

# Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020

Ergebnisse der dritten von sechs Stufen  
der Panelbefragung

Detailanalysen

September 2019



**Universität Hamburg**

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Prof. Dr. Michel Clement  
Dr. Anke Lepthien  
Michael Kandziora  
Janek Meyn

Professur für Marketing & Media  
Universität Hamburg  
Moorweidenstraße 18  
20148 Hamburg  
Tel.: +49 40 42838-8721  
E-Mail: [michel.clement@uni-hamburg.de](mailto:michel.clement@uni-hamburg.de)

PROJEKTBÜRO  
ANGEWANDTE  
SOZIALFORSCHUNG

Kea Glaß

Projektbüro Angewandte Sozialforschung  
Universität Hamburg  
Sozialwissenschaften  
Allendeplatz 1  
20146 Hamburg  
E-Mail: [kea.glass@uni-hamburg.de](mailto:kea.glass@uni-hamburg.de)

## Im Auftrag von:

Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V. (BDKV)

Bundesverband Musikindustrie e. V. (BVMI)

Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA)

Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL)

Live Musik Kommission - Verband der Musikspielstätten in Deutschland e.V. (LIVEKOMM)

SOMM - Society Of Music Merchants e. V. (SOMM)

Verband unabhängiger Musikunternehmen e. V. (VUT )

mit der Unterstützung des Amtes Medien der Hamburger Behörde für Kultur und Medien und der Initiative Musik gGmbH

# Streaming

# STREAMING NUTZUNG | PROFILE KOSTENPFLICHTIGES STREAMING

Spotify Premium mit den jüngsten Nutzern, dem höchsten Anteil weiblicher Nutzer und dem größten Anteil Hip Hop / Rap Hörern

	 Spotify	 YouTube Music	 prime music	 music unlimited	 Apple Music	 deezer
Premium Streaming	Spotify	YouTube Music	Amazon Prime Music	Amazon Music Unlimited	Apple Music	Deezer
 Ø Alter	<b>31</b>	40	39	<b>41</b>	35	35
 % weibliche Nutzer	<b>50%</b>	<b>36%</b>	47%	37%	43%	42%
 % mit Hochschulabschluss	32%	31%	33%	31%	31%	30%
 % Smart Speaker Besitzer	25%	44%	30%	<b>52%</b>	35%	22%
 % Instrument	39%	<b>51%</b>	32%	39%	42%	40%
 % Mainstream	26%	23%	26%	25%	<b>28%</b>	25%
 % deutscher Hip Hop / Rap	<b>35%</b>	23%	25%	29%	30%	<b>35%</b>
 % Klassik	19%	23%	23%	21%	<b>30%</b>	19%
 Ø Zahlungsbereitschaft live	60€	57€	51€	54€	62€	<b>73€</b>
 % aktive Suche neue Musik	66%	<b>82%</b>	56%	63%	73%	65%
	N = 631	N = 39	N = 574	N = 163	N = 132	N = 77

Datengrundlage Welle 1 aufgrund Teilnehmerzahl je Profil; Icons von www.icons8.de

18.09.2019

Studie zur Zukunft der Musikknutzung 2018-2020

5

# STREAMING NUTZUNG | PROFILE KOSTENLOSES STREAMING

Aktive Nutzer der kostenlosen Version von Soundcloud sind am jüngsten, spielen am häufigsten ein Instrument und suchen am häufigsten nach neuer Musik

	 Spotify	 YouTube Music	 deezer	 Google Play Music	 SOUND CLOUD
Free Streaming <sup>1</sup>	Spotify	YouTube Music	Deezer	Google Play Music	Soundcloud
 <b>Ø Alter</b>	36	41	39	<b>43</b>	<b>34</b>
 <b>% weibliche Nutzer</b>	46%	49%	40%	41%	43%
 <b>% mit Hochschulabschluss</b>	32%	26%	24%	38%	26%
 <b>% Smart Speaker Besitzer</b>	13%	15%	25%	<b>27%</b>	14%
 <b>% Instrument</b>	37%	36%	42%	38%	<b>44%</b>
 <b>% Mainstream</b>	23%	20%	20%	<b>25%</b>	19%
 <b>% deutscher Hip Hop / Rap</b>	23%	23%	29%	29%	<b>34%</b>
 <b>% Klassik</b>	23%	26%	27%	<b>34%</b>	23%
 <b>Ø Zahlungsbereitschaft live</b>	47€	48€	59€	<b>62€</b>	53€
 <b>% aktive Suche neue Musik</b>	57%	59%	62%	60%	<b>78%</b>
	N = 548	N = 413	N = 103	N = 93	N = 137

Datengrundlage Welle 1 aufgrund Teilnehmerzahl je Profil; 1) Definition Nutzer der kostenlosen Version: Nutzung in den letzten sieben Tagen > 0 Sekunden; Icons von www.icons8.de

18.09.2019

Studie zur Zukunft der Musikknutzung 2018-2020

# Radio

# RADIO | PROFILE

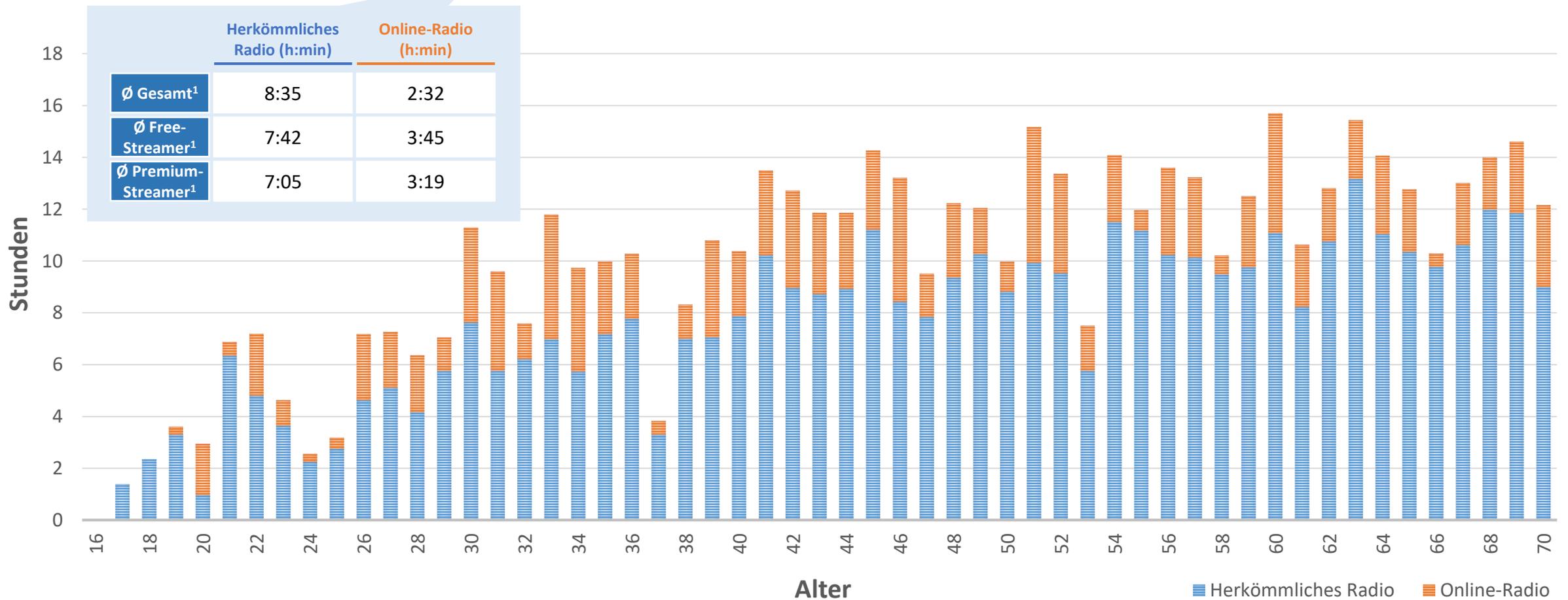
Nutzer von Online-Radios haben eine relativ hohe Zahlungsbereitschaft für Live-Musik-Events und suchen häufig aktiv nach neuer Musik

	 <b>Radio</b>	 <b>Herkömmliches Radio<sup>1</sup></b>	 <b>Online-Radio<sup>1</sup></b>	 <b>Kein Radio<sup>1</sup></b>	 <b>Wechsel zu Online-Radio<sup>2</sup></b>	<b>Geamt (Referenz)</b>
 <b>Ø Alter</b>		<b>46</b>	44	41	44	45
 <b>% weibliche Nutzer</b>		50%	40%	55%	46%	50%
 <b>% mit Hochschulabschluss</b>		27%	30%	25%	29%	27%
 <b>% Smart Speaker Besitzer</b>		15%	<b>25%</b>	10%	<b>26%</b>	14%
 <b>% Instrument</b>		25%	<b>29%</b>	25%	28%	25%
 <b>% Mainstream</b>		<b>31%</b>	29%	17%	30%	29%
 <b>% deutscher Hip Hop / Rap</b>		18%	<b>20%</b>	15%	<b>21%</b>	18%
 <b>% Klassik</b>		24%	24%	24%	22%	24%
 <b>Ø Zahlungsbereitschaft live</b>		51€	<b>54€</b>	39€	<b>58€</b>	50€
 <b>% aktive Suche neue Musik</b>		31%	<b>44%</b>	34%	38%	31%

# RADIO | PROFILE

## Mit zunehmendem Alter steigt tendenziell auch der Radiokonsum

### Stunden Radiokonsum in den letzten 7 Tagen nach Alter



1) Mittelwerte über alle Befragten;  
18.09.2019

# Musikalische Bildung

# MUSIKALISCHE BILDUNG | PROFILE

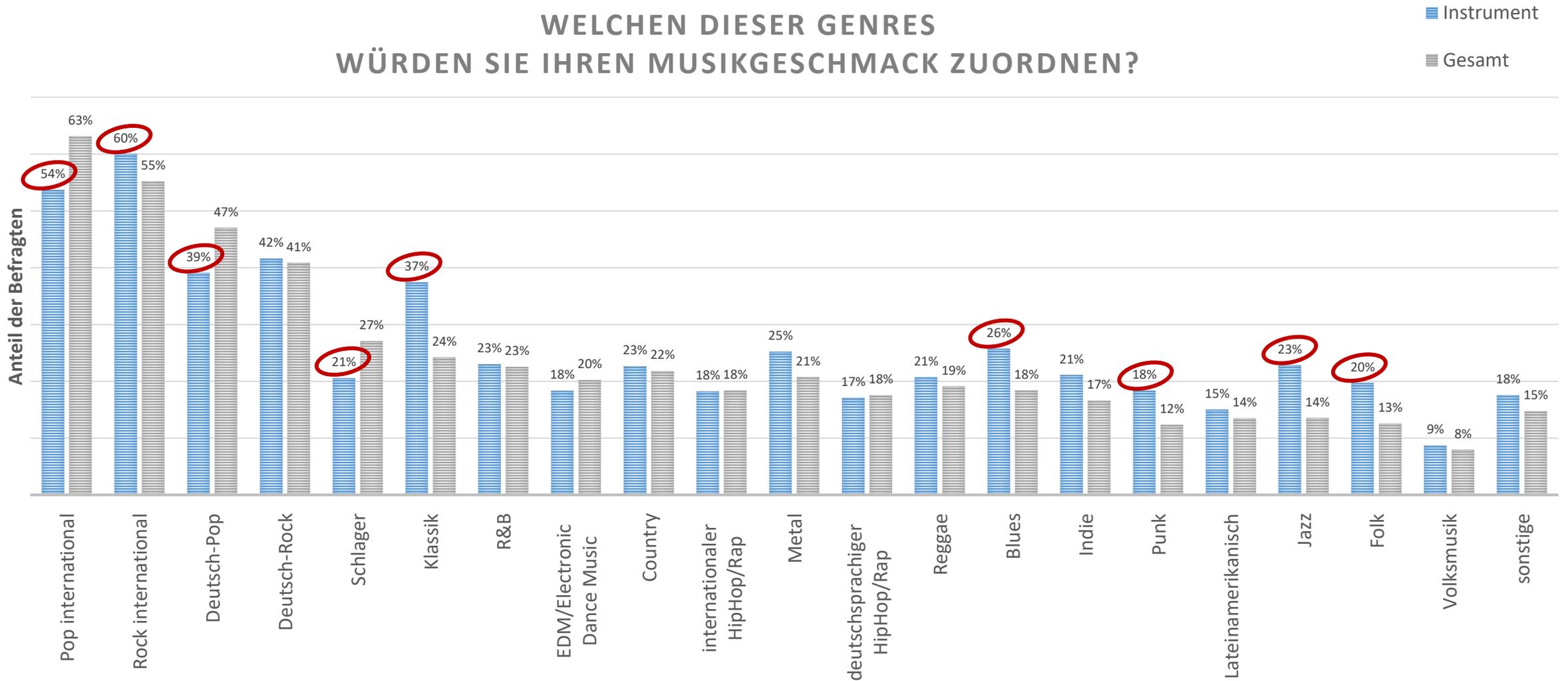
Teilnehmer mit musikalischer Bildung mit überdurchschnittlicher Zahlungsbereitschaft über alle Formate – erhöhte Nachfrage am Genre Klassik

	Genres	 Instrument	 Privater Musikunterricht	 Musizieren <sup>1</sup>	Gesamt (Referenz)
	% weiblich	52%	55%	53%	50%
	% Premium-Streamer	29%	<b>32%</b>	29%	26%
	% Mainstream	21%	26%	21%	<b>29%</b>
	% deutscher Hip Hop / Rap	17%	17%	17%	<b>18%</b>
	% Klassik	<b>37%</b>	34%	35%	24%
	Ø Zahlungsbereitschaft physisch	17€	16€	<b>18€</b>	14€
	Ø Zahlungsbereitschaft digital	9€	<b>10€</b>	<b>10€</b>	8€
	Ø Zahlungsbereitschaft live	55€	56€	<b>57€</b>	50€
	% Konzertbesucher	75%	75%	<b>78%</b>	61%
	% aktive Suche neue Musik	43%	40%	<b>45%</b>	31%

# MUSIKALISCHE BILDUNG | PROFILE

## Teilnehmer mit musikalischer Bildung mit höherem Interesse an Rock international, Klassik, Blues, Punk, Jazz und Folk

### WELCHEN DIESER GENRES WÜRDEN SIE IHREN MUSIKGESCHMACK ZUORDNEN?



# Mainstream vs. Non-Mainstream

## MAINSTREAM | PROFILE

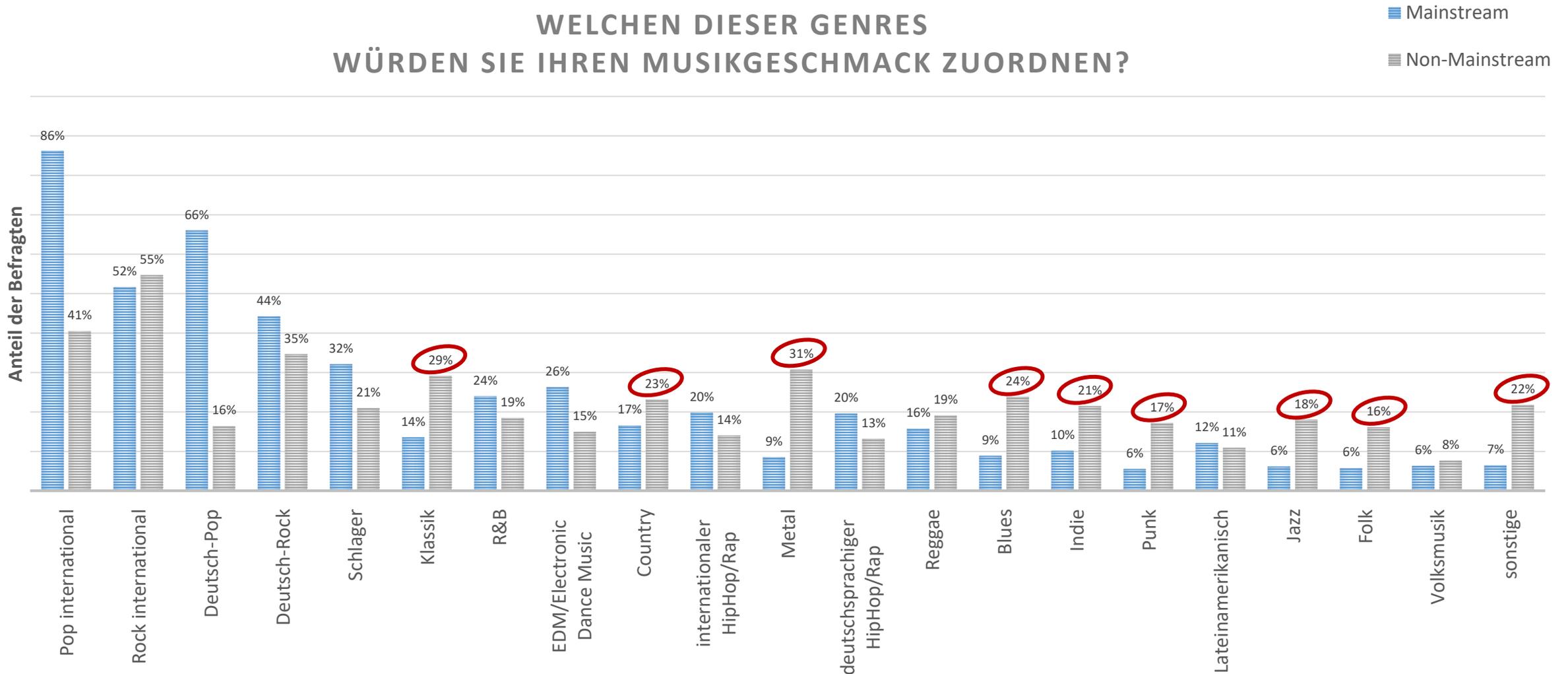
