



representing the
recording industry
worldwide



Musik hören 2019

Ein Blick
auf die weltweite
Musiknutzung



Inhalt



S04 Methodik & Einleitung
S06 Musikhören 2019

„Umfangreiche Auswahl und Komfort meistgenannte Gründe für Streaming-Nutzung.“

S08 Musik-Streaming weltweit populär



S10 Nutzung technischer Geräte variiert in den Altersgruppen

54%

der Befragten sind leidenschaftlich musikbegeistert.

S12 Musikliebhaber weltweit

„Top 10 zeigen, wie vielseitig der Musikkonsum ist.“

S14 Die beliebtesten Genres der Welt

„Gewohnheiten beim Musikkauflängen auch vom Alter ab.“

S16 Musikkäufe rund um den Globus

„Radio bleibt ein wichtiger Teil der Nutzungswelt.“

S18 Radiohören

23%

versorgen sich via Streamripping mit Musik.

S20 Nicht-lizenzierte Musik

„Social Media spielen große Rolle bei Beschäftigung mit Musik.“

S22 Fokus: China



S24 Fokus: Indien

25,6 Std.

Musik werden in Mexiko in der Woche gehört.

S26 Fokus: Mexiko

„Heimische Künstlerinnen und Künstler generell sehr beliebt.“

S28 Fokus: Südkorea

Methodik

Im April / Mai 2019 hat IFPI weltweit untersucht, wie sich Nutzerinnen und Nutzer mit lizenzierter und unlizenzierter Musik beschäftigen und welche Zugänge sie nutzen.

Die Untersuchung wurde innerhalb einer demographisch repräsentativen Stichprobe der Online-Bevölkerung zwischen 16-64 Jahren in den folgenden Ländern durchgeführt: Argentinien, Australien, Brasilien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Mexiko, Niederlande, Polen, Russland, Südafrika, Südkorea, Spanien, Schweden, UK, Neuseeland, USA. Darüber hinaus wurde die Befragung in China und Indien durchgeführt, die Ergebnisse aus diesen beiden Ländern sind jedoch nicht in den globalen Zahlen enthalten.

Insgesamt wurden 34.000 Nutzerinnen und Nutzer befragt. Für jedes Land wurde eine jeweils repräsentative Quotenstichprobe von 1.000 – 3.000 Befragten in Übereinstimmung mit der jeweiligen Größe der Online-Bevölkerung und der demographischen Struktur zusammengestellt, entsprechend dem jüngsten Zensus.

Dies gewährleistete einen Standardfehler von +/- 3 % in allen Daten bei einem Konfidenzniveau von 95 %. Studiendesign, Durchführung und Analyse: IFPI, die Befragung wurde von AudienceNet durchgeführt.

© IFPI 2019. All data, copy and images are subject to copyright.



Vorwort

Ein Einblick in die Musiknutzung rund um den Globus.



Im Leben der Menschen hat Musik schon immer einen wichtigen Platz eingenommen. Der diesjährige Report zeigt aber, dass ihre Bedeutung für Fans weltweit sogar noch gewachsen ist. Die Mehrzahl der Menschen bezeichnet sich als „leidenschaftlich“ oder „fanatisch“, wenn es um Musik geht. In einem Umfeld, in dem die unterschiedlichsten Medieninhalte um Aufmerksamkeit buhlen, widmen Fans der Musik nicht nur mehr Zeit, sie setzen sich mit ihr auch auf immer vielfältigere Art und Weise auseinander; über technische Geräte, in sozialen Medien, bei Live-Konzerten, Performances und vielem mehr hören, teilen und interagierten sie mit Musik im Alltag.

Wir werfen auch einen genaueren Blick auf die lebendigen, wachsenden Musikmärkte China, Indien, Mexiko und Südkorea.

Der Blick auf die Hörgewohnheiten in den einzelnen Ländern zeigt, wie sehr Fans auch die lokalen Genres schätzen, die nicht nur ihr Leben bereichern, sondern auch die Kultur formen.

Und wir sehen: Die Art und Weise, Musik zu hören, mag von Land zu Land variieren, der komfortable Zugang zu einer großen Musikauswahl macht das Audio-Streaming zur ersten Wahl in allen Altersgruppen.

Die enge Partnerschaft zwischen Music Companies und Künstlerinnen und Künstlern ist das Fundament dieser wachsenden spannenden Welt leidenschaftlicher Musikfans. Musikfirmen investieren jedes Jahr mehr als 5,8 Milliarden US-Dollar in Marketing und A&R. Sie bauen Systeme und Partnerschaften auf, um die Lizenzierung von mehr als 50 Millionen Songs an hunderte digitaler Dienste weltweit zu ermöglichen. Gleichzeitig arbeiten sie mit ihren Künstlerinnen und Künstlern daran, sie mit Fans rund um den Globus verbinden.

Die Untersuchung zeigt jedoch auch, dass der Zugang zu Musik durch nicht-lizenzierte Methoden oder Urheberrechtverletzungen nach wie vor eine echte Bedrohung für die Branche darstellt. Streamripping bleibt dabei die vorherrschende Methode. Dabei fließt nichts zurück an diejenigen, die die Musik schaffen und in sie investieren. Das gefährdet das gesamte Ökosystem der Musikbranche.

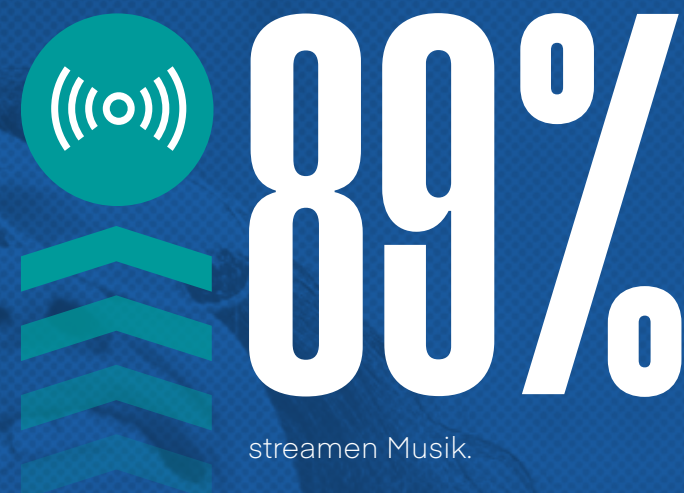
IFPIs *Music Listening Report 2019* zeichnet das lebendige Bild einer Welt, die die hohe Verfügbarkeit eines großen und vielfältigen Musikangebots genießt und wertschätzt. Musikfirmen arbeiten jeden Tag daran, das möglich zu machen.

FRANCES MOORE
CHIEF EXECUTIVE, IFPI

Musikhören 2019

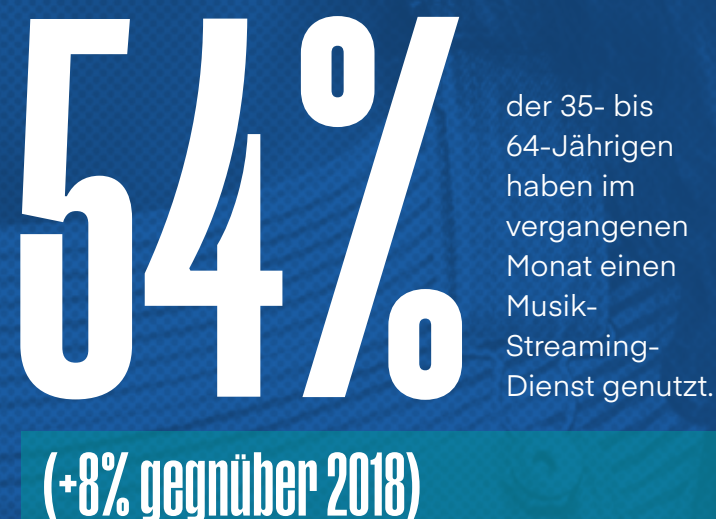
Rund um den Globus wird Musik auf immer vielfältigere Art und Weise gehört. IFPIs Music Listening Report 2019 liefert Einblicke in die Hörgewohnheiten von 19 führenden Musikmärkten weltweit.

Musik-Streaming überall auf der Welt beliebt



Ältere nutzen zunehmend Streaming-Dienste

Die höchste Wachstumsrate gibt es bei den 35- bis 64-Jährigen.



Es wird mehr Musik pro Woche gehört

18 Std.

Das liegt über dem Wert von 2018 (17,8 Std.).

Mehr als 2,6 Std. täglich

Das entspricht etwa

52

3-Minuten-Songs.



Fans beschäftigen sich intensiv mit Musik



54%

bezeichnen sich beim Thema Musik als „leidenschaftlich“ oder „fanatisch“.

Urheberrechtsverletzungen bleiben eine Bedrohung

23%

versorgen sich über Stream-ripping-Websites mit Musik.



Musik-Streaming überall auf der Welt beliebt

2019 spielt On-Demand-Streaming in allen Altersgruppen eine große Rolle, sowohl Premium- als auch werbefinanzierte Angebote werden genutzt. Die Audio-Streamer nennen das große Angebot und den bequemen Zugang als Hauptgründe.

So wird Musik gestreamt:

89%

hören Musik über
On-Demand
Streaming-Dienste

4 Std.

Musik werden jede Woche
über Audio-Streaming-Dienste
gehört

64%

haben im vergangenen Monat
Musik über einen Audio-
Streaming-Dienst gehört

52%

der 16- bis 24-Jährigen haben
im vergangenen Monat ein
Premium-Abo genutzt (mehr als
die in anderen Altersgruppen)

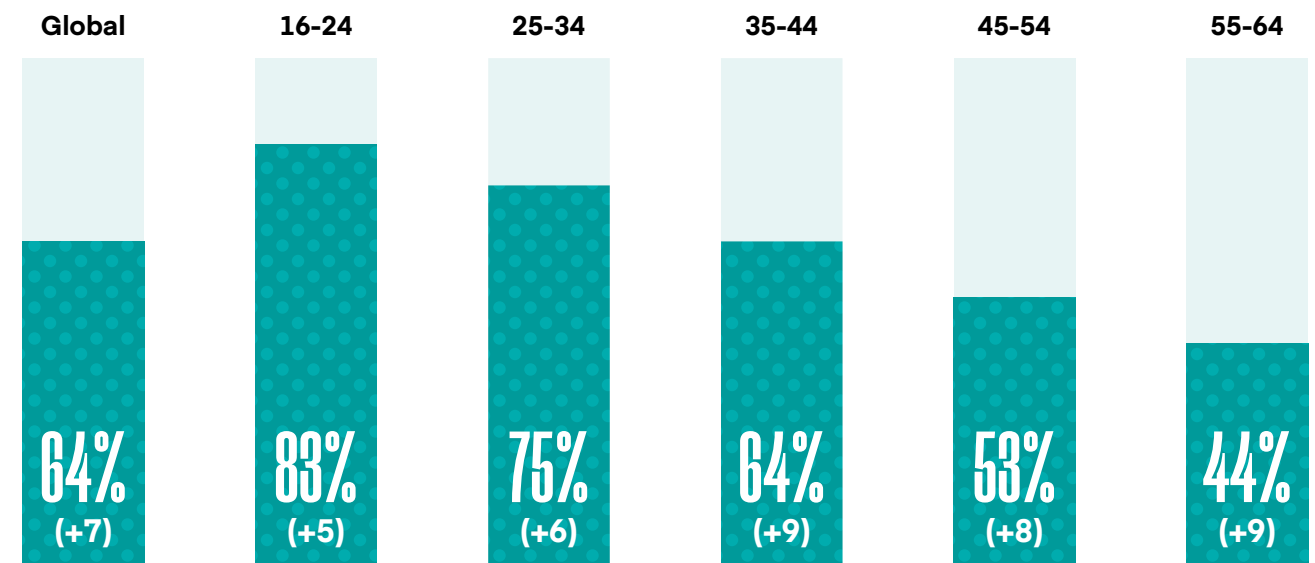
63%

der 16- bis 24-Jährigen haben
am Vortag einen Audio-
Streaming-Dienst genutzt

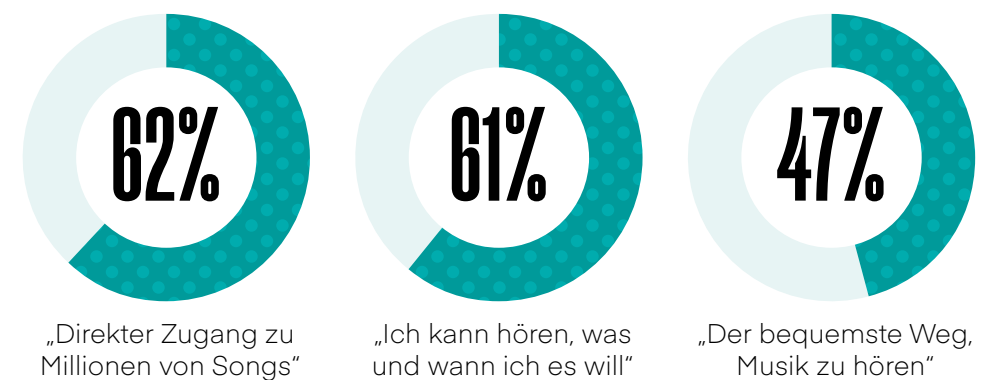
3,5 Std.

Musik pro Woche
werden über
Video-Streaming gehört

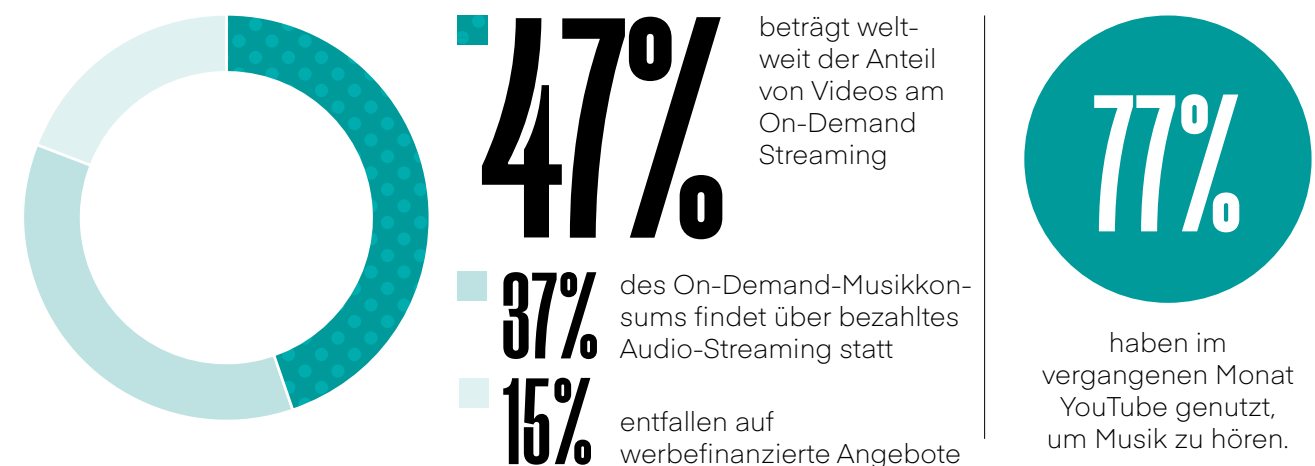
Audio-Streaming: höchste Zuwachsraten bei Nutzerinnen und Nutzern ab Mitte 30



Hauptgründe für die Nutzung von Audio-Streaming-Angeboten



On-Demand Video-Streaming

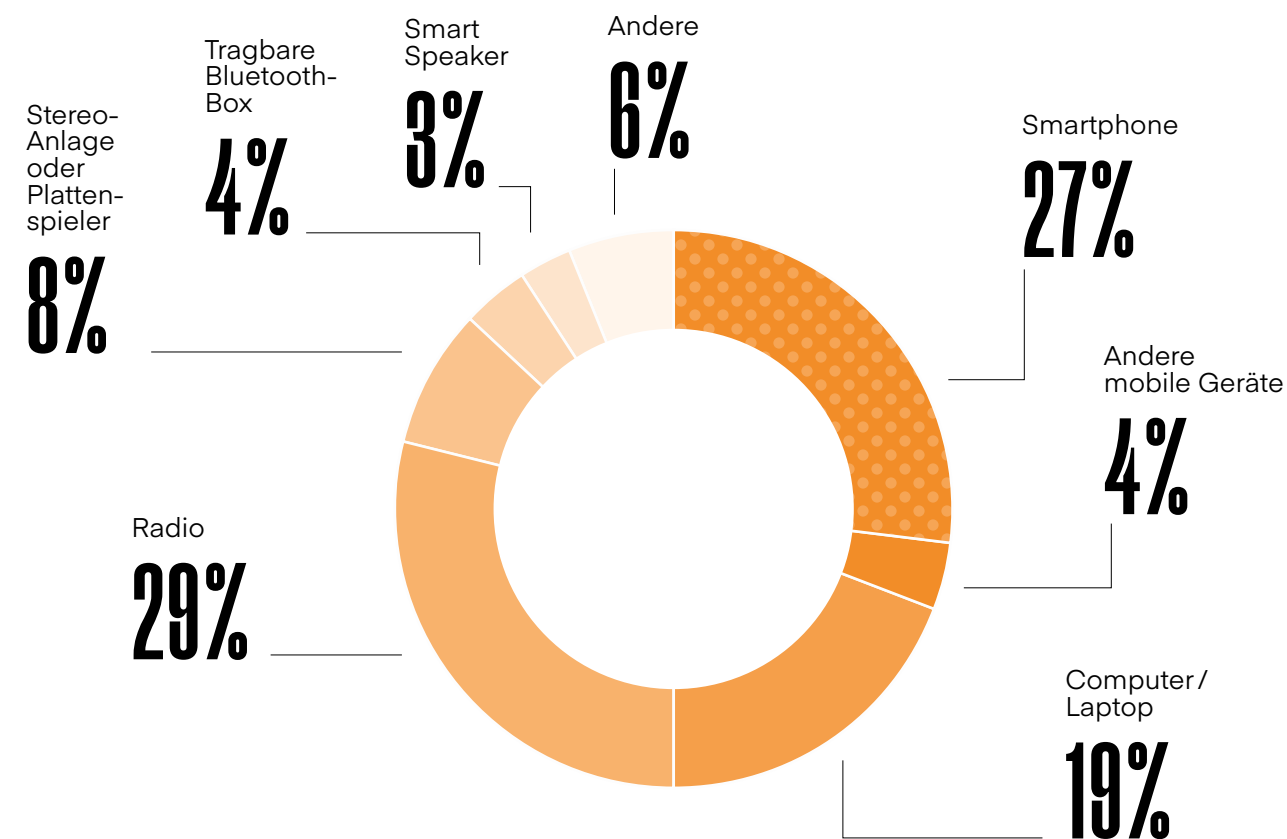


Geräte-Nutzung in den Altersgruppen unterschiedlich

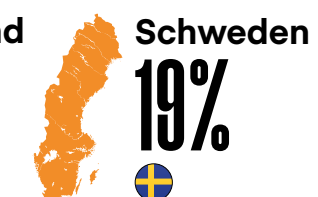
Schnelle Akzeptanz von Smartphones
bei jüngeren Nutzern.



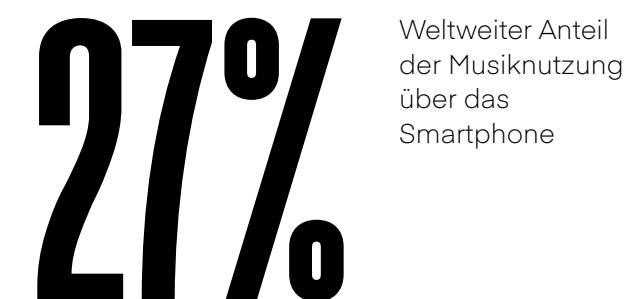
Anteil der Geräte an der Musikknutzung weltweit



Anteil derjenigen, die innerhalb
der letzten 3 Monate Musik über
Smart Speaker gehört haben



Smartphone vor allem
von Jüngeren zum Musikhören genutzt



44% des Musikgenusses findet
bei 16- bis 24-Jährigen
über das Smartphone statt



68% der 16- bis 24-Jährigen würden
das Smartphone wählen,
wenn sie sich für ein Gerät zum
Musikhören entscheiden müssten



Leidenschaftliche Musikfans weltweit – so sehen sie aus

Das Profil der leidenschaftlichen Musikfans*



Sie hören 50 % mehr Musik in der Woche

75%

Sie hören 75 % mehr Musik über On-Demand-Angebote (z.B. Streaming-Dienste)



Sie hören doppelt so viel Musik über Streaming-Dienste

x2

Sie nutzen mit fast doppelter Wahrscheinlichkeit Audio-Streaming-Dienste, um Musik zu hören



Sie nutzen mit doppelter Wahrscheinlichkeit Premium-Angebote



Sie hören zweimal so häufig Musik auf CD oder Vinyl



Sie nutzen mit mehr als doppelter Wahrscheinlichkeit täglich TikTok und Snapchat



Sie gehen mit dreifacher Wahrscheinlichkeit zu Live-Konzerten

Rund um den Globus erkunden Fans neue Wege, um ihre Lieblingskünstlerinnen und -künstler zu hören.

*„Leidenschaftliche Musikfans“ bezieht sich auf diejenigen, die in der Umfrage angegeben haben, „leidenschaftlich“ oder „fanatisch“ zu sein, wenn es um Musik geht.

Menschen lieben Musik



54%

Mehr als die Hälfte bezeichnen sich als „leidenschaftlich“ oder „fanatisch“ beim Thema Musik



63%

Leidenschaft für Musik am höchsten unter 16- bis 24-Jährigen



2,5%

Nur sehr wenige sagen, Musik sei „unwichtig“ für sie

In diesen Ländern steht Musik besonders hoch im Kurs

75%

62%

62%

59%

59%

57%



Südafrika



USA



Mexiko



Kanada



Deutschland



UK

Musik wird besonders häufig gehört...



