

AKTUELLE STUDIE

Musikkonsum steigt weiter

LONDON. Laut dem kürzlich veröffentlichten IFPI-Report „Engaging with Music 2022“ liegt der wöchentliche Musikkonsum der 16- bis 64-Jährigen bei 20 Stunden (2021: 18,4 Std.)

Im weltweiten Durchschnitt nutzen Musikkonsumenten bereits mehr als sechs verschiedene Plattformen für die Beschäftigung mit Musik – von Video-Streaming, über traditionelles Radio, Fernsehen, Film, Gaming-Soundtracks und physischen Trägern bis hin zum Erstellen von Kurzvideos.

Erfreulicher Trend

Franz Medwenitsch, Geschäftsführer des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft: „Der Musikmarkt ist lebendiger und innovativer als je zuvor. Es steigen der Musikkonsum, die Auswahl bei den Musik-Services und auch die Vielfalt der konsumierten Musikgenres. Von dieser positiven Entwicklung profitieren alle – Songwriter, Interpreten, Labels und Verlage.“ (red)



© PantherMedia/Krakonimages.com

Musik tut gut

Knapp 70% der Befragten gaben an, dass Musik für ihre mentale Verfassung wichtig ist.



© APA/IFPI/Emmanuel Dunand

eSports verzeichnet mehr Zuseher als 2019 und wachsendes Interesse vonseiten der Investoren.

Weniger User

Von den 14.000 Befragten in Europa konsumieren acht Prozent eSport-Inhalte. Im Vergleich dazu lag die Quote vor zwei Jahren mit 15% fast doppelt so hoch.

8%

Gute Perspektiven

Zwar ist der große Boom der Corona-Jahre vorbei, trotzdem stehen die Zeichen im eSport auf Wachstum.

•• Von Britta Biron

WIEN. Im Vergleich zu den beiden vergangenen Jahren ist laut der jüngsten Let's Play-Studie von Deloitte die Zahl der eSport-Nutzer in Europa drastisch gesunken. Gaben 2020 noch 15% der 14.000 Befragten an, in den vergangenen sechs Monaten solche Inhalte konsumiert zu haben, waren es heuer nur noch acht Prozent.

„Mit der Rückkehr zu einem normalen Alltag, wie wir ihn vor der Pandemie kannten, haben sich die Menschen verstärkt anderen Aktivitäten zugewandt“, erklärt Sylvester Odiase, eSport-Experte bei Deloitte Österreich, den Rückgang.

Regionale Unterschiede

Die meisten eSport-Fans gibt es in Polen und Spanien mit einem Zuschaueranteil von 29%. Die zwei Länder sind auch die am weitesten entwickelten Märkte Europas. Österreich dagegen ist noch Entwicklungsland. So liegt

”

eSport hat beachtliches Potenzial, wirtschaftlich vor allem in Österreich weiter zu wachsen.

Sylvester Odiase
Deloitte Österreich

“

die wöchentliche Nutzungsdauer mit 316 min deutlich unter dem europäischen Durchschnitt von 564 min.

Hoffnung auf Wachstum gibt aber eine vielversprechende Zielgruppe: Sie ist jung, überwiegend männlich, digitalaffin und verfügt über hohes Bildungsniveau und überdurchschnittliches Einkommen.

„Damit hat eSport beachtliches Potenzial, wirtschaftlich

vor allem in Österreich weiter zu wachsen und anderen Branchen Vorbild in Sachen Digitalisierung zu werden“, ist Odiase überzeugt.

Wirtschaftsfaktor

Das Potenzial haben auch Investoren erkannt und interessieren sich zunehmend für diesen Sektor. Seit 2019 gab es weltweit 51 Übernahmen bei den eSport-Teams sowie den Organisatoren von Events und Ligen. In den vergangenen zwei Jahren verzeichnet die Branche zudem stärkere M&A-Aktivitäten mit durchschnittlich vier bis fünf Deals pro Quartal. Gleichzeitig arbeiten die eSport-Teams daran, sich wirtschaftlich besser aufzustellen. Ihr strategischer Fokus liegt derzeit im Aufbau eines stärkeren Fundaments vor allem in Bezug auf Gesamtumsatz, Reichweite und Anzahl der Fans.

„Dem Wachstum der Branche steht damit nichts mehr im Weg“, so Odiase abschließend.