

Pressemeldung

Webradio wächst weiter! BLM-Webradiomonitor 2010 veröffentlicht

- **2.700 Webradios aktuell in Deutschland:**
Zuwachs gegenüber 2009 um über 40 Prozent
- **Auch die Webradionutzung steigt: Maximale Anzahl der Abrufe pro Tag**
ist allein bei den UKW-Webradios um 16 Prozent gestiegen
- **Wachstumsfaktor Mobile: Bereits 44 Prozent aller Webradios über das Handy**
empfangbar; 70 Prozent der UKW-Webradios haben eigene Apps
- **Eine Branche ohne Leistungswerte: Vermarktung leidet**
unter fehlender einheitlicher Reichweitenmessung

Nürnberg/Berlin, 07. Juli 2010. Durch den Ausbau des Breitband-Internets haben sowohl die Nutzung als auch die Zahl der Webradios stark zugenommen: Ende April 2010 sendeten knapp 2.700 deutsche Webradios über das Internet. Gegenüber dem Vorjahr ist die Anzahl um über 700 Sender gestiegen. Seit 2006 (mit damals 450 Internetsendern) wuchs die Anbieterzahl in Deutschland damit pro Jahr um rund 56 Prozent. Deutlich zugenommen hat auch die mobile Nutzung: Knapp die Hälfte aller Webradios sind heute mobil über das Handy zu empfangen.

Der Webradiomonitor 2010 (<http://www.webradiomonitor.de>) ist die umfangreichste Marktanalyse zu Anbietern, Nutzung, Reichweiten und Werbeumsätzen von Webradios in Deutschland. Die Studie wurde im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien – BLM (<http://www.blm.de>) von der Berliner Strategieberatung Goldmedia (<http://www.Goldmedia.com>) erstellt und erscheint nach 2009 zum zweiten Mal. Die Analyse basiert auf einer Primärdatenerhebung mittels Befragung aller Webradioanbieter in Deutschland, die von April bis Juni 2010 durchgeführt wurde. Die Ergebnisse werden erstmals auf den Lokalrundfunktagen 2010 in Nürnberg vorgestellt.

Im aktuellen Webradiomonitor wurden im April 2010 exakt 2.692 deutsche Webradios erfasst. Davon sind 80 Prozent ausschließlich im Internet empfangbar (Internet-Only-Angebote), die anderen sind überwiegend Live-Streams der UKW-Radio-Sender (Simulcast-Streams). Den etablierten UKW-Sendern bietet der Webradioauftritt die Chance, ihre Reichweiten zu erhöhen und durch spezielle Web-Angebote neue Zielgruppen anzusprechen. Gab es 2009 insgesamt 127 UKW-Online-Submarken, sind es heute bereits 151.

Zum Webradiouniversum gehören zudem personalisierte Dienste bzw. UGC (*User Generated Content*) wie *Last.fm* oder *laut.fm* sowie diverse Webradio-Aggregatoren, zum Beispiel *radio.de* oder *phonostar.de*. Letztere konnten gegenüber 2009 ihre Marktanteile deutlich steigern und werden für die Reichweitengenerierung gerade kleiner Internet-Only-Webradioangebote immer wichtiger. Nach IVW-Zahlen¹ entfallen bereits 17 Prozent der Reichweite der Webradioangebote auf solche Aggregatoren.

¹ IVW: Die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) stellt die Gesamtanzahl der Seitenabrufe und der einzelnen zusammenhängenden Nutzungsvorgänge von Web-Angeboten fest.

Das Interesse der Nutzer an Webradios steigt von Jahr zu Jahr. Rund 11 Millionen Deutsche hörten laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2009 zumindest gelegentlich Webradio, bereits 12 Prozent der Onliner nutzten Webradios regelmäßig. Das wachsende Interesse zeigt sich auch an den im Webradiomonitor 2010 erhobenen täglichen Zugriffszahlen. Die Internet-Only-Sender gaben diese mit durchschnittlich rund 6.500 an, die UKW-Streams verzeichnen 13.500 und die UKW-Submarken ca. 2.000 ausgelieferte Streams pro Tag.

Webradio wird anders genutzt als klassisches Radio: Während UKW-Hörfunksender hauptsächlich am Morgen eingeschaltet werden, konzentriert sich die Nutzung bei Webradio auf den Abend. Bei den Webradioangeboten der UKW-Sender ist die klassische Nutzungskurve im Tagesverlauf jedoch noch erkennbar: Die höchste Nutzung findet hier tagsüber und mittags statt. Webradio ergänzt somit das klassische UKW-Radio.

Webradionutzung wird zunehmend mobil und kommt aufs Handy – das sagen rund 70 Prozent der für den Webradiomonitor 2010 befragten Sender und sehen darin zugleich einen der wichtigsten Wachstumsfaktoren. Rund 44 Prozent aller Streaming-Angebote sind heute bereits mobil empfangbar. Zugenommen haben auch die Mobile-App-Angebote der Sender: Mehr als 70 Prozent der UKW-Webradioveranstalter gaben an, über eigene Apps zu verfügen, durchweg alle für das iPhone.

Wachsende Nutzerzahlen und größere Formatvielfalt machen Webradio für die Werbeindustrie zunehmend attraktiv. Dennoch leidet die Vermarktung unter der fehlenden einheitlichen Reichweitenmessung. Die Erhebung der Nutzungsdaten ist noch immer unterschiedlich. Knapp die Hälfte aller Webradioanbieter nutzt eigene Logfile-Auswertungen, rund ein Fünftel setzt auf externe Lösungen, darunter diverse Tracking-Tools und Statistikprogramme. Nur vergleichsweise wenige Sender sind durch IVW und AGOF erfasst. Über zwei Drittel der befragten UKW-Sender erhalten Nutzungsdaten von ihrem Streaming-Provider. Damit die Webradiobranche auch wirtschaftlich wachsen kann, halten neun von zehn befragten Webradio-Veranstaltern eine einheitliche Reichweitenmessung für unabdingbar.

Zitate der Studienherausgeber

Stefan Sutor, Leiter des Hörfunkreferats im Bereich Programm der BLM:

„Der Webradiomonitor 2010 zeigt erneut, welchen Stellenwert Radiohören im Internet inzwischen hat und wie vielfältig sich hier das Medium Radio präsentiert. Die klassischen Hörfunksender nehmen dabei offensichtlich die neuen technologischen Herausforderungen an und gestalten sie aktiv mit.“

Dr. Klaus Goldhammer, Geschäftsführer Goldmedia GmbH:

„Die zunehmende Verbreitung von mobilem Internet via Smartphone, Pad oder Mini-Notebook wird dem Webradiomarkt weitere Wachstumsimpulse geben. Die größte Herausforderung jedoch wird sein, die neuen Angebote und Programmformate auch wirtschaftlich erfolgreich zu machen.“

