



G O L D M E D I A

BLM-Webradiomonitor 2012

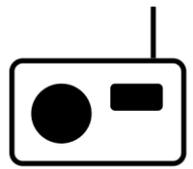
Internetradio-Nutzung in Deutschland

*Lokalrundfunktag 2012
Nürnberg, 11. Juli 2012*

Goldmedia GmbH Strategy Consulting

***Prof. Dr. Klaus Goldhammer
Mathias Birkel | Christine Link***

**Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin-Mitte | Germany
Tel. +49 30-246 266-0 | Fax -66 | Info[at]Goldmedia.de
www.Goldmedia.com | www.Webradiomonitor.de**



- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musik-Streaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

Webradiomonitor 2012

Ziele der Untersuchung und Methodik

Auftraggeber u. Studienziele

Auftraggeber:

- im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) erstellt Goldmedia zum vierten Mal eine Studie zur Nutzung deutscher Webradio-Angebote.



Ziele der Analyse:

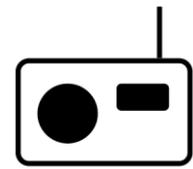
- Übersicht dt. Webradiomarkt
- Quantifizierung und Entwicklung der Webradio-Nutzung in Dtl. **mittels Befragung aller Anbieter**
- Markt- und Potentialanalyse
- Kategorisierung der dt. Webradios nach Genre bzw. Angebotsform

Methodik

- Projektzeitraum: April bis Juli 2012
- Primärdatenerhebung durch Befragung sämtlicher dt. Webradioanbieter (n=3.021 dt. Webradio-Streams)
- Rücklauf: Daten zu 545 Webradio-Streams
- Befragungszeitraum: 21.05.2012 – 18.06.2012
- 15 Expertengespräche mit Branchenvertretern
- Sekundärdaten mittels Online-Desk-Research
- Prognosen mittels Top-Down/Bottom Up-Analyse
- www.webradiomonitor.de
*Fragebogen siehe Anhang dieser Studie



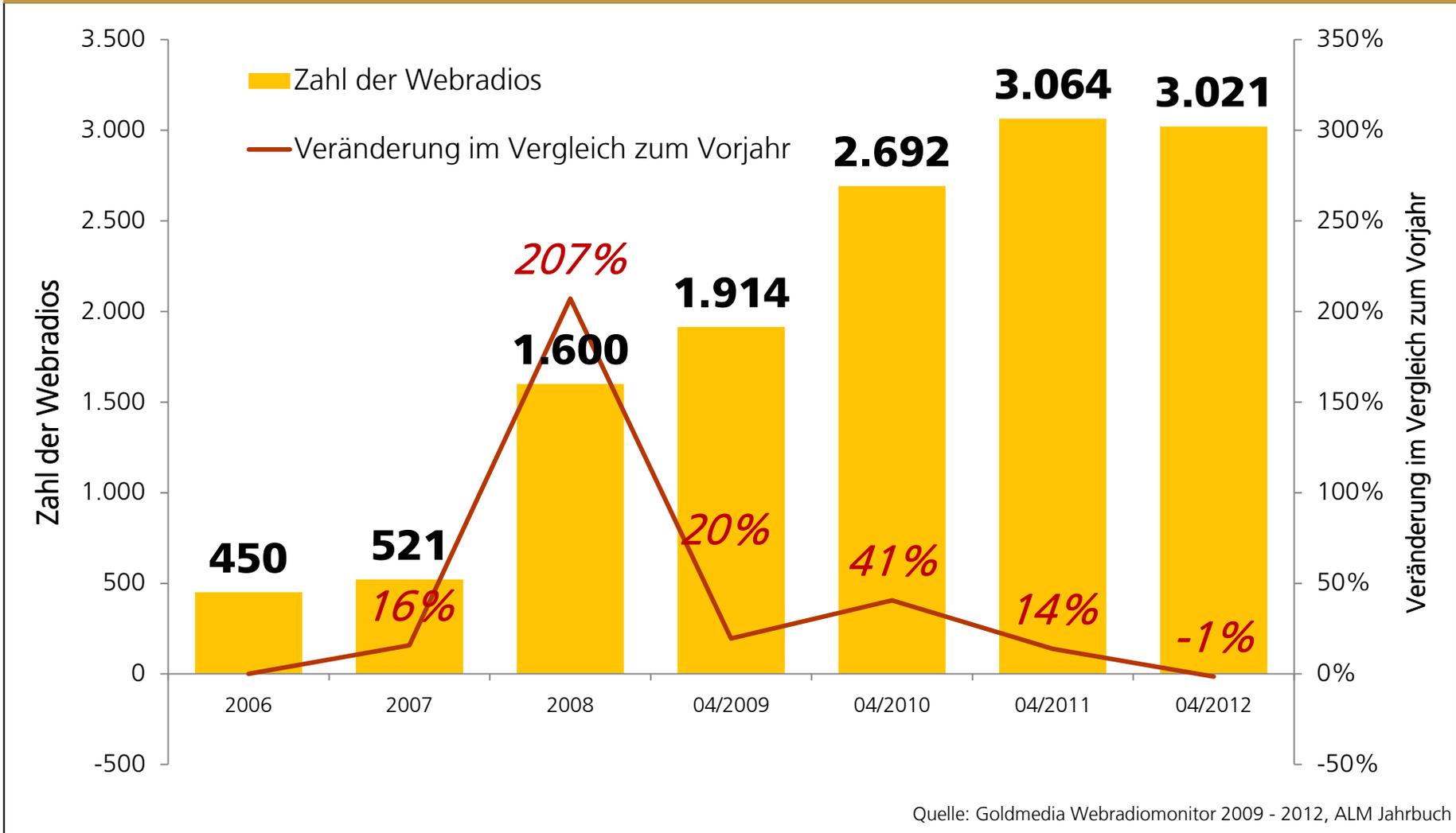
Bild: ©Scott Frangos_Fotolia.com



- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musikstreaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

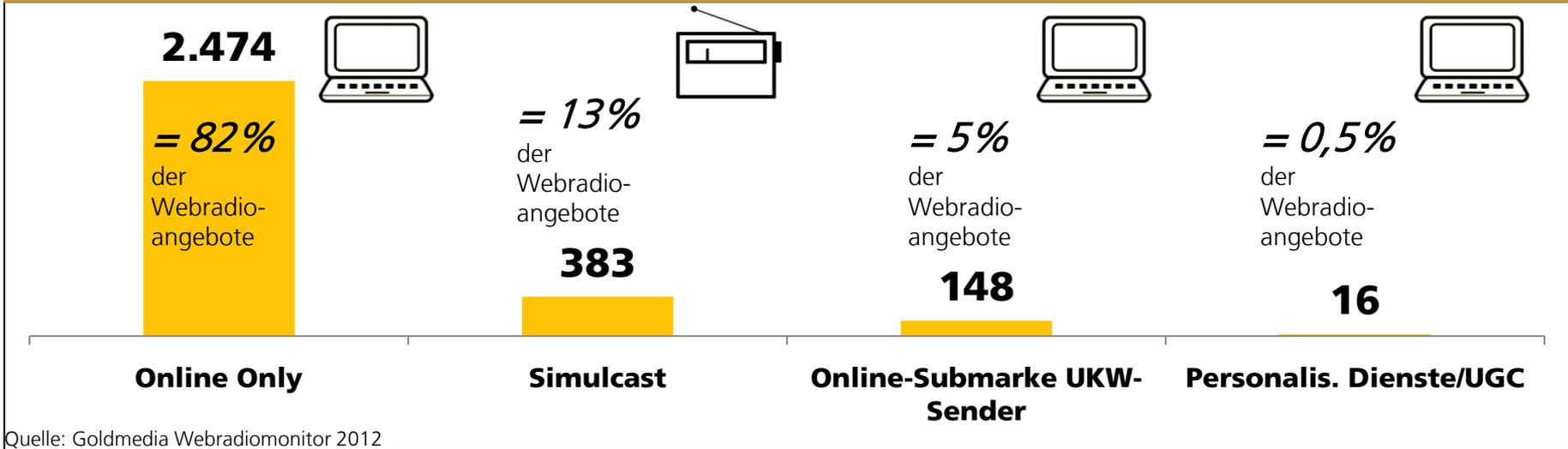
Webradiomarkt konsolidiert sich – leichter Rückgang auf 3.021 deutsche Webradios 2012.

