Webradiomonitor: Markt nimmt Fahrt auf

von ***Mathias Birkel*** *am* ***24. September 2015***

Das Interesse der Nutzer an Musik- und Audio-Angeboten im Internet steigt stetig, wie der Webradiomonitor 2015 zeigt. Erste Ergebnisse wurden auf der dmexco vorgestellt, die vollständige Präsentation erfolgt am 22. Oktober bei den Medientagen München. Kern der Untersuchung ist eine Befragung aller Anbieter von Webradios, Musik-Streaming-Plattformen, Radio-Aggregatoren und User-Generated-Radios in Deutschland, um aktuelle Trends zu identifizieren.

Online-Audio-Angebote bieten riesige Musikauswahl

Bereits zum siebten Mal untersuchte Goldmedia im Auftrag der BLM (seit 2014 in Kooperation mit dem BVDW) den deutschen Markt für Online-Audio-Angebote für den Webradiomonitor 2015 . Insgesamt können die Nutzer aktuell aus nahezu 10.000 deutschen Online-Audio-Angeboten auswählen (Stand Juli 2015). Zwar sank die Zahl klassischer Webradiosender weiter auf 2.442. Dagegen wuchs aber die Anzahl der Musikstreaming-Angebote, zum Beispiel auf Plattformen wie Spotify oder Deezer auf 7.350 Webradio-Streams.

Gezählt wurden für die Studie redaktionell kuratierte Playlists, die ausgewählte Titel musikalischen (Sub-) Genres zuordnen oder Angebote für bestimmte Stimmungen oder Nutzungskontexte (bspw. zum Joggen oder konzentrierten Arbeiten) zur Verfügung stellen. Zudem wurden auch User-Generated-Radio-Streams mit in die Betrachtung aufgenommen, über die Nutzer, beispielsweise im Rahmen der Plattform laut.de, Webradios starten können, ohne über eine eigene Webpräsenz verfügen zu müssen.

Insgesamt ist online eine deutlich größere Stil- und Genrevielfalt vorzufinden als im klassischen Radio. So zählte der Webradiomonitor 352 Dance-Kanäle, 310 im Bereich Oldies/Schlager, 209 Rock- und 35 Black Music-Angebote.

Dass Online-Audio jedoch nicht nur für Nischenangebote gut ist, zeigt sich u.a. am neuen „Music“-Service von Apple, der im Juni 2015 startete. Dieser bietet neben einem Musikstreaming-Angebot à la Spotify mit Beats 1 auch ein eigenes, weltweit abrufbares 24-Stunden-Webradio, besetzt mit namhaften Moderatoren und DJs.

Bald mehr mobile Abrufe als über den PC

Wie in vielen anderen Bereichen der Mediennutzung setzt sich auch im Audiomarkt der Trend zur mobilen, individualisierten Nutzung ungebrochen fort. Insgesamt erfolgte bereits 2015 ein Drittel der Online-Audio-Abrufe über Smartphones und Tablets.

Für 2018 erwarten die befragten Anbieter, dass es bereits deutlich mehr Abrufe über mobile Endgeräte als über den PC geben wird. Ein großer Teil der Dienste ist bereits über Apps oder mobil optimierte Websites zu empfangen.

Da Online-Audio-Angebote auch bei mobilen Netzverbindungen mit geringer Bandbreite funktionieren, ist das Streaming inzwischen auch unterwegs – zum Beispiel im Auto – meist problemlos möglich. Allerdings werden bei häufiger Nutzung die im Rahmen der Mobilfunkverträge zur Verfügung stehenden Datenvolumina schnell aufgebraucht. 81 Prozent der befragten Online-Audio-Anbieter sind daher der Meinung, dass ein begrenztes Datenvolumen in Mobilfunkverträgen die Entwicklung der mobilen Nutzung von Online-Audio-Angeboten erheblich behindert.

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Nutzung wird immer komfortabler

Auch zu Hause gibt es immer mehr Möglichkeiten, Online-Audio-Angebote komfortabel zu nutzen: Spezielle WLAN-Radios oder Hybrid-Geräte, die neben Online-Audio auch klassisches UKW-Radio bzw. DAB+ empfangen können, erlauben die Nutzung auf einem (beinahe) herkömmlichen Radio. Zudem ermöglichen Smart-TV-Apps die Bedienung über die TV-Fernbedienung. Über eine mit dem Internet verbundene Audio-Home-Anlage sind dem Online-Audio-Empfang auch sound- und lautstärketechnisch keine Grenzen gesetzt.

Ob zu Hause oder mobil: Online-Audio-Angebote nehmen weiter Fahrt auf und liefern eine riesige Audio-Vielfalt auf nahezu jedem Gerät, das mit dem Internet verbunden werden kann und einen Kopfhöreranschluss besitzt.

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien