

Düsseldorf, 09. Januar 2013

Musik-Streaming-Dienste werden immer beliebter

Das Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT hat im März und im Dezember 2012 Internetnutzer ab 14 Jahren zur Bekanntheit und Nutzung von Musik-Streaming-Diensten befragt. Die Stichprobe ist repräsentativ für Internetnutzer in Deutschland.

Die Studie zeigt, dass Musik-Streaming-Dienste immer beliebter werden: Während im März 2012 37% der Internetnutzer grundsätzlich zumindest hin und wieder Musik-Streaming-Dienste nutzten, lag die Nutzung rund neun Monate später schon bei 42%.

Deutlicher Gewinner der letzten Monate war der Musik-Streaming-Dienst Spotify, deren Nutzerschaft sich innerhalb des letzten Jahres von sechs auf zwölf Prozentpunkte verdoppelt hat, gefolgt von Simfy, der immerhin um drei Prozentpunkte von sieben auf zehn Prozentpunkte bei der Nutzerschaft zulegen konnte.

Aktuell werden Musik-Streaming-Dienste primär von Männern und jüngeren Internetusern genutzt. Gerade in der jüngeren Altersgruppe unter 30 Jahren konnte Spotify innerhalb des letzten halben Jahres deutlich Nutzer hinzugewinnen (von 8% auf 24%), was sicherlich unter anderem durch die Verknüpfung von Spotify mit Facebook begründet werden kann. Insgesamt zeigt sich, dass Facebook-Nutzer deutlich affiner gegenüber Musik-Streaming-Diensten sind.

Die kostenpflichtige Nutzung von Musik-Streaming-Diensten ist hingegen eher gering: 3% der befragten Internetnutzer nutzen Spotify und Napster kostenpflichtig, 2% Simfy. Rund die Hälfte aller Befragten gibt an, grundsätzlich nicht bereit zu sein, für Musik-Streaming-Dienste Geld zu bezahlen.

Weiterführende Informationen zur Befragung erhalten Sie bei der INNOFACT AG.

Ansprechpartnerin:

Karin Hagemann, Senior Projektleiterin
INNOFACT AG Research & Consulting
Neuer Zollhof 3
D-40221 Düsseldorf
Tel: 0211 / 86 20 29 - 0
Fax: 0211 / 86 20 29 - 210
k.hagemann@innofact.com

Über die INNOFACT AG:

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut mit Niederlassungen u.a. in Düsseldorf, Hamburg und Zürich. Das Institut verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Neben der Erfahrung mit persönlichen und telefonischen Interviews verfügt INNOFACT über langjährige Erfahrung mit Onlinepanels. INNOFACT arbeitet für Auftraggeber aus allen relevanten Branchen, z.B. für Markenartikler, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Consultants oder Medien.

www.INNOFACT.de