Entwicklung der Anzahl von Webradios in Deutschland 2006 bis 2012



Marktkonsolidierung 2012: ca. 800 Webradios gingen – „nur“ 750 neue Sender – hoher Churn

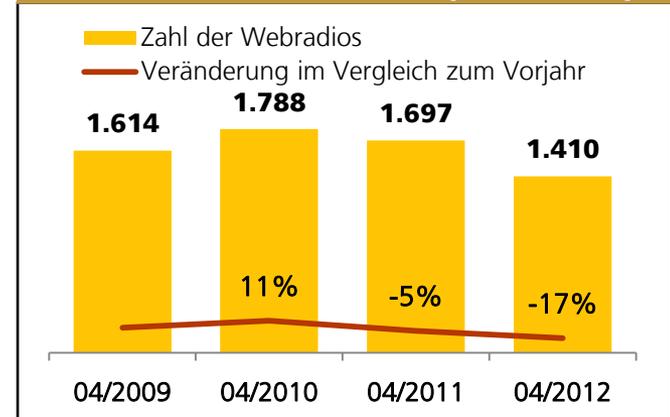
Anzahl deutscher Webradio-Angebote nach Anbieterkategorien (04/2012)

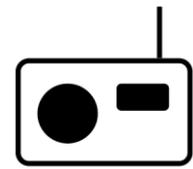


Zusammenfassung

- 3.021 Webradios in Deutschland (Stand: April 2012)
- Mehr als $\frac{4}{5}$ der Webradios sind Online Only-Sender
- Aber: Zahl der Kleinst-Sender geht zurück
- 2012 besonders hoher Churn: 800 Webradios wieder eingestellt bei nur 750 neuen Programmen
- 2009-2011: jeweils ca. 650/Jahr eingestellt
- Zahl der GEMA-lizenzierten Sender ebenfalls rückläufig

Zahl der bei der GEMA lizenzierten Webradios (2009-2012)

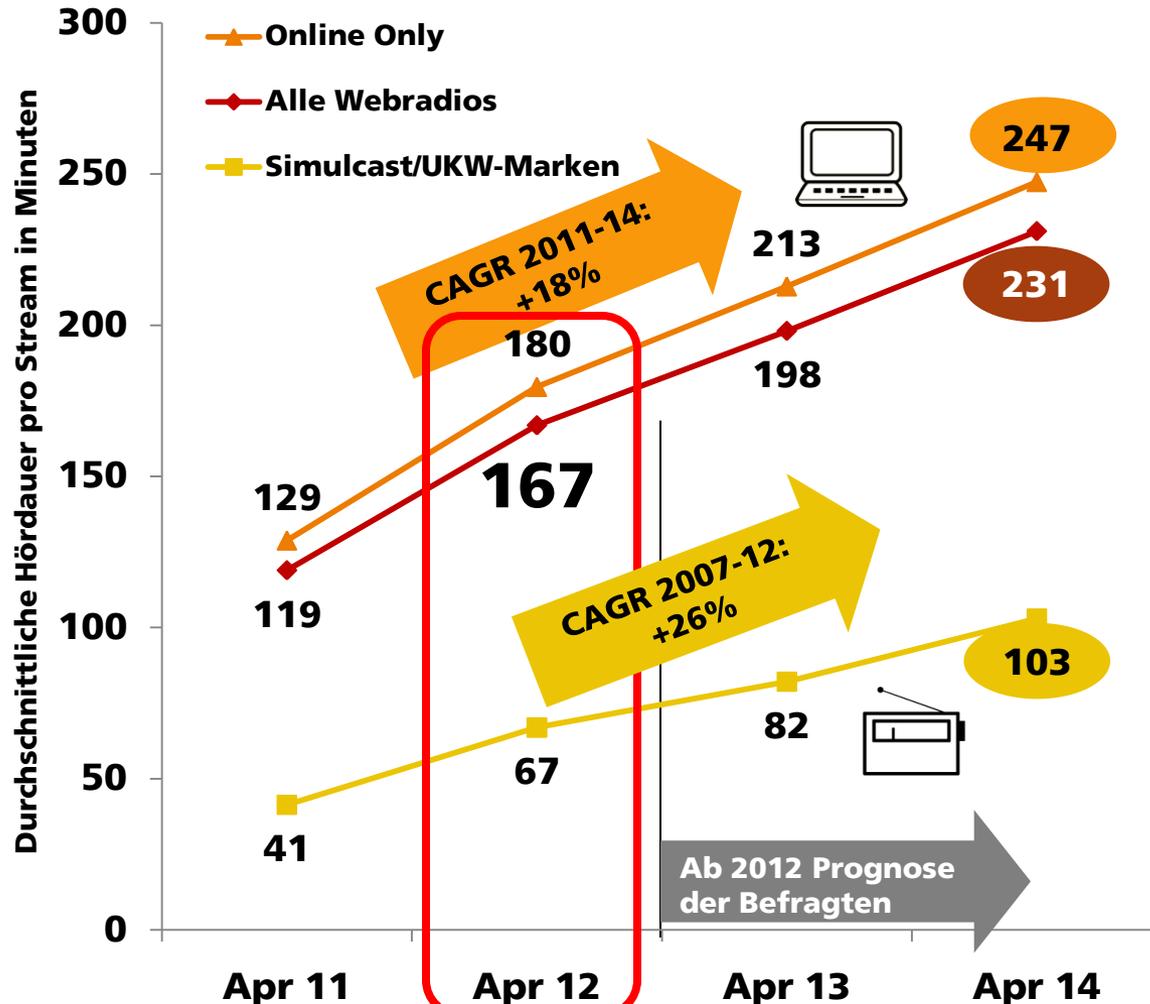




- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musik-Streaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

Webradio wurde 2011 im Schnitt 119 Min. pro Stream gehört – bis 2014 Verdopplung erwartet

Ø Hördauer je Stream 2011-2014 (in min.)



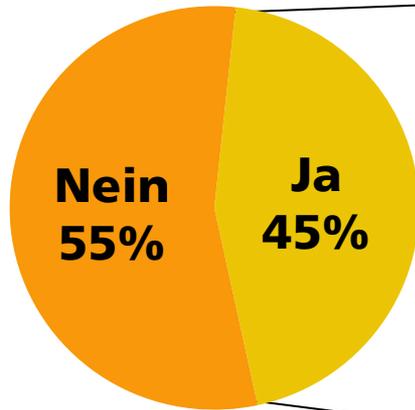
Schlussfolgerungen

- Webradio-Streams wurden 2011 im Schnitt 119 und 2012 bereits 167 Min. gehört (+40%!)
- Weitere Steigerung auf 231 Minuten bis 2014 erwartet – Verdopplung ggü. 2011!
- Deutlich höhere Nutzungsdauer bei Online Only-Anbietern (Ø 180 Min. 2012)
- Bei den Simulcast-Angeboten/UKW-Submarken liegt die Nutzungsdauer mit 67 Minuten deutlich unter dem Schnitt (um 60%)

Webradio in Bayern laut Funkanalyse 2012: 51% hören mind. wöchentlich Internetradio

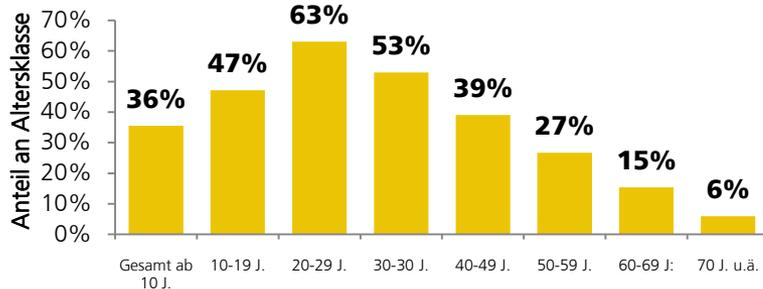
Webradionutzung in Bayern 2012

"Haben Sie schon einmal über das Internet Radioprogramme gehört?"



Quelle: Funkanalyse Bayern 2012, Basis: Internetnutzer, n=17.141

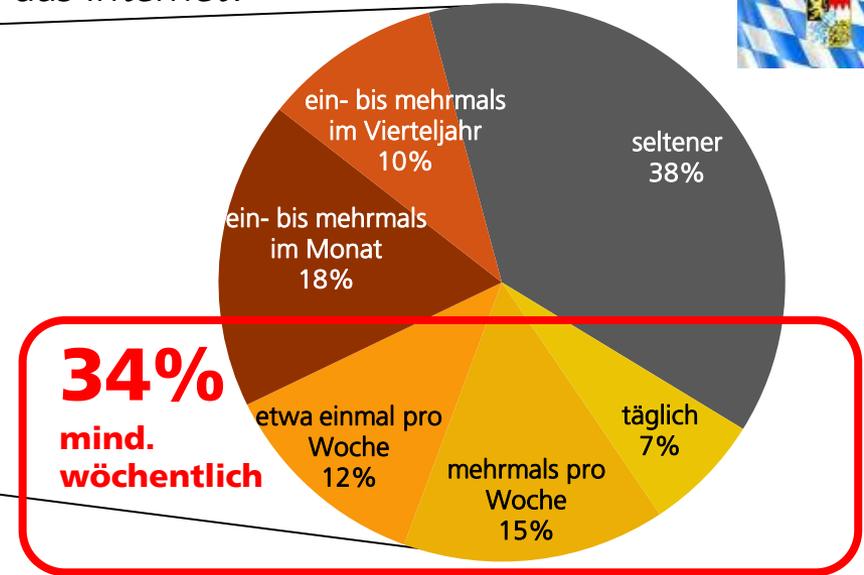
Nutzung Webradio nach Altersstufen:



Quelle: Funkanalyse Bayern 2012, Basis: Bevölkerung ab 10 J., n=21.739

Nutzungshäufigkeit Webradio in Bayern 2012

"Wie oft hören Sie Radioprogramme über das Internet?"



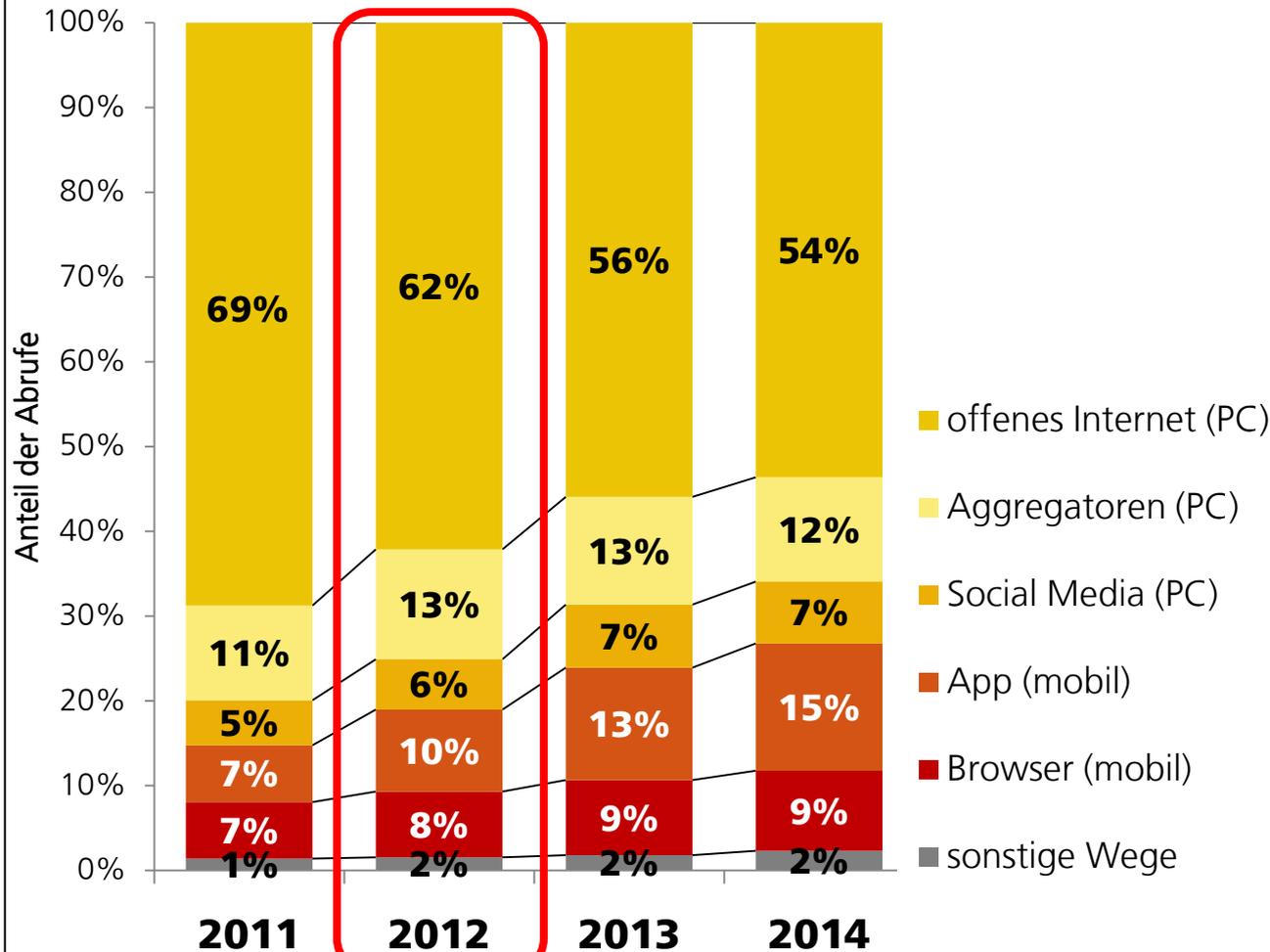
Quelle: Funkanalyse Bayern 2012, Basis: Befragte, die schon einmal Webradio gehört haben, n= 7.717

Key Facts

- Webradionutzung in Bayern steigt: ggü. 2011 hörten **4% mehr** befragte Onliner schon einmal Webradio
- Hohe Nutzungsintensität: **34%** der Hörer nutzen Webradio mind. **wöchentlich**, **52%** hören mindestens einmal **monatlich**
- **63%** aller befragten 20-29 Jährigen nutzen Webradio

Alternative Distributionswege gewinnen an Bedeutung: Vor allem der Mobile-Bereich wächst

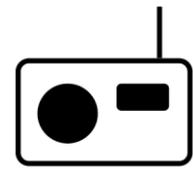
Verteilung der Abrufwege für Webradio 2011 bis 2014



Quelle: Goldmedia Webradiomonitor 2012

Key Facts

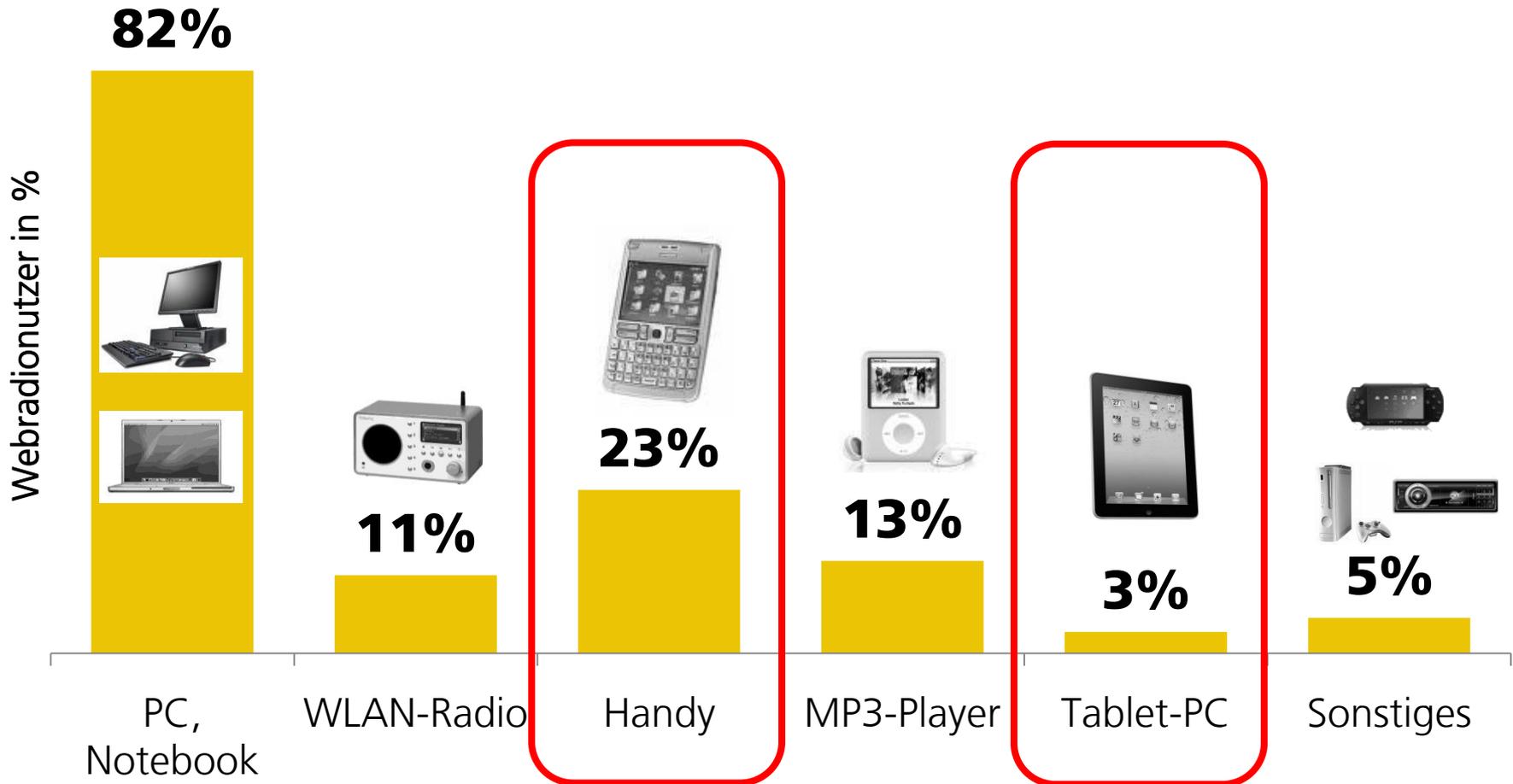
- Zugriffe über die eigene Homepage auch auf mittelfristige Sicht als wichtigster Abrufweg für die Webradioanbieter → mobiler Auftritt zunehmend wichtiger
- Derzeit erfolgen knapp 70% der Zugriffe über die eigene Website (62% via PC und 8% via mobiloptimierter Seiten)
- Strukturierende und selektierende Bedeutung der Aggregatoren bleibt konstant
- Wichtig für die Sender: sie müssen auf allen Kanälen präsent sein



- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musik-Streaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

PC und Notebook dominieren die Webradio-nutzung, aber mindestens 26% nutzen mobil...

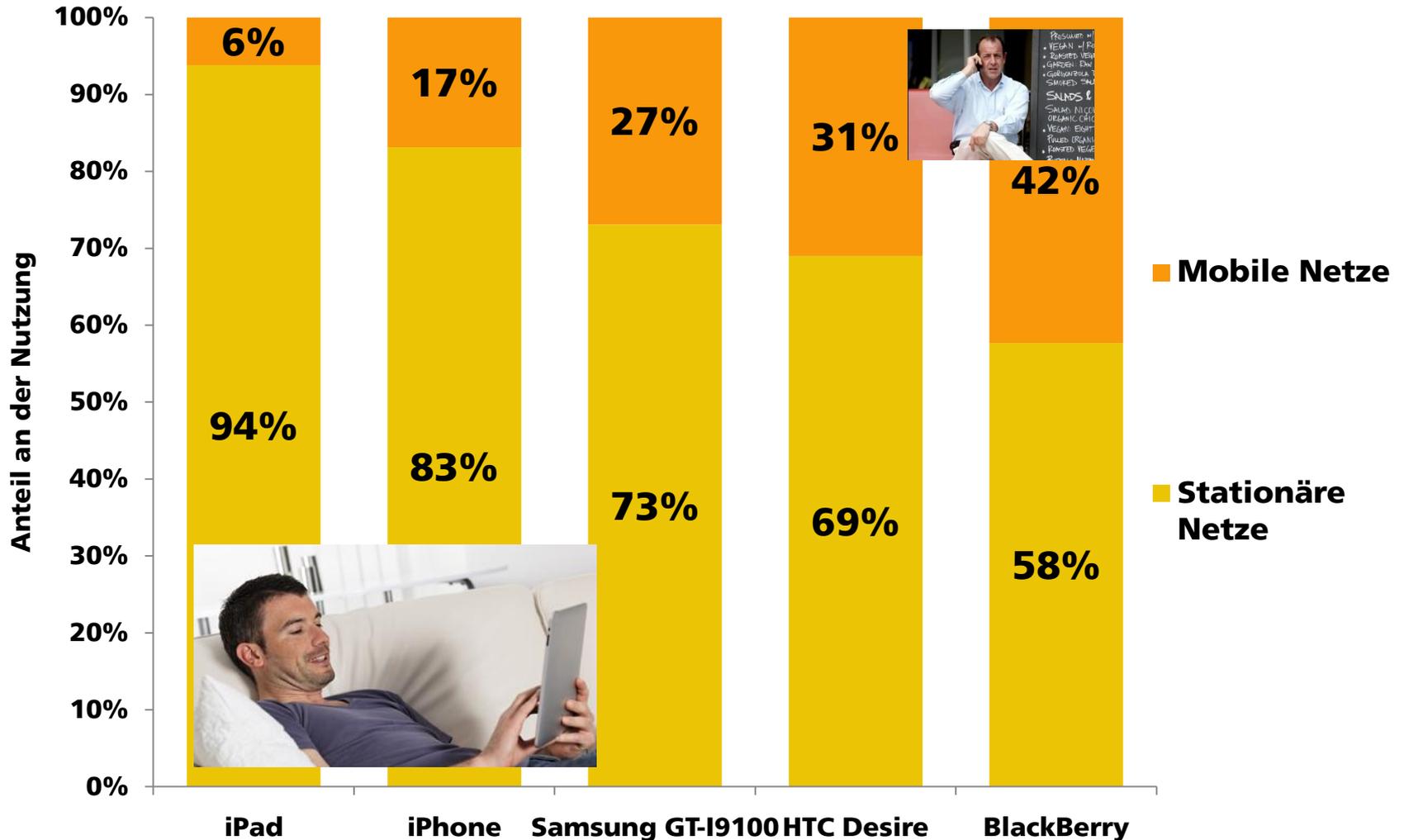
Nutzung von Webradio nach Endgerät innerhalb der letzten 14 Tage (Deutschland, 2011)



Quelle: R@diostudie 2011, eine Studie der RBC, MA HSH, SLM und der Radiozentrale, durchgeführt von FGM Forschungsgruppe Medien, Basis: Webradionutzer.

“Mobile” Endgeräte werden aber vor allem zu Hause für Online-Aktivitäten genutzt!

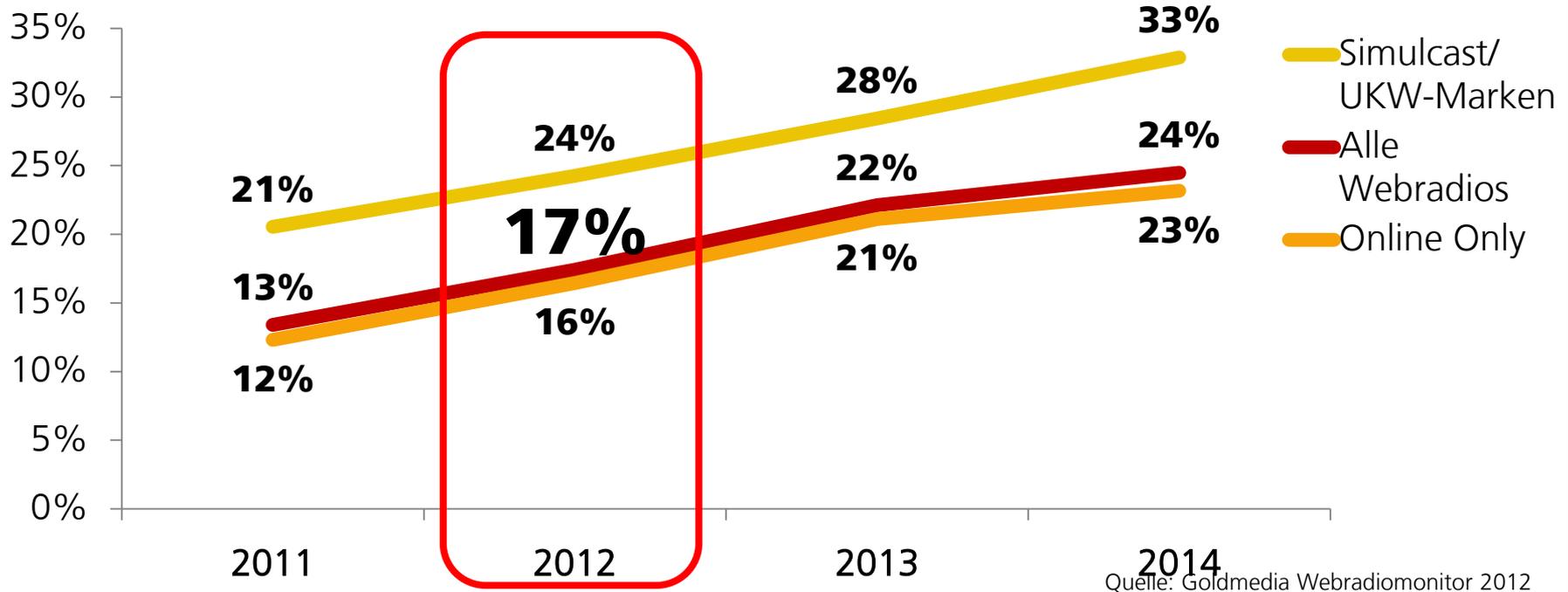
Nutzung mobiler Endgeräte in mobilen vs. stationären Netzwerken (Dtl., 2011)



Quellen: etracker GmbH, digitalnext.de, <http://cdn3.gossipcenter.com>

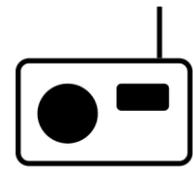
2012: Mobile Abrufe bei 17% – Anbieter erwarten Anstieg auf 24% der Gesamtnutzung bis 2014

Anteil mobile Nutzung (via App oder mobiloptimierter Seite) an Gesamtnutzung/Monat in % (2012)



Key Facts

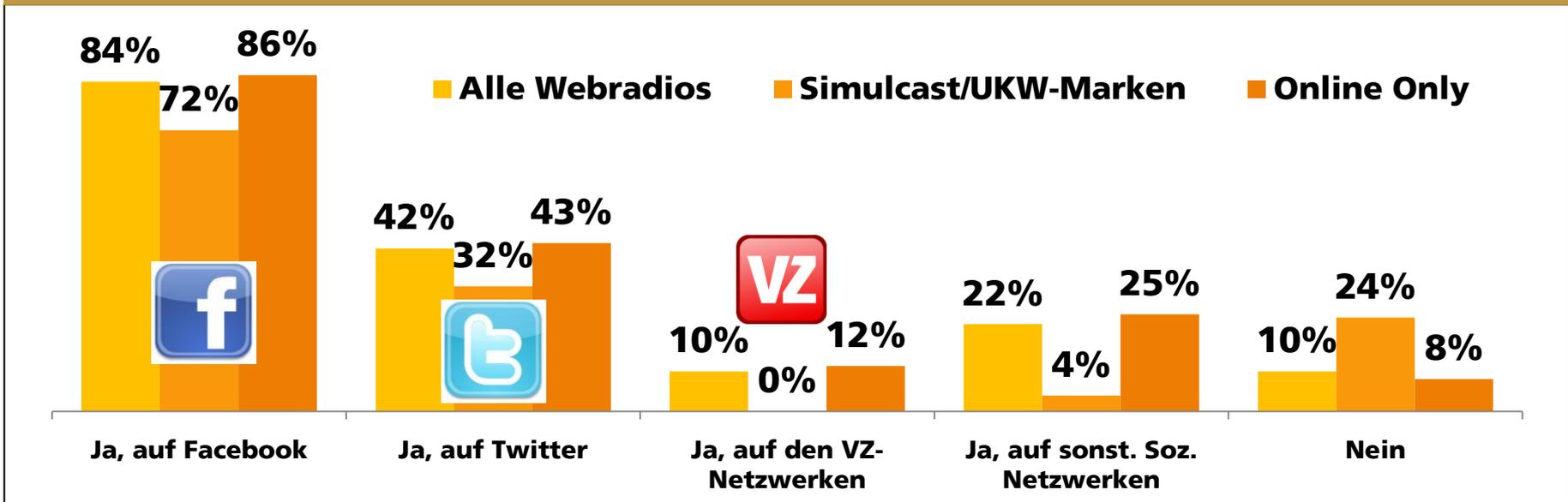
- Mobile Nutzung nach wie vor als Haupttreiber für Webradios, Hördauer jedoch z.T. deutlich geringer als bei stationärer Nutzung, Hörer füllen so ihre sog. Killing Time
- Deshalb: z.T. auch überrepräsentative Abrufzahlen bei mobiler Nutzung, da es mitunter zu häufigen Stream-Abbrüchen kommen kann, insbesondere bei Nutzung „in Bewegung“



