequenzen nach 20 Jahren Laufzeit zwingend nur nach erneuter Ausschreibung zugewiesen werden dürfen und dann sowohl Zuweisungen für zehn Jahre als auch Auslaufzuweisungen möglich sind, geht das vom gleichen Gutachter – allerdings auf Basis einer modifizierten Rechtslage – verfasste jüngere Rechtsgutachten kommt zu dem Ergebnis, dass eine Zuweisungslaufzeit von zehn Jahren selbst nach Ausschreibung unzulässig wäre. Ein von der Antenne Bayern in Auftrag gegebenes Gutachten widerspricht dieser Gesetzesauslegung und hält einen von der BLM auf Basis der aktuellen Gesetzeslage veranlassten UKW-Ausstieg für verfassungswidrig. Eine solche Entscheidung könne lediglich der Gesetzgeber treffen, was aber nicht erfolgt sei. Damit wären auch weitere Optionen möglich, etwa eine erneute Zuweisung oder Ausschreibung ohne anschließende UKW-Abschaltung.

Welche Rechtsauffassung sich letztlich durchsetzt, ist zum Zeitpunkt dieser Studie noch offen und die Bewertung der juristischen Fragen auch nicht Gegenstand dieser Untersuchung. Zuletzt befand sich die BLM in einem Diskussionsprozess („Runder Tisch“) mit den privaten Radiounternehmen über mögliche Arten der Zuweisung, Zuweisungslaufzeiten und -Verfahren (Ausschreibung oder erneute Verlängerung), um eine Fortsetzung des UKW-Betriebs ab 2026 sicherzustellen.

Um den Fortschritt der DAB+-Einführung in Bayern abzuschätzen und qualifizierte Anhaltspunkte für die Festlegung des UKW-Abschalterminals zu erhalten, hatte die BLM zuletzt vier Kriterien definiert:

- 70 Prozent Anteil bayerischer Privathaushalte mit Zugang zu mindestens einer DAB+-Empfangsmöglichkeit (Stand 2023: 48 Prozent),
- 70 Prozent Anteil bayerischer Privathaushalte mit eigenem Auto und Zugang zu DAB+ im Auto (Stand 2023: 33 Prozent),
- 70 Prozent Anteil der digitalen Tagesreichweite (DAB+, IP, Kabel, Satellit) an der Tagesreichweite Radio gesamt (Mo. bis Fr.; 14-59 Jahre) (Stand 2023: 62 Prozent).
- 70 Prozent Digitalanteil an einer Durchschnittsstunde (6 bis 18 Uhr; Mo. bis Fr.; 14-59 Jahre; DAB+, IP, Kabel, Satellit) („Nutzung“) (Erhebung und Quellen noch nicht definiert).

Drei dieser vier Meilensteine müssen mindestens erreicht werden, um die Dauer der UKW-Auslaufzuweisungen sowie den Abschalttermin festzulegen. Es wird zudem vorausgesetzt, dass der BR die UKW-Verbreitung seiner Radioprogramme bereits vor den Privatradios einstellt (BLM, 2023c).

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Erfahrungen der im Rahmen dieser Studie untersuchten internationalen Märkte erscheinen diese Meilensteine nur bedingt geeignet, die Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos abzuschätzen, dass eine reine „Digital only“ Verbreitung zu erheblichen Reichweitenverlusten und aliquoten Umsatz- und Ergebnismrückgängen führt. Die beiden ersten Kriterien knüpfen jeweils allein am Besitz eines stationären DAB+-Geräts oder eines DAB+-Autoradios an. So zeigen die Beispiele Schweiz und Großbritannien, dass der Gerätebesitz lediglich eine hinführende Bedingung des Migrationserfolgs ist. Entscheidend ist letztendlich allein die tatsächliche Nutzung der Radioprogramme.

Aussagekräftiger wären deshalb Kriterien, welche kommerzielle Schlüsselindikatoren der Radiobranche widerspiegeln, beispielsweise Hörminuten über DAB+. Dieser Aspekt wird zwar im dritten (Tagesreichweite) und vierten Kriterium (Digitalanteil Durchschnittsstunde) aufgegriffen. Müssten nur drei von vier Meilensteinen erreicht werden, bestünde die Gefahr, dass zwei Kriterien mit begrenzter Aussagekraft eine Entscheidung mit weitreichenden Folgen für den bayerischen Radiomarkt beeinflussen. Auch deshalb wird der Aspekt der „Abschaltkriterien“ im Rahmen der Szenarioanalyse in besonderem Maße berücksichtigt werden.

### 1.3.2 Bayerischer Rundfunk

Der BR fällt als öffentlich-rechtliches Medienunternehmen nicht in den regulatorischen Verantwortungsbereich der BLM. Der BR ist aber mit seinen landesweiten und regionalen Radioprogrammen ein integraler Bestandteil des UKW-Radiomarktes und Radiowerbungsmarktes in Bayern und deshalb trotzdem unmittelbar in das UKW/DAB+-Migrationsvorhaben einbezogen. Als Infrastrukturunternehmen ist der BR zudem an der Bayern Digital Radio beteiligt, betreibt seine eigenen UKW- und DAB+-Sendernetzinfrastrukturen in Bayern und verbreitet über diese Netze auch Programme der bayerischen Privatradios und der beiden Deutschland-Multiplexe.

Die UKW-Frequenzzuweisungen des BR laufen nicht aus und es gibt auch keine Vorgaben des Freistaats Bayern, UKW zugunsten von DAB+ aufzugeben. Dennoch hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein Interesse, aus UKW auszusteigen. Die für die Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten zuständige Kommission (KEF) hatte bereits im Jahr 2016 ein Modell entwickelt, das darauf abzielt, „dass ab 2029 nur noch die Verbreitungskosten für DAB+ anerkannt werden, die nach Schätzung der ARD ausweislich der Anmeldung zum 21. Bericht ca. 80 Prozent der Kosten der UKW-Verbreitung betragen werden“ (KEF, 2022). Im gleichen Bericht kommt jedoch zum Ausdruck, dass ein Ende des Simulcastbetriebs aus Sicht der KEF nicht abzusehen ist.

Es kann deshalb nicht abschließend beurteilt werden, ob in den nächsten Beitragsperioden die Radioverbreitungskosten tatsächlich gedeckelt sein werden. In den studienbegleitend mit Vertreterinnen und Vertretern des BR geführten Gesprächen wurde deutlich, dass intern auch für den Fall Vorbereitungen getroffen werden, dass ab 2029 ein um 20 Prozent reduziertes Verbreitungsbudget zur Verfügung stehen sollte.

Der BR beabsichtigt, das bisherige partnerschaftliche Miteinander auch beim Übergang zu DAB+ und Radiostreaming fortzusetzen und in enger Abstimmung mit dem privaten Radiomarkt zu gestalten. Hierzu gehört zum Beispiel auch die Möglichkeit, den UKW-Ausstieg der BR Radios potenziell zeitlich vor den Privaten umzusetzen. Die Attraktivität der reichweitenstarken, populären BR Radioprogramme könnte so dazu beitragen, dass zu diesem Zeitpunkt verbleibende reine UKW-Haushalte zu DAB+ wechseln und sich auf diese Weise zusätzliche Reichweite für alle entwickeln könnte.

Im hypothetischen Fall, dass der BR aus budgetären Gründen zum UKW-Ausstieg ohne eine terminierte UKW-Abschaltung der Privatradios gezwungen wäre, würde sich dies auf die UKW-Verbreitungskosten der Privatradios auswirken. Die aktuell auf den BR entfallenden UKW-Gemeinkosten der Senderstandorte würden in diesem Fall auf die verbleibenden privaten UKW-Radioprogramme und andere Standortmitbenutzer überwältigt.

Im Bereich der Regulierung ist das UKW/DAB+-Migrationsvorhaben in Bayern durch die auslaufenden UKW-Frequenzzuweisungen an einen Schlüsselmeilenstein gelangt. Die nun zu treffende Entscheidung über den weiteren Umgang mit den UKW-Frequenzen der Privatradios und über den Termin eines UKW-Ausstiegs könnte weitreichende nachteilige Folgen haben:

## Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

- Die DAB+-Plattform wird heute, auch in der Einschätzung der BLM, noch nicht im hinreichenden Umfang von weiten Teilen der Bevölkerung genutzt und kann deshalb nicht als etabliertes Reichweitenmedium angesehen werden.
- Eine zentrale Hypothese der BLM zugunsten eines zeitnahen UKW-Ausstiegs geht davon aus, dass die Kosteneinsparungen der Privatradios durch den Wegfall der UKW-Verbreitungskosten so hoch sind, dass potenzielle Reichweitenverluste und damit verbundene Werbeumsatzrückgänge in einem Umfang kompensiert werden können, der den nachhaltigen Fortbestand der Privatradios sicherstellt, wenn auch auf möglicherweise niedrigerem Profitabilitätsniveau.
- Sollte sich diese Hypothese in der Praxis als falsch erweisen, wird sich dies auf die Struktur des bayerischen Privatradiomarktes, auf die über Jahre entwickelte programmliche Vielfalt lokaler und regionaler Radioprogramme und nicht zuletzt auf die Wettbewerbsfähigkeit des dualen Radiomarkts auf globalen Radio- und Audiostreaming-Plattformen auswirken.

Der Tragweite dieser Entscheidung entsprechend, wird dieser Aspekt im Mittelpunkt der Szenarioanalysen im Kapitel Die internationalen Fallbeispiele liefern keine fertige Lösung, aber sie bieten wertvolle Elemente und Hinweise für die Weiterentwicklung des Migrationsvorhabens in Bayern. Sie zeigen, dass der Erfolg einer DAB+-Transformation von der Einigung der Radiobranche und der medienpolitischen Unterstützung abhängt. Die Fallbeispiele sind aber auch ernüchternd, da gute Konzepte und Budgets allein nicht ausreichen, um den Wandel erfolgreich umzusetzen. Sie sind jedoch auch insofern motivierend, da sie aufzeigen, dass zumindest in Großbritannien eine Entkoppelung der Werbeumsatzerlöse von den UKW-Reichweiten möglich gewesen ist.

In allen untersuchten Ländern war eine Einigung innerhalb der Radiobranche und medienpolitischen Unterstützung entscheidend, um eine UKW-Abschaltung umzusetzen. Ohne diesen Konsens wird es auch in Bayern schwer sein, eine erfolgreiche Transformation zu erreichen.

Entwicklungsszenarien der UKW/DAB+-Migration in Bayern stehen.

## 1.4 Beobachtungen und Schlussfolgerungen

Im Jahr 2023 hat Bayern erhebliche Fortschritte im Migrationsprozess von UKW zu DAB+ und Streaming erreicht. Diese Fortschritte umfassen:

### **DAB+-Senderinfrastruktur und Programmangebot**

- Der Aufbau eines flächendeckenden DAB+-Sendernetzes mit fast 100 Prozent technischer Reichweite in Bayern wurde erfolgreich abgeschlossen.
- Alle UKW-Programme werden auch über DAB+ im Simulcast verbreitet.

### **Haushaltsausstattung mit DAB+ Geräten und Nutzung**

- Die Entwicklung von Geräteausstattung und DAB+-Nutzung zeigte in den letzten Jahren eine steigende Tendenz, aber auch beachtliche Risiken für den weiteren Migrationsfortschritt.

## Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

- DAB+-Geräte sind in 2,6 Millionen bayerischen Haushalten vorhanden (41 Prozent aller Haushalte).
- Die Nutzung von DAB+-Radioprogrammen hat sich seit 2018 verdoppelt, liegt jedoch immer noch etwa 25 Prozentpunkte unter der von UKW.
- Die Konkurrenz durch alternative Audiostreamingangebote, wie Spotify, Apple Music nimmt zu.

## 1.5 Fazit Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens

Der Migrationsprozess zeigt sowohl Erfolge als auch Herausforderungen. So wurde die DAB+-Senderinfrastruktur und die Beteiligung aller UKW-Programme am Simulcastbetrieb erfolgreich umgesetzt. Zu den Herausforderungen gehören:

- Der Verbreitungsgrad von DAB+-Geräten ist zwar fortgeschritten, aber die Nutzung und Reichweite sind immer noch unter den erforderlichen Werten für einen reibungslosen UKW-Ausstieg.
- Die Festlegung sinnvoller Kennzahlen und zu erreichender Schwellenwerte, die potenzielle Nachteile für den bayerischen Radiomarkt und den Medienstandort Bayern aufgrund eines zum falschen Zeitpunkt durchgeführten UKW-Ausstiegs abmildern oder ganz vermeiden könnten.
- Ein für Bayern passendes ausgewogenes Maßnahmenpaket zu konzipieren und umzusetzen, dass die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Radiounternehmen und die Vielfalt der Radioprogramme sicherstellt, während gleichzeitig der Übergang zu DAB+ und Streaming orchestriert wird.



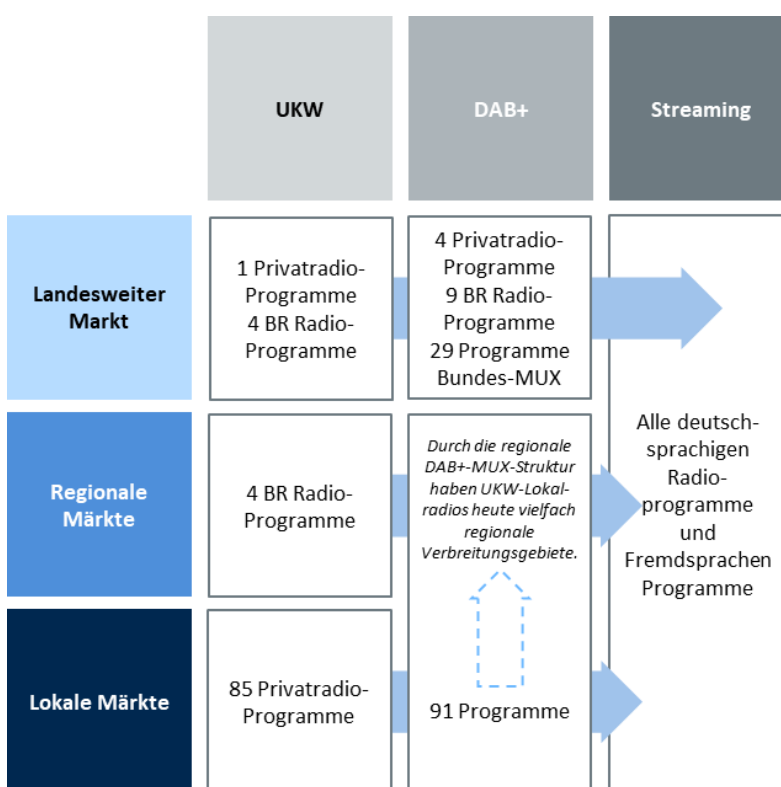
## 2 Markt und Wettbewerb

Herausfordernde wirtschaftliche Situation, Substitutionswettbewerb mit Streaming erschweren zeitnahen UKW/DAB+-Migrationserfolg

Seit der erstmaligen Zulassung privater Radioanbieter im Jahr 1985 ist im dualen System in Bayern einer der vielfältigsten und anbieterreichsten Radiomärkte Deutschlands entstanden. Im Jahr 2023 findet der Wettbewerb im bayerischen Radiomarkt auf zwei Ebenen statt, einerseits auf der Ebene der von den Lokalradios bearbeiteten lokalen oder regionalen Teilmärkte, andererseits landesweit. Auf Letzterer konkurrieren seit dem Markteintritt der beiden bundesweiten DAB+-Multiplexe nicht mehr nur die landesweiten Privatradioprogramme und vier durch Werbung mitfinanzierte öffentlich-rechtliche Radioprogramme um Tagesreichweiten und Nutzung, sondern weitere 29 Privatradios sowie die vier öffentlich-rechtlichen Programme des Deutschlandradios.

Abbildung 7

Marktebenen und Distributionsplattformen im bayerischen Radiomarkt



- 1) Hier handelt es sich um die regionalen Bayern 1 Varianten.
- 2) Dazu zählen zwei sogenannte Ausbildungsradios.

Quelle: Convergent Media Consulting 2023.

Hörerinnen und Hörer können die in Bayern zugelassenen 85 lokalen Privatradioprogramme, sechs landesweite Privatradios, neun regionale und landesweite Radioprogramme des BR über UKW, DAB+ und als Radioprogrammstream über das Internet empfangen. Diese Differenzierung ist insofern notwendig, als dass die Vermarktung von über UKW und DAB+ verbreiteten Programmen das gleiche Reichweitenpotenzial unter ähnlichen wettbewerblichen Rahmenbedingungen adressiert. Hingegen unterscheiden sich die wettbewerblichen Rahmenbedingungen der Audio- und Radiostreamingplattformen ebenso, wie das für bayerische Radiounternehmen realistisch erschließbare zusätzliche Umsatzpotenzial. Darüber hinaus ist bemerkenswert, dass die größeren Versorgungsgebiete der regionalen DAB+-Multiplexe in Bayern klassische Lokalradios zu regionalen Wettbewerbern gemacht haben.

Die Schwerpunkte einer Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie die jeweils relevanten Wettbewerbskräfte werden in der unternehmerischen Praxis typischerweise entsprechend der individuellen strategischen Zielsetzungen gewählt. Sie unterscheiden sich entsprechend von Fall zu Fall. Die im Rahmen dieser Studie durchgeführte Analyse unterstellt, dass es das Ziel von Medienpolitik, Regulierung und Radiomarktteilnehmern ist, den *heutigen* Radiomarkt in Bayern im Zuge des Migrationsvorhabens von UKW zu DAB+ so weiterzuentwickeln, dass

- es einer möglichst großen Zahl der bestehender Radiounternehmen möglich sein wird, ihr Geschäft auch in einer hybriden (DAB+/Streaming) digitalen Radiowelt wirtschaftlich nachhaltig und angemessen profitabel zu betreiben
- sich der Radiomarkt in Bayern auch zukünftig durch eine hohe wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Innovationskraft und Anbieter- und Programmviefalt auszeichnet
- die Radioprogramme und Audiomedien bayerischer Radiounternehmen eine große Reichweite und Nutzung bei den Hörerinnen und Hörern in Bayern generieren und sich so erfolgreich im Wettbewerb behaupten können.

Um den bayerischen Radiomarkt und den dort herrschenden Wettbewerb im Hinblick auf mögliche zukünftige Entwicklungsszenarien und die sich daraus ergebende Ansätze zur Weiterentwicklung des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens zu analysieren, werden insbesondere die folgenden Einflussfaktoren eingehender betrachtet:

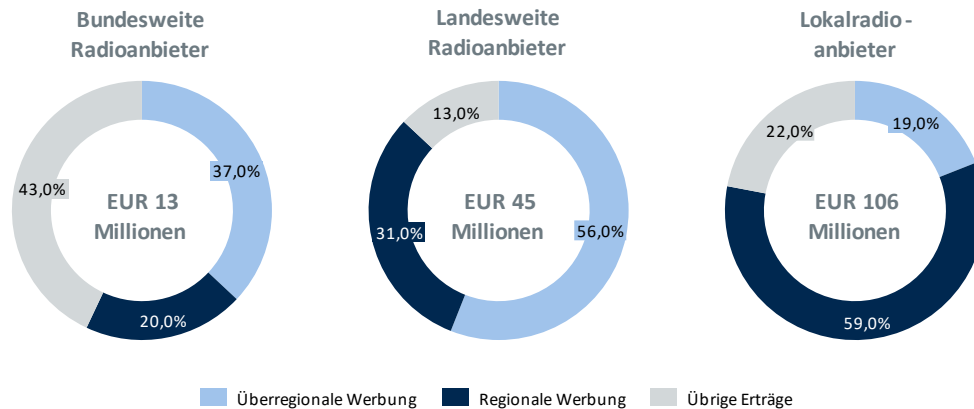
- Wirtschaftliche Entwicklung (Profitabilität und Verbreitungskosten)
- Wettbewerb in Bayern
- Substitutionskonkurrenz.

## 2.1 Wirtschaftliche Entwicklung

Die wirtschaftliche Entwicklung der privaten Radioanbieter wird primär durch die Werbeerlöse bestimmt. Wie Abbildung 8 zeigt, hatten Letztere im Jahr 2018 fast 90 Prozent Anteil am Gesamtertrag der landesweiten bayerischen Radioanbieter sowie rund 80 Prozent an jenem der Lokalradioanbieter (WILA RUNDFUNK, 2019).

Abbildung 8

Anteile der Radiowerbungserträge am Gesamtertrag von Radioanbietern auf dem bayerischen Radiomarkt 2018



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (WILA RUNDFUNK, 2019).

Entsprechend wirkten sich im privaten Radiomarkt sowohl die Pandemie als auch der zurückgehende Radioanteil an der Summe der Werbeausgaben in Deutschland besonders stark aus.

### Umsatzentwicklung

So erreichte das Reichweitenmedium Radio noch im Jahr 2017 5,1 Prozent Anteil an allen deutschlandweiten Netto-Werbeumsätzen, 2021 lag dieser nur noch bei 3,1 Prozent. Das heißt, andere Werbeträger wachsen stärker als Radiowerbung, deren Brutto- und Nettoumsätze seit 2017 bei rund EUR 1,9 Milliarden Brutto beziehungsweise rund EUR 790 Millionen Netto stagnieren. Das Verhältnis Netto zu Brutto bleibt auf der Ebene des Gesamtmarktes in Deutschland seit 2017 auf gleichem Niveau und erreicht bei 2021 41 Prozent. (Möbus & Heffler, 2022; Möbus & Heffler, 2022a).

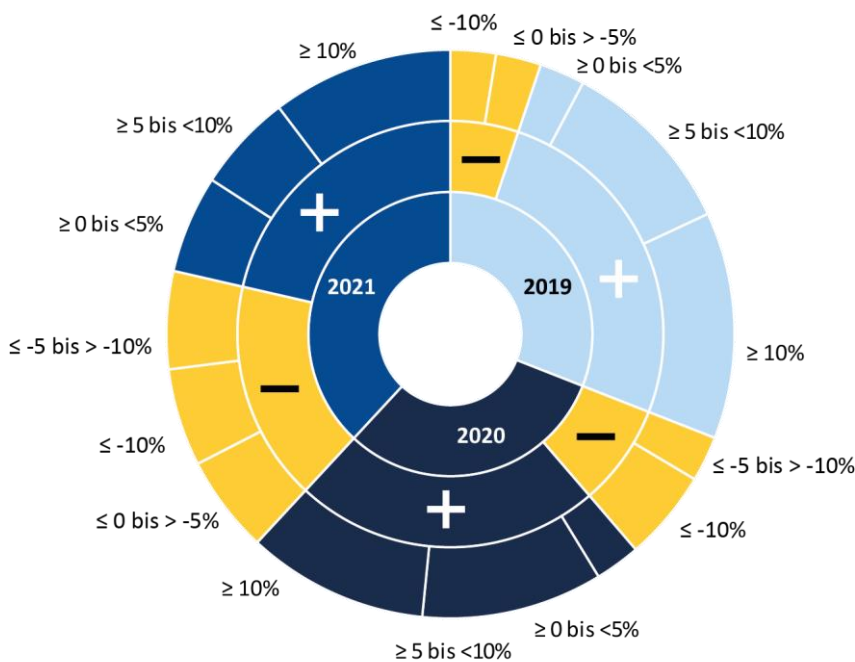
Die Entwicklung der Radiowerbeumsätze der Privatradios in Bayern kann nur auf Basis der veröffentlichten Bruttoumsätze beurteilt werden, da allein der BR Nettoumsätze im Geschäftsbericht veröffentlicht. Eine weitere Einschränkung ergibt sich daraus, dass die im Geschäftsbericht der BLM veröffentlichten Bruttoumsätze der Lokalradios nur die von Studio Gong und der Bayerische Lokalradio-Werbung national vermarkteten Bayern Funkpakete umfassen (BLM, 2022a). Die nationale Vermarktung hat nach Expertenschätzungen nur circa 30 Prozent Anteil an den Gesamtwerbeumsätzen der bayerischen Lokalradios. 60 Prozent des Werbeumsatzes wird durch Eigenvertrieb im lokalen und regionalen Sendegebiet erwirtschaftet, zehn Prozent aus sonstigen Geschäftsaktivitäten, wie zum Beispiel Events, Werbeagentur oder Sponsoring.

Unter Berücksichtigung dieser Einschränkungen stagniert der *Radiowerbeumsatz* im bayerischen Gesamtmarkt im Zeitraum 2017 bis 2021. Die *Nettowerbeumsätze* des BR folgen dieser Entwicklung und wuchsen pro Jahr durchschnittlich marginal um ein Prozent. Die *Bruttowerbeerlöse* der Antenne Bayern Gruppe gehen um -2 Prozent zurück. Die Lokalradios erzielten aus der nationalen Vermarktung im selben Zeitraum pro Jahr ein Umsatzplus von +3,2 Prozent (BLM, 2022a). Nachdem das Jahr 2023 zunächst eine verbesserte Werbeumsatzentwicklung im bayerischen Radiomarkt erwarten ließ, ist die Tendenz seit Mitte des Jahres rückläufig, wie mehrere Interviewpartner aus dem Privatradiomarkt zum Ausdruck brachten.

Trotz des großen Anteils der Radiowerbung am Gesamtertrag der Radioanbieter, bilden diese Kennzahlen die Situation der Unternehmen nicht vollständig ab. So ist der *Gesamtumsatz* der Lokalradios in Bayern, auch durch die Pandemie mit beeinflusst, seit 2019 rückläufig, wie eine indexierte Auswertung der BLM der aggregierten Umsatz- und EBIT-Entwicklung zeigt. Das Umsatzniveau 2021 lag -18 Indexpunkte unter jenem von 2019 (Indexwert 100).

Abbildung 9

Profitabilitätskategorien im bayerischen Lokalradiomarkt 2019-2021



+ Anteil der Lokalradios mit positiver EBIT-Marge    - Anteil der Lokalradios mit negativer EBIT-Marge

Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (BLM, 2022b).

## Entwicklung der Profitabilität

Die Auswertung einer BLM Befragung, an der sich knapp die Hälfte der Radiounternehmen in Bayern – überwiegend lokale Anbieter – beteiligt, zeigt, dass der Rückgang der Jahresüberschüsse noch größer ist. Dieser Indexwert ging um -55 Indexpunkte zurück. Die durchschnittliche Profitabilität aller Lokalradiounternehmen ging im Betrachtungszeitraum also um mehr als doppelt so stark zurück, wie die Umsätze. (BLM, 2022b).

Die strukturellen Effekte dieses Profitabilitätsrückgangs auf Branchenebene werden deutlich, wenn man Umsatzrendite-Größenklassen bildet und ihre Entwicklung im Zeitablauf betrachtet (siehe Abbildung 9).

- 2019 waren noch 16 Prozent der Lokalradiounternehmen EBIT-negativ, 2021 erzielten 25 Prozent eine negative Umsatzrendite.
- Die EBIT-Marge von 33 Prozent der profitablen Lokalradios fiel 2019 in eine Spanne von  $\geq$  fünf bis  $<$  zehn Prozent, 2021 lag der Anteil der Unternehmen in dieser Kategorie nur noch bei acht Prozent.
- Der Anteil der profitablen Lokalradios mit einer EBIT-Marge zwischen  $\geq$  Null bis  $<$  Fünf Prozent vervierfachte sich und umfasst 2021 rund ein Drittel aller Anbieter.

In zwei Drittel der Fälle hat sich die Umsatzrendite bayerischer Lokalradios im Zeitraum 2019 bis 2021 verschlechtert. Diese Verschlechterungen betreffen nicht nur EBIT-negative Unternehmen, sondern auch profitable Radioanbieter. Dennoch erzielten ein Drittel der Anbieter EBIT-Margen größer als zehn Prozent.

Niedrige Profitabilitätsniveaus und eine wachsende Zahl EBIT-negativer Radioanbieter wirken sich auf die Wettbewerbsfähigkeit der bayerischen Unternehmen im Radiomarkt Bayern aus. Es stehen weniger Mittel für die Weiterentwicklung des Programms, Marketing und Kommunikation, Hörerinnen- und Hörer-Bindungsmaßnahmen oder die Erschließung technischer Innovationen, wie zum Beispiel die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz (KI) zur Verfügung. Solche Investitionen sind jedoch notwendig, um sich im Wettbewerb um Marktanteile im Radiomarkt sowie im Substitutionswettbewerb gegenüber Audio-streamingangeboten erfolgreich zu behaupten.

Im Kontext des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens bedeutet dies einerseits, dass die Resilienz dieser Unternehmen gegenüber potenziell möglichen temporären oder gar dauerhaften Reichweitenverlusten gering ist. Andererseits ist es plausibel anzunehmen, dass gerade jene Unternehmen mit relativ hohen Programmverbreitungskosten Interesse haben werden, UKW-Verbreitungskosten einzusparen, sofern diese Kosteneinsparungen nicht durch Werbeumsatzrendite-Verluste aufgezehrt werden.

## 2.2 Verbreitungskosten

Die Kosten für Programmverbreitung haben einen wichtigen Einfluss auf die Profitabilität von Radioanbietern. Insbesondere Anbieter in ländlichen Sendegebietern haben im Verhältnis ihres Jahresergebnis zu den von ihnen aufgewendeten Verbreitungskosten eine

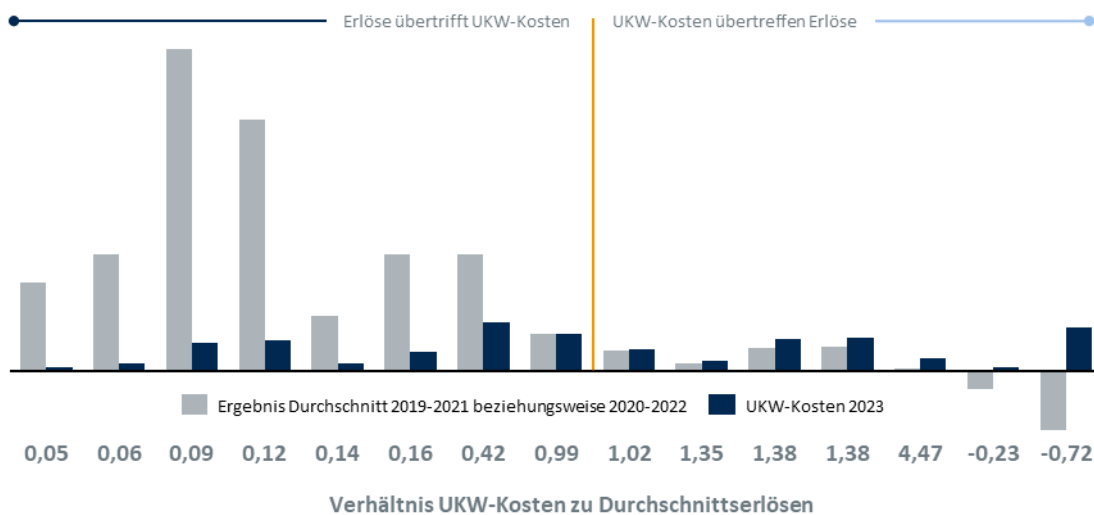
deutlich höhere Last zu tragen als Programmveranstalter in Ballungsräumen. Dies betrifft insbesondere die UKW-Verbreitungstechnik, da diese dedizierte Infrastrukturelemente für jedes Programm erfordert. Hingegen ermöglicht die DAB+-Technik die Zusammenfassung mehrerer Radioprogramme zu einem DAB+-Multiplex und deren Verbreitung über eine Senderinfrastruktur. Entsprechend verbessert sich das Verhältnis von Ergebnis zu DAB+-Verbreitungskosten zugunsten der Radiounternehmen: Die Kosten des DAB+-Sendernetz-betrieb werden allen verbreiteten Programmen zu gleichen Teilen zugeschlüsselt, so dass daraus bei einer entsprechenden Kapazitätsauslastung des Multiplex und niedrigere Ver-breitungskosten für das einzelne Unternehmen resultieren.

### UKW-Verbreitungskosten

Die in Abbildung 10 dargestellten Analyseergebnisse zu den UKW-Verbreitungskosten ei-nes Teils der bayerischen Lokalradiounternehmen zeigen, dass in den untersuchten Fällen das Verhältnis des Ergebnisdurchschnitts der Jahre 2019-2022 zu den UKW-Kosten im Jahr 2023 im Minimum 1 zu 0,5 und im Maximum 1 zu 447 beträgt (BLM, 2023b). Die UKW-Ver-breitungskosten der bayerischen Privatsender werden nach dem Auslaufen der heutigen Verträge mit dem Sendernetzbetreiber BMT an die aktuelle Kostenentwicklung angepasst werden und deshalb steigen. Sofern sich ihre Profitabilität nicht verbessert, werden sich diese Verhältniswerte weiter zu Ungunsten der Privatradios verschlechtern.

Abbildung 10

Durchschnittserlöse und UKW-Kosten ausgewählter Lokalradiounterneh-men in Bayern



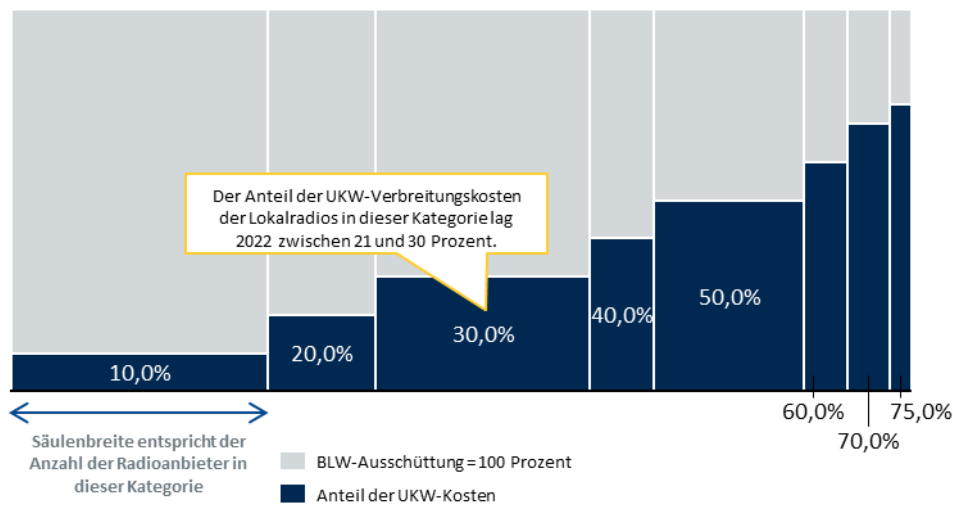
Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (BLM, 2023b).

Im Zusammenhang mit den UKW-Verbreitungskosten ist es auch erheblich, dass dem BR möglicherweise ab 2028 ein auf 80 Prozent limitiertes Budget für die Verbreitung seiner Radioprogramme über UKW und DAB+ zur Verfügung stehen könnte. Dies würde sich

potenziell auch auf den UKW-Sendernetzbetreiber BMT auswirken, der die UKW-Senderinfrastruktur des BR mitbenutzt. Eventuelle zusätzliche Kostensteigerungen, beispielsweise durch höhere Instandhaltungskosten des BR oder aus dem vertragsgemäßen Weiterbetrieb von BR-Infrastrukturen allein für die Privatradios, sind deshalb nicht auszuschließen.

Abbildung 11

Anteil der UKW-Verbreitungskosten bayerischer Lokalradios an den Ausschüttungen aus der nationalen Vermarktung 2022



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (BLM, 2023c).

Die UKW/DAB+-Migration, die in deren Zuge angestrebte UKW-Abschaltung aber auch diese Markt- und Wettbewerbsanalyse rücken ein weiteres Kosten/Umsatzverhältnis in den Untersuchungsfokus, jenes der Werbeumsätze im Verhältnis zu den UKW-Kosten (siehe Abbildung 12). Diese Darstellung umfasst nicht die gesamten Radiowerbeumsätze der Lokalradios, sondern nur jene circa 30 Prozent, die im Rahmen der nationalen und regionalen Vermarktung durch die BLW entsprechend der tatsächlich erreichten Reichweiten zugeschlüsselt werden. Obwohl hier aus Datenschutzgründen keine absoluten Zahlen dargestellt werden, zeigt die Breite der Säulen klar, dass bei rund 30 Prozent der berücksichtigten Lokalradios die UKW-Kosten mehr als 50 Prozent des Umsatzes aus nationaler Vermarktung erreichen.

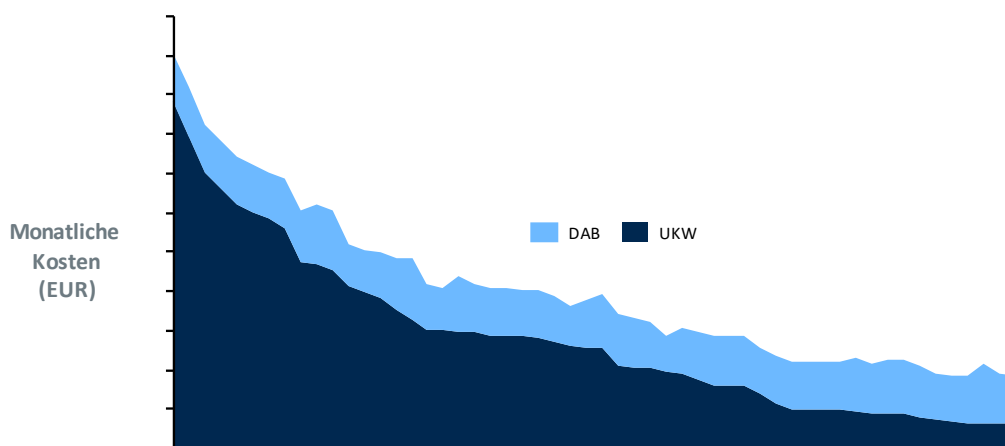
In wettbewerblicher Hinsicht kann deshalb plausibel angenommen werden, dass einem Radioanbieter mit niedrigem UKW-Kostenanteil am Werbeumsatz mehr Mittel zur Verfügung stehen, um Maßnahmen zur Weiterentwicklung und Vermarktung von Programmen einzusetzen. Im UKW/DAB+-Migrationskontext wird diese Kennzahl in Modellrechnungen der Szenarioanalyse einfließen, um beispielsweise abzuschätzen, ab welchem Wert ein Reichweitenverlust und der daraus resultierende Umsatzrückgang aus Radiowerbung den positiven Kosteneffekt der UKW-Abschaltung ausgleicht.

## DAB+-Verbreitungskosten

Aufgrund des Simulcastbetriebs entstehen den bayerischen Privatradios und dem BR zusätzlich zu den UKW-Verbreitungskosten Kosten für die Verbreitung ihrer Programme über die DAB+-Netze.

Abbildung 12

Monatliche UKW- und DAB+-Verbreitungskosten ausgewählter bayerischer Radiounternehmen 2023



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (BLM, 2023b).

Wie schon bei UKW, aber mit deutlich geringerer Varianz, hängen auch bei DAB+ die absoluten Kosten von der Größe des Sendegebiets und den jeweiligen topographischen Bedingungen ab, wie die Darstellung der monatlichen Verbreitungskosten eines Teils der bayerischen Lokalradiounternehmen in Abbildung 12 zeigt. Die UKW- und DAB+-Kostendarstellung ist additiv zu verstehen, das heißt, im letzten Drittel der Kurve sind die UKW-Kosten niedriger als die DAB+-Kosten.

In der überwiegenden Zahl der betrachteten Fälle tragen die Radioanbieter jedoch deutlich höhere UKW- als DAB+-Verbreitungskosten. Dieses Verhältnis ist umso vorteilhafter, wenn die absoluten UKW-Verbreitungskosten besonders hoch sind. Für sich betrachtet, könnte bei rund zwei Dritteln der Lokalradios in der Untersuchung ein kaufmännisches Interesse an einer UKW-Abschaltung unterstellt werden. Voraussetzung einer so möglichen Ergebnisverbesserung wäre es allerdings, dass die möglichen Umsatz- und Ergebniseffekte eines durch den UKW-Ausstieg verursachten Reichweitenverlusts diese nicht weitgehend oder sogar überkompensieren.



## 2.3 Wettbewerb in Bayern

Die Radioanbieter aus Bayern stehen einerseits untereinander im Wettbewerb um Reichweite, andererseits aber auch mit den Radioprogrammen der beiden bundesweiten DAB+-Multiplexe sowie mit den aus anderen Bundesländern und dem benachbarten Ausland einstrahlenden Programmen.

### Lokale Vermarktung

Der Reichweitenwettbewerb unter den bayerischen Radioanbietern findet einerseits auf lokalen Märkten statt, da es nur diesem Radiomarktsegment erlaubt ist, lokale und regionale Werbung auszuspielen. Dies heißt allerdings nicht, dass die Lokalradios vor Wettbewerb geschützt sind, denn alle übrigen in der Region empfangbaren Radioprogramme adressieren das gleiche Reichweitenpotenzial beziehungsweise Zeitbudget der Hörerinnen und Hörer. In primär durch UKW-Verbreitung technisch-räumlich begrenzten Sendegebieten waren Lokalradios außerhalb der Ballungsräume nur einem moderaten Wettbewerb um lokale und regionale Werbekunden ausgesetzt. In den Ballungsräumen war dies seit jeher anders.

