



ifpi

ÖSTERREICHISCHER MUSIKMARKT 2025

www.ifpi.at

**MUSIK-STREAMING,
VINYL-SCHALLPLATTEN
UND DIE VERWERTUNGS-
GESELLSCHAFT LSG ERZIELEN
REKORDEINNAHMEN.**

INHALT

- 03 **INHALT**
- 05 **EDITORIAL**
- 06 **DIE WICHTIGSTEN KENNZAHLEN 2025**
- 08 **ÖSTERREICHISCHER MUSIKMARKT 2025**
 - 08 **DER MUSIKMARKT 2025 IM ÜBERBLICK**
 - 10 **STREAMING UND DOWNLOADS**
 - 14 **PHYSISCHER TONTRÄGERMARKT**
 - 16 **DIE BELIEBTESTEN MUSIKSTILE**
 - 18 **LSG LIZENZEINNAHMEN**
- 20 **INTERNATIONALER MUSIKMARKT 2025**
- 24 **NEUES BEI DEN Ö3 AUSTRIA TOP 40**
- 26 **RANKING - Ö3 AUSTRIA TOP 40 UND AIRPLAY CHARTS**
- 28 **INTERVIEW THOMAS AUBÖCK**
- 30 **AMADEUS AUSTRIAN MUSIC AWARDS 2026**
- 32 **AAMAs - STARKE REICHWEITE UND POSITIVE RESONANZ**
- 35 **IFPI-MITGLIEDER**

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: IFPI Austria - Verband der österreichischen Musikwirtschaft, Seilerstätte 18-20, 1010 Wien **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Thomas Auböck
PROJEKTLEITUNG & REDAKTION: Thomas Böhm **GRAFISCHE GESTALTUNG:** Zeljko Basura **MARKTDATEN:** NielsenIQ - GfK
DRUCK: 08/16 Printproduktion GmbH, Türkenstrasse 15/2, 1090 Wien



LABELS SORGEN FÜR ORIENTIERUNG, SICHTBARKEIT UND WIRTSCHAFTLICHE STABILITÄT.

05 EDITORIAL

Franz Pleterski | Thomas Auböck

Die Musikbranche befindet sich in einer Phase tiefgreifender Transformation. Streaming hat den Zugang zu Musik revolutioniert und neue Märkte eröffnet und dominiert inzwischen klar den österreichischen Musikmarkt. 2025 entfielen rund 87% der Umsätze auf Streaming, mit über 200 Millionen Euro Erlösen und knapp 22 Milliarden Streams allein in Österreich. Zudem eröffnet künstliche Intelligenz neue kreative und wirtschaftliche Möglichkeiten – und wirft zugleich grundlegende Fragen nach Urheberschaft, Wertschöpfung und Fairness auf.

Mit der aktuellen Musikstrategie des österreichischen Kulturministeriums ist nun ein entscheidender Prozess am Laufen, um diese Entwicklungen aktiv zu gestalten und den Musikstandort Österreich nachhaltig zu stärken. Sie ist die Chance, Österreich als modernen, offenen und leistungsfähigen Musikstandort im digitalen Zeitalter zu positionieren. Denn der Wettbewerb findet heute nicht mehr nur auf Bühnen, in Studios oder im Rundfunk statt, sondern auf globalen Plattformen. Wer den Musikstandort stärken will, muss daher nicht nur kulturelle Vielfalt sichern, sondern auch Wachstumsbedingungen schaffen: für Investitionen, Professionalisierung, Export, Sichtbarkeit und Innovation. Doch eines muss dabei klar sein: Innovation braucht Freiraum. Gerade in einem globalen, digitalen Markt darf Regulierung nicht zum Bremsklotz werden. Zusätzliche Eingriffe wie eine sogenannte „Streaming-Steuer“ würden die Dynamik der Branche schwächen, Investitionen gefährden und letztlich jene treffen, die wir stärken wollen – Künstler:innen und ihre Partner.

Gerade in diesem dynamischen Umfeld zeigt sich, wie entscheidend starke Strukturen und verlässliche Partner sind. Musiklabels übernehmen dabei eine zentrale Rolle. Sie investieren in Talente, begleiten Künstler:innen strategisch und schaffen die Voraussetzungen dafür, dass aus kreativen Ideen langfristige Karrieren entstehen können. In einem zunehmend fragmentierten und von Algorithmen geprägten Markt sorgen sie für Orientierung, Sichtbarkeit und wirtschaftliche Stabilität.

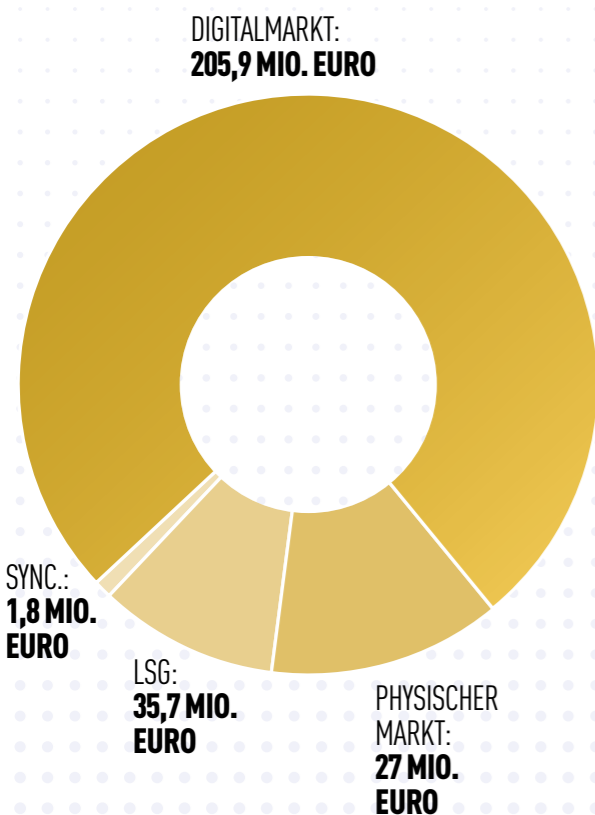
Wie verändert Streaming den Markt? Welche Chancen und Herausforderungen bringt KI? Und wie sichern wir ein Umfeld, in dem kreative Leistungen fair vergütet werden, ohne Innovation zu behindern? Die Antwort liegt in einem ausgewogenen Zusammenspiel von verlässlichen politischen Leitplanken und der Innovationskraft der Branche. Es braucht klare Rahmenbedingungen – aber ebenso Vertrauen in die Kräfte eines funktionierenden Marktes. Denn die Zukunft der Musik entsteht dort, wo Kreativität auf unternehmerisches Handeln trifft – nicht durch Überregulierung, sondern durch gezielte Förderung und starke Partnerschaften.

In einem globalen, digitalen Markt darf Regulierung kein Bremsklotz sein. Zusätzliche Eingriffe wie eine „Streaming-Steuer“ würden die Branche schwächen, Investitionen gefährden und letztlich Künstler:innen und ihre Partner treffen.

06

ÖSTERREICHISCHER MUSIKMARKT 2025

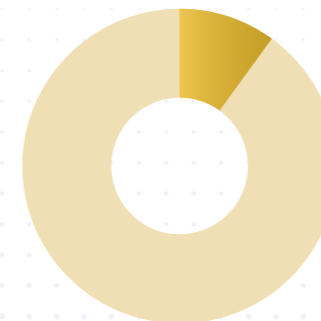
Die wichtigsten Kennzahlen im Überblick



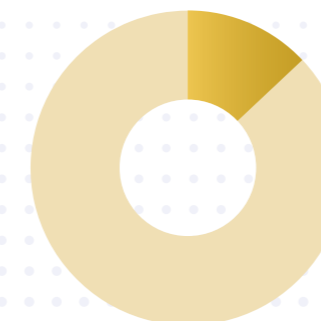
GESAMTMARKT:
270,4
MIO. EURO
UMSATZ
(+6,5%)



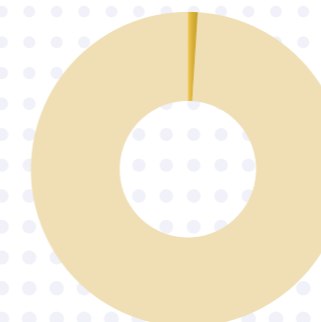
DIGITALMARKT:
205,9 MIO. EURO (+8,8%)
 STREAMING: 202,9 MIO. EURO (+9,2%)
 DOWNLOADS: 3 MIO. EURO (-11,7%)



PHYSISCHER MARKT:
27 MIO. EURO (-7,2%)
 CD: 12,4 MIO. EURO (-14,5%)
 VINYL: 13,3 MIO. EURO (+1,5%)
 MUSIK-DVD: 1 MIO. EURO (-9,1%)



LSG:
35,7 MIO. EURO (+7,2%)



SYNCHRONISATION:
1,8 MIO. EURO (-25%)

08

HEIMISCHER MUSIKMARKT WÄCHST UM 6,5% AUF 270,4 MILLIONEN EURO

Streaming-Umsätze steigen um 9,2% auf 202,9 Millionen Euro
Vinyl-Schallplatten wachsen um 1,5% auf 13,3 Millionen Euro
LSG-Lizenzentnahmen legen um 7,2% auf 35,7 Millionen Euro zu

Der österreichische Musikmarkt setzte seinen Wachstumskurs nun schon zum neunten Mal in Folge fort und erzielte 2025 einen Gesamtumsatz von 270,4¹ Millionen Euro, ein Plus von 6,5% gegenüber 2024. Vor dem Hintergrund eines gesamtwirtschaftlichen Wachstums von lediglich rund 0,5% unterstreicht dieses Ergebnis die Dynamik der heimischen Musikbranche. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung waren die weiterhin stark steigende Nachfrage nach Musik-Streaming-Angeboten, Rekordergebnisse der Verwertungsgesellschaft LSG sowie ein stabiler Markt für Vinyl-Schallplatten.

Mit einem Umsatz von 202,9 Millionen Euro legten Streaming-Abonnements um 9,2% zu. Vinyl-Schallplatten erzielten mit 13,3 Millionen Euro (+1,5%) einen neuen Umsatz-Rekord. Damit überholt Vinyl die CD und ist nach Streaming das zweitgrößte Segment am Musikmarkt. Der CD-Umsatz sank auf 12,4 Millionen Euro (-14,5%). Weitere 5,8 Millionen Euro steuerten Downloads (3,0 Mio. Euro), Musik-DVDs (1,0 Mio. Euro) und Synchronisationsrechte (1,8 Mio. Euro) zum Gesamtmarkt bei.

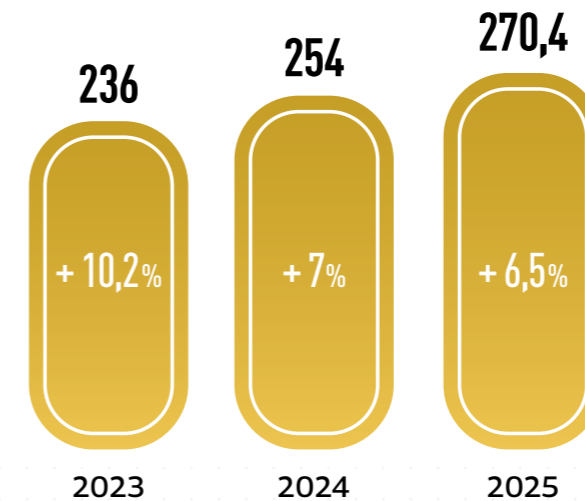
Die Verwertungsgesellschaft LSG erzielte 2025 Lizenzentnahmen in Höhe von 35,7 Millionen Euro – ein Plus von 7,2% und damit einen neuen Rekordwert.

Musik-Streams sind das mit Abstand größte Einzelsegment am Musikmarkt und kommen bereits auf einen Anteil von 87,1% des Gesamtmarktes. Vinyl-Schallplatten erzielen im Digital-Zeitalter einen Anteil von 5,8% und liegen damit knapp vor den Musik-CDs mit 5,3% Anteil am Gesamtmarkt. Die Downloads kommen auf 1,3% und 0,5% entfallen auf die Musik-DVDs.

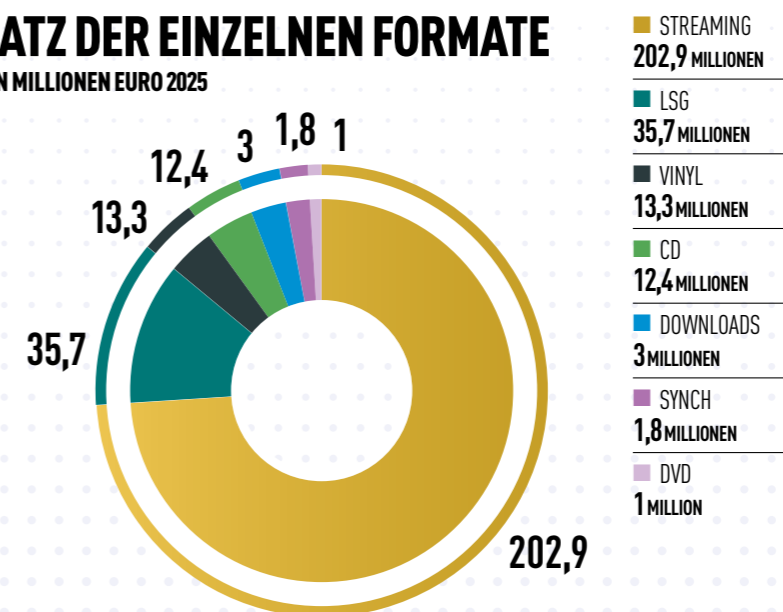
Diese Entwicklung zeigt deutlich die fortschreitende Transformation hin zu einem überwiegend digitalen Musikmarkt. Gleichzeitig bleibt die Nachfrage nach physischen Formaten als ergänzendes Erlebnis bestehen. Insgesamt bestätigt sich damit die hohe Anpassungsfähigkeit der Branche an veränderte Konsumgewohnheiten und technologische Innovationen.

¹ Die angegebenen Zahlen beziehen sich auf den Gesamtumsatz zu Endverbraucherpreisen und beinhalten sowohl LSG-Lizenzentnahmen als auch Synchronisationsrechte (Synch Rights). Im Kernbereich des Musikmarktes – bestehend aus Streaming, Downloads und physischen Tonträgern – erzielten die Labels Einnahmen in Höhe von 126,3 Millionen Euro.