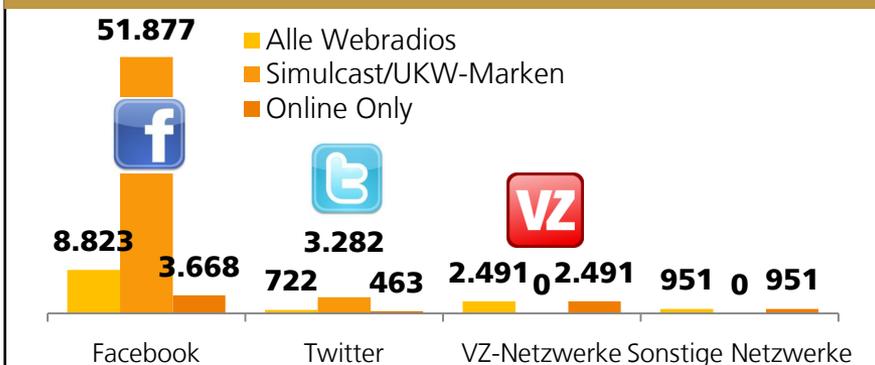
- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musik-Streaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

Facebook-Präsenz bei 84% der Webradios vorhanden – 42% sind bei Twitter aktiv.

Social Media-Auftritt der deutschen Webradioanbieter (04/2012)



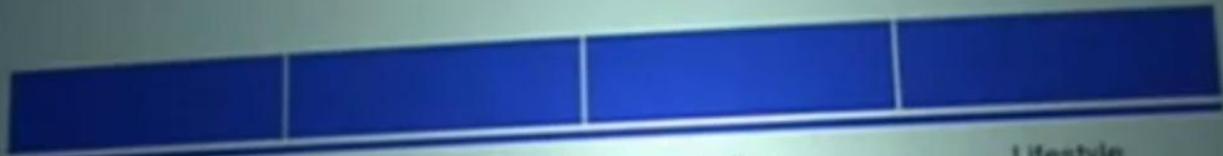
Fans/Follower der Webradios (04/2012)



Quelle: Goldmedia Webradiomonitor 2012

Zusammenfassung

- Social Media-Präsenz für die meisten Webradioanbieter selbstverständlich
- Anteil bei Online Onlys höher als bei Simulcast/UKW-Marken
- Facebook klar am relevantesten vor Twitter, andere Netzwerke weniger bedeutsam



Communication

Games

Media

Music
Movies
TV
News
Books

Lifestyle

Exercise
Food
Fashion
Travel
and more



***“Media
is a social
industry”***



#tubemuhtarov

Facebook-Ticker shows, which media and lifestyle services friends are currently using...

facebook Klaus Goldhammer Startseite

Suche

Klaus Goldhammer
Informationen bearbeiten Aktivitätenprotokoll

Founder bei GOLDMEDIA
Hat Publizistik hier studiert: Freie Universität Berlin
Wohnt in Berlin
In einer Beziehung mit Christina Eulgem

Freunde 1.292 Fotos 15 Karte 141 „Gefällt mir“-Angaben

Status Foto Ort Lebensereignis

Was machst du gerade?

Klaus Goldhammer hat einen Link empfohlen. Gestern

Neuer WLAN-Standard 802.11ac: Gigabit-WLAN kommt im Eiltempo - computerwoche.de

Freunde Alle anzeigen

- Matthias Martens 34 gemeinsame Freunde
- Boris Kralj 6 gemeinsame Freunde
- Michael Praetorius 62 gemeinsame Freunde
- Neli Metodieva Zlatanova 12 gemeinsame Freunde
- Stephan Hampe 63 gemeinsame Freunde
- Eberhard Kromer 18 gemeinsame Freunde

Jetzt

- März
- 2012
- 2011
- 2010
- 2009
- 2008
- 2007
- Geburt

Gesponsert

Ausgefallener Wandschmuck
Mit Fab wird deine Designerwohnung Wirklichkeit. Jetzt ausgefallene Bilder uvm entdecken!
Wiebke Martens gefällt Fab.de.

Handschriften & Atlanten
Illumierte Handschriften aus dem Mittelalter und der Renaissance, Alchemie, Beatus, Bibeln, Stundenbücher, Brevier, Medizin
6.961 Personen gefällt M. Moleiro Editor, S.A..

Hotel Esplanade Resort & Spa
Entspann Dich mall! Im Esplanade-Resort & Spa am Scharmützelsee - nur 45 min vor Berlin. Wellness pur- inmitten idyllischer Natur.
Gefällt mir: Rainer Eichhorn gefällt das.

Wolfram Tech gefällt Bodo Bachs Status.

Karin Mohr gefällt Elmar Hörigs Status.

Ursula Fritz hat Monika Sara Prächts Status kommentiert: „du auch, liebste sara!“

Ursula Fritz gefällt Monika Sara Prächts Status.

Frank Otto und **Simone Pillath** sind jetzt Freunde.

Andreas Wrede hat sein eigenes Foto kommentiert: „Möge die gute Seite der Macht...“

Andrea Winkler und **Uwe Glombeck** sind jetzt Freunde.

Markus Hesselmann gefällt

Michael Praetorius hört sich Waiting For The 7.18 von Bloc Party auf Spotify an.

Hochheim sind jetzt Freunde.

Markus Hesselmann hat seinen eigenen Link kommentiert: „Mir wäre Swansea City auch lie...“

Jens Appelt und **Bernhard Jodeleit** sind jetzt Freunde.

The Next Web POLL: Please vote here... <http://tnw.to/1DyeP>
POLL: Will you stop using...

Martin Lindner und **Christian**

Wlada Yael Lev

Suche

© GOLDMEDIA 55

Find jobs with our app



guardianjobs



the guardian
on facebook

Invite your friends

Latest news

Call for inquiry into use of unpaid jobseekers as jubilee stewards

Security firm issues 'sincere apologies' for treatment of stewards but insists it did not exploit workers

London 2012 security operation investigating 500,000 people

Home Office refuses 100 applications for accreditation in biggest vetting process since second world war

US drone targeted al-Qaida deputy

Abu Yahya al-Libi, seen as al-Qaida's second in command, was the target of the CIA drone strike, according to US sources

Syria bans US and European diplomats

Damascus says foreign envoys are no longer welcome but signs a deal to allow humanitarian aid into the country

Transit of Venus: stargazers prepare for rare planetary spectacle

Planet's passing across the sun offers once-in-a-lifetime event for viewers around the world, not due to recur until 2117

Popular right now

Queen's diamond jubilee



Unemployed bussed in to steward river pageant

Read by 32,448 people

4 people like this.

Art



Is it a bird? Is it a plane? No ... it's a dead cat with propellers stuck on it! – in pictures

Read by 10,691 people

16 people like this.

Euro 2012 animated histories



Euro 2012: Italy – an animated history – video

Watched by 2,112 people

56 people like this.

English



Queen's English Society says ...

Eurozone crisis



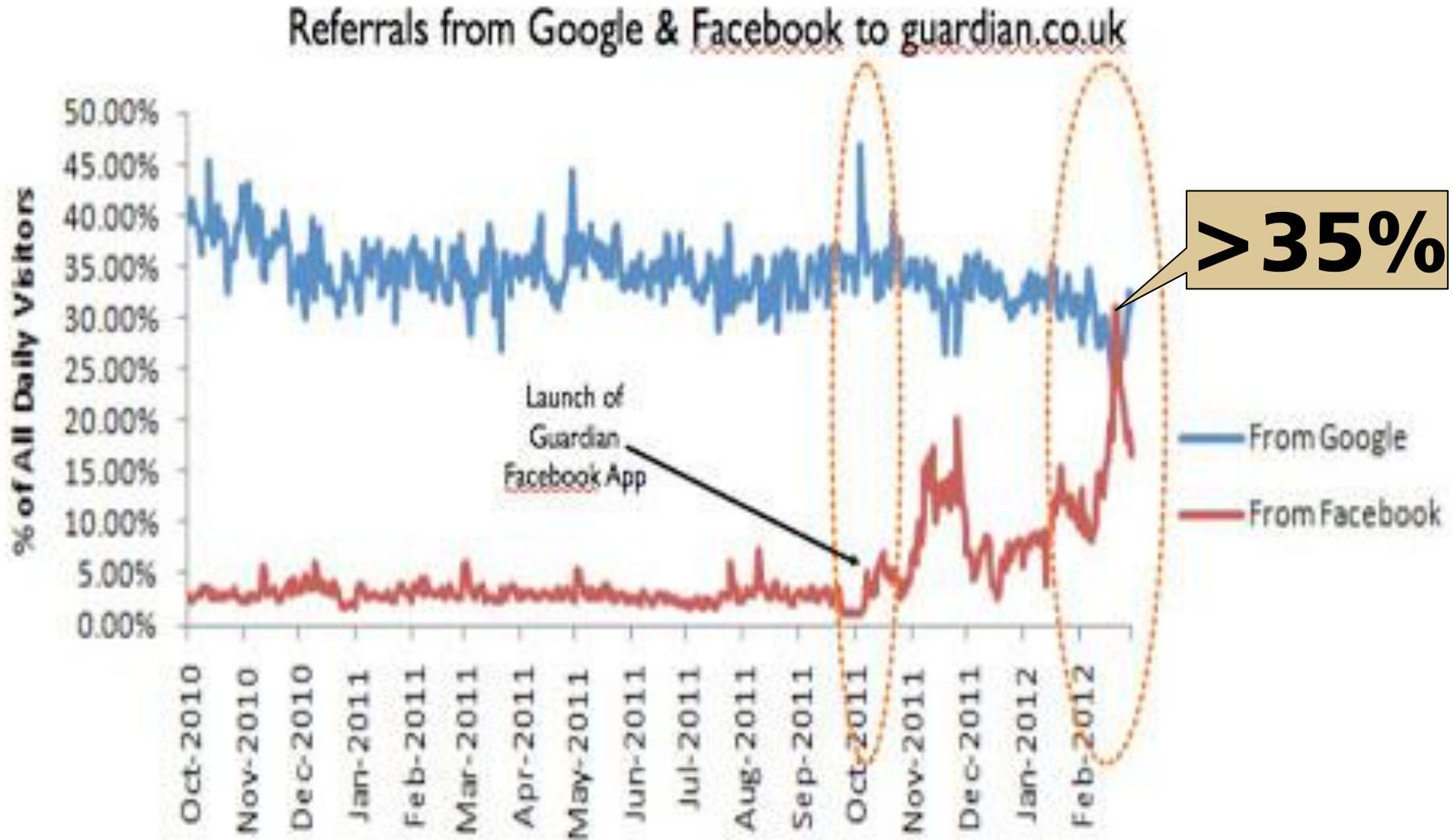
Austerity has never worked |

Party funding



Lycamobile is Tories' top

Im Feb. 2012 brachte Facebook erstmals mehr Referrals für guardian.co.uk



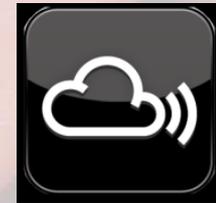
Source: <http://www.guardian.co.uk/technology/2012/mar/26/news-providers-facebook?cat=technology&type=article> März 2012

Roll-Out Partner Facebook media integration (9/2011) – “Media is a social industry”

Video



Audio



Facebook etabliert sich dank „Listen with“-Button auch als Musik-Community

facebook

Josh Wiseman is listening to:



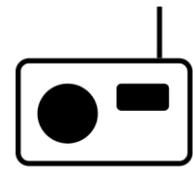
We Used to Wait
Arcade Fire
Spotify

Listen with Josh



Facebook „Listen with“

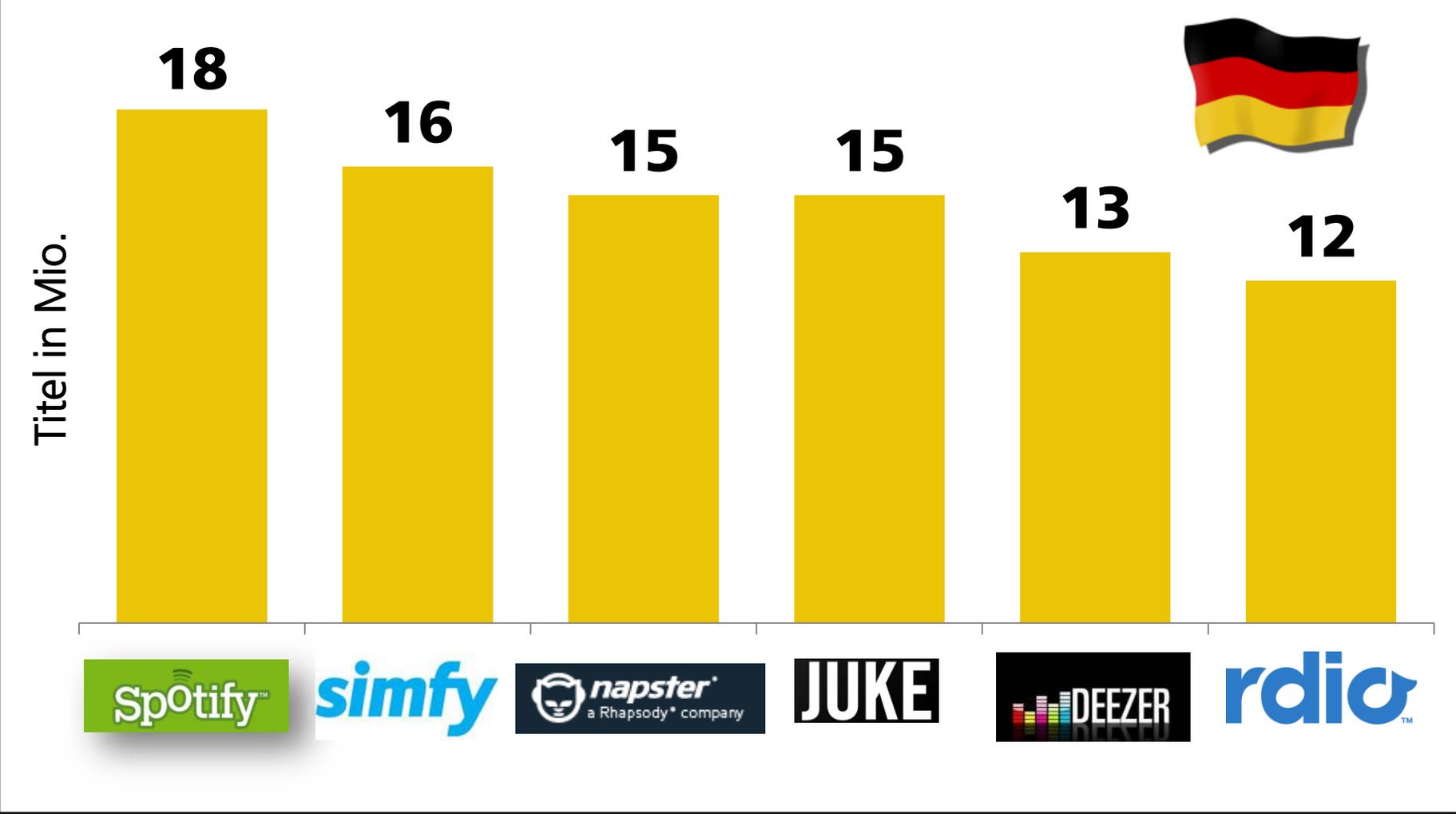
- Ein neues Symbol "Mithören" zeigt künftig an, welcher Kontakt gerade welche Musik hört - die Anbindung der Partner wie Spotify und Rdio an Facebook vorausgesetzt.
- Kontakte können so gemeinsam Songs anhören.



- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musik-Streaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

Große Titelauswahl bei den führenden Streaming-Angeboten

Streaming-Dienste nach Umfang des Titelkatalogs (Dtl., 03/2012)



Quelle: Unternehmensangaben, Statista

Spotify Freemium-Konzept geht auf: Von insgesamt 10 Mio. Nutzern zahlen rd. 30%!



Spotify-Angebotspakete (Stand: 05/2012)



Premium

9,99 €
pro Monat

Lokale Dateien Mit Freunden Millionen Musiktitel

- Spotify auf deinem Handy
- Offline-Modus für Playlists
- Keine Werbung
- Uneingeschränktes Streamen von Musik

Hol dir **Spotify Premium** »

[Mehr Info](#) »



Unlimited

4,99 €
pro Monat

Lokale Dateien Mit Freunden Millionen Musiktitel

- Keine Werbung
- Uneingeschränktes Streamen von Musik

Hol dir **Spotify Unlimited** »

[Mehr Info](#) »



Spotify

Gratis

- keine Einladung notwendig

Lokale Dateien Mit Freunden Millionen Musiktitel

- Millionen Titel sofort verfügbar

Hol dir **Spotify Free** »

[Mehr Info](#) »

Quelle: spotify.com

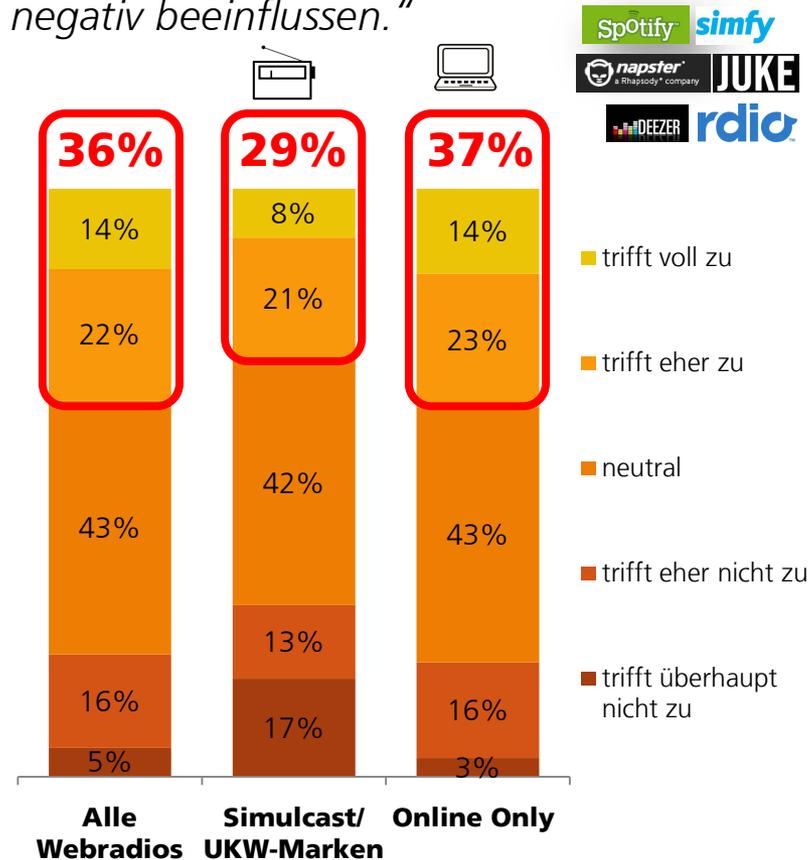
Virtuelle Plattensammlung von BBC-DJ John Peel mit Spotify-Integration



36% befürchten Wettbewerb durch Spotify & Co., Mehrheit glaubt nicht an eine Kannibalisierung durch Musikstreaming

Einschätzungen zu Musik-Streaming-Diensten 2012

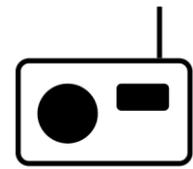
„Neue Musikdienste wie bspw. Spotify oder Rdio werden die Webradionutzerzahlen negativ beeinflussen.“



Quelle: Goldmedia Webradiomonitor 2012

Einschätzungen zu Musik-Streaming-Diensten 2012

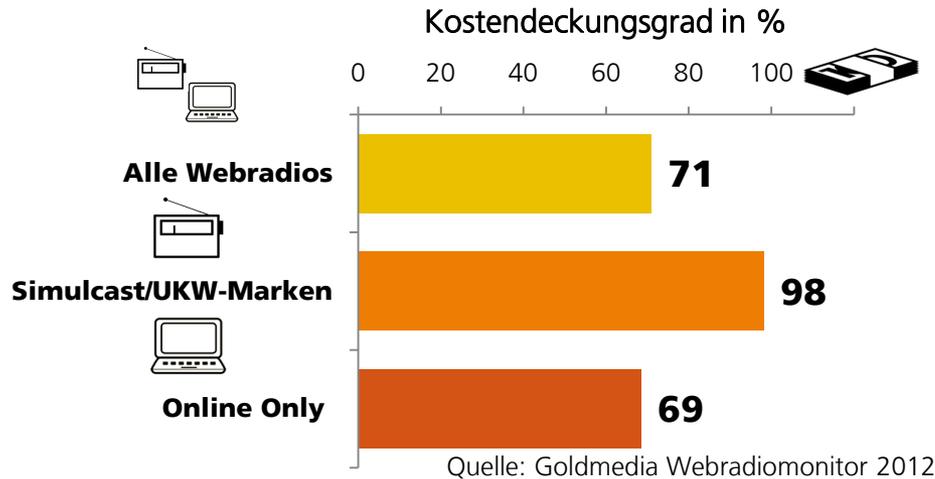
- On-Demand-Streaming-Dienstleister wie Spotify, rdio, etc. werden eher als Konkurrenz zu iTunes und Co. als zu Webradio gesehen
- Nach Einschätzung der Experten sowie der Mehrheit der antwortenden Webradioanbieter werden Streaming-Dienste das Webradio aber kurz- bis mittelfristig nicht kannibalisieren
- Redaktionelle Leistungen der Webradiomacher sowie der grundsätzlich "faule" Nutzer, der seine Playlist nicht allein zusammenstellen will, sprechen gegen eine Verdrängung
- Einige Radios nutzen Spotify als Zusatzdienst und bieten Apps auf Spotify - z.B. Radio Hamburg, Energy



- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musik-Streaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

Webradio insgesamt defizitär: nur 71% Kostendeckung. UKW-Marken dagegen knapp unter Profitabilitätsgrenze

Durchschnittlicher Kostendeckungsgrad der Webradioanbieter 2011 in %



Schlussfolgerung

- Verhältnis von Gesamtumsatz und Gesamtkosten der Webradioanbieter insgesamt negativ
- Kostendeckungsgrad bei Online Onlys mit 69% deutlich unter dem von Simulcast-Anbietern/UKW-Submarken (98%)

Telekom.de 3G 12:44 83%

Sortieren

Status Foto Orte

radioWOCHE
BLN.FM ist auf der Suche nach idealistischen, musik- und kulturbegeisterten Menschen, die ehrenamtlich Sendungen produzieren wollen.

BLN.FM | Mitmachen
bln.fm
BLN.FM lebt von seinem Team aus etwa 70 idealistischen, musik- und kulturbegeisterten Menschen, die...

vor 4 Minuten · ⚙

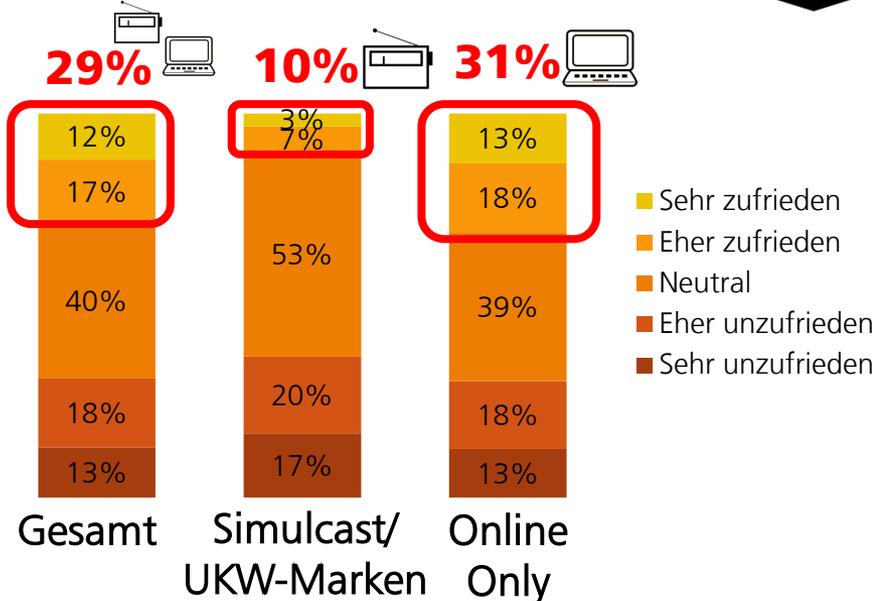
Gefällt mir · Kommentieren

Bild: Goldmedia

29% der Veranstalter sind mit der Rentabilität ihres Angebots zufrieden – nur 10% der UKW-Submarken

Webradio Rentabilität 2011

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



Vgl.: Zufrieden* mit Rentabilität 2009-2012



*"Sehr zufrieden" und „eher zufrieden“ mit Rentabilität

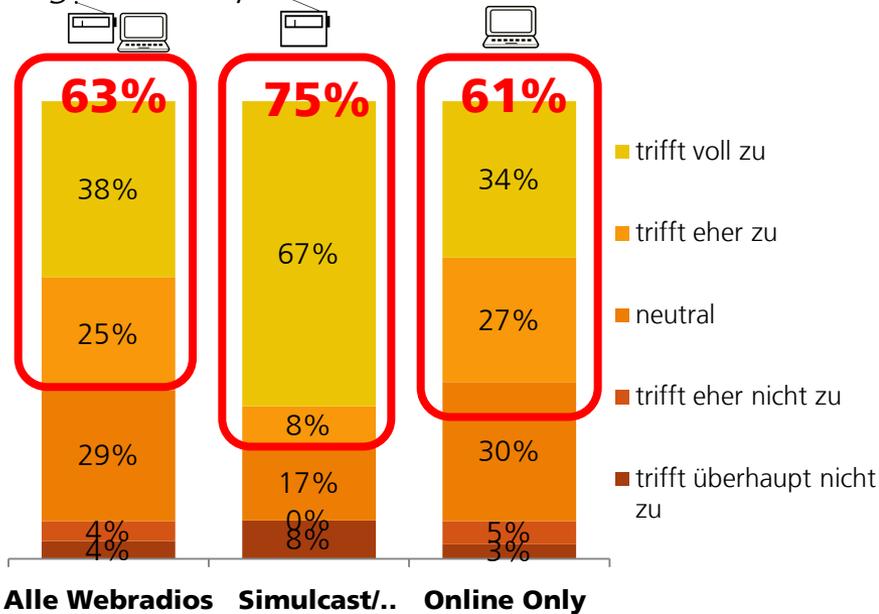
Schlussfolgerungen

- Insgesamt 29 Prozent der Webradios mit Rentabilität ihres Angebots zufrieden.
- Damit insgesamt leichter Anstieg der Zufriedenheit, jedoch großer Unterschied bei den Anbietertypen
- Im Vergleich zu 2011 stieg die Zufriedenheit bei den Online Onlys um 4 Prozentpunkte, sank jedoch bei den Anbietern von Simulcast/UKW-Submarken deutlich um 6 Prozentpunkte
- Chance: Markt erkennt zunehmend Vermarktungspotential der eigenen Channels und versucht hier zukünftig aufzubauen

