

MOOD MANAGEMENT

DE DAGELIJKSE ROL VAN RADIO EN MUZIEK



EEN WHITE PAPER VAN BEAUTIFUL LIVES

INTRODUCTIE

DE BEHOEFTE AAN MUZIEK EN 'AUDIO-ENTERTAINMENT' IS HEEL GROOT

De dagelijkse consumptie van 'audio' is immens, waarbij 'live radio' als audiovorm domineert. Het icoon van radio is nog vaak het draagbare toestel uit de jaren '60, waarmee we met een draaiknop de frequenties afzoeken. Radio is veel meer dan muziek, het gaat om het gevoel van verbondenheid met een grotere community. Radiostations zijn uitgegroeid tot grote mediamerken, die vanuit een vaste fanbase nieuwe activiteiten en nieuwe media ontwikkelen. De content die door deze merken dagelijks ontwikkeld wordt, is tegenwoordig niet alleen audio, maar ook video, social en events.

De 538Groep wil als marktleider het voortouw nemen bij het verder 'futureproof' maken van radio in het toekomstige medialandschap. Om die reden heeft de 538Groep human based marktonderzoeksbureau Beautiful Lives in het najaar van 2015 opdracht gegeven de behoeften van de luisteraar diepgaand te doorgronden. De 538Groep heeft het bureau vervolgens gevraagd de belangrijkste bevindingen met de markt te delen. De digitale transformatie die onze tijd typeert, biedt enorme mogelijkheden als we de behoeften van luisteraars grondig begrijpen.

MAURICE PALMEN
Managing Partner
Beautiful Lives

MENNO KONINGSBERGER
Algemeen directeur
538Groep



ONDERZOEKS- VERANTWOORDING

Aan de hand van vier onderzoekpijlers is een 360 graden perspectief op radio en de ontwikkelingen binnen radio verkregen.

TRENDONDERZOEK EN MARKTINZICHTEN

Als startpunt voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van 'social listening' en inzichten uit eerdere onderzoeken.

COMMUNITY BASED RESEARCH

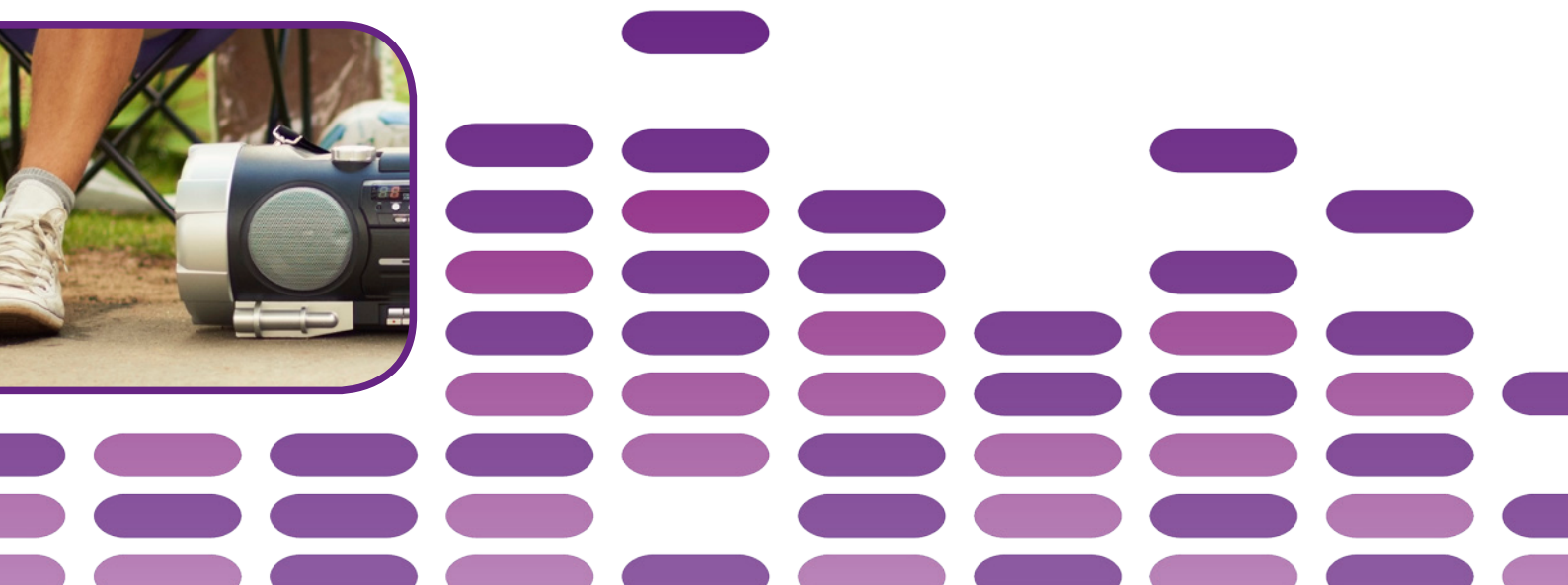
Intensieve online dialoog (drie weken) middels CAMPFIRE, het online en realtime platform van Beautiful Lives. Honderd deelnemers (allen muziekliefhebbers tussen de 16-45 jaar) hebben hierbij 9 opdrachten uitgevoerd, die tot 25 discussie topics leidden. Hierbij hebben zij gezamenlijk 3000 reacties gepost en hebben meer dan 150 foto's en filmpjes geüpload.

IN-DEPTH INTERVIEWS MET EXPERTS EN ADVERTEERDERS

Aan de hand van in-depth interviews hebben we inzicht gekregen in de belangrijkste trends en ontwikkelingen. We hebben gesproken met adverteerders, mediabureaus, trendwatchers, mediadeskundigen en digitale experts.

