

Musikstreaming wächst weiter: Verdoppelung von Umsatz und Nutzung

Berlin, 9. Juli 2014 – Das Musikstreaming erklimmt auch in Deutschland immer neue Höhen. So hat sich der Umsatz aus abonnementbasierten und werbefinanzierten Streaming-Diensten von 30,1 Mio. Euro in der ersten Hälfte 2013 auf 57,4 Mio. Euro im ersten Halbjahr dieses Jahres nahezu verdoppelt (+91 Prozent). Dies teilte der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) heute auf Basis einer Erhebung unter seinen Mitgliedern mit. Eine aktuelle Grafik zum Musikstreaming im ersten Halbjahr 2014 findet sich [hier](#).

Parallel zum Umsatz steigt auch die Nutzeraktivität weiter an: Nach einer Auswertung der GfK Entertainment GmbH stieg die Anzahl der Streams auf Audioplattformen von 2,8 Mrd. Streams im ersten Halbjahr 2013 auf rund 5 Mrd. Streams in den ersten sechs Monaten dieses Jahres an. Dabei wurden im Juni erstmals mehr als eine Milliarde Streams in einem Monat gemessen. Meistgestreamte Songs im ersten Halbjahr waren „Waves“ (Robin Schulz Remix) von Mr. Probz, gefolgt von Clean Bandit feat. Jess Glynne mit „Rather Be“ und Pharrell Williams mit „Happy“. Dabei zeigt ein Vergleich zu den klassischen Single Charts, dass vor allem die Genres Dance und Hip-Hop auf den Streaming-Plattformen Plätze gut machen.

Dr. Florian Drücke, Geschäftsführer des BVMI:

„Die Streamingzuwächse zeigen, dass diese neue Möglichkeit, Musik zu nutzen, auch in Deutschland immer besser ankommt. Nach zahlreichen Markteintritten in den vergangenen zwei Jahren lässt sich neben ersten Konsolidierungsanzeichen derzeit auch der Eintritt von im Musikbusiness etablierten Playern in diesen attraktiven neuen Markt beobachten.“

Aktuell stehen den Nutzern in Deutschland 15 Audiostreaming-Dienste zur Auswahl, die von den Musikfirmen lizenziert wurden und Musikflatrates anbieten. Auch wenn viele Deutsche schon vom Musikstreaming gehört haben, zeigen sich gerade bei denen, die statt auf den bezahlten Audioplattformen vor allem auf Gratis-Videoportalen Musik hören, deutliche Wissenslücken zum Streaming, wie eine aktuelle Fokusgruppen-Befragung des BVMI und seiner Mitglieder zutage fördert: Während jüngere Zielgruppen oftmals ein diffuses Bild vom Streaming haben, assoziieren über Dreißigjährige Streaming eher mit der Onlinenutzung von Filmen oder Serien, was bei vielen auch Unsicherheiten hinsichtlich der Legalität mit sich bringt.

Altersunterschiede fallen generell auch bei der Nutzung von Streaming auf: Während Teenager sowohl die Gratisplattformen als auch die bezahlten Dienste in der Regel exklusiv

für den Musikkonsum nutzen, schätzen ältere Nutzergruppen vor allem auch die Möglichkeit des Entdeckens von Musik und kombinieren das Streaming mit dem Kauf von Downloads, CDs oder Vinyl-Schallplatten.

„Auch wenn durch die breite Medienberichterstattung der letzten Monate die Bekanntheit des Musikstreamings maßgeblich zugenommen hat, stellen wir fest, dass viele Menschen noch nicht genau wissen, was es mit dem Streaming auf sich hat. Auch deshalb haben wir im vergangenen Jahr die Initiative PLAYFAIR ins Leben gerufen, die eine klare Einordnung darüber schafft, welche Bezahldienste tatsächlich mit den Künstlern und ihren Partnern zusammenarbeiten und diese an den Einnahmen beteiligen.“

Die Initiative PLAYFAIR bietet einen umfangreichen Überblick über lizenzierte kostenpflichtige Online-Musikservices, die in Deutschland zur Verfügung stehen. Neben einer Liste der PLAYFAIR-Partner im Bereich des Musikstreamings werden die zehn wichtigsten Fragen zu dieser neuen Nutzungsform von Musik beantwortet: http://www.playfair.org/10_fragen_zum_musikstreaming/

Weitere Informationen:

Andreas Leisdon
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: leisdon@musikindustrie.de
Tel.: +49 (0)30 - 59 00 38 -44

Über den Bundesverband Musikindustrie e. V.:

Mit über 280 Labels und Unternehmen aus der Musikbranche repräsentiert der **Bundesverband Musikindustrie** rund 90 Prozent des deutschen Musikmarktes. Als **Interessenvertretung** kümmert er sich um die Durchsetzung der Anliegen der Musikindustrie in der deutschen und europäischen Politik. Durch **Kommunikation** prägt er das Bild der Branche nach innen und außen. Mit branchennahen **Dienstleistungen** wie Rechtsberatung oder PHONONET unterstützt er die tägliche Arbeit seiner Mitglieder. Darüber hinaus leistet die Deutsche Phono-Akademie als Kulturinstitut der deutschen Musikindustrie einen wesentlichen Beitrag zur musikalischen Grundbildung in Deutschland. www.musikindustrie.de, www.echopop.de, www.echoklassik.de, www.echojazz.de, www.phononet.de, www.musicline.de