

⤵ Het Nederlandse radiosucces

Radio aan de macht?



Radio is populairder dan ooit. Ondanks de concurrentie van Spotify waar je je eigen playlists kunt maken en het grote aanbod via iTunes blijven de luistercijfers voor radio stijgen. De afgelopen tien jaar kreeg radio er in Nederland een miljoen luisteraars bij. Zelfs jongeren luisteren er weer volop naar. Wat is het geheim van het succes? Een achtergrondverhaal over radio toen & nu met bekende radio dj's aan het woord over hun grote liefde. 'Radio kan echt een vriend zijn die je overal mee naar toe neemt.'

Onno Lakeman



'Radio is het intiemste medium dat er bestaat. Het is één op één communicatie met de luisteraar. Je wordt onderdeel van iemands leven'
(Patrick Kicken)

'Radio is door de jaren heen vaak genoeg afgeschreven door de komst van nieuwe media en technieken maar heeft zich altijd staande weten te houden'
(Jeroen van Inkel)

'Als ik met mijn radio uitzending iemand 1 seconde kan afleiden van de alledaagse beslommingen ben ik al blij'
(Jeroen Nieuwenhuize)

'Mensen krijgen weer een hang naar verrassing. Simpelweg afspelen van zelf bij elkaar gezochte lijstjes via iTunes en Spotify haalt het niet bij wat de DJ voor je heeft uitgezocht'
(Kristel van Eijk)

Weetjes

- > Nikola Tesla wilde in 1895 zo graag als eerste een serieuze radiodemonstratie geven terwijl hij eigenlijk nog niet klaar was dat zijn werkruimte in brand vloog. Zijn concurrent uitvinder Guglielmo Marconi ging er in datzelfde jaar met de eer vandoor.
- > Edwin Armstrong ontdekte in 1933 een manier om de radiodraag golf anders te moduleren. Deze frequentiemodulatie (FM) bleek stukken minder gevoelig voor storingen dan AM (middengolf) en kon bovendien hi-fi-geluid op radio leveren.
- > De publieke radio doet het 's ochtends opvallend goed. In de TOP-5 meestbeluisterde ochtendshows bevinden zich drie programma's van de publieke omroep, te weten: Het 8 uur Nieuws (Radio 1), @Work (3FM) en Gouden Uren (Radio 2).
- > 3FM Serious Request zamelt vanaf 2004 ieder jaar geld in voor het Rode Kruis. Hierbij worden drie radio dj's 6 dagen zonder eten opgesloten in een glazen huis en draaien ze in ruil voor een donatie verzoekplaatjes. In totaal is al ruim 52 miljoen euro opgehaald.
- > Het aantal Nederlandse radioluisteraars dat via een tablet luistert is gestegen naar één miljoen; een verdubbeling ten opzichte van een jaar eerder (Trends in Digitale Media van Intomart GfK).
- > Ruim twee miljoen Nederlanders luistert op de smartphone naar radio en bijna vier miljoen Nederlanders luistert radio via de laptop of pc.
- > Ruim twee derde van alle automobilisten luistert in de file naar de radio of eigen muziek.

Voor nieuwe muziek en muziek-entertainment speelt televisie na de verdwijning van TMF en MTV als muziekzender op de '1 minuut helden' na van DWDD geen rol van betekenis meer. Internet is met Spotify waar je je eigen afspeellijsten kunt samenstellen populair, maar zodra de nieuwigheid eraf is val je daar als luisteraar al snel in herhaling, zo luidt de kritiek van veel gebruikers. Wat blijft over als bron van nieuwe muziek en muzikaal vermaak? Good old radio... Het aloude medium is momenteel populairder dan ooit. 'Radio is door de jaren heen vaak genoeg afgeschreven door de komst van nieuwe media/technieken, maar heeft zich altijd staande weten te houden,' zegt Jeroen van Inkel van Q-music, onderscheiden met de Marconi Oeuvre Award voor zijn bijdrage aan Nederlandse radio (met o.a. geruchtmakende programma's als Curry & Van Inkel). Van Inkel vervolgt: 'Radio is een intiem medium en kan echt een vriend zijn die je overal mee naar toe neemt. Het doet een beroep op je eigen fantasie omdat er geen beeld bij zit. Daarom ben ik ook geen fan van webcams in de radiostudio. Je ziet dat collega's

van 3FM en Radio 538 die dat wel doen eigenlijk meer een tv programma aan het maken zijn waar je toevallig ook naar kunt luisteren. Dat is niet goed voor het product. Dat vind ik net alsof een schoenmaker opeens ook kleding gaat verkopen.'