Im Vergleich zu Mainstreamern sind Non-Mainstreamer musikalischer, gehen häufiger auf Konzerte und Club-Konzerte und suchen häufiger aktiv nach neuer Musik

	 Genres	 Mainstreamer	 Non-Mainstreamer	 Deutscher Hip-Hop	 Klassik	Gesamt (Referenz)
 <b>Ø Alter</b>		43	47	40	51	45
 <b>% weiblich</b>		<b>55%</b>	44%	51%	49%	50%
 <b>% Premium-Streamer</b>		27%	25%	<b>41%</b>	23%	26%
 <b>% Instrument</b>		18%	30%	25%	<b>38%</b>	25%
 <b>Ø Zahlungsbereitschaft physisch</b>		13€	<b>16€</b>	14€	<b>16€</b>	14€
 <b>Ø Zahlungsbereitschaft digital</b>		8€	8€	<b>10€</b>	9€	8€
 <b>Ø Zahlungsbereitschaft live</b>		51€	49€	49€	<b>53€</b>	50€
 <b>% Konzertbesucher</b>		57%	65%	63%	<b>72%</b>	61%
 <b>% Club-Konzertbesucher</b>		22%	32%	<b>35%</b>	33%	28%
 <b>% aktive Suche neue Musik</b>		24%	36%	<b>43%</b>	32%	31%

# MAINSTREAM | PROFILE

Non-Mainstreamer sind häufiger an den Genres Klassik, Country, Metal, Blues, Indie, Punk, Jazz und Folk interessiert

