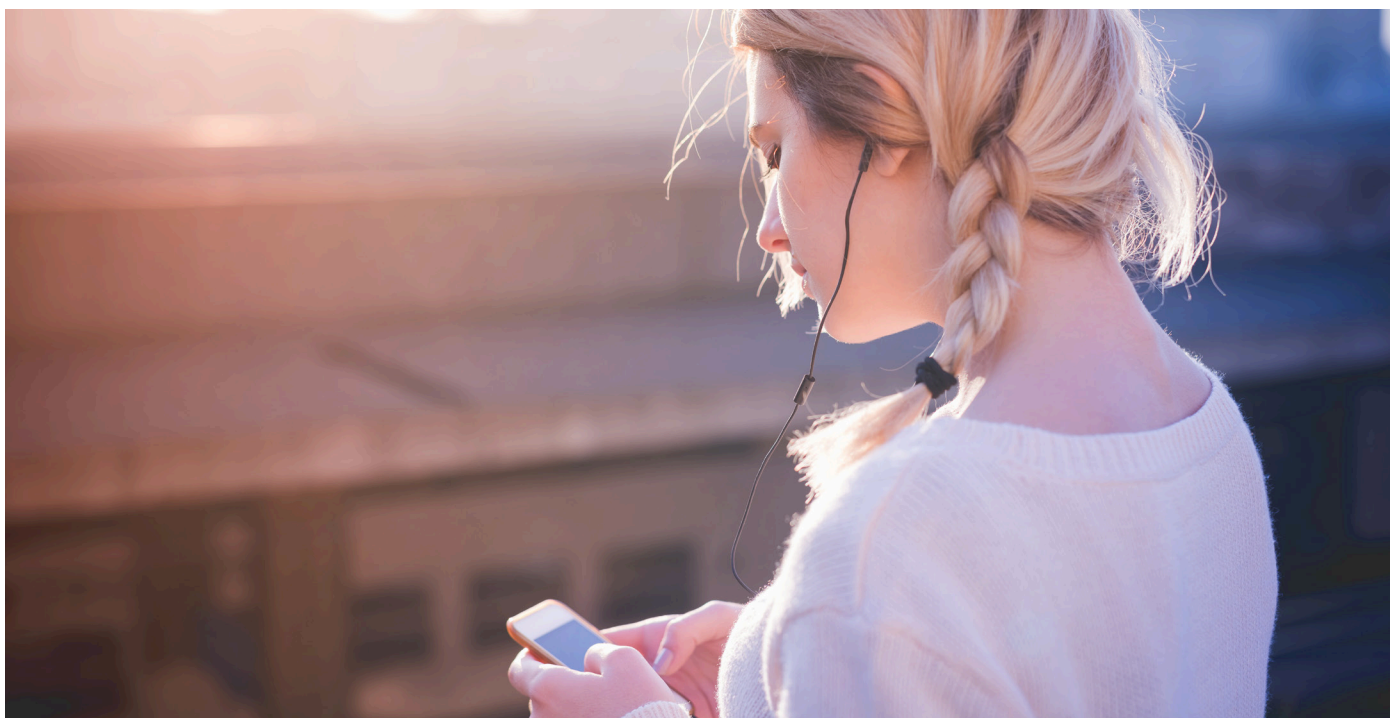


Musik er noget, man hører på nettet



Danskerne elsker streaming. Hr. og fru Danmark streamer musik som aldrig før - og ung som gammel er vi hjemmenvante på et bredt udvalg af musikstreaming-tjenester og finder nemt frem til ny yndlingsmusik på nettet. Selvom danskerne er glade for gratis glæder og holder meget af at høre musik gratis på eksempelvis YouTube, så er der trods alt flere og flere, der betaler for en eller flere musikstreaming-tjenester, hvor de ikke forstyrres af reklamer.

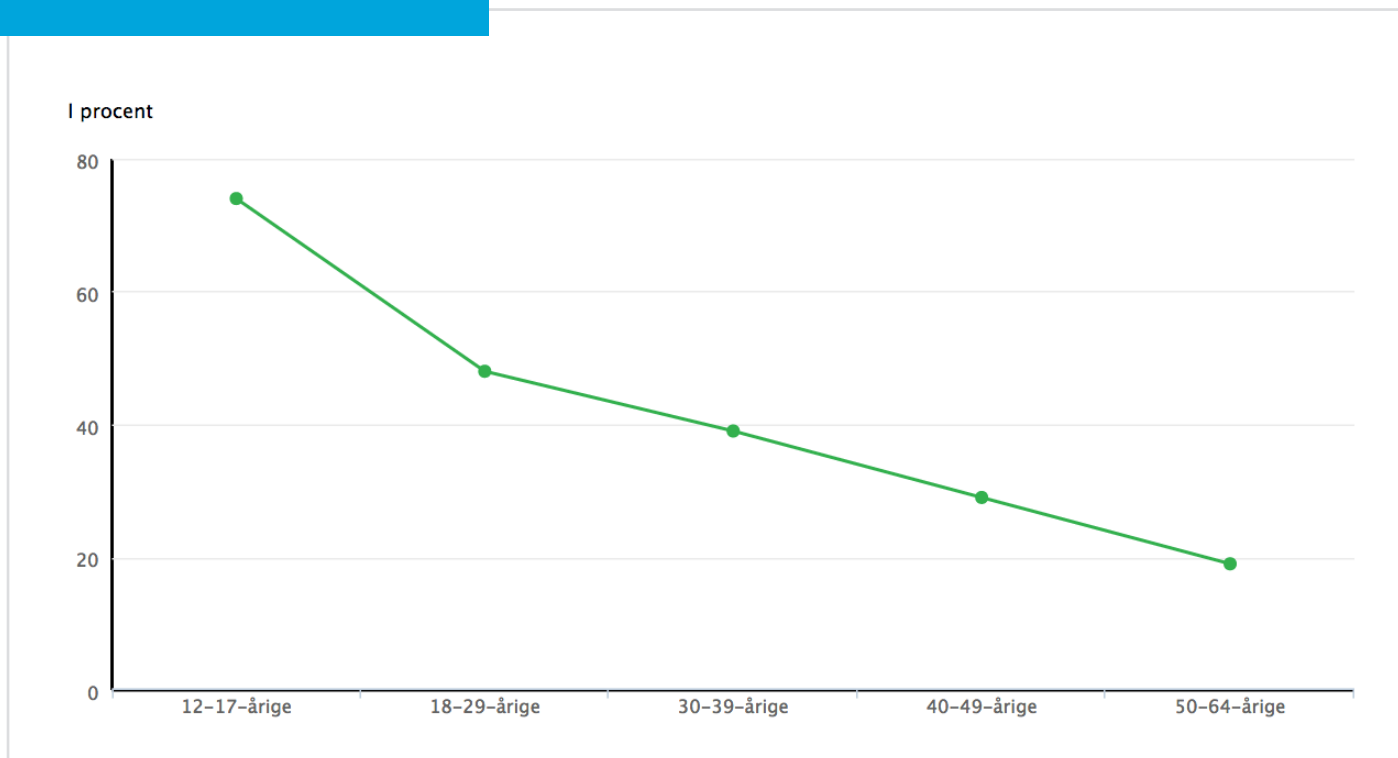
For femte gang har Koda gennemført en medievanundersøgelse for at kortlægge danskernes medievaner, når det kommer til forbrug af musik og film. Undersøgelserne giver Koda og medlemmerne et klart billede af de forandringer, der præger danskernes aktuelle forbrug af musik

og medier. Senest har analysefirmaet You spurgt danskerne i marts 2015. De dugfriske tal dokumenterer tendenser i danskerne musikvaner, der i den grad ændres i takt med digitaliseringen.

Faldende musikforbrug når købekraft stiger

Det er klart de helt unge, der er de største forbrugere af musik. Mere end 70 procent af de 12-17-årige sætter deres egne musikfavoritter på hver eneste dag og kan ikke nøjes med den musik, de kan høre i radio og tv. Denne trang falder støt med alderen, og tallene taler sit klare sprog; jo ældre vi bliver, desto mindre musik lytter vi til.

Jo ældre vi bliver...



De helt unge er den aldersgruppe, der hører mest musik, men det er desværre ikke den del af danskerne, der har den største købekraft. Digitaliseringen af hele musikbranchen forstærker misforholdet mellem forbrug og købekraft yderligere, idet de 12-17-årige typisk ikke har adgang til et kreditkort.

Musik på nettet er et hit

Flere danskere end nogensinde før streamer nu musik hver eneste dag. For 28 procent af os er det blevet en daglig selvfølge at trykke på play-knappen og hører musik via nettet – på den ene eller den anden måde. Selvom det klart er de helt unge, der har førertrøjen på, når det handler om musikstreaming, så er de ældre også pænt med. I dag er det kun én ud af tre af de 60-årige, der siger, at de aldrig streamer musik.

Ejerskab mister sin betydning

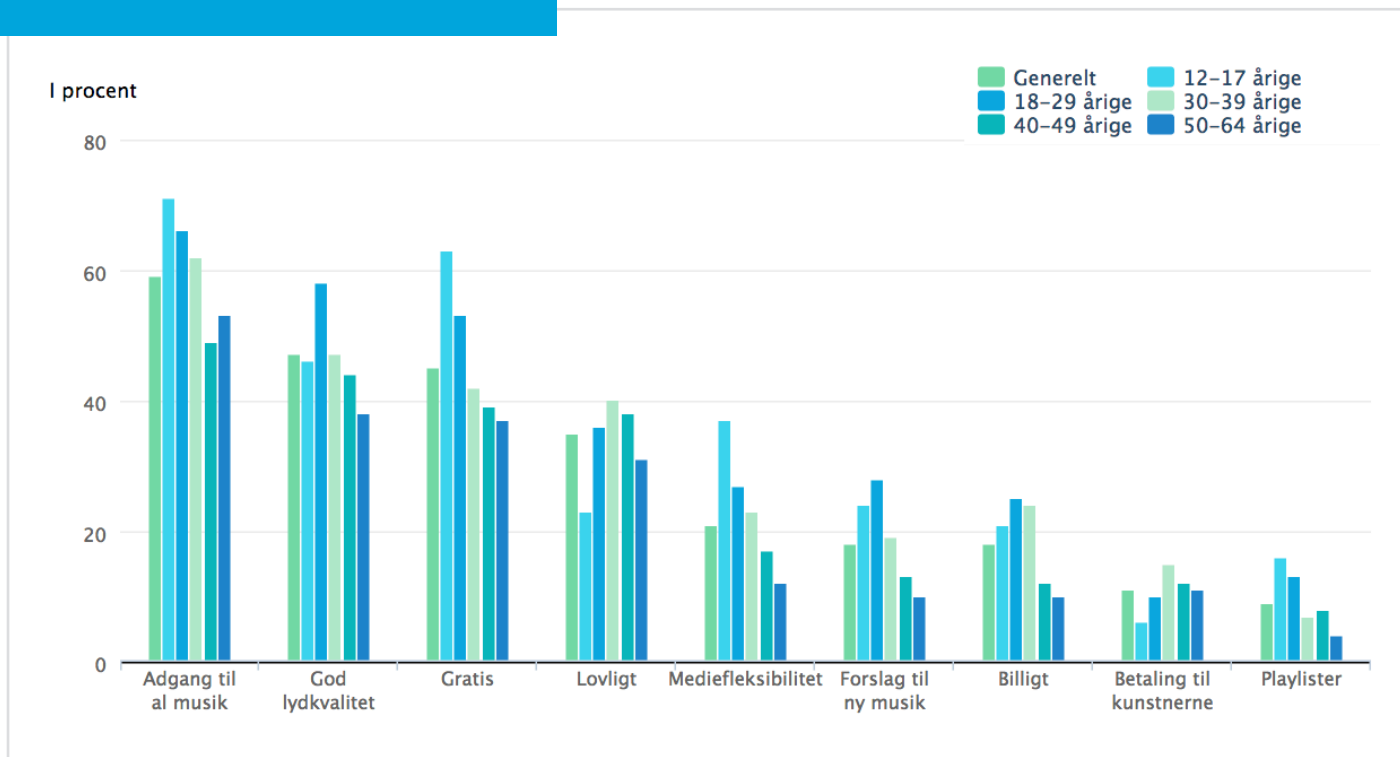
I takt med, at danskerne tager streamingtjenesterne til sig, betyder ejerskab af musik mindre og mindre. Mere end hver tredje af os siger i dag, at ejerskab enten intet betyder eller, at vi decideret foretrækker adgang til musik via streaming frem for andre medier. Går man blot to år tilbage, gjaldt det kun 23 procent – altså mindre end hver fjerde.

Stort udbud i god kvalitet – helst gratis

Når danskerne vælger musik tjeneste, er det vigtigst for dem, at tjenesterne tilbyder adgang til al musik, at musikken er i god kvalitet - og at det er gratis. Det er af sekundær interesse, hvorvidt kunstnerne får betaling. Kun omkring hver tiende af os lægger vægt på det sidste. Og spørger man de helt unge, har det forsvindende lille betydning for dem – til gengæld vægter det langt højere hos de unge, at tjenesten er gratis.

Nyeste tal viser dog en tendens til, at det trods alt er blevet mindre vigtigt for os, at musik er gratis. I 2011 prioriterede 55 procent, at musik er gratis – i dag er den andel faldet til 45 procent.

Det lægger brugerne vægt på



Facebook ny musik-platform

Næsten halvdelen af danskerne bruger Facebook til at se og høre musikvideoer. 42 procent af os har inden for den seneste måned set eller hørt musikvideoer på Facebook.

Spørger man de 12-17-årige gælder det 66 procent og faktisk er Facebook en regulær kilde til musikforbrug for mere end hver fjerde unge. 26 procent af de 12-17-årige ser eller hører nemlig musikvideoer på Facebook 'dagligt' eller 'ofte'.

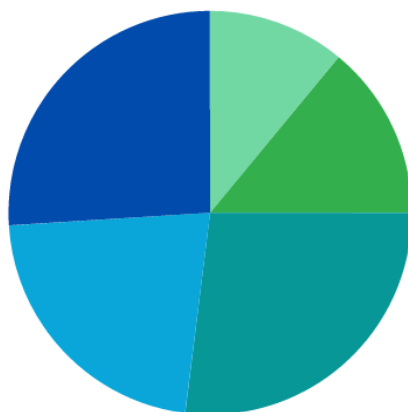
Indtægter bør deles med musikskabere

Spørger man danskerne, om de synes, at ejerne af Facebook burde dele en del af deres overskud med dem, der står bag den musik, der bliver delt på livet løs på Facebook, er svaret klart. For mere end hver tredje af os vil finde det mere end rimeligt, hvis Facebook betalte en del af deres indtægter videre til dem, der har skrevet den musik, der bliver delt på Facebook.

37 procent vil 'i høj' eller 'i meget høj grad' finde det rimeligt, hvis ejerne af Facebook skulle betale et mindre beløb af deres indtægter til de kunstnere, der har skrevet og spillet den musik, man kan se og høre på Facebook. De helt unge, der bruger Facebook mest til at høre og se musikvideoer, er også enige. Her mener 34 procent, at en betaling fra YouTube til musikkens skabere 'i høj' eller 'i meget høj grad' ville være rimeligt.

Burde Facebook betale musikkens skabere?

Slet ikke 11 % I mindre grad 14 %
I nogen grad 27 % I høj grad 22 %
I meget høj grad 26 %

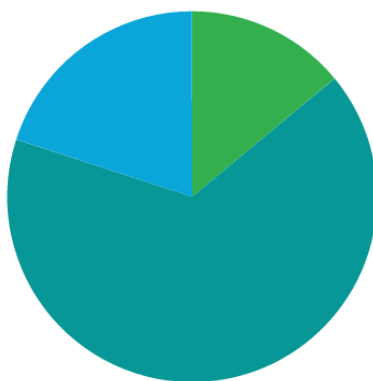


Danskernes streaming-glæde udfordrer kabel-tv

Halvdelen af danskerne abonnerer på en film- og seriestreaming-tjeneste og det kannibalerer i høj grad på forbruget af kabel-tv. Op imod hver femte danske husstand har enten opsagt eller reduceret sin kabel-tv-pakke alene inden for de seneste 12 måneder – størstedelen af de adspurgte (73 procent) fremhæver, at de har droppet eller reduceret deres kabel-tv-pakke for at spare penge. Men mere end hver tredje adspurgte fremhæver også, at Netflix, HBO og lignende streaming-tjenester får seerne til at droppe eller skære ned på deres kabel-tv-pakke.

Kabel-tv nedprioriteres

- Har ikke kabel-tv-pakke 14 %
- Har beholdt sin kabel-tv-pakke 66 %
- Skåret kabel-tv fra for nylig 20 %



Kabel-tv vælges fra

Hver femte husstand, der har kabel-tv, er bundet til en bestemt kabel-tv-pakke gennem deres grundejerforening, andelsboligforening eller lignende, så i takt med at færre og færre husstande bliver bundet til en bestemt pakke, kan man forvente, at kabel-tv i stigende grad fravælges.

regulær kilde til vores tv-forbrug for hver fjerde af os – 25 procent af danskerne svarer nemlig at de 'dagligt' eller 'ofte' har brugt DRs hjemmeside til at se tv inden for de seneste 30 dage.

