

Die bayerische Wirtschaft

Medienrat der BLM

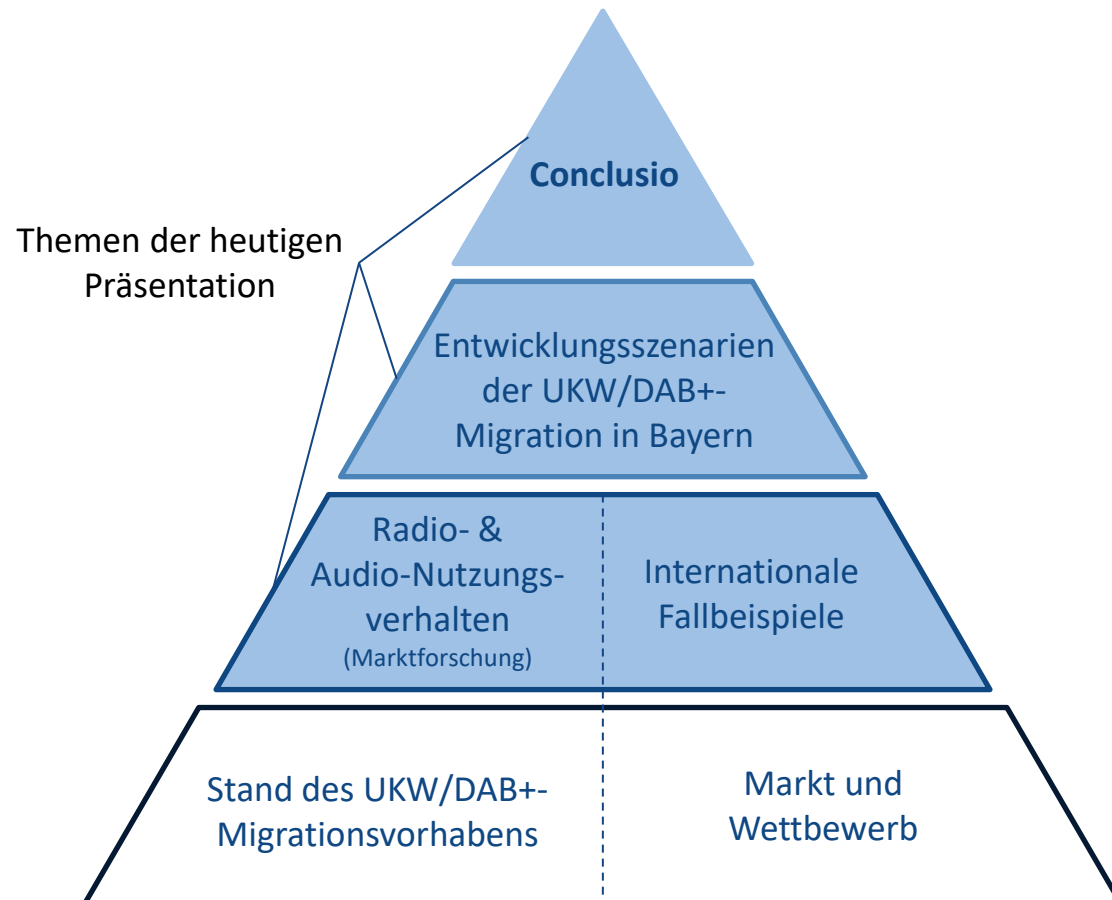
# UKW/DAB+ Umstellung und der bayerische Radiomarkt

**vbw**

09. November 2023

Dr. Bertold Heil, Convergent Media Consulting, Wien

# UKW/DAB+ Umstellung und der bayerische Radiomarkt



# Agenda

---

**01**    **Radio- und Audio-Nutzungsverhalten**

---

02    Internationale Fallbeispiele

---

03    Entwicklungsszenarien

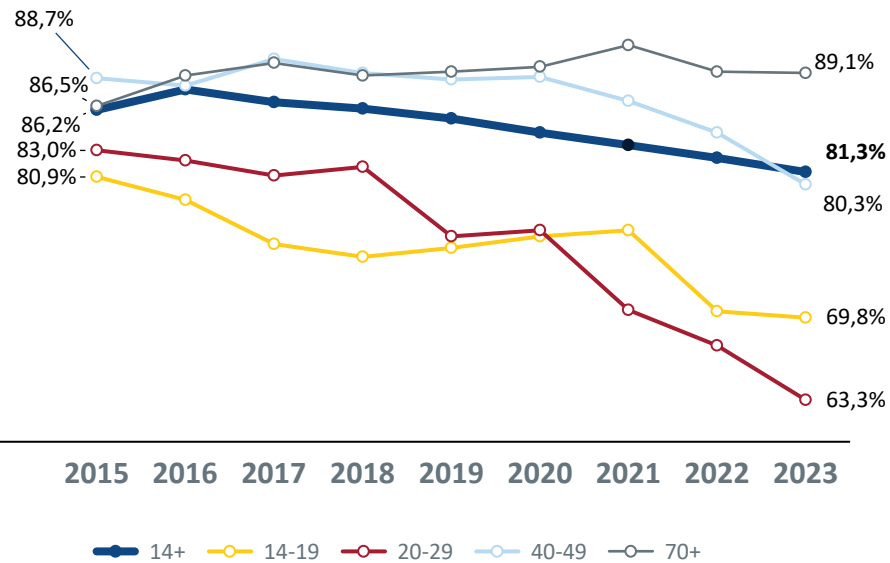
---

04    Conclusio

---

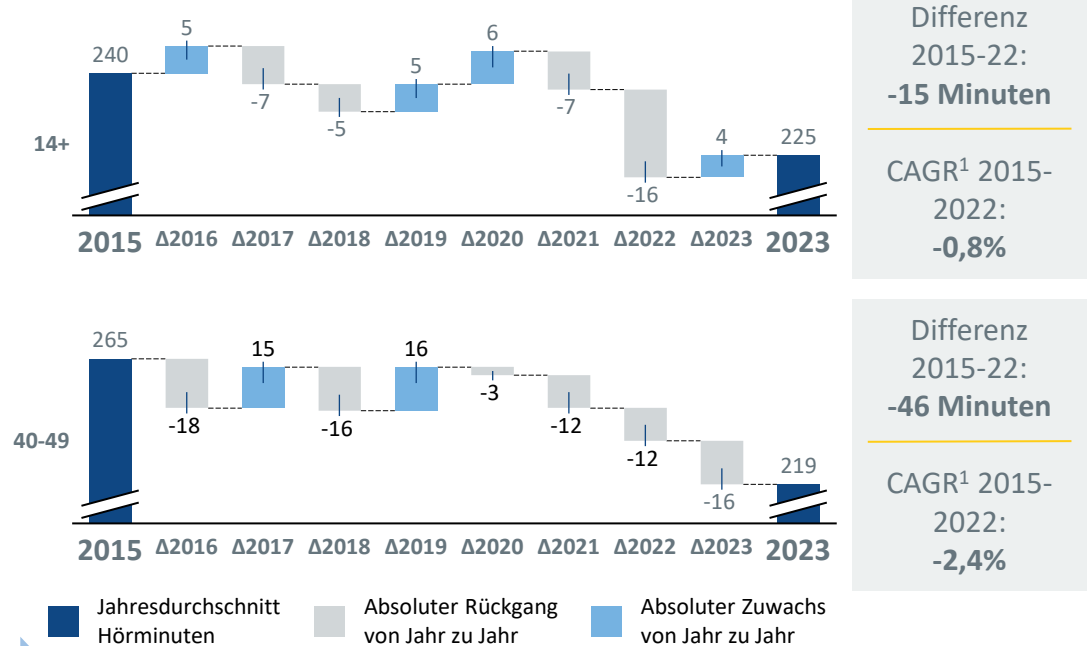
# Tagesreichweite und Nutzung von Radioprogrammen

## Tagesreichweite (TRW) von Radioprogrammen in Bayern



Nur noch 63 Prozent der unter 29-jährigen Menschen in Bayern hören 2023 täglich Radio, auch insgesamt geht die TRW zurück.

## Entwicklung der täglichen Radiohörminuten 2015-2023

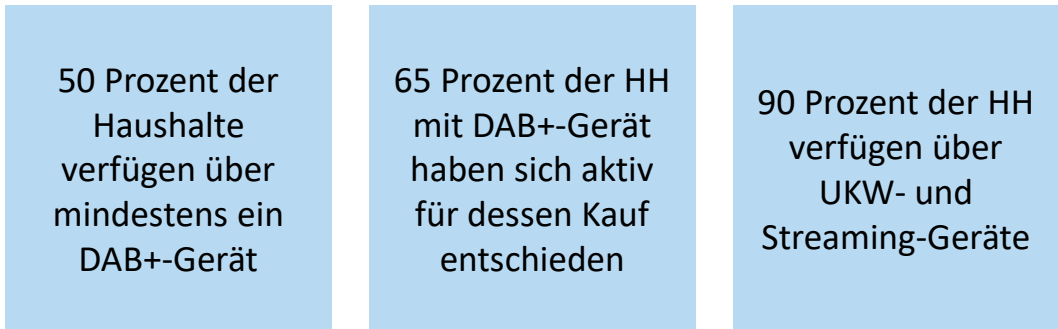


Die tägliche Hördauer ist sowohl in der Gesamtbevölkerung aber vor allem bei den 20–49-Jährigen stark rückläufig.

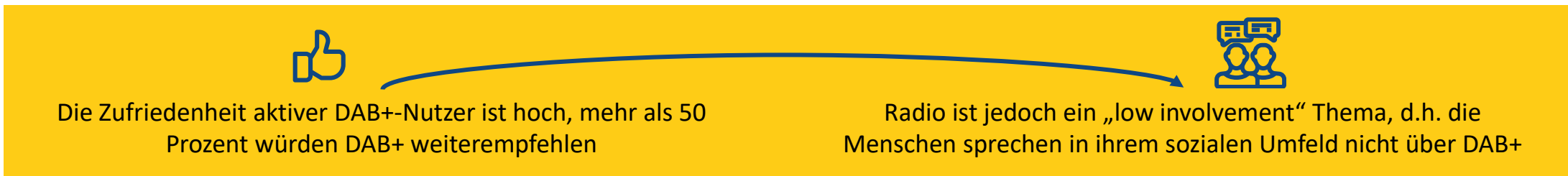
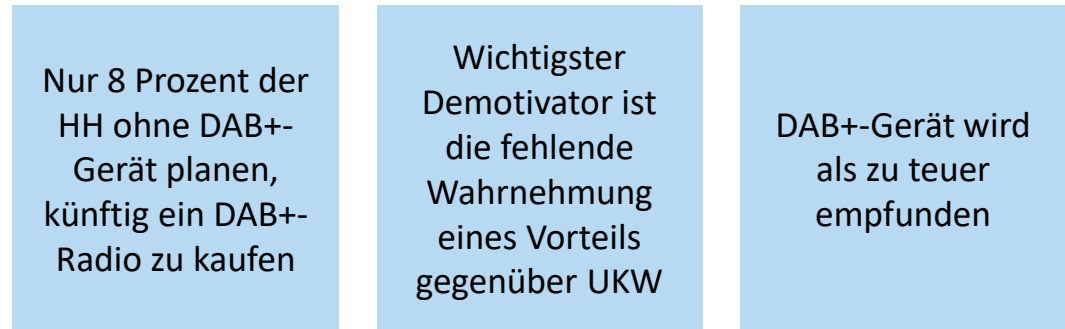
Quellen: Convergent Media Consulting auf Basis BLM Geschäftsberichte 2012-2022, BLM Wellenspiegel 2022, BLM Audiotrends 2023 – Zusatzanalysen Bayern.

# DAB+ aus der Perspektive der Hörerinnen und Hörer

## Haushaltsausstattung in Bayern 2023



## DAB+-Geräte Kaufmotivation in bisher «abstinenten» HH



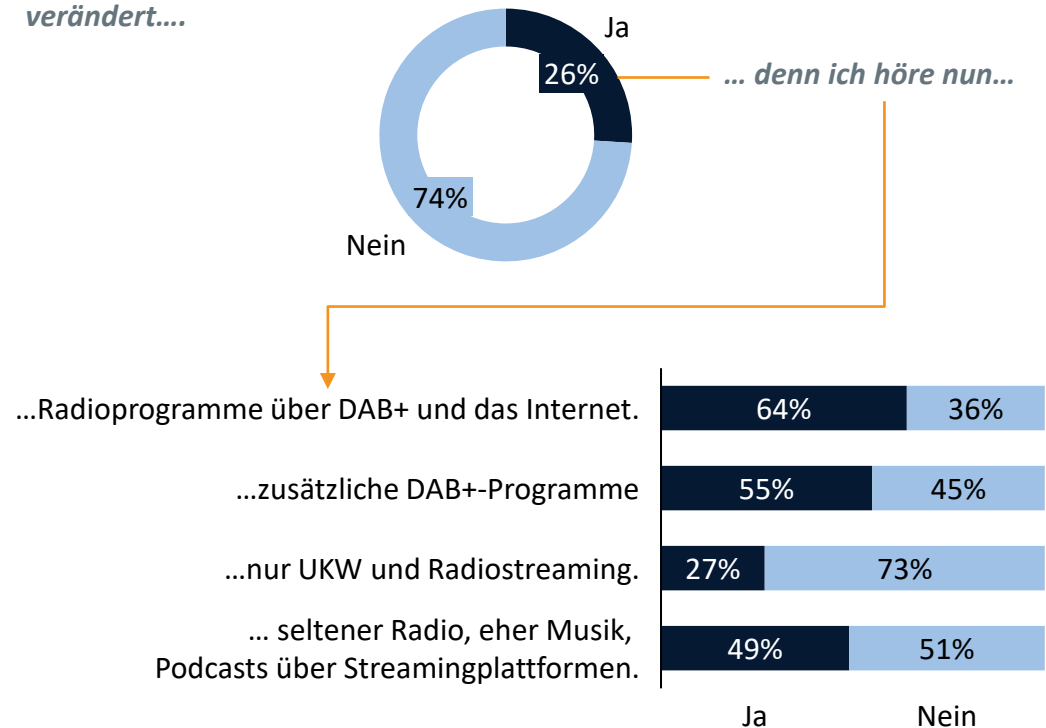
Virale Effekte oder Mundpropaganda werden kaum zu einem Anstieg der DAB+-Kauf- und Nutzungsentscheidungen beitragen

Quellen: Convergent Media Consulting auf Basis 2HMforum 2023.

# Wirkung des vergrößerten digitalen Programmangebots

## Angebotsbedingte Verhaltensänderung (Marktforschungsergebnisse)

Mein Nutzungsverhalten hat sich durch das größere Radioprogrammangebot verändert....



