

WDR-Rundfunkrat
z. Hd. Frau Ruth Hieronymi
Appelhofplatz 1
50667 Köln

Kurzstudie zu den regionalen Auswirkungen von WDR.de

22. April 2010

Von:

Projektleitung:

Goldmedia GmbH

Dr. Klaus Goldhammer

Dr. André Wiegand

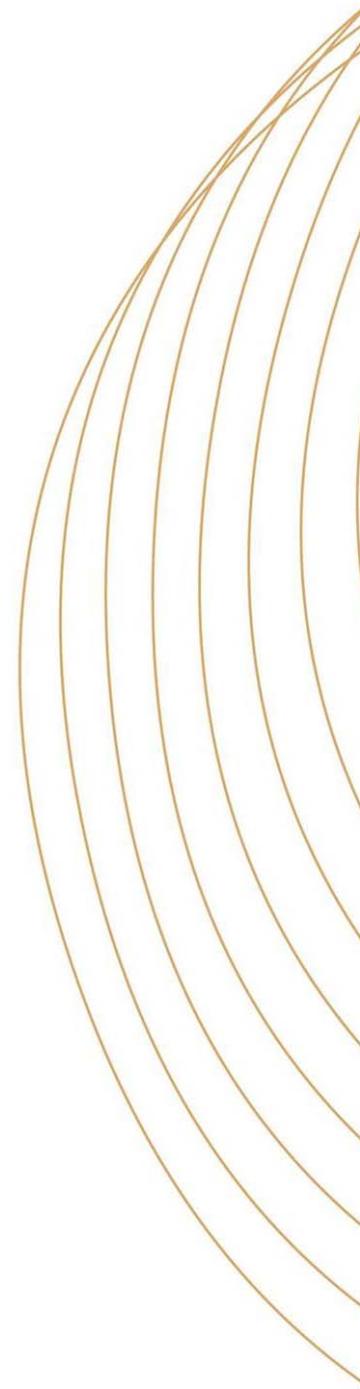
Oranienburger Str. 27
10117 Berlin

Tel. +49 (0)30-246266-0,

Fax +49 (0)30-246 266-66

Klaus.Goldhammer@Goldmedia.de

Andre.Wiegand@Goldmedia.de



Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	3
TABELLENVERZEICHNIS	3
1 AUFTRAG/HINTERGRUND	4
2 ÖKONOMISCHE MARKTANALYSE REGIONALER ANGEBOTE	4
3 MARKTSIMULATION: REGIONALE INTRAMEDIEÄRE MARKTZUGEWINNE BEI MARKTAUSTRITT VON WDR.DE.....	6
4 GESAMTBETRACHTUNG EFFEKTE AUF DEN REGIONALEN ONLINE-WERBEMARKT.....	8

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Geschätzte Netto-Onlineerwerbsumsätze IVW-gelisteter Wettbewerber nach Regionalbezug 2008	5
Abb. 2: Simulation des Marktaustritts von WDR.de im Bereich Informationsangebote nach Regionalität der Onlineangebote	7
Abb. 3: Simulation des Marktaustritts von WDR Fernsehen Online im Bereich Informationsangebote nach Regionalität der Onlineangebote	7
Abb. 4: Simulation des Marktaustritts der Onlineangebote der WDR-Hörfunksender im Bereich Informationsangebote auf Onlineangebote nach Regionalität.....	8
Abb. 5: Theoretischer Markteinfluss nach Wettbewerbsstufen und Regionalbezug bei simuliertem Marktaustritt WDR.de	10

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: IVW-gelistete Angebote der GVK-Angebotsdatenbank: Eingrenzung des Wettbewerbs und Regionalbezug.....	4
Tab. 2: Intramediäre marktliche Auswirkungen des WDR-Onlineangebotes nach Segmenten auf den regionalen Online-Werbemarkt.....	9

1 Auftrag/Hintergrund

Als Gutachter für die ökonomischen Auswirkungen der Telemedienangebote wdr.de und WDR Text wurde Goldmedia vom WDR-Rundfunkrat beauftragt, eine vertiefende Kurzstudie zu den regionalen Auswirkungen von WDR.de durchzuführen. Gegenstand der Kurzstudie sind die folgenden Punkte:

- Quantifizierung des Werbemarktumsatzes der im Gutachten herausgearbeiteten regionalen Wettbewerber von WDR.de mit NRW-Bezug
- Erweiterte Simulation des Marktaustritts von WDR.de auf den Markt für Onlineangebote mit NRW-Bezug
- Ermittlung der Auswirkungen von WDR.de auf den Markt für Onlineangebote mit NRW-Bezug

Die hier vorliegende Kurzstudie baut auf die Methodik und das bereits gelieferte Gutachten auf.

