



G O L D M E D I A

BLM-Webradio Monitor 2009

Internetradio-Nutzung in Deutschland

Lokalrundfunktage 2009
Nürnberg, 8. Juli 2009

Goldmedia GmbH
Media Consulting & Research

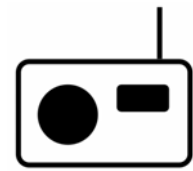
Dr. Klaus Goldhammer, Marcel Piopiunik

Oranienburger Str. 27, 10117 Berlin, Germany

Tel. +49 30-246 266-0, Fax +49 30-246 266-66

Klaus.Goldhammer[at]Goldmedia.de

Marcel.Piopiunik[at]Goldmedia.de



1. Einführung

2. Der deutsche Webradio-Markt
3. Nutzung und Webradio-Reichweiten
4. Werbung und Vermarktung
5. Regulierung und Rechtekosten
6. Endgeräte und Technik
7. Prognosen zu Webradio in Deutschland
8. Fazit

Webradio Monitor 2009

Ziele der Untersuchung und Methodik

Auftraggeber u. Studienziele

Auftraggeber:

- Im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) erstellte Goldmedia eine Studie zur Nutzung deutscher Webradio-Angebote.



Ziele der Analyse:

- Übersicht dt. Webradiomarkt
- Quantifizierung der Webradio-Nutzung in Dt. mittels Befragung aller Anbieter
- Markt- und Potenzialanalyse Webradios in Deutschland
- Kategorisierung der dt. Webradios nach Genre bzw. Angebotsform

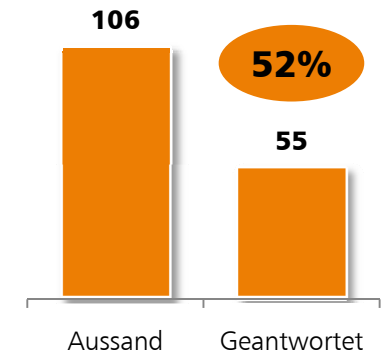
Methodik

- Projektzeitraum: April bis Juni 2009
- Primärdatenerhebung durch Befragung sämtlicher dt. Webradioanbieter (n=1.319 Veranstalter) mittels Online- u. Offline-Fragebogen*
- Rücklauf: 143 ausgefüllte Fragebögen (= 11%) zzgl. 15% nicht vollst. ausgefüllte
- Befragungszeitraum: 26.05.2009 – 26.06.2009
- Zehn Expertengespräche mit Branchenvertretern
- Sekundärdaten mittels Online-Desk-Research
- Prognosen mittels Top-Down/Bottom Up-Analyse

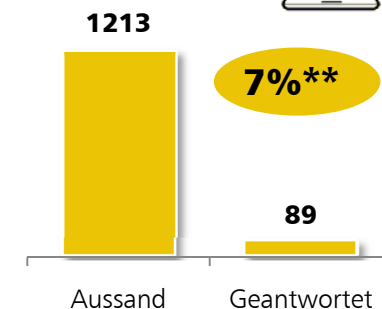
*Fragebogen siehe Anhang dieser Studie

Rücklauf

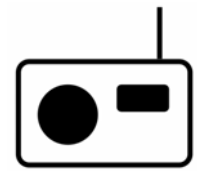
UKW-Veranstalter



Online only



** Hohe Abbrecherquote beim Ausfüllen. Goldmedia schätzt, dass nur rd. ¼ der Online-Only-Sender kommerzielle Angebote sind.



1. Einführung
2. Der deutsche Webradio-Markt
3. Nutzung und Webradio-Reichweiten
4. Werbung und Vermarktung
5. Regulierung und Rechtekosten
6. Endgeräte und Technik
7. Prognosen zu Webradio in Deutschland
8. Fazit

Wertschöpfungskette bzw. -netz für Webradios in Deutschland: Marktteilnehmer (Beispiele)

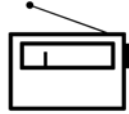
Wertschöpfungskette Webradio in Deutschland 2009



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009

Webradio-Universum 2009: Hörfunk und Online nähern sich an

Hörfunk



Simulcasting

- Streaming klassischer UKW-Radiosender

Online-UKW-Submarken

- Thematische Radiostreams als Submarken von UKW-Sendern



Aggregatoren



Online



Online only

- Musikspartenprogramme
 - News/Sport/Comedy/Event-Sender

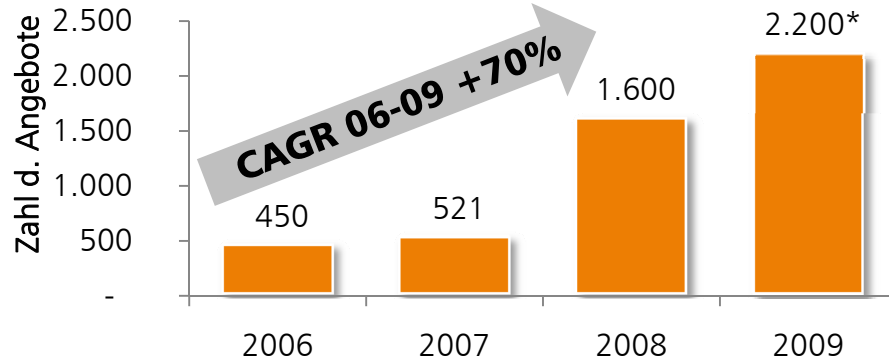
Personalisiert/User Generated Content

- Durch Angabe der Präferenzen und Bewertung Erstellung verschied. „Sender“



Mehr als 1.900 deutsche Webradioangebote 2009, Verfünfachung des Angebots seit 2006

Zahl d. Webradios in Dt. 2006 bis Ende 2009

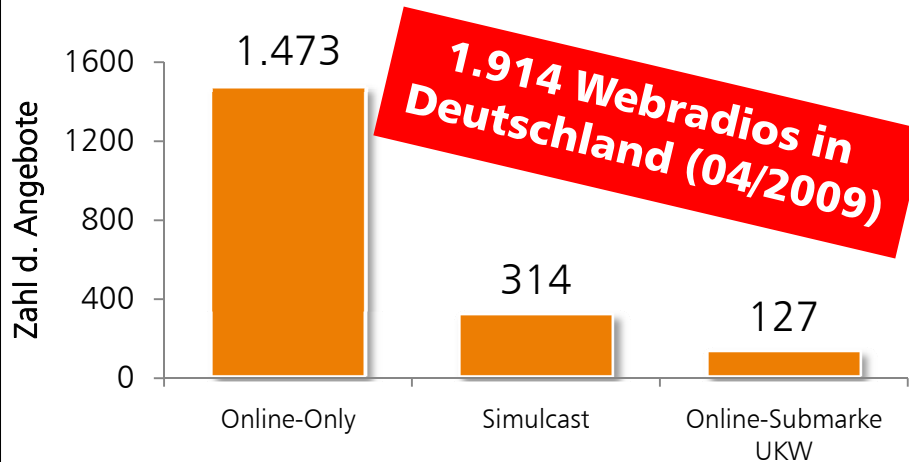


Quellen: Goldmedia Webradio Monitor, ALM Jahrbuch, *Schätzung f. Ende 09

Zusammenfassung

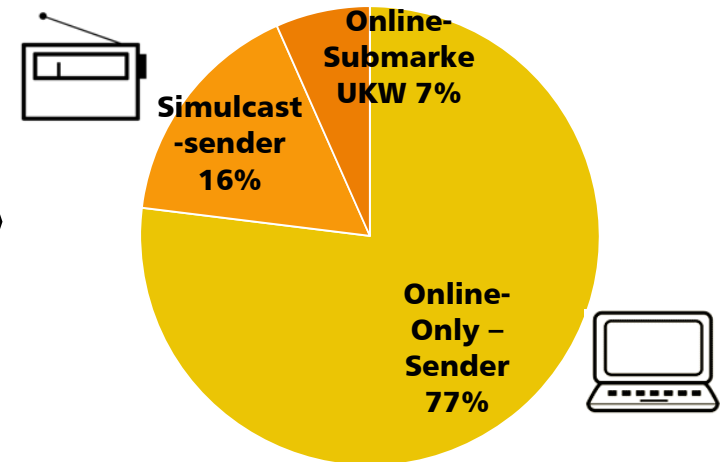
- 1.914 Webradios in Deutschland (04/09)
- Goldmedia erwartet bis Ende 2009 rund 2.200 deutsche Webradios (entspricht jährlichem Wachstum von 70% seit 2006)
- Online-Only-Sender machen rund $\frac{3}{4}$ des Gesamtangebots aus.

Anzahl deutscher Webradios nach Anbieterkategorien (04/2009)



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009

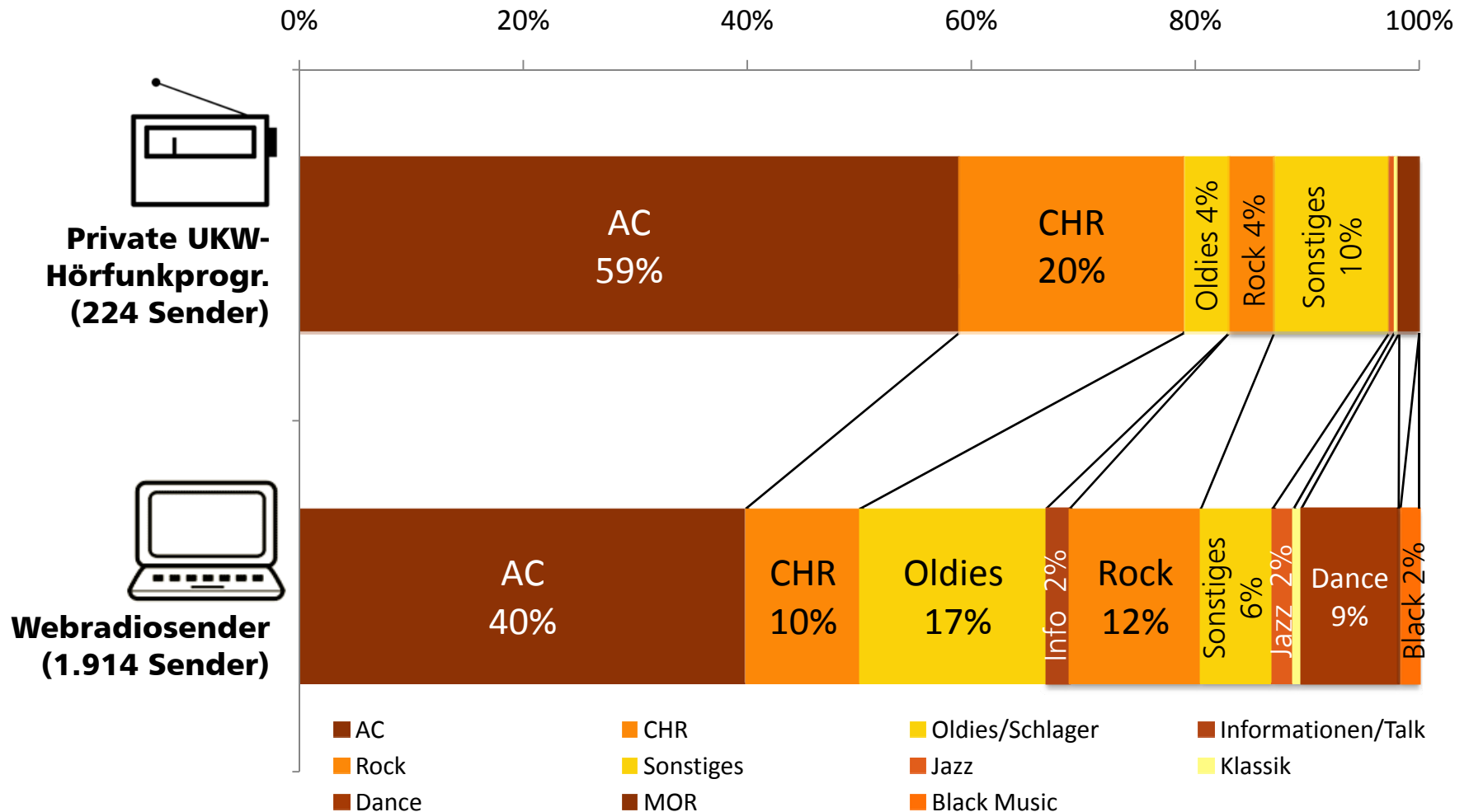
Prozentuale Verteilung der Webradios in Dt. nach Anbieterkategorie (04/2009)



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009

Webradio bietet deutlich größere Format- und Angebotsvielfalt gegenüber UKW-Radio

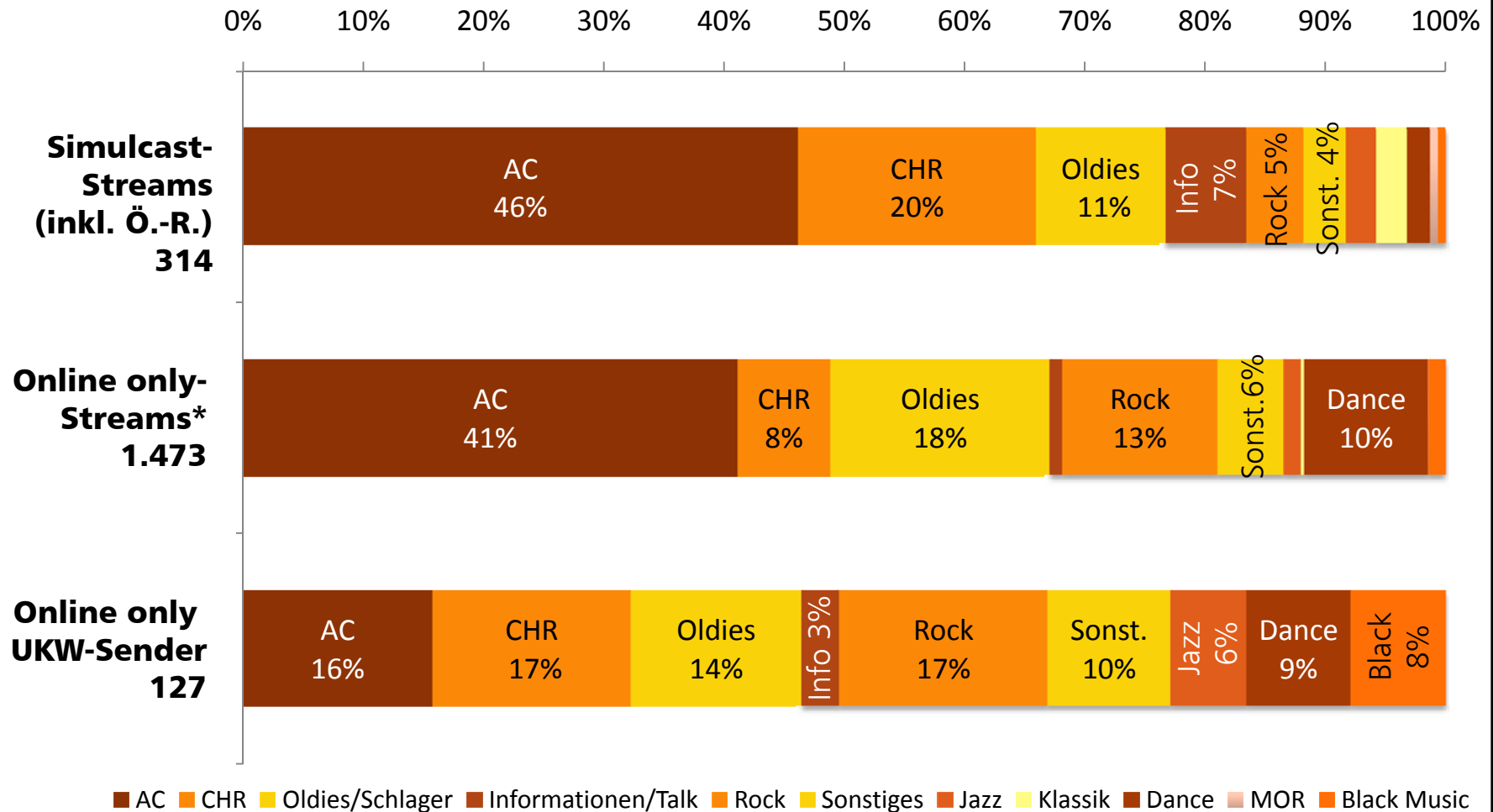
Vergleich Formatierung private UKW-Sender vs. Webradiosender in Deutschland (April 2009)



