

Ergänzung zum ma 2019 Audio II

Methodensteckbrief: Programmbericht

Die ma Audio gibt in erster Linie Auskunft über die Reichweite bzw. die Hörerschaft von klassischen Radio-, Online-Audio- und daraus zusammengesetzten Konvergenz-Angeboten. Die dafür berechneten Leistungswerte/Nutzungswahrscheinlichkeiten werden für Werbeträger in einem eigenständigen Datensatz und einem dazugehörigen Berichtsteil ausgewiesen. Einen Überblick zum methodischen Vorgehen bei der Erstellung und eine Übersicht der Veränderungen zur ma 2019 Audio II wird im „ma 2019 Audio II - Methodensteckbrief zur Berichterstattung“ beschrieben. Die hier vorliegende Ergänzungsübersicht „ma 2019 Audio II – Methodensteckbrief: Programmbericht“, zeigt darüber hinausgehenden methodische Aspekte und Veränderungen zur ma 2019 Audio II auf Ebene der Originärangaben auf. Die daraus resultierende Berichterstattung steht ausschließlich den agma-Mitgliedern der Gattung Radio/Audio und den agma-Teilmitgliedern der ma IP Audio im „ma Audio Programmbericht“ zur Verfügung¹.

Kurzbeschreibung des methodischen Vorgehens

Der früher für die klassischen Sender hergestellte „MMC Programmbericht“ basierte auf den aus der Befragung der ma Radio stammenden Originärangaben, z.B. zum WHK („Sender innerhalb der letzten 14 Tage gehört“), zur Tagesreichweite (einen Sender mind. eine Viertelstunde im Tagesablauf der Befragung als gehört angegeben) usw.. Da dies für die IP Audio-Angebote in dieser Form nicht vorliegt, wurden mit dem Übergang zur ma Audio für die Channel Nutzungswahrscheinlichkeiten hergestellt, die vergleichbare Größenordnungen zum WHK und zur Tagesreichweite der klassischen Sender darstellten.

Zur ma 2019 Audio II werden erstmals aus den gemessenen Nutzungsangaben (Sessions) der Channel aus der ma IP Audio Tagesabläufe (auf Basis der Stundennutzung), im Sinne von durchschnittlichen Tagesverläufen aus den Nutzungsvorgängen einer anonymisierten aber eindeutigen Nutzeradresse in den Berichtsmonaten, modelliert. Um dabei bestmögliche Ergebnisse zu erzielen, wurde das Verfahren (Sampling) zur Gewinnung der Donoren für die Fusion optimiert. Dieser Vorgang passiert kongruent zur Bildung der stundenbasierten Tages-p-Werte der OA-Angebote. Für die so gesetzten Stunden in den Tagesabläufen, werden die Viertelstundenanteile aus dem Verhältnis WTK zu WMK berechnet und anschließend abhängig davon gesetzt. Hauptaugenmerk muss dabei sein, dass die Berechnungen für Verweil- und Hördauer zu korrekten Ergebnissen führen. Insofern repräsentieren sie die Nutzungsdauer und nicht den Nutzungsver-

¹ Der Programmbericht steht allen agma-Mitgliedern der Gattung Radio und allen agma-Teilmitgliedern der ma IP Audio, die mind. ein Angebot für die ma Audio gemeldet haben, das gemäß geltender Konventionen auch ausgewiesen wird, zur Verfügung.

lauf innerhalb der Stunde. Dieser wird bedingt durch das Vorgehen nicht realistisch abgebildet. Auswertungen für Online-Audio Angebote im Tagesverlauf können daher nur stundenweise erfolgen. Neben der Übertragung von Tagesverläufen wurde über die Angaben aus dem Online Tagebuch und den Nutzungsvorgängen im Zeitverlauf aus der ma IP Audio (analog zu den Tagesabläufen) der WHK für die Channel generiert. Da der Berichtszeitraum der ma IP Audio auf 3 Monate begrenzt ist und im Online-Tagebuch für die Channel ausschließlich das „Hören in den letzten 4 Wochen“ (=WHK) erhoben wird, kann für diese Angebote die Angabe „Bekannt“ bzw. „Schon mal gehört“ nicht modelliert werden.

