

IFPI stellt neuen Music Consumer Insight Report vor:

Audio-Streaming für Musikkonsum weltweit immer wichtiger // Urheberrechtsverletzungen bleiben Problem

London / Berlin, 19. September 2017 – Urheberrechtsverletzungen bleiben für die Musikindustrie weltweit eine zentrale Herausforderung: 40 Prozent der Konsumenten hören Musik über nicht-lizenzierte Angebote. In dieser Gruppe enthalten sind auch die 35 Prozent der Internet-Nutzer, die Streamripper verwenden; unter den 16- bis 24-Jährigen ‚rippt‘ weltweit sogar bereits mehr als jeder Zweite (53%). Deutschland liegt in diesen Bereichen unter dem globalen Schnitt: Hier beschaffen sich 30 Prozent der Nutzer musikalische Inhalte über nicht-lizenzierte Quellen und insgesamt 26 Prozent nutzen Streamripper; auch hierzulande ist Letzteres unter den 16- bis 24-Jährigen besonders verbreitet, liegt aber mit 37 Prozent immer noch 16 Prozentpunkte unter dem weltweiten Mittel. Dies sind zentrale Ergebnisse des heute von der International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), dem Dachverband des Bundesverbandes Musikindustrie (BVMI), veröffentlichten Music Consumer Insight Report 2017 “Connecting with Music”. Die von Ipsos Connect durchgeführte Studie hat die Musikkonsum in 13 der weltweit größten Musikmärkte untersucht. Befragt wurden Internet-Nutzer im Alter zwischen 16 und 64 Jahre in Australien, Brasilien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Mexiko, Süd-Korea, Spanien, Schweden, UK und den USA.

Weitere zentrale Erkenntnisse:

- Audio-Streaming nimmt weltweit deutlich zu: 45% der Konsumenten hören Musik über einen lizenzierten Service (2016: 37%) – ein Anstieg um 8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Von denen, die bezahlte Angebote nutzen, hören 90 Prozent Musik über das Smartphone.
- 13- bis 15-Jährige haben eine intensive Beziehung zu Musik: Trotz der Vielzahl konkurrierender Medien streamen 85 Prozent von ihnen Musik, 79 Prozent über Video-Streaming-Dienste, 67 Prozent über Audio-Streaming-Angebote, gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 13 Prozentpunkten. Von den jugendlichen Audio-Streamern sind wiederum 37 Prozent Abonnierende bezahlter Angebote, 62 Prozent streamen werbefinanziert.
- Der 'Value Gap' existiert nach wie vor: User-Upload-Video-Dienste wie YouTube haben den größten Anteil an der On-Demand-Streaming-Zeit, beteiligen die Kreativen und ihre Partner aber nicht in fairer Weise an den Erlösen. Dabei nutzen monatlich inzwischen 85 Prozent der YouTube-Besucher die Seite, um Musik zu hören, 76 Prozent von ihnen sogar, um ihnen bereits bekannte Musik zu streamen.

BVMI Geschäftsführer Dr. **Florian Drücke**: „Der „Connecting with Music“-Report zeigt zum einen, dass Jugendliche zunehmend Audio-Streaming-Dienste nutzen, was sehr erfreulich ist; auch, wenn Video-Streaming-Angebote derzeit noch immer ein Stück davor liegen, bestätigt dies, dass sich das Audio-Streaming als Format in der jungen Generation etabliert. Zum anderen ist es aus deutscher Sicht erfreulich festzustellen, dass sich bei uns weniger Menschen als in anderen Märkten über Streamripper mit Musik versorgen und insofern die konsequente Dreifach-Strategie der Branche in Deutschland – nämlich für attraktive legale Angebote zu sorgen, Aufklärung über die Zusammenhänge zu leisten und vor Rechtsverstößen abzuschrecken – Wirkung zeigt. Insgesamt zeigt der Report aber auch, dass die Nutzung von illegalen Angeboten weiterhin ernst genommen werden muss. Dass der Anteil der YouTube-Nutzer, die den Dienst zum Musikhören aufrufen, gegenüber dem letzten Report sogar noch leicht gestiegen ist, unterstreicht, wie wichtig es ist, dass die neue Bundesregierung die Bestrebungen, den Value Gap auf europäischer Ebene zu schließen, konsequent unterstützt.“

Pressekontakt:

Sigrid Herrenbrück // herrenbrueck@musikindustrie.de // +49 (0)30 - 59 00 38 -44

Über den Bundesverband Musikindustrie e. V.:

Der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) vertritt die Interessen von rund 250 Tonträgerherstellern und Musikunternehmen, die mehr als 80 Prozent des deutschen Musikmarkts repräsentieren. Der Verband setzt sich für die Anliegen der Musikindustrie in der deutschen und europäischen Politik ein und dient der Öffentlichkeit als zentraler Ansprechpartner zur Musikbranche. Neben der Ermittlung und Veröffentlichung von Marktstatistiken gehören branchennahe Dienstleistungen zum Portfolio des BVMI. Seit 1975 verleiht er die GOLD- und PLATIN-Awards an die erfolgreichsten Künstler in Deutschland, seit 2014 auch die DIAMOND-Awards und seit 1977 werden die Offiziellen Deutschen Charts im Auftrag des BVMI erhoben. Zur Orientierung der Verbraucher bei der Nutzung von Musik im Internet wurde 2013 die Initiative PLAYFAIR ins Leben gerufen. Das kulturelle Engagement des BVMI erfolgt unter dem Label der Deutschen Phono-Akademie: Jährlich werden herausragende Künstler mit dem Deutschen Musikpreis ECHO, dem ECHO KLASSIK und dem ECHO JAZZ ausgezeichnet.

Weitere Informationen: www.musikindustrie.de, www.echopop.de, www.echoklassik.de, www.echojazz.de, www.playfair.org