Unverändertes Meinungsklima: Vermarktung leidet unter fehlender einheitlicher Reichweitenmessung

Einschätzung Webradio-Messung

„Webradio braucht einheitliche Reichweitenmessung, um sich professionell vermarkten zu können.“



Vergleich 2010-2012 (trifft eher/voll zu)



Quelle: Goldmedia Webradiomonitor 2010 – 2012

Definitionen

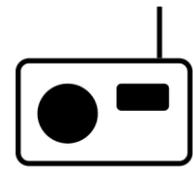
Unique Listener: Person, die durch Start eines Audio-Streams einen Kontakt ausgelöst hat u. einem Unique Client eindeutig zugeordnet werden kann.

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 hatten.

Schlussfolgerung

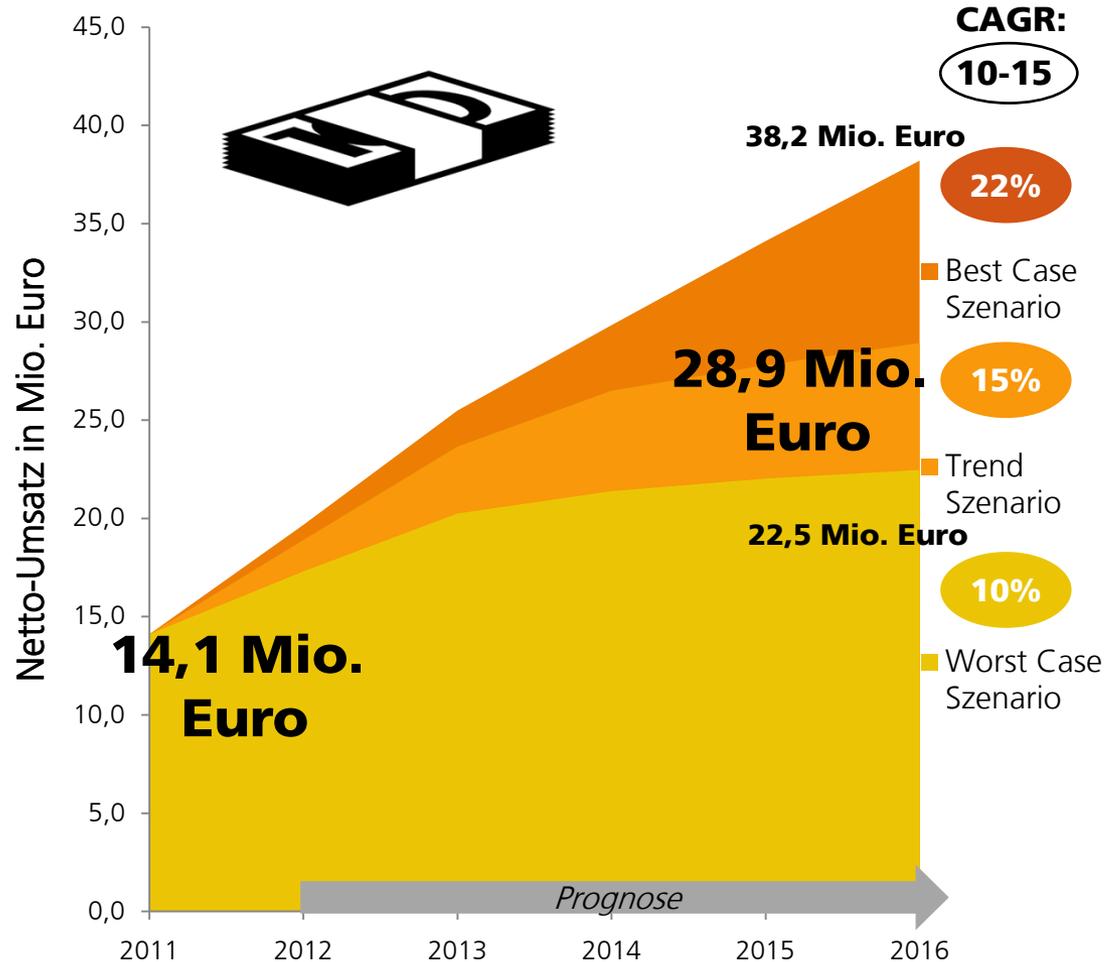
- Fehlender einheitlicher Leistungsnachweis für Webradios behindert Vermarktung
- 6 von 10 Veranstaltern halten einheitliche Reichweitenmessung für unabdingbar
- Werbungtreibende müssen noch von den Vorteilen im Web überzeugt werden



- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musik-Streaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

Onlinewerbeinnahmen 2012: 14,1 Mio. Euro (Display, Spot, Sponsoring, ...)

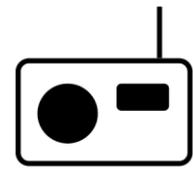
Werbeeinnahmen (netto) für alle deutschen Webradioangebote in Deutschland bis 2015



Quelle: Goldmedia Prognose Webradiomonitor 2012, CAGR = Compound Annual Growth Rate

Annahmen/Hintergründe

- Basis: Webradiomonitor 2011/2012, Prognose Breitbandentwicklung lt. BNetzA, Trendextrapolation/ Analogieverfahren u. Expertengespr.
- Wachstum ggü. Vj. bei 37%
- Mobile wird nach allg. Einschätzung den Markt weiter am stärksten treiben
- Zusätzlich Impulse mittelfristig durch Webradiodienste im Automobilbereich
- Smart TVs könnten zusätzlich als weiterer Distributionskanal eine Rolle spielen
- Professionalisierung in der Vermarktung, Kooperationen (z.B. Webradioverband) und Synergien



- 1. Einführung**
- 2. Struktur der Webradio-Angebote**
- 3. Nutzung und Webradio-Reichweiten**
- 4. Mobile Webradio-Nutzung**
- 5. Social Media**
- 6. On-Demand-Musik-Streaming-Dienste**
- 7. Werbung und Vermarktung**
- 8. Prognosen zu Webradio in Deutschland**
- 9. Fazit**

3.021

Webradios

in Deutschland

(Stand 4/2012)





38%

**der Webradios
bieten App oder
mobiloptimierte
Website**

17%
Nutzung
über mobile
Endgeräte



Prognose: 24% in 2014

14,1 Mio. Euro

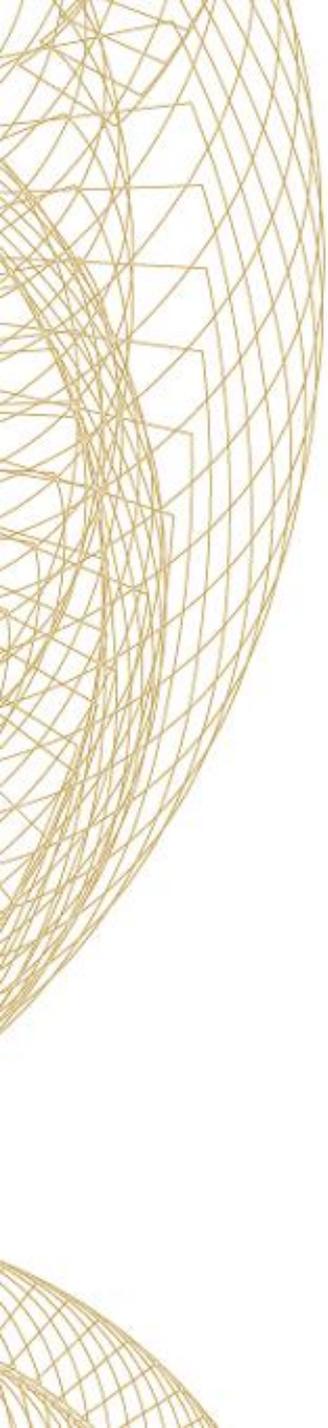
Netto-Werbeumsätze
für Webradios in
Deutschland (2011)



28,9 Mio. Euro

Netto-Werbeumsätze
der Webradios in
Deutschland (2016)
Prognose Goldmedia





Vielen Dank!
Ihre Karte = Diese Präsentation

Goldmedia GmbH Strategy Consulting

Prof. Dr. Klaus Goldhammer
Mathias Birkel | Christine Link

Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin-Mitte | Germany
Tel. +49 30-246 266-0 | Fax -66 | Info[at]Goldmedia.de
www.Goldmedia.com | www.Webradiomonitor.de