Die Angaben aus diesem Prozess wurden, unter Beachtung der p-Wertfusionen zum Werbebericht, in den Originärdatensatz ma Radio fusioniert, der so um die rd. 1.000 Webchannel angereichert wurde. Bei diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass bei Simulcast-Sendern, die bereits in der ma Radio abgebildet sind, deren Online-Streaming ausschließlich auf den in der ma Radio abgebildeten WHK übertragen wird, d.h. bei diesen „originären“ WHK-Übertragungen entstehen keine neuen WHK-Fälle. Jedoch kann es vorkommen, dass bei den Donoren (=modellierte Tagesverläufe) mehr Viertelstunden gesetzt werden müssen als in den Tagesabläufen der Rezipienten (=ma Radio) vorhanden sind. Dadurch können über diesen Prozess neue Viertelstunden aufgenommen werden, die im Nachgang bei der klassischen p-Wertberechnung Berücksichtigung finden. Die Abbildung der Online-Audio Nutzung findet im Datensatz für alle webverbreiteten Sender, Kombinationen und allgemeine Summen statt. Insbesondere bei Konvergenzkombinationen ist in späteren Auswertungen zu beachten, dass hier Nutzungszeiten nicht doppelt gerechnet werden.

Aufgrund geringer Hörerzahlen bei den meisten der rd. 1.000 Online-Audio Angeboten, finden alle Fusionschritte für Online-Audio immer auf der vollen Fallzahlbasis und nicht wellenweise statt. Daher können diese Ergebnisse auch nicht wellenweise betrachtet werden.

Zusätzlich zu diesen Fusionsprozessen wurde der Empfangsweg DAB+ im Originärdatensatz verankert. Dazu wurde in der DAB+ Reichweitenstudie erfasst, ob Hörvorgänge in den letzten 4 Wochen und im Tagesablauf über DAB+ je Sender erfolgt sind. Die so ermittelten DAB+ Nutzungsvorgänge aus den beiden agma DAB+ Reichweitenstudien (2018 und Frühjahrswelle 19) wurden wellenweise durch Fusion in die ma Audio übertragen. Dabei ergänzten die Ergebnisse der agma DAB+ Reichweitenstudie 2018 die ma Radio HW 18 und die Ergebnisse der agma DAB+ Reichweitenstudie FW 19 die ma Radio FW 19. Durch dieses Vorgehen sind wellenweise Auswertungen möglich, wobei insbesondere hier immer die Fallzahlen zu beachten sind.

Wie bei Online-Audio ist die Ausweisung einer feineren Unterteilung unterhalb der 4 Wochen („innerhalb der letzten 14 Tage gehört“) wie bei den klassischen Sendern auf Basis ma Radio nicht möglich.

Generell sind alle DAB+ Sender in der ma Radio vertreten, wenn (zum Teil) auch mit kleinerem gestützten Abfragegebiet oder ohne gestützte Abfrage. Da prinzipiell gilt, dass die gestützte Sendererhebung genauere Ergebnisse liefert, wird bei der Fusion folgendermaßen vorgegangen:

- In den Splitgebieten, in denen in beiden Studien ein DAB+ Sender gestützt erhoben wird, wird im Fusionsverfahren ermittelt, wer der Rezipient der DAB+ Nutzung sein müsste und dessen bestehende Viertelstundennutzungen werden in der benötigten Größenordnung als DAB+ Nutzung gekennzeichnet. Dabei werden aber keine neuen Viertelstundennutzungen generiert.
- In den Splitgebieten, in denen ein Sender ausschließlich in der DAB+ Reichweitenstudie gestützt erhoben wird, werden (über eventuell vorhandene freie Nennungen in der ma Radio hinausgehende) zusätzliche Nutzungsinformationen in die ma Radio fusioniert. Dadurch kann es in geringem Umfang zu neuen WHK- und Viertelstundenangaben für die entsprechenden Sender kommen.
- Liegt in beiden Studien keine gestützte Erhebung vor, bleiben ausschließlich eventuell vorhanden freie Nennungen aus der ma Radio bestehen. Es findet keine Fusion freier Nennungen aus der DAB+ Studie statt.

Diese fusionierten Nutzungsdaten wurden bei der klassischen p-Wertberechnung berücksichtigt.

Kenndaten des Programmberichts

Neben der Gesamtreichweite sind – soweit vorhanden - die beiden Empfangswegeinformationen zu Online-Audio und DAB+ jeweils separat für alle erhobene/gemessenen Sender/Channel im Datensatz hinterlegt und können entsprechend ausgewertet werden. Der ma Audio Programmbericht-Datensatz enthält also alle werbetragenden und nicht-werbetragenden Angebote. Um im „ma Audio Programmbericht“ aufgeführt bzw. ausgewiesen zu werden, müssen die Angebote jedoch die laut Konvention geltenden Mindestfallzahlen (analog zum ma Audio Werbebericht) erzielt haben. Auch in weiteren Veröffentlichungen müssen diese Ausweisungs-Konventionen beachtet werden.