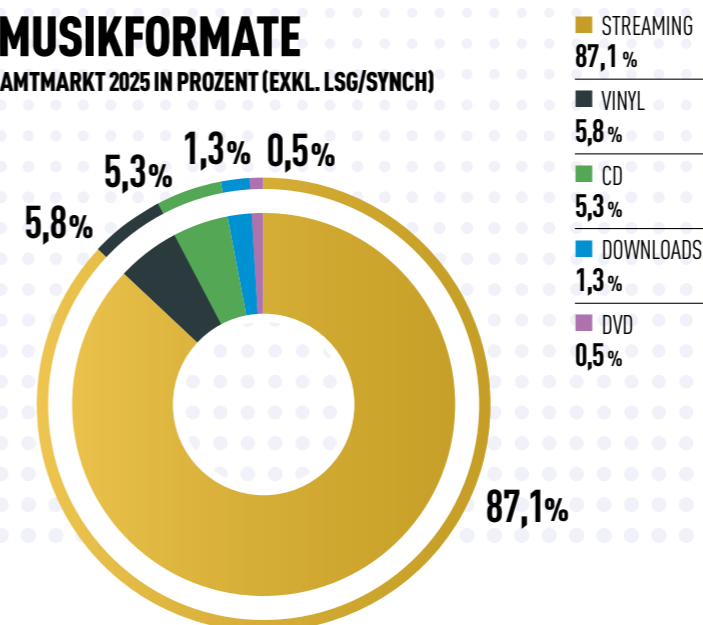
ÖSTERREICHISCHER MUSIKMARKT UMSATZ IN MILLIONEN EURO 2023 - 2025



UMSATZ DER EINZELNEN FORMATE UMSATZ IN MILLIONEN EURO 2025



ANTEIL MUSIKFORMATE ANTEILE AM GESAMTMARKT 2025 IN PROZENT (EXKL. LSG/SYNCH)



„Entgegen dem gesamtwirtschaftlichen Trend zur Stagnation blieb der österreichische Musikmarkt auch im Vorjahr auf Wachstumskurs. Dieses Ergebnis ist vor allem den Kreativen und Labels zu verdanken, die den Musikstandort Österreich tagtäglich vorantreiben. Auch der Ausblick ist positiv, vor allem weil der Streaming-Markt in Österreich noch über genügend Wachstumspotenzial verfügt. Damit sich dieses Potenzial voll entfalten kann, ist es wichtig, innovationsfreundliche und faire Rahmenbedingungen zu sichern und den Markt nicht durch übermäßige staatliche Eingriffe in seiner Dynamik zu bremsen. Unsere Aufgabe ist es, diese positive Entwicklung durch gezielte Förderungen und nachhaltige Strukturen weiter zu stärken.“

Franz Pleterski
 Präsident des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft

10 STREAMING-UMSATZ KNACKT DIE 200 MILLIONEN EURO MARKE

Streaming-Umsätze steigen um 9,2% auf 202,9 Millionen Euro
Rekord: 22 Milliarden Songs gestreamt
Streaming sorgt bereits für 87% aller heimischen Musikumsätze

Streaming-Abos knacken die 200 Millionen Euro Umsatz Marke - und zeigen einmal mehr, wie sehr sich der Musikkonsum in Österreich verändert hat. Während CDs über viele Jahre den Markt bestimmten, wird heute nahezu jeder Song über einen Streaming-Dienst abgespielt. Musik ist nicht mehr Besitz, sondern jederzeit verfügbarer Service.

Betrachtet man die historische Entwicklung der einzelnen Musik-Formate, sticht zunächst die über fast zwei Jahrzehnte sehr dominante Rolle der CD hervor. Seit 2013 ist Streaming in Riesenschritten auf dem Vormarsch. Parallel dazu entstand vor rund 15 Jahren der bis heute anhaltende Vinyl-Trend. Nach einer Übergangsphase (2010-2020) mit mehreren Formaten übernimmt Streaming heute eine ähnliche Rolle wie einst die CD. Streaming hat ab 2017 für eine Trendwende am Musikmarkt gesorgt und seither dem gesamten Markt einen Wachstumsschub gebracht.

MUSIK JEDERZEIT, ÜBERALL, UNBEGRENZT

Der Erfolg von Streaming-Plattformen wie Spotify, Apple Music, Amazon Music oder Deezer kommt nicht von ungefähr. Für Musikfans ist Streaming vor allem deshalb so attraktiv, weil es praktisch unbegrenzten Zugang zu Musik bietet. Millionen Songs, kuratierte Playlists für jede Stimmung,

Podcasts und Neuerscheinungen sind jederzeit verfügbar, egal ob am Smartphone, im Auto oder zu Hause über Smart Speaker - und das zu einem offenbar attraktiven Preis/Leistungs-Verhältnis.

Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Die Streaming-Umsätze legten 2025 um 9,2% auf 202,9 Millionen Euro zu. Streaming erreicht damit bereits einen Anteil 87% aller heimischen Musikumsätze und sorgt für den stärksten Wachstumsimpuls am Musikmarkt.

FAST 22 MILLIARDEN SONGS VON ÖSTERREICHISCHEN MUSIKFANS ABGERUFEN

Auch bei den gestreamten Songs wurde 2025 ein neuer Rekordwert erreicht: Fast 22 Milliarden Songs wurden von österreichischen Musikfans gestreamt - eine Steigerung von 3,8% gegenüber dem Jahr davor. >

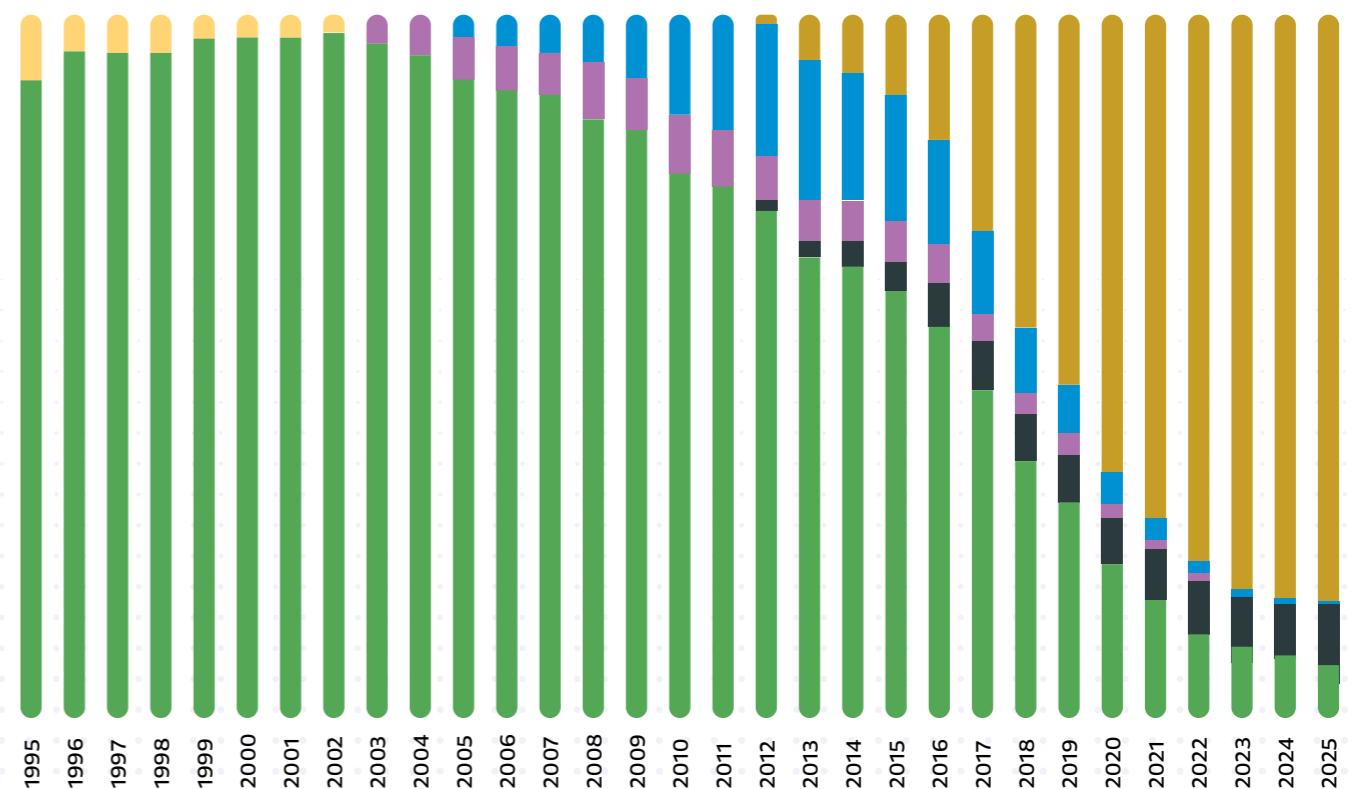
„Streaming hat der Musikbranche in den letzten Jahren nachhaltiges Wachstum zurückgebracht - davon profitieren heute alle Marktteilnehmer.“

Thomas Auböck
Geschäftsführer des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft

ÖSTERREICHISCHER MUSIKMARKT

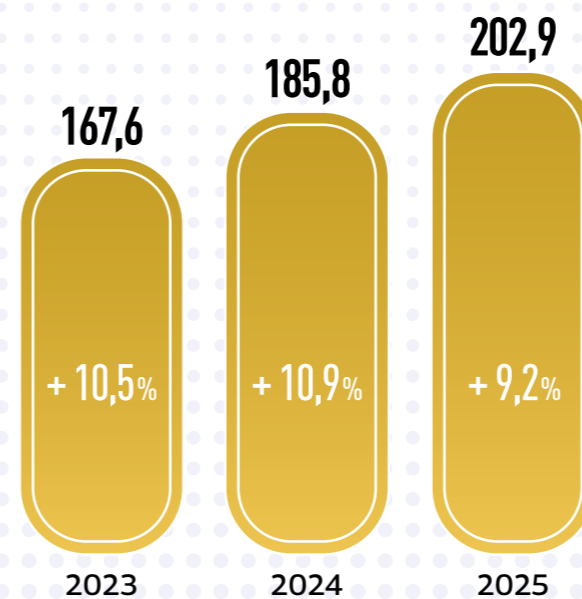
MARKTANTEILE EINZELNER FORMATE 1995-2025

CD MC VINYL MUSIK DVD DOWNLOADS STREAMING



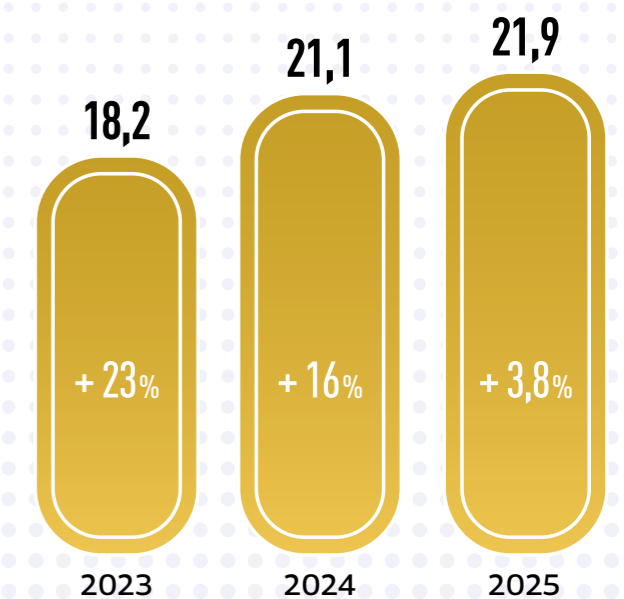
STREAMING

UMSATZ IN MILLIONEN EURO 2023 - 2025



STREAMING

ANZAHL GESTREAMTE SONGS IN MILLIARDEN 2023 - 2025



DIE EINNAHMEN-QUELLEN INNERHALB DES STREAMING-MARKTES

Der Löwenanteil von 88,8 Prozent des gesamten Streaming-Umsatzes wird über Premium-Abos wie etwa von Spotify, Apple Music, Amazon oder Deezer erwirtschaftet. Werbefinanzierte Streams machen nur 4,9 Prozent des Umsatzes aus, während 6,3 Prozent aus Videostreams stammen – vor allem über YouTube, das weltweit zu den größten Musikplattformen zählt. Das zeigt: Die Einnahmen kommen vor allem von zahlenden Abonnenten, nicht von Werbung.

ÖSTERREICHISCHE ACTS IM GLOBALEN STREAMING KONTEXT

Für österreichische Künstlerinnen und Künstler bietet Streaming große Chancen und Herausforderungen zugleich. Noch nie war es so einfach, Musik weltweit zu veröffentlichen und ein internationales Publikum zu erreichen. Im globalen digitalen Musikmarkt kann jeder Songs auf Plattformen hochladen, täglich kommen über 100.000 neue Tracks hinzu. Entsprechend hoch ist der Wettbewerb.

Karrieren entstehen heute oft direkt über Streaming und Social Media anstatt über klassische Kanäle wie Radio oder physische Verkäufe. Gleichzeitig ist die Konkurrenz international – österreichische Acts stehen im Wettbewerb mit globalen Superstars, und Sichtbarkeit in großen Playlists wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor.

Ein zusätzlicher Aspekt ist die Sprachwahl, da deutschsprachige Musik international oft weniger Reichweite erzielt als englischsprachige Produktionen. Viele Artists müssen daher strategisch entscheiden, welche Zielmärkte sie ansprechen wollen.

Trotz dieser Herausforderungen bleibt Streaming der zentrale Schlüssel für internationalen Erfolg. Wer es schafft, in Playlists präsent zu sein oder viral zu gehen, kann heute große Bekanntheit erlangen. Streaming hat den Zugang erleichtert, aber den Wettbewerb deutlich verschärft – es war nie einfacher Musik zu veröffentlichen, aber auch nie schwieriger, gehört zu werden.

TOP 10 GESTREAMTE ÖSTERREICHISCHE ARTISTS

- RAF Camora
- JJ
- Ely Oaks
- Abor & Tynna
- Seiler und Speer
- RIAN
- Pizzera & Jaus
- Melissa Naschenweng
- Die Draufgänger
- Folkshilfe

NISCHENMARKT DOWNLOADS

Trotz der Dominanz von Streaming gibt es weiterhin einen stabilen (wenn auch kleinen) Nischenmarkt für Musikdownloads. Hier erfüllen Musikfans ihr Bedürfnis nach dauerhaftem Besitz von Musik, unabhängig von Abos oder Plattformen. Darüber hinaus spricht der Downloadmarkt Sammler an, die ihre eigene digitale Musikbibliothek aufbauen und langfristig archivieren möchten.

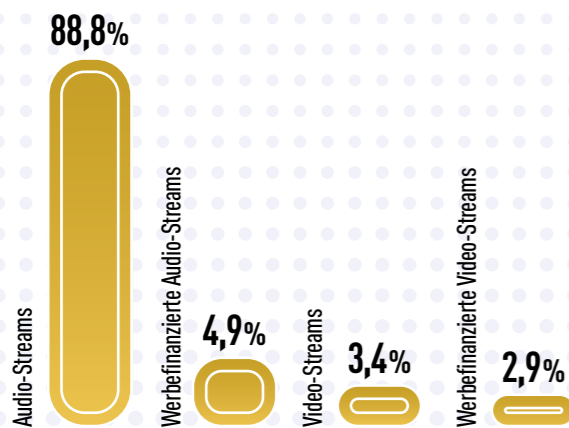
Insgesamt sind Musikdownloads heute kein Massenmarkt mehr, steuern aber immer noch drei Millionen Euro zum Musikmarkt bei.

DIE TOP 10 GESTREAMTEN SONGS 2025

PLATZ	TITEL	INTERPRET
1	WACKELKONTAKT	OIMARA
2	ORDINARY	ALEX WARREN
3	APT.	ROSÉ & BRUNO MARS
4	TAU MICH AUF	ZARTMANN
5	THE EMPTINESS MACHINE	LINKIN PARK
6	DIE WITH A SMILE	LADY GAGA & BRUNO MARS
7	GOLDEN	HUNTR/X, EJAE, AUDREY NUNA, REI AMI & KPOP DEMON HUNTERS CAST
8	AKON	JAZEEK
9	MESSY	LOLA YOUNG
10	SHOW ME LOVE	WIZTHEMC & BEES & HONEY

STREAMING EINNAHMEN NACH FORMATEN

PROZENT-ANTEILE AM ÖSTERREICHISCHEN STREAMING-MARKT 2025



DOWNLOADS

UMSATZ IN MILLIONEN EURO 2023 - 2025

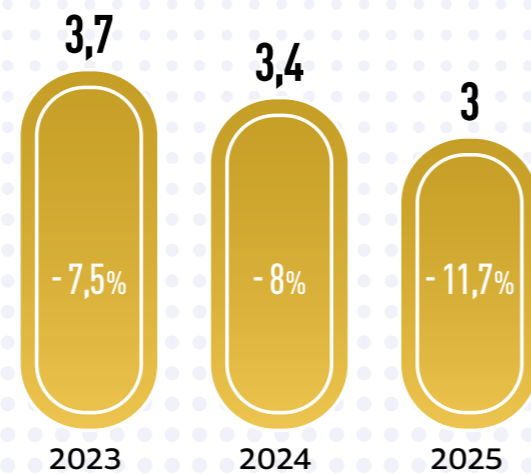


Foto: Freepik

14

VINYL-SCHALLPLATTEN ÜBERHOLEN CDS

Umsatz mit Vinyl-Schallplatten steigt auf 13,3 Millionen Euro
 Vinyl schlägt CD: Das Comeback des „schwarzen Goldes“
 „The Life Of A Showgirl“ von Taylor Swift meist verkaufte CD und Vinyl-Schallplatte

Die Schallplatte ist zurück – und wie. Was lange als nostalgisches Nischenprodukt galt, hat sich endgültig zum Wachstumstreiber im physischen Musikmarkt entwickelt: Mit einem Umsatz von 13,3 Millionen Euro (+1,5 %) zieht Vinyl in Österreich erstmals seit rund 25 Jahren wieder an den CD-Silberlingen vorbei.

Der Vinyl-Boom ist kein kurzfristiger Trend, sondern das Ergebnis einer Entwicklung, die vor etwa 15 Jahren begonnen hat und seither kontinuierlich an Fahrt gewinnt. Labels bedienen die steigende Nachfrage nicht nur mit aktuellen Releases von Superstars wie Taylor Swift, Billie Eilish oder Linkin Park, sondern auch mit aufwendig kuratierten Wiederveröffentlichungen: Klassiker von Pink Floyd, Nirvana oder Falco finden ebenso ihren Weg zurück in die Charts wie lange verschollene Aufnahmen und liebevoll restaurierte Katalogtitel.

Doch warum greifen Musikfans im Streaming-Zeitalter zur Platte? Vinyl ist mehr als nur ein Tonträger – es ist ein Ritual. Das Auflegen, das große Artwork, das bewusste Hören ohne Skip-Button: All das schafft eine intensivere Verbindung zur Musik. Dazu kommt der warme, analoge Klang, den viele als authentischer empfinden als digitale Formate. Für Sammler spielt zudem der Besitz eine zentrale Rolle. Eine Schallplatte ist ein Objekt, das man ins Regal stellt und langfristig aufbewahrt – ganz anders als ein flüchtiger Stream.

Auch die Aufmachung der Produkte hat sich verändert: Hochwertige Deluxe-Editionen, limitierte Pressungen und aufwendig gestaltete Boxsets

mit Bonusmaterial, Booklets, Postern oder unveröffentlichten Aufnahmen machen Vinyl zum begehrten Premiumprodukt. Gerade in Zeiten unbegrenzter digitaler Verfügbarkeit wächst der Wunsch nach einem greifbaren und hochwertig anmutenden Produkt.

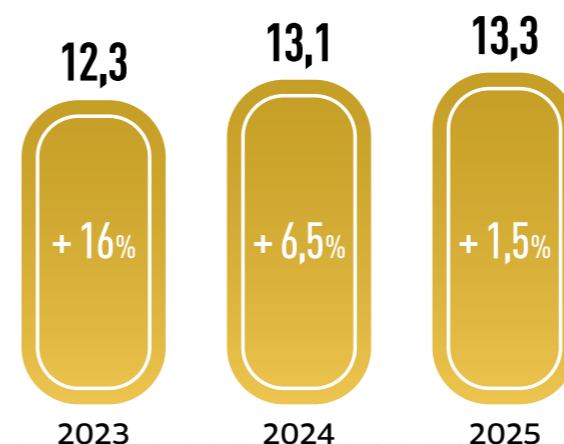
Der CD-Umsatz ist im letzten Jahr zwar auf 12,4 Millionen Euro (-14,5%) gesunken, doch verschwunden sind die Silberscheiben noch lange nicht. In bestimmten Genres – etwa Schlager, Volksmusik, bei etablierten Pop-Acts oder in der Klassik – bleibt sie relevant. So schafft es etwa das Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker regelmäßig auf Platz 1 der österreichischen Albumcharts – ein bemerkenswerter Erfolg für ein Klassikalbum. Auch heimische Acts wie Rainhard Fendrich, Melissa Naschenweng, Seiler und Speer oder die Nockis sind weiterhin starke CD-Verkäufer.

In Summe bringen es physische Tonträger – also Vinyl, CDs und Musik-DVDs – auf rund 27 Millionen Euro Umsatz. Damit präsentiert sich der physische Musikmarkt in Österreich zwar rückläufig, die starke Performance der Vinyl-Schallplatten kann das Minus jedoch auf 7,2% abfedern. Trotz Spotify & Co. wird immer noch mehr als jeder zehnte Euro im Musikmarkt für etwas ausgegeben, das man anfassen kann – und immer öfter ist das eine Schallplatte.

Gleichzeitig zeigt sich die klare Dominanz der digitalen Musikformate: 88 Prozent der Umsätze entfallen inzwischen auf Streaming und Downloads, während physische Formate noch 12 Prozent ausmachen.

VINYL-SCHALLPLATTEN

UMSATZ IN MILLIONEN EURO 2023 - 2025

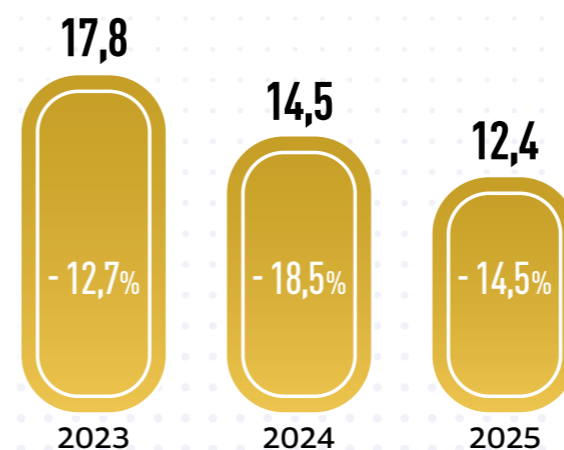


TOP 10 VINYL-SCHALLPLATTEN 2025

PLATZ	TITEL	INTERPRET
1	THE LIFE OF A SHOWGIRL: IT'S BEAUTIFUL EDITION	TAYLOR SWIFT
2	HIT ME HARD AND SOFT	BILLIE EILISH
3	FROM ZERO	LINKIN PARK
4	MAN'S BEST FRIEND	SABRINA CARPENTER
5	THE SOUND OF MUSIK	FALCO
6	DARK SIDE OF THE MOON	PINK FLOYD
7	GNX	KENDRICK LAMAR
8	PINK FLOYD AT POMPEII - MCMLXXII	PINK FLOYD
9	NEVERMIND	NIRVANA
10	HYBRID THEORY	LINKIN PARK

MUSIK-CDs

UMSATZ IN MILLIONEN EURO 2023 - 2025

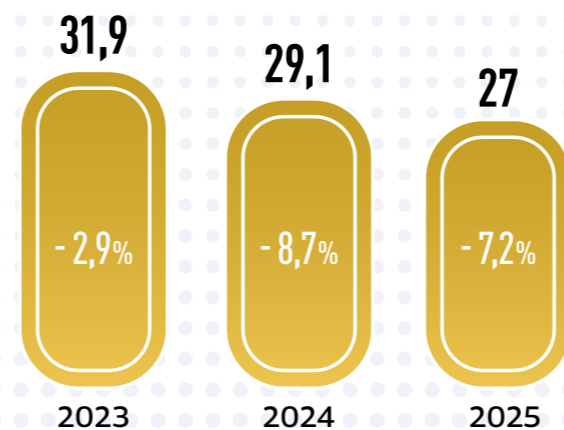


TOP 10 CDs 2025

PLATZ	TITEL	INTERPRET
1	THE LIFE OF A SHOWGIRL: IT'S BEAUTIFUL EDITION	TAYLOR SWIFT
2	WIMPERNSCHLAG	RAINHARD FENDRICH
3	KARMA (KARMA VERSION)	STRAY KIDS
4	ALPENBARBIE	MELISSA NASCHENWENG
5	GLÜCKSMOMENTE	NOCKIS
6	NEUJAHRSKONZERT 2025	RICCARDO MUTI / WIENER PHILHARMONIKER
7	SKZ IT TAPE ,DO IT'	STRAY KIDS
8	HÖDN	SEILER UND SPEER
9	FROM ZERO	LINKIN PARK
10	GOD OF ANGELS TRUST	VOLBEAT

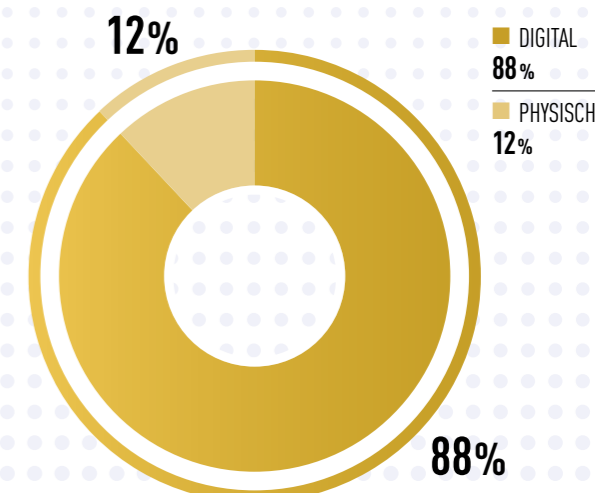
PHYSISCHE TONTRÄGER (CD, MUSIK-DVD, VINYL)

UMSATZ IN MILLIONEN EURO 2023 - 2025



ANTEIL MUSIKFORMATE

PROZENT-ANTEIL AM GESAMTMARKT 2025



16 ÖSTERREICHS MUSIKGESCHMACK 2025: POP/ROCK DOMINIERT

Pop/Rock baut Führung weiter aus – klare Trends bei Alben und Singles
Schlager, Rap/HipHop/Urban und Electronic/Dance verlieren an Boden
Taylor Swift und heimische Acts stark in den Alben-Jahrescharts

Österreichs Musikfans setzen weiterhin auf vertraute Klänge – doch die Gewichte verschieben sich. Ein Blick auf die Ö3 Austria Top 40 Verkaufscharts 2025 zeigt: Pop/Rock bleibt das Maß aller Dinge und konnte seine ohnehin dominante Stellung sogar noch weiter ausbauen. Gleichzeitig verlieren der Schlager, Rap/HipHop/Urban und Electronic/Dance an Boden.

Vor allem im Altbereich führt kein Weg an Pop/Rock vorbei: Mit beeindruckenden 68 Platzierungen unter den Top 100 meistverkauften Alben liegt das Genre klar vorne – fünf mehr als noch im Jahr zuvor. Rap/HipHop/Urban folgt mit 20 Platzierungen, während der Schlager mit nur noch fünf Alben deutlich an Terrain verloren hat – halb so viele wie 2024. Trotz der traditionell starken Verankerung am heimischen Musikmarkt gerät der Schlager 2025 ins Hintertreffen. Auch bei den Singles zeigt sich ein ähnliches Bild: 60 Songs aus dem Pop/Rock-Bereich finden sich in den Top 100 – ein Plus von acht Titeln im Vergleich zum Vorjahr. Dahinter platzieren sich Electronic/Dance mit 21 Songs sowie Rap/HipHop/Urban mit 19 Tracks. Während elektronische Musik und Urban leicht rückläufig sind, unterstreicht Pop/Rock seinen Status als unangefochtener Publikumsliebhaber.

„The Life Of A Showgirl“ von Taylor Swift war das erfolgreichste Album des Jahres 2025. Internationale Größen wie Billie Eilish, Linkin Park, Bad Bunny oder Sabrina Carpenter prägen die weiteren Spitzenplätze.

Auch heimische Acts behaupten sich eindrucksvoll im internationalen Umfeld: Rainhard Fendrich sowie Seiler und Speer sichern sich Plätze in den Top 10 der meistverkauften Alben und beweisen damit, dass österreichische Produktionen vor allem im Alben-Segment weiterhin eine starke Rolle spielen.