2 Ökonomische Marktanalyse regionaler Angebote

Basis für die ökonomische Wettbewerberanalyse im regionalen Bereich sind die IVW-gelisteten Wettbewerber der in Kapitel 8.1 des Gutachtens differenzierten Wettbewerberstufen. Eine genaue Begründung hierfür findet sich in Abs. 10.1 des Gutachtens. Tab. 1 gibt einen Überblick über die IVW-gelisteten Wettbewerber in den einzelnen Wettbewerbsstufen.

Tab. 1: IVW-gelistete Angebote der GVK-Angebotsdatenbank: Eingrenzung des Wettbewerbs und Regionalbezug

Kategorie/ Wettbewerbsstufe	Anzahl Angebote in GVK- Angebotsdatenbank	Anzahl der Angebote in der GVK-Angebots- datenbank, die 2008 IVW-gelistet waren
Weitester Wettbewerb	1.617	203
Wettbewerb in Teilbereichen	376	120
Weiteste Wettbewerber mit NRW-Bezug	169	67
Wettbewerber in Teilberei- chen mit NRW-Bezug	118	54
Umfassende Wettbewerber	31	16

Quelle: Goldmedia nach GVK-Angebotsdatenbank und IVW-Analyse.

Wie in der Tabelle deutlich wird, ist nur ein Teil der kommerziellen Wettbewerber von ökonomischer Relevanz. Viele kleine und kleinste werbetragende Anbieter werden nicht durch die IVW erfasst – die Werbeeinnahmen dieser Anbieter dürften vergleichsweise gering sein.

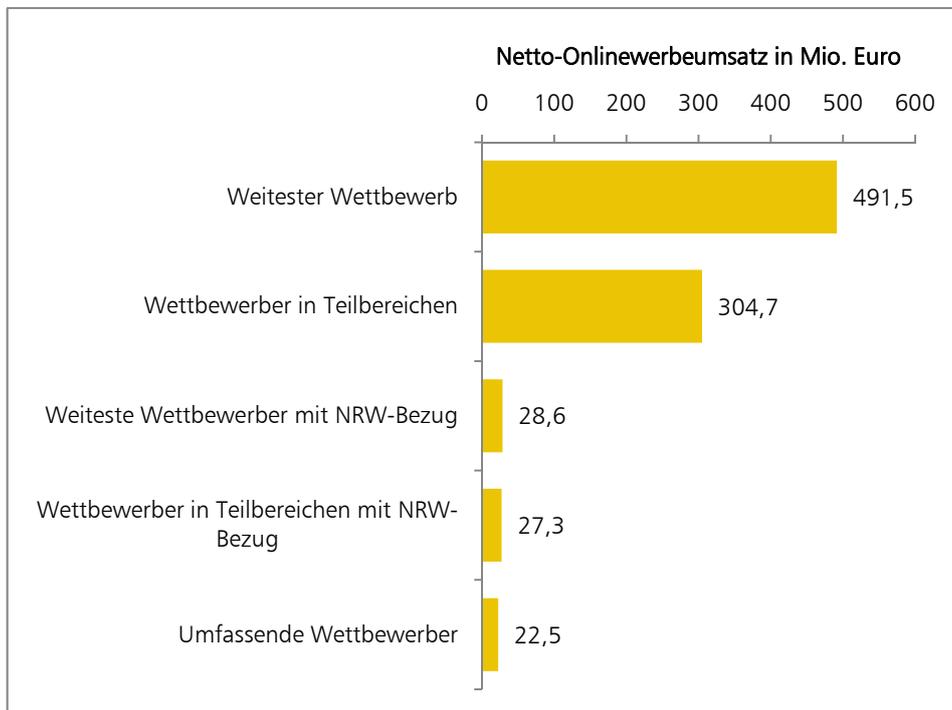
Werden in den einzelnen Wettbewerberstufen die IVW-gelisteten Angebote isoliert, ist das Marktvolumen der jeweiligen regionalen Wettbewerbsstufe (vgl. Kap. 8.1 des Gutachtens) über die kumulierten Visits dieser Angebote und den in Kapitel 10.2.1 im Gutachten hergeleiteten Werbewert pro Visit differenzierbar. Hierbei werden die Visits der einzelnen Angebote mit dem Werbewert pro Visit multipliziert und anschließend aufaddiert.

