

Ergebnisse DAB+-Reichweitenstudie 2017 und Perspektive Media Analyse

Dr. Kristian Kunow

Im Zuge der Digitalisierung hat sich das Angebot an Radioprogrammen in den letzten Jahren vervielfältigt. Neben Internetradio hat sich DAB+ als digital-terrestrischer Empfangsweg etabliert. Die Attraktivität von DAB+ zeigt sich nicht zuletzt anhand des deutlich gestiegenen Interesses an den von den Landesmedienanstalten ausgeschriebenen Kapazitäten für regionale und auch bundesweite DAB+-Verbreitung.

Wie in der analogen Welt des UKW-Radios hängt die Refinanzierung der digitalen Verbreitung privater Radioangebote in wesentlichen Teilen von einer im Markt anerkannten Ausweisung der Reichweiten ab. Die für den Werbemarkt relevante Ausweisung ist die der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse (agma). Mit der ma Radio 2000 wurde vor fast zwei Jahrzehnten die bis heute praktizierte Methode der Reichweitenermittlung anhand computergestützter telefonischer Interviews (CATI) entwickelt. Vor drei Jahren hat die agma mittels einer in Teilen technischen Messung die Erhebung für Audioangebote im Internet entwickelt. Die Ergebnisse der ma IP Audio werden mit denen der klassischen ma Radio in die neue Währungsstudie fusioniert, die ma Audio.

Nach wie vor ungelöst ist das Problem, dass die über DAB+ erzielten Reichweiten nur unzureichend in der ma Radio bzw. ma Audio abgebildet werden. Dieses Problem betrifft vor allem die bundesweiten sowie originären DAB+-Programme, die keine Simulcast-Verbreitung haben. Grund sind die Abfrage-Konventionen der agma. Entwickelt in Zeiten ausschließlich analoger, lokaler bzw. regionaler eng definierter Radioverbreitung,

bilden sie eine hohe Hürde für Nicht-UKW-Angebote in den Genuss einer gestützten Abfrage zu kommen. Ohne eine gestützte bzw. namentliche Abfrage durch Vorlesen des Sendernamens und Senderslogans in den Telefoninterviews sinken die Chancen der DAB+-Angebote, auf die Anzahl von Nennungen zu kommen, die für einen Reichweitausweis durch die Media Analyse notwendig ist.

Ohne die ma-Ausweisung bieten sich den bundesweiten bzw. originären DAB+-Anbietern kaum Chancen erfolgreicher Werbevermarktung. Aber auch die Anbieter von Simulcast-Programmen können aktuell anhand der Media Analyse nicht feststellen, welchen Reichweitenanteil sie über den Empfangsweg UKW erzielen und welchen über DAB+.

Die DAB+-Reichweitenstudie 2017 und Fusion in die ma Audio 2018

Bereits seit einigen Jahren fordern die Landesmedienanstalten und verschiedene private Anbieter, dieses Problem zu lösen. Im März 2016 schließlich hatte die agma den Beschluss gefasst, eine eigenständige DAB+-Studie zu entwickeln. Gemeinsam mit der ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast sowie privaten Radioanbietern hatten die Landesmedienanstalten daraufhin im Sommer 2016 eine Pilotstudie zur DAB+-Nutzung beim agma-Institut Media-Micro-Census in Auftrag gegeben. Anhand der Pilotstudie haben die zuständigen Gremien der agma die Anforderungen an eine DAB+-Reichweitenstudie unter dem Dach der agma weiter ausformuliert.

Die Auftraggeber der letztjährigen Pilotstudie plus weitere private Anbieter haben in diesem Jahr eine DAB+-Reichweitenstudie bei MMC beauftragt, die den Anforderungen der agma-Gremien genügt. Mit einer Ausnahme: Auch in diesem Jahr dient die für den Digitalisierungsbericht erhobene Haushaltsausstattung mit DAB+-Radiogeräten als Hochrechnungs- und Gewichtungsbasis der DAB+-Reichweitenstudie.

Mit der diesjährigen Studie werden seitens der agma die notwendigen Tests zur Integration in die ma Audio durchgeführt. Zeitgleich mit der „Frühjahrswelle“ der ma Radio werden dann auch die DAB+-Reichweiten erstmals im Rahmen einer dezidierten DAB+-Studie der agma erhoben und im Herbst 2018 in die Währungsstudie ma Audio fusioniert. Damit werden auch erstmals in Deutschland Daten zu den Nutzungsanteilen vorliegen, die auf DAB+ im Vergleich zu Internetradio und UKW entfallen.