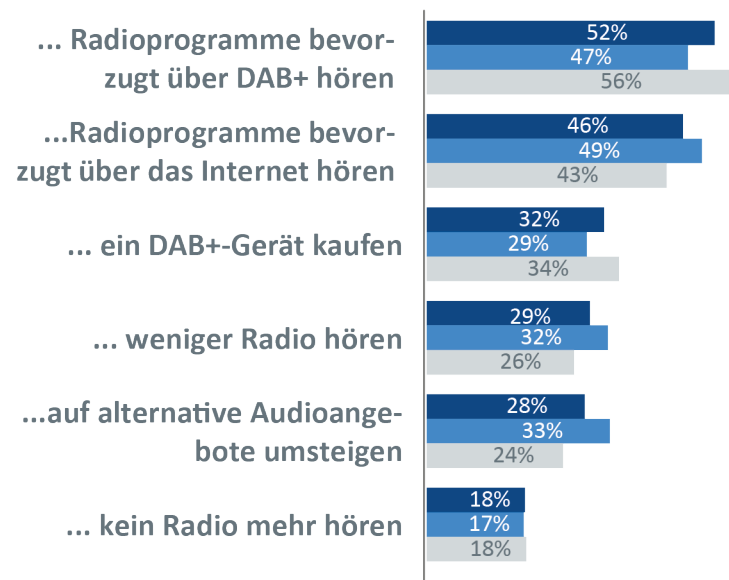
- Nur ein Viertel der Gesamtbevölkerung gibt an, das größere Radioprogrammangebot aktiv zu nutzen
- Trotzdem haben sich die Marktanteile der bundesweiten DAB+-Radios in Bayern seit 2018 verdoppeln können
- Personen mit verändertem Hörverhalten empfangen Radioprogramme primär über DAB+ und Streaming
- Weniger als ein Drittel hört Radio nur über UKW und Streaming
- Fast die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer mit verändertem Hörverhalten hört seltener Radio und eher alternative Audioinhalte
- Bayerische Radioanbieter sind somit von zwei Seiten Druck ausgesetzt – von bundesweiten Radioprogrammen und alternativen Streamingangeboten

Quellen: Convergent Media Consulting auf Basis 2HMforum 2023.

# Verhalten im Falle einer UKW-Abschaltung

## Beabsichtigte Verhaltensänderungen des Radiopublikums (Marktforschungsergebnisse)

Im Falle einer UKW Abschaltung werde ich...



Zustimmung in der jeweiligen Altersgruppe

	14-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
... Radioprogramme bevorzugt über DAB+ hören	55%	48%	48%	50%	56%	52%
... Radioprogramme bevorzugt über das Internet hören	59%	51%	50%	47%	36%	32%
... ein DAB+-Gerät kaufen	35%	34%	36%	24%	31%	32%
... weniger Radio hören	30%	31%	35%	28%	29%	22%
... auf alternative Audioangebote umsteigen	57%	41%	35%	14%	16%	8%
... kein Radio mehr hören	18%	23%	17%	16%	20%	13%

17% der 40-49 Jährigen beabsichtigen nach einer UKW-Abschaltung kein Radio mehr zu hören.

- Hörerinnen und Hörer planen zu gleichen Teilen UKW-Nutzung durch DAB+ oder Streaming zu ersetzen
- Nur ein Drittel plant den Kauf eines DAB+-Geräts
- In jüngeren Altersgruppen besteht das Risiko eines Umstiegs auf alternative Audioangebote

Quellen: Convergent Media Consulting auf Basis 2HMforum 2023.

# Agenda

---

01 Radio- und Audio-Nutzungsverhalten

---

**02 Internationale Fallbeispiele**

---

03 Entwicklungsszenarien

---

04 Conclusio

---



# Übersicht der internationalen Fallbeispiele

	Norwegen	Schweiz	Großbritannien
<b>DAB+-Gerätepopulation</b>	→	→	↓
<b>Tagesreichweite Radio</b>	↓	↓	↓
<b>Hördauer/Radionutzung</b>	→	↓	↓
<b>UKW-Abschaltkriterien</b>	50% digitale Nutzung 70% DAB+-HH	Nicht definiert	50% digitale Nutzung Seit 2022: UKW-Nutzung < 15%
<b>Umgesetzte UKW-Abschaltung</b>	Nur landesweite Radios, keine Lokalradios	Nein	Nein
<b>Kommerzielle Effekte UKW/DAB+-Migration</b>	Nationale Radioflotten profitieren, Lokalradios verlieren	DAB+ only Radios erzielen keine Umsätze, UKW-Reichweite bleibt einzige Währung	Reichweite wird technologieneutral verstanden, Verbreitungsweg irrelevant
<b>Umgang mit UKW-Frequenzen</b>	Lokalradios erhalten bis auf Weiteres UKW-Frequenzen	Verlängerung aller UKW-Frequenzen vorerst bis 2026	Verlängerung aller UKW-Frequenzen vorerst bis 2030+2

UKW-Abschaltung hat trotz erreichter Schwellenwerte zu Marktverwerfungen zulasten der Lokalradios geführt

DAB+/Radiostreaming-Nutzung bei jeweils 40%, Substitutionsrisiko Radio durch Audiostreaming besteht

Trotz bereits erreichter digitaler Radionutzung > 50% wurde UKW-Abschaltungsentscheidung auf 2030 vertagt

Quellen: Convergent Media Consulting 2023.