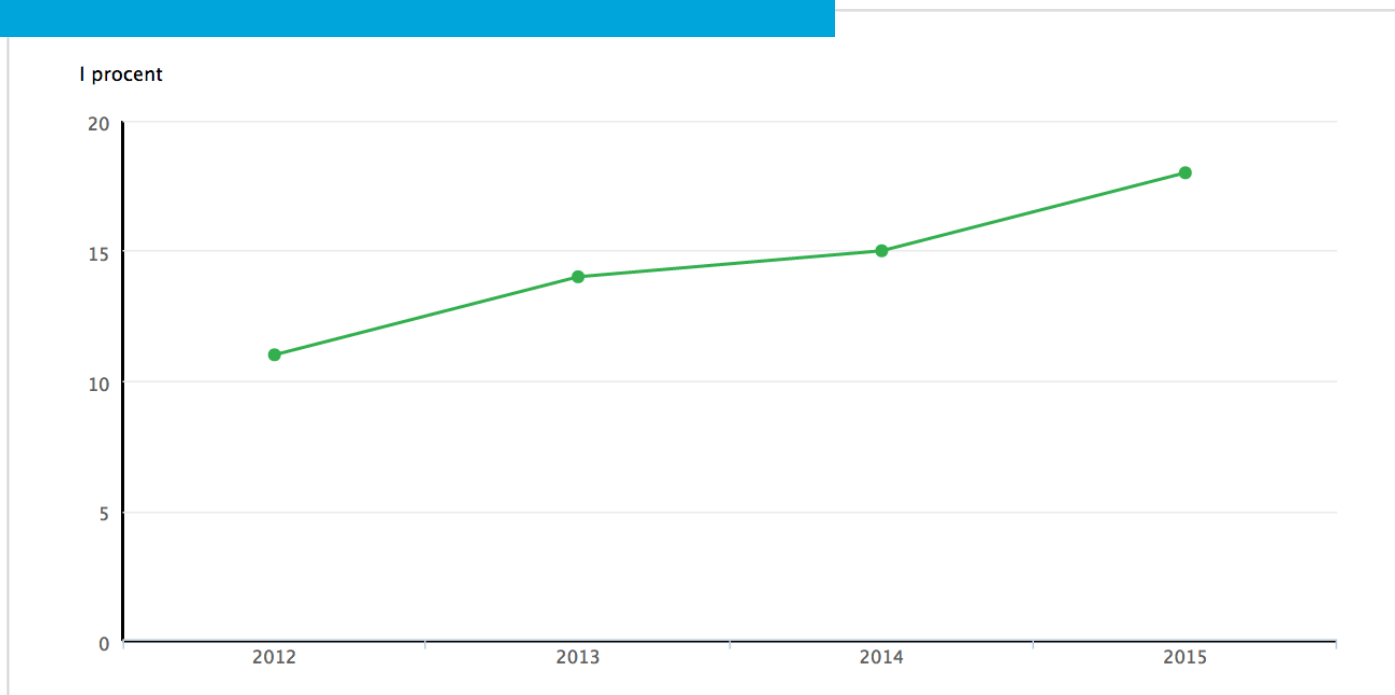
Tv på nettet er en succes. Den seneste medieanalyse fra YouGov viser, at langt over halvdelen af os bruger DRs hjemmeside til at se tv på. Faktisk er DRs hjemmeside en

Flere og flere betaler for at streame musik

Op mod halvdelen af os lægger p.t. penge i kassen for brug af online musik, og den andel er stigende. 40 procent af danskerne betaler nu for brugen tjenester som Spotify, TDC Play, WiMP og lignende – enten gennem et månedligt abonnement eller via deres telefon- internet- eller tv-abonnement. Det er en stigning på fem procent siden 2013.

Ser man udelukkende på den andel af danskerne, der betaler et månedligt abonnement og ikke har købt adgangen til en musikstreaming-tjeneste som en del af en samlet aftale om eksempelvis internet eller tv, viser Kodas medieanalyse også en fremgang. Det er nu 18 procent af os, der aktivt er blevet betalende brugere af tjenester som Spotify, TDC Play og WiMP. I 2010 gjaldt det kun hver tidende af os.

Andel af danskere der betaler for musik-streaming



YouTube det nye MTV - radio stadig vigtig

Danskerne opdager ny musik på streamingtjenester, YouTube eller Facebook, som er integreret med Spotify - og overhaler dermed tv inden om.

Især de unge opdager ny musik på YouTube, hvor næsten hver fjerde unge bruger tjenesten til at gå på opdagelse i. Det samme gør sig kun gældende for fem pct. af de 50-årige.

I modsætning til resten af danskerne har radio og tv forsvindende lille betydning for de unge, når det handler om at opdage ny musik. De unge hører deres musik på streaming-tjenesterne og på YouTube, men uanset

hvor de hører musikken, så er det deres klassekammerater og venner, der er den vigtigste kilde til nye musikopdagelser. Hos de ældre generationer har de traditionelle medier, som tv og radio, dog stadig stor betydning for, hvilken ny musik de forelsker sig i. Og selvom radioen måske mister noget af sin betydning, er airplay i radioen stadig den sikreste vej til publikum for de fleste musikere, sangskrivere og artister.

Kilder til ny favoritmusik