STREAMS ÖSTERREICHISCHER MUSIK NACH GENRES

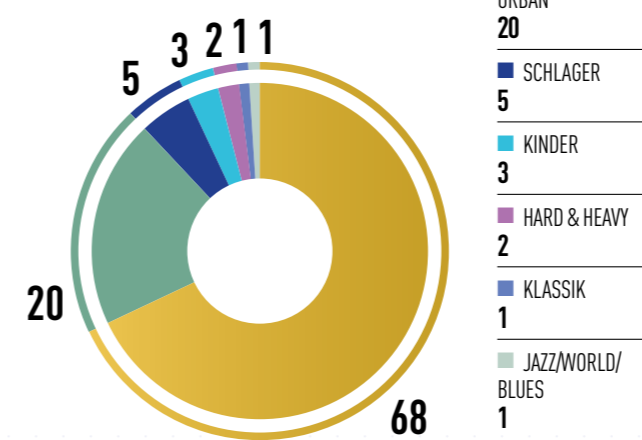
Von allen österreichischen Produktionen, die hierzulande 2025 über Streaming-Abos abgerufen wurden, sind 48,5% dem Genre deutschsprachiger Pop zuzuordnen. An zweiter Stelle liegt Rap/HipHop/Urban mit 19,6%, gefolgt von Electronic/Dance mit 11,9%, Schlager/Volksmusik mit 8,6% und englischsprachiger Pop mit 8,1%. Deutschsprachiger Rock kommt auf 2,2%, Rock englischsprachig auf 0,9% und Jazz/World/Blues auf 0,2%.

TOP-GENRES ÖSTERREICHISCHER VINYL- UND CD-PRODUKTIONEN

Von allen österreichischen Produktionen, die von heimischen Musikfans 2025 in Form von physischen Produkten gekauft wurden, sind 48% dem Genre deutschsprachiger Pop zuzuordnen. An zweiter Stelle liegt Schlager/Volksmusik mit 24,8%, gefolgt von englischsprachigem Pop und Rock mit jeweils 7,8%, Rap/HipHop/Urban mit 6,1%, deutschsprachigem Rock mit 2,3%, Jazz/World/Blues mit 2,1% und Electronic/Dance mit 1,1%.

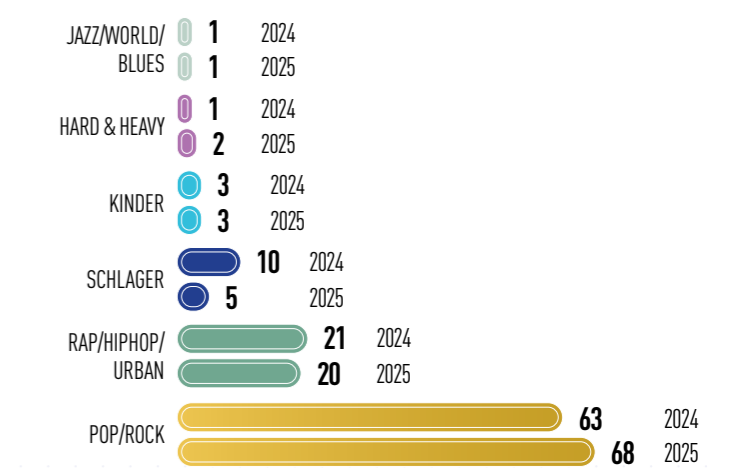
ANTEIL GENRES ALBEN

PLATZIERUNGEN IN ALBEN TOP 100 VERKAUFSCHARTS 2025



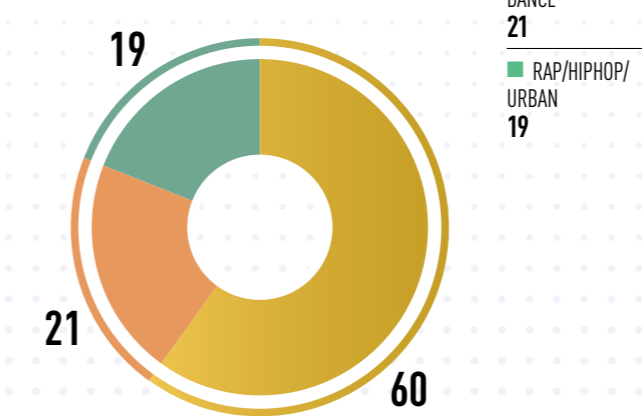
TREND ANTEIL GENRES ALBEN

PLATZIERUNGEN IN ALBEN TOP 100 VERKAUFSCHARTS 2024-2025



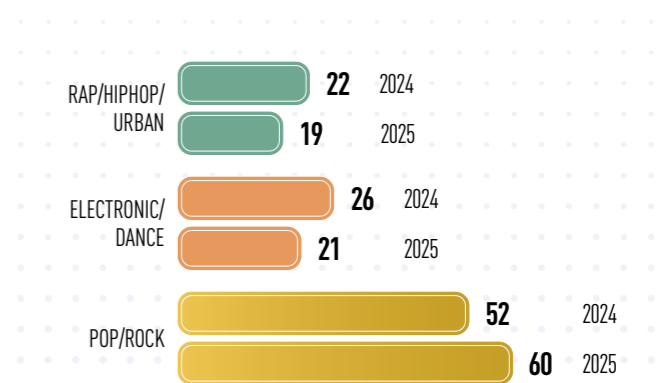
ANTEIL GENRES SINGLES

PLATZIERUNGEN IN SINGLES TOP 100 VERKAUFSCHARTS 2025

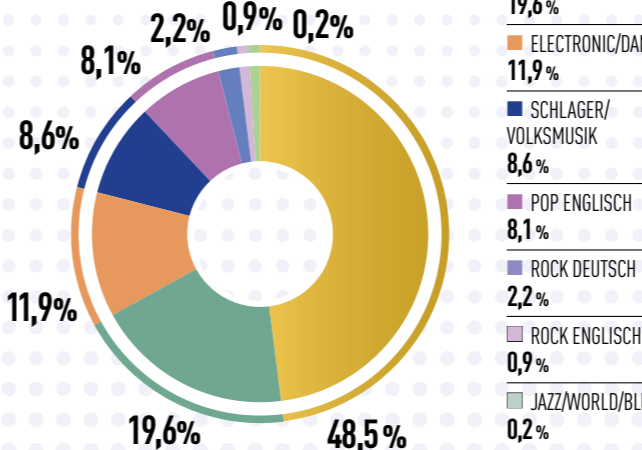


TREND ANTEIL GENRES SINGLES

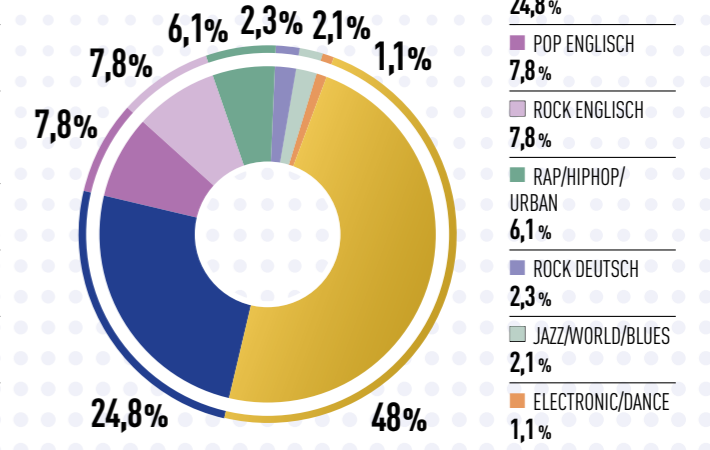
PLATZIERUNGEN IN SINGLES TOP 100 VERKAUFSCHARTS 2024-2025



ÖSTERREICHISCHE PRODUKTIONEN ANTEIL DER GENRES AM STREAMING MARKT 2025



ÖSTERREICHISCHE PRODUKTIONEN ANTEIL DER GENRES AM PHYSISCHEN MARKT 2025



18 REKORDJAHR FÜR DIE VERWERTUNGS- GESELLSCHAFT LSG

LSG erwirtschaftet 35,7 Millionen Euro für Muskschaffende und Labels
Wichtigste Einnahmequelle neben „Recorded Music Market“
LSG fördert österreichische Musikproduktionen

Die LSG ist gemeinsame Verwertungsgesellschaft der Muskschaffenden und Labels und hat 2025 ein neues Rekordergebnis erzielt: Mit Lizenzeinnahmen von 35,7 Millionen – ein Plus von 7,2% – unterstreicht sie ihre zentrale Rolle als wirtschaftliches Rückgrat der heimischen Musikbranche. Die Tantiemenausschüttungen der LSG stellen neben dem klassischen Recorded-Music-Markt eine der wichtigsten Einnahmequellen dar.

Die Erlöse werden zu gleichen Teilen an Muskschaffende und Labels ausgeschüttet und tragen maßgeblich zur finanziellen Stabilität sowie zur kulturellen Vielfalt in Österreich bei. Den größten Anteil der Einnahmen erzielte 2025 die Sendevergütung (40,5%), gefolgt von der öffentlichen Wiedergabe – etwa in Gastronomie, Hotellerie und Handel – mit 31,5 Prozent sowie der Speichermedienvergütung (19%).

TREUHÄNDERIN FÜR 5.000 LABELS UND 20.000 MUSIKSCHAFFENDE

Als Treuhänderin für rund 5.000 Labels und 20.000 Künstlerinnen und Künstler sorgt die LSG für den Abschluss von Lizenzverträgen, für das Inkasso von Lizenzgebühren und die nutzungsbezogene Verteilung der Einnahmen. Grundlage dafür sind jährlich über 20 Millionen ausgewertete Sendeminuten aus Radio- und TV-Programmen.

GEZIELTE FÖRDERUNGEN FÜR ÖSTERREICHISCHE MUSIKPRODUKTIONEN

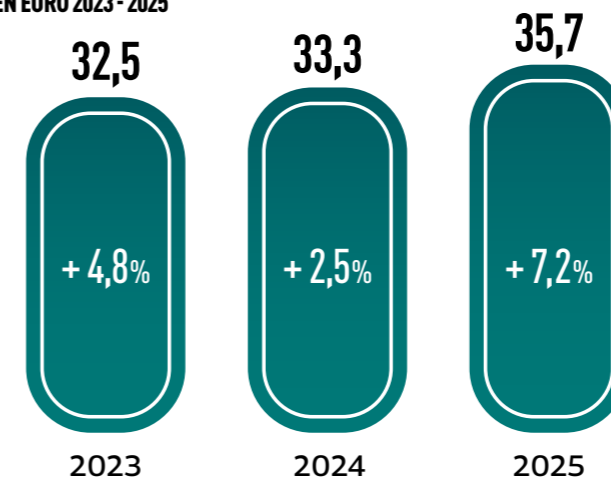
Über ihre Kernaufgabe hinaus investiert die LSG gezielt in die Zukunft der österreichischen Musik. 2025 flossen über 500.000 Euro in nicht rückzahlbare Zuschüsse für heimische Musikproduktionen, einem der Kernbereiche der Förderaktivitäten. Um Anreize zu schaffen, den Frauen- und Diversity Anteil bei österreichischen Musikproduktionen zu erhöhen, gibt es die Möglichkeit einer „Gender & Diversity“ Zusatzförderung.

PRODUKTIONS-FÖRDERUNGEN 2025

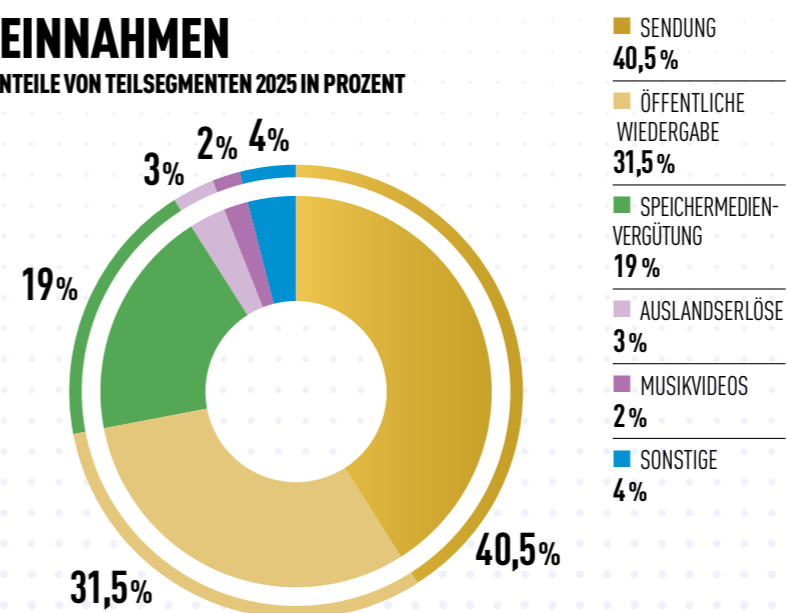
Die Förderprogramme der LSG-Produzenten sind bewusst niederschwellig gestaltet und umfassen neben dem Kernbereich der Produktionsförderungen auch Nachwuchs-, Weiterbildungs- und Exportförderung bis hin zu Unterstützungen von Veranstaltungen sowie Markt- und Grundlagenforschung. Ziel dieser Förderungen ist es, Produktions- und Vermarktungstätigkeit in Österreich zu stärken, Labels zu stabilisieren und Arbeitsplätze langfristig zu sichern. Finanziert werden diese Förderaktivitäten aus dem Kulturfonds der LSG-Produzenten, der sich aus Einnahmen der Speichermedienvergütung speist und diese Einnahmen damit gezielt in die Weiterentwicklung der heimischen Musiklandschaft reinvestiert.“

Foto: IFPI Austria

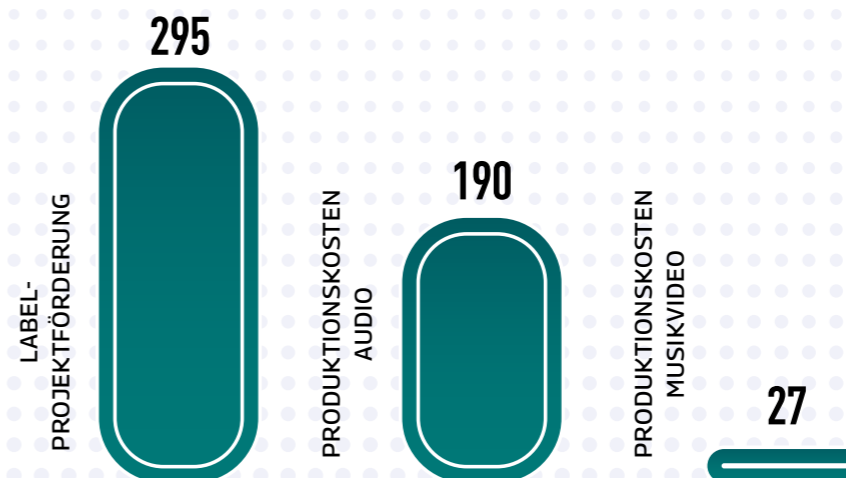
LSG-EINNAHMEN IN MILLIONEN EURO 2023 - 2025



LSG-EINNAHMEN UMSATZANTEILE VON TEILSEGMENTEN 2025 IN PROZENT



PRODUKTIONS-FÖRDERUNGEN AUS DEM LSG-KULTURFONDS 2025 IN 1000 EURO



„Dieses Rekordergebnis zeigt, wie essenziell eine funktionierende Rechtewahrnehmung für die Musikbranche ist. Die LSG sichert Einkommen, schafft Planungssicherheit und stärkt damit nachhaltig den Musikstandort Österreich.“

Thomas Auböck
Geschäftsführer LSG-Produzenten

20

WELTWEITER MUSIKMARKT WÄCHST UM 6,4%

31,7 Milliarden US-Dollar Gesamtumsatz zu Handelspreisen
837 Millionen Nutzer von Streaming-Abos rund um den Globus
Umsätze mit Musikaufnahmen in allen Regionen der Welt gestiegen

Der internationale Musikmarkt setzte seinen Wachstumskurs fort und erzielte laut „Global Music Report 2026“ im Jahr 2025 einen Gesamtumsatz von 31,7 Milliarden US-Dollar zu Handelspreisen, ein Plus von 6,4% gegenüber 2024. Die Nutzung kostenpflichtiger Streaming-Dienste war erneut der wichtigste Wachstumstreiber. Die Einnahmen aus diesem Format stiegen um 8,8% und machen 52,4% des weltweiten Umsatzes aus. Aktuell gibt es 837 Millionen Nutzer von Streaming-Abonnements.

Physische Tonträger verzeichneten ein Umsatzplus von 8%, getragen durch die anhaltende Nachfrage der Musikliebhaber nach haptischen Musikerlebnissen und einem Anstieg der Vinyl-Verkäufe um 13,7%. Die von Verwertungsgesellschaften inkassierten Lizenzeinnahmen erreichten im Jahr 2025 2,9 Milliarden US\$, ein leichtes Plus von 0,3%.

MUSIKLABELS WEISEN IM UMGANG MIT KI DEN WEG IN DIE ZUKUNFT

Die Musikwirtschaft steht an der Spitze der nächsten Generation von KI-Innovationen. Der Global Music Report beschreibt das Engagement der Branche bei der Entwicklung von neuen Musiklizenzmodellen, um zusätzliche Einnahmequellen für die Musikbranche zu schaffen. Ziel ist ein ausgewogenes Ökosystem, in dem technologische Innovation und menschliche Kreativität einander ergänzen.

HERAUSFORDERUNGEN DURCH STREAMING-BETRUG

Gleichzeitig steht die Branche vor wachsenden Herausforderungen durch Streaming-Betrug. Künstlich erzeugte Plays von manipulierten oder gefälschten Songs führen dazu, dass der Musikbranche Einnahmen entgehen. Zwar gehen Musikfirmen bereits entschieden gegen solche Praktiken vor, doch fordern sie auch alle Akteure entlang der gesamten Streaming-Wertschöpfungskette auf, betrügerische Aktivitäten konsequent zu bekämpfen.

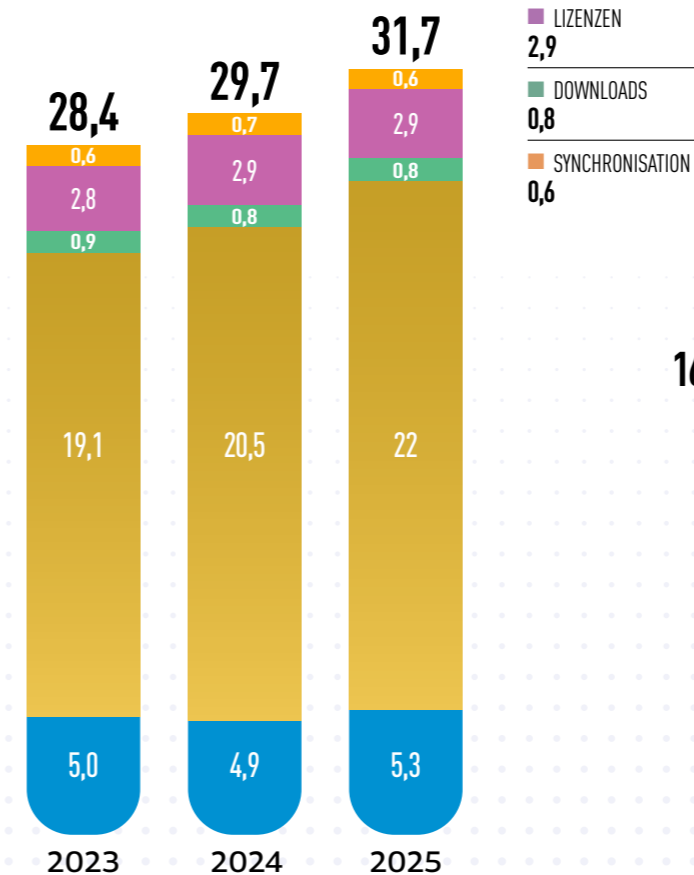
ZUWÄCHSE AUF ALLEN KONTINENTEN

Angetrieben vom Erfolgslauf des Musik-Streamings gab es in allen weltweiten Regionen Wachstum, in einigen sogar im zweistelligen Prozentbereich.

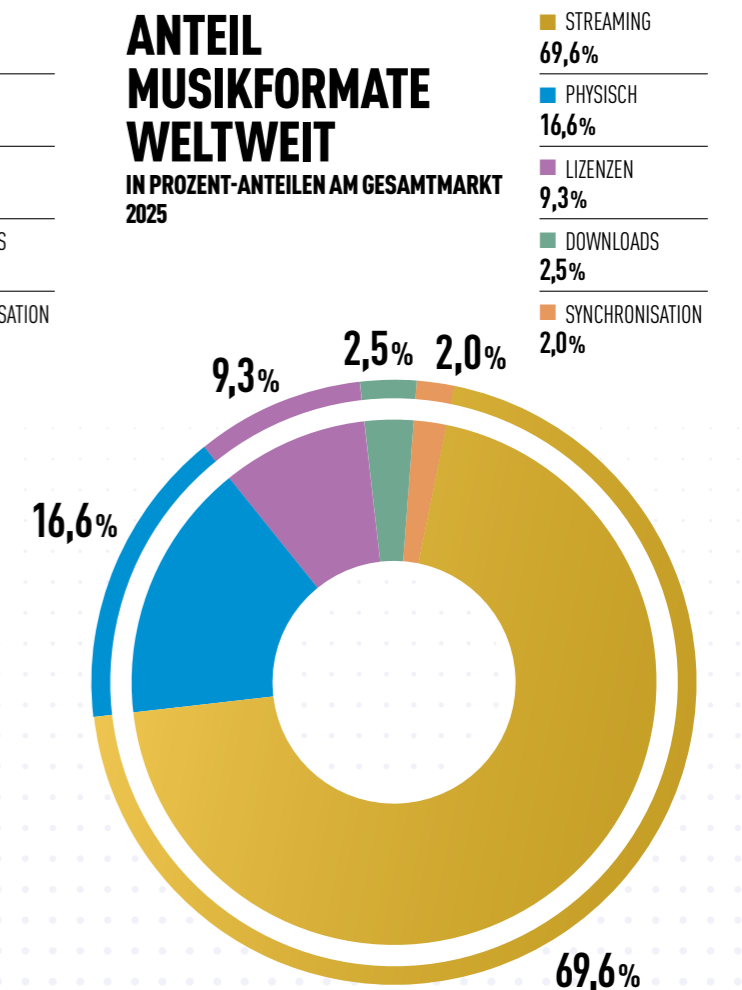
„Hervorragende Musik von talentierten Artists, unterstützt durch Partnerschaften und Investitionen der Labels, treibt das weltweite Wachstum an. Das sorgt nicht nur für steigende Einnahmen, sondern ermöglicht auch verstärkte Investitionen in vielfältige Musikproduktionen weltweit.“

Victoria Oakley
CEO IFPI International

UMSATZ DER EINZELNEN FORMATE WELTWEIT IN MILLIARDEN US-DOLLAR 2023 - 2025



ANTEIL MUSIKFORMATE WELTWEIT IN PROZENT-ANTEILEN AM GESAMTMARKT 2025



TOP 10 SINGLES WELTWEIT 2025

PLATZ	TITEL	INTERPRET
1	APT.	ROSÉ & BRUNO MARS
2	GOLDEN	HUNTR/X
3	ORDINARY	ALEX WARREN
4	DIE WITH A SMILE	LADY GAGA, BRUNO MARS
5	BEAUTIFUL THINGS	BENSON BOONE
6	BIRDS OF A FEATHER	BILLIE EILISH
7	LOSE CONTROL	TEDDY SWIMS
8	LUTHER	KENDRICK LAMAR, SZA
9	THAT'S SO TRUE	GRACIE ABRAMS
10	NOT LIKE US	KENDRICK LAMAR

TOP 10 ALBEN WELTWEIT 2025

PLATZ	TITEL	INTERPRET
1	THE LIFE OF A SHOWGIRL	TAYLOR SWIFT
2	I'M THE PROBLEM	MORGAN WALLLEN
3	KPOP DEMON HUNTERS	KPOP DEMON HUNTERS
4	DEBÍ TIRAR MÁS FOTOS	BAD BUNNY
5	SHORT N' SWEET	SABRINA CARPENTER
6	KARMA	STRAY KIDS
7	SOS	SZA
8	HIT ME HARD AND SOFT	BILLIE EILISH
9	MAYHEM	LADY GAGA
10	10	MRS. GREEN APPLE

ZAHLEN NACH REGIONEN

USA & KANADA:

+ 3,5%

Die weltweit größte Musikmarkt-Region erreichte einen Anteil von 38,7% am globalen Umsatz und trug über 400 Millionen US-Dollar zum globalen Wachstum am Musikmarkt bei. Die USA - der größte Musikmarkt weltweit - verzeichnete ein Wachstum von 3,3%.

EUROPA:

+ 5,6%

Europa behauptete seine Position als zweitgrößte Region und steigerte seinen Umsatz 2025 um 5,6%. Europa erzielte das zweithöchste Umsatzwachstum aller Regionen, trug über 500 Millionen US-Dollar zum Wachstum bei und machte 30,4% des globalen Umsatzes aus. Die drei größten Märkte der Region verzeichneten 2025 allesamt ein Plus: Großbritannien (+4,8%), Deutschland (+1,7%) und Frankreich (+3,7%). Der österreichische Musikmarkt performte mit einem Plus von 6,5% überdurchschnittlich gut.

ASIEN:

+ 10,9%

Asien verzeichnete 2025 ein starkes Wachstum mit einem zweistelligen Plus von 10,9%. Die Region blieb der größte Markt für physische Tonträger und trug 2025 45,1% zum weltweiten Umsatz mit physischen Tonträgern bei. Japan, der zweitgrößte Markt der Welt, kehrte 2025 auf den Wachstumspfad zurück (+8,9%), während China Deutschland überholte und mit einem starken Umsatzwachstum von 20,1% zum viertgrößten Markt weltweit aufstieg.

**ANGETRIEBEN VOM
ERFOLGSLAUF DES
MUSIK-STREAMINGS GAB ES
IN ALLEN WELTWEITEN
REGIONEN WACHSTUM.**

LATEINAMERIKA:

+ 17,1%

Lateinamerika erzielte im 16. Wachstumsjahr in Folge ein Plus von 17,1%. Streaming blieb der wichtigste Wachstumstreiber und machte 88,1% der Umsätze in der Region aus. Brasilien verzeichnete ein Wachstum von 14,1% und kletterte damit im globalen Ranking um einen Platz auf Rang 8 nach oben. Mexiko steigerte seine Einnahmen um 13,3% und wurde zum zehntgrößten Musikmarkt.

SUB-SAHARA AFRIKA:

+ 15,2%

Auch in der Region Subsahara-Afrika stiegen die Einnahmen aus Musikaufnahmen um 15,2% auf 120 Millionen US-Dollar. Südafrika blieb der größte Markt und trug mit 78,1% zu den regionalen Einnahmen bei, was einem Wachstum von 12,9% 2025 entspricht.

MITTLERER OSTEN UND NORDAFRIKA:

+ 15,2%

Der Nahe Osten und Nordafrika (MENA) war die am zweit-schnellsten wachsende Region und verzeichnete 2025 einen Umsatzanstieg um 15,2%. Streaming blieb der dominierende Markt in der Region und machte 97,5% der Gesamteinnahmen aus.

AUSTRALASIEN:

+ 1,5%

Die Einnahmen in dieser Region erreichten 623 Millionen US-Dollar und wuchsen 2025 um 1,5%. Australien steigerte seine Einnahmen um 1,2%, fiel jedoch im globalen Ranking um zwei Plätze auf Rang 13 zurück. Neuseeland steigerte seine Einnahmen um 3% und trug 15,2% zu den regionalen Einnahmen bei.

24

„Ö3 AUSTRIA TOP 40“ MIT NEUEM SENDEPLATZ UND EIGENEM PODCAST

IFPI Austria und Ö3 verlängern Zusammenarbeit um drei Jahre
Neuer Sendezeit auf Ö3 am Montag ab 22.00 Uhr
Neuer Ö3 Austria Top 40 Podcast gestartet

Die „Ö3 Austria Top 40“ sind seit vielen Jahrzehnten das zentrale Erfolgsbarometer der österreichischen Musikbranche im Hitradio Ö3 und Österreichs einzige offizielle Hitparade. Die langjährige Zusammenarbeit zwischen IFPI Austria und Ö3 wurde um weitere drei Jahre verlängert.

NEUER SENDEPLATZ FÜR DIE Ö3 AUSTRIA TOP 40 CHARTS-SHOW

Seit 8. September 2025 ist die Ö3-Charts-Show – Österreichs meistverkaufte Hits im Countdown – bereits am Montag ab 22.00 Uhr auf Ö3 zu hören, abwechselnd moderiert von Jana Petrik und Martin Ziniel. Woche für Woche entsteht hier aus allem, was Musikfans bewegt – von Streaming und Downloads bis hin zu CDs und Vinyl – das Ranking der erfolgreichsten Songs und Alben. Damit sind die Charts ein unverzichtbares Erfolgsbarometer und zeigen, welche Hits Millionen von Menschen im Land gerade feiern.

NEUER „Ö3 AUSTRIA TOP 40 PODCAST“ BELEUCHTET CHARTS NOCH INTENSIVER

Der neue „Ö3 Austria Top 40 Podcast“ berichtet noch detaillierter über die aktuellen Charts – was sind die großen Trends, wer sind die überraschenden Neueinsteiger, die Auf- und Absteiger der Woche? Außerdem gibt es einen Blick in die Ö3

Austria Top 40 Albumcharts, Neuvorstellungen der Woche, historische musikalische Rückblicke aus der Geschichte der Ö3 Austria Top 40, welche Acts aus Österreich in den Charts sind und anlassbezogene Schwerpunkte.