DEEP DIVE IN GFK/NLO EN MEDIA:TIJD ONDERZOEKEN

We analyseerden de gegevens uit NLO/GFK Audiodistributie onderzoek (2015), het Nationaal Luister Onderzoek (NLO/GFK) en Media:tijd (2015). Deze hebben gediend als kwantitatieve onderbouwing, om de CAMPFIRE bevindingen te plaatsen in het perspectief van de ontwikkeling van audiogebruik in Nederland.



BELANGRIJKSTE 5 INZICHTEN



DE ESSENTIE VAN RADIO, MUZIEK EN AUDIO-ENTERTAINMENT IS MOOD MANAGEMENT

Radio golft mee op het ritme van de dag en van de week. Het is een toegankelijke en laagdrempelige afstemming op wat je doet en hoe je je voelt.



WE LUISTEREN VIA STEEDS MEER KANALEN NAAR AUDIO EN HET AANTAL GELUIDSDRAGERS NEEMT TOE

Radio neemt het leeuwendeel voor zijn rekening. 82% van het audio-luistervolume is 'live radio'. De distributie van radio breidt steeds verder uit; tegenwoordig kan je overal ook digitaal luisteren via internet, digitale kabel (settop-box) en DAB+. 90% van de Nederlanders luistert gemiddeld drie uur per dag naar radio. Online streaming is 7% van het luistervolume.



BINNEN MOOD MANAGEMENT KUNNEN WE ZES BELANGRIJKE NEEDSTATES ONDERSCHIEDEN

Verbinden, Support, Afsluiten, Focus, Ontdekken en Losgaan.



LIVE RADIO EN ZELFGEKOZEN MUZIEK (CD'S, MP3'S OF VIA ON-DEMAND STREAMING) HEBBEN VOOR LUISTERAARS EEN COMPLEMENTAIRE ROL

Radio verbindt en ontspant. Het geeft je een prettig en relaxed gevoel. Radio luister je om 'in het nu' te blijven en creëert een prettige sfeer terwijl je in de auto rijdt, reist, internet, werkt of leert. Met zelf gekozen muziek heb je een persoonlijke en meer actieve mood manager die in belangrijke mate betrokkenheid en aandacht vraagt.



TOEGANG TOT MUZIEK (LIVE RADIO EN ON-DEMAND STREAMING) WORDT BELANGRIJKER DAN HET BEZIT ERVAN (MP3 EN CD'S)

Jongvolwassenen luisteren (van oudsher) relatief meer naar zelfgekozen muziek, dit is onderdeel van de zoektocht naar een identiteit. Toch besteedt ook deze groep meer dan tweederde (68%) van hun luistertijd aan radio. De smartphone geldt als een device met veel potentieel voor de toekomst.



DE ESSENTIE VAN RADIO, MUZIEK EN AUDIO-ENTERTAINMENT IS MOOD MANAGEMENT

Radio golft mee op het ritme van de dag en van de week. Het is een toegankelijke en laagdrempelige afstemming op wat je doet en hoe je je voelt.

DE ESSENTIE VAN AUDIO IS MOOD MANAGEMENT

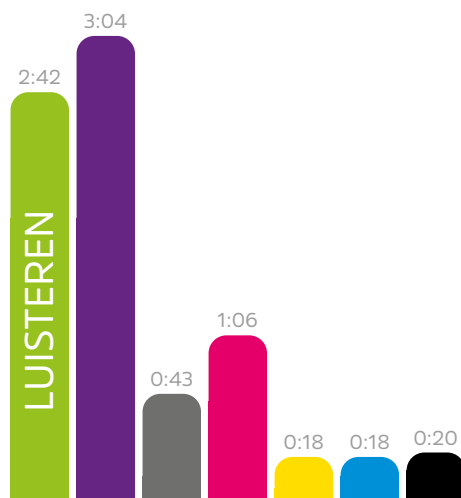
LUISTEREN NAAR AUDIO IS DE HELE DAG RELEVANT

Luisteren (naar audio) speelt een grote rol in het leven en begeleid je als het ware gedurende de dag (*figuur 1: gem. 3u per dag*). Audio is een vorm van entertainment die laagdrempelig is en makkelijk kunt combineren met andere activiteiten. Luisteren naar de radio, streaming-diensten of eigen muziek is van 's morgens tot 's avonds relevant. Andere entertainmentvormen zoals televisie kijken zijn pas 's avonds echt relevant.

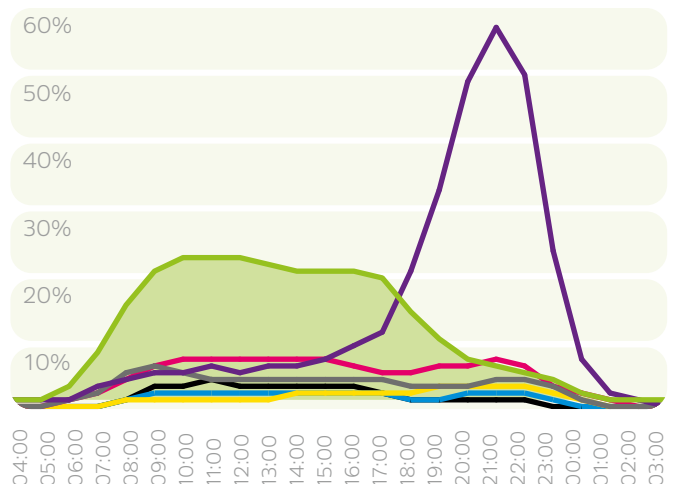
RADIO EN MUZIEK IS MOOD MANAGEMENT

Luisteren naar radio en muziek stelt je in staat om af te stemmen op de gewenste gemoedstoestand, zo vertellen luisteraars tijdens de CAMPFIRE conversaties. Je kan zelf je gemoedstoestand ondersteunen, versterken of verlichten. Het luisteren naar radio en muziek helpt als mood manager. Zo kan radio en muziek je opvrolijken, je laten ontspannen maar ook die gezelligheid brengen waar je op zoek naar bent.

MEDIACONSUMPTIE PER DAG



LUISTEREN OVER DE DAG HEEN





WE LUISTEREN VIA STEEDS MEER KANALEN NAAR AUDIO EN HET AANTAL GELUIDSDRAGERS NEEMT TOE

Radio neemt het leeuwendeel voor zijn rekening. 82% van het audio-luistervolume is 'live radio'. De distributie van radio breidt steeds meer uit: tegenwoordig kan je ook luisteren via internet, digitale kabel (settop-box) en DAB+. Radio heeft een weekbereik van 90%, de gemiddelde luisterduur is bijna 3 uur per dag. On-demand streaming is 7% van het luistervolume.

AUDIOLANDSCHAP VERBREEDT RADIO IS DE BAKERMAT

Ik ben al jaren luisteraar van 538. Op werk, in de auto en natuurlijk ook van de festivals in de zomer!
Jadey (27)

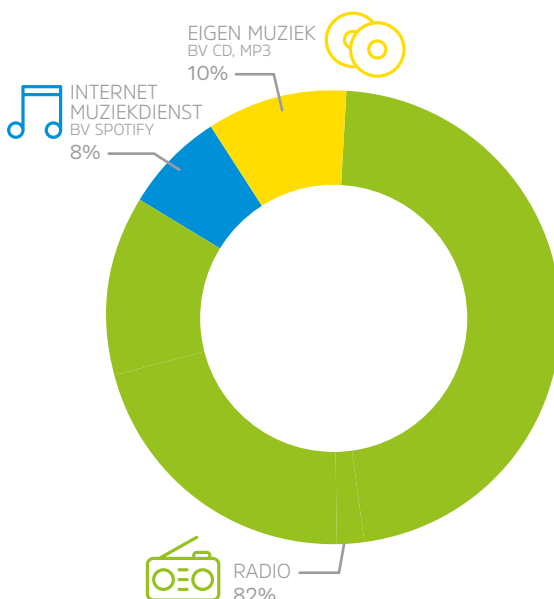
AUDIO LANDSCHAP BREDER EN DIVERSEER

Het totale audiolandschap strekt zich verder uit en wordt met de ontwikkeling van nieuwe kanalen groter en gevarieerder. Radio is en blijft de meest populaire manier van muziek luisteren. Radio is de dominante vorm binnen de totale audio consumptie (82%). 10% van de totale audiotijd wordt ingevuld door eigen muziek via mp3's en CD's en dit zal naar alle waarschijnlijkheid verder dalen. On-demand streaming vormt in 2015 8% van de totale audio consumptie. (figuur 1).

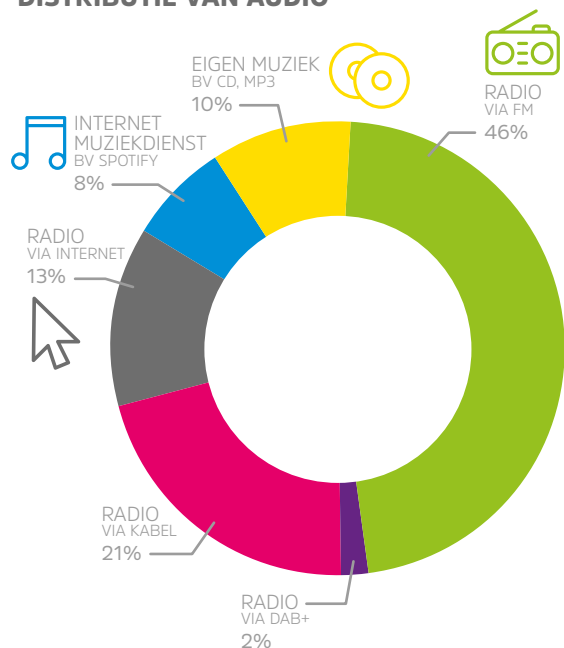
HET RADIOLANDSCHAP DIGITALISEERT

De distributievormen van radio veranderen. Er is nog altijd de ether. Vrijwel de helft (46%) van alle audio wordt via de FM-ether geconsumeerd. Radio via internet is inmiddels 13%. De kabel (incl. settop-box) is goed voor 21%. Sinds 2013 is er DAB+. Consumptie via DAB+ is nu 2%, dit zal de komende jaren naar verwachting verder groeien. Er is een digitale transformatie gaande. De verwachting is dat er hybride varianten tussen streaming en radio ontstaan, omdat dat de behoefte van de luisteraar is. De smartphone zal daarbij steeds vaker de centrale spil zijn (via oordopjes of via een bluetoothspeaker).

CONSUMPTIE VAN AUDIO



DISTRIBUTIE VAN AUDIO





BINNEN MOOD MANAGEMENT KUNNEN WE ZES BELANGRIJKE NEEDSTATES ONDERSCHIEDEN

Verbinden, Support, Afsluiten, Focus, Ontdekken en Losgaan.

