



Startschuss für mehrjährige Studie zur Musiknutzung in Deutschland

Erste Ergebnisse: Hohe Zahlungsbereitschaft für Musikstreaming und Live-Konzerte, aber Radio bleibt wichtigstes Musikmedium

Hamburg, 19. September 2018 – Musik-Streaming spielt eine erhebliche Rolle beim Musikkonsum. Jeder Zweite in Deutschland streamt Musik, jeder Vierte sogar über eine kostenpflichtige Premium-Version eines Musik-Streamingdienstes. Die hohe Zahlungsbereitschaft der Nutzer für Musik gilt insbesondere für den Live-Bereich: Knapp 46 Euro würden die Befragten für einen für sie attraktiven Konzert-Besuch ausgeben. Derzeit liegt mit Blick auf die Verweildauer beim Musikhören aber noch immer das herkömmliche Radio vorn: Die Befragten hören pro Woche durchschnittlich 21,5 Stunden Musik, davon fast die Hälfte (9 Std. 42 Min.) über Radiosender. Demgegenüber nehmen etwa physische Tonträger (1 Std. 42 Min.), digitale (gespeicherte) Musik (3 Std. 33 Min.) und gestreamte Musik (2 Std. 11 Min.) zusammen im Mittel 8 Stunden und 19 Minuten ein. 36% der Befragten suchen aktiv nach neuer Musik, meist anhand von Genre oder Interpret. Zwei Drittel von ihnen findet Neues am häufigsten im Internet. Besonders beliebte Genres sind laut Angabe der hier Befragten internationale Pop- und Rock-Musik (62% und 53%), gefolgt von deutschsprachigem Pop (44%) und deutschsprachiger Rock-Musik (37%). Jeder Vierte ordnet seinen Musikgeschmack dem Mainstream oder eher dem Mainstream zu.

Dies sind Erkenntnisse aus der Studie zur Entwicklung der Musiknutzung in Deutschland, die über einen Zeitraum von insgesamt drei Jahren läuft und deren erste Ergebnisse heute im Hamburger Rathaus im Vorfeld des „Musikdialogs“ vorgestellt wurden. Ziel ist eine fundierte Analyse, wie in Deutschland aktuell und zukünftig Musik entdeckt, gekauft und konsumiert wird. Für die sogenannte „erste Welle“, auf die sich die vorliegenden Ergebnisse beziehen, sind 5.140 in Deutschland lebende repräsentativ ausgewählte Personen zwischen 16 und 70 Jahren zu ihrem Musiknutzungs-, Such- und Kaufverhalten befragt worden.

Wissenschaftlicher Leiter der Studie ist Prof. Dr. Michel Clement, Inhaber des Lehrstuhls für Marketing & Media am Institut für Marketing der Fakultät für Betriebswirtschaft an der Universität Hamburg. Auftraggeber sind in Kooperation die zentralen Verbände der Musikwirtschaft, Unterstützer und Förderer sind die Behörde für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg sowie die Initiative Musik gGmbH.



Hamburgs Erster Bürgermeister Dr. Peter Tschentscher: „Der Musikdialog Hamburg ist ein Forum für die deutsche Musikwirtschaft, um sich über grundlegende Fragen und technische Innovationen auszutauschen. Mit der Studie der Universität Hamburg zur Zukunft der Musiknutzung entsteht eine verlässliche Grundlage zur Fortentwicklung bestehender Geschäftsmodelle und für neue Ideen. In Hamburg finden Unternehmen und Künstlerinnen und Künstler hierfür ein optimales Umfeld.“

Kulturstaatsministerin Prof. Monika Grütters, MdB: „Die wichtigste Erkenntnis: Musikhören, insbesondere Live-Musik, ist weiterhin ein großes Bedürfnis vieler Menschen. Auch das eigene Musizieren nimmt in der befragten Gruppe einen überraschend hohen Platz ein. Nicht unerwartet ist, dass die neuen technischen Möglichkeiten auch zu einem veränderten Nutzungsverhalten führen. Erfreulich ist dabei die zunehmende Akzeptanz von legalen Streaming-Diensten – auch von kostenpflichtigen – bei den Verbrauchern. Hier zeigt sich ein Erfolg der Investitionen der Branche in neue Geschäftsmodelle. Die Bundesregierung will die Musikszene und die Musikwirtschaft auch in den kommenden Jahren darin unterstützen, dass interessante neue Musik entstehen kann und ihr Publikum und ihre Hörerschaft findet.“

Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien: „Musik berührt uns Menschen wie kaum ein anderes Kulturgut. Darin liegt ihr besonderer Wert, das zeigt auch diese Studie eindrucksvoll. Umso wichtiger ist es, auch in Zukunft dafür zu sorgen, dass Musik professionell produziert und vermarktet werden kann. Die Studie gibt der Musikwirtschaft fundierte Hinweise zur Entwicklung des Konsumverhaltens und leistet damit einen wichtigen Beitrag dazu, dass sich die Musik auch künftig künstlerisch und wirtschaftlich erfolgreich weiter entwickeln kann. Das gehört gerade im Interesse vieler Musikerinnen und Musiker untrennbar zusammen.“

Zur Erhebungsmethodik:

Bei der Studie handelt es sich um eine repräsentative Panelbefragung in sechs Wellen. Die erste Welle der Befragung fand im August 2018 statt – die weiteren Wellen werden alle sechs Monate erhoben. In der ersten Welle wurden 5.140 in Deutschland lebende Menschen im Alter von 16 bis 70 Jahren zu



ihrem Musiknutzungs-, Such- und Kaufverhalten befragt. Als Erhebungsinstrument dient ein Online-Fragebogen, der über das Panel von Respondi distribuiert wurde.

Der Fragenkatalog umfasst Fragen zu den Bereichen: Nutzung von Musik-Streaming, Musikhörverhalten, aktivem und passivem Musikkonsum, Musiksuchverhalten (wie und wo wird neue Musik entdeckt), Musikkaufverhalten, Zahlungsbereitschaften, Nutzung von und Einstellung zu Live Musik Events (Konzerte, Festivals, Club-Konzerte), Einflussfaktoren wie Künstlern, Texten, Tonqualität, Einstellung zu Musikvideos, Nutzung von Playlists, Wert und Genießen von Musik, Musikgeschmack, Musikalische Bildung, technische Ausstattung, sowie Soziodemografika.

Die heute vorgestellten ersten Ergebnisse der Studie finden sich auf den Websites der herausgebenden Verbände, der Stadt Hamburg und der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung zum Download zur Verfügung:

- Bundesverbandes Musikindustrie e.V. | www.musikindustrie.de
- Bundesverbandes der Veranstaltungswirtschaft e.V. | www.bdv-online.com
- Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte | www.gema.de
- Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH | www.gvl.de
- Live Musik Kommission - Verband der Musikspielstätten in Deutschland e.V. (LIVEKOMM) | www.livemusikkommission.de
- Verband der Deutschen Konzertdirektionen e.V. (VDKD) | www.vdkd.de
- VUT – Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V. www.vut.de
- Freie und Hansestadt Hamburg | www.hamburg.de/bkm/musikdialog/
- Initiative Musik gGmbH | www.initiative-musik.de

Pressekontakt:

Position Public Relations // Jochen Enste // Tel.: 0221 / 931 806-23 // jochen.enste@kick-media.de