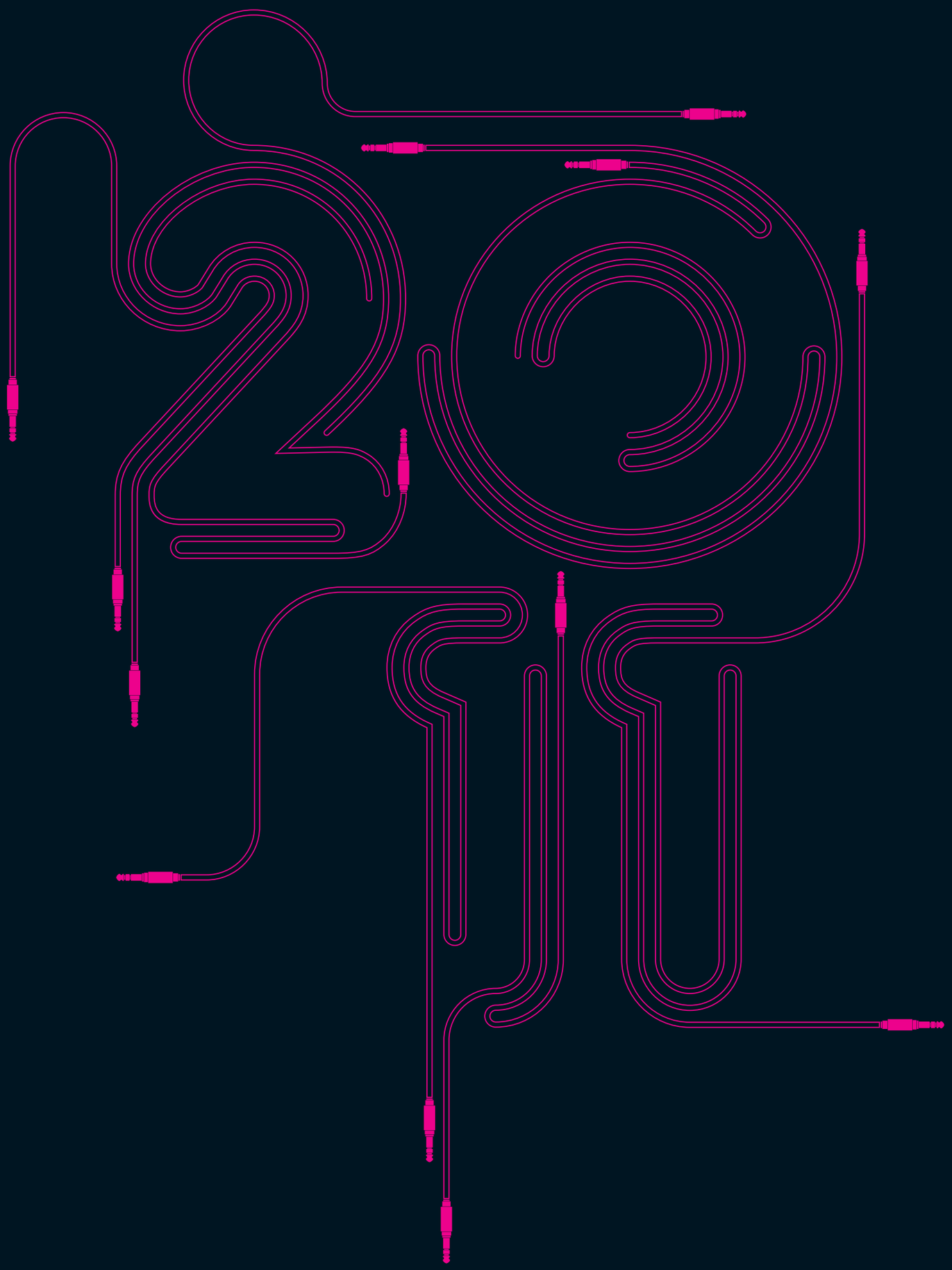


# Österreichischer Musikmarkt 2011

IFPI Austria — Verband der Österreichischen Musikwirtschaft

ifpi

# Inhalt


| | |
|---|---|
| 4 | **Zahlen, Daten, Fakten auf einen Blick** |
| 7 | **Editorial** |
| 9 | **Der österreichische Musikmarkt 2011**<br>Die Entwicklung des österreichischen Musikmarkts im Detail |
| 12 | **Internet- und Handymusikmarkt**<br>Details zum stetig wachsenden Online-Musikmarkt in Österreich |
| 15 | **LSG – Rechteverwertung für Interpreten und Labels**<br>Die Lizenzeinnahmen aus der kollektiven Rechteverwertung |
| 16 | **Ist Streaming das nächste große Ding?**<br>Streaming-Angebote in Österreich im Überblick |
| 18 | **Charts**<br>Die bestplatzierten Songs und Alben der Austria Top-40-Verkaufscharts |
| 19 | **Platinauszeichnungen**<br>Welche Songs und Alben 2011 mit Platin ausgezeichnet wurden |
| 20 | **Internationaler Musikmarkt 2011**<br>Zahlen, Daten und Fakten zur Entwicklung des Musikmarkts weltweit |
| 22 | **Amadeus Austrian Music Awards 2012**<br>Die wichtigsten Informationen rund um den begehrtesten österreichischen Musikpreis |
| 24 | **„Kunst hat Recht.“**<br>Eine Initiative für das Recht auf geistiges Eigentum |
| 26 | **IFPI-Mitglieder** |
| 27 | **Impressum** |

174 Millionen Euro Gesamtumsatz am österreichischen Musikmarkt

24 Millionen Alben und Songs quer über alle Formate verkauft

10 Millionen Umsatz mit Musik-DVDs

24 Millionen Euro Umsatz am gesamten Online-Musikmarkt

32 Online-Musikshops in Österreich

16 Millionen Titel online erhältlich





1 Million Euro Umsatz mit Vinylschallplatten

32 österreichische Alben unter den Top-100-Verkaufscharts

4 Millionen Euro Umsatz mit Merchandising, Ticketing, Synchrights

22 Millionen Euro Einnahmen aus der kollektiven Rechteverwertung

15,4 Milliarden US$ Umsatz am weltweiten Musikmarkt

5,2 Milliarden US$ Umsatz am weltweiten Digitalmusikmarkt

## Zukunftsthema Urheberrecht
## Samsung vs. Apple, Google vs. Urheber

Zukunftsthema Urheberrecht: Für die einen ist geistiges Eigentum Anreiz und Grundlage für kreative Arbeit und die neue Währung in einer digitalen Ökonomie, für andere ist es bloß ein Mittel für Zensur und soll sogar zum Überwachungsstaat führen. Jedenfalls rückt das Thema Urheberrecht mehr und mehr in den Fokus eines breiteren gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und damit auch politischen Interesses. Während die hierzulande in den Kinderschuhen feststeckende Piratenpartei von einer eigentumsfreien Netzwelt träumt, geht es anderswo um handfeste wirtschaftliche Konflikte.

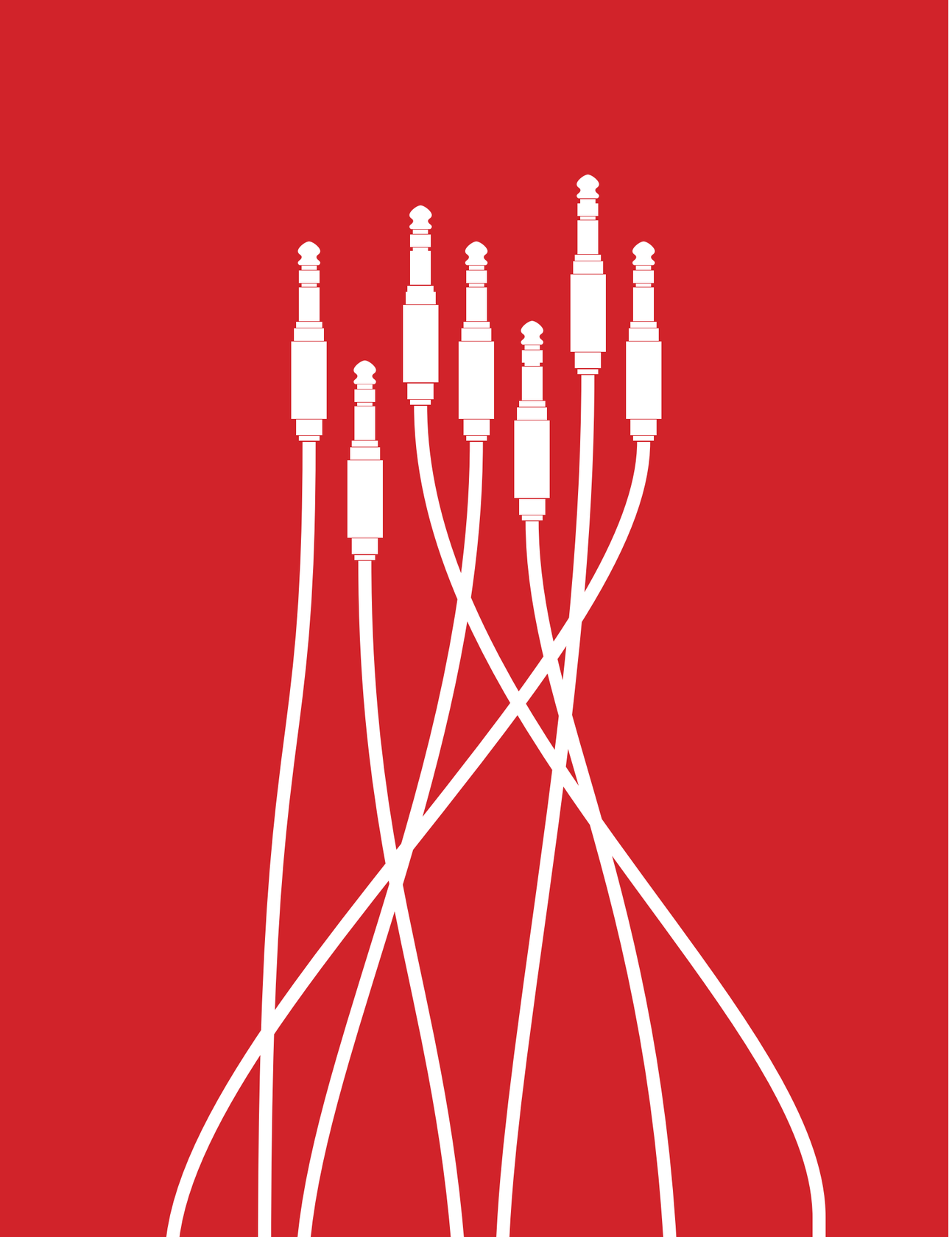
Samsung gegen Apple, das ist Brutalität! Zwei Blue Chips der Elektronikbranche bekriegen sich in mehreren Verfahren vor amerikanischen Gerichten. Nicht weil sie gegen oder für weniger geistiges Eigentum wären – nein, weil sie auf den Schutz ihrer Patente, Designs und Marken pochen und ihre Erfindungen gegen unerlaubtes Kopieren schützen wollen!

Gleichzeitig lässt Google im Lobbying nichts unversucht, um die Urheberrechte an Musik, Filmen, Texten, Fotos usw. usw. massiv einzuschränken. Wissend, dass YouTube ohne diese Inhalte nichts wert wäre. Fair use heißt das Zauberwort, und gemeint ist damit offenbar, dass der Content bei Web 2.0 gratis sein muss und der Börsenwert von Google nicht unter 100 Milliarden US$ fallen darf. Das wird man kaum unter dem geforderten Interessenausgleich im Urheberrecht verstehen können.

In Österreich ist die urheberrechtliche Debatte stark von Emotionen geprägt. Kunstschaffende und kreativwirtschaftliche Unternehmen betonen die Bedeutung des Urheberrechts für ihre Entlohnung und für Investitionen in die Produktion von Kulturgütern. Die so genannte Internetgemeinde  stellt das geistige Eigentum an sich in Frage. Grund genug, die wesentlichen wirtschaftlichen Fakten auf den Tisch zu legen:

Das österreichische Urheberrecht ist Grundlage für 127.000 Jobs in der heimischen Kreativwirtschaft, deren direkte und indirekte Wertschöpfung jährlich bei 13,7 Milliarden Euro liegt. Wenn Google & Co ihre höchst erfolgreichen Geschäftsmodelle auf dem Content der Kreativ-Branchen aufbauen wollen, dann müssen sie bereit sein, die Urheber zu entlohnen. Und dafür brauchen wir ein starkes Urheberrecht.

Franz Medwenitsch





# Österreichischer Musikmarkt 2011

— 174 Millionen Euro Umsatz, 24 Millionen verkaufte Einheiten
— 3,5% Absatzplus bei einem Umsatzrückgang von 6,5%
— Online-Musikmarkt mit 24 Millionen Euro Umsatz weiter auf Wachstumskurs (+14%)
— Andreas Gabalier Nr. 1 bei den „Ö3 Austria Top 40“-Albumcharts, Adele mit „21“ bester internationaler Act

## Die Marktentwicklung auf einen Blick

**Am österreichischen Musikmarkt wurde 2011 ein Gesamtumsatz von 174 Millionen Euro erwirtschaftet. Insgesamt wurden 23,8 Millionen Alben und Songs quer über alle physischen und digitalen Formate verkauft. Das entspricht einem Absatzplus von 3,5% bei einem Umsatzminus von 6,5% im Vorjahresvergleich. Mit physischen Tonträgern wurde insgesamt ein Umsatz von 124 Millionen Euro erzielt, ein Rückgang von 11%. Die Umsätze am Internet- und Handymusikmarkt sind im Vergleich zu 2010 um 14% auf 24 Millionen Euro angestiegen. Die Einnahmen der Verwertungsgesellschaft LSG betragen 22 Millionen Euro und die Umsätze aus dem Verkauf von Merchandising-Produkten und Synchrights-Lizenzen steuern weitere rund vier Millionen Euro zum Gesamtmarkt bei.**

## CD trotz Rückgang beliebtestes Musikformat, plus 10% bei Vinylschallplatten

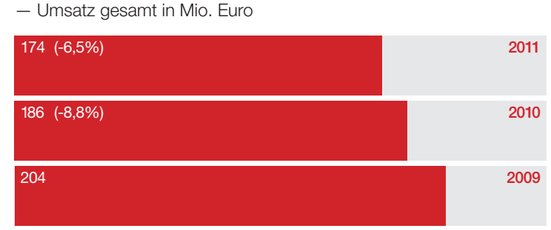
Mit physischen Tonträgern wurde insgesamt ein Umsatz von 124 Millionen Euro erzielt. Die CD ist mit 113 Millionen Euro Umsatz (2010: 125 Millionen Euro) immer noch das meist gekaufte Musikprodukt, Musik-DVDs erzielten einen Umsatz von 10 Millionen Euro. Vor allem Klassik-Liebhaber mit Anspruch auf Klangqualität und Fans etablierter Pop-Acts sowie auch treue Schlager- und Volksmusikkäufer legen Wert auf die Haptik von CDs.

Der schleichende Verlust von Präsentationsflächen im Handel macht es jedoch immer schwieriger, vor allem neue Künstler längerfristig am Markt zu platzieren und die durchaus vorhandene Nachfrage nach CDs bedienen zu können. Vinylschallplatten behaupten sich wie schon in den vergangenen Jahren mit einem Plus von 10% und einem Umsatz von über einer Million Euro als kleines, aber feines Nischensegment.

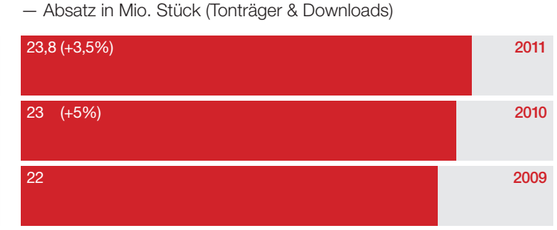
## Plus 14%: Online-Musikmarkt wächst zum siebenten Mal infolge

Die positive Entwicklung des österreichischen Internet- und Handymusikmarktes setzte sich auch in 2011 fort. Sowohl das Angebot als auch die Nachfrage steigen kontinuierlich. In Österreich sind bereits 32 Downloadshops verfügbar. Insgesamt stehen mehr als 16 Millionen Titel online zur Auswahl. Auf der Angebotsseite sind vor allem Streamingdienste wie Spotify, Simfy und Deezer zu erwähnen, die seit 2011 neu am Markt sind. Auch die Umsätze legten erneut zu – und zwar zum siebenten Mal infolge seit der ersten Messung im Jahr 2004. Die Musikumsätze mit Downloadshops, Handy- und Streamingdiensten sind im Vergleich zu 2010 um 14% auf 24 Mio. Euro angestiegen. Der Anteil der online gekauften Musik beträgt damit bereits rund 20% des Gesamtmarkts. Detaillierte Informationen zum Online-Musikmarkt finden Sie auf Seite 12.

**Musikmarkt Österreich**
— Umsatz gesamt in Mio. Euro




**Musikmarkt Österreich**
— Absatz in Mio. Stück (Tonträger & Downloads)



„Immer mehr Konsumenten schätzen die enorme Vielfalt an legalen Online-Musikangeboten, mit einem Plus von 14% haben die Umsätze am Online-Musikmarkt wieder kräftig zugelegt. Eine wichtige Innovation in 2011 war der Start von Streaming-Services, die ein völlig neues und benutzerfreundliches Musikerlebnis bieten. Dennoch: Auch wenn die Online-Musikverkäufe gegenüber den physischen Produkten gewinnen, bleibt die CD für viele Musikfans unverzichtbar – nach wie vor werden mit CDs rund 70% der Umsätze erzielt.“
Hannes Eder, Präsident IFPI Austria

„Am internationalen Musikmarkt spricht man 2011 wegen der sensationellen Verkäufe von einem ‚Adele-Effekt‘. In Österreich heißt dieser Effekt: Andreas Gabalier, Hubert von Goisern, Trackshittaz & Co. Heimische Künstler dominieren den Albenmarkt – das hat es schon lange nicht gegeben! Fortsetzung dringend erwünscht.“
Franz Medwenitsch, Geschäftsführer IFPI Austria

## Lizenzeinnahmen mit steigender Bedeutung

Über die gemeinsame Verwertungsgesellschaft der Künstler und Labels LSG wurden im Jahr 2011 Einnahmen von rund 22 Millionen Euro erzielt. Es handelt sich dabei um Lizenzeinnahmen aus der Sendung von Musikaufnahmen in Radio und TV, aus der öffentlichen Wiedergabe in Diskotheken, Restaurants, Gewerbebetrieben etc. sowie aus urheberrechtlichen Vergütungsansprüchen. Die LSG steuert damit einen zunehmend wichtigen Anteil zu den Gesamteinnahmen der Musikwirtschaft bei ebenso wie die Einnahmen aus Merchandising und Synchrights-Lizenzen, die bei rund vier Millionen Euro liegen. Weitere Informationen zur LSG finden Sie auf Seite 15.

## Österreichische Interpreten stürmen die Albumcharts

2011 war ein erfolgreiches Jahr für österreichische Interpreten. Unter den Top 10 der offiziellen österreichischen Verkaufshitparade „Austria Top 40“ befinden sich fünf österreichische Alben. Insgesamt schafften es 32 Alben unter die Top 100. Damit hat sich der Chartanteil heimischer Produktionen um fast 50% erhöht. Mit gleich drei Alben unter den Top 5 ist Andreas Gabalier Aufsteiger und Bestseller des Jahres: Platz 1 für „Herzwerk“, Platz 3 für „Volksrock’n’roller“ und Platz 5 für „Da komm ich her“. Platz 4 geht an Hubert von Goisern mit „Entwederundoder“, der Dauerbrenner Kiddy Contest (Vol 17) belegt Platz 7 und „Oidaah pumpn muas’s“ von Trackshittaz schafft Platz 11 der Jahrescharts.

Die erfolgreichsten internationalen Interpreten waren Adele mit „21“ (Platz 2), David Guetta mit „Nothing But The Beat“ (Platz 6), Bruno Mars mit „Doo-Wops & Hooligans“ (Platz 8) und Andrea Berg mit „Abenteuer“ auf Platz 10.

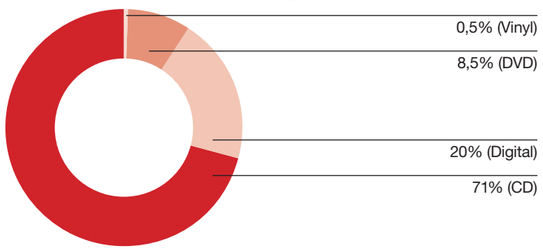
Die Single-Charts werden von Jennifer Lopez feat. Pitbull mit „On The Floor“ angeführt. Auf den Plätzen zwei bis fünf folgen Alexandra Stan mit „Mr. Saxobeat“, Snoop Dog vs. David Guetta mit „Sweat“, Don Omar feat. Lucenzo mit „Danza Kuduro“ und Hubert von Goisern mit „Brenna tuats guat“.

## Die Marktanteile der einzelnen Musikformate

Wenngleich die CD kontinuierlich gegenüber den Downloads an Marktanteil verliert, ist sie mit 71% Anteil am Gesamtmarkt nach wie vor das umsatzstärkste Musikformat. Mit Downloads am Internet- und Handymusikmarkt werden bereits 20% der Umsätze erzielt, gefolgt von der Musik-DVD mit 8,5%. CD-Singles wurden weitestgehend durch Downloads ersetzt, Vinylschallplatten kommen auf einen Anteil von rund 0,5% (Werte bezogen auf Handelsmarkt).

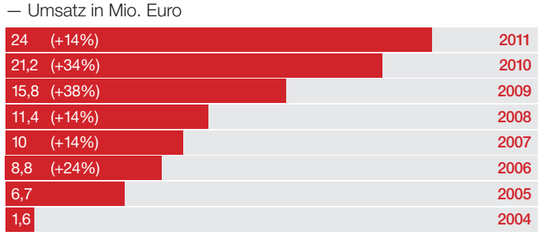
### Anteil Musikformate

— Basis: Umsatz 2011 zu Handelsabgabepreisen




### Internet- und Handymusikmarkt

— Umsatz in Mio. Euro







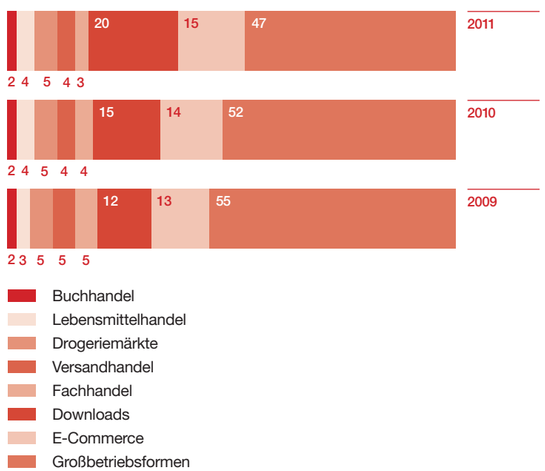

„Jetzt, wo das legale Musikangebot im Internet so umfassend und vielfältig ist, muss auch das Urheberrecht genau da ankommen, wo die Musikbranche schon ist: im digitalen Zeitalter. Diejenigen, die Musik kreieren, produzieren und vertreiben, müssen auch im digitalen Zeitalter die Chance haben, dafür angemessen vergütet zu werden. Geistiges Eigentum ist auch im Internet nicht umsonst.“
Philip Ginthör, Vizepräsident IFPI Austria

## Mehr als jeder dritte Euro wird im Internet verdient (E-Commerce + Downloads)

Das größte Wachstum bei den Vertriebsschienen verzeichnete neuerlich der Musikverkauf über Internet und Handy, deren Anteil von 15% auf 20% anstieg. Gleichzeitig verlieren CD-Stores fünf Prozentpunkte (von 52 auf 47 Prozent Anteil), sind aber nach wie vor die beliebtesten Einkaufsstätten. Auf E-Commerce, also den Verkauf von physischen Tonträgern übers Internet, entfallen 15% (ein Prozentpunkt mehr als 2010). Downloads und Verkäufe von physischen Produkten übers Internet erreichen damit bereits mehr als ein Drittel des Gesamtmarkts (35%). Der Fachhandel fiel von 4% auf 3%. Drogeriemärkte kommen auf 5%, der Lebensmittelhandel und der Versandhandel inkl. Clubverkäufe auf jeweils 4% und der Buchhandel erreicht 2%.

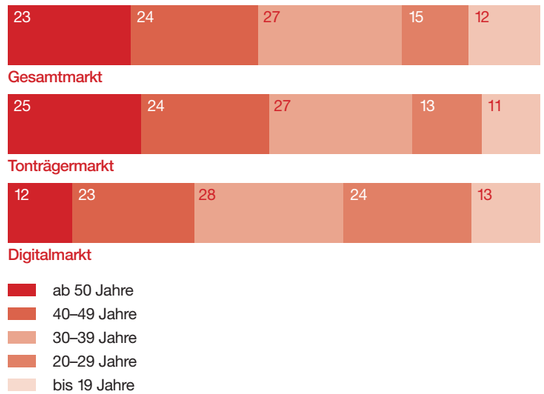
### Einkaufsstätten

— in %-Anteilen am Gesamtmarkt




### Käuferaltersgruppen

— in %, Basis: Umsatz gesamt




## 30- bis 39-jährige sind sowohl am Gesamtmarkt als auch am Digitalmarkt die größte Käuferaltersgruppe

Die Altersgruppe der 30- bis 39-jährigen ist mit einem Anteil von 27% die größte Käufergruppe, gefolgt von den 40- bis 49-jährigen mit einem Anteil von 24%. Insgesamt kaufen diese beiden Altersgruppen also mehr als 50% aller Musikprodukte. Die Altersgruppe 50+ erreicht einen Anteil von 23%, die 20- bis 29-jährigen kommen auf 15% und die unter 19jährigen auf 12%.

Eine Analyse des reinen Downloadmarkts zeigt, dass es hier vor allem bei den 20- bis 30-jährigen und bei den ab 50-jährigen die größten Unterschiede zum Gesamtmarkt gibt: Die Käufergruppe der 20- bis 30-jährigen erreicht am Digitalmarkt einen Anteil von 24%, am Gesamtmarkt hingegen nur 15%. Während die Käufer der Altersgruppe 50+ 23% des Gesamtmarkts ausmachen und lediglich 12% des Digitalmarkts. Mit 28% haben die 30- bis 39-jährigen den größten Anteil am Digitalmarkt. Die jüngste Käufergruppe der bis 19-jährigen holt in den letzten Jahren kontinuierlich auf und liegt 2011 bei 13% Anteil am Digitalmarkt (bei 12% am Gesamtmarkt).