6 NEEDSTATES

BINNEN MOOD MANAGEMENT



Hoe mensen omgaan met de essentie van audio kan worden verklaard door het gebruik van twee motivationele assen; de individuele as (verticaal) en de zogenaamde 'sociale as' (horizontaal).

De verticale (individuele) as gaat over de persoonlijke houding ten aanzien van audio. Aan de bovenzijde overheerst een spontane omgang met audio. Mensen staan open voor invloeden van buitenaf. Audio kan de mood zo op elke manier beïnvloeden en men laat zich hier het liefst helemaal in meevoeren. Aan de onderzijde heerst er een controlerende en beheersende omgang met audio. Mensen proberen met behulp van audio juist hun mood te controleren en/of te beïnvloeden met behulp van entertainment.

De horizontale as toont hoe mensen zich verhouden tot - en beïnvloed worden door - hun sociale context. Aan de linkerkant van de as ligt de nadruk op de 'ik', mijzelf. Men doet inspanning om het maximale uit de audio-omgeving te halen en deze naar eigen hand te zetten. Aan de rechterkant ligt de focus meer op de sociale context. Hier voert een ontspannen en meegaande houding de boventoon en probeert men audio te gebruiken als ondersteunend aan de sfeer in de omgeving.

6 NEEDSTATES IN DETAIL



VERBINDEN

- Je verbonden willen voelen met een grotere groep
- Geeft sociale munitie; iets om over te praten
- Samen beleven, muziek brengt de sfeer
- Het gesprek van de dag volgen

Het geeft gewoon een sfeertje
en de dj's zijn altijd wel grappig.

Leonard (36)



SUPPORT

- Geeft energie om door te gaan • Gezelligheid gedurende de dag
- Voorkomt stiltes • Latent luisteren om de primaire bezigheid leuker te maken
- Op kantoor of bij huishoudelijke klusjes

Sommige klusjes op kantoor, die
zijn gewoon niet leuk. Maar met
een beetje muziek erbij is het
altijd best te doen.

Dominique (30)



AFSLUITEN

- Me Time • Gedachtenloos luisteren
- Afsluiten van buitenwereld en haar overvloed aan prikkels
- Gedachten verzetten • Opladen

Entertainment is ook wegzakken
in de bank, de afstandsbediening
binnen handbereik en niks doen.

Simon (24)



FOCUS

- Helemaal opgaan in de muziek die je zelf gekozen hebt
- Bijvoorbeeld met hardlopen • Iets uittypen / uitwerken op de computer
- Een lange of lastige autorit

Op je eigen beat hardlopen,
lekker gefocust.

Cyrella (20)



ONTDEKKEN

- Nieuwe muziek ontdekken die ik nog niet ken
- Je laten verrassen
- Speellijstjes van anderen doorscannen

Af en toe wil ik wel eens iets
nieuws ontdekken, dat ik nog niet
eerder heb gezien of gehoord.

Katie (24)



LOSGAAN

- Uitbundig zingen • Dansen en springen
- Samen beleven • Live radio optredens

De energie die je voelt op een
dance festival is onbeschrijfelijk.
Met duizenden mensen tegelijkertijd
losgaan, dat is toch geweldig.

Tamara (27)



RADIO EN ZELF GEKOZEN MUZIEK (CD'S, MP3'S OF VIA ON-DEMAND STREAMING) HEBBEN VOOR LUISTERAARS EEN COMPLEMENTAIRE ROL

Radio is een ontspannen en sociale mood manager die mensen een prettig en relaxed gevoel geeft. Radio luister je om 'in het nu' te blijven en creëert een prettige sfeer terwijl je in de auto rijdt, reist, internet, werkt of leert. Met zelf gekozen muziek heb je een persoonlijke en actieve mood manager die in belangrijke mate betrokkenheid en aandacht vraagt.

VERSCHILLENDE GEBRUIK OP VERSCHILLENDE MOMENTEN

AUDIO EN DAN VOORAL RADIO IS OVERDAG DOMINANT

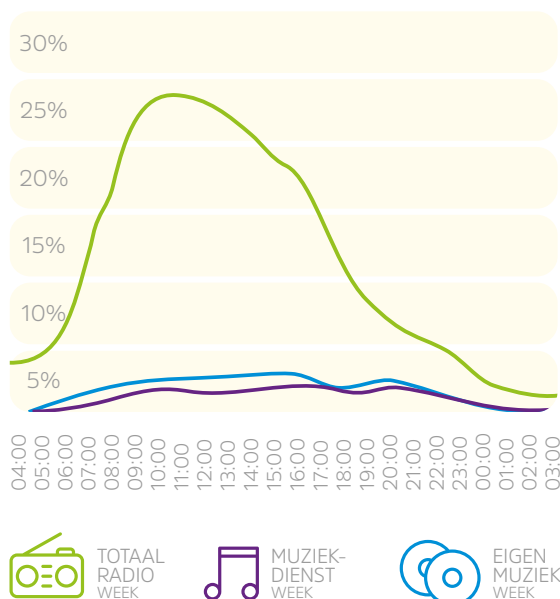
Dit komt doordat je het kunt combineren met wat je aan het doen bent: audio is het primaire medium, maar ondersteunend aan de activiteit. Radio is veruit dominant van 7 uur 's ochtends tot 7 uur 's avonds, met een piekbereik van meer dan 25% tussen 9 en 10 uur.