Dabei zeigt sich, dass der weiteste regionale Wettbewerb zu WDR.de im Jahr 2008 ein Online-Werbemarktvolumen in Höhe von etwa 492 Mio. Euro generierte.

Auf die umfassenden Wettbewerber, die gegenüber dem WDR-Onlineangebot ähnlich breit und regional aufgestellt sind, entfällt ein deutlich geringeres Online-Werbemarktvolumen in Höhe von rund 23 Mio. Euro.

Je nach Betrachtungsweise ist somit die Bezugsmarktgröße für die WDR-Onlineangebote unterschiedlich groß. Weiteste Wettbewerber mit NRW-Bezug weisen ein von Goldmedia geschätztes Online-Werbemarktvolumen (netto) von rund 30 Mio. Euro auf. Die Marktvolumina wurden in Abb. 1 illustriert.

Abb. 1: Geschätzte Netto-Onlinewerbeumsätze IVW-gelisteter Wettbewerber nach Regionalbezug 2008



Quelle: Goldmedia-Analyse nach GVK-Angebotsdatenbank, IVW-Visits 2008, ZAW Werbemarktumsätze 2008

3 Marktsimulation: Regionale intramediale Marktzugewinne bei Marktaustritt von WDR.de

In einem weiteren Schritt wurde berechnet, welche Marktverschiebungen sich ergeben würden, wenn das zu prüfende Angebot aus dem Angebotspektrum isoliert wird. Die sich daraus ergebenden, simulierten Abwanderungen zeigen, in welchem Umfang andere Märkte vom Onlineangebot des WDR betroffen sind (d.h. von einem Marktaustritt profitieren würden).

Basis der hier vorgestellten Analysen sind die in Kapitel 9 des Gutachtens dargestellten Conjoint-Analysen von Goldmedia. Mit Hilfe dieser Conjoint-Analysen kann der simulierte Marktaustritt auch nach regionalem Bezug differenziert werden. Allerdings ist eine solche Regionalisierung nur für die durchgeführte Conjoint-Analyse im Bereich Informationsangebote möglich. Im Bereich Programminformationen sind regionale, auf NRW-bezogene Informationsanteile nicht abgefragt worden.

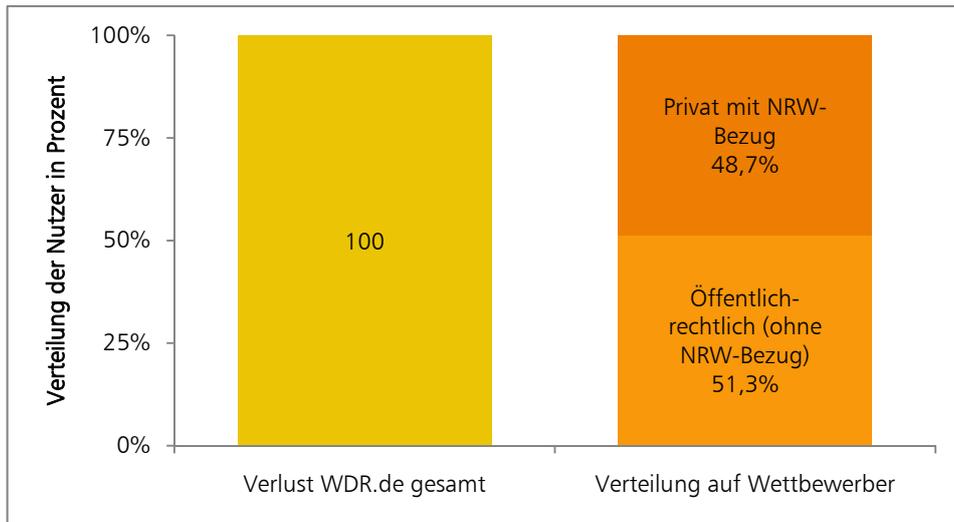
Bereits im Gutachten zeigte sich, dass auf Basis des simulierten Marktaustritts 48,7 Prozent der derzeitigen WDR.de-Nutzer bei Informationsangeboten zu werbefinanzierten Online-Wettbewerbern wechseln würden.

