Jeder zweite Hörer digitaler Musikangebote nutzt diese mindestens zwei Stunden pro Tag

Jeder zweite Hörer digitaler Musikangebote nutzt diese mindestens zwei Stunden pro Tag

Fast 70 Prozent der Hörer greifen täglich auf Webradios bzw. Musikplattformen zurück / Digitale Musikangebote ziehen weiterhin neue User an: Von den Befragten nutzen 38 Prozent diese erst seit höchstens einem Jahr
Düsseldorf, 6. September 2013 - Sieben von zehn Hörern digitaler Musikangebote (67 Prozent) schalten täglich das Webradio bzw. Musik-Streaming-Plattformen ein. Ein Viertel hört immerhin mehrmals in der Woche Musik über das Internet. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie "Musik im Netz" von der Fachgruppe Audio Digital im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. Läuft die Musik erstmal, bleibt sie bei der Hälfte der befragten (52 Prozent) User auch mindestens zwei Stunden lang an. Die hohe Verweildauer verdeutlicht das große Potenzial von Webradios und digitalen Musikplattformen als Werbeträger.
"Digitale Musikangebote finden mehr und mehr Eingang in den Alltag vieler Verbraucher. Damit entwickeln sie sich auch zunehmend zu einem attraktiven Werbeumfeld für Unternehmen und Marken. Die Ergebnisse der Studie zeigen deutlich, dass digitale Musikangebote weiter auf dem Vormarsch sind. 38 Prozent der von uns befragten Hörer nutzen sie erst seit höchstens einem Jahr, wobei insbesondere die Musik-Streaming-Plattformen als Treiber fungieren.", sagt Rainer Henze (LAUT AG), Vorsitzender der Fachgruppe Audio Digital im BVDW.
Digitale Musikangebote werden am liebsten zu Hause gehört. 92 Prozent der Befragten gaben an, dass sie häufig oder sehr häufig auf Webradios oder Musikplattformen zugreifen, wenn sie sich in den eigenen vier Wänden aufhalten. Ein Fünftel der Nutzer hört Musik aus dem Netz bei Freunden und Verwandten, 17 Prozent unterwegs und 16 Prozent in Schule oder Büro.
Unter der Woche läuft die Musik vor allem in den Abendstunden. Knapp drei Viertel der User hören ihre Songs zwischen 17 und 21 Uhr. Auch die Nachtschwärmer sind affin für digitale Musikangebote. Zwischen 21 und 6 Uhr schalten 36 Prozent das Webradio bzw. die Musik-Streaming-Plattform ein.
Für den Empfang digitaler Musikangebote nutzen die Online-Hörer in erster Linie den PC oder den Laptop, (98 Prozent). Mehr als jeder Zweite (55 Prozent) schaltet zumindest selten das Smartphone ein, um digital Musik zu hören.
Methodik:
Für die BVDW Studie "Musik im Netz" wurden 2.284 Hörer von digitalen Musikangeboten online befragt. Bei der Studie handelt es sich um eine sender- und plattformübergreifende Trendbefragung zur Nutzung und Wahrnehmung von digitalen Musikangeboten. Insgesamt haben sich 45 Webradios und Musikplattformen als Kooperationspartner an der Studie beteiligt. Die Rekrutierung der Befragten erfolgte entsprechend über Audio Spots im Radioprogramm sowie per Einladungsbanner auf den Webseiten der Kooperationspartner.
Es ist zu beachten, dass sich aus der Stichproben-Beschreibung keinerlei repräsentative Aussagen zur Reichweite oder Soziodemografie der Hörer von digitalen Musikangeboten treffen lassen. Aufgrund des breitgefassten Studienansatz und der hohen Teilnehmerzahl lassen sich jedoch allgemeine Tendenzen ableiten.
Der Studienbericht kann auf der BVDW-Seite kostenlos heruntergeladen werden: http://www.bvdw.org/medien/musik-im-netz-studie-2013?media=5076
Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_audio_digital_musik_im_netz_umfrage

Über den BVDW
Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.

Kontakt:
Tim Woodroffe
Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR
Tel: +49 211 600456-11
E-Mail: woodroffe@bvdw.org
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57
40212 Düsseldorf
 www.bvdw.org
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=543732" width="1" height="1">

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.

40212 Düsseldorf

woodroffe@bvdw.org

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.

40212 Düsseldorf

woodroffe@bvdw.org

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung.Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft.Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche.Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW.