

# INNOFACT AG

## „Nutzung von Musik-Streaming-Diensten“

Düsseldorf, im Januar 2013

|    |                       |    |
|----|-----------------------|----|
| A. | Studiendesign         | 3  |
| B. | Soziodemographie      | 5  |
| C. | Ergebnisse der Studie | 9  |
| D. | Die INNOFACT AG       | 19 |

A. Studiendesign

**Zielgruppe:** Befragt wurden Männer und Frauen (ab 16 Jahren) internetrepräsentativ verteilt nach Alter und Geschlecht nach den Strukturdaten der AGOF Internet Facts.

**Methode:** Online-Befragung (CAWI)

Die Befragten wurden aus dem Verbraucherpanel [www.meinungsplatz.de](http://www.meinungsplatz.de) (über 300.000 identitätssicher registrierte Verbraucher) rekrutiert.

Eine zufällige Stichprobe wurde per E-Mail eingeladen und konnte am Onlinefragebogen teilnehmen.

Der Zugang zur Onlinebefragung war für jeden dieser Teilnehmer nur über eine individuelle Transaktionsnummer möglich. Mehrfachteilnahmen waren ausgeschlossen.

**Stichprobe:** Welle 1: n = 1.020 Befragte

Welle 2: n = 1.046 Befragte

**Feldzeit:** Welle 1: März 2012

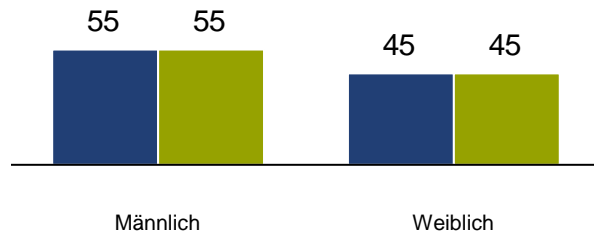
Welle 2: Dezember 2012

## B. Soziodemographie

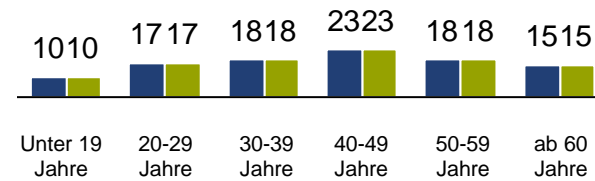
# Soziodemographie

Basis: alle Befragten, Welle 1: n = 1.020, Welle 2: n = 1.046, in %

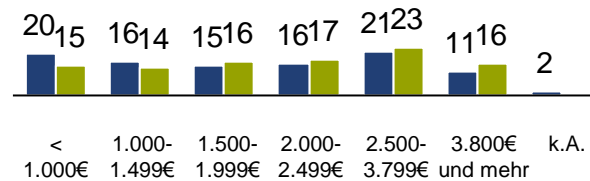
## Geschlecht



## Alter



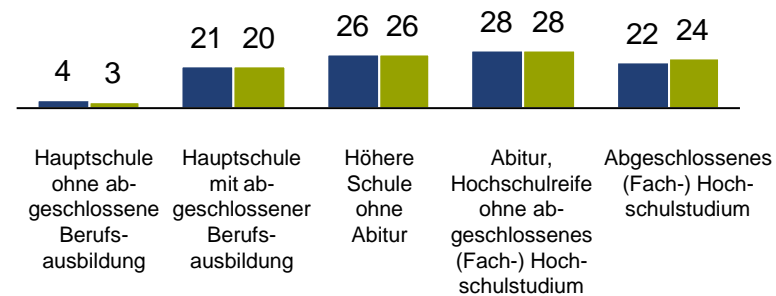
## Haushaltsnettoeinkommen



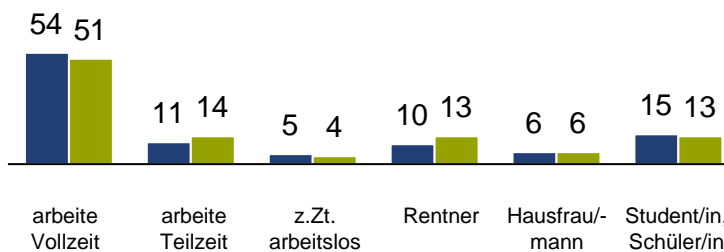
# Soziodemographie

Basis: alle Befragten, Welle 1: n = 1.020, Welle 2: n = 1.046, in %

## Bildungsabschluss



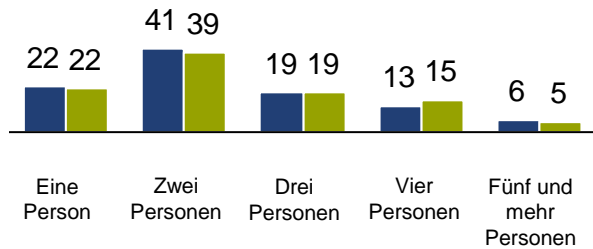
## Beruflicher Status



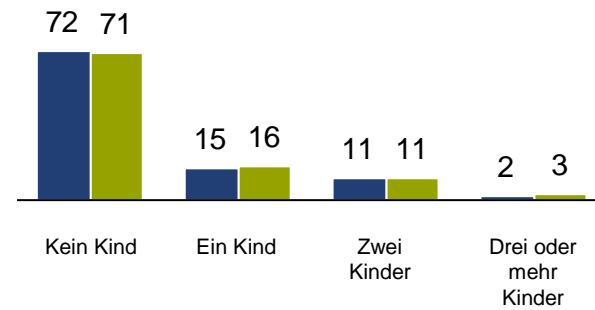
# Soziodemographie

Basis: alle Befragten, Welle 1: n = 1.020, Welle 2: n = 1.046, in %