Die hier vorliegende zusätzliche Analyse zeigt nun, dass dieser Anteil zu 100 Prozent den privaten, werbefinanzierten Angeboten mit NRW-Bezug wechseln würde (Abb. 2). Private, werbefinanzierte und überregionale Angebote werden auf Basis der von Goldmedia durchgeführten Conjoint-Analyse im simulierten Marktaustritt von den WDR-Nutzern dagegen nicht abgerufen.

Für überregionale Angebote werden vielmehr die national ausgerichteten, öffentlich-rechtlichen Onlineangebote genutzt. Dies erscheint nachvollziehbar, da die überregionalen Informationsangebote etwa im Beispiel tageschau.de bereits heute auf die Angebote anderer öffentlich-rechtlicher Onlineangebote verwiesen werden. WDR.de wird hier komplementär für den Bereich regionaler Informationen und Programminformationen verwendet.

Würden diese öffentlich-rechtlichen Angebote nicht zur Verfügung stehen, würde WDR.de deutlich stärker auch für nationale Nachrichtenangebote genutzt. Dann würden die WDR.de-Nutzer bei Marktaustritt auch stärker auf andere werbefinanzierte überregionale Onlineangebote ausweichen.

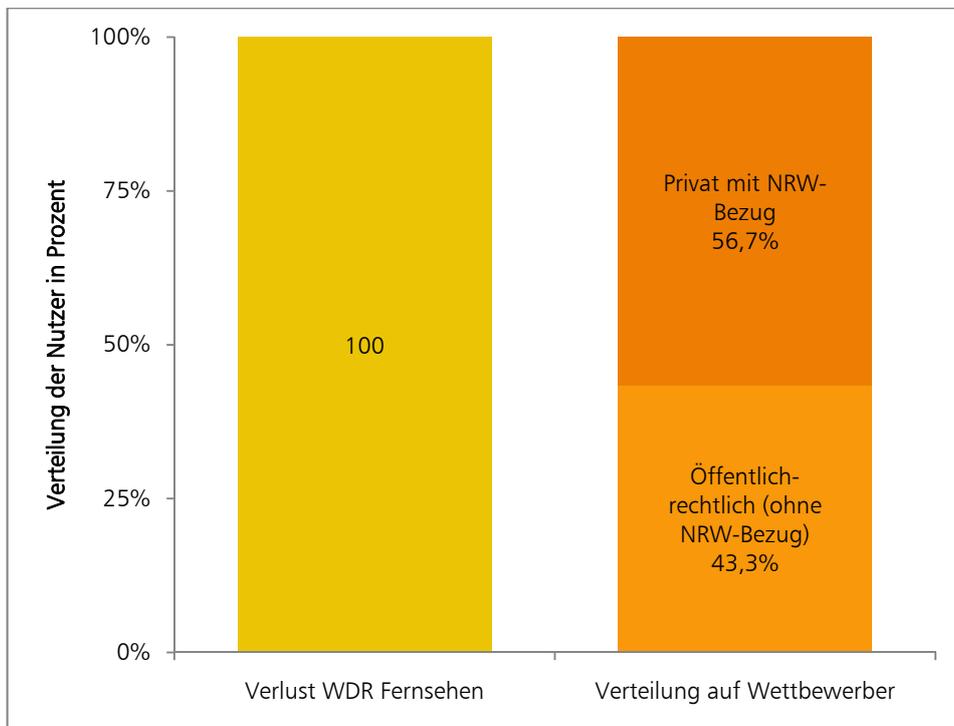
Abb. 2: Simulation des Marktaustritts von WDR.de im Bereich Informationsangebote nach Regionalität der Onlineangebote



Quelle: Goldmedia-Analyse, Conjoint-Simulation mit N=500.

