

# AUDIOversum



# Eine Studie – Ein Universum an AUDIOerkenntnissen



In einer Welt, in der laufend **neue technologische Entwicklungen** das **Nutzungsverhalten** von (Massen-) Medien **verändert** und beeinflusst, sind Marketingexperten und Werbetreibende zunehmend verunsichert, wie und wo ihre Zielgruppe Medien konsumieren.

Je nach Mediengattung ergeben sich daher **viele neue, offene Fragen**.

Im **konkreten Fall Audio** lauten diese zum Beispiel:

Wird Radio von Streaming-Diensten verdrängt? Wie oft, wie viel und vor allem auf welchen Plattformen hören RezipientInnen Audioinhalte? Hören Jugendliche überhaupt noch Radio? Und: Haben die ‚neuen Technologien‘ (Smart Speaker, InEars etc.) Auswirkungen auf die Radionutzung?

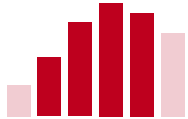
Um Antworten auf diese und noch viele andere Themengebiete zu finden, wurde im Auftrag von RMS Austria die **AUDIOversum** durchgeführt.

Zwischen August und September 2018 wurden in 2.000 ausführlichen Interviews Daten zum Hörverhalten von Audio-Nutzern erhoben. Die Analyse ebendieser hat eine Fülle an neuen Erkenntnissen im Themenfeld ‚Audio‘ ergeben, welche in den folgenden Seiten erläutert werden.

