

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/76496/1479328/forschung-mediennutzung-2015-radio-hoerer-werden-unabhaengig-von-zeit-und-raum> abgerufen werden.



Forschung Mediennutzung 2015: Radio-Hörer werden unabhängig von Zeit und Raum

21.09.2009 - 15:00 Uhr, AS&S Radio GmbH

Frankfurt am Main (ots) - Als individueller Begleiter der Menschen gewinnt Radio zunehmend an Bedeutung. Im Medienmix der Zukunft wird Radio zudem die unterschiedlichsten Nutzungsverfassungen der Konsumenten bedienen. Das ist das Ergebnis der Studie Future-Media-Trend von ARD Werbung SALES & SERVICES (AS&S), an der neben dem WDR auch der TV-Vermarkter SevenOne Media/Intermedia und das ZDF teilnahmen.

Bei der Untersuchung, durchgeführt vom Marktforschungsinstitut Rheingold, wurden 100 Frauen und Männer zwischen 14 und 54 Jahren befragt, 40 davon zum Schwerpunkt Radio. Um aussagekräftige Prognosen machen zu können, unterzogen die Forscher die Aussagen einem tiefenpsychologischen Analyseverfahren. Sechs medienübergreifende Rezeptionsverfassungen erkannten die Medienforscher schließlich: In der Verfassung "Durch den Tag navigieren" punktet Radio bei den selbstbestimmten Nutzern durch klare Orientierung und emotionale Verlässlichkeit. Eskapistische Fluchtpunkte auf Zeit bieten dagegen Medien in der Verfassung "Schutzräume einrichten", etwa TV (zu Hause) oder Radio als mp3-Content (unterwegs). "Auf den Wellen surfen" beschreibt die virtuose Parallelnutzung verschiedener Medien, Radio dient hier der Orientierung und Stabilisierung im Hintergrund.

Radio stellt auch über seine Regionalität eine ideelle Heimat für die Hörer her. In der Verfassung "Virtuell bewegliche Gemeinschaften herstellen" gelingt es Radio unmittelbar, sowohl zeitlich als auch räumlich an die Umgebung anzubinden. Regelrecht zu Heilsbringern werden Medien in der Verfassung "In einen Sog geraten", bei der TV, Internet und Online-Games zum Teil exzessiv genutzt werden. Dagegen steht "Sich Eingrenzen" für eine bewusst reduzierte Mediennutzung und eine Fokussierung auf wenige Gattungen wie Internet, TV und Radio.

Zentrale Erkenntnis der Studie: "Der künftige Hörer wird sein Programm individuell gestalten können - sofern er dies wünscht. Denn auch 2015 wird Radio mit seinem zeitlich strukturierten, berechenbaren und qualitativ hochwertigen Programm sowie mit seinen Moderatorenpersönlichkeiten für den Hörer weiterhin eine wichtige Navigationshilfe im Alltag übernehmen", so Dieter K. Müller. Hauptauslöser für ein verändertes Nutzungsverhalten sind Web-Sender oder übers Internet gestreamte Sender, die die Nutzung von räumlicher und zeitlicher Umgebung unabhängig machen.

Web-Spartensender mit spezifischen Musikangeboten bieten den Hörern zudem die Chance, sich partiell zurückzuziehen und in eine eigene Musikwelt einzutauchen - "halb-offene Schutzräume" nennen dies die Rheingold-Forscher. Zur herkömmlichen mp3-Nutzung von Musik wird Radio spätestens im Jahr 2015 eine echte Alternative stellen, weil die User dann die Programme über mobiles Internet auf handlichen Endgeräten hören werden. Ein Szenario, bei dem sich die Hörer - im Gegensatz zur mp3- oder Podcast-Nutzung - aber dennoch radiotypisch vom Live-Programm der Sender überraschen lassen können.

Pressekontakt:

Norbert Rüdell
Leitung Corporate Communication
Pressesprecher
ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH
Bertramstraße 8 / D-Bau
60320 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 / 15424 - 218
Telefax: +40 69 / 15424 - 7218
Mail: norbert.ruedell@ard-werbung.de
Web: <http://www.ard-werbung.de>

Originaltext:

AS&S Radio GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/76496/as-s-radio-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_76496.rss2