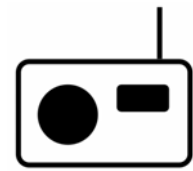
Quellen: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=1.914, ALM Jahrbuch 2008

Formate der Webradios unterscheiden sich deutlich je nach Anbieterkategorie

Webradio-Streaming Angebote nach Format und Anbieterkategorie (April 2009)



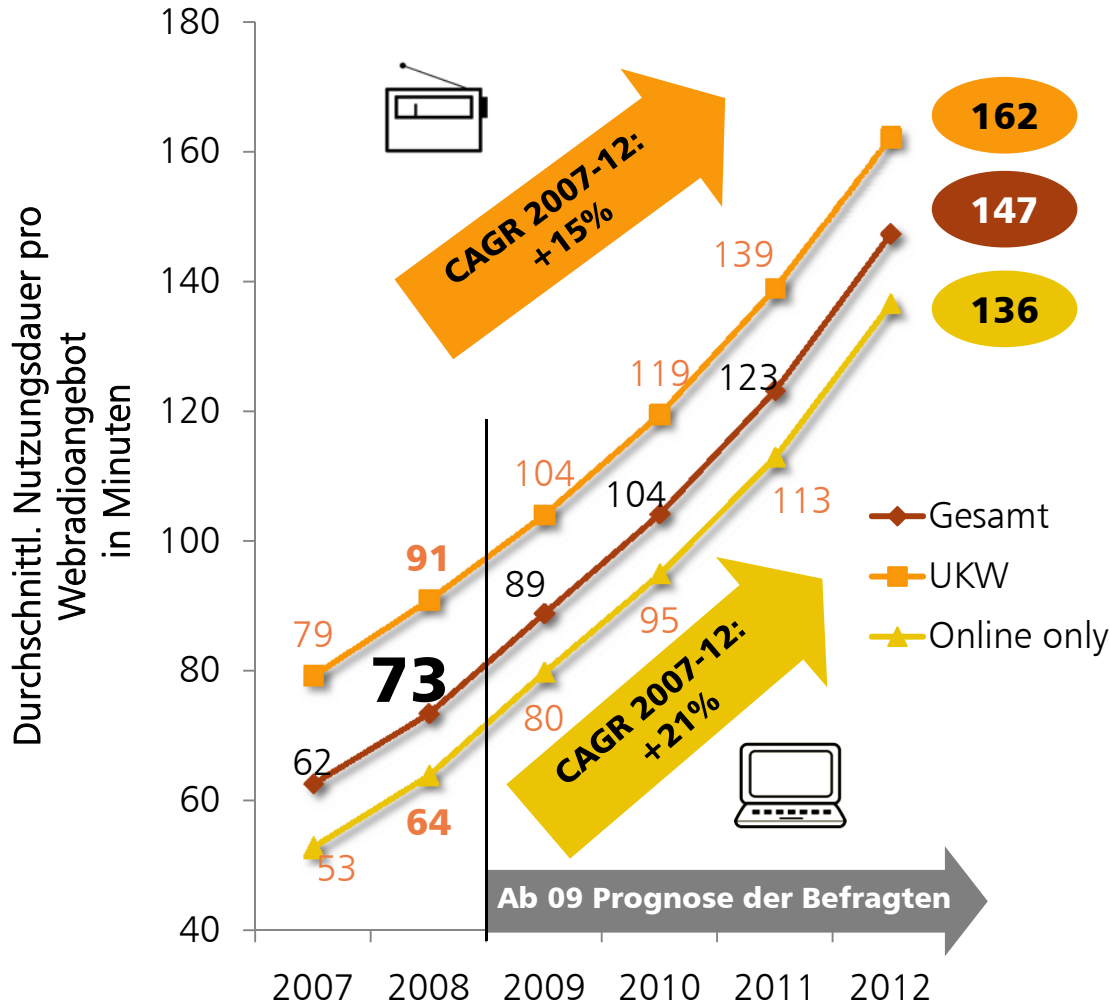
Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=1.914



1. Einführung
2. Der deutsche Webradio-Markt
3. Nutzung und Webradio-Reichweiten
4. Werbung und Vermarktung
5. Regulierung und Rechtekosten
6. Endgeräte und Technik
7. Prognosen zu Webradio in Deutschland
8. Fazit

Webradios werden durchschnittlich 73 Minuten gehört, bis 2012 Anstieg auf 147 Min. erwartet

Entwicklung Ø Nutzungsdauer je Webradio 2007-2012



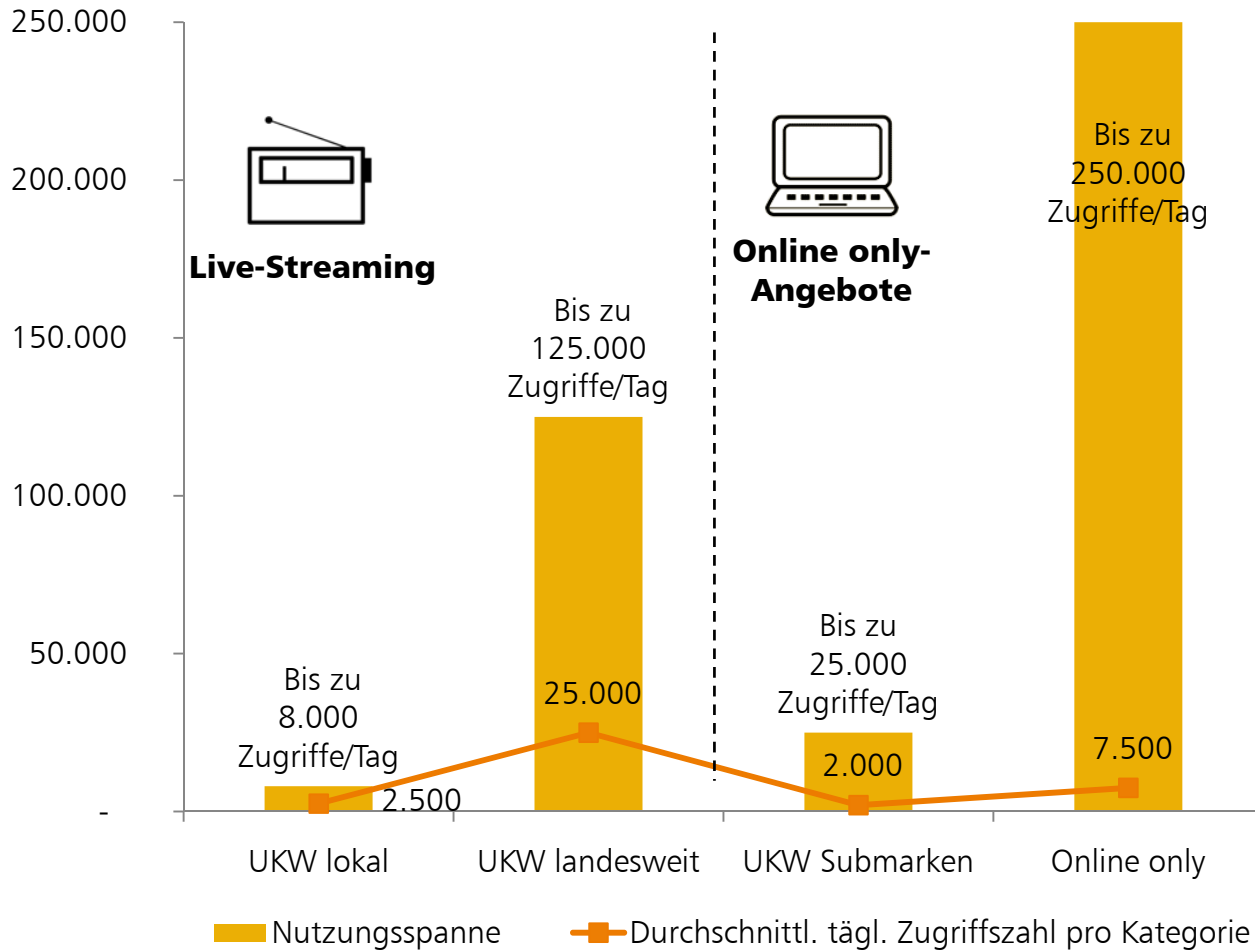
Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=143

Schlussfolgerungen

- UKW Simulcast-Streams werden im Schnitt 91 Minuten/Tag genutzt (2008)
- Durchschnittl. Nutzungszeit der reinen Onlinestreams beträgt 64 Min./Tag (2008)
- Bis 2012 nähern sich die durchschnittl. Nutzungsdauer von Simulcast und Online-Only-Webradios an
- Simulcast-Streams werden aber weiterhin länger genutzt: 162 Min. (2012) vs. 136 Min. (Online only)
- Simulcast-Nutzungsdauer wächst p.a. um 15%, reine Onlinestreams um 21% nach Ansicht der Befragten

Vergleich zw. Nutzungsspannen und Abrufzahlen zeigt klares Wachstumspotenzial

Ø Nutzungsspannen pro Webradio: Zugriffe/Tag (2009)



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=143, Nutzungsspanne: Durchschnittliche Zahl der minimal und maximal erreichten Zugriffe pro Sender und Tag lt. Senderangaben

Ø-Zugriffe/Kategorie

Tatsächliche Ø-Zugriffe in Deutschland

UKW-Submarken
2.000

UKW lokal
2.500

Online only
7.500

UKW
landesweit
25.000

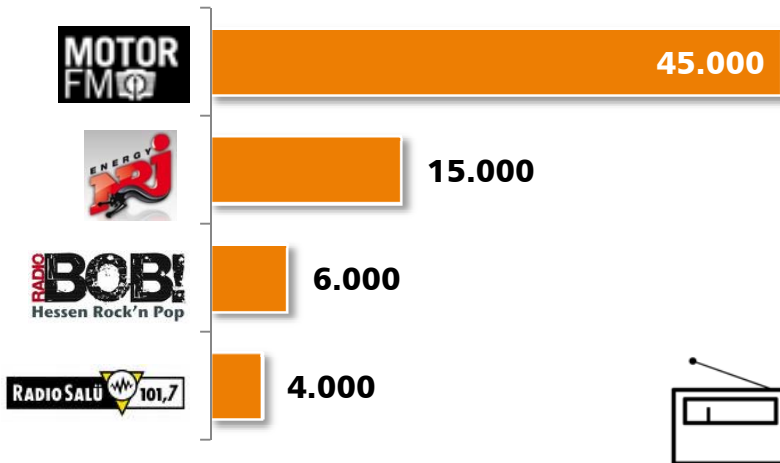
1 cm = 5.000 Zugriffe pro Tag

Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=143

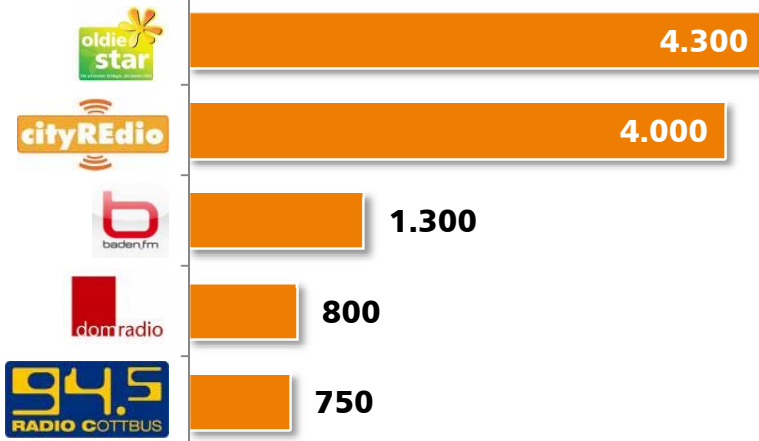
Case Studies: Tägliche Zugriffszahlen ausgewählter deutscher Webradioangebote

Case Studies/Beispiele: Durchschnittliche tägl. Zugriffszahlen (04/2009) nach Kategorien

UKW landesweit/mehrere Standorte



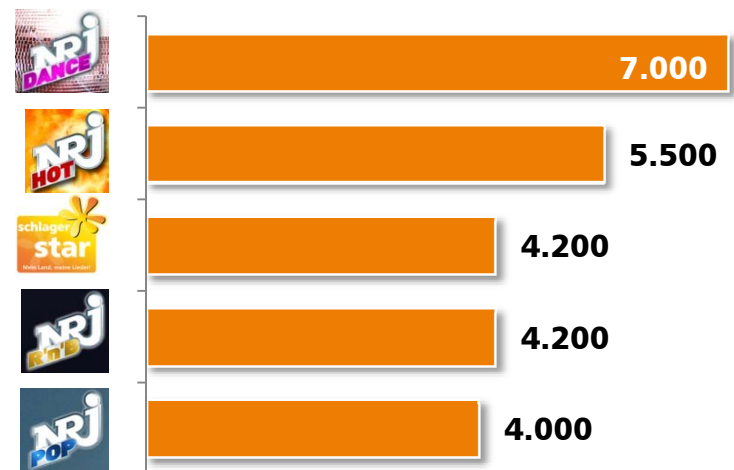
UKW lokal



Online only (06/09)



UKW Online-Channels



Zugriffszahlen mit freundlicher Genehmigung der Veranstalter.
Quellen: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=143, Datenquelle Online only Radios Shoutcast Juni 2009

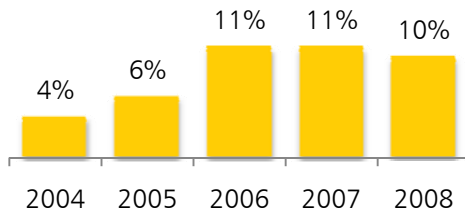
Webradio-Nutzer sind überwiegend zwischen 20 und 29 Jahren und männlich

Nutzung

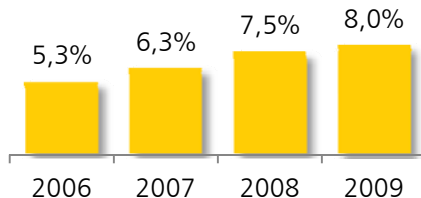


- Jeder zehnte Onlinenutzer hört mind. wöchentlich Live-Radio im Internet
- Seit 2004 hat sich dieser Wert von 4% auf 10 % der Onlinenutzer ab 14 Jahren erhöht.

