

Entwicklung eines Messverfahrens für die Webradionutzung

## ► ma IP Audio: Daten zur Radionutzung im Internet

Von Lothar Mai\*

Radio wird auf verschiedenen Wegen – stationär oder mobil, mittels W-Lan-Radio, externen Playern oder Apps – auch über das Internet gehört. Diese Nutzung zu erfassen und für die Programm- und Mediaplanung verfügbar zu machen, war und ist das Interesse von Hörfunkanbietern, Werbungtreibenden, Vermarktern und Mediaplanern.

**agma veröffentlicht 2014 erstmals Ergebnisse zur Webradionutzung**

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) hat im Jahr 2014 erstmals Ergebnisse zur Webradionutzung in Deutschland veröffentlicht. Viermal im Jahr gibt die agma die Anzahl und Dauer der abgerufenen Sessions der teilnehmenden Webradios bekannt. Insgesamt verzeichneten die gemessenen Angebote im Berichtszeitraum Juli bis September 2014 rund 86 Millionen Sessions pro Monat. Durchschnittlich dauerte eine Session eine Stunde und sieben Minuten (vgl. Abbildung 1).

**IP-Audio-Daten derzeit noch nicht mit ma-Radio-Daten vergleichbar**

Die ma IP Audio liefert einen logfile-basierten Messstandard für Webradio und bildet die komplette Webradionutzung über alle Nutzungswege ab. Die agma zählt dabei keine reinen Streamstarts, sondern bildet auf Basis identischer Informationen in den Logfiles zusammenhängende Nutzungsvorgänge, sogenannte Sessions. Die ma IP Audio weist ausschließlich technische Messdaten aus. Deshalb haben die Daten der ma IP Audio nicht den Währungscharakter wie die personenbezogenen Hörerdaten der ma Radio und sind damit nicht mit diesen vergleichbar. (1)

**Künftig sollen soziodemografische Hörerdaten integriert werden**

In Zukunft sollen auch soziodemografische Angaben zu den Hörern integriert werden. Die ma IP Audio ist ein Meilenstein auf dem Weg zu einer Audio-Konvergenz-Datei, die klassisches Radio und digitale Audioangebote über alle Empfangswege in einer Datei planbar machen wird. Bereits Ende 2015 sollen hierzu erste Ergebnisse veröffentlicht werden.

Der folgende Beitrag möchte die Erfassung der Nutzung von Webradios beschreiben und den Weg zur Konvergenzwährung Radio erläutern.

### ma IP Audio – Entwicklung eines Messstandards für Webradios

**Klassische Radiosender und reine Webradios im Internet empfangbar**

Ausgangspunkt der Entwicklung der ma IP Audio ist der stark fragmentierte Markt der Radiosender im Internet. Zum einen ist das Internet für klassische Radiosender ein weiterer Verbreitungsweg,

der zumindest für private Sender weitere Möglichkeiten der Werbeflatzierung bietet. Zum anderen gibt es eine große Zahl von Webradios, die nur im Internet zu empfangen sind und ebenfalls Audio-Werbemöglichkeiten bieten.

Die Nutzung der Livestreams der UKW-Programme über das Internet wird weitgehend mit der ma Radio erfasst. Der Anteil des Verbreitungswegs Internet kann aber nur für Radio gesamt ermittelt werden. Bereits 2011 wurden hierzu Fragen in der ma Radio aufgenommen. Die Radionutzung über das Internet wird getrennt nach Empfangsgerät (PC, Internetradio und Handy) abgefragt. Die Nutzung der digitalen Zusatzangebote und der reinen Webradios kann wegen der noch geringen Nutzung und des stark fragmentierten Marktes in der ma Radio nur ungenau und zusammengefasst dargestellt werden. Das heißt: Webradios, die in der ma Radio von den Befragten genannt werden, werden separat erfasst und als Gruppenwert in den Methodenberichten der agma bereits ausgewiesen. Eine gestützte Vorlage im Interview ist wegen der großen Anzahl der Webradios nicht möglich.