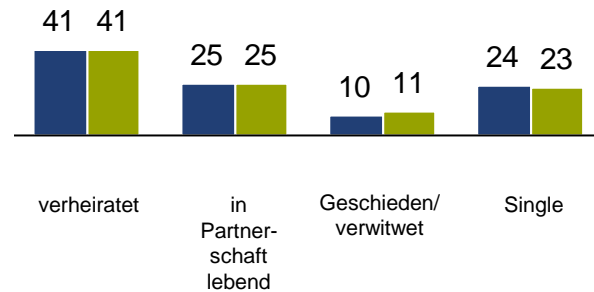
## Personen im Haushalt



## Kinder unter 18 im Haushalt



## Familienstand

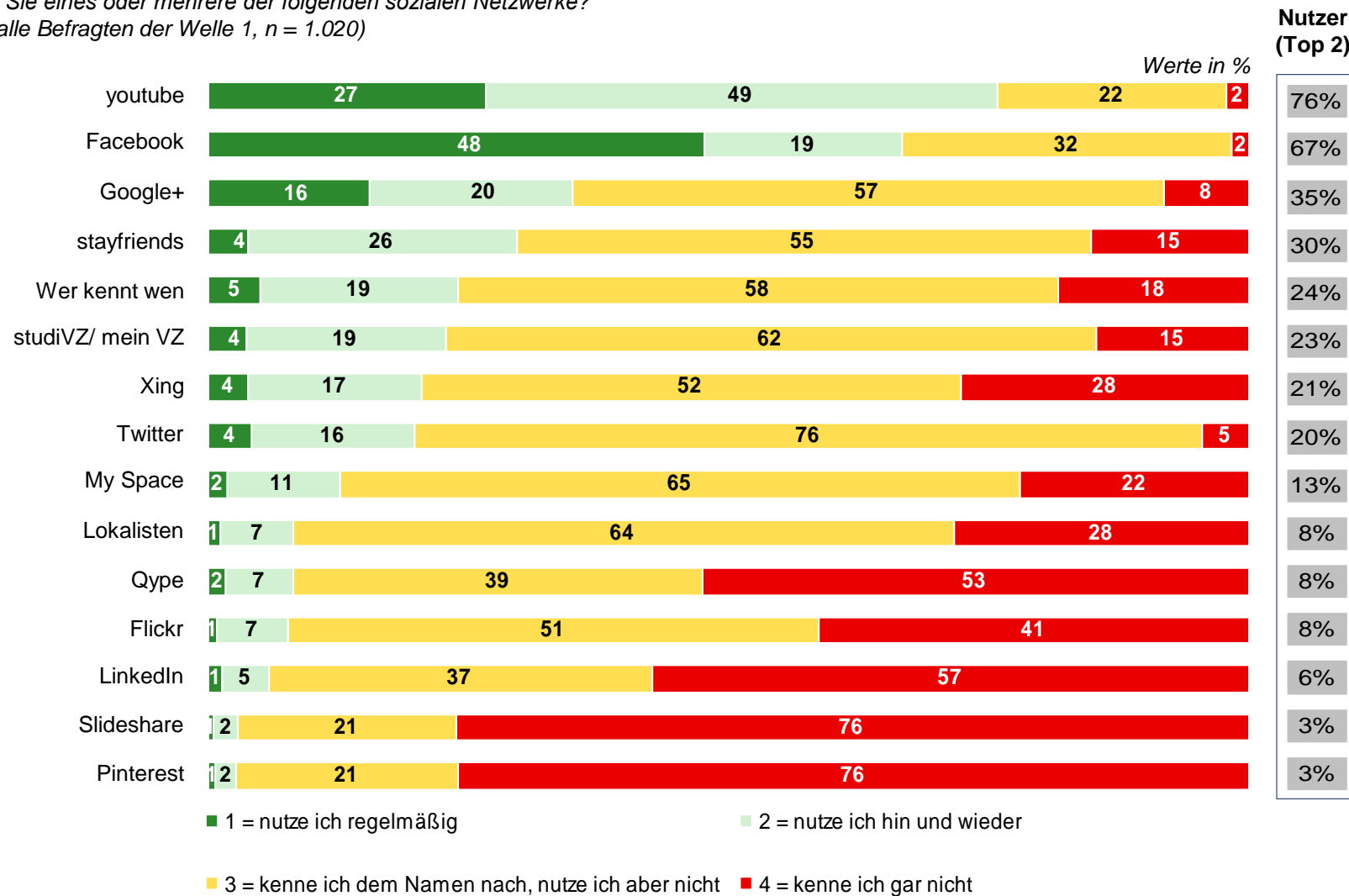




## C. Ergebnisse der Studie

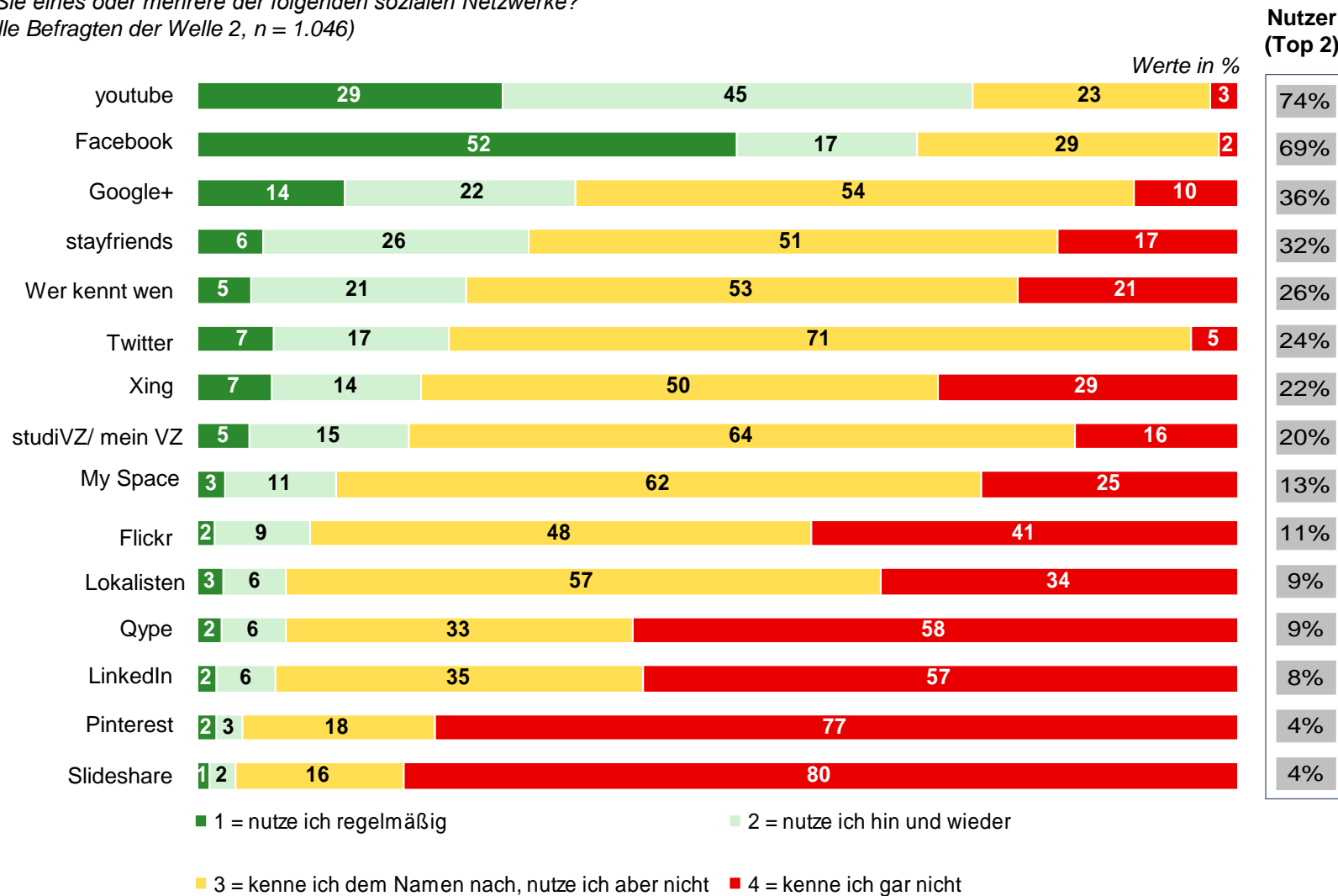
### C. Ergebnisse der Befragung: Nutzung von sozialen Netzwerken - Welle 1 (1/3)

„Nutzen Sie eines oder mehrere der folgenden sozialen Netzwerke?“  
 (Basis: alle Befragten der Welle 1, n = 1.020)



### C. Ergebnisse der Befragung: Nutzung von sozialen Netzwerken – Welle 2 (2/3)

„Nutzen Sie eines oder mehrere der folgenden sozialen Netzwerke?“  
 (Basis: alle Befragten der Welle 2, n = 1.046)

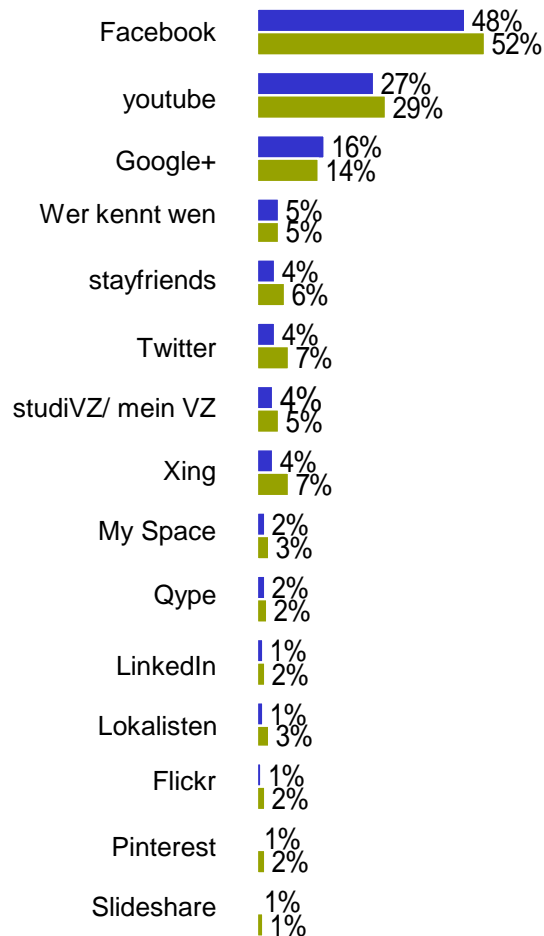


### C. Ergebnisse der Befragung: Nutzung von sozialen Netzwerken – Wellenvergleich (3/3)

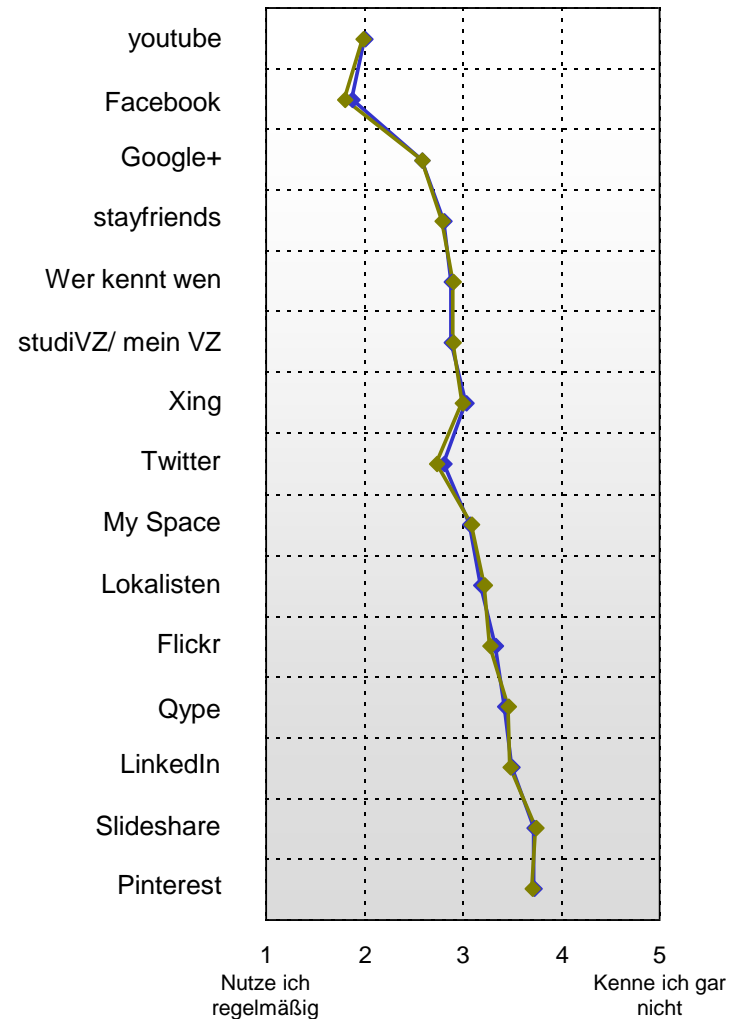
Basis: alle Befragten, Welle 1: n = 1.020, Welle 2: n = 1.046.

Mittelwerte auf einer 5er Skala von 1 = Nutze ich regelmäßig bis 5 = Kenne ich gar nicht.

#### Regelmäßige Nutzung (Top 1)

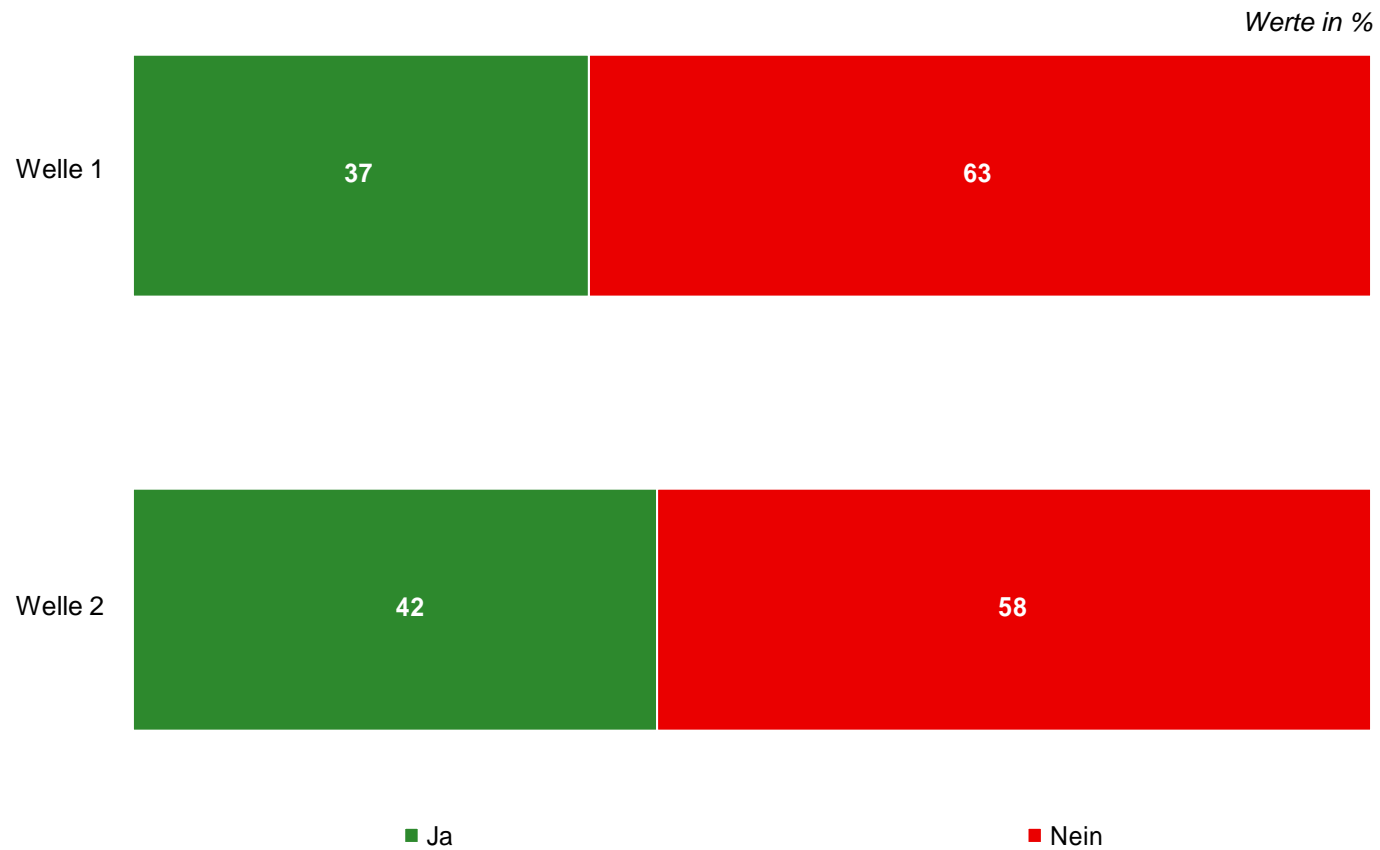


■ Welle 1 (n=1.020)  
■ Welle 2 (n=1.046)



## C. Ergebnisse der Befragung: Grundsätzliche Nutzung von Musik-Streaming-Diensten

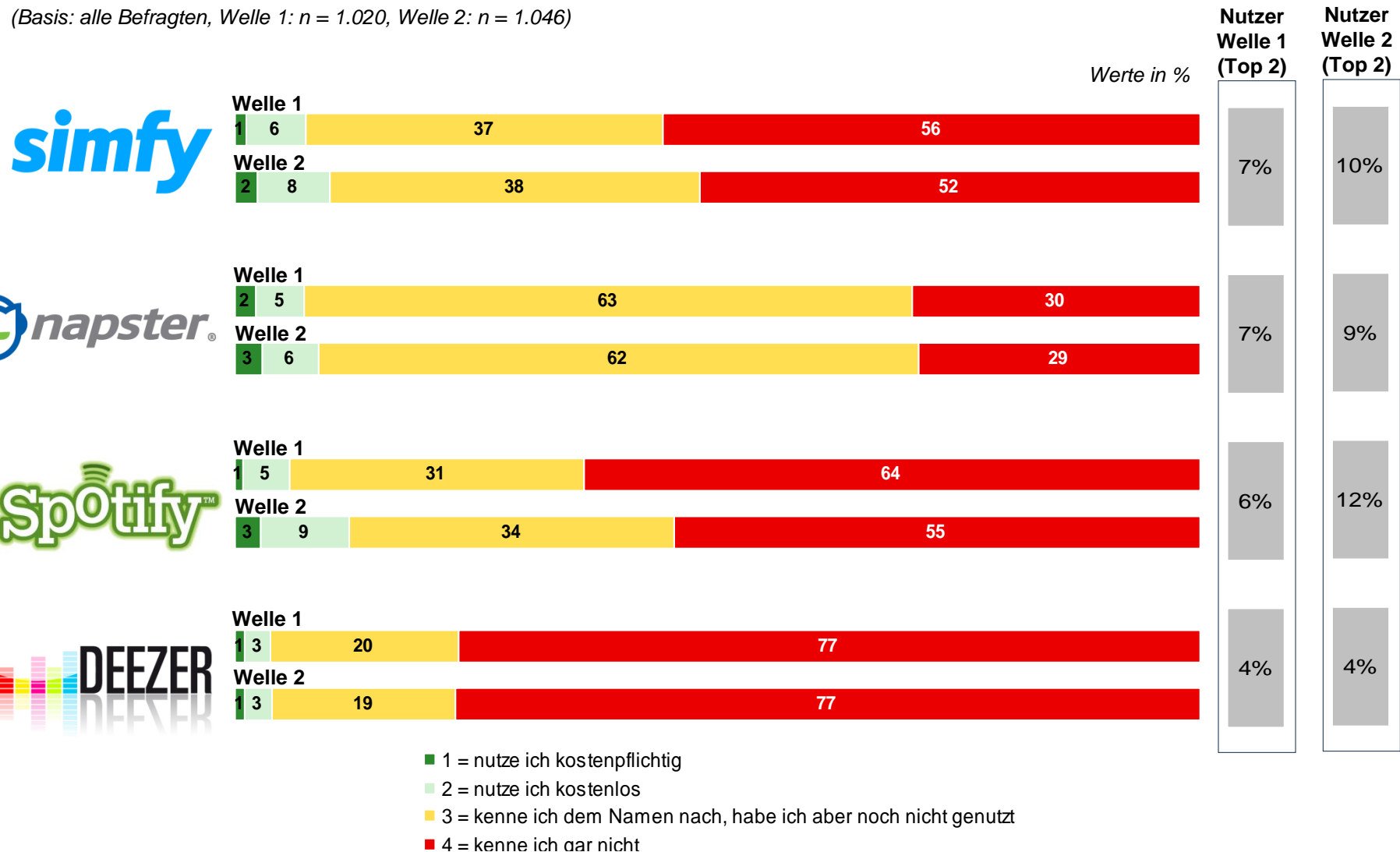
„Nutzen Sie grundsätzlich Musik Streaming-Dienste, zumindest gelegentlich?“  
 (Basis: alle Befragten, Welle 1: n = 1.020, Welle 2: n = 1.046)



## C. Ergebnisse der Befragung: Nutzung von Musik-Streaming-Diensten (1/4)

„Nutzen Sie aktuell Musik Streaming-Dienste zum Hören von Musik? Sie können also selbst entscheiden, welche Musik Sie über das Internet hören möchten, wobei die Musik nicht bei Ihnen auf dem PC gespeichert wird, sondern bei dem jeweiligen Anbieter verfügbar ist. Es gibt kostenpflichtige oder auch kostenfreie Angebote, die sich durch Werbung finanzieren. Bitte geben Sie bei jedem Anbieter an, ob Sie diesen kennen und ob Sie diesen ggf. auch schon nutzen.“

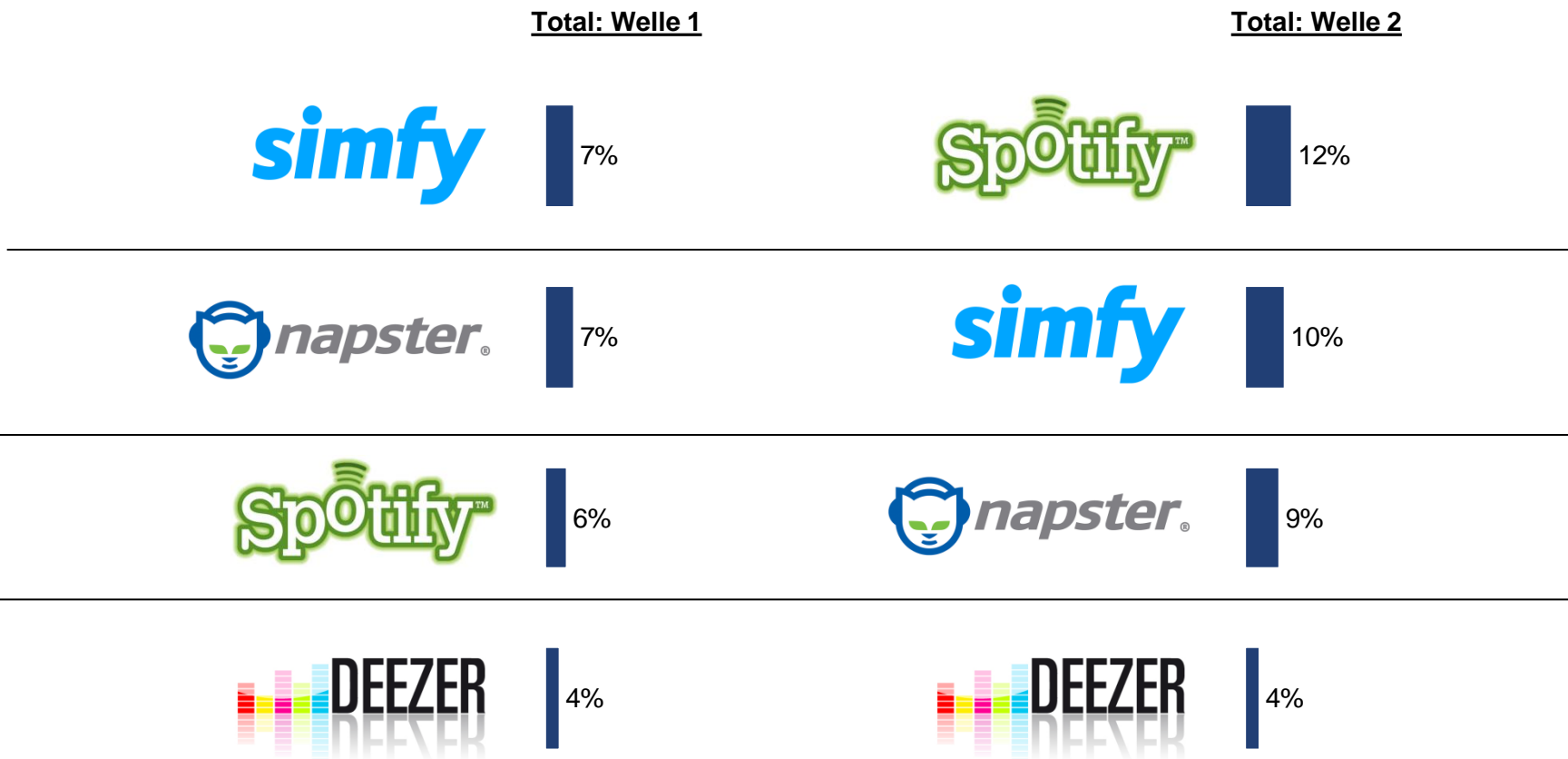
(Basis: alle Befragten, Welle 1: n = 1.020, Welle 2: n = 1.046)