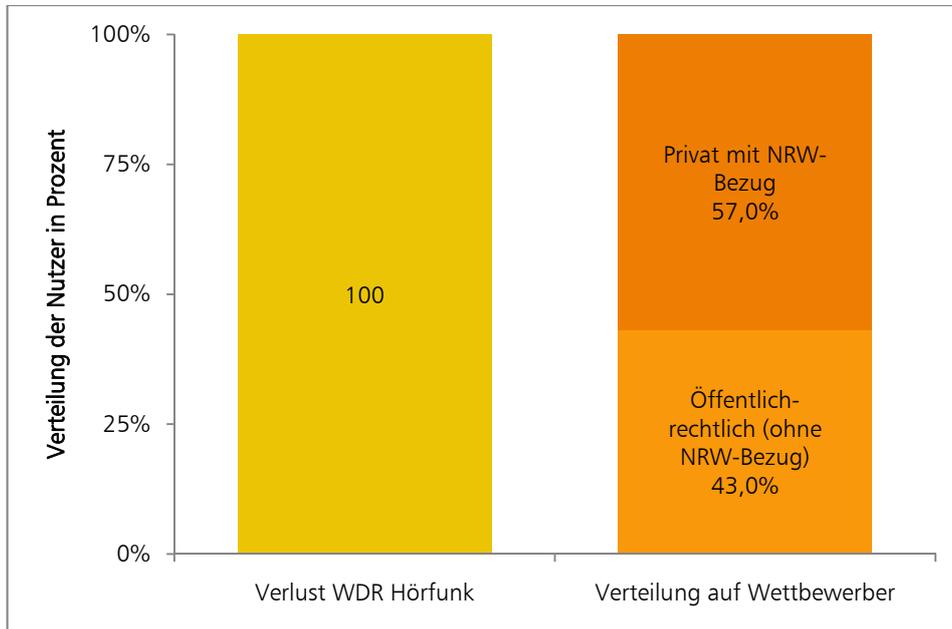
Auch bei den WDR-Onlineangeboten, die zu WDR Fernsehen oder WDR Hörfunk zählen, erfolgt die Abwanderung im Bereich werbefinanzierter, privater Angebote vollständig zu Internetseiten mit NRW-Bezug. Die überregionalen Inhalte werden demnach auch hier vollständig bei alternativen öffentlich-rechtlichen Onlineangeboten nachgefragt (Abb. 3, Abb. 4).

Abb. 3: Simulation des Marktaustritts von WDR Fernsehen Online im Bereich Informationsangebote nach Regionalität der Onlineangebote



Quelle: Goldmedia-Analyse, Conjoint-Simulation mit N=500.

Abb. 4: Simulation des Marktaustritts der Onlineangebote der WDR-Hörfunksender im Bereich Informationsangebote auf Onlineangebote nach Regionalität



Quelle: Goldmedia-Analyse, Conjoint-Simulation mit N=500.

4 Gesamtbetrachtung Effekte auf den regionalen Online-Werbemarkt

Auf Basis der durchgeführten Conjoint-Analysen, deren Ergebnisse durch die direkte und offene Befragung im Wesentlichen validiert wurden, konnten für verschiedene Bereiche des WDR-Onlineangebotes verschiedene Migrationsraten festgestellt werden. Eine Zusammenstellung der Effekte und eine Berechnung der Auswirkungen auf werbefinanzierte Angebote wurden bereits im Gutachten in Abs. 10.3.5 vollzogen. Da diese Ergebnisse auch die Basis für die regionale Betrachtung sind, sollen sie an dieser Stelle noch einmal dargestellt werden.