Chart 1 Entwicklung deutscher Webradioangebote 2006 - 2010

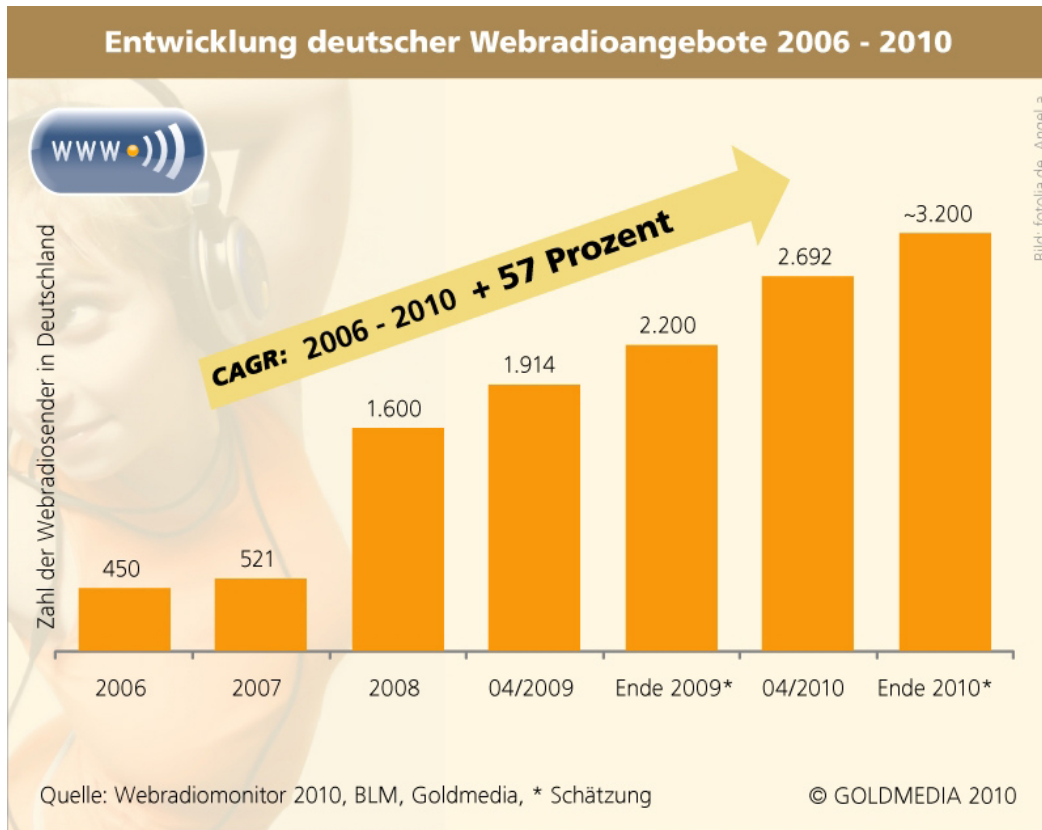
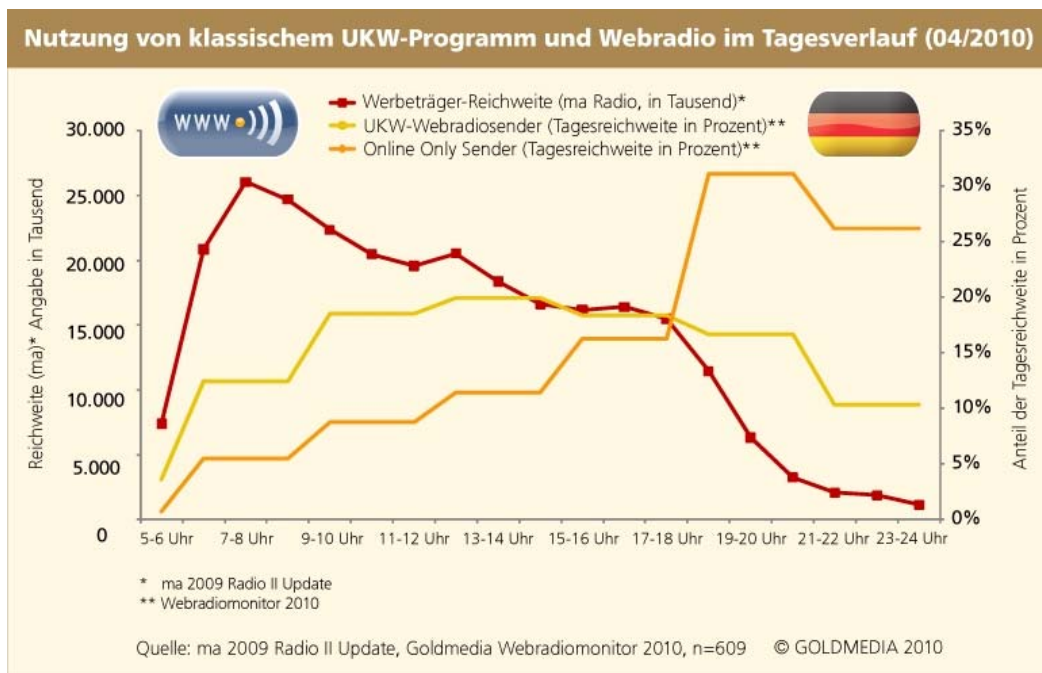


Chart 2: Nutzungsverlauf klassisches UKW-Programm und Webradio



Quelle: Webradiomonitor 2010, BLM - Goldmedia

Alle in der Pressemeldung verwendeten Informationen entstammen dem Webradiomonitor 2010. Die Studie hat Goldmedia im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) erarbeitet. Der Webradiomonitor 2010 erscheint zum zweiten Mal in Folge. Er enthält eine Übersicht über den deutschen Webradiomarkt, zu Anbietern, Nutzung, Reichweiten und Werbeumsätzen. Die Studie basiert auf einer umfangreichen Primärdatenerhebung mittels Befragung per Fragebogen aller Webradio-Anbieter (n=2.692) im Zeitraum April bis Juni 2010. Die Studie enthält zudem eine Markt- und Potenzialanalyse sowie eine Kategorisierung der Webradios nach Genre und Angebotsform. Weitere Informationen finden Sie auch auf: www.webradiomonitor.de

Die Studie kann kostenlos bezogen werden über:**<http://www.webradiomonitor.de>****<http://www.blm.de>****<http://www.goldmedia.com>****Pressekontakt Goldmedia GmbH**Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, Katrin.Penzel@Goldmedia.deWeitere Informationen und Grafiken zum Download finden Sie auch unter: www.Goldmedia.com

Goldmedia: Die Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikationsbereich. Das Serviceangebot umfasst klassische Strategieberatung, Business Development und Implementierung sowie Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen. Zur Goldmedia-Gruppe gehören: Goldmedia GmbH Media Consulting & Research, Goldmedia Sales & Services GmbH, Goldmedia Custom Research GmbH sowie die Goldmedia Political & Staff Advising GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin.