

Ergebnisse einer Nutzerbefragung

→ **Nutzungsveränderung und Zukunftsperspektiven von Webradio**

Von Dirk Martens* und Thomas Windgasse**

Über die Zukunft des Radios im Internet wird viel diskutiert. Prognosen aus der Zeit Ende der 1990er Jahre, die dem Webradio einen schnellen Durchbruch voraussagten, erwiesen sich als falsch. Heute, im Jahr 2010, sind die Voraussetzungen für eine Diffusion auditiver Webangebote um ein Vielfaches besser: Die private Internetverbreitung nähert sich insbesondere bei Jüngeren immer mehr der Vollversorgung (1), breitbandige Internetverbindungen stehen zuhause (und zunehmend auch mobil) immer mehr Menschen zur Verfügung, und als Tarifmodell hat sich die „Flatrate“ als Standard durchgesetzt. Und diese technischen Rahmenbedingungen verbessern sich Jahr für Jahr weiter.

**Radio im
Internet nimmt an
Bedeutung zu**

Auch wenn die Nutzungszahlen der einzelnen Webradios meist deutlich geringer sind als die der herkömmlichen, insbesondere über UKW und Kabel verbreiteten Programme, gewinnen sie in der Summe immer mehr Hörer und damit an Relevanz für die Medienforschung. Vielfältige Angebote präsentieren sich heute den Nutzern des weltweiten Internets. Neben den Simulcastprogrammen der etablierten Funkhäuser, die ihr UKW-Programm parallel auch in das Internet streamen, sind die meisten Angebote ausschließlich über das Internet („web-only“) zu empfangen. Betrieben werden sie von den Anbietern bekannter Radiomarken als „Line Extensions“, von Start-ups, von unterschiedlichen gesellschaftlichen Institutionen und Gruppen oder privaten Einzelpersonen.

Definition Webradio

Begriffserläuterungen zu Webradio und Telemedien

Nach der Definition der Verwertungsgesellschaft GEMA handelt es sich bei Webradio um „eine Musikübertragung im Internet, die vom Sender für die Empfänger in Form eines Programms zusammengestellt wird. Jeder Hörer empfängt zu einer bestimmten Zeit dasselbe.“ Nicht um Webradio handelt es sich hingegen bei „Musikübertragungen, die im Ganzen oder in Teilen zum Download angeboten werden (...)“. (2)

Personal Radio

Neben diesen linearen gibt es nicht-lineare Radio-derivate wie personalisierte Streamingangebote (Personal Radio), die direkt über Interaktion mit dem Hörer oder indirekt über die Analyse des Hörverhaltens des Nutzers und/oder aller Nutzer auf den individuellen Musikgeschmack schließen, entsprechende Playlisten erstellen und dem einzelnen Hörer als persönliches Programm präsentiert werden. Die Playlisten werden auf Grundlage präfe-

rierter Interpreten und Genres generiert oder der momentanen emotionalen Verfassung angepasst, die der Hörer zum Beispiel per Mausklick aus einer Liste von „aggressive“ bis „stressful“ auswählen kann („Mood“-Funktion von Aupeo.com). Diese Angebote zählen laut Rundfunkstaatsvertrag nicht zum Rundfunk, sondern zu den so genannten Telemedien. Der bekannteste Vertreter dieser Gattung ist das in Großbritannien ansässige Last.fm.

Eine Art Hybrid stellen Programmschleifen dar, die permanent zur Verfügung stehen und wiederholt werden und in die man sich als Nutzer wie in ein laufendes Radioprogramm „dazuschaltet“.

Und schließlich gibt es Musikdownload-Anbieter wie iTunes, Music Store, Rhapsody, Musicload und andere, die teilweise ihre digitalen Produkte mit Abo-Modellen anbieten. Durch die Möglichkeit, eigene Playlisten zu erstellen und diese dann konsekutiv abzuspielen, gewinnen auch sie radioähnliche Züge. Beim US-amerikanischen Napster etwa, der einstigen illegalen Peer-to-Peer-Musiktauschbörse, können die Nutzer individuell einzelne oder mehrere Titel in Folge abrufen und so zum Beispiel ein komplettes Album eines Künstlers im Streamingverfahren anhören. Angeboten wird dieser Dienst gegen Zahlung einer Flatrategebühr, durch die der Nutzer Zugang zu acht Millionen Titeln erhält. (3)

Oft besitzen die Seiten der Webradiosender und insbesondere der Telemedien auch Elemente sozialer Netzwerke, über die die Nutzer mit musikalisch Gleichgesinnten kommunizieren, deren Empfehlungen nutzen oder selbst Empfehlungen aussprechen können.

Endgeräte zur Webradionutzung

Ein wichtiger Faktor für die Diffusion von Webradio und anderen Audioangeboten ist die technologische Konvergenz. Die Entkoppelung der Mediennutzung von den heute üblicherweise verwendeten Endgeräten kann neue Potenziale freisetzen, die die Verbreitung der internetvermittelten Medien stark beschleunigen.

Als Endgeräte zur Nutzung von Webradio sind neben dem Computer zunehmend spezielle Webradioempfänger auf den Markt getreten, die sich in den letzten Jahren dank sinkender Preise immer mehr verbreitet haben. Sie gibt es in verschiedenen Varianten vom kleinen Nachttischgerät bis hin zum 19-Zoll-Gerät zur Integration in die bestehende Wohnzimmer-Stereoanlage. Die Übertragung des Radiostreams erfolgt dabei entweder über den Ethernetanschluss (Netzwerkanschluss) oder drahtlos über eine W-Lan-Antenne. Ein Internetrouter ist Voraussetzung für die Nutzung dieser Geräte, wobei die drahtlose W-Lan-Variante größere Flexibilität bei der Wahl des Standorts im Haushalt bietet. Im Folgenden wird für die Hardware, mit der man ein Webradioprogramm empfangen kann, die

Programmschleifen

Musikdownload-Anbieter

**Steigende
Verbreitung von
Webradiogeräten**

* House of Research GmbH, Berlin.

** WDR-Medienforschung, Köln.

Bezeichnung IP-Radio(-gerät) (IP für Internet Protocol) oder W-Lan-Radio(-gerät) benutzt.

Einmal im heimischen Netz eingerichtet, bieten die IP-Radiogeräte im Prinzip Zugriff auf alle Webradioangebote und viele Telemedien, wobei eine Reihe von Sendern bereits voreingestellt ist. Dazu nutzen die Geräte Webradio-Plattformen, die die entsprechenden IP-Adressen der Angebote sammeln, nach Genre sowie Herkunftsländern klassifizieren und diese Informationen aktuell halten. So nutzen die Geräte der Firma TerraTec und andere die Plattform „vTuner“, durch die man mit dem Gerät direkten Zugriff auf ca. 14 000 Angebote (4) weltweit hat. Weitere Programme, die dort nicht gelistet sind, können durch die manuelle Eingabe der IP-Adresse hinzugefügt werden. Neben Webradioprogrammen können die Geräte auch Zugriff auf Telemedien wie Napster, Musicload, Aupeo, classical.com oder besonic.com sowie eine Reihe von Podcasts bieten.

IP-Radiogeräte erleichtern die Nutzung von Internetradioangeboten

IP-Radiogeräte ermöglichen zum einen die einfache Suche nach Herkunftsland oder Genre eines Senders. Zum anderen lassen sich Sender in einer Favoritenliste oder auf einer Kurzwahltaste am Gerät speichern, um so Liebessender oder Podcasts schnell wiederfinden zu können. Je nach Gerät kann die Ausstattung auch ein UKW-Empfangsteil oder eine iPod-Dockingstation enthalten. Manche Geräte bieten auch den Zugriff auf MP3-Musikdateien, die im heimischen Netzwerk gespeichert sind. Dazu kann eine kostenlose Media-Server-Software auf dem normalen Arbeits-PC installiert werden, die dann die angeforderten Musikstücke bereitstellt.

Entwicklung des Angebots

Wenig Infos über Webradioverbreitung vorhanden

Beim Versuch, die Anzahl von Webradioprogrammen zu erfassen, stößt man auf lückenhafte Quellen. In Deutschland werden private Webradios durch GEMA und GVL erfasst, die zwischen rund 1 650 (GEMA) und 1 750 (GVL) Radios ausweisen. Selbstverständlich finden sich hier nur die Sender, die sich bei der jeweiligen Rechte-Verwertungsgesellschaft auch anmelden, die Dunkelziffer ist unbekannt. Außerdem erfassen sie überwiegend nur kleinere Sender, größere, auch Telemedien wie Last.fm, schließen meist direkte Verträge mit den Rechteinhabern der verwendeten Musik. Die ca. 210 Simulcastprogramme werden von GEMA/GVL nicht erfasst, da diese bereits über die UKW/Kabel-Programm lizenziert sind.

Insbesondere die Zahl der privaten reinen Webprogramme stellt jedoch eine Momentaufnahme dar, die sich ständig verändert. Die Gründe liegen unter anderem in einem vereinfachten Lizenzierungsverfahren der GEMA, bei dem man ohne Formalitäten per Onlineformular einen Sender zu geringfügigen Kosten bereits für einen Monat anmelden kann. Darüber hinaus führen Streamingangebote wie Flatcast.com, die per Peer-to-Peer-Technologie ein kostenloses Streaming von Radioprogram-

men ermöglichen, zur weiteren Zunahme insbesondere von kleinen Privat- oder Vereinsprogrammen etc. In der Folge entstehen Radiosender teilweise kurzfristig, zum Beispiel als Schülerprojekte, die teilweise ebenso schnell auch wieder verschwunden sind oder nur sporadisch senden.

Rechnet man die nicht von GEMA/GVL erfassten Programme und radioähnliche Telemedien hinzu, wird die tatsächliche Anzahl vermutlich bei gut 2 000 mehr oder minder dauerhaft betriebenen Angeboten deutscher Herkunft liegen. Auf der internationalen Ebene liegt die Anzahl der Webradiosender Schätzungen zufolge zwischen 10 500 und 14 000, je nachdem, welche der nicht dauerhaft sendenden Programme mitgezählt werden. (5)

Entwicklung der Webradionutzung

Die Rahmenbedingungen für die vorliegende Studie bilden die aktuelle Radionutzung und die Nutzung des Internets (auch als Medium für das Radio). Laut ma 09/II liegt die aktuelle Tagesreichweite für das Radio bei 78,7 Prozent der ab zehnjährigen Menschen in Deutschland. Ihre Hördauer pro Tag beträgt 188 Minuten. Männer hören mehr Radio als Frauen, und die Nutzung steigt mit dem Lebensalter. In der Entwicklung seit der ma 2008/II (5) ist ein Rückgang der Radionutzung zu erkennen, der sich vor allem in der Hördauer manifestiert. Ausgenommen hiervon sind die ab 50-Jährigen (vgl. Tabelle 1).

Anhand der ARD/ZDF-Onlinestudie lässt sich die Entwicklung der Internetnutzung ablesen. Wird für die Radionutzung als Hauptkennwert die Tagesreichweite angegeben, so ist dies bei der Ausweisung der Internetnutzung oftmals die mindestens gelegentliche oder auch die Internetnutzung in den letzten vier Wochen. Allein dies zeigt die Nutzungsunterschiede beider Medien, die deutlich zu Gunsten des Radios ausfallen. 64,7 Prozent der Personen ab 14 Jahren in der BRD haben in den letzten vier Wochen mindestens einmal das Internet genutzt, so die ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. Die Nutzung der unter 40-Jährigen scheint zunächst den höchsten Nutzungswert erreicht zu haben. Die höchste Internetnutzung weisen im Jahre 2009 die 14- bis 19-Jährigen auf (95,5%), dann folgen die 20- bis 29-Jährigen (90,9%). Eine zum Teil geringe, aber dennoch konstante Steigerung weisen die Altersgruppen ab 40 Jahren auf. Dies gilt auch für die ab 60-Jährigen, deren Internetnutzung im Vergleich zu den anderen Gruppen jedoch deutlich geringer ausfällt (26,7%) (vgl. Tabelle 2).

Der gesamte Trend, „live im Internet Radioprogramme zu hören“, ist zwar ein positiver, in der Entwicklung seit 2004 gab es jedoch einen Nutzungshöhepunkt im Jahre 2006. Danach fiel bzw. stagnierte der Wert für diese Tätigkeit insgesamt und in einzelnen Altersgruppen. 2009 hörten 25,0 Prozent der Onlinenutzer zumindest gelegentlich „Radio live im Internet“, 14- bis 19- und 20- bis 29-Jährige zu gut 36 Prozent, 30- bis 39-Jährige ebenfalls noch zu mehr als 30 Prozent. Mit steigendem Alter sinkt die Nutzung deutlich (vgl. Tabelle 3).

Fast vier Fünftel der ab Zehnjährigen hören täglich herkömmliches Radio

Etwa zwei Drittel der ab 14-Jährigen nutzen Internet im 4-Wochen-Zeitraum

25 Prozent hören zumindest gelegentlich Radio live im Internet

Forschungsdefizite

Es gibt keine Daten über Webradio oder Internetradionutzung, die nicht schon in der Abfrage Unschärfen und deshalb Validitätsdefizite aufweisen. Die Mediennutzung oder wie hier konkret die Radionutzung nach dem Empfangsweg abzufragen, war immer schon ein Problem, weil vielen Befragten dieser genaue Empfangsweg nicht bekannt ist. Dieses Problem ist mit dem Internet und der Digitalisierung immer größer geworden.

Explizite Abfrage der Radioempfangswege kaum möglich

Die Mediaanalyse als Standardwährung im Hörfunk fragt Radionutzung wie folgt ab: „Ich lese Ihnen jetzt Namen von Radiosendern und -programmen vor. Bitte sagen Sie mir zu jedem Sender bzw. Programm, ob Sie es schon einmal gehört haben. Denken Sie bitte auch an das Radiohören außer Haus im Auto und über das Internet.“ Auf die Internetradionutzung wird hingewiesen, der Empfangsweg allerdings nicht explizit abgefragt. Für die Zielsetzung der Mediaanalyse reicht dies aus, eine korrekte Abdeckung von Webradio bedeutet es aber nicht.

Auch in der ARD/ZDF-Onlinestudie erfolgt die Abfrage allgemein: „Radioprogramme live im Internet hören“. Anhand dieser Frageformulierung kann die Schwierigkeit dieser Abfrage näher beleuchtet werden. Ein Problem steckt schon in der Vorstellung vom Radiohören: Wann ist Radiohören noch Radiohören? Viele Programmmacher verstehen auch das Hören einer Audiodatei, die aus ihrem Programm stammt, als Radiohören. Für die Nutzer gilt dies aber nicht, wie eine WDR-interne Studie schon 2007 ermittelte. (7) Diese Nutzung wird über den Hinweis „live“ zwar ausgeblendet, und dies mag für Podcasts auch berechtigt sein, aber wie verhält es sich mit Programmen, die lediglich Schleifen sind, die am Tag mehrfach wiederholt werden? Ob hier mit einer entsprechenden Nutzung geantwortet wird oder nicht, liegt im Auge des Betrachters bzw. wie wörtlich und genau die Frage verstanden wird. Eine weitere Unschärfe liegt in der Beschreibung „im Internet hören“. Der Begriff „Internet“ wird in der Regel synonym für das „World Wide Web“ benutzt. Das Internet ist aber mehr, zum Beispiel auch ein technisches Übertragungsmedium (IP-Protokoll). Diese Unterscheidung ist für Webradionutzung relevant: Wenn man einen über das technische Medium verbreiteten Livestream im IP-Radiogerät hört, hört man „über“, aber nicht „im“ Internet (bzw. WWW).

Facettenreichtum des Internets macht Detailbetrachtung schwierig

Die Standardstudien wollen und können sich zur Zeit dem Thema Webradionutzung nicht im Detail widmen. Der ma geht es darum, die Radionutzung und den Radiomarkt insgesamt zu erfassen, eine nach Empfangswegen aufgeschlüsselte Detailbetrachtung ist hier nicht umsetzbar. Ähnliches gilt für die ARD/ZDF-Onlinestudie, die zwar keine Marktabbildung, wohl aber die Onlinenutzung mit ihren vielen Facetten auf der Agenda hat. Dieser Facettenreichtum des Internets ist es aber, der auch hier einer detaillierten Betrachtung einer einzelnen Facette im Wege steht. Die Diversifikation von Verbreitungs- und Empfangswegen (UKW, analog, digi-

① Radionutzung 2009

	ma 09 II	ma 09 I
Tagesreichweite in %		
Gesamt	78,7	78,6
Männer	79,8	79,9
Frauen	77,6	77,3
10–29 J.	70,6	69,4
14–29 J.	71,4	70,7
30–49 J.	81,8	82,7
ab 50 J.	80,9	80,6
Hördauer in Min./Tag		
Gesamt	188	189
Männer	195	198
Frauen	180	180
10–29 J.	132	130
14–29 J.	148	146
30–49 J.	212	222
ab 50 J.	201	198

Basis: Radio gesamt, Mo-Fr, 5.00–24.00 Uhr, D+EU 10+.

Quelle: ma Radio 2009.

② Internetnutzer in Deutschland 2004 bis 2009

Onlinenutzung innerhalb der letzten 4 Wochen, in %

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Gesamt	52,6	56,7	57,6	60,7	64,3	64,7
14–19 J.	90,1	90,1	96,1	93,0	96,3	95,5
20–29 J.	79,8	85,3	86,0	94,3	93,1	90,9
30–39 J.	72,5	78,8	77,0	79,6	85,4	85,4
40–49 J.	66,6	70,3	70,3	72,2	76,0	77,6
50–59 J.	50,7	54,1	57,6	61,5	64,1	64,2
ab 60 J.	12,8	18,0	18,7	22,7	25,4	26,7

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland.

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2004–2009.

③ Radioprogramme live im Internet hören 2004 bis 2009

zumindest selten, in %

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Gesamt	16,0	17,0	24,0	21,0	23,2	25,0
14–19 J.	23,0	20,0	31,0	34,0	32,8	36,4
20–29 J.	24,0	27,0	33,0	28,0	37,2	36,6
30–39 J.	16,0	20,0	28,0	27,0	27,1	31,5
40–49 J.	10,0	12,0	23,0	19,0	19,8	15,3
50–59 J.	12,0	15,0	16,0	13,0	10,6	18,8
ab 60 J.	8,0	4,0	6,0	5,0	6,8	12,0

Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahren in Deutschland.

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2004–2009.

tal, terrestrisch, per Satellit, als Podcast, als Download, als Stream, über den PC, über ein Webradio, über das Handy etc.) lässt daran zweifeln, dass tatsächlich all dies in Zukunft überhaupt detailliert abfragbar sein wird.

Gruppe der Webradiohörer nicht exakt fassbar

Also muss das Thema Webradio für sich genommen beleuchtet werden. Das Problem für die Beforschung dieser immer noch neuen Art der Radionutzung besteht jedoch in dem Aufwand, der betrieben werden muss, um statistisch abgesicherte quantitative Daten von Webradionutzern (die dann auch genau wissen, dass sie Webradio hören) zu bekommen. Für eine Studie aus dem Jahr 2008 wurden Haushalte extra mit einem Gerät versorgt. (8) Doch auch nach etwa zwei Monaten Nutzungszeit ist es noch spekulativ, die längerfristigen Effekte abzusehen. Das Auffinden der Webradiohörer ist jedoch mühselig. Um 500 Personen zu finden, die überhaupt schon einmal Webradio gehört haben (also keine regelmäßigen Hörer), müssen bei einer Inzidenz von etwa 16 Prozent über 3000 Kontakte durchgeführt werden (ohne Berücksichtigung der Ausschöpfung). Vor diesem Hintergrund stellt das hier gewählte Vorgehen einen Kompromiss zwischen wissenschaftlich stringent belegter Aussagekraft und der aktuellen Notwendigkeit, Forschung bei überschaubaren Kosten zu betreiben, dar.

Für diesen Kompromiss werden Einschränkungen in der Interpretierbarkeit der Daten bewusst in Kauf genommen. Die vorliegende Stichprobe stellt eine nicht exakt fassbare Gruppe dar. So sind die Daten als Indikation für wahrscheinlich zukünftige Trends, weniger als die Abbildung eines Status quo, zu verstehen. Dies ist aber auch beabsichtigt, ist doch das vorhandene Potenzial der Besitzer eines Webradios – wie schon erwähnt – noch recht klein.

Anlage der Studie

Untersuchungsfragen

IP-Radiogeräte bzw. W-Lan-Radios können das Hören von Webradio vereinfachen und entkoppeln es von der PC-Nutzung. Wie wirkt sich diese neue Qualität auf die Nutzung aus? Nimmt die Webradionutzung dadurch zu? Verändern sich die Hörgeohnheiten hinsichtlich der Tageszeit, des Ortes der Nutzung oder der Programmauswahl? Und wie wirkt sich dies wiederum auf das Mediennutzungsgefüge insgesamt aus? Das sind Fragen, die die hier vorgestellte empirische Studie klären helfen soll. Um bei der hierzu nötigen Erhebung zu differenzierten Ergebnissen zu gelangen, ist eine Stichprobe nötig, die ausreichend groß ist, um auch über verschiedene Teilgruppen Aussagen treffen zu können.

Webradionutzung liegt auf vergleichsweise niedrigem Niveau

Wie die Zahlen der ARD/ZDF-Onlinestudien zeigen, hat sich die Nutzung von Webradio in der Vergangenheit durchaus dynamisch entwickelt, liegt jedoch im Vergleich zur herkömmlichen Radionutzung auf einem noch geringen Niveau. Aus diesem Grund ist die Erhebung in einer Zufallsstichprobe von Webradionutzern, wenn überhaupt, dann nur mit immens hohen Kosten möglich und dadurch praktisch nicht finanzierbar. House of Research und die WDR Medienforschung sind deshalb einen anderen Weg gegangen und haben in Kooperation mit der TerraTec Electronic GmbH eine Befragung von deren Newsletterbezieher durchgeföhrt. Die deutsche Firma TerraTec vertreibt unter der Marke „Noxon“ eine Reihe von W-Lan-Radiogeräten und

gehört damit zu den Marktföhren in diesem Segment. Die Vermutung, dass unter den Newsletterabonnenten auch eine hohe Zahl Besitzer von IP-Radiogeräten sowie allgemein von Webradiohörern sein würde, wie sie in dieser Konzentration auf anderem Wege kaum erreichbar wären, hat sich dabei bestätigt.

Bei den Abonnenten des Newsletters von TerraTec handelte es sich zum Zeitpunkt der Untersuchung um 35 126 Personen, die sich entweder als Käufer eines Produktes von TerraTec registriert oder die sich für diese Produkte interessiert haben. Insgesamt handelt es sich bei ihnen um überdurchschnittlich technikinteressierte Menschen und vielfach um „Early Adopter“ im Bereich Multimedia-Hardware, Multimedia-Anwendungen sowie bei der Nutzung von Internetradio und damit verbundenen Empfangsmöglichkeiten.

Für die Untersuchung wurden alle 35 126 Bezieher von TerraTec per E-Mail angeschrieben und um Teilnahme an einer Onlinebefragung gebeten, die von House of Research im Zeitraum vom 8. bis 25. Mai 2009 durchgeföhrt wurde. Die Ausschöpfung lag bei 8,1 Prozent bzw. 2 862 komplett durchgeföhrt Onlineinterviews. Von diesen wiederum nutzten 2 329 Personen „zumindest gelegentlich“ (81%) Webradio, und zwar entweder ausschließlich über den Computer per Browser oder speziellem Abspielprogramm (n=1 466), oder auch über ein W-Lan-Radiogerät (n=863). Somit stand auch für die Gruppe der Besitzer von W-Lan-Radiogeräten eine hohe Fallzahl als Basis für detaillierte Auswertungen zur Verfügung.

Die Art der Stichprobenziehung macht allerdings Einschränkungen bei der Analyse und Interpretation der Daten nötig. So besteht die Grundgesamtheit aus den Bezieher des TerraTec-Newsletters, und eine allgemein gültige Aussage über die Verteilung von Merkmalen der Webradionutzerschaft insgesamt ist folglich nicht zulässig. Interessant sind die Ergebnisse im Sinne einer Kontrastgruppenanalyse dennoch: So lassen sich die Besitzer von IP-Radiogeräten insbesondere den Webradiohörern am PC gegenüberstellen, um Erkenntnisse über Unterschiede in der gegenwärtigen und prognostizierten Webradionutzung zu erlangen.

Ergebnisse

An der Befragung haben vor allem Personen aus Deutschland (85%), Österreich (5%) und der Schweiz (8%) (den sog. DACH-Ländern) teilgenommen. Knapp 2 Prozent stammen aus anderen Ländern. Während die Schweiz mit 217 Interviews proportional zu ihrem Bevölkerungsanteil unter den DACH-Ländern abgebildet wird, ist Österreich mit 151 Interviews unter- und Deutschland mit 2 443 Interviews leicht überrepräsentiert (vgl. Tabelle 4).

Innerhalb Deutschlands verteilen sich die Interviews weitestgehend proportional zu den Einwohnerzahlen der einzelnen Bundesländer, so dass die Stichprobe die DACH-Länder und innerhalb Deutschlands die Bundesländer gut abbildet (vgl. Tabelle 5).

Grundgesamtheit: Bezieher des Newsletters von TerraTec

Insgesamt 2 862 Onlineinterviews durchgeföhrt

Einschränkungen bei der Interpretation der Ergebnisse

Personen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt

④ **Zusammensetzung der Stichprobe nach Ländern**

Land	Fallzahl	Anteil in %
Deutschland	2 443	85
Österreich	151	5
Schweiz	217	8
D-A-CH-Länder gesamt	2 811	98
übriges Europa	38	1
anderer Kontinent	15	0
Gesamt	2 862	100

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

Frauen stark unterrepräsentiert

Eine Besonderheit der Stichprobe ist, dass die Frauen mit einem Anteil von lediglich drei Prozent (n=99) stark unterrepräsentiert sind (vgl. Tabelle 6). Da TerraTec vor allem als Hersteller von IP-Radiogeräten und DVB-T-Sticks (USB-Fernsehempfänger für Computer) bekannt ist, vermuten die Autoren, dass das Interesse an den meist technisch aufbereiteten Themen bei Frauen entsprechend geringer ausgeprägt ist und sie dadurch unter den Beziehern des TerraTec-Newsletters weniger vertreten sind. Dies muss bei der Ergebnisinterpretation berücksichtigt werden.

Die Befragten verteilen sich über verschiedene Altersgruppen. Die unter 30-Jährigen stellen mit 4 Prozent die kleinste Gruppe dar, die 30- bis 39-Jährigen die zweitkleinste (14%). Die älteren Gruppen bewegen sich um einen Strukturanteil von jeweils 27 Prozent. Die Befragten sind also deutlich älter als die Onlinenutzer laut ARD/ZDF-Onlinestudie (vgl. Tabelle 7).

Vollversorgung mit schnellen Internetanschlüssen und Flatrate-Tarifen

Erwartungsgemäß sind die Befragten aufgrund des durch ihren Newsletterbezug manifestierten Technikinteresses verhältnismäßig sehr gut mit Breitband-Internetanschlüssen und Flatrate-Tarifen versorgt, was man praktisch als Nutzungsvoraussetzung ansehen kann: 98 Prozent verfügen privat über einen Breitbandanschluss per DSL (89%) oder über TV-Kabel (16%), und nur 7 Prozent der Befragten gehen noch per ISDN oder analog ins Internet. Andere Zugangsarten wie Satellit oder UMTS treten meist nur als Zweitanschluss in Erscheinung, lediglich ein Prozent nutzt diese Zugänge ausschließlich (vgl. Tabelle 8).

Insgesamt sind die hier Befragten deutlich besser ausgestattet als die Population der Onliner insgesamt, von denen laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2009 nur 72 Prozent über einen Breitbandanschluss verfügten. (9)

Mit 97 Prozent stellt dabei eine Flatrate bei den Webradiohörern die weit überragende Abrechnungsart dar (87% bei den Onlinern). Andere Abrechnungsmodi finden sich auch fast nur noch im Kontext von mobiler Nutzung.

Mehr als drei Viertel haben W-Lan-Router

Nicht Voraussetzung, aber doch begünstigend für den Betrieb von IP-Radiogeräten ist ein drahtloser W-Lan-Router, der es erlaubt, das Gerät innerhalb der Wohnung weitestgehend frei zu positionieren: Gut drei Viertel der Befragten (77%) verfügen über

⑤ **Zusammensetzung der Stichprobe nach Bundesländern**

Bundesland	Fallzahl	Anteil in %
Schleswig-Holstein	102	4
Hamburg	59	2
Niedersachsen	238	10
Bremen	32	1
Nordrhein-Westfalen	672	28
Hessen	216	9
Rheinland-Pfalz	79	3
Baden-Württemberg	266	11
Bayern	363	15
Saarland	20	1
Berlin	173	7
Brandenburg	44	2
Mecklenburg-Vorpommern	14	1
Sachsen	104	4
Sachsen-Anhalt	26	1
Thüringen	35	1
Gesamt	2 443	100

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

⑥ **Zusammensetzung der Stichprobe nach Soziodemografie**

Angaben in %

	Gesamt	Webradiohörer	
		ohne W-Lan-Radio	mit W-Lan-Radio
Gesamt	100	100	100
Männer	97	96	97
Frauen	3	4	3
14 bis 29 J.	4	6	3
30 bis 39 J.	14	15	17
40 bis 49 J.	27	26	35
50 bis 59 J.	27	28	26
60 bis 69 J. und älter	27	25	20
kein Schulabschluss/noch Schüler	2	3	1
Haupt- bzw. Volksschulabschluss	9	9	7
Abschluss POS (ehem. DDR)	3	3	2
Realschule, mittlere Reife oder gleichwertiger Abschluss	20	20	19
Fachhochschulreife	19	19	21
allgemeine Hochschulreife	47	45	50
voll berufstätig	66	65	77
teilweise berufstätig	5	5	4
in Lehre/in Ausbildung,			
Wehr-/Zivildienst	2	3	0
vorübergehend arbeitslos/			
in Umschulung	2	3	1
Rentner, Pensionär	22	22	15
nicht berufstätig			
(Hausfrau, Hausmann)	2	3	2

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

einen solchen drahtlosen Zugang, wobei 59 Prozent den Zugang situativ über ein Lan-Kabel oder über W-Lan herstellen, je nachdem, welche Verbindungsart gerade vorteilhafter ist. Gut ein Fünftel

⑦ Vergleich der Soziodemografie verschiedener Studien

Angaben in %

	Männer	Frauen	14-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50-59 J.	ab 60 J.
HoR/WDR Studie: Webradiohörer gesamt	97	3	4	14	27	27	27
ARD/ZDF-Onlinestudie 2009: Onlinenutzer gesamt	54	46	30	20	23	15	12
ma 2009/II: Pers. ab 14 Jahren gesamt	49	51	24	14	19	15	28

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR; ARD/ZDF-Onlinestudie 2009, ma Radio 2009.

⑧ Haushaltsausstattung Internet

Anteil in %, Mehrfachnennungen möglich

	Gesamt	Webradiohörer	
		ohne W-Lan-Radio	mit W-Lan-Radio
Basis absolut	2 862	1 466	863
Internetzugang zuhause			
einen normalen analogen oder ISDN-Telefonanschluss (Modem)	7	6	5
einen DSL-Anschluss	89	88	90
einen Fernseh-Kabelanschluss	16	16	15
sonstiger Anschluss	2	3	2
Abrechnung für Internetanschluss zuhause			
Flatrate	97	98	99
Übertragungsvolumen	1	1	0
Dauer der Nutzung	1	0	0
hauptsächliche Art der Internetverbindung zuhause			
LAN-Kabel	22	24	10
W-LAN	18	16	22
W-LAN oder LAN-Kabel nach Bedarf	59	59	68
W-LAN-Anschlüsse gesamt	77	75	90
sonstige (UMTS/HSDPA u. a.)	1	1	0

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

⑨ Haushaltsausstattung Radiogeräte

Anteil in %

	Gesamt	Webradiohörer	
		ohne W-Lan-Radio	mit W-Lan-Radio
Basis absolut	2 862	1 466	863
Ausstattung mit Radioempfangsgeräten			
Autoradio	84	83	86
Stereoanlage mit Radio, „Ghetto-Blaster“	82	82	81
Radiowecker bzw. Uhrenradio	64	64	64
tragbares Radio	54	52	58
MP3-Player, iPod oder Walkman mit Radio	52	52	62
Mobiltelefon mit Radio	43	44	48
nichts davon	1	2	1
Webradioempfangsgeräte im Haushalt			
PC bzw. Mac stationär	87	90	84
tragbarer Computer	69	68	75
spezielles Webradiogerät	30	0	100
nichts davon	1	0	0

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

verwendet ausschließlich den halbgebundenen Zugang zum Internet (22%).

Die Voraussetzungen für eine komfortable Nutzung von IP-Radiogeräten sind also durch die technische Ausstattung der Befragten hinsichtlich des Internetzugangs und der meist auch drahtlos möglichen Anbindung der Endgeräte im Haus in der Befragtengruppe in hohem Maße gegeben. Blickt man auf die Haushaltsausstattung mit verschiedenen Radioempfangsgeräten, so zeigt sich, dass in der Gruppe der Besitzer von IP-Radiogeräten mobile Empfangsgeräte etwas stärker verbreitet sind (vgl. Tabelle 9).

Radionutzung UKW/Online

Von den Webradionutzern, die kein IP-Radiogerät besitzen, hören 81 Prozent häufig, das heißt an mindestens vier Tagen pro Woche, „normales Radio“ über UKW/Kabel (durchschnittlich 5,5 Tage/Woche). Webradio am PC wird in dieser Gruppe hingegen nur von 24 Prozent häufig gehört (durchschnittlich 2,4 Tage/Woche) (vgl. Tabelle 10). Bei den Besitzern eines IP-Radiogeräts jedoch ist der Anteil der häufigen Hörer von „normalem Radio“ mit 64 Prozent deutlich geringer, und die Häufig-Hörer von Webradio sind mit 69 Prozent deutlich größer als in der Vergleichsgruppe. Sie hören normales Radio durchschnittlich an 4,5 Tagen und Webradio über ein IP-Radiogerät oder auch am PC an 4,9 Tagen pro Woche.

Nutzungshäufigkeit von normalem Radio und Webradioangeboten

Die technische Reichweite des Hörfunks auf dem UKW-Band in Deutschland und vielen anderen, ähnlich dicht besiedelten Ländern der Welt umfasst nahezu die gesamte Bevölkerung. Die Menschen werden dabei nicht nur in ihrer Wohnung erreicht, sondern oftmals auch am Arbeitsplatz, mobil im Auto, unterwegs über die UKW-Empfänger in Mobiltelefonen und MP3-Player usw. Und im Haushalt stehen meistens mehrere Empfangsgeräte zur Verfügung, so dass in der Regel in der ganzen Wohnung und theoretisch zu jeder Zeit ein Empfang möglich ist.

Webradionutzung im Vergleich zu normalem Radio nicht überall und jederzeit möglich

Solange die Webradionutzung an den Computer als Abspielgerät gebunden ist, sind die möglichen Nutzungssituationen darauf begrenzt, dass sich der Computer im selben Raum befindet und eingeschaltet ist. Die für UKW-Radio wichtige mobile Nutzungsart beim Autofahren entfällt beim Webradio praktisch völlig, da die dazu nötigen internetbasierten Empfangsgeräte in Form von Autoradios oder mobilen Empfängern nicht verbreitet oder zu umständlich in der Handhabung sind. Aus diesem Grund unterscheidet sich die Nutzung von

UKW- und Webradio grundsätzlich in der Form der Tagesverlaufskurve: Während die Hauptnutzungszeit des klassischen Radios am Morgen zwischen 7.00 und 9.00 Uhr liegt, dann abflacht, um am Nachmittag in der so genannten Drivetime zwischen etwa 16.00 und 17.00 Uhr, in der viele Menschen mit dem Auto von der Arbeit nach Hause fahren, zu einem zweiten Gipfel anzusteigen, liegen die Hauptnutzungszeiten des Webradios allgemein eher am Abend. Sobald ein spezielles Webradio zu Verfügung steht, spielt aber auch die Webradionutzung am Morgen eine größere Rolle.

Nutzung im Tagesverlauf

Betrachtet man die Gruppe derjenigen ohne IP-Radiogerät, dann zeigt sich, dass morgens vor 6.00 Uhr nur 4 Prozent „mindestens mehrmals pro Woche“ Webradio hören (vgl. Tabelle 11). Danach steigen die Anteile stetig an, um in der Zeitschiene zwischen 18.00 und 20.00 Uhr mit 21 Prozent ihr Maximum zu erreichen. Nach 20.00 Uhr ist der Anteil mit 20 Prozent nur geringfügig niedriger als in der Spitze.

Blickt man auf die Besitzer von W-Lan-Radios, dann zeigt sich, dass sich die Nutzung im Tagesverlauf deutlich an die von „normalem“ Radio annähert – so gibt es auch hier eine zweigipflige Verteilung: Am Morgen zwischen 6.00 und 10.00 Uhr deutet sich mit 41 Prozent nun (deutlich) eine Primetime an, obgleich die größte Nutzung weiterhin am Abend stattfindet: 53 Prozent hören zwischen 18.00 und 20.00 Uhr mindestens mehrmals pro Woche Webradio, in einer Zeit also, in der viele Menschen von der Arbeit zurückgekehrt sind.

Nutzungsorte

Das normale Radio ist durch die hohe Zahl von stationären und mobilen Empfangsgeräten in den Haushalten überall empfangbar und wird dort auch genutzt. So erreicht Radio täglich 61,2 Prozent der Personen ab zehn Jahren zuhause und 47,8 Prozent außer Haus. Bei der Außer-Haus-Nutzung werden die Menschen vor allem im Auto (39,8%) oder am Arbeitsplatz (12,6%) erreicht. (10)

Beim Webradio ist die Situation generell anders. Bedingt durch den Computer als Endgerät wird Webradio in der Regel dort gehört, wo ein Computer zur persönlichen Nutzung zur Verfügung steht: zuhause oder teilweise auch am Arbeitsplatz. Die mobile Nutzung entfällt fast vollständig. So zeigt sich auch in dieser Stichprobe, dass von den Webradiohörern ohne spezielles IP-Radiogerät knapp die Hälfte (47%) vor allem zuhause häufig Webradio hört (vgl. Tabelle 12). Am Arbeitsplatz tun das nur 10 Prozent häufig. Andere Orte treten hier höchstens bei der gelegentlichen Nutzung in Erscheinung, dann meist „unterwegs“, zum Beispiel im Hotel oder im Urlaub (6%) oder bei Familie, Freunden und Bekannten (6%).

Betrachtet man daneben diejenigen mit IP-Radiogerät fällt auf, dass sie zuhause deutlich mehr Webradio hören als die Vergleichsgruppe: 88 Prozent von ihnen hören häufig zuhause Webradio. Da die meisten der befragten Gerätebesitzer (85%) nur ein einziges Gerät besitzen und dieses vermutlich mehrheitlich in den eigenen vier Wänden aufgestellt wird, wirkt sich der Gerätebesitz nicht auf die anderen Nutzungsorte aus.

⑩ Häufigkeit der wöchentlichen Radionutzung

Angaben in %

		4-7 Tage	1-3 Tage	seltener/nie
normales Radio gehört				
Webradiohörer ohne W-Lan-Radio	81	14	5	
Webradiohörer mit W-Lan-Radio	64	25	11	
Webradio gehört				
Webradiohörer ohne W-Lan-Radio	24	62	15	
Webradiohörer mit W-Lan-Radio	69	30	1	

Basis: Webradiohörer, n=2 329.

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

⑪ Radionutzung nach Zeitabschnitten

mindestens mehrmals pro Woche, in %

	Webradiohörer ohne W-Lan-Radio		Webradiohörer mit W-Lan-Radio	
	normales Radio	Webradio	normales Radio	Webradio
00.00-6.00 Uhr	16	4	15	14
06.00-10.00 Uhr	77	12	68	41
10.00-12.00 Uhr	44	16	31	33
12.00-16.00 Uhr	45	17	34	36
16.00-18.00 Uhr	49	19	39	43
18.00-20.00 Uhr	40	21	36	53
20.00-24.00 Uhr	24	20	22	47

Basis: Webradiohörer, n=2 329.

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

⑫ Nutzungsorte Webradio

Angaben in %

	häufig	gelegentlich	nie
Webradiohörer ohne W-Lan Radio			
Ausbildungsplatz/Schule/Uni	1	3	97
Arbeitsplatz	10	18	72
zuhause	47	49	4
andere Orte	1	17	82
Webradiohörer mit W-Lan Radio			
Ausbildungsplatz/Schule/Uni	1	1	98
Arbeitsplatz	9	21	70
zuhause	88	12	0
andere Orte	2	18	80

Basis: Webradiohörer, n=2 329.

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

Der einfachste Zugangsweg zu Webradio geht über den Internetbrowser. Mit einem Klick auf einen entsprechenden Link des Anbieters öffnet sich automatisch ein Medienabspielprogramm wie der Media Player, WinAmp oder der Real Player und der Radiostream kann gehört werden. Andere Anbieter nutzen Plugins, Programme also, die auf einfache Weise kostenlos in den Browser eingebettet werden.

Verschiedene Zugangswegen zum Webradio

13 **Nutzungswege Webradio**

Frage: Auf welche Weise hören Sie Webradio? Angaben in %

	sehr häufig	häufig	gelegentlich	selten	nie
Webradiohörer ohne W-Lan Radio					
gesondertes Webradiogerät	-	-	-	-	100
spezielles Abspielprogramm					
am Computer	18	14	13	11	44
via Browser des Computers	28	17	25	20	10
Webradiohörer mit W-Lan Radio					
gesondertes Webradiogerät	67	22	7	4	-
spezielles Abspielprogramm					
am Computer	9	14	18	14	44
via Browser des Computers	9	11	31	27	22

Basis: Webradiohörer, n=2 329.

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

Etwas aufwändiger ist die Nutzung spezieller Radio Player Software wie zum Beispiel Phonostar, Clipinc oder Radiotracker. Sie müssen gesondert installiert werden, was für viele Computernutzer aus verschiedenen Gründen eine höhere Hürde darstellt. Sie bieten jedoch mehr Funktionalität als die Browsernutzung, wie zum Beispiel die Suche nach einem Sender durch Namenseingabe oder Mitschnittfunktionen. Mit etwas eingeschränktem Funktionsumfang stehen auch diese ebenfalls kostenlos zur Verfügung.

In den beiden untersuchten Gruppen ist die Nutzung des Browsers zum Webradiohören unterschiedlich hoch. 45 Prozent der Webradiohörer ohne W-Lan-Radio, aber nur 20 Prozent derjenigen, die ein solches Gerät besitzen, hören via Internetbrowser häufig oder sehr häufig Webradio (vgl. Tabelle 13). Unterschiedlich ist auch die Nutzung spezieller Abspielprogramme. Während knapp ein Drittel derjenigen ohne IP-Radiogerät (32%) solche Programme häufig oder sehr häufig einsetzt, ist es mit Gerät lediglich knapp ein Viertel (23%). Demgegenüber werden die W-Lan-Radiogeräte von 89 Prozent ihrer Besitzer häufig oder sehr häufig genutzt.

Wechselwirkung zwischen Empfangstechnik, Nutzungsort und -häufigkeit

Betrachtet man die Unterschiede hinsichtlich der Webradionutzung im Tagesverlauf, der Nutzungsorte und auch der unterschiedlich frequentierten Zugangswege, wird deutlich, dass eine Wechselwirkung zwischen der verwendeten Technik, der Nutzungsart und -häufigkeit besteht. Die Besitzer von W-Lan-Radios haben ein höheres Interesse an der Webradionutzung, das sich auch in der stärkeren Nutzung von Radio Player Software manifestiert – per se hören sie mehr Webradio. Der IP-Radiogerätebesitz fördert andererseits die Webradionutzung auch zu Zeiten, zu denen der Computer vielfach nicht in Betrieb ist, wie zum Beispiel am Morgen. Auch dadurch nähern sich die Muster der Webradionutzung bei den Besitzern von W-Lan-Radios tendenziell an jene der UKW-Radionutzung an.

Präferenzen und Nutzung von Onlineprogrammen

Einer der Vorteile von Webradio ist die große Vielfalt an Musikformaten. Dennoch hören durchschnittlich 39 Prozent der Befragten oft Programme, die in deren Wahrnehmung eine Mischung verschiedener Genres umfassen. Die Attraktivität von Programmen mit hohem Informationsanteil sowie von Klassik- und Jazzprogrammen nimmt mit dem Alter stetig zu (vgl. Tabelle 14). Oldie-Formate erlangen die höchsten Anteile in den Altersgruppen zwischen 50 und 69 Jahren, Schlager haben am ehesten noch bei den 60- bis 69-Jährigen eine Bedeutung, von denen 19 Prozent dieses Format häufig hören. Während Weltmusik nur von einer Minderheit der Befragten häufig gehört wird, interessieren sich für elektronische Musik wie beispielsweise House und Techno im Webradio vor allem Personen zwischen 14 und 29 Jahren, von denen 35 Prozent solche Programme häufig hören.

Die Besitzer eines W-Lan-Radios hören zwar generell häufiger Webradio, die relative Bedeutung der Formate ist davon jedoch nicht betroffen (vgl. Tabelle 15). Das heißt, dass Gerätebesitz und Formatpräferenz voneinander unabhängig sind.

Im Gegensatz zu den Musik- bzw. Programmformaten wurden die gehörten Programme offen abgefragt und anschließend codiert (vgl. Tabelle 16). Bezogen auf das am meisten gehörte Programm entfallen ein Drittel auf öffentlich-rechtliche Programme aus Deutschland (26%) oder anderen Ländern (7%) und gut ein Fünftel auf private Programme, davon 15 Prozent aus Deutschland und 6 Prozent aus anderen Ländern. Hierin enthalten sind sowohl die Simulcastprogramme, die zeitgleich zu den UKW-Programmen ausgestrahlt werden, als auch zusätzliche Streams, die parallel auf Antenne oder im Kabel empfangen werden können.

Demgegenüber finden sich unter den „reinen Webradioangeboten“ die Programme, die keinem der klassischen Programmanbieter zuzuordnen sind. Knapp ein Fünftel der Befragten hat einen solchen Sender als meistgehörtes Programm genannt. Die meisten Nutzer haben diese Angebote

Beliebteste Formate

Herkunft der meistgehörten Programme

⑭ Nutzung verschiedener Webradio-Programmformate nach Alter

Angaben in %

	Gesamt	14–29 J.	30–39 J.	40–49 J.	50–59 J.	60–69 J.	ab 70 J.
Basis absolut	2 329	107	367	685	630	427	113
Mischung aus Musik verschiedener Genres (Pop, Rock, Dance, Oldies)	39	38	47	43	37	30	23
Programme mit überwiegendem Anteil von Informationen, Nachrichten, Diskussionen	20	12	14	19	20	27	28
klassische Musik	11	5	5	8	10	19	32
Jazzmusik	11	6	9	12	11	12	19
Rockmusik	22	27	26	23	26	14	1
elektronische Musik (House, Techno usw.)	10	35	20	11	6	1	4
Oldies	25	8	12	19	35	37	19
Schlager, Volksmusik	9	3	5	5	9	19	18
Dance, Black Music, Soul/Funk, Hip-Hop	9	20	11	11	7	4	4
Weltmusik	8	12	5	9	8	7	8
internationale Sender oder Sender, die kein deutschsprachiges Programm senden	19	21	19	20	20	18	14
sonstige Programmart	4	7	7	5	2	4	1

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

unter den 14- bis 29-Jährigen (33%) und den 30- bis 39-Jährigen (26%).

Die Social-Networks mit Audio-Schwerpunkt, zu denen hier unter anderem auch das bekannte Last.fm zählt, kommen mit einem Anteil von 2 Prozent in dieser Erhebung nur auf einen geringen Meisthöreranteil in verschiedenen Altersgruppen.

Das große Programmangebot im Netz bedingt eine geringere Sendertreue und eine selektivere Auswahl der Programme. Dies sowie auch teilweise nur wenig einprägsame Programmnamen führen dazu, dass 11 Prozent der Befragten kein meistgehörtes Programm benennen können und weitere 11 Prozent hier lediglich ein Genre (z.B. Chillout, R&B etc.), ein Programmformat (z.B. Sport) oder Herkunftsländer wie zum Beispiel Frankreich nennen. Durch die intensivere Webradionutzung der W-Lan-Radiobesitzer ist deren Anteil ohne benennbares Lieblingsprogramm mit 3 Prozent deutlich kleiner.

Programmpreferenzen aus normalem Radio werden ins Web verlängert

Wenn man die Programmpreferenzen, die die Webradionutzer im herkömmlichen Radio haben, als erklärende Variable in Betracht zieht, dann zeigt sich auf der Hauptdiagonalen der Tabelle 17, dass jeweils der größte Anteil ihrem „Senderlager“ auch im Web treu bleibt. So hören 41 Prozent derjenigen, die auf UKW/Kabel meistens einen öffentlich-rechtlichen Sender hören, auch im Internet meistens ein öffentlich-rechtliches Webradioprogramm. Ähnlich verhält es sich mit den Meisthörern der Privaten, von denen 38 Prozent auch im Web ein privates Webradio hören. Nur jeweils 10 Prozent wechseln das „Lager“ und hören auf UKW meist ein öffentlich-rechtliches und im Web ein privates Programm aus Deutschland – oder umgekehrt.

Der größte Wettbewerb entsteht den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmanbietern in den reinen Webradioangeboten (inkl. Telemedien) neuer Anbieter, die von 17 Prozent der öffentlich-rechtlichen und 20 Prozent der privaten Hörer als

⑮ Nutzung verschiedener Webradio-Programmformate nach IP-Radiogerät-Besitz häufig gehört, in %

	Webradiohörer	
	ohne W-Lan-Radio	mit W-Lan-Radio
Basis absolut	1 466	863
Mischung aus Musik verschiedener Genres (Pop, Rock, Dance, Oldies)	33	48
Programme mit überwiegendem Anteil von Informationen, Nachrichten, Diskussionen	16	27
Oldies	23	29
Rockmusik	20	24
klassische Musik	8	16
internationale Sender oder Sender, die kein deutschsprachiges Programm senden	14	28
Schlager, Volksmusik	8	10
Jazzmusik	9	16
Dance, Black Music, Soul/Funk, Hip-Hop	8	10
elektronische Musik (House, Techno usw.)	9	11
Weltmusik	6	11
sonstige Programmart	3	6

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

meistgenutztes Programm benannt werden. Zwar können Programme wie Sky FM, 1.FM, 181.fm, Smooth Jazz.com und über 230 weitere Programme jeweils nur meist kleine einstellige Meisthöreranteile auf sich vereinen, doch können sie in der Summe fast jeden fünften Webradiohörer (19%) als Meisthörer binden, von denjenigen, die im herkömmlichen Radio kein Lieblingsprogramm benennen können, sogar fast ein Drittel (32%).

16 Webradionutzung verschiedener Anbietergruppen

Frage (offen): Nun zum Webradio: Welches ist Ihr Lieblingsprogramm, das Sie am meisten hören?, in %

	Gesamt							Webradiohörer	
	14-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50-59 J.	60-69 J.	ab 70 J.	ohne W-Lan-Radio	mit W-Lan-Radio	
Basis absolut	2 329	107	367	685	630	427	113	1 466	863
keine Angabe, weiß nicht, kein Lieblingsprogramm	11	7	11	10	11	13	18	16	3
Webradio v. öff.-rechtl. Sender Deutschland	26	23	22	26	25	26	38	27	23
Webradio v. öff.-rechtl. Sender Ausland	7	6	4	8	8	10	4	6	10
Webradio v. privatem Sender Deutschland	15	16	20	17	16	10	5	15	16
Webradio v. privatem Sender Ausland	6	4	7	6	6	6	2	4	9
reines Webradio-Angebot	19	33	26	19	17	14	5	16	22
Social-Networks mit Audio-Schwerpunkt	2	5	2	2	1	0	1	2	1
Musikgenre/Programmart allgemein genannt	11	5	4	8	12	18	22	11	11
nicht eindeutig klassifizierbar	4	3	4	4	3	3	4	4	4

Basis: Webradionutzer, n=2 329.

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

17 Meisthörer Webradios versus Meisthörer normales Radio nach Anbietergruppen

Angaben in %

	meistgehörtes Radioprogramm auf UKW/Kabel ¹⁾						Musikgenre/ Programmart allgemein genannt	Gesamt
	keine Angabe, weiß nicht, kein Lieblings- programm	öff.-rechtl. Sender Deutschland	öff.-rechtl. Sender Ausland	privater Sender Deutschland	privater Sender Ausland			
Basis absolut	149	1 257	203	512	52	156	2 329	
keine Angabe, weiß nicht, kein Lieblingsprogramm	28	11	8	10	8	9	11	
Webradio von öff.-rechtl. Sender Deutschland	9	41	5	10	2	3	26	
Webradio von öff.-rechtl. Sender Ausland	1	5	44	2	10	4	7	
Webradio von privatem Sender Deutschland	5	10	5	38	13	6	15	
Webradio von privatem Sender Ausland	4	5	5	7	29	2	6	
reines Webradio-Angebot	32	17	18	20	25	9	19	
Social-Networks mit Audio-Schwerpunkt	3	2	1	1	0	0	2	
Musikgenre/Programmart allgemein genannt	11	6	8	8	12	64	11	
nicht eindeutig klassifizierbar	7	3	5	4	2	3	4	
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	

1) Frage (offen): Zum „normalen Radio“: Welches ist Ihr Lieblingsprogramm, das Sie am meisten hören?

2) Frage (offen): Nun zum „Webradio“: Welches ist Ihr Lieblingsprogramm, das Sie am meisten hören?

Basis: Webradionutzer, n=2 329.

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

Webradiohörer erwarten Rückgang ihres normalen Radiokonsums

Wie gezeigt wurde, hören Besitzer von Webradio-geräten häufiger Webradio. Obwohl bereits auf höherem Niveau, erwarten sie in noch stärkerem Maße als die Webradiohörer ohne IP-Radiogeräte, dass ihre Webradionutzung in der Zukunft weiter zunehmen wird: 70 Prozent der Gerätebesitzer glauben, dass sie in den nächsten drei Jahren etwas

häufiger (38%) oder viel häufiger (32%) Webradio hören werden (vgl. Tabelle 18). Parallel dazu erwarten 43 Prozent dieser Hörer, dass sie herkömmliches Radio über UKW oder Kabel in drei Jahren etwas seltener (29%) oder sehr viel seltener (14%) hören werden. Für die Gruppe derjenigen ohne W-Lan-Radio gilt gleiches in abgeschwächter Form.

Erwartungsgemäß glauben Jüngere in stärkerem Maße an eine Zunahme ihres Webradiokonsums: Während knapp drei Viertel der 14- bis 29-Jährigen

18 Erwartete Nutzungsveränderung durch Webradios

Frage: Was glauben Sie, wie sich Ihre persönliche Radionutzung in den nächsten drei Jahren verändern wird? Angaben in %

	Webradiohörer		14-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50-59 J.	60-69 J.	ab 70 J.
	ohne W-LAN Radio	mit W-LAN Radio						
Basis absolut	1 466	863	107	367	685	630	427	113
Webradio								
viel häufiger	19	32	24	28	25	22	22	19
etwas häufiger	45	38	49	40	43	44	43	34
gleich häufig/gleich selten	34	29	25	30	31	33	33	43
etwas seltener	1	0	1	1	0	1	0	2
sehr viel seltener	1	0	1	1	0	0	1	2
normales Radio	0	0	0	0	0	0	0	0
viel häufiger	2	2	2	1	1	2	4	1
etwas häufiger	8	5	8	7	5	6	8	13
gleich häufig/gleich selten	69	50	54	59	64	63	60	64
etwas seltener	17	29	26	24	21	21	20	14
sehr viel seltener	5	14	9	9	9	7	7	8

Quelle: Webradiostudie House of Research/WDR.

19 Absatzschätzung von Webradiogeräten

Angaben in Tsd Stück

Jahr	Welt	davon Europa gesamt	Deutschland	Spanien	Frankreich	Rest Europa	außerhalb Europas
2009	3 330	1 830	550	370	370	550	1 500
2008	1 670	920	280	180	180	280	750
2007	750	410	120	80	80	120	340
2006	130	70	20	10	10	20	60
2006-2009 gesamt	5 880	3 230	970	640	640	970	2 650
Anteil in %	100	55	17	11	11	17	45

Quelle: Schätzung von House of Research auf Grundlage von Expertenbefragungen.

(73%) meinen, in drei Jahren zumindest etwas häufiger Webradio zu hören, nimmt dieser Anteil mit dem Alter stetig ab – dennoch geht von den ab 70-Jährigen über die Hälfte (53%) von einer Zunahme aus.

Verbreitung von speziellen Webradioempfangsgeräten wird zunehmen

Es kann festgehalten werden, dass spezielle IP-Radiogeräte die Webradionutzung vereinfachen und eine weitere Nutzungsform losgelöst vom Computer ermöglichen, was sich tendenziell steigernd auf die Nutzungshäufigkeit und -dauer auswirkt. Mit der weiteren Verbreitung von solchen Empfangsgeräten wird also auch die Nutzung von Webradio und Telemedien zunehmen. Weltweit ist für das Jahr 2009 von einem Absatz von mehr als 3,3 Millionen W-Lan-Radiogeräten auszugehen, wovon mit gut 1,8 Millionen rund die Hälfte auf Europa entfällt (vgl. Tabelle 19). Mit ca. 550 000 verkauften Stück im Jahr 2009 ist Deutschland innerhalb Europas der größte Markt. Bei ungebrochenem Trend werden in Deutschland im Jahr 2010 knapp eine Million bzw. weltweit knapp sechs Millionen Geräte verkauft werden. Kumuliert man diese Zahlen, ergeben sich seit 2006 insgesamt gut 1,9 Millionen

verkaufte Geräte in Deutschland und 11,6 Millionen Geräte weltweit.

Neben der zunehmenden Verbreitung von W-Lan-Radios wirken sich weitere Faktoren als Treiber zunehmender Webradionutzung aus. Durch die zunehmende Verbreitung von Smartphones und mobilen Internet-Flatrates gewinnen Radio-Abspielprogramme für das Handy an Bedeutung. Diese sogenannten Apps sind nicht mehr nur für iPhones von Apples preisgünstig erhältlich, sondern auch für immer mehr Smartphones anderer Hersteller.

Auch die Autoindustrie ist an diesem Thema stark interessiert. Erste IP-Radiogeräte für das Auto wurden zum Beispiel von Blaupunkt auf der CeBIT 2009 vorgestellt. Ford bietet in den USA ein iPhone App an, mit dem Webradio über das iPhone empfangen und per Bluetooth in das Autoradio übertragen werden kann. Und Chrysler will einige seiner Modelle gleich mit einem W-Lan-Router ausstatten, über den dann auch noch weitere Internetanwendungen genutzt werden können.

Fazit

Der technische Fortschritt macht auch beim Radio nicht halt. Webradio heißt das Phänomen, das beileibe nicht neu ist, sich aber langsam und stetig immer mehr durchsetzt – nicht zuletzt durch entsprechende Endgeräte, hier IP- oder W-Lan-Radiogeräte genannt. Durch den Besitz solcher Geräte steigt die Webradionutzung an, parallel nimmt die Nutzung über den „klassischen“ Verbreitungsweg ab. Die IP-Radiogeräte ermöglichen eine sehr „normale“ Webradionutzung, losgelöst von der Notwendigkeit, einen Computer in der Nähe zu haben.

**Angleichung der
Formatpräferenzen
bei Webradio und
normalem Radio**

Damit hören IP-Radiobesitzer auch morgens schon öfter mal Webradioangebote, und auch die Formatpräferenzen nähern sich denen der Hörer von „normalem“ Radio an. Trotz Diversifikation auf Senderebene, die sich durch einen riesigen Markt von vielen Tausend Sendern ergibt, hören viele auch über das Web ihre angestammten Lieblingsprogramme aus der UKW-Welt. Dies entspricht den Ergebnissen der WDR-Studie aus dem Jahr 2008. (11)

**Klassischer Radio-
begriff hat sich im
Internet behauptet**

Gleichzeitig geht es an anderen Fronten der Empfangsgeräte-Verbreitung weiter: Apps vereinfachen den Streamabruf nicht nur auf dem iPhone, und Autohersteller arbeiten daran, Webradioangebote auch im Auto verfügbar zu machen. Vor diesem Hintergrund passt es ganz gut, noch einen Blick auf einen Beitrag in Media Perspektiven zu Webradios aus dem Jahr 2001 zu werfen und den heutigen Erkenntnissen gegenüber zu stellen. Damals sahen die Autoren die Situation so: „Der Prozess der Auflösung des ‚klassischen‘ Radiobegriffs schreitet im Internet schnell voran.“ (12) Die aktuelle Studie zeigt ein etwas anderes Bild: Der klassische Radiobegriff hat im Internet seine Stellung behauptet. Die Vollprogramme haben vielerorts das Web als Verbreitungsweg entdeckt, und dies wird auch vom Publikum angenommen. Es haben sich allerdings auch sehr viele Randzonen der Radio-

nutzung entwickelt (z.B. Podcast, Portale wie Last.fm), die nicht mehr als Radio verstanden werden.

Ein weiteres Statement der genannten Studie von 2001 wird aktuell bestätigt: „Entscheidend für den Konvergenzprozess ist die Verfügbarkeit von Geräten, die unterschiedliche Medientypen nutzerfreundlich und mit einem erkennbaren Mehrwert verbinden.“ (13) Der Einschränkung, dass dies „weniger in den stationären Geräten der Haushalte“ (14) gesehen wird, muss allerdings widersprochen werden. Die von den Autoren auch angesprochenen Forschungsdefizite haben sich durch die Verschmelzung von Geräten und Nutzungswegen allerdings eher noch verschärft.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. van Eimeren, Birgit/Beate Frees: Der Internetnutzer 2009 – multimedial und total vernetzt? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. In: Media Perspektiven 7/2009, S. 334–348, hier S. 336.
- 2) Diese Definition nennt die GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) als Voraussetzung für den Erhalt der günstigsten Lizenz in Höhe von 30 Euro netto. An weiteren Kosten hat der Betreiber die Verwertungsgebühren an GEMA und GVL (Gesellschaft zur Verwendung von Leistungsschutzrechten) zu zahlen. Vgl. Informationen zu den Webradiolizenzen, online verfügbar unter <https://lizenzshop.gema.de/lipo/produkte/webradio/index.jsp>.
- 3) Die Kosten der so genannten Music-Flatrate belaufen sich auf 9,95 Euro pro Monat.
- 4) Nach Auskunft von vTuner variiert die Anzahl der Sender, scheint sich aber über alle Codecs bei 13 000 bis 14 000 einzupendeln, davon: 6 000 bis 6 500 mp3-Streams, 6 000 bis 6 500 wma-Streams, 400 bis 500 aac-Streams (wachsend) und 500 RA/Ogg.
- 5) Diese Schätzung wird durch interne Zahlen von vTuner gestützt.
- 6) Mit dieser ma wurde die Erweiterung der bisherigen Grundgesamtheit (14+) um die zehn- bis 13-jährigen eingeführt.
- 7) „Was ist Radiohören?“ (WDR-interne Studie 2008).
- 8) Vgl. Windgasse, Thomas: Webradio: Potenziale eines neuen Verbreitungswegs für Hörfunkprogramme. Qualitative Studie zur Nutzung internetbasierter Radios. In: Media Perspektiven 3/2009, S. 129–137.
- 9) Vgl. van Eimeren, Birgit/Beate Frees: Nutzungsoptionen digitaler Audio- und Videoangebote. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. In: Media Perspektiven 7/2009, S. 349–355.
- 10) Vgl. ma 2009/II.
- 11) Vgl. Windgasse (Anm. 8).
- 12) Barth, Christof/Thomas Münch: Webradios in der Phase der Etablierung. Angebote, Nutzung und Inhalte des Hörfunks im Internet. In: Media Perspektiven 1/2001, S. 49.
- 13) Ebd.
- 14) Ebd.

