

Brennerstudie 2006

**erstellt im Auftrag des
Bundesverbandes der phonographischen Wirtschaft e.V.,
Berlin**

Inhalt

The GfK logo is displayed in white text on a light orange square background.

- **Stichprobe / Methodik**
- **Hardware - Ausstattung**
- **Brennen von Inhalten**
- **Brennen von Musik**
- **Download von Musik**

Inhalt

The GfK logo is displayed in white text on a light orange square background.

- **Stichprobe / Methodik**
- **Hardware - Ausstattung**
- **Brennen von Inhalten**
- **Brennen von Musik**
- **Download von Musik**



Zielsetzung/ Methodik/ Stichprobe der Untersuchung

4

Zielsetzung der Studie:

- ✧ Ermittlung der aktuellen Hardware-Bestände von CD-Brennern, DVD-Brennern, DVD-Recordern und MP3 Playern
- ✧ Analyse des Nutzungsverhaltens in Bezug auf digitales Kopieren/ Aufnehmen von Musik
- ✧ Analyse des Nutzungsverhaltens in Bezug auf Herunterladen (Download) von Musik aus dem Internet
- ✧ Analyse des Nutzungsverhaltens im Bezug auf Speichern von Musik

Befragungsmethodik:

Schriftliche Befragung innerhalb des GfK-Individualpanels

Stichprobe:

10.000 Personen, repräsentativ für 64 Mio. deutsche Personen ab 10 Jahren

Feld:

Januar 2006

Inhalt

The GfK logo is displayed in white text on a light orange square background.

- **Stichprobe / Methodik**
- **Hardware - Ausstattung**
- **Brennen von Inhalten**
- **Brennen von Musik**
- **Download von Musik**



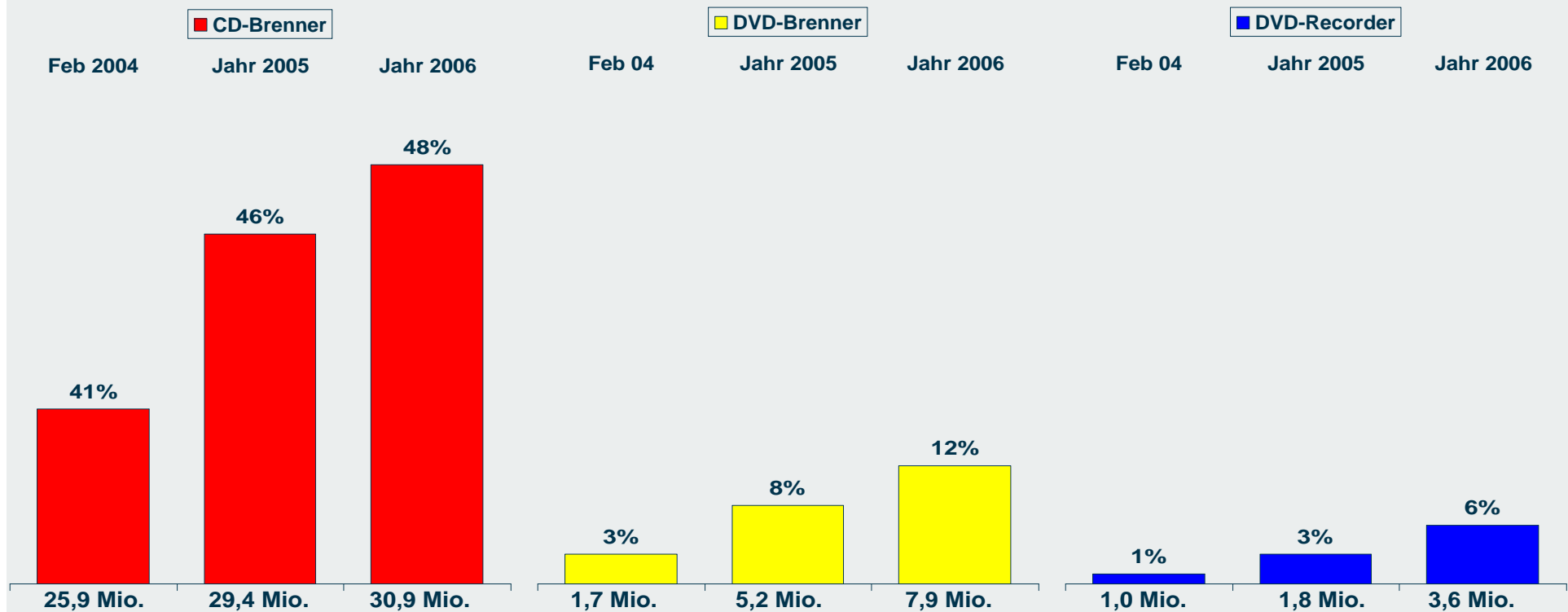
Hardware-Kennzahlen

Stand: Januar 2006

6

Frage : Besitzen Sie oder andere Personen in Ihrem Haushalt eines dieser Geräte?

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt in Mio. Personen





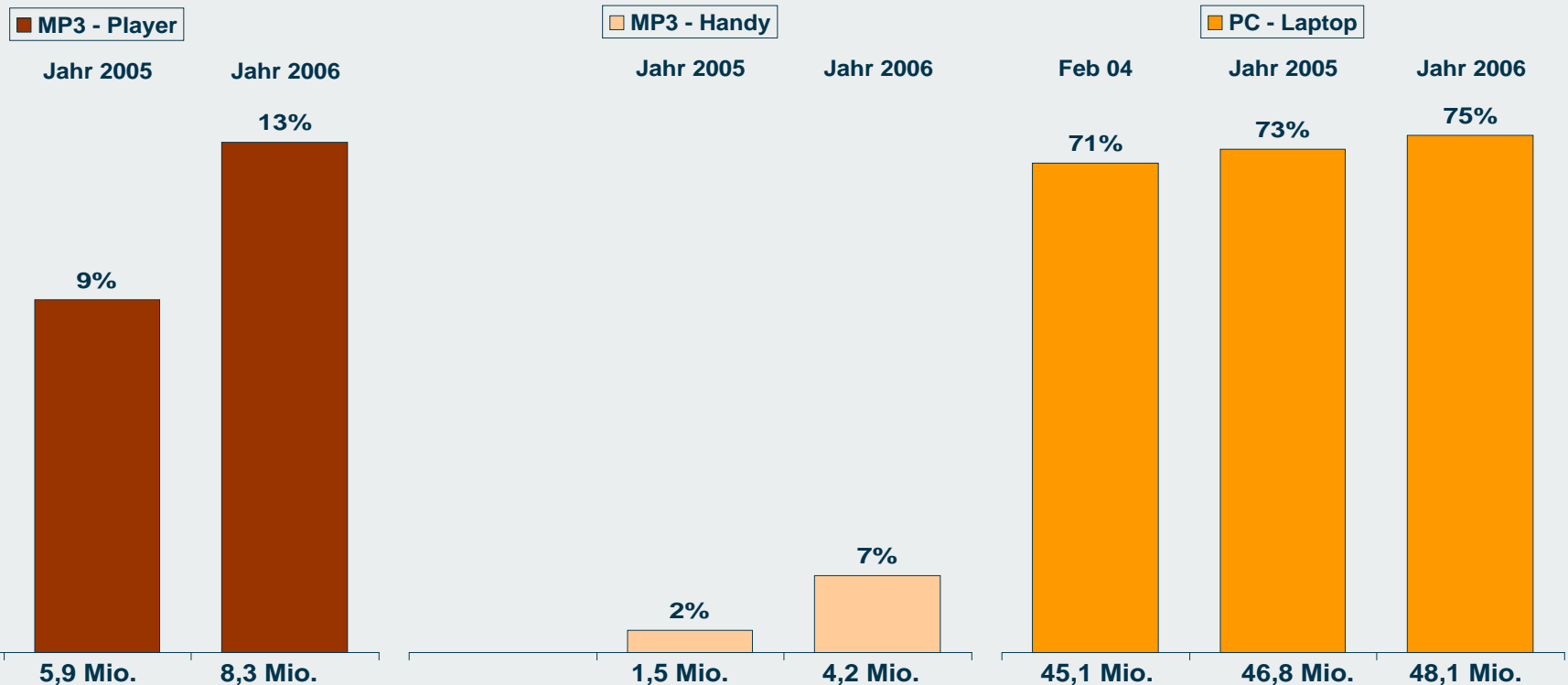
Hardware-Kennzahlen

Stand: Januar 2006

7

Frage : Besitzen Sie oder andere Personen in Ihrem Haushalt eines dieser Geräte?