# Agenda

---

01 Radio- und Audio-Nutzungsverhalten

---

02 Internationale Fallbeispiele

---

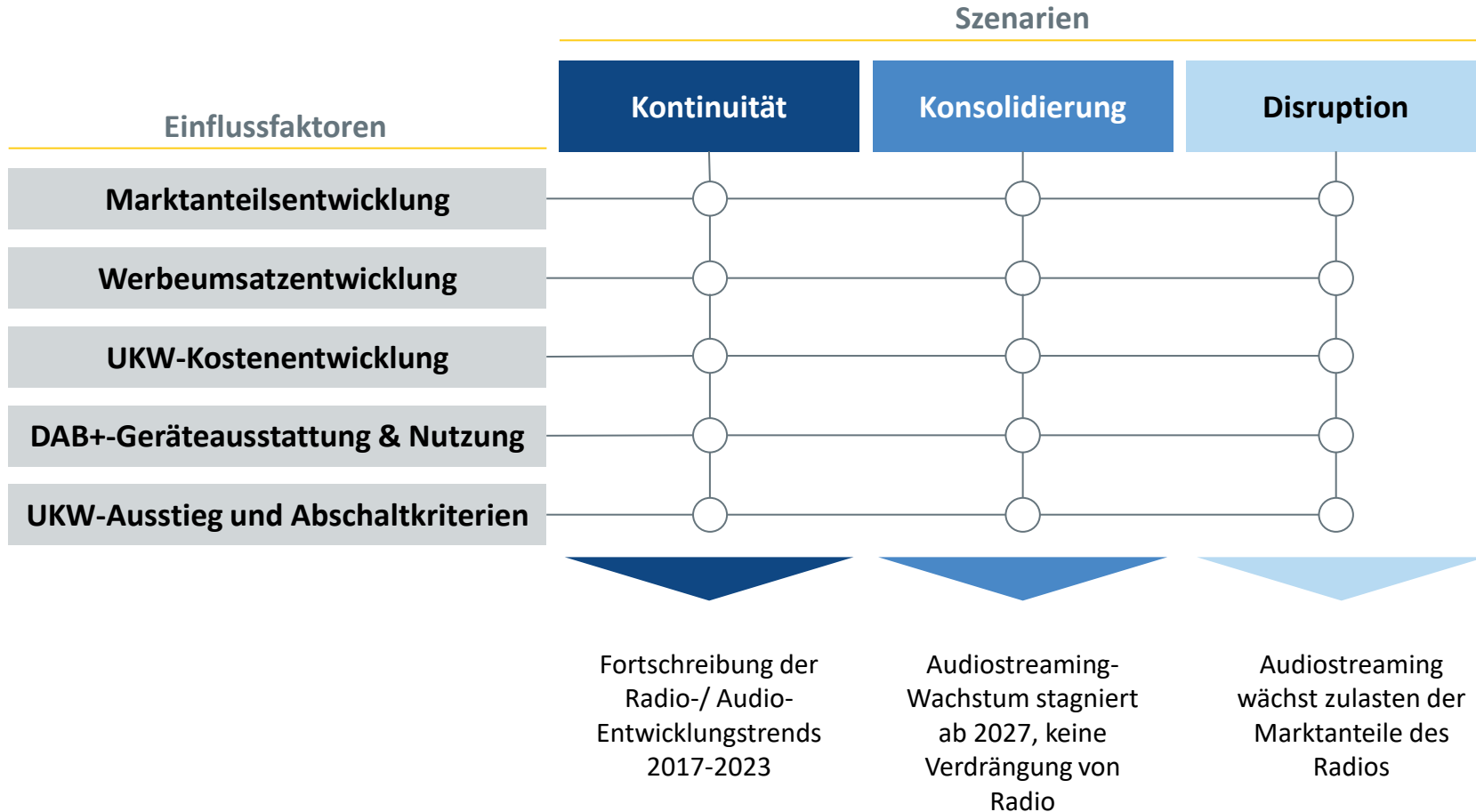
**03 Entwicklungsszenarien**

---

04 Conclusio

---

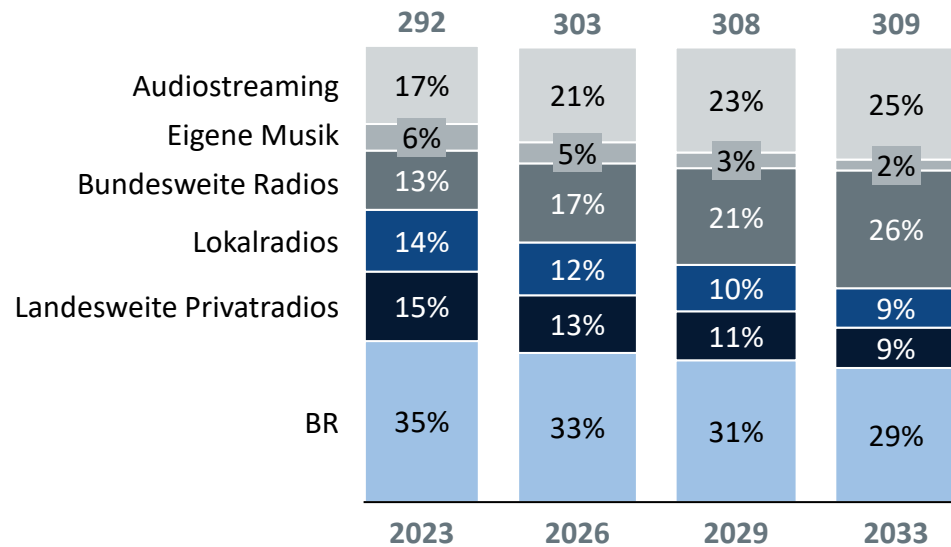
# Untersuchte Einflussfaktoren und Szenarien



Quellen: Convergent Media Consulting 2023.

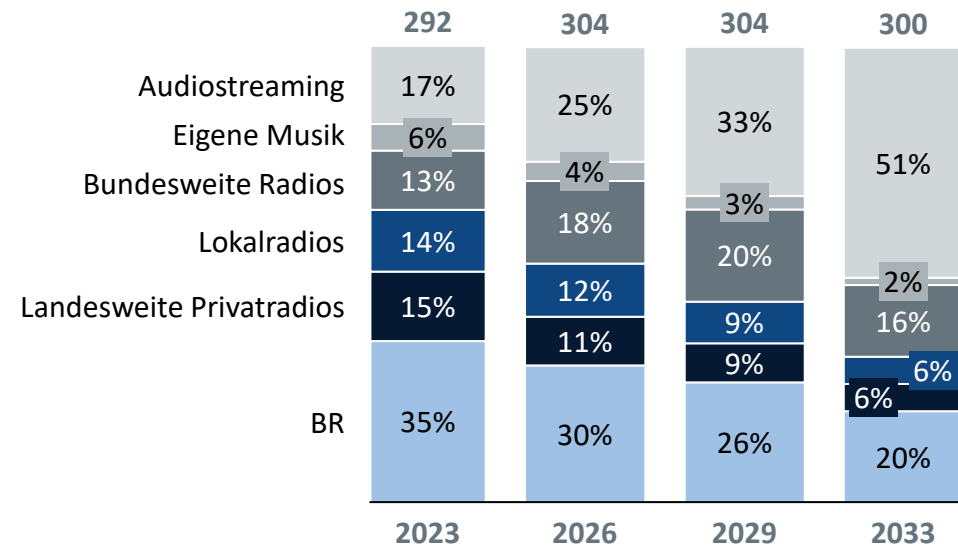
# Hypothetische Entwicklung der Marktanteile

## Szenario «Kontinuität»



Würden sich bisherige Entwicklungstrends bis 2033 fortsetzen, könnten bundesweite Radios ihren Marktanteil hypothetisch zulasten bayerischer Privatradioprogramme verdoppeln.

## Szenario «Disruption»



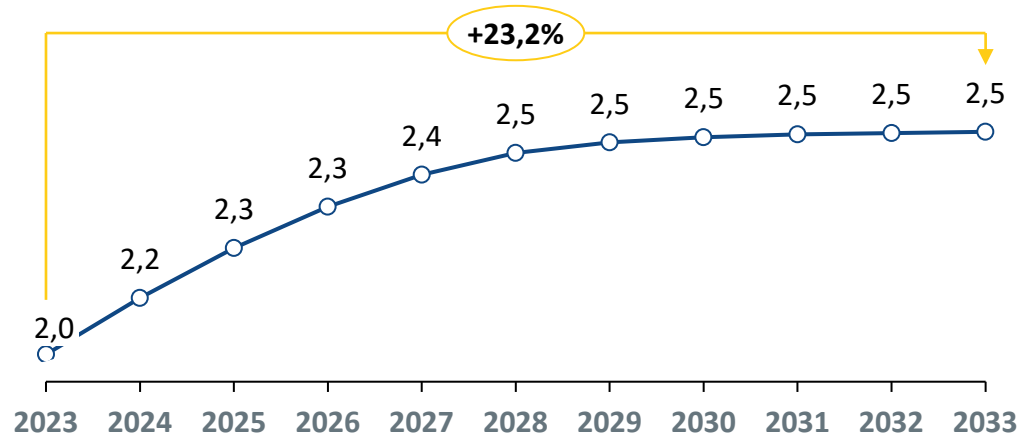
Würde Radio massenhaft durch Audiostreaming ersetzt, würde der Marktanteil der Radios hypothetisch unter 50% sinken – der kurzfristige Eintritt dieses Szenario ist jedoch weniger wahrscheinlich.

Quellen: Convergent Media Consulting 2023.

