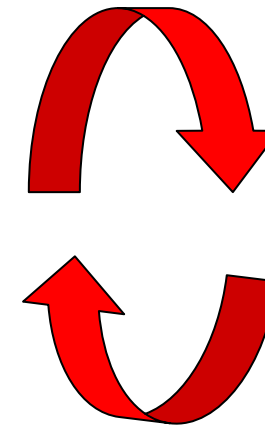




Hörfunkmarkt

Grundgesetz

- ▶ Frequenzen
 - ◀ Übertragungswege, Empfangsgeräte, technische Reichweite
- ▶ Programm
 - ◀ Programmformate
- ▶ Hörer
 - ◀ Zielgruppen
- ▶ Werbung
 - ◀ Zielgruppen, Angebote, Vermarktung
- ▶ Wirtschaftlichkeit



Frequenzen

- ▶ UKW ist noch auf lange Zeit der Hauptübertragungsweg für Radio.
- ▶ Eine Neuverteilung der Frequenzen ist eine Chance für eine effiziente Frequenznutzung. Sie erfordert eine mutige Medienpolitik.
- ▶ Programm- und Veranstaltervielfalt brauchen Frequenzen.
- ▶ Neue Anbieter nutzen digitale Übertragungswege.
 - ◀ Satellitenrundfunk, DAB, DMB, DVB-T, Internet, podcast
- ▶ Neue Anbieter übernehmen die Verantwortung für die Endgeräte.