# Der Methoden-Steckbrief



## Erläuterungen zur Datenerhebung



**Wer?** Im Rahmen von AUDIOversum wurde die Altersgruppe **16-65 Jahre** befragt.



**Was?** Insgesamt wurden **2.000 Interviews** in ganz Österreich durchgeführt.



**Wie?** Die Daten wurden mittels **Computer Assisted Web Interviews** erhoben.

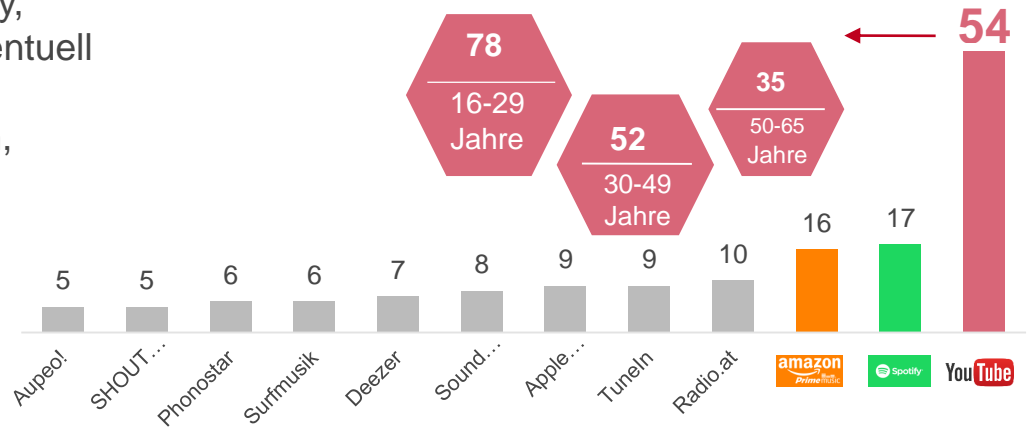


**Wann?** Die Feldarbeit wurde im August und September 2018 durchgeführt.

# Nutzung von Audio-Plattformen

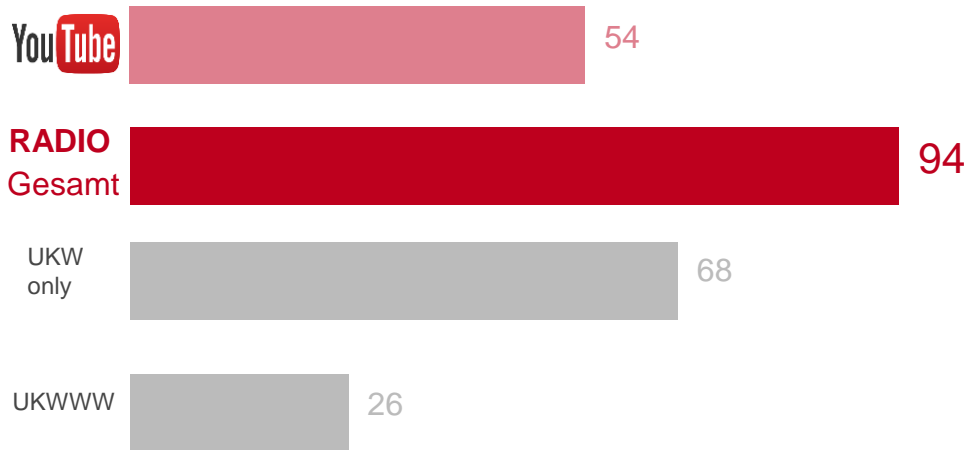
## Wochenreichweite

AUDIOversum zeigt, dass die Videoplattform **YouTube von 54% der Bevölkerung** mehrmals pro Woche auch zur **Audiorezeption** genutzt wird. Andere Streaminganbieter wie Spotify, oder Amazon Music zeigen sich hier prozentuell weit abgeschlagen. Geht man näher in die Analyse der YouTube-Nutzer, so zeigt sich, dass besonders die junge Altersgruppe (16-29 Jahre) besonders oft Audioinhalte auf YouTube aufruft.



# Radio im Mitbewerber-Umfeld

## Wochenreichweite

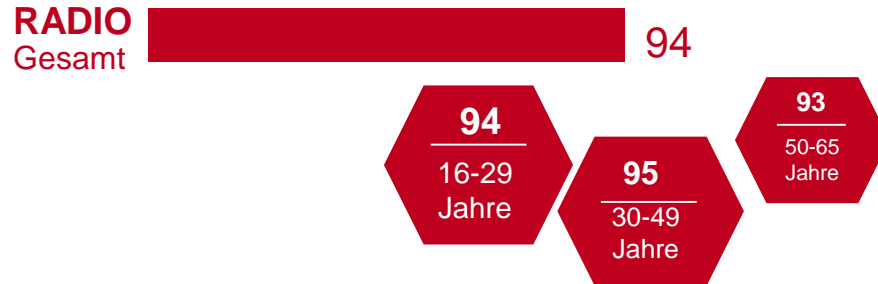
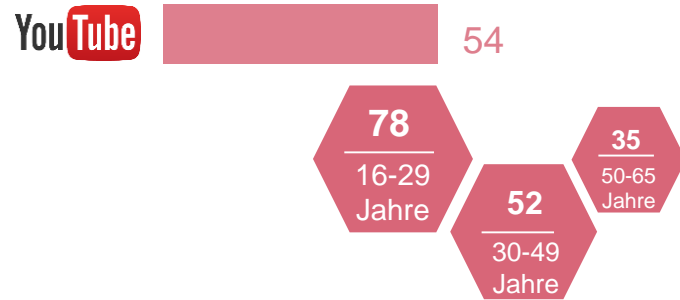


Die Zahlen von AUDIOversum zeigen: **Radio** hat in Österreich eine unschlagbare **Wochenreichweite von 94%**. Die Studie zeigt hiermit ganz klar: Radio wird im Vergleich mit allen Internet-Plattformen weiterhin am häufigsten zur Audiorezeption genutzt.

Die Konvergenz von Webradios und klassischen UKW-Sendern lassen somit andere Streamingdienste und -anbieter noch weit hinter sich.

# Radio im Mitbewerber-Umfeld

## Analyse der Altersgruppen



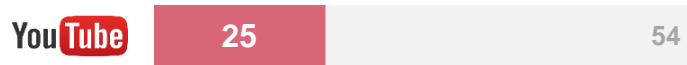
Die Analyse der Radionutzung nach Altersgruppen in der AUDIOversum zeigt, dass sich die **Wochenreichweite von Radio in allen Alterssegmenten über 90 Prozent** beläuft. Im Vergleich mit der meistgenutzten Audio-Plattform YouTube, kann die Annahme ‚Die Jugend hört kein Radio mehr‘ definitiv widerlegt werden.

