

Medienmitteilung

Nur wenige Schweizerinnen und Schweizer zahlen für Musikstreaming

Musikstreaming ist in der Schweiz weiter auf dem Vormarsch. Fast alle nutzen eine entsprechende Plattform. Die grosse Herausforderung für die Anbieter ist es allerdings, die hiesigen Kunden dazu zu bewegen, für den Service zu zahlen.

Zürich, 14. Juni 2022 – Die grosse Mehrheit der Schweiz nutzt die Video-Plattform Youtube fürs Musikhören. Aber auf reines Musikstreaming spezialisierte Plattformen wie Spotify gewinnen weiter an Beliebtheit: Fast 70 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer nutzen mindestens einen Musikstreamingdienst (ohne die Videoplattform von Youtube). Das zeigt die aktuelle Ausgabe der Streaming-Studie von moneyland.ch. Im Jahr 2021 waren es noch lediglich 62 Prozent der Befragten, die angaben, mindestens einen Musikstreamingdienst nutzen.

Bei den reinen Musikstreaming-Anbietern behält Spotify die Führung: In der repräsentativen Umfrage gab knapp die Hälfte der 1500 befragten Personen an, dass sie die schwedische Plattform nutzen. Darauf folgt mit viel Abstand Apple Music (18 Prozent). Und obwohl Youtubes Videoplattform mit über 70 Prozent am meisten für Musikstreaming verwendet wird, nutzen lediglich knapp 13 Prozent den auf Audio-Streaming spezialisierten Service Youtube Music Premium.

Besonders zulegen konnten im vergangenen Jahr einige kleinere Plattformen. Zu den grössten Gewinnern gehören der französische Anbieter Deezer, der skandinavische Dienst Tidal und die amerikanische Plattform Napster. Der Marktanteil dieser Anbieter ist in der Schweiz zwar noch klein, sie konnten ihre Nutzerzahlen in der Schweiz im vergangenen Jahr aber teils fast verdoppeln.

Tabelle 1: Nutzerzahlen Musikstreaming

Anbieter	2022	2021
Youtube (allgemein)	73%	62%
Spotify	49%	44%
Apple Music	18%	16%
Youtube Music Premium*	13%	
Soundcloud	12%	11%
Deezer	9%	6%
Amazon Music	8%	7%
Tidal	5%	3%
Napster	4%	2%
Andere	18%	15%

*Youtube Music Premium wurde 2021 nicht separat abgefragt.

Kaum Zahlungsbereitschaft

Die Zahl der Schweizerinnen und Schweizer, die bereit sind, für Musikstreaming Geld auszugeben, ist relativ klein. Während die überwältigende Mehrheit der Schweizerinnen und Schweizer sagt, dass sie einen oder mehrere reine Musikstreamingdienste nutzt, zahlen nur 34 Prozent der Bevölkerung für mindestens einen dieser Services. Immerhin: Vor einem Jahr waren es erst 30 Prozent.

So geben lediglich 23 Prozent der Befragten an, dass sie für Spotify zahlen. Das heisst: Weniger als die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer gibt selbst für den Service Geld aus. Der Rest nutzt den Dienst gratis oder verwendet das Log-in einer anderen Person. Bei den anderen Anbietern ist der Anteil an zahlenden Kundinnen und Kunden noch kleiner (Tabelle 2). «Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass es umso schwieriger ist, zahlende Kundschaft zu gewinnen, je kleiner der Anbieter ist», sagt Benjamin Manz, Geschäftsführer von moneyland.ch, dazu.

Tabelle 2: Anteil zahlende Kundinnen und Kunden

Anbieter	Anteil zahlende Nutzer
Spotify	46%
Apple Music	42%
Youtube Music Premium	29%
Amazon Music	23%
Deezer	15%
Napster	14%
Tidal	10%
Youtube (allgemein)	6%
Soundcloud	6%
Andere	9%

Auffällig ist, dass die Zahlungsbereitschaft bei Musikstreaming niedriger ist als bei Videos: In der Schweiz zahlt mehr als die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer von Netflix, Disney Plus und Swisscom Blue Sport selbst für das Abo. «Das dürfte unter anderem daran liegen, dass es bei den klassischen Videostreaming-Angeboten keine Gratisversion gibt», vermutet Telekom-Experte Ralf Beyeler von moneyland.ch. Im Gegensatz dazu kann man viele Musik-Plattformen auch gratis nutzen.

Wer in der Schweiz für einen Musikstreamingdienst zahlt, beschränkt sich in der Regel auf einen einzigen Anbieter. Nur rund 4 Prozent der Befragten geben an, dass sie für mehr als einen Service selbst Geld ausgeben. «Im Gegensatz zum Videostreaming gibt es bei Musik und Podcasts momentan nicht viel exklusiven Content», erklärt Beyeler. «Es gibt also fast keinen Grund, für mehrere Abos zu zahlen.»

Junge lieben Streaming

«Musikstreaming ist vor allem bei jungen Personen beliebt», beobachtet Geschäftsführer Benjamin Manz. Das zeigt sich besonders bei den grössten Anbietern Youtube, Spotify und Apple Music: 18- bis 25-Jährige verwenden diese Services teils wesentlich häufiger als die anderen Altersgruppen (Tabelle 3) und sind meist auch eher bereit, für reines Musikstreaming zu zahlen.

Im Vergleich zu den Schweizerinnen und Schweizern im Alter von 50 bis 74 Jahren ist der Unterschied besonders frappant: In der jüngsten Altersgruppe nutzen 77 Prozent der Befragten Spotify, in der ältesten lediglich 26 Prozent. Generell verwendet nur ein kleiner Teil der 50- bis 74-Jährigen Musikstreaming.

Tabelle 3: Musikstreaming-Nutzung nach Alter

Anbieter	18-25	26-49	50-74
Youtube (allgemein)	82%	80%	59%
Spotify	77%	58%	26%
Apple Music	23%	20%	13%
Youtube Music Premium	15%	18%	6%
Soundcloud	21%	15%	3%
Deezer	11%	12%	4%
Amazon Music	7%	10%	6%
Tidal	7%	8%	1%
Napster	6%	7%	1%
Andere	15%	19%	17%

Kleine Anbieter haben viel mehr männliche Nutzer

Ein Blick auf die Geschlechterverteilung zeigt, dass sowohl Frauen als auch Männer hauptsächlich auf Youtube und Spotify Musik hören. Allerdings nutzen Frauen diese beiden Plattformen etwas häufiger. Dafür sind alle anderen abgefragten Streamingdienste bei Männern leicht beliebter (Tabelle 4). Deezer, Amazon Music, Tidal und Napster zählen jeweils rund doppelt so viele männliche Nutzer.

Tabelle 4: Nutzung nach Geschlecht

Anbieter	Frauen	Männer
Youtube (allgemein)	74%	71%
Spotify	52%	46%
Apple Music	17%	20%
Youtube Music Premium	10%	16%
Soundcloud	10%	13%
Deezer	6%	12%
Amazon Music	6%	11%
Tidal	3%	7%
Napster	3%	6%
Andere	15%	20%

Romandie mag Spotify weniger

Spotify ist in der Westschweiz mit 44 Prozent etwas weniger verbreitet als in der Deutschschweiz (51 Prozent). Dafür hat Apple Music in der Romandie leicht mehr Nutzerinnen und Nutzer: 20 Prozent im Gegensatz zu 17 Prozent ennet des Röstigrabens. «Apple Music müsste aber auch in der Westschweiz seine Nutzerzahlen mehr als verdoppeln, um Spotify den ersten Rang ablaufen zu können», gibt Telekom-Experte Beyeler zu bedenken.

Die Zahlungsbereitschaft – insbesondere für Spotify, aber auch bei einigen anderen Musikstreaming-Anbietern – ist in der französischsprachigen Schweiz leicht tiefer.

Tabelle 5: Nutzung nach Region

Anbieter	Deutschschweiz	Westschweiz
Youtube (allgemein)	72%	73%
Spotify	51%	44%
Apple Music	17%	20%
Youtube Music Premium	14%	11%
Soundcloud	12%	11%
Deezer	8%	12%
Amazon Music	9%	8%
Tidal	5%	5%
Napster	5%	4%
Andere	18%	17%

Kontakt für weitere Informationen

Benjamin Manz
Geschäftsführer moneyland.ch
Hottingerstrasse 12
CH-8032 Zürich, Schweiz
Telefon: +41 44 576 88 88
E-Mail: media@moneyland.ch

Ralf Beyeler
Telekom-Experte
Hottingerstrasse 12
CH-8032 Zürich, Schweiz
Handy: +41 79 467 07 81
E-Mail: r.beyeler@moneyland.ch

Über moneyland.ch

moneyland.ch ist der unabhängige Schweizer Online-Vergleichsdienst für Banken, Versicherungen und Telekom. Auf moneyland.ch finden sich umfassende und genaue Kosten- und Leistungsvergleiche in den Bereichen Krankenkassen, Spitalzusatz-, Krankenkassenzusatz-, Rechtsschutz-, Lebens-, Tier- und Reiseversicherungen, Handy-, Internet-, TV- und Festnetz-Angebote, Kreditkarten, Hypotheken, Kredite, Mietkautionen, Trading, Private Banking, Bankpakete, Kassenobligationen, Privat-, Firmen-, Spar-, Säule-3a- und Freizügigkeitskonten. Insgesamt hat moneyland.ch bereits mehr als 100 interaktive Vergleiche und Rechner programmiert.

Alle Rechner finden Sie unter <https://www.moneyland.ch/de/rechner>

Alle interaktiven Vergleiche finden Sie unter <https://www.moneyland.ch/de/vergleiche>

Methodik

Die Streaming-Studie 2022 basiert auf einer repräsentativen Umfrage, die das Marktforschungsinstitut Ipsos im Auftrag von moneyland.ch im April 2022 durchgeführt hat. Es wurden 1500 Personen aus der Deutsch- und Westschweiz zu Musikstreaming befragt. Sie gaben an, ob sie verschiedene Services nutzen, und falls ja, ob sie dafür zahlen, das Log-in einer anderen Person verwenden, oder eine Gratis-Version nutzen. Enthaltungen waren möglich. Die Vorjahreszahlen stammen aus der Streaming-Studie 2021, die im März 2021 bei moneyland.ch erschienen ist. Die dargestellten Ergebnisse können sich aufgrund von Rundungseffekten leicht voneinander unterscheiden.