



#### Radio wird Teil des wachsenden AUDIO-Marktes.

Die 12. Radiodayseurope fanden vom 15. bis 17. Mai 2022 in Malmö-Hyllie (SE) vor Ort und Online statt. Schon der neu angepasste Radiodays-Claim «RADIO I

AUDIO I PODCAST» besagt etwas über die allgemeine Radio-Branchenentwicklung aus. Das traditionelle lineare «Fullservice»-Radio hält sich zwar noch recht gut, aber der diversifizierende und primär nicht-lineare Audio-Teil frisst den Radiölern langsam, aber sicher Heu ab der Bühne. Der Druck steigt, sich im Audio-Bereich, vorab dort wo man ja Heimvorteil hat, nämlich im lokal-regionalen-Bereich, sich Marktanteile zu beschaffen oder zurückzuholen.

Erstaunliche rund 1200 Teilnehmer (inklusive die Online Only User?) genossen vor Ort nach 2 Jahre Pandemie-Pause, die 60 in 4 Tracks aufgeteilten Sessions mit über 150 Vortragenden und Panelteilnehmern.

Die Top-Themen für alle in der Audiobranche tätigen Leute waren dieses Jahr Strategie, Radio im Auto, Jugend, Einnahmen, Werbung, Kreativität, Content, Talent, Frauenpower und vieles mehr! Die hervorragende Abwicklung der Minuten-genauen Sessions-Dauer mit jeweils 15 bis 20 Minuten «Kaffee- und Kuchen-Plauderpause» war sehr beeindruckend und sehr hilfreich für die persönliche Socializing-Planung.

Die Ausstellung ist eher etwas gar mager ausgefallen, dafür aber viel Platz für Kaffee und Lunchpausen-Gespräche, was alles in die Ausstellungshalle integriert war.

Ergänzend wurden am Sonntag Sonder-Panels und Workshops angeboten zu Themen wie **Podcast Summit**: Developing a new Showan, **Youth Summit**: Representing the next generation-hands on tools to strengthen the relationship with listeners, und **Podcast Summit**: Making Podcast pay. Erstmals (ohne Zusatzkosten) und auch schon am Sonntag gab es als Premiere auch ein mehrstündiges Sonderprogramm «**Radiodays Europe WOMEN**».



Das allgemeine Rahmenprogramm beinhaltete die üblichen Events wie Welcomedrinks am Sonntagabend und die grosse Radioparty am Montagabend.

Jürg Bachmann, Präsident des VSP und Vorstandsmitglied des AER hat einen ausgiebigen Blog zu den wichtigen, vorwiegend inhaltlichen und kommerziellen Branchen-Themen, geschrieben. Dieser lässt sich unter dem Titel «Das attraktive Angebot im Audiomarkt» bei persönlich.com <u>hier</u> nachlesen. Somit kann ich mich im nachfolgenden auf die allgemeinen und eher technischen Aspekte beschränken.



Full-House im grossen Saal bei der Eröffnungsveranstaltung

Bild: MRU





Musik und Einführungsvoten zu den Radiodays, hier der finnische AER Präsident Stefan Möller Bild: MRU





Bilder: MRU und RDE

Interview RE-Live aus einem Bunker im Kriegsgebiet in der Ukraine

Gleich drei Sessions beschäftigen sich mit dem Thema Audio in the Car. Radio im Auto ist unbestritten wichtig, aber in Bezug auf die effektive Nutzung (Dauer und Reichweite), wird im allgemeinen nach meiner Meinung das Gewicht der Radionutzung im Auto überbewertet. Dies ganz besonders in Ländern welche eine tiefe Tages-Verweildauer im Auto, wie zum Beispiel die Schweiz, haben.