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt in Mio. Personen



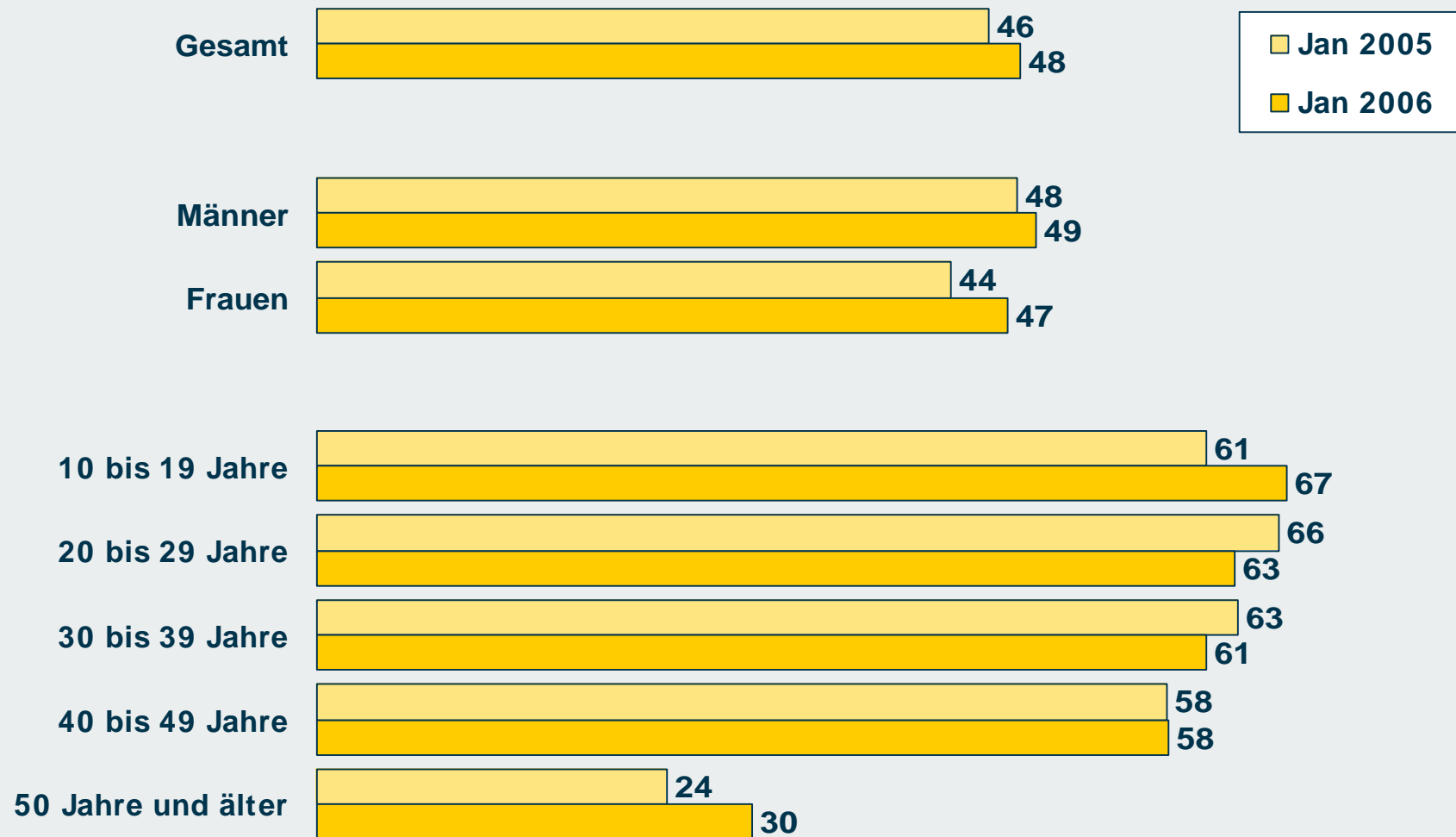


Hardware - Kennzahlen „CD-Brenner“

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt

Basis: Personen in %

8



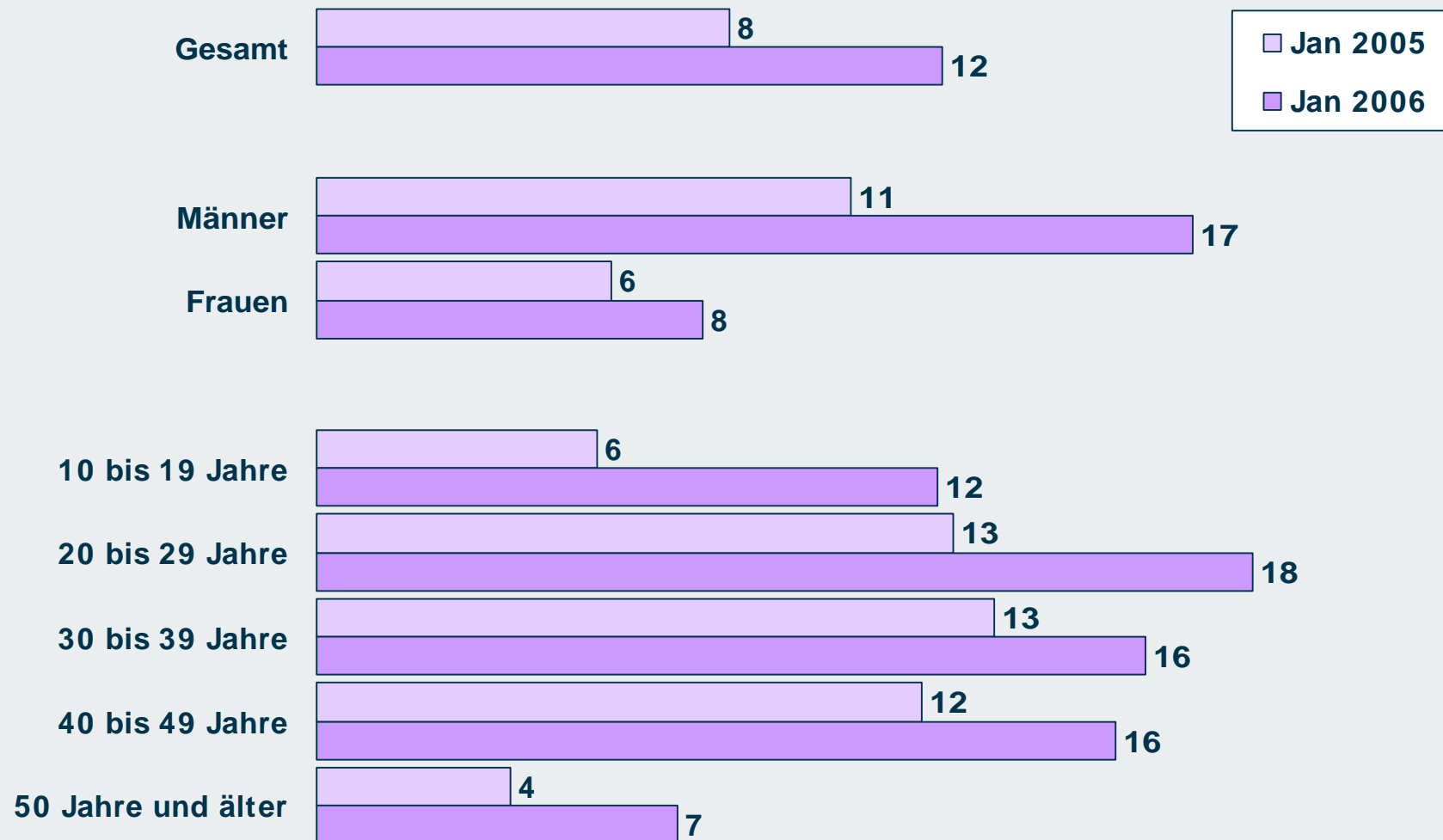


Hardware - Kennzahlen „DVD-Brenner“

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt

Basis: Personen in %

9



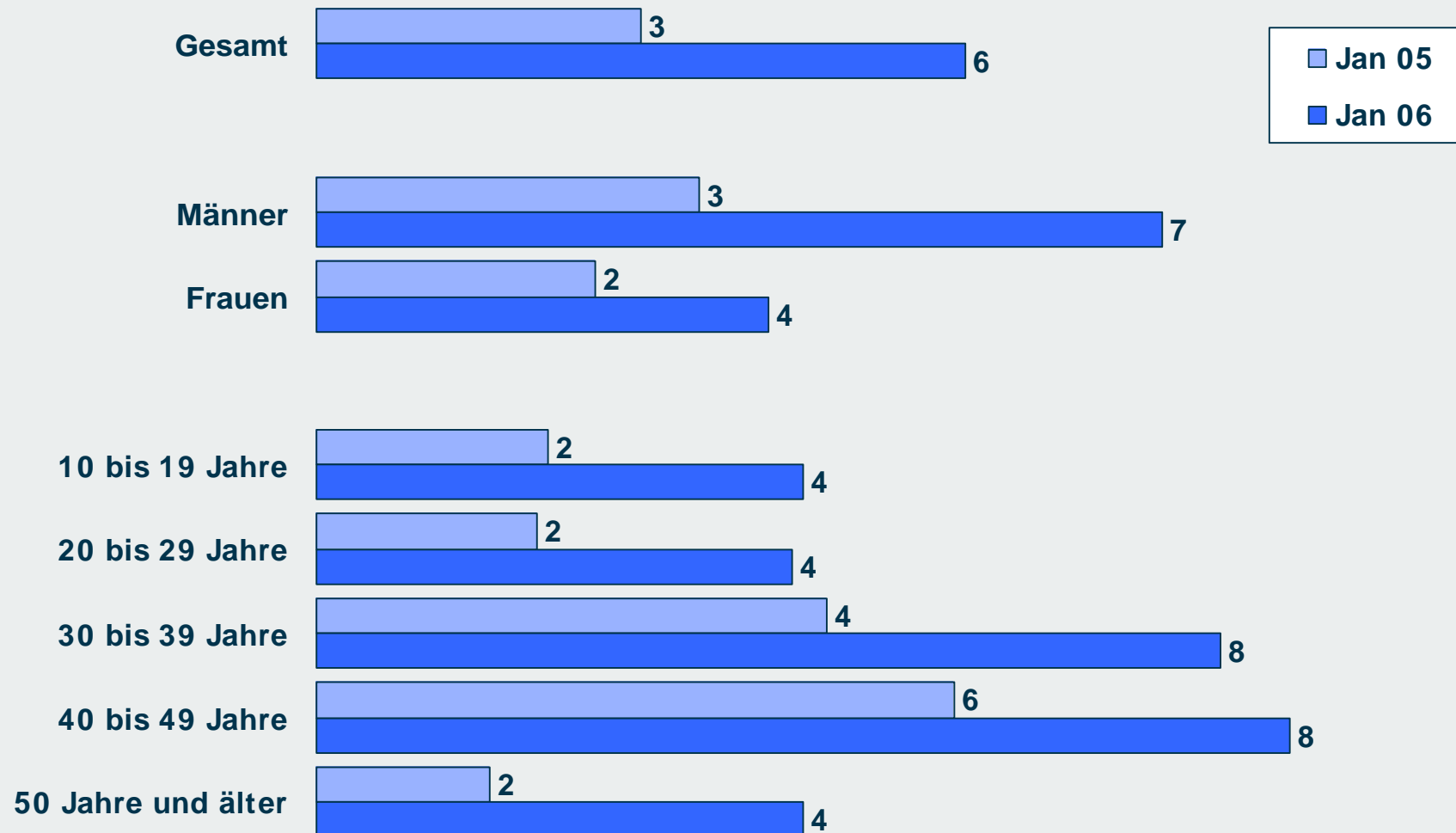


Hardware - Kennzahlen „DVD-Recorder“

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt

Basis: Personen in %

10



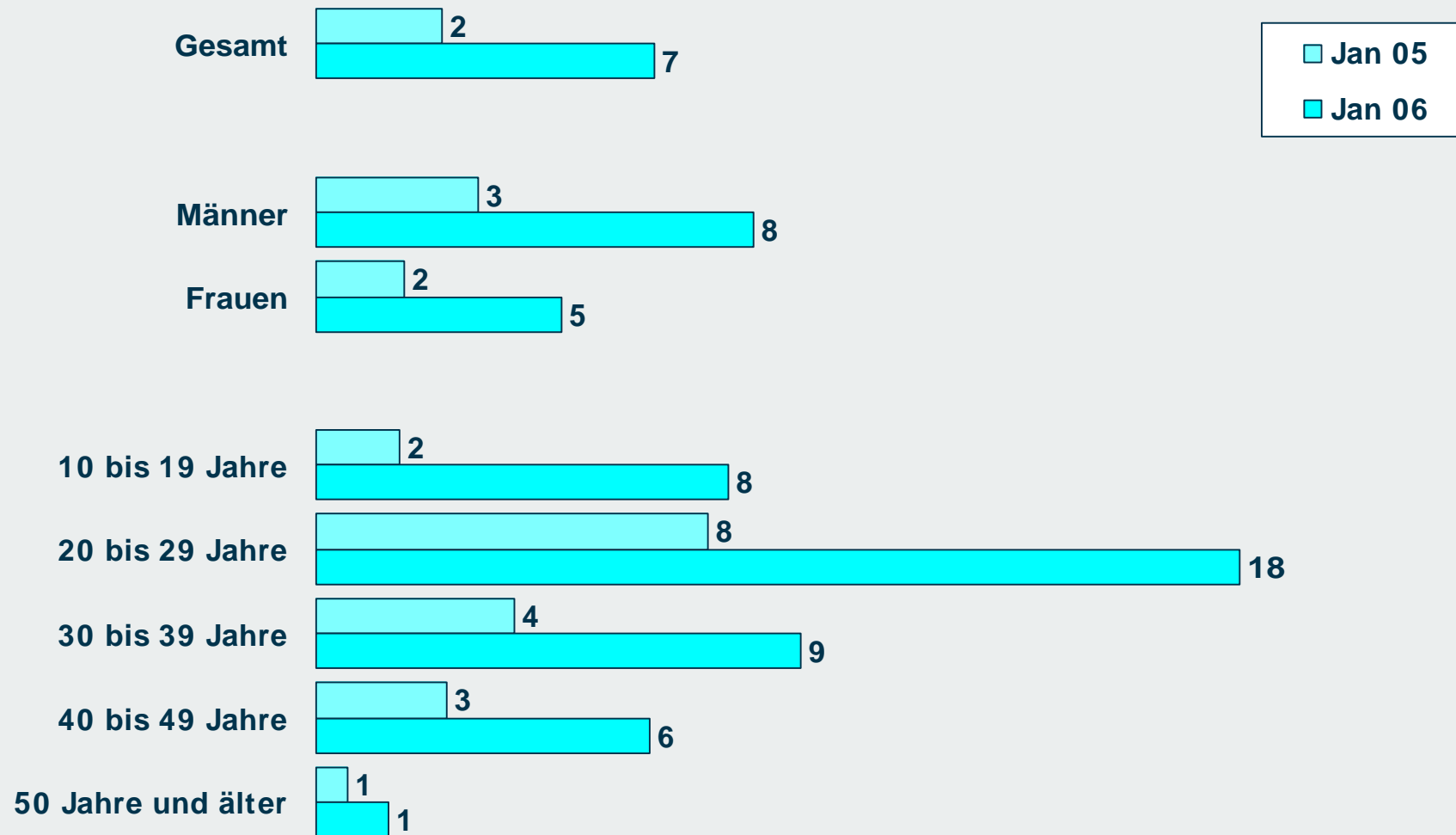


Hardware - Kennzahlen „MP3 Handy“

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt

Basis: Personen in %

11



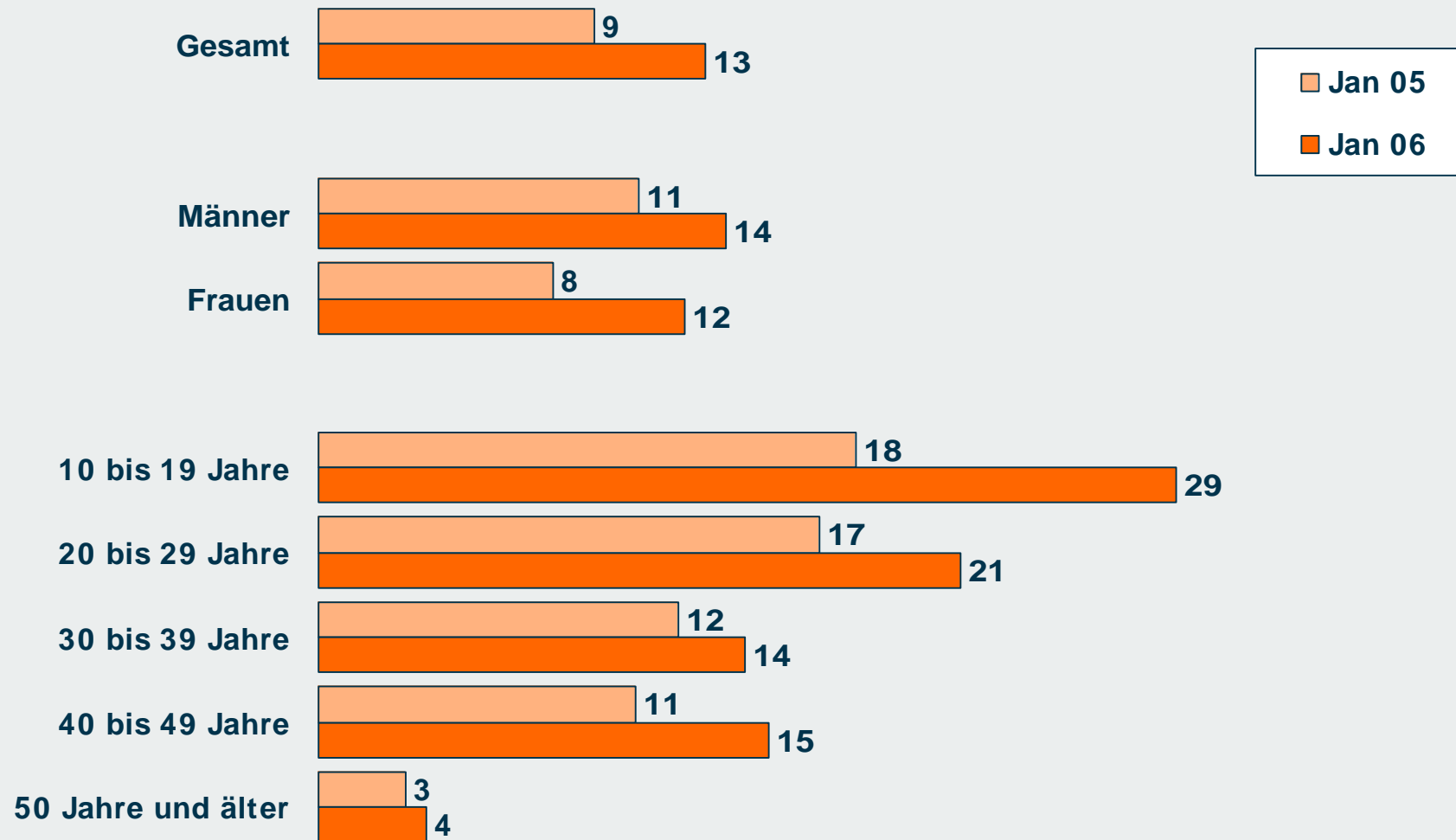


Hardware - Kennzahlen „MP3 Player“

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt

Basis: Personen in %

12



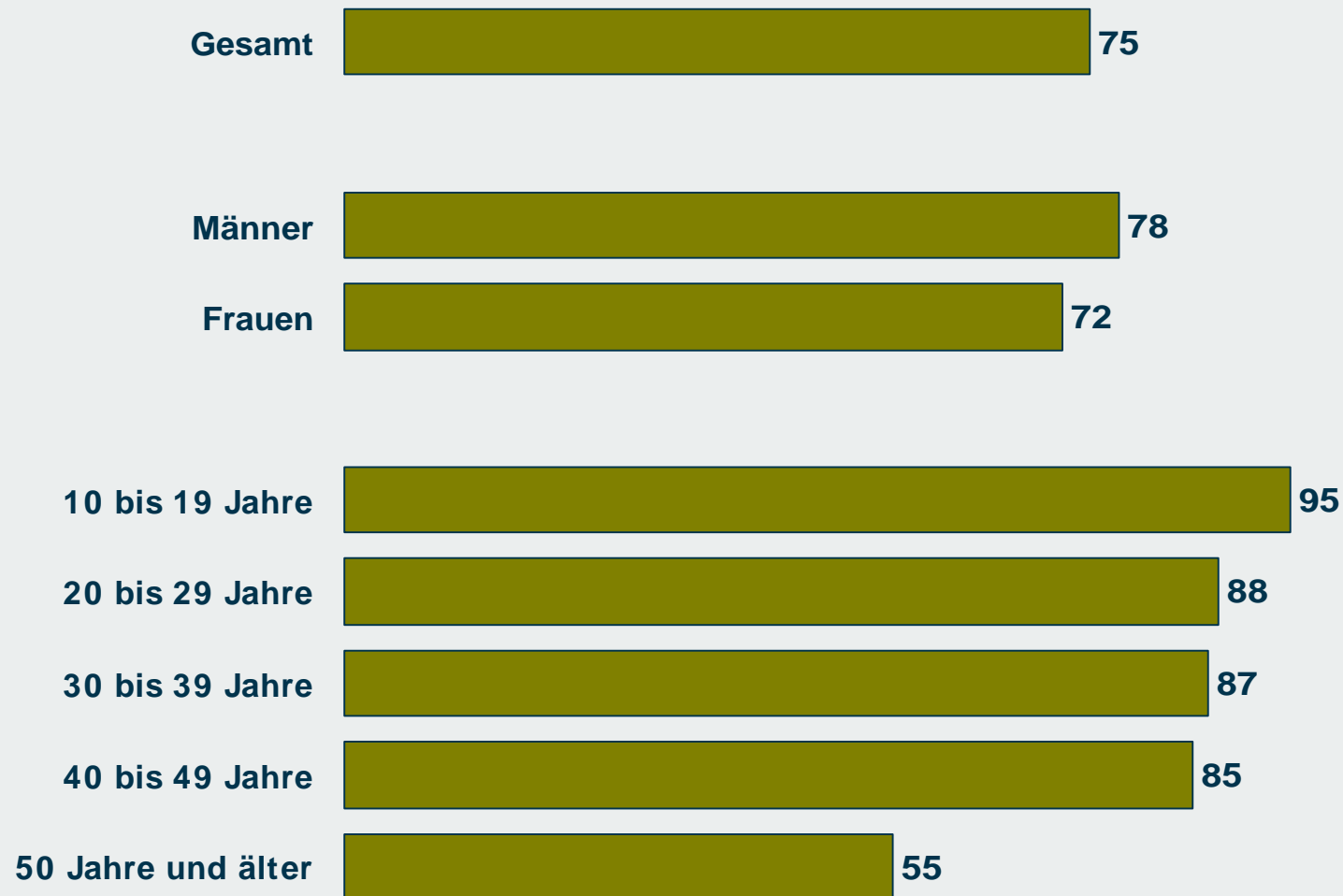


Hardware - Kennzahlen „PC/ Laptop“

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt

Basis: Personen in %

13





Hardware-Kennzahlen

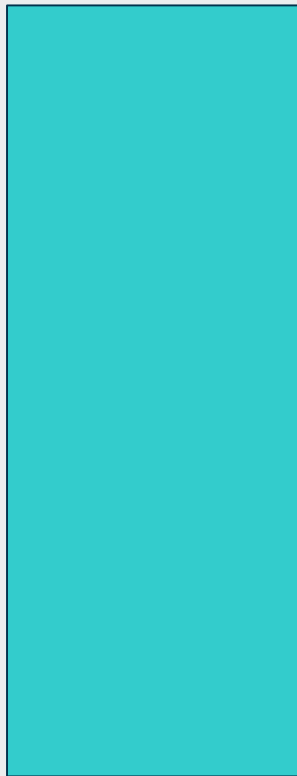
Private Nutzung von Geräten außerhalb des Haushaltes

Basis: Personen in %

14

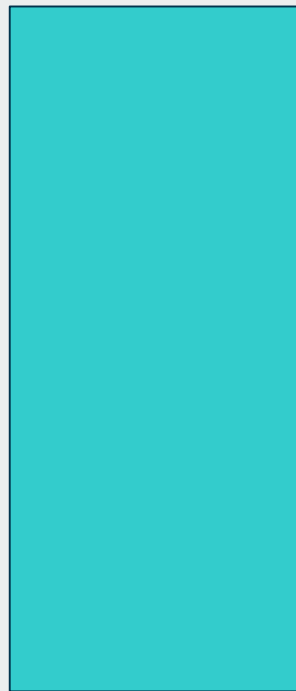
CD-Brenner

9%



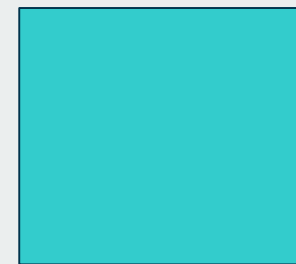
DVD-Brenner

8%



DVD-Recorder

3%



Basis: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre

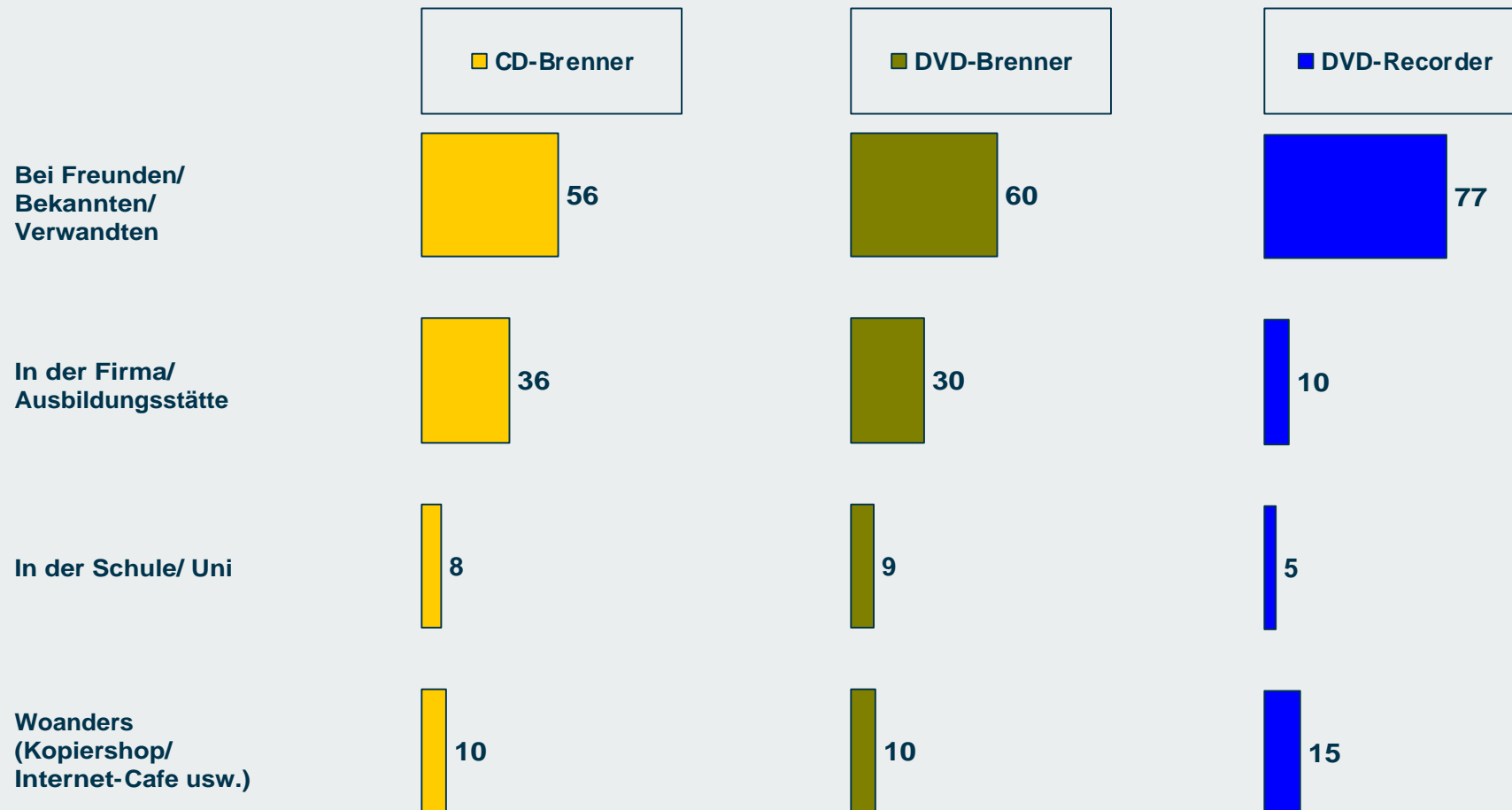


Hardware - Kennzahlen

Private Nutzung von Geräten außerhalb des Haushalts

Basis: Personen in %

15



Basis: Personen; die das jeweilige Gerät außerhalb ihres Haushaltes privat nutzen

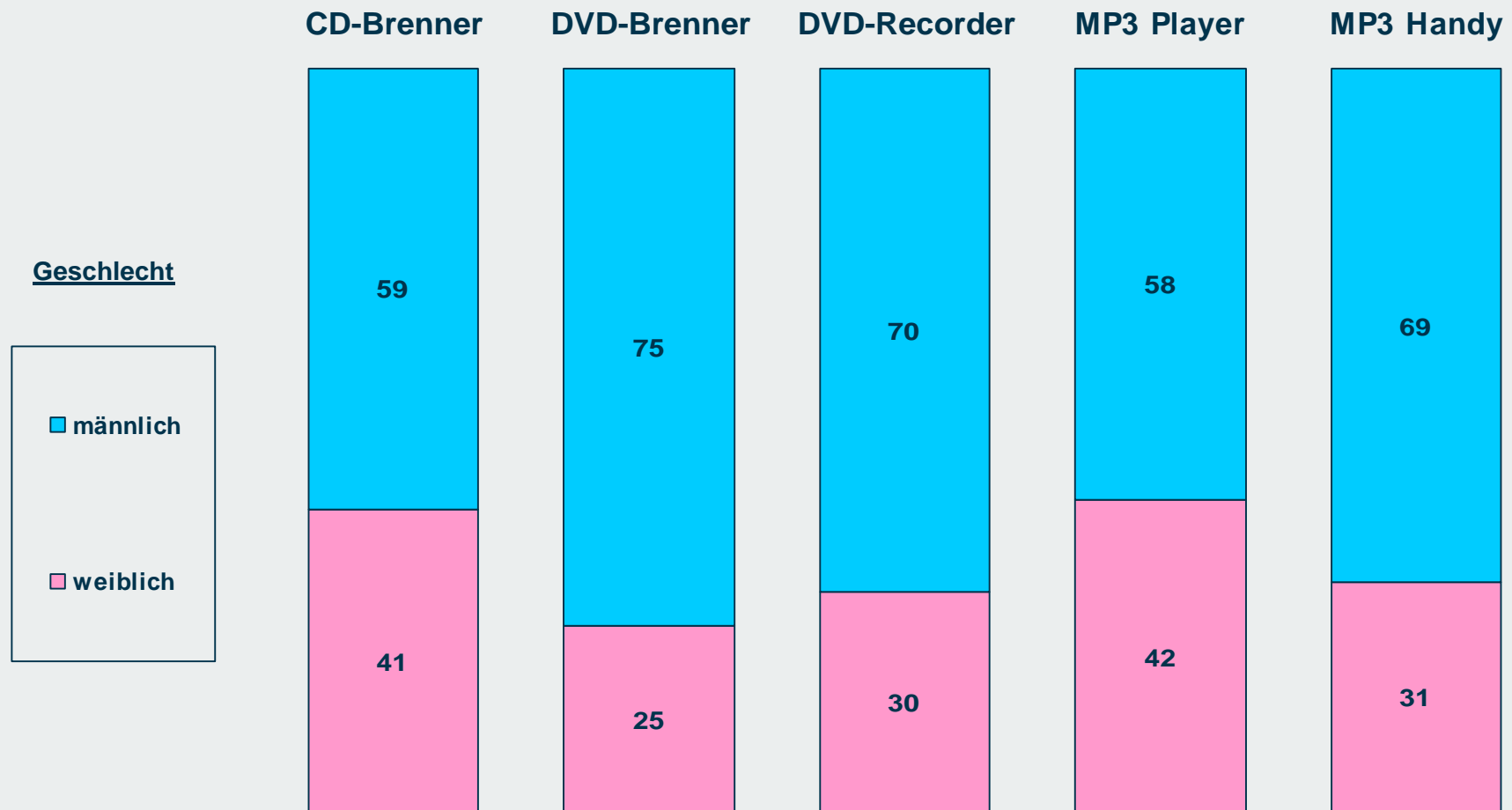
Hardware-Kennzahlen - Persönlicher Besitz ausgewählter Geräte nach Demographie

Stand Februar 2006

Basis: Personen in %



16



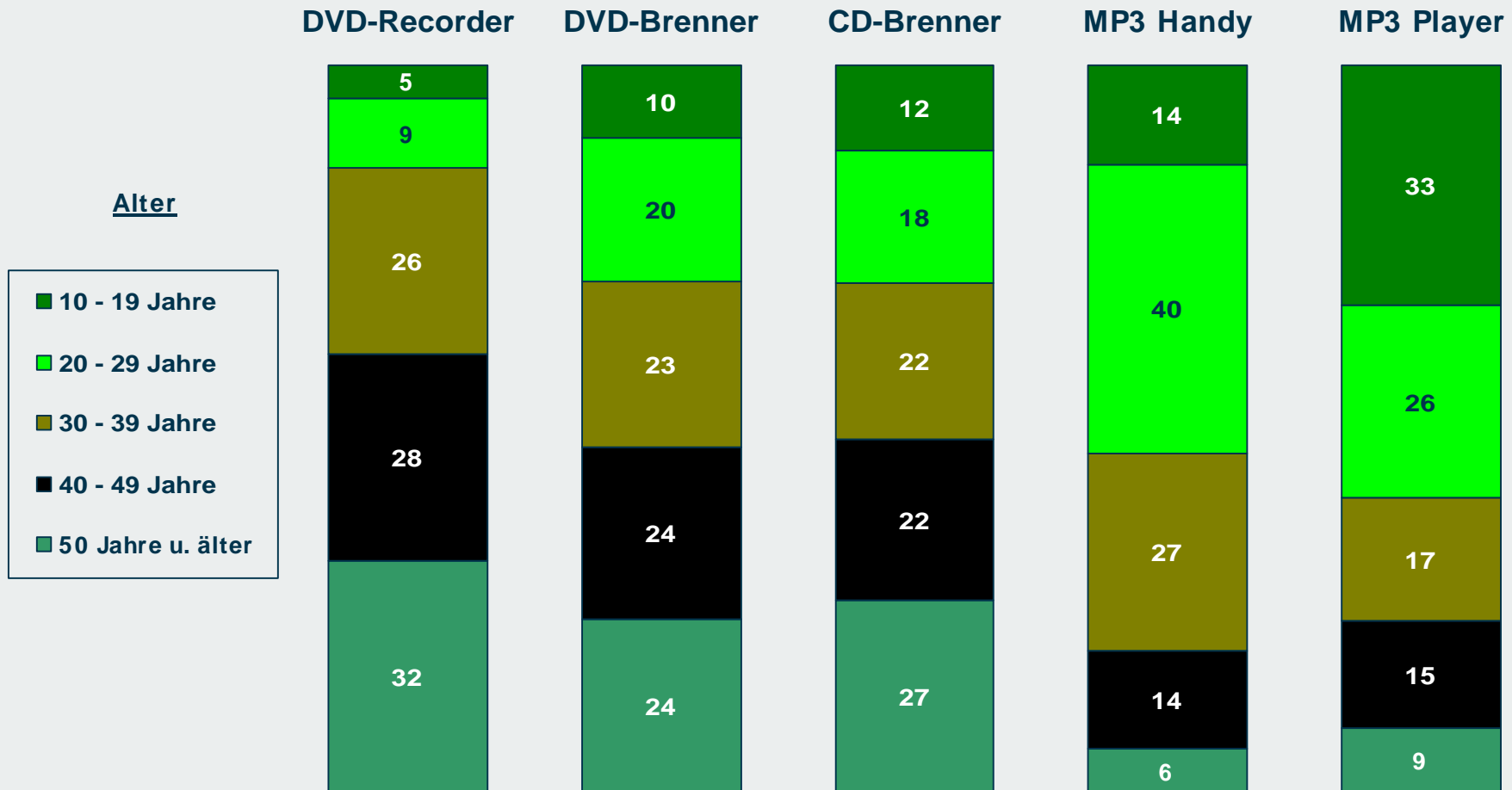


Hardware-Kennzahlen - Persönlicher Besitz ausgewählter Geräte nach Demographie

Stand Februar 2006

Basis: Personen in %

17





Key-Facts „Hardware-Ausstattung“

18

- Innerhalb des eigenen Haushaltes können mittlerweile 12% der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren auf einen DVD-Brenner zugreifen. Die Rate bei DVD-Recordern verdoppelte sich von 3% auf 6%, wobei DVD-Recorder-Besitzer deutlich älter als DVD-Brenner-Besitzer sind. Insbesondere Männer haben Interesse am Erstellen von Videos.
- Die Haushaltsausstattung mit CD-Brennern steigt leicht auf 48% an. Insbesondere jüngere und ältere Personen rüsten nach, während insb. 20-39jährige Konsumenten auf DVD-Brenner umsteigen, die auch CDs brennen können.
- Außerhalb des eigenen Haushaltes greift man am ehesten auf das vorhandene Equipment bei Freunden oder Bekannten zurück, an zweiter Stelle folgt bei CD-Brennern und DVD-Brennern eindeutig der Arbeitsplatz.
- Auf PCs/Laptops haben inzwischen drei Viertel der bundesdeutschen Bevölkerung (ab 10 Jahre) Zugriff im eigenen Haushalt.
- Der Besitz von portablen MP3-Playern steigt von 9% auf 13% und MP3-Handys sind inzwischen in 7% der Haushalte zu finden (Vj: 2%). Während bei Playern der höchste Ausstattungsgrad bei den 10-19jährigen besteht (hoher weiblicher Anteil), werden MP3-Handys vorwiegend von den 20-29jährigen genutzt.

Inhalt

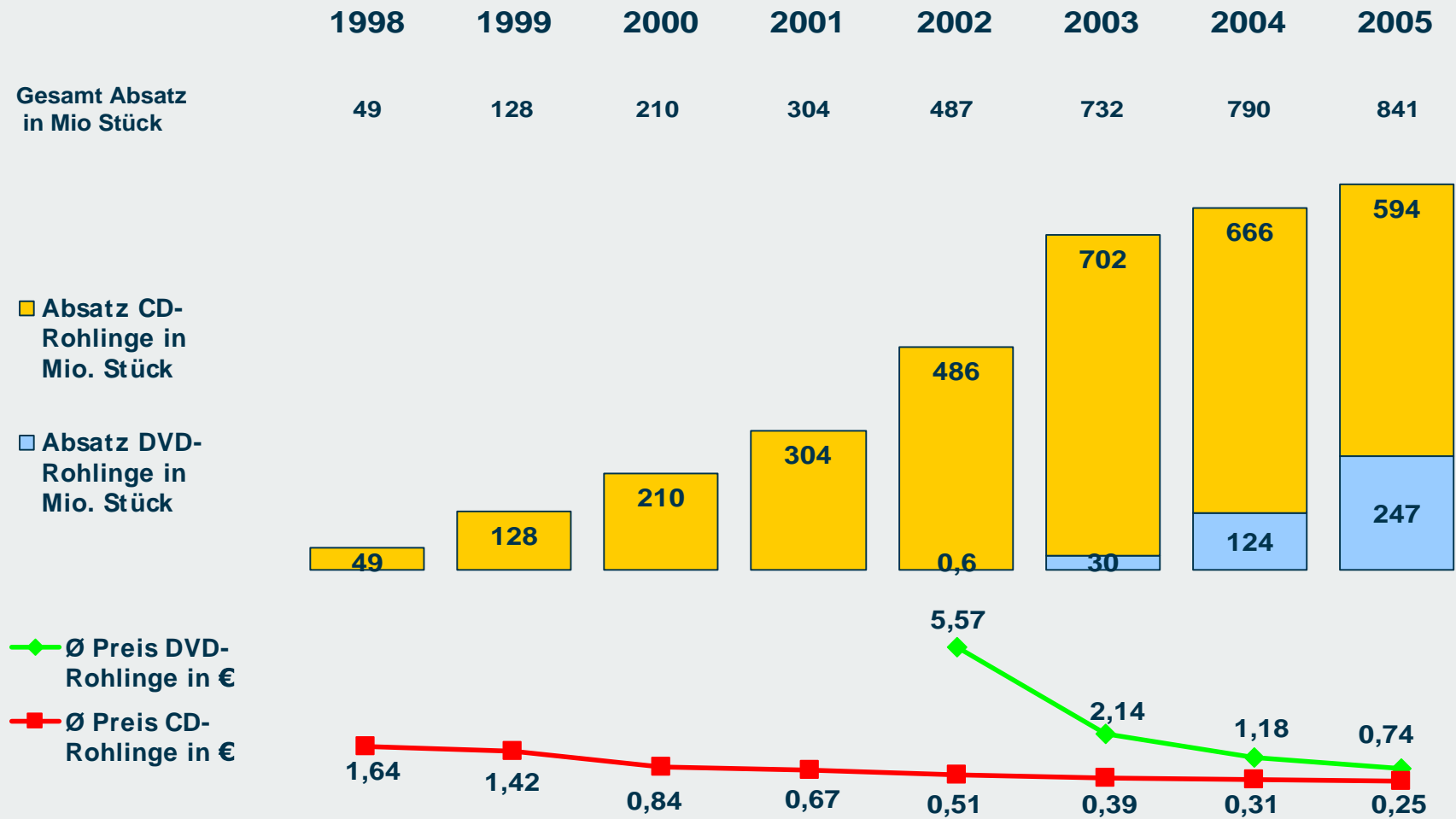
The GfK logo is displayed in white text on a light orange square background.

- **Stichprobe / Methodik**
- **Hardware - Ausstattung**
- **Brennen von Inhalten**
- **Brennen von Musik**
- **Download von Musik**



Entwicklung: CD-Rohlinge / DVD Rohlinge*

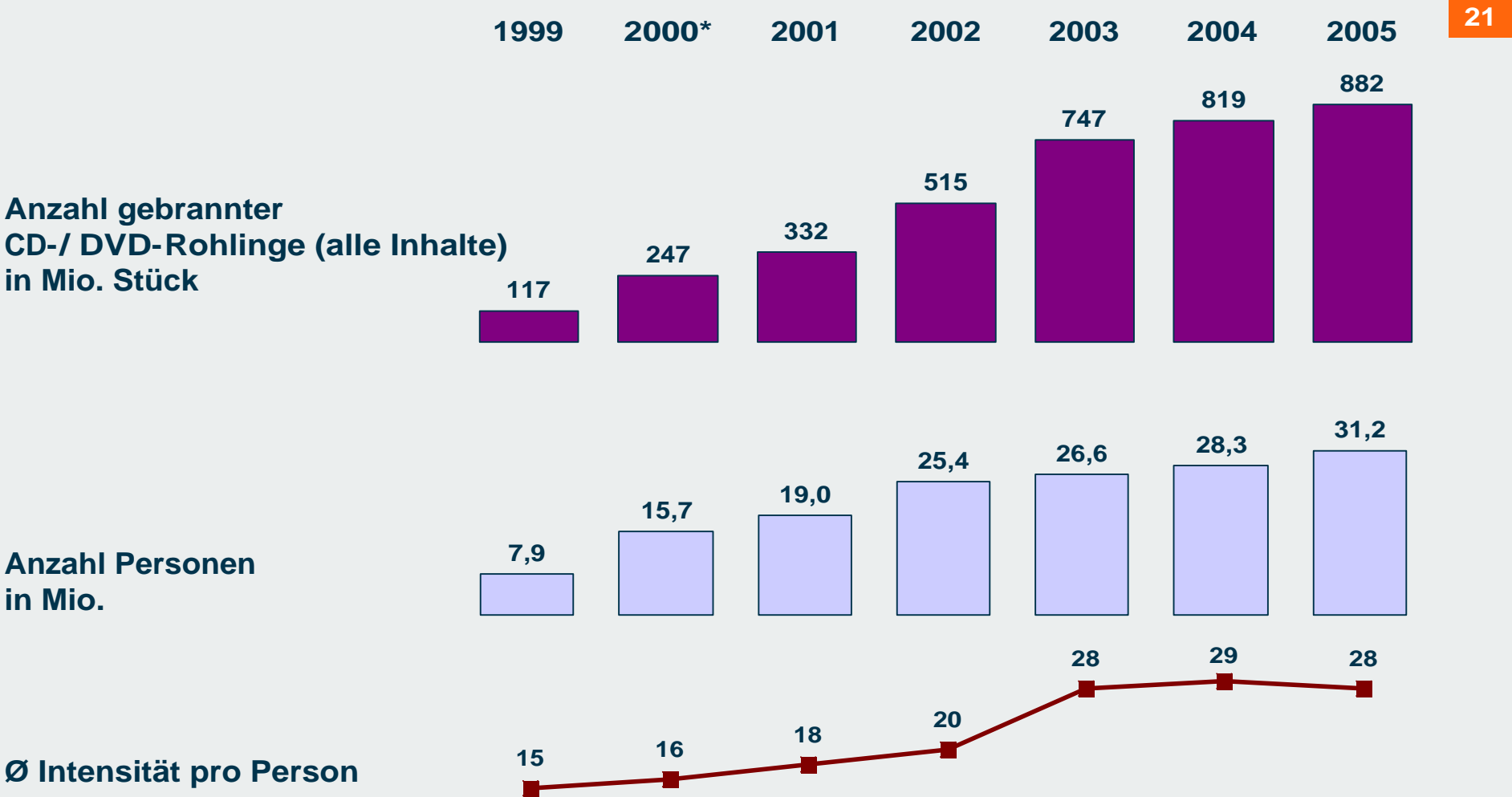
20





Bespielte CD-/ DVD Rohlinge (alle Inhalte)

Kennzahlen



Reichweite nach gebrannten Inhalten

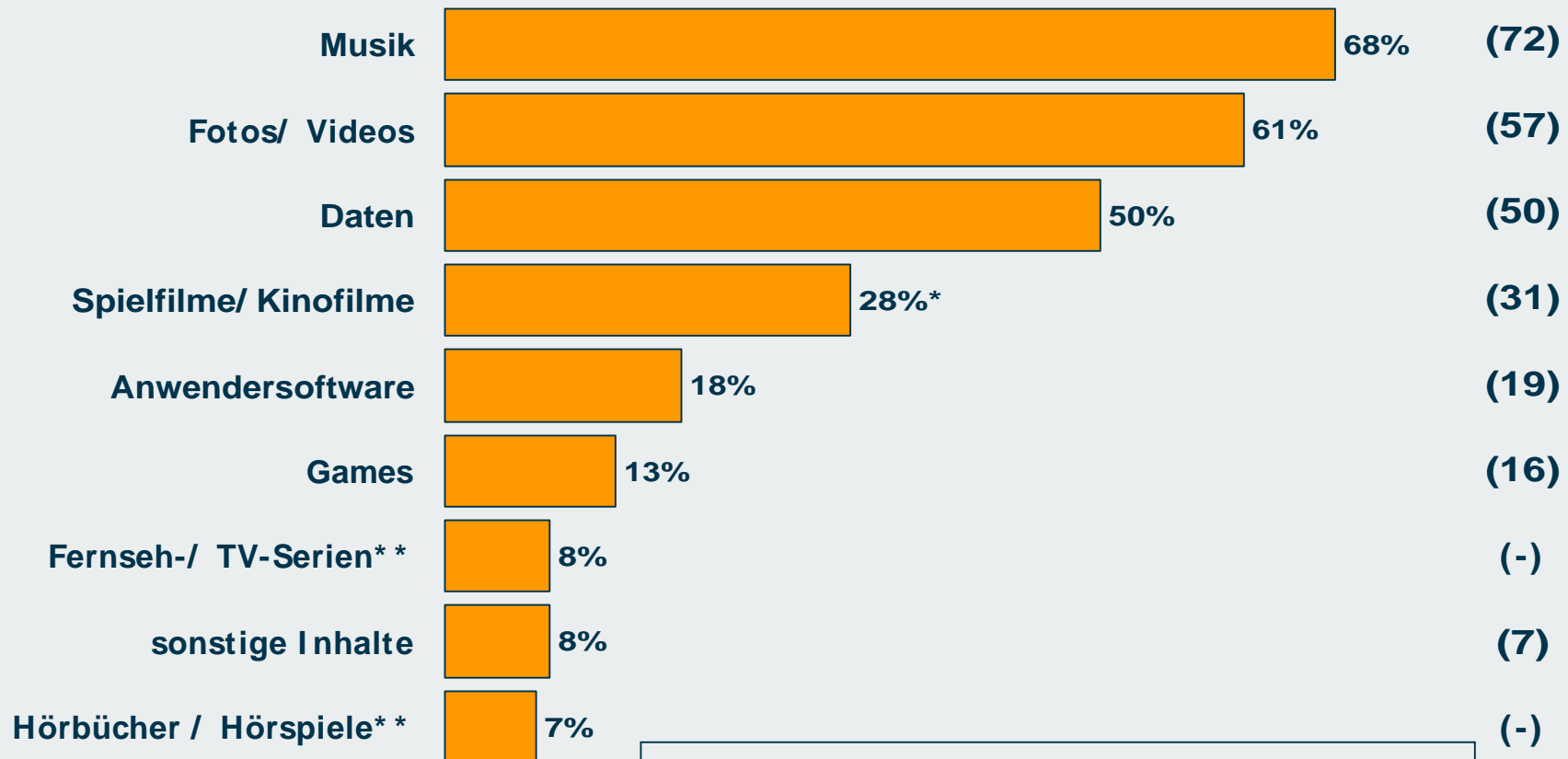
(CD/ DVD –Rohlinge)

Jahr 2005



Jahr 2004

22



* Lesebeispiel: 68% der Personen, die Inhalte brennen / brennen lassen, kopieren / lassen Musik/Musikvideos kopieren

Basis: 31,2 Mio. Personen, die Inhalte gebrannt haben

** neu ab 2005







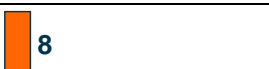



Brenner-Reichweite nach Altersgruppen

Jahr 2005

Basis: Personen in %

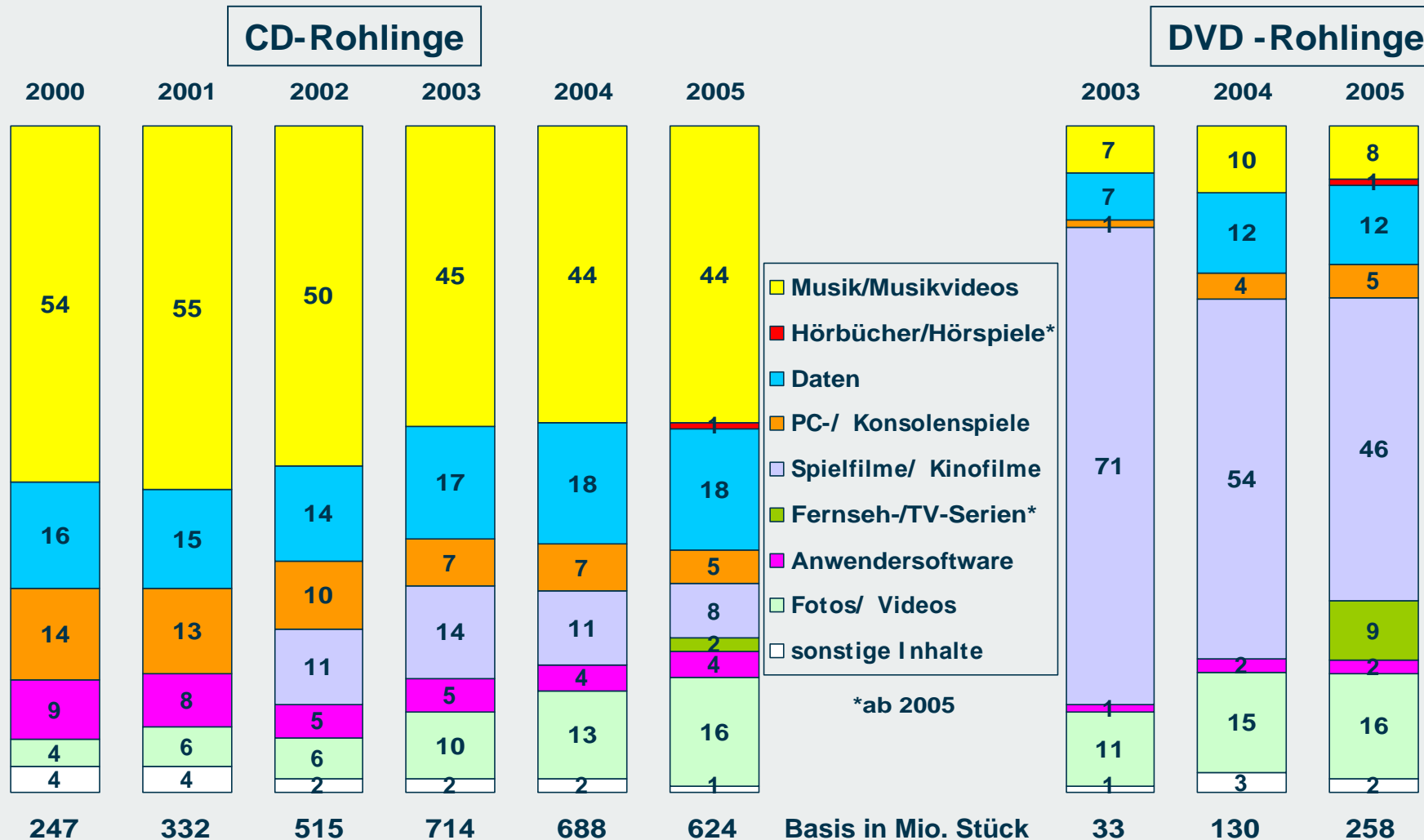
23

Gesamt		10-19 Jahre	20-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50+ Jahre
 68	Musik/ Musikvideo	82	75	71	67	48
 61	Fotos/ Privat-Videos	46	64	62	63	67
 50	Daten	34	61	51	54	48
 31	Spielfilme/ Kinofilme	39	39	31	28	19
 18	Anwendersoftware	15	22	17	18	19
 13	PC-Games oder Video-Games	24	14	10	12	7
 8	Fernseh-/ TV-Serien	9	11	7	6	7
 7	Hörbücher/ Hörspiele	4	9	9	7	3

Basis: 31,2 Mio. Personen, die CD/DVD-Rohlinge gebrannt haben



Inhalt der bespielten CD -Rohlinge / DVD -Rohlinge

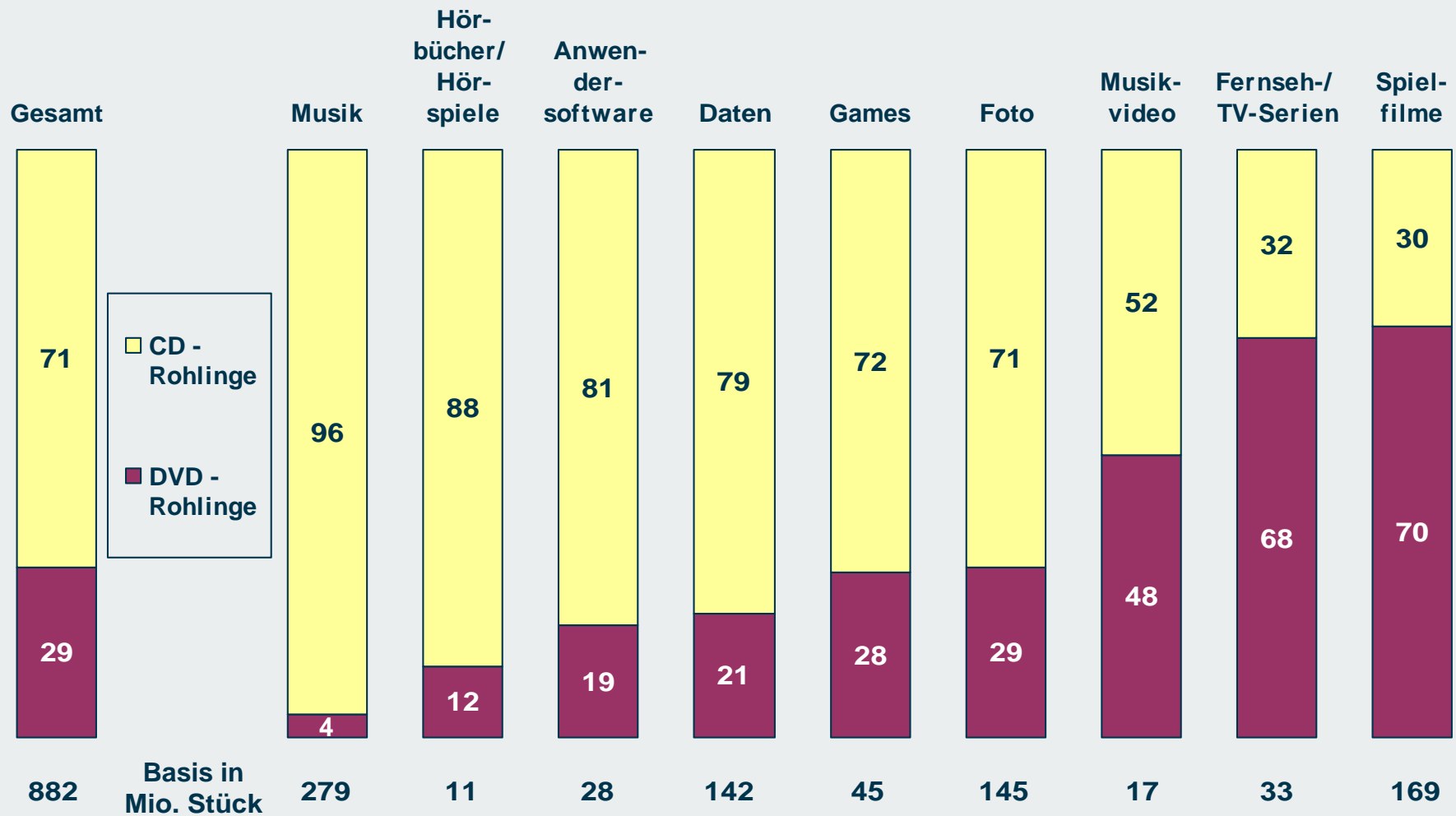




Gebrannte Inhalte nach Brennmedium

Jahr 2005

25

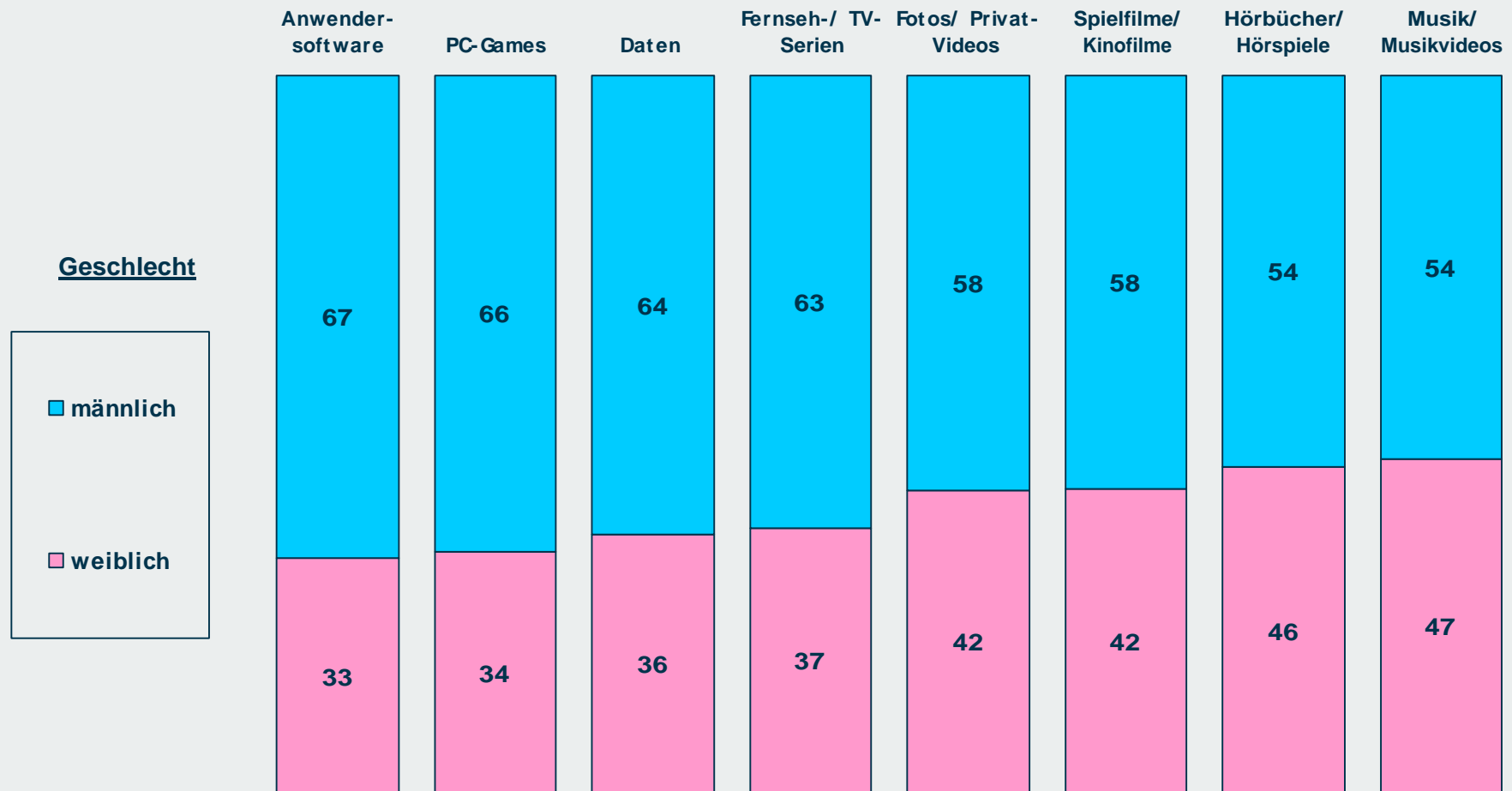




Gebrannte Inhalte nach Demographie

Basis: Personen in %

26



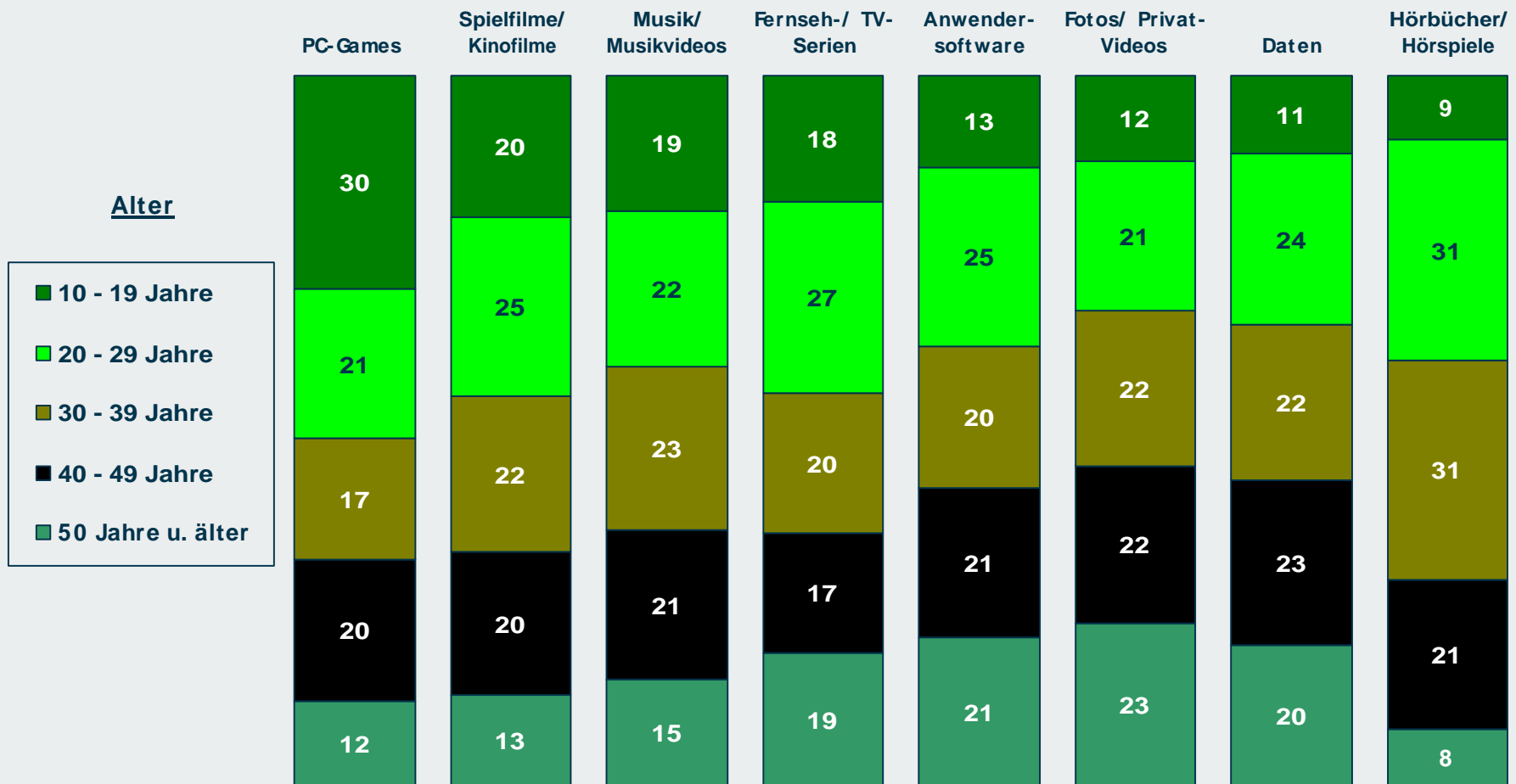
Basis: 31,2 Mio: Personen, die CD/DVD-Rohlinge gebrannt haben



Gebrannte Inhalte nach Demographie

Basis: Personen in %

27



Basis: 31,2 Mio. Personen, die CD/DVD-Rohlinge gebrannt haben



Key-Facts „Brennen von Inhalten“

- Fast jeder 2. Deutsche (49% = 31,2 Millionen Personen) bespielt CD-/DVD-Rohlinge mit Inhalten, im Vorjahr waren es noch 45%. Reichweiten-Zuwächse haben hierbei in allen Altersgruppen stattgefunden.
- Die Anzahl gebrannter Rohlinge steigt von 819 auf 882 Millionen (+8%). Jeder, der brennt, bespielt im Durchschnitt 28 Rohlinge mit unterschiedlichen Inhalten.
- Die DVD-Rohlinge werden mit 258 Mio. Stück doppelt so häufig bespielt wie im Vorjahr, während die Anzahl gebrannter CD-Rohlinge um fast -10% auf 624 Mio. Stück sinkt.
- Trotz leicht gesunkener Reichweite bleibt Musik bei CD-Rohlingen am häufigsten gebrannte Content-Form.
- Der Anteil der CD/DVD-Rohlinge an der jeweiligen Content-Art ist sehr unterschiedlich, bei Musik liegt der DVD-Rohling Anteil bei 4%, bei Musikvideos bei 48% und bei Filmen bei 70%.
- Innerhalb der Entertainment-Märkte bleiben die 10-29jährigen die Altersgruppe mit der größten Reichweite an brennaktiven Personen, während bei älteren Personen das Brennen von privaten Fotos und Filmen im Vordergrund steht.

Inhalt

The GfK logo is displayed in white text on a light orange square background.

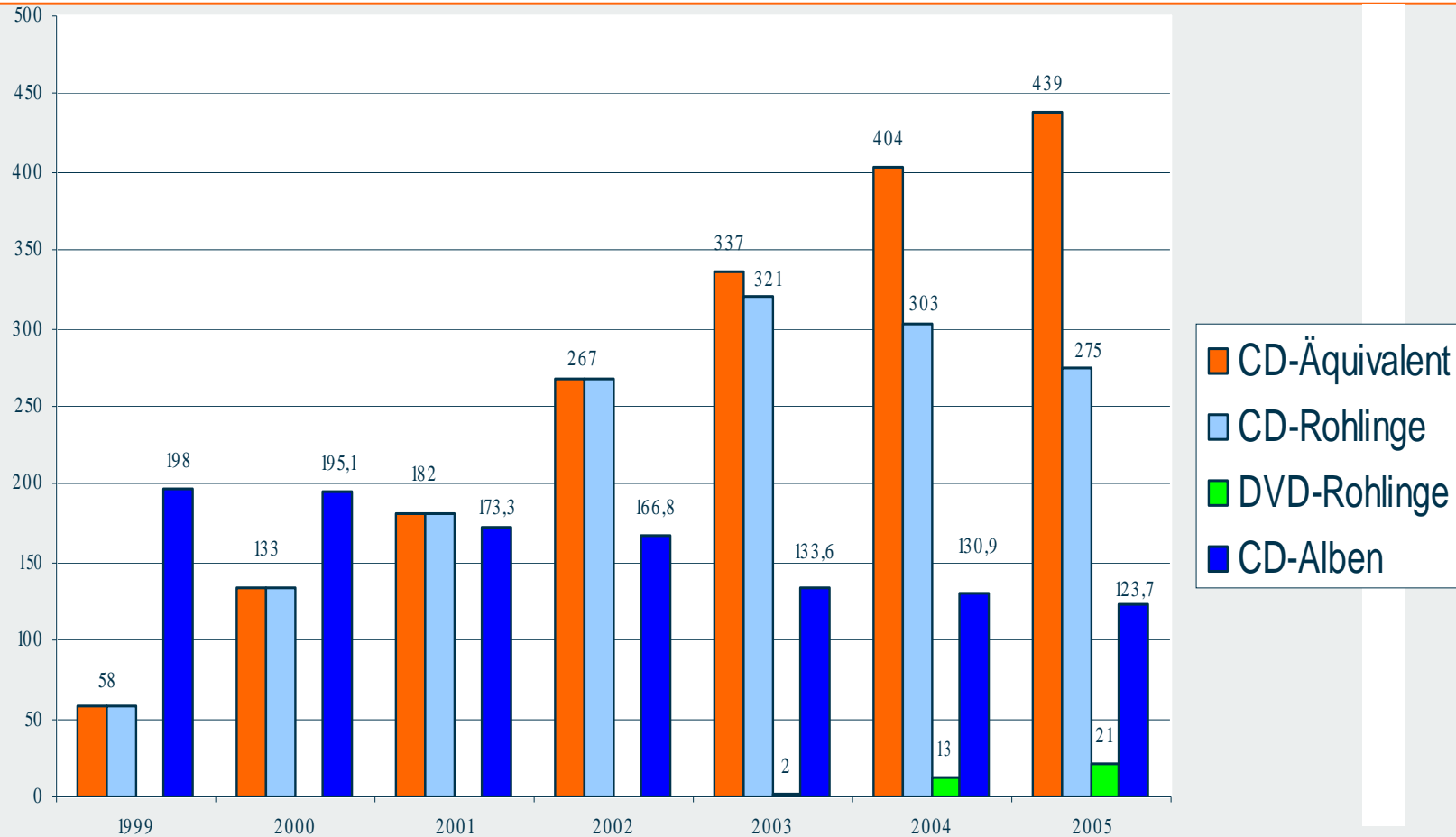
- **Stichprobe / Methodik**
- **Hardware - Ausstattung**
- **Brennen von Inhalten**
- **Brennen von Musik**
- **Download von Musik**

Mit Musik bespielte Rohlinge und verkaufte CD-Alben

Menge in Mio. Stück; Umrechnung in „CD-Äquivalente“ durch BV Phono.
Annahme: Speicherkapazität einer DVD = 7,8-Fache einer CD



30



Lesebeispiel: Im Jahr 2005 wurden 275 Millionen CD-Rohlinge und 21 Millionen DVD Rohlinge mit Musik bespielt. Das entspricht unter der Annahme einer 7,8-Fachen Speicherkapazität der DVD gegenüber einer CD insgesamt 439 Millionen „CD-Äquivalenten“. Demgegenüber wurden in dem gleichen Zeitraum (2005) nur 123,7 Millionen CD-Musik-Alben verkauft.