AUSTRIAN ARTISTS CHARTS: MONATLICH NEU IN DEN Ö3 AUSTRIA TOP 40

Und es gibt weitere Neuerungen für die Fans aktueller Charts-Musik: Jeden Monat werden die seit letztem Jahr eigens ermittelten speziellen Österreich-Charts „Austrian Artists Charts“ in die Ö3 Austria Top 40 und in das Ö3-Pop-Magazin (Mittwoch 22-24 Uhr) integriert.

DIE ERFOLGREICHSTEN SINGLES UND ALBEN DER „AUSTRIAN ARTISTS CHARTS“

Die „Austrian Artist Charts“ – die Österreich-Wertung der Ö3 Austria Top 40-Verkaufscharts – wird bei den Singles von „Connected“ von RAF Camora & Reezy angeführt, gefolgt von JJ's ESC-Gewinner-Song „Wasted Love“ und „Running Around“ von Ely Oaks. Bei den Alben aus Österreich führt Rainhard Fendrich mit „Wimpernschlag“ die Liste an, Platz 2 geht an Seiler und Speer mit „Hödn“ und Platz 3 an Melissa Naschenweng mit ihrem Album „Alpenbarbie“.



ÖSTERREICH
EINZIGE OFFIZIELLE
VERKAUFS-HITPARADE.

Ö3-Senderchef Michael Pauser: „Für uns bei Ö3 sind die Ö3 Austria Top 40 weit mehr als ein Ranking: Sie geben internationalen aber vor allem jetzt auch heimischen Künstlerinnen und Künstlern noch mehr Sichtbarkeit, schaffen Orientierung für die Branche und sind ein starkes Signal für die Vielfalt an Musik. Gemeinsam mit der IFPI werden wir diese Erfolgsgeschichte mit Qualität, Transparenz und Nähe zum Publikum weiterführen.“

Franz Pleterski, Präsident des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft IFPI Austria: „Seit Jahrzehnten sind die österreichischen Charts ein verlässlicher Spiegel unserer Musikkultur. Mit den neuen Austrian Artists Charts und dem Ö3 Austria Top 40 Podcast schlagen wir nun ein aufregendes neues Kapitel auf – näher an den Künstlerinnen und Künstlern und Fans als je zuvor.“

Die wöchentlichen Charts sind eine lange Ö3-Tradition. Die Hitparade ist schon seit der Gründung 1967 fixer Bestandteil des Ö3-Programms. Seit Jänner 1990 bilden die Ö3-Charts die wöchentlich meist verkauften Musikproduktionen (in der Singlewertung) ab und seit September 1995 die allseits bekannten „Ö3 Austria Top 40“. Die Auswertung erfolgt im Auftrag des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft IFPI Austria durch GfK Entertainment und unterliegt einem festgeschriebenen Regulativ, das sich an internationalen Standards orientiert. Das Regelwerk ist auf www.austriatop40.at nachzulesen.

TOP 10 SINGLES-VERKAUFSCHARTS 2025 AUSTRIAN ARTISTS

PLATZ	INTERPRET	TITEL
1	RAF CAMORA & REEZY	CONNECTED
2	JJ	WASTED LOVE
3	ELY OAKS	RUNNING AROUND
4	ABOR & TYNNA	BALLER
5	SEILER UND SPEER	IN ANA AUNDAN SPROCH
6	RIAN	HAUSPARTY
7	PIZZERA & JAUS	ZWEIFELTURM
8	FOLKSHILFE	WEIT WEG
9	DIE DRAUFGÄNGER & PIETRO BASILE	GIANNA
10	LAURENZ NIKOLAUS	DU BIST WIE

TOP 10 ALBEN-VERKAUFSCHARTS 2025 AUSTRIAN ARTISTS

PLATZ	INTERPRET	TITEL
1	RAINHARD FENDRICH	WIMPERNSCHLAG
2	SEILER UND SPEER	HÖDN
3	MELISSA NASCHENWENG	ALPENBARBIE
4	RAF CAMORA	FOREVER
5	NOCKIS	GLÜCKSMOMENTE
6	RICCARDO MUTI / WIENER PHILHARMONIKER	NEUJAHRSKONZERT 2025
7	EDMUND	LEGENDE
8	MOLDEN RESETARITS	LIVE IM STADTSAAL
	SOYKA WIRTH	
9	FOLKSHILFE	BUNT
10	THORSTEINN EINARSSON	TEARDROPS & CONFETTIGUNS

Ö3 AUSTRIA TOP 40 SINGLES UND ALBEN CHARTS

SINGLES-CHARTS 2025

P	TITEL - INTERPRET
1	WACKELKONTAKT — OIMARA
2	ORDINARY — ALEX WARREN
3	APT. — ROSÉ & BRUNO MARS
4	TAU MICH AUF — ZARTMANN
5	THE EMPTINESS MACHINE — LINKIN PARK
6	GOLDEN — HUNTR/X, EJAE, AUDREY NUNA, REI AMI & KPOP DEMON HUNTERS CAST
7	MESSY — LOLA YOUNG
8	DIE WITH A SMILE — LADY GAGA & BRUNO MARS
9	AKON — JAZEEK
10	SHOW ME LOVE — WIZTHEMC & BEES & HONEY
11	THAT'S SO TRUE — GRACIE ABRAMS
12	BEAUTIFUL THINGS — BENSON BOONE
13	BIRDS OF A FEATHER — BILLIE EILISH
14	I ADORE YOU — HUGEL, TOPIC & ARASH FEAT. DAECOLM
15	VERWANDTSCHAFTSTREFFEN — RIAN
16	GIANNA — PIETRO BASILE, HARRIS & FORD & BIG TIM
17	BACK TO FRIENDS — SOMBR
18	THE FATE OF OPHELIA — TAYLOR SWIFT
19	UNDRESSED — SOMBR
20	THE NIGHT WE MET — LORD HURON FEAT. PHOEBE BRIDGERS
21	LOVE ME NOT — RAVYN LENAÉ
22	VIELLEICHT VIELLEICHT — MILLENIUMKID & JBS
23	DON'T STOP BELIEVIN' — JOURNEY
24	UNWRITTEN — NATASHA BEDINGFIELD
25	THE DAYS — CHRYSAL
26	ABRACADABRA — LADY GAGA
27	MOVE — ADAM PORT, STRYV, KEINEMUSIK, ORSO & MALACHIII
28	SABÍA QUE NO — REEZY
29	SHABAB(E)S IM VIP — PASHANIM & CEREN
30	STUMBLIN' IN — CYRIL
31	AZIZAM — ED SHEERAN
32	LOSE CONTROL — TEDDY SWIMS
33	UNSIKER — NINA CHUBA
34	ANXIETY — DOECHII
35	MR. BRIGHTSIDE — THE KILLERS
36	ANOTHER LOVE — TOM ODELL
37	NO BROKE BOYS — DISCO LINES & TINASHE
38	ESPRESSO — SABRINA CARPENTER
39	IN THE END — LINKIN PARK
40	A BAR SONG (TIPSY) — SHABOOZEY

ALBEN-CHARTS 2025

P	TITEL - INTERPRET
1	THE LIFE OF A SHOWGIRL — TAYLOR SWIFT
2	SOUNDTRACK — KPOP DEMON HUNTERS
3	FROM ZERO — LINKIN PARK
4	HIT ME HARD AND SOFT — BILLIE EILISH
5	SO CLOSE TO WHAT — TATE MCRAE
6	WIMPERNSCHLAG — RAINHARD FENDRICH
7	KARMA — STRAY KIDS
8	HÖDN — SEILER UND SPEER
9	DEBÍ TIRAR MÁS FOTOS — BAD BUNNY
10	SHORT N' SWEET — SABRINA CARPENTER
11	METEORA — LINKIN PARK
12	THE TORTURED POETS DEPARTMENT — TAYLOR SWIFT
13	MAN'S BEST FRIEND — SABRINA CARPENTER
14	TEENAGE DREAM — KATY PERRY
15	BORN TO DIE — LANA DEL REY
16	THE FAME — LADY GAGA
17	HYBRID THEORY — LINKIN PARK
18	SOUR — OLIVIA RODRIGO
19	FOREVER — RAF CAMORA
20	RAOP — CRO
21	ALPENBARBIE — MELISSA NASCHENWENG
22	YOU'LL BE ALRIGHT, KID — ALEX WARREN
23	WHEN WE ALL FALL ASLEEP, WHERE DO WE GO? — BILLIE EILISH
24	GOD OF ANGELS TRUST — VOLBEAT
25	UNERHÖRT SOLIDE — PIZZERA & JAUS
26	IN LIEBE — AYLIVA
27	MAYHEM — LADY GAGA
28	LID — LACAZETTE
29	AM — ARCTIC MONKEYS
30	GLÜCKSMOMENTE — NOCKIS
31	GNX — KENDRICK LAMAR
32	REPUTATION — TAYLOR SWIFT
33	HAPPIER THAN EVER — BILLIE EILISH
34	BRAT — CHARLI XCX
35	GOOD GIRL GONE BAD — RIHANNA
36	LOVER — TAYLOR SWIFT
37	ICH LIEB MICH, ICH LIEB MICH NICHT — NINA CHUBA
38	GLAS — NINA CHUBA
39	THE SECRET OF US — GRACIE ABRAMS
40	ASTROWORLD — TRAVIS SCOTT

Quelle: Austria Top 40, Nielsen IQ - GfK

TOP 40 ÖSTERREICHS AIRPLAY CHARTS

AIRPLAY CHARTS 2025

P	TITEL	INTERPRET	TRW	AE
1	ORDINARY	ALEX WARREN	3.917,910	21.816
2	MESSY	LOLA YOUNG	3.358,440	18.184
3	APT.	ROSÉ & BRUNO MARS	3.239,340	18.723
4	ABRACADABRA	LADY GAGA	2.981,950	16.633
5	THAT'S SO TRUE	GRACIE ABRAMS	2.890,240	18.743
6	NICE TO MEET YOU	MYLES SMITH	2.810,250	15.082
7	FOREVER YOUNG	DAVID GUETTA X ALPHAVILLE & AVA MAX	2.624,040	14.273
8	AZIZAM	ED SHEERAN	2.567,950	15.029
9	END OF THE WORLD	MILEY CYRUS	2.456,570	13.953
10	BE MINE	KAMRAD	2.303,420	11.340
11	SORRY I'M HERE FOR SOMEONE ELSE	BENSON BOONE	2.184,300	13.547
12	SAPPHIRE	ED SHEERAN	2.066,070	11.657
13	A BAR SONG (TIPSY)	SHABOOZEY	2.059,120	10.929
14	TOUCH ME	ÁSDÍS	1.947,820	12.468
15	DIE WITH A SMILE	LADY GAGA & BRUNO MARS	1.920,410	8.843
16	MILLION GOOD REASONS	ROBIN SCHULZ X FAST BOY	1.855,330	10.938
17	BIRDS OF A FEATHER	BILLIE EILISH	1.849,180	12.242
18	RAY OF LIGHT	NICO SANTOS	1.838,720	9.916
19	WONDERFUL LIFE '25	HURTS X PURPLE DISCO MACHINE	1.834,950	9.651
20	SURVIVE	LEWIS CAPALDI	1.795,740	7.887
21	BY YOUR SIDE (IN MY MIND)	LEONY	1.746,610	9.251
22	MANCHILD	SABRINA CARPENTER	1.665,500	10.436
23	THE EMPTINESS MACHINE	LINKIN PARK	1.650,270	6.691
24	GLIDE	NEIKED X PORTUGAL. THE MAN	1.513,920	11.545
25	I ADORE YOU	HUGEL X TOPIC X ARASH FEAT. DAECOLM	1.512,870	9.045
26	BEAUTIFUL THINGS	BENSON BOONE	1.434,420	7.837
27	OH LOVE	THORSTEINN EINARSSON	1.425,550	4.589
28	VERWANDTSCHAFTSTREFFEN	RIAN	1.265,300	3.020
29	IS THIS WHAT YOU'VE BEEN WAITING FOR?	AMY MACDONALD	1.253,460	2.234
30	BORN AGAIN	FAST BOY & CLOCKCLOCK	1.196,810	9.516
31	STARS WILL ALIGN	KYGO X IMAGINE DRAGONS	1.186,080	6.646
32	THE FATE OF OPHELIA	TAYLOR SWIFT	1.177,590	7.131
33	BLINK TWICE	SHABOOZEY FEAT. MYLES SMITH	1.177,110	7.644
34	ESPRESSO MACCHIATO	TOMMY CASH	1.156,680	5.134
35	GOOD LUCK, BABE!	CHAPPELL ROAN	1.154,430	7.008
36	PRIDE	FELIX JAEHN FEAT. JHART	1.141,940	8.381
37	BEAUTIFUL PEOPLE	DAVID GUETTA & SIA	1.080,990	10.577
38	CHASING PARADISE	KYGO X ONEREPUBLIC	1.052,940	8.334
39	WE PRAY	COLDPLAY FEAT. LITTLE SIMZ, BURNA BOY, ELYANNA & TINI	1.052,190	5.972
40	UNDRESSED	SOMBR	1.051,290	7.619

TRW: Tages-Reichweite in Millionen Hörern | AE: Anzahl der Einsätze | Für die Airplay-Charts werden die Titeleinsätze folgender Radios ausgewertet: 88,6, Antenne Radios, Radio Energy, FM4, Ö3, Kronehit, Life Radios, ORF Regionalradios, O1, Radio Arabella, Radio Grün-Weiss, Radio Soundportal, Radio U1 Tirol, Superfly.fm, Welle 1, Welle 1 Innsbruck | Quelle: Musictrace

28

„ZWISCHEN STREAMING-BOOM UND KI-REVOLUTION“

IFPI-Geschäftsführer Thomas Auböck im Gespräch

Seit Jänner 2026 ist Thomas Auböck Geschäftsführer des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft. Im Interview spricht er darüber, warum österreichische Acts heute mehr denn je im globalen Wettbewerb stehen, welche klaren Spielregeln es für Künstliche Intelligenz braucht und warum gezielte Förderung wichtiger ist als neue Eingriffe in den Markt.

Du bist seit wenigen Monaten IFPI-Geschäftsführer. Was sind die wichtigsten Aufgaben in einer Branche im Dauerwandel?

Die Musikbranche verändert sich gerade massiv – digital, international vernetzt und datenorientierter als je zuvor. Genau da setzt unsere Arbeit an. Wir versuchen, diese Veränderungen nicht nur zu begleiten, sondern aktiv mitzugestalten.

Die IFPI ist dabei so etwas wie die gemeinsame Stimme der Branche. Bei uns sitzen große Major-Labels genauso wie kleine und mittlere Unternehmen an einem Tisch. Und gerade in so einer dynamischen Phase ist das extrem wichtig: Wir bündeln Interessen gegenüber Politik, Plattformen und Institutionen und helfen, Themen wie Urheberrecht, faire Vergütung, Fördermodelle oder regulatorische Fragen gemeinsam mitzugestalten. Außerdem bieten wir aktuelle Brancheninformationen und Austausch innerhalb der Szene – Know-how, das besonders für kleinere Labels wertvoll ist. In einer so dynamischen Branche ist dieser gemeinsame Austausch wichtiger denn je.

Streaming boomt – alles bestens oder gibt es auch Schattenseiten?

Streaming hat der Branche definitiv wieder nachhaltiges Wachstum gebracht. Wir sehen stabile Einnahmen durch Abos, und das Wachstum ist stärker als in vielen anderen Wirtschaftsbereichen.

Die Kehrseite ist ein enormer Wettbewerbsdruck. Österreichische Acts stehen im Wettbewerb mit globalen Superstars. Das heißt, die Notwendigkeit, sich weiter nach außen zu wagen, international zu denken, ist größer geworden. Heute muss man immer präsent sein und braucht permanent neuen Content. Es ist ein sehr schnelllebiges Release-Business geworden. Die Aufmerksamkeitsspanne ist kurz, die Konkurrenz riesig. Wer nicht ständig liefert, wird schnell überholt.

Auf der anderen Seite war es noch nie so einfach, Musik weltweit zu veröffentlichen und ein internationales Publikum zu erreichen. Dies eröffnet österreichischen Künstler:innen ganz andere Möglichkeiten und Chancen.

Nach Streaming kommt jetzt KI. Viele haben Angst, dass Maschinen die Musik übernehmen. Übertreiben wir – oder ist das die nächste große Disruption?

KI ist definitiv die nächste Evolutionsstufe. Aber ich sehe das nicht nur negativ. Unser Ziel ist klar: KI soll ein Erfolgsmodell für alle werden – für Tech-Unternehmen genauso wie für die Kreativbranche.

Das funktioniert aber nur unter einer Bedingung: faire Spielregeln.

Wenn KI-Systeme mit Musik trainiert werden, dann braucht es dafür Lizenzen. Punkt. Das ist nichts anderes als bei Streaming. Auch dort hat man Modelle gefunden, die funktionieren.

Was wir konkret fordern: Transparenz – also Klarheit darüber, welche Inhalte fürs Training verwendet werden. Zweitens: eine saubere Lizenzierung. Und drittens: eine Kennzeichnungspflicht für KI-generierte Inhalte. Ohne diese drei Punkte wird das System nicht fair funktionieren.



„Heute muss man immer präsent sein und braucht permanent neuen Content. Es ist ein sehr schnelllebiges Release-Business geworden.“

Thomas Auböck
IFPI-Geschäftsführer

Braucht es Labels überhaupt noch? Man kann ja alles selbst veröffentlichen.

Ich würde sagen: heute mehr denn je! Theoretisch ist es natürlich möglich im DIY-Verfahren seine Eigenproduktionen selbst zu veröffentlichen. Damit allein ist es aber nicht getan und genau hier zeigt sich der entscheidende Unterschied zwischen Veröffentlichung und echter Karriere. Sichtbarkeit, strategischer Aufbau und nachhaltiger Erfolg entstehen nicht von selbst – sie erfordern Know-how, Ressourcen und ein starkes Netzwerk. Musiklabels sind weit mehr als Verwerter – sie sind die strategischen Partner hinter nachhaltigen Karrieren. Sie entdecken Talente, entwickeln Künstler:innen langfristig und geben ihnen die strukturelle und finanzielle Basis, um ihr kreatives Potenzial voll auszuschöpfen. Labels investieren in Produktionen, leisten Vorauszahlungen, entwickeln Repertoires weiter und sorgen dafür, dass Musik auch ihr Publikum erreicht. Mit gezieltem Marketing, Social Media Strategien und professioneller PR schaffen sie Sichtbarkeit in einem internationalen Wettbewerbsumfeld. Gleichzeitig sichern sie die wirtschaftliche Grundlage: Sie erschließen Einnahmequellen kümmern sich um Lizenzierungen und öffnen Türen zu Medien, Marken und Live-Bühnen. Ein Label ist ein Netzwerk aus Expert:innen, das Kreativität in Erfolg übersetzt. Denn aus Talent allein wird selten eine Karriere – erst durch die richtigen Partner wird Musik zu einem nachhaltigen Beruf.

Was erwartest du von der Politik? Mehr Geld? Mehr Regeln? Oder weniger von beidem?

Das muss man differenziert sehen. Auf der einen Seite brauchen wir in Zeiten der Digitalisierung und Globalisierung Unterstützung für die heimische Musikproduktion. Österreich hat eine unglaublich lebendige Szene – die muss man stärken, auch international. Der österreichische Musikfonds mit seinen gut ausgebauten Förderinstrumenten kann das leisten. Wir fordern hier eine Aufstockung auf fünf Millionen Euro jährlich und sehen dies als Teil der staatlichen Kultur- und Wirtschaftsförderung.

Auf der anderen Seite gilt für den heimischen Musikmarkt – der mittlerweile zu 87% ein Streamingmarkt ist – etwas anderes: Dieser funktioniert gut – und der braucht keine zusätzlichen Eingriffe. Wir sind klar gegen neue Abgaben wie eine Streaming-Steuer. Und wir sagen auch: Bitte keine unnötige Regulierung. Zu viel staatlicher Eingriff würde die Dynamik bremsen und letztlich der Branche schaden.

Also: fördern, aber nicht reinregieren?

Genau. Unterstützung dort, wo sie sinnvoll ist – und ansonsten den Markt arbeiten lassen.

Was tut die IFPI konkret in Bezug auf Förderungen für die Branche?

Wir fördern ganz direkt dort, wo es die Branche braucht. Mit Produktions- und Label-Förderungen bis zu Nachwuchs-, Weiterbildungs- und Exportförderungen. Die Förderprogramme sind bewusst einfach und niederschwellig konzipiert. Am Ende geht's darum, mehr Musik aus Österreich möglich zu machen, Labels zu stärken und Jobs abzusichern. Finanziert wird das Ganze über den Kulturfonds der LSG-Produzenten – also aus der Speichermedienvergütung. Das Geld fließt damit direkt wieder zurück in die heimische Musikszene.

30 AMADEUS AUSTRIAN MUSIC AWARDS 2026

präsentiert von Coca-Cola

Unter dem Motto „All Eyes on Music“ richtete sich am 6. März der Blick ganz auf die heimische Musikszene. Die Amadeus Austrian Music Awards präsentiert von Coca-Cola feierten jene Künstlerinnen und Künstler, die das vergangene Jahr mit ihren musikalischen Leistungen geprägt haben. Neben der Verleihung der 14 Kategoriepreise sorgten vielseitige Bühnenperformances für eine ausgelassene Stimmung in der Wiener Marx Halle. Tom Neuwirth alias Conchita Wurst führte mit Charisma, Witz und Glamour durch die Show.

Als größter Musikpreis des Landes sind die AAMAs ein jährlicher Fixpunkt für die Branche und ein Highlight für ein breites Fernsehpublikum. In diesem Jahr gingen 52 nominierte Artists, darunter 16 Debütanten, ins Rennen um die begehrten Trophäen. Am Ende konnten sich 13 verschiedene Artists und Bands durchsetzen. Damit zeigt sich die Szene so vielfältig wie selten zuvor.

GROSSE NAMEN UND NEUE STIMMEN

Der Amadeus für das Album des Jahres präsentiert von Coca-Cola, eine der begehrtesten Kategorien, wurde dem markanten Pop-Trio folkshilfe für ihr fünftes Studioalbum „bunt“ verliehen. Der Ö3 Song des Jahres ging an Pizzera & Jaus für ihren Hit „Zweifelturm“. Die Rapperin NENDA stand bereits vor der Veranstaltung als Gewinnerin des FM4 Awards fest und nahm ihre erste Amadeus-Trophäe entgegen. Ebenfalls erstmalig ausgezeichnet wurde die Newcomerin Caro Fux. Sie erhielt den Preis AKM/AUME Songwriter des Jahres für ihren Song „Aff im Kopf“.

Für exzellente Tonstudioproduktion steht die Kategorie Best Sound präsentiert von FAMA. Hier entscheidet eine Jury über den Gewinn. In diesem Jahr ging diese Auszeichnung an die international erfolgreiche Band Klangkarussell für ihr Album „Petrichor“.

Zum 10-Jahre-Jubiläum ihres Erfolgsalbums „Ham kummst“ spielten Seiler und Speer u.a. ein ausverkauftes Stadionkonzert. Dafür gab es nun bei den AAMAs den Preis oeticket Live Act des Jahres. Das Duo konnte sich außerdem als einziger Act in diesem Jahr doppelt freuen: Auch die Genre-Kategorie Pop/Rock haben sie für sich entschieden.

TITELVERTEIDIGER IN MEHREREN GENRES

Beim Amadeus zeigt sich: Wer sein Genre über Jahre hinweg prägt und konstant Exzellenz liefert, wird auch immer wieder ausgezeichnet. Bereits im letzten Jahr gewann Singer-Songwriterin OSKA den Amadeus in der Kategorie Alternative und konnte sich hier auch heuer wieder durchsetzen. Zwei Seriensieger bei den AAMAs sind RAF Camora, der nun zum neunten Mal HipHop/Urban für sich entschied, sowie Melissa Naschenweng, die ihre Erfolgssträhne in der Kategorie Schlager/Volksmusik seit 2020 fortsetzt.

Die Wiener Band 5/8erl in Ehr'n holte sich zum siebten Mal den Titel für Jazz/World/Blues. Als einer der erfolgreichsten Artists in der Geschichte der AAMAs erweitert Parov Stelar nach ein paar Jahren Pause nun seine Sammlung um eine weitere Amadeus-Trophäe für die Kategorie Electronic/Dance.



Mit ihrem kompromisslosen „Vulvarock“ holen sich Vulvarine erstmals den Sieg in der Kategorie Hard & Heavy. Und nach ihrer energiegeladenen Performance bei der Show zu urteilen, könnte das erst der Auftakt zu einer neuen Erfolgsserie bei den AAMAs gewesen sein.

GROSSE BÜHNE, GROSSE MOMENTE

Neben den Preisverleihungen bereicherten insgesamt elf Live-Acts den Abend und sorgten mit ihren Auftritten für ein abwechslungsreiches Programm voller musikalischer Höhepunkte: Alexander Eder, BIBIZA, Esther Graf & NESS, Ina Regen, Lemo, Lena Schaur, NENDA, PÄM, Vicky und Vulvarine brachten mit ihren unterschiedlichsten Sounds die Halle zum Beben. Ein Line-up, das zeigte, wie facettenreich die New-Generation der österreichischen Musik klingt.

Den feierlichen Abschluss der AAMAs 2026 bildete die Verleihung des Amadeus für das Lebenswerk: Unter großem Applaus nahm Peter Cornelius die ehrenvolle Auszeichnung von Peter Janda entgegen.

„Wir sind stolz, mit Coca-Cola eine internationale Topmarke als Partner der Amadeus Austrian Music Awards an unserer Seite zu haben, die seit vielen Jahren tief in Österreich verwurzelt ist. Dieses Engagement unterstreicht die Bedeutung des größten österreichischen Musikpreises und setzt ein starkes Zeichen für die nachhaltige Förderung der heimischen Musikszene.“

Franz Pleterski

Präsident des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft - IFPI Austria zeigt sich erfreut über die neue Kooperation:

DYNAMIK UND AUFBRUCH: DAS NEUE DESIGN DER AMADEUS-TROPHÄE

Der neu gestaltete Award präsentiert sich schlanker und stärker nach oben gestreckt. Damit erhält die Trophäe ein eleganteres Erscheinungsbild, das Dynamik und Aufbruch symbolisiert. Die neue Form erinnert noch deutlicher an ein Megafon, ein bewusstes gestalterisches Statement für musikalische Ausdruckskraft und öffentliche Resonanz. Somit vereint der Award Tradition und Innovation. Doch das Re-Design beschränkt sich nicht auf die Optik: Gleichzeitig wurde die Haptik verbessert. Der Preis liegt angenehmer in der Hand und ermöglicht bei der Übergabe eine kraftvolle, nach oben gestreckte Siegerpose – ein Moment, der Emotionen sichtbar macht.



85,3% KENNEN DIE AMADEUS AUSTRIAN MUSIC AWARDS

Die Amadeus Austrian Music Awards (AAMAs) sind in Österreich fest verankert: Laut einer Umfrage vom März 2026 kennen 85,3% den Musikpreis. Rund drei Viertel des Publikums bewerten die AAMAs positiv.

DREI VIERTEL BEWERTEN DIE AAMAs POSITIV

Wer einmal mit den AAMAs in Kontakt gekommen ist, bleibt oft dran: 72,2% dieser Gruppe haben die Show zumindest einmal im Fernsehen oder via Live-Stream verfolgt. Entsprechend positiv fällt das Gesamtbild aus – drei Viertel (75,3%) bewerten die AAMAs eher bis sehr positiv.

Die Wahrnehmung rund um die Awards erfolgt dabei klassisch über das Fernsehen (67,1%), gefolgt von Radio (43,7%) und Social Media (35,4%). Auf Social Media Plattformen begegnet knapp ein Drittel (30,4%) den Inhalten regelmäßig.

FOKUS AUF HEIMISCHE MUSIK WIRD GESCHÄTZT

Inhaltlich punktet die Veranstaltung vor allem mit ihrem klaren Österreich-Bezug: In einer offen gestellten Frage ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten schätzen 28,2% den Fokus auf die heimische Musikbranche besonders. Weitere 11,7% heben die Würdigung musikalischer Leistungen durch Preise und Auszeichnungen hervor. Für 9,5% ist die Unterstützung der österreichischen Musikszene wichtig.

WICHTIG: LIVE-PERFORMANCES UND MISCHUNG AUS STARS UND NEWCOMERN

Generell interessieren sich die Zuschauer:innen in erster Linie für die nominierten und ausgezeichneten Künstler:innen (36,7%), während für 30,1% die Spannung im Vordergrund steht. Live-Performances spielen dabei eine entscheidende Rolle: Knapp zwei Drittel (64,1%) halten diese für wichtig. Ein klarer Wunsch zeigt sich auch in der Programmgestaltung: 71,2% plädieren für eine ausgewogene Mischung aus etablierten Stars und Newcomern.