In allen Altersgruppen übertrifft Radio die Nutzung von YouTube als Audiokanal – sogar bei den Jugendlichen liegt die Radionutzung 21% über der YouTube-Nutzung.

# Radio im Mitbewerber-Umfeld



## Tagesreichweiten



Betrachtet man die Reichweiten der Audio-Internet-Plattformen nach der **täglichen** Nutzung, dann sinken die Tagesreichweiten dieser Audio-Angebote um mehr als die Hälfte. Auch der am häufigsten genutzte Audiokanal YouTube wird nur noch von einem Viertel der Grundgesamtheit pro Tag genutzt.

**Radio** wird von **75%** der Bevölkerung **pro Tag** gehört und liegt damit weit vor allen anderen Audiokanälen.

# Nutzungsort von Audio-Plattformen



## Wo werden Audio-Plattformen genutzt?

Diese Frage wurde im Rahmen von AUDIOversum ebenfalls beleuchtet :  
UserInnen von Audioplattformen folgen getreu dem Motto ‚**Daheim ist es am Schönsten**‘.

**YouTube** wird von **90% der Nutzer Zuhause als Audio-Plattform genutzt**. Nur 16% „hören“ YouTube in Öffentlichen Verkehrsmitteln, sogar nur 13% in der Arbeit/Uni/Schule.  
Bei **Amazon Music** verhält sich die Verteilung ähnlich. Hier nutzen **69%** die Plattform Zuhause, 19% in Öffis und 18% in der Arbeit/Uni/Schule.

**Spotify** wird auch klar Zuhause am meisten gehört – und zwar von **66%**, während 28 Prozent in Öffentlichen Verkehrsmitteln und 26 Prozent im Auto rezipieren.

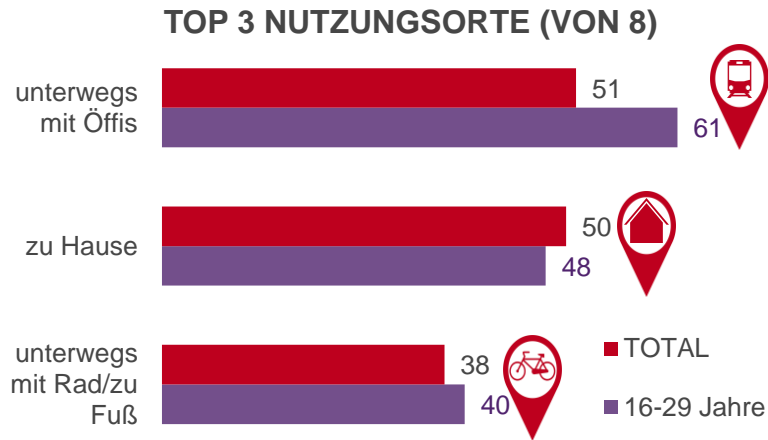




# Kopfhörer/InEars



## Nutzungsverhalten und –orte



Kopfhörer/InEars werden von **57% der Bevölkerung** zumindest mehrmals pro Woche genutzt. Und:  
**Je jünger, desto höher die Nutzung.**

In der Altersgruppe 50-65 machen 43% von Kopfhörern Gebrauch, bei den 30-49-jährigen sind es bereits 53% und bei der Gruppe 16-29 Jahre sogar 79%!

Was den Nutzungsort der Kopfhörer/InEars betrifft, spielt das **Thema Mobilität** eine große Rolle. Die Top drei Nutzungsorte sind Öffentliche Verkehrsmittel, „Unterwegs mit dem Rad/zu Fuß“, aber auch Zuhause.

# Nutzung von Smart Speaker/Voice Assistants



## Bekanntheit und abgerufene Inhalte

Die Auswertungen von AUDIOversum haben ergeben, dass die **Bekanntheit** von Smart Speakern/Voice Assistants sehr hoch ist: **90% der Österreicher** geben an, Alexa, Siri, Cortana & Co. zu kennen. 35% haben bereits Smart Speaker genutzt, in der jungen Zielgruppe (16-29 J.) sind es sogar 50 Prozent.