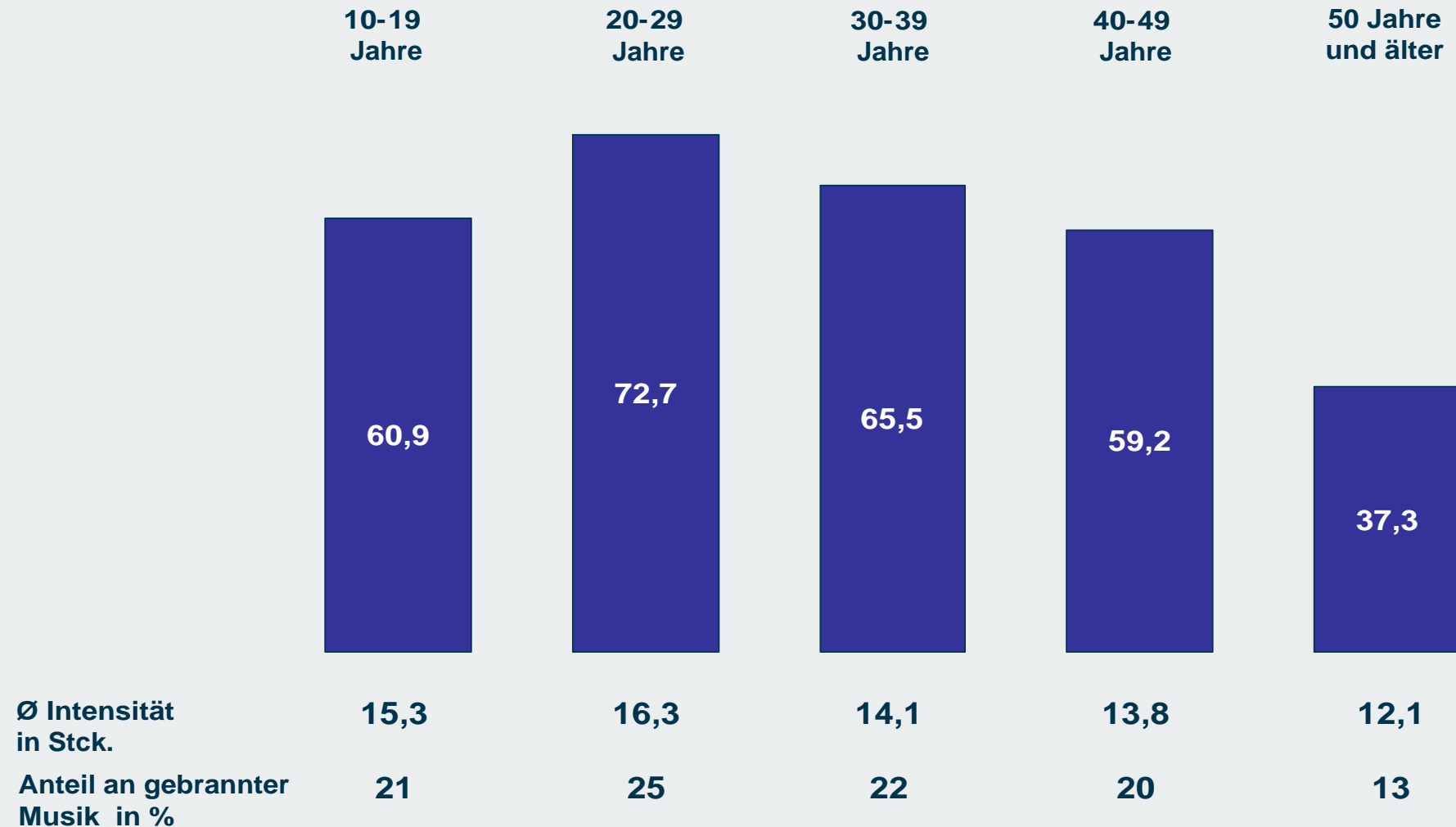


Gebrannte Musik nach Altersgruppen

Jahr 2005

Menge in Mio Stück

31

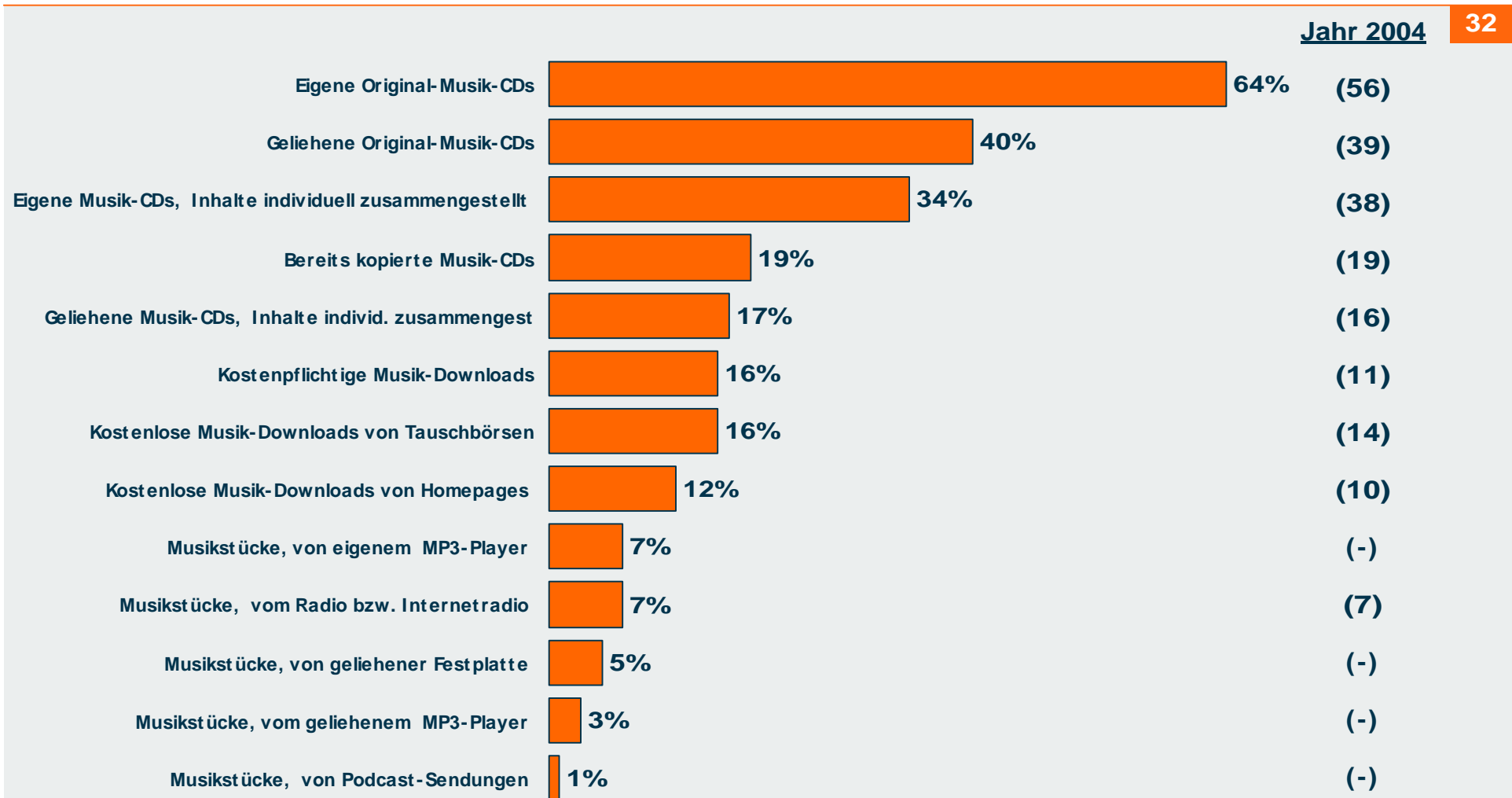




Von welchen Vorlagen wird Musik gebrannt

Jahr 2005

Basis: Personen in %



Basis: 20,6 Mio. Personen, die Musik (ohne Musikvideos) gebrannt haben

© GfK Panel Services Deutschland

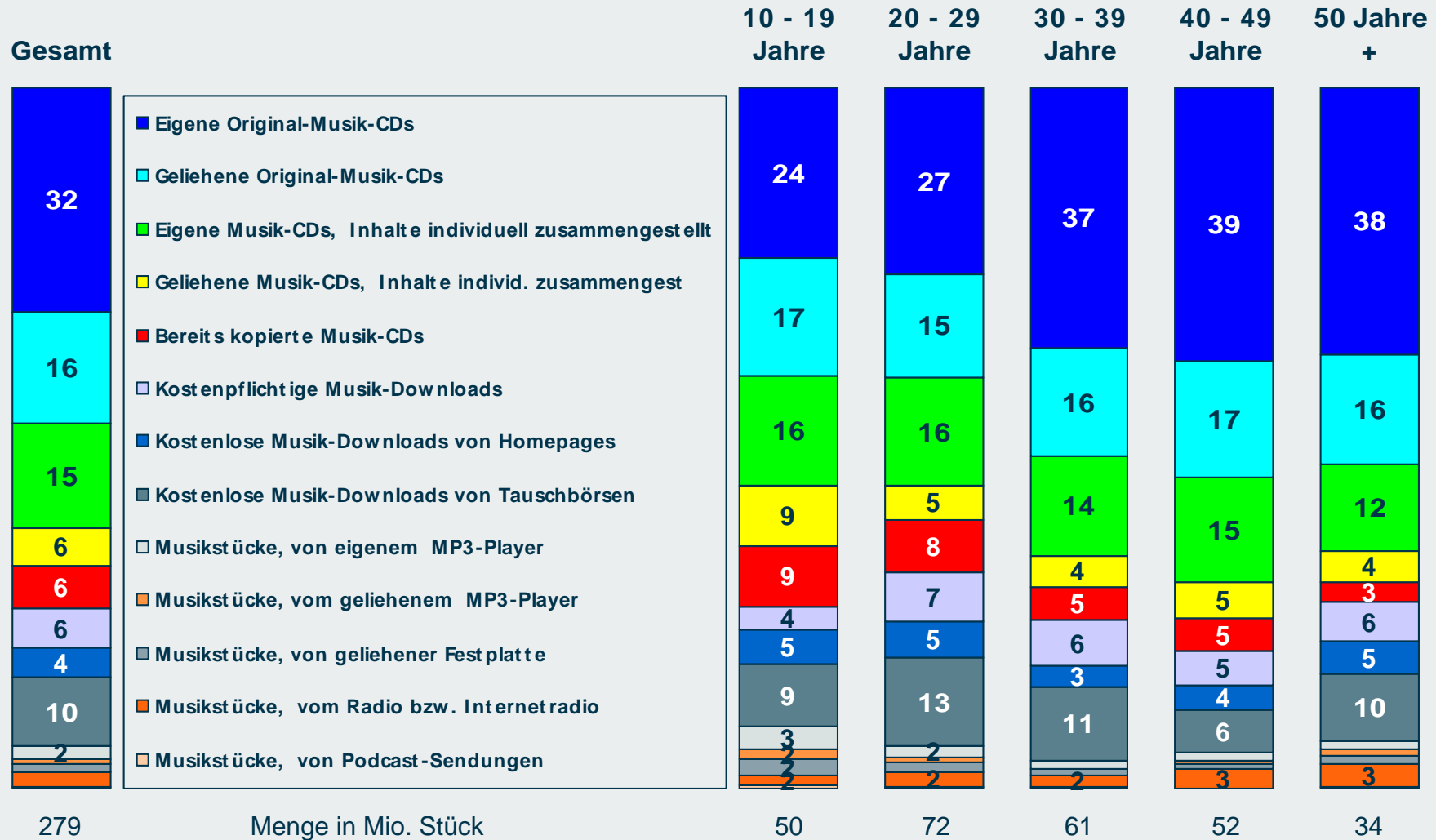


Von welchen Vorlagen wird Musik gebrannt

Jahr 2005

Basis: Menge (%)

33





Von welchen Vorlagen wird Musik gebrannt

Jahr 2005

Basis: Personen in %

34

Altersgruppen

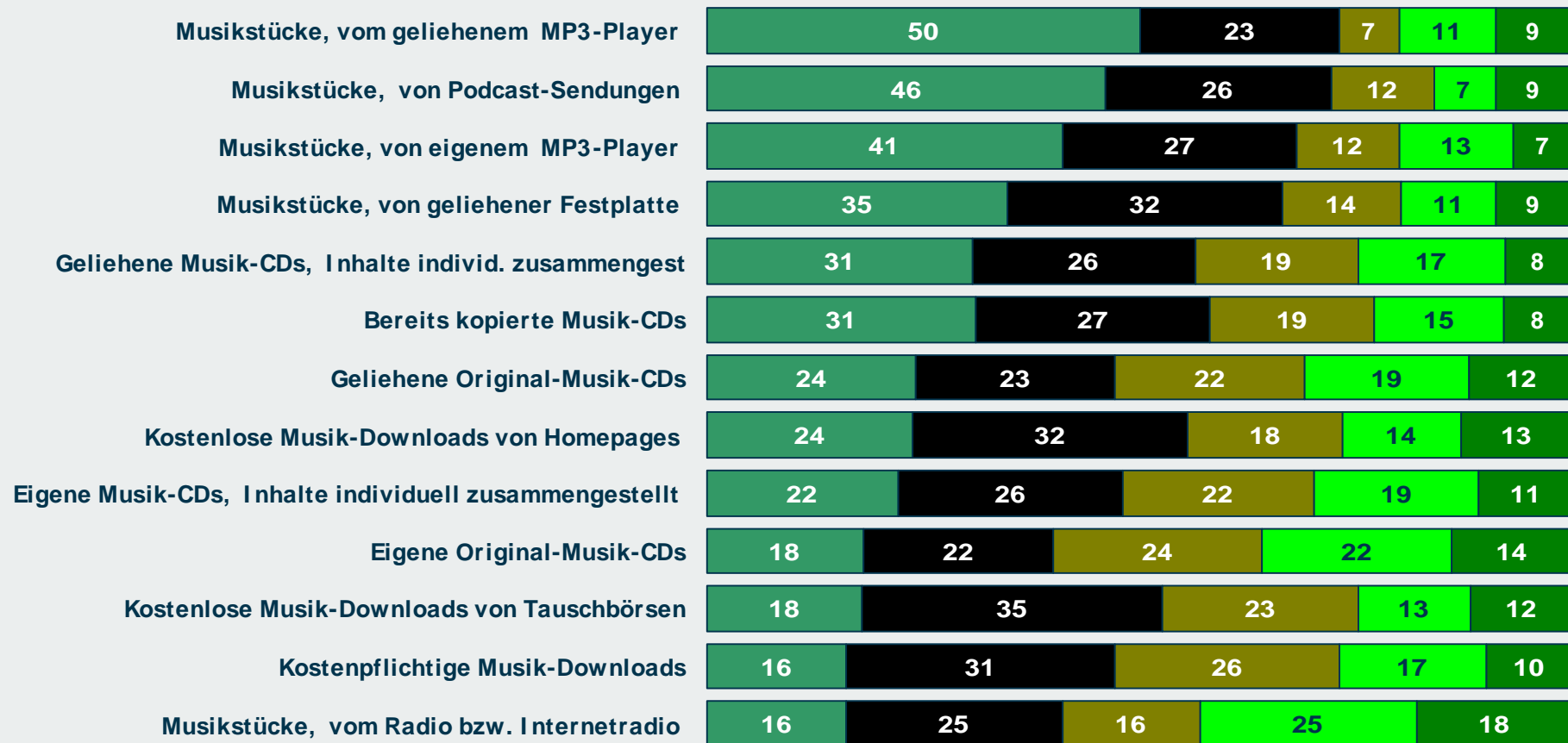
■ 10 - 19 Jahre

■ 20 - 29 Jahre

■ 30 - 39 Jahre

■ 40 - 49 Jahre

■ 50 Jahre u. älter



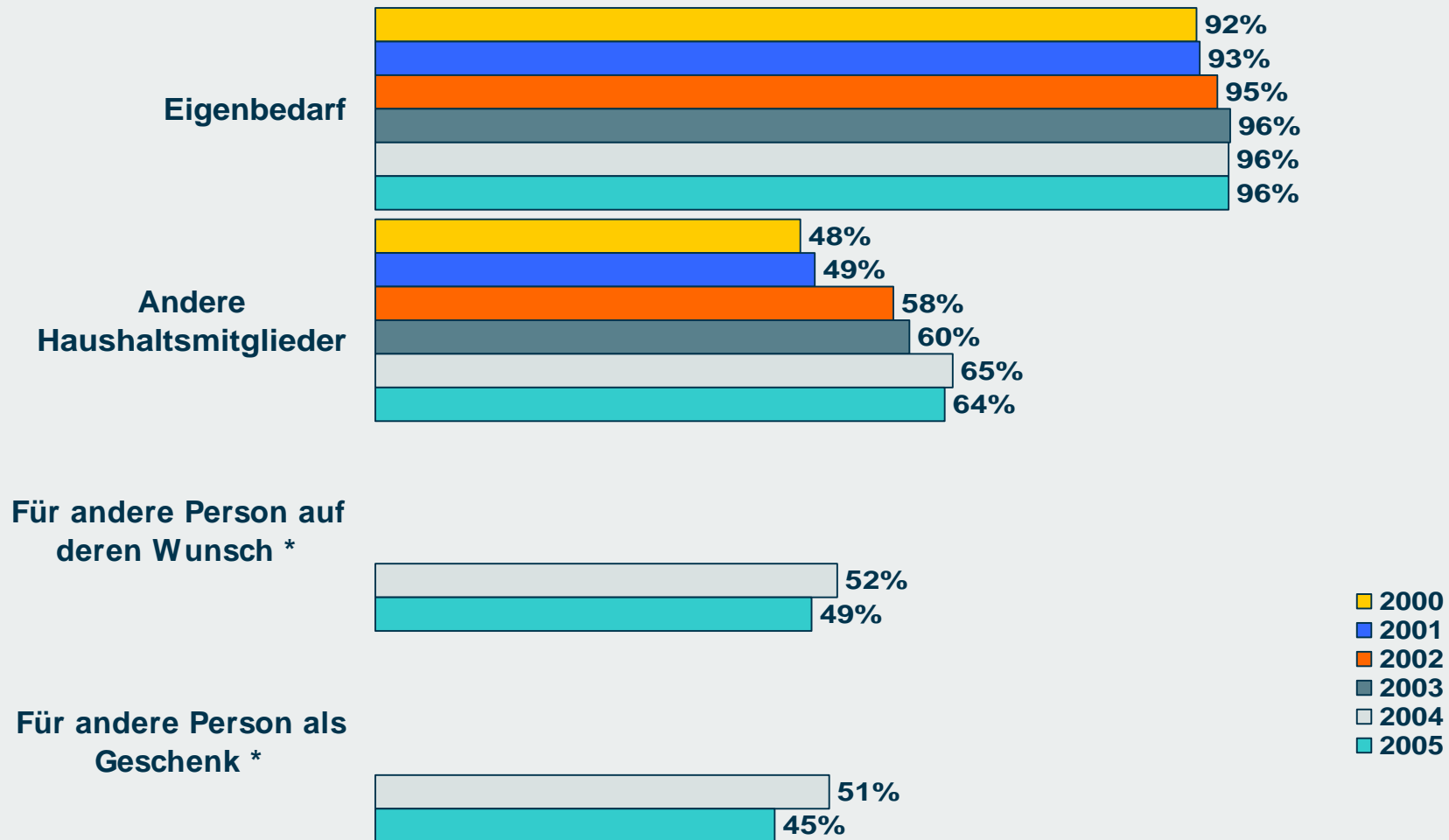
Basis: 20,6 Mio. Personen, die Musik (ohne Musikvideos) gebrannt haben



Für wen wurde Musik auf CD-/ DVD Rohlinge gebrannt

Basis: Personen in %

35



* Erstmals 2004 abgefragt

Basis: 20,8 Mio. Personen, die Musik gebrannt haben



Welche Musikarten werden auf CD-/DVD Rohlinge aufgenommen

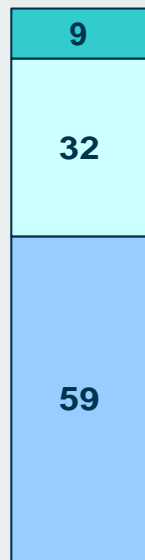
Basis: Personen in %
Jahr 2005

36

Neuheiten/ aktuelle Chart-Hits

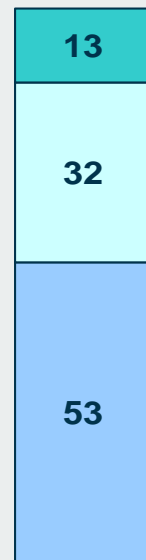
Jahr 2004

78%



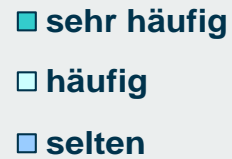
Jahr 2005

74%



Nutzerreichweite

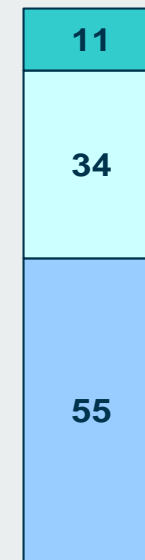
Häufigkeit



Ältere/ seltene Stücke

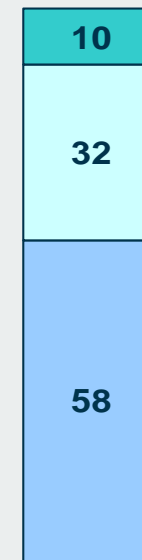
Jahr 2004

84%



Jahr 2005

78%



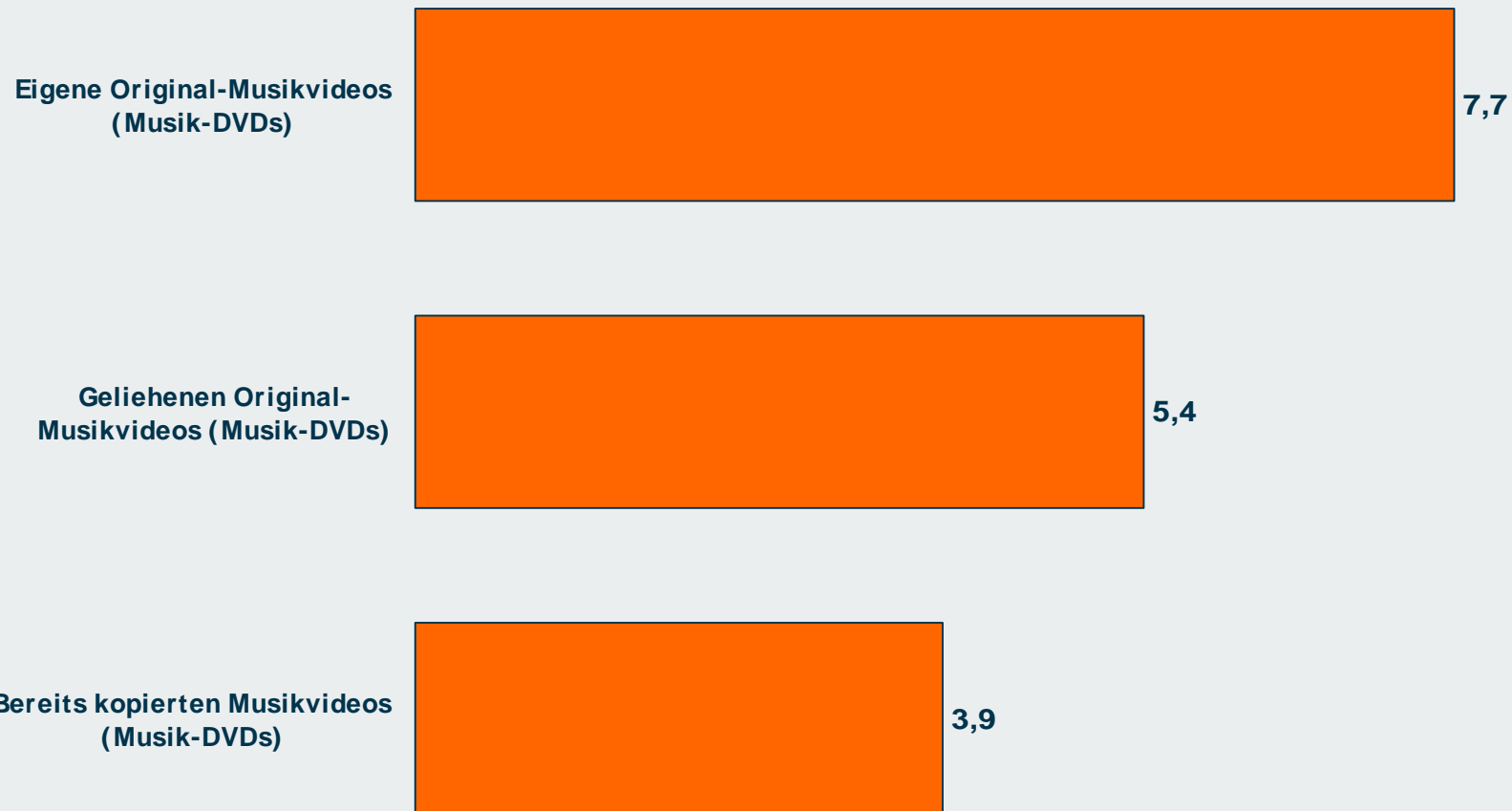


Von welchen Vorlagen werden Musikvideos gebrannt

Jahr 2005

Basis: Menge in Mio. Stück

37



Basis: 2,5 Mio. Personen, die Musikvideos gebrannt haben



Von welchen Vorlagen werden Musikvideos gebrannt

Jahr 2005

Basis: Durchschnittliche Anzahl in Stück

38

**Eigene Original-
Musikvideos (Musik-
DVDs)**



6

**Geliehenen Original-
Musikvideos (Musik-
DVDs)**



5

**Bereits kopierten
Musikvideos (Musik-
DVDs)**



5

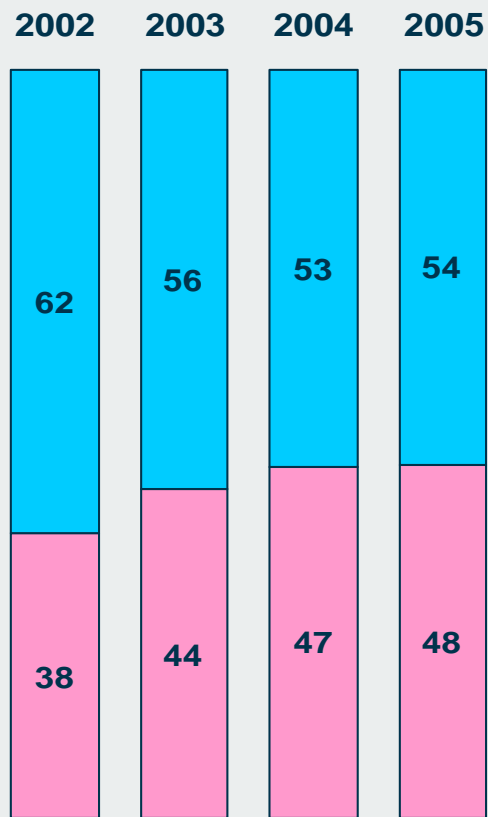
Basis: 2,5 Mio. Personen, die Musikvideos gebrannt haben



Demographische Entwicklung Musik - Brenner

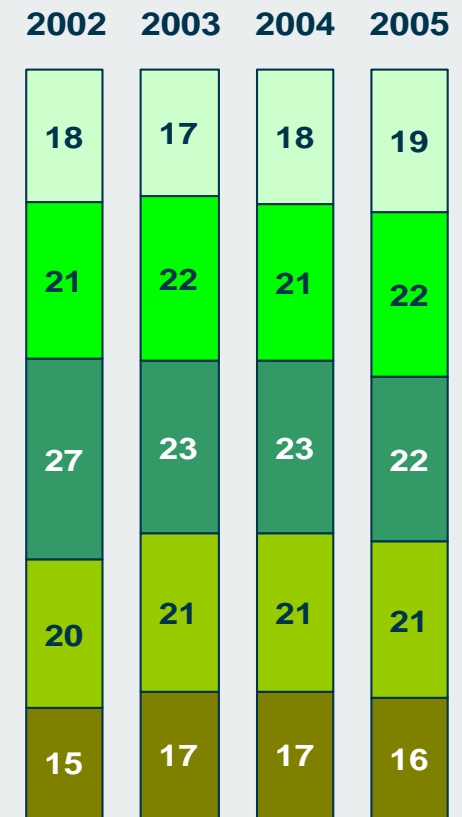
Basis: Personen (%)

Geschlecht



Basis in Mio. Personen 22,5 21,4 21,2 20,8

Alter



Basis in Mio. Personen 22,5 21,4 21,2 20,8



Key-Facts „Brennen von Musik“

40

- Mit 296 Mio. Stück mit Musik gebrannten CD/DVD- Rohlingen ist das Niveau zwar nach wie vor hoch. Während die Zahl der mit Musik gebrannten CD-Rohlinge um 9% gesunken ist, ist der Zahl der DVD-Rohlinge um 61% gestiegen. Der Umfang gebrannter Musik hat sich deshalb um 8,6 % erhöht. Die Anzahl brennaktiver Personen sinkt leicht von 21,2 Mio. auf 20,8 Mio.
- Das Kopieren von eigenen Original-CDs als Quelle legt in der Reichweite zu und ist insbesondere bei den mittleren Altersgruppen zunehmend beliebt. Zuwächse zeigen sich ebenfalls bei Downloads aus dem Internet.
- Die jungen Zielgruppen greifen nach wie vor stark sowohl auf elektronische als auch persönliche Netzwerke zurück. Geliehene und bereits kopierte CDs werden ebenso genutzt wie Tauschbörsen, geliehene Festplatten und eigene MP3-Player.
- Circa jeder 2. aktive Musik-Brenner erstellt auch CDs für andere Personen auf deren Wunsch hin oder als Geschenk, allerdings mit leicht rückläufiger Tendenz.
- Bei sinkender Reichweite stehen innerhalb der aktiven Brennergemeinde Neuheiten etwas stärker im Kurs, während das Brennen von älteren Stücken an Beliebtheit verliert.
- Auch die 2,5 Mio. Brenner von Musikvideos bevorzugen Originale als Quelle.

Inhalt

The GfK logo is displayed in white text on a light orange square background.

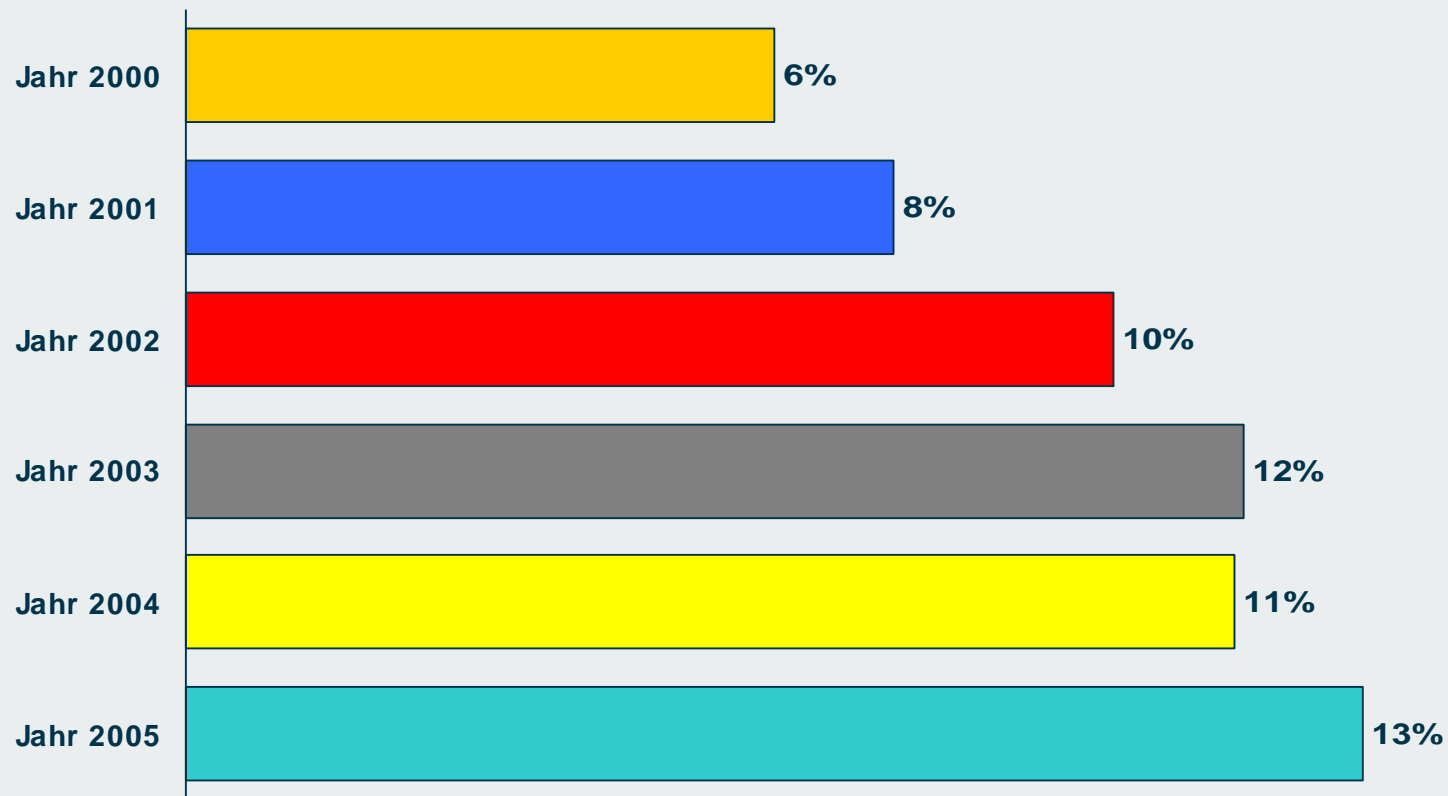
- **Stichprobe / Methodik**
- **Hardware - Ausstattung**
- **Brennen von Inhalten**
- **Brennen von Musik**
- **Download von Musik**



Musik-Downloader Reichweite

Frage: Wurden im vergangenen Jahr Musiktitel aus dem Internet heruntergeladen?

42



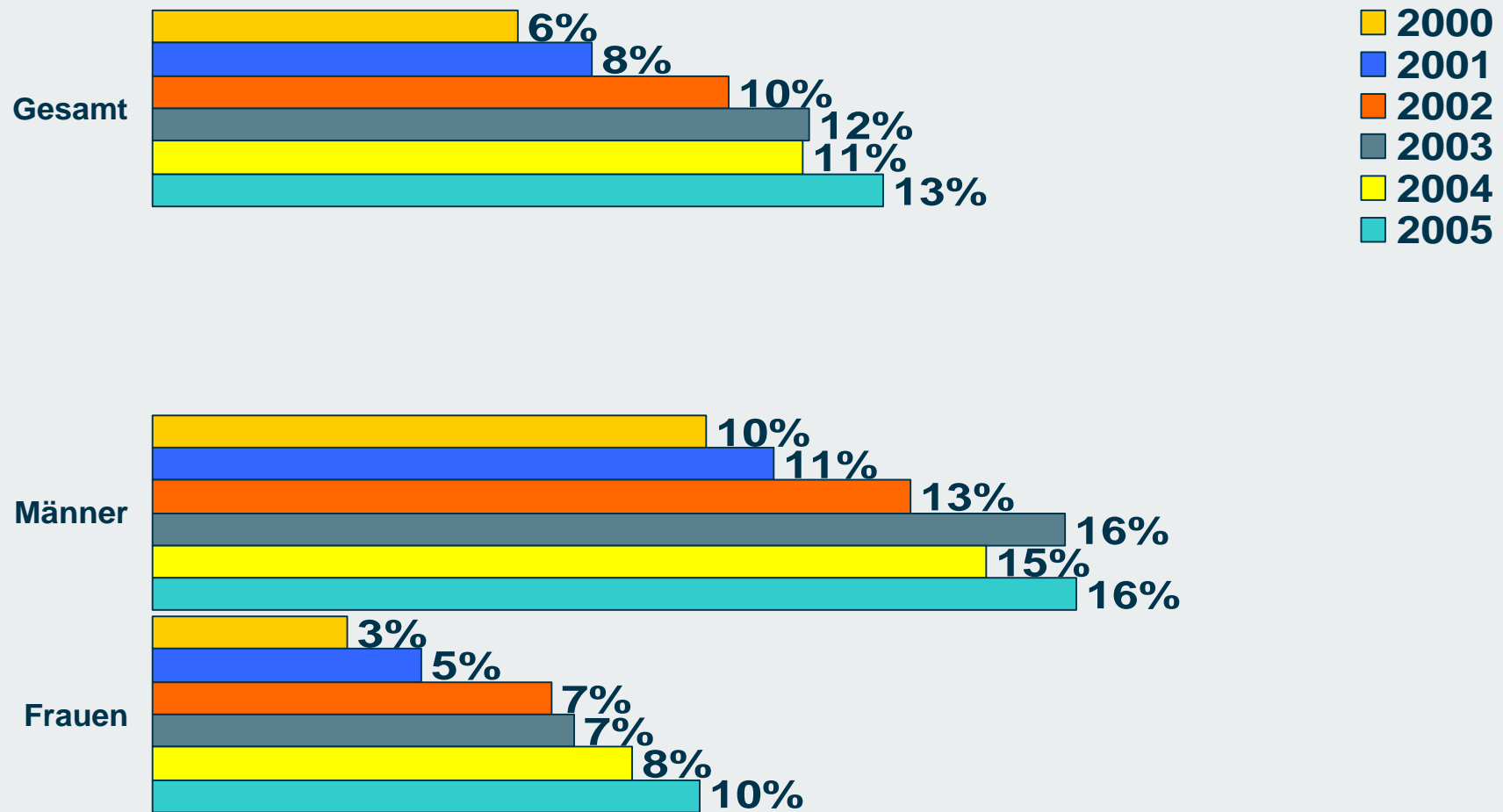
Basis: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre



Musik-Downloader Reichweite

43

Frage: Wurden im vergangenen Jahr Musiktitel aus dem Internet heruntergeladen?



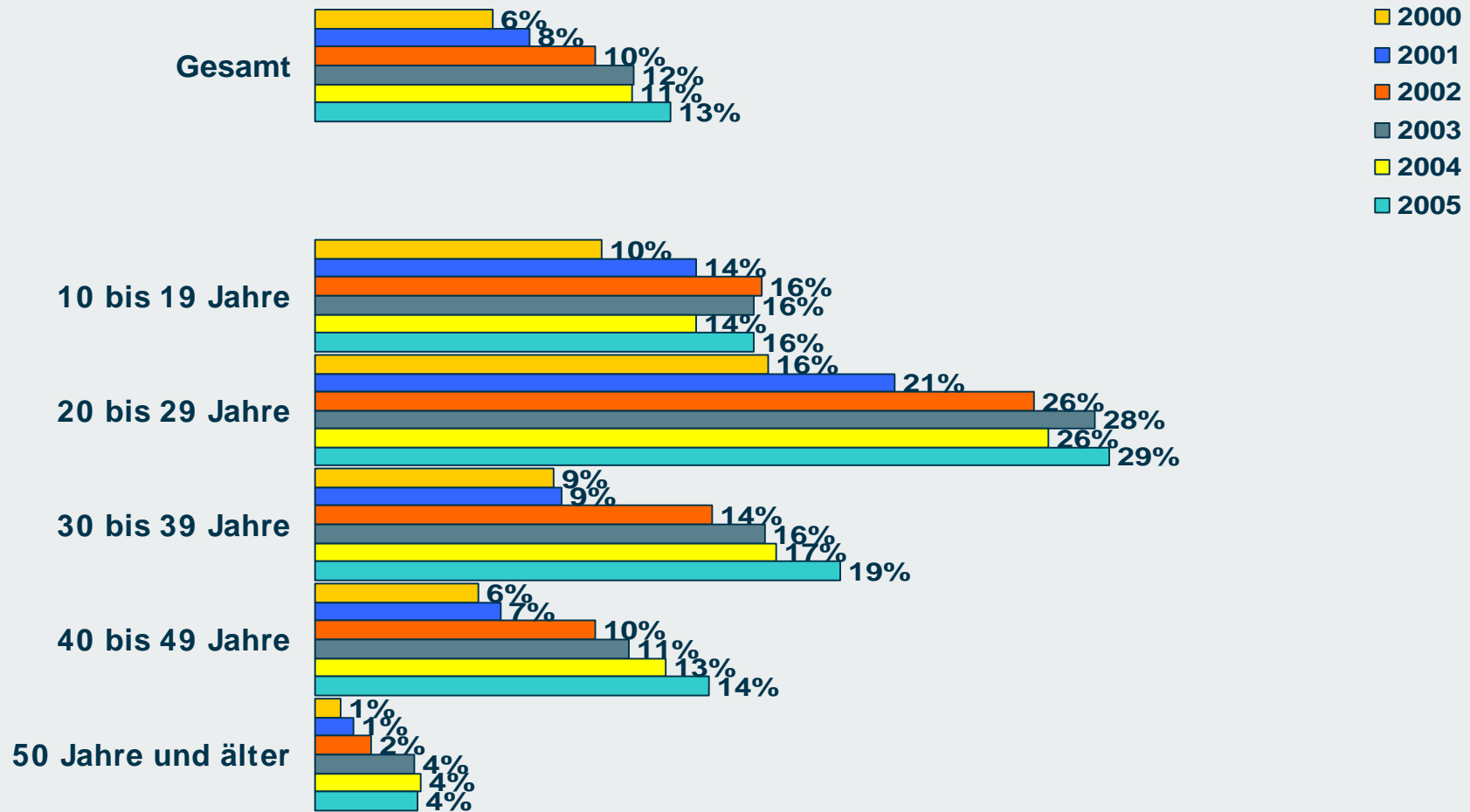
Basis: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre



Musik-Downloader Reichweite

44

Frage: Wurden im vergangenen Jahr Musiktitel aus dem Internet heruntergeladen?

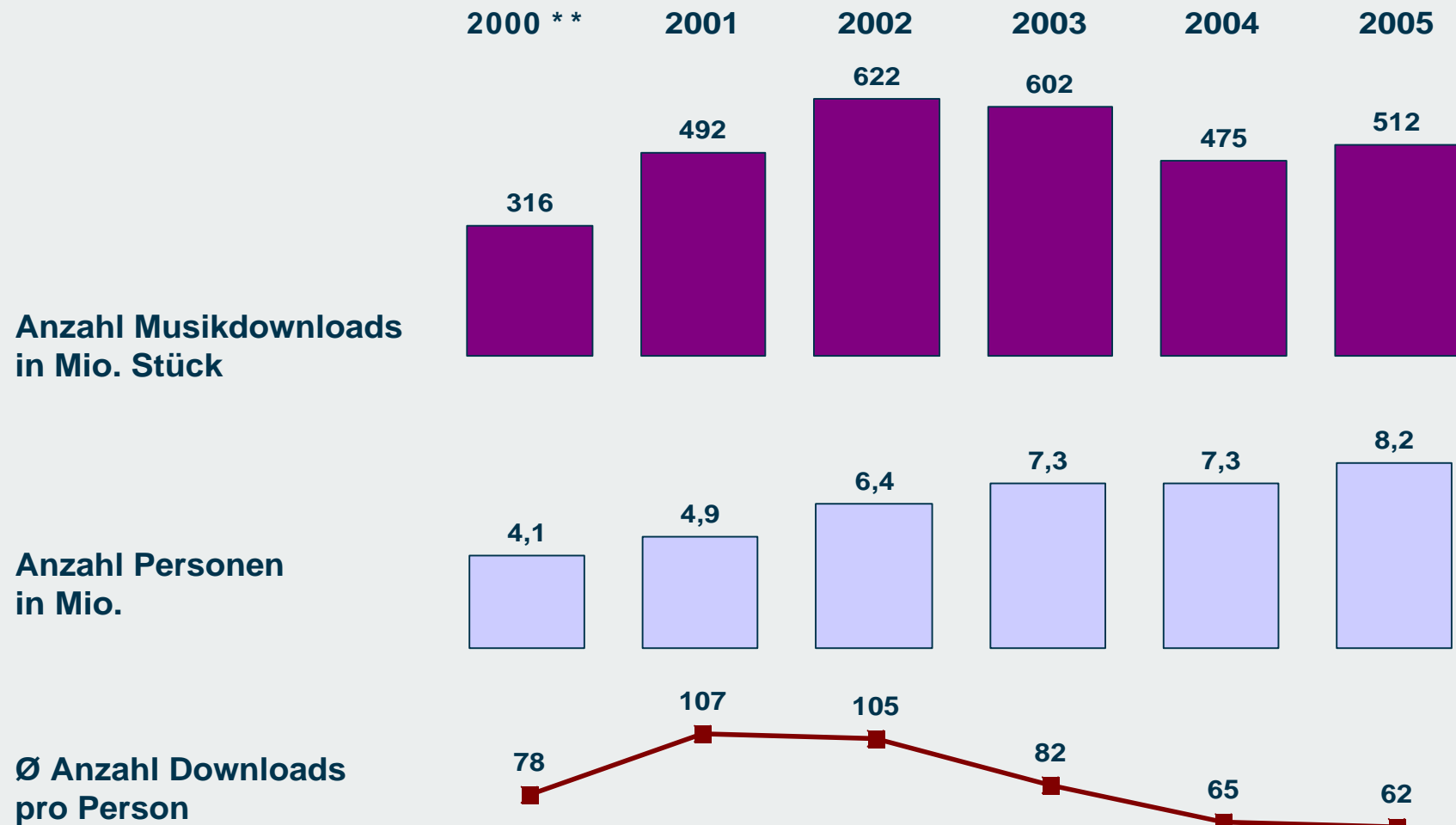


Basis: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre



Musikdownloads *

Kennzahlen



45

Basis: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre

© GfK Panel Services Deutschland

* kostenpflichtig/ kostenlos

** 04/00 - 03/01

2006/Musik,Film,Games/Charts/Adhoc/Brennerstudie 2006 .ppt

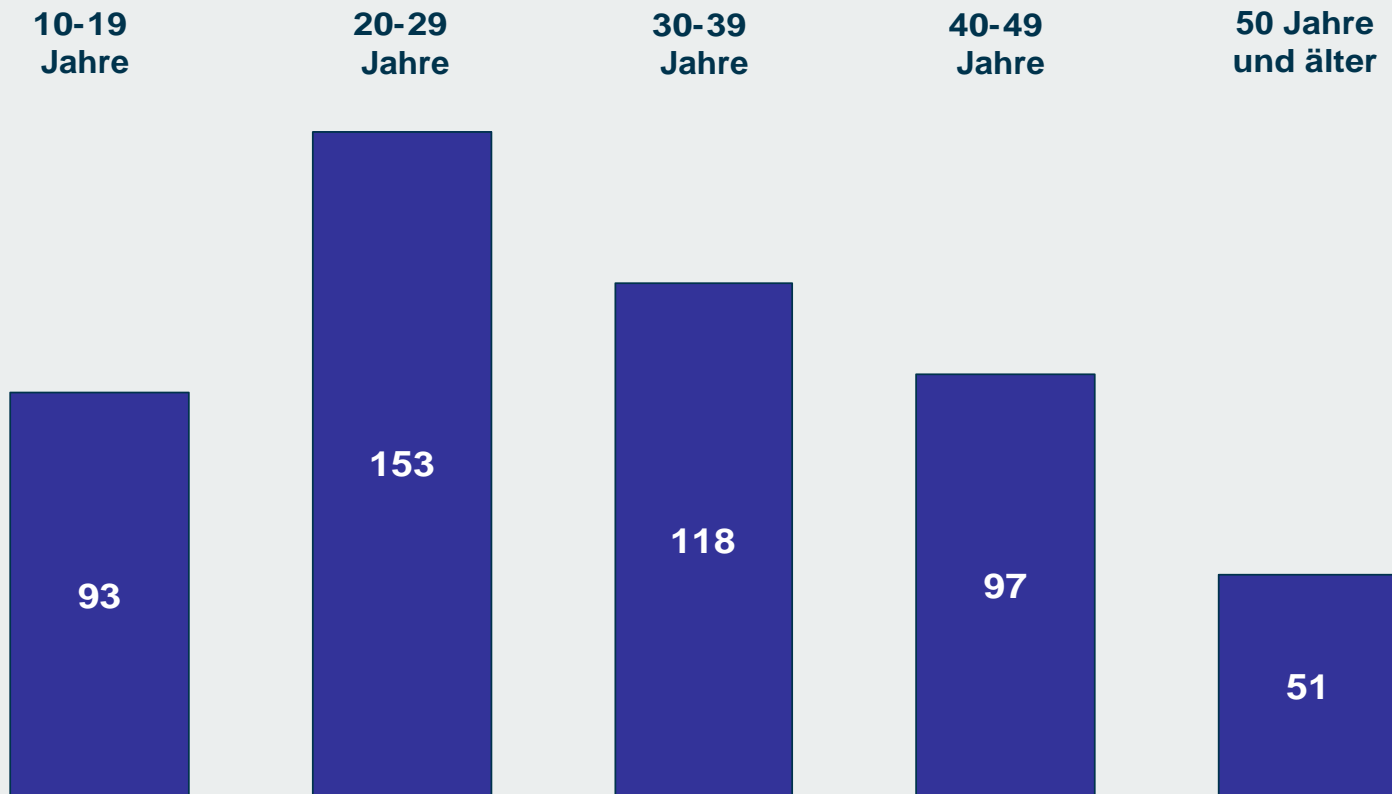


Downgeladete Musik nach Altersgruppen

Jahr 2005

Menge in Mio Stück

46



Ø Intensität
in Stck.

