

Studie zu weltweiten Musikhörgewohnheiten:

IFPI veröffentlicht „Music Consumer Insight Report 2018“

Berlin/London, 9. Oktober 2018 - Pro Woche hören die Menschen weltweit 17,8 Stunden Musik und zwar am häufigsten im Auto. Das sind Ergebnisse des heute von der International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), dem Dachverband des Bundesverbandes Musikindustrie (BVMI), veröffentlichten „Music Consumer Insight Report 2018“. Die von AudienceNet durchgeführte Studie hat die Musikkonsumtion in insgesamt 20 der weltweit größten Musikmärkte untersucht. Befragt wurden Internet-Nutzer im Alter zwischen 16 und 64 Jahren in Argentinien, Australien, Brasilien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Mexiko, den Niederlanden, Polen, Russland, Südafrika, Südkorea, Spanien, Schweden, UK und den USA. Die Untersuchung wurde darüber hinaus in China und Indien durchgeführt, diese Ergebnisse sind jedoch nicht in die globalen Zahlen eingeflossen.

Der vollständige Report steht [hier](#) zum Download bereit, zur Pressemeldung von IFPI geht es [hier](#).

Die wichtigsten Erkenntnisse des Reports:

- Der mit 66 Prozent der Befragten am häufigsten genannte Ort, an dem Musik gehört wird, ist das Auto. Deutschland liegt hier mit 77 Prozent deutlich über dem Durchschnitt nach Südafrika (80 Prozent) und vor den USA (75 Prozent).
- Streaming ist praktisch allgegenwärtig: 86% hören Musik über On-Demand-Dienste. Junge Musikkonsumenten sind die aktivsten Streamer, hierbei nutzen 57% der 16- bis 24-Jährigen einen kostenpflichtigen Audio-Streaming-Dienst, in Deutschland sind es sogar 61 Prozent.
- Auf den wachstumsstarken Musikmärkten ist lizenzierte Musik vorherrschend: In China und Indien etwa nutzen jeweils 96% der Verbraucher lizenzierte Angebote.
- User-Upload-Dienste dominieren weiterhin die On-Demand-Nutzung: Fast die Hälfte der Zeit, in der Musik gestreamt wird, wird auf YouTube verbracht.
- Urheberrechtsverletzungen bleiben ein erhebliches Problem: Mehr als ein Drittel (38%) der Verbraucher beziehen Musik auf rechtsverletzenden Wegen, wobei die vorherrschende Methode (32%) hier das Streamripping ist.

Dr. **Florian Drücke**, der Vorstandsvorsitzende des BVMI: „Es ist eine sehr gute Nachricht nicht nur für die Musikindustrie, sondern auch für benachbarte Branchen, dass in den von der Studie abgebildeten Märkten die Mehrheit - 57 Prozent! - der 16- bis 24-Jährigen Musik über Bezahlabos streamt. In Deutschland sind es in dieser Altersgruppe sogar 61 Prozent. Das zeigt, dass sie ein Verständnis für den Wert von kreativen Inhalten haben und von den Angeboten in ihren Nutzungswelten abgeholt werden. Die Studie bestätigt auch, dass Rechtsverletzungen, insbesondere über Streamripping, ein großes Thema bleiben, wenngleich Deutschland im aktuellen Report hier klar unter dem weltweiten Durchschnitt liegt. Wir werden gegen dieses facettenreiche Geschäftsmodell, das sich hierzulande immer wieder auf rechtliche Grauzonen bezieht, weiterhin konsequent vorgehen, da hier ohne Lizenz, und damit ohne Kreative und ihre Partner an den Einnahmen zu beteiligen, Geld verdient wird. Auch hier brauchen wir eine Anpassung an die digitale Realität!“

Weitere Informationen:

Sigrid Herrenbrück
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: herrenbrueck@musikindustrie.de
Tel.: +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.

Weitere Informationen: www.musikindustrie.de, www.playfair.org