De kracht van radio


Naast de betere beschikbaarheid blijkt meer dan ooit de kracht van radio. 'In deze tijd wordt onophoudelijk van je gevraagd om onder meer via social media ergens op te reageren, iets te creëren en om te presteren. Dan is het lekker om gewoon iets aan te kunnen zetten terwijl je al die andere dingen doet,' meent Jeroen Nieuwenhuize van Radio 538. 'Wij radiomensen brengen je een aantrekkelijke mix van je favoriete platen en wisselen dat af met een zoals ik dat noem 'persoonlijk prettig gevoel' in onze presentaties. Nog een voordeel: in het huidige radiolandschap is er ook veel meer keuze in genres en gevoel dan vroeger.' De veelbeluisterde 538 Top-40 jockey vervolgt: 'De kracht van radio is echt enorm. Je kunt met geluid de fantasie van luisteraars prikkelen. Geluid is namelijk heel effectief en krachtig in het aanspreken van je emoties. Helemaal wan-

neer de radiomaker het 'paint the picture' principe toepast. Daarmee bedoel ik: ook gezegd geur, kleur en smaak aan het geluid toevoegen. Dat kan door de manier van presentatie. Ik heb het ooit zelf ervaren toen ik met een gebroken been op de bank lag, me miserabel voelde en dat even vergat omdat mijn aandacht werd afgeleid door wat er op de radio gebeurde. Toen dacht ik: dat wil ik ook! Dus als ik nu iemand 1 seconde kan afleiden van de alledaagse beslommingen ben ik al blij.'

Jeugd vindt radio weer cool

Wie denkt dat jongeren tegenwoordig vooral massaal het internet op duiken om nieuwe muziek te vinden, zit er hopeloos naast. Ook jongeren vinden radio weer cool en hip, blijkt uit de laatste cijfers. Maar liefst 82 procent van de kinderen tussen de 9 en 14 jaar luistert regelmatig naar de radio, zo blijkt uit onderzoek van Jeugdpeil/NOS. Ruim 87 procent van de kinderen vindt radio 'helemaal niet ouderwets.' Maar liefst 66 procent van de kids luistert graag op de eigen kamer naar radio en 92 procent gebruikt hiervoor vooral het traditionele radiotoestel en in mindere mate de computer (35 procent) of mobieltje (24 procent).

Ook Patrick Kicken van Radio Veronica is van mening dat de geheime kracht van radio schuilt in het makkelijk toepasbare karakter. 'Anders dan televisie kun je er nog iets anders bij doen: internetten, klussen, autorijden, de afwas, waar je maar zin in hebt. Je behoudt je vrijheid en wordt ondertussen vermaakt. Daarnaast is radio het meest intieme medium dat er bestaat. Het is (als het goed is) één op één communicatie met de luisteraar. Grote kracht is dat je meteen op zaken in kunt spelen en dat je echt een band met je publiek krijgt, je wordt onderdeel van hun leven.'

Juist die karaktereigenschappen van radio spreekt de nieuwe generatie luisteraars aan. Ze luisteren graag naar radio tijdens computeren (53 procent), huiswerk maken (41 procent) en lezen (36 procent). Slechts 15 procent luistert naar de radio zonder er iets anders bij te doen. Jongeren blijken zelfs vaker de radio aan te zetten dan volwassenen in de categorie 45-54 jaar. Op de vraag waarom kids graag radio luisteren geeft 91 procent 'goede muziek' op als belangrijkste reden, gevolgd door leuke weetjes over artiesten, games, mode en sport (60 procent) en het laatste nieuws (58 procent). 

Nieuwigheid music streaming eraf?