Durch die technischen Eigenschaften der DAB+-Infrastrukturen vergrößerten sich auch die Verbreitungsgebiete der Lokalradios in ländlichen Regionen. Dadurch kam es trotz des weitgehend homogenen Programmangebots auf UKW und DAB+ zu Überlappungen der technischen Versorgungsgebiete und zu einer Intensivierung des Reichweitenwettbewerbs unter den bayerischen Lokalradios. Abbildung 13 zeigt am Beispiel von Radio Ramasuri, wie sich die Fläche und Bevölkerungsabdeckung der UKW- und DAB+-Versorgungsgebiete dieses Radioprogramms unterscheiden.

Allgemein bestand unter UKW-Bedingungen vielfach eine Situation,

- ein bevorzugtes Programm beim Pendeln zwischen Wohn- und Arbeitsort nur an einem Ort oder in einer kleineren Region empfangen zu können, so dass am Zielort auf ein anderes UKW-Programm umgeschaltet werden musste,
- dass beim Hören Zuhause oder am Arbeitsort außerhalb der Ballungsräume nur ein Lokalradioprogramm zu empfangen war.

Die größeren DAB+-Sendegebiete und die Zusammenfassung mehrerer Lokalradios in regionalen Multiplexstrukturen erlauben es hingegen pendelnden Hörerinnen und Hörern vielfach, an beiden Orten das gleiche Programm hören zu können. Auch das stationär empfangbare Programmangebot am Wohn- oder Arbeitsort vergrößert sich und umfasst unter anderem mehrere Lokalradios aus der Region.

Abbildung 13

Unterschiede im UKW- und DAB+-Verbreitungsgebiet am Beispiel von Radio Ramasuri



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (FM Scan, 2023).

Dies bedeutet aus Radioanbietersicht einerseits die Chance, bessere Werte bei der werbeumsatzrelevanten Reichweitenmessung zu erzielen. Andererseits besteht aber auch das Risiko, dass die ebenfalls im regionalen Multiplex angebotenen Radioprogramme ihrerseits Reichweitengewinne zu Lasten des betreffenden Programms erzielen. Potenzielle Reichweitenverluste sind im Rahmen des Eigenvertriebs lokaler Radiowerbung nicht im gleichen Ausmaß wirksam, wie bei der landesweiten oder nationalen Vermarktung. So zeigen Beobachtungen der BLM, dass es etablierten Lokalradios vielfach gelingt, trotz objektiver Reichweitenverluste das Niveau ihrer Werbeumsätze aus lokaler Vermarktung aufrechtzuerhalten.

Bei der nationalen Vermarktung sind die gemessenen Reichweiten für Lokalradios genauso relevant wie für alle übrigen Radioanbieter. So sind alle bayerischen Lokalradios und landesweite Privatradios in Vermarktungspaketen zusammengefasst, um nationalen

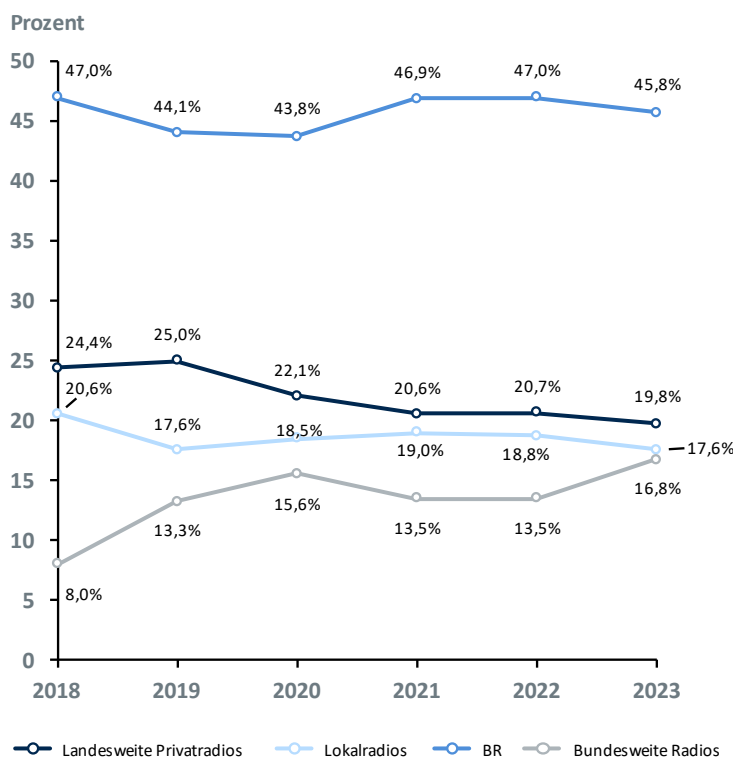
Werbetreibenden eine Kampagnenauspielung mit der maximalen Reichweite der Radioprogramme im Paket zu ermöglichen. Die so erzielten Werbeumsätze werden den Reichweiten des jeweiligen Lokalradioprogramms entsprechend zugeschlüsselt.

### Landesweite und nationale Vermarktung

Bei der landesweiten und nationalen Vermarktung stehen die Lokalradios im direkten Wettbewerb mit den landesweiten Privatradios, den Programmen des BR mit Radiowerbung und den kommerziellen Radioprogrammen der beiden bundesweiten DAB+-Multiplexe. Gegenüber UKW hat sich das Programmangebot über DAB+ um mehr als 40 zusätzliche Programme erhöht. Selbst in den Fällen, in denen keine Werbung ausgespielt wird, wie in den fünf DAB+ only Programmen des BR, entfällt trotzdem Reichweite auf diese Programme, die von werbefinanzierten Programmen von Privatradios nicht monetarisiert werden kann.

Abbildung 14

Entwicklung der Marktanteile im bayerischen Radiomarkt 2018-2023



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (Kantar, 2023).

Die Ergebnisse des Reichweitenwettbewerbs auf den verschiedenen Ebenen des bayerischen Radiomarktes lassen sich an der in Abbildung 14 dargestellten Entwicklung der prozentualen Marktanteilsveränderungen seit 2018 gut ablesen:

- Die Programme der beiden bundesweiten DAB+-Multiplexe gewinnen rund neun Prozent Marktanteil gegenüber allen bayerischen Radioprogrammen hinzu.
- Die Privatradios verlieren mit -4,6 Prozent (Landesweite Radioprogramme) und minus drei Prozent (Lokalradios) am stärksten.
- Der Marktanteil des BR geht nur um rund ein Prozent zurück.

Der Wettbewerb im bayerische Radiomarkt hat in den letzten fünf Jahren dazu geführt, dass die bundesweiten Radioprogramme Marktanteile im Verdrängungswettbewerb zum Nachteil der bayerischen privaten und öffentlich-rechtlichen Programme erzielen konnten. Betrachtet man nämlich nur die Marktanteilsveränderungen unter den *bayerischen* Radioprogrammen, so haben sich diese nur geringfügig zwischen BR und landesweiten Privatradios verschoben, der Marktanteil der Lokalradios hingegen blieb unverändert. Da die bundesweiten Radioprogramme in Bayern nur über DAB+ und das Internet zu empfangen sind, zeigt diese Entwicklung die wettbewerblichen Auswirkungen der über DAB+ erzielbaren Marktanteile auf den nationalen Vermarktungserfolg von Radiowerbung.

Die Marktanteilsverluste der bayerischen Privatradios erklären, zusammen mit der zurückgehenden Tagesreichweite des Mediums Radio allgemein, die verschlechterte Profitabilität EBIT-positiver Privatradios beziehungsweise die Zunahme der Zahl von Privatradios mit stark negativen EBIT-Margen. Damit einher geht aber auch die Erkenntnis, dass im weiteren Umstieg von UKW auf DAB+ zusätzliche, nicht aus dem Wettbewerb, sondern vom Migrationsprozess verursachte Reichweitenverluste minimiert werden müssen. Gelingt dies nicht, besteht das Risiko einer weiteren Verschlechterung der Profitabilität auf breiter Basis mit entsprechenden Auswirkungen für die Vielfalt bayerischer Radioprogramme. Die Marktanteilgewinne der bundesweiten Radioprogramme haben in diesem Zusammenhang aber nicht allein negative Implikationen für den bayerischen Radiomarkt. Sie zeigen nämlich, dass die größere Programmvielfalt von mehr Menschen wahrgenommen und genutzt wird und sich DAB+ in einem Teil des Marktes bereits messbar etabliert hat.

## 2.4 Substitutionswettbewerb

Die Mediengattung Radio und damit auch die Unternehmen im bayerischen Radiomarkt stehen in einem intensiven Substitutionswettbewerb mit alternativen Audiostreaming-Plattformen. Die Ergebnisse des Online Audio Monitor 2023 zeigen, dass rund acht Millionen Menschen in Bayern oder 73 Prozent der Gesamtbevölkerung Audiostreaming-Angebote, wie das Streaming von Radioprogrammen, Musik, Podcasts oder Hörbücher, mindestens gelegentlich nutzen (OAM, 2023). Gemessen an der gesamten täglichen Audio-Hördauer, erreichen diese alternativen Audioinhalte im Jahr 2023 bereits rund 25 Prozent Marktanteil in der Gesamtbevölkerung, über 50 Prozent in der Altersgruppe der 14-29-jährigen Menschen in Bayern und auch in älteren Bevölkerungskreisen um 30 Prozent (Kantar, 2023).

### 2.4.1 Hörerinnen und Hörer

Audiostreaming ist eine Alternative zu UKW und DAB+ und damit ein Risiko für die erfolgreiche Fortsetzung und den Abschluss des Übergangs von UKW zu DAB+ in Bayern:

- Einerseits besteht nämlich die Gefahr, dass Audiostreaming in den individuellen Nutzenkalkülen bislang nicht von DAB+ überzeugten Haushalten als attraktiver angesehen wird und es nicht zur Entscheidung für Kauf und Nutzung eines DAB+-Geräts kommt.
- Andererseits hat sich bereits in Großbritannien und der Schweiz eine Entwicklung eingestellt, die durch eine zurückgehende Nutzung in etablierten DAB+-Haushalten und eine zunehmende Audiostreaming-Nutzung gekennzeichnet ist.

Die Ergebnisse der studienbegleitenden Marktforschung zeigen, dass das Eintreten des erstgenannten Risikos auch in Bayern möglich ist. So beabsichtigen bislang DAB+ abstinenten Haushalte, sich im Fall einer UKW-Abschaltung jeweils zur Hälfte für DAB+ oder für Audiostreaming zu entscheiden. Würde dieser Fall eintreten, könnte sich das zukünftige Wachstum der DAB+-Gerätebasis mindestens verlangsamen. Abhängig davon, ob sich, wie in den genannten Ländern geschehen, auch die Radio- und Audiostreaming-Nutzung heutiger bayerischer DAB+-Haushalte zu Lasten der DAB+-Nutzung auswirkt, könnte der DAB+-Diffusionsprozess auf dem bis zu dem Zeitpunkt erreichten Niveau stagnieren.

Für die Radiomarktteilnehmer, Medienpolitik oder Regulierung ist dieser Wettbewerb nur wenig effektiv beeinflussbar. Selbst in einem Fall wie der Schweiz, wo erhebliche Budgets zur Verfügung standen, um den Markterfolg von DAB+ zu erreichen, ist es nicht gelungen, den Substitutionswettbewerb der Audiostreaming-Plattformen wirksam zu stören. Auch in Großbritannien hat ein umfangreiches Radioangebot über Mittelwelle, UKW und DAB+ dem raschen Wachstum von Smartspeaker-Systemen sowie deren Einsatz für Radio- und Audiostreaming nicht effektiv entgegenwirken können.

Die Rollen und strategischen Interessen der wichtigsten Stakeholder im Audiostreaming und ihr Einfluss auf die DAB+-Einführung in Bayern sind durch die im Folgenden kurz beschriebenen Merkmale gekennzeichnet.

#### **Endgerätehersteller**

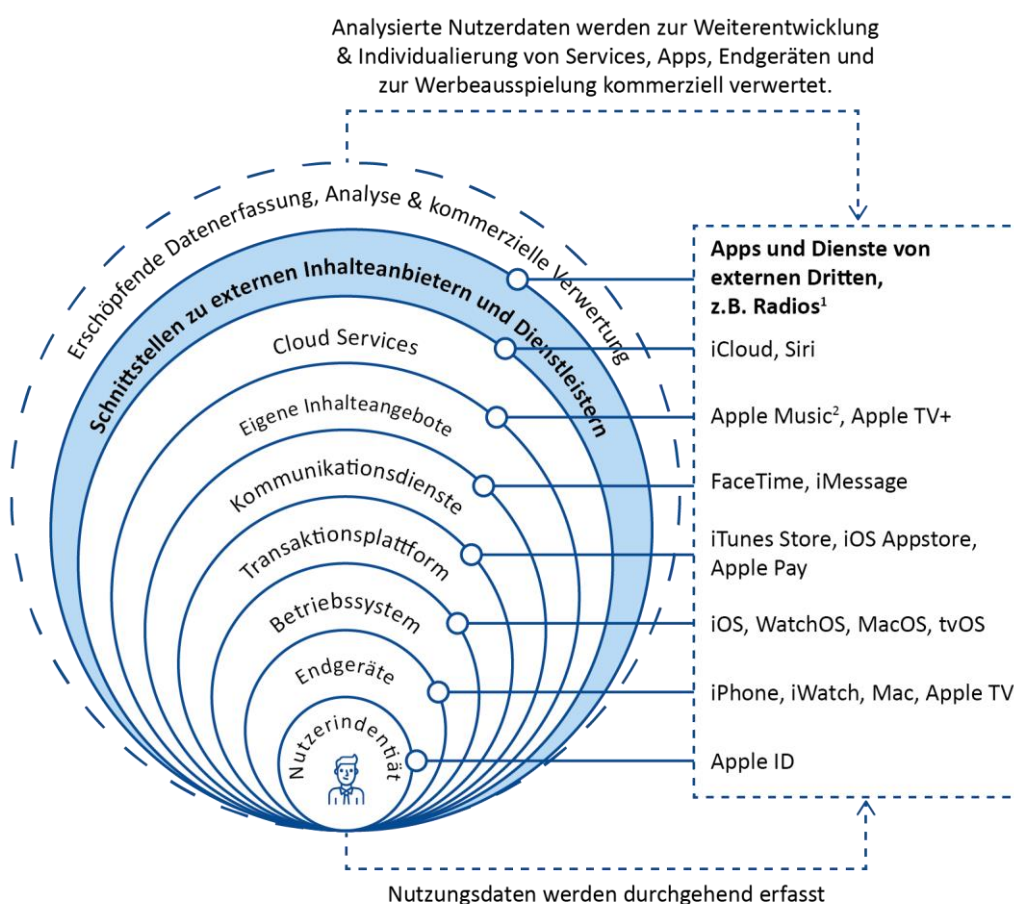
Audiostreaming-Geräte sind typischerweise von globalen Technologieunternehmen hergestellte und vermarktete multifunktionale Universalgeräte, deren Betriebssysteme durch einfach zu installierende Softwareanwendungen, sogenannte Apps, von den Nutzerinnen und Nutzern leicht an die individuellen Bedürfnisse angepasst werden können. Beispiele für potenziell für Audiostreaming geeignete Geräte sind Smartphones, Smartspeaker, PC, SmartTV und viele mehr. In der Universalität liegt ein erster wesentlicher Unterschied zu DAB+, da Radiogeräte im allgemeinen nur UKW/DAB+-Radioempfang und Radiostreaming erlauben.

Der wettbewerblich gravierendere Vorteil der Technologieunternehmen, also in erster Linie Apple, Google und Amazon, liegt jedoch darin begründet, dass Geräte typischerweise nur ein Element des von ihnen organisierten und über eigene Betriebssysteme und

Vertriebskanäle kontrollierten Wertschöpfungssystem sind (siehe Abbildung 15). Bei Amazon Alexa ist nicht in erster Linie die Hardware oder die Fähigkeit, Audio zu streamen interessant. Vielmehr soll das System Smart Home Anwendungen steuern, dabei erschöpfend Nutzerdaten erheben und elaborierte Vertriebsfunktionen für die auf der Alexa-Plattform präsenten Handelsunternehmen und Dienstleister bieten. Diese auch als „Ecosystem“ bezeichneten Plattformen sind für externe Inhalteanbieter deshalb so attraktiv, weil man darüber relativ kostengünstig potenziell mehrere Millionen Menschen zugleich ebenso erreichen kann, wie einen präzise abgegrenzten Ausschnitt dieser Grundgesamtheit. Im Gegenzug stärkt aber jedes neu hinzukommende Angebot die Attraktivität des jeweiligen Wertschöpfungssystems und damit dessen Marktmacht.

Abbildung 15

Übersicht Apple Wertschöpfungssystem und Schnittstellen zu Nutzern, externen Anbietern und Dienstleistern



- 1) Auf dieser Ebene des Apple Ecosystems finden sich zum Beispiel die Streaming Apps bayerischer Radioanbieter, Aggregator Apps, wie Radioplayer und kommerzielle Audiostreaming-Angebote, wie Spotify oder Deezer.
- 2) Apple kuratiert und vermarktet eigene audiovisuelle Inhalteangebote und bietet Nutzerinnen und Nutzern hochwertige Audioangebote, wie beispielsweise Streaming von Radioprogrammen, Podcasts privater und öffentlich-rechtlicher Medienanbieter.

Quelle: Convergent Media Consulting 2023.



Zudem streben alle Marktteilnehmer dieser Wertschöpfungssysteme die Etablierung von „Direct to Consumer“-Modellen an, also direkte Nutzerbeziehungen über eigene Angebote aufzubauen, vor allem, um über diese verbindlichen Berührungspunkte mit den Konsumenten Datenstrategien umzusetzen.

Aus Sicht der Konsumenten bieten die großen Ecosysteme ein umfassendes Sortiment von Inhalten und Anwendungen an, die über sogenannte App Stores oder Aggregator-Apps, wie Spotify oder Apple Music komfortabel zugänglich sind. Diese sich gegenseitig selbst verstärkenden Nutzeneffekte und das hochentwickelte Marketing der Technologieunternehmen sind primär dafür verantwortlich, dass die technischen Voraussetzungen für die Nutzung von Audiostreaming-Angeboten heute in fast jedem Haushalt bestehen und damit eine Substitution von UKW oder DAB+ durch Streaming niedrigschwellig möglich ist.

### **Audiostreaming-Plattformen**

Audiostreaming-Plattformen sind zum Teil integrale Elemente der Ecosystem-Plattformen der Technologieunternehmen, beispielsweise Apple Music. Andere Plattformen, wie Spotify, Amazon Music oder YouTube profitieren beim Vertrieb ihrer Apps von der aggregierten Nutzerbasis der Technologieunternehmen. Die besonderen Risiken aus der Sicht der Radiobranche sind neben deren umfassendem Repertoire

- die angebotenen Geschäftsmodelle, die neben einem Bezahlmodell auch die werbefinanzierte Nutzung der angebotenen Musik und Podcast-Inhalte erlauben,
- die Simulation von Radioprogrammen durch anbieter- oder nutzerseitig kuratierte Playlists, die programmähnlich auf Abruf ablaufen,
- das erschließbare Reichweitenpotenzial für die Zweitverwertung von Radioanbieter-Podcasts, die letztendlich die Attraktivität der Audiostreaming-Plattform erhöht und Hörerinnen und Hörer potenziell von den Radioanbieter eigenen Plattformen abzieht,
- die im Vergleich mit den Budgets der Radiobranche substanziell höheren Marketing- und Kundenbindungsaufwendungen der Audiostreaminganbieter.

Diese Zusammenhänge zeigen, dass die Position des Radios im Substitutionswettbewerb mit Streaming nur dann erfolgreich in die Zukunft weiterentwickeln lässt, wenn es gelingt, an der plattformökonomischen Wertschöpfung der großen Ecosysteme zu partizipieren. Die sich in Bayern bietenden Voraussetzungen für die Ergänzung der DAB+-Digitalradioplattform durch eine wirtschaftlich tragfähige zweite Säule Radio- und Audiostreaming werden im Rahmen der Szenarioanalysen im Kapitel Die internationalen Fallbeispiele liefern keine fertige Lösung, aber sie bieten wertvolle Elemente und Hinweise für die Weiterentwicklung des Migrationsvorhabens in Bayern. Sie zeigen, dass der Erfolg einer DAB+-Transformation von der Einigung der Radiobranche und der medienpolitischen Unterstützung abhängt. Die Fallbeispiele sind aber auch ernüchternd, da gute Konzepte und Budgets allein nicht ausreichen, um den Wandel erfolgreich umzusetzen. Sie sind jedoch auch insofern motivierend, da sie aufzeigen, dass zumindest in Großbritannien eine Entkoppelung der Werbeumsatzerlöse von den UKW-Reichweiten möglich gewesen ist.

In allen untersuchten Ländern war eine Einigung innerhalb der Radiobranche und medienpolitischen Unterstützung entscheidend, um eine UKW-Abschaltung umzusetzen. Ohne

diesen Konsens wird es auch in Bayern schwer sein, eine erfolgreiche Transformation zu erreichen.

Entwicklungsszenarien der UKW/DAB+-Migration in Bayern weiter untersucht.

## 2.4.2 Behörden und Automobilhersteller

Audiostreaming hat sich nicht nur von der Publikumsseite zu einer Alternative zu UKW und DAB+ entwickelt. Vielmehr setzen heute auch Behörden mit Sicherheitsaufgaben und die Automobilindustrie alternative Anwendungen, Systeme und Netze mit einem Niveau der technischen Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit ein, die früher ein Alleinstellungsmerkmal von Rundfunktechnik waren.

### **Notfall- und Krisenkommunikation**

Eine Alarmierung kann in Deutschland seit 2022 auch über die sogenannte Cell Broadcast Technik an alle eingeschalteten Mobiltelefone in einem Mobilfunknetz erfolgen. Der Verbreitungsgrad von Mobiltelefonen liegt weit über 90 Prozent der Bevölkerung und entspricht damit jenem von UKW. Die Flutkatastrophen in NRW und Bayern haben allerdings gezeigt, dass Mobilfunksysteme in bestimmten Gefahrenlagen weitaus weniger zuverlässig funktionieren als Rundfunknetze.

### **Verkehrsfunk**

Automobilhersteller bieten, parallel zur Empfangsmöglichkeit von Verkehrsinformationen über UKW und DAB+, deren Empfang über Mobilfunknetze, mittels der in allen modernen Fahrzeugen verbauten SIM-Karten und die Real Time Traffic Information (RTTI) Technik an, im Allgemeinen bei Neuwagen zunächst kostenlos, später als Abonnement.

### **Autoradios**

Automobilhersteller sind seit 2020 gesetzlich zum Einbau eines DAB+-Radios verpflichtet. Parallel dazu bieten sie aber in höherpreisigen Fahrzeug- und Ausstattungskategorien eigene Audiostreaming-Angebote, die mit Radioprogrammen konkurrieren an, wie beispielsweise automatisiert vertonte Nachrichten oder sie integrieren die App des Musikstreaming-Marktführers Spotify direkt in die herstellereigenen Entertainment-Systeme. Die Netzverbindung erfolgt auch hier über fest im Fahrzeug verbaute SIM-Karten. Zusätzlich besteht in allen Fahrzeugklassen die Möglichkeit, das persönliche Smartphone mit dem Auto zu vernetzen und Audioinhalte über das Entertainment-System des Fahrzeugs wiederzugeben.

Viele Automobilhersteller bieten heute eine darüberhinausgehende Integration von Smartphones an. Hierzu dienende Lösungen, wie Apple Carplay oder Android Car ersetzen die jeweilige Benutzeroberfläche des Automobilherstellers mit einem eigenen User Interface und bieten so bequemen Zugriff auf alle Audiostreaming-Apps. Dies eröffnet sowohl den Streamingangeboten von Radioanbietern eine höhere Präsenz im Fahrzeug als auch neuen Wettbewerbern im Audiomarkt, wie zum Beispiel der FAZ, deren Apple Car Play App eine Auswahl ihrer Zeitungsartikel auf Abruf maschinell „vorliest“. Aus Sicht der



Automobilhersteller findet der Substitutionswettbewerb letztendlich nicht zwischen DAB+ und Streaming statt, sondern zwischen Apple Carplay, Android Car und den Herstellersystemen. Zumindest Apple plant, die nächste Version von Carplay auch auf den Hauptbildschirm auszudehnen und damit Daten und Darstellung von Geschwindigkeit, Tankfüllstand etc. in das Apple System zu integrieren.

Zwei wichtige langjährige Allianzpartner der Radiobranche rücken zwar noch nicht vom Rundfunk ab, sie bereiten sich aber strategisch auf ein Szenario vor, in dem Mobilfunknetze die dominierenden Massenkommunikationswege sind und Radio als Alarmierungs- und Unterhaltungsmedium eine abnehmende Bedeutung haben wird. Dies gilt insbesondere für die Automobilindustrie, die neben dem Schutz ihrer wichtigsten visuellen Schnittstelle zu Fahrerinnen und Fahrern vor dem Zugriff der Technologieunternehmen, auch die technische Entwicklung des autonomen Fahrens vorantreibt. Wie sich Letzteres auf die Radionutzung im Auto auswirken wird, kann hier nicht zuverlässig abgeschätzt werden. Die zuletzt auf der IAA erkennbare Tendenz zur Ausdehnung audiovisueller Unterhaltungsangebote auch auf den Beifahrersitz, zeigt jedoch, dass die Automobilhersteller offenbar stärker auf Video als auf Audio und Radio setzen. Der Substitutionswettbewerb wird sich auch hier weiter intensivieren.

### 2.4.3 Werbemarkt

Vermarkter, Agenturen und Werbetreibende differenzieren, trotz der beschriebenen wettbewerblichen Einflüsse der eingesetzten Techniken, Reichweite nicht danach, über welchen Verbreitungsweg sie Zustandekommen ist. Der Werbewirtschaft geht es vielmehr darum, möglichst die gesamte Tagesreichweite in Bayern mehrmals am Tag mit einem Spot zu erreichen und dies über *alle* in Bayern gehörten Programme. Dies erklärt auch die Relevanz der nationalen Vermarktungspakete, die alle bayerischen Lokalradios beinhalten. Ohne den Lokalradioanteil an Tagesreichweite und Nutzung wäre der erwünschte Kommunikationsdruck nicht zu erzielen, trotz der zur gleichen Zeit gebuchten reichweitenstärkeren landesweiten Programme. Tagesreichweite und Nutzung von Radioprogrammen, die simultan zur UKW-Verbreitung über DAB+ und das Internet gestreamt werden, erreichen ohne UKW und nur über DAB+ und Streaming in Bayern rund 47 Prozent der Bevölkerung. Eine vollständige Substitution der heutigen UKW-Reichweite durch Digitalradio-Reichweite ist aus der Sicht der Werbungtreibenden nicht sinnvoll. Die Werbewirtschaft will möglichst alle Menschen erreichen und bucht entsprechend die Gesamtreichweite des Massenmediums Radio, über alle Berührungspunkte mit dem Publikum. Die Festlegung des „richtigen“ UKW-Abschalttermins ist deshalb für die Privatradios wettbewerblich-unternehmerisch so erfolgskritisch, weil UKW heute noch den größten Beitrag zur Reichweite leistet.

Diese Zusammenhänge erklären auch, warum es selbst in entwickelten DAB+-Radiomärkten wie der Schweiz nicht gelingt, mit nur über DAB+ und das Internet empfangbaren Radioprogrammen monetarisierbare Reichweite zu generieren, solange *etablierte* Radioprogramme über UKW noch substantielle Reichweiten erzielen. Im Umkehrschluss anzunehmen, dass reine DAB+-Programme ihrerseits erfolgreich Reichweitengewinne erzielen könnten, wenn sie zusätzliche UKW-Frequenzen zugewiesen bekommen, ist nicht

plausibel. Denn auch im kleineren „Walled Garden“ der UKW-Programme verfügen sie über keine Hörerbasis und müssten sich im Verdrängungswettbewerb gegen die im Tagesablauf der Bevölkerung vielfach langjährig etablierten Programme mit starker Publikumsbindung und Stammhörerschaft durchsetzen.

## 2.5 Beobachtungen und Schlussfolgerungen

Der bayerische Radiomarkt im Jahr 2023 steht vor wirtschaftlichen Herausforderungen, darunter eine rückläufige Nachfrage nach Radiowerbung und die finanzielle Belastung für kleine Lokalradios durch Verbreitungskosten.

### **Umsatzentwicklung:**

- Zwischen 2017 und 2021 stagnierten die Werbeumsätze bayerischer Privatradios und der auch von Werbung kofinanzierten Radioprogramme des BR.
- Nach einer leichten Erholung in der Werbekonjunktur Ende 2022 wird eine tendenziell rückläufige Umsatzentwicklung ab 2023 erwartet.

### **Entwicklung der Profitabilität**

- Die Profitabilität bayerischer Privatradios hat abgenommen, teilweise aufgrund der Pandemie.
- Zwischen 2019 und 2021 verschlechterte sich die Umsatzrendite, auch bei profitablen Radioanbietern.

### **Verbreitungskosten**

- Verbreitungskosten sind für kleinere Lokalradioanbieter eine erhebliche finanzielle Belastung.
- In einigen Fällen übersteigen sie den Jahreserlös um ein Vielfaches oder machen einen hohen prozentualen Anteil an den Umsatzausschüttungen aus der nationalen Werbeermarktung aus.

### **Wettbewerb in Bayern**

- Es gab keine signifikanten Marktanteilsverschiebungen unter den bayerischen Radioanbietern.
- Die zunehmende Nutzung von bundesweiten DAB+-Programmen geht jedoch zulasten der bayerischen Radios.
- Die durch die bundesweiten Radioprogramme gestiegene DAB+-Programmvietalt beeinflusst Reichweiten und Werbeumsätze der bayerischen Radioanbieter.

### **Substitutionswettbewerb:**

- Radio steht in einem intensiven Wettbewerb mit globalen Technologieunternehmen.
- Die Plattformen der Technologieunternehmen bieten zwar über die eigenen Streaming-Apps auch bayerischen Radioanbietern einen Zugang zum Hören, dieser ist jedoch nicht diskriminierungsfrei, da die Radioanbieter-Apps im Vergleich zu marktführenden Audio-streaming-Diensten schwieriger in App-Stores auffindbar sind.

Die Wettbewerbsposition des Radios ist herausfordernd. Die geplante Umstellung von UKW auf DAB+ und Streaming erfordert entschlossene Anstrengungen und Veränderungen der Rahmenbedingungen. Der weitere Umgang mit UKW im Migrationskonzept wird entscheidend sein, um den bayerischen Radiomarkt und den Medienstandort Bayern auch zukünftig im innerbayerischen, nationalen und internationalen Wettbewerb richtig aufzustellen.

## 2.6 Fazit Markt und Wettbewerb

- Der bayerische Radiomarkt sieht sich wirtschaftlichen Herausforderungen gegenüber.
- Der Wettbewerb mit bundesweiten DAB+-Programmen und globalen Technologieunternehmen ist intensiv.
- Die Transformation von UKW auf DAB+ und Streaming erfordert unternehmerisches und medienpolitisch-regulatorisches Engagement.
- Der Umgang mit UKW wird wettbewerblich erfolgskritisch sein, so muss geklärt werden, ob ein UKW-Ausstieg notwendig ist und falls ja, wann dieser, ohne substanzielle wirtschaftliche und angebotsseitige Auswirkungen auf den bayerischen Radiomarkt möglich wäre.

## 3 Radio- und Audio-Nutzungsverhalten

75 Prozent des Radiopublikums hat sein Nutzungsverhalten nicht verändert, diese Gruppe für DAB+ zu gewinnen, wird erfolgsentscheidend sein.

Das Verhalten der Radiohörerinnen und -hörer wirkt in zwei Richtungen auf den bayerischen Radiomarkt. So hat das Publikumsverhalten erstens wesentlichen Einfluss auf den Wettbewerb der hiesigen Radioanbieter untereinander und damit auf deren Erfolg beim Radiopublikum allgemein sowie in Konkurrenz mit Audiostreaming-Inhalteanbietern und Audioplattformen. Zweitens wirkt sich die im Nutzungsverhalten zu Ausdruck kommende relative Wertschätzung der Gattung Radio, der verschiedenen Rundfunkverbreitungswege sowie alternativer Streamingplattformen für Radioprogramme und Audioinhalte unmittelbar auf die Endgerätekauf- und Nutzungsentscheidungen aus. Für den Erfolg des Umstiegsprozesses von UKW zu DAB+ sind beide Einflüsse mitentscheidend:

- Eine allgemeine und in den Tagesablauf eingebettete Nutzung der Gattung Radio über Rundfunkverbreitungsnetze sowie in der UKW-Welt etablierte Radioprogrammpreferenzen sichern die Position der bayerischen UKW-Radioanbieter, sowohl im Kontext des größeren DAB+-Programmangebots als auch beim Streaming ihrer Radioprogramme im Wettbewerb mit marktmächtigen Audiostreamingplattform und reinen Podcastanbietern.
- Erfahrungsgemäß werden sich mehr Menschen für eine technisch-mediale Innovation, wie in diesem Fall mittels DAB+-Technik verbreitete Radioprogramme, entscheiden, wenn sie deren relativen Mehrwert anhand bekannter Merkmale, beispielsweise bekannte Radioprogramme, Programmangebot, lokaler/regionaler Bezug, mit größerer Sicherheit abzuschätzen vermögen und der Umstieg auf die neue DAB+-Technik keine Verhaltensänderung erfordert.

Dem Verständnis dieser Entwicklungen kommt im Zuge der erfolgreichen Transformation des bayerischen Radiomarktes eine besondere Bedeutung zu, da sie zeigen, wie sich die Bindung des Publikums an die Gattung Radio in bisherigen Veränderungsprozessen entwickelt hat und welche Rückschlüsse sich hieraus für die Weiterentwicklung der Transformationsstrategien aller Akteure ziehen lassen. Die im Jahr 2023 in Bayern feststellbaren Ausprägungen dieser Einflussfaktoren werden nachfolgend auf ihre Auswirkungen auf den Erfolg des UKW/DAB+-Transformationsvorhabens analysiert, sowohl auf Basis der studienbegleitend ermittelten repräsentativen Marktforschungsergebnisse als auch von einschlägigen Sekundärquellen.

### 3.1 Nutzungsverhalten und Wettbewerb

Die Nutzung von Radio- und Audioangeboten durch das Publikum ist eine wesentliche Voraussetzung für den kommerziellen Erfolg privater und öffentlich-rechtlicher Radioveranstalter sowie die gesellschaftliche Akzeptanz öffentlich-rechtlicher Programme und

Audioinhalte. Die Funktionsfähigkeit der privaten Säule des dualen Radiomarktes ist primär vom Erfolg der Vermarktung von Programminventar an die Werbewirtschaft abhängig. Der wirtschaftliche Zusammenhang zwischen Nutzungsverhalten, Preisbildung und Nachfrage nach Programmumfeldern für Radiospotwerbung sowie deren Bedeutung für den Radiowerbungsmarkt spiegelt sich in regelmäßig durchgeführten Marktuntersuchungen wider. Die Ergebnisse von ma audio, Funkplanungsdaten Bayern und Funkanalyse Bayern bieten Radioanbietern, Werbewirtschaft und Medienregulierung eine allgemein akzeptierte gemeinsame Datenbasis und Geschäftsgrundlage.

Im Kontext des UKW/DAB+-Transformationsprozesses sowie des Wettbewerbs der Radioanbieter mit linearen und non-linearen Audiostreamingangeboten, werden wir auf drei Aspekte besonders eingehen:

- Wie haben sich die lineare Radionutzung und Tagesreichweiten der bayerischen Bevölkerung in den vergangenen Jahren verändert?
- In welchem Maße ist es kommerziellen Audiostreamingangeboten und Plattformen gelungen, zulasten von Radioprogrammen Anteile am Medienzeitbudget des Publikums zu gewinnen?
- Welche Schlussfolgerungen lassen sich aus dem Nutzungsverhalten des Publikums für die zukünftige Entwicklung der Rahmenbedingungen des Wettbewerbs auf den Radio- und Audiomärkten ziehen?

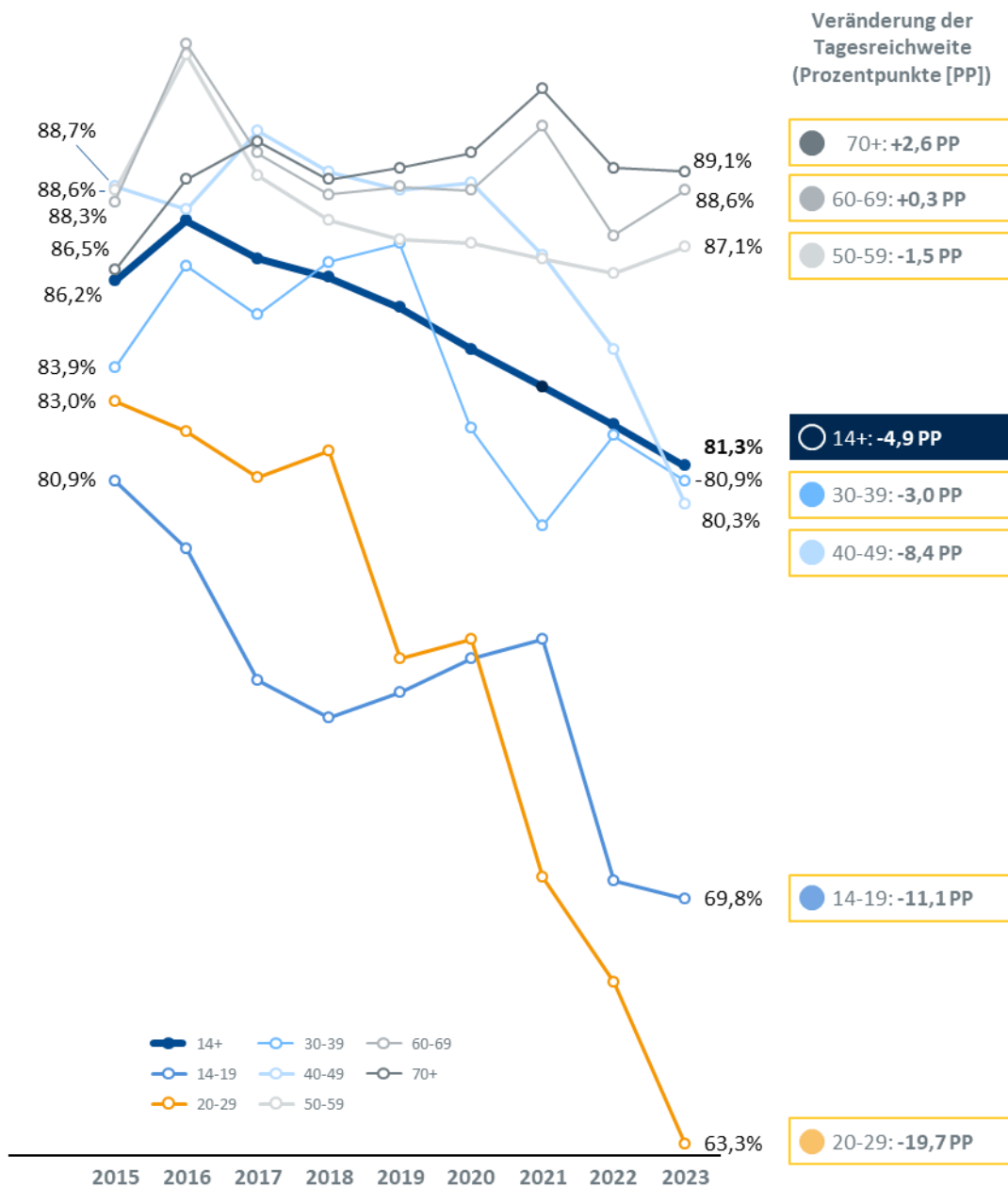
### 3.1.1 Radionutzung und Tagesreichweiten

Radionutzung und Tagesreichweiten sind Schlüsselkennzahlen der Radiobranche, die widerspiegeln, wieviel Zeit am Tag eine Person im Durchschnitt mit dem Hören von Radioprogrammen verbringt beziehungsweise welcher Anteil der Bevölkerung täglich mindestens 15 Minuten Radioprogramme hört. Diese Indikatoren zeigen einerseits, wie stark die regelmäßige Nutzung von Radioprogrammen im Tagesablauf der Menschen verankert ist (Tagesreichweite) und wie lang die angebotenen Radioprogramme täglich gehört werden (Nutzung, Hördauer). Sofern nicht anders angegeben, ist nachfolgend die Tagesreichweite von Montag bis Freitag gemeint. Beide Kennzahlen verstehen sich üblicherweise technologie-neutral, das heißt, Reichweite und Nutzung beziehen sich sowohl auf die Verbreitung über UKW, DAB+ als auch IP-Streaming.

#### **Gesamtbevölkerung Bayerns**

Betrachtet man diese Zusammenhänge im Zeitraum 2015 bis 2023 auf der Ebene der bayerischen Gesamtbevölkerung älter 14 Jahre (14+), so ist die Tagesreichweite von Montag bis Freitag um rund fünf Prozentpunkte zurückgegangen, das heißt, 2023 hörten 81,3 Prozent der in Bayern lebenden Menschen 14+ täglich Radio, 2015 waren dies noch 86,2 Prozent (Kantar, 2023). Im Vergleich zu den Ergebnissen der ma Radio 2015 II und ma audio 2023 II ist der Rückgang der Tagesreichweite in Bayern stärker als im Bundesdurchschnitt, wo im direkten Jahresvergleich die Tagesreichweite leicht auf 74 Prozent 2023 zunimmt (AGMA, 2023; Gattringer & Klingler, 2015).