Im ma Audio Programmbericht werden folgende Kenndaten ausgewiesen:

- **Tagesreichweite** (alle Angebote)
- **Hördauer in Minuten** (alle Angebote)
- **Verweildauer in Minuten** (alle Angebote)
- **Marktanteil** (alle Angebote)
- **Schon mal gehört**¹ (nur klassische Programme inkl. DAB+)

¹ „Schon mal gehört“ kann für Online-Audio Angebote und Streamingdienste weiterhin „nur“ allgemein und nicht channelbezogen dargestellt werden.

- **Weitester Hörerkreis** (alle Angebote)
- **Hörer in den letzten 14 Tagen** (nur klassische Programme inkl. DAB+)
- **Audionutzung via Internet** (Basis: allgemeine Befragung)
- **Online-Audio Nutzung** (Basis: fusionierte Channelergebnisse)
- **Kontakte pro 2 Wochen (Kp2W)¹** (nur Online-Audio Angebote)
- **DAB+ Nutzung** (Basis: fusionierte DAB+ Ergebnisse)

Anzahl ausgewiesener Angebote ma 2019 Audio II Programmbericht

Typ	Angebot	Anzahl
Einzelsender	Klassische Angebote	131
Channel	Online-Audio-Angebote	54
Kombination ²	Klassische Angebote	126
Kombination ¹	Online-Audio-Angebote	104
Kombination ¹	Konvergente Angebote	87
Gesamt		502

Für die im ma Audio Programmbericht ausgewiesenen Werte für WHK, Tagesreichweite, Viertelstunden-, Stunden und Durchschnittsstundennutzung sowie Verweil- und Hördauer gilt, dass bei klassischen Sendern die Online-Audio-Reichweite ihres Simulcast-Livestreams, ob bereits über die ma Radio Befragung (Empfangswege unabhängig) enthalten oder durch Fusion hinzugekommen, beinhaltet ist. Diese Problematik trifft bei DAB+ nicht zu, da es hierfür keine eigenständigen Angebote gibt und somit auch keine Kombinationsdefinitionen, die diesen ja ebenfalls separat zählbaren Empfangsweg als Belegungseinheit beinhalten.

Insbesondere bei der eigenständigen Bildung von Konvergenzkombinationen ist hier mit großer Sorgfalt vorzugehen.

¹ Ausweis Kp2W ausschließlich für Online-Audio-Angebote.

² inkl. Zusammenfassungen und Vermarkter-Kombinationen

Definition von Konvergenz-Reichweite

Reichweitenbegriff	Klassische Angebote	Online-Audio-Angebote	Konvergente Angebote
<p>Die ma Audio weist Reichweiten für drei verschiedene Angebotstypen aus: Klassische Angebote, Online-Audio-Angebote und konvergente Angebote.</p> <p>Der Begriff „Reichweite“ definiert sich dabei in der ma Audio jeweils wie folgt:</p>	<p>Die Reichweitenergebnisse der klassischen Radiosender umfassen die vollständige Hörerschaft eines Senders, unabhängig vom gewählten Verbreitungsweg (terrestrisch, DAB+, Kabel, Satellit und online).</p> <p>In Bezug auf die ausgestrahlte Werbung wird dabei ausschließlich das ins Sendeschema integrierte Werbeformat berücksichtigt, dessen Belegung stundenweise erfolgt. Die Reichweite wird aus den Befragungsergebnissen der ma Radio berechnet.</p>	<p>Die Online-Audio-Reichweite bezieht sich auf die tatsächlich gemessene Online-Audio-Nutzung eines Channels. Grundlage dafür sind die in der ma IP Audio veröffentlichten Sessions, die über ein Modellungsverfahren mit Personendaten angereichert werden.</p> <p>Für Livestream-Angebote von klassischen Sendern beziehen sich die ausgewiesenen Leistungswerte auf ausschließlich online ausgestrahlte Werbeformaten, die „PreRoll“ oder „InStream“ erfolgen und nicht die „klassische“ Werbung umfassen.</p>	<p>Konvergenzkombinationen bestehen aus jeweils genau einem in der ma Audio veröffentlichten klassischen und genau einem in der ma Audio veröffentlichten Online-Audio-Angebot.</p> <p>Der Begriff der Konvergenz-Reichweite spiegelt insofern die einfache kombinierte Belegung der dazugehörigen Angebote wider.</p>