**Die TOP 5 Inhalte**, die auf Smart Speakern/Voice Assistants abgerufen werden sind: Wetter (41%), Musik (40%), **Radio (26%)**, Nachrichten (25%) und Timer/Wecker (24%).



# Besitz von Smart Speakern



Obwohl die Bekanntheit von Smart Speakern 90% beträgt, zeigen die Ergebnisse von AUDIOversum, dass sich der Besitz dieser technischen Neuerung (noch) in Grenzen hält.

**Erst 16 Prozent der Bevölkerung besitzt Alexa, Cortana & Co.**

In der Altersgruppe 16-29 Jahre liegt dieser Prozentsatz höher: Ein knappes **Viertel der Jugendlichen** besitzen einen Smart Speaker.

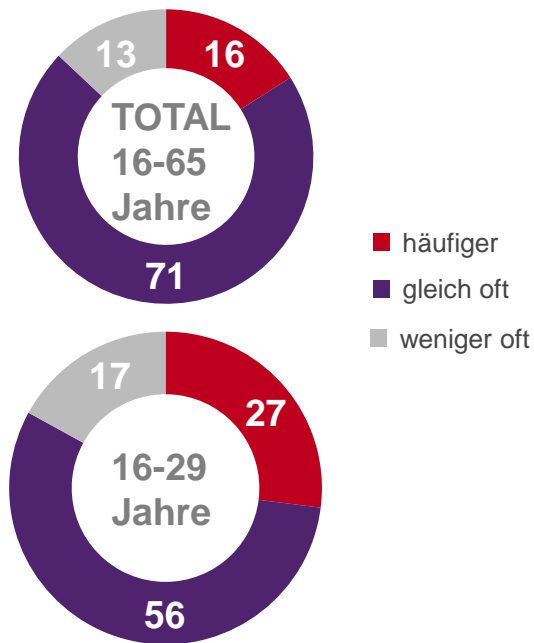
Es ist jedoch anzunehmen, dass das bevorstehende Weihnachtsgeschäft diese Zahlen deutlich anheben wird.



# Veränderung der Radionutzung (vgl. 1 Jahr)



## Beliebtheit von Radio



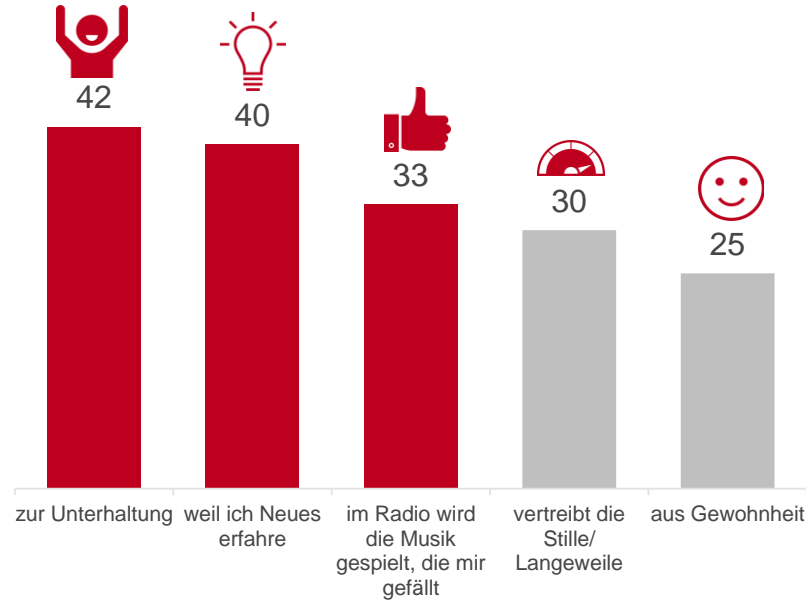
### Die Beliebtheit von Radio bleibt ungebrochen!

Die Ergebnisse in puncto Radionutzung sprechen für sich – **87 Prozent der Österreicher** nutzen Radio häufiger oder zumindest gleich oft wie noch im Vorjahr.