70%

...im Auto



64%

...gemütlich zu Hause



51%

...beim Kochen oder Putzen

Die populärsten Genres weltweit

Die weltweiten Top 10

#01 | Pop

#02 | Rock

#03 | Oldies

#04 | Hip-Hop / Rap

#05 | Dance / Elektro

#06 | Indie / Alternative

#07 | K-Pop

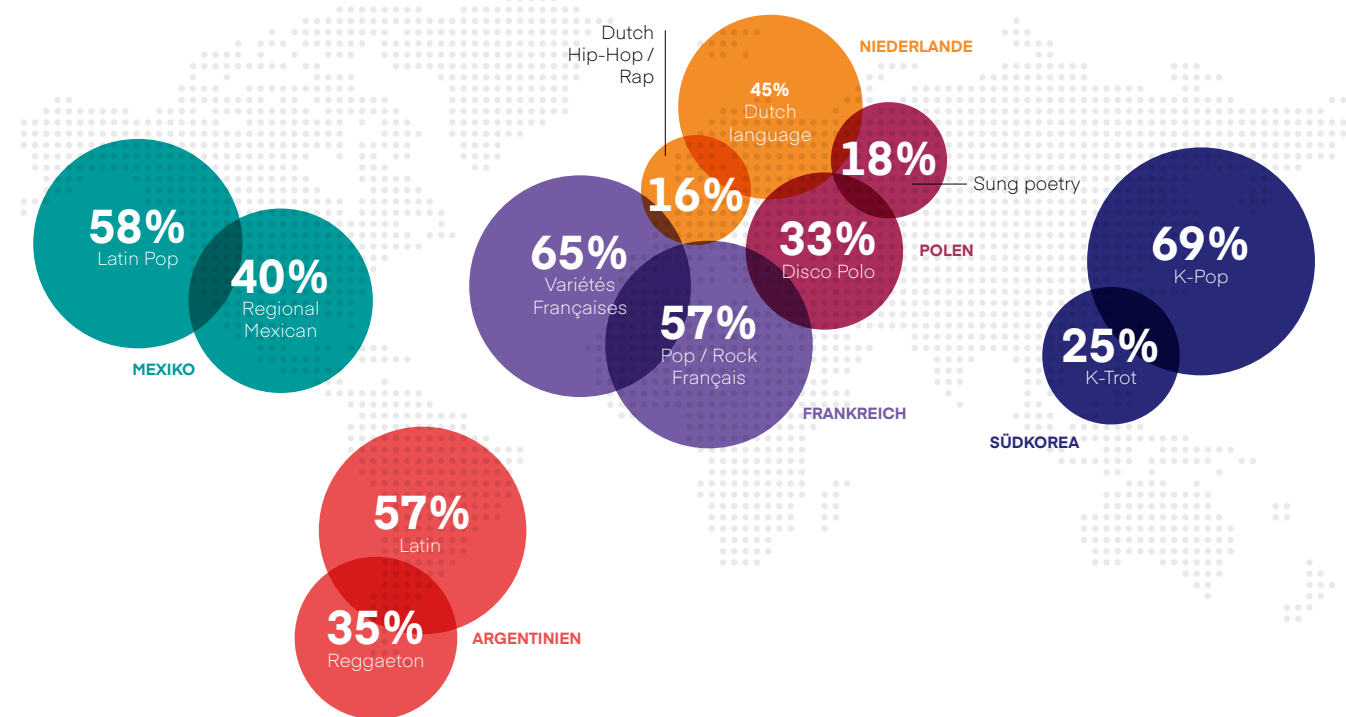
#08 | Metal

#09 | R&B

#10 | Klassik

Welche Musik rund um den Globus gehört wird, ist sehr vielfältig, wie die Top 10 zeigen. In vielen Ländern sind auch lokale Genres sehr populär.

Fans lieben die heimischen Genres



Auf die Frage: „Welche Musik hörst du normalerweise?“

Hip-Hop und Rap bei der Jugend der Welt beliebt

4X

Mit viermal höherer Wahrscheinlichkeit als jede andere Altersgruppe nennen 16- bis 24-Jährige Hip-Hop oder Rap ihr Lieblingsgenre

1 in 5

In Südafrika (27 %), Russland (23 %) und Deutschland (21 %) hört mehr als jede/r fünfte 16- bis 24-Jährige Hip-Hop / Rap

26%

In Frankreich liegt französischsprachiger Urban / Hip-Hop / Rap bei mehr als einem Viertel (26 %) der 16- bis 24-Jährigen vorn

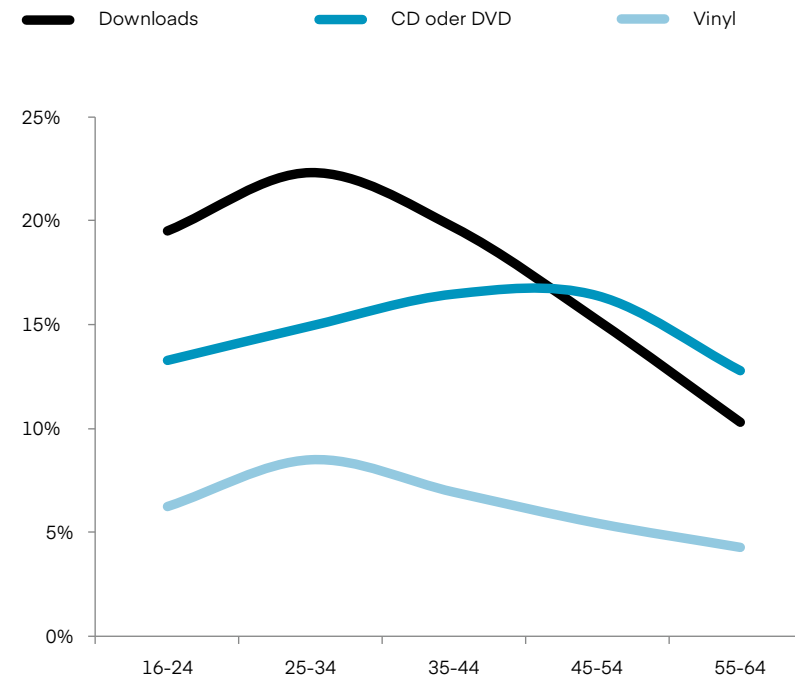


Musikkäufe weltweit

Welche Rolle spielen physische Tonträger und Downloads weltweit? Eine Momentaufnahme.