Abbildung 16  
Entwicklung der Tagesreichweite von Radioprogrammen in Bayern 2015-2023 in der Gesamtbevölkerung und ihren Altersgruppen



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von Kantar 2023 und 2019.

Im gleichen Zeitraum ist die tägliche Nutzung von Radioprogrammen in der bayerischen Bevölkerung 14+ um -15 Minuten zurückgegangen, von 240 Minuten 2015 auf 225 Minuten 2023. Dies entspricht einem durchschnittlichen Rückgang pro Jahr um -0,8 Prozent

(Kantar, 2023; Kantar, 2019) Auch beim Parameter Hördauer ist die Veränderung auf Bundesebene geringer. So beträgt im Bund die Differenz 2015 gegenüber 2023 nur -3 Minuten (Statista, 2023).

Der seit 2015 zu beobachtende Rückgang von Tagesreichweite und Radionutzung in Bayern zeigt, dass unabhängig vom Umstieg von UKW auf DAB+ Handlungsbedarf für alle Akteure im bayerischen Radiomarkt besteht, um deren weitere Erosion zu verhindern. Die Entwicklung in verschiedenen Altersgruppen unterstreicht die Notwendigkeit, zeitnah eine gemeinsame Zukunftsstrategie für das Radio in Bayern zu entwickeln und umzusetzen

### Entwicklung innerhalb der Altersgruppen

Anhand der Tagesreichweite und Nutzungsentwicklung in drei Altersgruppen wird deutlich, dass insbesondere

- die Tagesreichweite in den Altersgruppen 14-19, 20-29 sowie 40-49 Jahre weitaus mehr als in der Gesamtbevölkerung abgenommen hat (Abbildung 16),
- der Rückgang in der Altersgruppe 20-29 Jahre besonders stark war, deren Tagesreichweite im Jahr 2023 lag -19,7 Prozentpunkte unter dem Wert 2015,
- die Tagesreichweite der 40-49 Jährigen lag 2023 -8,4 Prozentpunkte unter dem Wert 2015.

In diesen Altersgruppen schalten im Jahr 2023 deutlich weniger Menschen täglich das Radio ein, als dies noch 2015 der Fall war. Die Tagesreichweiten bei Hörerinnen und Hörer ab 50 Jahren gehen lediglich geringfügig zurück oder stagnieren auf hohem Niveau.

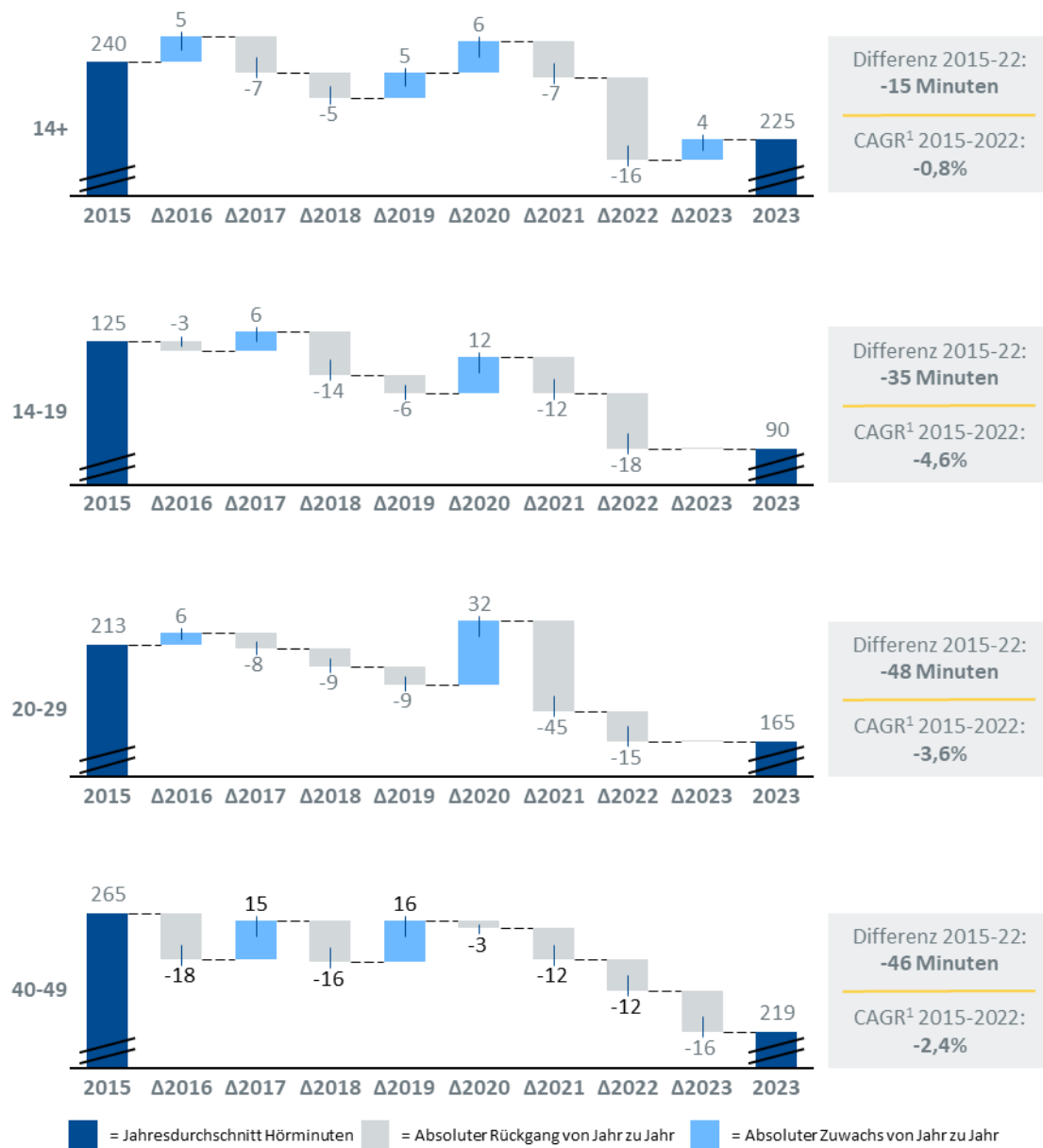
Die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern zeigen auch bei der Nutzung, dass diese Kennzahl in den meisten Altersgruppen deutlich stärker zurückgeht als in der Gesamtbevölkerung. Insbesondere in den Altersgruppen der 14-19, 20-29 sowie 40-49 Jährigen nimmt die Anzahl der gehörten Radiominuten substantiell ab (Abbildung 17). Allein in den Altersgruppen 50-59 und 70+ stagniert die Nutzung auf hohem Niveau beziehungsweise wächst um fünf Minuten leicht an.

Die nach Altersgruppen differenzierte Entwicklung von Reichweite und Nutzung weist potenzielle Risiken für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung des Radiomarktes und die Transformation des Radios von der UKW-Plattform in die beiden digitalen Wertschöpfungssysteme Streaming und DAB+ auf:

- Die validierte Reichweite ist einerseits für das Geschäftsmodell Radiowerbung von zentraler ökonomischer Bedeutung, würde sich der Rückgang der Tagesreichweiten zukünftig fortsetzen, wären sinkende Radiowerbeerlöse wahrscheinlich.
- Abnehmende Reichweiten und Hördauer deuten auf eine tendenziell sinkende Relevanz der Gattung Radio für größere Teile der Bevölkerung und das Risiko einer sich perspektivisch abschwächenden Wettbewerbsposition von Radioprogrammen gegenüber Audiostreamingdiensten hin.
- Sofern das Risiko eines Bedeutungsverlusts von Radioprogrammen für die Werbewirtschaft und die Hörerinnen und Hörer tatsächlich eintreten würde, wären damit auch Auswirkungen auf die zukünftige Entwicklung von DAB+ wahrscheinlich.

Abbildung 17

Entwicklung der Hörminuten 2015 der Bevölkerung Bayerns 14+ sowie der Altersgruppen mit jeweils höchsten absoluten Rückgängen 2015 -2023



1) CAGR (Compound Annual Growth Rate) beschreibt das relative durchschnittliche jährliche Wachstum eines Basiswerts in einem bestimmten Zeitraum, in dieser Darstellung sind die Hörminuten der Bevölkerung Bayerns 14+ jährlich um durchschnittlich -0,8% zurückgegangen.

Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von Kantar 2023 und 2019.

– Gegenwärtig sind keine plausiblen Gründe erkennbar, warum der seit 2021 eingetretene Abwärtstrend bei Nutzung und Tagesreichweite der drei besonders stark



abnehmenden Altersgruppen sich künftig abschwächen oder sogar eine Trendumkehr entstehen könnte.

Inwiefern das Eintreten dieser Risiken das Potenzial haben, den bayerischen Radiomarkt substantiell zu verändern, wird sowohl bei der Auswertung der Marktforschungsergebnisse als auch im Rahmen der alternativen Entwicklungsszenarien analysiert werden.

## 3.2 Nutzungsverhalten und Transformationserfolg

Der Transformationserfolg des Umstiegs von UKW auf DAB+ ist vom Eintreten einer Reihe von Voraussetzungen abhängig, die unmittelbar mit dem Nutzungsverhalten von Hörerinnen und Hörern zusammenhängen:

- Vorhandene UKW-Tagesreichweite und -Nutzung als Ausgangsbasis
- Kenntnis möglicher UKW Alternativen, also DAB+ und Radiostreaming
- Persönlich empfundener Mehrwert von DAB+
- Individuelle Kauf- und Nutzungsentscheidungen für ein DAB+-Endgerät (Adoptionsprozess)
- Massenhafte erfolgreich abgeschlossene individuelle Adoptionsprozesse zugunsten von DAB+
- Nachhaltiges Überschreiten einer kritischen Masse von DAB+ regelmäßig nutzenden Hörerinnen und Hören.

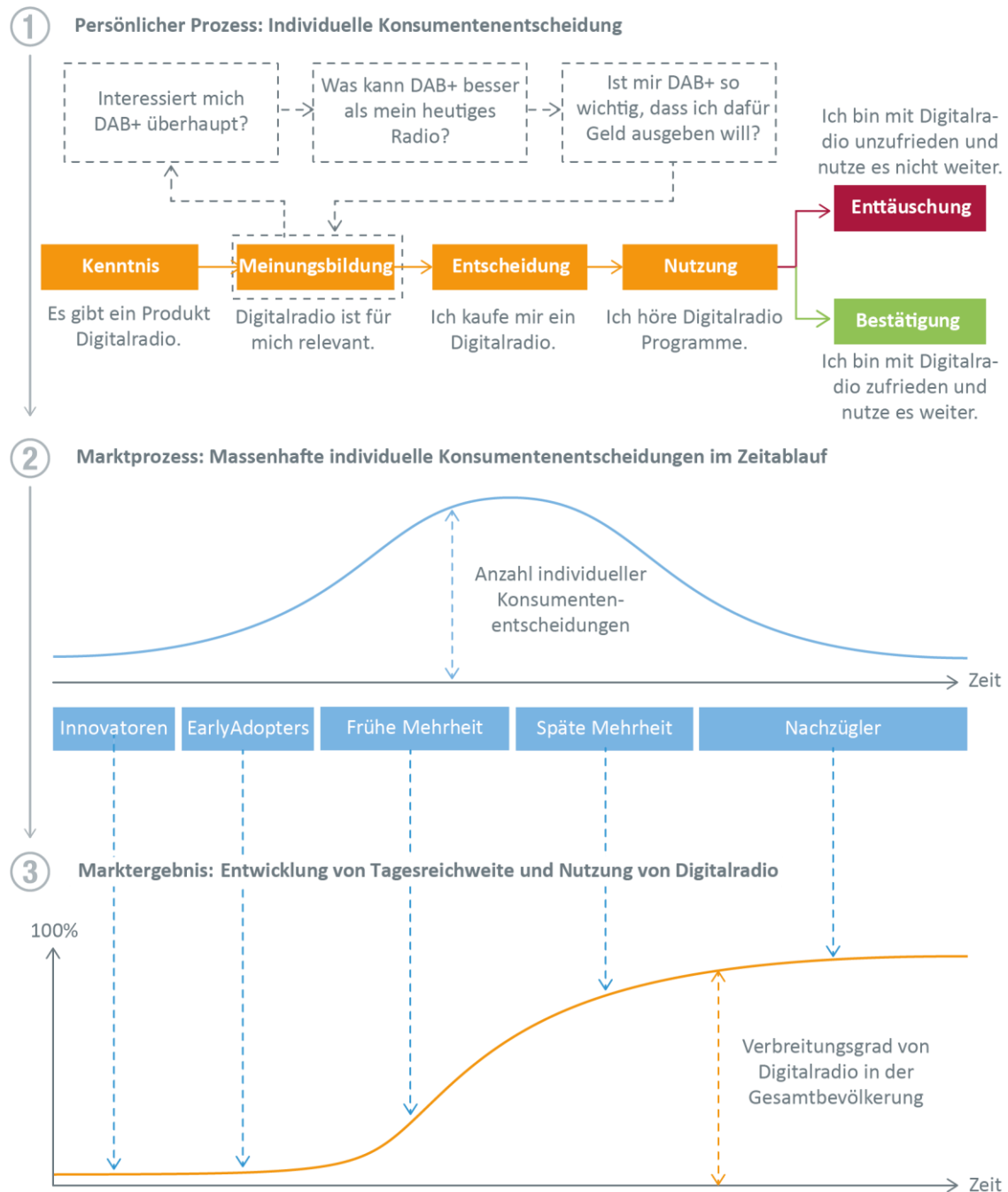
### 3.2.1 Individuelle Entscheidungsprozesse für DAB+

Mit dem auch 2023 relativ hohen Niveau von Nutzung und Tagesreichweite von Radioprogrammen in der bayerischen Gesamtbevölkerung 14+ ist zwar eine Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Übergang von UKW zu DAB+ gegeben. Der in den Funkanalyse Ergebnissen zum Ausdruck kommende Trend zu weniger Nutzung und sinkenden Tagesreichweiten in Bayern deutet jedoch auf mögliche Transformationsrisiken hin.

Um diese Risiken fundierter zu bewerten, hat das Marktforschungsunternehmen 2HMforum im Auftrag von Convergent Media Consulting im Sommer 2023 eine repräsentative Marktforschung unter in Bayern lebenden Radiohörerinnen und -hörern durchgeführt (2HMforum, 2023). Erfragt wurden unter anderem Radionutzungsverhalten, Erfahrungen im Umgang mit UKW, DAB+ und Streaming, Endgeräteausstattung, DAB+-Empfänger Kaufabsichten sowie etwaige Reaktionen auf eine potenzielle UKW-Abschaltung.

Abbildung 18

Die Verbreitung von DAB+ von der individuellen Konsumentenentscheidung bis zur massenhaft genutzten Radioplattform



Quelle: Convergent Media Consulting 2023.

Die Bekanntheit potenzieller UKW-Alternativen beim Radiopublikum ist notwendig, damit Radiohörerinnen und -hörer überhaupt auf individueller Ebene den Umstieg auf DAB+ oder Radiostreaming in Erwägung ziehen könnte. Ein wesentliches Element dieses individuellen Entscheidungsprozesses ist die Beurteilung des relativen Mehrnutzens der verschiedenen technischen Alternativen, ihrer technischen Merkmale, Service-Eigenschaften sowie des jeweils verfügbaren Programmangebots. Erst im Fall eines positiven individuellen Vorteilhaftigkeitskalküls erfolgt eine Kaufentscheidung für die entsprechende Empfangstechnik und deren Inbetriebnahme. Dieser auch als Adoption bezeichnete Prozess einer Innovation, wie dies DAB+ und Streaming im Verhältnis zu UKW sind, wird allgemein erst dann als abgeschlossen angesehen, wenn die Nutzung der über diese Plattform angebotenen Programme regelmäßig und mit einer kommerziell verwertbaren Intensität erfolgt.

Eine erfolgreiche Transformation des Radiomarktes zu DAB+ setzt voraus, dass solche individuellen Adoptionsprozesse massenhaft abgeschlossen werden, damit potenzielle UKW-Alternativen eine über die kritische Masse der Hörerinnen und Hörer hinausgehende Marktdurchdringung (Diffusionsgrad) erreichen (siehe Abbildung 18). Erst wenn sich DAB+ auf diese Weise etabliert hat, wird der angestrebte Erfolg des Transformationsvorhabens erfahrungsgemäß erreicht werden. Sofern sich jedoch keine kritische Masse an DAB+-Haushalten entwickelt, steigt das Risiko, dass das Transformationsvorhaben letztendlich scheitert.

Wie weitgehend der Diffusionsprozess von Radio- und Audiostreaming in Bayern bereits fortgeschritten ist, zeigen die geringen Unterschiede zwischen den Antworten der verschiedenen Altersgruppen auf die Fragen „Nutzen Sie das Internet auch zum Radiohören, wenn auch nur gelegentlich?“, „Nutzen Sie das Digitalradio DAB+...?“ „Nutzen Sie UKW-Radio...?“:

- Streaming von Radioprogrammen über das Internet wird demnach von 80 Prozent der Bevölkerung genutzt und erreicht damit das Niveau von UKW
- DAB+ hingegen nutzen nur 60 Prozent der Befragten aller Altersgruppen über 30 Jahre, einzig in der Alterskohorte 14-29 Jährige wird mit 72 Prozent ein höherer Anteil erreicht.

Sobald jedoch ein DAB+-Empfänger im Haushalt vorhanden ist, nähert sich die Nutzungshäufigkeit von DAB+ dem Niveau der UKW-Tagesreichweiten an. Drei Viertel der bayerischen Haushalte mit DAB+-Endgerät hören täglich oder mehrmals wöchentlich Radioprogramme über diesen Empfangsweg. Selbst in der Altersgruppe der 14-29 Jährigen nutzen zwei Drittel der Befragten ebenso häufig DAB+ (siehe Abbildung 19).

### **Bekanntheitsgrad**

Der Bekanntheitsgrad der drei technischen Alternativen für Empfang und Wiedergabe von Radioprogrammen ist durchgehend hoch. Rund 90 Prozent der bayerischen Bevölkerung 14+ kennen UKW, DAB+ und Radiostreaming. Bei der Nutzung zeigen sich bereits auf der Ebene der Gesamtbevölkerung mit Kenntnis der jeweiligen Techniken Unterschiede. UKW und Radiostreaming werden von 80 Prozent der Befragten zumindest ebenso gelegentlich

genutzt, wie die Möglichkeit, Podcasts oder Musik zu streamen. Zwei Drittel der Befragten mit Kenntnissen über DAB+ empfangen Radioprogramme zumindest gelegentlich über diese Technik.

### Installierte Endgerätebasis

Beim Verbreitungsgrad von Empfängern beziehungsweise von Endgeräten bestehen gegenwärtig noch substantielle Unterschiede zwischen den Plattformen und somit ein Adoptionshindernis für DAB+. So verfügen 2023 mehr als 90 Prozent der Haushalte in Bayern über UKW und Streaming Endgeräte. Radio- und Audiostreaming Anbieter profitieren von dieser großen installierten Basis sowie der ungebrochen fortbestehenden Nachfrage nach universellen, multifunktionalen Endgeräten, also beispielsweise Smartphones, konventionellen Personalcomputern oder Smartspeakern. Anders als bei den weitgehend monofunktionalen UKW oder DAB+-Empfangsgeräten ist die Nachfrage nach diesen Universalendgeräten nicht von einem bestimmten technischen Standard, einzelnen Funktionalitäten, Anwendungen oder vom Programmangebot abhängig. Vielmehr vermögen es die Wertschöpfungssysteme der großen Digitalplattformen und die von ihnen ausgehenden plattformökonomischen Netzeffekte, massenhaft wiederholte Kaufentscheidungen für Endgeräte und eine intensive Nutzung der angebotenen Funktionen, Services, Anwendungen und Inhalteangebote zu motivieren.

DAB+-Endgeräte sind auf Basis dieser Marktforschung in 50 Prozent aller befragten Haushalte vorhanden. Die Audio Trends 2023 gehen von einem etwas geringeren Wert von 41 Prozent aus und bestätigt damit die Aussage, dass in rund der Hälfte der Haushalte in Bayern DAB+-Endgeräte vorhanden sind (BLM, 2023). Im Mittel verfügen bayerische Haushalte über 1,84 Endgeräte, 50 Prozent der DAB+-Haushalte verfügt nur über 1 Empfangsgerät. 67 Prozent der Befragten, die angaben, ein DAB+-Gerät zu besitzen haben ein DAB+-Autoradio, 54 Prozent verfügen über stationäre Geräte, bei circa einem Viertel handelt es sich um mobile Empfänger; es waren Mehrfachnennungen möglich.

### Kaufmotivation

Angesichts der für das Gros der bayerischen Bevölkerung ungebrochen fortbestehenden Kaufmotivation für Streaminggeräte wurden im Rahmen der Marktforschung auch die Hintergründe der Kaufentscheidung erfragt. 65 Prozent der Befragten, die einen DAB+-Empfänger besitzen, gaben an, sich bewusst für dessen Kauf entschieden zu haben. In rund der Hälfte (auch hier waren Mehrfachnennungen möglich) der Fälle war ein DAB+-Empfänger in ein anderes Gerät integriert, beispielsweise seit Bestehen der gesetzlichen Verpflichtung serienmäßig in ein Auto eingebaut, so dass keine bewusste Kaufentscheidung für DAB+ getroffen wurde.

Die drei Aussagen mit der höchsten Zustimmung, warum man bislang vom Kauf eines DAB+-Empfangsgeräts abgesehen hat, lauteten:

1. Es fehlt ein relativer Vorteil von DAB+ gegenüber UKW.
2. Die Anschaffung eines DAB+-Endgeräts ist zu teuer.
3. Ich höre zu selten Radio und bevorzuge andere Audioinhalte, wie Podcasts, Musik, Hörbücher.

Ungeachtet der seit vielen Jahren von den verschiedenen Akteuren im Radiomarkt kommunizierten Informationen zu DAB+, folgt auf Rang 4 die Aussage, dass man zu wenige Informationen über DAB+ habe. Diese Aussage ist deshalb bemerkenswert, weil in ihr fehlendes Informationsinteresse und fehlende Motivation zum Ausdruck kommen, da Informationen über DAB+ auf etablierten Kanälen sowohl aktiv kommuniziert (u. a. durch Radiospots, Print- und digitale Display Werbung) als von verschiedenen Organisationen zum Abruf bereitgestellt werden. Die Bereitschaft zum Kauf von Endgeräten und die Nutzung von Innovationen wie DAB+ wird jedoch sehr viel stärker als von Marketinginformation von eigenen Nutzungserfahrungen stimuliert. Bei DAB+ handelt es sich um ein sogenanntes Erfahrungsgut, das heißt, die individuell wertgeschätzten Vorteile, wie beispielsweise Programmangebot, Tonqualität, Benutzerführung und Netzabdeckung erst im Zuge der eigenen Verwendung von DAB+ Geräten und des Radiohörens über diese Technik einschätzbar werden. Solange diese unmittelbare Nutzungserfahrung nicht möglich ist, kommt Erfahrungsberichten und Weiterempfehlungen zufriedener DAB+ Nutzerinnen und Nutzern aus dem eigenen sozialen Umfeld und über Social Media eine wichtige Rolle zu.

Um diesen wichtigen Einflussfaktor auf den Erfolg des Transformationsprozesses im bayerischen Radiomarkt empirisch fundiert beurteilen zu können, wurde im Rahmen der Marktforschung der sogenannte Net Promotor Score (NPS) ermittelt. Der NPS basiert auf der Antwort auf eine einzige Frage, nämlich, „wie wahrscheinlich ist es, dass Sie UKW/DAB+/Streaming“ einem Freund oder Kollegen empfehlen werden?“ (Baehre, O'Dwyer, O'Malley, & Lee, 2022). Befragte mit hoher Wahrscheinlichkeit, sich positiv über ein Produkt zu äußern werden in der NPS-Methodik als Promotoren bezeichnet, negative Meinungsbildner als Detraktoren, unentschiedene als Passive. Die gute Nachricht für den Umstieg auf DAB+ ist, dass DAB+ einen positiven NPS erreicht und 50 Prozent der DAB+-Hörer Promotoren und nur 21 Prozent Detraktoren sind und damit sogar geringfügig bessere Werte als beim Radiostreaming über das Internet erzielt werden. Der NPS von UKW ist hingegen negativ, Detraktoren und Passive überwiegen bei weitem die Promotoren. Die aus Sicht der UKW/DAB+-Transformation schlechte Nachricht ist jedoch, dass Radiohören ein sogenanntes „low involvement“ Thema ist. Die Menschen sprechen nicht mit ihrem sozialen Umfeld über Radio, wie anhand der freien Kommentare von Befragten deutlich wird. So wird vielfach zum Ausdruck gebracht, keine aktive Empfehlung für DAB+ abzugeben, „weil Radiohören unter Freunden und Bekannten kein Thema ist“ oder „weil ich keinen Grund sehe so etwas zu empfehlen“ oder „Radio ist für mich nicht wichtig genug, um dazu eine Empfehlung abzugeben“, um nur einige Beispiele zu zitieren. Ein ähnliches Kommunikationsverhalten hat die Marktforschung auch beim Streaming über das Internet erkannt. Anders als bei UKW und DAB+ war jedoch nicht fehlende thematische Relevanz verantwortlich dafür, dass Streaming und Streamingangebote nicht diskutiert werden. Vielmehr lauteten viele Begründungen wie diese, „Würde ich empfehlen, nutzen aber schon eh alle“ (2HMforum, 2023).

Der Faktor „Mundpropaganda“ wird demzufolge für den Erfolg des UKW/DAB+-Transformationsvorhabens in Bayern nur eine untergeordnete Rolle spielen. Dies widerspiegelt sich indirekt auch in einer niedrigen zukünftigen Kaufbereitschaft von DAB+-Empfängern. Nur acht Prozent der Befragten gaben an, in den nächsten zwölf Monaten sehr wahrscheinlich oder wahrscheinlich einen DAB+-Empfänger zu kaufen. Eine UKW-Abschaltung

würde die Kaufbereitschaft potenziell vergrößern. Rund ein Drittel der heutigen UKW-Haushalte würden in dem Fall ein DAB+-Gerät erwerben wollen, um ihre bevorzugten Radioprogramme auf diesem Weg zu hören. Fast die Hälfte der befragten UKW-Hörerinnen und Hörer gaben jedoch an, nach einer UKW-Abschaltung Radioprogramme primär über das Internet zu streamen. Eine UKW-Abschaltung würde somit nicht zwangsläufig zu einer beschleunigten Verbreitung von DAB+-Endgeräten sowie zur Nutzung der auf diesem Wege empfangbaren Radioprogramme führen. Vielmehr wird sich die DAB+-Plattform auch nach dem Ende von UKW im Vorteilhaftigkeitskalkül der Hörerinnen und Hörer sowie im Wettbewerb mit Radio- und Audio Streamingplattformen behaupten müssen, um sich langfristig zu etablieren.

### 3.2.2 Nutzung und Veränderungen im Nutzungsverhalten

Der Transformationserfolg wird erst dann nachhaltig eingetreten sein, wenn DAB+ einen wesentlichen Anteil am Radioprogramm- und Audio-Nutzungszeitbudget der Menschen erreicht hat und in relevanten Situation, wie auf dem Weg zur Arbeit, am Arbeitsplatz oder zu Hause massenhaft genutzt wird. Ohne diese Voraussetzung kann das Geschäftsmodell Radiowerbung ebenso wenig funktionieren, wie der Public Value der über diesen Verbreitungsweg ausgestrahlten öffentlich-rechtlichen Programme wahrnehmbar wird.

Angesichts des Wettbewerbs von UKW und DAB+ mit Radio- und Audioangeboten aus dem Internet, wirken sich auch Aspekte wie Vertrauen in die Wahrhaftigkeit der über DAB+ und Streaming verbreiteten Informationen sowie persönliche Relevanz auf die Nutzung und Bindung des Radiopublikums aus. Würden über DAB+ verbreitete Radioprogramme in dieser Hinsicht als glaub- und vertrauenswürdiger wahrgenommen, wäre dies einerseits ein potenzieller Vorteil der DAB+-Plattform gegenüber Audiostreamingplattformen.

Andererseits stellen die simultane Streamingverbreitung von UKW und DAB+-Programmen, das umfangreiche Angebot alternativer Audioinhalte und die damit einhergehenden Veränderungen im Nutzungsverhalten Risiken für den erfolgreichen Umstieg auf DAB+ aus. Um diese Risiken qualifizierter einzuschätzen, wurden diese Erfolgsfaktoren auch im Rahmen der Marktforschung hinterfragt und die Ergebnisse auf ihren Einfluss auf das Transformationsvorhaben in Bayern ausgewertet.

#### **Hördauer**

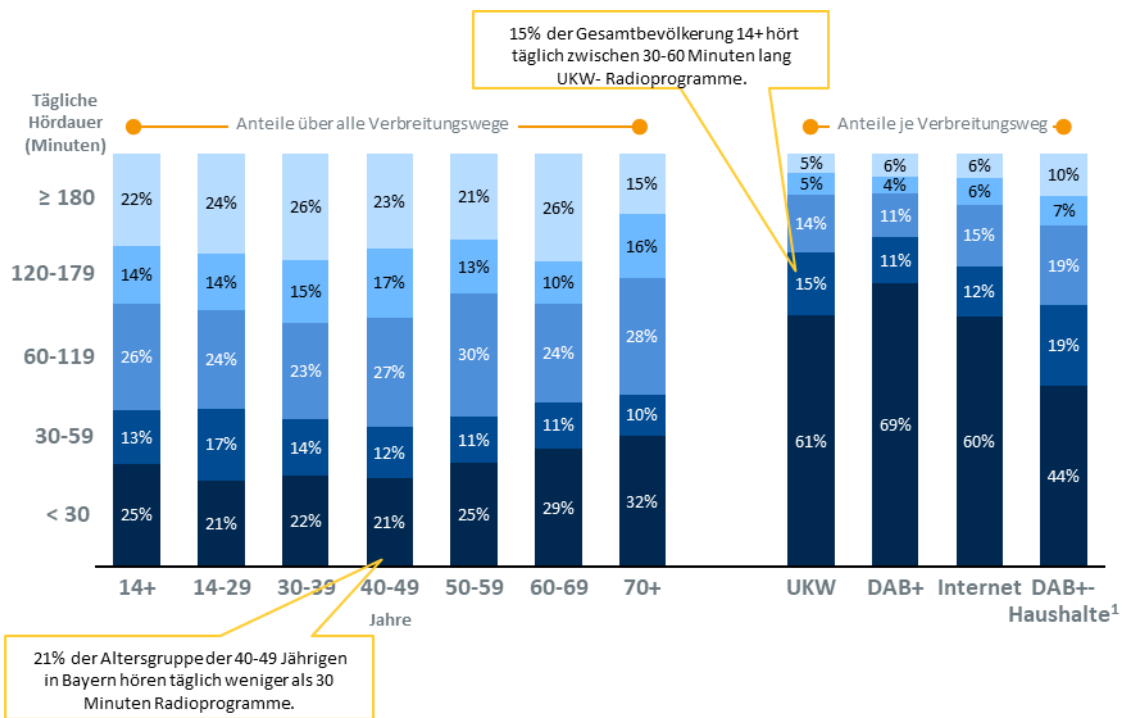
Die Hördauer von Radioprogrammen in Bayern lag 2023 im Jahresdurchschnitt bei rund 225 Minuten (Kantar, 2023). Die dieser Studie zugrundeliegende Marktforschung deutet auf eine im Sommer 2023 niedrigere durchschnittliche tägliche Radionutzung hin, die sich auch durch andere Erhebungsmethoden und Fragestellung erklären (2HMforum, 2023). Die Marktforschungsergebnisse bieten einen differenzierten Einblick in die Nutzung der Gattung Radio in der Gesamtbevölkerung und die Unterschiede zwischen UKW, DAB+ und Streaming:

- Über die drei untersuchten Verbreitungswege hören rund 40 Prozent der Bevölkerung täglich bis zu 60 Minuten lang Radio.

- Mehr als ein Viertel hört zwischen einer und zwei Stunden lang Radioprogramme, rund 20 Prozent der Bevölkerung hören mehr als drei Stunden Radio am Tag.
- Die relativen Zeitanteile der täglichen Radiosessions variieren beim Vergleich der Altersgruppen nur unerheblich, wie nachfolgend Abbildung 19 zeigt.

Abbildung 19

Länge der Hördauer der täglichen Radionutzung in Bayern



1) Untergruppe der Gesamtheit aller Befragten, die angegeben haben, Radioprogramme über DAB+ zu hören.

Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von 2HMforum 2023.

Die dargestellten Hördauern und Anteilsverteilungen in der bayerischen Bevölkerung wurde aus der Summe aller Verbreitungswege errechnet. Betrachtet man die Ergebnisse für UKW, DAB+ und Radiostreaming in der Gesamtbevölkerung 14+ jeweils separat, wird deutlich:

- 60 Prozent (UKW, Streaming) bis 70 Prozent (DAB+) der Menschen in Bayern hören auf der jeweiligen Plattform täglich weniger als 30 Minuten Radio.
- Der Anteil des Radiopublikums mit täglicher Radionutzung von mehr als zwei Stunden liegt je Verbreitungswege bei rund zehn Prozent, wobei Streaming mit zwölf Prozent den höchsten Anteil aufweist, DAB+ mit unter zehn Prozent den kleinsten Anteil von Hörerinnen und Hörern mit dieser Hördauer aufweist.
- Beschränkt man die Grundgesamtheit auf DAB+-Nutzerinnen und Nutzer mit einem eigenen DAB+-Gerät, so zeigt sich, dass nur 44 Prozent der DAB+ Haushalte weniger als



30 Minuten Radio hören, vielmehr weisen rund 40 Prozent der täglichen Sessionlängen zwischen einer halben und zwei Stunden auf.

Plattformübergreifend hören im Jahr 2023 in allen Altersgruppen circa zwei Drittel der Menschen in Bayern täglich mehr als 60 Minuten Radioprogramme, so dass plausibel von einer guten Verankerung der Gattung Radio im Medienzeitbudget der Bevölkerung ausgegangen werden kann, die wiederum eine von mehreren Vorbedingungen einer erfolgreichen Umstellung auf DAB+ ist. Allerdings ist es bemerkenswert, dass die Radionutzung in der Gesamtbevölkerung offenbar recht flexibel den individuell-situativ zur Verfügung stehenden technischen Plattformen folgt, wie der sowohl für UKW, DAB+ als auch Streaming jeweils erhobene 60 Prozent Anteil von tagesdurchschnittlichen Sessionlängen von weniger als 30 Minuten Dauer zeigt. Aus Sicht der langfristigen Etablierung von DAB+ als Ersatz für UKW ist die relativ intensivere DAB+-Programmnutzung gegenüber UKW und Streaming ein Indikator für erfolgreich abgeschlossene Adoptionsprozesse in circa 50 Prozent der Haushalte. Der Anteil von Menschen mit eigenen DAB+-Empfänger, die täglich bis zu einer beziehungsweise zwei Stunden über diese Technik Radioprogramme empfangen, liegt mit jeweils 20 Prozent deutlich höher als bei UKW und Streaming (siehe Abbildung 19). Dies erklärt sich aus der Marktforschung auch dadurch, dass DAB+ bevorzugt zu Hause genutzt wird und dort in vielen Altersgruppen die höchsten Anteile für Hördauern zwischen einer und zwei Stunden erzielt werden. Das Auto kommt zwar auch auf substantielle Anteile als Nutzungsort, in der breiten Bevölkerung ist Hördauer aber deutlich niedriger als Zuhause (siehe Abbildung 20).

### **Qualität von Programmangebot und Informationen**

Es ist eine Selbstverständlichkeit, dass Reichweite und Nutzungsdauer eines Mediums zuallererst von der Qualität des Programmangebots und der Relevanz der vermittelten Information bestimmt werden. Dies gilt auch für das vielfach als Begleitmedium bezeichnete Radio. Da alle UKW-Radioprogramme in Bayern simultan über UKW, DAB+ und Streaming-technik empfangen werden können, kann die vom Publikum wahrgenommene Qualität nicht als Differenzierungsfaktor zwischen den drei Verbreitungstechniken wirken. Hörerinnen und Hörern können selbstbestimmt entscheiden, ob sie die individuell bevorzugten Radioprogramme über Rundfunktechnik oder das Internet hören. Im Zusammenhang mit der Qualität und Objektivität der redaktionellen Berichterstattung könnte dem Radio jedoch ein Wettbewerbsvorteil gegenüber journalistischen Audiostreamingangeboten entstehen. Dies wäre dann der Fall, wenn die Menschen den Programmen einer regulierten und pluralistischen Plattform, wie zum Beispiel heute UKW und DAB+, eine höhere Qualität attestieren würden beziehungsweise darauf vertrauen können, journalistisch geprüfte, regional relevante, in Krisensituationen zeitnahe Informationen (versus Fake News) zu erhalten und nicht zuletzt gut unterhalten zu werden.

Auch diese Aspekte wurden im Rahmen unserer Marktforschung untersucht. Schwerpunkte der Fragen waren das Informationsangebot, regionale Relevanz, Verkehrsinformationen und Krisenkommunikation. Um den Unterhaltungswert auch von Radio zu berücksichtigen, wurde eine Frage nach der Attraktivität von Aktionen und Gewinnspielen der Radioanbieter gestellt. Die Antworten der Befragten deuten darauf hin, dass



## Radio- und Audio-Nutzungsverhalten

- plattformübergreifend von mehr als zwei Dritteln der Befragten den verfügbaren Radioprogrammen ein qualitativ hochwertiges und gut recherchiertes allgemeines Informationsangebot attestiert wird,
- wenn es um regional relevante Informationen geht, sowohl bei allgemeinen Nachrichten, Verkehrsfunk und im Krisenfall, UKW weiterhin das mit Abstand höchste Vertrauen genießt, mit Abstand vor DAB+ und mit teilweise mehr als 20 Prozentpunkten Vorsprung gegenüber Streaming,
- Aktionen und Gewinnspiele plattformunabhängig ähnlich attraktiv bewertet werden.

Diese subjektiven Wahrnehmungen des Publikums in Bayern überraschen insoweit, als dass es bei den hier explizit abgefragten Radioprogrammen keine objektiven Unterschiede zwischen UKW und DAB+ gibt. Alle bayerischen UKW-Programme werden auch über DAB+ und Streaming verbreitet, so dass insbesondere bei regionalen Informationen, Verkehr und Kriseninformation ein homogenes Angebot besteht. Einziges Unterscheidungsmerkmal zwischen UKW, DAB+ und Streaming ist das gegenüber UKW vergrößerte Programmangebot auf der DAB+-Plattform und das gegenüber beiden Verbreitungswegen noch umfangreichere Radioprogramm- und Audiostreaming Angebot im Internet.

Dies impliziert einen plausiblen Zusammenhang zwischen der Auffindbarkeit selbst bekannter UKW-Programmmarken auf Radioplattformen mit substanziiell vergrößertem Inhalteangebot und entsprechend reduzierter Angebotstransparenz sowie der subjektiven Qualitätswahrnehmung des Publikums. Videostreamingplattformen stehen vor einer vergleichbaren Herausforderung und versuchen dieser mittels datenbasierter aktiver Empfehlungssysteme und optimierter Suchfunktionen zu begegnen. Wenn sich eine vergleichbare Tendenz auch beim Streaming von Radioprogrammen herausbilden würde, böte sich der DAB+-Plattform die Chance, sich als vielfältiges aber zugleich für die Hörerinnen und Hörern überschaubares Programmangebot zu etablieren und innerhalb dieses Walled Garden kommerziell relevante Reichweiten je Programmveranstalter und Programmviefalt abzuschern.

### Nutzungsort

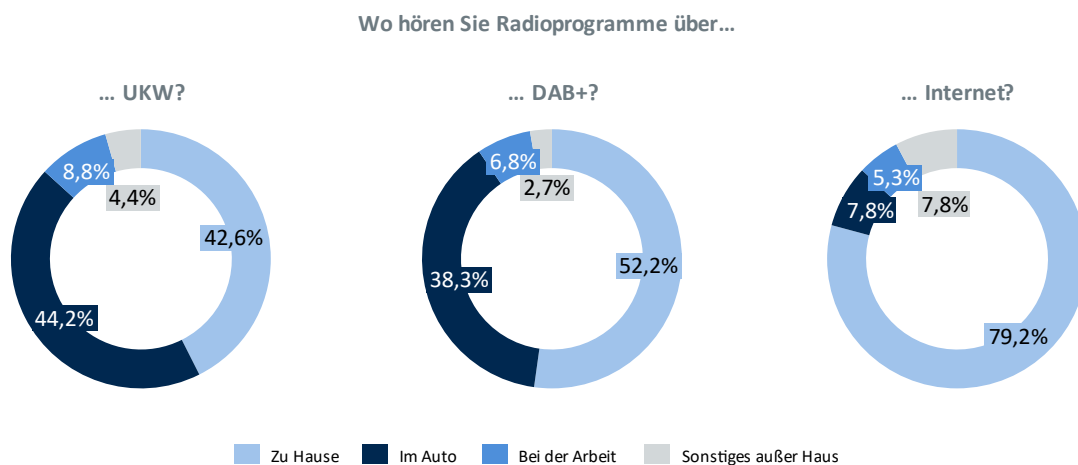
Um situative Einflüsse auf die Radionutzung angemessen zu berücksichtigen und auch den Einfluss der DAB+-Empfängerpflicht für Autos auf den Erfolg der DAB+-Einführung abzuschätzen, wurden im Rahmen der Marktforschung auch Aspekte wie Mobilität und Nutzungsorte erhoben:

- Die im Rahmen der Marktforschung Befragten leben zu jeweils 50 Prozent in Ballungsräumen und in ländlichen Regionen Bayerns.
- Unabhängig von der genutzten Empfangstechnik ist das eigene Zuhause der wichtigste Ort, an dem Radioprogramme gehört werden.
- Rund drei Viertel der Befragten bezeichnen sich als Pendler, das heißt, sie pendeln mit dem Auto, Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln zwischen Wohn- und Arbeitsort.
- 60 Prozent des Pendelverkehrs wird mit dem Auto durchgeführt, das typischerweise mindestens mit einem UKW-Radio ausgestattet ist, Neufahrzeuge müssen erst seit Ende 2020 gesetzlich verpflichtend mit einem DAB+-Empfänger ausgestattet sein (TKG § 48 Abs. 4).

Während das Verhältnis von zu Hause zu im Auto Radiohören bei UKW gleich ist, fällt bei DAB+ der höhere Anteil von Hörerinnen und Hörer auf, die zu Hause DAB+-Programme hören. Der Unterschied erklärt sich durch die kleinere Zahl von bayerischen Haushalten mit DAB+-Autoradios sowie den Reinvestitionszyklen im Neuwagenmarkt. 2023 verfügten rund zwei Millionen bayerische Haushalte über ein stationäres DAB+-Gerät, 1,7 Millionen Haushalte über DAB+ Autoradios (BLM, 2023).

Abbildung 20

Anteile verschiedener Orte der Radionutzung je Verbreitungsweg



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von 2HMforum 2023.

Bemerkenswert ist der Schwerpunkt von Streaming auf der stationären Nutzung und der niedrige Anteil des Autos an der Streamingnutzung. Das Smartphone wird von der Hälfte der Befragten als „Hauptgerät“ für das Streaming von Audio- und Radioprogrammen bezeichnet und kann heute problemlos über kabellose oder kabelgebundene Techniken in die Fahrzeugentertainment Systeme integriert werden. Eine aktuelle Studie aus Österreich zeigt, dass das Auto für die Streamingnutzung durchaus relevant ist, 42 Prozent der dort Befragten nutzen Radiostreaming über das mit dem Auto vernetzten Smartphone (RTR Medien, 2023). Aufgrund der im Vergleich zu Deutschland wesentlich kostengünstigeren Mobilfunktarife, großen inklusiven beziehungsweise zunehmend unlimitierten Datenvolumina, ist dieser Unterschied plausibel erklärbar. Zugleich ist es aus Sicht der UKW/DAB+-Transformation erheblich, dass

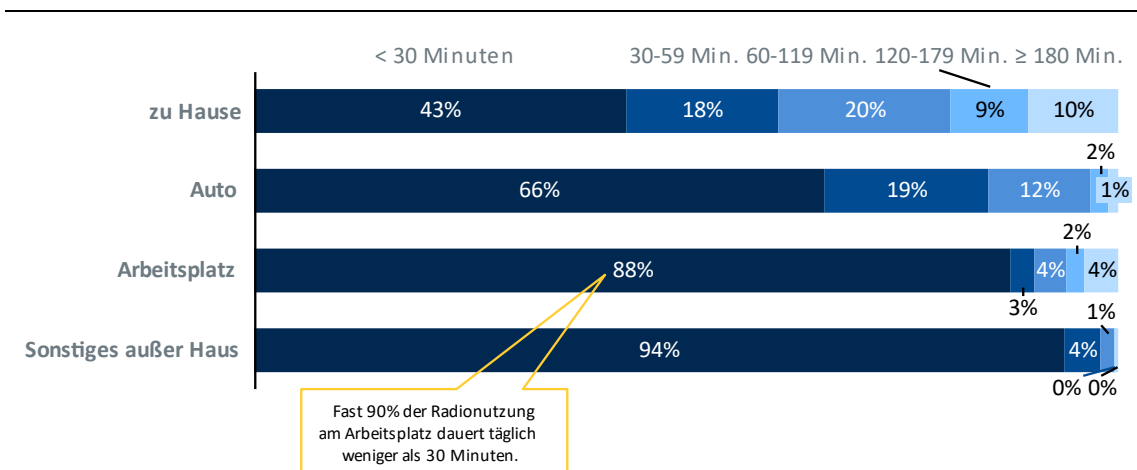
- eine perspektivisch auch in Deutschland wahrscheinliche Kostensenkung bei Mobilfunktarifen,
- die direkte Integration der Smartphone Benutzeroberflächen in die Fahrzeug Kommunikationstechnik (Apple Carplay, Android Auto) und der so mögliche Zugriff auf alle auf dem verbundenen Smartphone installierten Audio- und Radiostreaming Apps,

- von den Automobilherstellern bereits ab Werk verbaute Internet-Konnektivität sowie die in die eigenen Entertainmentsysteme integrierten Audiostreaming-Apps,

das Auto zu einem wichtigeren Nutzungsort für Radio- und Audiostreaming macht, so dass diese Technik auch dort in den Wettbewerb mit DAB+ tritt.

Abbildung 21

Verteilung der täglichen Radiohörminuten auf verschiedene Hörorte



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von 2HMforum 2023.

Eine zeitlich intensive, etablierte Radionutzung im Auto mittels UKW und DAB+ könnte sich in diesem Zusammenhang als wirksames Substitutionshindernis gegenüber Radio- und Audiostreaming erweisen. Allerdings legen die Ergebnisse dieser Marktforschung den Schluss nahe, dass das Auto als Nutzungsort für Radio überschätzt wird, denn

- trotz des hohen Pendleranteils unter den Befragten und der Größe Bayerns, gaben zwei Drittel der Befragten an, täglich weniger als 30 Minuten Radio im Auto zu hören. 19 Prozent hören zwischen 30 und 60 Minuten, zwölf Prozent zwischen einer und zwei Stunden.
- das Auto ist zwar für viele UKW-Hörerinnen und -Hörer in Bayern ein subjektiv mit dem eigenen Zuhause gleichrangiger Ort für die Radionutzung, die von der großen Mehrheit berichtete tägliche Hördauer deutet aber darauf hin, dass der Schwerpunkt der Nutzung nicht im Auto liegt.

Die sonstige Nutzung außer Haus ist nur für einen kleinen Teil der Bevölkerung erheblich, auch beim Pendeln mit öffentlichen Verkehrsmitteln wird offenbar wenig Radio gehört. 94 Prozent der Radionutzung außer Haus dauert weniger als 30 Minuten. Am Arbeitsplatz hört ebenfalls nur noch ein kleiner Anteil der Befragten Radio. Auch hier geben fast 90 Prozent an, am Arbeitsplatz weniger als 30 Minuten lang Radio zu hören. Die wichtigsten Nutzungsorte für Radioprogramme sind damit Haus oder Wohnung, denn dort wird am

längsten Radio gehört, 57 Prozent der Radionutzung zu Hause dauert länger als 30 Minuten. Interessanterweise variieren die bevorzugten Orte und an diesen Orten gehörte Radiohördauern zwischen den verschiedenen Altersgruppen nur um wenige Prozentpunkte, so dass eine eingehendere Betrachtung dieser Unterschiede unterbleibt.

Für den Erfolg des UKW/DAB+-Transformationsvorhabens ist es wichtig zu verstehen, dass die installierte Basis der DAB+-Autoradios ohne weiteres Eingreifen der Akteure im bayerischen Radiomarkt wachsen wird. Somit wird auch die Zahl der Menschen zunehmen, die das Erfahrungsgut DAB+ aktiv nutzen können werden, ohne ihre Programmpräferenzen zu ändern oder eine aktive Kaufentscheidung treffen zu müssen. Da der Schwerpunkt der Radionutzung aber zu Hause liegt, wo zugleich in vielen Fällen ideale Voraussetzungen für einen unmittelbaren Umstieg von UKW auf Streaming vorliegen, sollten effektive Maßnahmen erwogen werden, um zukünftiges Wachstum der stationären DAB+ Empfängerbasis und deren Nutzung zu fördern.

### **Beabsichtigtes Verhalten im Falle einer UKW-Abschaltung**

Eine aktivere Mitgestaltung der individuellen Adoptionsprozesse ist nicht allein vor dem Hintergrund des immer noch erheblichen Anteils von bayerischen Haushalten notwendig, die angeben, DAB+ nicht zu kennen. Wie die Marktforschungsergebnisse zeigen – aus heutiger Sicht und mit einer für die Befragten deshalb noch hypothetischen Fragestellung – ist nicht davon auszugehen, dass die Ankündigung und Durchführung eines „Analog Shut Off“ im Radio einen zeitnahen Umstieg auf DAB+ bewirken wird. Bei der Beantwortung der in Abbildung 22 dargestellten Fragen gab nämlich nur rund ein Drittel des Panels an, nach einer UKW-Abschaltung den Kauf eines DAB+-Empfängers zu erwägen. Dass diese Antworten in den Zusammenhang mit der aktuell bereits bestehenden DAB+-Empfängerbasis einzuordnen sind, zeigt der Anteil von 52 Prozent, die nach dem Ende von UKW-Radioprogramme bevorzugt über DAB+ hören wollen. Die Zustimmung zu dieser Verhaltensmöglichkeit lag insbesondere bei in den Altersgruppen der 14-29 und 60-69 jährigen Hörerinnen und Hörer deutlich über 50 Prozent.

Der Vorsprung von DAB+ gegenüber Radiostreaming beträgt jedoch nur wenige Prozentpunkte, denn ein ähnlich hoher Anteil von Befragten gab an, nach einer UKW-Abschaltung Radioprogramme bevorzugt zu streamen. In der Altersgruppe 14-29 Jahre liegt der Anteil bei rund 60 Prozent, bei den 30-49 Jahre alten Hörerinnen und Hörern auf DAB+-Niveau, das heißt um 50 Prozent. Das Risiko, im Falle einer UKW-Abschaltung Radiopublikum 50+ an alternative Audioangebote zu verlieren erscheint angesichts des niedrigen Anteils der Befragten, die diese Absicht haben zumindest in diesen Altersgruppen unerheblich zu sein. Dem gegenüber planen rund zwei Drittel der 14-29 Jährigen, bei einer UKW-Abschaltung auf alternative Audioangebote umzusteigen, auch die Zustimmungswerte der Altersgruppen 30-39 und 40-49 Jährige liegen deutlich über jenen der „DAB+-Geräte Kaufabsicht“ Frage.

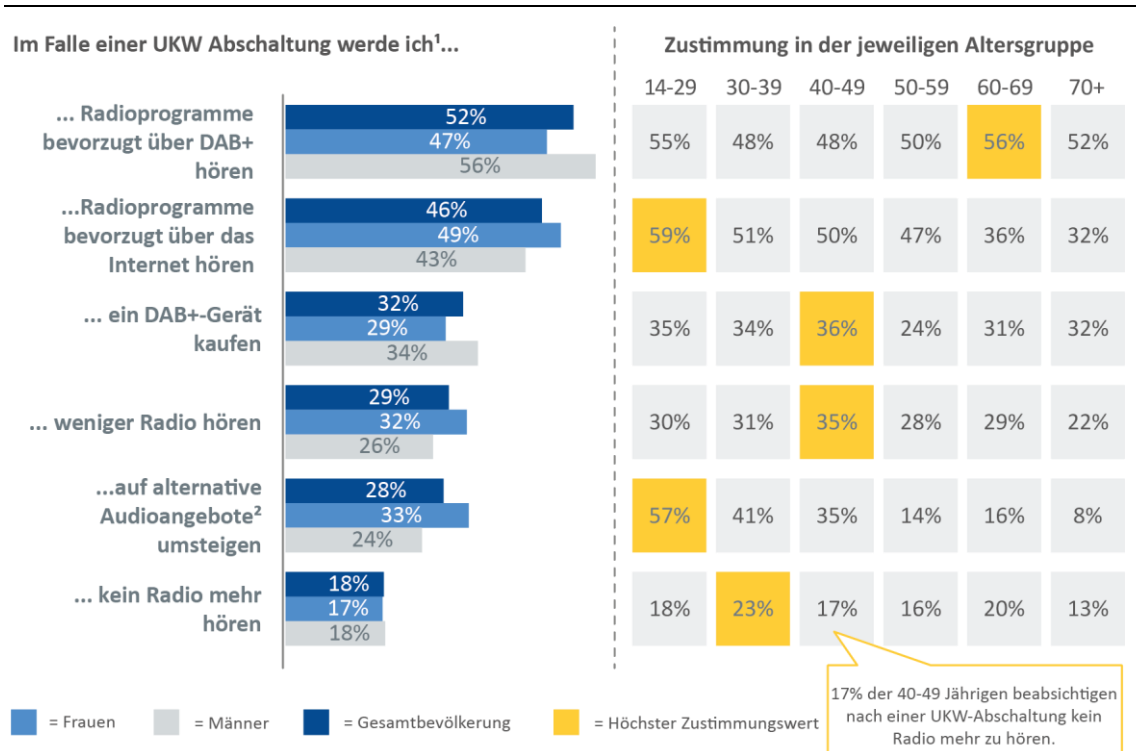
Die in diesen Aussagen der Panelteilnehmer zum Ausdruck kommenden Risiken für das Radio können potenziell auch deshalb eintreten, weil der Umstieg auf Streaming nur einen kleinen Teil der Bevölkerung vor besondere Herausforderungen beziehungsweise Umstiegshürden stellt, da

Radio- und Audio-Nutzungsverhalten

- die Verbreitung von Smartphones weit über 90 Prozent liegt, unabhängig von demografischen Merkmalen und sozialem Status,
- die zum Einsatz von Smartphones für das Radiostreaming notwendigen Kompetenzen gegeben sind,
- kostenlose Radioanbieter Apps aus den wichtigsten Appstores heruntergeladen werden können,
- sich zudem auch bayerische Radios auf Aggregationsplattformen, wie Radioplayer, finden die ebenfalls per App installierbar sind,
- der Kauf eines Endgeräts oder die Beauftragung eines kostenpflichtigen Internetanschlusses nicht notwendig ist, um Radio zu hören, beides ist typischerweise vorhanden.

Abbildung 22

Beabsichtigte Verhaltensänderungen des Radiopublikums nach einer UKW-Abschaltung



1) Die Prozentwerte beziehen sich jeweils auf den Anteil derjenigen Befragten mit Verhaltensänderungen, die die gestellten Fragen mit „sehr zustimmend“ beziehungsweise „zustimmend“ („Top 2 Boxen“) beantwortet haben.

2) Den Befragten wurden Podcasts oder Musikplattformen, wie Spotify, Deezer als Beispiele für alternative Audioangebote genannt.

Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von 2HMforum 2023.

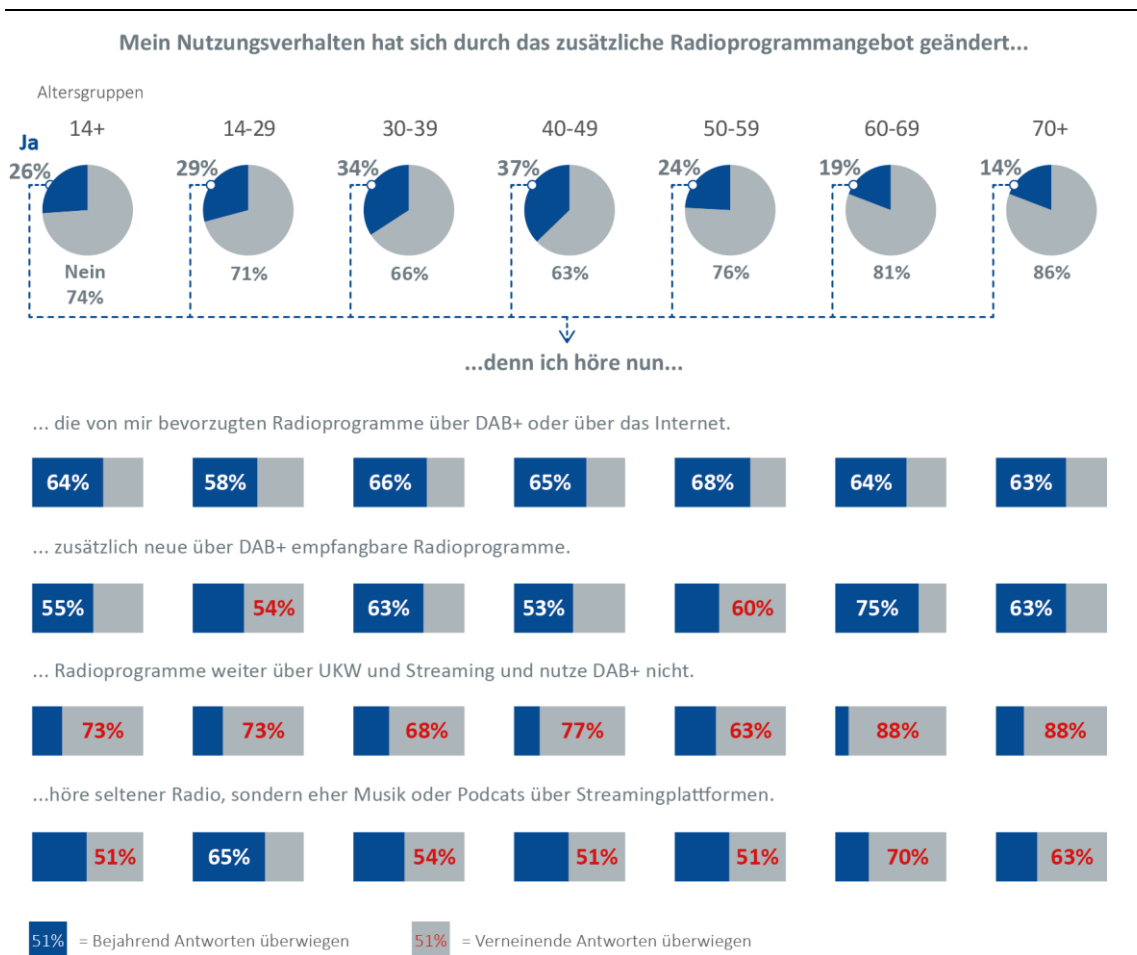
Das sich manifestierende Risiko einer im Vergleich zu DAB+ schnelleren Entwicklung des Radiostreamings nach einer UKW-Abschaltung ist aus heutiger Sicht erheblich und wird deshalb in die später diskutierten alternativen Entwicklungsszenarien einfließen.

### Vom DAB+ und Streaming Inhalteangebot ausgelöste Verhaltensänderungen

Für den Erfolg des Transformationsvorhabens mitentscheidend sind die von den angebotenen UKW-Alternativen ausgelösten Verhaltensänderungen in der Radio- und Audionutzung des Publikums. Eine von innovativen Angeboten ausgelöste Veränderung im Nutzungsverhalten ist deshalb erfolgskritisch, weil die Etablierung einer neuen Technik oder eines neuen Service mit deren Wertschätzung (relatives Mehrwertkalkül: was kann das Neue besser als das Alte?) beginnt und mit deren regelmäßigen Nutzung zum positiven Abschluss kommt.

Abbildung 23

Vom vergrößerten Radioprogramm- und Audioinhalteangebot ausgelöste Veränderungen des Radio- und Audionutzungsverhaltens



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von 2HMforum 2023.

Nur bei einem Viertel der bayerischen Gesamtbevölkerung 14+ hat das umfangreichere Radio- und Audioangebot über DAB+ zu Veränderungen im Nutzungsverhalten geführt. Circa 75 Prozent der Bevölkerung hört Radio weiter wie bisher (siehe Abbildung 23). Die

wichtigsten Veränderungen der Radionutzung dieser „Early Adopters“ bestehen im Kern aus

- der Konzentration ihrer Hörgewohnheiten auf DAB+ und Radiostreaming (64 Prozent),
- dem Hören neuer DAB+-Programme (55 Prozent) aber auch
- einer Umwidmung bisheriger Radiohörminuten zugunsten von alternativen Audio-streamingangeboten (49 Prozent).

Die vollständige Aufgabe der UKW-Nutzung oder eine alleinige Ergänzung ihrer UKW-Radionutzung durch Streaming werden nur von weniger als 30 Prozent der Gesamtbevölkerung mit verändertem Radionutzungsverhalten als Reaktion auf das gestiegene Radioprogramm- und Audioangebot genannt. Betrachtet man die Bevölkerung Bayerns älter 14 Jahre, so lassen sich auf Basis der Marktforschung folgende Schlussfolgerungen ziehen:

- Das zusätzliche Angebot an DAB+ und Streaming Radioprogrammen wird von der großen Mehrheit der Radiohörerinnen und -Hörer nicht genutzt.
- Aus der Sicht der UKW/DAB+-Migration sind die Verhaltensänderungen von 25 Prozent der Bevölkerung positiv zu bewerten, insbesondere die Akzeptanz, die DAB+ und dessen vergrößertes Radioprogrammangebot in diesem Publikumssegment erfährt sowie der deutlich geringere Anteil von Menschen, die nur UKW und Streaming nutzen.
- Diese Entwicklungen deuten darauf hin, dass zumindest von einem Teil des Marktes das vergrößerte DAB+-Angebot wahrgenommen und genutzt wird, was letztendlich zur Etablierung dieser Plattform beiträgt.
- Allerdings kommt in den Marktforschungsergebnissen auch die ungebrochen hohe UKW-Nutzung zum Ausdruck: nur weniger als ein Drittel der Befragten aus dem „verändertes Nutzungsverhalten“ Segment gibt an, kein UKW-Radio mehr zu hören, obwohl in Bayern alle UKW-Programme simultan über DAB+ verbreitet werden.
- Dies spricht tendenziell dafür, dass der relative Vorteil von DAB+ gegenüber UKW selbst für die Gruppe der für Veränderungen offenen Menschen nicht als hinreichend bewertet wird, um den Umstieg zu vollziehen.
- Die auch in den Tagesreichweiten und der Radionutzung zum Ausdruck kommende Tendenz, weniger Radio zu hören und mehr Zeit mit alternativen Audioangeboten und Streamingplattformen zu verbringen, zeigt einerseits, dass DAB+ nicht zwangsläufig das Substitutionsangebot der Wahl nach einer UKW-Abschaltung sein wird, andererseits wird aber auch an diesem Ergebnis deutlich, dass die Gattung Radio gerade beim veränderungsbereiten Publikum im intensiven Wettbewerb mit Angeboten außerhalb der Walled Garden UKW und DAB+ steht.

Zwischen den verschiedenen Altersgruppen derjenigen Befragten, die angaben, ihr Medienutzungsverhalten habe sich verändert, bestehen punktuell Unterschiede, die sich auf die zukünftige Entwicklung von DAB+ im Wettbewerb mit Audiostreaming Einfluss haben könnten:

- Über alle Altersgruppen werden die bevorzugten Radioprogramme 2023 mehrheitlich über DAB+ und Internet gehört, was die ungebrochen hohen Tagesreichweiten der



Funkanalyse bestätigt, der niedrige Wert der 14-29 Jährigen weist erneut darauf hin, dass das Medium Radio in dieser Altersgruppe weniger relevant ist.

- Das erweiterte DAB+-Programmangebot in Bayern, seien es die Programme der beiden bundesweiten Multiplexe oder bayerische DAB+ only Programme, wird von einer Mehrheit der Befragten genutzt, allerdings überwiegen bei den 14-29 und 50-59 Jährigen diejenigen, die keine dieser zusätzlich zum UKW-Simulcast verbreiteten Programme hören. Das heißt gerade in der für die Zukunft erfolgskritischen Altersgruppe der 14-29 Jährigen, die auch bei der Audiostreamingnutzung vorne liegen, werden neue DAB+-Programme weniger wahrgenommen.
- Positiv aus Sicht des UKW/DAB+-Transformationsvorhabens ist der niedrige Anteil der Antwortenden mit verändertem Mediennutzungsverhalten, die angaben, DAB+ nicht zu nutzen und weiterhin nur UKW und Streaming zu verwenden, dieser liegt in dieser Gruppe, abhängig von der jeweiligen Altersgruppe, mit einer Ausnahme deutlich unter 30 Prozent, so dass die UKW-Beharrungskräfte relativ niedrig einzuschätzen sind.
- Die schwierige Wettbewerbssituation des Radios gegenüber Musik- und Audio-streamingplattformen wird an den überwiegend nur wenig unter 50 Prozent liegenden Anteilen derjenigen Befragten deutlich, die bereits heute seltener Radioprogramme hören; in der Altersgruppe der 14-29 Jährigen tun dies bereits heute 65 Prozent.

### 3.3 Beobachtungen und Schlussfolgerungen

Die Analyse des Nutzungsverhaltens der Radio- und Audio-Hörer in Bayern bietet wertvolle Einblicke in das aktuelle und zukünftige Verhalten des Publikums im Migrationsprozess von UKW zu DAB+ und Streaming.

#### **Tagesreichweite und Nutzung**

- Die Tagesreichweite und Nutzung von Radio sind in allen Altersgruppen rückläufig.
- Besonders stark ist der Rückgang bei den 14-29 Jährigen und 40-49 Jährigen.
- Dies deutet darauf hin, dass die Bedeutung von Radio im Alltag der Menschen in Bayern zwar noch hoch ist, aber langfristig abnehmen könnte.

#### **Installierte Basis**

- Obwohl 90 Prozent der Bevölkerung DAB+ kennt, planen nur acht Prozent der Haushalte ohne DAB+ Geräte den Kauf in den kommenden zwölf Monaten.
- Radiohören oder alternative Empfangsmöglichkeiten sind kein gängiges Gesprächsthema, was die Herausforderungen bei der Kommunikation von DAB+ verdeutlicht.

#### **UKW-Abschaltung**

- Selbst bei einer UKW-Abschaltung würden nur etwa ein Drittel der bislang DAB+-abstinenten Befragten ein DAB+-Radio kaufen.
- Die Mehrheit plant, nach dem Ende von UKW, auf Streaming oder alternative Audioangebote umzusteigen.
- Die UKW-Abschaltung allein wird wahrscheinlich nicht ausreichen, um DAB+ signifikant zu fördern.



### **Nutzungsort**

- "Zuhause" ist der wichtigste Nutzungsort für Radioprogramme, sowohl für UKW, DAB+ als auch Streaming.
- Maßnahmen zur Förderung von DAB+ sollten sich auf den Bereich "Zuhause" konzentrieren, da hier die Nutzung am höchsten ist.

### **Effekte des vergrößerten Programmangebots**

- Das erweiterte Programmangebot von DAB+ und Streaming hat nur bei etwa 25 Prozent der Bevölkerung zu Veränderungen im Nutzungsverhalten geführt.
- Die meisten Hörerinnen und Hörer halten an ihrem bisherigen Nutzungsverhalten fest.

### **Vertrauen und Relevanz**

- Zwei Drittel der Bevölkerung betrachten DAB+, UKW und Streaming als gleichwertig in Bezug auf Informations- und Unterhaltungsangebote.
- Unterschiede in der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit und Relevanz lassen sich auf die tendenziell schwierigere Auffindbarkeit individuell relevanter Programme auf Plattformen mit größerem Programm- und Audioinhalte-Angebot zurückführen.

## **3.4 Fazit Radio- und Audio-Nutzungsverhalten**

- Die bisherige Strategie, DAB+ einzuführen und zu erwarten, dass die DAB+-Programmnutzung der Bevölkerung sich von selbst entwickeln wird, ist an ihre Grenzen gestoßen.
- Maßnahmen sollten sich stärker auf die Erwartungen und Vorteile für das Publikum konzentrieren, insbesondere für diejenigen, die bisher keine DAB+-Geräte nutzen.
- Eine aktivere Kommunikation der Vorteile von DAB+ gegenüber UKW und Streaming ist entscheidend, um eine breite Akzeptanz und Nutzung zu fördern, da selbst mit DAB+ zufriedene Hörerinnen und Hörer über ihre positiven Nutzungserfahrungen nicht mit anderen sprechen.
- Es ist unwahrscheinlich, dass die Abschaltung von UKW automatisch zu einem Umstieg auf DAB+ führt, insbesondere da Streaming eine attraktive Alternative darstellt.

Die Migrationsstrategie sollte noch stärker auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Hörerinnen und Hörer ausgerichtet sein und die Vorteile von DAB+ in den Vordergrund stellen, um die Akzeptanz und Verbreitung zu steigern.

## 4 Internationale Fallbeispiele

Ein *vollständiger* Ausstieg aus der UKW-Verbreitung ist bislang in keinem europäischen Land gelungen.

Die sich mit dem Umstieg von UKW auf DAB+ und Radiostreaming verbundenen Herausforderungen stellen sich in gleicher oder ähnlicher Weise auch den Radiomärkten anderer europäischer Länder. Im Weiteren werden Großbritannien, die Schweiz und Norwegen als Fallbeispiele herangezogen. Hierbei handelt es sich um gut dokumentierte und im Rahmen dieser Studie durch zusätzliche Interviews unterfütterte Beispielfälle für Länder, die sich in verschiedenen Phasen der UKW/DAB+-Migration befinden:

- Großbritannien hat die längste Simulcast Historie, da die DAB beziehungsweise DAB+-Einführung dort bereits 1999 begonnen hat. Es ist ein sehr großes nationales, regionales und lokales Radioangebot entstanden, aber trotzdem wurde noch nicht über einen Abschalttermin für UKW entschieden.
- Die Schweiz galt lange Zeit als Vorbild, da sich relativ kurz nach Beginn der DAB+-Einführung eine große Gerätepopulation und ein DAB+-Programmangebot entwickelte, so dass die öffentlich-rechtliche SRG und in deren Folge auch die Privatradios bereits 2018 die Einstellung der UKW-Verbreitung zum Jahresende 2024 ankündigten, diese Entscheidung wird nun jedoch wieder in Frage gestellt.
- Norwegen hat 2017 als bislang einziges europäisches Land die UKW-Verbreitung eingestellt und bietet somit als einziger Fall eine Faktenbasis, um die Wirkungen dieser Entscheidung auf die verschiedenen Segmente des Radiomarkts zu analysieren.

### 4.1 Leitfragen der Fallbeispielanalyse

Die individuellen nationalen Rahmenbedingungen unterscheiden sich international zum Teil stark von der Situation in Bayern. Um dennoch relevante Schlussfolgerungen ziehen zu können, konzentrieren wir die Fallstudienanalyse auf die aktuell aus Sicht des bayerischen Radiomarktes relevanten Fragestellungen:

- Wie haben sich die DAB+-Gerätepopulation, Reichweite und Nutzung von Radioprogrammen und alternativen Audiostreamingangeboten im jeweiligen Land bis heute entwickelt?
- Wie hat sich die DAB+-Einführung auf den kommerziellen Erfolg von landesweiten, regionalen und lokalen Radioprogrammen sowie DAB+ only Radios ausgewirkt?
- Wie haben sich Medienpolitik, Regulierer und Radiomarktteilnehmer zur DAB+-Einführung organisiert und welche Maßnahmen wurden umgesetzt?
- Welche Kennziffern werden für die Entscheidung über eine UKW-Abschaltung diskutiert beziehungsweise herangezogen?
- Welche Regelungen haben die verschiedenen Länder hinsichtlich der UKW-Frequenzzuweisungen getroffen?

- Welche Effekte hatte die UKW-Abschaltung auf lokale Radioanbieter?

Da nicht jeder in der Fallstudienanalyse untersuchte Markt Antworten auf die im Kontext des bayerischen UKW/DAB+-Migrationsvorhabens stellenden Fragen gibt, konzentrieren sich die jeweiligen Länderfallstudien allein auf die hier erkenntnisrelevanten Zusammenhänge.

## 4.2 Norwegen

Der norwegische Radiomarkt ist durch einen Wettbewerb nationaler, regionaler und lokaler Radioanbieter gekennzeichnet. Auf den nationalen und regionalen Märkten besteht das Programmangebot im Jahr 2023 aus 36 Radioprogrammen, zuvor wurden nur fünf Programme landesweit über UKW-verbreitet:

- 15 Programme (davon ein Programm mit acht regionalisierten Programmen) des öffentlich-rechtlichen Anbieters NRK, der keine Radiowerbung verbreiten darf
- elf kommerzielle Programme der Bauer Media sowie
- neun kommerzielle Programme der P4 Group (Viacom).

Lokale Radiomärkte werden mit 65 lokalen DAB+/UKW-Radios sowie 57 lokalen UKW-Programmveranstaltern versorgt (Medianorway, 2023). Die norwegische Lokalradiobranche ist äußerst heterogen. Der überwiegende Teil der Radiostationen ist klein und wird von Freiwilligen betrieben, allerdings gibt es auch professionelle Anbieter mit kommerziellen Ambitionen. Norwegen wird vielfach als erstes Land angesehen, das eine vollständige UKW-Abschaltung durchgeführt hat. Dies gilt jedoch nur für die landesweiten und regionalen Radios. Lokalradios können weiterhin über UKW/DAB+-Simulcast oder auch nur über UKW verbreitet werden (Medietilsynet, 2022).

Norwegen bietet somit eine gute Faktenbasis, um daraus relevante Erkenntnisse zu dem dort umgesetzten Transformationskonzept, Folgen für den Wettbewerb, wirtschaftliche Situation der Radios, Nutzerverhalten und medienpolitisch-regulatorische Maßnahmen zu gewinnen. Die Organisation und Zusammenarbeit zwischen Medienpolitik, Regulierung und Radioanbietern ist jener der deutschen Digitalradiogesellschaften vergleichbar und bietet keine im Rahmen dieser Studie relevanten Erkenntnisse. Da die Vorbereitungen und die Durchführung der UKW-Abschaltung in Norwegen an anderer Stelle, siehe beispielsweise (worldDAB, 2020) umfassend dokumentiert sind, wird im Folgenden auf deren erneute Wiedergabe verzichtet und primär deren Auswirkungen auf den norwegischen Radiomarkt bis heute untersucht.

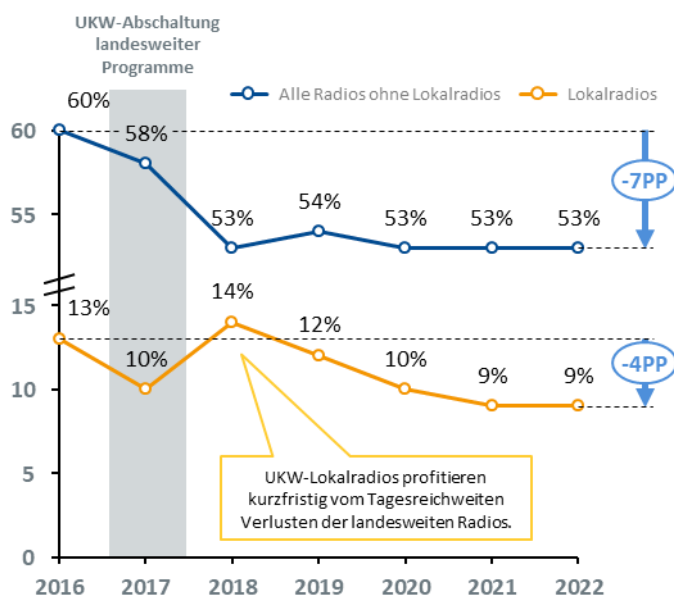
### Gerätepopulation

Die vor dem UKW-Ausstieg in Norwegen zu erreichenden Voraussetzungen waren eine technische Bevölkerungsreichweite des öffentlich-rechtlichen DAB+-Netzes von 99,5 Prozent, jene der kommerziellen Radiostationen sollte 90 Prozent der Bevölkerung erreichen. Die tägliche Radionutzung sollte zu mindestens 50 Prozent über DAB+ und Streaming erfolgen. Zudem sollte eine zufriedenstellende Lösung für die Aufrüstung von UKW-Autoradios

für den DAB+-Empfang verfügbar sein. Die vom norwegischen Parlament im Jahr 2011 festgelegten Kriterien wurden erfüllt und 2017 kam es zur UKW-Abschaltung auf nationaler Ebene.

Im Jahr 2016, also vor der UKW-Abschaltung der landesweiten Radios, verfügten 71 Prozent der norwegischen Haushalte über mindestens ein DAB+-Radio, 32 Prozent hatten ein DAB+-fähiges Autoradio (WorldDAB, 2020). Zwei Jahre später war dieser Anteil auf 73 Prozent der Haushalte gewachsen. 59 Prozent der Autos konnten 2019 DAB+-Programme empfangen. Es ist auffällig, dass sich der Anteil der Menschen mit stationären DAB+-Empfängern seitdem nicht erhöht hat und bei 73 Prozent stagniert. DAB+-Autoradios erreichen einen den stationären Geräten ähnlichen Verbreitungsgrad. Zudem besitzen in Ballungsräumen mit gutem Breitbandinternet, wie zum Beispiel in Oslo, 2023 nur rund 60 Prozent der Haushalte ein stationäres DAB+-Gerät (Nielsen, 2023). Oslo erreichte im selben Jahr mit 17 Prozent täglicher Nutzung den höchsten Wert bei der täglichen Podcast Nutzung. Es ist plausibel anzunehmen, dass die Notwendigkeit zum Besitz eines DAB+-Empfängers in diesen Fällen weitaus seltener besteht, weil die universelle Internetzugangs- und Endgerätechnik den Hörerinnen und Hörern einen niedrighschwelligen Zugang zu deren bevorzugten Radioprogrammen und Audiostreaming Inhalten bietet. Diese Beobachtung unterstützt die Ergebnisse unserer Marktforschung, wonach auch im Falle einer UKW-Abschaltung nicht davon ausgegangen werden kann, dass dadurch zwangsläufig ein Umstieg auf DAB+ erfolgen wird.

Abbildung 24  
Tagesreichweitenentwicklung des Radios in Norwegen 2016-2022



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von Kantar Norway 2023.

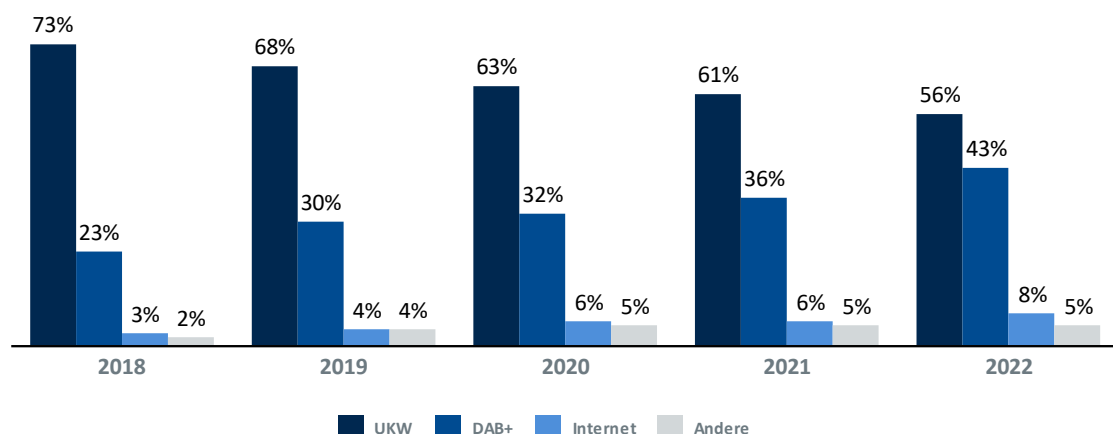
**Bayern Blick:** Dieser Aspekt wird zukünftig auch in Bayern einen hohen Einfluss auf den Fortgang des UKW/DAB+-Transformationsvorhabens ausüben. Privathaushalte haben heute auch außerhalb der Ballungsräume zu über 90 Prozent die Möglichkeit, einen hochbitratigen Internetanschluss mit unlimitiertem Datenvolumen zu beauftragen. Das Ziel einer deutlichen Erhöhung der DAB+-Endgeräteverbreitung in bayerischen Haushalten über das 2023 erreichte Niveau hinaus ist entsprechend nur erreichbar, wenn die heute noch DAB+-abstinenten Menschen davon überzeugt werden können, dass die Investition in ein DAB+-Gerät ihnen einen höheren Nutzen verschafft als der Umstieg auf Streaming.

### Tagesreichweite und Nutzung von Radio

Die UKW-Abschaltung der nationalen Programme hat die Tagesreichweiten und Radionutzung in Norwegen beeinflusst (siehe Abbildung 24). So hörten im Jahr 2016 noch 60 Prozent der Bevölkerung täglich Radioprogramme. Die Tagesreichweite der Lokalradios betrug 13 Prozent. Im Jahr der Abschaltung 2017 gingen beide Werte auf 58 Prozent beziehungsweise zehn Prozent zurück und konnten sich ab 2018 nur temporär wieder den bisherigen Werten annähern. Ende 2022 erreichte das Medium Radio nur noch eine Tagesreichweite von 53 Prozent, jene der darin enthaltenen Lokalradios betrug nunmehr nur neun Prozent. Die tägliche Nutzung von Musikstreaming lag 2022 bei 40 Prozent der Bevölkerung, Podcasts erreichten 14 Prozent, 2017 lag letzterer Wert noch bei vier Prozent (Kantar Norway, 2023). Der Wettbewerb zwischen Radio über DAB+ und UKW sowie Audio-streaming schlägt sich also erkennbar im täglichen Radio- und Audiozeitbudget der Menschen nieder. Entgegen der dynamischen Entwicklung beim Audiostreaming, entwickelt sich das Streaming von Radioprogrammen wesentlich schwächer (Abbildung 25).