Live-Radionutzung im Internet (mind. wöchentlich)



lt. ARD/ZDF Onlinestudie*



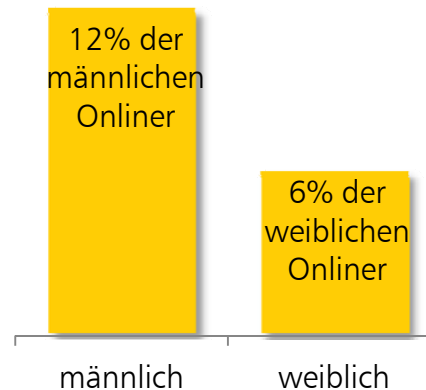
Bayern lt. Funkanalyse 2009

Geschlecht



- Onlineradio-Hörer sind überwiegend männlich
- Anteil der männlichen wöchentlichen Onlineradio-Nutzer doppelt so hoch wie derjenige weiblicher Nutzer

Live-Radionutzung im Internet nach Geschlecht*

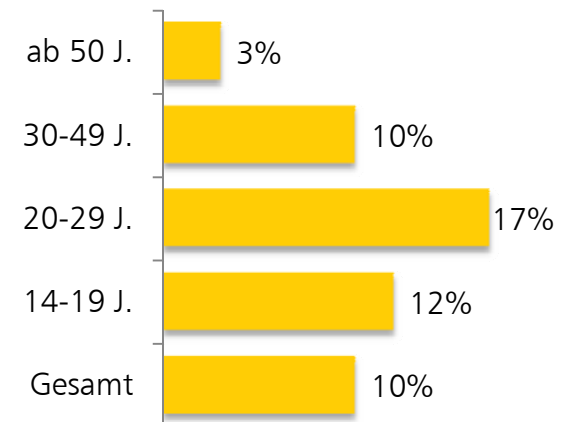


Soziodemografie



- Internetradio-Hörer sind jung: vor allem 20-29-Jährige nutzen Webradio überdurchschnittlich häufig
- Über 50-Jährige mit unterdurchschnittlicher Nutzung

Live-Radionutzung im Internet nach Altersgruppen*

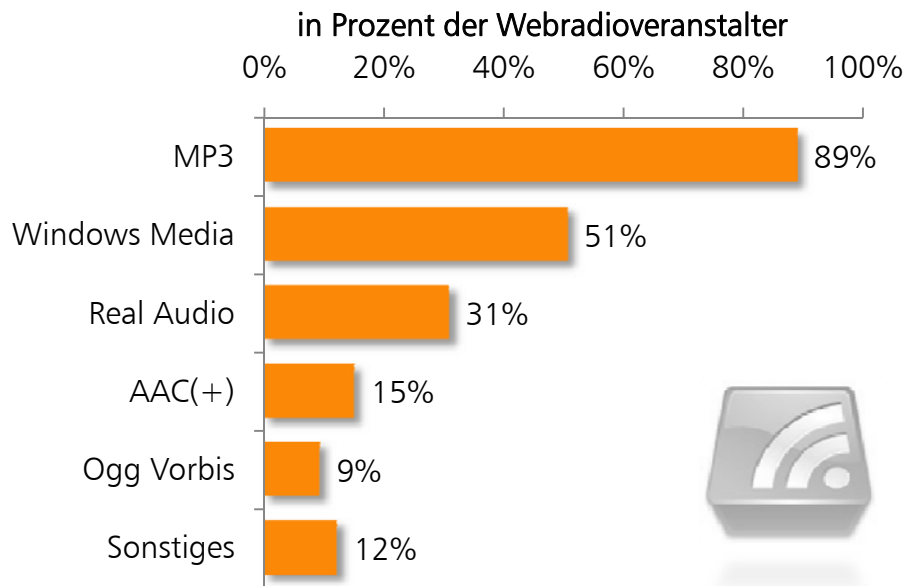


*Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie 2008 mind. wöchentliche Internetradionutzung, Angaben in % von Onlinenutzern ab 14 J. (n=1186)

MP3 dominierendes Dateiformat für Webradio. Nutzungsdaten oft direkt vom Provider...

Genutztes Streamingformat

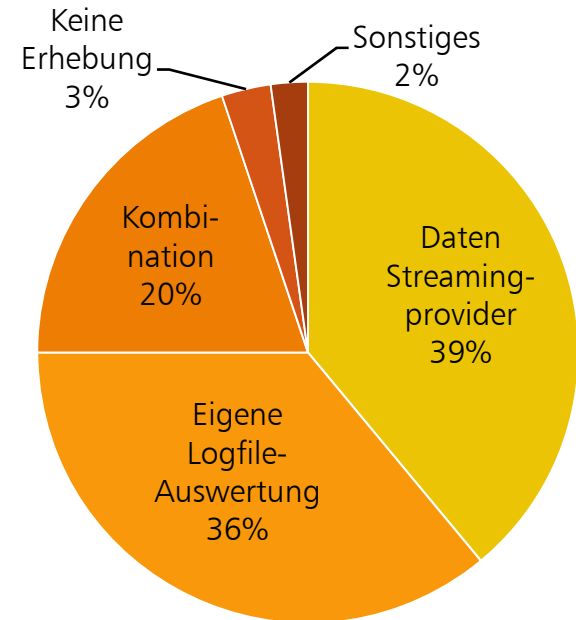
„In welchem Streamingformat wird das Webradio-Angebot verbreitet?“ (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=143

Erhebung der Nutzungsdaten

„Wie erfolgt die Erhebung der Nutzungsdaten Ihrer Webradios?“



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=143

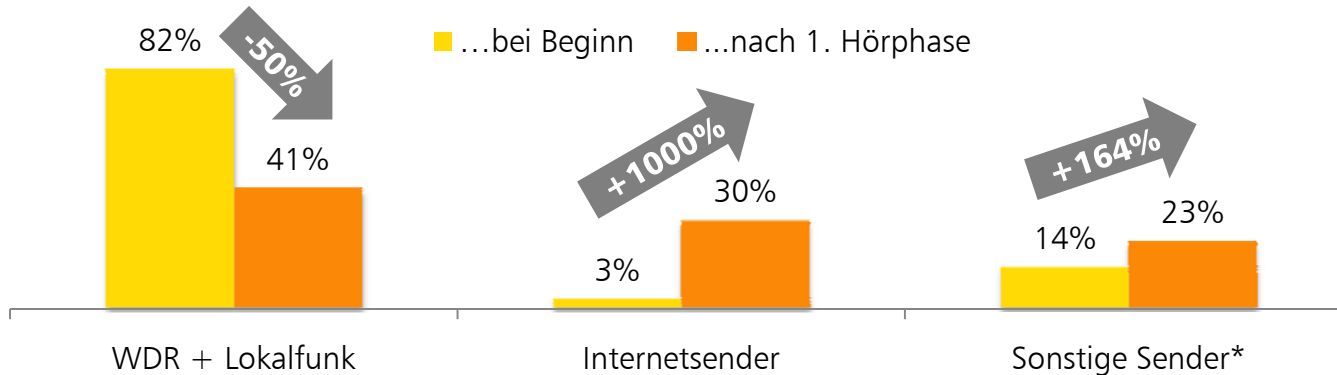
Schlussfolgerungen

- MP3 mit rd. 90% dominierendes Audiostreamingformat, gefolgt von WMA und Real Audio
- Nur ca. ein Drittel der Webradioveranstalter mit eigener Logfile-Auswertung, 39% nutzen ausschließlich Daten des Streaminganbieters, ein Fünftel nutzt verschiedene Datenquellen

WLAN-Radios erhöhen Reichweite von Online-Only-Sendern zu Lasten von UKW-Streams

WDR Studie zur Nutzung von IP-Radio 2007/2008

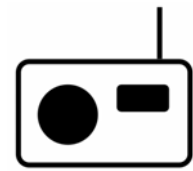
Über das Internet am häufigsten gehörte Sender...



*Andere ö.-r. Sender sowie andere Privatradios (nicht lokal).
Quelle: WDR Webradio-Studie 2007/2008 (n=84 IP-Radionutzer)

Schlussfolgerungen

- Studiendesign: 84 Nutzer wurden mit IP-Radios mit WLAN-Funktion ausgestattet (16.10. bis 18.12.2007)
- Bei Studienbeginn wurde überwiegend eines der WDR-Hörfunksender oder ein privater Lokalsender am häufigsten über das Internet gehört (82%), lediglich drei Prozent hörten reine Webradiokanäle
- Nach der ersten Phase hörten 30 % reine Webradiosender auf Kosten der lokalen Radiosender (Anteil 41%)
- IP-Radio-Empfänger stellen vor allem für reine Webradiosender eine Chance dar

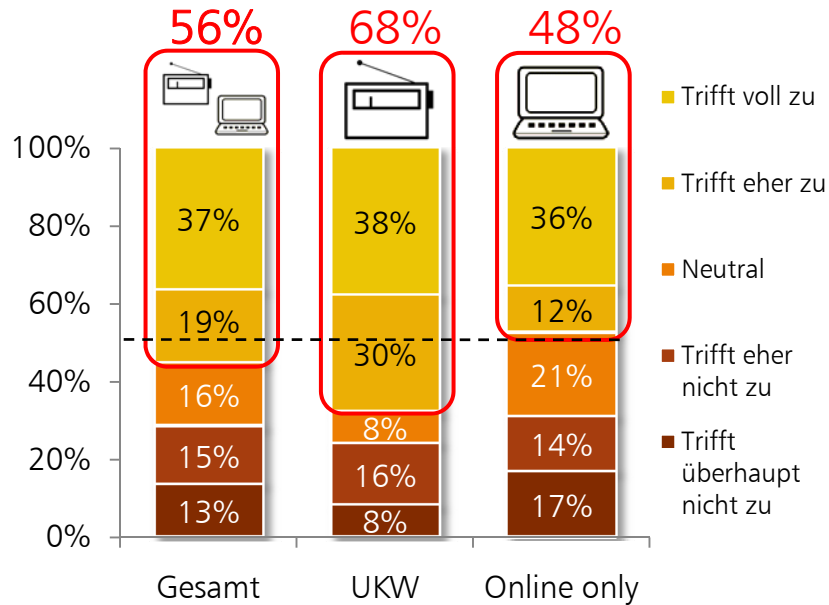


1. Einführung
2. Der deutsche Webradio-Markt
3. Nutzung und Webradio-Reichweiten
4. Werbung und Vermarktung
5. Regulierung und Rechtekosten
6. Endgeräte und Technik
7. Prognosen zu Webradio in Deutschland
8. Fazit

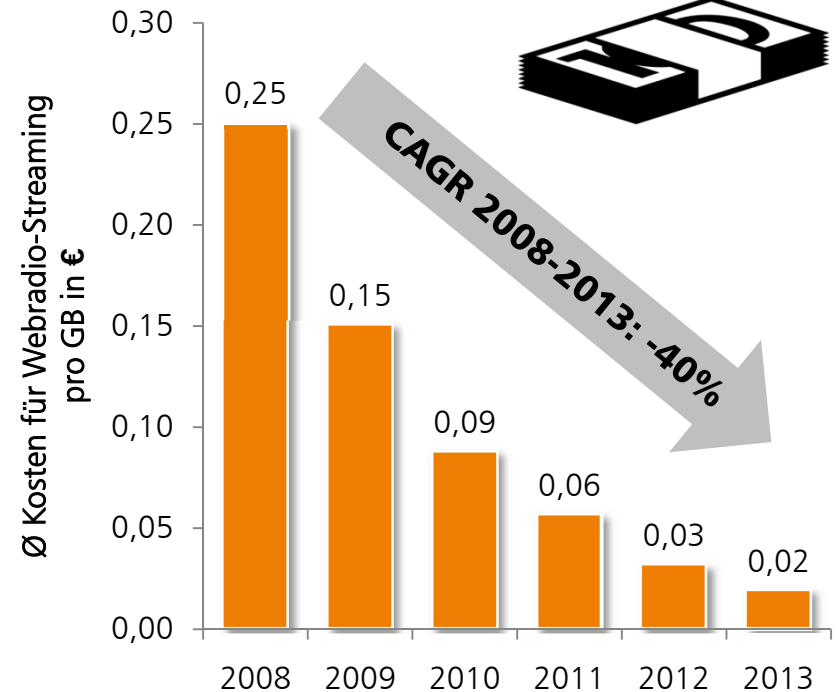
56% der befragten Webradioveranstalter kritisieren zu hohe Streamingkosten

Brancheneinschätzung Streamingkosten

„Die Streamingkosten sowie technische Restriktionen hemmen den Ausbau weiterer Webradio-Angebote sowie die Erhöhung der momentanen Nutzerzahlen.“



Goldmedia-Prognose Streaming-Kosten



Quelle: Goldmedia Prognose 2009 auf Basis von Expertengesprächen

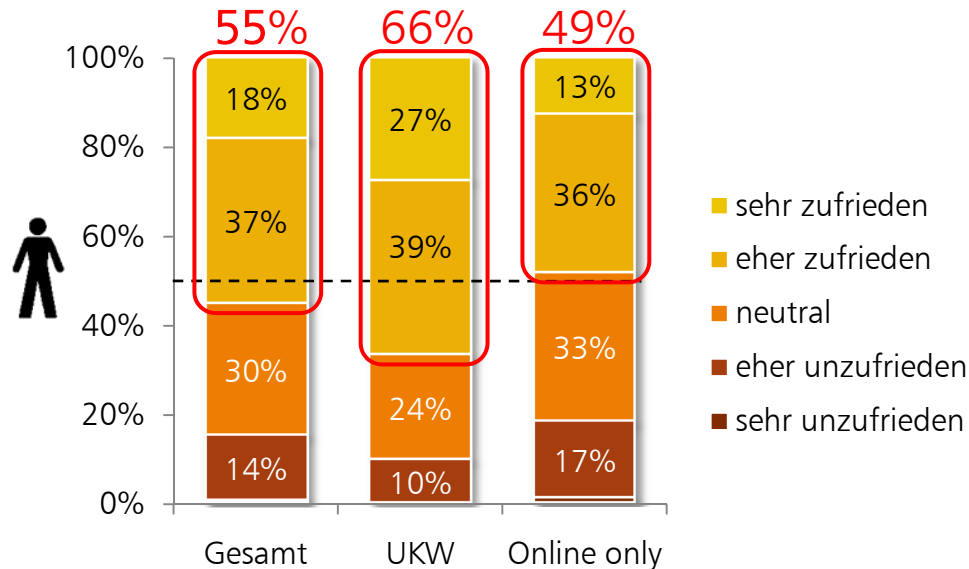
Schlussfolgerungen

- 56% der befragten Veranstalter sieht Ausbau des Webradioangebots und der Reichweite durch derzeitige Streamingkosten und techn. Restriktionen gehemmt: UKW (68%), Online-Only (48%)
- Webradioveranstalter können aufgrund steigender Nutzerzahlen und damit wachsendem Datenvolumen nur bedingt von sinkenden Streamingkosten profitieren

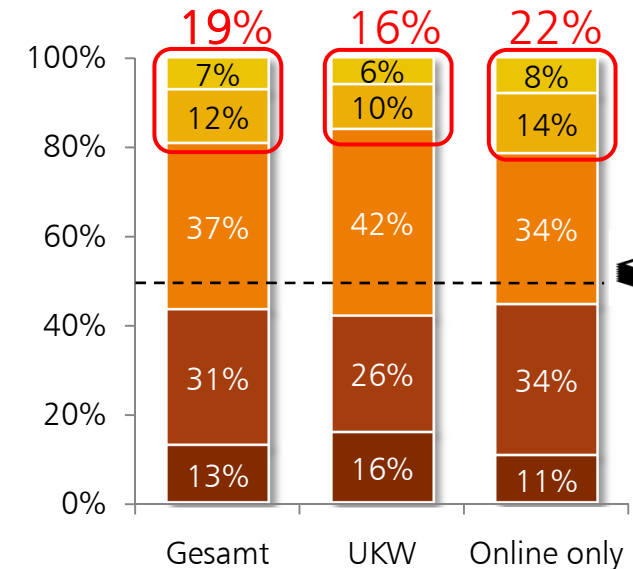
Webradioveranstalter mit Nutzerzahlen zufrieden, aber nicht mit der Rentabilität