# DAB+-Geräteausstattung und –Nutzung

## Entwicklung Haushalte mit stationärem DAB+-Gerät

Szenario  
Kontinuität



Anteil der Haushalte mit stationärem DAB+-Gerät an allen Haushalten in Bayern (2023: 6,3 Millionen)

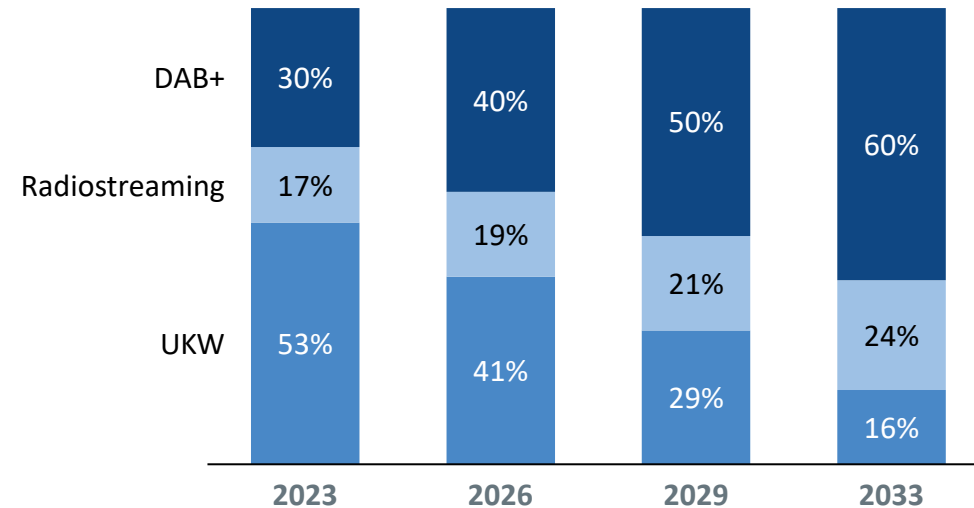
**32% 34% 36% 37% 38% 39% 39% 40% 40% 40% 40%**

Stationäre DAB+-Radios setzen aktive Kaufentscheidungen voraus, sie sind ein aussagekräftigerer Indikator für Nutzungsinteresse – ihr Anteil könnte ab 2030 bei 40 Prozent oder 2,5 Millionen Haushalten stagnieren.

Quellen: Convergent Media Consulting 2023.

## Entwicklung der Tagesreichweiten der Radiotechniken

Szenario  
Kontinuität



Würde diese Entwicklung eintreten, könnte im Jahr 2033 eine digitale Nutzung von mehr als 80 Prozent erreicht werden, UKW hätte aber immerhin noch 16 Prozent Tagesreichweite.

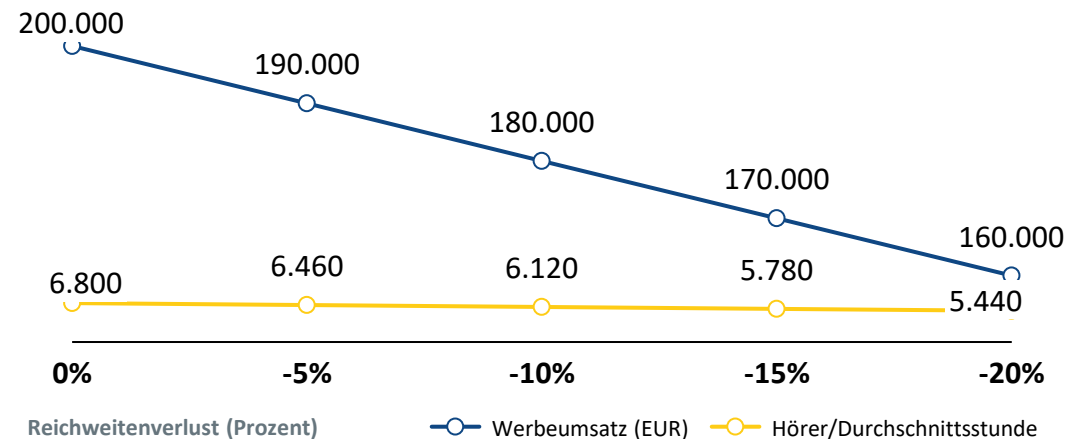
# Risiken von Reichweitenverlusten nach UKW-Ausstieg

## Reichweite als Funktionsvoraussetzung des Radiomarktes

- Werbewirtschaft bucht die Mediengattung Radio als einziges Massenmedium, das über 80% der Menschen in Bayern mehrmals täglich zuverlässig erreicht
- Kommerziell ausschlaggebend ist deshalb nicht nur die Reichweite der Privatradios, sondern die gesamte Reichweite der Radioprogramme von BR und Privaten
- Norwegen hat gezeigt, dass eine UKW-Abschaltung mindestens temporäre Reichweitenverluste des Radios mit sich bringt
- Die Minimierung von Reichweitenverlusten nach einer UKW-Abschaltung ist für den Medienstandort Bayern erfolgskritisch, da Privatradios mit geringen Erlösen durch zusätzliche Werbeumsatzverluste, trotz wegfallender UKW-Kosten, aus dem Markt verdrängt werden könnten.

## Fiktives Beispiel: Umsatzverlust durch Reichweitenverlust

Jahresumsatz aus Funkpaket National:  $\frac{\text{EUR } 200.000}{\text{Hörer pro Durchschnittsstunde: } 6.800 \text{ Personen}} = \text{EUR } 29.412 \text{ TKP pro Jahr}$



▶ Prozentuale Reichweitenverluste wirken sich über den TKP im Verhältnis 1:1 auf den Werbeumsatz aus – alle fixen und variablen Kosten bleiben jedoch gleich.

Quellen: Convergent Media Consulting 2023.

# Implikationen für ein weiterentwickeltes Migrationskonzept

## UKW-Kostenentwicklung

- Die Auswirkungen unterschiedlich hoher UKW-Kostenerhöhungen wurden untersucht, es wird jedoch keine substantielle Verschlechterung der Profitabilität bayerischer Radios erwartet.
- Eine UKW-Abschaltung allein als Instrument zur Kosteneinsparung ist nicht sinnvoll.

## Einfluss von Reichweitenverlusten

- Reichweitenverluste würden gravierende Auswirkungen auf die bayerischen Privatradios haben; besonders hart würden jene getroffen, die schon heute eine niedrige Profitabilität aufweisen.
- Die Absicherung der Reichweite des Massenmediums Radio in Bayern sollte deshalb das Kernziel eines weiterentwickelten Migrationskonzepts sein.

## Orchestrierung der Abschaltung

- Eine rein vom gesetzlich Möglichen bestimmte UKW-Abschaltung birgt das Risiko erheblicher Nachteile für den bayerischen Radiomarkt und den Medienstandort Bayern.
- Die Fokussierung der BLM-Kriterien allein auf Nutzung und deren konsequente Anwendung, könnte die Risiken einer verfrühten UKW-Abschaltung potenziell reduzieren.

# Agenda

---

01 Radio- und Audio-Nutzungsverhalten

---

02 Internationale Fallbeispiele

---

03 Entwicklungsszenarien

---

**04 Conclusio**

---



# Conclusio I

## Die weitere Migrationsstrategie entscheidet über Hörerbindung & Radiovielfalt in Bayern

- 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
- 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 so die Vielfalt des Radiosystems in Bayern langfristig zu sichern.

# Conclusio II

Die größten Risiken für den erfolgreichen Umstieg von UKW auf DAB+/Radiostreaming resultieren aus dem vom Radiomarkt nur schwer beeinflussbaren Publikumsverhalten.

## Vom Nutzungsverhalten ausgehende Risiken der UKW/DAB+-Migration

**Die bisherige Strategie, DAB+ einzuführen** und zu erwarten, dass sich die Nutzung von DAB+-Programmen „von selbst“ bis auf UKW-Niveau entwickeln wird, **ist an ihre Grenzen gestoßen**

**Nur kleiner Teil der Bevölkerung nutzt das gewachsene DAB+-Programmangebot**, allerdings zum Nachteil bayerischer Radioprogramme, da primär bundesweite Radios zu ihren Lasten Marktanteile gewinnen

**Weniger als zehn Prozent reiner UKW- und Streaming-Haushalte planen den Kauf eines DAB+-Geräts**, Streaminggeräte hingegen sind in über 90 Prozent der bayerischen Haushalte vorhanden

Fände ein UKW-Ausstieg statt, bevor das Publikum DAB+ und Radiostreaming im gleichen Ausmaß nutzt, so würden sich diese Reichweitenverluste 1:1 in Werbeumsatzverlusten bayerischer Radioanbieter niederschlagen

Selbst im hypothetischen Fall, dass DAB+-Geräte verschenkt würden, wären montarisierbare DAB+-Reichweitzuwächse dann unwahrscheinlich, wenn das Publikum Radio- und Audiostreaming attraktiver findet.

# Conclusio III

Angesichts erheblicher Risiken wird es wichtig sein, das Wertschöpfungssystem des Radiomarktes Bayern ohne selbst verursachte Reichweitenverluste weiterzuentwickeln.

Vier Erfolgsfaktoren einer wirtschaftlich reibungslosen digitalen Transformation des bayerischen Radiomarktes

**Verhinderung eines Automatismus**, der aufgrund gesetzlicher Vorschriften eine UKW-Abschaltung erzwingt, obwohl die marktseitigen Voraussetzungen für einen vollständigen Umstieg auf DAB+ noch nicht bestehen

Definition von Schlüsselkennzahlen und Schwellenwerten für die verschiedenen Segmente des bayerischen Radiomarkts, die einen eindeutigen **Zusammenhang zwischen der Nutzung von DAB+-Programmen und den werbeerlöskritischen Tagesreichweiten herstellen**

**Verbindliche Festlegung, wie sich die Dauer der UKW-Frequenzzuweisungen sowie ein möglicher Abschalttermin aus diesen Kennzahlen herleiten** und wie in dem Fall verfahren wird, wenn die definierten Schwellenwerte nicht erreicht werden

Nicht davon auszugehen, dass sich der Radio- & Audiomarkt linear weiterentwickeln wird und **für den Fall disruptiver Veränderungen notwendige strategische Gestaltungsspielräume zu erhalten**, insbesondere die **Option zur Fortführung der UKW-Verbreitung**

Aufgrund des dynamisch-aggressiven Wettbewerbs, in dem sich der bayerische Radiomarkt und der Medienstandort Bayern befinden, gibt es nur eine Chance, die Zukunft erfolgreich mitzugestalten. Einen zweiten Versuch wird es nicht geben.

Die bayerische Wirtschaft

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

vbw

Dr. Bertold Heil

Convergent Media Consulting

T +43 676 40 26 240

bertold.heil@convergentmedia.at

Johann-Strauß-Gasse 24/35

1040 Wien

Österreich

[www.convergentmedia.at](http://www.convergentmedia.at)

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