## WELCHEN DIESER GENRES WÜRDEN SIE IHREN MUSIKGESCHMACK ZUORDNEN?



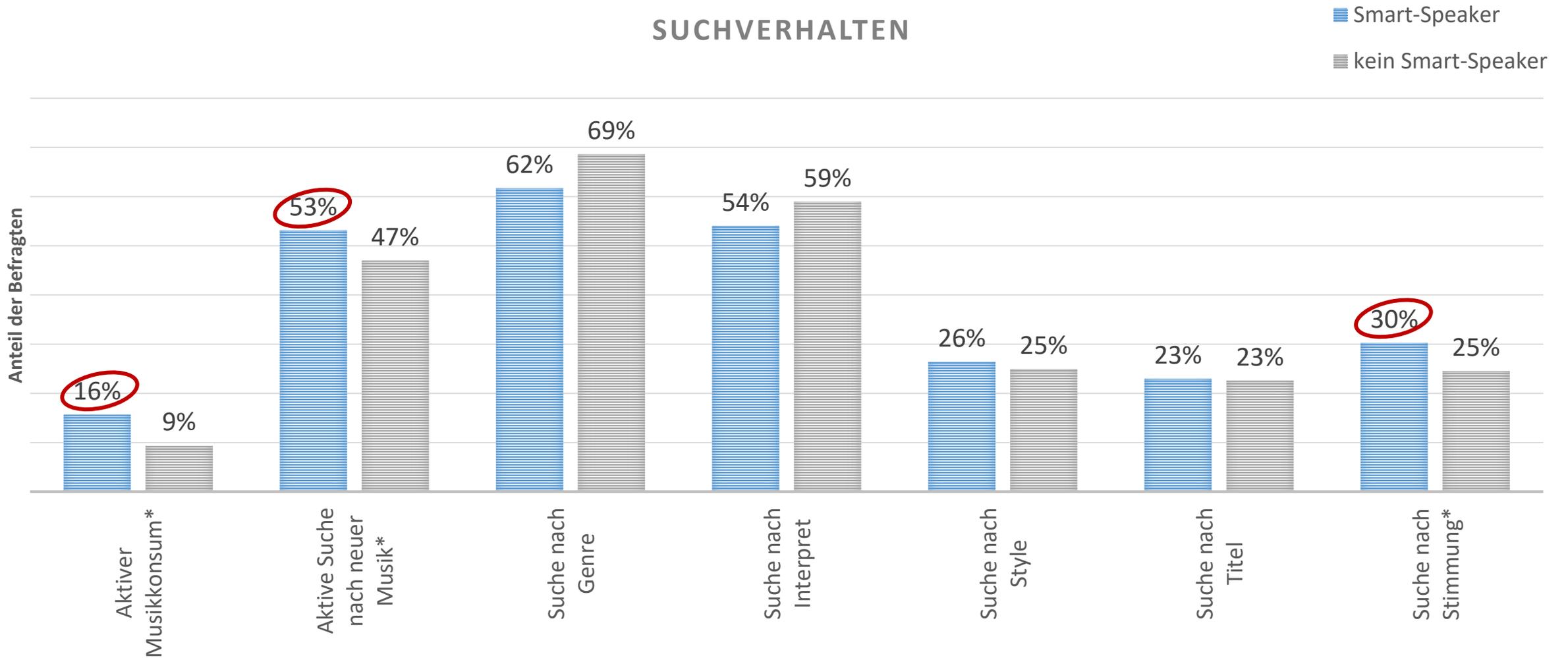
# Smart Speaker

## SMART SPEAKER | PROFILE

Nach dem Propensity Score Matching gibt es keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf die Matching Variablen

Technische Ausstattung	Smart Speaker Besitzer			Smart Speaker Besitzer	
	Ja	Nein		Ja	Nein
 Ø Alter	41	45	PSM <sup>1</sup> →	41	41
 % weiblich	36%	52%		36%	39%
 Einkommen (1-10)	4.3	3.1		4.3	4.2
 % allein lebend	23%	34%		23%	24%
 % Instrument	32%	27%		32%	30%
 % Premium-Streamer	60%	20%		60%	58%
 Privacy Bedenken (1-7)	4.9	5.2		4.9	4.9

# Smart Speaker Nutzer suchen häufiger aktiv nach neuer Musik – Suche vermehrt über Stimmung



Datengrundlage Welle 1 aufgrund Teilnehmerzahl je Profil; \* = statistisch signifikanter Unterschied