

2. Schwerpunkt Musik und Film

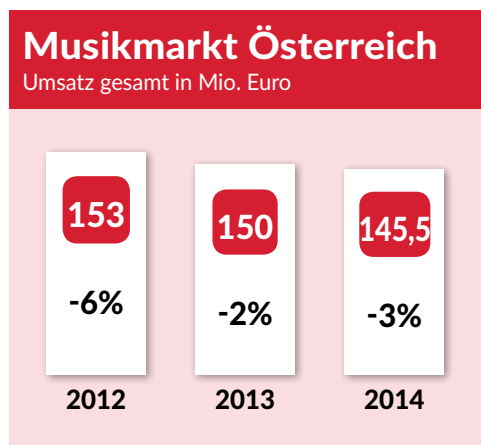
Werfen wir nun einen Blick auf die Musik- und Filmbranche, zwei Kernbereiche der Kreativwirtschaft, die auch in unserem täglichen Leben eine große Rolle spielen. Schon früh am Morgen klingelt die Wecker-Melodie am Smartphone, während des Frühstücks läuft Musik im Radio, am Weg zur Schule oder zur Arbeit laden wir uns schnell die neuesten Hits aufs Handy, sehen uns Videos im Internet an, lesen den neuesten Tratsch über Pop- und Filmstars in der Zeitung und gehen am Abend auf ein Konzert oder ins Kino oder genießen einen gemütlichen DVD-Abend.

85% der ÖsterreicherInnen bezeichnen Musik als unverzichtbaren Teil ihres Lebens, jede(r) Zweite ist sogar musikalisch aktiv. Die mit Abstand wichtigste Funktion von Musik ist der Erholungswert. Für mehr als die Hälfte ist es sehr wichtig, dass sie sich zu Musik entspannen können. Auch ansprechende Texte und die Möglichkeit, zur Musik seine Gefühle auszuleben, werden positiv bewertet. Der Wunsch nach Ausdruck der Persönlichkeit ist vor allem bei unter Dreißigjährigen besonders wichtig. Und dass Musik mit Freunden verbindet, ist umso wichtiger, je jünger man ist.⁶

DIE UMSATZENTWICKLUNG DES MUSIKMARKTS IN ÖSTERREICH

Was geben nun die österreichischen Musikfans für CDs, Vinyl-Schallplatten, Musik-DVDs, Downloads und Streaming-Abos aus? Im Jahr 2014 waren es insgesamt 145,5 Millionen Euro.⁷ Darin enthalten sind auch die Umsätze mit Merchandising-Produkten wie z.B. Künstler-T-Shirts

sowie Lizenzeneinnahmen, die Künstler und Labels erhalten, wenn ihre Musik im Radio, im TV, in Diskotheken oder in Filmen und Werbespots gespielt wird. Das ist im Vergleich zum Jahr 2013 zwar ein Umsatzrückgang von drei Prozent, die Musikbranche hat aber auch schon schlimmere Zeiten erlebt. Seit dem Einsetzen der digitalen Revolution rund um die Jahrtausendwende hat der Musikmarkt nahezu 50% Umsatz eingebüßt. Mittlerweile hat sich die Situation aufgrund der Umsatzzuwächse bei Download-Shops und Streaming-Abos wieder etwas entspannt und die Online-Verkäufe können die Rückgänge bei den CDs beinahe kompensieren.



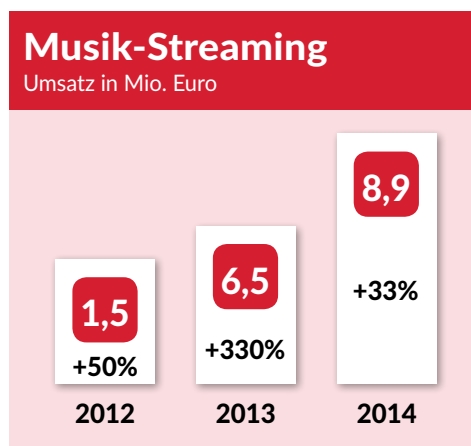
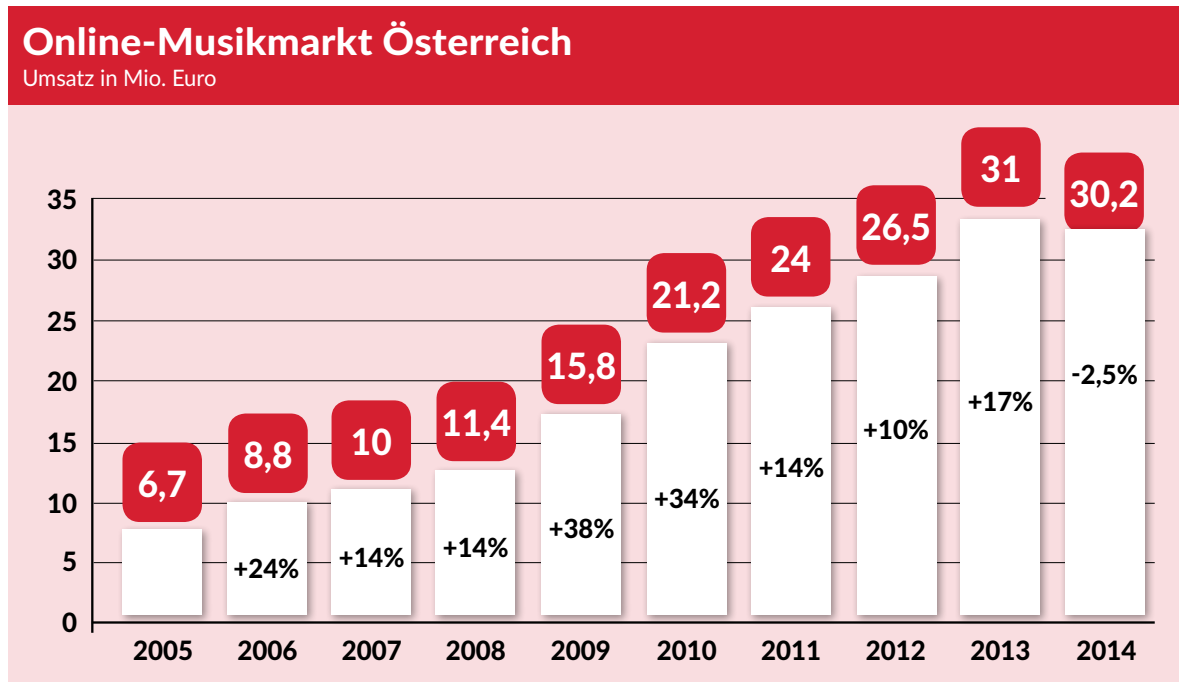
ONLINE-MUSIKMARKT: DOWNLOADS UND STREAMING

Der gesamte Online-Musikmarkt – also Downloads von Alben und Songs sowie Streaming-Abos – erreichten 2014 ein Volumen von 30,2 Millionen Euro. Die Downloads erlitten nach zehn Jahren

⁶ Studie „Wozu Musik? Musikalische Verhaltensweisen, Vorlieben und Einstellungen der Österreicher/innen“, Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Wien 2010

⁷ „Österreichischer Musikmarkt 2014“ (IFPI Austria – Verband der Österreichischen Musikwirtschaft), Wien 2015

kontinuierlichen Wachstums erstmals einen Dämpfer. Der Umsatz ging um 12% auf knapp 21 Millionen Euro zurück. Einer der Gründe ist wohl die wachsende Beliebtheit von Streaming-Diensten wie Spotify, Deezer oder Juke.⁸ Denn hier steigen die Umsätze seit einigen Jahren rasant, in 2014 um 33% auf fast neun Millionen Euro.

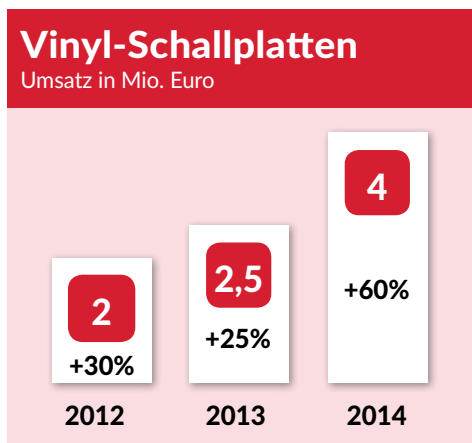


VINYLSCHALLPLATTEN SIND WIEDER „IN“

Ein interessantes Detail am Musikmarkt ist die Tatsache, dass gerade die gute alte Schallplatte für bemerkenswerte Umsatzzuwächse sorgt. Vier Millionen Euro wurden 2014 für Vinyl-Schallplatten in Österreich ausgegeben, das ist eine Steigerung von 60% im Vergleich zum Jahr davor. Dieser positive Trend hält schon über einen längeren Zeitraum an. Innerhalb der letzten drei Jahre hat sich der Vinyl-Umsatz verdoppelt. Die Schallplatte ist offenbar wieder zu einem trendigen Lifestyle-Produkt

⁸ Eine Auflistung der wichtigsten Downloadshops und Streaming-Dienste findet sich hier: <http://www.ifpi.at/?section=inhalt&inhaltsid=29>

geworden, wohl auch als Gegenteil zur Digitalisierung. Denn Musikfans schätzen an Vinyl-Schallplatten genau jene Eigenschaften, die der Download eines Musikfiles nicht bieten kann: ein Produkt zum Anfassen, einen unverwechselbaren Klang, ein großes Format mit aufwendiger Covergestaltung.



DIE UMSATZENTWICKLUNG DES FILMMARKTS IN ÖSTERREICH

Die Umsätze aus Blu-Ray und DVD erreichten 2013 insgesamt ein Volumen von 14,3 Millionen Einheiten und von 187,3 Millionen Euro Umsatz. Das sind im Vergleich zum Jahr davor nahezu konstante Werte. 2010 wurde allerdings noch ein Umsatz von 196,3 Millionen Euro erreicht. Innerhalb des Bild/Tonträgermarkts entwickeln sich die Formate Blu-Ray und DVD unterschiedlich. Während es bei Blu-Ray ein Umsatzplus von 13% gibt, ist der (noch wesentlich größere) DVD-Markt um vier Prozent zurückgegangen.⁹ Film-Streamingdienste wie Netflix stehen in Österreich noch am Beginn ihrer Entwicklung und werden in Zukunft eine größere Rolle spielen.

Blu-Ray-Verkauf		
Jahr	Stück in Mio.	Umsatz in Mio. Euro
2010	1,7	29,2
2011	2,2	37,4
2012	2,7	44,9
2013	3,2	50,8

Filmwirtschaftsbericht 2014, S.64

DVD-Verkauf		
Jahr	Stück in Mio.	Umsatz in Mio. Euro
2010	13,1	167,1
2011	12,6	153,3
2012	11,8	142,6
2013	11,1	136,5

Filmwirtschaftsbericht 2014, S.65

Die beliebtesten DVD-Genres der ÖsterreicherInnen sind Komödie, Unterhaltung und Action, die gemeinsam rund die Hälfte aller verkauften Titel ausmachen. Bei Blu-Ray liegt Action klar vor Komödie und Thriller.

⁹ Filmwirtschaftsbericht 2014 (Österreichisches Filminstitut), Wien 2014

Ein Blick auf die Umsätze und Besucherzahlen im Kino zeigt folgendes Bild: 15,2 Millionen BesucherInnen zählten die österreichischen Kinos im Jahr 2013. Insgesamt wurde ein „Box Office“ – also die Einnahmen, die ein Kinofilm während seiner Spielzeit in den Kinos erwirtschaftet – von 125,6 Millionen Euro eingespielt.

Kinobesuche				
Jahr	Besuche	% Veränderung zum Vorjahr	Anzahl Filme	Box Office
2010	16.450.648	-9,0%	425	127.857.318
2011	15.752.844	-4,2%	364	124.323.885
2012	16.400.802	4,1%	413	131.868.358
2013	15.176.581	-7,5%	400	125.635.829