Abbildung 25

Entwicklung der Anteile der Bevölkerung, die über UKW, DAB+ und Internet Radioprogramme hören 2018-2022



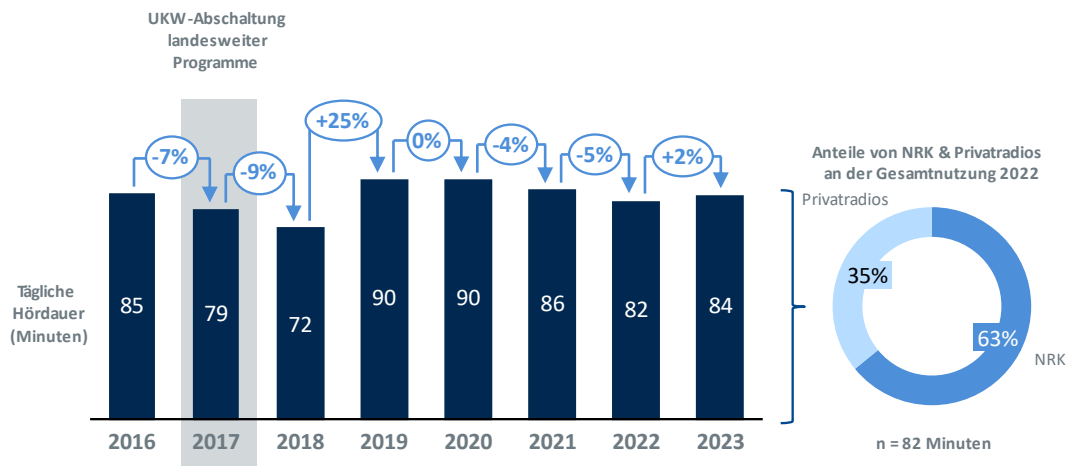
Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von Kantar Norway 2023.

Die Anteile der von der norwegischen Bevölkerung täglich genutzten Radioverbreitungswege verteilten sich im Jahr 2018 zu 73 Prozent auf UKW, 23 Prozent verwendeten DAB+ und drei Prozent Streaming (siehe Abbildung 25). 2022, also fünf Jahre nach der Abschaltung der UKW-Verbreitung der landesweiten Programme war UKW immer noch die mit 56 Prozent von der Mehrheit der Bevölkerung genutzte Plattform, was allein auf die Lokalradios zurückzuführen ist, die immer noch auf UKW senden. DAB+ erreichte 43 Prozent und Radiostreaming acht Prozent (Kantar Norway, 2023).

**Bayern Blick:** Mit Blick auf die zukünftigen Entwicklungen in Bayern zeigen sich einerseits die starke Bindung der Hörerinnen und Hörer an UKW-Radioprogramme sowie der wachsende Wettbewerb alternativer Audioangebote, also Podcasts und Musikstreaming. Während Musikstreaming als Wettbewerber des Radios anzusehen ist, bieten Podcasts großen Radioanbietern eine Chance, zusätzliche Reichweiten und Nutzung zu erzeugen und kommerziell zu verwerten. Die Situation der norwegischen Lokalradios und die Gründe der dortigen Medienpolitik, diesen eine UKW-Ausstrahlung weiter zu gestatten, ist nicht mit jener in Bayern vergleichbar, wo alle bisherigen UKW-Radios Teil des Simulcastbetriebs sind.

Abbildung 26

Entwicklung der Radionutzung (Hördauer) in Norwegen 2016-2023



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von Kantar Norway 2023, Nielsen 2023.

Die Radionutzung wurde deutlich stärker als die Tagesreichweite durch die UKW-Abschaltung beeinflusst. Erstere betrug 2016 noch 85 Minuten und ging bis 2018 auf den bisherigen Tiefstwert von 72 Minuten zurück. Das um den Faktor 7 vergrößerte landesweite Radioprogrammangebot hat nicht zu höheren Tagesreichweiten und Nutzung geführt (Medietilsynet, 2017). Ohne Erfolg versuchen die nationalen Programmveranstalter diese Effekte durch eine Flottenstrategie zu kompensieren. Viele der neuen landesweiten DAB+-Programme erreichen laut einem Bericht der norwegischen Medienregulierungsbehörde Medietilsynet im Jahr 2019 weniger als ein Prozent Marktanteil. Die weiter über UKW verbreiteten Lokalradios konnten zwar von dieser Entwicklung temporär profitieren und

Zugewinne bei Reichweite und Nutzung verzeichnen. Nach Pandemie bedingten Höchstwerten lag die Radionutzung insgesamt im ersten Halbjahr 2023 bei 84 Minuten und erreicht fast wieder das Niveau von 2016 (Medietilsynet, 2022).

**Bayern Blick:** Da alle landesweiten, regionalen und lokalen bayerischen UKW-Radioprogramme auch über DAB+ verbreitet werden, kann eine Verwässerung von Tagesreichweiten und Nutzung auf Programmebene, wie sie Norwegen zu beobachten ist, nur von den Programmen der beiden bundesweiten DAB+-Multiplexe oder von einem hypothetischen weiteren bayerischen DAB+-Multiplex ausgehen. Dem wettbewerblichen Einfluss der Programme der beiden nationalen DAB+-Ensembles können die bayerischen Radios nur wettbewerblich begegnen, da diese Multiplexe bereits senden. Ob der bayerische Radiomarkt allerdings genügend Reichweiten- und Nutzungspotenzial bietet, um Programmen auf einem zusätzlichen landesweiten oder regionalisierten DAB+-Multiplex wirtschaftlich eine nachhaltige wirtschaftliche Basis zu geben, sollte vor dem Hintergrund der in Norwegen beobachteten Entwicklung eingehend geprüft werden.

### Kommerzielle Effekte

Der Verlust der UKW-Reichweite der landesweiten Privatradios hatte zunächst erhebliche Auswirkungen auf deren Umsätze und Profitabilität. Die 2020 einsetzende Pandemie verstärkte diese Effekte zusätzlich. Der Umsatz der landesweiten kommerziellen Radioketten betrug 2016 EUR 58 Millionen und ging 2019 – also im Jahr nach der UKW-Abschaltung – auf einen Tiefstwert von EUR 47 Millionen zurück und lag erst 2021 mit EUR 53 Millionen wieder nahe dem Ausgangsniveau. Diese Entwicklung widerspiegelt zunächst auch die Profitabilität dieser landesweiten Radioanbieter. Ausgehend von 13,7 Prozent Gewinnmarge im Jahr 2016 fiel diese zunächst auf 3,4 Prozent in 2019 ab. Im Jahr 2021 wurde mit 17 Prozent die höchste Gewinnmarge der letzten zehn Jahre erzielt (Medietilsynet, 2022; Medietilsynet, 2017).

Die Lokalsender erreichten 2016 einen Umsatz von EUR 31 Millionen (Medietilsynet, 2017). Bis in das Jahr 2021 hatte sich der Umsatz aller Lokalradios auf EUR 23 Millionen reduziert. Der norwegische Lokalradiomarkt unterscheidet sich hinsichtlich der Geschäftsmodelle stark vom bayerischen Radiomarkt. So resultierten 2021 jeweils 40 Prozent der dortigen Lokalradioumsätze aus Radiowerbung oder aus Bingo Entgelten (Medietilsynet, 2022).

Die Auswirkungen der DAB+-Einführung und des zunächst für 2022 angekündigten Auslaufens der UKW-Zuweisungen auf die Kosten der Lokalradios waren erheblich. So ging die norwegische Medienregulierungsbehörde im Jahr 2019 von Investitionen je Radioanbieter für den Aufbau eines lokalen DAB+-Senderstandortes von EUR 66.000 und monatlichen Betriebskosten von EUR 800 aus (Medietilsynet, 2019). Infrastrukturkosteneffekte durch die Zusammenfassung mehrerer Lokalradios in lokalen oder regionalen Multiplexen konnten sich in dem dünn besiedelten Flächenland Norwegen nur in und um die Ballungsräume entwickeln. Aus bayerischer Sicht naheliegende Einsparungen bei der UKW-Verbreitung waren in Norwegen nicht möglich, da es sich vielfach um einen Kleinsender je Lokalradio handelt und die Alternativen Weiterbetrieb oder Abschalten lauten.

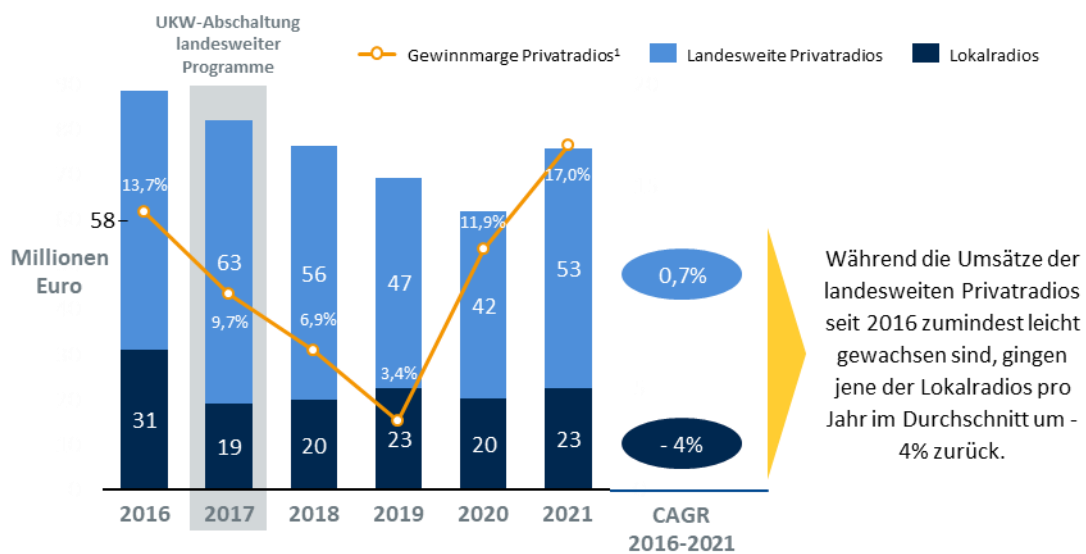
Ein weiterer Kostentreiber war die Notwendigkeit, für die Simulcast Ausstrahlung von Radioprogrammen über DAB+ zusätzliche Abgaben an die Verwertungsgesellschaften zahlen



zu müssen. Diese Kosten waren angesichts der durchschnittlichen Gewinnmarge norwegischer Lokalradios von 0,6 Prozent und trotz substanzieller staatlicher Subventionen für die Masse der Anbieter nicht refinanzierbar, so dass bis heute noch ein großer Teil der lokalen Radioprogramme nur über UKW ausgestrahlt werden. Die UKW-Verbreitung generierte zudem 2021 noch 92 Prozent der Lokalradio Werbungsumsätze.

Abbildung 27

Entwicklung der Umsätze und Gewinnmargen der norwegischen Privatradios und Lokalradios 2016-2021



1) Lokalradio Gewinnmargen sind aufgrund der heterogenen Unternehmensgrößen und Geschäftsmodelle nicht auf dieser Betrachtungsebene anwendbar, weshalb hier nur die Gewinnmarge der landesweiten Privatradios dargestellt ist.

Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von Medietilsynet 2019 und 2022.

Die für die Lokalradios zuständigen Behörden arbeiten an einer Strategie, die den Aufbau lokaler DAB+-Infrastrukturen und für deren Betreiber nachhaltig profitable Geschäftsmodelle unterstützen soll. Da diese Überlegungen zum ursprünglich geplanten Auslaufen der lokalen UKW-Frequenzzuweisungen nicht abgeschlossen waren, wurden diese vorläufig bis 2026 verlängert. Das norwegische Parlament behält sich weitere Verlängerungen vor (Medietilsynet, 2022).

**Bayern Blick:** Die Unterschiede der norwegischen und bayerischen Radiomarktstrukturen, insbesondere die in Bayern bereits erreichte vollständige Simulcastverbreitung landesweiter, regionaler und lokaler Radioprogramme, erschweren einen direkten Vergleich. Zwei Risiken sollten jedoch im Rahmen des Migrationsvorhabens in Bayern berücksichtigt werden:

- Der Umsatzrückgang der landesweiten norwegischen Radioprogramme begann bereits vor Pandemiebeginn und ist deshalb primär auf den Wegfall der UKW-Reichweite



zurückzuführen. Ein solcher temporärer „UKW-Knick“ wäre potenziell auch in Bayern möglich, da auch die norwegischen landesweiten Programme schon mehrere Jahre vorher über DAB+ verbreitet wurden.

- Die auch 2023 fortbestehende Abhängigkeit der norwegischen Lokalradios von der UKW-Reichweite zeigt, dass die verschiedenen Anbieter eines Radiomarkts in unterschiedlichem Ausmaß von der UKW-Abschaltung betroffen sind. Ein Abschaltkonzept sollte diese Unterschiede reflektieren, um die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der bayerischen Privatradios abzusichern und die bestehende Vielfalt zu erhalten.

## Regulierung

Aus regulatorischer Sicht sind zwei Aspekte des Übergangs von UKW zu DAB+ in Norwegen herauszuheben. Dies sind einerseits die veränderten Regulierungsziele, andererseits der Umgang mit UKW-Frequenzen.

Eine in diesem Zusammenhang wesentliche Veränderung war die Anpassung der Lizenzbedingungen, um eine größere Vielfalt der Programmangebote auf DAB+ zu erreichen. In der Vergangenheit war die Lizenzierung von UKW-Programmen unmittelbar an den Nachweis der nachhaltigen wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Radioanbieters geknüpft. Dieses auch in Deutschland übliche Kriterium soll unter anderem auch eine journalistische Unabhängigkeit und somit Meinungsvielfalt im demokratischen Diskurs sicherstellen. Mit der Einführung von DAB+ wurde diese Anforderung reduziert, da es auf regionalen und lokalen Multiplexen nicht nachgefragte Überkapazitäten gab, die bis heute weitgehend fortbestehen. Die Absenkung der Zulassungsvoraussetzungen sollte eine möglichst große Zahl von Anbietern motivieren, ihre Programme über DAB+ zu verbreiten und die Plattform so attraktiver für das Publikum zu machen. Im Ergebnis gelang es aber lediglich, die Quantität der landesweiten DAB+-Programme zu erhöhen. Eine höhere Anbietervielfalt wurde nicht erreicht, da nunmehr die öffentlich-rechtlichen Radioprogramme von NRK und die Programme von Bauer Media und P4 Group den nationalen Markt besetzt haben. Auf lokaler Ebene ist es aus den schon beschriebenen Gründen nicht zu einem vielfältigeren Programmangebot gekommen. Zudem haben die großen Radiogruppen vormals lokale Ballungsraum-Programme in die nationale Verbreitung aufgenommen.

Die DAB+-Einführung im norwegischen Radiomarkt wird vielfach auch als UKW-Abschaltung bezeichnet. Letztere fand im Jahr 2017 allerdings nur für die landesweiten Radioprogramme und regionalen Programme für die wichtigsten Ballungsräume statt. Deren UKW-Lizenzen wurden seit 2016 nicht mehr verlängert. Gesetzgeber und Regulierungsbehörde hatten zu diesem Zeitpunkt bereits die Notwendigkeit einer Fortsetzung der UKW-Lizenzen für Lokalradios bis 2021 erkannt, um auch diesem Marktsegment einen unternehmerisch tragfähigen Übergang zu DAB+ zu ermöglichen (Medietilsynet, 2019). Zwischenzeitlich wurden die UKW-Lizenzen der Lokalradios bis 2026 verlängert (Medietilsynet, 2022). Im Oktober 2022 wurde bereits eine weitere Verlängerung bis 2031 angekündigt (Norwegian Ministry of Culture, 2023).

Eine wirtschaftliche Migration der Lokalradios auf DAB+ ist bislang nicht gelungen. Aus Sicht der lokalen Programmveranstalter war die Entwicklung wirtschaftlich und technisch umsetzbarer lokaler DAB+-Infrastrukturen in strukturschwachen Gebieten bislang nicht

hinreichend. Die von der norwegischen Regierung bereitgestellten Mittel werden vom Branchenverband Lokalradio als unzureichend angesehen, denn trotz dieser Beihilfen ist das operative Ergebnis der komplett auf DAB+ umgestiegenen Lokalradios negativ. Um Lokalradio auf der DAB+-Plattform wirtschaftlich betreiben zu können, sei eine vollständige Subventionierung der gesamten DAB+-Verbreitungskosten erforderlich. (Norsk Lokalradioforbund, 2022). Im Mai 2023 hat die norwegische Regierung als Reaktion auf diese Forderung eine Betriebskostenbeihilfe in Höhe von EUR 132.000 je Lokalradio beschlossen (Norwegian Ministry of Culture, 2023).

**Bayern Blick:** Das Beispiel Norwegen zeigt, dass eine durch Absenkung der Lizenzierungsvoraussetzungen erzeugte große Zahl von Radioprogrammen nicht zwangsläufig in programmlicher Vielfalt und Meinungspluralität resultiert. Unabhängige, leistungsfähige Radiounternehmen brauchen zudem eine ihrem gesellschaftlichen Auftrag entsprechende wirtschaftliche Grundlage, um neben dem Meinungs- auch unternehmerischen Wettbewerb sicherzustellen. Diese Zusammenhänge sollten bei der Weiterentwicklung der regulatorischen Rahmenbedingungen des Migrationsvorhabens Berücksichtigung finden, wenn es um die Folgen des Auslaufens der UKW-Frequenzzuweisungen für die Privatradios und der damit verbundenen wettbewerblichen Effekte geht.

Dies gilt im besonderen Maße für die Lokalradios. Diese sind zwar in Bayern heute bereits auch über DAB+ empfangbar. Dennoch sollte für den Erhalt der großen lokalen Privatradiovielfalt auch in strukturschwächeren Regionen Bayerns erwogen werden, bestehende gesetzliche Spielräume auszureizen oder gegebenenfalls neu zu schaffen. So könnten entlang objektiver Kriterien differenzierte UKW-Zuweisungsverlängerungen oder Beihilfen für ansonsten nachhaltig wirtschaftlich leistungsfähige Lokalradios geschaffen werden, die andernfalls die wirtschaftlichen Folgen des Auslaufens ihrer UKW-Frequenzzuteilungen nicht kompensieren könnten.

### 4.3 Schweiz

Der schweizerische Radiomarkt ist durch drei große Sprachräume und Wettbewerb vorwiegend innerhalb sprachlich abgegrenzter regionaler und lokaler Radiomärkte gekennzeichnet. Die Anzahl der in der Schweiz lizenzierten Radioprogramme hat sich seit 2015 verfünffacht (BAKOM, 2022). Im schweizerischen Radiomarkt werden mehr als 250 Radioprogramme über UKW, DAB+ und das Internet verbreitet:

- Das öffentlich-rechtliche Medienunternehmen SRG verbreitet 17 Radioprogramme in vier Sprachen.
- Weitere 31 Lokalradios werden im öffentlich-rechtlichen Auftrag produziert und verbreitet.
- Bei den übrigen 199 Programmen handelt es sich, mit Ausnahme weniger nicht kommerzieller Radios, um Privatsender, von denen mehr als 130 über DAB+ verbreitet werden, der überwiegende Teil jedoch über das Internet.
- Lediglich rund 60 Radioprogramme nutzen zusätzlich noch die UKW-Technik, der überwiegende Teil sendet im UKW/DAB+ und Streaming Simulcast (BAKOM, 2023).

Das Transformationsvorhaben zur Digitalisierung des schweizerischen Radiomarktes ist im Jahr 2023 abgeschlossen. Einzig die Umsetzung der bereits 2014 beschlossenen UKW-Abschaltung steht noch aus. Zu diesem Erfolg und dem Abschaltungsbeschluss trug das von der Arbeitsgruppe Digitale Migration (DigiMig) erarbeitete und verabschiedete Migrationskonzept, „Von UKW zu DAB+“, maßgeblich bei. Die DigiMig war mit Vertretern der Regulierungsbehörde BAKOM, der SRG, der Privat- und Lokalradio-Verbände, Radiounternehmen sowie der Sendernetzinfrastrukturbetreiber besetzt und bündelte somit alle notwendigen Kompetenzen. Die große Mehrheit der Radioanbieter hält an diesem Beschluss fest und fordert eine UKW-Abschaltung zum 31. Dezember 2024. Dessen ungeachtet hat das BAKOM im Sommer 2023 die Radioverbände informiert, dass der Regulierer dem Bundesrat eine letztmalige Verlängerung der UKW-Frequenzzuweisungen bis 2026 empfehlen wird. Diese Verlängerung war von den Privatradios aus der französischsprachigen Romanandie und einzelnen Radiounternehmern gefordert worden (Walser, 2023).

Die in der Schweiz erreichte vollständige Umstellung des bisherigen UKW-Marktes auf DAB+, das dortige Niveau an Endgerätedurchdringung, Tagesreichweiten und Nutzung sowie die gemessenen Spillover Effekte internationaler Radioprogramme, bieten eine gut dokumentierte Faktenbasis, um daraus Erkenntnisse für die Weiterentwicklung des UKW/DAB+-Transformationsvorhabens in Bayern zu ziehen.

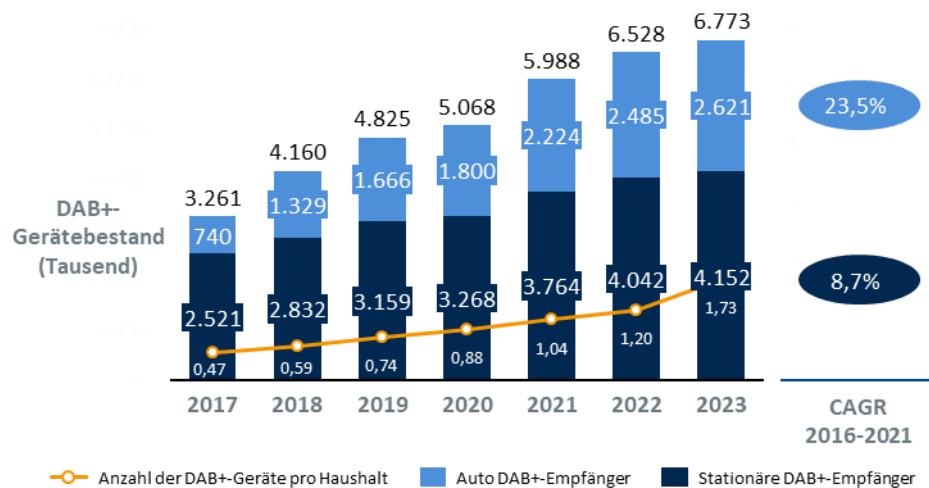
### **Gerätepopulation**

Das DigiMig Migrationskonzept definierte keine Ziele, welcher Verbreitungsgrad von DAB+-Geräten einer UKW-Abschaltung vorausgehen müsse, sondern konkrete Maßnahmen, mit denen der Absatz der von DAB+-Empfängern gefördert werden sollte. Diese Maßnahmen reichten von verschiedenen Instrumenten der Direct to Consumer Marketingkommunikation, über eigene Medialeistungen der Radios, die Zusammenarbeit mit dem Groß- und Einzelhandel sowie Autoimporteuren bis hin zur intensiven Information der Werbewirtschaft (AG DigiMig, 2014).

Mit den skizzierten Maßnahmen ist es gelungen, die installierte DAB+-Gerätebasis in schweizerischen Haushalten von 2014 noch 1,7 Millionen Heim- und Autoempfängern auf über 6,7 Millionen Geräte im ersten Halbjahr 2023 zu vergrößern. Der absolute Zuwachs an DAB+-Endgeräten lag in diesem Zeitraum meist zwischen 500.000 bis über 600.000 Geräten pro Jahr. Alle Neuwagen sind heute mit DAB+-Technik ausgestattet. 54 Prozent (2,6 Millionen Fahrzeuge) der in der Schweiz bis Mitte 2023 zugelassenen PKW können DAB+-Programme empfangen (BAKOM, 2023b). Das Verhältnis DAB+-Geräte pro Haushalt verbesserte sich im Zeitraum 2014 bis 2022 von 0,5 auf 1,7 Geräte.

Abbildung 28

Entwicklung des DAB+-Gerätebestands in der Schweiz 2017-2023



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von BAKOM 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023a.

- **Bayern Blick:** In der Schweiz ist es gelungen, die Kaufmotivation für stationäre DAB+-Geräte auf hohem Niveau aufrechtzuerhalten, die Zahl der stationären Geräte übertrifft heute jene der Haushalte. Im Gegensatz dazu steht der bayerische Radiomarkt noch vor der Aufgabe, die in den hier vorgestellten Marktforschungsergebnissen (siehe Kapitel Der bayerische Radiomarkt sieht sich wirtschaftlichen Herausforderungen gegenüber.
- Der Wettbewerb mit bundesweiten DAB+-Programmen und globalen Technologieunternehmen ist intensiv.
- Die Transformation von UKW auf DAB+ und Streaming erfordert unternehmerisches und medienpolitisch-regulatorisches Engagement.
- Der Umgang mit UKW wird wettbewerblich erfolgskritisch sein, so muss geklärt werden, ob ein UKW-Ausstieg notwendig ist und falls ja, wann dieser, ohne substantielle wirtschaftliche und angebotsseitige Auswirkungen auf den bayerischen Radiomarkt möglich wäre.

Radio- und Audio-Nutzungsverhalten) zum Ausdruck kommende geringe Kaufbereitschaft für stationäre DAB+-Radios zu fördern. Die bislang in Bayern umgesetzten Kommunikations- und Marketingmaßnahmen für DAB+ haben dieses Ziel noch nicht erreicht.

**Tagesreichweite und Nutzung von Radio**

Die Tagesreichweite des Radios in der Schweiz lag im Jahr 2022 bei rund 75 Prozent und variiert in den drei Hauptsprachräumen. Die höchste Tagesreichweite wurde 2022 mit fast 80 Prozent (2015: 89 Prozent) in der italienischsprachigen Schweiz erzielt, die Deutschschweiz lag mit 76 Prozent (2015: 87 Prozent) dazwischen, der mit 71 Prozent (2015: 84 Prozent) niedrigste Wert wurde in der französischsprachigen Westschweiz erreicht (Mediapulse, 2022). Die Tagesreichweite von Radios in der Gesamtbevölkerung 15+ ist im gleichen Zeitraum in den drei Sprachräumen zwischen -9 und -13 Prozentpunkten

zurückgegangen (Mediapulse, 2015). Besonders hoch sind allerdings die Rückgänge der Tagesreichweiten in den jüngeren Altersgruppen der 15-24 beziehungsweise 25-34 Jährigen, die 2022 um bis zu 20 Prozentpunkte unter dem Niveau des Jahres 2015 lagen.

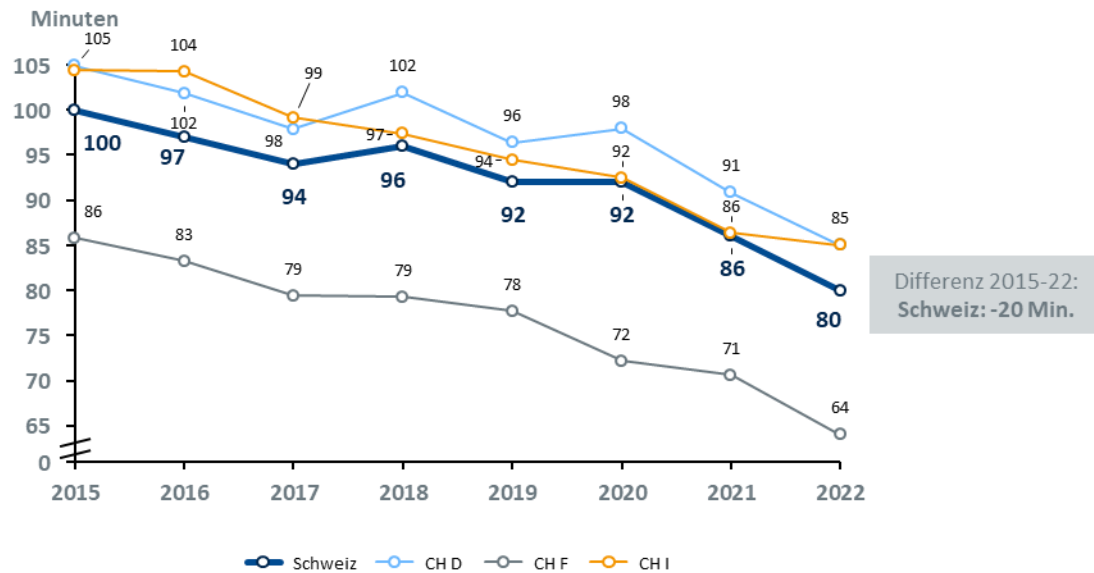
Diese gravierenden Veränderungen der Tagesreichweite sind vor allem deshalb bemerkenswert, da sich ab 2015 das Programmangebot über DAB+ und das Internet substantiell vergrößerte und gleichzeitig erhebliche Kommunikationsanstrengungen zugunsten von DAB+ unternommen wurden. Die beobachteten Entwicklungen der Tagesreichweiten deuten darauf hin, dass die Wirksamkeit dieser Hebel selbst in einem von der schweizerischen Radiobranche als erfolgreich angesehenen Transformationsvorhaben nicht ausreicht, um den Platz der Gattung Radio im Tagesablauf möglichst vieler Menschen zu sichern.

Die tägliche Radionutzung der Gesamtbevölkerung ist im Jahr 2022 um 20 Minuten kürzer als 2015 (Bundesamt für Statistik, 2023). Abbildung 29 zeigt, dass die Differenzen in den jüngeren Altersgruppen besonders hoch sind, bei denen die Radionutzung um -27 Minuten zurückgegangen ist (Mediapulse, 2022). Anders als in Deutschland wird die Radionutzung in der Schweiz von den Hörerinnen und Hörern nicht vage abgeschätzt, sondern mit einem allzeit aktiven persönlichen Messgerät, der sogenannten „Radiouhr“ in Echtzeit gemessen. Umso präziser und aussagekräftiger sind die erhobenen Daten und die auf ihrer Grundlage möglichen Schlussfolgerungen. In den beiden zentralen Schlüsselindikatoren der Radioverbevermarktung verliert die Gattung Radio erheblich, obwohl bislang keine UKW-Ab-schaltung erfolgt ist.

Eine plausible Erklärung für diese Verluste bieten die Entwicklungen des Audiostreamings in der Schweiz. 75 Prozent der Gesamtbevölkerung oder fünf Millionen Menschen nutzen zumindest gelegentlich Audiostreaming-Angebote. 23 Prozent der Audiostreamingnutzer hören täglich Inhalte über Spotify. Die Bedeutung von Podcasts ist deutlich geringer, diese werden nur von rund 400.000 Schweizerinnen und Schweizern täglich genutzt. Klassische Radioprogramme werden von 4 Millionen Menschen täglich gehört, also von doppelt so vielen täglichen Hörerinnen und Hörern, wie Spotify (IGEM, 2023).

Abbildung 29

Entwicklung der täglichen Radionutzung in der Schweiz 2015-2022



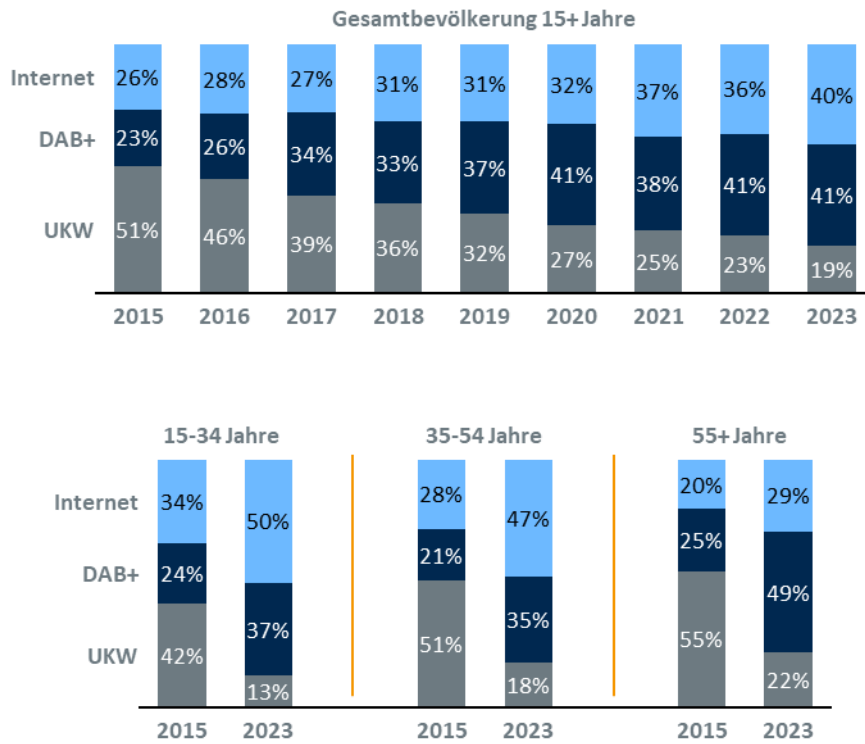
Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (Bundesamt für Statistik, 2023).

Die Verteilung der Radionutzung auf die verschiedenen Verbreitungstechniken wird in der Schweiz ebenfalls direkt gemessen. Die Entwicklung im Zeitablauf bildet somit den Fortschritt der DAB+-Einführung und die Effekte des parallel wachsenden Radiostreamings objektiv ab. Im Frühjahr 2023 entfielen nur noch 19 Prozent (2015: 51 Prozent) aller gehörten Radiominuten auf UKW, 81 Prozent (2015: 49 Prozent) auf DAB+ und das Internet (AG DigiMig, 2023). Das Ziel des schweizerischen Migrationskonzepts, die UKW-Nutzung auf ein so niedriges Niveau zu reduzieren, dass eine Analogabschaltung ohne Schaden für das Publikum, Radioanbieter und Werbewirtschaft durchführbar ist, wurde nach allgemeiner Branchenauffassung erreicht.

Die Grenzen der Beeinflussbarkeit des Publikumsverhaltens werden jedoch deutlich, wenn man die Entwicklung innerhalb der Kategorie „digital Radiohören“ berücksichtigt. Hier bestand bereits im ersten Jahr der Umsetzung des Migrationskonzepts der AG DigiMig, 2015, eine Verteilung zugunsten von Radiostreaming (siehe Abbildung 30). 26 Prozent der Hörminuten entfielen auf diese Technik, nur 23 Prozent auf DAB+. In den Folgejahren konnte DAB+ seinen Anteil bis zu einem Abstand zu Radiostreaming von neun Prozentpunkten auf 41 Prozent ausbauen. Seit 2020 stagniert der DAB+-Anteil jedoch auf diesem Niveau und Streaming erreicht 2023 40 Prozent Anteil an der Radionutzung. In den italienisch- und französischsprachigen Gebieten der Schweiz hat Streaming bereits heute die höchsten Anteile an der Radionutzung. Dies gilt auch bei der Betrachtung der Bevölkerung unter 55 Jahren, bei denen heute rund 50 Prozent der Radionutzung auf Streaming entfällt und nur 37 Prozent auf DAB+ (AG DigiMig, 2023).

Abbildung 30

Anteile der Verbreitungswege Internet, DAB+ und UKW an der Radionutzung in der Schweiz 2015-2023



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (AG DigiMig, 2023).

Es ist noch zu früh, die DAB+-Einführung in der Schweiz abschließend zu bewerten, insbesondere, da noch rund 20 Prozent UKW-Nutzung zu verteilen sind. Die dortige Entwicklung spiegelt dennoch die zunehmende Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos für DAB+ wider, vom Radio- und Audiostreaming aus der Rolle der werbeumsatzrelevanten Reichweitenplattform verdrängt zu werden.

**Bayern Blick:** Der schweizerische Markt ist bei der Verbreitung von DAB+-Geräten und in der Nutzung dem bayerischen Markt voraus. Anzunehmen, dass die bis 2023 in Bayern erreichte Radio- und Audiostreaming Entwicklung eine ebenso weitgehende DAB+-Endgeräteverbreitung und Programmnutzung zulassen wird, ist aufgrund der dynamischen Entwicklung dieser Plattform wenig plausibel. Die aus Hörerinnen und Hörersicht entscheidende Frage im Falle einer UKW-Abschaltung bleibt letztendlich, bin ich bereit, für einen DAB+-Empfänger Geld auszugeben, wenn ich die gleichen (und mehr) Radioprogramme auch über mein bereits vorhandenes Streaming-Endgerät hören kann. Dieses Vorteilhaftigkeitskalkül zugunsten von DAB+ zu beeinflussen, wird die zentrale Voraussetzung einer erfolgreichen UKW/DAB+-Migration in Bayern sein.



## Kommerzielle Effekte

Die kommerziellen Auswirkungen der DAB+-Einführung in der Schweiz waren für die bisher über UKW sendenden Radioprogramme geringfügig. Bestehende Finanzierungen für die neben der SRG im öffentlichen Auftrag sendenden Public Service UKW-Radiosender und bestehende Infrastrukturförderungen wurden an die Erfordernisse des Migrationsvorhabens angepasst. Für die Tätigkeit der AG DigiMig stellte das BAKOM ein zusätzliches Budget im hohen zweistelligen Millionen CHF Bereich zur Verfügung, um eine rasche und effektive Maßnahmenumsetzung zu ermöglichen.

Die neu entstandenen und nur über DAB+ verbreiteten Radioprogramme profitierten zwar von den AG DigiMig Aktivitäten, konnten aber nicht von den regulären Radioförderungen profitieren, da diese nur UKW-Radioanbietern zustehen. Da es kleinen DAB+ only Programmveranstaltern bislang nicht gelingt, im betriebswirtschaftlich notwendigem Umfang Werbeumsätze zu erzielen, ist ihre Situation prekär. Die fehlende Monetarisierbarkeit reiner DAB+-Reichweiten betrifft auch die Flottenprogramme der großen Radiogruppen in der Schweiz. Auch Letzteren gelingt es trotz gemessener Reichweiten nicht, Werbeumsätze zu generieren, da die Werbewirtschaft überwiegend UKW/DAB+-Simulcast Programme bespielt, da diese die notwendigen Reichweiten in den Massenmarkt sicherstellen können.

**Bayern Blick:** Das Problem reiner DAB+-Programme, Reichweite aufzubauen und zu monetarisieren stellt sich in Bayern auch. So hat die Werbekombi Bayern Digitalpaket im Jahr 2022 an die sechs bayerischen DAB+ only Lokalsender lediglich EUR 500 ausgeschüttet (Fuhr, 2023). Sowohl an diesem Beispiel aus Bayern als auch am schweizerischen Radiomarkt wird das grundsätzliche Problem aller DAB+ only Programme deutlich. Solange die Werbewirtschaft UKW-Reichweite höher bewertet als DAB+-Reichweite, wie dies von Privatradios und Vermarktern aus Bayern in den studienbegleitenden Interviews berichtet wird, solange wird es nicht nur für die reinen DAB+-Radioprogramme schwierig, profitabel zu werden. Sollte sich an der Einschätzung der Agenturen nichts ändern, besteht im Fall der erwogenen UKW-Abschaltung in Bayern das realistische Risiko substanzieller wirtschaftlicher Nachteile für die bayerischen Privatradios.

## Regulierung

Die wichtigsten im Zusammenhang mit Regulierung stehenden Erfolgsfaktoren der UKW/DAB+-Migration in der Schweiz sind die

- von der Regulierungsbehörde BAKOM moderierte Zusammenarbeit aller relevanten Stakeholder im schweizerischen Radiomarkt bei der Ausarbeitung und Umsetzung des gemeinsamen Migrationskonzeptes,
- vom BAKOM im Rahmen der Umsetzung des Migrationskonzeptes ausgeschütteten Fördergelder,
- die Anpassung bestehender UKW-Infrastrukturförderungen für Radios in herausfordernden Verbreitungsgebieten („Bergsender“) an den Umstieg auf DAB+,
- die Zulassung subregionaler DAB+-Infrastrukturbetreiber zur infrastrukturellen Abbildung kleiner lokaler Radiomärkte.



Das umfassende und in Eigenregie von den Marktteilnehmern ausgearbeitete Migrationskonzept hatte zwar Empfehlungscharakter, da das Konzept aber von Regulierer und Politik weitestgehend übernommen wurde, legte die AG DigiMig im Kern alle Maßnahmen fest, die in den Bereichen Regulierung, Technik sowie Markt und Kommunikation umgesetzt werden müssen, um 2024 UKW abzuschalten zu können. Hierzu gehörte auch die Empfehlung, keine neuen UKW-Frequenzzuweisungen oder Versorgungsgebiete ab 2017 zuzuweisen (AG DigiMig, 2014).