DIVERSE 'DEVICES' BIJ RADIO EN ZELFGEKOZEN MUZIEK

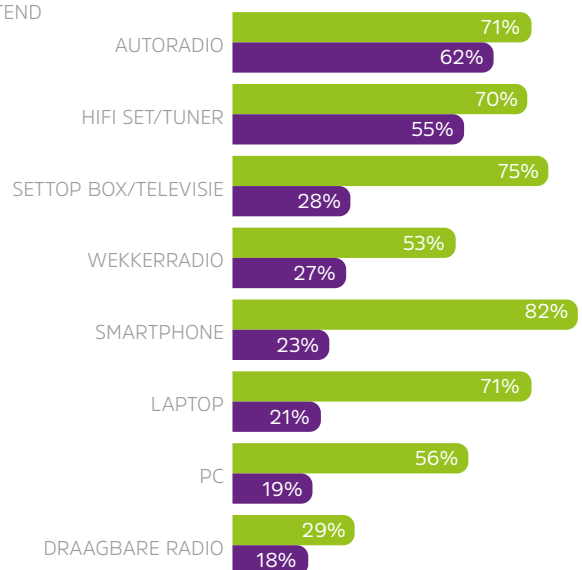
Niet alleen de luistermomenten verschillen als je radio en zelfgekozen muziek naast elkaar legt. Mensen gebruiken er ook vaker andere devices voor. Eigen muziek en on-demand diensten wordt vooral via smartphone, computer of radio/stereo installatie beluisterd. Radio is universeler (*figuur 2*). De belangrijkste radio devices zijn; autoradio (62%), stereo-installatie (55%), settop-box/televisie (28%), wekkerradio (27%) en smartphone (23%). De komende jaren zal er verdere digitalisering plaatsvinden.

DAGPATOON AUDIO FORMATS

RADIO DOMINANTE LUISTERVORM, MET EEN PIEK IN DE OCHTEND



RADIO DEVICES



APPARAAT TER BESCHIKING

GEBRUIKT VOOR RADIO

RADIO EN ZELFGEKOZEN MUZIEK

VERVULLEN COMPLEMENTAIRE ROLLEN EN VOORZIEN IN ANDERE BEHOEFTE



RADIO EN ZELFGEKOZEN MUZIEK VERVULLEN ANDERE ROLLEN EN ZIJN COMPLEMENTAIR

Luisteraars wisselen radio af met het streamen en het draaien van eigen muziek.

- Live radio speelt vooral in op de sociale en ontspannen kant van audio, het meegaan met de flow van de dag. Om die reden wordt radio ook veel beluisterd op momenten die weinig inspanning en keuze vragen ('meegaan met de flow'). Dit biedt radiostations de mogelijkheden om een rol als gids en entertainer in te vullen. Daarmee kan radio een verbinding met een grotere groep luisteraars leggen.
- (Muziek)streamingdiensten vragen om meer inspanning. Eigen muziek en on-demand streaming zijn persoonlijke en actieve mood managers die een bepaalde mate van betrokkenheid en aandacht vragen. Daarom worden ze meer gebruikt tijdens een intense luisterbeleving. On-demand kiezen stelt je daarnaast in de gelegenheid om zelf nieuwe muziek te ontdekken, uit een onbeperkte catalogus.

RADIO OF ZELF MUZIEK KIEZEN:

WELKE NEED STATE EN WAAROM?

NEED STATE	ROL VOOR RADIO EN MUZIEK	PRIMAIR AUDIO FORMAT	OOK GEBRUIKT
 VERBINDEN	VERBINDEN - Bied me gezelligheid - Zorg voor sociale munitie - Betrek me erbij, houd me op de hoogte	Radio	Zelf kiezen
 SUPPORT	SUPPORT - Geef me een goede, gezellige sfeer - Zorg voor kadans in de dag - Help me door de dag	Radio	Zelf kiezen
 AFSLUITEN	AFSLUITEN - Laat me gedachtenloos luisteren - Help mij opladen - Verzet mijn gedachten	Radio	Zelf kiezen
 FOCUS	FOCUS - Leef mee met mijn emoties - Sluit me af van de buitenwereld - Hou mijn focus vast	Zelf kiezen	Radio
 ONTDEKKEN	ONTDEKKEN - Geef me iets nieuws, dat afwijkt - Help mij ontdekken	Radio & Zelf kiezen	Zelf kiezen & Radio
 LOSGAAN	LOSGAAN - Neem me mee - Laat me dansen, zingen en springen - Creëer de euforie van samen	Festivals, concerten en optredens	Zelf kiezen & Radio



TOEGANG TOT MUZIEK (RADIO EN ON-DEMAND STREAMING) WORDT BELANGRIJKEER DAN HET BEZIT ERVAN (MP3 EN CD'S)

Jongvolwassenen luisteren (van oudsher) relatief meer naar zelfgekozen muziek en dit is onderdeel van de zoektocht naar een eigen identiteit. Toch besteedt ook deze groep meer dan tweederde (68%) van hun luistertijd aan radio. De smartphone geldt als een device met veel potentieel voor de toekomst.

GENERATION Y

(GEB 1980-2000) WIL ZELF KEUZES KUNNEN MAKEN

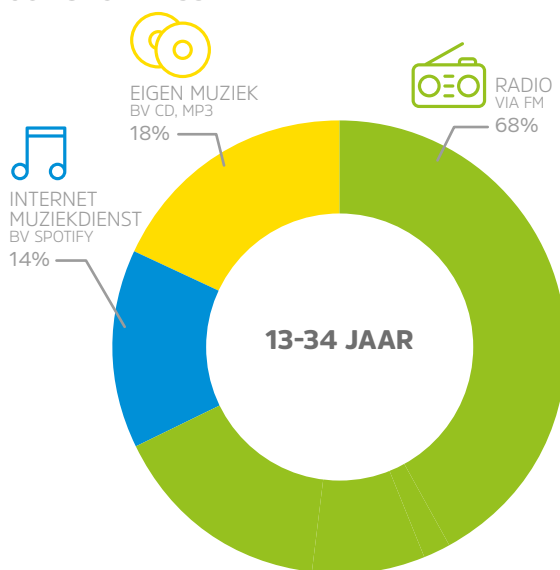
JONGVOLWASSENEN KIEZEN VAKER VOOR HET LUISTEREN NAAR 'ZELFGEKOZEN MUZIEK'

In de zoektocht naar een identiteit kiezen jongvolwassenen meer voor hun 'eigen muziek', ook omdat ze 'er de tijd voor hebben'. Ook onder jongvolwassenen is radio echter met 68% veruit de meest populaire audio-vorm (figuur 1). Van oudsher ervaren radiostations dat vanaf het 'werkende leven' radio steeds meer opgezocht wordt.

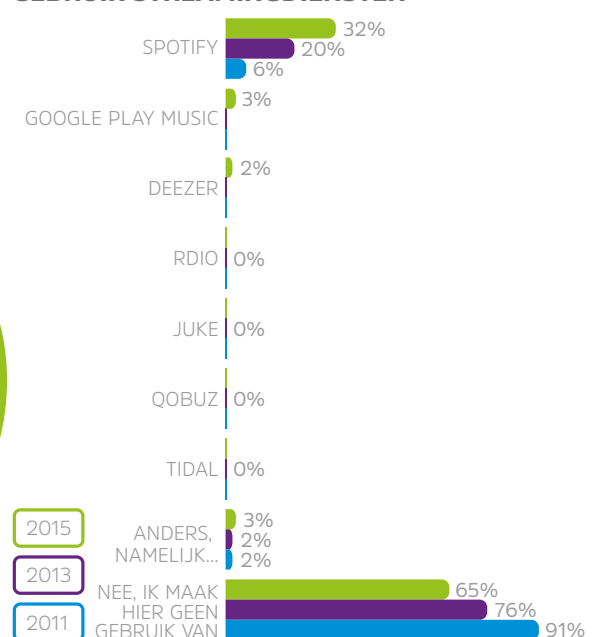
TOEGANG TOT AUDIO WORDT BELANGRIJKER DAN BEZIT ERVAN

On-demand streaming groeit: 35% van de Nederlanders maakt gebruik van een on-demand streamingdienst. Een derde van deze gebruikers betaalt er op dit moment een maandelijkse fee voor, de overige twee derde gebruikt de 'gratis versie met reclame'. De streamingmarkt kent inmiddels een aantal aanbieders waarvan Spotify veruit de bekendste is. De 'gratis versie' van Spotify is snel gegroeid dankzij de bundeling met smartphones door telecomaandieners. On-demand streaming zal (als 'cloud'-oplossing) het bezit van eigen muziek steeds meer gaan vervangen.