Methodik DAB+-Reichweitenstudie 2017

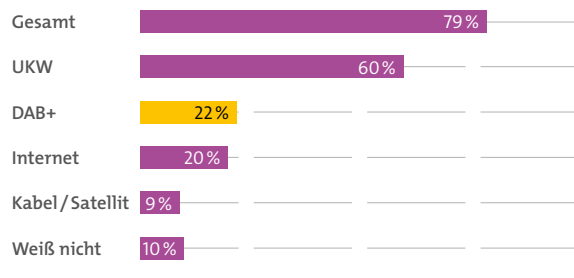
Den von der agma formulierten Anforderungen folgend wurde das methodische Konzept im Vergleich zu dem der letztjährigen Pilotstudie noch einmal erheblich verändert. Die Pilotstudie basierte auf einer Online-Tagebuch-Befragung (Dauer 8 Tage). Für die Tagebucherhebung konnten per Online-Access-Panel sowie CATI-Bus-Befragung insgesamt rund 2.300 Teilnehmer rekrutiert werden.

In diesem Jahr wurde auf eine sogenannte Day-After-Recall-Befragung (DAR) umgestellt, im Rahmen derer die Teilnehmer Auskunft über ihre Radionutzung am vergangenen Tag gaben. Fast die Hälfte der Teilnehmer wurde, wie in der ma Radio praktiziert, telefonisch mittels CATI befragt, die andere Hälfte online per CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Insgesamt über 6.000 Personen ab 14 Jahre mit DAB+-Radiogerät im Hause und/oder im Auto wurden auf verschiedenen Wegen für die Studie rekrutiert. Damit ist die ermittelte Radionutzung der diesjährigen Studie gemäß Digitalisierungsbericht repräsentativ für rund 10,5 Millionen Personen mit Zugang zu

einem DAB+-Radiogerät. Die Studie wurde erstmals von zwei Marktforschungsinstituten durchgeführt, Kantar TNS und IFAK.

Abb. 1:

Tagesreichweite nach Empfangswegen (Mo.–So.)



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland mit einem DAB+ Radio zu Hause und/oder im Auto, n = 6.014; Quelle: DAB+-Reichweitenstudie 2017, Media-Micro-Census GmbH, Kantar TNS, IFAK

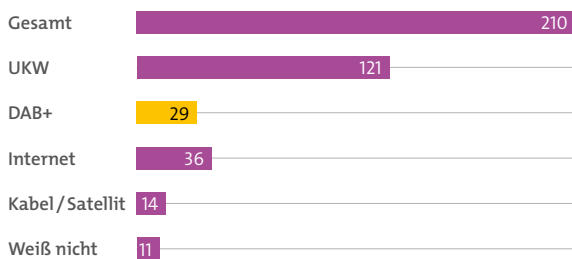
DAB+ mit höherer Tagesreichweite als Internetradio

Auch Personen mit einem DAB+-Radiogerät im Hause und/oder Auto besitzen deutlich mehr UKW-Geräte als DAB+-Geräte. Den Studienergebnissen zufolge sind nur ein Fünftel der Radiogeräte zuhause DAB+-Geräte. Im Auto sind es im Durchschnitt rund ein Drittel. Damit sind die Nutzungsmöglichkeiten anderer Empfangswege, insbesondere UKW, auch bei DAB+-Nutzern nach wie vor bedeutend größer.

Radio gesamt weist bei den DAB+-Nutzern eine Tagesreichweite (Montag-Sonntag) von 79 Prozent auf (Abb. 1). Die erhobene Tagesreichweite von DAB+ beläuft sich auf 22 Prozent. Das bedeutet, dass gut ein Fünftel der Personen mit einem DAB+-Radiogerät an einem durchschnittlichen Tag Radio über DAB+ hört. 60 Prozent hören Radio über UKW, 20 Prozent über das Internet. Damit weist DAB+ eine höhere Tagesreichweite als Internetradio auf und das, obwohl die Zahl der verfügbaren internetfähigen Endgeräte wie Laptop, PC, Smartphone oder auch Tablet die der DAB+-Geräte deutlich übersteigen dürfte. Weit abgeschlagen ist der Radioempfang über Kabel und Satellit mit einer Tagesreichweite von 9 Prozent.

Abb. 2:

Hördauer in Minuten (Mo.–So.) nach Empfangswegen



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland mit einem DAB+ Radio zu Hause und / oder im Auto, n = 6.014; Quelle: DAB+-Reichweitenstudie 2017, Media-Micro-Census GmbH, Kantar TNS, IFAK

Im Schnitt hören DAB+-Nutzer mit 210 Minuten deutlich mehr Radio als die Durchschnittsdeutschen (vgl. ma Audio). Die längste Hördauer entfällt auch hier mit durchschnittlich 121 Minuten auf die UKW-Nutzung (Abb. 2). Personen mit einem DAB+-Radiogerät hören im Schnitt etwa eine halbe Stunde bzw. 29 Minuten täglich über DAB+ und 36 Minuten über Internetradio. Kabel und Satellit kommen auf eine Hördauer von 14 Minuten.

Betrachtet man nur diejenigen Personen über 14 Jahre, die gestern (auch) Radio über DAB+ gehört haben, zeigt sich, dass hier die auf DAB+ entfallende Hördauer mit 130 Minuten sogar die von UKW mit 101 Minuten übersteigt (Abb. 3). Zudem wird deutlich, dass die DAB+-Nutzung sich positiv auf die Radiohördauer insgesamt auswirkt. Mit 301 Minuten liegt die Radionutzung der DAB+-Hörer gestern noch einmal deutlich über der von Personen mit DAB+-Radiogerät insgesamt (210 Minuten, s. o.).

DAB+ mit einem Nutzungsanteil von 14 Prozent

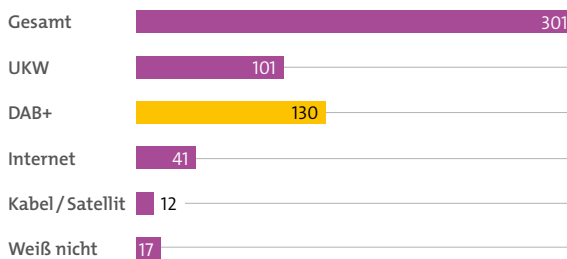
Gemessen an der Hördauer entfällt auf DAB+ ein Nutzungsanteil von 14 Prozent bzw. 29 von 210 Minuten der durchschnittlichen Radionutzung von Personen mit einem DAB+-Radiogerät im Hause und/oder im Auto.

Die gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Programmangebote sind bereits besonders stark

Abb. 3:

Gestern über DAB+ gehört (Mo.–So.)

Hördauer in Minuten

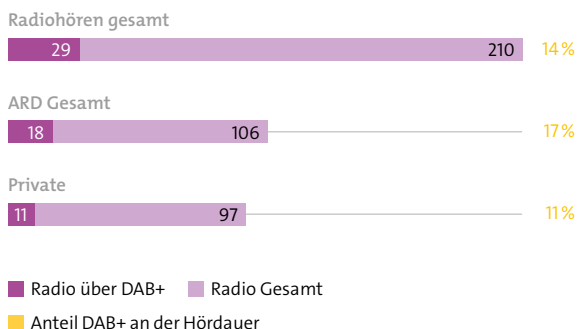


Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland mit einem DAB+ Radio zu Hause und / oder im Auto, n = 6.014; Quelle: DAB+-Reichweitenstudie 2017, Media-Micro-Census GmbH, Kantar TNS, IFAK

über DAB+ vertreten. Dies schlägt sich auch in einem höheren DAB+-Nutzungsanteil nieder. Überdurchschnittliche 17 Prozent der Nutzung öffentlich-rechtlicher Programme entfallen auf DAB+-Angebote (Abb. 4). Das entspricht einer Hördauer von 18 Minuten an einem durchschnittlichen Tag. Die werbefinanzierten privaten DAB+-Angebote hingegen kommen auf 11 Minuten bzw. einen DAB+-Nutzungsanteil von 11 Prozent. Auch insgesamt ist die Hördauer öffentlich-rechtlicher Angebote bei den DAB+-Nutzern mit 106 Minuten etwas höher als die privater Programme mit durchschnittlich 97 Minuten.

Abb. 4:

DAB+ Anteil an Hördauer in Minuten (Mo.–So.)



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland mit einem DAB+ Radio zu Hause und / oder im Auto, n = 6.014; Quelle: DAB+-Reichweitenstudie 2017, Media-Micro-Census GmbH, Kantar TNS, IFAK

Mit Blick auf die Bundesländer bzw. Regionen in Deutschland wird deutlich, dass der DAB+-Nutzungsanteil regional sehr unterschiedlich ausfällt. Personen mit einem DAB+-Radiogerät zu Hause und/oder im Auto hören im Südosten der Republik besonders viel über DAB+. An der Spitze liegt Hessen mit einem DAB+-Nutzungsanteil von 20 Prozent, gefolgt von Bayern und der Region Mitteldeutschland (Sachsen-Anhalt, Thüringen und Sachsen) mit jeweils 18 Prozent. In diesen Ländern bzw. Regionen erzielen sowohl die öffentlich-rechtlichen als auch die privaten Angebote ihre Spitzenwerte. So kommen die DAB+-Angebote des Bayerischen Rundfunks auf einen Anteil von 24 Prozent der Nutzung öffentlich-rechtlicher Radioprogramme in Bayern insgesamt. In Mitteldeutschland erzielen die öffentlich-rechtlichen DAB+-Angebote 21 Prozent, in Hessen 20. Einzig in Hessen sind die privaten DAB+-Angebote mit einem Anteil von 20 Prozent an der gesamten Privatradionutzung auf Augenhöhe mit den Öffentlich-Rechtlichen. Aber auch in Bayern und Mitteldeutschland erzielen private Programme mit 14 Prozent jeweils Spitzenwerte. Sowohl was den DAB+-Nutzungsanteil gesamt, als auch den der öffentlich-rechtlichen und privaten DAB+-Angebote betrifft, bilden Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen/Bremen die Schlusslichter.

DAB+-Programmnutzung erzielt beachtliche Werte – Nachholbedarf am Arbeitsplatz

Wenn auch aus methodischen Gründen nicht unmittelbar vergleichbar, so bestätigen die Ergebnisse der DAB+-Reichweitenstudie 2017 die im letzten Jahr anhand der Pilotstudie getroffene Feststellung, dass neben der Marktdurchdringung von DAB+-Radiogeräten auch die tatsächliche Programmnutzung über DAB+ bereits beachtliche Werte erzielt. Absolut betrachtet weist DAB+ eine Tagesreichweite von 2,5 Millionen Personen über 14 Jahre auf. Eine Million davon wird (auch) unterwegs im Auto erreicht.

Damit die Radionutzung über DAB+ weiter an Dynamik gewinnt, ist es zum einen wichtig, dass die Zahl der Personen mit Zugang zu einem DAB+-Radiogerät weiter steigt. Zum anderen wird entscheidend sein, dass die Anzahl der für einen Radiohörer verfügbaren DAB+-Radiogeräte sich erhöht und damit die Nutzungswahrscheinlichkeit von DAB+. Ein wichtiger Faktor sind hier sicherlich serienmäßig verbaute DAB+-fähige Autoradios. Aber auch am Arbeitsplatz, wo Radio eine besonders hohe Verweildauer erzielt, hat DAB+ noch deutlichen Nachholbedarf.

DAB+-Programme erzielen ausweisbare Reichweiten

Die Ergebnisse zeigen zudem, dass DAB+-Programme überall dort bereits besonders stark genutzt werden, wo neben einer hohen Marktdurchdringung von DAB+-Geräten ein breites Programmangebot aus öffentlich-rechtlichen und privaten DAB+-Angeboten vorhanden ist. Während die DAB+-Verbreitung der öffentlich-rechtlichen Programme gebührenfinanziert ist, sind die privaten Programme auf eine Refinanzierung der Verbreitungskosten am Werbemarkt angewiesen. Die programmbezogenen Ergebnisse der DAB+-Reichweitenstudie 2017 zeigen, dass DAB+-Kombis, einzelne originäre DAB+-Programmangebote und Simulcastangebote nach dem ZAW-Rahmenschema und den Vorgaben der AGMA ausweisbare Reichweiten über DAB+ erzielen. Die Studie ist darüber hinaus ein wichtiger Schritt in Richtung Ausweisung dieser DAB+-Reichweiten durch die Media-Analyse im nächsten Jahr.

Impressum:

Beilage zum Digitalisierungsbericht 2017
Copyright die Medienanstalten

Die Studie wurde von den Medienanstalten gemeinsam mit ARD, Absolut digital, Antenne Sylt, Deutschlandradio, Kultradio.fm, Lulu Media, Media Broadcast, Radio Energy, Regiocast, Schlagerparadies und Schwarzwaldradio bei mmc beauftragt und von Kantar TNS und IFAK durchgeführt.