78

67

59

61

57

Anteil an gedownloadeter
Musik in %

18

30

23

19

10



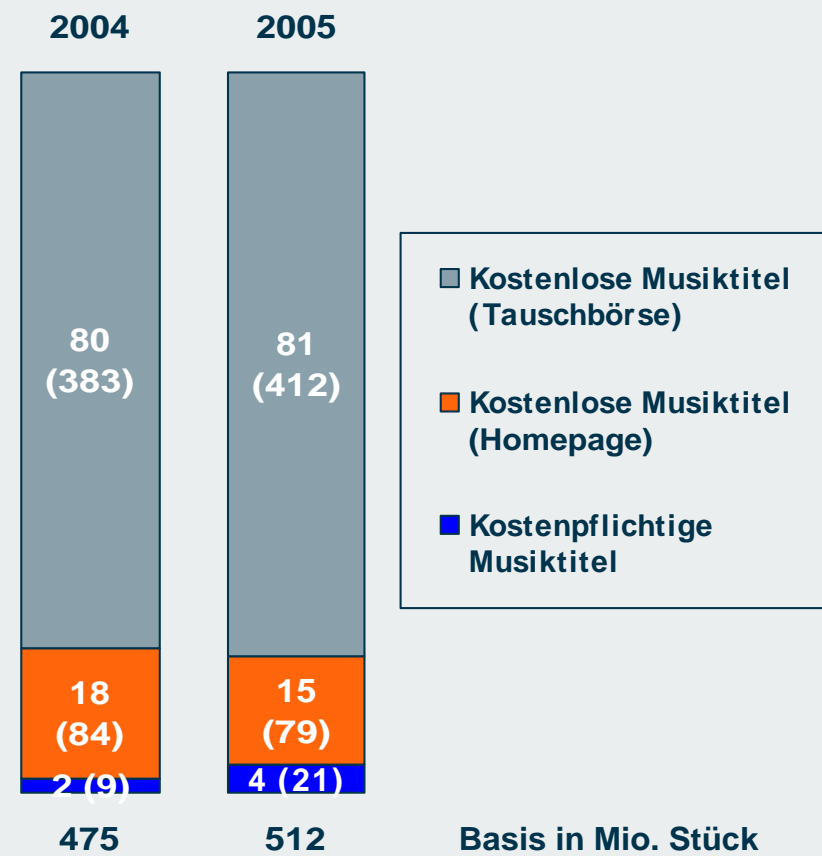
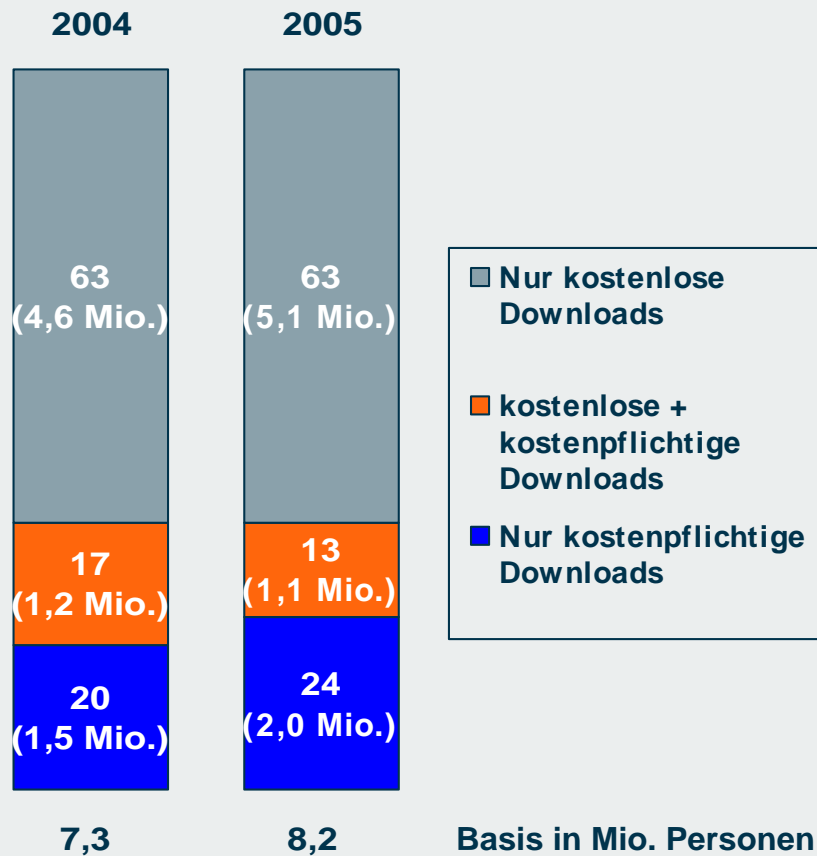
Musikdownloads - Arten der Downloads

Jahr 2005

Basis. Personen/Menge in %

Personen in %

Menge in Mio. Stück

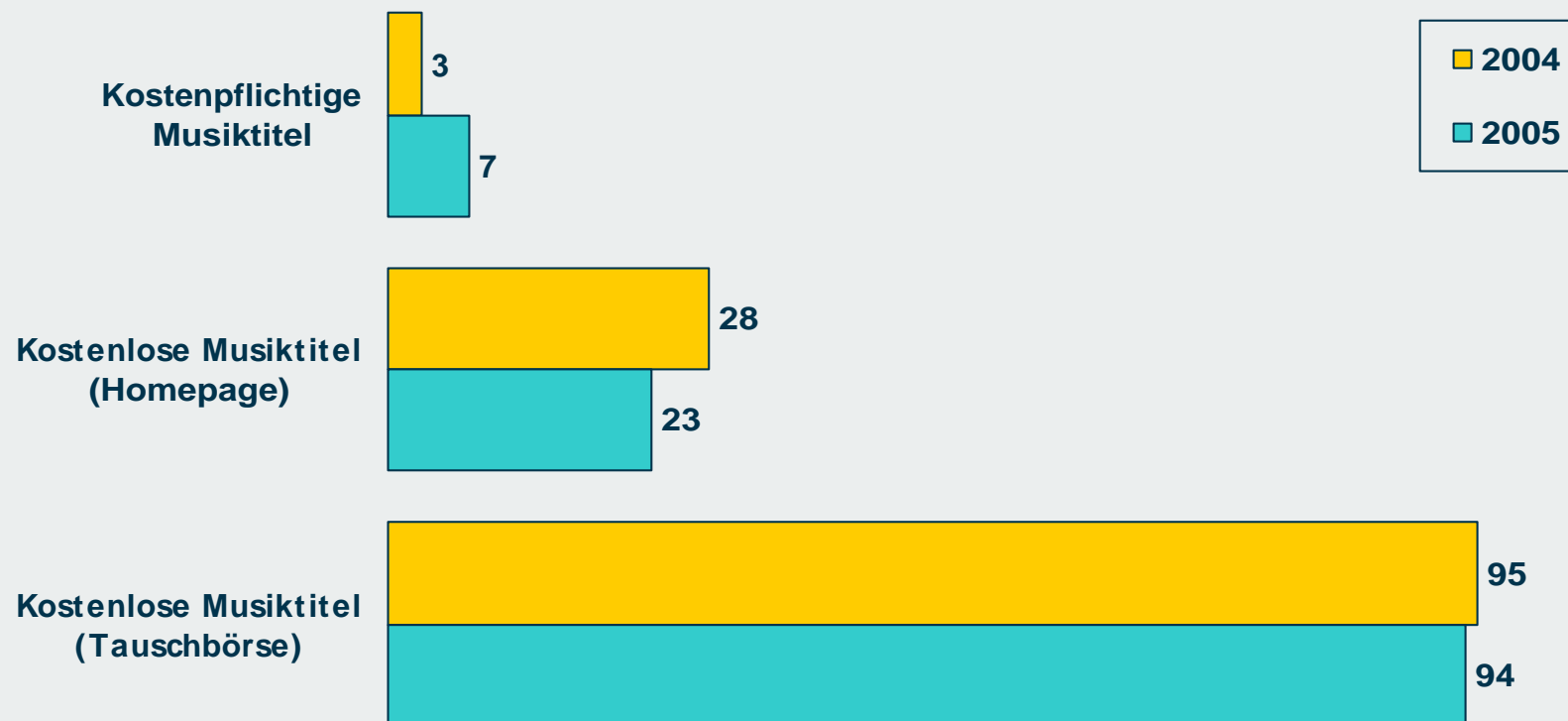


Basis: Personen, die Musik downgeloadet haben



Durchschnittliche Anzahl gedownloadeter Musiktitel Jahr 2004/ 2005

48



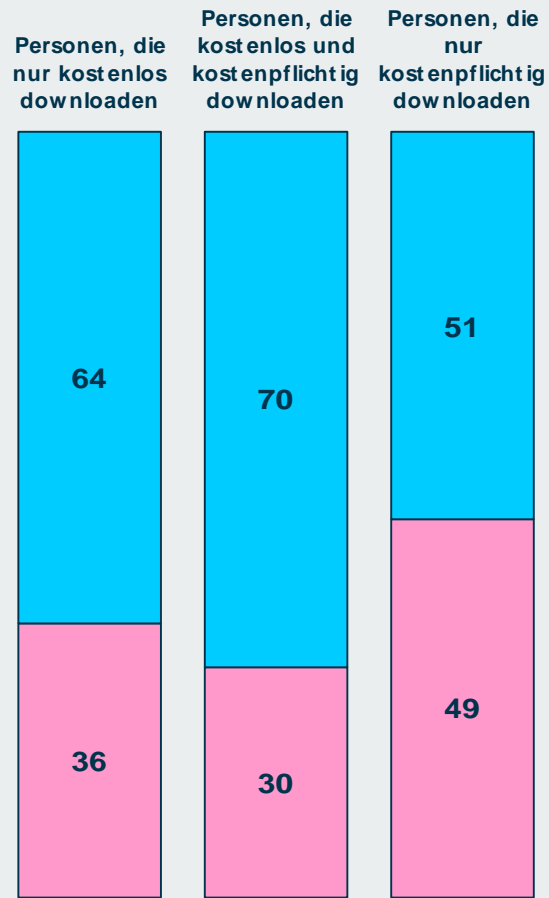
Basis: 8,2 Mio. Personen, die Musik gedownloadet haben



Download - Typen nach Demographie

Basis: Personen in %

Geschlecht



Basis in Mio. Personen 5,0

1,1

2,0

Alter



Basis in Mio. Personen 5,0

1,1

2,0

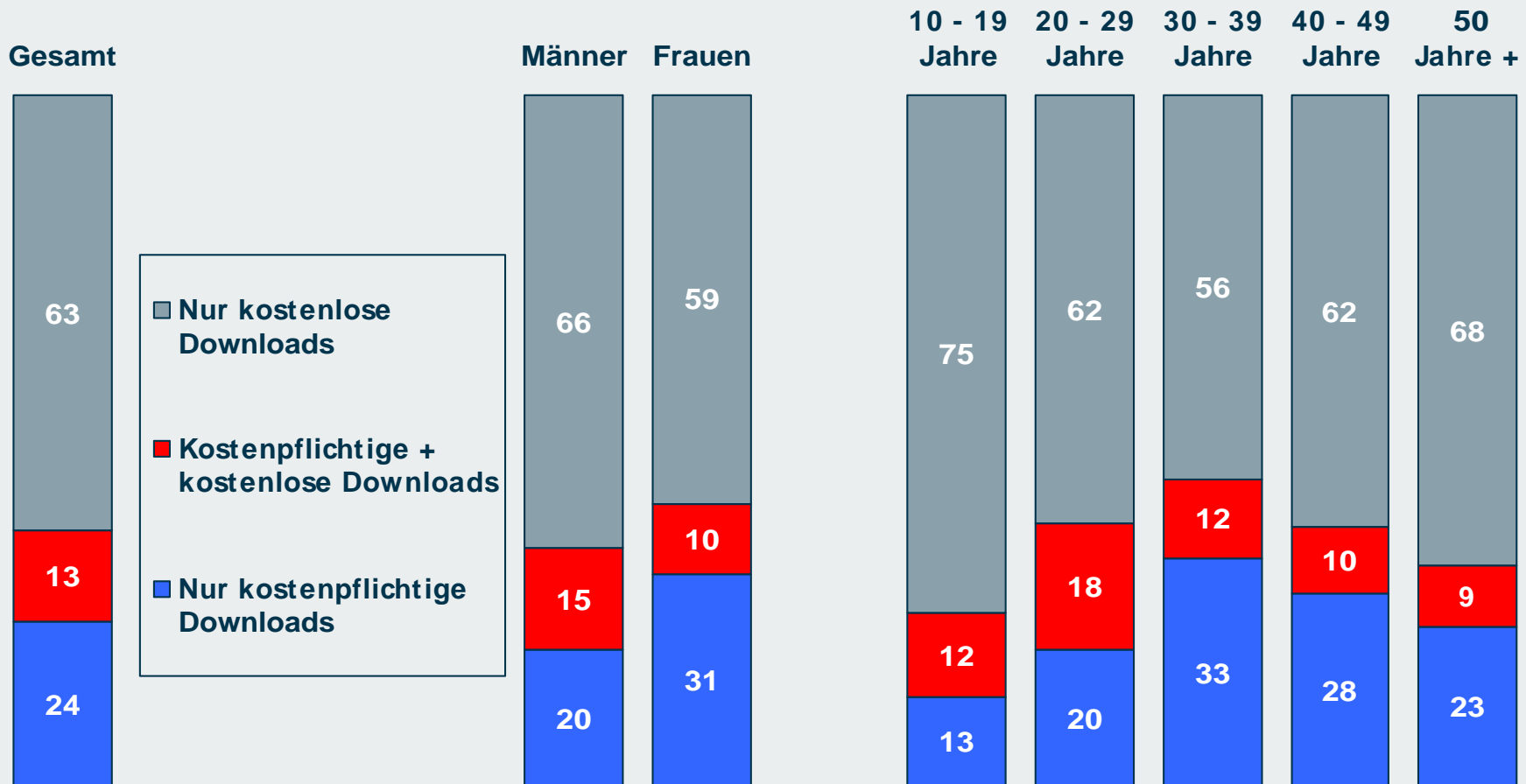


Musikdownloads - Arten der Downloads

Jahr 2005

Basis: Personen in %

50



Basis: 8,2 Mio. Personen, die Musik gedownloadet haben

Wie häufig wird heruntergeladene Musik (Titel/ Alben) genutzt



Basis: Personen in %

51



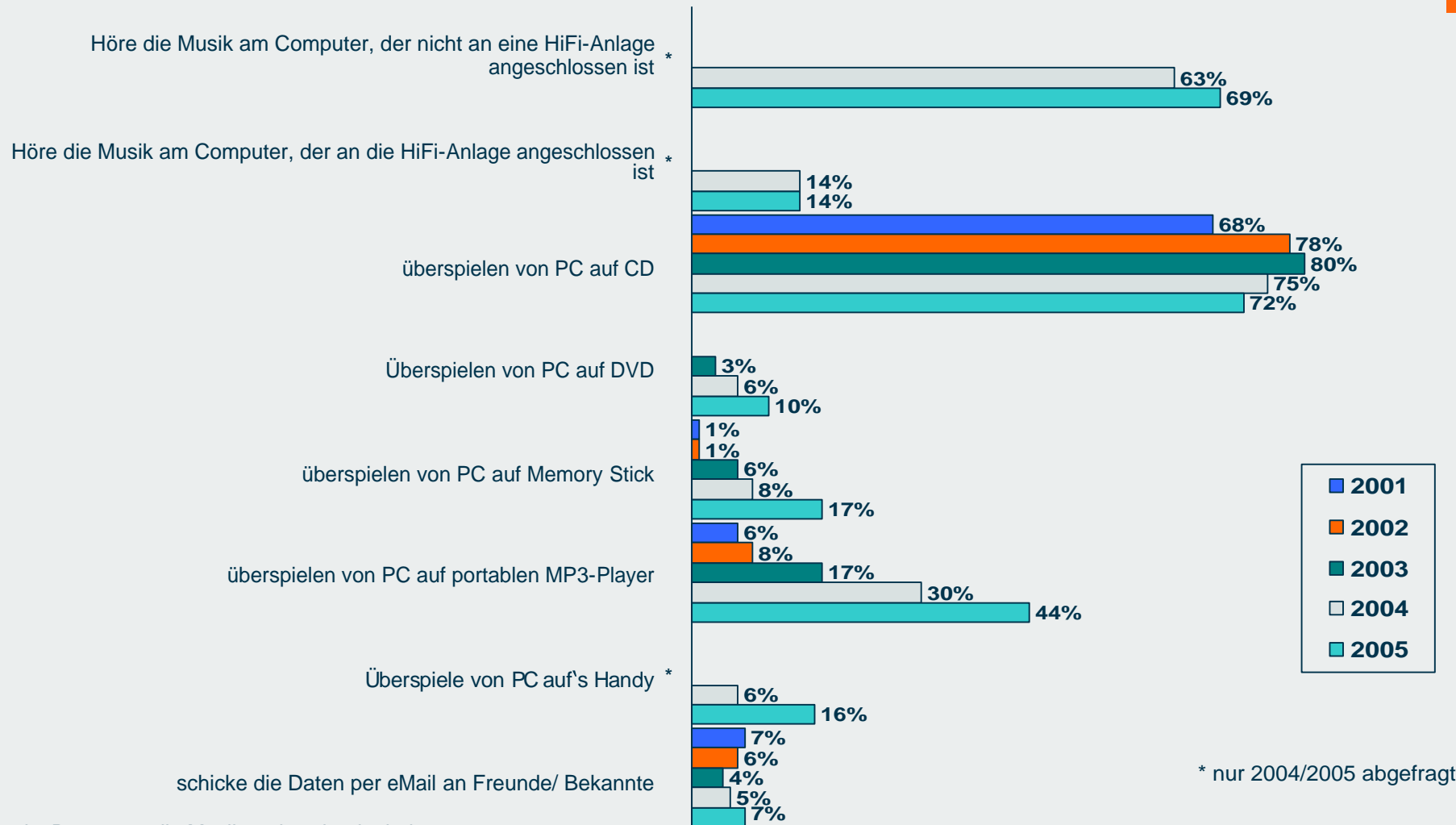
Basis: Personen, die Musik gedownloadet haben



Wie werden heruntergeladene Musiktitel genutzt

Basis: Personen in %

52



Basis: Personen, die Musik gedownloadet haben

© GfK Panel Services Deutschland

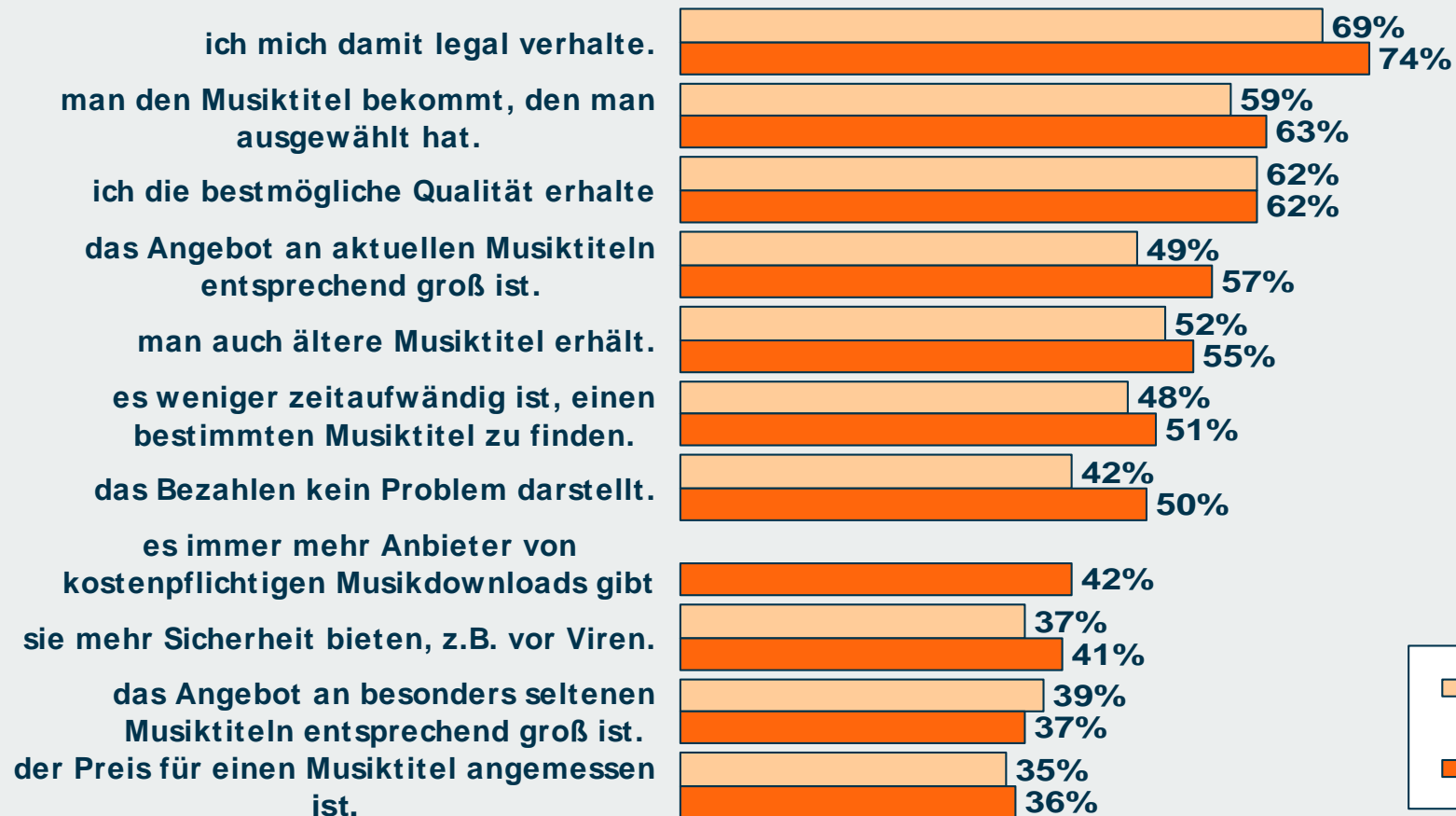


Gründe, für die Nutzung von Kostenpflichtigen Download-Angeboten

Basis. Personen (%)

Top Boxes: Trifft voll/ voll und ganz zu

Man nutzt kostenpflichtige Angebote, weil



Jan 05

Jan 06

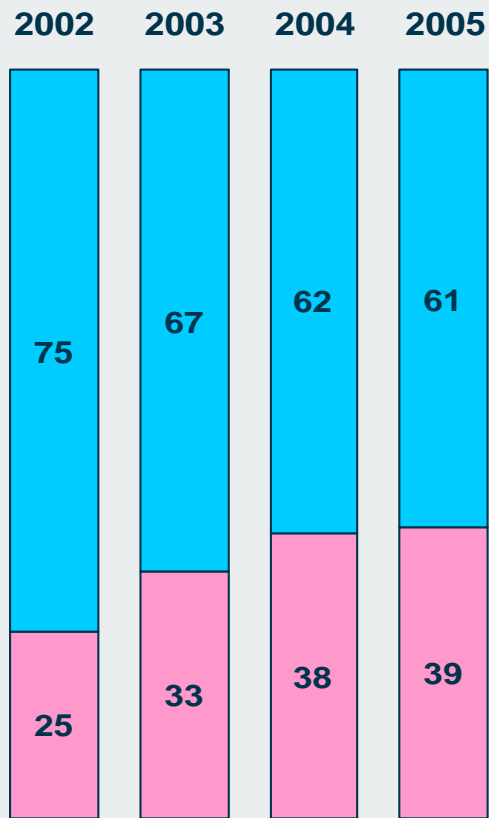
Basis: Personen, die Musik gedownloadet haben



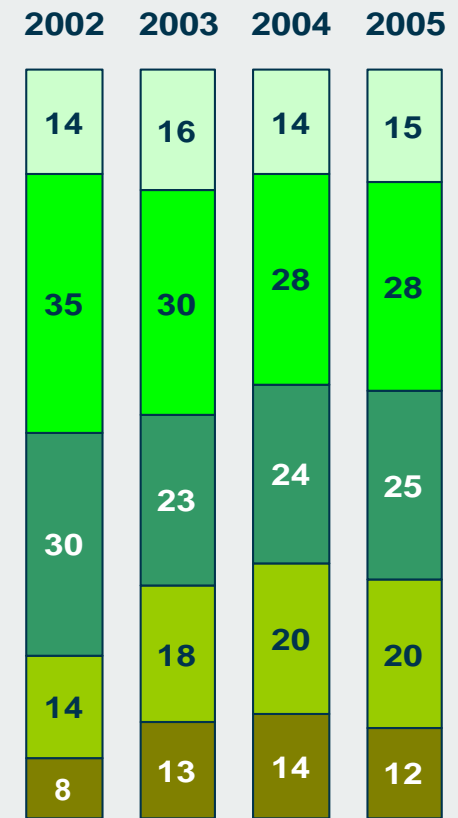
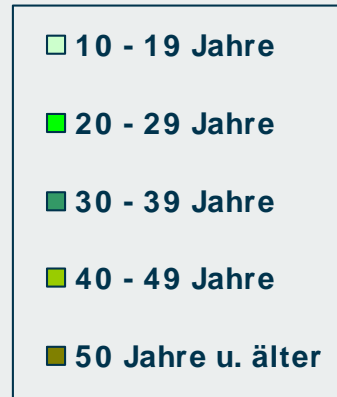
Demographische Entwicklung Musik - Downloader

Basis: Personen (%)

Geschlecht



Alter



Basis in Mio. Personen 6,4 7,3 7,3 8,2

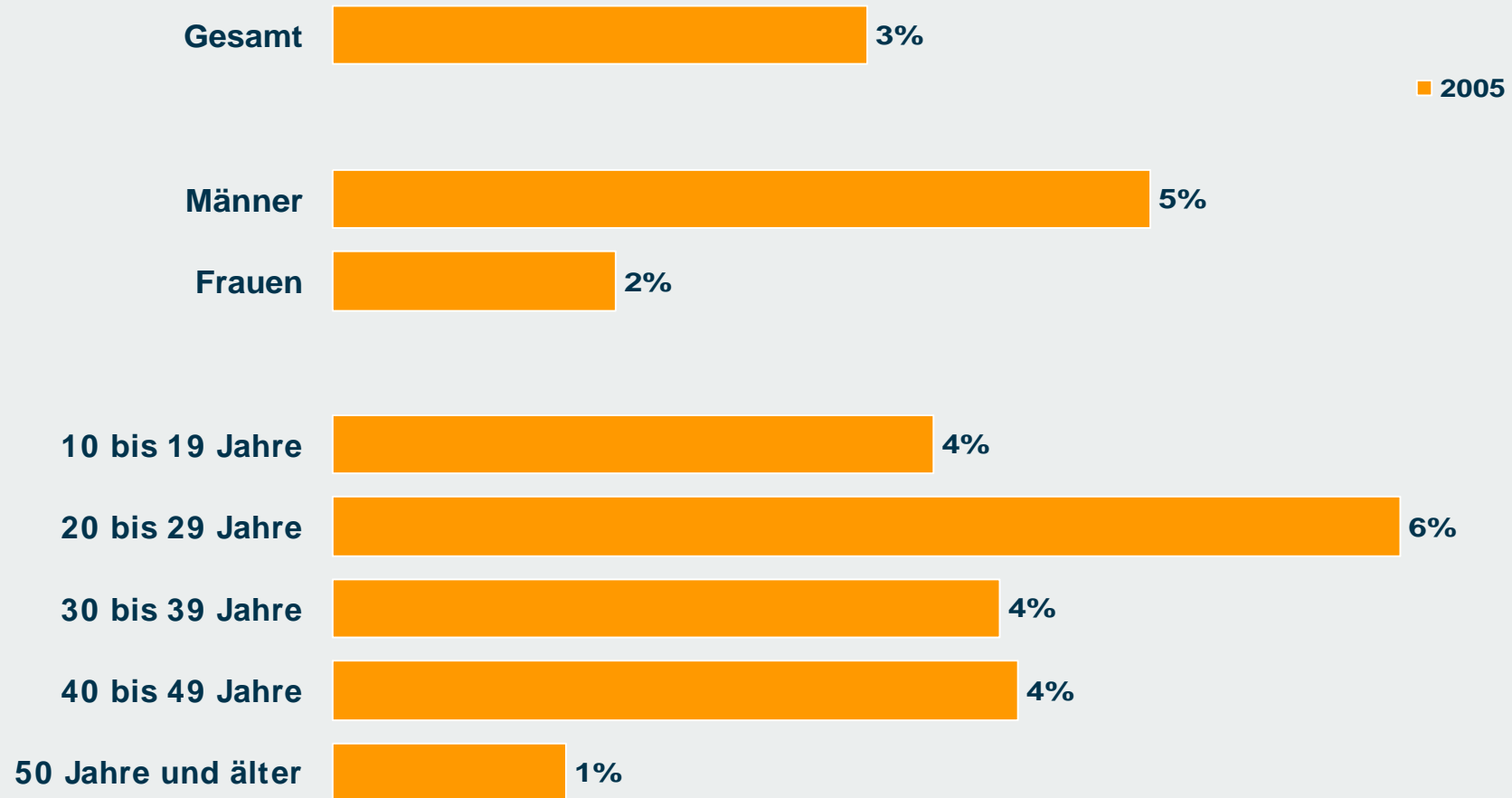
6,4 7,3 7,3 8,2



Aufnahmen von Musik aus dem Radio/Internetradio oder von Podcast-Sendungen

Basis: Personen in %

55



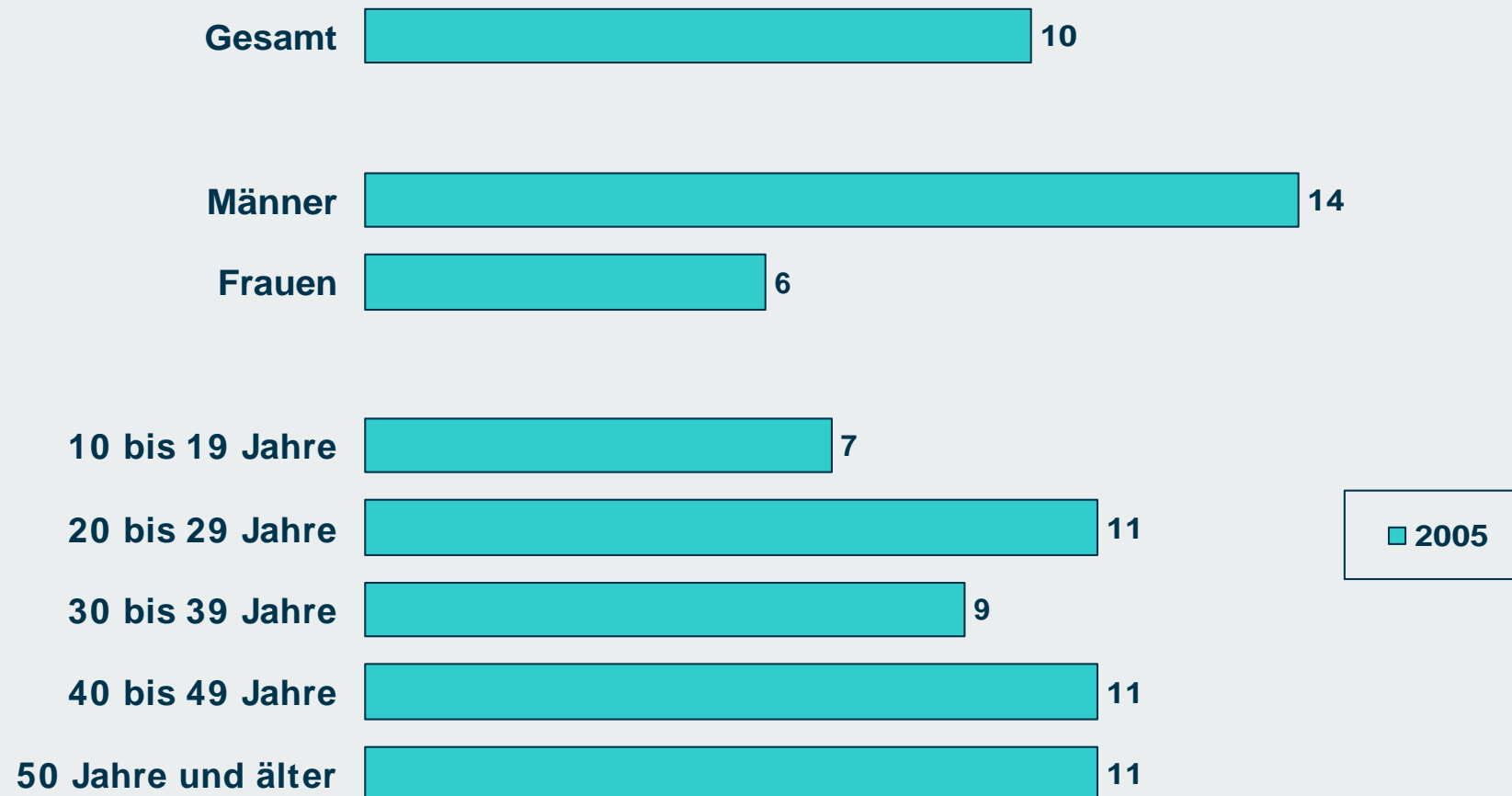
Basis: 64 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahren



Aufnahmen von Musik aus dem Radio/ Internetradio oder von Podcast-Sendungen

Basis: Personen in %

56



Basis. 20,8 Mio. Personen, die Musik gebrannt haben

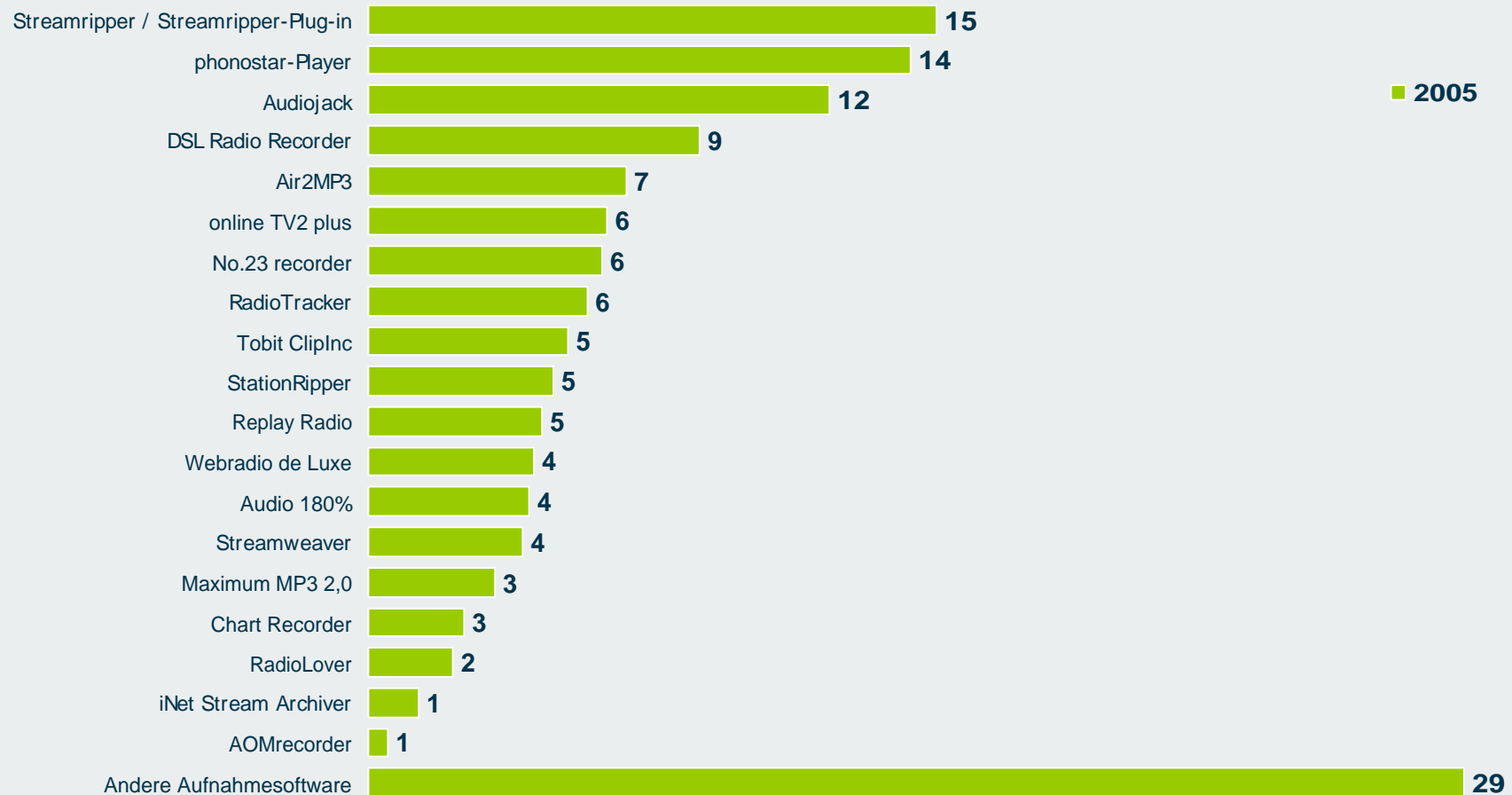


Aufnahmen von Musik aus dem Radio/Internetradio oder von Podcast-Sendungen

Basis: Personen in %

57

Frage: Welche spezielle Aufnahmesoftware nutzen Sie?



Basis: 2,1 Mio. Personen, die Musik aus dem Radio/Internetradio/Podcast-Sendungen aufgenommen haben



Key-Facts „Download von Musik“

- Der Download von Musik stieg nach dem Rückgang im Vorjahr wieder um 8% auf 512 Mio. an. ⁵⁸ Verursacht wurde dies durch einen Zuwachs der aktiven Downloader um 1 Mio. auf 8,2 Mio. Nutzer.
- Reichweitzuwächse gab es in allen Altersgruppen bis 49 Jahre, wobei die Gruppe der 20-29jährigen die Aktivste Usergruppe darstellt. Bezahlte Downloads sind am stärksten in der Altersgruppe der 30-39jährigen verbreitet.
- Der Anteil der kostenpflichtigen Downloads verdoppelte sich auf 4%. Allerdings dominieren noch die (illegalen) Tauschbörsen mit 81% und wachsen auch wieder leicht an.
- Durch die wesentlich höhere Downloadintensität bei Tauschbörsen sieht der Personenvergleich deutlich günstiger aus. 24% der User nutzen ausschließlich kostenpflichtige Anbieter und weitere 13% teilweise, vor allem wegen der Legalität dieser Angebote.
- Die am stärksten verbreitete illegale Tauschbörse ist aktuell emule, bei den kostenpflichtigen Anbietern dominiert Musicload.
- Musik wird zunehmend mobil. Zwar ist das Überspielen der Downloads auf CD mit 72% noch sehr beliebt, aber starke Zuwächse sind beim Überspielen auf portable MP3-Player (44%, Vj 30%), Memory Sticks (17%, Vj 8%) und Handys (16%, Vj 6%) festzustellen.
- Jeder 10. Brenner von Musik holt sich Content aus (Internet-)Radios oder Podcast-Sendungen. Als Software dienen meist Streamripper, Phonostar und Audiojack.



Gesamt-Fazit

- Die Hardwareausstattung mit DVD-Brennern und DVD-Recordern hat sich verdoppelt. Auch portable MP3-Player und MP3-Handys haben eine steigende Nutzerschaft, insbesondere in den jungen Zielgruppen.
- Fast jeder 2. Deutsche ab 10 Jahre bespielt CD-/DVD-Rohlinge, deren Anzahl um 8% auf 882 Mio. steigt. Während DVD-Rohlinge mit 258 Mio. Stück doppelt so oft verwendet werden wie im Vorjahr, sinkt der Verbrauch von CD-Rohlingen um -10% auf 624 Mio.
- Nach dem Rückgang im Vorjahr steigt das Downloaden von Musik um 8% auf 512 Mio. Downloads an. Der Anteil kostenpflichtiger Downloads steigt von 2% auf 4%, wobei aber 24% der Downloader von Musik ausschließlich legale Angebote nutzen.
- Musik wird zunehmend mobil. Das Überspielen auf portable MP3-Player, Memory Sticks und MP3-Handys gewinnt deutlich an Attraktivität.
- Jeder 10. Musik-Brenner holt sich Content aus (Internet-)Radios/Podcast-Sendungen.