# Internet- und Handymusikmarkt

— Online-Musikmarkt wächst um 14% auf 24 Millionen Euro Umsatz
— Neue Musikstreaming-Angebote in Österreich am Start
— 32 Online-Musikshops und 16 Millionen Songs zum Download verfügbar

### Online-Musikmarkt wächst zum siebenten Mal infolge

Der Internet- und Handymusikmarkt legte seit der ersten Messung der Online-Umsätze im Jahr 2004 zum siebenten Mal infolge zu. Die Musikumsätze mit Downloadshops, Handy- und Streamingdiensten sind im Vergleich zu 2010 um 14% auf 24 Mio. Euro angestiegen. Das österreichische Wachstum liegt damit über dem weltweiten Durchschnittswert von 8%. Der Anteil der online gekauften Musik beträgt bereits beachtliche 20% des Gesamtmarkts. Gleichzeitig gibt es hier noch einen großen Entwicklungsspielraum nach oben (weltweit liegt der Anteil bei 32%).

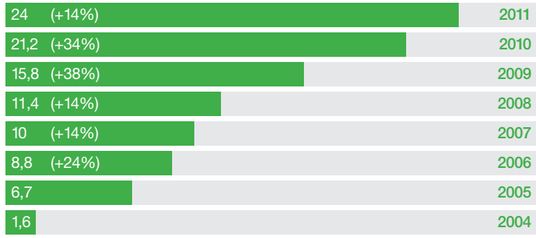
### Songs und Alben aus Downloadshops dominieren Online-Musikmarkt

Trotz der enormen Vielfalt von rund 16 Millionen online verfügbaren Songs behauptet sich das Album als Gesamtkunstwerk auch im Internet. Insgesamt wurde 2011 mit dem Download kompletter Alben ein Umsatz von 9,8 Millionen Euro erzielt, ein Zuwachs von 22% gegenüber 2010. Die Umsätze mit Downloads von Einzelsongs sind um 18% auf 8,9 Millionen Euro gestiegen.

In die Einzelsong-Umsatzstatistik werden nunmehr auch jene Songs mit einbezogen, die in einem Downloadshop via Handy-Internetzugang gekauft werden. Diese machten im Jahr 2011 rund 1,5 Millionen Euro aus, insgesamt ergibt sich somit ein Wert von 10,4 Millionen Euro Umsatz mit Einzelsong-Downloads. Für Handyklingeltöne und Ringbacktöne wurden rund 1,5 Millionen Euro ausgegeben, was nach Jahren des Rückgangs wieder ein leichtes Plus von 3% bedeutet. Weitere Online-Angebote wie Musikvideos, Wallpapers, Logos etc. steuerten 1,2 Millionen zum gesamten Onlineumsatz bei.

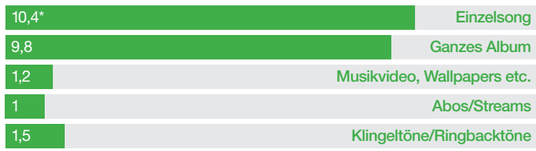
### Internet- und Handymusikmarkt

— Umsatz in Mio. Euro




### Internet- und Handy-Downloads

— Umsatz in Mio. Euro




*(inkl. Internetdownloads über ein Handy)





### Neue Streamingangebote am Start

Seit 2011 sind mit Spotify, Simfy, Juke, Deezer und rara neue Musikstreamingangebote in Österreich am Markt. Streaming ermöglicht Musikfans einen On-Demand-Zugang zu Millionen Songs – von der Gratisnutzung finanziert über Werbeeinnahmen bis zum bezahlten Premium-Abo. (Nähere Informationen über die neuen Streamingangebote finden Sie auf Seite 16). Mit rund einer Million Euro befinden sich die Streamingumsätze noch auf einem relativ niedrigen Niveau, mit einem Plus von 32% sind sie jedoch das Einzelsegment mit den größten Zuwächsen am heimischen Musikmarkt. Das Wachstumspotenzial von Spotify und anderen Streamingdiensten in Österreich ist riesig.

### 32 Online-Musikshops und 16 Millionen Songs zum Download verfügbar

Die Angebotsvielfalt am Online-Musikmarkt wurde in den letzten Jahren enorm ausgebaut. Musikfans können aus einem nahezu unbegrenzten Repertoire von Klassik, Jazz, Hip-Hop über Volksmusik, Schlager bis hin zu Pop/Rock und viele andere Genres wählen. Insgesamt gibt es in Österreich bereits 32 Online-Musikshops, die rund 16 Millionen Songs anbieten und die von rund 750.000 Musikkonsumenten genutzt werden.

### Digitalmarkt

— Anzahl der Käufer

### Die Entwicklung des heimischen Online-Musikmarktes seit dem Markteintritt der ersten Shops in 2004:

| | 2004 | 2011 |
|---|---|---|
| Anzahl der legalen Online-Shops | 3 | 32 |
| Anzahl der angebotenen Titel | 0,5 Mio. | 16 Mio. |
| Umsatz | 1,6 Mio. Euro | 24 Mio. Euro |

### Internet- und Handymusikshops

| Name | Url |
|---|---|
| A1 Music Shop | www.a1.net/a1music/A1Music |
| Amazon | www.amazon.at |
| Artistxite | www.artistxite.com |
| Deezer | www.deezer.com/de/at |
| Finetunes | www.finetunes.net |
| iTunes | www.apple.com/at/itunes |
| Juke | www.myjuke.com |
| Musicbox | www.musicbox.de |
| Musicload | www.musicload.at |
| Ovi Music Store | http://music.ovi.com/at/de/pc |
| Weltbild | www.weltbild-downloads.at |
| 7 digital | http://at.7digital.com |
| DG | www.deutschegrammophon.com |
| Preiser | www.preiserrecords.at |
| rara | www.rara.com |
| Soulseduction | www.soulseduction.com |
| Simfy | www.simfy.at |

| Name | Url |
|---|---|
| Spotify | www.spotify.com/at |
| Orange | www.orange.at |
| T-Mobile Music | http://music.t-mobile.at |
| Telering | http://telering.sms.at |
| 3 Music Store | www.drei.at/portal/de/3musicstore |
| Jamba | www.jamba.at |
| SMS AT | www.sms.at |
| Zed | www.zed.at |
| last.fm | www.lastfm.at |
| MyCoke Music | http://mycokemusic.at |
| Play FM | www.play.fm |
| Ladezone | www.ladezone.at |
| Myspace | www.myspace.com |
| YouTube | www.youtube.com/Vevo |
| Zero Inch | www.zero-inch.com |
| Zune | www.zune.net/de-at |

# LSG – Rechteverwertung für Interpreten und Labels

Künstler und Labels haben einen Anspruch auf Lizenzgebühren, wenn ihre Musik in Radio und TV gespielt oder öffentlich aufgeführt wird. Die Verwertungsgesellschaft LSG erfasst die Nutzung von Musikproduktionen und verteilt die Lizenzeinnahmen wieder an die Rechteinhaber.

Die LSG (Wahrnehmung von Leistungsschutzrechten GmbH) ist die gemeinsame Verwertungsgesellschaft der Labels und Interpreten von Tonträgern und Musikvideos. Hauptaufgabe der LSG ist die Sammlung und die bestmögliche (kollektive) Verwertung von Rechten, Beteiligungs- und Vergütungsansprüchen, die sich aus dem materiellen Urheberrecht ergeben. In der Praxis heißt das: Wird Musik in Radio und TV gespielt oder öffentlich aufgeführt, müssen Künstler und Labels an den aus der Verwertung resultierenden Einnahmen beteiligt werden.

Die Sammlung der Rechte erfolgt durch den Abschluss von sogenannten Wahrnehmungsverträgen. Die LSG nimmt derzeit die Rechte von rund 3.100 Labels und 15.000 Interpreten wahr. Um diese Rechte entsprechend wahrnehmen zu können, schließt die LSG Verträge mit Radio- und TV-Stationen ab und erfasst die Nutzung von Produktionen, an denen die Rechteinhaber mitgewirkt haben. 2011 wurden insgesamt rund 200.000 Stunden Sendezeit von über 100 Radio- und TV-Stationen ausgewertet. Bei der öffentlichen Wiedergabe (Diskotheken, Restaurants, Hotels etc.) übernimmt die AKM das Inkasso im Auftrag der LSG.

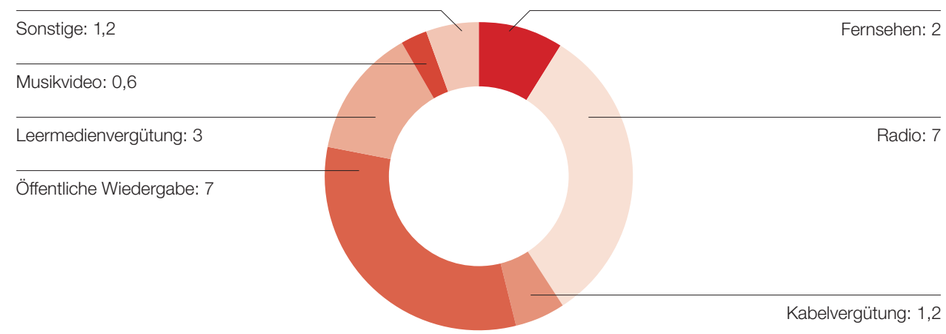
Die erzielten Lizenzerlöse werden von der LSG in ihrer Funktion als Treuhänderin wieder an die einzelnen Labels und Interpreten entsprechend ihren Sendeanteilen verteilt. Die Abrechnung erfolgt nutzungsbezogen, von vereinzelten Einsätzen bis zu Megahits. Die Erlöse werden im Verhältnis 50:50 zwischen Interpreten und Labels geteilt.

Insgesamt wurden im Jahr 2011 Lizenzeinnahmen von rund 22 Millionen Euro aus der Sendung von Musikaufnahmen in Radio und TV, aus der öffentlichen Wiedergabe in Diskotheken, Restaurants, Gewerbebetrieben etc. sowie aus urheberrechtlichen Vergütungsansprüchen erzielt. Die LSG steuert damit bereits mehr als 12% zu den Gesamteinnahmen der Musikwirtschaft bei.

## Die LSG in Zahlen

- Rechtewahrnehmung für 3.100 Labels und 15.000 Interpreten
- Auswertung von 200.000 Sendestunden
- 22 Millionen Euro Lizenzeinnahmen

**LSG Einnahmen aus Teilsegmenten**
— in Mio. Euro



# Ist Streaming das nächste große Ding?

Seit 2011 sind mit Spotify, Simfy, Juke, Deezer und Rara neue Musikstreamingangebote in Österreich am Markt. Viele Branchenexperten sehen Streaming als das dominante Musikformat der Zukunft. Lesen Sie hier, was Streamingangebote können, wie sie funktionieren und was sie kosten.

**Der mit Spannung erwartete Start des weltweit erfolgreichsten Streamingdienstes Spotify und ähnlicher Angebote ist eines der Highlights am österreichischen Musikmarkt 2011. International können Streamingangebote mit beachtlichen Wachstumsraten aufwarten. Gab es 2010 weltweit noch rund acht Millionen Abonnenten, waren es in 2011 mehr als 13 Millionen. Spotify ist in Europa hinter iTunes bereits der zweitgrößte Digitalmusikanbieter. In Schweden beträgt der Streaminganteil am gesamten Digitalmarkt schon 84%. Dementsprechend hoch wird das Wachstumspotenzial im Streamingsegment auch in Österreich eingeschätzt.**

„Für uns war es eines der wichtigsten Ziele, Spotify von einem frühen Markteintritt in Österreich zu überzeugen. Streaming Services werden zukünftig eine maßgebliche Rolle im globalen Musikvertrieb spielen, weil sie eine völlig neue Form der Musiknutzung anbieten.“
Hannes Eder, Präsident IFPI Austria

## Zugang zu Musik, statt Besitz von Musik

Streamingdienste versprechen eine neue Welt des Musikhörens – wann und wo auch immer man will. „Noch nie war es so einfach, Musik zu entdecken, zu verwalten und mit Freunden zu teilen und gleichzeitig die gerechte Entlohnung von Künstlern zu unterstützen“, verspricht etwa Spotify. Dabei geht es nicht mehr um den Besitz von Musik, sondern um die ständige Abspielmöglichkeit auf Computer, Handy und anderen Endgeräten, d. h., Kunden zahlen nicht für einzelne Tracks, sondern sie erhalten für eine Monatsgebühr unlimitierten Zugriff auf bis zu 16 Millionen Songs.

Die Songs sind On-Demand zugänglich und können damit direkt ohne Wartezeit gehört werden. Über eine einfache Suchfunktion können die User Künstler, Album und Song auswählen oder auch gleich ganze Playlisten zusammenstellen. Und selbstverständlich kann die Musik auch in soziale Netzwerke integriert und mit Freunden geteilt werden. Spotify ist überhaupt nur via Facebook nutzbar.

Die meisten Streamingdienste bieten drei abgestufte Services an – vom Gratisangebot bis hin zum Premium-Abo: Bei den kostenlosen Basisangeboten müssen eingeschränkte Nutzungsmöglichkeiten bzw. Werbeeinschaltungen akzeptiert werden. Die nächste Stufe ermöglicht unlimitierten Zugang ohne Werbung um 4,99 Euro im Monat, und die Premiumvarianten bieten zusätzliche Services wie höhere Klangqualität, Nutzung im Offline-Modus oder am Handy etc. um 9,99 Euro im Monat. Zudem können die User meist auch MP3s downloaden bzw., wenn sie bereits welche besitzen, mit nur einem Klick importieren. Musikfans haben also die Wahl. Sie können zwischen Zugang und Besitz von Musik wählen oder beides miteinander kombinieren, je nach individuellem Bedarf.





## Service: Das Angebot der Streamingdienste im Überblick

| Name | Repertoire | Qualität | Mobile Apps | Offline-Modus | Werbung | Kosten Flatrate | Künstler-/ Spartenradio |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Simfy Basic | alle Genres über 16 Mio. | zw 192–320 kb/s | nein | nein | ja | gratis – 20h/Monat nach 8 Wochen 5h/Monat | ja |
| Simfy Premium | alle Genres über 16 Mio. | zw 192–320 kb/s | nein | nein | nein | € 4,99/Monat unbegrenzt | ja |
| Simfy Premium Plus | alle Genres über 16 Mio. | zw 192–320 kb/s | ja | ja | nein | € 9,99/Monat unbegrenzt | ja |
| Spotify | alle Genres über 16 Mio. | 160 kb/s | nein | nein | ja | Gratis – nach 6 Monaten 10h/Monat 5-mal Song | ja |
| Spotify Unlimited | alle Genres über 16 Mio. | 160 kb/s | nein | nein | nein | € 4,99/Monat unbegrenzt | ja |
| Spotify Premium | alle Genres über 16 Mio. | 320 kb/s | ja | ja | nein | € 9,99/Monat unbegrenzt | ja |
| Deezer | alle Genres 13 Mio. | 320 kb/s | nein | nein | ja | 30 Sekunden zum Reinhören | ja |
| Deezer Premium | alle Genres 13 Mio. | Bis zu 320 kb/s | nein | nein | nein | € 4,99/Monat unbegrenzt | ja |
| Deezer Premium + | alle Genres 13 Mio. | Bis zu 320 kb/s | ja | ja | nein | € 9,99/Monat | ja |
| Juke | alle Genres 15 Mio. | AAC+ (HE-AAC) mit 64 kb/s | nein | nein | nein | 14-tägige Testphase gratis, sonst 30 Sekunden zum Reinhören | nein |
| Juke Abo | alle Genres 15 Mio. | AAC+ (HE-AAC) mit 64 kb/s | ja | ja | nein | 1 Monat € 9,99 3 Monate € 29,5 6 Monate € 58 | k.A. |
| Rara | 10 Mio. | AAC+ (HE-AAC 1.9) mit 48 kb/s | nein | nein | k.A. | drei Monate Testphase € 0,99 danach € 5 | ja |
| RARA Mobile | 10 Mio. | AAC+ (HE-AAC 1.9) mit 48 kbps | ja | ja | k.A. | drei Monate Testphase € 1,99 danach € 10 | ja |

Trotz sorgfältiger Recherche erhebt diese Liste keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Stand: 12.3.2012

# Charts

2011 war ein erfolgreiches Jahr für österreichische Interpreten. Unter den Top 10 der offiziellen österreichischen Verkaufshitparade „Austria Top 40“ befinden sich fünf österreichische Alben. Andreas Gabalier, Hubert von Goisern und Trackshittaz sind die erfolgreichsten Interpreten. Hier die komplette Liste:

## Single-Charts 2011

| | | |
|---|---|---|
| 1. | On the floor | Jennifer Lopez feat. Pitbull |
| 2. | Mr. Saxobeat | Alexandra Stan |
| 3. | Sweat | Snoop Dogg vs. David Guetta |
| 4. | Danza Kuduro | Don Omar feat. Lucenzo |
| 5. | Brenna tuats guat | Hubert von Goisern |
| 6. | Party Rock Anthem | Lmfao feat. Bennet, L. & Goonrock |
| 7. | Hello | Solveig, Martin & Dragonette |
| 8. | Give me everything | Pitbull feat. Ne-Yo, Afrojack ... |
| 9. | I sing a liad für di | Andreas Gabalier |
| 10. | Grenade | Bruno Mars |
| 11. | Welcome to St. Tropez | Dj Antoine vs. Timati feat. Kalen |
| 12. | Born this way | Lady Gaga |
| 13. | Call my name | Pietro Lombardi |
| 14. | Rolling in the deep | Adele |
| 15. | A night like this | Caro Emerald |
| 16. | S&M | Rihanna |
| 17. | Hangover | Taio Cruz |
| 18. | Loca People (What the F**K!) | Sak Noel |
| 19. | Hollywood Hills | Sunrise Avenue |
| 20. | Titanium | David Guetta feat. Sia |
| 21. | Moves like Jagger | Maroon 5 feat. Christina Aguilera |
| 22. | We found love | Rihanna feat. Calvin Harris |
| 23. | Where them girls at | Guetta, David feat. Nicki Minaj |
| 24. | Someone like you | Adele |
| 25. | Set fire to the rain | Adele |
| 26. | New age | Marlon Roudette |
| 27. | Still | Jupiter Jones |
| 28. | Higher | Taio Cruz feat. Kylie Minogue |
| 29. | Geronimo | Aura Dione |
| 30. | The Time (Dirty Bit) | Black Eyed Peas |
| 31. | Just Can’t get enough | Black Eyed Peas |
| 32. | Rain over me | Pitbull feat. Marc Anthony |
| 33. | We are the people | Empire of the sun |
| 34. | Nur noch kurz die Welt retten | Tim Bendzko |
| 35. | Good Feeling | Flo Rida |
| 36. | The edge of glory | Lady Gaga |
| 37. | I won’t let you go | James Morrison |
| 38. | Stay | Hurts |
| 39. | Pumped up kicks | Foster The People |
| 40. | The golden age | The Asteroids Galaxy Tour |

## Album-Charts 2011

| | | |
|---|---|---|
| 1. | Herzwerk | Andreas Gabalier |
| 2. | 21 | Adele |
| 3. | Volksrock ’n’ Roller | Andreas Gabalier |
| 4. | Entwederundoder | Hubert von Goisern |
| 5. | Da komm’ ich her | Andreas Gabalier |
| 6. | Nothing but the beat | David Guetta |
| 7. | Kiddy Contest Vol.17 | Kiddy Contest Kids |
| 8. | Doo-Wops & Hooligans | Bruno Mars |
| 9. | Schiffsverkehr | Herbert Grönemeyer |
| 10. | Abenteuer | Andrea Berg |
| 11. | Oidaah pumpn muas’s | Trackshittaz |
| 12. | Christmas | Michael Buble |
| 13. | Jackpot | Pietro Lombardi |
| 14. | Schwerelos | Andrea Berg |
| 15. | Mein Himmel auf Erden | Amigos |
| 16. | Born this way | Lady Gaga |
| 17. | Für einen Tag | Helene Fischer |
| 18. | Augenblicke | Semino Rossi |
| 19. | Neujahrskonzert 2011 | Welser-Möst/Wr.Philharmoniker |
| 20. | Mylo Xyloto | Coldplay |
| 21. | Lioness: Hidden treasures | Amy Winehouse |
| 22. | I’m with you | Red Hot Chili Peppers |
| 23. | Bobmusik – Das gelbe Winteralbum | Spongebob |
| 24. | Große Freiheit | Unheilig |
| 25. | Seine größten Erfolge und mehr | Peter Alexander |
| 26. | Back to black | Amy Winehouse |
| 27. | Deleted scenes from the ... | Caro Emerald |
| 28. | Wasting light | Foo Fighters |
| 29. | Zieh dich an und geh | Nockalm Quintett |
| 30. | Best Of | Andrea Berg |
| 31. | Zaz | Zaz |
| 32. | Wir sind am Leben | Rosenstolz |
| 33. | Der Junge mit der Luftgitarre | Nik P. |
| 34. | Il Volo | Il Volo |
| 35. | Prolettn feian längaah | Trackshittaz |
| 36. | Die größten Hits aus über 30 Jahren | STS |
| 37. | 23 | 23 |
| 38. | Planet Pit | Pitbull |
| 39. | Made in Germany 1995–2011 | Rammstein |
| 40. | Best Of | Helene Fischer |





# Platinauszeichnungen 2011

Folgende Produktionen wurden 2011 mit Platin ausgezeichnet:

**Platin wird verliehen für**
10.000 verkaufte DVDs
20.000 verkaufte Alben
30.000 verkaufte Singles

## Platinauszeichnungen 2011

| Interpret | Titel | Format | Status |
|---|---|---|---|
| Amy Winehouse | Back To Black | Album | 7-fach Platin |
| Andrea Berg | Best Of | Album | 5-fach Platin |
| Lady Gaga | The Fame | Album | 4-fach Platin |
| Andreas Gabalier | Herzwerk | Album | 3-fach Platin |
| Unheilig | Große Freiheit | Album | 3-fach Platin |
| Udo Jürgens | Best of | Album | 2-fach Platin |
| WPH/Welser-Möst | Neujahrskonzert 2011 | Album | 2-fach Platin |
| Andrea Berg | Die neue Best Of | Album | 2-fach Platin |
| Andrea Berg | Schwerelos | Album | 2-fach Platin |
| David Guetta | Memories ft. Kid Cudi | Single | 2-fach Platin |
| David Guetta | When love takes over ft. Kelly Rowland | Single | 2-fach Platin |
| Pink | I’m Not Dead | Album | 2-fach Platin |
| Andreas Gabalier | Da komm ich her | Album | 2-fach Platin |
| Amy MacDonald | This Is The Life | Album | 2-fach Platin |
| Andreas Gabalier | Volksrock ’n’ Roller | Album | 2-fach Platin |
| Semino Rossi | Die Liebe bleibt | Album | 2-fach Platin |
| Michael Jackson | Michael | Album | Platin |
| Justin Bieber | My World | Album | Platin |
| Take That | Progress Album | Album | Platin |
| Eminem | Recovery | Album | Platin |
| David Garrett | Rock Symphonies | Album | Platin |
| Skero | Kabinenparty | Single | Platin |
| WPH/Welser-Möst | Neujahrskonzert 2011 | DVD | Platin |
| Peter Alexander | Herzlichen Glückwunsch! | DVD | Platin |
| OST/Various/Montana Hannah | The Movie | Single | Platin |
| Herbert Grönemeyer | Schiffsverkehr | Album | Platin |
| Trackshittaz | Oidaah pumpn muas’s | Album | Platin |
| Israel IZ Kamakawiwo’ole | Over The Rainbow | Single | Platin |
| Helene Fischer | Best Of | Album | Platin |
| Die jungen Zillertaler | Gipfeltreffen – Drobn aufm Berg | Album | Platin |
| Snoop Dogg vs. David Guetta | Sweat | Single | Platin |
| Musical Cast Raimund Theater | Ich war noch niemals in New York | Album | Platin |
| Semino Rossi | Augenblicke | Album | Platin |
| David Guetta | Sexy bitch ft. Akon | Single | Platin |
| Pink | Dear Mr President | Single | Platin |
| Andrea Berg | Abenteuer | Album | Platin |
| Sunrise Avenue | Hollywood Hills | Single | Platin |
| Kiddy Contest Kids | Kiddy Contest Vol.17 | Album | Platin |
| U2 | 360° Live At The Rose Bowl | DVD | Platin |
| Amy MacDonald | A Curious Thing | Album | Platin |
| Taio Cruz | Dynamite | Single | Platin |
| Taio Cruz | Higher | Single | Platin |
| Alexandra Stan | Mr. Saxobeat | Single | Platin |
| Hubert von Goisern | Entwederundoder | Album | Platin |
| David Guetta | Nothing but the Beat | Album | Platin |
| Pietro Lombardi | Call My Name | Single | Platin |
| Andreas Gabalier | I sing a Liad für di | Single | Platin |
| O.S.T./Twilight | Biss zum Morgengrauen | Album | Platin |
| Bushido | 7 | Album | Platin |
| Sponge Bob | Das gelbe Album | Album | Platin |
| Michael Hirte | Einsamer Hirte | Album | Platin |
| Adele | 21 | Album | Platin |

# Internationaler Musikmarkt

— Weltweiter Musikmarktumsatz 2011: 15,4 Mrd US$
— Weltweiter Umsatz am Digitalmarkt: 5,2 Mrd. US$
— Downloads steuern stattliche 32% zum Gesamtumsatz bei
— Weltweit rund 3,6 Mrd. Downloads (Songs und Alben) verkauft

## Entwicklungen am internationalen Musikmarkt

2011 betrug der Gesamtumsatz am weltweiten Musikmarkt 15,4 Milliarden US$. Das ist ein Minus von 3%. Die Verlagerung des Musikverkaufs vom physischen Tonträger hin zu digitalen Downloads und Streamingdiensten hält weiter an. In den USA konnten die Umsatzrückgänge bereits gestoppt werden. Der weltweit größte Musikmarkt bilanziert im Vergleich zum Vorjahr ausgeglichen. Ähnlich positiv gestaltet sich die Entwicklung in Deutschland. Frankreich und Japan mussten Einbußen von rund 5% hinnehmen, Großbritannien verzeichnete ein Minus von rund 3%.

Die Umsätze am digitalen Musikmarkt sind laut IFPI Digital Music Report 2012 – wie jedes Jahr seit der erstmaligen Präsentation des Berichtes im Jahr 2004 – neuerlich gestiegen. 2011 wurde erstmals eine größere Steigerung als im Jahr davor verzeichnet. Weltweit wurde im Jahr 2011 ein Umsatz von 5,2 Mrd. US$ (ca. vier Milliarden Euro) erzielt. Das ist eine Steigerung von 8% gegenüber 2010. Damit steuern die „Digital Sales“ bereits 32% zu den Gesamterlösen bei. 2010 waren es noch 29%. In Österreich liegt das Wachstum am Online-Musikmarkt über dem internationalen Durchschnitt. Die heimischen Umsätze mit Internet- und Handymusikdownloads sind im Vergleich zu 2010 um 14% auf 24 Mio. Euro gestiegen.

Der Zugang zu digitalen Musikangeboten wird für Konsumenten weltweit immer einfacher, das Angebot immer vielfältiger. Mehr als 500 legale Internet- und Handymusikshops in 58 Ländern stehen bereits zur Verfügung, ein Jahr zuvor waren es noch 23 Länder. Insgesamt wurden rund 3,6 Milliarden Downloads (Songs und Alben zusammengerechnet) verkauft.

## Streamingdienste besonders gefragt

Besonders hohe Wachstumsraten sind bei Streaming-Abos zu verzeichnen: Gab es 2010 weltweit rund acht Millionen zahlende Abonnenten, konnte diese Zahl in 2011 um 65% auf über 13 Millionen gesteigert werden. Spotify ist in Europa hinter iTunes bereits der zweitgrößte Digitalmusikanbieter.

Besonders erfolgreich entwickeln sich Streamingangebote in Skandinavien. In Schweden etwa beträgt der Streaminganteil am gesamten Digitalmarkt 84%, der gesamte Musikmarkt teilt sich in Schweden bereits zu rund 50/50 auf physische und digitale Musikverkäufe auf.

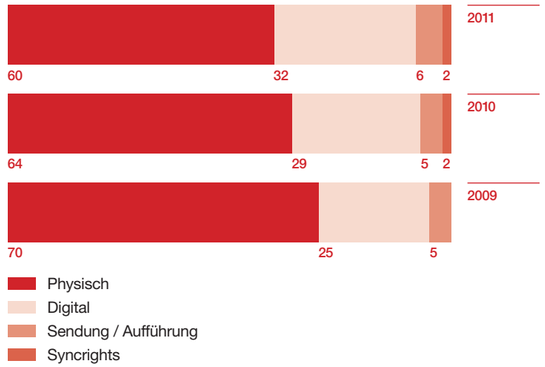
**Internationaler Musikmarkt**
— Umsatz in Mrd. US$ (Handelsmarkt)

**Internationaler Musikmarkt**
— Digital Sales in Mrd. US$ (Handelsmarkt)

## Die Umsatzanteile einzelner Musikformate

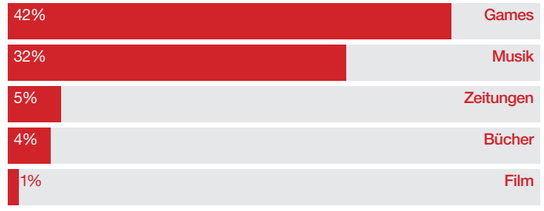
Gemessen an den Anteilen einzelner Einnahmequellen erreichen physische Produkte einen Umsatzanteil von 60 %, gefolgt von Downloads mit 32%. Lizenzeinnahmen aus der Sendung und Aufführung von Musik (Performance Rights) kommen auf 6% und Synchrights auf 2%.

**Umsatzanteile einzelner Musikformate**
— in %, Basis: Umsatz gesamt




„Wir haben uns in einem sehr herausfordernden Umfeld weiterentwickelt und die Möglichkeiten der digitalen Welt genutzt, wie es nur wenige andere Branchen von sich behaupten können.“
IFPI-CEO Frances Moore

**Anteil der Digitalumsätze am Gesamtmarkt**
— nach Branchen




## Die erfolgreichsten Songs und Alben weltweit

Bruno Mars ist mit Abstand der internationale Top-Seller bei den Song-Downloads. Seine Hits „Just The Way You Are“ (12,5 Mio. Downloads) und „Grenade“ (10,2 Mio. Downloads) sind die meist verkauften Songs 2011. Mit „The Lazy Song“ (6,5 Mio. Downloads) konnte Mars noch einen dritten Titel unter die Top 10 platzieren.

Bei den Alben dominiert Adele (Platz 1 für das Album „21“) und Platz 6 für „19“. Auf den Plätzen zwei bis fünf platzieren sich Michael Bublé mit „Christmas“, Lady Gaga mit „Born This Way“, Coldplay mit „Mylo Xyloto“ und Bruno Mars mit „Doo-Wops & Hooligans“.

## Musikbranche baut Downloadvertrieb aus

Die Musikbranche erzielt bereits 32% der Umsätze aus dem Digitalvertrieb. Damit ist sie hinter der Games-Branche führend bei der Online-Vermarktung. Zeitungen, Bücher und Filme liegen hier mit einem Anteil unter 5% noch weit dahinter.

**Die erfolgreichsten Songs weltweit**

| | Künstler | Song | Verkäufe in Mio. |
|---|---|---|---|
| 1 | Bruno Mars | Just The Way You Are | 12,5 |
| 2 | Bruno Mars | Grenade | 10,2 |
| 3 | LMFAO | Party Rock Anthem | 9,7 |
| 4 | Jennifer Lopez | On The Floor | 8,4 |
| 5 | Adele | Rolling In The Deep | 8,2 |
| 6 | Lady Gaga | Born This Way | 8,2 |
| 7 | Pitbull ft. Ne-Yo, Afrojack & Nayer | Give Me Everything | 8,2 |
| 8 | Black Eyed Peas | The Time (Dirty Bit) | 7,3 |
| 9 | Maroon 5 | Moves Like Jagger | 7,0 |
| 10 | Bruno Mars | The Lazy Song | 6,5 |

**Die erfolgreichsten Alben weltweit**

| | Künstler | Album |
|---|---|---|
| 1 | Adele | 21 |
| 2 | Michael Bublé | Christmas |
| 3 | Lady Gaga | Born This Way |
| 4 | Coldplay | Mylo Xyloto |
| 5 | Bruno Mars | Doo-Wops & Hooligans |
| 6 | Adele | 19 |
| 7 | Justin Bieber | Under The Mistletoe |
| 8 | Rihanna | Loud |
| 9 | Rihanna | Talk That Talk |
| 10 | Lil Wayne | Tha Carter IV |

# Amadeus Austrian Music Awards 2012

Die Verleihung des begehrten österreichischen Musikpreises ging am 1. Mai 2012 im Wiener Volkstheater über die Bühne. Manuel Rubey und Bianca Schwarzjirg führten durch einen schillernden Abend. Nominierte, Gewinner und Showacts lieferten ein eindrucksvolles Zeugnis der vitalen österreichischen Musikszene ab.

**Am 1. Mai 2012 war wieder Amadeus-Showtime. Österreichs größte Musikpreis-Verleihung ging heuer zum zwölften Mal über die Bühne. Erstmals wurde die Verleihung von Sänger, Schauspieler und Kabarettist Manuel Rubey und PULS 4-Moderatorin Bianca Schwarzjirg moderiert. Jeweils fünf Nominierte in 12 Kategorien aus unterschiedlichsten Musikgenres hatten die Chance auf die begehrte Trophäe. Die Gewinner wurden von den Musikfans per Online-Voting bestimmt. Andreas Gabalier und Hubert von Goisern gewannen jeweils zwei Awards. Ludwig Hirsch wurde posthum für sein Lebenswerk ausgezeichnet.**

**So wurde nominiert**
Die Amadeus-Jury unterteilt sich in acht Genre-Jurys. Bei den Genre-Awards ist der jeweilige Genre-Bestseller fix nominiert. Die restlichen vier Nominierten pro Genre wurden von den Genre-Jurymitgliedern bestimmt. Für die Genre-übergreifenden Allgemeinen Awards Album, Song und Live Act nominierte jeder Genre-Spezialist seine persönlichen 3 Top-Alben, -Songs und/oder -Live Acts. Die fünf meistgenannten über alle Genres hinweg ergeben die fünf Nominierten. Der Gewinner des Lebenswerks wurde vom Veranstalter ausgewählt, der FM4 Award von Radio FM4 und dessen Hörern ermittelt.

**Hochkarätiges Showprogramm**
Dem Publikum wurde eine spannende und abwechslungsreiche Verleihung mit allen GewinnerInnen sowie ein hochkarätiges Showprogramm geboten. So hat etwa Grammy-Preisträger Jason Mraz seine neue Single „I Won´t Give Up“ und ein Duett mit der österreichischen Sängerin Saint Lu präsentiert. Auch Hubert von Goisern, Wolfgang Ambros, Trackshittaz, Die Jungen Zilltertaler, !Dela Dap, Rene Rodrigezz und die FM4 Award Gewinner M185 performten live auf der Amadeus Bühne.

Alle Informationen rund um die Amadeus Awards sowie Fotos von der Verleihung und die Songs der Nominierten auf www.amadeusawards.at.