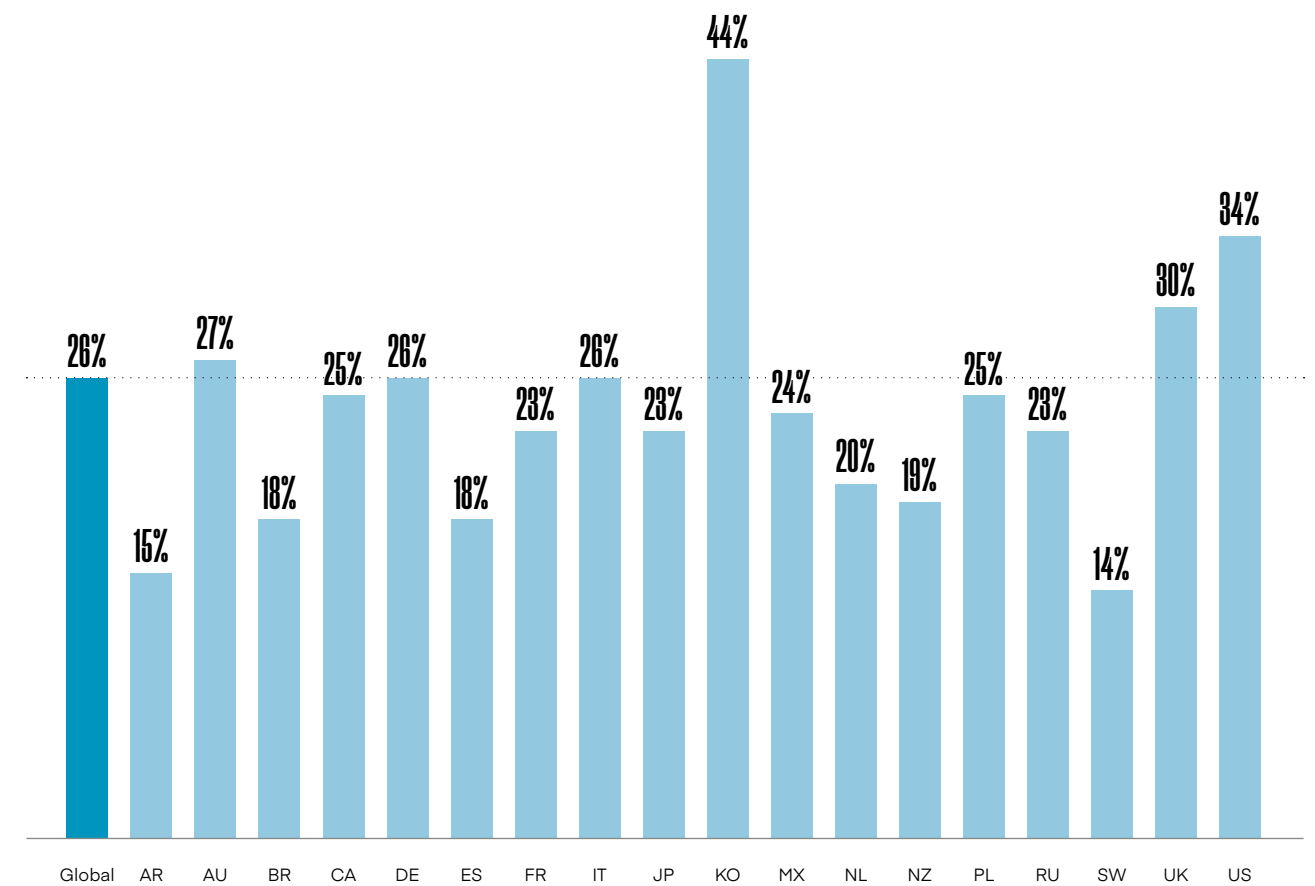
Unterschiede in den Musikkaufgewohnheiten der jeweiligen Altersgruppen



Musikkäufe im vergangenen Monat



Musikkäufe im vergangenen Monat



Musikkäufe (CDs, Vinyl, Downloads) im vergangenen Monat

Radiohören

Radio bleibt weltweit ein wichtiger Bestandteil im Musikkonsumkosmos.



Geräte, über die Musik im Radio gehört wird



51%

nutzen ein Smartphone



45%

nutzen ein Radiogerät



10%

nutzen einen Smart Speaker oder ein sprachgesteuertes System

Zahl der Stunden pro Woche, die Musik im Radio gehört wird



Niederlande

10,5 Std.



Polen

9 Std.



Deutschland

8,3 Std.



Neuseeland

7,3 Std.