Webradio Monitor 2009: Abrufzahlen und Rentabilität der Webradios

„Wie zufrieden sind Sie mit den Abrufzahlen Ihres Webradioangebots?“



„Wie zufrieden sind Sie mit der Rentabilität Ihres Webradioangebots?“



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=143

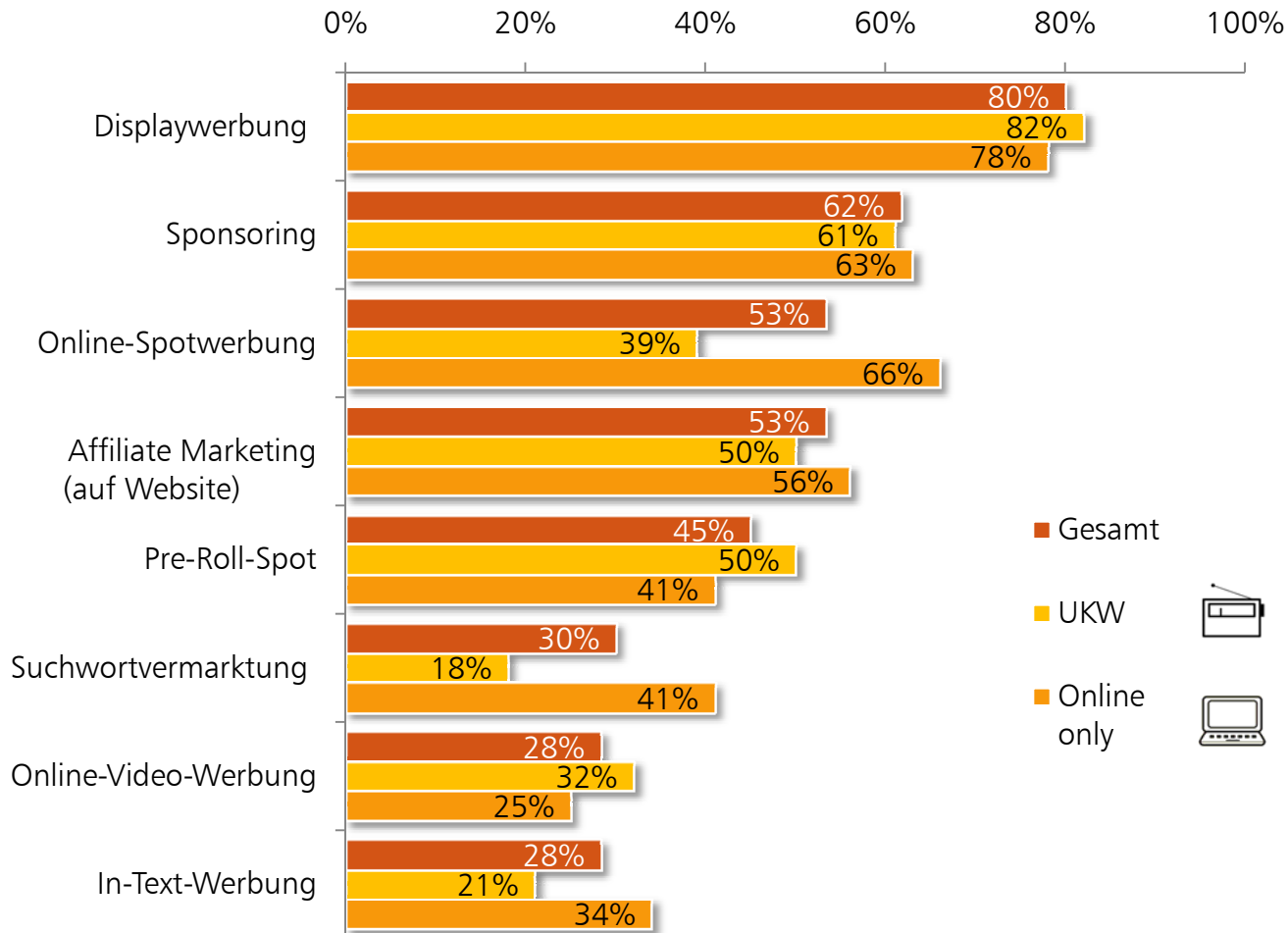
Schlussfolgerungen

- 55 Prozent der deutschen Webradioveranstalter sind mit den Abrufzahlen sehr/eher zufrieden, bei den UKW-Veranstaltern sogar 66 Prozent, bei reinen Onlineanbietern 49%
- Mit der Rentabilität ihrer Webradios sind insg. 81% der Veranstalter dagegen nicht zufrieden

Grafische Onlinewerbung ist wichtigste Werbeform der deutschen Webradios

Angebote Werbeformen der befragten Webradioanbieter 2009

in % d. befragten Webradioveranstalter



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=60

Fazit

- Displaywerbung ist bedeutendste Werbeform für Webradios
- 80% der dt. Webradioveranstalter nutzen diese Refinanzierungsform
- Sponsoring zweitwichtigste Werbeform mit 62%
- Online-Spotwerbung hat sich insbesondere bei Online only-Angeboten etabliert
- Die Hälfte der befragten UKW-Sender nutzt Pre-Roll-Spots

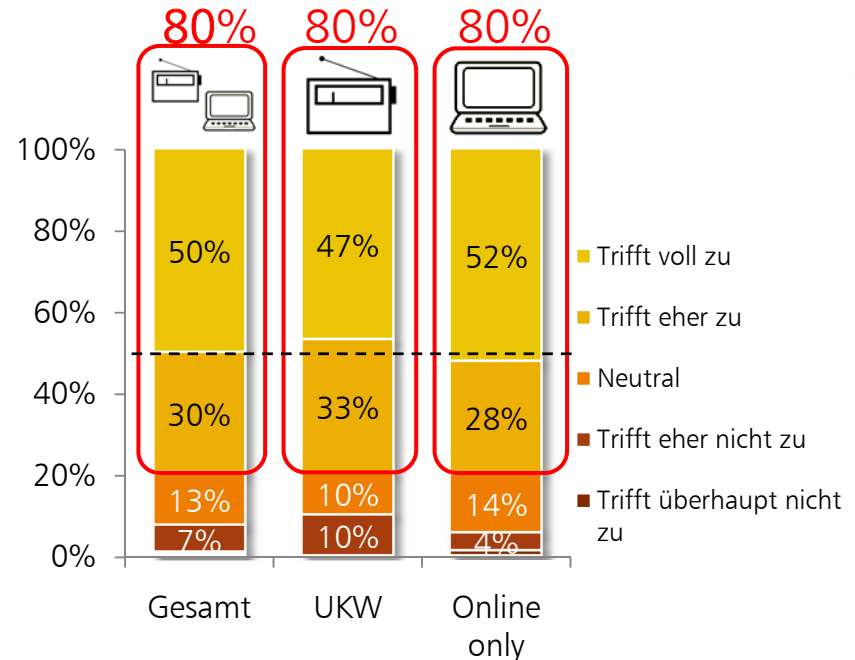
Webradio-Veranstalter sehen erhebliches Wachstumspotenzial für Spotvermarktung

Spotvermarktung Webradios

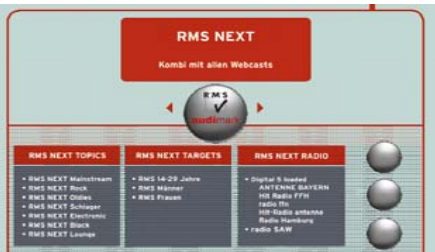
- 80 % der befragten Webradio-Veranstalter sehen erhebliches Wachstumspotenzial für reine Online-Spotvermarktung
- Nachdem erste Spezialvermarkter für Webradios bereits seit rund drei Jahren im Markt aktiv sind, folgen UKW-Hörfunkvermarkter mit entsprechenden Vermarktungsangeboten
- Hierzu werden meist Kooperationen mit Spezialanbietern eingegangen, z.B. RMS mit audimark oder AS&S mit audioads
- Zahl der angebotenen Webradios steigt an, i.d.R. Vermarktung in diversen Kombis (RMS 114 Webradios, RBC Netvertiser 120 Webradios)
- Vorteile der Webradio-Spotvermarktung ggü. UKW-Werbung: klar definierte Zielgruppen und nachweisbare Werbemittelkontakte

Brancheneinschätzung Spotvermarktung

"Bei der Spotvermarktung von reinen Webradio-Angeboten besteht noch erhebliches Wachstumspotenzial."



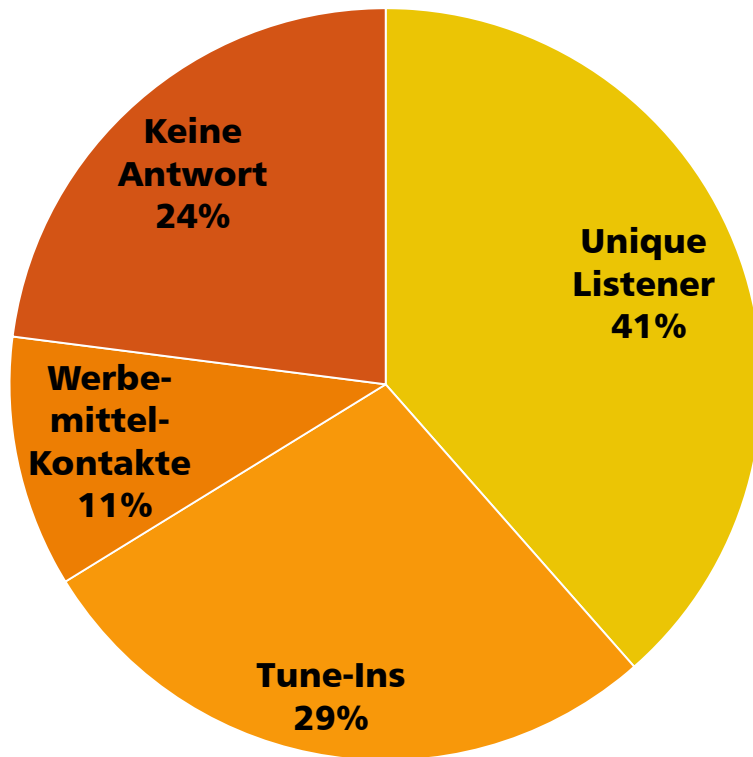
Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=113



Allgemeingültiger Leistungsnachweis für Webradios fehlt, Unklarheit bzgl. Messwert

Einschätzung Webradio-Messwert

„Welcher Reichweiten-Messwert besitzt Ihrer Meinung nach das größte Potenzial, sich als allgemeingültige Währung im Bereich Webradio zu etablieren?“



Summe über 100% aufgrund von Mehrfachnennungen.
Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=143

Definitionen

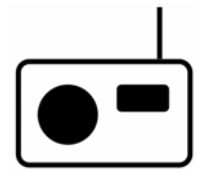
Unique Listener: Person, die durch Start eines Audio-Streams einen Kontakt ausgelöst hat u. einem Unique Client eindeutig zugeordnet werden kann

Tune-Ins: Zahl der gestarteten Streams, ohne Zuordnung zu Unique Listener bzw. ohne Berücksichtigung von Abbrüchen und Neustarts

Werbemittelkontakt: Hörer/Nutzer, die nachweisbar mit dem Werbemittel (Spot) Kontakt haben

Schlussfolgerung

- Allgemeingültiger Leistungsnachweis für Webradios fehlt bis dato
- Auch bei Webradioveranstaltern herrscht Unklarheit bzgl. des Messwerts mit dem größten (Akzeptanz-)Potenzial im Markt
- AGOF/ag.ma sowie VPRT/IVW arbeiten an Leistungswerten für Webradios



1. Einführung
2. Der deutsche Webradio-Markt
3. Nutzung und Webradio-Reichweiten
4. Werbung und Vermarktung
5. Regulierung und Rechtekosten
6. Endgeräte und Technik
7. Prognosen zu Webradio in Deutschland
8. Fazit

Webradios mit über 500 gleichzeitigen Nutzern seit Juni 2009 nur noch anmeldepflichtig

Aktueller Anmeldebogen für Webradios der ZAK (seit 6/2009)

- Laut 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag besteht Anzeigepflicht für reine Streaming-Angebote mit mehr als 500 gleichzeitigen Nutzern
- Vorherige evtl. Lizenzpflicht für solche Angebote wurde somit abgeschafft!
- Abrufdienste und Webradios mit weniger Nutzern können sich freiwillig anmelden
- Formular enthält Angaben zu Namen und Sitz des Antragstellers, Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse und dem gesendeten Programm

- 2 -

Programmname _____

Kurze Programmbeschreibung
(Programmkategorie, z.B. Musikprogramm, Informationsprogramm, Lokalsprogramm,
sonstige weitere Stichpunkte, z.B. im Wesentlichen der Kategorie Rock?)

Ich versichere hiermit, dass ich die gesetzlichen Bestimmungen einhalten werde.

☐ Pflichtangaben
☐ unbeschränkt ge
☐ die Fähigkeit, off
☐ das Grundrecht
verleitet hat
☐ als Vereinigung

Der Sendebetrieb wurde _____

☐ Ich versichere die Richtigkeit der Angaben.

Die Übermittlung Ihrer Daten erfolgt freiwillig.

Ich zeige hiermit als Anbieter den Betrieb eines Internetradios an, das

☐ - Anzeige verpflichtend -
☐ im Streaming-Verfahren über 500 und mehr Ports

☐ - Anzeige freiwillig -
☐ im Streaming-Verfahren über weniger als 500 Ports
☐ im Abrufverfahren

verbreitet wird.

Anbieter ist

☐ Eine juristische Person
Name der Gesellschaft einschließlich Rechtsform _____
Straße _____ Nr. _____
Postfach _____
PLZ _____ Stadt _____
Zur Vertretung der Gesellschaft berechtigt
Name _____
Vorname _____
Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse:
(Bitte Angaben bis zu einer natürlichen Person)

☐ Eine natürliche Person
Name _____
Vorname _____
Straße _____ Nr. _____
Postfach _____
PLZ _____ Stadt _____

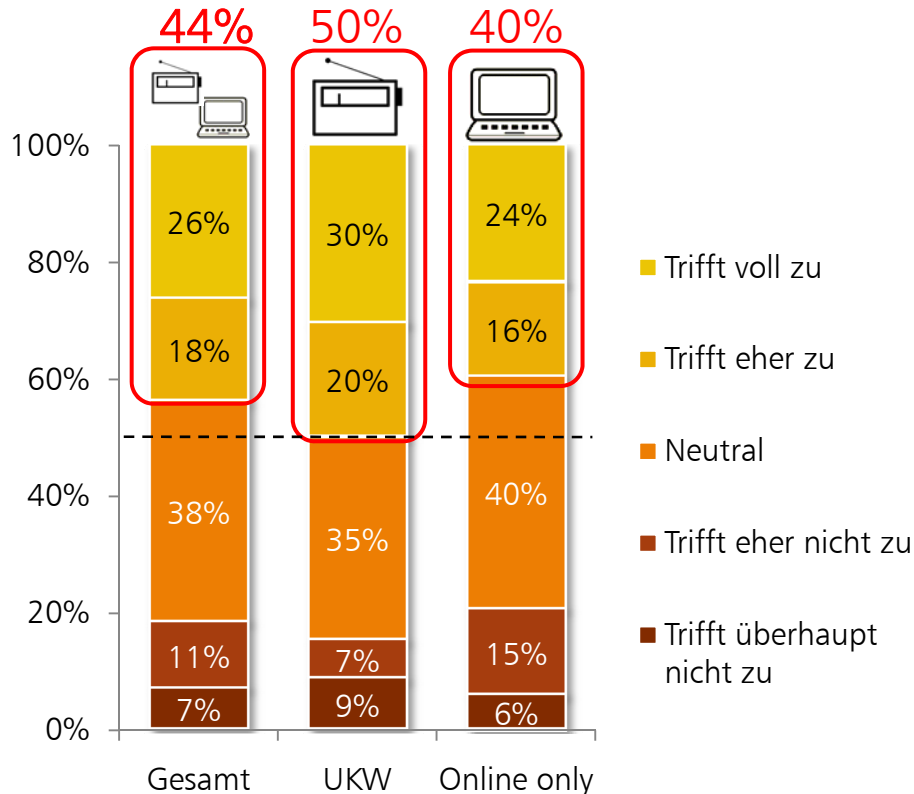
ZAK

KOMMISSION FÜR ZULASSUNG
UND AUFSICHT
DER LANDESMEDIENANSTALTEN

Ca. 50% d. Befragten begrüßen Anmeldepflicht gegenüber Lizenzpflicht für Webradios

Einschätzung der Webradioveranstalter zur Einführung der Anmeldepflicht

"Die Rücknahme der Lizenzpflicht für Webradios mit mehr als 500 gleichzeitigen Nutzern und die Einführung der Anzeigepflicht im 12. RÄStV war eine richtige Entscheidung der Regulierer."



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=113

- 2 -

Programmname _____

Kurze Programmbeschreibung
(Programmkategorie, z.B. Musikprogramm, Informationsprogramm, Lokalsprogramm, sowie wenige Stichpunkte, z.B. im Wesentlichen der Kategorie Rock)

Ich versichere hiermit, dass ich die gesetzlichen Bestimmungen einhalten werde:

☐ Pflichtangaben
☐ die Fähigkeit, die
das Grundrecht
verleiht hat
☐ als Vereinigung

Der Sendebetrieb wurde

☐ Ich versichere die Richtigkeit

Die Übermittlung Ihrer Daten erfolgt

Ich zeige hiermit als Anbieter den Betrieb eines Internetradios an, das

☐ - Anzeige verpflichtend -
im Streaming-Verfahren über 500 und mehr Ports

☐ - Anzeige freiwillig -
im Streaming-Verfahren über weniger als 500 Ports
im Abrufverfahren

verbreitet wird.

Anbieter ist

☐ Eine juristische Person
Name der Gesellschaft einschließlich Rechtsform _____

Straße _____ Nr. _____

Postfach _____

PLZ _____ Stadt _____

Zur Vertretung der Gesellschaft berechtigt

Name _____

Vorname _____

Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse:
(Bitte Angaben bis zu einer natürlichen Person)

☐ Eine natürliche Person

Name _____

Vorname _____

Straße _____ Nr. _____

Postfach _____

PLZ _____ Stadt _____

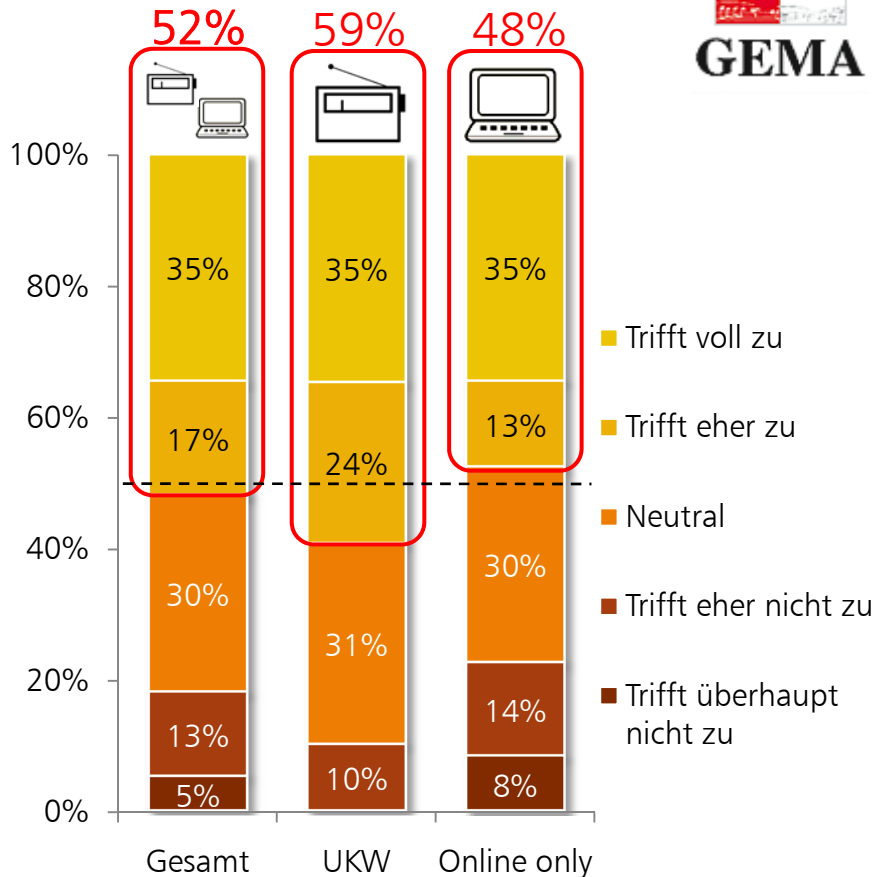
ZAK

KOMMISSION FÜR ZULASSUNG
UND AUFSICHT
DER LANDESMEDIENANSTALTEN

52% der befragten Webradioveranstalter finden GEMA-Lizenzgebühren zu hoch

Einschätzung GEMA-Gebühren

"Die von der GEMA erhobenen Lizenzgebühren für Webradios sind zu hoch."



Quelle: Goldmedia Webradio Monitor 2009, n=113

GEMA Lizenzgebühren für Webradios

- GEMA: Mindestvergütung für Webradios beträgt 30 Euro pro Monat
- Bei über 430€ Netto-Einnahmen und/oder über 2.700 unterschiedlichen Hörern pro Monat werden in Abhängigkeit des Musikanteils am Gesamtprogramm und der Zahl der Webradiokanäle zwischen 0,78% und 9% der Netto-Einnahmen als monatliche Regelvergütung fällig

Quelle: GEMA

Schlussfolgerungen

- Über die Hälfte der dt. Webradioveranstalter bezeichnet die von der GEMA erhobenen Lizenzgebühren als zu hoch
- Bei den UKW-Veranstaltern liegt dieser Wert noch höher: 59% finden die fälligen GEMA-Gebühren zu hoch
- Online-only Anbieter etwas weniger kritisch

Beispiel UK: Amazing Radio spielt ausschließlich abgabefreie, neue Musik



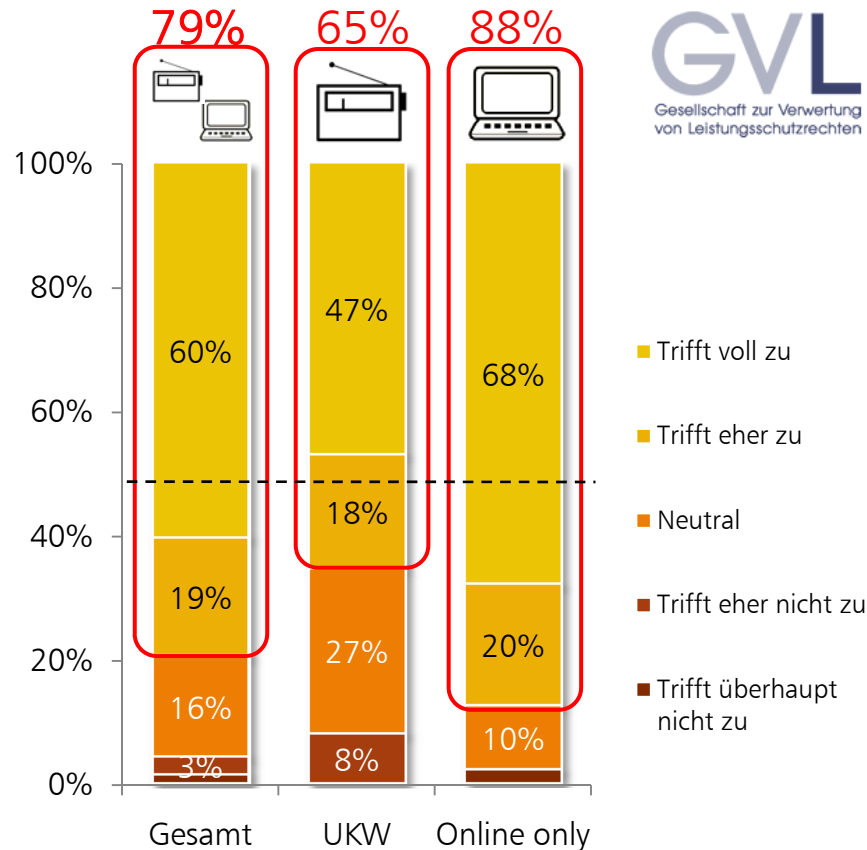
Amazing Radio

- DAB-Sender aus London spielt GEMA-freie Musik
- Playlist und Moderatoren werden von Hörern bestimmt
- Nicht „gesigte“ Künstler können eigene Musik uploaden
- Zusätzl. werden Titel als kostenpfl. Download angeboten
- Künstler erhalten 70% der Download-Einnahmen

79% der befragten Webradioveranstalter finden GVL-Tarife für Webradios zu hoch

Einschätzung GVL-Leistungsschutztarife

"Die von der GVL erhobenen Leistungsschutztarife für Webradios sind zu hoch."



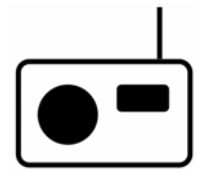
GVL Tarife für Webradios

- Die GVL-Mindestvergütung beträgt für nicht-kommerzielle Anbieter 500 Euro/Jahr
- GVL-Mindestvergütung für kommerzielle Anbieter:
 - € 1.500 p.a. bei Erlösen bis € 50.000
 - € 4.000 bei Erlösen bis € 100.000
 - Für die € 100.000 überschreitenden Erlöse beträgt die Vergütung zusätzlich 10% bei Erlösen bis € 300.000.

Quelle: GVL

Schlussfolgerungen

- Ca. 80% der befragten Webradioanbieter bezeichnen GVL-Gebühren als zu hoch
- Bei den reinen Onlineanbietern sagen dies sogar 88% der befragten Veranstalter
- Mit 65% ist die Zustimmung zu dieser Aussage bei den befragten UKW-Veranstaltern etwas geringer



1. Einführung
2. Der deutsche Webradio-Markt
3. Nutzung und Webradio-Reichweiten
4. Werbung und Vermarktung
5. Regulierung und Rechtekosten
- 6. Endgeräte und Technik**
7. Prognosen zu Webradio in Deutschland
8. Fazit

Webradio ist inzwischen überall dort empfangbar, wo Internet verfügbar ist

Nutzungs- umgebung



Arbeit

Zuhause

Mobil

Endgeräte



Etwa 1 Mio. WLAN-Radios in Deutschland, erste Geräte für unter 50 Euro erhältlich

WLAN-Radios unter 50 Euro

EUR 49,90

inkl. 19% MwSt. + [Versandkosten](#)

ARTIKEL IN DEN
WARENKORB LEGEN



Auf Lager, innerh. 24 h versandfertig

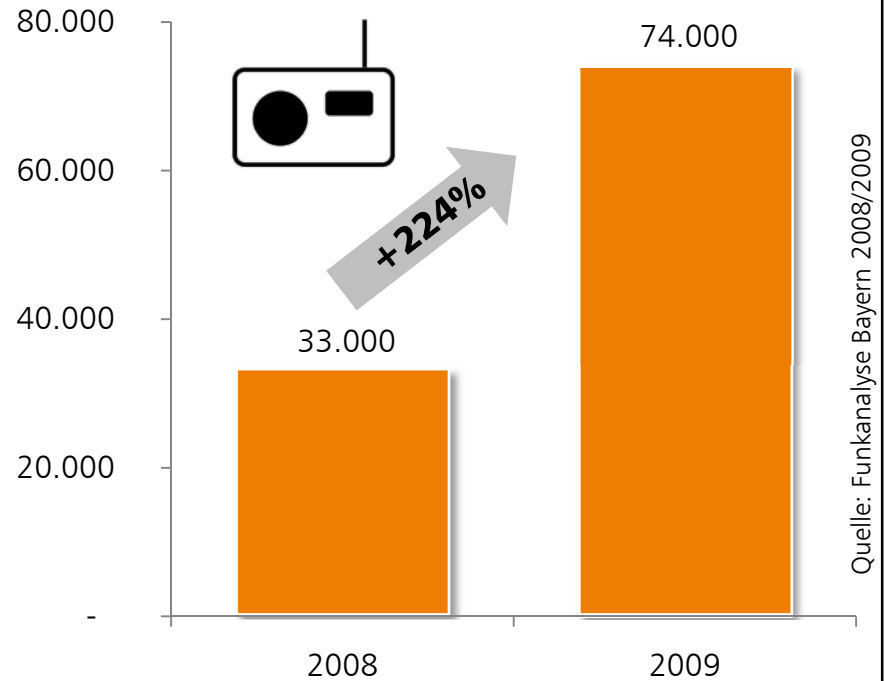
[Auf die Merkliste / Angebot](#)

[Weiterempfehlen](#)

Beschreibung [Datenblatt](#) [Zubehör \[26\]](#) [Alternativen \[1\]](#) [Bewertungen](#)

Der Yur.Beat Fusion Stream ist ein Internet-Radio für die Hosentasche - "verp Universalgerät schlechthin mit Internet-Radio, Media Streaming, MP3-Player, ¹ Micro-SD Kartenleser + Sennheiser Kopfhörer und + eine 2 GB Micro-SD Karte

WLAN-Radiogeräte in Bayern 2008 vs. 2009



Schlussfolgerungen

- Lt. Funkanalyse Bayern gab es Anfang 2009 insg. 74.000 WLAN-Radios in bayerischen HH
- Schätzungen zufolge gibt es aktuell rund eine Mio. WLAN-Radios in dt. Haushalten¹
- Britischer Chiphersteller Reciva erwartet für 2009 Absatz von über drei Mio. Endgeräten
- Preis der Geräte sinkt weiter, inzwischen sind Geräte für unter 50 Euro erhältlich

¹ Quelle: Feldmer, Simon; Süddeutsche Zeitung vom 03.09.2008, „Die Welt aus dem Toaster“, <http://www.sueddeutsche.de/kultur/792/308735/text/>

Seit Januar 2009 bieten 90elf und Terratec das WLAN-Radio NOXON 90elf an



[Startseite](#)

[Produktinfo](#)

[Technische Daten](#)

[Support](#)

[Jetzt kaufen!](#)

[Impressum](#)

NOXON 90elf

Dein Fußball-Radio.

Alle Spiele der 1. und 2. Bundesliga - live und kostenlos!

