

Universität Hamburg
Abteilung Kommunikation und Marketing
Referat Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: +49 40 42838-2968
E-Mail: medien@uni-hamburg.de

2. Juni 2025

22/25

Studie zum Musikstreaming

SMART SPEAKER STÄRKEN

MUSIKSTREAMING – STUDIE ZEIGT

VERKNÜPFUNG VON GERÄT UND

ABO

Smart Speaker wie Amazon Echo Geräte sind längst mehr als technische Spielereien – sie prägen den Musikmarkt maßgeblich mit. Das zeigt eine aktuelle Studie von Forschenden der University of Hamburg Business School. Wer einen Smart Speaker besitzt, hört mehr Musik und bindet sich außerdem häufig an den Streamingdienst des jeweiligen Herstellers. Dies könnte die Wettbewerbssituation im Musikstreamingmarkt verändern.

Seit der Markteinführung des ersten Smart Speakers haben sich die mit dem Internet verbundenen und mit Sprachassistenten ausgestatteten Lautsprecher rasant in deutschen Haushalten etabliert. Die Wiedergabe von Musik ist dabei die häufigste Nutzung.

Marketing-Wissenschaftler der University of Hamburg Business School haben nun in einer repräsentativen Studie 1.518 Menschen aus Deutschland zu ihren Hörgewohnheiten befragt. Das Ergebnis: Während Nutzerinnen und Nutzer ohne Smart Speaker durchschnittlich etwa 16 Stunden pro Woche Musik hören, sind es bei Menschen mit Smart Speakern mehr als 20 Stunden.

Michel Clement, Professor für Marketing und Media sowie Koautor der Studie, erklärt: „Unsere Ergebnisse deuten darauf



hin, dass Smart Speaker den Musikkonsum über andere Geräte wie Smartphones ergänzen. Sie schaffen neue Nutzungssituationen und tragen so insgesamt zu einem höheren Musikstreaming-Anteil im Alltag bei.“

Auch beim Einsatz von Streamingdiensten und kostenpflichtigen Abonnements gibt es Unterschiede: So liegt der Anteil von Bezahlangeboten bei den Nutzerinnen und Nutzern von Smart Speakern bei 73 Prozent und lediglich 39 Prozent bei denjenigen, die keinen Smart Speaker besitzen.

Enge Verzahnung von Gerät und Dienst

Die Nutzerinnen und Nutzer von Smart Speakern scheinen zudem die Dienste ihrer jeweiligen Lautsprecherhersteller zu bevorzugen: So greifen beispielsweise Personen, die einen Amazon Smart Speaker besitzen, mit einem Anteil von 29,3 Prozent auf die hauseigene, kostenpflichtige Plattform Amazon Music Unlimited zurück. Bei Personen ohne Smart Speaker liegt dieser Wert bei lediglich 11,0 Prozent. Ähnlich verhält es sich bei den Google Smart Speaker-Besitzern: Sie nutzen im Vergleich zu Nutzerinnen und Nutzern ohne Smart Speaker deutlich häufiger YouTube Music (17,3 % mehr).

Diese enge Verzahnung zwischen Hardware und Musikdienst schafft klare Bindungseffekte: „Zwischen Smart Speakern und den im Markt verfügbaren Musikstreamingdiensten bestehen spannende Wechselwirkungen. Das wirft interessante Fragestellungen auf – etwa zur Nutzerbindung innerhalb der Ökosysteme und die damit verbundenen Chancen und Risiken für den internationalen Musikmarkt“, erklärt Levent Uyar von der University of Hamburg Business School und Hauptautor der Studie.

Smart Speaker als wichtige Plattformen für den Musikstreaming Markt

Smart Speaker-Hersteller könnten sich demnach zunehmend als zentraler Bestandteil der Nutzererfahrung im Musikstreaming-Markt entwickeln und schließlich beeinflussen, welche Dienste und Inhalte den Usern zugänglich sind. Diese mögliche Rolle könnte in Zukunft erhebliche Folgen für die Wettbewerbsdynamik am Musikmarkt haben. Bereits heute müssen Musikstreamingdienste innovative Strategien entwickeln, um auf dem Musikmarkt und auf Smart Speaker-Plattformen erfolgreich zu sein. Wie sich dieser Wandel auf die Vielfalt der



Angebote und die Marktstruktur auswirkt, bleibt eine zentrale Fragestellung für die weitere Forschung und die Branche.

Für Rückfragen:

Levent Uyar, M.Sc.

Universität Hamburg

Marketing & Media

Tel.: +49 40 42838 8721

E-Mail: levent.uyar@uni-hamburg.de

„Sie brauchen Fotos für die Berichterstattung über die Universität Hamburg? In unserer [Bilddatenbank](#) finden Sie hochauflösende Pressefotos in Druckqualität zur honorarfreien Nutzung.

Sie suchen zu einem redaktionellen Thema eine Expertin oder einen Experten? Der [UHH-Expertenservice](#) bietet eine Suche nach Fachbereichen und Schlagwörtern und liefert direkt passende Kontaktdaten.“