## Take-Aways aus den drei "IN-CAR Entertainment"-Sessions:

- Lineares Radio ist (gerade noch) die Haupt-Audio-Nutzung im Auto. Tendenz: Ohne Hybrid-Zusatznutzen, von konsistenten Metadaten bis Visuals- und Werbung), sieht die Zukunft eher düster aus. Der frühere automatische Einschalt-Effekt und Radio Knopf ist ganz am verschwinden (einfache Auffindbarkeit gefährdet). Das vielzitierte Wort "Radio is dead", ist unzutreffend weil u .a. die Veränderung sehr viel Zeit braucht, auch Dank langem "Autozyklus".
- Der Radioplayer ist global gut eingeführt und bekannt, muss sich aber im Umfeld der neuen «Dashboard-Plattformen» (DTS Autostage /CARIAD von VW/Volvo Cars tech usw.) weiterentwickeln, um den Anschluss nicht zu verpassen.
- Die langfristige Radio-Zukunft im Auto ist TUNER-FREI. Leider gilt das vermehrt auch für zu Hause, wie die aktuelle Studie «infinite Dial 2022» von Edison aufzeigt für die USA aufzeigt. Gemäss dieser Studie ist die Anzahl der Haushalte welche gar kein «Radio-Gerät» mehr aufweist, aber noch fleissige Radio-Hörer sind, von 4% im Jahr 2008 auf 39% im Jahr 2022 gestiegen, bei den 12 – 34 Jährigen sind es bereits 57%. Wenn das kein endgültiger «Alarm» ist sich darum zu kümmern, dass die Radio-Geräte durch direkten Zugang auf

den Smartphones/Tablets/PC etc. ersetzt werden! Den ganzen Audio-Report gibt es hier.

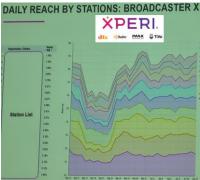
- "The Driver of Today will be the Passenger of Tomorrow"
- Alle Applikationen m\u00fcssen auf "Zero-Interaction" durch den User ausgelegt werden.
- Alle zukünftigen Anpassungen müssen durch automatische Downloads erledigt werden können! Nicht wie bei den Rundfunkradios, wo jede Normanpassung mit enormem Logistikaufwand erkauft werden muss, zum Beispiel von DVB-T auf DVB-T2, oder die Umstellung von DAB auf DAB+.
- Allways on fürs Auto ist Pflichtfach! (auch ohne Entertainment System!)
- Zitat von Joe de Angelo, DTS: Radio is outmanned ,outgunned ,out-funded and fragmented. The Future-Radio must be a converged part of Audio of the Audio-Market! Aber DTS Autostage will allen Rundfunkern in die rosige Zukunft helfen, und wird in Europa deutlich stärker aktiv werden, wie die zu den Radiodays veröffentliche Medienmeldung hier zeigt.





The Car is a Browser! Roger Lanctot Strategy Analytics, und H. Bleckert Polestar erläutern das Auto als «Habitat» der Zukunft: (MRU: Zum Glück geht nicht immer alles so schnell wie prognostiziert!) Bilder: MRU







Die grosse XPERI-Show mit den uns sehr bekannten Joe DeAngelo und Geron Joachim, die aufzeigen wie wichtig die CAR-Plattformen für das künftige kommerzielle Radio-Audio Business auch in Europa sein werden. Zeigen auch die die Nutzungsdaten im Auto, welche den Autofirmen gratis zur Verfügung stehen sollen. Konkurrenz für Mediapulse durch XPERI? Und (Bild rechts) Michel Hill (RadioPlayer), P. Rabel (CARIAD-VW) und David Holecek (Volvo) erläutern das Thema: « can we still be the star of the car?

## A propos «Radio im Auto» und Radio zu Hause:

Handy im Auto einstecken/Bluetooth ein, läuft von selbst! Android Auto regelt das DANK RADIOPLAYER! Hier am Beispiel von JamesFM und Radio Volare (aus der

Schweiz (c), kürzlich in günstigster AVIS-Mietwagenkategorie in Miami-FL. Wenn das «alte Säcke» wie Ich so einfach nutzen können, wie ist das dann mit allen anderen jüngeren, welche «Radio» in diesem Sinne gar nicht mehr kennen?



