

## Audiowelt in Bewegung - Highlights bei den MTM 2020

von **Lukas Schoene** am **9. Oktober 2020**

*Auswirkungen von Corona, neue Player, Innovationen – und ein bisschen Magie: Das sind die aktuellen Themen bei den Audiopaneln der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien am 28. und 30. Oktober auf den digitalen MEDIENTAGEN MÜNCHEN 2020.*

Nicht erst durch Corona ist die Audiowelt in Bewegung geraten. Neue Player treten auf den Markt, technische Innovationen verändern die Art und Weise, wie wir Inhalte konsumieren, neue Geschäftsmodelle entstehen. Aber natürlich hat die Pandemie großen Einfluss auf die Branche. Wegen der Einschränkungen des Alltags haben mehr Menschen auf Audioangebote zugegriffen als je zuvor, viele davon auch über das Internet.

Das zeigen die Ergebnisse des Online-Audio-Monitors (OAM 20), für den jetzt die bayerischen Ergebnisse vorliegen. Danach nutzen 71 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern (7,84 Mio.) mittlerweile Online-Audio-Angebote. In Bayern hört gut jeder Zweite Webradio (52,6%), fast jeder Dritte (62,4%) nutzt on-Demand-Angebote. Podcasts gewinnen die meisten regelmäßigen Nutzer dazu und werden inzwischen von jeder fünften Person in Bayern mindestens einmal pro Monat genutzt.

### **Audiogipfel: Radio hat nichts von seiner Magie verloren**

Ob sich die verstärkte Nutzung auch monetarisieren lässt, wird eine wichtige Frage in der Audioschiene sein. Denn viele Anbieter leiden unter den wirtschaftlichen Folgen von Corona. Wie die Zukunft der Branche aussieht, ist Thema beim Audiogipfel. Fest steht: Trotz aller Veränderungen hat Radio nichts von seiner Magie verloren. Das wird auch der irische Popsänger Ronan Keating („Life is a rollercoaster“) bestätigen. Mit ihm und seiner Co-Moderatorin Harriet Scott sprechen wir über die Faszination Radio und ihre gemeinsame Morningshow „Magic Breakfast“, die beim britischen Sender Magic Radio läuft.

Beim Audio-Gipfel diskutieren unter der Überschrift „Innovationen, neue Player und... Corona – der Audiomarkt in Bewegung“ namhafte Vertreter der deutschen Audiolandschaft unter anderem darüber, welche Schlüsse aus den Auswirkungen der Pandemie für die Zukunft gezogen werden müssen.

Mit dabei sind die NDR-Hörfunkdirektorin Katja Marx, Felix Kovac, Geschäftsführer von Antenne Bayern und Marianne Bullwinkel, Sprecherin der Geschäftsführung beim Audiovermarkter RMS.

Mit der ersten privaten Digital Radio Plattform Antenne Deutschland betritt im Oktober ein neuer Player die Bühne. Joe Pawlas ist der Geschäftsführer und beim Audiogipfel ebenso mit von der Partie wie Benjamin Risom, Vice President von FYEO, der neuen Audioplattform von Pro7/Sat1. Allein die Zusammensetzung des Panels zeigt, wie sich der Markt für die Audioanbieter ändert. Moderator des Audiogipfels ist Andreas Horchler, ehemaliger ARD-Korrespondent und Mitglied der Jury des Deutschen Radiopreises.

### **Hörerlebnis individualisieren – Welche Rolle spielen Smart Speaker?**

Auch wenn vieles in diesem Jahr von Corona bestimmt wird, geht der Blick bei den Medientagen München nach vorne. Welche Rolle spielen Smart Speaker, Sprachassistenten und Apps, mit denen User\*innen ihr Hörerlebnis individualisieren können? Beim Slot „Whats new? Innovationen in der Audiobranche“ gehen wir dieser Frage nach.

Unter anderem stellt Christian Hufnagel, Referent beim SWR audio lab, die neue SWR-3 App vor und zeigt, wie

das Radio der Zukunft aussehen könnte. Theresa Rentsch, Head of Product Management bei der dpa, präsentiert den dpa-Audio Hub, einen Baukasten, den die Nachrichtenagentur extra für Audio-Produzenten entwickelt hat. Beide werden ihre Themen in Masterclasses vertiefen.

Um das Thema Voice kümmert sich unter anderem Andy Webb. Er ist Head of Product Voice & AI der BBC in Großbritannien, skizziert die Strategie der britischen Rundfunkanstalt und stellt „Beep“ vor, den eigenen Sprachassistenten der BBC.

## **Smart Speaker-Nutzung hat laut OAM 20 höchsten Zuwachs**

Die Nutzung von Online Audio-Inhalten über IP-Geräte und Smartspeaker nimmt generell zu. Das gilt auch für Bayern, wie die regionalen Ergebnisse des Online Audio Monitor zeigen, der jährlich im Auftrag der Medienanstalten Berlin-Brandenburg (mabb), der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, der BLM, dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und VAUNET – Verband Privater Medien erhoben wird.

Das Smartphone bleibt auch in Bayern das Online-Audio-Gerät Nr. 1. Knapp drei Viertel der Nutzer von Online-Audio hören Audio-Inhalte über ihr Smartphone. Die Nutzung über IP-Radiogeräte und Smart Speaker zeigt den höchsten relativen Zuwachs. 1,4 Millionen Personen ab 14 Jahre in Bayern bzw. 12,3% haben mittlerweile Zugang zu mindestens einem Smart Speaker. Wer einen Smart Speaker besitzt, nutzt ihn auch für Audio-Inhalte – und nutzt zum Teil mehr Online-Audio als zuvor.

## **Podcast-Special mit Sam Dolnick von der NYT**

Ein weiteres wichtiges Thema ist der Bereich Podcasting. Die Podcast-Nutzung steigt laut Online-Audio-Monitor in allen Altersgruppen, der Zuwachs ist bei den unter 30-Jährigen am größten. Genutzt werden Podcasts sowohl zuhause, wie auch unterwegs. Top-Nutzungssituationen sind dabei Hausarbeit und Autofahrten.

Die MEDIENTAGE MÜNCHEN widmen dem Thema Podcast am Freitag, 30. Oktober, ein eigenes Special. Moderator und Podcast-Kenner Martin Liss gibt einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen und spricht mit Sam Dolnick von der New York Times (NYT) über die Audio-Strategie der Zeitung. Mit dem Kauf der Produktionsfirma Serial Productions, einer Kooperation mit dem Podcast „This American Life“ und dem Erfolgsformat „The Daily“ vereint die NYT nun einige der weltweit erfolgreichen Podcasts unter ihrem Dach und zeigt, wie wichtig das Thema Audio für traditionelle Medienanbieter geworden ist.

Das ist eine Frage, die sich auch abseits der traditionellen Medienmarken viele stellen, ist: Wie kann ich mit Podcasting Geld verdienen? Darüber werden bei den Medientagen Tina Jürgens von zebra-audio und Sven Bieber von Spotify sprechen.

Aber eine ebenso wichtige Frage ist die nach dem Inhalt. Welche Möglichkeiten gibt es jenseits von Talk und Interview? Diese Frage beantwortet unter anderem Daniel Nikolaou von Spotify, der in Deutschland wichtigsten Plattform für das Ausspielen von Podcasts.

Ob die Auswirkungen von Corona, Sprachassistenten, Personalisierung von Inhalten, neue Player oder der rasant wachsende Podcastmarkt – es tut sich einiges in der Audiowelt. Die Audiopanel der BLM geben einen Überblick über die wichtigsten Entwicklungen.