- + Das Internetradio für den echten Fußballfan
- + Alle Spiele **live** - in **voller Länge** oder als **Konferenzschaltung**
- + Ausführliche Hintergrundinfos und Analysen
- + **Kostenlos** - kein Abo, keine Gebühren
- + Über **10.000 weitere Programme** aus aller Welt



Immer mehr UKW-Radiosender bieten iPhone-Applikationen an

Webradio-Applikationen für das iPhone

- Digitale Angebote von immer mehr Radiosendern als Applikation auf dem iPhone zum Download erhältlich
- U.a. iPhone-Apps von Antenne Bayern FFH, FFN, Energy, MDR, Kiss FM u.v.m.
- Webradio-Angebote landen in der iPhone-Apps-Rangliste auf den vorderen Plätzen im Bereich Musik

radio.de launcht iPhone-Applikation mit über 3.000 (internationalen) Webradiosendern



	Top 10 Apps	Paid	Free
Musik		1. vTuner Radio	>
Nachrichten		2. allRadio	>
Navigation		3. PocketGuitar	>
Produktivität		4. Ocarina	>
Referenz		5. radio.de	>
Reisen		6. SPL Meter	>
Soziale Netze		7. Radio	>
Spiele		8. Internet Radio Box	>
Sport		9. DigiDrummer	>
Unterhaltung		10. PvD DJ-App	>

- Lt. Apple **17 Millionen** iPhones weltweit im Markt, ca. **400.000** iPhones in Deutschland
- Über **50.000** Applikationen sind insg. erhältlich, über eine **Milliarde** mal wurden diese Applikationen bereits heruntergeladen (Quelle: Apple)
- Der Marktanteil des iPhones an mobiler Internetnutzung weltweit beträgt lt. Apple **65%**

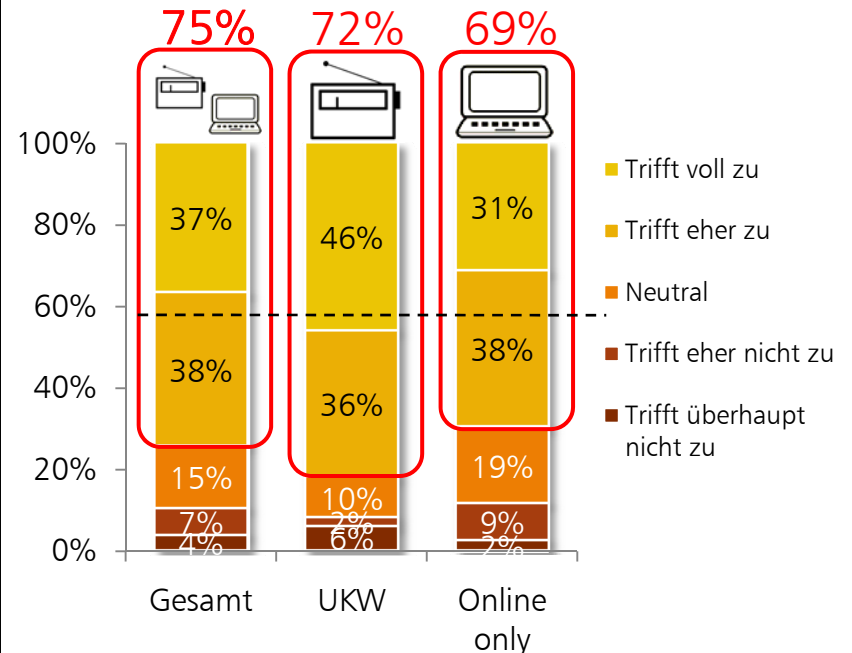
Webradionutzung wird mobil sagen rd. 75% der Sender: Auf dem Handy und auch im Auto

Schlussfolgerungen

- $\frac{3}{4}$ der befragten Veranstalter rechnen damit, dass sich Webradio insbesondere auf mobilen Endgeräten etablieren kann
- Radioveranstalter bieten immer mehr iPhone-Webradio-Applikationen an
- UMTS-Nachfolgetechnik LTE ermöglicht Datenraten von 150 Mbit/s und mehr
- Hiervon werden insb. datenintensive Anwendungen, wie bspw. Webradio profitieren können
- Künftig wird Webradio auch im Auto nutzbar: Blaupunkt präsentierte Anfang 2009 erstes Internet-Autoradio

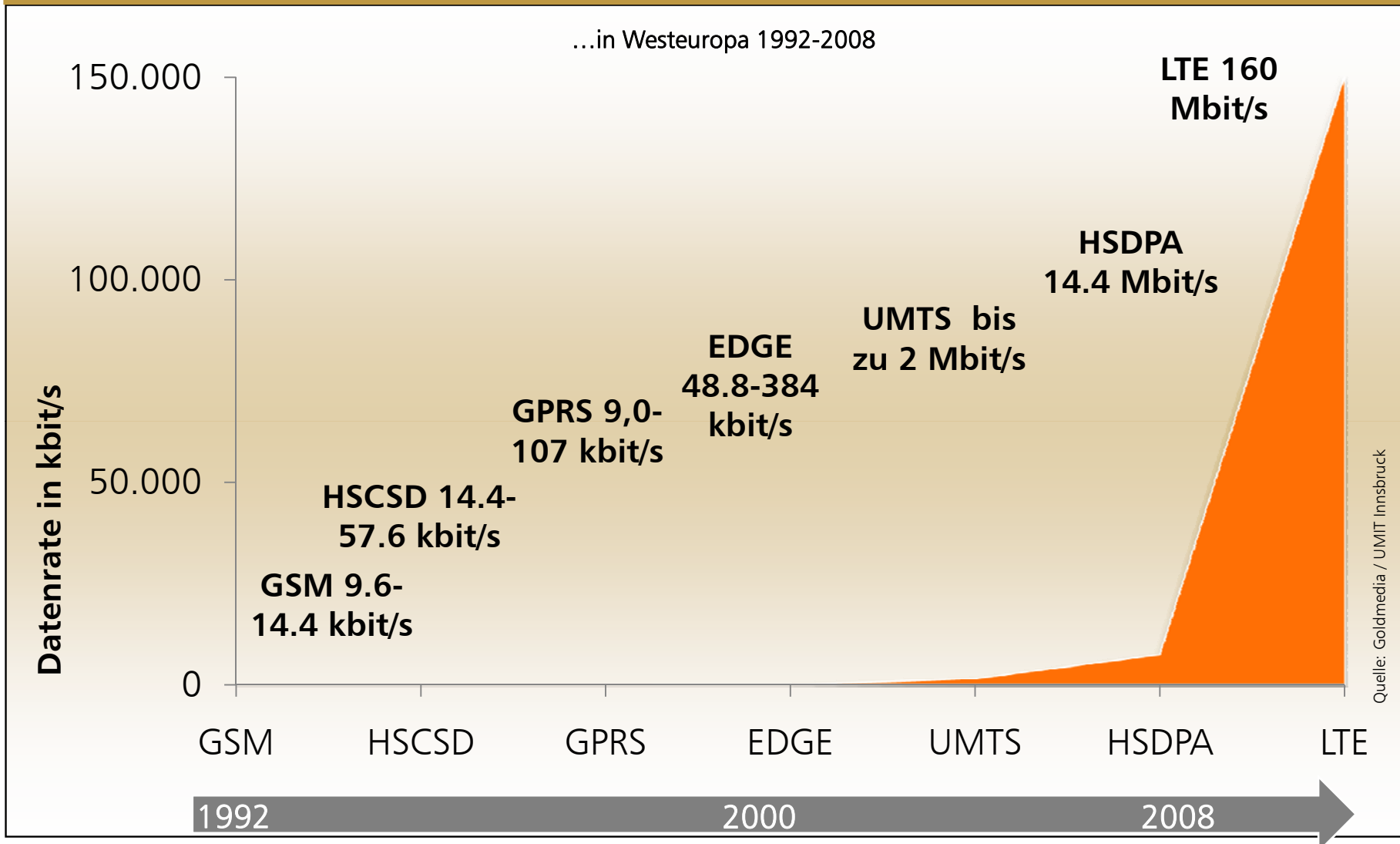
Brancheneinschätzung mobiles Webradio

"Webradio wird sich insbesondere auf mobilen Endgeräten (z.B. iPhone) etablieren können."



„Goldhammer-Gesetz“: erhältliche mobile Bandbreiten verdoppeln sich in Deutschland alle 12 Monate

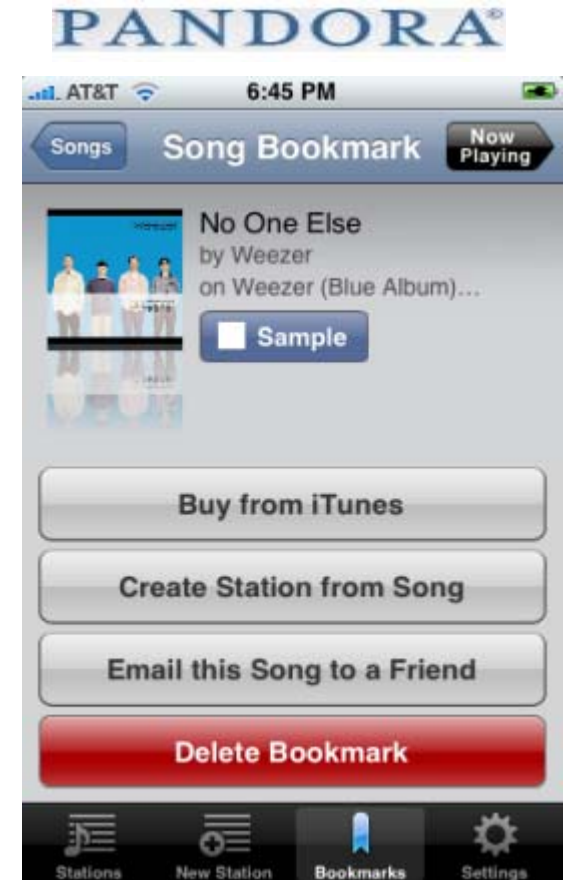
Entwicklung der mobilen Datenraten 1992-20xx



Pandora bietet personalisiertes Radio für iPhone, über 4,5 Millionen Nutzer



Pandora Radio 2.0



- Pandora ist 2008 die meist heruntergeladene Applikation in den USA
- Nicht in Deutschland verfügbar aufgrund rechtl. Probleme (GEMA)
- Über 4,5 Millionen Nutzer, Finanzierung über Werbung



Trend: Webradios mit mehr Wortanteil und anspruchsvolleren Programminhalten

Trend: Wortprogramm u. Special Interest

- Neue Webradios mit höherer Programmqualität und mehr Gewicht auf Wortbeiträgen: bspw. quu.fm, byteFM oder 1000mikes
- Beim Musik- und Entertainment-sender quu.fm sind u.a. Bärbel Schäfer, Michel Friedmann, Ray Cokes (früher MTV) am Mikrofon
- Zunehmend Webradios mit Themen für Kleinstzielgruppen (z.B. Live-Übertragung des örtlichen Eishockey-Vereins)
- 1000mikes bietet Webradiokanal für jedermann „in nur 3 Schritten“, ob Livesendung, Talkrunde, Lesung, Sportberichterstattung, Interviews etc.

QUU.FM

Next Generation Media

SUCHE LOGIN REGISTRIEREN
Passwort vergessen?

HOME FAQ PLAYER PLAYLIST

QUU.FM
To support the people in Iran QUU.FM officially turned green. Click here to follow #iran on Twitter.

QUU.FM 1 hören
QUU.FM 2 hören
iQUU Community
QUU.FM - Blog
Moderatoren

1000 MIKES

Benutzer: ***** Anmelden

Kanäle Mitglieder MyMikes

Suche

Auf einen Blick
Nächste Sendungen
Letzte Sendungen
Beliebteste Sendungen
Meistgehörte Sendungen
Top Kanäle

Alle Kanäle
Freizeit & Unterhaltung
Kultur
Radioszene
Sport
Wirtschaft, Politik & Gesellschaft

Kanäle in anderen Sprachen
Englisch
Italienisch

Radio 2.0
Live Radio hören oder selber machen auf 1000MIKES.
Unsere User berichten live von Sportereignissen, von politischen und privaten Events, sie interviewen, kommentieren und unterhalten.

Live On Air

1000 MIKES
DJDanielradio
[Ab 29.6.2009 fängt bei dj Danielradio Sommerprogramm längere Sendung mal auch bis zu 24 Stunden lang und viel Gute Musik. Um euch im sommer jetzt gute unterhaltung zu biten. Das programm wirt... (mehr)]

Monstabeatz-Radio
Beats von monstabeatz.com
Hip Hop und Rap Beats von Künstlern die bei Monstabeatz.com an der Community teilnehmen!

NÄCHSTE SENDUNGEN

Heute 16:15
Beats von monstabeatz.com
Hip Hop und Rap Beats von Künstlern die bei Monstabeatz.com an der Community...
auf Monstabeatz-Radio

Heute 16:21
Musik
Hier kommt Musik,
auf Radio Germany

Heute 16:30
Literaturkinderstunde
Wieder stelle ich alte und neue Kinderliteratur vor. Wer Buchwünsche hat...
auf Marinas Krisenradio

...und viele weitere.

Webradio im Fokus der Öffentlichkeit

Grimme Online Award 2009 für ByteFM

Begründung der Jury
(Auszug):

„Fast zehn Millionen Online-Nutzer in Deutschland hören Radio im Internet – Grund genug für die Jury, mit ByteFM ein ‘klassisches’ Webradio auszuzeichnen, das vor allem durch sein inhaltliches Konzept besticht.

Hier finden Musikliebhaber ein Programm abseits des Mainstreams, eingebettet in eine fachkundige redaktionelle Begleitung.“

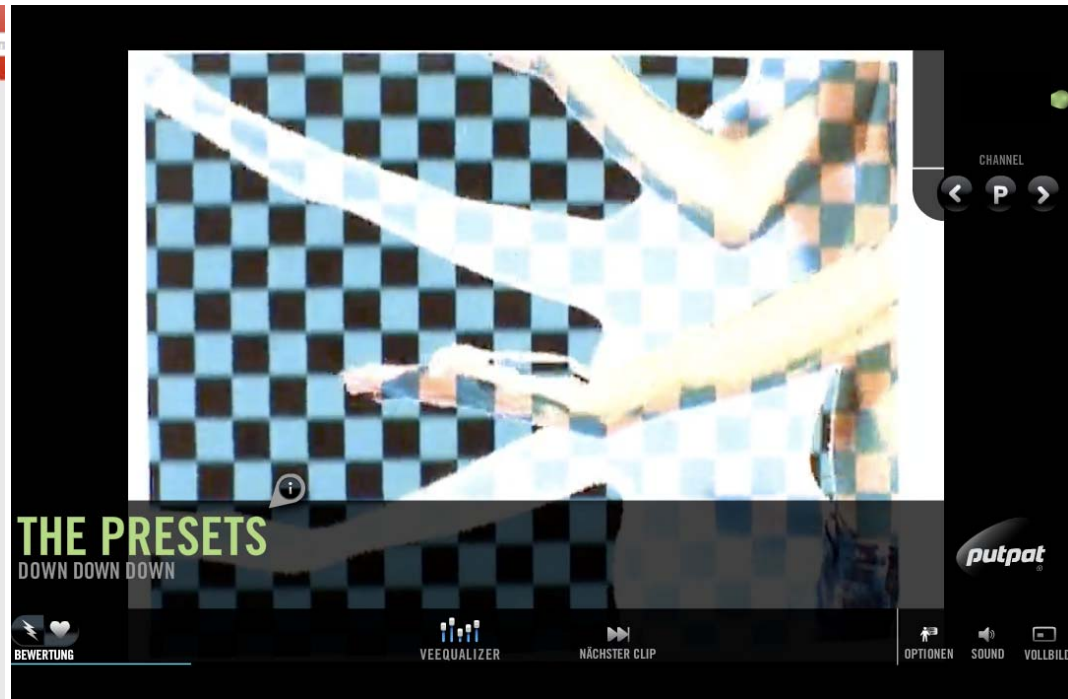
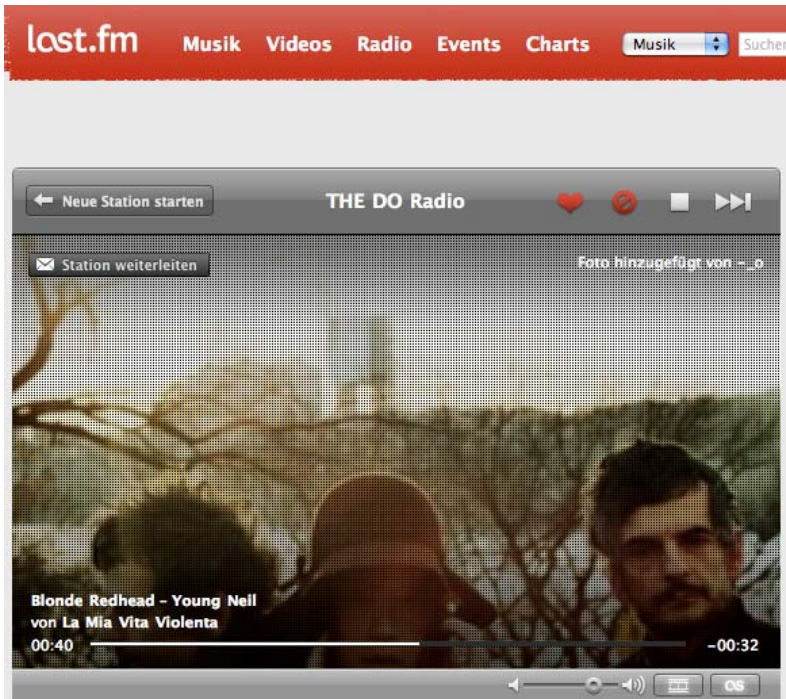
The screenshot displays the ByteFM website layout. On the left is a navigation menu with links for 'Play', 'Programm', 'Sendungen', 'Moderatoren & DJs', 'Konzerte', 'Blog', 'ByteFM Info', 'Externe ByteFM Player', 'Impressum', and 'Partner'. The main content area features a 'On Air' status for 'Spagat' from 15:00-16:00. Below this are two program cards: 'Wir sind wie Sturm und Donner' (Das Mitarbeiter Mixtape, Heute ab 17 Uhr) and 'Out Of Spectrum mit Oliver Korthals' (Donnerstag ab 18 Uhr). A central banner announces 'ByteFM gewinnt Grimme Online Award!'. To the right, there's a search bar, a list of 'Aktueller Song' (Cortney Tidwell - Oh, China) and 'Davor lief:' (Cortney Tidwell - Watusii, Teenagers - French Kiss, Thieves Like Us - Drugs In My..., Black Moth Super Rainbow - Dri...). Further down, it promotes the 'ByteFM Standalone Player' by Panasonic, available from sponsors, and mentions 'ByteFM in der Küche?' with a link to the radio. The Grimme Online Award logo is also present.



Grimme
Online
Award

Byte^{FM}

Webradio wird auch visuell und bietet Möglichkeiten zur Programmpersonalisierung



Webradio wird visuell und individualisierbar

- Last.fm bietet seit Mai 2009 visuelles Webradio mit interaktiver Diashow passend zum aktuellen Musiktitel und Interpreten
- Putpat (derzeit in Testphase) ist Musikfernsehen im Internet mit individuellem Kanal nach Hörerinteresse und ausgewählten Themenkanälen (bspw. HipHop, Rock etc.)
- Personalisierungsmöglichkeiten: Mixen von Musikstilen und Lieblingskünstlern

Auch ö.-r. Radiosender bieten bereits personalisiertes Webradio: „Mein WDR Radio“

WDR Mein WDR Radio

WDR.de Fernsehen Radio Programmvorschau Unternehmen Samstag, 04.07.2009

Suchbegriff

Mein WDR Radio

Startseite Mein WDR Radio Startseite

Mein WDR Radio

Radio nach meinem Geschmack

Mein WDR Radio weiß, dass jede Hörerin und jeder Hörer anders ist. Deswegen bieten wir Ihnen Radio nach Ihrem Geschmack. [\[mehr\]](#)

MEIN WDR RADIO

Jetzt hören

Klassik Aktuell mit Politik- und Wirtschaftsthemen

Klassik mit Wissenschafts- und Bildungsthemen

MITSCHNEIDEN

Der WDR RadioRecorder

Zeichnen Sie einfach und

Klassik Aktuell

Klassik Aktuell mit Politik- und Wirtschaftsthemen

Hier sind Sie immer gut informiert: Mit Nachrichten zu jeder halben Stunde und Beiträgen aus Politik und Wirtschaft. [\[mehr\]](#)

Jetzt hören!

[Playlist](#)

Was ist Mein WDR Radio?

Aktuelles, Politik & Wirtschaft

Wissenschaft & Bildung

Aktuell bei WDR.de

Live - Der CHIO in Aachen

Schwere Unwetter in NRW

Die Favoriten beim Tour-Auftakt

Neues Design für die A40

Homosexuelle mit Migrationshintergrund

Impressum

Kontakt

Mein WDR Radio

- Mein WDR Radio bietet personalisiertes Internetradio
- User können sich Musik und Wortbeiträge nach ihren Vorlieben anhören
- Zunächst werden Kombinationen aus Klassik mit Politik- u. Wirtschaftsthemen oder Klassik mit Wissen angeboten
- WDR Radiorecorder ermöglicht mit-schneiden der WDR-Webradio-Kanäle
- Weiterer Ausbau geplant

Phonostar stellt für IPTV-Angebot Entertain der DTAG bereits 2.500 Radiosender zur Verfügung



The screenshot shows the T-Home website interface. At the top, there's a banner with a couple and a close-up of a T-Home device. Below this is the T-Home logo and navigation links. The main content area is titled 'Webradio.' and features a list of radio genres on a screen, a list of services on the left, and a list of actions on the right.

T-Home Erleben, was verbindet. :: Impressum :: Newsletter :: Kontakt

:: Startseite Entertain :: Entertain erleben :: Funktionen :: Programmauswahl :: Angebote :: Hilfe & Service

Webradio.

Radio
Webradio

Genre

- 1. Trance
- 2. Informationen & Kultur
- 3. House
- 4. Oldies & die letzten Jahrzehnte
- 5. Drum'n Bass
- 6. Hip Hop
- 7. Worldmusic
- 8. Easy Listening & New Age

Greifen Sie auf zahlreiche Internetradio-Sender zu
Wählen Sie dabei Radiostreams aus verschiedenen Ländern und Genres
Und erstellen Sie sich eine persönliche Favoritenliste mit Ihren Lieblingssendern

Freuen Sie sich auf Internet-Radio mit riesiger Senderauswahl!

Wenn Sie Radio lieben, ist das Webradio einfach perfekt für Sie! Denn damit greifen Sie auf das große Senderangebot von Phonostar zu. Mit der riesigen Auswahl an Radiostreams aus verschiedenen Genres, genießen Sie immer genau das Radio-Programm, das gerade zu Ihrer Stimmung passt. Und das Beste: Sie bedienen das Webradio direkt mit Ihrer Fernbedienung über das Menü Ihres HD-fähigen Festplattenrekorders.

Was möchten Sie tun?

- Entertain Verfügbarkeit prüfen
- Entertain Ausbaustatus prüfen
- Angebote auswählen
- Meine Dienste anschauen

Webradio per IPTV

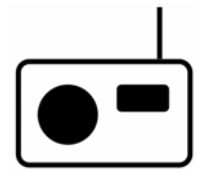


- Über 2.500 Webradio-Sender über T-Home IPTV Angebot Entertain
- Angebot umfasst außerdem Podcasts und redaktionelle Programmhinweise

T-Home

Webradio Monitor 2009

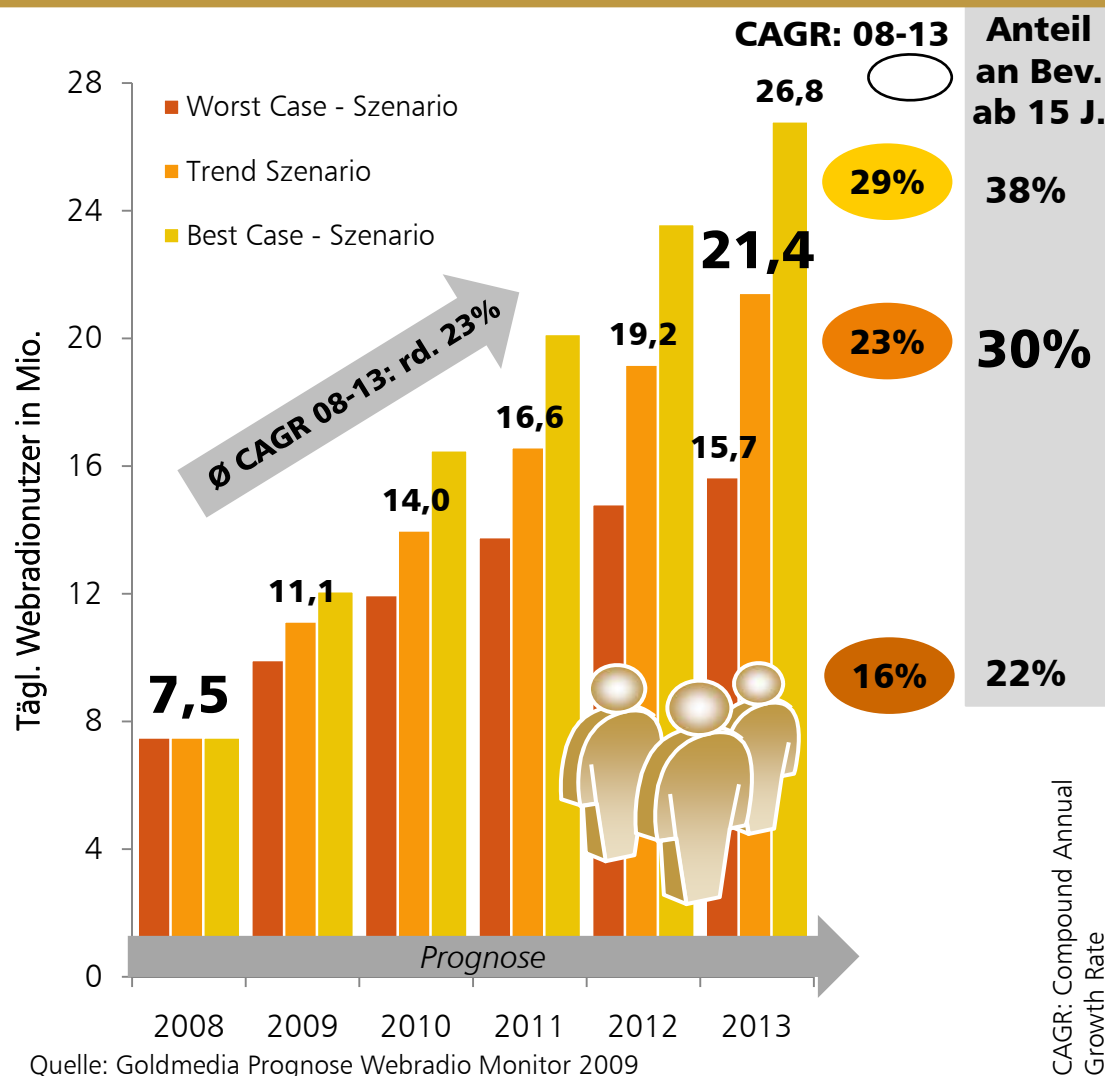
Inhalt



1. Einführung
2. Der deutsche Webradio-Markt
3. Nutzung und Webradio-Reichweiten
4. Werbung und Vermarktung
5. Regulierung und Rechtekosten
6. Endgeräte und Technik
7. Prognosen zu Webradio in Deutschland
8. Fazit

Goldmedia-Prognose Nutzer dt. Webradios: Rund 21 Mio. Webradionutzer in 2013

Tägliche Nutzer deutscher Webradioangebote bis 2013

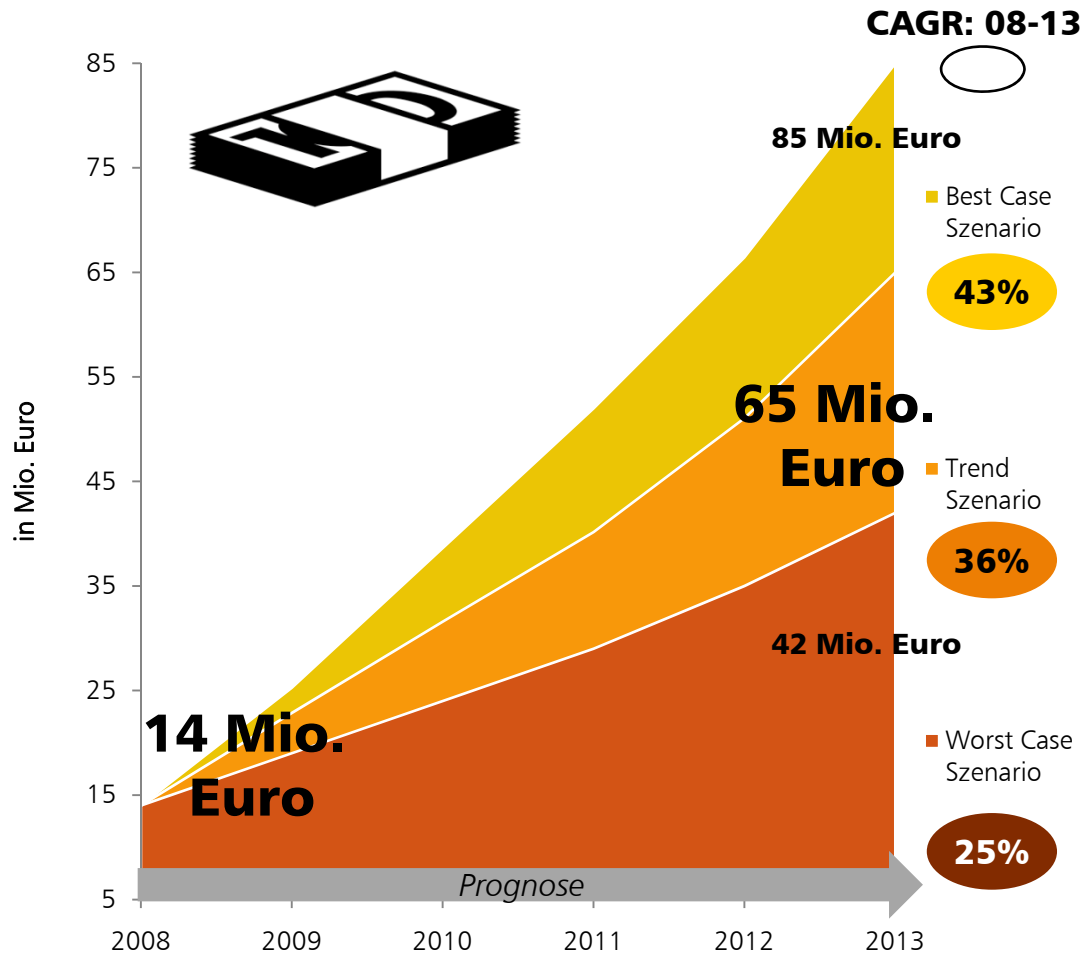


Methodik

- Goldmedia befragte 1.319 deutsche Veranstalter (mit insgesamt 1.914 Webradiosendern) im Zeitraum Mai bis Juni 2009 per Fragebogen nach den Abrufzahlen ihrer Streamingangebote. Die Befragten gaben an, dass ihre Webradioangebote im Durchschnitt 3.933 Hörer pro Tag erreichen. Daraus ergibt sich eine durchschnittliche tägliche Gesamtreichweite von rund 7,5 Mio. Hörern für deutsche Webradios. Dieser Wert beinhaltet alle Zugriffe auf deutsche Webradioangebote aus dem In- und Ausland und ggf. auch Mehrfachabrufe. - Daher ist ein direkter Vergleich mit Hörerbefragungen zur Webradionutzung, wie bspw. die ARD/ZDF-Onlinestudie oder die Funkanalyse Bayern, nicht möglich.

Goldmedia-Prognose: Onlinewerbeeinnahmen (Display, Sponsoring, Spot,...) für Webradio-Angebote bis 2013: Maximal 85 Mio. Euro

Werbeeinnahmen (netto) für alle deutschen Webradioangebote in Deutschland bis 2013



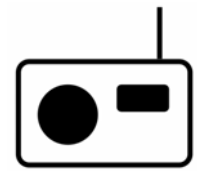
Quelle: Goldmedia Prognose Webradio Monitor 2009

Annahmen / Hintergründe

- Der Ø Onlinewerbeumsatz je Webradio betrug 2008 rund 12.000 Euro.
- Goldmedia geht von einem Ø Anteil von 1,9% an den Hörfunkwerbeeinnahmen (netto) in 2008 aus. Die Prognose schließt Display, Sponsoring, Affiliate und Spotwerbung, Keyword, Online-Video-Werbung ein.
- Goldmedia geht von einem deutlich stärkeren Wachstum für den Internetradiobereich aus: Wir unterstellen (je nach Szenario) ein Wachstum von 25-43 % pro Jahr.