Die Teilergebnisse der separaten Conjoint-Analysen wurden in Tab. 2 mit den in Kapitel 10.2 des Gutachtens ermittelten Marktäquivalenzwerten des WDR-Onlineangebotes in Verbindung gebracht. Sofern für einzelne Bereiche unterschiedliche Migrationswerte aus mehreren Untersuchungen vorlagen, wurden Durchschnittswerte gebildet. In der Folge lässt sich der derzeitige negative Einfluss des gesamten WDR-Onlineangebotes auf den regionalen Online-Werbemarkt (anhand der Zugewinne bei Marktaustritt) darstellen. Insgesamt würden marktliche Auswirkungen in Höhe von 1,81 Mio. Euro entstehen.

Tab. 2: Intramediäre marktliche Auswirkungen des WDR-Onlineangebotes nach Segmenten auf den regionalen Online-Werbemarkt

	WDR.de Gesamt	WDR Fernsehen	WDR Hörfunk	WDR Kin- derangebote	Sonstiges*
Kinderangebote Abwanderung	-	-	-	4,9%	-
Programminformationsdiens- te Abwanderung	61,5%	61,5%	61,5%	-	61,5%
Informationen Abwanderung	48,7%	56,7%	56,6%	-	56,65%
Gesamtwert: Ø aus Abwan- derung Programminformati- onsdienste/Informationen bzw. Abwanderung bei Kin- derangeboten	55,10%	59,10%	59,05%	4,9%	59,1%
Marktäquivalenzwert in Mio. Euro	3,49	1,45	0,92	0,45	0,67
Resultierende Abwanderung in den regionalen Werbe- markt in Mio. Euro nach Segmenten	-	0,86	0,54	0,005	0,40
Resultierende Abwanderung in den Werbemarkt gesamt	-	1,81 Mio. Euro			

Quelle: Goldmedia-Analyse auf Basis Conjoint-Analyse WDR Programminformationsdienste N=500, WDR Informationsangebote N=500, Kinderangebote bundesweit N=700, IVW, ZAW, WDR/INFOline, GVK-Angebotsdatenbank. * Gewichtete Differenz aus WDR gesamt und allen aufgeführten Teilangeboten.

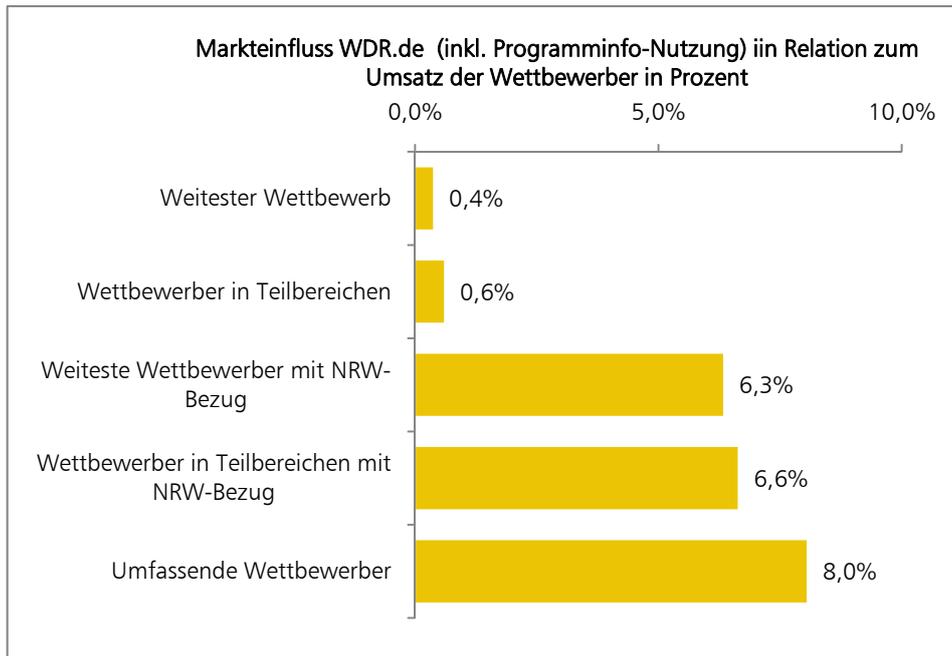
Die größten marktlichen Auswirkungen werden dabei vom WDR-Fernsehangebot sowie von den Hörfunkwellen WDR2 und 1live erzeugt.