Allerdings zeigen die Daten der ma Radio, dass die klassische Radionutzung noch immer über 90 Prozent der Tagesreichweite von Radio ausmacht. Ein Großteil der Nutzung im Internet entfällt dabei auf Simulcast-Sender, also auf Sender, die hauptsächlich über UKW empfangbar sind und das Internet als weiteren Verbreitungsweg nutzen und dort ihr Programm zeitgleich ausstrahlen (vgl. Abbildung 2).

Bis 2013 wurden die Wünsche der Radiosender nach Reichweiten und der Werbewirtschaft nach Mediadaten für Webradio nur durch Studien von Anbietern befriedigt. Es fehlten verlässliche Zahlen von unabhängiger Seite. Deshalb wurde 2011 eine Taskforce IP Audio gegründet, die einen Marktstandard zur Messung von Streamingdaten bei Webradios schaffen sollte. Beteiligt waren neben Webradio-Anbietern die agma (Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse) und der BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft). Die AGOF Services GmbH unterstützte die Entwicklung des Messstandards als Dienstleister.

Vorgaben waren die vollständige Erfassung der Nutzung von Webradio über alle Endgeräte mit einem Ansatz, der für den Markt umsetzbar und finanzierbar ist. Zunächst wurde für die Erfassung der Webradionutzung die grundsätzliche Eignung von pixelbasierter Messung und Logfileanalyse getestet.

Die Verpixelung der Mediaplayer hat den Vorteil, dass die Messung direkt am Gerät erfolgt und nur benötigte Informationen erhoben werden. Im Test stimmten die Start- und Stopp-Aktionen mit den protokollierten Aktionen überein, sodass die Reliabilität der Erhebung gegeben ist. Leider gibt es zu viele unterschiedliche Ausspielclients (webplayer,