NEUN VON ZEHN BEFRAGTEN INTERESSIEREN SICH FÜR MUSIK

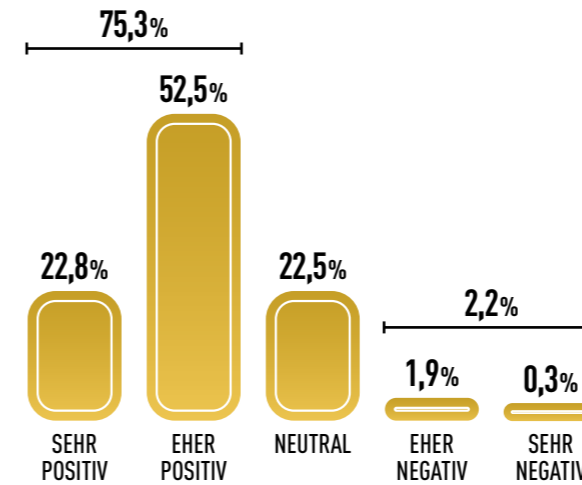
Grundsätzlich spielt Musik im Alltag der Menschen eine zentrale Rolle – das zeigt auch ein aktueller Blick auf das Hörverhalten: Neun von zehn Befragten (91%) geben an, sich zumindest eher für Musik zu interessieren. Knapp sieben von zehn (67,8%) verfolgen darüber hinaus gezielt die österreichische Musikszene. Im Schnitt kommen dabei beachtliche 96 Stunden Musikgenuss pro Monat zusammen, was rund 22 Stunden pro Woche entspricht.

Ein nicht unerheblicher Teil dieses Konsums entfällt auf heimische Acts: Fast ein Viertel der gehörten Musik (23,6%) stammt von österreichischen Künstler:innen. Besonders stark ist dieser Anteil in den älteren Generationen ausgeprägt – ein Hinweis darauf, dass österreichische Musik mit zunehmendem Alter an Bedeutung gewinnt.



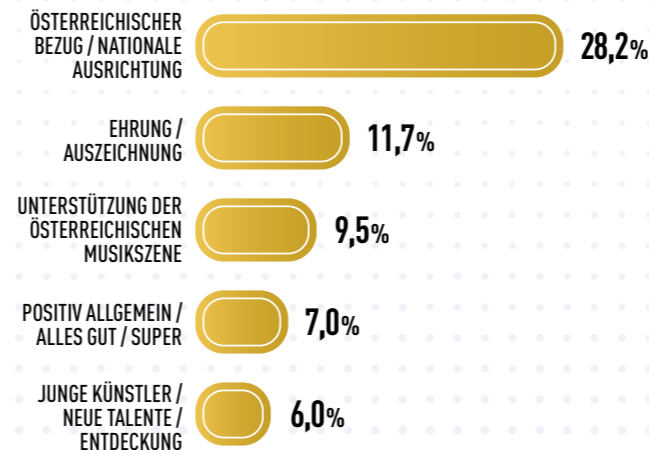
85,3%
DER ÖSTERREICHER:INNEN
KENNEN DIE AAMAs

EINDRUCK VON DEN AAMAs

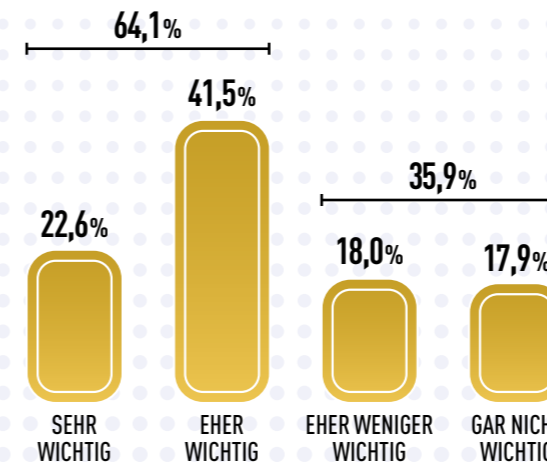


LIKES

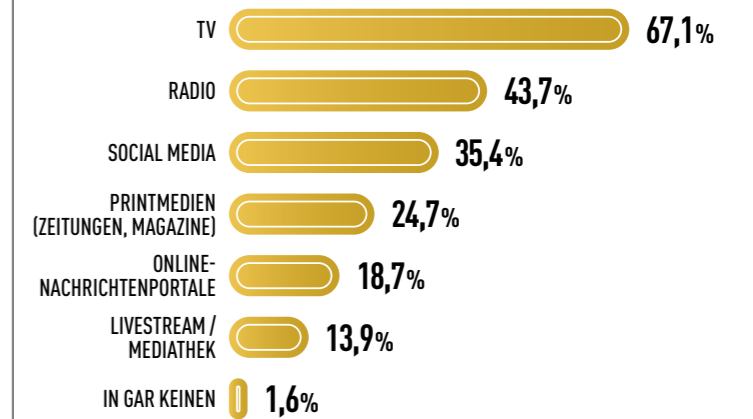
UNGESTÜTZT | TOP 5 NENNUNGEN



WICHTIGKEIT VON LIVE-PERFORMANCES

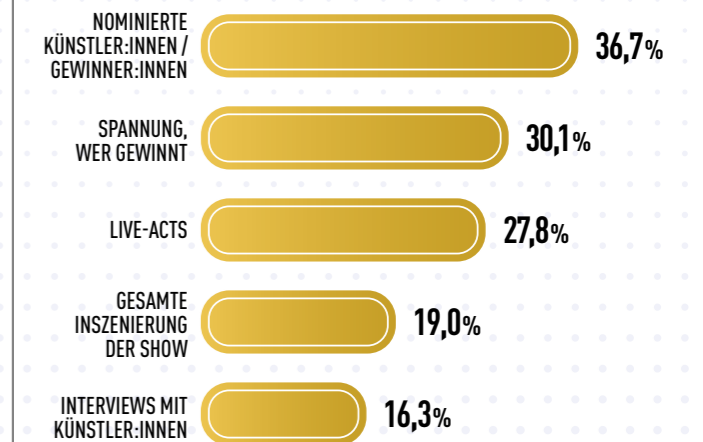


MEDIEN, IN DENEN INHALTE ZU DEN AAMAs WAHrgENOMMEN WERDEN

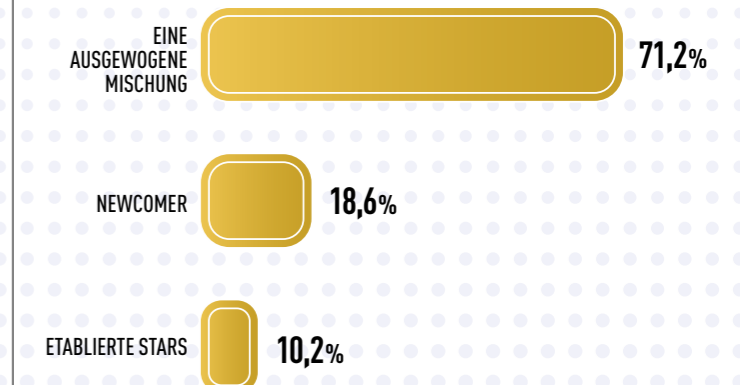


INTERESSANTESTE ASPEKTE

VORGEGEBENE ANTWORTMÖGLICHKEITEN | TOP 5 NENNUNGEN



FOKUS BEI DER KÜNSTLER:INNEN-AUSWAHL



DIE GEWINNER:INNEN DER AMADEUS AUSTRIAN MUSIC AWARDS 2026

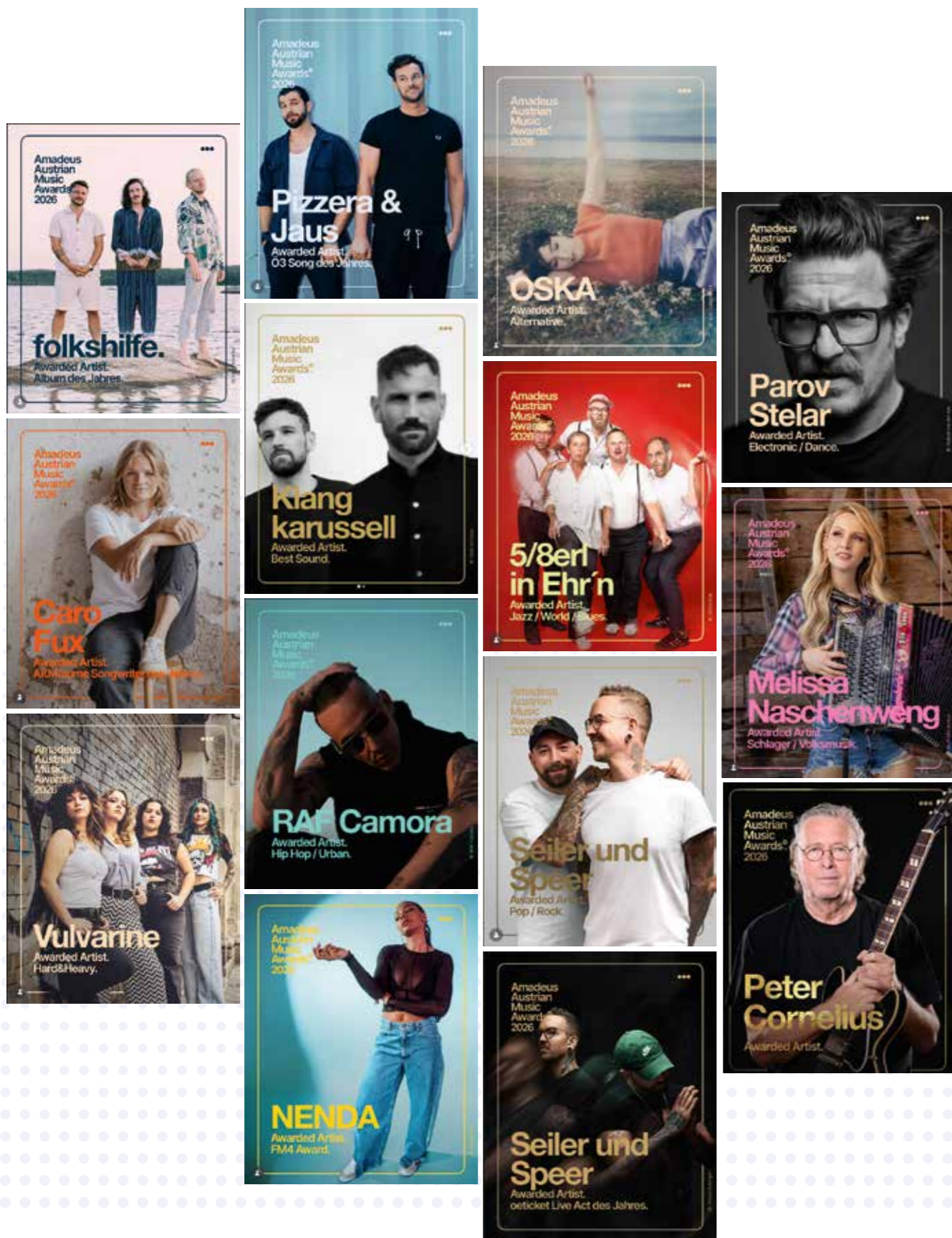
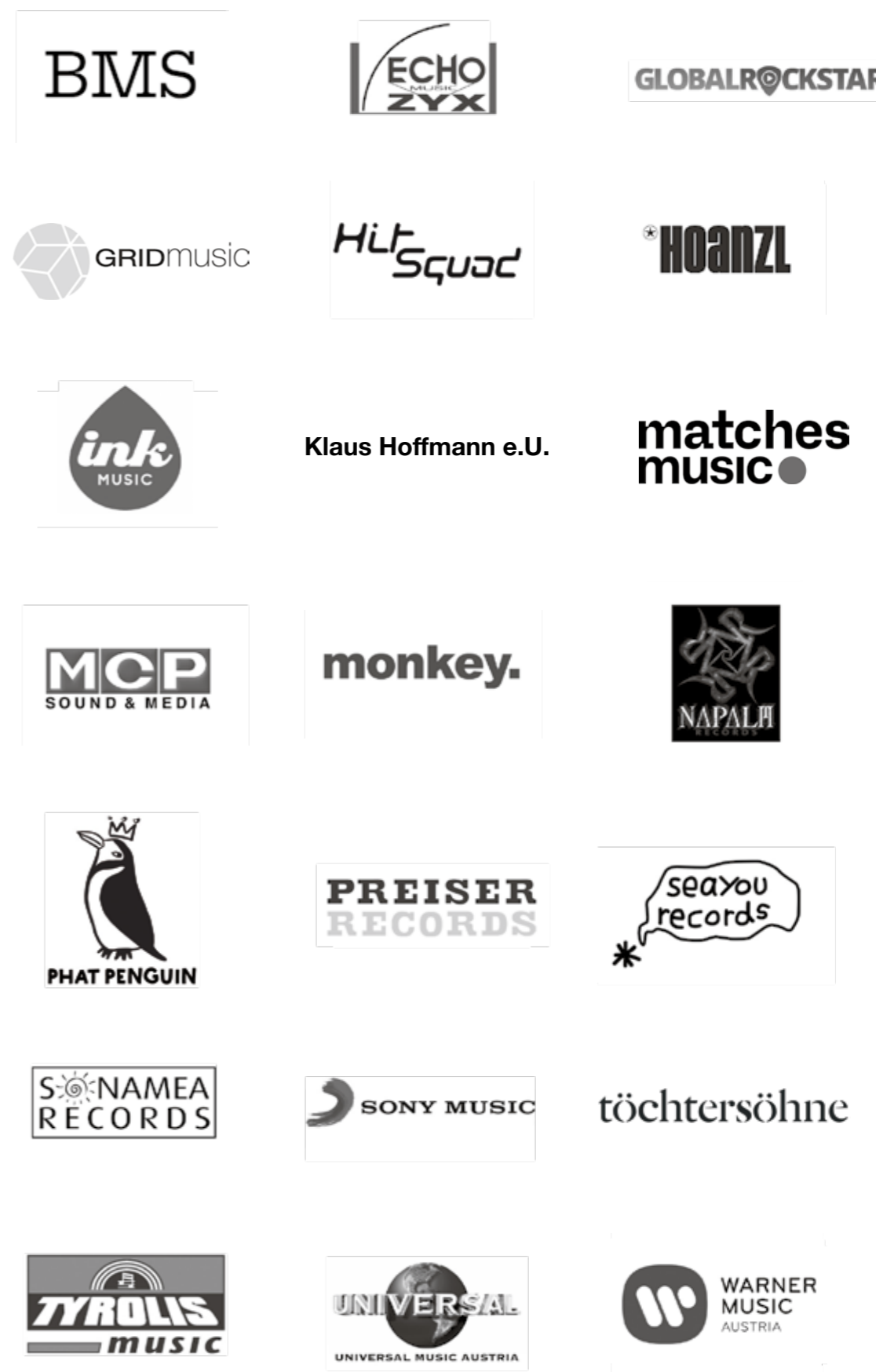


Foto: AMA





ifpi

www.ifpi.at

www.instagram.com/ifpi_at