Kristel van Eijk van Q-music, uitgeroepen tot Radio Bitch en Radiovrouw van het Jaar verbaast zich niet dat ook kids tegenwoordig zo graag radio luisteren. 'Een tijdlang brandde je je favoriete liedjes op cd, daarna ging je zelf een verzameling via iTunes samenstellen en nu maak je een lijst aan op Spotify. Aangezien iedereen dat inmiddels wel kent, denk ik dat mensen weer meer een hang krijgen naar verrassing. Naar wat de DJ, het radiostation, voor je heeft uitgezocht. Naar de content die je, tijdens het simpelweg afspelen van je zelf bij elkaar gezochte lijstjes, zelf niet kan maken. Aangevuld met de entertainment, het nieuws, dat maffe item, dat leuke verhaal dat de DJ brengt.' Kristel voegt toe: 'Radio is en blijft Theater Of The Mind, de kracht van verbeelding. Die twee of drie mensen in de studio kunnen je als luisteraar het gevoel geven dat je onderdeel bent van een super gezellig feestje.'

Toekomst

Hoe ziet de toekomst eruit? Jeroen Nieuwenhuize (Radio 538): 'De consumptie van muziek zal eerder toenemen dan afnemen denk ik en de wijze waarop, wordt bepaald door het moment. Passief en gemakkelijk op de achtergrond via radio tijdens je werk en actief via streamingdiensten of uit eigen collectie wanneer je behoefte aan een specifiek nummer hebt.' Radio Bitch Kristel van Eijk vult aan: 'Ik zie de toekomst van radio ten opzichte van streaming internet of muziek op tv zonnig in. Radio is als geen ander in staat om een aantal dingen te combineren, krachten te bundelen. Het is en blijft het snelste medium. Er kan direct gereageerd worden op nieuws of een hype op gebied van muziek.' Anders dan haar Q-music-collega Van Inkel gelooft Kristel wél in de toekomst met ook beeldradio. 'Neem in eerste instantie radio, gebruik daarbij webcams, muziekclips en visuals en je hebt wat men noemt; visual radio, 'oftewel: radio kijken'. Schijnt heel verslavend te zijn.' 🎧

De uitvinding

Sinds de allereerste keer dat de Italiaan Guglielmo Marconi in 1895 een radioverbinding tot stand bracht en enkele kilometers ver kon zenden is er veel gebeurd. In 1899 volgde de eerste radioverbinding over een grote afstand: het Kanaal tussen Engeland en Frankrijk. In 1919 vond de eerste Nederlandse radio-uitzending plaats, heel improvisatorisch vanuit een Haagse huiskamer. Een volgende grote doorbraak was de komst van de veel kleinere transistorradio in 1947 waardoor radio door een groter publiek kon worden gebruikt.

Inmiddels luisteren volgens de cijfers van het Radio Advies Bureau (RAB) per week gemiddeld 13 miljoen Nederlanders (van 10 jaar en ouder) naar de radio. Een groei van een miljoen luisteraars over de afgelopen 10 jaar! Deze groei zit volgens het RAB niet alleen in de populariteit van de bekende zenders als 538, 3FM, Radio 2 en Q-music, maar ook in het aanbod van internetradio en digitale zenders, waardoor radio altijd en overal beschikbaar is.

Wie lanceerde welke hit?



Jeroen Nieuwenhuize

(Radio 538)

'Ik was ooit in Zweden tijdens het midzomernachtfeest. Daar draaiden ze tijdens de barbecue een plaat waar ik meteen vrolijk van werd. Ik heb 'm meegenomen en meteen de volgende dag op de radio gedraaid. Binnen een paar weken draaide iedereen het nummer en stond het op 1 in de Top 40. Die zomer werd leuker dankzij Basshunter en Boten Anna.'



Jeroen van Inkel

(Q-music)

'Passenger is een mooi voorbeeld van wat er in mijn show is begonnen. Maar ook Macklemore, Psy en nu Stan Lee Cole met Separated. Allemaal liedjes die ik aan het grote publiek heb laten horen in Repeat of Niet, een programma waar luisteraars kunnen stemmen of ik die plaat de volgende dag weer zou moeten draaien of niet.'



Kristel van Eijk

(Q-music)

'Ik zou graag tientallen platen willen noemen, maar ik heb nog niet op het juiste tijdstip zo'n programma gemaakt, maar ik heb wel meegewerkt aan het succes van bijvoorbeeld MKTO-Thank You, een liedje dat door Q-music als eerste station is opgepakt.'



Patrick Kicken

(Radio Veronica)

'Qua hits heb ik Hide U van de band Kosheen ontdekt in Engeland, The Rasmus - In The Shadows in Duitsland en was ik verantwoordelijk voor Henkie - Lief Klein Konijntje als gimmick in de ochtendshow van Veronica.'