Webradio Monitor 2009

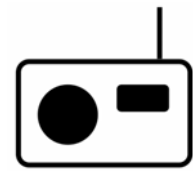
Inhalt



1. Einführung
2. Der deutsche Webradio-Markt
3. Nutzung und Webradio-Reichweiten
4. Werbung und Vermarktung
5. Regulierung und Rechtekosten
6. Endgeräte und Technik
7. Prognosen zu Webradio in Deutschland
8. Fazit

Webradio Monitor 2009

Executive Summary



Webradiomarkt Deutschland

- Insgesamt 1.914 Webradios in Deutschland (Stand 04/2009)
- Verfünfachung des Angebots zwischen 2006 und Ende 2009
- Drei Viertel des Angebots sind reine Onlinesender, 1/4 Simulcast-Streams

Nutzung

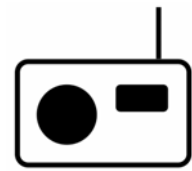
- Ende 2008 rd. 7,5 Mio. tägliche Nutzer deutscher Webradioangebote
- Bis 2013 steigt die Zahl der tägl. Nutzer laut Trend Szenario auf ca. 21 Mio. Hörer an (CAGR 2008-2013 23%)
- Durchschnittl. Nutzungsdauer der deutschen Webradios betrug 2008 rd. 73 Min. (Simulcast-Streams 91 Min., Online-only-Streams 64 Min.)
- Bis 2012 erwarten die Befragten einen Anstieg der durchschnittlichen Nutzungsdauer auf 147 Min. (CAGR +18 Prozent)

Werbung/ Vermarktung

- Onlinewerbeinnahmen aller dt. Webradioangebote betrug im Jahr 2008 insg. 14 Mio. Euro (inkl. Displaywerbung, Sponsoring, Spot, etc.)
- Bis 2013 steigen die Onlinewerbeinnahmen auf ca. 65 Mio. Euro an (Trend Szenario), entspricht durchschnittl. Wachstumsrate p.a. +36%
- Allgemeingültige Währung für Webradioangebote fehlt bis dato
- Displaywerbung wichtigste Werbeform, gefolgt von Sponsoring, Spotwerbung, Affiliate Marketing auf Website und weiteren

Webradio Monitor 2009

Executive Summary



Recht & Regulierung

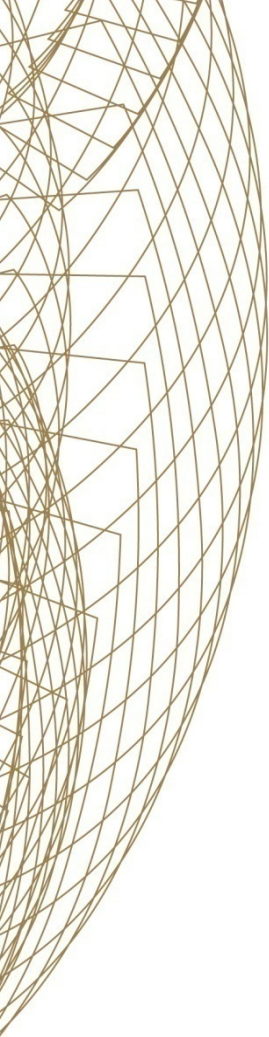
- Seit 06/2009 besteht lt. 12. RÄStV für Webradio-Angebote mit mehr als 500 gleichzeitigen Nutzern nur noch Anmeldepflicht statt Lizenzpflicht
- 52% d. befragten Webradio-Veranstalter empfinden die GEMA-Lizenzgebühren als zu hoch, sogar 79 % sagen dies über die GVL-Gebühren

Endgeräte

- Webradio ist inzwischen überall dort empfangbar, wo Internet verfügbar ist: zu Hause, bei der Arbeit oder mobil per Handy oder auch im Auto
- Zunehmende Vielfalt an Empfangsgeräten: PC, Handy, WLAN-Radios, Autoradios, TV-Geräte, IPTV-STB sowie Spielekonsolen
- Verbreitung v. WLAN-Radio steigt weiter, neue mobile Übertragungsstandards wie LTE ermöglichen Datenraten von über 150 Mbit/s
- Immer mehr Webradio-iPhone-Applikationen, inbs. von UKW-Sendern

Sonstige Trends

- Neue Webradios legen mehr Gewicht auf Wortbeiträge (bspw. quu.fm, byteFM oder 1000mikes.com)
- Neue Themenkanäle für Kleinstzielgruppen (bspw. Liveübertragung des örtlichen Eishockey-Vereins per Webradio)
- Webradio wird zunehmend visuell (z.B. last.fm, putpat) und bietet neue Personalisierungsmöglichkeiten (bspw. mixen eigener Lieblingskanäle)



G O L D M E D I A

Goldmedia GmbH

Media Consulting & Research

Dr. Klaus Goldhammer, Marcel Piopiunik

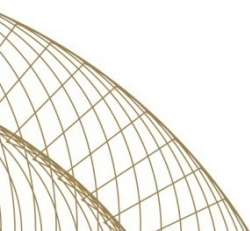
Oranienburger Str. 27, 10117 Berlin, Germany

Tel. +49 30-246 266-0, Fax +49 30-246 266-66

Klaus.Goldhammer[at]Goldmedia.de

Marcel.Piopiunik[at]Goldmedia.de

www.Goldmedia.de



Fragebogen: Webradio in Deutschland 2008/09

Goldmedia erstellt derzeit im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) eine Studie zu **Webradio-Reichweiten in Deutschland**. Ziel ist es, eine **Gesamtübersicht** der Abrufzahlen deutscher Webradio-Angebote zu erstellen. Die Studie liefert Anbietern wie Werbeindustrie damit einen Markt-überblick sowie Informationen zur Nutzung von Webradios.

Mit Ihrer Hilfe soll eine fachlich fundierte Darstellung des Status Quo der Webradio-Nutzung in Deutschland entstehen. Über Ihre Teilnahme an der Erhebung würden wir uns sehr freuen. Dieser Fragebogen umfasst vier Seiten mit 12 Fragen und benötigt ca. 15 Minuten zum Ausfüllen. Bitte nehmen Sie daran teil! Wir bitten um Antwort bis zum 10.06.2009. Es lohnt sich auch für Sie: Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden im Rahmen der **Lokalrundfunktag in Nürnberg am 7./8. Juli 2009** vorgestellt und sind anschließend online verfügbar.

Für Rückfragen steht Ihnen Marcel Piopiunik bei Goldmedia sehr gerne zur Verfügung unter Tel. +49-(0)30-246 266-0 bzw. per E-Mail: Marcel.Piopiunik@Goldmedia.de

Teil I: Angebot und Nutzung

Frage 1: Seit wann bieten Sie Webradio an?

Monat/Jahr:

Frage 2: Wie zufrieden sind Sie generell mit den Abrufzahlen bzw. der Nutzung und der Rentabilität Ihres Webradio-Angebots?

Zufriedenheit mit...	Sehr zufrieden	Eher zufrieden	neutral	Eher unzufrieden	Sehr unzufrieden
...Abrufzahlen/Nutzung des Webradios	☐	☐	☐	☐	☐
...Rentabilität des Webradios	☐	☐	☐	☐	☐

Frage 3: In welchem Streamingformat wird das Webradio-Angebot verbreitet?

Eine Mehrfachnennung ist möglich.

☐ Windows Media (.wma)	☐ AAC(+) (.aac, .3gp, .mp4, .m4a, .m4p)
☐ RealAudio (.ra, .ram)	☐ Ogg Vorbis (.oga, .ogg)
☐ MP3 (.mp3)	☐ Sonstiges:

Frage 4: Welche Webradio-Angebote (Streams) bieten Sie an?

Bitte tragen Sie den Namen Ihrer Streaming-Angebote sowie die jeweiligen Verbreitungswege und das Genre bzw. Format (z.B. AC, CHR, Rock, etc.) in die Tabelle ein.

Name des Streaming-Angebots	Distribution (ggf. zusätzliche Verbreitungswege)	Genre/Format
Stream 1:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 2:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 3:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 4:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 5:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 6:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 7:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 8:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 9:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	
Stream 10:	☐ nur Online ☐ UKW ☐ Kabel ☐ DAB ☐ Mobile	

Bei mehr als zehn Streaming-Angeboten füllen Sie bitte die zusätzliche Tabelle auf Seite 7 aus.

Frage 5: Wie lange werden Ihre Streams im Durchschnitt pro Hörer genutzt und wie hat sich die Nutzung seit Januar 2008 entwickelt (Ø Verweildauer über alle Streams)?

Bitte tragen Sie die durchschnittliche Verweildauer der Hörer/Nutzer für die aufgelisteten Monate ein.

Durchschnittliche Verweildauer der Hörer/Nutzer im Monat...	Jan. 2008	Juli 2008	Dez. 2008	Jan. 2009	Feb. 2009	März 2009	April 2009
Minuten	Minuten	Minuten	Minuten	Minuten	Minuten	Minuten	Minuten

Frage 6: Wie wird sich Ihrer Einschätzung nach die durchschnittliche Nutzungszeit (Verweildauer) in den nächsten Jahren entwickeln?

Bitte geben Sie jeweils die prozentuale Veränderung gegenüber dem Vorjahr an.

Entwicklung der durchschnittlichen Nutzungszeit je Stream gegenüber dem Vorjahr...	2009	2010	2011	2012
+/-%	+/-%	+/-%	+/-%	+/-%

Frage 7: Wie viele durchschnittliche Zugriffe (Tune-Ins) auf Ihre Webradio-Angebote gibt es pro Tag?

Bitte geben Sie die Zahl der durchschnittlichen Zugriffe (Tune-Ins) pro Tag auf Ihre Streaming-Angebote für die entsprechenden Monate an. Sofern Ihnen ausschließlich aktuelle Daten vorliegen, tragen Sie diese bitte bei April 09 ein. (Gern können Sie uns ggf. auch weitere Daten digital zukommen lassen an: marcel.piopiunik@goldmedia.de)

Name des Streams	Durchschnittliche Zahl der Zugriffe pro Tag ...						
	Jan. 08	Juli 08	Dez. 08	Jan. 09	Feb. 09	März 09	April 09
Stream 1:							
Stream 2:							
Stream 3:							
Stream 4:							
Stream 5:							
Stream 6:							
Stream 7:							
Stream 8:							
Stream 9:							
Stream 10:							

Bei mehr als zehn Streaming-Angeboten füllen Sie bitte die zusätzliche Tabelle auf Seite 7 aus.

Frage 8: Wie erfolgt die Messung/Erhebung der Nutzungsdaten Ihrer Webradios?

Bitte geben Sie an, auf welche Art die Nutzungsdaten Ihrer Webradio-Angebote erhoben werden. Sollten Sie ein anderes Tool zur Hörmessung einsetzen, bitten wir Sie, uns detaillierte Angaben zum eingesetzten Tool und zur Art der Erhebung zu machen.

☐ Eigene Logfile-Auswertung	☐ Daten stammen vom Streaming-Provider
☐ Anderes Tool zur Hörmessung Erläuterung:	

Teil II: Refinanzierung

Frage 9: Sofern es sich um ein werbefinanziertes Webradio-Angebot handelt, bitten wir Sie, Angaben zu den angebotenen Online-Werbeformen zu machen. Bitte ordnen Sie diese entsprechend ihres Umsatzanteils einem Rang zu.

Bitte alle im Umfeld des Webradios angebotenen Werbeformen/-formate ankreuzen und einordnen.

Art der Onlinewerbung	Vorhanden	Rang
Displaywerbung (z.B. Banner, Skyscraper, Flash Layer)	☐ ja ☐ nein	(Nr.)
Online-Spotwerbung (ausschließlich im Online-Stream integrierte Spots)	☐ ja ☐ nein	(Nr.)
Pre-Roll-Spot (vor den Webradio-Stream geschalteter Spot)	☐ ja ☐ nein	(Nr.)
Online-Video-Werbung (z.B. In-Page-Video)	☐ ja ☐ nein	(Nr.)
Affiliate Marketing auf der Internetseite	☐ ja ☐ nein	(Nr.)
Suchwortvermarktung (Google Adwords)	☐ ja ☐ nein	(Nr.)
In-Text-Werbung	☐ ja ☐ nein	(Nr.)
Sponsoring	☐ ja ☐ nein	(Nr.)
Andere (bitte spezifizieren):	☐ ja ☐ nein	(Nr.)

Frage 10: Wie hoch waren die im Umfeld des Webradio-Angebots erzielten Werbeerlöse im Jahr 2008 und was erwarten Sie in 2009 und 2010?

Netto-Werbeerlöse	2008	Prognose 2009	Prognose 2010
Online-Werbung (aller oben in Frage 9 genannten Kategorien ohne Online-Spotvermarktung)	(in Tsd.€)	(in Tsd.€)	(in Tsd.€)
Online-Spotwerbung	(in Tsd.€)	(in Tsd.€)	(in Tsd.€)

Teil III: Markteinschätzung

Frage 11: Welcher der folgenden Reichweiten-Messwerte besitzt Ihrer Meinung nach das größte Potenzial, sich als allgemeingültige Währung im Bereich Webradio zu etablieren?

Ø Zahl der Zugriffe pro Stunde/Tag/Monat (Tune-Ins*)	Ø Zahl der Hörer/Nutzer pro Stunde/Tag/Monat (Unique Listener**)	Ø Zahl der Kontakte pro Stunde/Tag/Monat (Werbemittel-Kontakte***)
☐	☐	☐

*Zahl der gestarteten Streams, ohne Zuordnung zu Unique Usern bzw. ohne Berücksichtigung von Abbrüchen und Neustarts.

**Unique Listener: Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einer Internetseite mindestens einen (einem Unique Client eindeutig zuzuordnenden) Kontakt durch Starten eines Audio-Streams ausgelöst hat.

***Werbemittelkontakt: Hörer/Nutzer, die nachweisbar mit dem Werbemittel Kontakt haben.

Frage 12: Inwieweit stimmen Sie den nachstehenden Aussagen zu Webradio zu bzw. lehnen diese ab?

	trifft voll zu	trifft eher zu	neutral	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu
„Die Streamingkosten sowie technische Restriktionen hemmen einen möglichen Ausbau weiterer Webradio-Angebote sowie die Erhöhung der momentanen Nutzerzahlen.“	☐	☐	☐	☐	☐
„Bei der Spotvermarktung von reinen Webradio-Angeboten besteht noch erhebliches Wachstumspotenzial.“	☐	☐	☐	☐	☐
„Die von der GEMA erhobenen Lizenzgebühren für Webradios sind zu hoch.“	☐	☐	☐	☐	☐
„Die von der GVL erhobenen Leistungsschutztarife für Webradios sind zu hoch.“	☐	☐	☐	☐	☐
„Die Rücknahme der Lizenzpflicht für Webradios mit mehr als 500 gleichzeitigen Nutzern und die Einführung der Anzeigepflicht im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag war eine richtige Entscheidung der Regulierer.“	☐	☐	☐	☐	☐
„Webradio wird sich insbesondere auf mobilen Endgeräten (wie z.B. dem iPhone) etablieren können.“	☐	☐	☐	☐	☐

Teil IV: Kontaktdaten

Veröffentlichung der Daten

Unterstützen Sie den Webradio Monitor und tragen Sie dazu bei, der Radiobranche wie der Werbeindustrie einen Marktüberblick zu geben und so die Attraktivität des Webradios als Werbemedium zu stärken. Mit der Freigabe Ihrer Angaben erhält der Monitor zusätzliche Relevanz durch die Ausweisung von Reichweiten und Nutzungsdaten der Webradio-Sender.

Bitte geben Sie an, in welcher Form Sie ggf. einer Veröffentlichung der gemachten Angaben zustimmen.

- ☐ Ich stimme einer anbieterbezogenen Veröffentlichung der gemachten Angaben zu und profitiere von der Möglichkeit der Reichweitemausweisung im Webradiomonitor. (Angaben zu Werbeumsätzen werden nur in aggregierter, anonymisierter Form veröffentlicht.)
- ☐ Alle Daten bitte nur in aggregierter, anonymisierter Form veröffentlichen. Einer Ausweisung der von mir gemachten Streamingdaten oder Werbeumsätzen auf Anbieterbasis stimme ich nicht zu.

Wir danken Ihnen sehr herzlich für Ihre Kooperation!

Für eventuelle Rückfragen möchten wir Sie bitten, uns Ihre Kontaktdaten zu nennen:

Der Fragebogen wurde ausgefüllt von:

Nachname	
Vorname	
Firma/Sender	
Telefon	
Email	
Anmerkung	