Wesentliche Unterschiede zwischen den bislang in Bayern durch BLM, Radioanbieter und Bayern Digital Radio umgesetzten Maßnahmen zur Entwicklung des DAB+-Radiomarktes finden sich im Maßnahmenpaket Markt und Kommunikation. Über reine Kommunikationsleistungen hinaus, hat die AG DigiMig hier Marketing- und Marktentwicklungsmaßnahmen konzipiert und umgesetzt, wie sie im Großhandelsvertrieb und im Direktverkauf an Konsumenten üblich sind. Beispielhaft seien hier erwähnt (AG DigiMig, 2014):

- eine an die Radiohörerinnen und -hörer gerichtete Roadshow, bei der DAB+-Trucks vier Jahre lang DAB+ in der ganzen Schweiz promoten und Geräte vor Ort verkaufen,
- die direkte Kommunikation mit Autohändlern und Werkstätten bis hin zur Schulung von Verkaufs- und Aftersales Personal, Training von Messestandpersonal etc.,
- die Zusammenarbeit mit dem Groß- und Einzelhandel, um eine Auslistung reiner UKW-Geräte aus deren Sortimenten zu erreichen,
- Kommunikationsanstrengungen in Richtung der Werbewirtschaft, da auch in der Schweiz wenig Interesse an DAB+-bestand und Radiowerbung primär über Programme ausgestrahlt wurde die auch über UKW-zu empfangen waren.

Das Gros der im Migrationskonzept empfohlenen Maßnahmen konnte nur deshalb umgesetzt werden, da das BAKOM zwischen 2016 und 2024 ein Budget im Gesamtumfang eines hohen zweistelligen Millionen Franken Betrages bereitstellte und die schweizerische Medienbranche in großem Umfang eigene Medialeistungen einbrachten.

**Bayern Blick:** Wichtige Aspekte des schweizerischen Migrationskonzepts sind in Bayern bereits umgesetzt. Hierzu gehören in erster Linie die vollständige Abbildung des UKW-Programmangebots auf der DAB+-Plattform und die erreichte DAB+-Versorgung von mehr als 90 Prozent der Bevölkerung Bayerns. Nach großen Kommunikationsanstrengungen der Radiobranche nach dem DAB+-Start 2011 und der heute erreichten Haushaltsausstattung mit DAB+-Geräten, hat der Kommunikationsdruck in Bayern nachgelassen. Die zur Erreichung der Ziele des UKW/DAB+-Migrationsverfahrens notwendige aktive Beeinflussung der Marktdurchdringung mit DAB+ erfordert mehr Marktkommunikation, wenn DAB+ nicht im Wettbewerb mit Streaming zurückfallen soll.

Besondere Aufmerksamkeit erfordert die „Business to Business“ Kommunikation mit der Werbewirtschaft. Dieser Dialog wurde in der Schweiz aufwändig aber bislang nicht mit nennenswertem Erfolg geführt, um dem offenbar auch in der deutschen Werbewirtschaft bestehenden Eindruck entgegenzuwirken, ein UKW-Ausstieg sei das Ende des Reichweitenmediums Radio.

## UKW-Ausstieg

Ungeachtet des von SRG und der großen Mehrheit der Privatradios beschlossenen UKW-Ausstiegs wird nun eine weitere Verlängerung der UKW-Frequenzzuweisungen bis voraussichtlich Ende 2026 erwogen. Die Privatradios stützten ihre Forderung nach Einhaltung des Abschalttermins 2024 unter anderem darauf, dass die Werbewirtschaft weiterhin primär Werbung über UKW-Radioprogramme verbreite und DAB+ only Programme trotz nachgewiesener Reichweite keine oder nur geringfügige Werbeumsätze erzielen würden. Wenn es nur noch DAB+ gibt, würde die Bevorzugung von UKW-Radios entfallen. DAB+-Tagesreichweiten und Nutzung sind in der Schweiz, zusammen mit Radiostreaming, nach Einschätzung der Branche hinreichend, um Werbeumsätze auf heutigem UKW-Niveau zu erzielen. Zusätzlich wären durch die UKW-Abschaltung Verbreitungskostenersparungen und so Profitabilitätssteigerungen möglich.

Demgegenüber argumentieren die Privatradios aus der französischsprachigen Schweiz mit dem heute schon bei zehn Prozent liegenden Marktanteil von Auslandsradios aus Frankreich (Marktanteil der Privatradios in der Westschweiz liegt bei 30 Prozent, Rest SRG) (Mediapulse, 2022). Trotz eines UKW-Anteils in der französischsprachigen Schweiz von nur noch 20 Prozent der Radionutzung, befürchteten die dortigen Privatradios, nach einer UKW-Abschaltung in der Schweiz weitere Marktanteile an französische UKW-Programme zu verlieren. Die Entscheidung des Nationalrats wurde noch nicht getroffen, so dass sowohl die von der Mehrheit der Branche geforderte UKW-Abschaltung in 2024 als auch deren Verschiebung um zwei Jahre möglich sind.

**Bayern Blick:** Sowohl die Begründungen der Befürworter eines zeitnahen UKW-Ausstiegs als auch jener, die eine Fortsetzung des UKW-Betriebs fordern, um das Risiko von Spillover Wettbewerb zu reduzieren, werden in anderer Form auch in Bayern verwendet. Sie finden sich einerseits indirekt in der Forderung der bayerischen DAB+ only Programme nach „UKW-Stützfrequenzen“. Andererseits werden sie als Argument gegen einen bayerischen Alleingang verwendet, da Privatradios eine Reichweitenabschöpfung migrationsunwilliger bayerischer UKW-Haushalte durch Radioprogramme aus dem deutschsprachigen Ausland und den angrenzenden Bundesländern befürchten. Von den Unterstützern dieser Hypothesen wird unterstellt, dass im Falle einer UKW-Abschaltung in Bayern die bislang DAB+-Abstinenten Haushalt nicht auf diese Technik umsteigen, sondern UKW-Programme aus umliegenden Gebieten mit fortgesetztem Simulcast hören.

## 4.4 Großbritannien

Der Radiomarkt in Großbritannien im Jahr 2023 ist technisch durch ein Nebeneinander von Mittelwelle (MW), UKW, DAB, DAB+ und Streaming gekennzeichnet. Es gibt drei nationale DAB/DAB+-Multiplexe und 58 lokale DAB/DAB+-Multiplexe. DAB+ findet überwiegend in sogenannten „small scale“ Multiplexen Anwendung, die für Community Radios, das heißt nicht kommerziellen Lokalfunk, verwendet werden. Die ersten DAB+-Multiplexe wurden im Jahr 2016 in Betrieb genommen. Über diese Verbreitungsinfrastrukturen werden circa 333 Programme analog, also über MW/UKW, 711 DAB/DAB+-Programme und mehrere Tausend Webradios angeboten (Ofcom, 2023):

- Die BBC sendet fünf landesweite Radioprogramme, und 46 Programme für England, Wales, Schottland und Nordirland sowie lokale Empfangsgebiete.
- Bauer Media Group und Global Radio Group sind die größten Radioanbieter und verfügen über eine landesweit, regional und lokal aufgestellte Flotte kommerzieller Radios.
- 317 Community Radios senden primär über UKW, 24 über Mittelwelle.

Der britische Radiomarkt ist im Zusammenhang mit dieser Studie von besonderem Interesse, da der MW/UKW/DAB Migrationsprozess auch 25 Jahre nach dem Start des ersten kommerziellen DAB-Multiplex noch nicht in eine Analogabschaltung gemündet ist. Das definierte Abschaltkriterium, mehr als 50 Prozent digitale Radionutzung, wurde 2018 erstmalig erreicht (Ofcom, 2018). Die britische Regierung ist dessen ungeachtet einer Empfehlung des Digital Radio and Audio Review Boards aus 2021 gefolgt, das die Festlegung eines Abschalttermins zum jetzigen Zeitpunkt als verfrüht erachtet hat und die Fortsetzung der analogen Radioverbreitung bis mindestens 2030 beschlossen (UK Government, 2021).

Mit Blick auf die Weiterentwicklung des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens in Bayern bietet das britische Fallbeispiel gut dokumentierte Einblicke in die rein von Hörerpräferenzen und Nutzungsverhalten getriebene Entwicklung der analogen und digitalen Radioplattformen sowie den Wettbewerb zwischen DAB/DAB+ und Radio- und Audiostreaming.

### Gerätepopulation

Nach mehr als 25 Jahren DAB und in jüngerer Zeit auch DAB+ in Großbritannien erscheint es plausibel anzunehmen, dass diese Technik und die für den Empfang notwendigen Geräte im Massenmarkt heute weit verbreitet sind. Entgegen dieser Annahme ging der Anteil britischer Haushalte mit DAB-Radios seit dem Höchststand von 40 Prozent in 2019 auf 30 Prozent 2023 zurück, wie Abbildung 31 veranschaulicht. Im Vergleich dazu besitzen 2023 mehr als 40 Prozent ein Smart Speaker System (Ofcom, 2023a).

Der Anteil der Haushalte, deren stationäre DAB-Radios auch für den Empfang von DAB+-Programmen geeignet ist, liegt bei circa zwei Dritteln oder 15 Prozent der Bevölkerung (Ofcom, 2023a). Lediglich 45 Prozent der Fahrzeuge ist 2023 mit DAB-Empfängern ausgestattet, 37 Prozent der Autoradios waren DAB+-fähig. Nimmt man die stationären DAB/DAB+-Geräte und jene in Fahrzeugen zusammen, erreicht DAB/DAB+ einen Verbreitungsgrad von 57 Prozent der britischen Haushalte (Ofcom, 2023).

Die installierte DAB/DAB+-Empfängerbasis wird sich zumindest bei den stationären Radios nicht vergrößern. Vielmehr hat sich die Zahl der in Großbritannien jährlich verkauften Radiogeräte seit 2018 mehr als halbiert und lag 2022 bei lediglich 1,2 Millionen Radios. Reine UKW-Geräte hatten 2022 immer noch mehr als 40 Prozent Anteil an den verkauften neuen Radios. Ihr Absatz ging aber seit 2018 ebenso, wie jener von DAB-Geräten pro Jahr im Durchschnitt um -21 Prozent zurück (Ofcom, 2023a).

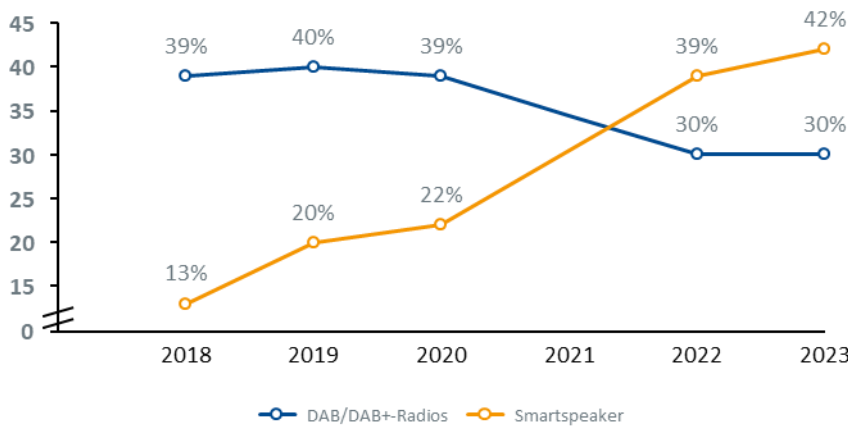
**Bayern Blick:** Die Entwicklung in Großbritannien bestätigt indirekt die Ergebnisse der studienbegleitenden Marktforschung in Bayern. Auch von den hier Befragten hatten sich etwas mehr als 2/3 bewusst für den Kauf eines DAB+-Gerätes entschieden, weniger als zehn Prozent der bislang DAB+-abstinenten Hörerinnen und Hörer beabsichtigen den Kauf eines

DAB+-Gerätes. Angesichts der niedrigen Marktpenetration von DAB/DAB+-Geräten in Großbritannien und des dort stark rückläufigen Absatzes monofunktionaler (versus multifunktionaler „smarter“ Geräte) stationärer Radiogeräte sind keine Gründe zu erkennen, warum das Konsumverhalten bayerischer Haushalte sich in Nutzenkalkülen und Konsumpräferenzen erheblich von jenen britischer Radiohörerinnen und -hörern unterscheiden sollte.

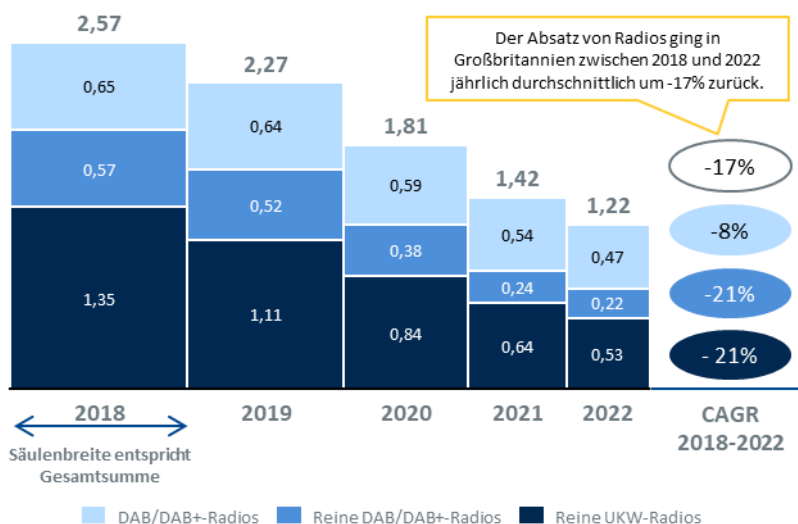
Abbildung 31

DAB-Radioverbreitungsgrad und Absatz von Radios in Großbritannien 2018-2023

Anteil aller britischen Haushalte mit genannten Geräten (Prozent)



Verkaufszahlen Radiogeräte (Millionen Stück)



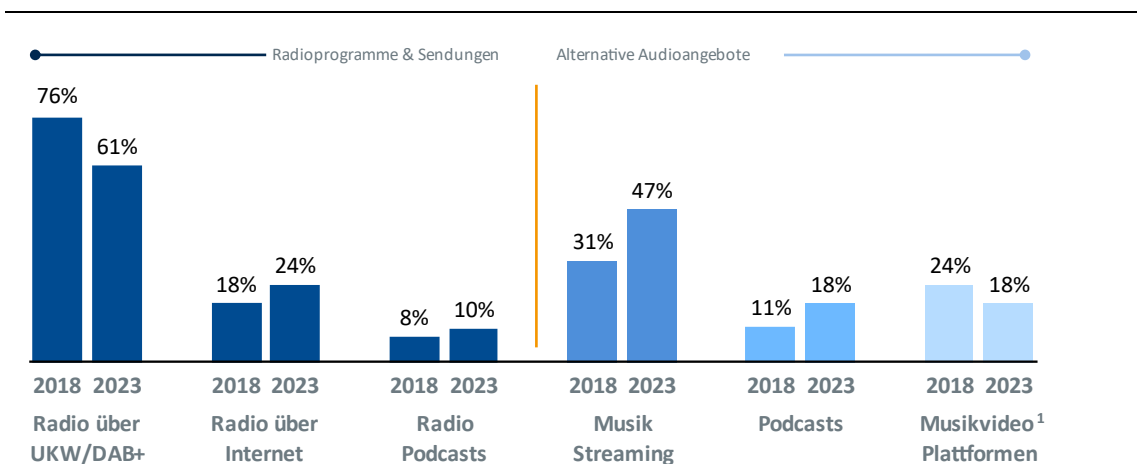
Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (Ofcom, 2023a).

### Tagesreichweite und Nutzung von Radio

Anders als in den bisher analysierten internationalen Märkten und in Deutschland werden in Großbritannien keine Tagesreichweiten und tägliche Hörminuten gemessen, sondern beide Leistungsparameter werden zur Woche in Bezug gesetzt. Die Wochenreichweite ist als Gesamtheit aller Menschen älter als 15 Jahre definiert, die einmal in der Woche mindestens 15 zusammenhängende Minuten Radio oder ein bestimmtes Programm hören (RAJAR, 2023). Die hinreichenden Voraussetzungen für eine hohe Wochenreichweite sind somit deutlich niedriger als bei der auch in Deutschland zugrundeliegenden Tagesreichweite, bei der eine tägliche Nutzung von mindestens 15 Minuten gefordert wird. Die Aussagekraft der Wochenreichweite als Indikator für den Grad der Einbindung der Gattung Radio in den medialen Alltag der Menschen in Großbritannien wird deshalb in dieser Studie weniger hoch eingeschätzt.

Abbildung 32

Wochenreichweite verschiedener Radio und Audioangebote im Vergleich 2018 und 2023



1) Hier ist die heute regelmäßig beobachtete reine Audionutzung von Musikvideos gemeint, das heißt, der Abruf eines Titels erfolgt zwar in Form eines YouTube Videos, der Nutzer hört aber nur die Audiospur.

Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (Ofcom, 2023).

Die Wochenreichweite der Gattung Radio stagniert seit 2018 bei +/- 88 Prozent. Zieht man das Jahr 2010 hinzu, in dem sich die Wochenreichweite auf 91 Prozent belief, so hat das Radio in 13 Jahren insgesamt drei Prozentpunkte verloren. Innerhalb des dualen Systems verlieren die BBC Radios seit 2018 sechs Prozentpunkte an Reichweite und liegen 2023 bei 62 Prozent. Die landesweiten Privatradios gewinnen hingegen neun Prozentpunkte und erreichen 2023 47 Prozent Wochenreichweite. Dies liegt in der Nähe des Niveaus der kommerziellen Lokalsender, die im selben Jahr 49 Prozent erzielen (RAJAR, 2023a). Weitaus konkretere Schlussfolgerungen als auf dieser Betrachtungsebene möglich, lassen sich aus der Gegenüberstellung des Radios mit alternativen Audioangeboten ziehen. Abbildung 32 zeigt auf Basis einer differenzierteren Marktforschung, dass die Wochenreichweite von

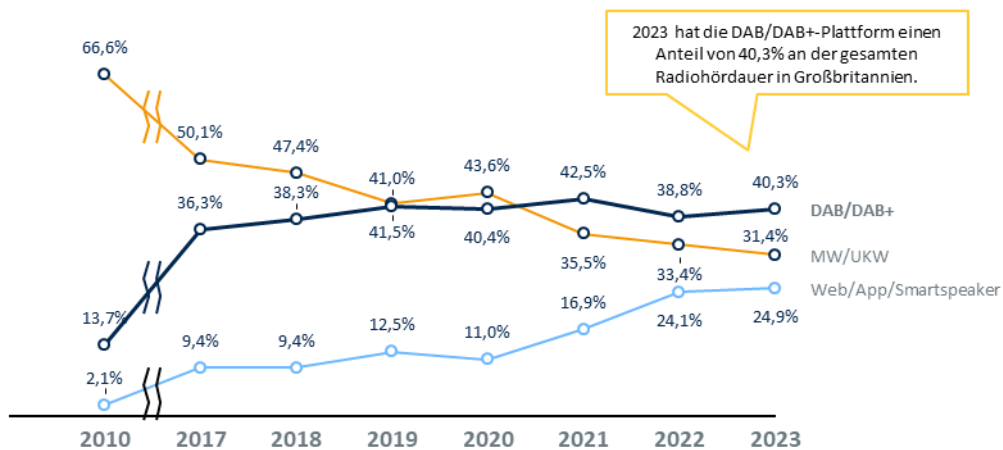
über Rundfunktechnik verbreiteten Radioprogrammen rückläufig ist und nicht vollständig durch Radiostreaming und Radio Podcasts ausgeglichen wird. Musikstreaming, Podcasts und Musikvideo Plattformen hingegen gewinnen als Audioquellen an Relevanz und Wochenreichweite (Ofcom, 2023).

Die konstante Wochenreichweite des Radios und die Verschiebung der Anteile im dualen System widerspiegeln sich auch in der Radionutzung. Hier wurde im Jahr 2023, nach dem pandemiebedingten Rückgang der Radionutzung, das Niveau des Jahres 2018 leicht übertroffen. Die britische Bevölkerung 15+ hört nun in der Woche rund 18 Stunden Radio (RAJAR, 2023a).

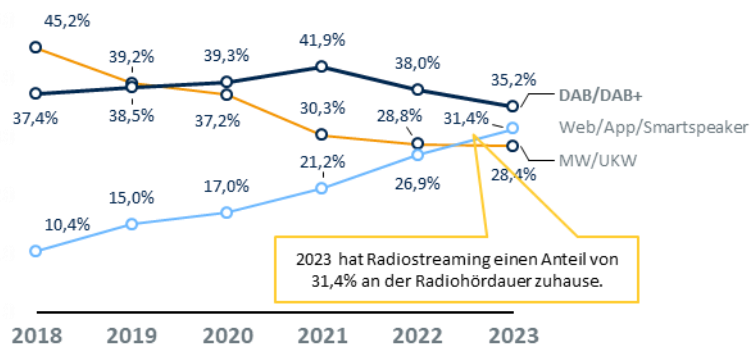
Abbildung 33

Entwicklung der relativen Anteile der Radioplattformen an der gesamten Radiohördauer in allen Nutzungssituationen und Zuhause, 2010 bis 2023

Alle Nutzungssituationen von Radio



Radionutzung zuhause



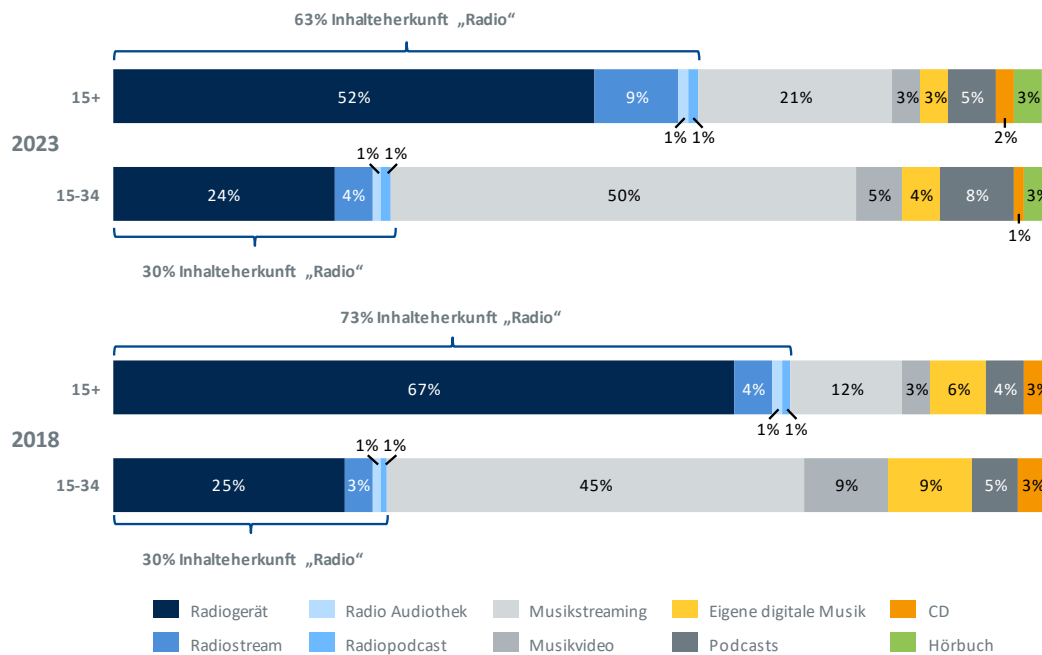
Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (RAJAR, 2023a).

Diese Radionutzung verteilt sich im Jahr 2023 überwiegend auf drei Plattformen: die analogen UKW/MW Plattformen, DAB und Streaming. DAB hat mit 40 Prozent den höchsten Anteil an der Radionutzung, UKW/MW erreichen noch rund 30 Prozent. Radiostreaming hat in der Gesamtbevölkerung bereits eine Wochenreichweite von 25 Prozent. Im Auto ist DAB die mit 51 Prozent dominierende Radioplattform. Streaming hat in dieser Nutzungssituation eine bei rund sechs Prozent stagnierende, untergeordnete Bedeutung.

Bemerkenswert ist die Entwicklung der Anteile der Radioplattformen an der Nutzung zu Hause. Wie Abbildung 33 zeigt, verliert DAB in dieser Nutzungssituation seit 2021 Anteile an die auch vom Smartspeaker Absatz getriebene Radiostreamingnutzung. Angesichts des auch in der Marktforschung in Bayern identifizierten wichtigsten Nutzungsorts „Zuhause“ für Radio und Audio besteht das Risiko, dass eine ähnliche, für den Erfolg des UKW/DAB+-Migrationsprozesses potenziell nachteilige Entwicklung, auch in Bayern eintreten könnte.

Abbildung 34

Anteile der Radio und Audioangebote am wöchentlichen Audiozeitbudget im Vergleich zweier Altersgruppen und der Jahre 2018 und 2023



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (Ofcom, 2023).

Dies gilt umso mehr, wenn man zusätzlich die in Großbritannien beobachteten Nutzerverhaltensänderungen in der Gesamtbevölkerung jenen der Altersgruppe der 15-34 jährigen Menschen gegenüberstellt (siehe Abbildung 34). In Letzterer erreichen Radioinhalte gleich welcher Art mit rund 30 Prozent nur noch einen geringen Anteil am persönlichen Radio- und Audiomedien Zeitbudget und dies, obwohl das Angebot an Radioprogrammen sich mit



DAB erheblich vergrößert hat. So können Hörerinnen und Hörer im Großraum London über 100 Radioprogramme empfangen. Die Hördauer der britischen Gesamtbevölkerung wird 2023 noch zu 63 Prozent durch Radioinhalte bestimmt, allerdings ist auch dieser Anteil rückläufig, 2018 lag der Wert noch bei 73 Prozent. Damit wird erkennbar, was die konstante Entwicklung der Wochenreichweite nicht zeigt, Radioprogramme und von Radioanbietern angebotene Audioinhalte haben am medialen Zeitbudget der Menschen in Großbritannien heute einen weniger prominenten Anteil und dies nicht nur bei den Jungen.

**Bayern Blick:** Die Entwicklungen in Großbritannien zeigen, dass auch ein stark rückläufiger UKW-Anteil an der Radionutzung und ein DAB+-Anteil von über 40 Prozent keine Einbahnstraßen sind. Aus bayerischer Sicht verdienen zwei Beobachtungen besondere Aufmerksamkeit:

- Obwohl Großbritannien – anders als Bayern zumindest im Festnetz – im internationalen Vergleich über keine exzellente mobile und Festnetz Breitbandinfrastruktur verfügt, wächst die Radio- und Audiostreaming Nutzung dynamisch, wenn auch stark getrieben durch die dort hohe Nachfrage nach und Nutzung von Smartspeaker Lösungen.
- Während DAB+ im Auto zweifelsfrei etabliert ist, geht die Nutzung dieser Technik im eigenen Zuhause zurück und dies stärker als der Rückgang der UKW-Nutzungsanteile im gleichen Zeitraum.

Durch die bessere Festnetzinfrastruktur und die insbesondere in der Nutzungssituation „Zuhause“ noch zu bewältigende Aufgabe, nicht allein die DAB+-Endgerätepenetration vom heute erreichten Niveau auf deutlich mehr als 50 Prozent zu bringen, wird in Bayern die Herausforderung darin bestehen, das Niveau der DAB+-Programmnutzung trotz des Wettbewerbs mit Streaming auf ein für die private Radiobranche wirtschaftlich tragfähiges Niveau weiterzuentwickeln.

### Kommerzielle Effekte

Der langjährige Simulcastbetrieb von UKW, MW und DAB/DAB+ sowie das Verhältnis von 2 zu 1 des Programmangebots über DAB/DAB+ und die beiden analogen Plattformen haben dazu geführt, dass werberelevante Reichweiten der Rundfunkplattformen heute technologieunabhängig verstanden werden. Einzig die Radiostreaming Reichweiten werden separat betrachtet.

Der britische Radiowerbemarkt ist zwischen 2017 und 2022 pro Jahr um durchschnittlich 1,7 Prozent auf ein Gesamtumsatzvolumen von GBP 740 Millionen gewachsen. Entgegen diesem übergreifenden Wachstumstrend verloren die kommerziellen Lokalradios pro Jahr durchschnittlich -6,7 Prozent Umsatz und erzielten 2022 rund GBP 50 Millionen weniger Umsatz als 2017 (siehe Abbildung 35). Wachstumsstärkstes Segment ist die digitale Werbung im Radiostreaming, dessen Umsatz sich seit 2017 mehr als verdoppelt hat und 2022 GBP 80 Millionen erreichte, was circa 20 Prozent des Umsatzes der landesweiten Privatradios entspricht (Radiocentre, 2023).

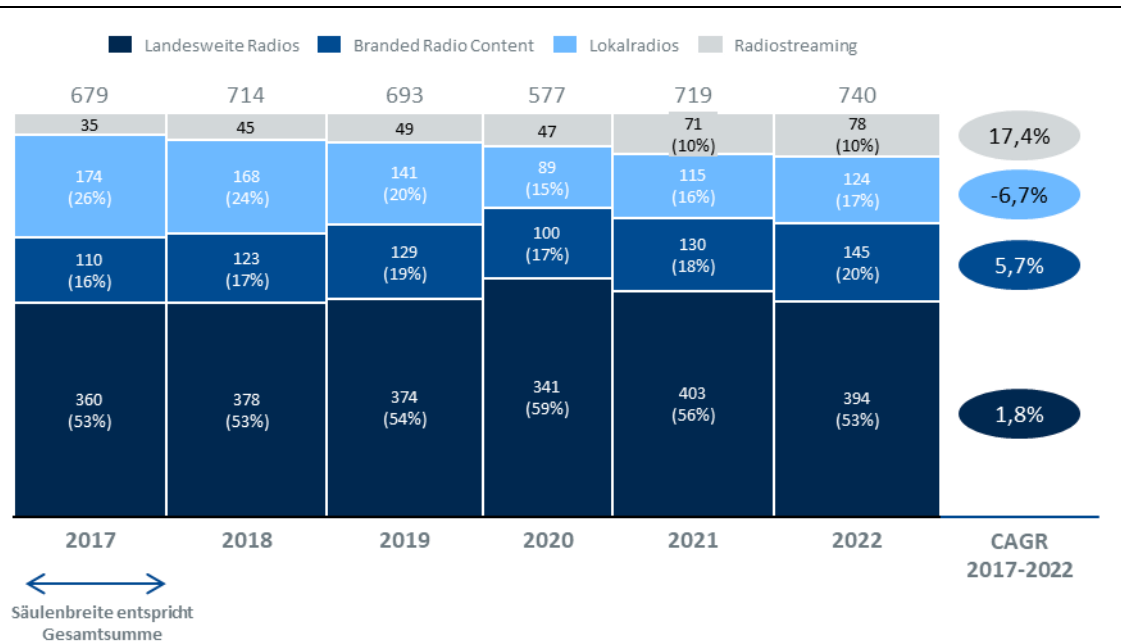
An dieser Entwicklung ist ablesbar, dass kommerziell verwertbare digitale Reichweite nicht nur innerhalb des digitalen „Walled Garden“ von DAB+-Plattformen erzielbar ist, sondern



dies in entsprechend entwickelten Marktumfeldern und mit explorativ angelegten Geschäftsmodellen auch im Streaming möglich ist. Konkrete Beispiele in Großbritannien sind die 2023 gestarteten werbefinanzierten DAB und Streaming Programme der Global Gruppe, die Rayo App von Bauer, die die gesamten Audio- und Radioprogramme der Gruppe in einer werbefinanzierten App verfügbar macht oder die werbefreie Direktvermarktung von der Radios von Nation Broadcasting innerhalb des bezahlten TuneIn Premium Service, einem Mitbewerber der auch in Bayern aktiven Radioplayer Plattform (Ofcom, 2023).

Abbildung 35

Gesamtumsatzentwicklung der kommerziellen Radioanbieter in Großbritannien 2017-2022 (GBP Millionen)



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis von (Radiocentre, 2023).

**Bayern Blick:** Die robuste wirtschaftliche Entwicklung des Privatradiosegments in Großbritannien und die dort offenbar profitabel finanzierbare Vielzahl kommerzieller Programme zeigt, dass es offenbar unter den richtigen Bedingungen möglich ist, stark abnehmende analoge Radioreichweiten durch DAB+ und Radiostreaming zu ersetzen, ohne dass die Werbewirtschaft ihre Budgets vom Massenmedium Radio in andere Medien verlagert.

Die im bayerischen Privatradiomarkt und auch in Teilen des schweizerischen Marktes als Argument gegen einen UKW-Ausstieg vorgebrachte Hypothese, eine UKW-Abschaltung würde zu einem so substanziellen Reichweitenverlust führen, dass ein Radiowerbeumsatz Rückgang und eine entsprechende Marktberreinigung unvermeidlich wären, kann aufgrund

der dargestellten Zusammenhänge nicht als einzig realistisches Entwicklungsszenario angesehen werden.

### Regulierung

Die Analogabschaltungskriterien der britischen Regierung, 50 Prozent Anteil der digitalen Nutzung (DAB/Streaming) an der gesamten Radionutzung und eine landesweite DAB-Netzabdeckung auf dem Niveau von UKW wurden zumindest für die Digitalnutzung auch im Jahr 2023 erfüllt. Die Nutzung der über Mittelwelle verbreiteten Radioprogramme hat zudem nur noch drei Prozent an der gesamten Radionutzung. Dessen ungeachtet hat die Regulierungsbehörde Ofcom eine große kommerzielle Radiogruppe zu Strafzahlungen verpflichtet, da diese ihre für diesen Verbreitungsweg zugelassenen Programme nicht lizenzgemäß über Mittelwelle ausgestrahlt hat (Ofcom, 2023).

Die britische Regierung geht auf der Grundlage der Ergebnisse des Digital Radio and Audio Review aus 2021 davon aus, dass UKW erst im Jahr 2030 auf 12-14 Prozent Nutzungsanteil absinken wird und hat ohne weitere Begründung entschieden, dass erst bei Erreichen dieser Schwelle eine Abschaltung angekündigt werden kann. Bis zur UKW-Abschaltung der landesweiten Radios würden danach noch zwei Jahre vergehen, um der Branche einen geordneten Übergang zu ermöglichen. Es wird zudem erwartet, dass Lokalradios und Community Radios eine Weiternutzung der UKW-Frequenzen auf unbestimmte Zeit zugestanden wird, solange die Versuche, subregionale „Small Scale“ DAB+-Multiplexe zu etablieren, um auch diesen Radios einen wirtschaftlichen Analogausstieg zu ermöglichen, nicht erfolgreich sind (UK Government, 2021).

Diese Zusammenhänge deuten darauf hin, dass Medienpolitik und Regulierung in Großbritannien bis auf Weiteres keinen Markteingriff in den Radiomarkt für erforderlich halten, zumal sich der Privatradiomarkt auch unter den aktuellen Verbreitungskostenstrukturen auf einem Profitabilitätsniveau zu entwickeln scheint, dass es den Privatradios wirtschaftlich möglich macht, die aktuell gebotene Radioprogrammvielfalt anzubieten.

**Bayern Blick:** Die „laissez faire“ Politik in Großbritannien wirft die Frage auf, warum eine solche Herangehensweise nicht auch eine gute Lösung für den bayerischen Radiomarkt wäre. Auch hier funktioniert der Simulcast Betrieb kommerziell zumindest für die UKW-Radios, nicht jedoch für die DAB+ only Radios.

Ob sich dies in der Zukunft ändern wird, wenn die UKW-Verbreitungskosten steigen und ohne Förderung das Risiko einer Marktberreinigung zulasten kleinerer Radios eintreten könnte, ist auf dieser Basis nicht zu entscheiden und hängt im hohen Maße von den medienpolitischen und regulatorischen Zielen hierzulande ab. Das Vorteilhaftigkeitskalkül eines „weiter so“ Szenarios für den bayerischen Radiomarkt fließt deshalb in die szenarienbasierte Gesamtbetrachtung der möglichen Handlungsalternativen für Bayern ein.

## 4.5 Beobachtungen und Schlussfolgerungen

Die Analyse der Radiomärkte und UKW/DAB+-Migrationsvorhaben in Norwegen, der Schweiz und Großbritannien liefert wichtige Erkenntnisse, die bei der Gestaltung alternativer Entwicklungsstrategien für den bayerischen Radiomarkt von Bedeutung sind.

### Gerätepopulation

- In zwei der untersuchten Länder stagniert die DAB+-Gerätepopulation oder geht zurück.
- Dies ist vor allem in jenen Gebieten der Fall, in denen gutes und kostengünstiges Festnetzinternet verfügbar ist, Smart Speaker Lösungen aggressiv vermarktet werden und ein breites Radio- und Audiostreaming-Angebot existiert.
- Auch dort trat das auch für Bayern erhebliche Risiko ein, dass monofunktionale DAB+-Geräte in jüngeren Altersgruppen weniger geschätzt werden als multifunktionale Geräte.

### Tagesreichweite von Radio

- Die Tagesreichweiten des Radios sind in Norwegen und der Schweiz bereits stärker zurückgegangen als in Bayern.
- Besonders in jüngeren Altersgruppen ist der Rückgang deutlich höher, die stattdessen im größeren Umfang Musik von Audiostreaming-Plattformen hören.
- Radiostreaming über das Internet kann diese Verluste nicht ausgleichen.

### Nutzung von Radio

- Die Entwicklung der Radionutzung variiert in den untersuchten Ländern.
- In Norwegen und Großbritannien ist die Radionutzung nach der UKW-Abschaltung auf dem gleichen Niveau wie zuvor.
- In Großbritannien zeigt sich besonders deutlich die wachsende Smart Speaker Gerätepopulation, deren Radionutzungsanteil heute nur knapp unter DAB+-Niveau liegt.
- In der Schweiz sinkt das Niveau der DAB+-Nutzung trotz erfolgreicher Markteinführung, da mehr Menschen Radio- und Audiostreaming verwenden.
- An den Fallbeispielen hat sich gezeigt, dass die Radiomarktteilnehmer nur begrenzte Möglichkeiten haben, das Nutzungsverhalten der Hörerinnen und Hörer zu beeinflussen.

### Kommerzielle Effekte

- Die DAB+-Einführung in Norwegen und Großbritannien begünstigte vor allem große Radiogruppen.
- Plattformökonomische Effekte führten dazu, dass große Anbieter von den Vorteilen profitierten, während kleinere Radiounternehmen Schwierigkeiten hatten, sich zu behaupten.

## Regulierung

- Der Umgang mit UKW-Frequenzzuweisungen nach 2025 bleibt eine Herausforderung.
- Keines der untersuchten Länder bietet eine klare Lösung, und die Situation variiert von Land zu Land.

## 4.6 Fazit Internationale Fallbeispiele

Die internationalen Fallbeispiele liefern keine fertige Lösung, aber sie bieten wertvolle Elemente und Hinweise für die Weiterentwicklung des Migrationsvorhabens in Bayern. Sie zeigen, dass der Erfolg einer DAB+-Transformation von der Einigung der Radiobranche und der medienpolitischen Unterstützung abhängt. Die Fallbeispiele sind aber auch ernüchternd, da gute Konzepte und Budgets allein nicht ausreichen, um den Wandel erfolgreich umzusetzen. Sie sind jedoch auch insofern motivierend, da sie aufzeigen, dass zumindest in Großbritannien eine Entkoppelung der Werbeumsatzerlöse von den UKW-Reichweiten möglich gewesen ist.

In allen untersuchten Ländern war eine Einigung innerhalb der Radiobranche und medienpolitischen Unterstützung entscheidend, um eine UKW-Abschaltung umzusetzen. Ohne diesen Konsens wird es auch in Bayern schwer sein, eine erfolgreiche Transformation zu erreichen.

## 5 Entwicklungsszenarien der UKW/DAB+-Migration in Bayern

Letztendlich entscheiden die Hörerinnen und Hörer darüber, wie die Migration vom analogen zum digitalen Radio ausgeht

Die im Jahr 2025 auslaufenden UKW-Frequenzzuweisungen der privaten Radioanbieter in Bayern, die kontrovers geführte Diskussion über die gesetzlich zulässigen Verlängerungszeiträume und die Auffassung der BLM, künftige UKW-Verbreitungskostensteigerungen würden die Vielfalt im bayerischen Privatradiomarkt gefährden, haben die Frage nach der Notwendigkeit und den etwaigen Voraussetzungen für eine UKW-Abschaltung in Bayern in den Mittelpunkt des Interesses aller Stakeholder im Radiomarkt gerückt. Damit verbunden ist immer auch die Frage, wie man die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Radiomarkts vom heutigen Stand des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens ausgehend weiterentwickeln könnte, damit Programm- und Anbietervielfalt auch zukünftig durch ein wirtschaftlich nachhaltiges, leistungsfähiges duales System sichergestellt werden und der Medienstandort Bayern im internationalen Wettbewerb konkurrenzfähig bleiben kann.

Die zukünftige Entwicklung zentraler strategischer Einflussfaktoren mit Wirkung auf den laufenden UKW/DAB+-Migrationsprozess und auf die Wahrscheinlichkeit der Erreichung der anspruchsvollen medienpolitischen, regulatorischen und unternehmerischen Ziele ist aus heutiger Sicht unsicher. Um diese Unsicherheit zu reduzieren und konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten, werden im Folgenden drei alternative Entwicklungsszenarien untersucht. Die in diesem Zusammenhang verwendeten Annahmen und Hypothesen beruhen auf den in dieser Studie dokumentierten Erkenntnissen und der zugrundeliegenden Informationsbasis, so dass ein durchgehender Bezug zur Ausgangslage im bayerischen Radiomarkt des Jahres 2023 gegeben ist.

### 5.1 Grundlegende Annahmen

Alle Entwicklungsszenarien beruhen auf den gleichen grundlegenden Annahmen, die auch in die jeweiligen Hypothesen zum erwarteten Verhalten der Akteure im bayerischen Radiomarkt einfließen:

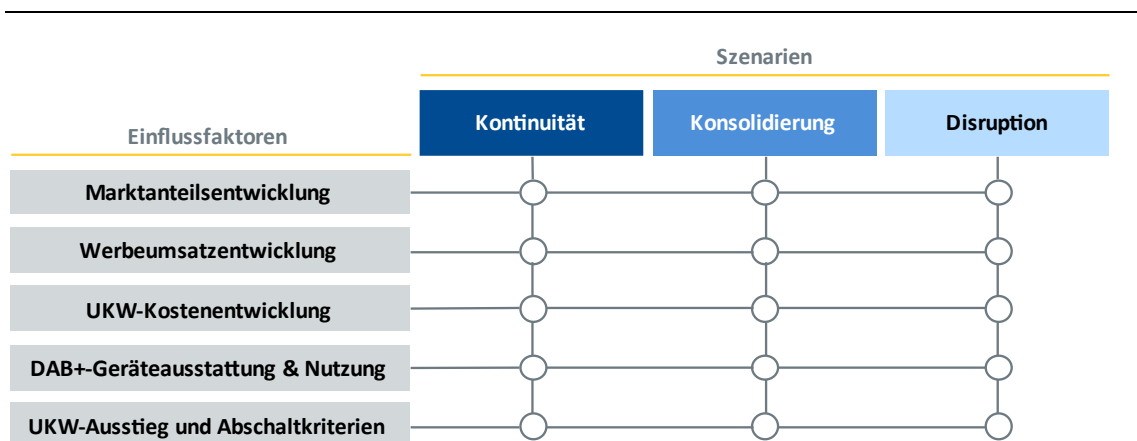
- Die vom Publikum wahrgenommene Nutzenversprechen („Value Proposition“) der Mediengattung Radio sind von ihren technischen Eigenschaften unabhängig.
- Zufriedenheit und nachhaltige Loyalität des Publikums sind an der wiederkehrenden Nutzung von Radioprogrammen auf Basis der ma audio Ergebnisse verlässlich ablesbar.
- Das Audiozeitbudget der Gesamtbevölkerung 14+ von Montag bis Freitag wächst nicht wesentlich über den in der Pandemie erreichten Spitzenwert von sechs Stunden und fünf Minuten hinaus.

- Das Verhalten von Hörerinnen und Hörer kann von den Radiomarktteilnehmern allenfalls mittelbar beeinflusst werden.
- Prognosen zu möglichen Reaktionen von Hörerinnen und Hörern auf Veränderungen zentraler Produkteigenschaften von „Radio“, wie zum Beispiel die Anzahl der Programme, Veränderungen der Audioqualität, Bedienung der Endgeräte sind unsicher.
- Aufgrund der vielfältigen Substitutionsalternativen entscheidet allein das Publikum über den Erfolg technikgetriebener Angebotsinnovationen.
- Radio- und Audiostreaminggeräte sind hinführende Voraussetzung der Nutzung von Programmangeboten; ihr Wachstum beziehungsweise ihre installierte Basis zeigen, ob eine Plattform im Markt nachhaltig etabliert ist oder sich in diese Richtung entwickelt.
- Die Anzahl der im Markt befindlichen Endgeräte lässt keinen Rückschluss darauf zu, wie viele dieser Geräte tatsächlich und mit welcher Intensität genutzt werden.

## 5.2 Übersicht der untersuchten Szenarien

Die zuvor untersuchte hiesige Ausgangslage und die internationalen Fallbeispiele lassen die drei in Abbildung 36 im Überblick dargestellten Szenarien der zukünftigen Radiomarktentwicklung in Bayern plausibel erscheinen. Der Zeitrahmen der untersuchten Szenarien beträgt zehn Jahre und endet 2033. Ausgehend von einer Entwicklungshypothese wird untersucht werden, wie verschiedene Einflussfaktoren auf die bayerischen Radioanbieter und das UKW/DAB+-Migrationsvorhaben einwirken.

Abbildung 36  
Untersuchte Szenarien und Einflussfaktoren



Quelle: Convergent Media Consulting 2023.

### 5.3 Entwicklung der Audionutzung, Marktanteile und Werbung

#### 5.3.1 Szenario 1: Kontinuität

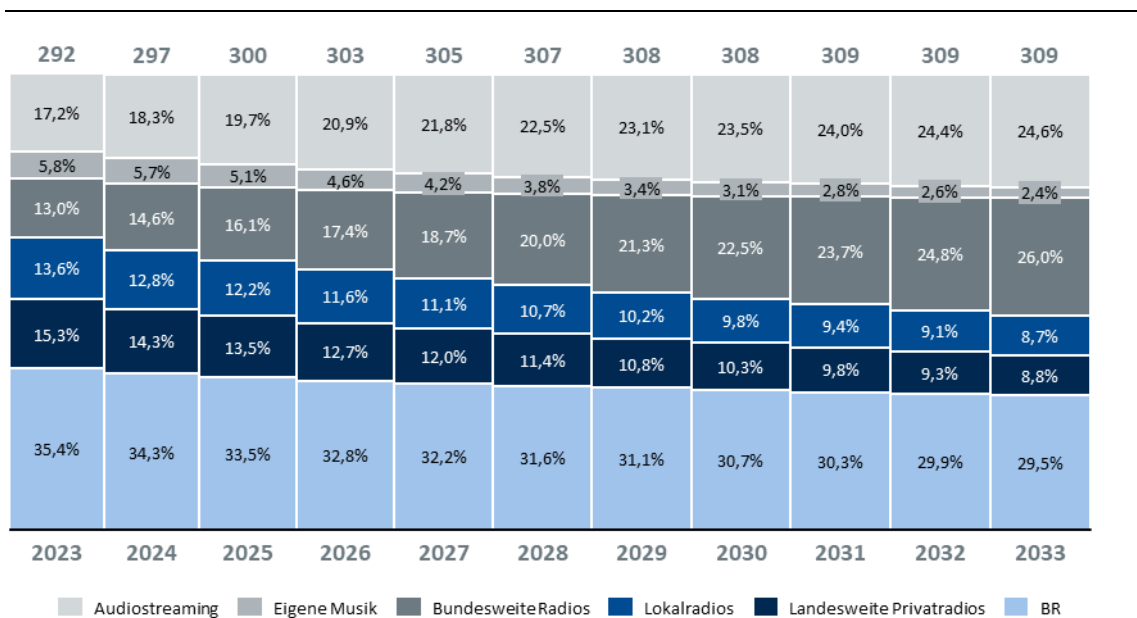
Das Szenario Kontinuität geht von der Hypothese aus, dass sich die seit 2018 beobachtete Entwicklung der Wachstumstrends der Radio- und Audionutzung, der Marktanteile und der Umsatzentwicklung fortsetzen werden.

#### Audionutzung und Marktanteile

Die Audionutzung, das heißt die durchschnittliche tägliche Hördauer von Radioprogrammen und Streaminginhalten, hat bis 2023 nur aufgrund des Wachstums der Audio-streaming-Nutzung zugenommen. Die Radionutzung war leicht rückläufig. Diese Trends fortschreibend wächst die Audionutzung in diesem Szenario von heute 291 Minuten auf 309 Minuten im Jahr 2033 an. Die Radionutzung stagniert, da sich unter den Annahmen des Szenarios die Marktanteile innerhalb des Radiomarktes nur untereinander verschieben. Würden sich die Entwicklungen bis 2023 in der unterstellten Weise in die Zukunft fortsetzen, würden die bundesweiten Radioprogramme ihre Marktanteile insbesondere zu Lasten der bayerischen Radioprogramme vergrößern.

Abbildung 37

Entwicklung der Audionutzung und Marktanteile im Szenario 1



Quelle: Convergent Media Consulting 2023.

### Werbeumsatzentwicklung

Der Reichweitenwettbewerb findet im ersten Szenario primär innerhalb des Radiomarktes statt, da unterstellt ist, dass sich die Audiostreamingnutzung wie bisher tendenziell additiv zur Radionutzung verhält und diese nur leicht abnimmt. Die sich in diesem Szenario ergebenden Marktanteilsgewinne der bundesweiten Radioprogramme wirken sich in erster Linie auf die nationale Vermarktung aus, die in erster Linie die landesweiten Privatradios und den BR betreffen werden. Für diese Radioprogramme sind deshalb Rückgänge der Werbeumsätze plausibel zu erwarten. Auch die Lokalradios werden Werbeumsätze aus nationaler Vermarktung verlieren, das heißt, der heute bei rund 30 Prozent ihrer gesamten Werbeumsätze liegende Anteil der nationalen Vermarktung könnte sich in diesem Szenario zukünftig halbieren.

### Auswirkungen einer UKW-Abschaltung

Setzt sich die heutige Entwicklung kontinuierlich fort, wären die Auswirkungen einer UKW-Abschaltung auf die bayerischen Radioanbieter davon abhängig, dass keine dadurch bedingten Reichweitenverluste eintreten. Dies setzt wiederum voraus, dass DAB+ und Radio-streaming zum Zeitpunkt einer UKW-Abschaltung eine gemessene Tagesreichweite und Nutzung erreicht haben, die für einen positiven Nettosaldo aus Werbeumsatzverlust und UKW-Verbreitungskosten-Einsparungen hinreichend ist. Wie das Beispiel Norwegen gezeigt hat, ist der dort gewählte Schwellenwert von 70 Prozent nicht hinreichend gewesen, um temporäre Tagesreichweitenverluste der landesweiten Radios und tendenziell dauerhafte Rückgänge der Tagesreichweiten der Lokalradios zu verhindern.

### 5.3.2 Szenario 2: Konsolidierung

Szenario 2 beruht auf der Hypothese, dass die Entwicklung von Audiostreaming zeitnah von einer Wachstums- in eine Stagnationsphase übergeht. Die Mediengattung Radio kann ihren Marktanteil halten und sich auf die Weiterentwicklung innerhalb des Radiomarktes konzentrieren.

### Audionutzung und Marktanteile

Auch im zweiten Szenario wurde angenommen, dass die Audionutzung nur aufgrund des in den ersten Jahren fortschreitenden Wachstums der Audiostreaming-Angebote zunimmt. Die unterstellte Marktsättigung führt dazu, dass das Wachstum der Audiostreaming-Nutzung im Jahr 2026 stagniert und Rückgänge der Audionutzung allein durch die nachlassende Relevanz von eigenen Audioinhalten der Hörerinnen und Hörer verursacht werden. Die Radionutzung bleibt relativ konstant, so dass sich die Marktanteile der bayerischen Radioprogramme nur geringfügig gegenüber dem ersten Szenario verbessern. Der Marktanteil der deutschlandweiten Radioprogramme verdoppelt sich auch in diesem Szenario.

### Werbeumsatzentwicklung

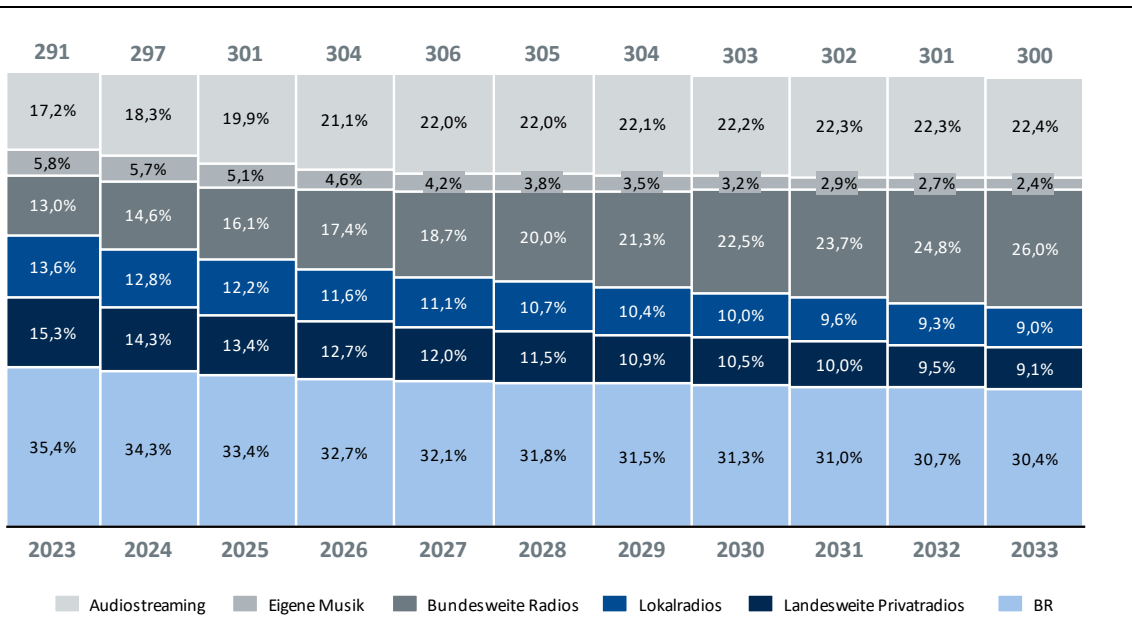
Die weniger dynamische Entwicklung von Audiostreaming hat unter den zugrundeliegenden Annahmen nicht dazu geführt, dass Radioprogramme ihre Marktanteile substantiell verbessern können. Die Unterschiede zwischen dem ersten Szenario und dem Szenario



Konsolidierung liegen im Bereich weniger Prozentpunkte. Die Entwicklungstendenzen der Werbeumsatzentwicklung in Abschnitt 5.3.1 gelten ohne Einschränkung auch hier.

Abbildung 38

Entwicklung der Audionutzung und Marktanteile im Szenario 2



Quelle: Convergent Media Consulting 2023.

### Auswirkungen einer UKW-Abschaltung

Da sich der Radiomarkt im zweiten Szenario tendenziell gleich entwickeln würde, wie unter den Annahmen des Kontinuität-Szenarios ist davon auszugehen, dass eine UKW-Abschaltung auch im Konsolidierung-Szenario die gleichen Effekte haben würde.

### 5.3.3 Szenario 3: Disruption

Das dritte Szenario geht hypothetisch davon aus, dass sich die Entwicklung des Audiostreamings wesentlich dynamischer entwickelt als bis 2023. Infolgedessen schrumpft der Marktanteil des Radios erheblich und es kommt zu einem substantiellen Rückgang der Radiowerbeerlöse.

#### Audionutzung und Marktanteile

Im disruptiven Szenario wächst der Marktanteil von Streaming auf über 50 Prozent im Jahr 2033 an. Nicht zuletzt auch durch die Medienzeit-Budgetkonkurrenz mit Videostreaming bedingt, ist kein plausibler Grund dafür zu erkennen, dass das Audiozeitbudget der Gesamtbevölkerung zukünftig über sechs Stunden hinausgehen wird. Das Wachstum des Audiostreamings geht also vollständig zulasten des Radios. Die Radionutzung der bayerischen

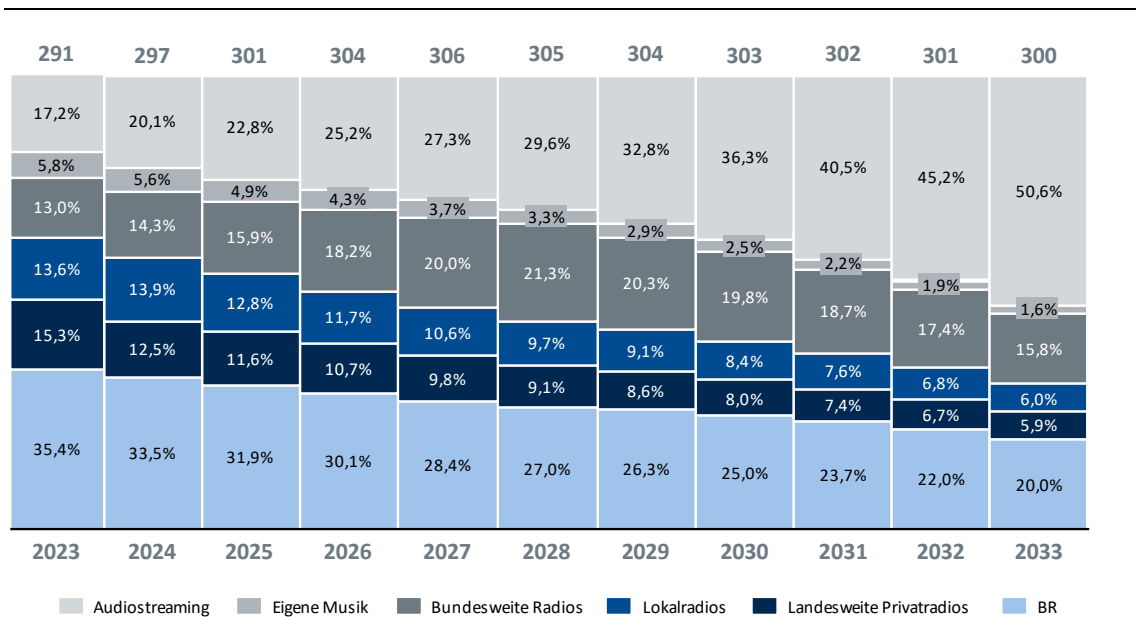
Radioprogramme würde unter diesen Modellannahmen zum Teil um die Hälfte zurückgehen. Die bundesweiten Programme könnten auch hier Marktanteile auf Kosten der bayerischen Programme gewinnen, denn es ist kein plausibler Grund zu erkennen, weshalb die Nutzung dieser Programme stärker zurückgehen sollte als jene der bayerischen Radioprogramme so dass Letztere ihre Marktanteile halten oder gar erhöhen könnten.

**Werbeumsatzentwicklung**

Würden sich die im dritten Szenario unterstellten Entwicklungen der Radionutzung einstellen, hätte dies weitreichende Folgen für die Mediengattung Radio insgesamt und damit auch für den bayerischen Radiomarkt. Würde Audiostreaming tatsächlich einen Anteil von über 50 Prozent an der täglichen Durchschnittshördauer erreichen, besteht das potenzielle Risiko, dass Radio aus der Sicht des Werbemarktes seine heutige Funktion als Massenreichweitengenerator einbüßt, da nicht mehr sichergestellt ist, dass ein Radiospot innerhalb weniger Tage tatsächlich „alle“ Menschen in Bayern mehrmals am Tag erreicht. Es kann plausibel angenommen werden, dass die kommerziellen Folgen für die nationale Vermarktung von Radiowerbung so erheblich wären, dass eine weitgehende Marktbereinigung im Privatradiomarkt und ein substanzieller Verlust an Anbietervielfalt eintreten könnte.

Abbildung 39

Entwicklung der Audionutzung und Marktanteile im Szenario 3



Quelle: Convergent Media Consulting 2023.

**Auswirkungen einer UKW-Abschaltung**

Die Effekte einer UKW-Abschaltung in einem für den bayerischen Radiomarkt sehr herausfordernden Marktumfeld sind potenziell ambivalent. Einerseits könnte eine zum richtigen Zeitpunkt durchgeführte UKW-Abschaltung zu einer strategisch erfolgskritischen

Kostenentlastung für die bayerischen Privatradios führen, sofern DAB+ und Streaming auch danach ein hinreichend profitables Werbeumsatzniveau bieten. Andererseits hätte eine UKW-Abschaltung, die zu einem zwar gesetzlich vorgeschriebenen, vor dem Hintergrund der Marktentwicklungen und dem bis dahin erreichten Stand des Migrationsverfahrens jedoch nicht passenden Zeitpunkt durchgeführt würde, potenziell weitreichende strukturelle Veränderungen zum Nachteil des bayerischen Radiomarktes zur Folge.

#### 5.3.4 Fazit

Im Zusammenhang mit dem UKW/DAB+-Migrationsvorhaben in Bayern lassen die vom Stand und den Trends der Marktentwicklung des Jahres 2023 aus entwickelten Szenarien die folgenden Schlüsse zu:

- Setzt sich die zuletzt stagnierende Entwicklung der Radionutzung zukünftig fort, findet der für bayerische Radioprogramme relevante Wettbewerb mit den bundesweiten Radioprogrammen und damit auf der DAB+-Plattform statt
- Obwohl die bayerischen Programme den Vorteil des UKW/DAB+-Simulcast haben, erreichten die bundesweiten Programme bis 2023 bereits 13 Prozent Marktanteil, der sich bis 2033 verdoppeln könnte
- Sollten die bayerischen Radioprogramme vor einem UKW-Ausstieg noch keine hinreichende DAB+-Nutzung erreicht haben, könnte sich der Marktanteil der bundesweiten Programme potenziell weiter vergrößern
- Die extremen Folgen eines Eintritts des dritten Szenarios sind aus heutiger Sicht eher unrealistisch. Berücksichtigt man allerdings das gegenwärtig von einem niedrigen Niveau ausgehende Wachstum der Audiostreaming-Nutzung auch in bislang wenig Streaming-affinen Altersgruppen, so sollte die tatsächliche Marktentwicklung fortlaufend beobachtet werden, um die Wettbewerbsstrategie der Mediengattung Radio und die der Unternehmen im bayerischen Radiomarkt entsprechend auszurichten
- Die Szenarioanalyse zeigt zudem deutlich, dass – unabhängig vom jeweiligen Szenario – eine von der tatsächlichen Marktentwicklung entkoppelte Festlegung eines UKW-Abschalttermins gravierende Folgen für den bayerischen Radiomarkt haben würde. Ein an aussagekräftigen und messbaren Kriterien orientierter, flexibel an die Marktentwicklung adaptierbarer Entscheidungsprozess würde den medienpolitisch-regulatorischen Zielen und den wohlverstandenen Interessen der bayerischen Radiounternehmen in deutlich höherem Maße Rechnung tragen.

#### 5.4 UKW-Kostenentwicklung

Im Rahmen dieser Szenarioanalyse kann von einer Differenzierung der UKW-Kosteneffekte entlang der drei Szenarien abgesehen werden, da Rundfunktechnik kommerziell und technisch nutzungsunabhängig ist und die Kosten allein für die bezogene Infrastrukturleistung „Radioprogrammverbreitung“ anfallen.

### 5.4.1 Einfluss der UKW-Verbreitungskosten auf Radioanbieter

Ein zentrales Argument in der Diskussion über den weiteren Umgang mit den UKW-Frequenzzuweisungen beruht auf der Annahme, dass die mit den neuen UKW-Verbreitungsverträgen wahrscheinlichen Preiserhöhungen dazu führen würden, dass sich die Profitabilität der bayerischen Privatradios verschlechtert. Insbesondere kleinen Lokalradios oder heute bereits EBIT-negativen Radioanbietern würde so die Geschäftsgrundlage entzogen. Vor dem Hintergrund des gesetzlichen Auftrags der BLM gemäß Art 11 BayMG, also der Sicherstellung wirtschaftlicher Tragfähigkeit von Rundfunkmedien, Vielfalt und Qualität ist nachvollziehbar, warum ein solcher Markteingriff der Regulierungsbehörde in Erwägung gezogen wird.

Die im Rahmen dieser Studie zugänglichen Informationen haben gezeigt, dass die UKW-Verbreitungskosten eines Teils der Lokalradios im Jahr 2023 einen erheblichen Anteil an ihren Umsätzen aus nationaler Werbevermarktung erreichen. In knapp zwei Drittel der Fälle zwischen zehn und 40 Prozent, in den wenigen übrigen Fällen aber beinahe drei Viertel dieser Umsätze (siehe Kapitel Der Migrationsprozess zeigt sowohl Erfolge als auch Herausforderungen). So wurde die DAB+-Senderinfrastruktur und die Beteiligung aller UKW-Programme am Simulcastbetrieb erfolgreich umgesetzt. Zu den Herausforderungen gehören:

- Der Verbreitungsgrad von DAB+-Geräten ist zwar fortgeschritten, aber die Nutzung und Reichweite sind immer noch unter den erforderlichen Werten für einen reibungslosen UKW-Ausstieg.
- Die Festlegung sinnvoller Kennzahlen und zu erreichender Schwellenwerte, die potenzielle Nachteile für den bayerischen Radiomarkt und den Medienstandort Bayern aufgrund eines zum falschen Zeitpunkt durchgeführten UKW-Ausstiegs abmildern oder ganz vermeiden könnten.
- Ein für Bayern passendes ausgewogenes Maßnahmenpaket zu konzipieren und umzusetzen, dass die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Radiounternehmen und die Vielfalt der Radioprogramme sicherstellt, während gleichzeitig der Übergang zu DAB+ und Streaming orchestriert wird.

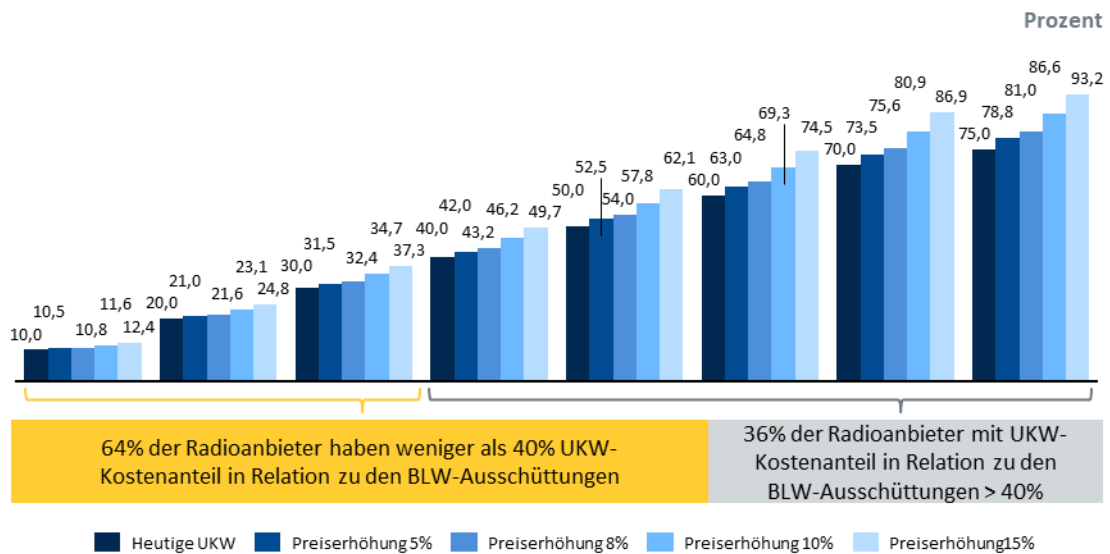
Markt und Wettbewerb). Zudem ist die EBIT-Marge von gut einem Drittel der sich an einer BLM-Abfrage beteiligenden Lokalradios negativ, so dass sich deren Profitabilität durch eine UKW-Kostensteigerung weiter verschlechtern würde.

Wie die in Abbildung 40 dargestellten Ergebnisse verschiedener UKW-Kostensteigerungen auf das Verhältnis dieser Kosten zu den BLW-Ausschüttungen zeigen, verschlechtert sich dieses Verhältnis erwartungsgemäß in allen Fällen. Wirklich substanzielle Verschlechterungen des UKW/BLW-Ausschüttungsverhältnis entstehen erst bei einer UKW-Preiserhöhung von 15 Prozent oder mehr. Ihre Auswirkungen betreffen in erster Linie die Unternehmen, bei denen das Verhältnis UKW-Kosten zu BLW-Ausschüttung bereits zuvor schlechter als 60 zu Eins war. Dies bedeutet jedoch nicht, dass diese Radiounternehmen vorher oder nach einer UKW-Preiserhöhung unprofitabel waren beziehungsweise würden. Um die Verhältnismäßigkeit dieser Ergebnisse richtig einzuordnen, ist nämlich zu berücksichtigen,

dass die Ausschüttungen aus der nationalen Vermarktung im Allgemeinen nur ein Drittel der Werbeerlöse der Lokalradios ausmachen.

Abbildung 40

Einfluss von UKW-Preiserhöhungen auf das Verhältnis von UKW-Kosten zu BLW-Ausschüttungen bayerischer Radioanbieter



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (BLM, 2023c).

### 5.4.2 Fazit

Die vorliegenden BLM-Informationen und die Ergebnisse eigener Modellberechnungen zeigen, dass UKW-Verbreitungskosten-Erhöhrungen sich auf die Profitabilität der bayerischen Lokalradios auswirken. Der Effekt der Preiserhöhungen auf den – mangels konkreter Geschäftszahlen der Privatradios als aussagekräftige Behelfsgröße verwendeten – Anteil der UKW-Kosten an den BLW-Ausschüttungen ist aber nur in den Fällen erheblich, die bereits in der Vergangenheit eine geringe oder negative Profitabilität erreicht haben und dieses EBIT-Niveau nicht erst durch die UKW-Kostenerhöhung erreichen.

Sofern es das alleinige Ziel einer UKW-Abschaltung wäre, die bayerischen Privatradios vor den wirtschaftlichen Folgen von UKW-Kostensteigerungen zu schützen, da andernfalls vielen Unternehmen die wirtschaftliche Grundlage entzogen würde und ihr Marktaustritt und damit eine Minderung von Programm- und Anbietervielfalt drohe, so bestätigen diese Untersuchungen diese Hypothese nicht. Die auch in diesem Zusammenhang erneut erkennbaren strukturellen Probleme in einem Teil des bayerischen Lokalradiomarktes würden dessen ungeachtet auch nach einer UKW-Abschaltung fortbestehen, wenn nicht sichergestellt wäre, dass die UKW-Kostenersparnis nicht ganz oder weitgehend vom Umsatzeffekt

eines möglichen Reichweitenverlusts aufgezehrt würde. Eine längere Laufzeit der UKW-Frequenzzuweisungen würde hingegen kein zusätzliches Risiko darstellen. Vielmehr würde sich sogar eine Chance ergeben, auf der Grundlage der heutigen Werbeumsätze gezielt die strukturellen Herausforderungen in Teilen des bayerischen Radiomarktes mit geeigneten Maßnahmen anzugehen.

## 5.5 DAB+-Geräteausstattung und -Nutzung

Die entscheidende Voraussetzung für den erfolgreichen Abschluss des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens in Bayern und den damit einhergehenden Ausstieg aus der analogen UKW-Verbreitung ist die Etablierung der DAB+-Plattform als simultan mit Streaming massenhaft genutzten Ausspielweg für Radioprogramme. Die Anzahl der verkauften Geräte hingegen zeigt lediglich das Interesse der Käuferinnen und Käufer an, das eigentliche Kernprodukt oder eine Dienstleistung zu nutzen, wie zum Beispiel Radioprogramme oder das Versenden einer Social Media Nachricht über ein Smartphone.

### 5.5.1 DAB+-Geräteausstattung

Um diese hinführende Bedingung der DAB+-Nutzung trotzdem in die Szenarien der Nutzenentwicklung einzubeziehen und die zukünftige Entwicklung der installierten DAB+-Gerätebasis abzuschätzen, wird auf die Zahl bayerischer Haushalte zurückgegriffen, die im Jahr 2023 über mindestens ein stationäres Gerät verfügten. Die zugrundeliegende Hypothese geht davon aus, dass nur bei stationären Geräten eine aktive Kaufentscheidung getroffen werden muss. Nachdem dies auf die Entwicklung der DAB+-Geräte in Autos nicht zutrifft, da sie in jedem Neufahrzeug eingebaut sind, wird deren installierte Basis nur insofern berücksichtigt, als dass in Bayern jährlich circa 500.000 PKW neu zugelassen werden und sich der bislang erhobene Bestand von 2,4 Millionen Fahrzeugen mit DAB+-Radio bis 2033 auf 7,4 Millionen erhöhen wird.

Die Wachstumsrate der DAB+-Haushalte mit mindestens einem Gerät erreichte im Jahr 2020 mit +23,6 Prozent den Höchstwert der letzten fünf Jahre. Im Vergleich der Jahre 2022 zu 2023 erhöhte sich die Zahl dieser Haushalte nur noch um sieben Prozent. Würde dieses Niveau des jährlichen Wachstums bis 2033 aufrechterhalten lassen, würden dann rechnerisch 63 Prozent oder 3,9 Millionen bayerische Haushalte über mindestens ein stationäres DAB+-Gerät verfügen.

Im Rahmen der Szenarioanalyse wird angenommen, dass sich

- die Endgerätepopulation in den Szenarien Kontinuität und Konsolidierung gleich entwickelt, da sich die Radionutzung und damit das Interesse an einem technischen Upgrade auf DAB+ nicht unterscheidet.
- die im Szenario Disruption angenommene, ab 2027 rasch sinkende Radionutzung in einem erheblich verlangsamten Wachstum niederschlägt, da nur noch wenige Nachzügler

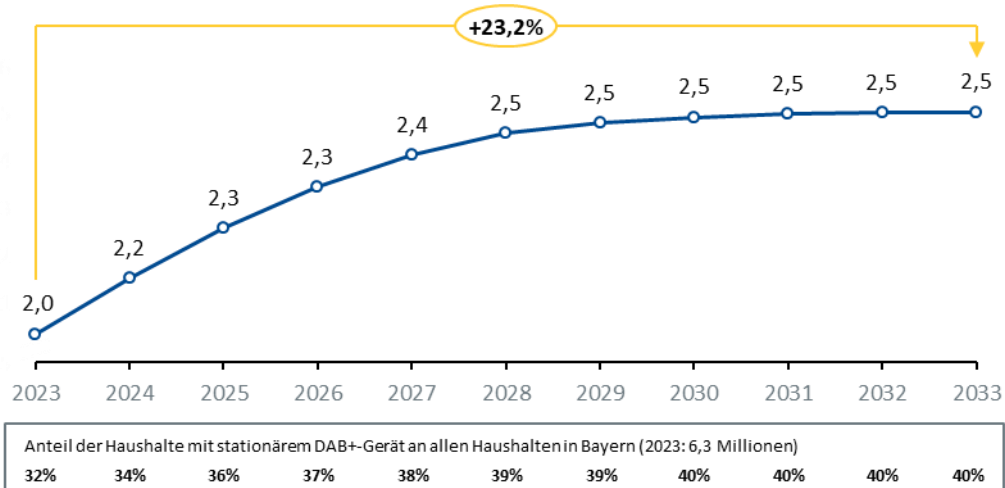
den Wechsel von UKW auf DAB+ durchführen, da sie nicht zu einem Umstieg auf Streaming bereit sind.

**Kontinuität und Konsolidierung**

Der seit 2020 zu beobachtende Rückgang der Wachstumsrate der Haushalte mit mindestens einem stationären DAB+-Gerät setzt sich fort. Diese Hypothese beruht auf den Ergebnissen der studienbegleitenden Marktforschung, die nur geringes Kaufinteresse bei bislang DAB+-abstinenten Haushalten in Bayern identifiziert hat. Diese Interpretation stützt auch das höhere Wachstum der absoluten Geräteanzahl in Bayern: mehr Bestandshaushalte erwerben zusätzliche Geräte, als dass Haushalte neu hinzukommen, die erstmalig einen stationären DAB+-Empfänger kaufen.

Abbildung 41

Entwicklung der absoluten Zahl von Haushalten mit mindestens einem stationären DAB+-Gerät (Millionen Haushalte) in Szenario 1 und 2



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (BLM, 2023c).

Auf Basis der getroffenen Annahmen werden im Jahr 2033 circa 40 Prozent aller bayerischen Haushalte (2,5 Millionen) über mindestens einen stationären DAB+-Empfänger verfügen. Plausible Gründe für die Annahme eines „Pull Effekts“, ausgelöst durch das vergrößerte DAB+-Programmangebot, wurden weder in Bayern noch in den international untersuchten Fällen identifiziert und fanden entsprechend auch keinen Eingang in die Entwicklungsprognose. Der „Push Effekt“ der Ankündigung eines verbindlichen UKW-Ausstiegstermins wird zugunsten der Klarheit der Darstellung erst im nächsten Abschnitt thematisiert.

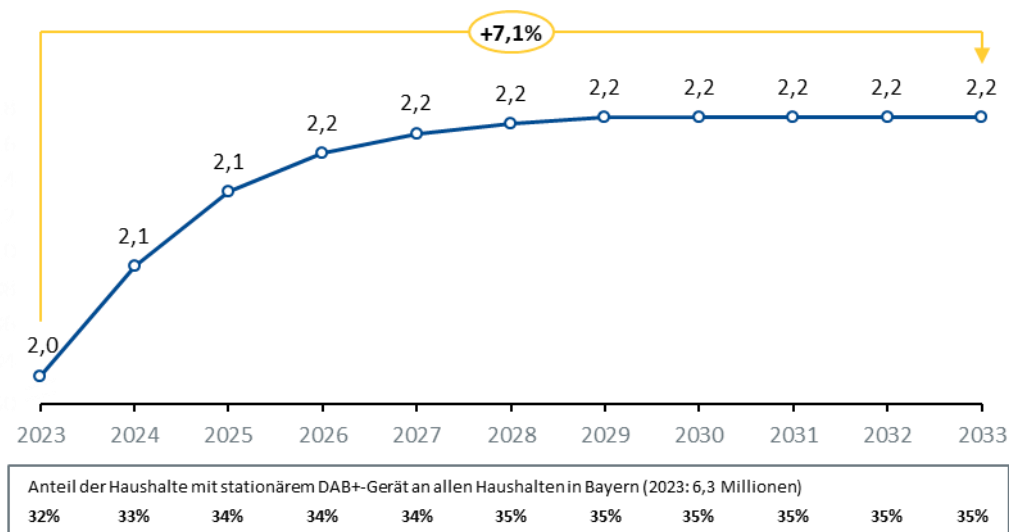
**Disruption**

Die im Szenario Disruption unterstellte Substitution von Radio durch Audiostreaming in rund der Hälfte der Bevölkerung Bayerns schlägt sich hypothetisch in einem weitgehenden

Stopp des DAB+-Diffusionsprozesses nieder. Da in diesem Szenario unterstellt wird, dass auch typische DAB+-Adopter, also ältere Bevölkerungsgruppen oder Hörerinnen- und Hörer-Segmente mit Interesse an über DAB+-verbreiteten Nischenprogrammen, verstärkt Audiostreaming als Alternative zu UKW und DAB+ wahrnehmen und nutzen, entfällt der ansonsten von dieser Gruppe zu erwartende Wachstumsimpuls.

Abbildung 42

Entwicklung der absoluten Zahl von Haushalten mit mindestens einem stationären DAB+-Gerät (Millionen Haushalte) in Szenario 3



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (BLM, 2023c).

In diesem Szenario erreicht die installierte DAB+-Gerätebasis nur noch gut ein Drittel aller bayerischen Haushalte. Das im Vergleich zu den anderen Szenarien relativ hohe absolute Niveau der DAB+-Haushalte erklärt sich mit dem erst ab 2027 beginnenden disruptiven Umstieg auf Audiostreaming. An diesem Modell zeigt sich, warum die absolute Zahl verkaufter Geräte nur begrenzte Aussagekraft über die erfolgreiche Etablierung einer Innovation hat, da die tatsächliche Nutzung der Geräte im Disruption-Szenario hypothetisch ebenso stark zurückgehen wird, wie die Radionutzung insgesamt.

### 5.5.2 DAB+-Nutzung von Radioprogrammen

Die wesentlichen Nutzungstrends der letzten fünf Jahre zeigten einen leichten Rückgang der Tagesreichweite von Radio allgemein und einen deutlichen Rückgang von UKW. Die über diese Technik verbreiteten Radioprogramme wurden im Vergleich zu 2018 im Jahr 2023 von rund zwei Millionen Menschen weniger für mindestens 15 zusammenhängende Minuten täglich gehört. Die absolute Tagesreichweite von DAB+ wuchs um rund 1,4 Millionen Menschen, jene von Radiostreaming um 400.000 Personen (Kantar, 2018-2023). Die



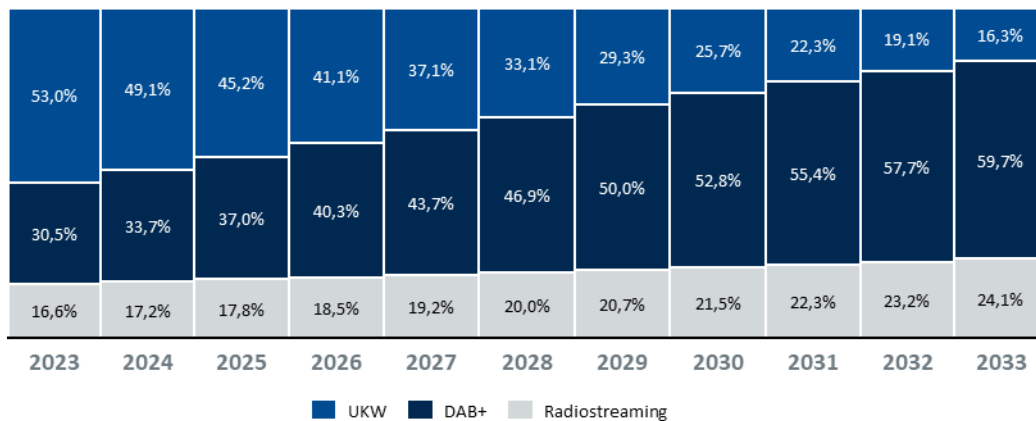
hybride digitale Radionutzung erreichte im Jahr 2023 somit eine gemeinsame Tagesreichweite von 47 Prozent der bayerischen Gesamtbevölkerung 14+ in der Zeit zwischen Montag und Freitag.

**Kontinuität und Konsolidierung**

Bei der Modellierung der Tagesreichweiten-Entwicklung der drei Radioverbreitungswege wird unterstellt, dass sich das jahresdurchschnittliche Wachstum der absoluten Tagesreichweiten auch in Zukunft fortsetzen wird. Um die im Jahr mit -1,1 Prozent zurückgehende Tagesreichweite der Mediengattung Radio in Bayern perspektivisch abzubilden, wurden die Wachstumsraten der jeweiligen Technikplattform mit dieser Wachstumsrate korrigiert. Damit wurde auch die Konkurrenz mit Audiostreaming abgebildet, die sich in diesem Szenario additiv zur Radionutzung verhält.

Abbildung 43

Entwicklung der Tagesreichweiten der drei Verbreitungstechniken für Radioprogramme in den Szenarien 1 und 2



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (BLM, 2023c).

Würde sich diese Entwicklung im bayerischen Radiomarkt tatsächlich einstellen, würde ab dem Jahr 2029 der von der BLM vorgeschlagene Schwellenwert von 70 Prozent digitaler Tagesreichweite überschritten (BLM, 2023b). Die Definition der digitalen Tagesreichweite der BLM umfasst zusätzlich zu DAB+ und Radiostreaming auch noch Kabel und Satellit. Diese Techniken werden hier nicht berücksichtigt, da ihre Nutzungsanteile seit 2018 stark abnehmen und deshalb als monetarisierbare Nutzung keine Relevanz haben. Der ebenfalls diskutierte Schwellenwert von 80 Prozent würde in beiden Modellen im Jahr 2032 erreicht.

Unter der Annahme, dass die UKW-Frequenzzuweisungen, wie von der BLM gegenwärtig erwogen wird, nur bis 2032 verlängert würden, entfielen die UKW-Verbreitung in Bayern ab 2033 vollständig. In diesem Jahr hätte UKW aber noch eine hypothetische Tagesreichweite

von knapp einem Fünftel der Bevölkerung Bayerns. Aus heutiger Sicht lässt sich nicht seriös voraussagen, welches Hörerinnen- und Hörer-Segment auch in zehn Jahren hartnäckig am UKW-Empfang festhält und wie sich die UKW-Tagesreichweiten auf DAB+, Radiostreaming oder Audiostreaming verteilen könnten. Deshalb spricht auch diese Annahme dafür, den auch von der britischen Regierung gewählten Ansatz zu übernehmen, die tatsächlich gemessenen Entwicklungen von Markt und Nutzerverhalten weiter zu beobachten und über den weiteren Umgang mit UKW erst auf der Grundlage konkreter, faktenbasierter Erkenntnisse zu entscheiden.

### Disruption

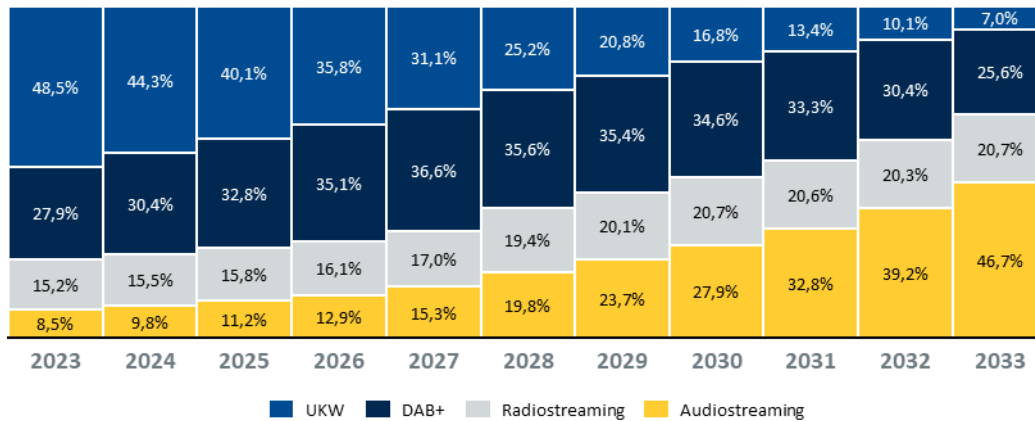
Dieses Szenario modelliert eines von mehreren potenziell möglichen Ergebnissen des Verdrängungswettbewerbs zwischen Audiostreaming und Radio. Die zugrundeliegenden extremen aber nicht vollkommen unrealistischen Annahmen wurden gewählt, um zu zeigen, dass das Radiopublikum nicht zwingend die vom Radiomarkt vorgegeben Entwicklungspfade beschreiten *muss*, sondern sein Hörzeitbudget souverän auf das individuell bevorzugte Inhalteangebot verteilen *kann*.

Die Eingangs benannten Grundannahmen zu Szenario 3 ergänzend, wurde zu den Tagesreichweiten der verschiedenen Verbreitungswegen beziehungsweise Audiostreaming-Plattformen folgende weitere Annahmen getroffen:

- UKW, DAB+ und Radiostreaming entwickeln sich bis 2027 wie in den Szenarien Eins und Zwei, das Migrationsvorhaben geht bis dahin unbeeinflusst von Audiostreaming weiter.
- Radiostreaming partizipiert ab 2027 davon, dass diese Angebote die technische Plattform des wachsenden Audiostreamings teilen und einen Teil der Hörerinnen und Hörer an das Radio zu binden vermögen, die sonst komplett auf Audiostreaming umgestiegen wären.

Abbildung 44

Entwicklung der Tagesreichweiten der drei Radioverbreitungstechniken und Audiostreaming im Szenario 3



Quelle: Convergent Media Consulting 2023 auf Basis (BLM, 2023c).

Sofern die UKW-Frequenzzuweisungen im Jahr 2032 enden würden, läge die UKW-Tagesreichweite unter den Annahmen dieses Szenarios bei allenfalls zehn Prozent, 2032 potenziell deutlich darunter. Der kommerzielle Effekt eines Wegfalls dieser Tagesreichweite wäre damit nicht mehr erheblich.

Auch das disruptive Szenario zeigt, dass selbst eine Entwicklung, die zu einer Halbierung der Tagesreichweiten von Radio führen würde, potenziell Raum lässt, um die strategische Investition des bayerischen Radiomarktes in die Vorbereitung des UKW-Ausstiegs zu monetarisieren. Die von allen Radioanbietern gemeinsam finanzierten DAB+-Infrastrukturen und ihre individuellen Investitionen in Radiostreaming könnten, wenn auch auf niedrigerem Niveau, die Aufrechterhaltung des Reichweitengeschäftsmodells potenziell möglich machen. Eine UKW-Abschaltung wäre in diesem Szenario unternehmerisch sinnvoll, um die deutlich kleineren finanziellen Ressourcen in DAB+ und Radiostreaming zu investieren. Wenn es gelingen würde, 50 Prozent der Audiotagesreichweite für das Radio zu erhalten, wäre damit potenziell eine Grundlage für die Fortsetzung des Massereichweiten-Geschäftsmodells gegeben, wenn auch auf deutlich niedrigerem Niveau. Die Modellierung der Marktanteile in Abschnitt 0 zeigt jedoch, dass das verbleibende Umsatzpotenzial sich nicht gleichmäßig auf die verschiedenen Anbietersegmente im Radiomarkt Bayerns verteilen wird und auch das Niveau der Umsätze für einen Teil des Marktes keine hinreichenden ökonomischen Voraussetzungen mehr bieten könnte. Dieses Risiko könnte potenziell in erster Linie für Lokalradios außerhalb der Ballungsräume und Radios mit niedrigen Umsatzmargen eintreten.

### 5.5.3 Fazit

Die Ergebnisse der Szenarioanalyse zeigen in jenen Szenarien, in denen der Versuch unternommen wird, die beobachtete Entwicklung der Radioplattformen mit möglichst realitätsnahen Annahmen in die Zukunft zu projizieren, dass eine Erreichung der BLM-Tagesreichweite-Schwellenwerte in den nächsten fünf Jahren plausibel möglich sein könnte. Die Modellannahmen lassen es zudem möglich erscheinen, dass bis zum Jahr 2032 sogar ein Tagesreichweite-Schwellenwert von DAB+ und Streaming von 80 Prozent erreichbar scheint. Unter diesen Annahmen könnte sich der angestrebte Erfolg des UKW/DAB+-Migrationsverfahrens potenziell einstellen.

Allerdings ist zu berücksichtigen, dass selbst nach Überschreitung des höheren Schwellenwertes noch rund ein Fünftel der Tagesreichweite der Mediengattung Radio durch die UKW erzeugt wird. Zwar erscheint es in den beiden konservativeren Szenarien realistisch möglich zu sein, die Position des Massenreichweitemediums Radio mit Tagesreichweiten von 80 Prozent abzusichern. Würde jedoch die nach Auffassung der BLM zwingend ab 2033 durchzuführende UKW-Abschaltung umgesetzt, würde der Migrationserfolg für weite Teile des bayerischen Radiomarktes und den Medienstandort Bayern in gravierendem Ausmaß in Frage gestellt. Ein Szenario ohne UKW würde nämlich gerade die für Bayern charakteristische Radioprogramm- und Radioanbieter-Vielfalt gefährden, da die wegfallende UKW-Tagesreichweite sich nur zum Teil auf DAB+ und Radiostreaming übertragen lässt. Will man einen an Schlüsselkennzahlen und messbaren Schwellenwerten festgemachten Migrationsprozess umsetzen und sich von einem starren gesetzlichen Rahmen lösen, so sollten künftige Entscheidungskriterien diese Vielfalt und Heterogenität stärker berücksichtigen. So sollten sich die in der Realität deutlich komplexeren Wertschöpfungszusammenhänge in den verschiedenen Segmenten des bayerischen Privatradiomarktes beispielsweise in segmentspezifischen Differenzierungen der Schwellenwerte niederschlagen. Ein Fokus allein auf Gesamtmarkt-Schwellenwerte erhöht das Risiko, Unterschiede der verschiedenen Marktsegmente nicht im hinreichenden Umfang zu berücksichtigen.

Die DAB+-Geräteentwicklung im Kontinuität/Konsolidierungsszenario hat gezeigt, dass die Haushaltsausstattung mit DAB+-Geräten kein aussagekräftiger Schwellenwert für Entscheidungen über die Fortsetzung des UKW/DAB+-Migrationspfades ist. Vergleicht man nämlich den Verbreitungsgrad der Endgeräte mit der DAB+-Tagesreichweite, wird deutlich, dass die absolute DAB+ Nutzung in Bayern mit 2023 im Rahmen der Funkanalyse Bayern gemessenen 3,5 Millionen Menschen deutlich höher ist als die Zahl der Haushalte mit mindestens einem Endgerät. Auch das prozentuale Verhältnis im Tagesreichweitenvergleich mit UKW zeigt den erreichten Fortschritt des Migrationsvorhabens deutlicher.

Die fehlende Sensitivität des DAB+-Empfängerkriteriums wird insbesondere im extremen Disruption-Szenario deutlich: Trotz der bereits fortgeschrittenen hypothetischen Verdrängung des Radios durch Audiostreaming bleibt die installierte Basis verkaufter DAB+-Geräte gleich, da nicht genutzte oder sogar entsorgte Geräte erst im Nachhinein erfassbar sind. Die Tagesreichweitenentwicklung im Extremszenario zeigt wiederum, dass von dem sich dynamisch entwickelnden Nutzungsverhalten aller Altersgruppen der Bevölkerung ein erhebliches Risiko für den UKW/DAB+-Migrationsprozess ausgehen könnte. Dessen

Eintrittswahrscheinlichkeit sollte anhand festgelegter Parameter genauso beobachtet werden, wie die Entwicklung der Schwellenwerte im eigentlichen Radiomarkt, da sie möglicherweise Anpassungen des bereits in der Umsetzung befindlichen Migrationskonzepts oder zusätzliche, den Migrationspfad absichernde Maßnahmen notwendig machen könnten.

## 5.6 UKW-Ausstieg und Abschaltkriterien

Der Ausstieg aus der analogen Radioverbreitung und die Abschaltung von UKW ist im allgemeinen das Ergebnis eines erfolgreich abgeschlossenen Migrationsprozesses von UKW zu DAB+ und Radiostreaming. Der in Bayern im Jahr 2023 erreichte Stand und die im Kontinuität- und Konsolidierung-Szenario modellierten hypothetischen Entwicklungen zeigen, dass, sofern sich die in der Zeit zwischen 2018 und 2019 beobachteten Entwicklungen auch zukünftig fortsetzen, potenziell

- rund sieben Millionen Fahrzeuge in Bayern mit DAB+-Radio ausgestattet wären,
- circa 2,5 Millionen Haushalte oder 40 Prozent aller bayerischen Haushalte mindestens ein stationäres DAB+-Gerät besitzen würden,
- die Nutzung der über DAB+ und Radiostreaming verbreiteten Programme gegen Ende dieses Jahrzehnts einen Anteil von über 70 Prozent an der gesamten Tagesreichweite von Radio erreichen könnte.

Die Szenarien berücksichtigen die mögliche Wirkung eines kommunizierten UKW-Abschalttermins nicht, da sich ein solcher erfahrungsgemäß (Norwegen, Schweiz) zwar auf die installierte Endgerätebasis auswirkt, die erfolgskritische Nutzung aber nicht beeinflusst. Letzteres ist insbesondere am Beispiel Norwegen erkennbar, wo trotz eines DAB+-Geräte-Haushaltsanteil von über 70 Prozent im Jahr vor der UKW-Abschaltung zunächst ein temporärer Tagesreichweitenrückgang der landesweiten Programme eintrat, jener der Lokalradios war sogar dauerhaft.

### 5.6.1 Einfluss von Reichweitenverlusten

Ob der für den bayerischen Markt modellierte hypothetische Entwicklungsstand hinreichen würde, um eine Abschaltung der UKW-Technik durchzuführen, hängt insbesondere davon ab, welche Reichweitenverluste den Privatradios und den durch Werbung kofinanzierten Radioprogrammen des BR entstehen würden. Der BR ist deshalb zu berücksichtigen, weil die Werbewirtschaft die Gesamtreichweite des Radios „bucht“ und diese nur im Zusammenspiel des dualen Systems erreichbar ist.

Für die primär durch Radiowerbung finanzierten Privatradios ist die Minimierung des Reichweitenverlusts von zum Teil existenzieller Bedeutung, wie das Beispiel in Abbildung 45 zeigt:

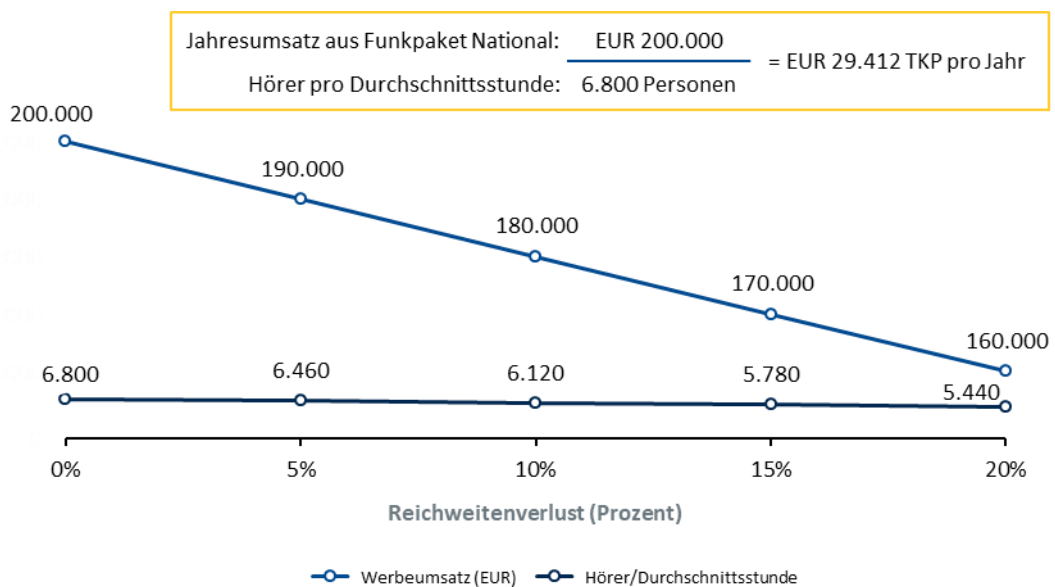
- Der fiktive Privatradoanbieter hat pro Durchschnittsstunde 6.800 Hörer.

- Das Unternehmen erzielt aus der nationalen Werbevermarktung pro Jahr EUR 200.000 Umsatz, was einem Jahres-Tausenderkontaktpreis (TKP) von EUR 29.412 entspricht.

Das Rechenbeispiel verdeutlicht den unmittelbaren Zusammenhang von Reichweitenverlust und Umsatzverlust. Entscheidend ist hier aber weniger die absolute Höhe des Umsatzverlustes, sondern das Verhältnis zur Profitabilität. Privatradios mit hoher positiver EBIT-Marge wird durch temporäre Reichweitenverluste potenziell lediglich ein Rückgang ihrer auch weiterhin positiven EBIT-Marge entstehen. Hingegen könnte in jenen Segmenten des bayerischen Privatradiomarktes, die durch positive EBIT-Margen unter fünf Prozent oder durch negative Ergebnisse gekennzeichnet sind, eine potenziell ihre Existenz bedrohende finanzielle Situation entstehen. Diese Zusammenhänge können nur im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung und in Kenntnis wesentlicher unternehmerischer Schlüsselkennzahlen sowie der individuell entstehenden Einsparungen von UKW-Verbreitungskosten fundiert beurteilt werden. Erst auf dieser Basis lassen sich auch die resultierenden Effekte für den bayerischen Radiomarkt sowie seine Anbieter- und Programmvielfalt abschätzen.

Abbildung 45

Effekte unterschiedlich hoher Reichweitenverluste auf die Anzahl der Hörer pro Durchschnittsstunde und Jahreswerbeumsatz (Fiktiver Radioanbieter)



Quelle: Convergent Media Consulting 2023.

### 5.6.2 Abschaltkriterien und Orchestrierung der Abschaltung

Diese unmittelbaren wirtschaftlichen Zusammenhänge zwischen der Reichweite und dem wirtschaftlichen Erfolg der Radiounternehmen unterstreichen erneut die Bedeutung möglichst valider Schlüsselkennzahlen zur Bestimmung des für den bayerischen Radiomarktes

passenden UKW-Abschalttermins. In dieser Studie wurde vielfach darauf hingewiesen und anhand internationaler Fallbeispiele belegt, dass die gemessene Nutzung eine zuverlässigere Indikation des Grades der Etablierung von DAB+ in der Bevölkerung darstellt als eine an Endgeräten orientierte Größe.

Zwei der vier von der BLM vorgeschlagenen Meilensteine basieren auf Nutzung. Als Schwellenwert aller Meilensteine wurden die Überschreitung eines Anteils von 70 Prozent der jeweiligen Größe festgelegt. Dies sind einerseits der Anteil der digitalen Tagesreichweite an der gesamten Tagesreichweite von Radio, andererseits der Digitalanteil an der Durchschnittsstunde. Die beiden übrigen Meilensteine beruhen auf dem Verbreitungsgrad von DAB+-Geräten (Zugang zu mindestens einem DAB+-Gerät im Haushalt, Anteil der DAB+-Autoradios in Auto-Haushalten).

In diesem Zusammenhang ist zudem erheblich, dass die UKW-Ausstiegsstrategie des BR potenziell eher an den beschriebenen restriktiveren budgetären Vorgaben der KEF orientiert und Tagesreichweiten und Nutzung von DAB+ und Radiostreaming nur am Rande berücksichtigen wird. Unter diesem Gesichtspunkt könnte sich ein Interessenkonflikt zwischen den Zielen des BR und den medienpolitischen, regulatorischen und unternehmerischen Zielen im bayerischen Privatradiomarkt ergeben.

Die Ergebnisse dieser Studie und insbesondere die ausgewerteten internationalen Fallbeispiele geben Grund zu der Annahme, dass das Ausmaß der im Zusammenhang mit dem UKW-Ausstieg möglichen Reichweitenverluste reduziert werden könnte, wenn die zwei auf Nutzung beruhenden Meilensteine zwingend erreicht werden müssten und die beiden auf Geräteverbreitung beruhenden Meilensteine allein als Frühwarn-Indikator verwendet würden. Frühwarnung deshalb, weil ein potenzieller Rückgang der Verkaufszahlen stationärer Geräte aufzeigt, dass Hörerinnen und Hörer tendenziell andere Zugangswege zu Radioprogrammen und Audiostreaming-Inhalten bevorzugen, was sich zeitverzögert potenziell auch in der Nutzung niederschlagen würde.

Die beiden Szenarien Kontinuität und Konsolidierung deuten darauf hin, dass die Nutzung von DAB+ und Radiostreaming ab etwa 2027/2028 den Schwellenwert von 70 Prozent der gesamten Radionutzung überschreiten könnten (siehe Abbildung 43). Die Modellannahmen gehen aber auch davon aus, dass – ohne weitere Maßnahmen – auch im Jahr 2033 noch eine kommerziell relevante UKW-Tagesreichweite von 16 Prozent erreicht werden könnte.

In diesem Zusammenhang wird es neben den Kriterien auch auf die Orchestrierung des Umstiegs der verschiedenen Marktteilnehmer-Segmente ankommen. Wie das Beispiel Finnland gezeigt hat, kann es aus strukturellen Gründen sinnvoll sein, den UKW-Ausstieg für öffentlich-rechtliche Radioprogramme und große landesweite und regionale Privatradios anders zu terminieren als jenen der Lokalradios. Der jetzt diskutierte UKW-Ausstieg des BR, zwölf Monate vor den Privatradios, könnte dazu beitragen, sowohl die Tagesreichweiten seiner Radioprogramme von UKW auf DAB+ zu migrieren als auch mit den ab 2028 möglichen Budgetrestriktionen erfolgreich umzugehen. Zum Vorteil des gesamten bayerischen Radiomarkts würde sich dies aber nur auswirken, wenn der daraus resultierende



UKW-Reichweitenverlust der BR-Radioprogramme so gering wäre, dass die für die Werbewirtschaft ausschlaggebende Gesamtreichweite des Radios nicht beeinträchtigt wäre. Der mögliche Effekt auf den Verkauf von DAB+-Geräten ist hingegen vernachlässigbar.

### 5.6.3 Fazit

Die Szenarioanalyse hat von den jeweiligen Hypothesen unabhängig aufgezeigt, dass der Erfolg des Migrationsvorhabens allein durch die Nutzung von DAB+- und Radiostreaming-Programmen durch die Bevölkerung bestimmt werden wird. Es konnten keine plausiblen, objektivierbaren Kriterien identifiziert werden, die eine Vorabbestimmung eines „richtigen“ UKW-Abschalttermins ermöglichen würden. Hingegen sprechen die Erfahrungen in anderen Ländern und weitere Erkenntnisse dieser Studie dafür, dass die von der BLM vorgeschlagene Vorgehensweise, den Zeitpunkt und zeitlichen Vorlauf einer UKW-Abschaltung an empirisch messbaren Schwellenwerten festzumachen, erfolgversprechender ist, sofern diese Kriterien das Verhalten der in ihren Entscheidungen souveränen Hörerinnen und Hörer realistisch abbilden und marktsegmentspezifische Unterschiede berücksichtigen.

Dies bedeutet im Gegenzug aber auch, dass ein einseitig an den bestehenden gesetzlichen Rahmen gebundenes Verfahren zur Festlegung der Laufzeiten der UKW-Frequenzzuweisungen beziehungsweise einer letztmaligen Auslaufzuweisung einen UKW-Ausstieg potenziell zu einem Zeitpunkt erzwingen könnte, zu dem die Marktentwicklung noch nicht weit genug fortgeschritten ist, um substantielle kommerzielle Nachteile für die bayerischen Radioanbieter und nachteilige Effekte auf die Strukturen im bayerischen Radiomarkt insgesamt auszuschließen. Die Möglichkeit des Eintretens einer solchen Situation sollte, im Interesse aller Marktteilnehmer im bayerischen Radiomarkt, durch die Weiterentwicklung des aktuellen Migrationskonzeptes ausgeschlossen werden.

## 5.7 Beobachtungen und Schlussfolgerungen

Die Szenarioanalyse betrachtet potenzielle Entwicklungen der UKW/DAB+-Migration in Bayern unter verschiedenen hypothetischen Bedingungen und bietet plausible Einblicke in die zukünftige Entwicklung, ohne jedoch den Anspruch zu erheben, exakte Prognosen zukünftiger Entwicklungen zu geben.

### **Entwicklung von Audionutzung, Marktanteilen und Werbeumsätzen**

- Die Radionutzung bleibt auf hohem Niveau, mit einem additiven Wachstum von Audio-streaming.
- Der Wettbewerb im bayerischen Radiomarkt findet primär zwischen Radioanbietern aus Bayern und deutschlandweiten DAB+-Programmen statt, die bis 2033 einen Marktanteil von 25 Prozent erreichen könnten.
- Das Risiko einer radikalen Verdrängung der Radioanbieter durch Audiostreaming-Plattformen ist aus heutiger Sicht nicht erkennbar wahrscheinlich.



### UKW-Kostenentwicklung

- Die Auswirkungen unterschiedlich hoher UKW-Kostenerhöhungen wurden untersucht, es wird jedoch keine signifikante Verschlechterung der Profitabilität bayerischer Radios erwartet.
- Strukturelle Probleme im bayerischen Lokalradiomarkt sind nicht von den UKW-Kosten abhängig.

### DAB+-Geräteausstattung und -Nutzung

- Bis 2033 werden 40 Prozent der bayerischen Haushalte mindestens ein DAB+-Gerät besitzen.
- DAB+ und Radiostreaming könnten bis etwa 2028 einen Anteil von 70 Prozent an der Tagesreichweite des Radios in Bayern erreichen.
- Es wird notwendig sein, sektorspezifische Schwellenwerte zu definieren, um einen erfolgreichen Migrationsprozess für alle Radiomarktteilnehmer sicherzustellen.

### Einfluss von Reichweitenverlusten

- Reichweitenverluste werden kommerziell relevante Auswirkungen auf die bayerischen Radioanbieter haben; besonders hart würde es diejenigen Radioanbieter treffen, die bereits heute eine niedrige oder negative Profitabilität aufweisen.
- Die Absicherung der Reichweite sollte deshalb das Kernziel eines weiterentwickelten Migrationskonzepts sein.

### Abschaltkriterien und Orchestrierung der Abschaltung

- Die derzeit diskutierten Steuerungsgrößen zur Bestimmung der Laufzeit zukünftiger UKW-Frequenzzuweisungen beruhen jeweils zur Hälfte auf dem Verbreitungsgrad von DAB+-Radios und auf der Nutzung von DAB+- und Radiostreaming-Programmen.
- Die Szenarioanalyse zeigt, dass durch eine Fokussierung der Kriterien auf Nutzung und deren konsequenter Anwendung, potenziell aus einer verfrühten UKW-Abschaltung resultierenden Risiken reduziert werden könnten.

## 5.8 Fazit Entwicklungsszenarien

Die Szenarioanalyse hat gezeigt, dass der heutige Stand des UKW/-DAB+-Migrationsvorhabens gute Voraussetzungen bietet, um diesen Prozess in den nächsten Jahren zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen. Sie verdeutlicht aber auch die Herausforderungen und Chancen der UKW/DAB+-Migration in Bayern und die Notwendigkeit einer fundierten Entscheidungsfindung in diesem Prozess, der allen Beteiligten ein hohes Maß an Flexibilität abverlangt, ihr unternehmerisch-regulatorisches Verhalten an unerwartete Veränderungen von Technik- und Marktentwicklungen anzupassen. Feste Abschaltzeiten wären vor diesem Hintergrund im betrachteten Zeitraum kontraproduktiv.

## 6 Conclusio

### Es gibt keine zweite Chance

Der bayerische Radiomarkt ist inmitten eines dynamischen digitalen Transformationsprozesses und behauptet sich gut im Jahr 2023. Die tägliche Radiohörzeit bleibt hoch, was die anhaltende Relevanz des Radios für die Menschen unterstreicht. Im Vergleich zum Fernsehen sind lineare Radioprogramme widerstandsfähiger gegenüber dem Einfluss von Streaming-Plattformen.

Die Migration von analogem UKW zu digitalen Technologien wie DAB+ und Radiostreaming hat in Bayern bereits Fortschritte gemacht. Dennoch nutzen einige Menschen nach wie vor UKW oder Streaming, und es bleibt unklar, welchen Technologien die Zukunft gehört. Daher ist es entscheidend, die nächsten Schritte in der Migrationsstrategie sorgfältig zu planen, um die bestehende Bindung der Hörer ans Radio zu bewahren und die Vielfalt des Radiosystems in Bayern langfristig zu sichern.

Die Ergebnisse dieser Studie sowie die untersuchten internationalen Fallbeispiele zeigen in drei Feldern besonderen Handlungsbedarf auf. Um eine wirtschaftlich reibungslose digitale Transformation des bayerischen Radiomarkts und der heimischen Radiounternehmen zu erreichen, wird es erfolgskritisch sein

- einen Automatismus zu verhindern, der aufgrund gesetzlicher Vorschriften eine UKW-Abschaltung erzwingt, obwohl die marktseitigen Voraussetzungen für einen vollständigen Umstieg auf DAB+ noch nicht bestehen,
- Schlüsselkennzahlen und Schwellenwerte für die verschiedenen Segmente des bayerischen Radiomarkts (lokal, regional, landesweit) zu definieren, die einen eindeutigen Zusammenhang zwischen der Nutzung von DAB+-Programmen und den werbeerlöskritischen Tagesreichweiten herstellen,
- ein Prozess zu definieren, der verbindlich festlegt, wie sich die Dauer der UKW-Frequenzzuweisungen sowie ein möglicher Abschalttermin von diesen Schlüsselkennzahlen herleitet und wie in dem Fall verfahren wird, wenn die definierten Schwellenwerte nicht erreicht werden,
- nicht davon auszugehen, dass die weitere Entwicklung des bayerischen Radiomarktes und des Audiomarktes zwingend linear weiterläuft und für den Fall disruptiver Entwicklungen die notwendigen strategischen Gestaltungsspielräume und Flexibilität zu erhalten, insbesondere auf die Option Fortführung der UKW-Verbreitung vollständig auszuschießen.

Die Zeiten, in denen neue Technologien automatisch genutzt werden, sind vorbei. Das Publikum hat die Wahl und bestimmt, welche Technologie es nutzt. Die aktuellen gesetzlichen Regelungen in Bayern haben möglicherweise nicht Schritt gehalten mit den veränderten Marktdynamiken und könnten die Ziele des UKW/DAB+-Migrationsvorhabens,

### Conclusio

insbesondere die Sicherung der Angebotsvielfalt und der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Radiosender, gefährden.

Der bayerische Radiomarkt ist äußerst vielfältig und umfasst unterschiedliche Marktsegmente, die unterschiedliche Rahmenbedingungen benötigen. Eine differenziertere regulatorische Herangehensweise wäre wünschenswert, um den verschiedenen Radiosendern die besten Voraussetzungen für die Migration zu bieten.

Darüber hinaus sind einige Lokalradios wirtschaftlich herausgefordert und stehen auch im Zuge der digitalen Transformation vor besonderen finanziellen Schwierigkeiten. Da Radio in Bayern auch einen gesellschaftlichen Auftrag erfüllt, sollte erwogen werden, bewährte Finanzierungsmodelle aus anderen Ländern zu übernehmen, um Radiosender in strukturschwachen Radiomärkten zu unterstützen.

Schließlich ist es Aufgabe der Radiobranche selbst, die Hörerinnen und Hörer auf ihrem digitalen Transformationspfad mitzunehmen. In einer Welt, in der das Publikum nahtlos zwischen UKW, DAB+ und Streaming wechseln kann, müssen Radiosender auch über das Programm hinaus aus der Perspektive des Publikums denken. Die Integration von DAB+- und Streaming-Programmen auf einem Gerät und die Nutzung von Künstlicher Intelligenz sind mögliche Schritte in diese Richtung.

Der Abschluss der Migration zu DAB+ und die UKW-Abschaltung sind nur Meilensteine auf dem Weg. Die Radio- und Audiomedienbranche in Bayern muss sich darauf vorbereiten, selbst zur Plattform zu werden und im globalen Wettbewerb zu bestehen. Es ist von entscheidender Bedeutung, dass der Migrationsprozess im bayerischen Radiomarkt im ersten Versuch erfolgreich ist, denn eine zweite Chance wird es voraussichtlich nicht geben.



## Literaturverzeichnis

---

**2HMforum (2023):**

Marktforschung Radiomarkt Bayern.

**AG DigiMig (2014):**

Von UKW zu DAB+ - Schlussbericht der Arbeitsgruppe Digitale Migration.

**AG DigiMig (2023):**

*Die digitale Radionutzung in der Schweiz - Trendanalyse Frühling 2023.*

**AGMA (12. 7 2023):**

ma Audio II 2023 - Pressetabellen zur Berichterstattung. Von <https://www.radioszene.de/177227/media-analyse-ma-2023-audio2.html> abgerufen

**Baehre, S., O'Dwyer, M., O'Malley, L., & Lee, N. (2022):**

The use of Net Promoter Score (NPS) to predict sales growth: insights from an empirical investigation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 67-84.

**BAKOM (2022):**

Strukturbericht - Stand und Entwicklung der Radio- und Fernsehlandschaft in der Schweiz 2015-2020.

**BAKOM (2023):**

RTV Datenbank. Von <https://rtvdb.ofcomnet.ch/de> abgerufen

**BAKOM (2023b):**

Kennzahlen zu DAB+ in der Schweiz

**BLM (2012):**

Geschäftsbericht 2012.

**BLM (2022):**

Wellenspiegel 2022.

**BLM (2022a):**

Geschäftsbericht 2022.

**BLM (2022b):**

Medienwirtschaftliches Kennzahlensystem der BLM: Marktbefragung Hörfunk Sommer 2022.

**BLM (2023):**

Audio Trends 2023 - Zusatzanalysen Bayern.

**BLM (2023a):**

DAB+ Netze in Bayern - Juli 2023.

**BLM (2023b):**

Audiostrategie 2025 - August 2023.

**BLM (2023c):**

Audiostrategie 2025 - Auszüge - September 2023.

**Bundesamt für Statistik (2023):**

Radio: Nutzung nach Sprachregionen. Von <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung/radio/radio-nutzung-assetdetail.24785009.html> abgerufen

**FM Scan (2023):**

Radio Frequencies & Transmitter Maps worldwide. Von <https://fmscan.org/index.php> abgerufen

**Fuhr, M (2023):**

*DAB+-Anbieter: Ohne UKW-Abschaltung droht Sendersterben.* Von <https://www.teltarif.de/digitalradio-dab-plus-ukw-abschaltung/news/92545.html#:~:text=2023%2012%3A25-,DAB%2B%2DAnbieter%3A%20Ohne%20UKW%2DAbschaltung%20droht%20Sendersterben,Ohne%20Perspektive%20droht%20ein%20Aus.&text=Das%20Thema%20UKW%2DAbschaltung%20i> abgerufen

**Gattringer, K., & Klingler, W. (2015):**

Radio behauptet sich im digitalen Zeitalter - ma 2015 Radio II: Methodische Neuerungen und aktuelle Ergebnisse der Radioforschung. Media Perspektiven, S. 397-411.

**IGEM (2023):**

Netflix verliert Publikum, Podcasts boomen. persönlich, S. 94-96.

**Kantar (2018-2023):**

Funkanalyse Bayern - Datenbericht Empfangswege.

**Kantar (2019):**

Funkanalyse Bayern - Hörfunk.

**Kantar (2023):**

Funkanalyse Bayern - Hörfunk.

**Kantar (2023a):**

Funkanalyse Bayern - Empfangsarten im Trend 2018-2023.

**Kantar Norway (2023):**

Medieutviklingen og kampen om publikums ører.

**KEF (2022):**

23. Bericht.

**Medianorway (2023):**

Number of Norwegian Radio Channels. Von <https://www.medienorge.uib.no/english/?cat=statistikk&page=radio&queryID=171> abgerufen

**Mediapulse (2015):**

Jahresberichte Deutschschweiz, Suisse romande, Svizzera italiana.

**Mediapulse (2022):**

Jahresbericht Deutschschweiz, Suisse romande, Svizzera italiana.

**Medietilsynet (2017):**

Økonomien i Norske Medieverksemder 2012 til 2016.

**Medietilsynet (2019):**

FM etter 2021.

**Medietilsynet (2022):**

Norsk medieøkonomi 2017–2021 - Ein rapport om den økonomiske utviklinga i norske medieverksemdar.

**Möbus, P., & Heffler, M. (2022):**

Werbemarkt 2021 (Teil 1) - Entwicklungen auf Basis der Brutto-Werbestatistik. Media Perspektiven, S. 117-128.

**Möbus, P., & Heffler, M. (2022a):**

Werbemarkt 2021 (Teil 2) - Ergebnisse auf Basis der ZAW-Nettostatistik. Media Perspektiven, S. 282-287.

**Nielsen. (2023):**

Radiolytting i Norge - Årsrapport 2022.

**Norsk Lokalradioforbund (2022):**

Innspill til «veivalg for frekvensforvaltningen mot 2030».

**Norwegian Ministry of Culture (2023):**

Broadcasting and on-demand audiovisual services. Von <https://www.regjeringen.no/en/topics/culture-sports-and-non-profit-work/film-og-medier/innsiktsartikler/broadcasting/id2000629/> abgerufen

**OAM (2023):**

Online-Audio-Monitor - Ausgewählte Ergebnisse für Bayern, September 2023.

**Ofcom (2018):**

Media nations UK 2018.

**Ofcom (2023):**

Media Nations UK 2023.

**Ofcom (2023a):**

DAB+ radio.

**Radiocentre (2023):**

Ad Revenues and Forecasts. Von <https://www.radiocentre.org/the-audio-market/ad-revenues-and-forecasts/> abgerufen

**RAJAR. (2023):**

Glossary of Terms. Von <https://www.rajar.co.uk/content.php?page=glossary#:~:text=for%20all%20listeners.-,Weekly%20Reach,minutes%20within%20that%20quarter%2Dhour.> abgerufen

**RAJAR: (2023a):**

Market Information - Summary of Radio Listening.

**RTR Medien (2023):**

Online Monitor Austria 2023. Wien.

**Statista (2023):**

Entwicklung der durchschnittlichen täglichen Radiohördauer in Deutschland in den Jahren 1995 bis

[Literaturverzeichnis](#)

2022 (in Minuten). Von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/4554/umfrage/radiohoerentaegliche-dauer-seit-1995/#:~:text=Die%20Radioh%C3%B6rdauer%20in%20Deutschland%20ist,je-weils%20%C3%BCber%20200%20Minuten%20erreicht.> abgerufen

**UK Government (2021):**

Digital Radio and Audio Review.

**Walser, C. (2023):**

Streit um UKW-Abschaltung - Schawinski setzt sich bei Röstli durch. Von <https://www.tagesanzeiger.ch/radio-ukw-abschaltung-streit-schawinski-setzt-sich-gegen-roesti-durch-116111202331> abgerufen

**WILA RUNDFUNK (2019):**

Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2018/19.

**worldDAB (2020):**

Norway - one year later (updated version).



## Verzeichnis der Interviews

---

Antenne Bayern	Felix Kovac, Doris Grau, Markus Haas
BLM	Dr. Thorsten Schmiege, Veit Olischläger
BLW / Studio Gong	Johannes Ott, Michael Reuter
Bayerischer Rundfunk	Prof. Dr. Dr. Birgit Spanner-Ulmer, Sophie Lersch
Burda Broadcast	Michael Tenbusch
Norsk Lokalradioforbund	Pål Lomeland
Radio Arabella, Verband Bayerischer Lokalrundfunk	Till Coenen
Radio Gong 96.3	Johannes Ott
RMS	Manuel Fuehr
Ruoss AG	Markus Ruoss

## Ansprechpartner/Impressum

---

### Christine Völzow

Abteilung Wirtschaftspolitik

Telefon 089-551 78-251  
[christine.voelzow@vbw-bayern.de](mailto:christine.voelzow@vbw-bayern.de)

### Dr. Peter J. Thelen

Abteilung Planung und Koordination

Telefon 089-551 78-333  
[peter.thelen@vbw-bayern.de](mailto:peter.thelen@vbw-bayern.de)

## Impressum

Alle Angaben dieser Publikation beziehen sich ohne jede Diskriminierungsabsicht grundsätzlich auf alle Geschlechter.

### Herausgeber

**vbw**  
Vereinigung der Bayerischen  
Wirtschaft e. V.

Max-Joseph-Straße 5  
80333 München

[www.vbw-bayern.de](http://www.vbw-bayern.de)

© vbw November 2023

### Weiterer Beteiligter

Convergent Media Consulting  
Dr. Bertold Heil

Telefon +43 676 40 26 240  
[bertold.heil@convergentmedia.at](mailto:bertold.heil@convergentmedia.at)  
[www.convergentmedia.at](http://www.convergentmedia.at)