Aber auch ein Blick auf die junge Zielgruppe lohnt sich: **Bei den 16 bis 29-jährigen wird Radio von 83%** häufiger oder gleich oft genutzt. Auch hier wird die Annahme ‚Jugendliche hören kein Radio mehr‘ klar widerlegt.

# Nutzungsgründe von Radio

## TOP 5 Assets



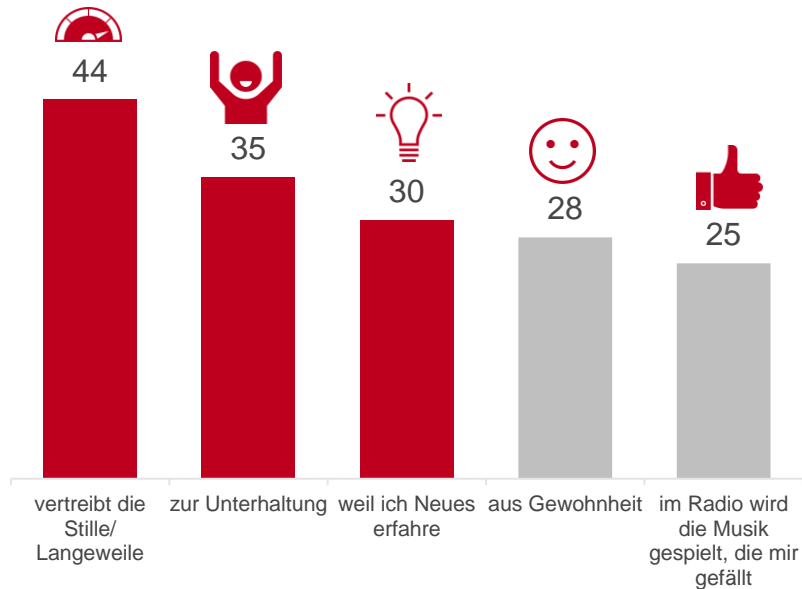
Die AUDIOversum gibt auch hinaus Auskunft, **warum Radio gehört wird.**

Radio ist **DAS Unterhaltungsmedium Nr. 1**. Aber auch, um Neues zu erfahren und weil im Radio die Musik gespielt wird, die einem gefällt, sind relevante Nutzungsgründe, warum man Radio einschaltet.

# Nutzungsgründe von Radio bei Jugendlichen



## TOP 5 Assets



Für **Jugendliche** ist Radio das beste Medium, um die **Langeweile zu vertreiben** und sich unterhalten zu lassen. Aber auch für Jugendliche ist Radio ein topaktuelles Medium, wo man Neues erfährt.

# Zusammenfassung



## Erkenntnisse aus AUDIOversum

Die Ergebnisse und neuen Erkenntnisse aus der AUDIOversum zeigen deutlich:  
**Die Beliebtheit von Radio ist ungebrochen.**

Trotz eines vielfältigen Angebots an Audio-Plattformen und Streamingdiensten hat „kuratiertes“, also von professionellen Programm- und Musik-Experten zusammengestelltes und von Moderatoren/ Moderatorinnen begleitetes Radio, einen hohen Stellenwert und wird durch algorithmusbasierte Playlists nicht ersetzt. Und dies gilt auch bei den Jugendlichen.

Neue Möglichkeiten Audio zu konsumieren (Kopfhörer/InEar, Voice Assistants/Smart Speaker) machen Radio zu einem attraktiven Medium – überall verfügbar, zu jeder Zeit und je nach Stimmung.

Zusammenfassend ist also festzustellen, dass **Radio** auch in Zeiten neuer technologischer Entwicklungen und verändertem Nutzungsverhalten **ein unverzichtbarer Tagesbegleiter** ist.

RMS. Wir sind die Zukunft. Seit 20 Jahren.



RMS Radio Marketing Service GmbH Austria  
Prok. Doris Ragetté  
Head of Research & Communications  
1030 Wien, Engelsberggasse 4/2  
phone 01/710 58 10-30  
ragette@rms-austria.at | www.rms-austria.at