Ausweisungseinheiten ma Audio Programmbericht

Ausweisungseinheiten Programmbericht	Gesamt-Tagesreichweite	Online-Audio-Tagesreichweite	DAB+ Tagesreichweite
<p>Tagesreichweite (Mo-So, Mo-Fr, Sa, So)</p> <p>Berechnung der Ergebnisse pro WTGr.* erfolgt über die Befragungstage</p>	<p>Anzahl Personen (hochgerechnet und in Prozent), die einen Sender, Channel oder Streamingdienst mindestens eine Viertelstunde gehört haben.</p>	<p>Anzahl Personen (hochgerechnet und in Prozent), die für einen in der ma IP Audio gemessenen Webchannel/Livestream oder Streamingdienst mindestens einen viertelstündigen Online-Audio Hörvorgang zugesprochen bekommen haben.</p>	<p>Anzahl Personen (hochgerechnet und in Prozent), die für einen Sender mindestens einen viertelstündigen DAB+ Hörvorgang zugesprochen bekommen haben.</p>

Ausweisungseinheiten Programmbericht	Gesamt-WHK	Online-Audio-WHK	DAB+ WHK
Weitester Hörerkreis (WHK) (Hörerschaft eines durchschnittlichen 4-Wochenzeitraums)	Anzahl Personen (hochgerechnet und in Prozent), die angegeben haben, einen Sender „innerhalb der letzten 4 Wochen“ gehört zu haben.	Anzahl Personen (hochgerechnet und in Prozent), die einen Sender „innerhalb der letzten 4 Wochen“ Online gehört haben.	Anzahl Personen (hochgerechnet und in Prozent), die einen Sender „innerhalb der letzten 4 Wochen“ über DAB+ gehört haben.
Hörer in den letzten 14 Tagen	Anzahl Personen (hochgerechnet und in Prozent), die angegeben haben, einen Sender „innerhalb der letzten 14 Tage“ gehört zu haben.	-	-
Kontakte pro 2 Wochen	-	Anzahl erreichter Kontakte (brutto) in einem durchschnittlichen 14-Tageszeitraums auf Basis der Ergebnisse der „Kontakte pro Tag“ der jeweiligen Wochentagsgruppe (2x [5 x Montag-Freitag + 1 x Samstag + 1 x Sonntag]).	-
Schon mal gehört	Anzahl Personen (hochgerechnet und in Prozent), die konkret angegeben haben, mindestens einen Radiosender schon einmal gehört zu haben.	-	-

*WTGr= Wochentagsgruppen

Folgende Definitionen gelten für alle Angebote gleichermaßen:

Hördauer in Minuten (5.00 - 24.00 Uhr)	Die Hördauer gibt an, wie lange pro Tag pro Kopf der Bevölkerung gehört wird. Sie wird für jeden Senders/Channel gebildet aus der Summe der gehörten Viertelstundenanteile (in Minuten) und anschließender Division durch die Gesamtzahl der Befragten. Dieser Wert wird in Minuten und gerundet angegeben.
Verweildauer in Minuten	Die Verweildauer gibt an, wie lange ein Hörer eines Senders/Channel im Durchschnitt den betreffenden Sender/Channel hört. Sie wird aus der Summe der gehörten Viertelstundenanteile (in Minuten) und anschließender Division durch die Hörer des Senders an einem durchschnittlichen Tag gebildet. Dieser Wert wird in Minuten und gerundet angegeben.
Marktanteil	Der Marktanteil wird in Prozent angegeben und sagt aus, wie hoch der Anteil der Hördauer eines Angebots (Werbeträger/Nicht-Werbeträger) an der Gesamthördauer von Audio, Radio, Werbefunk o.ä. ist.

Anhang

Köpfe und Vorspalten ma 2019 Audio II – Teil-Programmbericht

Köpfe und Vorspalten ma 2019 Audio II - Programmbericht

Änderungsübersicht und Zusammensetzung der klassischen Angebote

Änderungsübersicht und Zusammensetzung der Online-Audio-Kombinationen

Änderungsübersicht und Zusammensetzung Konvergenzkombinationen