Programme

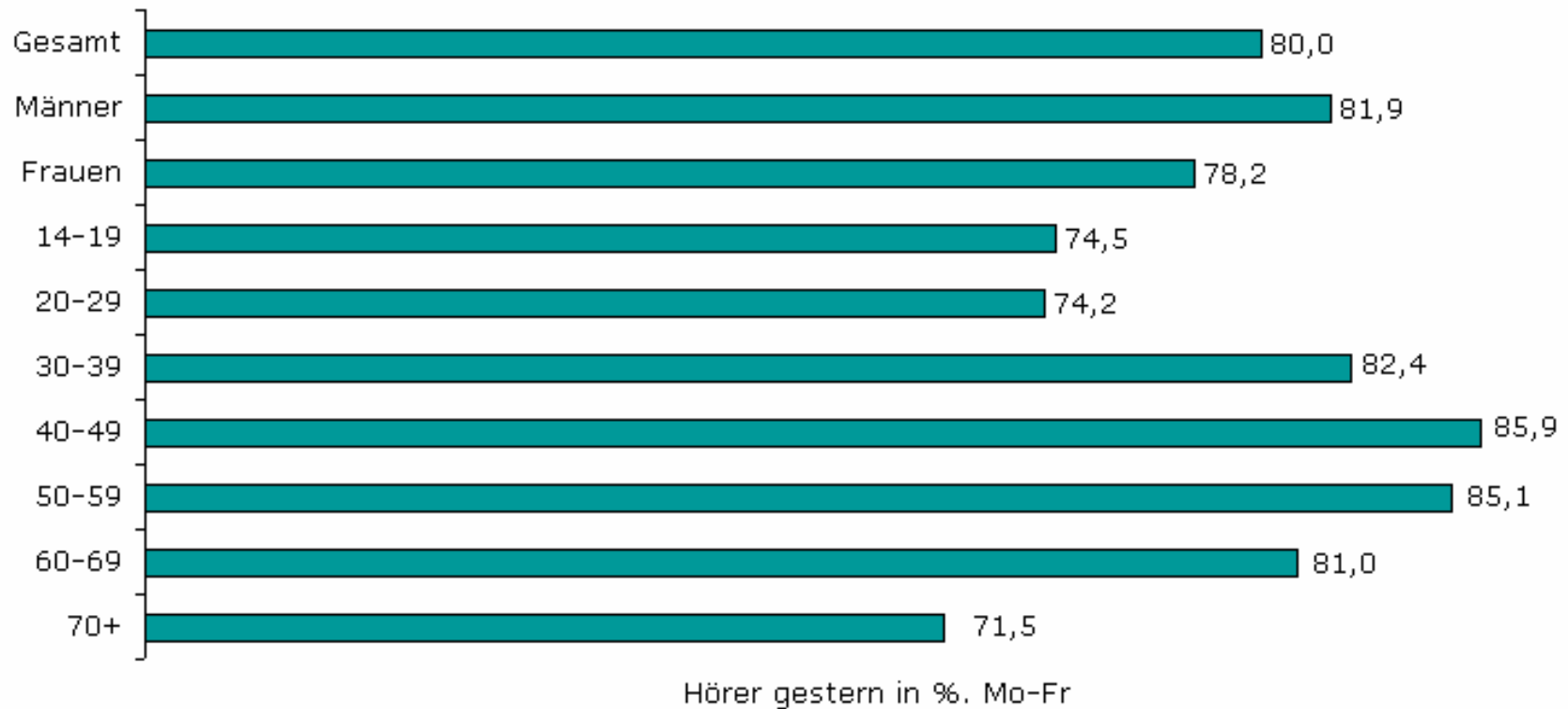


- ▶ Programme aus Sicht der Hörer
 - ▶ Musik, Information, Unterhaltung und Entspannung
- ▶ Programme aus Sicht der Medienpolitik
 - ▶ Wort, Meinung
- ▶ Lokalradio muss die lokale Themenvielfalt verbessern.
- ▶ Lokalradio muss crossmediale Inhalte anbieten.



Hörer

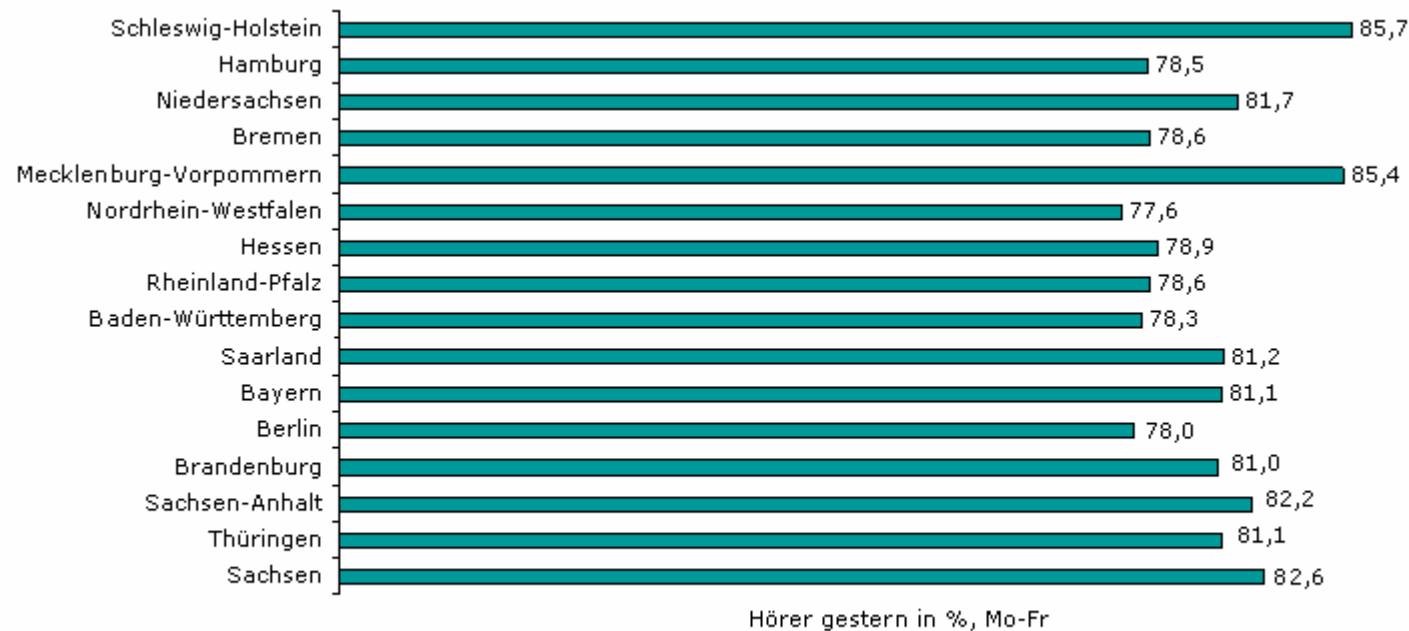
ma 2006 I weist einen Verlust von 500.000 Hörern aus.



Quelle: Media Analyse 2006 Radio I, Radiozentrale

Hörer

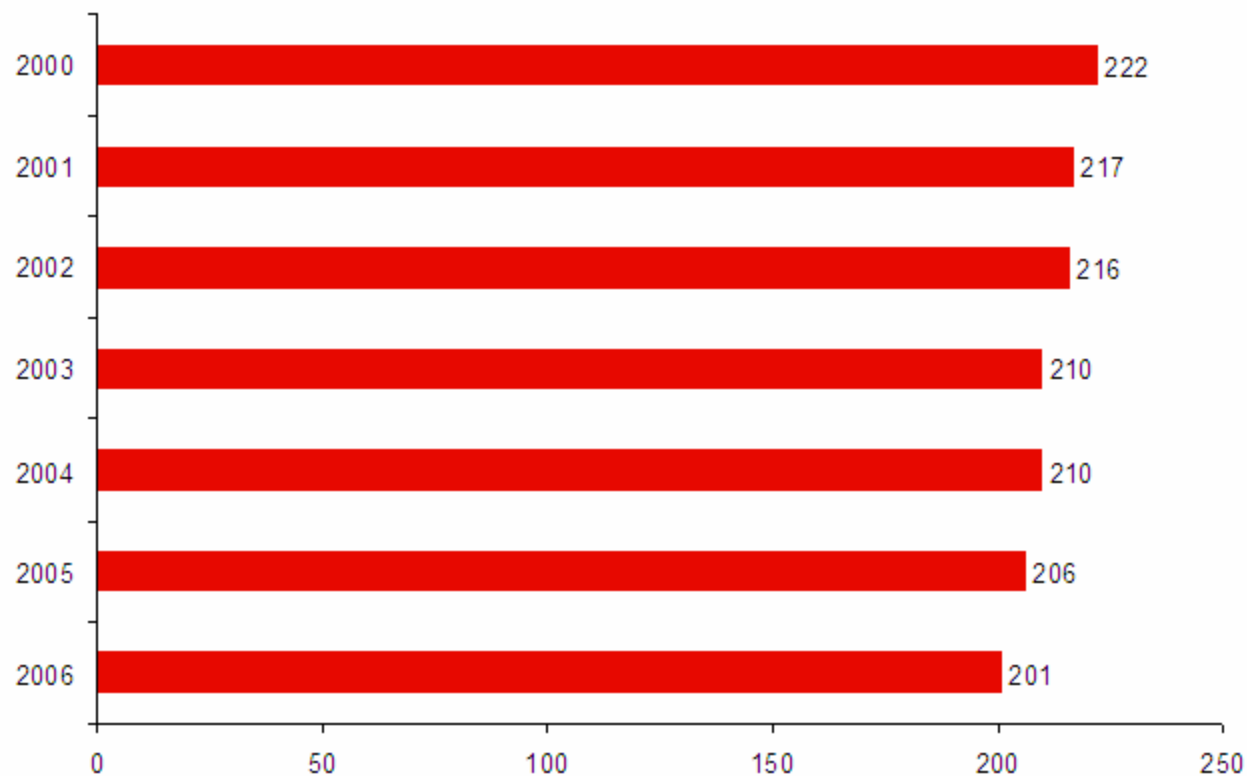
Hörer gestern in den einzelnen Bundesländern



Quelle: Media Analyse 2006 Radio I, Radiozentrale

Hörer

Hördauer 2000 - 2006 BRD Gesamt



Entwicklung der Hördauer , Hörer gestern, Personen ab 14 Jahren, Montag bis Freitag

Angaben in Minuten

Quelle: Media Analysen Radio, Mediadata Südwest

Hörer

- ▶ Audio liegt im Trend.
 - ◀ Neue Geräte - MP3 Player/iPod, CD-Player im Auto
 - ◀ Verbesserung bei der Geräteausstattung – CD-Player, PC mit DSL, W-Lan
 - ◀ Neue Angebote – Hörbücher, Podcasts
- ▶ Wechsel zwischen Radio und anderen Audiomedien

Werbung

- ▶ Werbemärkte sind volatil.
- ▶ Werbung bei digitalen Medien nimmt kontinuierlich zu.
- ▶ Neue Audio-Angebote bieten neue Werbemöglichkeiten.
- ▶ Lokale Radiowerbung ist einzigartig.
- ▶ Keinen Beweis, dass lokale Radiowerbung zu geringeren Werbeeinnahmen bei Tageszeitungen geführt hat.
- ▶ Lokales Werbevolumen reicht im Einzelfall nicht aus, um die möglichen Verluste bei den Tageszeitungen auszugleichen.

Wirtschaftlichkeit

- ▶ Digitalisierung erfordert zusätzliche Investitionen.
- ▶ Nur wenige Gesellschfter der Lokalradios werden dazu bereit sein.
- ▶ Tageszeitungen müssen ebenfalls investieren.
- ▶ Nur wenn die wirtschaftlichen Voraussetzungen stimmen besteht die Chance für eine Angebots- und Meinungsvielfalt in den lokalen und regionalen Märkten.



HELMUT G. BAUER

Rechtsanwalt
Am Stachelshäuschen 3
D-51107 Köln / Cologne
Tel. +49 221 986 218 6
Fax. +49 221 986 218 7
Mail: hgb@hgb.fm