

CD-BRENNER BOOMEN **Junge Leute holen sich ihre Musik aus dem Internet**

Allensbach am Bodensee, Ende Januar 2002 - Die digitalen neuen Technologien und das Internet bieten heute Möglichkeiten zur Vervielfältigung, von denen die Musikindustrie unmittelbar berührt wird. Wer sich seine Musik von CDs kopiert, muß nicht mehr - wie vorher bei der Kopie von Musikkassetten - Qualitätsverluste in Kauf nehmen. Als MP3-Datei wird auch urheberrechtlich geschützte Musik massenhaft im Internet verbreitet. In aktuellen Schätzungen des Bundesverbandes der Deutschen Phonografischen Wirtschaft (IFPI) ist erstmals davon die Rede, daß die Zahl von CD-Raubkopien inzwischen die Zahl an verkauften Musik-CDs übersteigt.

Das Interesse, die neuen technischen Möglichkeiten zu nutzen, die das Internet auch für Musikliebhaber bietet, ist groß. 37 Prozent der Bevölkerung im Alter zwischen 14 und 64 Jahren brachten dieses Interesse in der jüngsten Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse (ACTA) zum Ausdruck. 37 Prozent, das sind 18,7 Mio. Personen. Von den Online-Nutzern zeigte sich mehr als jeder zweite (51 Prozent) daran interessiert, Musik online probezuhören und gegebenenfalls gegen Gebühren aus dem Netz runterzuladen.

Daß die technischen Voraussetzungen für das Brennen eigener CDs oder das Kopieren von geliehenen CDs heute schon in vielen Haushalten vorhanden sind, zeigt die ACTA 2001 ebenfalls. 15 Prozent aller erwachsenen Bundesbürger (das sind 7,7 Millionen Personen) verfügen im Haushalt über einen CD-Brenner. Weitere 10 Prozent (5,2 Millionen) wollen in absehbarer Zeit einen CD-Brenner anschaffen. Von den Jüngeren, den Unter-25jährigen, hat sogar jeder vierte (24 Prozent) einen CD-Brenner daheim. Rund 15 Prozent aus dieser Altersgruppe haben Anschaffungspläne. Jeder zehnte besitzt einen MP3-Player.

www.ifd-allensbach.de
Porträt des Instituts - Leistungsspektrum - Aktuelle Studien

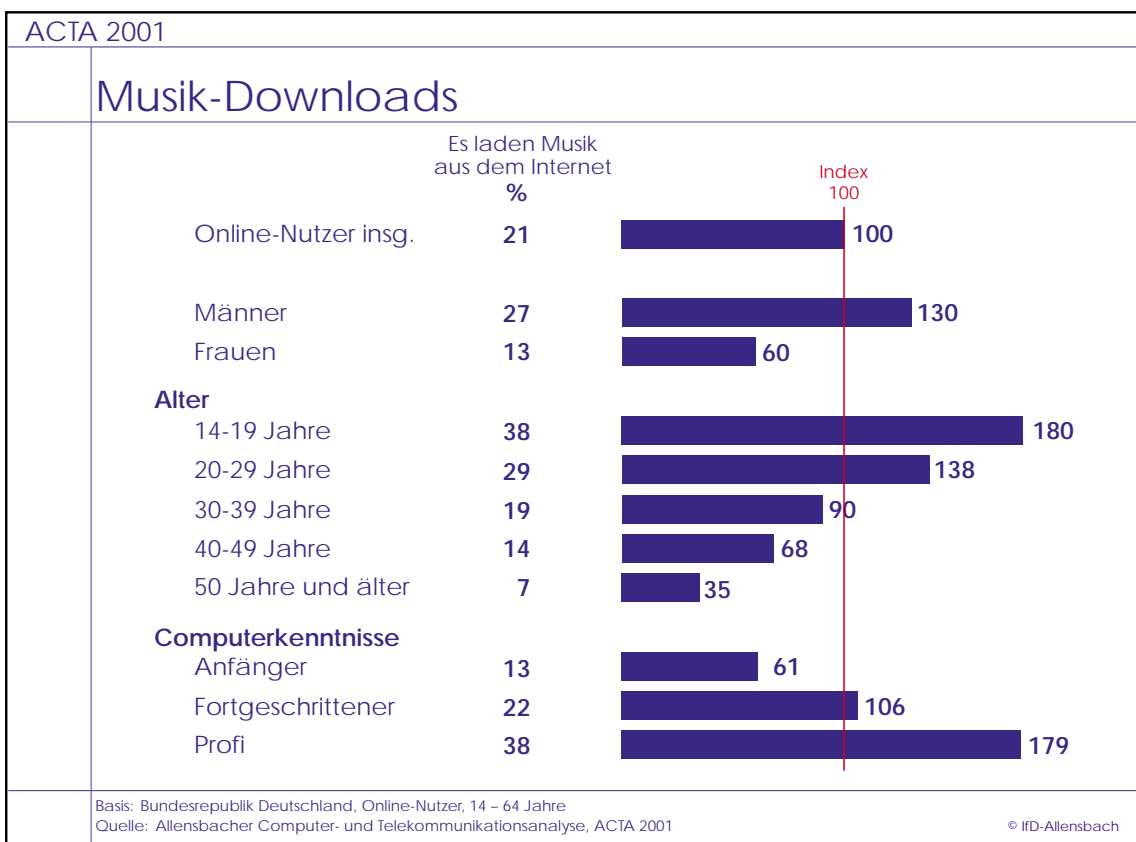
ACTA 2001				
ACTA-Daten zum Musikmarkt				
	Bevölkerung 14-64 Jahre		Online-Nutzer	
	%	Mio.	%	Mio.
Informationsinteresse CD's, Musikkassetten	80	40,9	86	17,6
Bekanntheit des Begriffs 'MP3'	37	18,6	65	13,1
Interesse, Musik online probezuhören und gegen Gebühren runterzuladen	37	18,7	51	10,4
Computer zu Hause mit CD-Brenner	15	7,7	33	6,8
Anschaffungsplan CD-Brenner	10	5,2	19	3,9

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung 14 - 64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse, ACTA 2001 © IfD-Allensbach

ACTA 2001				
CD-Brenner boomen				
	CD-Brenner		MP3-Player	
	im Haushalt vorhanden	Kauf- plan	im Haushalt vorhanden	Kauf- plan
	%	%	%	%
Bevölkerung insgesamt	15	10	4	3
Altersgruppen				
14 - 17 Jahre	24	14	9	8
18 - 24 Jahre	24	16	10	6
25 - 29 Jahre	21	13	7	4
30 - 34 Jahre	19	12	5	4
35 - 39 Jahre	18	14	5	3
40 - 49 Jahre	15	11	3	2
50 - 64 Jahre	6	4	1	1

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung 14 - 64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse, ACTA 2001 © IfD-Allensbach

Die Möglichkeit, aus dem Internet Musik herunterzuladen, haben 21 Prozent der Internet-Nutzer (4,3 Mio.) schon genutzt. Und natürlich sind es vor allem die Jüngeren, also jene Gruppe, die besonders aktiv im Internet ist und besonders an Neuerscheinungen auf dem Musikmarkt interessiert ist, die sich ihre Musik besonders häufig aus dem Netz holen. 38 Prozent der 14- bis 19jährigen und 29 Prozent der 20- bis 29jährigen haben sich ihre Musik schon aus dem Internet geholt.



Die Zahlen machen sehr deutlich, daß das Zusammenspiel von Computertechnik und Internet im Haushalt die Distributionswege des Musikmarktes verändern wird. Daß die Musikindustrie dabei Schaden leidet, scheint zwar auf der Hand zu liegen, geht aber im Moment noch nicht eindeutig aus den Umfragedaten hervor. Auf die Frage, ob man heute mehr CDs als vor drei Jahren kauft, sagten diejenigen, die sich in letzter Zeit auch mit Musikdownloads aus dem Internet bedient haben, zwar zu 37 Prozent, daß sie heute weniger CDs kaufen. 28 Prozent gaben jedoch an, daß sie mehr CDs gekauft haben. Es findet im Moment im Bereich der Musik - wie früher schon mit Tonband, Kassettenrecorder und Radio - noch beides statt: Kopieren statt kaufen. Und dies: Manches wird heruntergeladen oder kopiert, aber die Anregungen aus dem Internet regen gleichzeitig offenbar auch zum Kauf an.

ACTA 2001		
CD-Käufe: Substitution oder Stimulation durch Musik-Downloads		
	Online-Nutzer %	Zielgruppe Musik-Downloads %
Es kaufen heute –		
mehr CD's als vor 3 Jahren	23	28
weniger CD's als vor 3 Jahren	30	37
ungefähr gleich viele	47	35

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung 14 – 64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse, ACTA 2001

© IfD-Allensbach

ACTA 2001

Allensbacher Computer- und Telekommunikations-Analyse

Untersuchungssteckbrief

Methodische Gesamtverantwortung: Institut für Demoskopie Allensbach

Anzahl der Befragten: 10.039
darunter 4.281 Online-Nutzer

Repräsentanz: Gesamtdeutschland,
Bevölkerung von 14 bis 64 Jahren

Zeitraum der Befragung: Januar bis Juli 2001

In einem jährlichen Beobachtungsrhythmus verfolgt das Allensbacher Institut mit seiner Allensbacher Computer- und Telekommunikations-Analyse (**ACTA**) seit 1997 auf breiter Befragtenbasis die Entwicklungen auf dem Computer- und Informationstechnologiemarkt einschließlich des Internet. Neben Besitz im Haushalt, Anschaffungsplänen und Nutzung werden zugleich Veränderungen von Einstellungen und Gewohnheiten, Wünschen und Interessen in der Bevölkerung beobachtet.

Die Berichterstattung der **ACTA 2001** erfolgt in drei Berichtsbänden:

Basisinformationen (inkl. Codeplan)
MÄRKTE
MEDIEN

Zu beziehen sind die Bände beim:

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH
78472 Allensbach am Bodensee
Telefon: 07533/ 805-276
Telefax: 07533/ 805-172

E-Mail: acta@ifd-allensbach.de oder info@ifd-allensbach.de

<http://www.acta-online.de>

Die Gesamtdatei der ACTA 2001 liegt auch als CD-ROM in den Programmversionen Microsoft Windows 95/98/2000/NT 4.0 oder Apple Macintosh (PowerPC) vor.