**Livestreams von UKW-Sendern als Gesamtwert seit 2011 über ma Radio erfasst**

**UKW-Nutzung macht 90 % der Tagesreichweite von Radio aus**

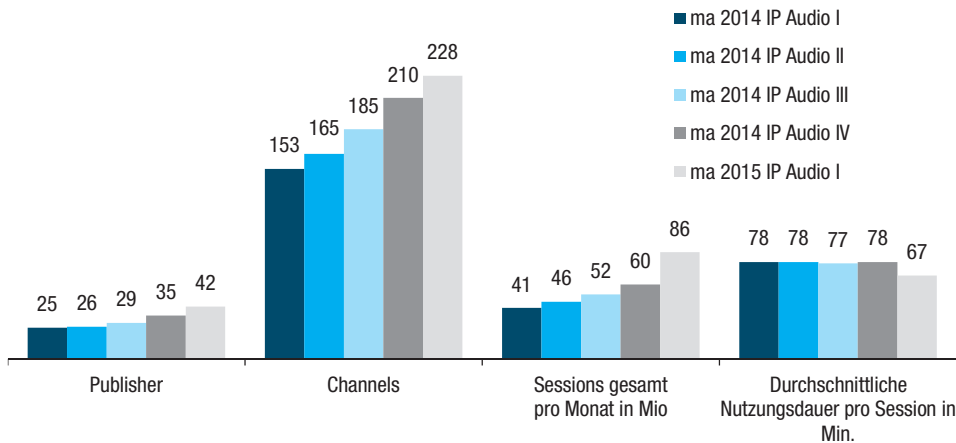
**Taskforce IP Audio 2011 gegründet**

**Vorgaben und Zielsetzung**

**Testphase: pixelbasierte Messung geeignet?**

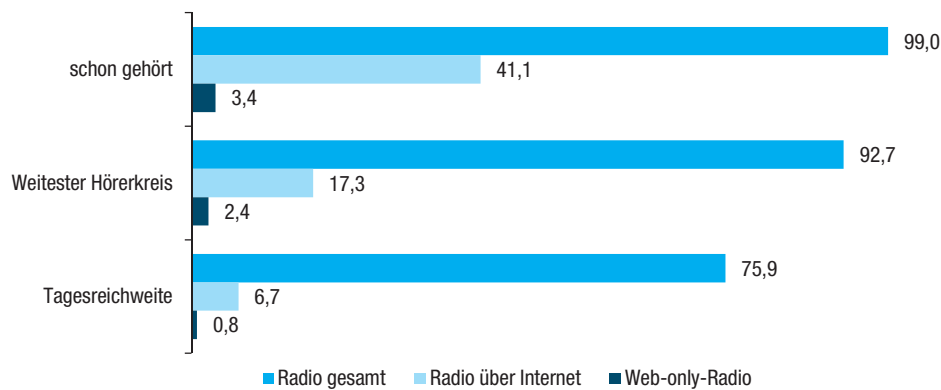
\* ARD-Werbung Sales & Services.

**Abb. 1 Kennzahlen der ma IP Audio 2014/2015**



Quelle: ma IP Audio.

**Abb. 2 Radionutzung über das Internet nach der ma Radio Reichweite in %**



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren, Mo-So (schon gehört, Weitester Hörerkreis, Tagesreichweite), BRD gesamt, Internetradionutzung per Nachfrage, nicht aus Tagesablauf.  
Quelle: ma 2015 Radio I.

proprietäre Apps der Anbieter, radio.de, iTunes, W-Lan-Radios), die nur zum Teil verpixelt werden können. Da eine vollständige Erfassung der Nutzung damit nicht möglich ist, wurde die Verpixelung nur zur Validierung der Logfileanalyse verwendet.

**Tests von Logfileanalysen**

Die teilnehmenden Webradios (Antenne Bayern, Rock Antenne, Raute Musik, 90elf, FFH, 1LIVE, Ballermann Radio, Olé Radio, TOP 100 Station und culture.fm) lieferten zunächst Rohlogfiles, um die generelle Struktur, die Möglichkeiten der Vereinheitlichung und das Vorhandensein aller relevanten Informationen zu testen. Das Ergebnis dieser ersten Sichtung waren sehr unterschiedliche Strukturen der Logfiles. Der Bedarf an Harmonisierung und der Entwicklung von Konventionen wurde festgestellt.

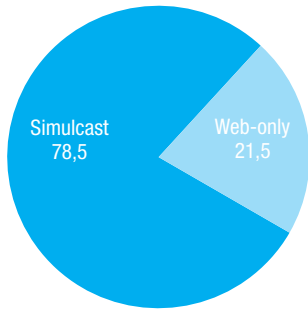
Danach wurde ein Simulationstest durchgeführt. In insgesamt 300 Nutzungssituationen wurde getestet, ob die Nutzungsvorgänge in den Logfiles auffindbar waren und ob die Nutzungsdauern übereinstimmten. Dabei wurden die unterschiedlichsten Nutzungsvorgänge (Start/Stop, Kappen der Inter-

netverbindung, gleichzeitige Nutzung etc.) mit unterschiedlichsten Abspielclients (Browser Player, Windows Media Player, Apps, W-Lan-Radiogerät etc.) simuliert und in den Logfiles überprüft. Insgesamt wurden ca. 300 Nutzungssituationen getestet. Der überwiegende Anteil der Nutzungsvorgänge konnte in den Logfiles gefunden werden. Messlücken und andere Abweichungen müssen in der Entwicklung der Konventionen berücksichtigt werden.

Nach diesen Tests hat sich die Taskforce IP Audio auf einen logfilebasierten Messstandard für Webradios geeinigt. Nur dadurch kann die komplette Webradionutzung über alle Nutzungswege – stationäres und mobiles Internet, W-Lan-Radios, externe Player oder Apps – abgebildet werden. Hierzu werden die Logfiles aller an der Messung teilnehmenden Channels von den Teilnehmern in standardisierter Form an einen unabhängigen Dienstleister ge-

**Testergebnis: Einigung auf logfilebasierten Messstandard**

**Abb. 3 Nutzung von Simulcast- und Web-only-Radios**  
Anteile an den Sessions, in %



Sessions Durchschnitt/Monat:  
86,35 Mio  
Simulcast-Radios: 67,77 Mio  
Web-only-Radios: 18,58 Mio  
durchschn. Dauer pro Session:  
1 Std 7 Min

Basis: 4. Quartal 2014, durchschnittliche Anzahl der Sessions pro Monat, nur teilnehmende Angebote.  
Quelle: ma 2015 IP Audio I.

schickt, dort geprüft und zu zusammenhängenden Nutzungsvorgängen (Sessions) weiterverarbeitet.

Eine pixelbasierte Messung konnte wegen der Vielfalt der Nutzungswege nicht die gesamte Web-radiounutzung erfassen und wurde daher als Lösung verworfen.

**Konventionen für Teilnahme an ma IP Audio**

Auf Grundlage der Tests und mit Hilfe der Erfahrungen aus bestehenden Konventionen gewerblicher Anbieter und der ARD wurden Konventionen für die Teilnahme an der ma IP Audio und die Lieferung und Verarbeitung der Logfiles entwickelt. Die Anmeldung der Channels an der ma IP Audio erfolgt über den sogenannten Publisher, der die rechtliche Verantwortung für den redaktionellen und werblichen Inhalt hat.

**Unterscheidung von Simulcast- und Web-only-Radio**

In der ma IP Audio werden alle teilnehmenden Channels mit Hilfe der Logfileanalyse erhoben. Channels sind Radiosender, die über das Internet empfangen werden können. Dabei werden sie in Simulcast- oder rein webbasierte Channels, sogenannte Web-only-Radios, unterschieden. Simulcast-Channels werden sowohl über das Internet als auch über einen anderen Empfangsweg (z.B. UKW, Kabel, DAB+) verbreitet. Web-only-Radios werden ausschließlich über das Internet verbreitet.

**Datenlieferung**

Die Teilnehmer der Webradio-Messung liefern ihre kompletten Logfiles aller Abrufe in einem standardisierten Format. Dabei sind Vorgaben beispielsweise hinsichtlich des Dateiformats, der Dateibenennung, des Logfileaufbaus und der Logfilefelder einzuhalten. Die Aggregation der Logfiles in das erforderliche Format erfolgt entweder durch den Publisher oder durch seinen Streamingdienstleister. Dabei ist der Publisher aus datenschutzrechtlichen Gründen verpflichtet, die IP-Adressen zu anonymisieren. Es findet keine Datenbereinigung durch den Teilnehmer statt. Die Daten können als Tagesdateien täglich oder 14-tägig gesammelt geliefert werden. Die Prüfung und Verarbeitung der angelieferten Logfiles obliegt den Dienstleistern der agma.

Unter einem Channel-Client versteht man ein Gerät (Rechner, Browser, W-Lan-Radio oder App), das mit Hilfe der gekürzten IP-Adresse, des IP-Hashs, des User Agents, des Channels, des Streamingserver und des Streamingformats ermittelt werden kann.

Diesem Gerät können nun Logfiles bzw. Nutzungsvorgänge pro Channel zugeordnet und zusammengefasst werden. Diese zusammengefassten Nutzungsvorgänge desselben Channel-Clients werden Sessions genannt. Durch die Zusammenfassung der Logfile-Vorgänge erfolgt zusätzlich eine stärkere Annäherung an einen nutzerbasierten Hörvorgang.

Zusammengefasst werden technische Nutzungsvorgänge, die maximal 15 Sekunden auseinanderliegen oder sich überlappen. Dabei sind alle Sessions ab 60 Sekunden gültig. Sessions, die eine Dauer von 24 Stunden überschreiten, werden auf 24 Stunden Nutzungsdauer gekürzt. Nutzungsvorgänge, die die Tagesgrenze überschreiten, werden dem Tag zugeschlagen, an dem der Vorgang beendet wurde.