Südafrika

7 Std.

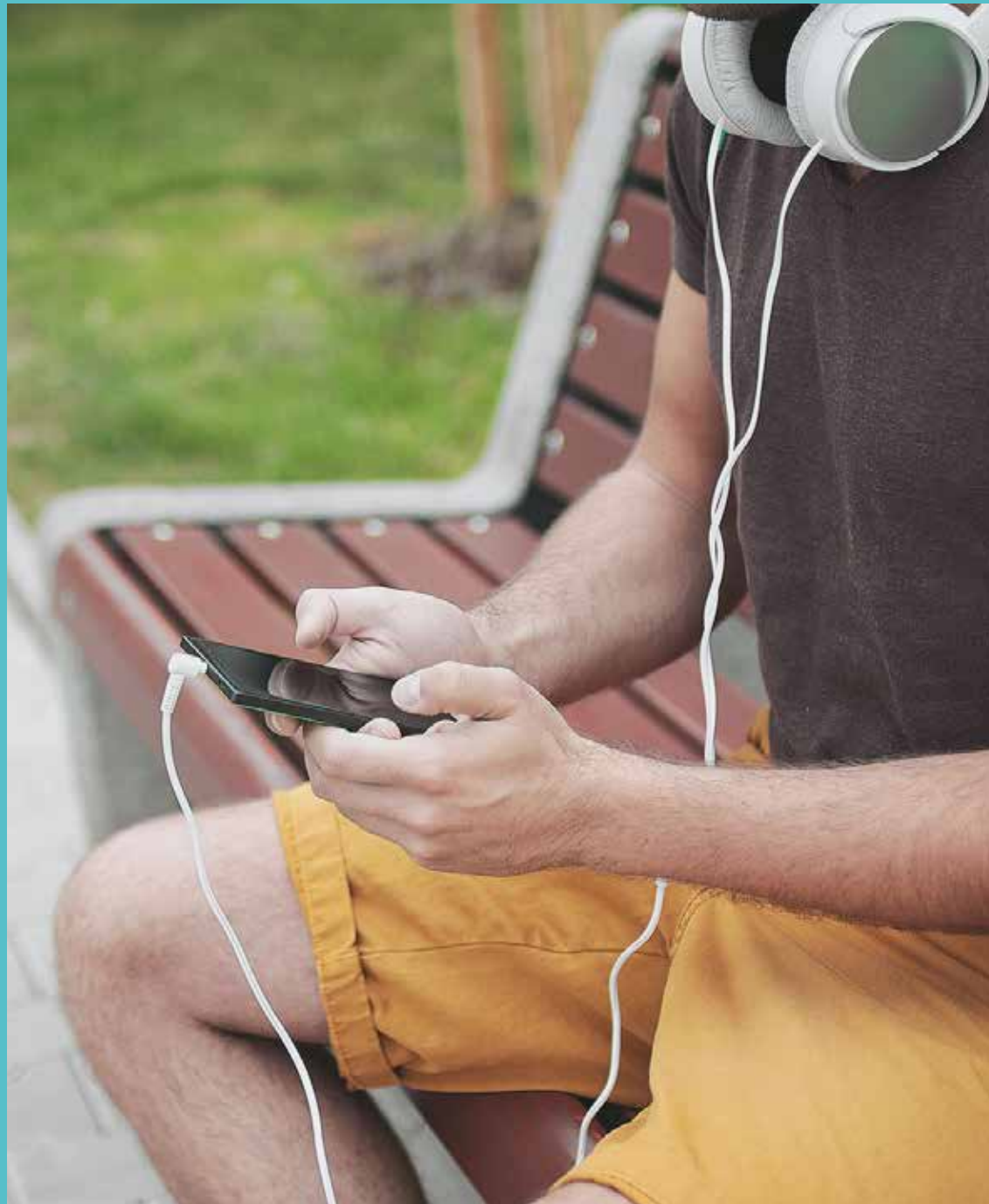


5,4 Std.

pro Woche wird weltweit Radio gehört

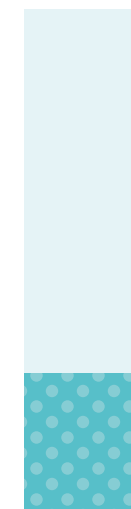
Der Begriff „Radio“ schließt terrestrisches (live und Mediathek) sowie Internet-Radio-Angebote ein; nicht eingeschlossen ist die „Radio“-Funktion der Musik-Streaming-Dienste.

Nicht-lizenzierte Musik



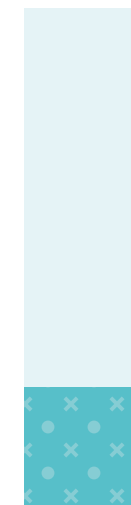
Die Nutzung nicht-lizenzierter Quellen beim Streamen oder Downloaden von Musik, auch als Urheberrechtsverletzung bekannt, bleibt ein Bedrohung für das gesamte Ökosystem der Musikbranche.

Zugang zu Musik durch Urheberrechtsverletzungen



27%
verletzten das Urheberrecht, um Musik zu hören oder zu bekommen

38%
der 16- bis 24-Jährigen



23%
versorgen sich über Streamripping-Websites mit Musik

34%
der 16- bis 24-Jährigen

Was ist Streamripping?
Bei Streamripping, auch „ripping“ genannt, werden online als Stream zur Verfügung stehende Inhalte in downloadbare Dateien umgewandelt. Diese Methode ist die derzeit vorherrschende Form der Urheberrechtsverletzung.



62%

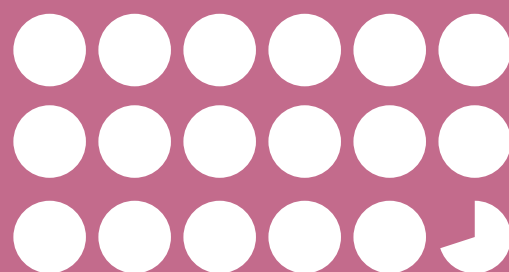
derjenigen, die Inhalte derzeit auf unlizenzierter Weg nutzen, würden sich für einen On-Demand-Streaming-Dienst entscheiden, wenn Urheberrechtsverletzungen keine Option mehr wären



Soziale Medien spielen eine große Rolle beim Thema Musik.

So viele Stunden Musik hören Chinesinnen und Chinesen im Durchschnitt pro Woche

17,7 Std.



Gerät, das in den vergangenen drei Monaten zum Musikhören genutzt wurde

96%

nutzen ein Smartphone zum Musikhören



Aktivitäten, bei denen Musik gehört wird



62%

gemütlich zu Hause



44%

im Auto



24%

beim Karaoke



Lieblingsgenres

#01 | Pop

#02 | Oldies

#03 | C-Pop

#04 | Soundtracks

#05 | Folk

#06 | Klassik / Oper

#07 | Rock

#08 | Dance / Elektro

#09 | Singer-Songwriter

#10 | Chinese Traditional Opera

Social Media-Nutzung



74%

nutzen Social-Media-Seiten oder Apps, um Musik zu hören oder um sich Musikvideos anzusehen

* jede am Vortag genutzte Social Media-Seite oder App



Fokus

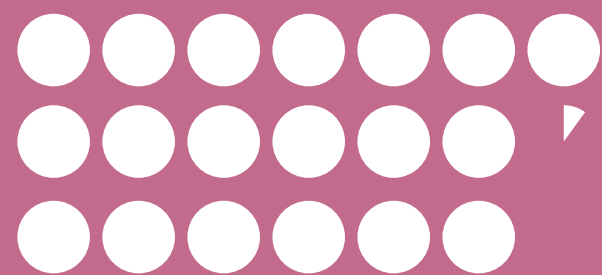
Lokale und regionale Genres vorn.



Indien

So viele Stunden Musik hören Inderinnen und Inder im Durchschnitt pro Woche

19,1 Std.



Gerät, das in den vergangenen drei Monaten zum Musikhören genutzt wurde

97%

nutzen ein Smartphone zum Musikhören



Aktivitäten, bei denen Musik gehört wird



75%

gemütlich zu Hause



62%

im Auto



45%

auf einer Party



IFPI MUSIC LISTENING 2019

Lieblingsgenres

#01 | Bollywood New

#02 | Bollywood Old (Kishore, Rafi etc.)

#03 | Andere regionale Genres (z.B. Telugu, Tamil, Marathi, Bhojpuri)

#04 | Punjabi

#05 | Pop

#06 | Hip-Hop / Rap

#07 | Oldies

#08 | Devotional / Spiritual Music

#09 | Indian Classical Music – Hindustani

#10 | Soundtracks

Social Media-Nutzung



62%

nutzen Social Media-Seiten oder Apps, um Musik zu hören oder um sich Musikvideos anzusehen

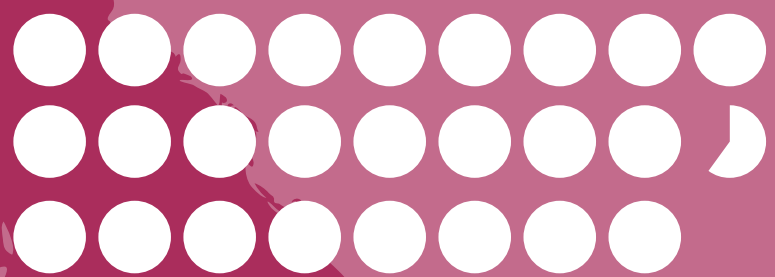
* Jede am Vortag genutzte Social Media-Seite oder App



Intensivhörerinnen
und -hörer schätzen
und nutzen Musik
in allen Lebens-
bereichen.

So viele Stunden Musik hören Mexikanerinnen
und Mexikaner im Durchschnitt pro Woche

25,6 Std.



Gerät, das in den vergangenen drei Monaten
zum Musikhören genutzt wurde

95%

nutzen ein
Smartphone
zum Musikhören



Aktivitäten, bei denen Musik gehört wird



52%

unter-
wegs



45%

beim
Sport / im
Fitness-
Studio



44%

in Bars
und
Clubs



Lieblingsgenres

#01 | Rock

#02 | Pop

#03 | Latin Pop

#04 | Regional Mexican

#05 | Oldies

#06 | Dance / Elektro

#07 | Latin

#08 | Reggaeton

#09 | Indie / Alternative

#10 | Metal

Social Media-Nutzung



56%

nutzen Social Media-
Seiten oder Apps, um
Musik zu hören oder
um sich Musikvideos
anzusehen

* Jede am Vortag genutzte Social Media-Seite
oder App

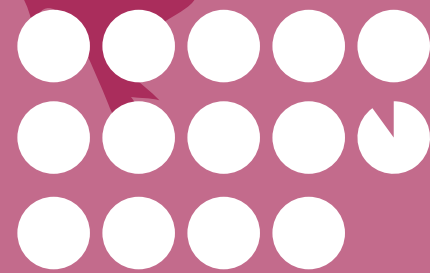


Südkorea

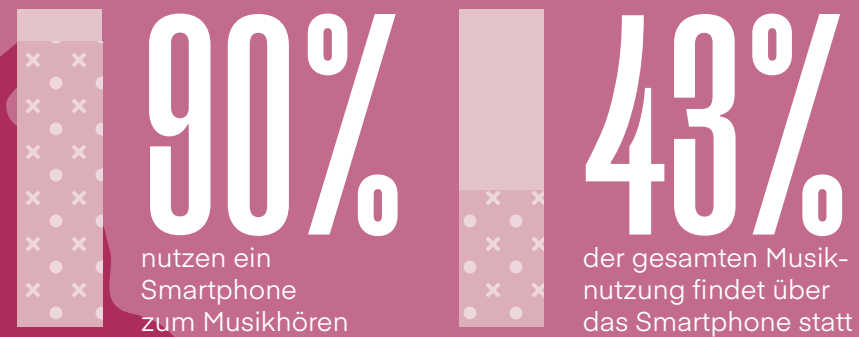
Lokale und regionale Künstlerinnen und Künstler besonders beliebt.

So viele Stunden Musik hören Südkoreanerinnen und -koreaner im Durchschnitt pro Woche

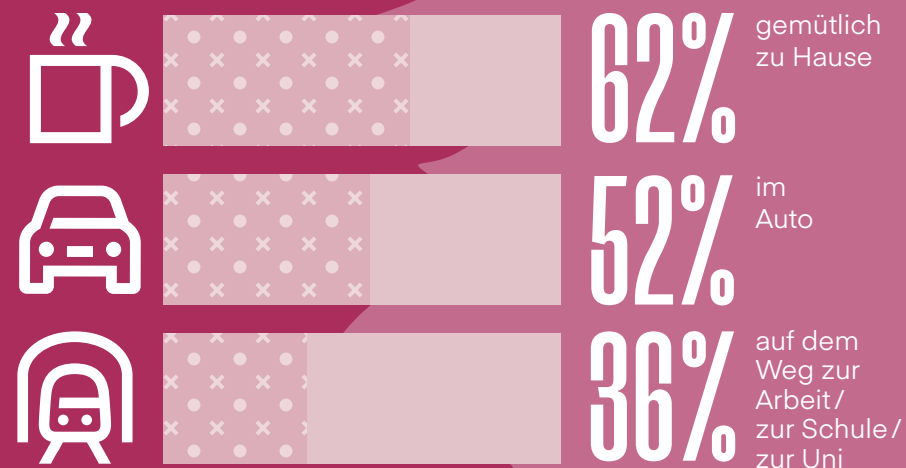
13,9 Std.



Gerät, das in den vergangenen drei Monaten zum Musikhören genutzt wurde



Aktivitäten, bei denen Musik gehört wird



Lieblingsgenres

- #01 | K-Pop
- #02 | Pop
- #03 | K-Trot
- #04 | Klassik / Oper
- #05 | R&B
- #06 | Soundtracks
- #07 | Rock
- #08 | Dance / Elektro
- #09 | Christian / Gospel
- #10 | Hip-Hop / Rap

Über IFPI



IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) vertritt die Interessen von rund 1.300 Unternehmen der Musikindustrie aus fast 60 Ländern. Die Organisation verfügt darüber hinaus über angeschlossene Branchengruppen in 56 Ländern, in Deutschland ist das der Bundesverband Musikindustrie (BVMi).



Insight and Analysis

Insight@ifpi.org

+44 (0)20 7878 7900

IFPI.org | [IFPI_org](https://twitter.com/IFPI_org)