## C. Ergebnisse der Befragung: Nutzung von Musik-Streaming-Diensten – Wellenvergleich (2/4)

„Nutzen Sie aktuell Musik Streaming-Dienste zum Hören von Musik? Sie können also selbst entscheiden, welche Musik Sie über das Internet hören möchten, wobei die Musik nicht bei Ihnen auf dem PC gespeichert wird, sondern bei dem jeweiligen Anbieter verfügbar ist. Es gibt kostenpflichtige oder auch kostenfreie Angebote, die sich durch Werbung finanzieren. Bitte geben Sie bei jedem Anbieter an, ob Sie diesen kennen und ob Sie diesen ggf. auch schon nutzen.“

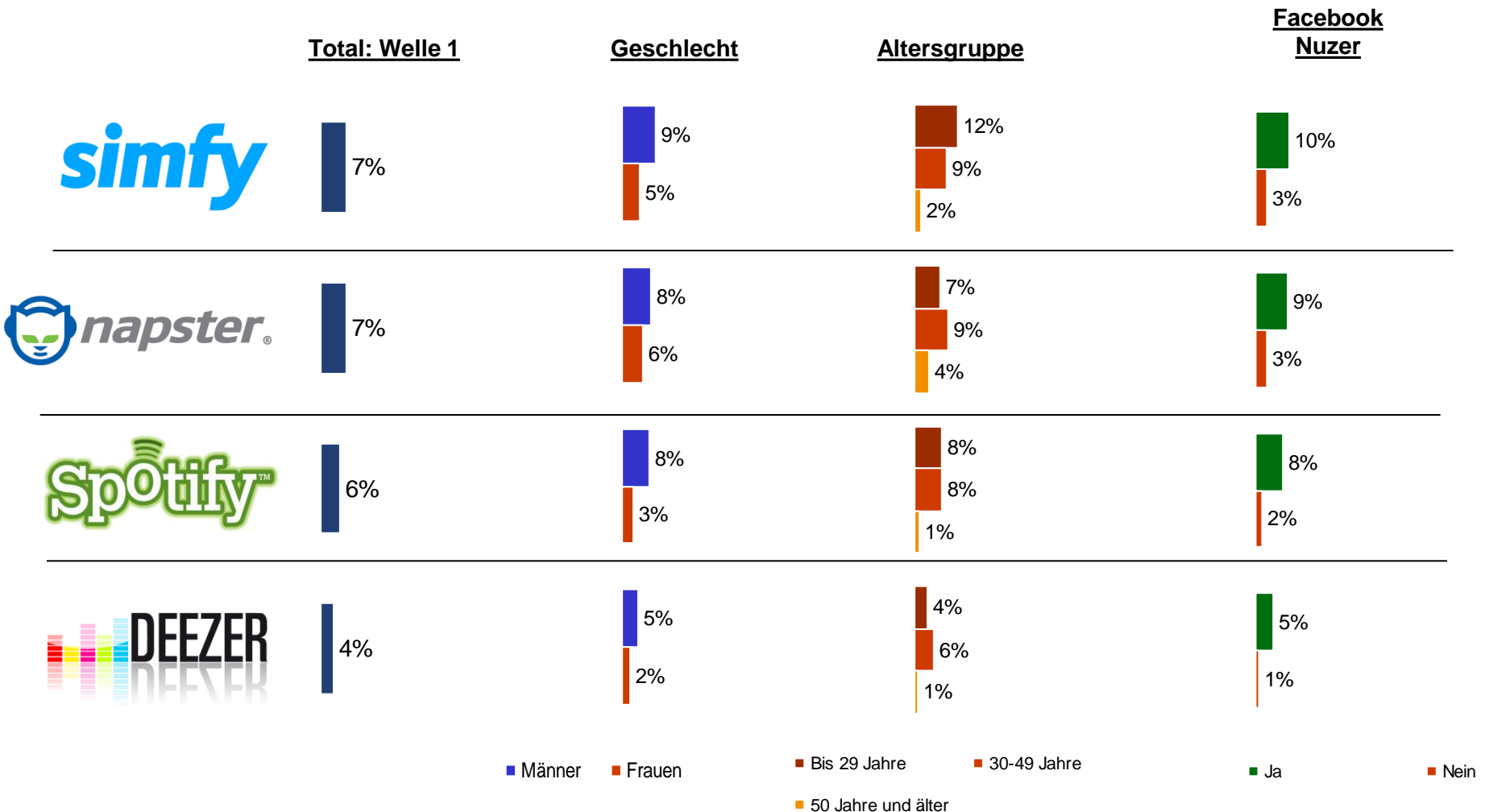
(Basis: alle Befragten, März 2012: n = 1.020, Dezember 2012: n = 1.046, dargestellt ist die prozentuale Nutzerschaft (kostenpflichtig und kostenlos) des jeweiligen Musik-Streaming-Dienstes)



## C. Ergebnisse der Befragung: Nutzung von Musik-Streaming-Diensten – Welle 1 (3/4)

„Nutzen Sie aktuell Musik Streaming-Dienste zum Hören von Musik? Sie können also selbst entscheiden, welche Musik Sie über das Internet hören möchten, wobei die Musik nicht bei Ihnen auf dem PC gespeichert wird, sondern bei dem jeweiligen Anbieter verfügbar ist. Es gibt kostenpflichtige oder auch kostenfreie Angebote, die sich durch Werbung finanzieren. Bitte geben Sie bei jedem Anbieter an, ob Sie diesen kennen und ob Sie diesen ggf. auch schon nutzen.“

(Basis: alle Befragten, Welle 1: n = 1.020, nur Nutzer (Top2-Werte))

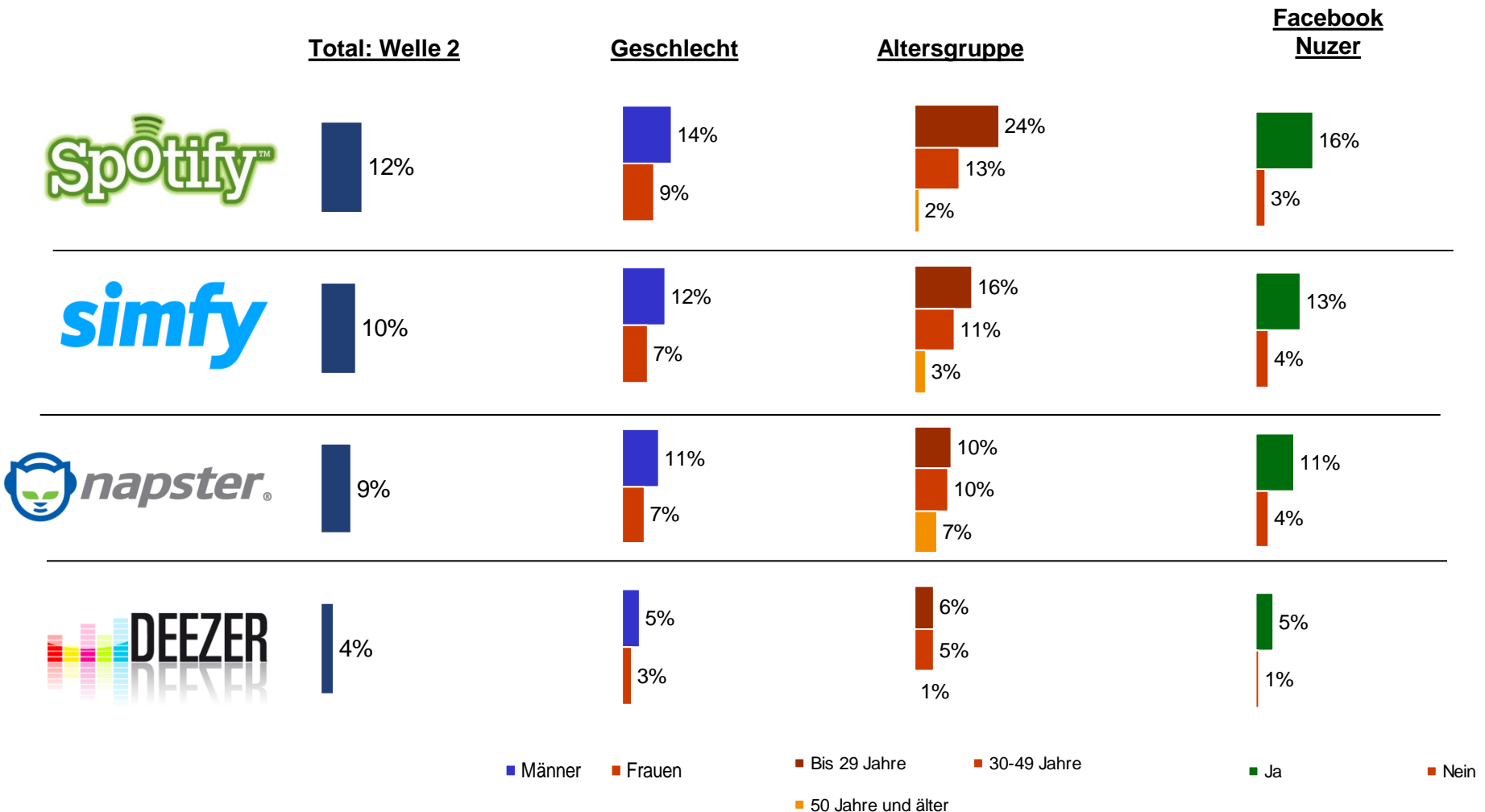




## C. Ergebnisse der Befragung: Nutzung von Musik-Streaming-Diensten – Welle 2 (4/4)

„Nutzen Sie aktuell Musik Streaming-Dienste zum Hören von Musik? Sie können also selbst entscheiden, welche Musik Sie über das Internet hören möchten, wobei die Musik nicht bei Ihnen auf dem PC gespeichert wird, sondern bei dem jeweiligen Anbieter verfügbar ist. Es gibt kostenpflichtige oder auch kostenfreie Angebote, die sich durch Werbung finanzieren. Bitte geben Sie bei jedem Anbieter an, ob Sie diesen kennen und ob Sie diesen ggf. auch schon nutzen.“

