www.ifpi.at

unsplash/Spencer Imbrock

ÖSTERREICHISCHER MUSIKMARKT 2021

ifpi.at

unsplash/miti

INHALT

Editorial 05

Die wichtigsten Kennzahlen 2021 06

Der österreichische Musikmarkt 2021 08
- Der Musikmarkt 2021 im Überblick 08
- Streaming und Downloads 10
- Physischer Tonträgermarkt 14
- Die beliebtesten Musikstile 18
- LSG Lizenzeinnahmen 21
- Österreichische Musik vor neuen Herausforderungen 22
- Urheberrechts-Novelle 2021 24

Internationaler Musikmarkt 2021 26

Charts & Gold/Platinauszeichnungen 2021 28
- Top 40 Single- und Album Charts
- Airplay Jahrescharts
- Gold- und Platinauszeichnungen

Amadeus Austrian Music Awards 2022 32

IFPI-Mitglieder 34

Impressum 35

unsplash/Graig Pattenaude

EDITORIAL

An dieser Stelle werden normalerweise die auffälligsten Entwicklungen am österreichischen Musikmarkt zusammengefasst und kommentiert. So erfreulich das deutliche Marktwachstum und die sprunghafte Zunahme des Konsums von Recorded Music im Vorjahr war, so unbedeutend ist das alles vor dem Hintergrund des Leids und der sinnlosen Zerstörung in der Ukraine. Österreichische Musikschaffende haben mit viel beachteten Konzerten im Wiener Praterstadion und am Heldenplatz weithin sicht- und hörbare Zeichen gesetzt und einen sehr respektablen Betrag für die ukrainische Bevölkerung gesammelt. Auch aus den Bereichen Klassik und Schlager gibt es eine Reihe von Initiativen, die dasselbe Ziel verfolgen. Weltweit setzen sich Künstlerinnen und Künstler aller musikalischen Genres für eine rasche Beendigung des Krieges ein. Die Musikwirtschaft beteiligt sich an internationalen Hilfsaktionen und unser Verband wird heuer auf die übliche After Show-Party nach den Amadeus Awards verzichten und stattdessen einen namhaften Betrag für die Ukrainehilfe spenden. Es ist Zeit zu helfen, nicht zu feiern!

Der heimische Musikmarkt des Jahres 2021 hat zwei Gesichter. Ein zweistelliges Umsatzplus und die anhaltende Schubkraft des Wachstumsmotors Streaming geben Anlass zu Optimismus. Kratzt man allerdings ein wenig an der Oberfläche, werden die negativen Auswirkungen der andauernden Pandemie sichtbar. Zahlreiche attraktive Veröffentlichungen wurden verschoben, in der Hoffnung auf bessere Bedingungen für Vermarktung, Promotion und Tourneen nach Abflauen des Infektionsgeschehens. Manche geplante Musikproduktionen wurden gar nicht erst begonnen. Verständlich, angesichts zunehmend schwieriger Rahmenbedingungen für die Musikbranche – aber es verlangsamt sich dadurch das Schwungrad des Musikgeschäfts, das von Produktion, Vermarktung und der Reinvestition der Erlöse in neue Produktionen angetrieben wird. Mit bereits 13,7 Milliarden Songabrufen wird hierzulande mehr Musik denn je konsumiert. Aber der Anteil des Neuen am Mehr geht zurück. Werbe- und Abo-finanzierte Streaming-Plattformen stoßen das Tor zu einem globalen Publikum auf und bieten den Musikfans eine bislang unbekannte Vielfalt an Auswahl und Service. Aktuell stehen wir bei weltweit mehr als 500 Millionen Streaming-Abos, Tendenz steigend. Zahllose User haben sich längst für das Prinzip „hören statt gehören“ entschieden. Für Künstlerinnen und Künstler und ihr professionelles Umfeld, also vor allem Labels, Managements und Verlage, bedeutet das mehr Möglichkeiten aber auch größere Risiken, denn die Digitalisierung geht Hand in Hand mit der Globalisierung der Services. Die Aufwendungen für einen internationalen Release werden immer höher und der globale Wettbewerb könnte - schon aufgrund der Größe des Angebots - intensiver nicht sein. Auf Spotify kommen täglich 60.000 neue Songs hinzu, pro Minute werden 400 Stunden Videomaterial auf YouTube hochgeladen. Wer es schafft, in diesem Meer von Inhalten sichtbar, hörbar und auffindbar zu sein, dem winkt ein Publikum, das alle nationalen Dimensionen sprengt. Die Aufgabe und Herausforderung für die Musiklabels bestehen darin, lokalen Acts dabei zu helfen, ein zumindest regionales oder - besser noch - globales Publikum zu erreichen.

Dietmar Lienbacher
Franz Medwenitsch

MUSIKMARKT 2021:

DIE WICHTIGSTEN KENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

190,4 MIO EURO UMSATZ (+11%)

STREAMING: 117,4 Mio Euro (+26,5%)

PHYSISCHER MARKT: 37,2 Mio Euro (-12,4%)

CD: 24,5 Mio Euro (-19,5%)

VINYL: 10,1 Mio Euro (+12%)

MUSIK-DVD: 2 Mio Euro (-19,5%)

DOWNLOADS: 4,9 Mio Euro (-24,7%)

LSG: 27,4 Mio Euro (+1,1%)

SYNCH/MERCH/SONSTIGE: 3,5 Mio Euro (-12,5%)

unsplash/Ash Edmonds

Der Musikmarkt 2021 im ÜBERBLICK

11% PLUS AM ÖSTERREICHISCHEN MUSIKMARKT 2021

RECORDED MUSIC BEI GESAMTUMSATZ VON 190,4 MILLIONEN EURO
weiter auf Wachstumskurs

STREAMING STEIGT UM 26,5% AUF 117,4 MILLIONEN EURO
– 12,7 Milliarden Songs gestreamt

VINYL-BOOM HÄLT WEITER AN – Umsatz überschreitet 10 Millionen Euro Schwelle

POSITIVER GESAMTTREND IM ZWEITEN CORONA-JAHR

Das zweite Corona-Jahr 2021 war geprägt von stark wachsenden Streaming-Umsätzen, einem weiter anhaltenden Vinyl-Boom und dem neuerlichen Anstieg beim Musikkonsum. Während Konzerte, Festivals, Clubs und der gesamte Livebetrieb vor enormen Herausforderungen stehen, erwies sich vor allem der digitale Vertrieb von Musik als vergleichsweise krisenfest. Insgesamt 190,4 Millionen Euro haben Musikfans in Österreich 2021 für digitale und physische Musikformate ausgegeben - ein Plus von 11% gegenüber 2020. Damit legte der österreichische Musikmarkt zum fünften Mal in Folge zu.

UMSATZSTEIGERUNGEN BEI STREAMING UND VINYL-SCHALLPLATTEN

Streaming-Services konnten sich als mit Abstand beliebteste Form des Musikkonsums durchsetzen und erzielten wieder ein starkes Umsatzplus von 26,5% auf 117,4 Millionen Euro. Vinyl-Schallplatten knackten mit einem Zuwachs von 12% die 10 Millionen Euro Grenze, Musik-CDs gaben um 19,5% auf 24,5 Millionen Euro Umsatz nach und die Lizenzeinnahmen der Verwertungsgesellschaft LSG blieben trotz nachwirkender Corona-Einschränkungen bei 27,4 Millionen Euro stabil (+1,1%). Downloads steuerten 4,9 Millionen Euro (-24,7%) und Musik-DVDs zwei Millionen Euro (-19,5%) zum Gesamtumsatz bei. Weitere rund 3,5 Millionen Euro (-12,5%) entfielen auf Merchandising-Umsätze sowie auf die Lizenzierung von Musik für Filme, Serien oder Werbung (Synch-Rechte).

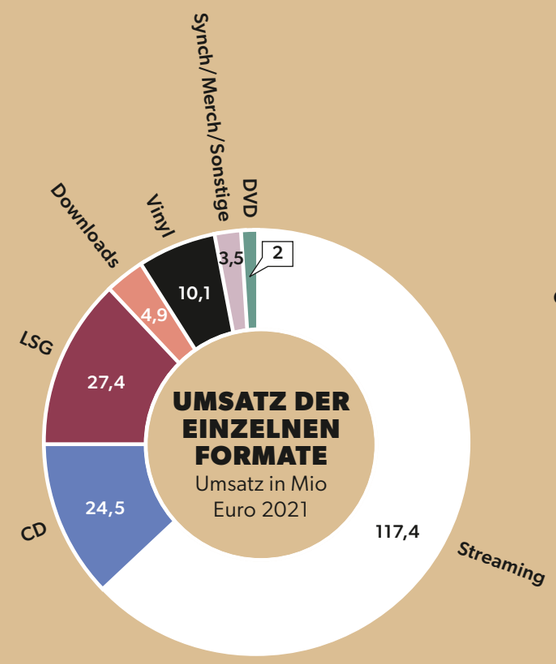
NEUE CHANCEN, ABER AUCH HÖHERE RISIKEN FÜR HEIMISCHE MUSIKPRODUKTIONEN AM DIGITALMARKT

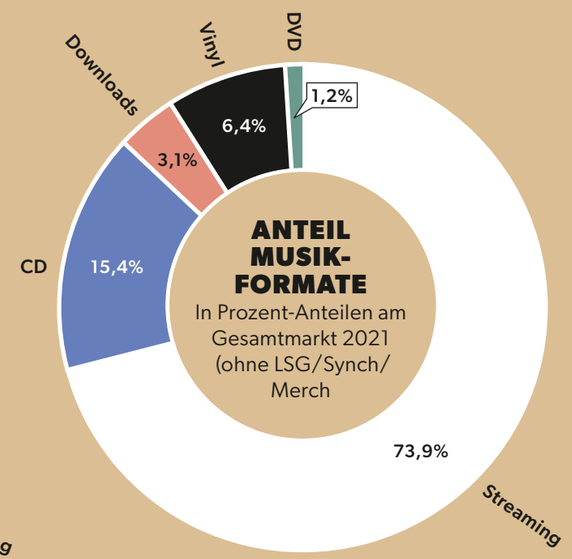
Die schrittweise Verlagerung des Musikvertriebs auf digitale und global anbietende Streaming-Plattformen führen zu neuen und großen Herausforderungen für österreichische Musikproduktionen. Zwar eröffnet die Digitalisierung heimischen Acts neue Chancen, indem sie Fans ihrer Musik auch international in größerer Anzahl erreichen können. Gleichzeitig steigen aber auch der Wettbewerbsdruck in einem globalen Umfeld, der notwendige Vermarktungsaufwand und damit das wirtschaftliche Risiko vor allem für kleine Märkte überproportional stark an. ←

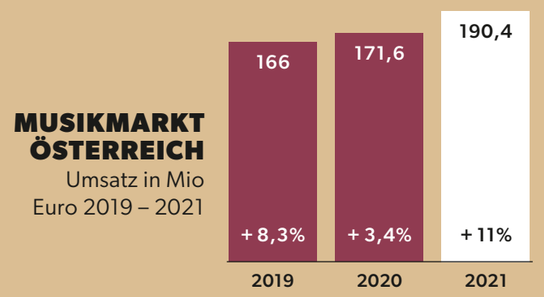
DIETMAR LIENBACHER,
Managing Director Sony Music Austria und Präsident des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft

„Die Streaming-Erfolgsstory setzt sich fort, Musikfans haben heute eine größere Auswahl als je zuvor - zu einem großartigen Preis-Leistungs-Verhältnis. Für Künstler:innen ergeben sich dadurch neue Chancen, aber auch große Herausforderungen im globalen Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Musikfans. Die Kosten und das wirtschaftliche Risiko für die internationale Vermarktung steigen vor allem für heimische Acts enorm. Wir Labels setzen als professionelle Partner der Musikschaffenden alles daran, Künstler:innenkarrieren in diesem herausfordernden Umfeld weiterzuentwickeln."

unsplash/Feliphe Schiarolli, Radon Photography







STREAMING-ERFOLGSSTORY setzt sich fort

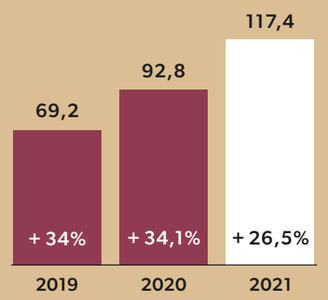
MUSIKSTREAMING WÄCHST UM 26,5% auf 117,4 Millionen Euro

STREAMING-ABOS sorgen für drei Viertel der Einnahmen am Musikmarkt

12,7 MILLIARDEN SONGS wurden 2021 gestreamt

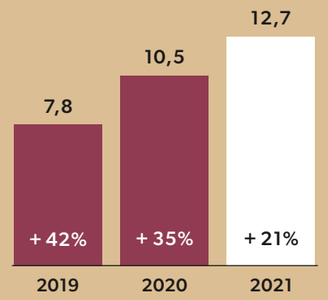
STREAMING

Umsatz in Mio Euro 2019 – 2021



STREAMING

Anzahl gestreamte Songs in Milliarden 2019 – 2021



NEUERLICHE ZUWÄCHSE BEI USERZAHLEN UND UMSÄTZEN

Musik-Streaming verzeichnet seit 10 Jahren kontinuierliche Zuwächse bei Userzahlen und Umsätzen. Mit einem neuerlichen dynamischen Umsatzplus von 26,5% auf 117,4 Millionen Euro und einem Anteil von beinahe 75% im Kernbereich der Recorded Music hat sich Streaming längst zum beliebtesten Musikformat und zum wirtschaftlichen Rückgrat der Musikbranche entwickelt.

70 STUNDEN MUSIKHÖREN ÜBER STREAMING-ABOS

Diese Entwicklung spiegelt sich auch in der Anzahl der gestreamten Songs wider: 12,7 Milliarden Songs wurden im Vorjahr von österreichischen Musikfans über Streaming-Abo Angebote abgerufen, ein neuer Rekordwert und eine Steigerung von 21% gegenüber 2020. Pro Kopf gerechnet sind das schon rund 1.400 Songs oder 70 Stunden Musikhören pro Jahr. Damit hat sich auch die Dauer des Musikhörens über Streaming-Dienste um 40% rasant erhöht.

AUDIO STREAMING-ABOS DOMINIEREN, VIDEOSTREAMS NOCH WEIT ABGESCHLAGEN

Der Löwenanteil von 89% des gesamten Streaming-Umsatzes wird über Abo-Dienste wie etwa Spotify, Apple Music, Amazon unlimited oder Deezer erwirtschaftet. Nur sieben Prozent steuern Einnahmen aus Videostreams bei, die hauptsächlich vom weltweit größten Musikstreaming-Dienst YouTube bezogen werden.

unsplash/Zoltan Tasi

DIE TOP 10 GESTREAMTEN SONGS 2021

	INTERPRET	TITEL
1.	Nathan Evans, 220 Kid & Billen Ted	Wellerman
2.	The Kid Laroi & Justin Bieber	Stay
3.	Ed Sheeran	Bad Habits
4.	Olivia Rodrigo	Good 4 U
5.	Måneskin	Beginn'
6.	Glass Animals	Heat Waves
7.	The Weeknd	Save Your Tears
8.	Riton & Nightcrawlers feat. Mufasa & Hypeman	Friday
8.	Shouse	Love Tonight
10.	Lil Nas X	Montero (Call Me By Your Name)

URHEBERRECHTS-NOVELLE 2021 VOR BEWÄHRUNGSPROBE

Mit der Urheberrechts-Novelle 2021 wurde die EU Copyright-Richtlinie in Österreich umgesetzt. Deklariertes Ziel der Urheberrechtsreform war die Stärkung des kulturellen Ökosystems in Österreich gegenüber den Tech-Giganten wie YouTube, Google, Facebook oder TikTok. Es ist nunmehr gesetzlich verankert, dass Sharing-Plattformen für die Verwendung urheberrechtlich geschützter Inhalte Lizenzen bezahlen müssen. Die Bewährungsprobe in der Praxis des Online-Marktes steht allerdings noch bevor.

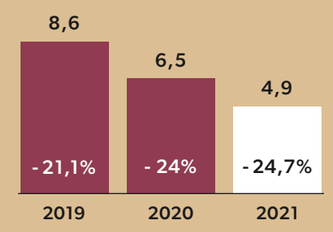
DOWNLOADS ALS ÜBERGANGS-TECHNOLOGIE ZU STREAMING

Downloads konnten sich während des Aufkommens von Streaming-Angeboten zu Beginn der 2010er Jahre noch einige Jahre lang gut behaupten. Nach und nach verlagerten sie sich jedoch auf den stark wachsenden Streaming-Markt.

2021 gab es einen Rückgang von knapp 25% auf 4,9 Millionen Euro. Downloads erweisen sich in der Rückschau als Übergangs-Technologie zu Streaming. Die gesamten Online-Umsätze – also Streams und Downloads zusammengerechnet – kommen im Jahr 2021 auf 122,3 Millionen Euro. Im Jahr 2020 waren es noch 99,4 Millionen Euro, also ein Plus von 23,1% in 2021. Die Steigerungen bei den Streaming-Umsätzen können die Rückgänge bei den Downloads mehr als wettmachen. Am Online-Musikmarkt verteilt sich das Verhältnis Streaming zu Download 96:4. ←

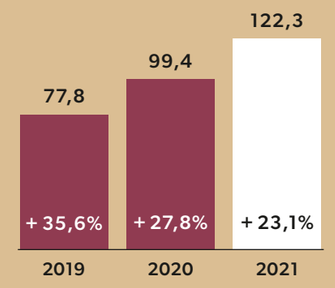
DOWNLOADS

Umsatz in Mio Euro
2019 – 2021



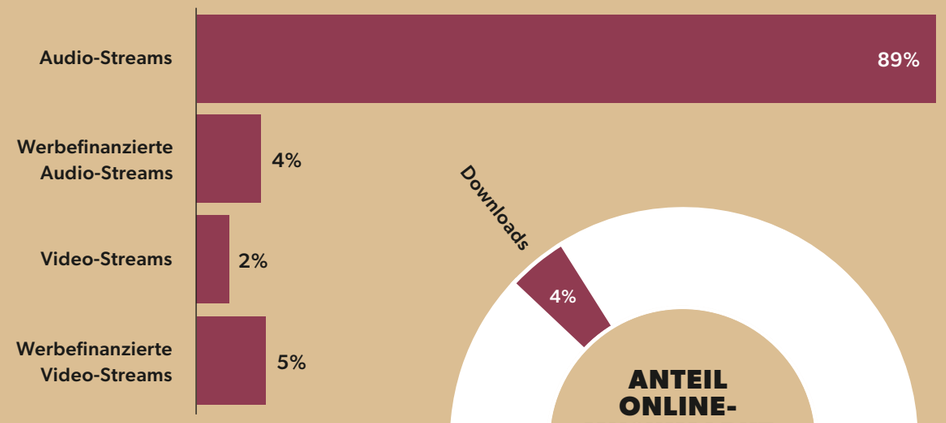
ONLINE MUSIKMARKT

Umsatz in Mio Euro 2019 – 2021
(Downloads und Streaming)



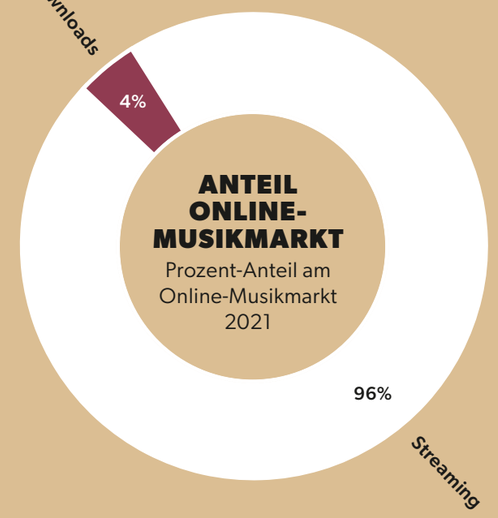
STREAMING EINNAHMEN NACH FORMATEN

Prozent-Anteile am österreichischen Streaming-Markt 2021



ANTEIL ONLINE-MUSIKMARKT

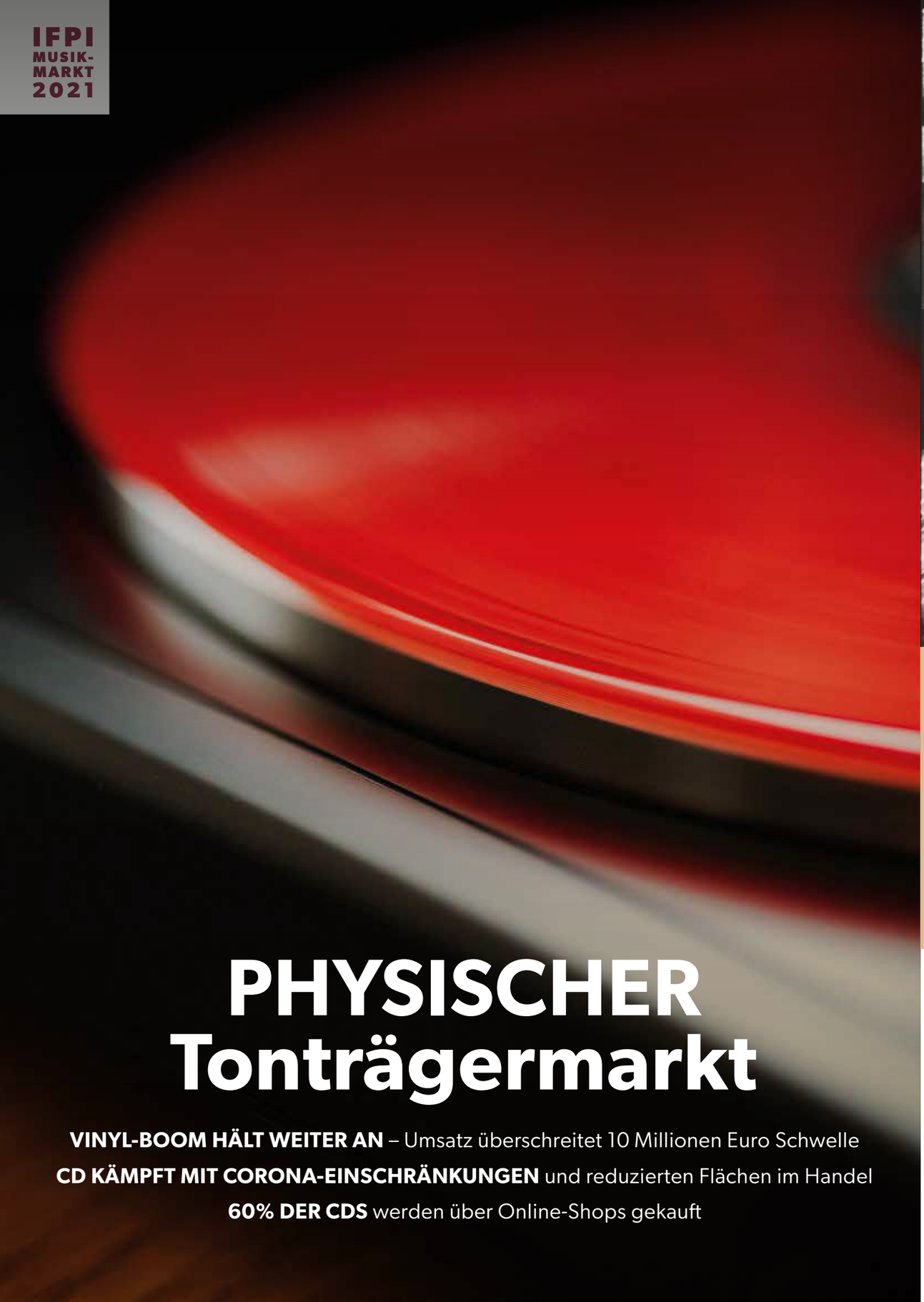
Prozent-Anteil am Online-Musikmarkt 2021



unsplash/Gijs Coolen, Universal Music

CORNELIUS BALLIN,
General Manager
Universal Music Austria
und Vize-Präsident des
Verbands der österreichischen Musikwirtschaft

„Der österreichische Musikmarkt wächst auch im zweiten Coronajahr und zeigt, dass Musik in Krisenzeiten unverzichtbar ist. Während der Absatz von CDs durch die harten Pandemiemaßnahmen zusätzlich getroffen wurde, hat sich das Musikstreaming weiter positiv entwickelt und ist mittlerweile für 75% der Recorded-Music-Umsätze verantwortlich. Die Schallplatte stemmt sich gegen den negativen Trend im physischen Bereich und wächst um 12% auf 10 Millionen Euro Umsatz."



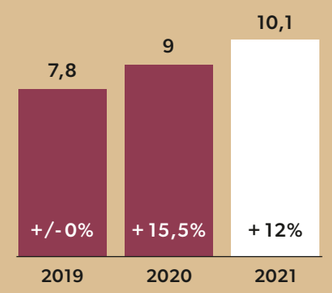
PHYSISCHER Tonträgermarkt

VINYL-BOOM HÄLT WEITER AN – Umsatz überschreitet 10 Millionen Euro Schwelle

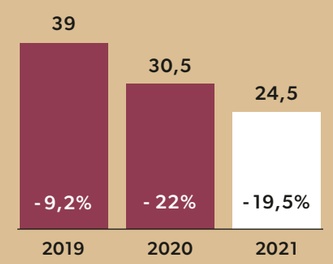
CD KÄMPFT MIT CORONA-EINSCHRÄNKUNGEN und reduzierten Flächen im Handel

60% DER CDS werden über Online-Shops gekauft

VINYL-SCHALLPLATTEN
Umsatz in Mio Euro 2019 – 2021



MUSIK-CD
Umsatz in Mio Euro 2019 – 2021



unsplash/Andras Vas, Florencia Viadana

VINYL-SCHALLPLATTEN ÜBERSCHREITEN 10 MILLIONEN EURO SCHWELLE

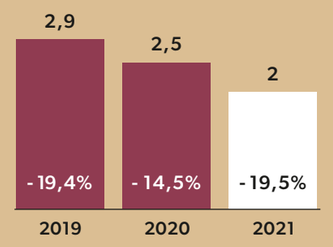
Der Vinyl-Boom der letzten Jahre setzte sich auch in 2021 dynamisch fort. Die Umsätze mit dem „Kultprodukt“ sind um 12% auf 10,2 Millionen Euro gestiegen. Bereits mehr als 400.000 Vinyl-Scheiben wurden im vergangenen Jahr in Österreich verkauft. Ähnlich hohe Werte konnten zuletzt vor 30 Jahren erzielt werden. Damit kommt das klassische physische Produkt im Digitalzeitalter auf einen beachtlichen Marktanteil von 6,4% und hat sich von einem Nischenprodukt zu einem verlässlichen Marktsegment entwickelt.

Mit Schallplatten wird bereits mehr als das Doppelte des Download-Umsatzes erzielt.

Österreichische Unternehmen haben den Aufwärtstrend der Schallplatte rechtzeitig erkannt und profitieren heute davon. So ist etwa die in Österreich ansässige Firma Pro-Ject Audio Systems Weltmarktführer bei der Herstellung von Plattenspielern. Aktuell investieren die Unternehmen Austrovinyl und Napalm Records in den Bau eines neuen Schallplattenpresswerks in Österreich, um der international steigenden Nachfrage nach Vinyl-Pressungen nachkommen zu können.

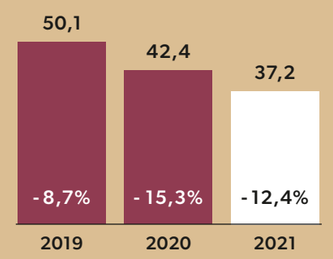
MUSIK-DVD

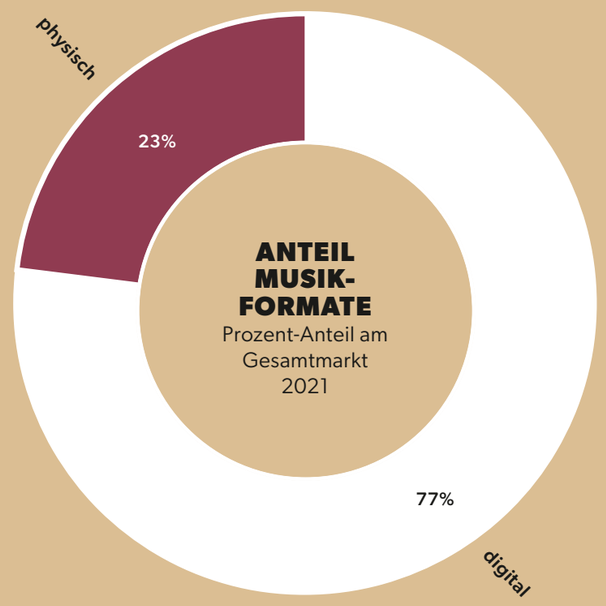
Umsatz in Mio Euro 2019 – 2021



PHYSISCHE TONTRÄGER (CD, MUSIK-DVD, VINYL)

Umsatz in Mio Euro 2019 – 2021





ANTEIL MUSIK-FORMATE
Prozent-Anteil am Gesamtmarkt 2021

„Auch im vergangenen Jahr hatte die Pandemie den Kulturbereich fest im Griff - das Nachtleben und ein Großteil des Livebereiches standen weiterhin still. Doch wir haben gelernt damit umzugehen und sind als Branche mehr denn je zusammengewachsen. Menschen finden neue Wege, um Musik zu entdecken und zu genießen, wodurch ein immer diverseres Netzwerk aus Musik, Künstler:innen und Konsummöglichkeiten entsteht. Die Popkultur wird vielfältiger, globaler und sie wird digitaler - eine Entwicklung, für die wir bereit sind und für die wir uns aktiv engagieren."

FRANZ PLETERSKI,
General Manager Warner Music Austria und Vorstandsmitglied des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft

TOP 10 VINYL 2021

	INTERPRET	TITEL
1.	**Nirvana**	Nevermind
2.	**Queen**	Greatest Hits (Remastered 2011)
3.	**ABBA**	Voyage
4.	**Harry Styles**	Fine Line
5.	**Pink Floyd**	Dark Side Of The Moon
6.	**Billie Eilish**	Happier Than Ever
7.	**Nirvana**	MTV Unplugged in New York
8.	**EAV**	EAVliche Weihnachten – Ihr Sünderlein Kommet
9.	**Queen**	Greatest Hits II
10.	**The Beatles**	Abbey Road – 50th Anniversary

TOP 10 CDS 2021

	INTERPRET	TITEL
1.	**ABBA**	Voyage
2.	**Helene Fischer**	Rausch
3.	**Adele**	30
4.	**EAV**	EAVliche Weihnachten – Ihr Sünderlein Kommet
5.	**Riccardo Muti/ Wiener Philharmoniker**	Neujahrskonzert 2021
6.	**Giovanni Zarrella**	Ciao!
7.	**Ed Sheeran**	=
8.	**Nik P.**	Seelenrausch
9.	**Roland Kaiser**	Weihnachtszeit
10.	**Peter Alexander**	Peter

Sabine Skiba, unsplash/Shunya Koide

CD KÄMPFT MIT CORONA-EINSCHRÄNKUNGEN UND REDUZIERTEN FLÄCHEN IM HANDEL

Mit dem Verkauf von Musik-CDs wurde 2021 ein Umsatz von 24,5 Millionen Euro erzielt, um 19,5% weniger als im Vorjahr. Hier wirken sich die coronabedingten Schließungen und Einschränkungen im stationären Handel unmittelbar dämpfend aus. Hinzu kommt die fortschreitende Reduktion der Regalflächen im Handel und die Konzentration auf Best-Of Produkte, die die optimale Platzierung von aktuellen Neu-Veröffentlichungen und CDs von Newcomern erschweren. Der Anteil des Online-Handels am CD-Verkauf stieg während der Pandemie an und liegt bereits bei rund 60%. Mit einem Marktanteil von 15,4% ist die CD allerdings nach wie vor das zweitbeliebteste Musikformat in Österreich.

Genre- und themenabhängig können CD-Veröffentlichungen enorme Nachfrage auslösen. Das aktuelle Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker mit Daniel Barenboim erreichte etwa als Neueinstieg Platz 1 der offiziellen Alben-Verkaufscharts in Österreich – ein national und international außergewöhnlicher Erfolg eines Klassik-Albums in einer nach Genres offenen Verkaufswertung.

Weitere zwei Millionen Euro trägt die Musik-DVD zum Gesamtmarkt bei. Musikvideos werden heute in erster Linie über YouTube, TikTok und ähnliche Plattformen konsumiert.

Mit den physischen Tonträgern CD, Vinyl-Schallplatte und Musik-DVD wurde 2021 ein Umsatz von 37,2 Millionen Euro erzielt. Das im Vergleich zu den Vorjahren moderate Minus von 12,4% ist auf die herausragende Performance der Vinyl-Scheiben zurückzuführen. Insgesamt haben die physischen Tonträger auch 2021 am stärksten unter den Corona-Einschränkungen gelitten und österreichische Produktionen sind überproportional betroffen. Am gesamten Musikmarkt verteilt sich das Verhältnis physisch zu digital 77:23. ←

Die beliebtesten MUSIKSTILE

unsplash/Yannis Papanastasopúolos

POP/ROCK baut Dominanz aus

WENIGER RAP/HIPHOP/URBAN UND SCHLAGER in den Charts

ABBA COMEBACK-ALBUM „VOYAGE“ führt Charts an, **WELLERMAN** erfolgreichster Song

POP/ROCK MIT ABSTAND AM BELIEBTESTEN UNTER ÖSTERREICHS MUSIKFANS

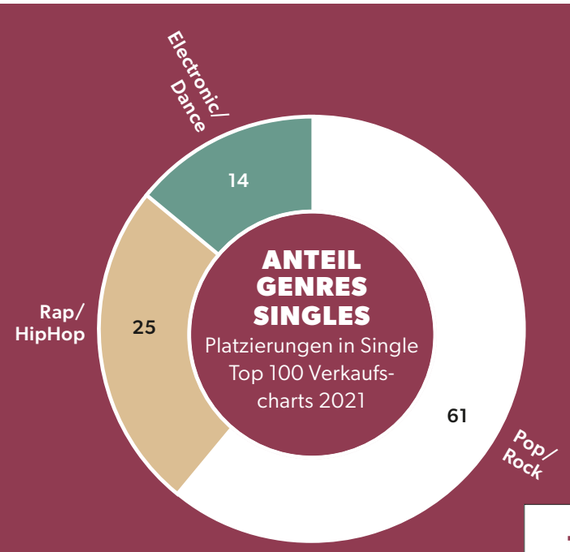
Die beliebtesten Musikgenres unter Österreichs Musikkonsument:innen sind schon seit vielen Jahren Pop/Rock, Schlager/Volksmusik und Rap/HipHop/Urban.

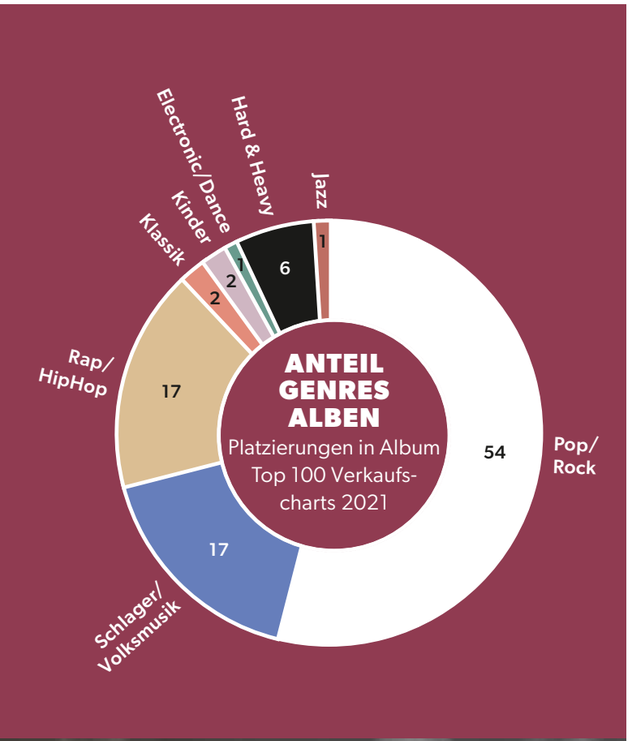
Doch innerhalb dieser drei Genres gibt es durchaus bemerkenswerte Verschiebungen - und zwar in Richtung Pop/Rock, hauptsächlich auf Kosten von Rap/HipHop/Urban. Die Zeiten sind vorbei, in denen fast die Hälfte der Single-Charts dem Rap zuzuordnen war (2019 war dies der Fall). Bei den Alben baut Pop/Rock seine Dominanz vor allem auf Kosten des Schlagers aus.

61 Songs, die es 2021 unter die Top 100 der Single-Verkaufscharts geschafft haben, sind Pop/Rock Songs. 2020 gab es einen Wechsel an der Spitze von Rap zu Pop und dieser Trend setzte sich auch 2021 deutlich zugunsten von Pop/Rock Songs fort. Rap/HipHop/Urban kommt auf 25 Platzierungen (2020 waren es noch 37) und Electronic/Dance auf 14, um drei mehr als im Jahr davor.

Auch bei den Alben ist dieser Trend Richtung Pop/Rock und Rückgang von Rap/HipHop/Urban zu beobachten, wenngleich nicht in dem Ausmaß wie bei den Singles. Traditionell haben in Österreich bei den Alben auch der Schlager und die Volksmusik ein gewichtiges Wort mitzureden.

54 Pop/Rock Alben schafften 2021 den Sprung unter





die Top 100 Album-Verkaufscharts, ein Plus von sieben Platzierungen. Rap/HipHop/Urban Alben reduzierten sich von 22 auf 17 Platzierungen. Ebenfalls auf 17 Alben kommt das Schlager- und Volksmusik-Genre, was einen Rückgang von acht Platzierungen bedeutet. Eine Extra-Erwähnung ist Hard & Heavy wert - sechs Alben schafften es aus diesem Genre 2021 unter die Top 100.

Weiters scheinen jeweils zwei Klassik- und Kinderprodukte sowie ein Electronic/Dance Act und ein Jazz-Album unter den 100 bestplatzierten Alben auf.

ABBA COMEBACK-ALBUM „VOYAGE" FÜHRT CHARTS AN

Das legendäre schwedische Pop-Quartett ABBA hat mit „Voyage" nach fast 40 Jahren ein neues Album veröffentlicht und landete damit prompt an der Spitze der Austria Top 40 Alben-Jahrescharts. Mit „Zukunft" von Raf Camora und „Unerhört solide" von Pizzera & Jaus schafften es zwei heimische Alben in die Top 10 der Jahreswertung.

WELLERMAN ERFOLGREICHSTER SONG

Der schottische Postboote Nathan Evans belegte mit seinem Ohrwurm „Wellerman" Platz 1 der Single-Charts. Die erfolgreichsten österreichischen Songs waren „Blaues Licht" von Raf Camora, „Expresso & Tschianti" von Josh. sowie „Hödn" von Seiler und Speer. ←

TOP 10 SINGLE-VERKAUFSCHARTS 2021

	INTERPRET	TITEL
1.	**Nathan Evans, 220 Kid & Billen Ted**	Wellerman
2.	**Ed Sheeran**	Bad Habits
3.	**The Kid Laroi & Justin Bieber**	Stay
4.	**Olivia Rodrigo**	Good 4 U
5.	**Måneskin**	Beginn'
6.	**The Weeknd**	Save Your Tears
7.	**Riton & Nightcrawlers feat. Mufasa & Hypeman**	Friday
8.	**Shouse**	Love Tonight
9.	**Lil Nas X**	Montero (Call Me By Your Name)
10.	**Glass Animals**	Heat Waves

TOP 10 ALBEN-VERKAUFSCHARTS 2021

	INTERPRET	TITEL
1.	**ABBA**	Voyage
2.	**Raf Camora**	Zukunft
3.	**Helene Fischer**	Rausch
4.	**Adele**	30
5.	**Olivia Rodrigo**	Sour
6.	**Ed Sheeran**	=
7.	**Billie Eilish**	Happier Than Ever
8.	**Michael Bublé**	Christmas
9.	**Pizzera & Jaus**	Unerhört solide
10.	**Billie Eilish**	When We All Fall Asleep, Where Do We Go?

unsplash/Victor Rodvang

LSG Lizenzeinnahmen

27,4 MILLIONEN EURO Lizenzeinnahmen

PLUS 1,1% trotz Corona-Einschränkungen

1 MILLION EURO zur Unterstützung heimischer Musikproduktionen

LSG-EINNAHMEN TROTZ CORONA-EINSCHRÄNKUNGEN STABIL

Die LSG ist die gemeinsame Verwertungsgesellschaft der Musikproduzenten und Interpreten und vertritt rund 5.000 Labels und 20.000 Künstlerinnen und Künstler. Sie nimmt als Treuhänderin Vergütungsansprüche für die Sendung, die öffentliche Wiedergabe, die Privatkopie und die Verwendung von Musikaufnahmen in Unterricht und Lehre wahr. Dabei handelt es sich um Zweitverwertungsrechte, die der primären Verwertung - etwa durch die Veröffentlichung von Tonträgern oder die Lizenzierung für Streaming-Services - nachgeordnet sind.

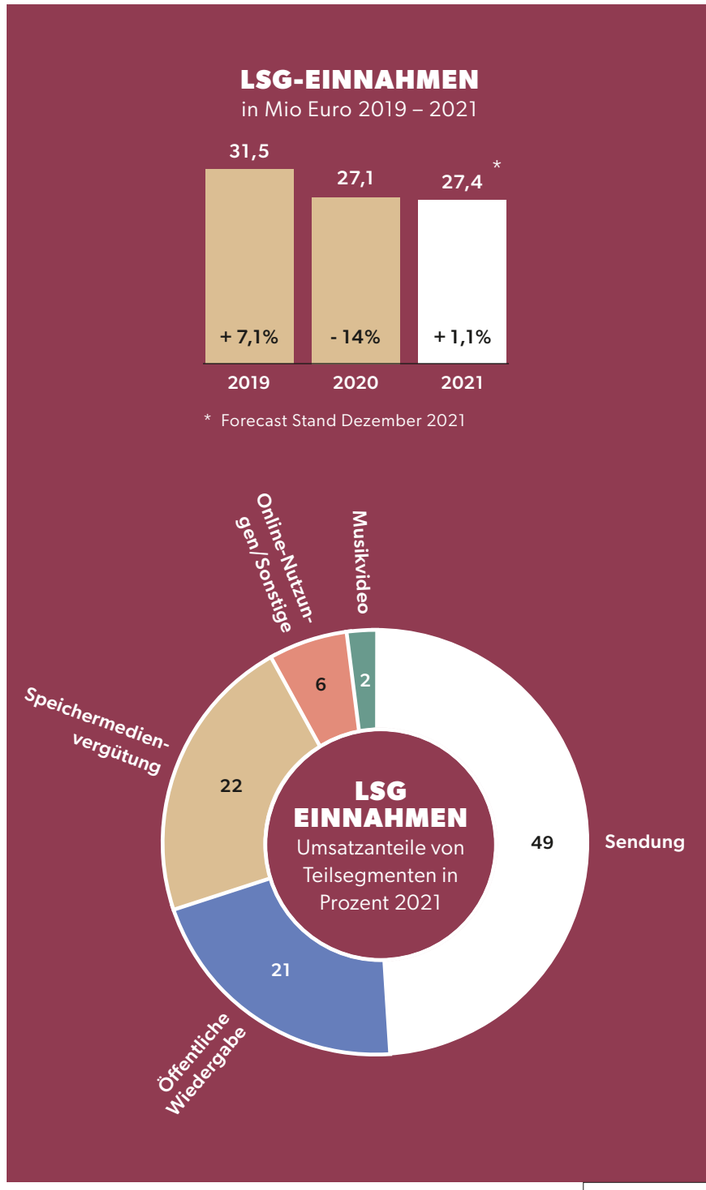
Trotz nachwirkender Corona-Einschränkungen blieben die LSG-Einnahmen in 2021 bei 27,4 Millionen Euro stabil (+ 1,1%). Damit steuert die LSG einen gerade in Krisenzeiten wichtigen Beitrag zu den Einnahmen von Labels und Musikschaffenden in Österreich bei.

Die wichtigsten Einnahmequellen sind Vergütungsansprüche für die Sendung von Musikaufnahmen in Radio und TV (49%), für die öffentliche Wiedergabe in Hotels, Restaurants, Discotheken, Gewerbebetrieben etc. (21%), für die Speichermedienvergütung (22%), Online-Nutzungen und sonstige Einnahmen kommen auf 6% und Musikvideos auf 2%.

LABELS HELFEN LABELS - SELBSTHILFE IN DER MUSIKWIRTSCHAFT

Neben der kollektiven Rechtewahrnehmung erfüllt die LSG über den Kulturfonds – der aus den Einnahmen aus der Privatkopievergütung dotiert wird – eine wichtige Funktion bei der Förderung österreichischer Produktionen. Als weitere Corona-Hilfe organisierte die LSG gemeinsam mit dem Verband der österreichischen Musikwirtschaft in 2021 eine Reihe gezielter Förderaktionen vor allem für kleine und mittlere Labels.

Insgesamt wurde mehr als eine Million Euro zur Unterstützung heimischer Labels, Acts und Produktionen bereitgestellt, um die Strukturen der heimischen Musikbranche zu stabilisieren. Die staatlichen Corona-Hilfen haben sich für die klein- und arbeitsteiligen Kreativzellen der Musikbranche als nicht treffsicher genug erwiesen. ←



Österreichische Musik vor großen HERAUSFORDERUNGEN

NEUE CHANCEN, aber auch höhere Risiken am Digitalmarkt

WETTBEWERBSDRUCK und Vermarktungskosten steigen

FÖRDERINSTRUMENT zur Sicherung des Musikstandorts Österreich unumgänglich

CORONA-PANDEMIE TRÜBT AUCH 2021 DIE PERFOMANCE ÖSTERREICHISCHER PRODUKTIONEN

Wie schon 2020 litten österreichische Produktionen auch in 2021 stärker unter den Folgen der Corona-Pandemie als das internationale Repertoire. Bei rückläufigen Alben- aber steigenden Single-Umsätzen lag der Anteil österreichischer Album-Produktionen in 2021 bei 18% (Vorjahr: 23%) und der Anteil heimischer Singles bei knapp 5% (Vorjahr: 4%). Österreichische Acts sind überproportional stark auf das Live-Geschäft angewiesen, und zwar sowohl zur Einnahmenerzielung als auch zum Zweck der Vermarktung neuer Veröffentlichungen. Zu den negativen Auswirkungen von Corona zählte daher auch, dass viele für 2021 geplante Releases verschoben wurden und so die Anzahl der nationalen Veröffentlichungen insgesamt rückläufig war.

NEUE CHANCEN, ABER AUCH GLOBALER WETTBEWERB UND HÖHERE VERMARKTUNGSKOSTEN

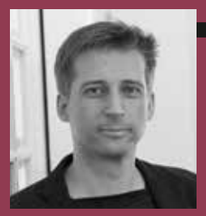
Die Corona-Pandemie und die schrittweise Verlagerung des Musikvertriebs auf digitale und global anbietende Streaming-Plattformen führen zu neuen und schwierigeren Herausforderungen für österreichische Musikproduktionen. Zwar öffnet die Digitalisierung heimischen Acts neue Chancen, indem sie Fans ihrer Musik auch international in größerer Anzahl erreichen können. Gleichzeitig steigen aber auch der Wettbewerbsdruck in einem globalen Umfeld, der notwendige Vermarktungsaufwand und damit das wirtschaftliche Risiko enorm an.

Bereits erfolgreiche und etablierte heimische Acts verzeichnen steigende Streamingzahlen im Ausland, die sich auch in höheren Abrechnungen an die Künstlerinnen und Künstler auswirken. Aber es wird vor allem aus kleineren Märkten immer schwieriger, das Streaming-Potenzial eines Acts zu heben. Der heutige Digitalmarkt zwingt zu internationalen und grenzüberschreitenden Konzepten. Hohe Qualität, Unterscheidbarkeit und Originalität in Kreation und Produktion sind ebenso vorausgesetzt wie ein deutlich höheres Budget für Marketing, Vertrieb und Promotion.

FÖRDERINSTRUMENT ZUR SICHERUNG DES MUSIKSTANDORTS ÖSTERREICH UNUMGÄNGLICH

Das wirtschaftliche Risiko des an sich bereits risikoreichen Musikgeschäfts steigt dadurch noch einmal an und kann von den kleinteiligen Strukturen der heimischen Musikwirtschaft nicht dauerhaft aufgefangen werden. Zur Sicherung des Musikstandorts Österreich ist deshalb ein maßgeschneidertes und ausreichend dotiertes staatliches Förderinstrument unumgänglich. Ziel ist die nachhaltige Sicherung des heimischen Musikschaffens und der Repertoire-Source Österreich am internationalem Musikmarkt. Die Initiativen Austrozone auf YouTube und die Spotify-Playlist A List – Great New Music from Austria verfolgen das gemeinsame Ziel, neue Releases aus Österreich online zu präsentieren. ←

unsplash/Adi Goldstein, Markus sandner



HANNES TSCHÜRTZ,
Geschäftsführer Ink Music und Vorstandsmitglied des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft

„Die österreichische Musiklandschaft hat in den letzten Jahren auf vielen Ebenen ihre Qualität und ihr Potenzial gezeigt. Aber in einer globalisierten und digitalisierten Welt werden wir eine entschlossene und gezielte Förderungspolitik brauchen, um darin nicht zerrieben zu werden."

Die Urheberrechts-Novelle 2021

Es war sicher eines der längsten Gesetzgebungsverfahren in der jüngeren Geschichte des Urheberrechts. Die Verabschiedung der EU Copyright-Richtlinie im April 2019 folgte auf knapp vier Jahre intensiver Diskussion und Kompromisssuche quer durch alle europäischen Instanzen.

WEITERE ZWEI JAHRE VERGINGEN IN ÖSTERREICH bis zum Beschluss der Urheberrechts-Novelle im Dezember 2021. Deklariertes Ziel der EU-Richtlinie war und ist die Stärkung des kulturellen Ökosystems in Europa gegenüber den globalen Tech-Giganten. Die Umsetzung der Richtlinie bedeutet auch eine entscheidende Weichenstellung für die digitale Zukunft des Produktions- und Medienstandorts Österreich!

Die Musik-, Film-, Kino-, Buch-, Verlags- und Medienwirtschaft, der ORF und die österreichischen Privatsender haben sich zur Allianz Zukunft Kreativwirtschaft zusammengeschlossen, um so ihre gemeinsamen Interessen besser vertreten zu können. Die wesentlichen Ziele der Allianz – praxistaugliche Bestimmungen, keine verwässerten Richtlinien und die Rettung der Vertragsfreiheit vor staatlicher Überregulierung – konnten im Großen und Ganzen erreicht werden. Grund genug, die Allianz bestehen zu lassen und weiter auszubauen.

FRANZ MEDWENITSCH, Geschäftsführer des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft, über die Urheberrechts-Novelle 2021 und deren Auswirkungen auf die heimischen Kreativszenen.

Welche Erwartungen hat die Musikbranche an die EU-Urheberrechtsrichtline seit ihrem Beschluss durch das EU-Parlament im Jahr 2019 geknüpft?
Franz Medwenitsch: Unsere Erwartungen an die Copyright-Richtlinie und deren Umsetzung in Österreich waren extrem hoch. Ohne jede Übertreibung geht es um unsere digitale Zukunft. Klares Ziel der Richtlinie ist das Schließen der sogenannten „Wertschöpfungslücke“ durch eine faire wirtschaftliche Teilhabe der Contentbranchen an den Milliardenerträgen der Sharing-Plattformen wie etwa YouTube, Google, Facebook oder TikTok. Die EU-Richtlinie sagt, dass die Plattformen urheberrechtliche Verantwortung tragen und Lizenzen für geschützte Inhalte bezahlen sollen. Unsere primäre Forderung an den österreichischen Gesetzgeber war, dass er die Plattformhaftung richtlinienkonform umsetzt und sie nicht verwässert.

Thomas Ramstorfer

Deklariertes Ziel der EU-Richtlinie war und ist die Stärkung des kulturellen Ökosystems in Europa gegenüber den globalen Tech-Giganten.

Gewerkschafts- und Künstlerorganisationen beschweren sich darüber, dass ihre Leistungen im Internet nicht vergütet werden und knüpfen daran die Forderung nach einer Intervention des Gesetzgebers – was sagen Sie dazu?
Es ist ja keine Frage, dass Künstlerinnen und Künstler fair bezahlt werden müssen. Aber auch Musiklabels, Verlage und die gesamte Kreativwirtschaft müssen eine faire Ertragschance haben, denn sie tragen das wirtschaftliche Risiko. Vertragsfreiheit, Rechtssicherheit und Kalkulationssicherheit sind für uns unverzichtbar. Denn das entscheidet letztlich darüber, wieviel am Standort Österreich produziert werden kann. Ein Mehr an staatlicher Regulierung in Verträgen, eine kartellrechtlich angreifbare kollektive Preisfestsetzung für Urheberechte, neue Vergütungsansprüche für Verwertungsgesellschaften und die generelle Forderung nach einer weitgehenden Kollektivierung der Kulturproduktion in Österreich lehnen wir nach wie vor entschieden ab. Das wäre ein Irrweg, den die Novelle zutreffender Weise nicht gegangen ist.

Die ersten Gesetzesentwürfe haben recht große Kritik in der Musikbranche hervorgerufen, warum?
Die ersten Vorschläge aus dem Justizministerium vom Dezember 2020 waren einseitig und zulasten der Kreativwirtschaft stark unausgewogen. Teilweise verfehlten sie die Ziele der Richtlinie oder sie waren überschießend im Sinne eines „Gold-Platings“. Bis zur Regierungsvorlage kam es dann zu deutlichen Verbesserungen im Sinne einer größeren Ausgewogenheit. Leider ist die Umsetzung der Plattformhaftung in zwei ganz entscheidenden Punkten dennoch problematisch. Konkret wurde eine „Bagatellgrenze“ eingezogen und Ausschnitte bis zu 15 Sekunden Video oder Ton von der vollen Haftung ausgenommen. Mit dem sogenannten „Pre-Flagging“ wurde eine Art Freibrief für Rechtsverletzungen eingeführt. Es ist zu befürchten, dass das wieder nur die milliardenschweren Sharing-Plattformen begünstigen und den Kreativbranchen schaden wird. Zu diesen beiden Schlupflöchern findet sich auch kein Wort in der EU-Richtlinie. Wir haben mit unserer Initiative „Musik ist keine Bagatelle!“ dagegen gearbeitet und konnten die Bestimmung zwar entschärfen, aber gestrichen wurde sie leider nicht.

Insgesamt kann man das neue Urheberrecht als tragfähigen Kompromiss bezeichnen, der allerdings erst die Bewährungsprobe in der Praxis des Online-Marktes und im Medienalltag bestehen muss.

Wie intensiv war die österreichische Musikwirtschaft in die Entstehung der Novelle involviert?
Wir waren über mehr als zwei Jahre im Gespräch über die nationale Umsetzung der EU-Richtlinie. Unsere Aufgabe besteht darin, mit Daten, Fakten und Erfahrungswerten begründete Argumente zu liefern und Überzeugungsarbeit zu leisten. Die politischen Entscheidungsträger in Regierung und Parlament müssen diese Informationen bewerten. Selbstverständlich haben wir uns dafür eingesetzt, dass sich die Novelle an den Bedürfnissen der Praxis orientiert und nicht an ideologischen Zugängen.

Welche Auswirkungen hat die Urheberrechts-Novelle aus Sicht der österreichischen Musikwirtschaft auf die Branche?
Wenn sich die Plattformhaftung als wirksam erweist, dann können die Musiklabels mit den großen Sharing-Plattformen auf Augenhöhe verhandeln und endlich faire Vergütungen für ihre Inhalte erzielen.

In der Diskussion wird immer wieder auf die Umsetzung der EU-Richtlinie in Deutschland hingewiesen, warum?
Viele Expert:innen verstehen nicht, weshalb sich der österreichische Gesetzgeber so sehr an der deutschen Umsetzung orientierte. Denn Deutschland ist die große und singuläre Ausnahme mit einer sehr eigenwilligen Interpretation der Richtlinie, die sowohl in Deutschland also auch innerhalb der EU für große Skepsis und Ablehnung sorgt. Von dort kommen auch die sehr kritischen Schlupflöcher bei der Plattformhaftung.

In der Vergangenheit wurden Befürchtungen laut, dass individuelle Musikschaffende womöglich schwerer Zugang zu den Plattformen bekommen könnten. Welche Anstrengungen können getroffen werden, um ein möglichst breites kreatives Spektrum abbilden zu können?
YouTube hat zwei Milliarden User weltweit und jede Minute werden rund 400 Stunden Videomaterial hochgeladen. Jeden Tag landen rund 60.000 neue Songs auf Spotify. Da muss man sich um die verfügbare Breite des kreativen Spektrums keine Sorgen machen. Auf Grundlage der aktuellen Urheberrechts-Novelle sollte sich die Möglichkeit der Monetarisierung von Inhalten verbessern. Eines möchte ich betonen: wir als Musiklabels wollen unseren Content lizenzieren – und nicht blockieren!

Wie ist Ihre abschließende Bewertung der Urheberrechts-Novelle?
Keiner der Stakeholder konnte sich mit seinen Forderungen zur Gänze durchsetzen. Insofern kann man das neue Urheberrecht als tragfähigen Kompromiss bezeichnen, der allerdings erst die Bewährungsprobe in der Praxis des Online-Marktes und im Medienalltag bestehen muss. ←

INTERNATIONALER Musikmarkt

18,5% PLUS am internationalen Musikmarkt 2021

25,9 MILLIARDEN DOLLAR Gesamtumsatz weltweit

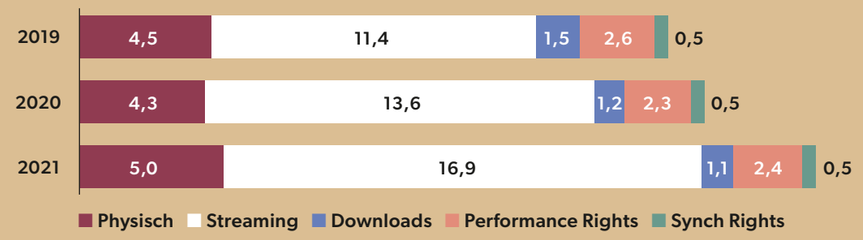
STREAMING WÄCHST UM 24,3% auf 16,9 Milliarden Dollar

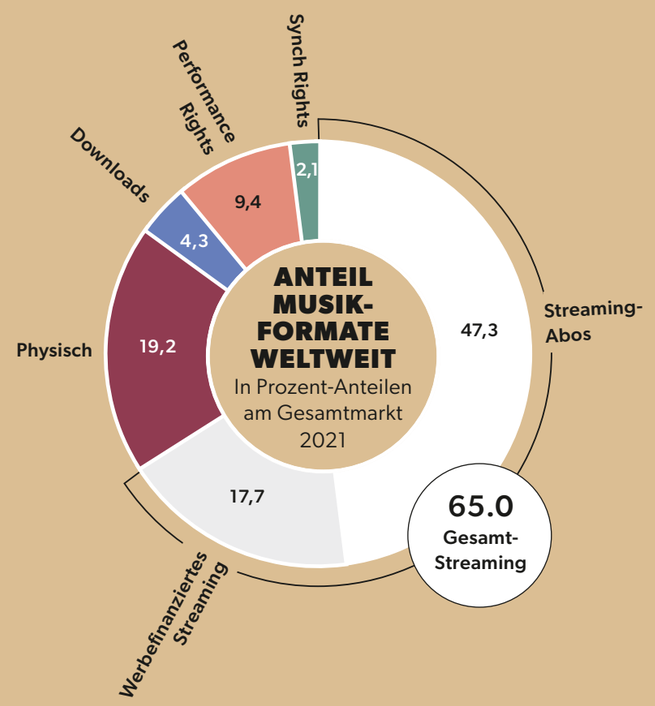
FRANCES MOORE,
IFPI-Vorsitzende

„Auf der ganzen Welt engagieren sich Labels, um Musikkulturen und aufstrebende Musikökosysteme voranzutreiben. Fans genießen mehr Musik als je zuvor und auf so viele verschiedene und neue Arten als je zuvor. Daraus ergeben sich enorme Möglichkeiten für Künstler:innen."

UMSATZ DER EINZELNEN FORMATE WELTWEIT

In Mrd. Dollar 2021





TOP 10 ALBEN WELTWEIT 2021

	INTERPRET	TITEL
1.	**Adele**	30
2.	**Olivia Rodrigo**	Sour
3.	**Justin Bieber**	Justice
4.	**Ed Sheeran**	=
5.	**The Weeknd**	After Hours
6.	**Dua Lipa**	Future Nostalgia
7.	**The Kid Laroi**	F*ck Love (Mix Tape)
8.	**ABBA**	Voyage
9.	**Morgan Wallen**	Dangerous: The Double Album
10.	**Doja Cat**	Planet Her

TOP 10 SINGLES WELTWEIT 2021

	INTERPRET	TITEL
1.	**The Weeknd**	Save Your Tears
2.	**The Kid Laroi, Justin Bieber**	Stay
3.	**Dua Lipa**	Levitating
4.	**BTS**	Butter
5.	**Olivia Rodrigo**	Drivers License
6.	**Justin Bieber ft. Daniel Caesar, Giveon**	Peaches
7.	**The Weeknd**	Blinding Lights
8.	**Olivia Rodrigo**	Good 4 U
9.	**Lil Nas X**	Montero (Call Me By Your Name)
10.	**Ed Sheeran**	Bad Habits

GLOBALER MUSIKMARKT WÄCHST ZUM SIEBENTEN MAL IN FOLGE

Der weltweite Musikmarkt ist 2021 erneut kräftig gewachsen: Das Umsatzplus betrug laut „Global Music Report“ 18,5%. Insgesamt wurden 25,9 Milliarden Dollar (23,53 Milliarden Euro) umgesetzt. Neben dem stark wachsenden Streamingsektor sind auch die Umsätze mit physischen Produkten um 16,1% auf fünf Milliarden Dollar gestiegen. Nur die Downloads verzeichneten ein Minus von 10,7% auf 1,1 Milliarden Dollar.

STREAMING SORGT FÜR ZWEI DRITTEL DER GESAMTUMSÄTZE

Das anhaltende Wachstum bei Streaming-Abos ist hauptverantwortlich für die positive Entwicklung des Musikmarktes. Mit 16,9 Milliarden Dollar haben die Streaming-Umsätze bereits einen Anteil von 65% am globalen Musikmarkt. Ende 2021 gab es weltweit 523 Millionen Nutzer:innen von kostenpflichtigen Streamingangeboten.

GRÖSSTES WACHSTUM IN LATEINAMERIKA

Lateinamerika verzeichnete ein Wachstum von 31,2%, Streaming machte 85,9% des Marktes aus. Asien wuchs um 16,1%. In einem anhaltenden Trend entfiel auch ein erheblicher Anteil der weltweiten physischen Umsätze (49,6%) auf Asien. Die Einnahmen in Europa, der zweitgrößten Musikmarkt-Region der Welt, wuchsen um 15,4%, eine deutliche Steigerung gegenüber 3,2% im Jahr davor. Der größte Musikmarkt weltweit – die USA erzielten ein enormes Plus von 22,6%. ←

shutterstock. beigestellt

Die Charts 2021

SINGLE-VERKAUFS-CHARTS

	INTERPRET	TITEL
1.	**Nathan Evans, 220 Kid & Billen Ted**	Wellerman
2.	**Ed Sheeran**	Bad Habits
3.	**The Kid Laroi & Justin Bieber**	Stay
4.	**Olivia Rodrigo**	Good 4 U
5.	**Måneskin**	Beggin'
6.	**The Weeknd**	Save Your Tears
7.	**Riton & Nightcrawlers feat. Mufasa & Hypeman**	Friday
8.	**Shouse**	Love Tonight
9.	**Lil Nas X**	Montero (Call Me By Your Name)
10.	**Glass Animals**	Heat Waves
11.	**Tiësto**	The Business
12.	**Raf Camora & Bonez MC**	Blaues Licht
13.	**The Kid Laroi**	Without You
14.	**Måneskin**	I Wanna Be Your Slave
15.	**P!Nk & Willow Sage Hart**	Cover Me In Sunshine
16.	**Olivia Rodrigo**	Drivers License
17.	**The Weeknd**	Blinding Lights
18.	**24KGoldn feat. Iann Dior**	Mood
19.	**Masked Wolf**	Astronaut In The Ocean
20.	**Pashanim**	Sommergewitter
21.	**ATB, Topic & A7S**	Your Love (9PM)
22.	**Montez**	Auf & Ab
23.	**Justin Wellington feat. Small Jam**	Iko Iko
24.	**Ed Sheeran**	Shivers
25.	**Lil Nas X & Jack Harlow**	Industry Baby
26.	**Kasimir1441, Badmómzjay & Wildbwoys**	Ohne Dich
27.	**Joel Corry feat. Mnek**	Head & Heart
28.	**Lost Frequencies & Calum Scott**	Where Are You Now
29	**Dua Lipa**	Levitating
30.	**Josh.**	Expresso & Tschianti
31.	**Jason Derulo & Nuka**	Love Not War (The Tampa Beat)
32.	**Justin Bieber feat. Daniel Caesar & Giveon**	Peaches
33.	**Master KG feat. Burna Boy & Nomcebo Zikode**	Jerusalema
34.	**Super-Hi & Neeka**	Following The Sun
35.	**Robin Schulz feat. Kiddo**	All We Got
36.	**Vize, Joker Bra & Leony**	Paradise
37.	**Ofenbach & Quarterhead feat. Norma Jean Martine**	Head Shoulders Knees & Toes
38.	**Mariah Carey**	All I Want For Christmas Is You
39.	**Ed Sheeran**	Afterglow
40.	**Wham!**	Last Christmas

Quelle: Austria Top 40, GfK Entertainment

ALBUM-VERKAUFS-CHARTS

	INTERPRET	TITEL
1.	**ABBA**	Voyage
2.	**Raf Camora**	Zukunft
3.	**Helene Fischer**	Rausch
4.	**Adele**	30
5.	**Olivia Rodrigo**	Sour
6.	**Ed Sheeran**	=
7.	**Billie Eilish**	Happier Than Ever
8.	**Michael Bublé**	Christmas
9.	**Pizzera & Jaus**	Unerhört solide
10.	**Billie Eilish**	When We All Fall Asleep, Where Do We Go?
11.	**Harry Styles**	Fine Line
12.	**Dua Lipa**	Future Nostalgia
13.	**Pop Smoke**	Shoot For The Stars Aim For The Moon
14.	**Ed Sheeran**	÷
15.	**Giovanni Zarrella**	Ciao!
16.	**ABBA**	Gold - Greatest Hits
17.	**Melissa Naschenweng**	Lederhosenrock
18.	**Soundtrack**	The Greatest Showman
19.	**Amigos**	Freiheit
20.	**Iron Maiden**	Senjutsu
21.	**Måneskin**	Teatro D'Ira - Vol. I
22.	**Nirvana**	Nevermind
23.	**Seiler und Speer**	Für immer
24.	**Bonez MC/Raf Camora**	Hollywood
25.	**Juice Wrld**	Legends Never Die
26.	**Seiler und Speer**	Ham kummst
27.	**Ina Regen**	Rot
28.	**Josh.**	Teilzeitromantik
29	**Bonez MC/Raf Camora**	Palmen aus Plastik 2
30.	**Pizzera & Jaus**	Wer nicht fühlen will, muss hören
31.	**Ava Max**	Heaven & Hell
32.	**AC/DC**	Power Up
33.	**Riccardo Muti/ Wiener Philharmoniker**	Neujahrskonzert 2021
34.	**Volbeat**	Servant Of The Mind
35.	**Roland Kaiser**	Weihnachtszeit
36.	**Xxxtentacion**	?
37.	**Nik P.**	Seelenrausch
38.	**Machine Gun Kelly**	Tickets To My Downfall
39.	**Cro**	Trip
40.	**Chris Steger**	Zefix

ÖSTERREICHS AIRPLAY-CHARTS

	INTERPRET	TITEL	TRW	AE
1.	**Joel Corry feat. Mnek**	Head & Heart	2.616,900	10.452
2.	**ATB x Topic x A7S**	Your Love (9PM)	2.401,420	11.727
3.	**24kGoldn feat. Iann Dior**	Mood	2.241,290	8.483
4.	**Nathan Evans**	Wellerman	2.203,320	9.193
5.	**Jason Derulo x Nuka**	Love Not War (The Tampa Beat)	2.193,730	9.426
6.	**Justin Wellington feat. Small Jam**	Iko Iko	2.088,050	9.361
7.	**P!nk feat. Willow Sage Hart**	Cover Me In Sunshine	2.073,370	9.243
8.	**The Weeknd**	Save Your Tears	2.017,500	11.790
9.	**Ofenbach & Quarterhead feat. Norma Jean Martine**	Head Shoulders Knees & Toes	1.991,470	8.616
10.	**Super-Hi x Neeka**	Following The Sun	1.930,620	9.452
11.	**Leony**	Faded Love	1.896,850	8.955
12.	**Imagine Dragons**	Follow You	1.866,680	10.121
13.	**The Kid Laroi**	Without You	1.859,980	8.812
14.	**Olivia Rodrigo**	Good 4 U	1.850,460	10.552
15.	**Ed Sheeran**	Bad Habits	1.818,760	10.761
16.	**Ed Sheeran**	Afterglow	1.715,120	7.207
17.	**Coldplay**	Higher Power	1.699,630	9.998
18.	**Meduza & Dermot Kennedy**	Paradise	1.679,070	7.354
19.	**Alvaro Soler**	Magia	1.662,430	7.580
20.	**Robin Schulz feat. Kiddo**	All We Got	1.631,670	7.807
21.	**Tom Grennan**	Little Bit Of Love	1.607,150	9.316
22.	**Ava Max**	My Head & My Heart	1.465,470	7.271
23.	**The Weeknd**	Blinding Lights	1.453,230	5.350
24.	**Master KG feat. Nomcebo Zikode**	Jerusalema	1.445,780	5.147
25.	**The Kid Laroi & Justin Bieber**	Stay	1.438,790	9.379
26.	**Michael Patrick Kelly**	Throwback	1.436,710	7.261
27.	**OneRepublic**	Run	1.432,960	7.702
28.	**Twocolors**	Lovefool	1.413,420	4.964
29	**Ava Max**	EveryTime I Cry	1.387,210	8.478
30.	**Rea Garvey & VIZE**	The One	1.349,110	4.816
31.	**Laurell**	Habit	1.337,920	7.300
32.	**Zoe Wees**	Girls Like Us	1.333,330	6.026
33.	**Purple Disco Machine feat. Sophie & The Giants**	Hypnotized	1.290,670	5.432
34.	**Tom Gregory**	River	1.290,560	7.022
35.	**Jason Derulo**	Take You Dancing	1.290,280	4.988
36.	**JC Stewart**	I Need You To Hate Me	1.274,740	4.811
37.	**Måneskin**	Beggin'	1.264,580	6.431
38.	**Tate McRae**	You Broke Me First	1.264,170	4.422
39.	**Sia x David Guetta**	Floating Through Space	1.248,350	6.344
40.	**Milky Chance**	Colorado	1.166,270	7.052

TRW Tages-Reichweite in Millionen Hörern

AE Anzahl der Einsätze

Für die Airplay-Charts werden die Titeleinsätze folgender Radios ausgewertet:

- 88.6
- Antenne Radios
- Energy
- FM 4
- Ö3
- Kronehit
- Life Radios
- ORF Regionalradios
- Ö1
- Radio Arabella
- Radio Grün-Weiss
- Radio Soundportal
- Radio U1 Tirol
- Superfly.fm
- Welle 1
- Welle 1 Innsbruck

→

Quelle: MusicTrace GmbH

Gold Awards 2021

GOLD WIRD VERLIEHEN FÜR: 7.500 VERKAUFTE ALBEN, 15.000 VERKAUFTE SINGLES

INTERPRET	TITEL
Keala Settle & The Greatest Showman Ensemble	This Is Me (S)
Ramon Roselly	Herzenssache (A)
Tommy Steib	Schenk mir dein Herz (A)
Ufo361 feat. Data Luv	Shot (S)
Kygo & Tina Turner	What's Love Got To Do With It (S)
DJ Khaled feat. Drake	Greece (S)
Black Eyed Peas, Ozuna & J. Rey Soul	Mamacita (S)
Bonez MC	Angeklagt (S)
Bonez MC	Big Body Benz (S)
Bonez MC	Fuckst mich nur ab (S)
Bonez MC	Roadrunner (S)
Bonez MC	Shotz Fired (S)
Bonez MC	Tilidin Weg (S)
Capital Bra & Bozza	Ich weiß nicht mal wie sie heißt (S)
Capital Bra, Clueso & Kc Rebell	Andere Welt (S)
Capital Bra & Cro	Frühstück in Paris (S)
Capital Bra & Loredana	Nicht verdient (S)
Capital Bra, Samra & Lea	110 (S)
Drake	Toosie Slide (S)
Dua Lipa	Physical (S)
Dua Lipa	Break My Heart (S)
Eminem Ft. Juice Wrld	Godzilla (S)
Gzuz	Donuts (S)
Gzuz	Vor der Tür (S)
Juice Wrld	Robbery (S)
Juice Wrld & Marshmello	Come & Go (S)
Lil Mosey	Blueberry Faygo (S)
Luciano	Mios Mit Bars (S)
Marshmello & Halsey	Be Kind (S)
Meduza, Becky Hill & Goodboys	Lose Control (S)
Nimo & Hava	Kein Schlaf (S)
Pop Smoke ft. Lil Baby & Dababy	For The Night (S)
Pop Smoke	What You Know Bout Love (S)
Pop Smoke ft. Lil Tjay	Mood Swings (S)
Samra	Mon Ami (S)
Samra	Weiss (S)
Samra & Elif	Zu Ende (S)
The Weeknd	Afterhous (A)
Tujamo & Vize Ft. Majan	Lonely (S)
Alvaro Soler	Mar De Colores (A)
Bilderbuch	Baba (S)
The Scotts, Travis Scott & Kid Cudi	The Scotts (S)
Khalid	Better (S)
Khalid ft. Disclosure	Talk (S)
Khalid	Saturday Nights (S)
Dj Khaled ft. Drake	Popstar (S)
Helene Fischer	Achterbahn (S)
Grandson	Blood//Water (S)
SIA	Together (S)
Stefan Rauch & Marco Wagner ft. Hermann K.	Dosenbier (S)
Harris & Ford	Für immer jung (S)
Sam Smith & Normani	Dancing With A Stranger (S)
Sam Smith	How Do You Sleep? (S)
Kasimir1441, Badmómzjay & Wildbwoys	Ohne dich (S)
CJ	Whoopty (S)
Kayef	Ich würd' lügen (S)
Pulsedriver & Tiscore	One To Make Her Happy (S)
Lune	Gebe auf (S)
Andy Borg	Jugendliebe - Unvergessene Schlager (A)
Andy Borg	Es war einmal (A)
Rea Garvey & VIZE	The One (S)
Camila Cabello ft. DaBaby	My Oh My (S)
Petit Biscuit	Sunset Lover (S)
Kianush & P.A. Sports	Casino Royal (S)
Wanda	Lascia Mi Fare (S)
Josh.	Vielleicht (S)
Bausa & Apache 207	Madonna (S)
Feder ft. Lyse	Goodbye (S)
Gamper & Dadoni	Gimme! Gimme! Gimme! (S)
ELI	Change Your Mind (S)
Mathea	Wollt dir nur sagen (S)
Luna	Verlierer (S)
Thomas Anders & Florian Silbereisen	Das Album (A)
Kerstin Ott	Ich muss dir was sagen (A)
Kerstin Ott	Herzbewohner (A)
Kerstin Ott	Wegen dir (Nachts wenn alles schläft) (S)
Heino	Teure Heimat (A)
Fäaschtbänkler	Can You English Please (S)
Alvaro Soler	Magia (S)
Parov Stelar	The Burning Spider (A)
Miley Cyrus ft. Dua Lipa	Prisoner (S)
OneRepublic	All The Right Moves (S)
OneRepublic	Good Life (A)
OneRepublic	If I Lose Myself (S)
OneRepublic	Love Runs Out (S)
OneRepublic (ft. Timbaland)	Marchin On (S)
OneRepublic	Secrets (S)

Platin Awards 2021

PLATIN WIRD VERLIEHEN FÜR: 15.000 VERKAUFTE ALBEN, 30.000 VERKAUFTE SINGLES

INTERPRET	TITEL
9-FACH GOLD	
Helene Fischer	Best of (A)
6-FACH PLATIN	
Tones and I	Dance Monkey (S)
Seiler und Speer	Ham kumst (A)
5-FACH PLATIN	
Ed Sheeran	Divide (÷) (A)
3-FACH PLATIN	
Apache 207	Roller (S)
The Weeknd	Blinding Lights (S)
Bausa	Was du Liebe nennst (S)
Helene Fischer	Atemlos durch die Nacht (S)
Wanda	Amore (A)
Jawsh 685 & Jason Derulo	Savage Love (S)
24kGoldn ft. Iann Dior	Mood (S)
Lil Nas X ft. Billy Ray Cyrus	Old Town Road (S)
Ava Max	Sweet But Psycho (S)
Volbeat	Beyond Hell / Above Heaven (A)
Ed Sheeran & Justin Bieber	I Don't Care (S)
Nathan Evans, 220 Kid & Billen Ted	Wellerman (S)
Volbeat	Still Counting (S)
2-FACH PLATIN	
Josh.	Cordula Grün (S)
Panic! At The Disco	High Hopes (S)
Capital Bra & Samra	Tilidin (S)
Topic	Breaking Me (S)
Stefan Rauch ft. Petutschnig Hons	15er Steyr (S)
Vance Joy	Riptide (S)
Wanda	Columbo (S)
Ofenbach & Quarterhead ft. Norma Jean Martine	Head Shoulders Knees & Toes (S)
OneRepublic	Counting Stars (S)
Ava Max	Kings & Queens (S)
Volbeat	Outlaw Gentlemen & Shady Ladies (A)
Volbeat	Seal The Deal & Let's Boogie (A)
Seiler und Speer	Für immer (A)
Ed Sheeran ft. Khalid	Beautiful People (S)
Tiesto	The Business (S)
Måneskin	Beggin' (S)
Robin Schulz ft. Alida	In Your Eyes (S)
Robin Schulz ft. James Blunt	OK (S)
Ed Sheeran	Bad Habits (S)
The Kid Laroi & Justin Bieber	Stay (S)
The Kid Laroi	Without You (S)
Tate McRae	You Broke Me First (S)
PLATIN	
Mark Forster	Übermorgen (S)
Apache 207	Bläulich (S)
Bilderbuch	Bungalow (S)
Bilderbuch	Maschin (S)
AK Ausserkontrolle & Bonez MC	In meinem Benz (S)
DaBaby ft. Roddy Ricch	Rockstar (S)
Dua Lipa	Don´t Start Know (S)
Joker Bra & VIZE	Baby (S)
Post Malone	Circles (S)
Post Malone	Better Now (S)
Sido & Apache 207	2002 (S)
Riccardo Muti & Wiener Philharmoniker	Neujahrskonzert 2021 (A)
Alvaro Soler ft. Flo Rida & Tini	La Cintura (S)
Alvaro Soler	Sofia (S)
Bilderbuch	Magic Life (A)
Joel Corry ft. Mnek	Head & Heart (S)
Mero	Wolke 10 (S)
Helene Fischer	Herzbeben (S)
Kaleo	Way Down We Go (S)
Harris & Ford ft. Addnfahrer	Hard, Style & Volksmusik (S)
Alle Achtung	Marie (S)
Olivia Rodrigo	Drivers License (S)
Benee ft. Gus Dapperton	Supalonely (S)
Alec Benjamin	Let Me Down Slowly (S)
Jason Derulo	Take You Dancing (S)
Masked Wolf	Astronaut In The Ocean (S)
Culcha Candela	Von Allein (S)
Ed Sheeran	Afterglow (S)
Edmund	Freindschoft (S)
Edmund	Leiwand (S)
Doja Cat	Say So (S)
HVME	Goosebumps (S)
Jason Derulo & Nuka	Love Not War (S)
Riton & Nightcrawlers ft. Mufasa & Hypeman	Friday (S)
Lil Nas X	Montero (Call Me By Your Name) (S)
P!nk & Willow Sage Hart	Cover Me In Sunshine (S)
Kerstin Ott & Helene Fischer	Regenbogenfarben (S)
Klingande	Jubel (2-Track) (S)
Duncan Laurence	Arcade (S)

(S) = SINGLE (A) = Album

Amadeus Austrian Music Awards 2022:

The Nominees are...

Gleich fünf Mal nominiert ist Josh., gefolgt von Raf Camora und Oska mit drei Nominierungen. Über je zwei Nominierungen können sich Bilderbuch, Chris Steger, Florence Arman, Granada, Klangkarussell, Mira Lu Kovacs, Seiler und Speer, Turbobier, Eli Preiss, Bibiza und Buntspecht freuen. Die Award-Show wird am 29.04.2022 im Wiener Volkstheater über die Bühne gehen und auf ORF 1 übertragen — Conchita Wurst führt durch den Abend.

START DER AAMA KAMPAGNE 2022 - MEHR SERVICE FÜR KÜNSTLER:INNEN UND FANS DENN JE.
Mit der Präsentation der Nominierten am 1.3.2022 auf den AAMA Social Media Kanälen begann die Reise bis zur Verleihung der Amadeus Austrian Music Awards 2022. Mehr denn je stehen die Künstler:innen und ihre Musik im Mittelpunkt der AAMAs. Bis zur Award-Show am 29.4.2022 werden laufend exklusiv produzierte Kurzvideos mit musikalischen Highlights und Interviews der Nominees, Hintergrundstories und dem einen oder anderen Blick hinter die Kulissen präsentiert. Unter artists.aama.at wurden eigene Micro-Sites mit Infos und weiterführenden Links für alle nominierten Künstler:innen eingerichtet. Immer im Mittelpunkt: die Künstler:innen und ihre Musik. Stay tuned!

SO WURDE NOMINIERT:
Die Nominierten wurden einerseits aus den Verkäufen im Jahr 2021 und andererseits durch eine Jury bestehend aus rund 150 Expert:innen aus der Musik- und Medienbranche ermittelt. 50% Verkaufserfolg und 50% Jurywertung fließen in das Gesamtranking ein. Nominiert werden österreichische Künstler:innen oder die, die ihren Lebensmittelpunkt in Österreich haben.

MUSIKFANS ENTSCHEIDEN MIT.
Fans entscheiden mit, an wen die begehrten Amadeus-Trophäen verliehen werden. Im Rahmen eines Online-Votings hatte die Amadeus-Community die Möglichkeit, über ihre Lieblingskünstler:innen abzustimmen. Die Gesamtwertung setzt sich zu je einem Drittel aus Publikumsvoting, Juryvoting und Musikverkäufen zusammen. Zu den Gewinner:innen werden also jene Künstler:innen gekürt, die in einer Gesamtwertung aus Fans, Jury und Verkäufen an erster Stelle landen. ←

DIETMAR LIENBACHER,
Präsident IFPI Austria – Verband der Österreichischen Musikwirtschaft

„Wir freuen uns sehr, die vielfältige österreichische Musikszene heuer wieder im Rahmen einer Live-Show präsentieren zu können. Musikfans haben die Möglichkeit, die gesamte Reise der AAMAs 2022 mitzuverfolgen, von den am 1.3.2022 auf unseren Social Media Kanälen präsentierten Nominees über die AAMA Days(c), an denen täglich eine der Genre-Kategorien in den Mittelpunkt gestellt wird, bis zur Award-Show am 29.04.2022 im Volkstheater und auf ORF 1."

DIE NOMINIERTEN

SONG DES JAHRES
präsentiert von Hitradio Ö3
- **Raf Camora feat. Bonez MC** ..... Blaues Licht
- **Josh.** ..... Expresso & Tschianti
- **Seiler und Speer** ..... Hödn
- **Klangkarussell** ..... Home
- **Bilderbuch** ..... Nahuel Huapi

ALBUM DES JAHRES
- **Ina Regen** ..... Rot
- **Josh.** ..... Teilzeitromantik
- **Mira Lu Kovacs** ..... What Else Can Break
- **Chris Steger** ..... Zefix
- **Raf Camora** ..... Zukunft

SONGWRITER:IN
präsentiert von akm & austro mechna
- **Lisa Pac** ..... Boring
- **Ness** ..... Deine Richtung
- **Josh.** ..... Expresso & Tschianti
- **Nathan Trent** ..... Growing Pains
- **Felicia Lu** ..... Pay

FM4 AWARD
- **Bibiza**
- **Buntspecht**
- **Cari Cari**
- **Eli Preiss**
- **Granada**

LIVE-ACT DES JAHRES
präsentiert von oeticket
- **Folkshilfe**
- **Herbert Pixner Projekt**
- **Oska**
- **Pizzera & Jaus**
- **Turbobier**

ALTERNATIVE
- **Buntspecht**
- **Granada**
- **Mira Lu Kovacs**
- **Oska**
- **Sharktank**

ELECTRONIC/DANCE
- **Elektro Guzzi**
- **Harris & Ford**
- **Klangkarussell**
- **Parov Stelar**
- **Toby Romeo**

HARD & HEAVY
- **Autumn Bride**
- **Bloodsucking Zombies from Outer Space**
- **Dragony**
- **Harakiri For The Sky**
- **Turbobier**

HIP HOP/URBAN
- **Bibiza**
- **Eli Preiss**
- **Kerosin95**
- **Raf Camora**
- **Verifiziert**

JAZZ/WORLD/BLUES
- **Die Strottern**
- **Ernst Molden & das Frauenorchester**
- **Gina Schwarz**
- **Molden/Resetarits/Soyka/Wirth**
- **Sophie Abraham**

POP/ROCK
- **Bilderbuch**
- **Chris Steger**
- **Florence Arman**
- **Josh.**
- **Seiler und Speer**

SCHLAGER/VOLKSMUSIK
- **Andreas Gabalier**
- **DJ Ötzi**
- **Melissa Naschenweng**
- **Nik P.**
- **Semino Rossi**

TONSTUDIOPREIS BEST SOUND
präsentiert von FAMA
- **Clueso** ..... Album
- **W1ZE** ..... Down Low
- **Oska** ..... Honeymoon Phase
- **Florence Arman** ..... Out of the Blue
- **Josh.** ..... Teilzeitromantik

Weitere Informationen zu den Amadeus Austrian Music Awards finden Sie unter:
www.aama.at
artists.aama.at

unsplash/Sam Moqadam

IMPRESSUM

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

Geschäftsführung
Dr. Franz Medwenitsch

Projektleitung
Mag. Thomas Böhm

Konzeption
Feuereifer Media Relations GmbH, (feuereifer.at)

Redaktion
Thomas Böhm & Feuereifer Media Relations

Grafische Gestaltung
Wolfgang Lackinger (alaki-design)

Marktdaten
GfK Entertainment

Druck
Wograndl Druck GmbH, Druckweg 1, 7210 Mattersburg