

Streaming meets Vinyl

Globaler Musikmarkt wächst. Erstmals seit 15 Jahren wurde in Österreich beim Umsatz wieder die 200-Millionen-Euro-Schwelle durchbrochen.

LONDON. Der weltweite Musikmarkt legt zu – nicht zuletzt den Einnahmen aus dem Streamingbereich ist es zu verdanken, dass 2022 ein Wachstum von neun Prozent verzeichnet wurde. Konkret wurden 26,2 Mrd. USD (24,45 Mrd. €) umgesetzt, teilte der internationale Branchenverband IFPI am Dienstag dieser Woche in London mit. „Es ist das achte Jahr des Wachstums in Folge“, freute sich IFPI-Vorsitzende Frances Moore. „In allen 62 Märkten, die wir beobachten, gab es Zuwächse.“

Bezahlalos zahlen sich aus

Mit Bezahlalos für Audiostreaming wurden im Vorjahr 12,7 Mrd. USD (+10,3%) lukriert. Weltweit gab es den IFPI-Daten zufolge mit Ende 2022 589 Mio. Abokunden. Der gesamte Streamingmarkt, also inklusive werbefinanzierter Angebote, wuchs um 11,5% auf 17,5 Mrd. USD – das entspricht zwei Dritteln des Gesamtmarkts. Abseits vom Streaming zeigten sich physische Tonträger einigermassen stabil und legten sogar leicht um vier Prozent zu. Aufführungsrechte bewegten sich mit 8,6% im Plus und befanden sich damit bereits wieder auf Vorcoronaniveau – „deutlich früher, als wir erwartet hätten“, konstatierte Moore. Synch-Rechte (Musiklizenzierung für Filme, Serien oder Werbung) steigerten den Umsatz um 22,3%.

Ein Blick auf die einzelnen Märkte offenbart zwar Unterschiede, allerdings zeigen die Wachstumspfeile durchwegs nach oben. In Asien hat sich allen voran China gemausert, der Zuwachs von 28,4% bescherte dem Land erstmals einen Platz unter den fünf größten Märkten weltweit. Besonders stark bleibt in Asien der physische Tonträgermarkt: 49,8% der globalen Umsätze wurden hier erzielt.



© AP/AFP/Anthony Wallace

Europa verzeichnete ein Plus von 7,5%, während die USA – der nach wie vor größte Einzelmarkt – um 4,8% zulegen konnten. In Südamerika wuchs der Musikmarkt um 25,9%, im Mittleren Osten und Nordafrika verbuchte man ein Plus von 23,8%. Hier ist auch der Anteil von Streaming weltweit am höchsten, 95,5% aller Umsätze wurden auf diesem Weg lukriert.

K-Pop und Afrobeat

Im Zusammenhang mit regionalen Musiktrends zeichnet sich ab, dass lokale Künstler zwar zusehends nationale Charts dominieren, gleichzeitig aber auch die internationalen Grenzen aufgeweicht werden. K-Pop oder Afrobeat seien nur zwei Beispiele dafür, dass sich Stile und Genres quer über die Welt verbreiten würden. Für junge Konsumenten seien diese oft nur einen Klick entfernt, wenn man sich beispielsweise die Popularität von Kurzvideo-Apps wie TikTok vor Augen führt. Ohnehin würde die nächste Transformation bereits

anklopfen, meinte Dennis Kooker von Sony Music: „Die Generation Z ist die erste, für die Gaming die erste Wahl bei Unterhaltung ist, direkt dahinter folgt Musik.“ Das ließe sich durchaus kombinieren. „Disruption wird ja oft negativ gesehen, aber für uns ist es das Gegenteil“, so Kooker. „Es ist eine neue Möglichkeit.“

Eine Herausforderung sei, wie man Einnahmen aus anderen Bereichen des Musikkonsums lukrieren könne. „Da geht es etwa um Fitness oder Gaming“, so Simon Robson von der Warner Music Group. Auch digitale Echtheitszertifikate wie NFTs könnten seiner Meinung nach eine Rolle spielen.

Plus 13 Prozent in Österreich

Positiv sah die Entwicklung auch in Österreich aus: Im Vorjahr wurde ein Umsatz von 215,2 Mio. € lukriert, was einem Plus von 13% entspricht. „Erstmals seit 15 Jahren haben wir damit wieder die 200 Mio.-Euro-Schwelle durchbrochen“, hatte Dietmar Lienbacher, Präsident von IFPI Österreich, bei einem Pressegespräch Mitte Februar betont. Einen Rekord gab es für die Anzahl gestreamter Songs: 14,8 Mrd. Lieder wurden so 2022 konsumiert. Damit sind auch hieszulande Dienste wie Spotify und Co für 80% des Umsatzes mit sogenannter Recorded Music verantwortlich. (APA/red)



© AFP

Internationales Wachstum

Frances Moore, IFPI: „In allen 62 Märkten, die wir beobachten, gab es Zuwächse.“

Globalisierte Trends

K-Pop oder Afrobeat sind nur zwei Beispiele dafür, dass sich Stile und Genres quer über die Welt verbreiten; Bild oben: Die K-Pop-Gruppe NewJeans bei der Seoul Fashion Week; unten: Afrobeat-Star Made Kuti (The Movement).



© AP/AFP/Benson Ibeabuchi