

Erfolgreiche US-Musikstreaming-Dienste: Kommt die Internetradio-Revolution?

von **Stefan Sutor** am **1. Juli 2014**

Der Erfolg der Musikstreaming-Dienste in den USA bringt auch die deutsche Radiobranche ins Grübeln. Die Online-Audionutzung wird gerade für die jüngeren Radiohörer immer wichtiger. In den USA wird gerade die Internetradio-Revolution ausgerufen.

Die Reichweite der Onlineradios in den USA wächst beständig: Anfang 2014 hörten bereits 36 Prozent der Amerikaner ab 12 Jahren in der Woche online Radio. Bezogen auf den Monat sind es sogar 47 Prozent oder 124 Millionen. Online hören als Verbreitungsweg (!) für traditionelles UKW- oder Mittelwellen-Radio wird immer wichtiger, so die Ergebnisse der aktuellen Erhebung „The Infinite Dial“, die jedes Jahr im Frühling veröffentlicht wird. Erfolgreich sind vor allem die neuen Musikstreaming-Dienste, die in den USA auch als Onlineradio gelistet werden.

Für die jüngeren Hörer ist online ein neuer Empfangsweg: Fast zwei Drittel der 12- bis 24 -Jährigen hören wöchentlich online Radio, bezogen auf den Monat sind es sogar drei Viertel dieser Zielgruppe. Online zu hören, wird also insbesondere für die jüngeren Zielgruppen normal, kein Wunder bei einer Smartphone Ausstattung von 78 Prozent in den USA. Doch was wird gehört? Überwiegend UKW-Radiostreams wie in Deutschland? Die jungen Amerikaner favorisieren offenbar Musikstreaming-Dienste wie Pandora, wie die folgende Grafik zeigt.

Pandora liegt weit vor allen Wettbewerbern, insbesondere auch weit vor iHeartRadio, das UKW-, MW- und personalisierte Radiostreams bündelt. Auf Platz drei folgt iTunes Radio, das erst im September 2013 startete und bereits im Erhebungszeitraum der Studie (Januar und Februar 2014) Spotify oder Google Play hinter sich ließ. Mit der Online-Audionutzung positionieren sich also neue Musikstreaming-Dienste sehr erfolgreich als Konkurrenzangebote zu den Radios. Das ist seit Jahren zu beobachten. Neu ist jedoch die Größenordnung der Streamingdienste.

US-Entwicklung als Blaupause für andere Märkte?

Eine alarmierende Entwicklung für die deutsche Radiobranche? Die USA, eine Blaupause für andere Märkte? Früher oder später werden auch in Europa die Musikdienste Pandora oder iTunes Radio starten und um weitere Anteile der Online-Nutzung kämpfen. Über 30 Prozent der iTunes-Radionutzer in den USA geben an, dass iTunes Radio andere Hörfunkstreams ersetzt. Das ist auch vor dem Hintergrund erstaunlich, dass Radio in den USA bei allen Bevölkerungsschichten eine tägliche Reichweite von fast 70 Prozent erzielt. In Deutschland liegt die Tagesreichweite von Radio bei annähernd 80 %. Der Erfolg der neuen Musikangebote lässt sich auch nicht damit erklären, dass die Amerikaner mit Radioangeboten unterversorgt wären. Insbesondere im Vergleich zu Europa zeichnet sich das amerikanische Radio noch immer durch eine große Vielfalt an Programmformaten aus.

Also doch Revolution? Gegen alle Beschwichtigungsversuche der Branche („Spotify ersetzt nur das CD-Regal“) hat BIA/Kelsey gerade die Internet Radio Revolution ausgerufen. Das Forschungs- und Beratungsunternehmen begründet die Revolution mit neuen Angeboten, geändertem Nutzungsverhalten und der Verlagerung der Werbegelder: Bereits in vier Jahren sollen 20 Prozent der Audio-Werbeumsätze online, d.h. vor allem über neue Angebote, erzielt werden.

Die Herausforderung für die Radiobranche besteht also darin, die Hörer online nicht an neue Streamingdienste zu verlieren, denn nach den Hörern wandern auch die Werbegelder ab, wie die Prognose von BIA/Kelsey zeigt.