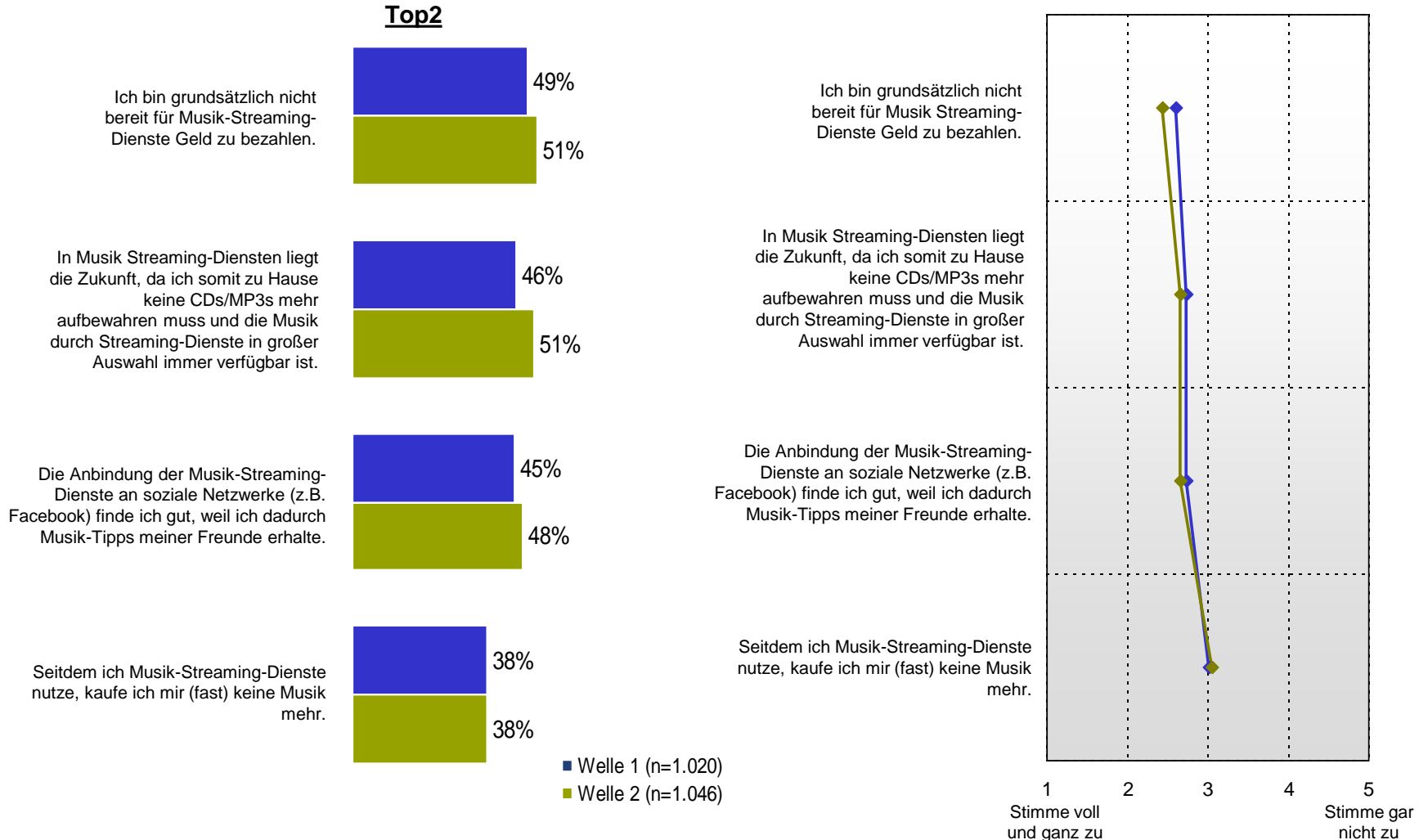
(Basis: alle Befragten, Welle 2: n = 1.046, nur Nutzer (Top2-Werte))



## C. Ergebnisse der Befragung: Einschätzung von Musik-Streaming-Diensten – Wellenvergleich

„Im Folgenden lesen Sie einige Aussagen zu Musik Streaming-Diensten, denen man zustimmen kann, oder nicht. Bitte geben Sie bei jedem Statement an, inwieweit Sie persönlich diesem zustimmen. Ihre Einschätzung können Sie auf einer 5er Skala von 1 = 'stimme voll und ganz zu' bis 5 = 'stimme gar nicht zu' einstufen.“

(Basis: alle Befragten, Welle 1: n = 1.020, Welle 2: n = 1.046; Top2-Werte bzw. Mittelwerte auf einer 5er Skala von 1 = Stimme voll und ganz zu bis 5 = Stimme gar nicht zu)



## D. Die INNOFACT AG

## Die INNOFACT AG

- Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research.
- INNOFACT beschäftigt 50 feste Mitarbeiter und ist mit eigenen Büros in Düsseldorf (Zentrale), Hamburg (Kompetenzcenter Internet), Lengerich (IT-Center) und Zürich präsent.
- INNOFACT arbeitet in Deutschland, Europa und weltweit. Dabei nutzen wir alle relevanten Erhebungsmethoden: (Online-Interviews, CATI-Interviews im eigenen Telefonstudio oder Face-to-Face-Interviews aller Art). Ein Schwerpunkt unserer Arbeit liegt in der Online-Marktforschung - hier zählen wir zu den erfahrensten Instituten auf dem deutschen Markt.
- INNOFACT befragt Verbraucher in allen wichtigen Konsumgütermärkten. Außerdem erstellen wir Studien für unterschiedlichste B-to-B-Märkte, insbesondere Kundenzufriedenheitsanalysen.
- Das INNOFACT-Kundenspektrum reicht von internationalen Weltmarktführern bis zu regionalen Mittelständlern.



Düsseldorf  
Hamburg  
Zürich  
Lengerich

Karin Hagemann  
INNOFACT AG Research & Consulting  
Neuer Zollhof 3  
D-40221 Düsseldorf  
Tel. +49 211 / 86 20 29 - 0  
Fax +49 211 / 86 20 29 - 210  
[www.INNOFACT.com](http://www.INNOFACT.com)