Anhand vorliegender Listen wird die Nutzung von Robots oder Spider, also rein technischen Abrufen von Maschinen zum Beispiel für Suchprogramme, ausgeschlossen. Internes Monitoring wird von den Teilnehmern gekennzeichnet und entsprechend entfernt.

Die Ausweisung der Ergebnisse für einen Channel, eine Kombination oder einen Publisher setzt die pünktliche und vollständige Lieferung aller Logfiles des auszuweisenden Quartals voraus. (2) Es werden daher nicht nur die angelieferten Logfiles geprüft, sondern auch die fertigen und bereinigten Sessions. Dabei werden die Daten auf Vollständigkeit, Korrektheit, Datenlücken und logische Stimmigkeit überprüft. Eine Ausweisung erfolgt nur bei schlüssiger Datenlage.

Es werden Sessions, also durchgängige Nutzungsvorgänge eines Channel-Clients, quartalsweise ausgewiesen. Die Einheiten sind: Durchschnitt pro Woche, Durchschnitt in zwei Wochen, Durchschnitt pro Monat und die durchschnittliche Dauer pro Session. Es wird nur die Inlandsnutzung dargestellt. Veröffentlicht werden zunächst nur pro Quartal die durchschnittlichen Sessions eines Monats. Weitergehende Auswertungen stehen Publisher und Vermarkter aus dem Teilnehmerkreis sowie Werbeagenturen und Werbungtreibenden der agma in einem internen Tool zur Verfügung.

Ein Vergleich der einzelnen Veröffentlichungen ist derzeit nur beschränkt möglich, da die Teilnehmerzahl steigt.

**Ergebnisse der ma 2015 IP Audio I**

In der ma 2015 IP Audio I wurden Ergebnisse zum IV. Quartal 2014 veröffentlicht. Die 228 teilnehmenden Channels erreichten dabei – wie erwähnt – pro Monat 86,4 Millionen Sessions, die durchschnittlich eine Stunde und sieben Minuten dauerten. 67,8

**Bildung des Channel-Clients**

**Sessionbildung**

**Datenprüfung**

**Ausweisung der Daten**

**Webradio-Sessions dauern durchschnittlich 1 Stunde und 7 Minuten**

Millionen Sessions wurden dabei von den Simulcast-Sendern und 18,6 Millionen Sessions von den Web-only-Sendern abgerufen (vgl. Abbildung 3).

Die Sender der ARD, die keine zusätzlichen Werbezeiten im Internet anbieten dürfen, konnten 35,8 Millionen Sessions für sich verbuchen, während von den Sendern mit zusätzlicher Werbung im Internet 49,4 Millionen Sessions abgerufen wurden.

**Top Ten der Simulcast-Radios: Sieben ö.-r. und drei private Sender**

Insgesamt sind sieben ARD-Sender unter den Top Ten der Simulcast-Radiosender im Internet vertreten, angeführt von 1LIVE mit über sechs Millionen Sessions auf Platz 2 bis zu hr3 mit 1,7 Millionen Sessions auf Platz 10. In der aktuellen Berichterstattung belegt der Simulcast-Sender Antenne Bayern den ersten Platz. Rock Antenne und FFH gehören ebenfalls zu den zehn am meisten gehörten Sendern im Internet (vgl. Tabellen 1 und 2).

**Tab. 1 Top 15 der Radiosender im Simulcast im IV. Quartal 2014**

	Sessions pro Monat
Antenne Bayern Simulcast	6 642 428
1LIVE	6 067 856
SWR3	5 095 141
NDR 2	3 508 939
Bayern 3	2 307 584
Deutschlandfunk	2 227 837
Rock Antenne Simulcast	2 039 826
hr1	1 943 617
Hitradio FFH Simulcast	1 870 168
hr3	1 708 625
SWR1 BW	1 618 692
YOU FM	1 416 300
Bayern 1	1 404 362
1LIVE DIGGI	1 331 456
planet radio Simulcast	1 203 439

Quelle: ma 2015 IP Audio I.

**Tab. 2 Top 10 der Web-only-Sender im IV. Quartal 2014**

	Sessions pro Monat
laut.fm (user-generated Radio)	7 852 609
Antenne Bayern Channel Kombi (12)	4 695 313
Hitradio FFH Webradios (10)	1 914 478
Rock Antenne Channel Kombi (3)	833 906
planet radio webradios (4)	800 989
sunshine live – Webradios (7)	211 715
1LIVE Web-only (6)	181 959
detektor.fm (2)	66 061
The wave (1)	65 513
harmony.fm Webradios (1)	31 211

In Klammern: Anzahl Channels der Kombi.

Quelle: ma 2015 IP Audio I.

**User-generated Radio laut.fm**

Neu aufgenommen in die ma 2015 IP Audio I wurde ein sogenanntes user-generated Radio mit Namen laut.fm. Laut.fm bietet Musikliebhabern die Möglichkeit, sich ihr eigenes Programm zu gestalten. Ca. 1 400 Playlists können so abgerufen werden. Laut.fm wird als ein Channel in der ma IP Audio ausgewiesen und hat 7,8 Millionen Sessions in einem durchschnittlichen Monat.

**Fragmentierter Markt der Web-only-Sender**

Die anderen Web-only-Sender können nur mit Kombinationen eine vergleichbare Abrufzahl erreichen. Die Web-only-Sender von Antenne Bayern (12 Channels) haben so 4,7 Millionen Sessions, diejenigen von FFH (10 Channels) 1,9 Millionen. Einzelsender wie the wave oder harmony.fm Schlager-Radio können nur 65 000 bzw. 31 000 Sessions vorweisen. Der Markt im Web ist sehr fragmentiert, und viele Web-only-Sender haben nur eine geringe Reichweite.

**Fazit**

**Perspektive: Aufbau einer Konvergenzreichweite**

Die ma IP Audio kann den Markt für Webradio gut beschreiben. Noch sind aber nicht alle Simulcast- und Web-only-Sender dabei. Die Tatsache, dass man schon weiterdenkt und auf Basis der ma IP Audio und der ma Radio eine Konvergenzreichweite aufbauen möchte, hilft den fehlenden Sendern vielleicht bei der Entscheidung zur Teilnahme. Denn nur die Channels in der ma IP Audio können mit ihrer Reichweite im Netz bei einer Konvergenzdatei dabei sein.

Die Konvergenzdatei soll die ma Radio mit vergleichbaren Nutzungswerten der teilnehmenden Webradios der ma IP Audio vereinen und die Möglichkeit bieten, sowohl die Leistungsbeiträge der klassischen Sender als auch die Reichweiten der Online-Audio-Belegungseinheiten darzustellen. Dadurch kann für die klassische Radiowerbung der Empfangsweg Internet und der Leistungsbeitrag einer Online-Audio-Kampagne bewertet werden. Die Vorbereitungen zu dieser Konvergenzdatei sind im vollen Gange, und eine Veröffentlichung wird für Ende des Jahres 2015 erwartet.

Mit der ma IP Audio ist es erstmals gelungen, einen vergleichbaren (technischen) Messstandard für Webradios zur Verfügung zu stellen. Die Akzeptanz im Markt ist groß und die steigende Teilnehmerzahl erhöht die Relevanz. Mit der Entwicklung der Konvergenzdatei, das heißt mit dem Hinzufügen personenbezogener Daten, wird es künftig auch möglich sein, Webradio in den Planungsprozess zu integrieren.

**Ziel: Webradio in den Planungsprozess integrieren**

**Anmerkungen:**

- 1) Vgl. ma 2014 IP Audio I – Dokumentation, Media-Micro-Census GmbH 2014.
- 2) Vgl. ebd.