„Unsere Entscheidung, die Amadeus Awards auf österreichische Musik zu fokussieren, hat sich als richtig erwiesen. 50 nominierte KünstlerInnen aus unterschiedlichsten Genres und mehr als 20 involvierte Labels spiegeln die florierende österreichische Musikszene wider. Der Amadeus gewinnt dadurch an Originalität und Eigenständigkeit und bietet heimischer Musik eine wichtige Präsentationsplattform.“
Hannes Eder, Präsident IFPI Austria – Verband der Österreichischen Musikwirtschaft

## Amadeus Austrian Music Awards: Die Nominierten und die Gewinner 2012

### Lebenswerk
**Ludwig Hirsch**

### Album des Jahres
| | |
|---|---|
| Andreas Gabalier | Volksrock ’n’ Roller |
| Elektro Guzzi | Parquet |
| **Hubert von Goisern** | **Entwederundoder** |
| Ja, Panik | DMD KIU LIDT |
| Trackshittaz | Oidaah Pumpn Muas’s |

### Song des Jahres
| | |
|---|---|
| Andreas Gabalier | Sweet Little Rehlein |
| Herr Tischbein | Sympathie |
| **Holstuonarmusigbigbandclub** | **Vo Mello bis ge Schoppornou** |
| Hubert von Goisern | Brenna tuats guat |
| Trackshittaz | Oida Taunz! |

### Best Live Act powered by oeticket.com
3 Feet Smaller
**Andreas Gabalier**
Attwenger
Bauchklang
Elektro Guzzi

### FM4-Award
Der Nino aus Wien
Effi
Ginga
**M185**
Mika Vember

### Alternative
**3 Feet Smaller**
Attwenger
Der Nino aus Wien
Ja, Panik
Kreisky

### Electronic/Dance
Dorian Concept
Elektro Guzzi
**Parov Stelar**
Rene Rodrigezz
Wolfram

### Hard&Heavy
Alkbottle
**Krautschädl**
Marrok
Roterfeld
The Sorrow

### Hip-Hop/RnB
Brenk Sinatra
**Die Vamummtn**
Hinterland
Kayo
Texta

### Jazz/World/Blues
**5/8erl in Ehr’n**
Ernst Molden
Georg Breinschmid
Harri Stojka
Otto Lechner & Klaus Trabitsch

### Pop/Rock
Dela Dap
Holstuonarmusigbigbandclub
**Hubert von Goisern**
Trackshittaz
Violetta Parisini

### Schlager
**Andreas Gabalier**
Marco Ventre
Nik P.
Nockalm Quintett
Semino Rossi

### Volkstümliche Musik
**Die Jungen Zillertaler**
Edlseer
Hansi Hinterseer
Marc Pircher
Die Grubertaler

# Kunst hat Recht. Eine Initiative für das Recht auf geistiges Eigentum

Die Initiative „Kunst hat Recht.“ ist eine Aktion von Kunstschaffenden in Österreich, um das Bewusstsein für den Wert geistigen Eigentums zu stärken. Mehr als 2.500 Kunstschaffende haben sich der Aktion bereits angeschlossen.

**Durch die neuen technischen Entwicklungen ist es möglich geworden, Kunst zu konsumieren, ohne dafür zu bezahlen. Dazu hat sich die Meinung verbreitet, dass die Durchsetzung des Urheberrechts falsch wäre und das Urheberrecht den Kunstschaffenden auch gar nichts nützen würde. Das wollen viele Künstlerinnen und Künstler nicht länger hinnehmen und haben sich zur Initiative „Kunst hat Recht.“ zusammengeschlossen. Gemeinsam wollen sie eine bessere Durchsetzung ihrer Rechte bewirken. Die Bevölkerung wissen die Kunstschaffenden grundsätzlich auf ihrer Seite: Laut einer aktuellen Umfrage des unabhängigen Meinungsforschungsinstituts marketagent.com unter 500 Österreichern zwischen 18 und 50 Jahren meinen 83 Prozent der Befragten, dass die Rechte der Künstler gesetzlichen Schutz verdienen.**

**Lesen Sie hier die wichtigsten Anliegen und Forderungen zusammengefasst:**

— Wir fordern ein klares Bekenntnis der Politik zum Recht auf geistiges Eigentum und die Umsetzung der erforderlichen Maßnahmen zur Stärkung des Urheberrechts.

— Wir sind für ein freies Internet. Das Internet ist aber ein Teil unserer Gesellschaft. Rechtsstaatliche Grundsätze und der Schutz der legitimen Ansprüche jedes Einzelnen müssen im Internet genauso gelten wie in anderen Räumen der Gesellschaft.

— Wir fordern unser legitimes Recht, über die Verwendung unserer Werke selbst bestimmen zu können.

— Wir fordern eine dynamische und zukunftsorientierte Reform der urheberrechtlichen Vergütungssysteme. Diese Vergütung sollte sich sowohl auf Speichermedien als auch auf Vervielfältigungsgeräte erstrecken. Eine klare Unterscheidung ist bei modernen Gerätetypen ohnehin nicht mehr möglich. Das deutsche Urheberrecht trägt dieser Entwicklung bereits seit langem Rechnung.

— Wir fordern die Ermöglichung eines Warnmodells, das bei Urheberrechtsverletzungen eingesetzt wird. Dieses Warnmodell soll nur bei der Bereitstellung von urheberrechtlich geschützten Inhalten zur Anwendung kommen, also nicht beim „Download“ durch private User. Wir wollen nicht die Nutzer kriminalisieren, sondern unser Anliegen ist es, mit dem Warnmodell Bewusstsein für das geistige Eigentum zu schaffen.

— Wir fordern ein Umdenken der Konsumentinnen und Konsumenten: Jeder Arbeitnehmerin, jedem Handwerker, jeder Unternehmerin wird das Recht zugesprochen, für die geleistete Arbeit entlohnt zu werden – nur uns Kunstschaffenden nicht? Wem ein künstlerisches Werk nichts wert ist, der braucht es nicht zu „konsumieren“. Wer es nutzen, erleben oder besitzen will, der muss dafür bezahlen.

Alle Informationen rund um die Initiative finden Sie auf www.kunsthatrecht.at

Cartoon von Heinz Ortner





„Kunst hat Recht.“ will, dass Kunstschaffende das Recht behalten, über ihr Werk und dessen Nutzung zu bestimmen, online und anderswo. Daraus folgt, dass sie auch für ihre Arbeit von jenen bezahlt werden wollen, die ihre Werke verwenden und verbreiten.
Gerhard Ruiss — Autor und Musiker

Viele Menschen, die Musik nur noch gratis konsumieren, realisieren nicht, welche Konsequenzen diese „Gratiskultur“ für die Musikschaffenden hat. Wir haben das Recht, über die Verwendung unserer Werke selbst zu bestimmen und für die Verwendung und Verwertung unserer Werke auch in der digitalen Welt fair entlohnt zu werden.
Christof Straub — Musiker, Texter, Komponist und Produzent

Eine Gesellschaft, die Kunst haben will, muss das Recht der Kunstschaffenden auf Einkommen schützen. Passivität käme einer schlampigen Enteignung gleich. Wir wollen und können es uns nicht leisten, in einem zwar kulturell geachteten, aber wirtschaftlich entwerteten Sektor zu arbeiten.
Barbara Neuwirth — Autorin

Interessanterweise ist dieses geistige Eigentum in unserer Gesellschaft weniger gut geschützt als das materielle, obwohl es jenes Eigentum ist, das am unmittelbarsten die Schöpfung von Individuen ist. Es ist die verdammte Pflicht des Staates, nicht nur materielle, sondern auch immaterielle Eigentumsrechte ausreichend zu schützen.
Michael Amon — Autor

Nicht die Verwertungsgesellschaft nimmt die Kunstschaffenden in den Schwitzkasten, sondern jene Medien, Provider und Internetunternehmen, die mit kostenlosen künstlerischen Inhalten ihre Geschäfte machen.
Michael Kos — Bildhauer und Maler

Frei zugänglich darf nicht mit gratis verwechselt werden. Wir alle sind aufgefordert, dieses Missverständnis, vor allem beim jüngeren Publikum, aufzuklären. KünstlerInnen sind permanent dem Wettbewerb ausgesetzte Individualisten. PolitikerInnen, die es ernst meinen mit der sogenannten Unabhängigkeit der Kreativen und der Bedeutung von Kunst und Kultur für eine Gesellschaft, hätten mit dem Urheberrecht den richtigen Schlüssel in der Hand.
Mercedes Echerer — Schauspielerin

Mit welchem Recht wird von Kunstschaffenden gefordert, gleich zwei Mal kreativ zu sein, einmal, um ihr Werk zu schaffen und dann noch einmal, um es zu vermarkten, ohne es verkaufen zu dürfen? Schlagen Sie das mal einem Tischler vor!
Peter Legat — Gitarrist und Komponist

Das einzig Wahre am Rock ’n’ Roll ist, dass wir jeden Euro selber verdienen. Die bekommen wir von Leuten, die sagen: Ja, das ist mir das wert. Alles andere ist Subventionstheater. Zu glauben, dass das Sozialamt die Bezahlung der Künstler übernimmt und dass dabei auch noch gescheiter Rock ’n’ Roll rauskommt, das kann man knicken.
Sven Regener — Sänger, Komponist, Autor

**Impressum**

**Herausgeber:** IFPI Austria – Verband der Österreichischen Musikwirtschaft
Seilerstätte 18–20, 1010 Wien

**Geschäftsführung:**
Dr. Franz Medwenitsch

**Projektleitung:**
Mag. Thomas Böhm

**Konzeption:**
krumpel gmbH

**Redaktion:**
Thomas Böhm, krumpel gmbH

**Design & Art Direction:**
Nikolaus Schmidt Design

www.ifpi.at