Rund ums Reeperbahnfestival geht es um alles, was Musik betrifft. Auch und gerade zu Zeiten der Pandemie. Denn wie kann ein Neustart aussehen?

Unter dem Motto „Alte Stärken, neue Chancen“ fand der diesjährige Musikdialog Hamburg unmittelbar vor der Eröffnung des Reeperbahn Festivals statt. Auf Einladung von Hamburgs Ersten Bürgermeister Dr. Peter Tschentscher zogen die Verantwortlichen der deutschen Musikwirtschaft eine Zwischenbilanz zum Corona-Geschehen. Diese wurde mit zwei bundesweiten Studien untermauert, die den wirtschaftlichen Stellenwert von Musik in Deutschland belegen, aber auch einen erheblichen Corona-bedingten Wandel bei der Nutzung feststellen.

Hamburgs Erster Bürgermeister Dr. Peter Tschentscher: *„Die Corona-Pandemie hat die Musikwirtschaft hart getroffen. Sie beeinträchtigt viele Geschäftsmodelle und beschleunigt den Wandel der Nutzungsgewohnheiten. Beim Musikdialog Hamburg 2020 standen neben der langfristigen Entwicklung der Branche vor allem die konkreten Folgen der aktuellen Coronakrise im Mittelpunkt. Auch in diesem Jahr hat der Musikdialog als Forum für die maßgeblichen Experten der deutschen Musikwirtschaft wichtige Impulse gegeben, um die richtigen Zukunftsstrategien für die Branche zu entwickeln. Mit mehr als 150.000 Beschäftigten ist die Musikwirtschaft der größte Arbeitgeber innerhalb des Mediensektors in Deutschland. Hamburg engagiert sich dafür, gemeinsam einen Weg aus der Krise zu finden.“*

Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien: *„Es ist ein wichtiges Signal für die Branche, dass der Musikdialog auch in diesem besonderen Jahr stattfinden kann, ebenso wie das Reeperbahn Festival. Gerade jetzt ist der direkte Austausch wichtig, um gemeinsam Wege aus der Krise aufzuzeigen und zu sehen, wo Hilfen notwendig und machbar sind. Musik ist nicht nur von grundsätzlicher kultureller Bedeutung, sondern trotz Corona auch ein starker Wirtschaftszweig mit unverändert dynamischen Wachstumspotenzial. Die Musikwirtschaftsstudie trägt dazu bei, dass die Bedeutung der deutschen Musikwirtschaft noch sichtbarer wird. Und die Studie zur Musiknutzung hilft der Branche zu erkennen, auf welche langfristigen Veränderungen sie sich einstellen muss.“*

Die Spitzenvertreterinnen und -vertreter der deutschen Musikwirtschaft treffen sich traditionell vor dem Start des Reeperbahn Festivals beim Musikdialog, um mit dem Ersten Bürgermeister und dem Senator für Kultur und Medien die Belange der Branche zu diskutieren. Aus diesem Kreis ging auch die Initiative für die beiden aktuellen Studien hervor.

Die Musikwirtschaftsstudie

An der Online-Umfrage beteiligten sich insgesamt 861 Selbständige und Unternehmen mit Gesamtumsätzen von rund 4,3 Milliarden Euro (2019). Die Studie wurde durchgeführt von dem Institut DIW Econ. Sie zieht den Vergleich zu 2015, als erstmals mit einer Studie die volkswirtschaftliche Bedeutung der Musikwirtschaft quantifiziert werden konnte. Die Musikverbände setzten sich im Rahmen des Musikdialogs dafür ein, dass eine Nachfolgestudie in Auftrag gegeben wird, um nach fünf Jahren zu prüfen, wie sich die Branchen seither entwickelt haben. Die Musikbranche hat in den vergangen Jahren insgesamt klare Erfolge zu verzeichnen. So sind zwischen 2014 und 2019 die Gesamterlöse um 18 Prozent von ca. 11,5 Milliarden Euro auf rund 13,6 Milliarden Euro gewachsen. Die Gesamtzahl der Erwerbstätigen entwickelte sich ebenfalls positiv und wuchs um rund 25 Prozent auf fast 158.000 Erwerbstätige an. Diese positive Entwicklung strahlt auch auf andere Branchen aus. So generierten für das Jahr 2019 Ausgaben für Güter und Dienstleistungen von deutschen Musikunternehmen in anderen Branchen rund 2,7 Milliarden Euro. Besonders profitierte auch die Reisebranche. So traten 2019 die Deutschen etwa 6,5 Millionen Musikreisen mit Übernachtungen an, wovon allein fast 90 Prozent auf Kurzurlaubsreisen zurückzuführen sind. Hinzu kommen noch etwa 361 Millionen Tagesreisen, die durch den Besuch einer speziellen (Musik-)Veranstaltung (z.B. Konzert) motiviert wurden. Damit wuchsen in den letzten fünf Jahren besonders die über den Musiktourismus erwirtschafteten Umsätze um drei Milliarden Euro und betrugen für das Jahr 2019 insgesamt 13 Milliarden Euro.

Dieser Dynamik droht der Studie zufolge nun durch Corona ein gravierender Einbruch, der erstmals mit konkreten Zahlen unterlegt wird. Erwarteten die Akteure der Musikwirtschaft vor Corona im Schnitt noch ein Umsatzwachstum für 2020 von 23 Prozent, verschwand der Optimismus nach Ausbruch der Corona-Pandemie. Die Akteure erwarten nun einen Umsatzrückgang von knapp 29 Prozent für das Jahr 2020. Damit liegen die Umsatzerwartungen knapp sieben Milliarden Euro unter den ursprünglichen Erwartungen. Für 2021 werden wieder besserer Zahlen erwartet. Die Branche rechnet damit, dass der Umsatz von 2020 auf 2021 um 20 Prozent ansteigt, jedoch würden die Umsätze immer noch knapp zwei Milliarden Euro hinter den Ausgangsniveau von 2019 zurückliegen.

Die Musiknutzungsstudie

Die Musiknutzungsstudie untersucht seit 2018 Veränderungen im Nutzerverhalten über einen Zeitraum von drei Jahren mit insgesamt sechs repräsentativen Panel-Befragungswellen. Das

Ziel: Erkenntnisse über die Zukunft der Musiknutzung zu gewinnen. Die aktuelle Befragung offenbart unter anderem einen Corona-bedingten Einbruch der Ausgaben für Musik. Diese sind in nahezu allen Formaten stark zurückgegangen – nur die Ausgaben für Streaming zeigen im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum ein Wachstum von 22 Prozent. Insbesondere der Absatz physischer Tonträger (Ausgaben für CD-Alben minus 25 Prozent) und der Live-Bereich (Ausgaben für Konzerte minus 80 Prozent) verzeichnen aber einen drastischen Einbruch gegenüber dem Vorjahr.
Auch die Musiknutzung geht leicht zurück. Seit Start der Studie im August 2018 hat der wöchentliche Musikkonsum um eine Stunde und 46 Minuten bzw. um acht Prozent abgenommen (Rückgang von 21 Stunden und 29 Minuten auf 19 Stunden und 43 Minuten). Insbesondere das herkömmliche Radio ist dabei konstant rückläufig (minus 15 Prozent), wird aber teilweise durch starke Zugewinne beim Online-Radio kompensiert (plus 73 Prozent). Eine mögliche Erklärung für den rückläufigen Musikkonsum ist die eingeschränkte Mobilität und der Fokus auf Nachrichten in Zeiten der Corona-Pandemie. Nach anfänglichem Wachstum bleibt die Nutzerreichweite von kostenpflichtigem Streaming mit 29 Prozent auf einem konstant hohen Niveau, außerdem verliert der Besitz von Musik an Relevanz. So besitzen immer mehr Teilnehmer keine physischen Tonträger (plus sechs Prozent) und keine digitalen Musikdateien mehr (plus sieben Prozent).
Bei der Nutzung von technischen Geräten sticht vor allem das Wachstum im Bereich Smart Speaker hervor – so benutzen bereits 19 Prozent der Teilnehmer ein solches Gerät (plus 96 Prozent im Vergleich zur ersten Welle im August 2018).
Bei der Studie handelt es sich um eine halbjährliche repräsentative Panelbefragung in sechs Wellen – die erste Welle der Befragung fand im August 2018 statt, die vorliegende fünfte Welle im Juni 2020. Die sechste Welle wird Anfang 2021 erhoben. In der fünften Welle wurden 1.670 in Deutschland lebende Menschen im Alter von 16 bis 70 Jahren zu ihrem Musiknutzungs-, Such- und Kaufverhalten befragt.
Diese Studie wird von einem Team der Uni Hamburg, Lehrstuhl für Marketing und Medien, durchgeführt. Die jeweiligen Studienleiter, Dr. Yann Girard (DIW Econ) und Prof. Dr. Michel Clement (Uni Hamburg), stellten die Ergebnisse erstmals im Rahmen des Musikdialogs vor und diskutierten mit der Runde darüber, wie sich die Musik auch vor allem wirtschaftlich erfolgreich weiterentwickeln kann.
Quelle: www.hamburg.de/bkm

Related Post

„Kultur stiftet Gemeinschaft“

Ein Handschuh in Berlin

Warner Bros.´ Herz fürs Lokale

Kein Klopapier mehr!