

„Radio der Zukunft“ bestätigt: Regionalisierte Crossmedia-Aktivitäten führen zu starker interaktiver Hörerbindung im digitalen Zeitalter

Ludwigshafen/Stuttgart. Die bei dem Kongress „Radio der Zukunft“ in Karlsruhe am vergangenen Freitag, den 11. Dezember, veröffentlichte Studie „Radio Plus“ bescheinigt der Gattung Radio rosige Aussichten, um sich in der digitalen Welt zu behaupten, sofern sie auf regionalisierte Inhalte, Services und News setzt. „Audio-On-Demand-Features müssen detailliert auf die verschiedenen Zielgruppen zugeschnitten sein, um zu funktionieren“ - Diese Aussage ist die Schlüsselessenz der Studie. Anders als bei anderen Studien standen weniger die technische Verbreitung und weitere Distributionsmöglichkeiten, als vielmehr die Inhalte der Radioangebote im Fokus der Befragungen. Sowohl die digitalen Zusatzdienste, wie auch die getesteten Anwendungen finden positive Resonanzen und bilden den Brückenschlag, um eine Radiomarkte in der digitalen Welt fest zu etablieren.

„Radio hat den Sprung in die Zukunft geschafft. Die Tests zeigen, dass das Medium rückkanalfähig ist. Das ist eine der Schlüsselqualifikationen, die zukünftige Massenmedien liefern müssen. Kein Massenmedium - Stand heute - liefert in der Parallelnutzung bessere Leistungswerte als Radio“, kommentiert Kristian Kropp, Geschäftsführer von bigFM und RPR1., „bigFM hat den Trend mit seiner, auf der iPhone-Developer-Conference prämierten iPhone-App, vorzeitig erkannt und ist erneut seiner Funktion als Trendsetter im Markt gerecht geworden, da die Votingfunktion der App mit einer spielerischen Interaktion Spaß am Hören macht und der Lean-Forward angenommen wird.“

Die Ergebnisse der Studie im kurzen Überblick:

PRESSEMITTEILUNG

Ludwigshafen/Stuttgart // 15. Dezember 2009



- 62 Prozent der Befragten beurteilten die digitalen Zusatzdienste als für sie „interessant“, fast die Hälfte erwartet allerdings, dass die Dienste kostenfrei angeboten werden.
- 74 Prozent der Befragten würden sich „ganz bestimmt“ oder „wahrscheinlich“ eine der getesteten Anwendungen herunterladen.
- 63 Prozent der Befragten hätten nichts gegen die Nennung eines Sponsors.
- 84 Prozent der Befragten bescheinigt „Radio Plus“, dass nützliche Zusatz-Informationen zu Songs geliefert werden.
- 77 Prozent der Befragten sehen regionale Veranstaltungstipps als den relevanten Service an.
- Des Weiteren wurde kreativ produzierte und im richtigen Kontext positionierte Werbung als positiv aufgenommen.

Zum Hintergrund der Studie:

Die von der Landesanstalt für Kommunikation sowie den privaten und öffentlich-rechtlichen Radiostationen in Baden-Württemberg finanzierte Studie wurde von Sommer 2008 bis Dezember 2009 durchgeführt, um neue digitale Zusatzdienste auf ihre Benutzerfreundlichkeit hin zu analysieren. Bei „Radio Plus“ stand nicht die Technik im Vordergrund, sondern der Radiohörer. In einer qualitativen Untersuchung wurden Nutzer zu ihren Einstellungen, Interessen und Nutzungsgewohnheiten befragt. Ein Teil der Testpersonen wurde mit einem mobilen Gerät ausgestattet, das neben dem normalen Radioprogramm begleitende Informationen sowie zusätzliche Dienste und Anwendungen anbot.

Über bigFM – den Sender für junge Erwachsene

bigFM - Radio 2.0 für junge musikinteressierte Erwachsene! bigFM startete 2000 als Radiosender im Südwesten Deutschlands. Heute ist bigFM eine nationale Medienmarke, die junge musikinteressierte Erwachsene auf vielen Kanälen umgibt und begleitet - On Air, Online, Mobile, Event und 1:1. Mit

PRESSEMITTEILUNG

Ludwigshafen/Stuttgart // 15. Dezember 2009



rund 1,8 Millionen Tagesnutzern im Radio und bis zu 600.000 monatlichen Besuchern des im Januar 2007 gestarteten Music-Web-Portals bigMUSIC Community konnte die junge Medienmarke die Marktführerschaft bei der trendorientierten, jungen Zielgruppen in Deutschland weiter ausbauen.

bigFM – Kompetenz als Trend-Navigator

Pro Durchschnittstunde hören 250.000 Menschen die Programme von bigFM. Die Hörer von bigFM vernetzen sich über und mit bigFM. Als Trend-Navigator für neue, frische, aktuelle Musik ist bigFM eine feste Instanz für die Community. Mit der Kompetenz für das Neue und einem urbanen, gegen den Mainstream gebürsteten Entertainment beliefert bigFM die jungen Erwachsenen genau mit dem, was sie interessiert und bewegt. Medienübergreifende Programmformate sind das Markenzeichen von bigFM. Als Radio der Generation 2.0 setzt bigFM dabei stets auf Innovation und coole Technologien. Das Credo: „bigFM hat Deutschlands biggest Beats“. Mehr Informationen zu bigFM und den bigFM Kanälen unter www.big-fm.de.