Am stärksten hiervon betroffen sind auf Basis der durchgeführten Conjoint-Analysen die Onlineangebote der lokalen Printmedien und der TV-Sender. Auch die Ergebnisse der direkten Befragung bestätigen diese Ergebnisse.

Dies deckt sich auch mit den zusätzlich durchgeführten Analysen zur Regionalität: Gerade aus dem Bereich der Printmedien sind in NRW umfangreiche Onlineangebote vorzufinden.

Der marktliche Einfluss von WDR.de wurde zur Verdeutlichung dieses Ergebnisses in einem nächsten Schritt mit den verschiedenen Wettbewerbsstufen in Relation gesetzt. Dabei leiten sich die in Abb. 5 dargestellten Verhältnisse des Markteinflusses zur Marktgröße ab.

Abb. 5: Theoretischer Markteinfluss nach Wettbewerbsstufen und Regionalbezug bei simuliertem Marktaustritt WDR.de



Der hier dargestellte Markteinfluss beinhaltet auch die WDR.de-Nutzung von Programminformationen, die für den regionalen Wettbewerb im Informationsmarkt nicht relevant sind. Quelle Goldmedia-Analyse,

Insgesamt zeigt sich, dass der WDR-Einfluss bezogen auf den weitesten Wettbewerb und somit auf den Gesamtmarkt marginal ist. Der relative Einfluss steigt jedoch deutlich an, wenn der errechnete Einflusswert in Bezug zu den in Kapitel 8.1 des Gutachtens hergeleiteten Wettbewerbsstufen gesetzt wird. Je nach Bezugsgröße liegt damit der Markteinfluss der WDR-Angebote zwischen unter einem (weiteste Wettbewerber) und 8,0 Prozent (umfassende Wettbewerber – alle umfassenden Wettbewerber weisen einen NRW-Bezug auf).

Werden die regionalen Wettbewerber mit NRW-Bezug als Bezugsgröße herangezogen, liegt der marktliche Einfluss von WDR.de je nach Wettbewerbsstufe zwischen 6,3 und 6,6 Prozent des Gesamtmarktes. Auf Basis der regionalen Analyse der Migrationssimulationen im Falle eines Marktaustritts von WDR.de kann angenommen werden, dass vor allem dieser regional geprägte Markt von WDR.de betroffen ist. Einschränkend muss aber bemerkt werden, dass dies nur für den Bereich der Informationsangebote gilt – eine regionale Zuordnung der Nutzer im Bereich Programminformation kann nicht erfolgen.

Der tatsächliche Einfluss von WDR.de im regionalen Bereich ist jedoch geringer einzustufen. Hintergrund ist, dass ein größerer Teil der Nutzung von WDR.de auf Programminformationsdienste entfällt. Dieser Anteil konnte jedoch auf Basis der zur Verfügung gestellten Daten nicht isoliert werden. Bei Programminformationen ergibt die Regionalisierung der Angebote keinen Sinn – für die Nutzer zählt lediglich, ob die Programminformationen auf einer anderen Plattform verfügbar sind.

Der Nutzungsanteil, der heute auf Programminformationen entfällt, würde bei Marktaustritt von WDR.de nicht speziell auf regionale Plattformen sondern generell auf andere Online-EPGs sowie auf Programmzeitschriften und andere Programminformationsmedien übergehen. (Siehe Kapitel 10.3.1 im Gutachten)

Aus anderen von Goldmedia erstellten Dreistufentestgutachten, in der eine Detail-Analyse der Programmdatennutzung möglich war, lässt sich abschätzen, dass etwa 40 Prozent des Marktäquivalenzwertes auf Programminformationen entfällt. Auf dieser Basis würde sich der marktliche Einfluss auf regionale Wettbewerber auf insgesamt 1,08 Mio. Euro für Informationsdienste belaufen (60 Prozent des Gesamtwertes). Wird dieser Wert für die Betrachtung der Marktrelationen herangezogen, so würde der marktliche Einfluss des Angebotes WDR.de auf die umfassenden regionalen Wettbewerber (mit NRW-Bezug) nur noch 4,8 Prozent betragen.