AUDIOCONSUMPTIE ONDER JONGVOLWASSENEN



GEBRUIK STREAMINGDIENSTEN



GENERATION Y

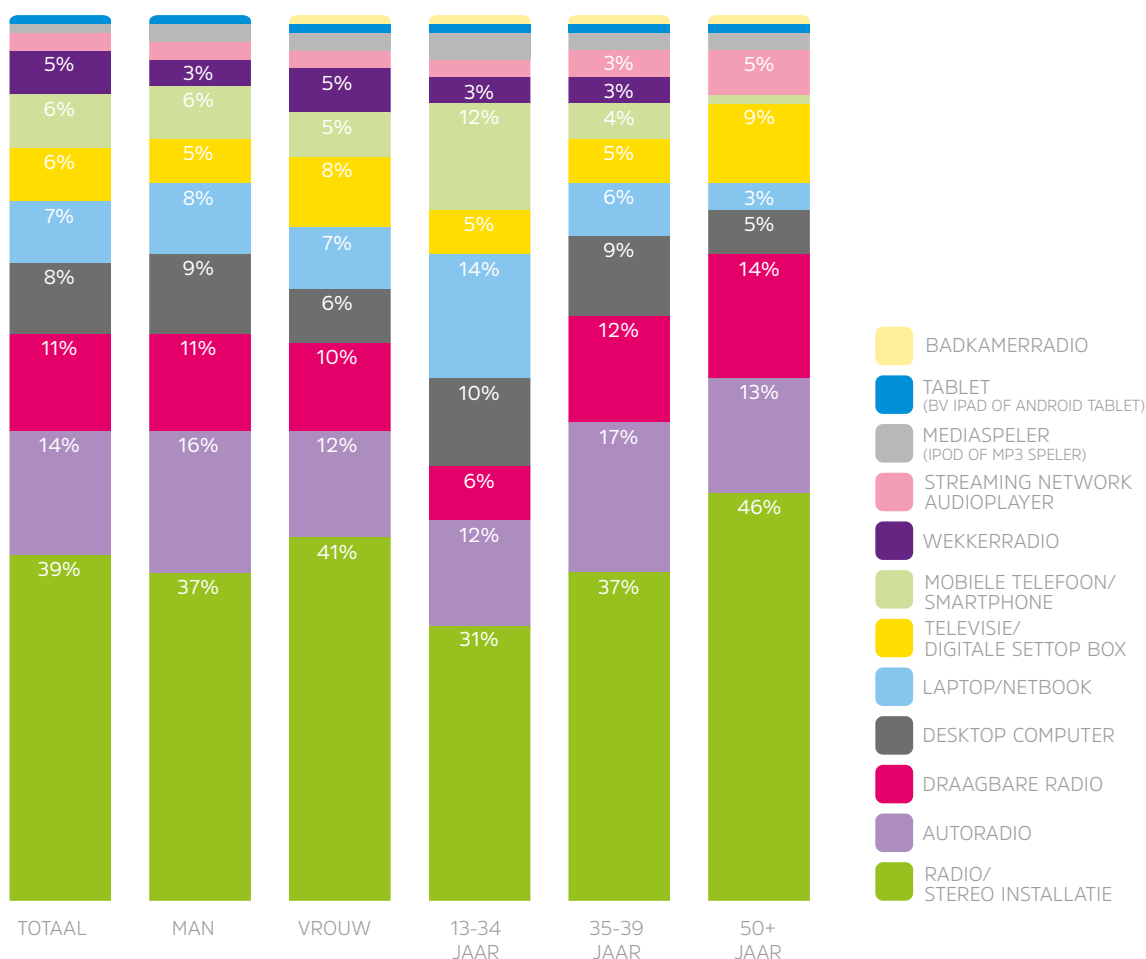
(GEB 1980-2000) GEBRUIKT ANDERE DEVICES OM TE LUISTEREN

NIEUWSTE GENERATIE GEBRUIKEN ANDERE DEVICES

De groep 13-34 jaar luistert anders dan de eerdere generaties. Jongvolwassenen gebruiken de smartphone als toegang tot het internet. De smartphone is de centrale 'life organiser' (figuur 1). Naast de smartphone vervangt de pc en tablet de klassieke devices zoals de draagbare radio en de stereo-installatie, vooral tijdens werk en studie.

AANDEEL APPARATEN PER DOELGROEP

JONGEREN GEBRUIKEN MEER MODERNE APPARATEN,
OUDEREN MAKEN MEER GEBRUIK VAN TRADITIONELE APPARATEN



Het zou mooi zijn om delen van de radio-uitzending te downloaden, dan kan ik ze beluisteren als ik onderweg ben. Nu kost het toch teveel van mijn internetbundel.

Jasper (19)

DE SMARTPHONE BIEDT MET DE JUISTE AANPAK FLINKE KANSSEN VOOR RADIOSTATIONS

SMARTPHONE IS DE TOEKOMST

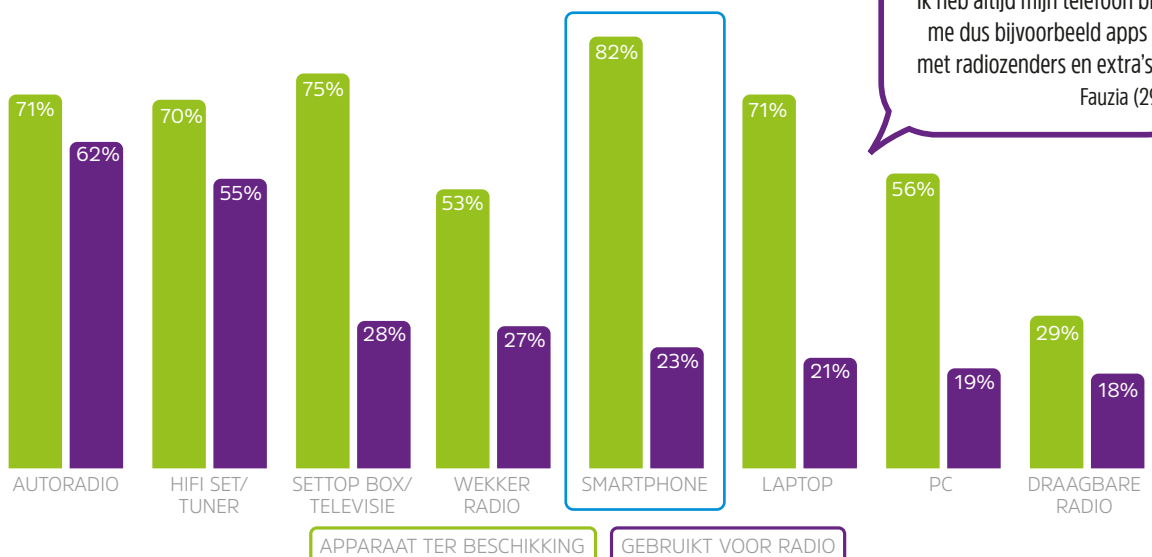
Het gebruik van de smartphone voor radiobeluistering ligt nu nog laag vergeleken met de hoge penetratie ervan (82% van de mensen bezit een smartphone), maar is snel gegroeid. 23% van de mensen gebruikt de smartphone om naar radio te luisteren, dit is zeer snel gegroeid (was 13% in 2009).

Luisteraars vinden de kosten voor 4G datagebruik momenteel nog te hoog om radio of muziek te streamen als ze buiten de deur zijn (zonder wifi). Wanneer DAB+ geïntegreerd is in smartphones of als de prijs voor 4G datagebruik fors naar beneden zal gaan, dan zal gebruik van smartphones voor radio en streaming 'on-the-go' een hoge vlucht nemen. Individueel (via een headset) en sociaal (via bluetooth speakerset).

DE UITDAGING VAN RADIO

Radio omvat een groot deel van de luistertijd en is op een belangrijk deel van de dag relevant. Radio is laagdrempelig en sociaal. De uitdaging voor radiostations is om de mogelijkheden die de smartphone biedt (nieuwe momenten, personalisatie, op alle plekken) volop te benutten.

SMARTPHONE GEBRUIK



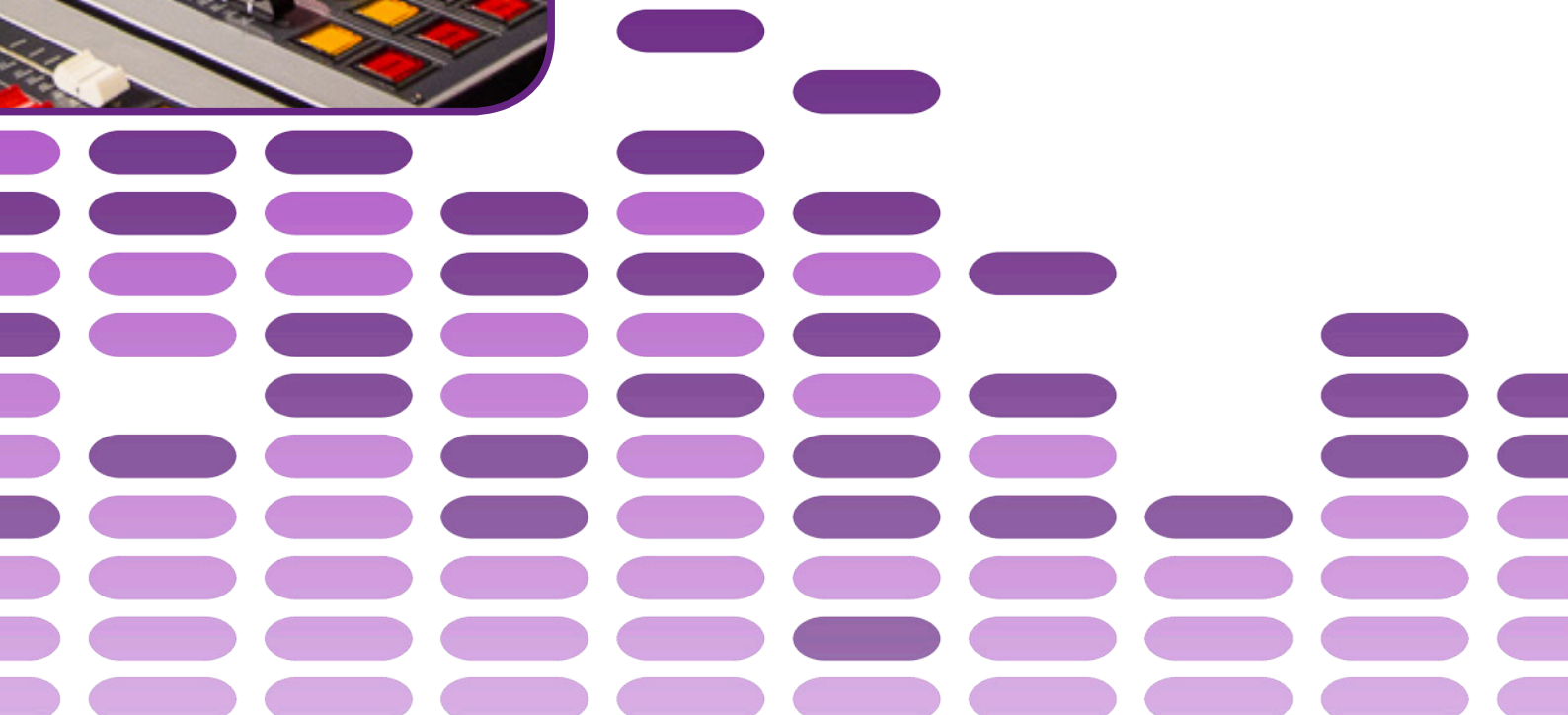
Radiozenders zijn interessant op hun eigen manier, maar ik denk dat ze vooral digitaal veel meer kunnen doen. Ik heb altijd mijn telefoon bij me dus bijvoorbeeld apps met radiozenders en extra's.

Fauzia (29)

AFSLUITING

DE ESSENTIE VAN RADIO, MUZIEK EN AUDIO-ENTERTAINMENT IS MOOD MANAGEMENT

Radio golft mee op het ritme van de dag en van de week. Het is een toegankelijke en laagdrempelige afstemming op wat je doet en hoe je je voelt. Terwijl 'live radio' als contentvorm in essentie onveranderd relevant is, is de distributie en de gebruikte apparatuur voor ontvangst wel flink in beweging. De onderliggende behoeften van luisteraars blijven: die zijn fundamenteel en universeel. Inmiddels zijn de 'devices' die we gebruiken voor het luisteren ingrijpend veranderd. De ontvangst verschuift langzaam van analoge ether FM naar digitale distributie; ontvangst via internet en digitale kabel (settop-box) groeit snel en DAB+ is in opkomst. Deze beweging zal onverminderd doorgaan. Smartphones en internet-connected devices zetten elke markt op zijn kop en mensen hebben tegenwoordig overal toegang tot digitale distributiebronnen: thuis, op het werk of onderweg. Wanneer radiostations deze mogelijkheden goed benutten, ontstaan er in deze tijd van connected lives mooie kansen.



MOOD MANAGEMENT

DE DAGELIJKSE ROL VAN RADIO EN MUZIEK

COLOFON

Deze white paper is geschreven door human based research bureau Beautiful Lives, op verzoek van de 538Groep. De paper is bedoeld voor iedereen die werkzaam of geïnteresseerd is in de rol van radio in media.

Redactie: Rolph Droste, Nella van Gemert en Maurice Palmen

Vormgeving: Judith Rabbe

Productie: Arno Buurman

Het materiaal is vrij bruikbaar, mits de bron van de tekst aangegeven wordt.