Einsteigen, Smartphone ein, geht alles von allein, Lieblingssender «überall» auf der Welt hören Bild: MRU

Merke auch: Es gibt da zwar noch einen AUDIO-Knopf, aber keinen Radio-Knopf! Die Vormachtstellung der terrestrischen Radio-Verbreitung in Bezug auf Radio-Nutzung im Auto ist am Sinken, und zwar wohl deutlich schneller als es uns lieb sein kann! Vielleicht liegt ja aber genau da, bei ordnungsgemässen Anstrengungen in Richtung 5G Broadcast, in Bezug auf Regulierung und Technik, die langfristige Chance! (Ähnlich komfortabel haben es zur Zeit nur die rund 85 Mio nordameri-kanischen Autofahrer mit HD-Radio! und fast 100% aller anderen dort mit UKW)

# Geschätzte Globale heute in Betrieb befindliche Radio-Stückzahlen:

(Als Einschätzungshilfe der Realität. Nationsvergleich hier.)

- Etwa zwei Milliarden UKW Empfänger
- Mehr als 100 Millionen DAB+ Empfänger
- Mehr als 100 Millionen HD-Radio Empfänger in Autos
- Etwa 100 Millionen Mittelwellen Digitalradio Empfänger (AM-HD-Radio)
- Mindestens drei Radiotechnologien (CDR/DRM/DRM+) auf der Startrampe aber bisher irrelevante Stückzahlen



Gut gemeintes Session-Thema «american regional radio in a digital age» von Dave Denes. Das leider nur eingespielte Interview (Bild links) mit dem aktuell mit dem NAB "Distinguished Service Award" ausgezeichneten Radiostar Caroline Beasly war nicht gerade in HIT. Immerhin der Tip aus USA: Lineares Radio gut pflegen und anpassen, Abrufdienste aufbauen und kommerzialisieren! Aktuell, aber auch nicht gerade super, fand ich die Session «the war on truth» (Bild rechts), wenn man mit U.Tilgner vergleicht, der dieses Thema über den Irakkrieg der Amerikaner aufgearbeitet hat. Bilder: MRU

Ausgewählte Bild-Eindrücke vom Ausstellungsbereich und sonstige. Bilder: MRU



Eingang Kongress-Gebäude: Hoffentlich noch lange oben flatternde Fahnen der Radio-Audiobranche!



Das jährliche AER-Dinner fand symbolträchtig (Radio ist gerade eine Achterbahnfahrt) im Tivoli-Park im Zentrum von Kopenhagen statt.



Vor allem in den Pausen und zur Lunchzeit war stehts Hochbetrieb in der Ausstellungshalle Bild: MRU



Guter und gemeinsamer Auftritt von Radio-Player, Radio DNS und neuen assoziierten Diensten Bild: MRU

# Meine persönliche «Motzi-Liste» zur Radiodayseurope Veranstaltung:

Schon vor vielen Jahren ist der NAB mit der NAB Radio Show Europe kläglich gescheitert. Nur die teuersten 5-Sterne Hotels in London, Paris ,ROM oder Athen in Verbindung mit teuren Eintrittspreisen waren als Veranstaltungsorte gut und teuer genug! Für viele «gewöhnliche» private «Radiöler» schlicht und ergreifend viel zu teuer! (Da war wohl der EBU Einfluss der grossen nationalen Veranstalter viel zu gross) Die Programme selbst waren sehr ansprechend aber eindeutig zu stark auf die grossen Veranstalter konzentriert. (Hat inzwischen bei NAB-USA zu einem echten und sehr erfolgreichen Programm für kleine Veranstalter geführt siehe dazu in meinem Bericht von der NAB22 hier oder hier, Seite 6 und 7.

Ich habe den Eindruck dass inzwischen die RADIODAYSEUROPE ihren Zenit vor einigen Jahren überschritten haben und es droht nach meiner Meinung ein «NAB-ähnliches» Schicksal, wenn nicht deutlich Gegensteuer gegeben wird. Die wesentlichen Gründe aus meiner Sicht:

- Der Anlass ist viel zu teuer und zu viele sogenannte Zusätze kosten extra! Selbst die Konferenzunterlagen sind nicht im Preis inbegriffen! (für die diesjährigen Kosten inkl. einige der «Extras» (locker CHF 1000 +),kann man sich die assoz. NAB-Verbandsmitgliedschaft und die Konferenz + Ausstellungskosten (alles inbegriffen mitsamt den Vorträgen!) leisten! Für andere vergleichsweise ähnlich grosse Veranstaltungen wie CableTecExpo und ANGACOM gilt ähnliches.
- Die Online only Teilnahme kostet gleich viel wie vor Ort! Absolut einmalig!
- Die Idee, jedes Jahr eine andere Stadt als Veranstaltungsort zu wählen ist sehr löblich und «europäisch», aber in Bezug auf Effizienz wohl suboptimal. Wieso nicht immer gleicher Ort, aber jedes Jahr anderes Gast-Land?
- Man kann RDE weder mit Paypal noch mit AMEX bezahlen! Unglaublich in der heutigen Zeit. Es scheint bei RDE generell etwas zu viel Veranstalter- statt Kunden- Denken zu herrschen!
- Ticketausdruck vor Ort ist nicht möglich.
- In Sachen Rahmenprogramm mit «Networking» wurde früher deutlich mehr und «inbegriffen» geboten!
- Eine «Rückschau» auf zum Beispiel die Jahre 2016 bis 2018 (Paris/ Amsterdam/Wien) zeigt, dass die Besucherzahl zwischen 1500 und 1600 (Rekord in Wien) stagniert und das Gesamtprogram ist nach meiner Auffassung auch eher etwas bescheidener geworden.

# Schlusspunkt:

Von der eigentlichen DAB+ Entwicklung und dessen zusätzlichen Möglichkeiten zum Beispiel im Bereich Emergency Warning und von den 5G Broadcast- Möglichkeiten habe ich weder in der Ausstellung noch bei den Vorträgen Relevantes mitbekommen. Die (terrestrischen) vorab langfristigen Audio- und Video-Verbreitungsthemen scheinen niemanden mehr zu interessieren, dabei wäre dies doch gerade im Hinblick auf gesellschaftspolitische, gesicherte, selbstkontrollierte (ohne Intermediäre und SIM usw.) Inhalts-Vermittlung langfristig von grosser und sehr aktuell steigender Bedeutung. Es sei denn, und so sieht es im Moment trotzt Krieg in Europa aus, betrachten das die Politik, die Regulierung und die meisten Veranstalter als unwichtig und denken wir haben ja alle ein "Chinesisches Internet, eine russische oder alibaba-Cloud und amerikanische Intermediäre" und das funktioniert ja im Moment gut und kostet fast nix. Was nützt aber eine freie Inhaltserstellung wenn dies nicht frei zu den Nutzern gelangen kann? Zugegebenermassen für eine Veranstaltung wie

die Radiodayseurope ein komplexes und anspruchsvolles Thema, müsste aber nach meiner Meinung als Top-Thema behandelt werden, denn immer mehr der Rundfunker «wünschen» sich ja auch monetäre (Verbreitungs-)Unterstützung durch ihre Länderregierungen, mit der Hauptbegründung «Schutz und Absicherung der Medienfreiheit».

# Die nächsten Radiodayseurope (13.Ausgabe) finden in Prag, bei hoffentlich Frühlingshaftem Wetter und ohne Pandemiesorgen, vom 26. Bis 28. März statt

#### Zum Autor:

Markus Ruoss (geboren 1947) war von 1982 bis 2011 Gründer und Mehrheitsaktionär von Radio Sunshine in Rotkreuz. Als ausgebildeter Elektro- und Fernmelde-Ingenieur HTL übt er seit vielen Jahren eine Beratungstätigkeit im Bereich Medien und Kommunikationsnetztechnologie aus. Er besucht jedes Jahr zahlreiche Fachmessen und Kongresse. Markus Ruoss ist in verschiedenen Verwaltungsräten, war Mitglied der eidgenössischen Medienkommission und gehörte viele Jahre dem Vorstand des Verbands Schweizer Privatradios (VSP) an.

20.Mai 2022MRU