



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Pirat oder Kunde?“

Eine mediensoziologische Untersuchung über die
Entscheidungscharakteristika von legalen und illegalen
Musikdownloads

Verfasser

Markus Kudler, Bakk.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 813

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Soziologie

Betreuer:

Doz. Dr. Friedhelm Kröll

Danksagung

Wir möchten uns besonders bei unseren Eltern und Freunden bedanken,
die uns tatkräftig bei der Verwirklichung
dieser Magisterarbeit unterstützt haben.

Erklärung zur gemeinsamen Bearbeitung des Themas

Die vorliegende Magisterarbeit ist eine Gemeinschaftsarbeit von:

Bernhard Jäger

Markus Kudler

Die einzelnen Kapitel sind mit dem jeweiligen Verfassernamen gekennzeichnet. Essentielle Inhalte wie, die Forschungsplanung und –strukturierung, Erstellung der Forschungsfragen, Generierung der Hypothesen, Erstellung des Erhebungsinstruments, Analyseverfahren wurden gemeinsam entwickelt und sind daher geistiges Eigentum beider Autoren. Die angegebenen Autorennamen beziehen sich lediglich auf die Verschriftlichung dieser Teile. Die nicht gekennzeichneten Teile wurden vollständig gemeinsam verfasst. Neben den kurzen Einleitungen zu den einzelnen Kapiteln sind dies, die Einleitung, persönliche Reflexion und Ausblick und Resümee.

Kurzfassung

Der Kampf zwischen Musikindustrie und Musikpiraterie hat durch das Internet eine völlig neue Dimension erlangt. Eine Vielzahl an Studien beschäftigte sich bereits mit dieser Thematik. Neben ökonomischen und rechtlichen Fragen wurde jedoch kaum auf die Menschen und deren Lebenswelt eingegangen. Diese Arbeit versucht mittels umfassender Recherche und einer weitläufigen Onlinebefragung den MusikdownloaderInnen ein Gesicht zu geben.

Um die wichtigsten Merkmale von NutzerInnen von legalen und illegalen Downloadangeboten herauszufiltern wurden unterschiedliche Themenblöcke entwickelt. Durch die Erhebung von Nutzung, Einstellungen, Einschätzungen, technischer Ausstattung und soziodemographischen Merkmalen wurden wichtige Entscheidungscharakteristika für legale bzw. illegale Musikdownloads gefunden.

Mittels der Schützschen Lebenswelttheorie wurden die möglichen dahinterliegenden Motive ermittelt. Diese zeigen, dass nicht nur der finanzielle Aspekt, sondern auch das persönliche Umfeld, die Einstellung gegenüber Schädigung und Profit der Künstler, wie auch die Einschätzung von Risiken einer rechtlichen Verfolgung oder einer Gefährdung des Computers für die Entscheidung zwischen legalem und illegalem Musikdownload verantwortlich sind.

Abstract

The Internet has added a completely new dimension to the struggle between the music industry and the music piracy. So far a multitude of studies were performed on this topic. Apart from economic and legal considerations the influence on the life style of people¹ has not been considered yet. The aim of this study is to profile users of music downloads by a comprehensive research and an extensive online survey.

In order to distinguish the most significant characteristics of the users of legal and illegal offers for downloading, different thematic blocks were developed. By inquiries concerning the use, attitudes and estimations of technical equipment and socio-demographic characteristics, important traits for legal and illegal downloads of music were discovered.

By means of the life-world-theory of Schütz potential motives for the music piracy were found. The motives prove that not only the financial aspect, but also the personal surroundings, the attitude towards the damage and the profit of the artists are reasons for music piracy. In addition it will be shown that the assessment of risks of prosecution and the risk of damaging the own computer are also significant motives for the decision between legal and illegal download of music.

¹ When mentioning users or people, it is always referred to both genders to equal parts.

Inhaltsverzeichnis

Erklärung zur gemeinsamen Bearbeitung des Themas.....	v
Kurzfassung	vii
Abstract.....	ix
Einleitung	1
1. Zugang und Erkenntnisinteresse (Markus Kudler).....	4
2. Gesellschaftliche Relevanz und Verwertungszusammenhang (Markus Kudler)	4
3. Forschungsfrage und Hypothesen	5
3.1 Forschungsfrage (Markus Kudler).....	5
3.2 Themenblöcke und Hypothesen (Bernhard Jäger).....	6
4. Theorie.....	13
4.1 Musik im Internet (Markus Kudler).....	13
4.1.1 Entstehungsgeschichte der heutigen „Musikindustrie“	13
4.1.2 Daten und Fakten: Der österreichische Musikmarkt	15
4.1.3 Daten und Fakten: Internetnutzung und Hardwarebesitz in Österreich	17
4.1.4 Urheberrechts- und Verwertungsgesellschaft.....	18
4.2 Onlinemusikpiraterie und Gegenstrategien der Musikindustrie (Bernhard Jäger)20	
4.2.1 Allgemeine Rechtslage	20
4.2.2 Entstehung	21
4.2.3 Jüngere Entwicklungen	23
4.2.4 Schlussbemerkung	27
4.2.5 Exkurs: Aktuelle Erscheinungsform der Netzkultur	28
4.3 Die Theorie nach Schütz.....	28
4.3.1 Grundlagen der Theorie nach Schütz (Bernhard Jäger)	29
4.3.2 Verhalten und Handeln (Bernhard Jäger).....	29
4.3.3 Das Relevanzsystem (Markus Kudler).....	31
4.3.4 Das Um-zu-Motiv (Markus Kudler).....	32
4.3.5 Das Weil-Motiv (Markus Kudler)	33
5. Methodik (Markus Kudler).....	34
5.1 Beschreibung der Methodenwahl	34
5.2 Erstellung des Onlinefragebogens	35
5.2.1 Pretest	35
5.3 Erhebung	42

6.	Auswertung	44
6.1	Beschreibung der Gesamtstichprobe (Markus Kudler)	44
6.1.1	Geschlecht	45
6.1.2	Alter.....	45
6.1.3	Familienstand	46
6.1.4	Schulbildung.....	46
6.1.5	Tätigkeit	47
6.1.6	Ortsgröße und Aufenthaltsland	47
6.1.7	Durchschnittlich im Monat verfügbares Geld.....	48
6.2	Die Stichprobe der DownloaderInnen (Bernhard Jäger)	49
6.2.1	Allgemeine Nutzung von Musik	49
6.2.2	Eigene Einstellungen.....	57
6.2.3	Allgemeine Einschätzungen.....	63
6.2.4	Technische Ausstattung und Know-how.....	73
6.2.5	Wissensfragen	76
6.3	Die Stichprobe der Nicht-DownloaderInnen (Markus Kudler).....	78
6.3.1	Allgemeine Nutzung von Musik	79
6.3.2	Eigene Einstellungen.....	83
6.3.3	Allgemeine Einschätzungen.....	87
6.3.4	Technische Ausstattung und Know-how.....	96
6.3.5	Wissensfragen	100
6.4	Vergleich DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen	101
6.4.1	Soziodemographische Merkmale (Markus Kudler)	101
6.4.2	Allgemeine Nutzung von Musik (Markus Kudler)	103
6.4.3	Eigene Einstellungen (Bernhard Jäger).....	105
6.4.4	Allgemeine Einschätzungen (Bernhard Jäger).....	106
6.4.5	Technische Ausstattung und Know-how (Markus Kudler).....	110
6.4.6	Wissensfragen (Markus Kudler)	111
6.5	Vergleich von NutzerInnen von legalen und illegalen Angeboten.....	112
6.5.1	Soziodemographische Merkmale (Markus Kudler)	112
6.5.2	Allgemeine Nutzung von Musik (Markus Kudler)	115
6.5.3	Eigene Einstellungen (Bernhard Jäger).....	118
6.5.4	Allgemeine Einschätzungen (Bernhard Jäger).....	120
6.5.5	Technische Ausstattung und Know-how (Markus Kudler).....	127
6.5.6	Wissensfragen (Markus Kudler)	128

7. Ergebniszusammenführung	131
7.1 Allgemeine Nutzung von Musik (Markus Kudler).....	132
7.2 Eigene Einstellungen (Bernhard Jäger)	134
7.3 Allgemeine Einschätzungen (Bernhard Jäger).....	135
7.4 Technische Ausstattung und Know-how (Markus Kudler)	139
7.5 Wissensfragen (Markus Kudler).....	139
7.6 Charakteristika	140
8. Persönliche Reflexion.....	143
9. Resümee und Ausblick	144
Glossar der wichtigsten Begriffe	147
Abbildungsverzeichnis	149
Tabellenverzeichnis	151
Literaturverzeichnis	155
Linkverzeichnis	157
Anhang	161
Anhang A: Fragebogen.....	161
Anhang B: Auswertungen	167
Tabellenverzeichnis Anhang	167
B.1 Beschreibung der Gesamtstichprobe.....	169
B.2 Die Stichprobe der DownloaderInnen.....	169
B.3 Die Stichprobe der Nicht-DownloaderInnen.....	180
Anhang C: Lebenslauf	189
C.2 Lebenslauf: Bernhard Jäger	189
C.2 Lebenslauf: Markus Kudler	191

Einleitung

Das Internet wurde zu einem wichtigen Bestandteil unserer heutigen Lebenswelt. Für Musik gilt dies schon, seitdem der Mensch sein kulturelles Wesen entdeckte. Zusammen bilden die beiden Bezugspunkte ein Konglomerat, welches viele interessante Diskussions-themen eröffnet. Die Spitze der derzeitigen Debatte beschäftigt sich mit der unüber-schaubaren Verbreitungsweise von Musik, die die dynamische Entwicklung des Internets eingeleitet hat. Nicht die Musikindustrie erkannte das Leistungsvermögen dieses Mediums zuerst, sondern Musikliebhaber entwickelten gemeinsam Softwarelösungen um Musik-dateien über das Internet zu tauschen und zu nutzen.

Das Zeitalter der MP3-Technologie war Startschuss dieser Entwicklungen und veränderte die gesamte Musikbranche, besonders Filesharingnetzwerke (Onlinetauschbörsen), wie Napster, Gnutella oder iMesh, welche sich auf einen reinen Vermittlungsservice be-schränkten und mit diesem Prinzip eine große Anzahl an Usern gewinnen konnten.²

„Beim Filesharing handelt es sich um ein technisches Konzept, das Nehmen und Geben von Dateien vereinfacht. Jeder Nutzer des Programms stellt die Dateien auf seiner Festplatte allen anderen Nutzern der Tauschbörse zur Verfügung“³

Nun war es möglich, Musik von Computer zu Computer über ein großes Netzwerk unentgeltlich auszutauschen (peer-to-peer – P2P). Aufgrund der Urheberrechtsverletzungen und der sinkenden Zahlen im konventionellen Musikhandel musste die Musikindustrie ein-greifen, klagte gegen den Vorreiter Napster und konnte diesen aber erst zwei Jahre nach dessen Gründung schließen. Heute gibt es ein großes Angebot von Tauschbörsen im Netz, welche mit ihrem großen Angebot faktisch jede Art von Medieninhalten ubiquitär zur Ver-fügung stellt.⁴ Weiters entstanden in den letzten Jahren auch einige legale Musikdownload-angebote, die mit einer großen Auswahl an Musiktiteln in den Internetmusikmarkt ein-stiegen. Durch das späte Erkennen dieses Trends wurde den „illegalen“ Tauschbörsen jedoch die Möglichkeit geboten, sich auf breiter Basis zu etablieren und in der Lebenswelt

² vgl. Becker / Clement / Schusser (2005: 201f)

³ Krömer / Sen (2006: 79)

⁴ vgl. Becker / Clement / Schusser (2005: 201ff)

der Musikbegeisterten zu verankern. Es entstand eine Art Gewöhnungseffekt, welcher den Konkurrenzkampf für legale Anbieter immens erschwert.

Das folgende Zitat von Detlef Diederichsen zeigt einen besonders interessanten Gedankengang in Bezug auf dieses Thema:

„Musiker, Musikindustrie und Musikkonsumenten befinden sich in einem komplizierten Viel-Fronten-Krieg, bei dem kaum noch zu überschauen ist, wer zusammen mit wem gegen welche Gegner kämpft und was die Kriegsziele sind. In jedem Fall geht es um viel Geld. Und womöglich um Kunst. Vielleicht sogar um Freiheit?“⁵

Im Anschluss an diese Einleitung befindet sich ein kurzer Überblick über den Zugang und das Erkenntnisinteresse der Forschung. Danach werden die gesellschaftliche Relevanz und der Verwertungszusammenhang erläutert. Im Zuge der Planungs- und Orientierungsphase wurden einzelne Themenblöcke mit den dazugehörigen Hypothesen generiert, welche das Anschlusskapitel präsentiert. Es folgt eine Auseinandersetzung mit der herangezogenen Theorie, welche in drei Schritte – Musik im Internet, Onlinemusikpiraterie und Gegenstrategien der Musikindustrie und die Theorie nach Schütz – gegliedert ist, danach wird auf die Beschreibung der Methodenwahl eingegangen. Die nächsten zwei Kapitel – Auswertung und Ergebniszusammenführung – bilden das Hauptstück der Arbeit und kennzeichnen den Analyseprozess. Abschließend werden eine persönliche Reflexion und ein Ausblick geboten. Oft verwendete oder wichtige Begriffe befinden sich zusammengefasst im Glossar.

An dieser Stelle soll auch noch kurz auf die Verwendung von Anglizismen in der vorliegenden Arbeit Bezug genommen werden. Das bearbeitete Forschungsfeld lebt von dem Interesse und Engagement der sogenannten vernetzten Welt. Aufgrund der Sprachenvielfalt war es naheliegend, dass Englisch als Weltsprache und vermutlich einflussreichste Sprache in den Massenmedien auch den Sprachgebrauch dieses Mediums dominiert. Die allgemeine Anglizismuskritik soll hier nicht näher kommentiert werden. Für die Bearbeitung des Forschungsfeldes war es unumgänglich allgemein gängige Anglizismen wie z.B. „Musikdownload“ oder „MP3-Player“ zu verwenden. Besonders für die Konstruktion des Onlinefragebogens (welcher für sich wieder einen Anglizismus darstellt) war es sinnvoll, das gängige „Internetvokabular“ zu verwenden. Einerseits um die Fragen kurz zu

⁵ Diederichsen (2001: 16)

halten und andererseits um die Befragten nicht mit unkonventionellen Umschreibungen unnötig zu verwirren. Da an der Befragung ohnehin lediglich InternetnutzerInnen teilnahmen, die offensichtlich mit dem Medium hinreichend umgehen konnten, war vorauszusetzen, dass sie auch mit dem benutzten Vokabular mehr oder minder vertraut waren. Dies bestätigte sich bereits im Pretest. Die weitere Verwendung der Anglizismen im Auswertungsteil erschien sinnvoll um die ganze Arbeit mit einem einheitlichen Vokabular zu versehen. Dies geschah vor allem im Sinne der Übersicht und Nachvollziehbarkeit.

1. Zugang und Erkenntnisinteresse

(Markus Kudler)

Für die Verwirklichung dieser Diplomarbeit waren einige Grundvoraussetzungen notwendig. Neben den technischen Hintergründen und einem ausgeprägten Musikinteresse faszinierte uns vor allem, welche Eigenschaften die NutzerInnen von legalen wie auch illegalen Musikdownloadangeboten aufweisen. Ebenfalls verstärkten der Diskurs im Freundeskreis und die ständigen Recherche in (Online-)Zeitungen, sowie der Kontakt zu Künstlern bzw. Musikschaaffenden das Erkenntnisinteresse.

Erst der Kontakt zu diesen Personengruppen erleichterte den Weg in der Erhebungsphase und gestaltete das weitere Gelingen der Forschungsarbeit.

2. Gesellschaftliche Relevanz und Verwertungszusammenhang

(Markus Kudler)

Das Thema ist aus mehreren Gründen für die Wissenschaft wie auch für die Gesellschaft von Interesse. Die illegale Verbreitung urheberrechtlich geschützter Inhalte ist ein alt bekanntes Problem. Durch die dynamische Entwicklung des Internets hat dieses Themengebiet jedoch völlig neue Dimensionen erreicht. Hierfür sind zum einen die technischen Möglichkeiten des Mediums und zum anderen die Ideenvielfalt der NutzerInnen verantwortlich.

Das Problem liegt vermutlich auch bei einer fehlgeleiteten Kommunikation zwischen Musikindustrie und Kunden. Beide Seiten haben voneinander ein völlig falsches Bild, welches den Konflikt unnötig zuspitzt.

Die Aufarbeitung des Themas soll dem Diskurs einen neuen Blickwinkel geben um schlussendlich Lösungswege aufzuzeigen, die für alle Beteiligten von Vorteil wären. Das würde ein optimiertes Angebot für die Kunden und wachsende Profite für die Musikindustrie bedeuten, während die illegale Nutzung und Verbreitung urheberrechtlich geschützter Musikwerke abnahme und geistiges Eigentum einen höheren Stellenwert bekäme, ohne das dabei für eine Seite größere Nachteile entstünden.

Das Magisterarbeitsthema soll vor allem aus einer mediensoziologischen Perspektive betrachtet werden. Weiters fließen auch technik-, musik- und konsumsoziologische Elemente in die Arbeit mit ein.

3. Forschungsfrage und Hypothesen

3.1 Forschungsfrage

(Markus Kudler)

Im Zentrum der Untersuchung stellt sich die Frage, welche unterschiedlichen Merkmale die Personen vorweisen, die legal bzw. illegal Musik aus dem Internet beziehen. Problematisch ist hierbei jedoch, dass es noch keine konkret ausgearbeiteten Differenzierungsmerkmale zwischen Internetnutzern, welche Musik aus dem Internet herunterladen, und solchen, die dies nicht tun, gibt. Dieses Feld wurde nur geringfügig untersucht und wenn, dann meistens nur in Bezug auf finanzielle Aspekte, jedoch kaum in Hinblick auf andere Motive. Aus diesem Grund wurde von zwei Forschungsfragen ausgegangen:

1. Welche spezifischen Merkmale lassen sich bei NutzerInnen und Nicht-NutzerInnen von Musikdownloadangeboten identifizieren?

Die Aufarbeitung dieser Forschungsfrage soll den Rahmen der Arbeit bilden. Für ein umfassendes Verständnis der Thematik ist eine Analyse von DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen unumgänglich.

2. Welche spezifischen Merkmale weisen NutzerInnen von legalen bzw. illegalen Musikdownloadangeboten auf?

Dieser zweite Punkt repräsentiert den Kern der Untersuchung. Das Interesse richtet sich auf erkennbare Unterschiede zwischen den beiden Gruppen, welche zu der jeweiligen Entscheidung für eine der beiden Alternativen beitragen.

Anhand der identifizierten Merkmale sollen die dahinterliegenden Motive zutage gefördert werden. Schlussendlich soll also ein umfassendes Bild der untersuchten Einzelgruppen entstehen, das zeigt, was sie unterscheidet bzw. verbindet.

3.2 Themenblöcke und Hypothesen

(Bernhard Jäger)

Das zu behandelnde Forschungsfeld ist ausgesprochen komplex und vielschichtig. Um während der Planungs-, Forschungs- und Auswertungsphase nicht den Überblick zu verlieren wurde eine Konstante benötigt, welche sich durch die ganze Arbeit hindurch zieht und dabei immer wieder die eigentlichen Forschungsinteressen in den Mittelpunkt stellt.

Die Überlegung hinter dieser Konstante war es, die wichtigsten Bereiche abzudecken und damit die oben beschriebene Forschungsfrage umfassend zu beschreiben, ohne sich jedoch in einer unüberprüfaren Überfülle an Details zu verlieren. Am Ende eines zeit- und kraftaufwändigen Denkprozesses entstanden so sechs Themenblöcke, die im Folgenden vorgestellt werden sollen.

Die Entwicklung der Themenblöcke resultierte aus einer anfänglichen Überlegung, welche Theorie und Forschungsfrage verbinden sollte. Welche Aspekte beeinflussen eine Person, sich für die eine oder andere Alternative zu entscheiden? Nach einer weitläufigen Literaturrecherche und intensiven Auseinandersetzung mit dem Forschungsfeld wurden folgende Aspekte ermittelt:

- Allgemeine Nutzung von Musik
- Eigene Einstellungen
- Allgemeine Einschätzungen
- Technische Ausstattung und Know-how
- Wissensfragen
- Soziodemographische Merkmale

Themenblock I: Allgemeine Nutzung von Musik

In diesem Block werden jene Hypothesen entwickelt, welche sich direkt auf das persönliche Verhalten der Personen und deren Umgang mit Musik beziehen.

H 1.1 DownloaderInnen besitzen häufiger einen MP3-Player, den sie regelmäßig verwenden, als Nicht-DownloaderInnen.

H 1.2 Der Besitz eines tragbaren MP3-Players ist unabhängig von der Downloadart.

H 1.3 Die durchschnittlichen Ausgaben für Musik im letzten halben Jahr sind unabhängig von der Downloadart.

H 1.4 NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten lassen die Computer eher laufen als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten.

H 1.5 Die Auswahl der Downloadart ist abhängig vom näheren Umfeld (Familie, Freunde, Bekannte und Kollegen).

H 1.6 NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten tauschen öfters Musik als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten.

Themenblock II: Eigene Einstellungen

Aus Erfahrungen, Beobachtungen und Erzählungen entstand der Bereich „Eigene Einstellungen“. Diese ermöglichen es uns erst, eigene Standpunkte zu erkennen und zu verteidigen.

H 2.1 DownloaderInnen ist Musik wichtiger als Nicht-DownloaderInnen.

H 2.2 Nicht-DownloaderInnen sind die Vorzüge einer CD (Booklet mit Lyrics und weiteres Bonusmaterial) wichtiger als DownloaderInnen.

H 2.3 Die Wichtigkeit von Musik im täglichen Leben ist unabhängig von der Downloadart.

H 2.4 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten stufen den durchschnittlichen Preis für einen Musikdownload eher als gerechtfertigt ein als NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

H 2.5 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten stufen die Qualität eines heruntergeladenen Musikstücks aus dem Internet als wichtiger ein als NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

H 2.6 Die Vorzüge einer Kauf-CD sind für die NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten wichtiger als für die NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

Themenblock III: Allgemeine Einschätzungen

Über vieles in unserer Umwelt haben wir selbst nur wenige Informationen. Um uns dennoch in dieser Welt zurechtfinden zu können, müssen wir mit unserem eigenen Wissensvorrat und den Erfahrungen aus unserer persönlichen Vergangenheit lernen, Situationen bzw. Sachverhalte einzuschätzen. Hier besteht ein wesentlicher Unterschied zu den persönlichen Einstellungen, der nochmals deutlich mit folgendem Beispiel hervorgehoben werden soll.

Bsp.: Jemand vertritt die Einstellung, dass Künstler mehr aus dem Onlinemusikhandel verdienen sollten. Gleichzeitig geht er bzw. sie von der Einschätzung aus, dass die Musikindustrie den KünstlerInnen nicht mehr Geld aus dem Onlineverkauf zusprechen wird.

Die Einstellung gegenüber etwas oder jemandem ist also unsere subjektive Perspektive, mit der wir ein „Objekt“ betrachten. Die Einschätzung hingegen bezieht auch die Blickwinkel und möglichen Verhaltensweisen anderer mit ein und bildet den Versuch einer Prognose zukünftiger Ereignisse.

H 3.1 DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen stufen die Schädigung der Musikschaffenden durch illegalen Musikdownloads aus dem Internet gleich ein.

H 3.2 DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen stufen einen Profit für die Musikschaffenden durch legale Musikdownloads aus dem Internet gleich ein.

H 3.3 DownloaderInnen stufen das Risiko, bei einem illegalen Musikdownload rechtlich verfolgt zu werden, geringer ein als Nicht-DownloaderInnen.

H 3.4 DownloaderInnen stufen das Risiko, bei einem illegalen Musikdownload den Computer mit Viren oder Trojanern zu beschädigen, geringer ein als Nicht-DownloaderInnen.

DownloaderInnen stimmen folgenden Aussagen weniger zu:

H 3.5 Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter, um den Künstler zu unterstützen.

H 3.6 Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik schädigt die Künstler.

DownloaderInnen stimmten folgenden Aussagen mehr zu:

H 3.7 Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter, um Musikstücke probeweise zu hören.

H 3.8 Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.

H 3.9 Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.

H 3.10 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten gehen von einer stärkeren Schädigung der Musikindustrie durch illegale Musikdownloads aus als NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

H 3.11 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten gehen von einer stärkeren Schädigung der Musikschaffenden durch illegale Musikdownloads aus als NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

H 3.12 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten gehen von einer stärkeren Schädigung der Kunden durch illegale Musikdownloads aus als NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

H 3.12 NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten gehen von einem stärkeren Profit für die Musikindustrie durch legale Musikdownloads aus als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten.

H 3.13 NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten gehen von einem geringeren Profit für die Musikschaaffenden durch legale Musikdownloads aus als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten.

H 3.14 NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten gehen von einem geringeren Profit für die Kunden durch legale Musikdownloads aus als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten.

H 3.15 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten sehen ein höheres Risiko, bei einem unbezahlten Musikdownload rechtlich verfolgt zu werden, als NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

H 3.16 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten sehen ein höheres Risiko den Computer bei einem unbezahlten Musikdownload mit Viren oder Trojanern zu schädigen, als NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten stimmen folgenden Aussagen eher zu:

H 3.17 Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter, um den Künstler zu unterstützen.

H 3.18 Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.

NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten stimmen folgenden Aussagen eher zu:

- H 3.19 Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter, um Musikstücke probeweise zu hören.
- H 3.20 Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.
- H 3.21 Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.

Themenblock IV: Technische Ausstattung und Know-how

Entscheidungen werden auch aufgrund sehr pragmatischer Gründe entwickelt. Dazu zählt unter anderem auch, welche technischen Mittel vorhanden sind und welches spezifische Anwendungswissen einer Person zur Verfügung steht.

- H 4.1 DownloaderInnen stufen die eigenen Computerkenntnisse höher ein als die Nicht-DownloaderInnen.
- H 4.2 NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten stufen die eigenen Computerkenntnisse höher ein als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten.

Themenblock V: Wissensfragen

Abgesehen vom oben genannten Anwendungswissen wird im Zuge von Entscheidungen auch auf andere Wissensvorräte zurückgegriffen, welche zu einem entscheidungsrelevanten Thema zur Verfügung stehen.

- H 5.1 DownloaderInnen können eher unterscheiden, ob ein Musikdownloadangebot legal oder illegal ist.
- H5.2 NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten können eher unterscheiden, ob ein Musikdownload aus dem Internet legal oder illegal ist, als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten.

Themenblock VI: Soziodemographische Merkmale

Diese Merkmale lassen auf Teile der persönlichen Lebenswelt von Personen schließen. Sie ermöglichen eine Verortung der Personen im sozialen Raum anhand ihrer Vergangenheit und derzeitigen Situation.

H 6.1 Männer sind häufiger Downloader als Frauen.

H 6.2 DownloaderInnen weisen eine höhere Ausbildung auf als Nicht-DownloaderInnen.

H 6.3 DownloaderInnen sind im Durchschnitt jünger als Nicht-DownloaderInnen.

H 6.4 Männer nutzen häufiger illegale Musikdownloadangebote.

H 6.5 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten sind im Durchschnitt älter als die NutzerInnen von illegalen Angeboten.

H 6.6 NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten sind eher berufstätig als die NutzerInnen von illegalen Angeboten.

Abschließend ist anzuführen, dass sich speziell die Kapitel der Fragebogenerstellung und Auswertung auf diese Themenblöcke beziehen. Dies hat den Sinn, dass keine weitläufigen Abschweifungen im Laufe des Forschungsprozess auftreten und immer nahe an der eigentlichen Forschungsfrage operiert wird. Außerdem gewährleistet diese Vorgehensweise einen leichten Lesefluss, eine übersichtliche Anschauungsweise und eine einfache Vergleichsmöglichkeit der Einzelergebnisse.

4. Theorie

Folgend wird zuerst auf die Musik im Internet allgemein und die Entstehungsgeschichte der Musikindustrie eingegangen und der österreichische Musikmarkt mit Daten und Fakten beschrieben. Danach wird das Diskussionsthema „Musikpiraterie“ näher behandelt und wiederum mit Daten und Fakten erläutert. Zur soziologischen Untermauerung der Untersuchung wurde die Theorie nach Alfred Schütz herangezogen, welche sich mit der Lebenswelt und Motivationsrelevanzen auseinandersetzt. Diese wird im letzten Abschnitt dargestellt.⁶

4.1 Musik im Internet (Markus Kudler)

4.1.1 Entstehungsgeschichte der heutigen „Musikindustrie“

Die Entstehung der heutigen „Musikindustrie“ hängt wesentlich mit dem gesamtgesellschaftlichen Entwicklungsprozess unserer Musikkultur zusammen. Dabei kristallisieren sich grundsätzlich zwei „exogene Formate“ heraus, welche auf die musikalische Entwicklung Einfluss nehmen und mit ihrem Zusammenspiel das uns heute bekannte Musikleben prägen. Einerseits sind dies die „sozialen Formate“, welche nach Gerhardt Kapner von einer Schwerpunktbildung ausgehen. Für ihn sind die wesentlichsten Akteursgruppen des Systems Kunst die Auftraggeber, die Künstler, die Vermittler und das Publikum. Andererseits sind von den „sozialen Formaten“ die „technischen“ zu unterscheiden, welche die materielle Grundausstattung einer Gesellschaft für die Herstellung, Verbreitung und Wahrnehmbarkeit darstellen.⁷

Nach Alfred Smudits sind die Transformationsprozesse des Kulturschaffens, die auf den Einfluss neuer Kommunikationstechnologien zurückzuführen sind, als Mediamorphosen zu benennen. Mit Bezugnahme auf die beiden Formate sollten für eine soziologisch fundierte Darstellung von „Wandlungsprozessen der Musikkultur“ alle relevanten und charakteristischen Aspekte unter einer einheitlichen Perspektive erfassbar sein:⁸

⁶ Die theoretische Entwicklung liegt einem langen Arbeitsprozess zu Grunde. Vorangegangene Überlegungen findet man in den Bakkalaureatsarbeiten von Bernhard Jäger (2006 und 2007).

⁷ vgl. Smudits (2006: 111)

⁸ vgl. Smudits (2006: 112 f)

„[...] von den ökonomischen über die politischen und rechtlichen bis hin zu den ideologischen und ästhetischen Faktoren, von der Kreation und Produktion über die Verbreitung bis zur Rezeption von Musik.“⁹

Grob unterteilt kann man diesen Ansatz über die Herangehensweise der fünf Mediamorphosetypen beobachten. Beginnend mit der schriftlichen Mediamorphose charakterisiert seit dem 10. Jahrhundert die Verbreitung der Notenschrift das Entstehen einer Musikkultur. Mit der Entwicklung der Druckerpresse folgte der zweite, grafische Typus, die reprographische Mediamorphose. Musik konnte nun notiert und gedruckt werden und dies eröffnete somit neue Wege im Bereich der Herstellung und Distribution. Die chemisch-mechanische Mediamorphose setzte mit der Erfindung des Grammophons im 19. Jahrhundert ein. Mit den elektronischen Medien und der somit vierten Mediamorphose wurde eine zentrale Funktion von Kunst- und Kulturschaffen erkennbar. Die elektronische Mediamorphose lässt sich durch die Schlagworte Industrialisierung, Rationalisierung, Mediatisierung und Kommerzialisierung charakterisieren. Ungefähr in diesem Abschnitt und so um die 20er-Jahre herum entstand der Begriff „Musikindustrie“. Schallplatten wurden maschinell in großer Stückzahl produziert. Die Möglichkeit dieses standardisierten Trägermediums veränderte die Musikbranche und deren Einfluss auf die Gesellschaft. Im Zuge der Digitalisierung und der sogenannten digitalen Mediamorphose erfährt das musikalische Schaffen eine fortschreitende Mediatisierung. Die immer leistungsfähigeren Technologien prägen den Schaffens- und den Interpretationsprozess von Musik.¹⁰

Die Plattenfirmen, die sogenannten Labels, konnten im geschichtlichen Verlauf einen zentralen Stellenwert innerhalb der Musikindustrie erreichen. Heute existieren vier große Major-Labels, die den Weltmarkt beherrschen. Hierzu zählt man die Universal Music Group, Sony BMG, EMI Group und die Warner Music Group.¹¹ Neben den Major-Labels gibt es auch zahlreiche Independent Labels, die jene Bereiche in der Musikwirtschaft besetzen, welche für die Major-Labels uninteressant sind.

⁹ Smudits (2006: 113)

¹⁰ vgl. Smudits (2006: 111ff)

¹¹ vgl. [http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

4.1.2 Daten und Fakten: Der österreichische Musikmarkt

Generell zählt der Musikmarkt zu den zehn wichtigsten Wirtschaftssektoren in Österreich mit über 42.000 Beschäftigten.¹²

Laut aktueller Studie des „IFPI Austria –Verband der Österreichischen Musikwirtschaft“ liegt der Gesamtumsatz im Jahr 2007 bei 201 Millionen Euro. Gemessen wird dieser Umsatz aus den verkauften Einheiten von CD-Alben, CD-Singles, Musik-DVDs, Vinyl sowie auch Internet- und Handy-Downloads. Spannend erscheint hier der ständig wachsende Anteil an verkauften Songs über das Internet oder Handy. 2005 wurden insgesamt 4,2 Millionen Titel auf diese Weise verkauft. Der neuen Studie zufolge sind es im Jahr 2007 bereits 10,2 Millionen verkaufte Einheiten. Jedoch verzeichnet der Gesamtumsatz von 2006 auf 2007 ein Minus von 7%. International gesehen liegt der Tonträgermarkt in Österreich mit einer 50%igen Steigerung bei der Entwicklung der Digitalmarkt-Absätze im Spitzenfeld. Jedoch musste der Musikmarkt 2007 Umsatzeinbußen von etwa 10% hinnehmen. Die gesamten Musikeinnahmen inklusive aller verschiedenen Formate erreichten ca. 17,6 Mrd. US\$ zu Handelsabgabepreisen. Die Top 5 am internationalen Markt verzeichnen bis auf Japan hohe Umsatzrückgänge.¹³

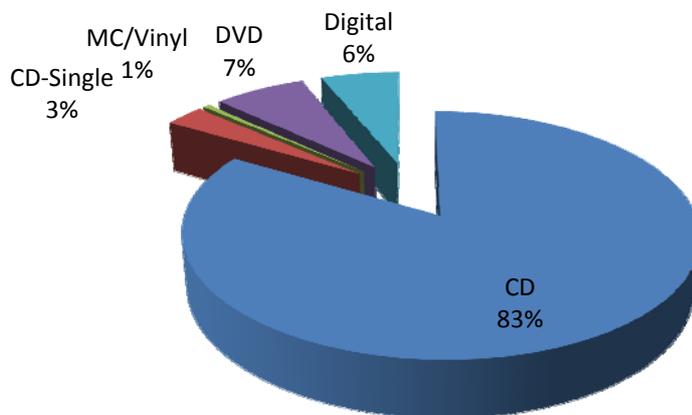
Der Digitalmarkt, der Verkauf von Musik über Online-Shops und Handys, verzeichnet seit einigen Jahren eine Steigerung. Von 2006 auf 2007 erkennt man ein Absatzplus von 60% und ein Umsatzplus von 14% in Österreich. Ausgezeichnet wird das Jahr 2007 besonders dadurch, dass erstmals die 10 Millionen-Grenze sowohl beim Umsatz (10,2 Mio. Euro) als auch bei den verkauften Einheiten (10,2 Mio. Euro) überschritten wurde. Mit 6% Anteil und einer steigenden Tendenz verzeichnet der digitale Musiksektor schon eine beträchtliche Wichtigkeit am österreichischen Gesamtmarkt. Die neuen vielfältigen Online-musikangebote werden von mehr als 500.000 Konsumenten genützt. Das greifbare Produkt CD ist mit 83% Anteil noch immer das dominierende Musikformat, gefolgt von der Musik-DVD mit 7%.¹⁴

¹² vgl. <http://www.ifpi.at/?section=inhalt&inhaltid=5> [2008-06-02]

¹³ vgl. [http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

¹⁴ vgl. [http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

Abbildung 01: Anteil Musikformate - Basis: Umsatz 2007 zu Handelsabgabepreisen¹⁵



Der Verkauf von physischen Tonträgern über das Internet gehört zu den zweitgrößten Einkaufsstätten für Musikkonsumenten, wobei der Digital-Anteil von 5% auf 6% kletterte. Die Musikkäufer aus Österreich profitieren einerseits von sinkenden Preisen bei den physischen Tonträgern, andererseits auch vom niedrigen Preisniveau bei Online- und Mobilemusik. Der Anteil der jüngeren KäuferInnengruppen ist ebenfalls gestiegen. Die unter 19-Jährigen und die 20- bis 29-Jährigen befinden sich derzeit auf 16%. Eine Konstante weisen jedoch die 30- bis 39-Jährigen auf.¹⁶

Auch internationale Vergleiche verzeichnen eine Steigerung bei den Digitalmarkt-Abständen. Jedoch können diese Zunahmen die Verluste am physischen Tonträgermarkt noch nicht wettmachen.

Der Bereich Shopping im Internet wird auch immer beliebter. Insgesamt nützten bereits 37% der befragten Personen in Österreich (Statistik-Austria: IKT-Einsatz in Haushalten) im Alter von 16 bis 74 Jahren in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungszeitraum (Februar – März 2008) das Internet für den Kauf von Waren und Dienstleistungen. Die Kategorie „Bücher, Zeitschriften und E-Learning-Materialien“ wird am häufigsten von den ProbandInnen gekauft. Es kauften aber auch rund 21% der befragten Personen Musik und Filme über das Internet ein.¹⁷

¹⁵ eigene Darstellung; Quelle der Zahlenwerte: vgl.

[http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

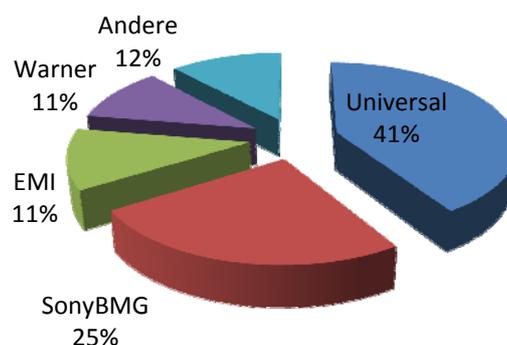
¹⁶ vgl. [http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

¹⁷ vgl. http://www.statistik.at/web_de/static/online-shopper_die_folgende_waren_und_dienstleistungen_fuer_private_zwecke_022211.pdf [2008-06-02]

In Österreich halten die vier Major-Labels nahezu 90% des Musikmarktes. Hierbei handelt es sich somit um ein sogenanntes Oligopol. Der weitere Anteil wird von den Independent-Labels eingenommen, welche aber aufgrund des großen Drucks durch die Major-Labels manchmal dazu gezwungen sind, Vertriebs- und andere Abkommen mit den Majors zu schließen, um überleben zu können. Zu den Aufgaben der Labels gehören unter anderem auch meist die Verlagstätigkeiten, um Urheber- und Vervielfältigungsrechte gewinnbringend zu verwerten.¹⁸

Das folgende Balkendiagramm stellt die Marktanteile der vier großen Major-Labels im Hinblick auf den Österreichischen Musikmarkt dar.

Abbildung 02: Marktanteile der vier großen Major-Labels in Österreich¹⁹



4.1.3 Daten und Fakten: Internetnutzung und Hardwarebesitz in Österreich

Mit Augenmerk auf diese Forschungsarbeit ist es auch von Interesse, wie die heutige Nutzung des Internets generell aussieht und wie der Hardwarebesitz von Computer und MP3-Player ungefähr verteilt ist.

Aktuellen Studien der Medienforschung des ORF zufolge (1. Quartal 2008), können insgesamt 77% der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren bzw. 5,3 Millionen Menschen auf das Internet zugreifen. Möglich ist dieser Zugriff von zu Hause aus, am Arbeits- bzw.

¹⁸ vgl. Bischof (1999: 16)

¹⁹ eigene Darstellung: Quelle der Zahlenwerte: vgl.

[http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

Ausbildungsplatz, unterwegs/mobil, bei Bekannten, Freunden oder von einem Internet-Cafe aus.²⁰

Nach den Auswertungen der Statistik-Austria über den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) waren im Befragungszeitraum von Februar bis März 2008 bereits 76% der Haushalte in Österreich mit einem Computer ausgestattet. Davon hatten 69% einen Internetzugang. Jene Verbindungen, bei denen man sich mittels Einwählen über die Telefonleitung einen Internetzugang verschafft, sind weiterhin rückläufig. Die Haushalte in Österreich entscheiden sich immer öfter für einen Breitbandanschluss (55%).²¹

Generell dominieren neben den drei Millionen Streams die Einzeltitle-Downloads aus dem Internet (2,2 Millionen Downloads). Ganze Alben sind aber auch sehr beliebt bei den UserInnen. Ein großer Teil dieser Downloads wird oftmals auf einem MP3-Player abgespielt. Interessant erscheint hier, dass insgesamt 44% aller Handys in österreichischen Haushalten über eine MP3-Abspiel-Funktion verfügen, wobei dieses „Zusatzfeature“ auch das am meisten genutzte ist. Der Besitz von MP3-Playern in Haushalten liegt im Jahr 2007 bei 32%. Eine Steigerung dieses Besitzes ist im Zeitraum von 2005 bis 2007 deutlich erkennbar.²²

4.1.4 Urheberrechts- und Verwertungsgesellschaft

Wie schon oben angemerkt, gehören zu den Aufgaben der Labels auch die Verlagstätigkeiten. Jedoch erfüllen diese Aufgabe generell die Gesellschaften der Rechteverwertung (Verwertungsgesellschaften). Diese sind maßgeblich für die Überwachung des Urheberrechts zuständig und folgen bestimmten Verfahren bei der Einnahme von Abgaben und der Ausschüttung an die betroffenen KünstlerInnen. Dadurch wird der Musikmarkt ständig und massiv beeinflusst.

²⁰ vgl. http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?internet/internet_aim.htm [2008-06-02]

²¹ vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html [2008-06-02]

²² vgl. [http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

Bevor die zwei wichtigsten Verwertungsgesellschaften in Österreich (AKM und Austro-Mechana) näher erläutert werden, wird hier in einem kurzen Exkurs die Entstehungsgeschichte des Urheberrechts erläutert.

Bereits im Alten Testament findet man Ideen bezüglich des Urheberrechts. Jedoch erst mit der Erfindung der Druckerpresse durch Gutenberg gewann dieses Konzept an Bedeutung. Die Vervielfältigung schriftlicher Werke stellte diese Problematik erstmalig in den Vordergrund. Die Königshäuser des 15. und 16. Jahrhunderts bemerkten, wie wichtig eine Prüfung seitens dieser fortschreitenden Technologie war. Aus diesem Grund wurden Privilegien vergeben, die bestimmten, welche Werke gedruckt werden durften. Die Form des Urheberrechts, die wir heute kennen, entwickelte sich im 18. Jahrhundert. Einen besonders großen Einfluss hatte dabei John Locke, dessen Werke propagierten, dass Individuen von Geburt an bestimmte natürliche Rechte besitzen. Darunter fiel auch das Recht an ihren selbständig verfassten Texten. Diese Rechte sind auf bestimmte Zeitspannen begrenzt. Einerseits soll dies dem Rechtsschutz des Autors dienen und andererseits den Zugang zu den intellektuellen Errungenschaften ebenfalls für die nachfolgenden Generationen ermöglichen. Diese Balance der Zeitspanne ist bis heute von großer Wichtigkeit. Die Berner Konvention brachte einen Meilenstein in der Durchsetzung des Urheberrechts. In dieser Konvention wurden Minimumstandards in Bezug auf das Urheberrecht im eigenen Land festgesetzt und derselbe oder bessere Schutz für Angehörige anderer Vertragsstaaten beschlossen.²³

Ein neues Problem in der Urheberrechtsthematik eröffnete letztendlich die digitale Mediaphase. Im Internet kursieren etliche Tauschbörsen die fortlaufend Urheberrechte verletzen.

In Österreich gibt es acht Verwertungsgesellschaften. Zu den beiden wichtigsten gehören die Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger – kurz AKM – und die Gesellschaft zur Wahrnehmung mechanisch-musikalischer Urheberrechte GesmbH – kurz Austro-Mechana.²⁴

Die AKM verwaltet vorrangig das geistige Eigentum und dessen Nutzungsrechte. Da es für einen Verlag oder eine Einzelperson fast unmöglich ist einen genauen Überblick darüber

²³ vgl. Peer (2001: 40ff)

²⁴ Auflistung der acht Verwaltungsgesellschaften unter: <http://www.akm.co.at/> [2008-06-02]

zu behalten, vertritt die AKM den Künstler bzw. den Musikverlag. Diese Verwertungsgesellschaft agiert weltweit um ein flächendeckendes Netz über die Urheberrechte zu legen. Alle Einnahmen, die die AKM macht, werden – nach Abzug der entstandenen Verwaltungskosten – zur Gänze an die AKM-Mitglieder, also an die inländischen und ausländischen Verwertungsgesellschaften abgerechnet. Diese Abrechnung erfolgt nach gesetzlichen Regeln.²⁵

Die Austro-Mechana verwaltet primär die mechanischen Rechte, also die Vervielfältigungs- und Verbreitungsrechte. Darunter sind einerseits die Herstellung bzw. Vervielfältigung einer CD zu verstehen und andererseits die Rechte, die ein Urheber an einer CD hat.²⁶

4.2 Onlinemusikpiraterie und Gegenstrategien der Musikindustrie (Bernhard Jäger)

4.2.1 Allgemeine Rechtslage

Eine Raubkopie ist ein illegal hergestelltes Vervielfältigungsstück, unabhängig von der Herstellungstechnik und des Trägermediums.

Rechtlich gesehen ist der Begriff Raubkopie nicht korrekt, da der Tatbestand Raub immer Gewalt impliziert. Weiters soll auch angemerkt werden, dass Urheberrechtsdelikte (in nicht gewerblichem Umfang) keine Kapitaldelikte sind, wie dies häufig von Seiten der Musikindustrie propagiert wird.

Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, dass der Erwerb einer Raubkopie (z.B. der Kauf eines illegal gebrannten Films bei ebay) weder rechtswidrig noch strafbar ist.²⁷

Tauschbörsen sind grundlegend nicht illegal, da auch Inhalte getauscht werden können, deren urheberrechtliche Schutzfrist bereits abgelaufen ist oder die vom Urheber selbst freigegeben worden sind. Der überwiegende Teil der getauschten Werke dürfte jedoch gegen das Urheberrecht verstoßen.

²⁵ vgl. <http://www.akm.co.at/> [2008-06-02]

²⁶ vgl. http://www.aume.at/show_content2.php?s2id=1 [2008-06-02]

²⁷ vgl. http://www.internet4juristis.at/urh-marken/faq_urh1a.htm#Raubkopien [2008-06-02]

Der Download von Musikdateien ist in Österreich und Deutschland rechtlich umstritten. Die heftig debattierte Frage ist, ob der Download eine zulässige Privatkopie darstellt oder nicht. Eine rechtliche Verfolgung bezüglich eines Musikstückes über eine Tauschbörse gilt daher als eher unwahrscheinlich. Allerdings stellt der Upload (welcher bei vielen Tauschbörsen nicht deaktivierbar ist) eine eindeutig rechtswidrige und auch strafbare Handlung dar. Der Strafraum umfasst eine Freiheitsstrafe bis zu sechs Monaten oder eine Geldstrafe bis zu 360 Tagessätzen. Neben einer strafrechtlichen Verfolgung gibt es aber zum Teil auch zivilrechtliche Folgen. Urheberrechtsverletzungen, die zur Anzeige gebracht werden, ziehen meistens hohe Schadensersatzforderungen und Verfahrenskosten nach sich.²⁸

4.2.2 Entstehung

Für die Entstehung der Onlinemusikpiraterie war eine Vielzahl unterschiedlicher Elemente zuständig. Zwei technische Errungenschaften, welche innerhalb einer äußerst geringen Zeitspanne die digitale Welt massiv beeinflussten, müssen allerdings besonders hervorgehoben werden.

Der Anfang dieser Veränderung fand mit der Entwicklung des MP3-Formats statt.²⁹ Als das Internet „laufen“ lernte, war die Übertragung größerer Datenmengen eine äußerst mühselige Angelegenheit bzw. zum Teil nicht einmal möglich. Die Speicherung und Übertragung eines Musiktitels hätte ein Vielfaches der vorhandenen Ressourcen benötigt. Mit einem neuartigen Komprimierungsverfahren war es jedoch plötzlich möglich, die Datenmengen so weit zu schrumpfen, dass eine Speicherung von Musikdateien erstmals in einem vernünftigen Rahmen möglich war. Über die ersten Kommunikationskanäle, die das rasant wachsende Internet zur Verfügung stellte, fanden sich die ersten Musik- und Technikenthusiasten und tauschten die ersten MP3s zumeist über ftp bzw. Internetseiten aus. Dies erwies sich jedoch als äußerst umständlich und war vor allem jenen Personen vorbehalten, die genügend technisches Wissen und Interesse an der Sache hatten.

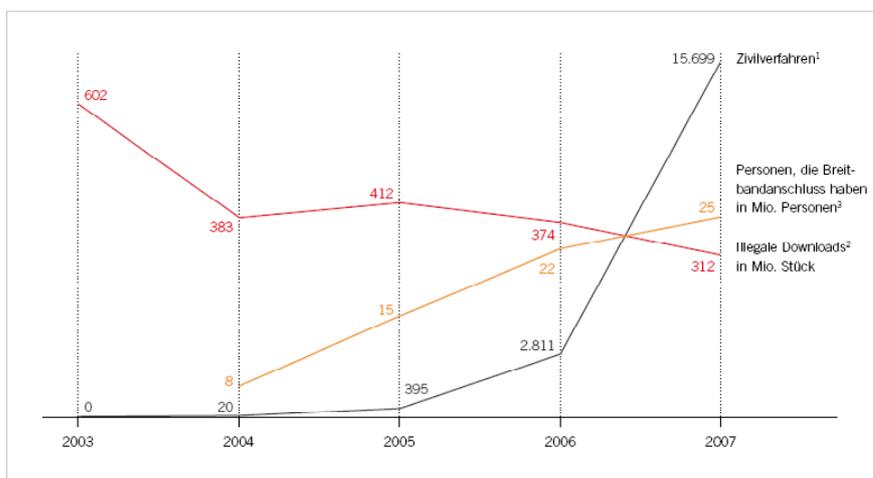
Die weitere Entwicklung sollte den Zugang zu diesen Dateien erheblich erleichtern und einer wesentlich breiteren Schicht an Internetanwendern eröffnen. Das Programm Napster gilt bis heute als Urvater der Onlinemusiktauschbörsen. Erstmals war es im großen Stil möglich einfach und schnell nach bestimmten Musikdateien zu suchen. Millionen von Anwendern stellten ihre Musik allen anderen zur Verfügung. Das erste umfassende Musiktauschnetzwerk war entstanden. Innerhalb weniger Monate war die Teilnehmerzahl von

²⁸ vgl. http://www.internet4jurists.at/urh-marken/faq_urh1a.htm#tausch [2008-06-02]

²⁹ vgl. <http://www.iis.fraunhofer.de/fhg/iis/bf/amm/> [2008-06-02]

Napster bereits soweit angewachsen, dass die Musikindustrie eine Bedrohung für die eigenen Verkäufe sah. Musikpiraterie war für die Musikindustrie grundsätzlich kein neues Phänomen, allerdings hatte dies niemals zuvor solch eine Dimension erreicht. Die RIAA (Recording Industry Association of America) reagierte also, wie sie es von anderen Musikpirateriefällen gewohnt war. Sie klagte Napster und erreichte nach zwei Jahren eine Einstellung des Tauschnetzwerks. Man hatte damit allerdings der Millionenschar an Napster-Nutzern oder zumindest jenen, die auch die technischen Details verstanden, gezeigt, was Napster angreifbar gemacht hatte. Innerhalb kürzester Zeit entwickelte sich eine Vielzahl neuer eigenständiger Netzwerke die dieses Manko berücksichtigt hatten und sich auch untereinander vernetzten. Die Tauschsysteme wurden vollkommen dezentral. Wurde also ein Tauschserver beschlagnahmt, so waren noch viele andere vorhanden, welche den Verlust ausgleichen konnten. Außerdem konnten diese Server überall auf der Welt stehen und waren zumindest vor der RIAA rechtlich gesehen in Sicherheit.³⁰

Abbildung 03: Zivilverfahren gegen illegale DownloaderInnen³¹



Quelle: Bundesverband Musikindustrie/GfK Brennerstudie²/GfK Panel Services⁴

Die Klagestrategie der Musikindustrie wurde beibehalten und, wie die obige Grafik verdeutlicht, besonders in den letzten Jahren stark verschärft. Die Erfolge dieser Vorgehensweise hielten sich jedoch in Grenzen.

Daher entwickelte man diverse Kopierschutzsysteme um Audio-CDs vor einer „illegalen“ Vervielfältigung zu schützen. Allerdings unterband man somit auch erlaubte private Sicherheitskopien. Hinzu kam, dass viele Abspielgeräte die CDs aufgrund der neuen

³⁰ vgl. Röttgers (2003: 15ff)

³¹ http://www.musikindustrie.de/uploads/media/5_Musikkopien.pdf [2008-06-02]

Kopierschutzsysteme nicht mehr wiedergeben konnten. Dies führte dazu, dass noch mehr Personen sich „illegaler“ Musikdownloads bedienen, um die zum Teil bereits gekaufte Musik selbst auf CDs zu brennen bzw. auch für andere Abspielgeräte nutzbar zu machen.³² Weiters wurde auch versucht Onlinemusiktauschbörsen mit unterschiedlichsten Methoden zu sabotieren. Doch die Tauschsysteme waren innerhalb kürzester Zeit so verbessert worden, dass auch diese Taktik kaum Früchte trug.³³

4.2.3 Jüngere Entwicklungen

Die obigen Zeilen beschreiben einen kurzen Abriss der Vorgehensweise der Musikindustrie gegen die aufkommende Onlinepiraterie. Eine Reihe durchaus angestrebter Bemühungen war unternommen worden, um das Problem in den Griff zu bekommen. Jedoch eines wurde vollkommen außer Acht gelassen. Es wurde verabsäumt, ein legales Downloadsystem zur Verfügung zu stellen, welches in sinnvollem Ausmaß Musikdownloads und Handhabung der Musikdateien zur Verfügung stellt. Dies ist möglicherweise auf den Konkurrenzdruck zwischen den großen Major-Labels zurückzuführen. Innerhalb weniger Jahre wurde innerhalb der Musikbranche breitgefächert aufgekauft und fusioniert. Dies behinderte vermutlich die Entwicklung einer gemeinsamen Musikdownloadplattform. Erst durch Drittunternehmen wurde ein funktionierender Onlinevertrieb ermöglicht. Seit 2003 hat sich das Angebot an legalen Musikdownloadangeboten verzehnfacht. Mittlerweile werden 15% der Musikverkäufe weltweit über den digitalen Musikmarkt erzielt.³⁴ Allein daran ist zu erkennen, wie umfangreich der Bedarf an legalen Musikdownloadangeboten war und ist.

Hier griff die Musikindustrie wieder auf die Einschränkung der Vervielfältigung durch ein digitales Kopierschutzsystem namens Digital Rights Management (DRM) zurück.

„DRM ist erst einmal nichts anderes als der Versuch, digitalen Inhalten zusätzliche Informationen anzuhängen, die bestimmen, was Nutzer damit machen dürfen. Einem Musikstück kann auf diese Art beispielsweise "gesagt" werden, dass es nur einmal abgespielt werden darf.“³⁵

³² vgl. Röttgers (2003: 88ff)

³³ vgl. Röttgers (2003: 69ff)

³⁴ vgl. Digital Music Report 2008 http://www.ifpi.at/uploads/Digital_Music_Report_2008.pdf [2008-06-02]

³⁵ <http://www.irights.de/index.php?id=140> [2008-06-02]

Bsp.: Lieder aus dem iTunes-Musicstore³⁶ sind bzw. waren mittels DRM geschützt. Die Benützung eines heruntergeladenen Musiktitels ist auf fünf Abspielgeräte beschränkt. Für den Großteil der NutzerInnen ist dies bestimmt ausreichend, dennoch können in Ausnahmefällen erhebliche Nachteile für NutzerInnen auftreten, die einen Musiktitel legal erworben haben.

Die Anwendung von DRM führte immer wieder zu schwer nachvollziehbaren, zum Teil sogar rechtlich fragwürdigen Situationen für die Kunden.

*„Wie kurios das Kopieren in Zeiten des **DRM** ist, demonstriert zum Beispiel iTunes. Zahlende Kunden dürfen die hier gekaufte Musik nicht nur auf von Apple zertifizierten Geräten abspielen - sie dürfen die Musik auch auf eine Audio-CD brennen. Wenn man die fertig gebrannte CD wieder in den PC einlegt, bietet iTunes komfortabel an, die gefundenen Musikstücke in die iTunes-Bibliothek zu importieren - ohne **DRM**. Doch dieses Angebot darf der iTunes-Nutzer nicht annehmen: Die iTunes-Nutzungsbestimmungen verbieten es, den Kopierschutz der Dateien zu entfernen. Das Programm schlägt selbst vor, was der Nutzer nicht darf - hier ist offenbar eine besondere Art von Medienkompetenz gefragt.“³⁷*

Das Digital Rights Management-System schränkte die Nutzung und Verbreitung der legal erworbenen Musikdateien schlussendlich so erheblich ein, dass sich eine breite Ablehnung seitens der Kunden entwickelte. Daher wurde die Anwendung von DRM von vielen Major-Labels in letzter Zeit eingeschränkt bzw. vollständig eingestellt.

Eine Abwehrstrategie der Musikindustrie gegen Onlinepiraterie wurde jedoch durchgehend beibehalten. Es wurden großangelegte Werbekampagnen produziert, die ihren Weg bis in die Schulen fanden.³⁸ Ähnlich wie die Filmindustrie versuchte man so plakativ wie möglich Onlinetauschbörsen als Ganzes zu kriminalisieren und somit auch deren NutzerInnen. Weiters wurden auch die eigenen Umsatzrückgänge des CD-Geschäfts allein auf die „illegalen“ MusikdownloaderInnen zurückgeführt. Vor allem wurde laufend eine direkte Verbindung zwischen verkauften CD-Rohlingen und gesunkenen Musik-CD-Verkäufen hergestellt. Ergänzend muss hier angeführt werden, dass es für Leermedien wie CDs oder

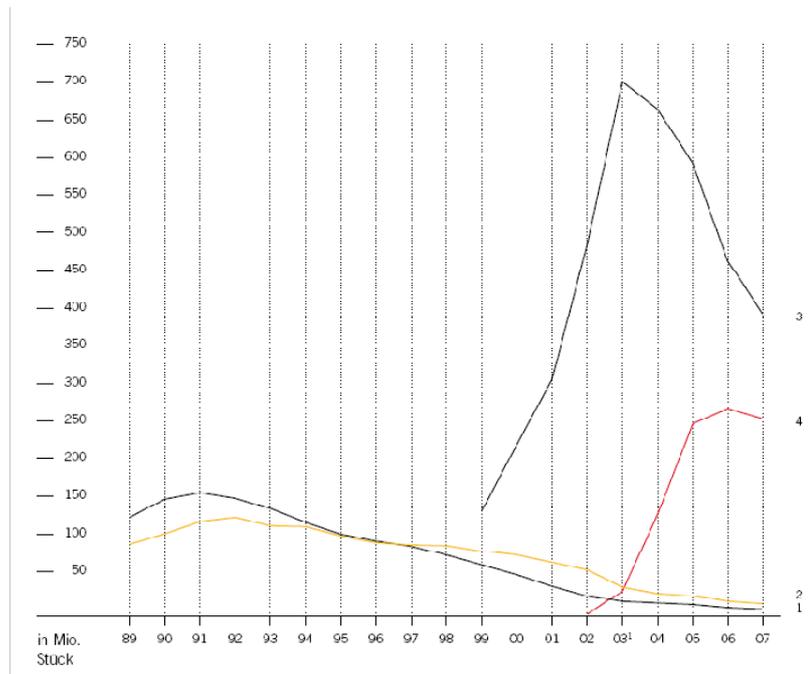
³⁶ vgl. <http://www.apple.com/de/itunes/store> [2008-06-02]

³⁷ <http://www.heise.de/tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/23/23267/1.html&words=DRM> [2008-06-02]

³⁸ vgl. <http://www.ideensindetwaswert.at> [2008-06-02] (siehe Impressum)

DVD-R/RWs verpflichtende Abgaben gibt. Diese werden in Österreich von der Austro Mechana eingehoben und an andere Verwertungsgesellschaften weitergegeben.³⁹

Abbildung 04: Verkauf von Leermedien⁴⁰



Audio-kassetten	120	143	151	144	131	114	100	91	84	74	62	50	36	24	17	15	13	9	7	1
Video-kassetten	87	101	115	120	110	109	98	89	85	85	79	74	65	56	35	27	24	17	14	2
CD-Rohlinge	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	128	210	304	485	702	666	504	464	301	3
DVD-Rohlinge	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	30	124	247	267	253	4

Quelle: GfK Panel Services

Die obige Darstellung zeigt, wie sich die Verkäufe von Leermedien in den letzten Jahren entwickelt haben. Der Schluss von gestiegenen CD-Rohlings-Verkaufszahlen auf gesunkene CD-Verkäufe liegt natürlich nahe.

Die IFPI führt auf ihrer Internetseite⁴¹ auch einige Studien zum Thema illegaler Musikdownload und CD-Verkäufe an. Im Abstract einer dieser Studien⁴² wird explizit angeführt, dass ein eindeutiger Zusammenhang zwischen dem Angebot von illegalen Musikdownloads und rückläufigen CD-Verkäufen gefunden wurde. Bei näherer Betrachtung der Studie stellte sich allerdings heraus, dass ein Datensatz verwendet wurde, der sich nicht einmal mit den Downloadaktivitäten der befragten Personen beschäftigte. Es wurden

³⁹ vgl. http://www.aume.at/show_content2.php?s2id=57 [2008-06-02]

⁴⁰ http://www.musikindustrie.de/uploads/media/5_Musikkopien.pdf [2008-06-02]

⁴¹ vgl. http://www.ifpi.org/content/section_statistics/index.html [2008-06-02]

⁴² vgl. <http://norbertmichel.com/files/EmpiricalPaperAug2006.pdf> [2008-06-02]

lediglich der Computerbesitz und die CD-Käufe der Personen in Verbindung gebracht. Alleine der Schluss, dass Computerbesitzer auch automatisch NutzerInnen von illegalen Tauschbörsen seien ist aus wissenschaftlichen Gesichtspunkten nicht tragbar. Hier soll nochmals darauf verwiesen werden, wie vorsichtig man mit sog. Studien in diesem Themengebiet umgehen muss.

Während die Musikindustrie in erster Linie die Musikpiraterie für die horrenden Umsatzeinbußen verantwortlich macht^{43 44}, stellen andere Studien keine direkte Auswirkung von illegalem Musikdownload auf die Verkaufszahlen von Musik-CDs fest.⁴⁵ Sie weisen darauf hin, dass sich die Lebenswelt der potentiellen Kunden im Laufe des letzten Jahrzehnts stark verändert hat. Die besonders wichtige Käuferschicht der 14- bis 25-Jährigen muss heute ihre knappen finanziellen Mittel auf wesentlich mehr Freizeitbereiche aufteilen. Als wichtige Bereiche können hier Filme (z.B. auf DVD), (Online-)Computer- bzw. Konsolenspiele, Live-Events, sportliche Aktivitäten und ähnliches genannt werden. Die stärkste Veränderung in der Lebenswelt, im Besondern junger Menschen, hat aber bestimmt die Verbreitung des Mobiltelefons verursacht.⁴⁶ Der Rückgang in den CD-Verkäufen ist also vermutlich nicht nur, wenn überhaupt, durch die Nutzung illegaler Musikdownloadangebote zustande gekommen, sondern auch durch eine Neuausrichtung der Prioritäten aufgrund veränderter Lebensweltbedingungen.

Namhafte Künstler wurden für Werbekampagnen gegen illegale Musikdownloads engagiert. Sie sollten ihren Fans ins Gewissen reden und sie dadurch von der Nutzung von urheberrechtsgeschützten und illegal verbreiteten Musikstücken abhalten.

Im Gegensatz dazu erkannten eine Reihe geschickter Indie-Labels, dass mittlerweile ein günstiger und auch praktischer Vertrieb über das Internet möglich war. Viele unabhängige Künstler nützten die negative Stimmung, die sich über die Jahre gegenüber der Musikindustrie entwickelt hatte. Ob aus werbestrategischen Gründen oder aufgrund persönlicher

⁴³ vgl. IPI Policy Report #188 - The True Cost of Sound Recording Piracy to the U.S. Economy. Der Report geht von einem Gesamtschaden durch Musikpiraterie von 12,5 Mrd. US\$ für die amerikanische Wirtschaft aus

⁴⁴ vgl. <http://norbertmichel.com/files/EmpiricalPaperAug2006.pdf> [2008-06-02]

⁴⁵ vgl. The Effect of File Sharing on Record Sales -

http://www.unc.edu/~cigar/papers/FileSharing_June2005_final.pdf [2008-06-02]

Ebenso für Kanada [http://www.ic.gc.ca/epic/site/ippd-dppi.nsf/vwapj/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf/\\$FILE/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf](http://www.ic.gc.ca/epic/site/ippd-dppi.nsf/vwapj/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf/$FILE/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf) [2008-06-02]

⁴⁶ vgl. Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in Deutschland 2003 -

ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gutachten/ZEW-IKT_TLF04.pdf [2008-06-02] Interessant wäre in diesem Zusammenhang auch ein direkter Vergleich von steigenden Mobilfunkverträgen und CD-Verkaufszahlen der Musikindustrie.

Überzeugung riefen sie die musikbegeisterte Community dazu auf, ihre Musik unbezahlt über Tauschbörsen herunterzuladen bzw. stellten ihre neu erschienenen Alben einfach als Gratis-Download ins Netz.⁴⁷ In den letzten Jahren gelang es auch immer wieder kleinen unbekannt Bands, lediglich mit Hilfe des Internets als Werbeplattform und ohne Unterstützung eines Major-Labels Weltberühmtheit zu erlangen. Diese Entwicklungen sind im speziellen großen Web 2.0 Plattformen wie myspace.com⁴⁸ oder youtube.com⁴⁹ zu verdanken.

4.2.4 Schlussbemerkung

Wann immer man diese Sachverhalte betrachtet, muss man sich zwei engverknüpfte Elemente vor Augen halten. Obwohl es in der Musikbranche auch um künstlerischen Ausdruck und Selbstverwirklichung geht, sind finanzielle Motive immer ein entscheidender Faktor (jedoch nicht der einzige). An Musikproduktion, -vertrieb und -promotion sind enorm viele Menschen beteiligt, besonders seitens der Major-Labels. Es geht also um viel Geld und unzählige Arbeitsplätze.

Das zweite Element sind die Emotionen und vor allem Ängste, welche in dieses konflikt-behaftete Feld getragen werden. In vielen Fällen wird versucht, bewusst Ängste zu schaffen um Abschreckung bzw. Abneigung zu erzeugen. Daher muss besonders in diesem Zusammenhang sehr kritisch mit veröffentlichten Zahlen und Materialien umgegangen werden. Vieles (nicht nur von der Seite der Musikindustrie) kann getrost als reine Propaganda eingestuft werden. Daher ist es auch sehr schwierig, verlässliches Datenmaterial ausfindig zu machen. Ein erheblicher Anteil an „wissenschaftlichen“ Studien erfolgte im Auftrag von Großkonzernen, welche Teil der Musikindustrie sind oder zumindest in der Nähe der Musikindustrie zu verorten sind. Die dahinterstehenden Interessen sind meistens auch daran erkennbar, dass es nicht um die Kunden bzw. „Piraten“ an sich geht. Anstatt die Ursachen für ihr Verhalten ergründen zu wollen, werden lediglich rein ökonomische Aspekte in den Mittelpunkt gestellt. Dass in einem so emotional belasteten Themengebiet Geld als einzig entscheidender Faktor betrachtet wird, erscheint als besonders kurzsichtig.

⁴⁷ vgl. <http://dl.nin.com/theslip/signup> [2008-06-02]

⁴⁸ vgl. <http://www.myspace.com/> [2008-06-02]

⁴⁹ vgl. <http://de.youtube.com/> [2008-06-02]

4.2.5 Exkurs: Aktuelle Erscheinungsform der Netzkultur

Die Aus- und Verformung des Internets hält noch immer an. Aus heutiger Sicht muss noch ein weiterer Bestandteil dieses Mediums in diese Themenbetrachtung integriert werden. Die (Selbst-)organisation der InternetnutzerInnen. Darunter sollen besonders die heute deutlicher erkennbaren Entwicklungen der Netzkultur betrachtet werden. Man kann diese mit dem derzeit überstrapazierten und oftmals fälschlich verwendeten Begriff Web 2.0 beschreiben. AnwenderInnen stellen Ressourcen für alle anderen AnwenderInnen zur Verfügung. Vorrangig geht es nicht um eine persönliche finanzielle Bereicherung, sondern darum, einen Mehrwert für alle NutzerInnen zu erzielen. Onlinetauschbörsen gehörten zu den ersten Systemen solcher Art. Wikipedia⁵⁰ kann hier als eines der eindrucksvollsten Vorzeigeobjekte angeführt werden. Betrachtet man die InternetnutzerInnen als eine Art Subgesellschaft, zeigen sich Merkmale, die bisher keine andere Gesellschaftsform zutage gefördert hat. Zigtausend Menschen beteiligen sich zwanglos an gemeinsamen Projekten, ohne dafür direkt finanziell entlohnt zu werden. Das Ergebnis bzw. die ständigen Teilergebnisse dieser Projekte können von allen anderen Personen dieser Subgesellschaft eingesehen werden. Geld ist nicht mehr die treibende Kraft dieses Systems, andere Motivationen und Bedürfnisbefriedigungen müssen dafür verantwortlich sein.⁵¹

4.3 Die Theorie nach Schütz

Folgend soll die Theorie der Struktur der Lebenswelt nach Schütz näher erläutert werden. Für die Arbeit sind besonders die Motivarten von Interesse. Um diese besser zu verstehen, werden zuerst einige Grundkonzepte und Definitionen der Theorie erläutert. Erst danach wird auf die Relevanzstrukturen und die damit zusammenhängenden Motivarten näher eingegangen.

⁵⁰ vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Hauptseite> [2008-06-02]

⁵¹ Die Regeln und Gesetzmäßigkeiten dieser Gesellschaft im Netz blieben bisher nahezu unbeachtet. Nicht nur aus soziologischer Perspektive würde eine tiefgehende Auseinandersetzung mit dem Themenbereich als nutzbar erscheinen.

4.3.1 Grundlagen der Theorie nach Schütz (Bernhard Jäger)

Alfred Schütz geht von einem umfassenden Konzept der Lebenswelt aus. Diese definiert er folgendermaßen:

„Die Lebenswelt ist der Inbegriff einer Wirklichkeit, die erlebt, erfahren und erlitten wird. Sie ist aber auch eine Wirklichkeit, die im Tun bewältigt wird, und die Wirklichkeit, in welcher - und an welcher - unser Tun scheitert.“⁵²

Unsere Alltagswelt besteht überwiegend aus nichthinterfragten Erlebnissen und Sachverhalten, die uns als unproblematisch erscheinen. Grundlage der Theorie ist es, genau diese selbstverständlichen Situationen zu hinterfragen.

„So ist meine Lebenswelt von Anfang an nicht meine Privatwelt, sondern intersubjektiv; die Grundstruktur ihrer Wirklichkeit ist uns gemeinsam.“⁵³

Genau hier zeigt sich also, dass unsere Lebenswelt nicht nur durch unser eigenes Handeln, sondern auch durch die Taten, Einschätzungen und Grundeinstellungen anderer geprägt wird.

4.3.2 Verhalten und Handeln (Bernhard Jäger)

Für die Konzeption der Arbeit ist vor allem das Konzept des Handelns essentiell.

Hier muss erkannt werden, dass allem Handeln ein subjektiver und einen objektiver Sinn zugeschrieben werden kann.

Der subjektive Sinn bezieht sich auf die Handlung des Einzelnen und wie dieser sie selbst sieht. Der objektive Sinn beschreibt, wie der subjektive Sinn von Außenstehenden wahrgenommen wird.⁵⁴ Wir gehen in unserem Denken also davon aus, dass andere sinngelitet und zielorientiert handeln, allerdings können wir nur von unseren eigenen Handlungen (wenn überhaupt) mit Gewissheit sagen, welche Absichten sich dahinter verbergen.

⁵² Schütz / Luckmann (1994b: 11)

⁵³ Schütz / Luckmann (1994a: 26)

⁵⁴ vgl. Schütz / Luckmann (1994b: 14ff)

Bevor wir uns näher mit dem Handeln beschäftigen, muss noch kurz abgeklärt werden, was Schütz unter Verhalten versteht.

Schütz definiert *„Verhalten als durch spontane Aktivität sinngebendes Bewußtseinserlebnis.“*⁵⁵

Verhalten wird also Handeln, wenn das Handlungsziel zuvor entworfen wurde, wenn es also eine auf die Zukunft gerichtete spontane Aktivität ist.⁵⁶

Es gilt zu beachten, dass nicht das schrittweise vollendende Handeln, sondern die Handlung, also das Ziel des Handelns, entworfen wird.⁵⁷

Handeln kann also auch als motiviertes Verhalten beschrieben werden.

*„Diese Motivationszusammenhänge als Sinnzusammenhänge, in welcher das Handeln steht, sind die Grundlage der Orientierung des Handelns sowie – in Form von Wissensvorrat und von typischen Erfahrungsschemata – die Grundlage seiner Deutung.“*⁵⁸

Wie diese handlungsleitenden Motive aussehen und woher sie stammen wird im Abschnitt Relevanzstrukturen näher beleuchtet.

*„Die Erklärung des Handelns sieht Alfred Schütz (zunächst) ganz allgemein in einem Vorgang der Wahl zwischen Alternativen, die zu gleich und gleicherweise in meiner Reichweite liegen.“*⁵⁹

Diese Alternativen werden miteinander verglichen und folgend bewertet. Dabei spielen vor allem die Komponenten Wissen und Motive eine entscheidende Rolle.

*„Das Wissen bzw. die Erwartungen enthalten die (subjektiven) Hypothesen darüber, welches typische Handeln typischerweise welchen typischen Endzustand bewirkt und damit, welchen typischen Zweck bedient.“*⁶⁰

⁵⁵ Schütz (1993: 73)

⁵⁶ Schütz (1993: 75)

⁵⁷ Schütz (1993: 79)

⁵⁸ Srubar (1988: 19)

⁵⁹ Esser (1991: 21)

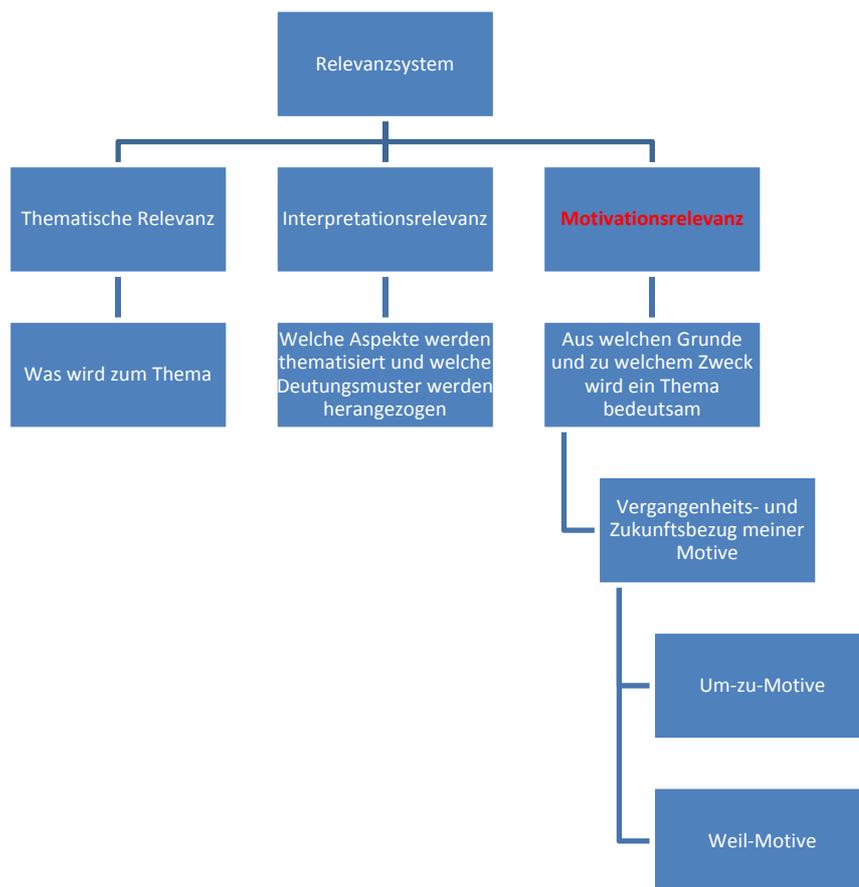
⁶⁰ Esser, 1991, S. 22

„Die Motive verbinden die Bewertung des mit der Handlung im Entwurf angestrebten Zielstandes in einer zeitlichen Perspektive mit der Handlungsausführung. Diese Bewertung motiviert die Handlung.“⁶¹

4.3.3 Das Relevanzsystem (Markus Kudler)

Folgend wird das Relevanzsystem nach Schütz vorgestellt. Die Grafik zeigt, wie die einzelnen Relevanzen zusammenhängen und was sie zum Handlungsentwurf bzw. zur eigentlichen Handlung beitragen.

Abbildung 05: Aufbau des Relevanzsystems



⁶¹ Esser, 1991, S. 22

Was für uns überhaupt zu einem behandelten Thema einer (möglichen) Handlung wird beschreibt die thematische Relevanz. Ein bestimmtes Thema wirkt also stärker auf unser Bewusstsein ein als ein anderes. Hierbei spielen Umwelteinflüsse und unsere eigenen Vorerfahrungen eine wichtige Rolle.

Ist nun ein Thema thematisch relevant geworden, überprüfen wir es mit unserem persönlichen Wissensvorrat. Dies wird Interpretationsrelevanz genannt. Nun gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder unser Wissen deckt sich mit dem vorherrschenden Thema, oder es deckt sich nicht damit. Im ersten Fall werden einfach bereits entwickelte Routinen abgerufen und ausgeführt. Im zweiten Fall kommt es zu einer Problemauslegung, durch die unser bisheriges Wissen überprüft und neu bewertet und ausgelegt wird. Dies wird solange durchgeführt, bis keine weitere Auslegung mehr notwendig und ein gewisser Grad an Bedürfnisbefriedigung erreicht ist. Wie hoch dieser Grad ist, hängt sehr stark von der vorliegenden Situation ab.⁶²

Für diese Arbeit ist die Motivationsrelevanz besonders bedeutsam, da sie den Zukunfts- wie auch den Vergangenheitsbezug zur eigentlichen Handlung herstellt. Die Motivationsrelevanz ist eng mit der thematischen Relevanz vernetzt, da sie auch beeinflusst, aus welchem Grund etwas überhaupt zum Thema wird. Nun gibt es zwei Motivarten:

4.3.4 Das Um-zu-Motiv (Markus Kudler)

Dieses Motiv ist meistens sehr offensichtlich. Es verweist auf den Endzustand, der durch die Handlung erreicht werden soll.

Bsp: Ein Dieb führt einen Einbruch durch „um“ an das Geld des Opfers „zu“ gelangen.

Das Um-zu-Motiv motiviert die Ausführung einer zuvor in einem Entwurf geplanten Handlung.⁶³

⁶² vgl. Weisswasser (2004: 53ff)

⁶³ vgl. Esser (1991: 23)

4.3.5 Das Weil-Motiv (Markus Kudler)

Dieses Motiv umfasst nicht die Bewertung zukünftiger Zustände, sondern beschreibt persönliche Erwartungs- und Präferenzsysteme eines Akteurs zu einem bestimmten Zeitpunkt.

Bsp: Der Diebstahl kam zustande, „weil“ der Akteur in einer Umgebung aufgewachsen ist, in der solche Handlungen nicht unüblich waren.

Wie bereits erläutert stehen vor einer Handlung mehrere Handlungsalternativen zur Verfügung. Wie diese Handlungsentwürfe für uns zustande kommen bzw. für uns überhaupt zu brauchbaren Handlungsalternativen werden, wird durch das Weil-Motiv erklärt.⁶⁴

⁶⁴ vgl. Esser (1991: 23ff)

5. Methodik

(Markus Kudler)

Welche Methode zur Erhebung der empirischen Daten gewählt wurde, wird in diesem Kapitel näher beschrieben. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei auf die Erstellung des Onlinefragebogens und welche Probleme sich beim Pretest zeigten.

5.1 Beschreibung der Methodenwahl

Da diese Forschungsfrage auf einem grundsätzlich explorativen Charakter beruht, erscheint es sinnvoll, eine quantitative Befragung mittels eines Onlinefragebogens durchzuführen. Diese Variante eröffnet die Möglichkeit eine breitere Palette von Personen mit Downloadd-erfahrung zu erreichen. Hier ist es besonders wichtig, im Vorfeld Barrieren auszuloten. Beispielsweise könnten Ängste vor Rückverfolgung bei den ProbandInnen auftreten, wenn sie Angaben zu „illegalen“ Tätigkeiten im Internet machen sollen. Die Fragestellungen im Onlinefragebogen wurden daher mit besonderer Sorgfalt entwickelt. Unter anderem wurde darauf geachtet, dass man „verkleidete“ oder juristische Termini für die Begriffe „legal“ und „illegal“ verwendet. Eine Voruntersuchung sollte abklären ob die durchschnittlichen InternetuserInnen überhaupt dazu bereit sind Angaben über zum Teil rechtswidrige Handlungen zu machen. Ebenso sollte die Umfragesoftware getestet werden um schwerwiegende Fehler in der Hauptuntersuchung zu vermeiden.⁶⁵ Die Variante einer Onlinebefragung eröffnet ebenso eine Zeit- und Materialeinsparung, da die Ergebnisse in schnellerer Form in die Auswertungssoftware übertragen werden können und somit keine Papierfragebogen mühsam abgetippt werden müssen.

Weitere Vorteile der Onlinebefragung sind Zeit- und Materialeinsparungen, da die Ergebnisse schneller in die Auswertungssoftware (SPSS) übertragen werden können und nicht mühsam von den Papierfragebogen abgetippt werden müssen.

Verwendete Programme:

- Limesurvey (zuvor: phpSurveyor) → Erstellung des Onlinefragebogens
- SPSS Version 13.0 → Auswertung der erhobenen Daten

⁶⁵ vgl. Jäger (2007: 16ff)

5.2 Erstellung des Onlinefragebogens

Anhand der oben aufgestellten Hypothesen wurden nun entsprechende Fragen für die Erhebung entwickelt. Um deren Wirksamkeit zu überprüfen, unterzogen wir sie einem Pretest. Die Vorgehensweise dieses Pretests und die darauffolgenden Anpassungen der Fragestellungen werden näher erläutert.

5.2.1 Pretest

In diesem Unterkapitel werden der Pretest und die Probleme, die in Zusammenhang mit der Vorerhebung aufgetreten sind, vorgestellt. Insgesamt befragten wir 42 Personen mit der druckbaren Version des Onlinefragebogens. Die Ersterhebung fand von 25.09.2007 bis 25.10.2007 statt. Diese Vorgehensweise brachte Aufschluss darüber, ob der Fragebogen grundsätzlich von den ProbandInnen verstanden wird und welche Probleme und Rechtschreibfehler bei den einzelnen Fragen aufgetreten sind. Die Befragung stellte somit gleichzeitig eine Interviewersituation her, wobei jede einzelne Frage mit den jeweiligen Befragten besprochen wurde. Diese Vorgehensweise brachte einige Vorteile. So konnte der Proband während der Befragung zusätzlich beobachtet werden, was vor allem über die Beantwortungslänge des Fragebogens mehr Aufschluss brachte. Dieser Kontrollweg führte zu unserem endgültigen Fragebogen für die Magisterarbeit, welcher im Anhang präsentiert wird.

Anschließend werden jene Fragen aufgegliedert, bei denen gravierende Probleme entstanden sind und welche aufgrund dessen geändert wurden.

Frage 4: Folgend finden Sie eine grobe Gliederung von Musikgenres. Bitte wählen Sie nur eine Kategorie aus, die Ihrem Lieblingsgenre am nächsten kommt.

Einige ProbandInnen bemerkten, dass eine Mehrfachantwortmöglichkeit bei dieser Frage besser sei, da sie sich nicht einer genauen Genreinteilung zuordnen konnten. Jedoch wurde diese Frage von uns nicht geändert, da Mehrfachantworten möglicherweise zu viele Antworten bei einzelnen Personen hervorrufen würden und wir wirklich nur am Lieblingsgenre interessiert sind.

Frage 5: Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)

Für den Pretest verwendeten wir zwei Fragen, um eine Antwort zu bekommen. Um genau herauszufinden, wie viel eine Person für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben hat, wählten wir ein Eingabefeld. Konnte diese Frage von einer Person jedoch nicht ausgefüllt werden, dann stellte die nächste Frage eine Liste mit Antwortmöglichkeiten zur Verfügung. Viele der befragten Personen konnten keine genaue Angabe im Eingabefeld machen und fanden es leichter, sich in eine vorgegebene Kategorie einzuordnen.

Frage 9: Zu welchem der angeführten Zeitpunkte laden Sie vorwiegend Musik aus dem Internet herunter?

Hier wurde die neue Kategorie „tageszeitunabhängig“ hinzugefügt, um auch jene zu berücksichtigen, die sich im vorgegebenen Schema nicht wiederfinden.

Frage 20: Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein?

Eine neue Antwortkategorie „kein Risiko“ wurde hinzugefügt.

Frage 21: Wie hoch stufen Sie die Angst im engeren Umkreis (Freunde, Bekannte usw.) ein, bei einem unbezahlten Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) rechtlich verfolgt zu werden?

Eine neue Antwortkategorie „laden keine Musik herunter“ wurde hinzugefügt.

Frage 22: Bei einer gekauften CD erhält man neben dem Datenträger oftmals auch ein Booklet mit Lyrics und zusätzlichen Informationen bzw. anderes Bonusmaterial. Diese Zusatzangebote und andere Vorzüge eines physischen Datenträgers fallen beim Herunterladen einer Musikdatei aus dem Internet weg. Wie wichtig sind Ihnen diese Vorzüge einer CD im Gegensatz zu einer Musikdatei aus dem Internet?

Um ein besseres Verständnis zu erlangen, wurde der Fragetext wie folgt geändert.

Frage 22 neu: Kauft man eine CD in einem Laden, so erhält man neben dem Datenträger oftmals auch ein Booklet mit Lyrics und zusätzlichen Informationen bzw. weiteres Bonusmaterial. Diese Vorzüge eines greifbaren Produkts fallen bei Musikdownloads aus dem Internet größtenteils weg. Wie wichtig sind Ihnen die Vorzüge einer CD im Gegensatz zu Musikdateien aus dem Internet?

Frage 27: Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein:

Die Abstufung in „keine Kenntnisse“ und „ExpertInnenkenntnisse“ machte bei vielen ProbandInnen Schwierigkeiten sich einzugliedern. Dieses Problem behoben wir mit einer mittleren Kategorie „gute Kenntnisse“.

Nach der Bearbeitung der Pretest-Auswertung konnten insgesamt 36 Fragen für den fertigen Onlinefragebogen definiert werden. Neben den Fragen zum eigentlichen Downloadverhalten wurden auch Einstellungs- bzw. Einschätzungsfragen gestellt, die vor allem auf die oben erklärten Weil-Motive abzielen. Eine Druckversion des Fragebogens ist im Anhang zu finden. Im endgültigen Onlinefragebogen wurde nach einem kurzen Einleitungstext jede Frage auf einer einzelnen Seite positioniert. Dies sollte der Übersichtlichkeit und Aufmerksamkeit dienlich sein.

Die nachstehenden Tabellen zeigen, welche Fragen sich in den einzelnen Themenblöcken wiederfinden. Die Nummerierung der Fragen stimmt mit der chronologischen Abfolge in der Onlinebefragung überein und zeigt somit, in welcher Reihenfolge die Fragen in der Erhebungsphase gestellt wurden.

TB: I	Nr.	Fragen
Allgemeine Nutzung von Musik	2	Spielen oder machen Sie regelmäßig selbst Musik (Spielen eines Musikinstrumentes, Musikerstellung mittels Computersoftware)?
	3	Besitzen Sie einen tragbaren MP3-Player, den Sie regelmäßig verwenden?
	5	Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte) Können Sie anhand der folgenden Liste die ungefähre Höhe des Betrages angeben, den Sie für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben haben?
	6	Nutzen Sie derzeit Musikdownloadangebote im Internet?
	7	Welche Möglichkeit nützen Sie vorwiegend für das Herunterladen von Musik? (iTunes, bittorrent, usw.)
	8	Lassen Sie Ihren Coputer eingeschaltet, wenn Musikdateien noch nicht fertig heruntergeladen sind und Sie ein paar Stunden nicht zu Hause sind?
	9	Zu welchem der angeführten Zeitpunkte laden Sie vorwiegend Musik aus dem Internet herunter?
	11	Wie viele Musikstücke laden Sie durchschnittlich pro Monat herunter?
	12	Welche der folgenden Plattformen für Musikdownloadangebote wird in Ihrem näheren Umfeld (Freunde, Bekannte, Kollegen, Familie usw.) vorwiegend genutzt?
	13	Wie oft tauschen Sie die Musikfiles, die Sie über das Internet beziehen, mit Ihren Freunden und Bekannten?

Tabelle 01: Themenblock 1: Allgemeine Nutzung von Musik

TB: II	Nr.	Fragen
Eigene Einstellungen	1	Wie wichtig ist Musik in Ihrem täglichen Leben?
	4	Folgend finden Sie eine grobe Gliederung von Musikgenres. Bitte wählen Sie nur eine Kategorie aus, die Ihrem Lieblingsgenre am nächsten kommt:
	14	Wie gerechtfertigt stufen Sie den Preis von 0,99€Musikstück für einen legalen Musikdownload ein?
	15	Wie wichtig ist für sie die Musikqualität (Bitrate) eines heruntergeladenen Musikstücks aus dem Internet?
	16	Wie wichtig ist für Sie die Benutzerfreundlichkeit der Software/Website, wenn Sie Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunterladen?
	17	Wie wichtig ist für Sie die Benutzerfreundlichkeit der Software/Website, wenn Sie Musik unbezahlt aus dem Internet herunterladen?
	22	Kauft man eine CD in einem Laden, so erhält man neben dem Datenträger oftmals auch ein Booklet mit Lyrics und zusätzlichen Informationen bzw. weiteres Bonusmaterial. Diese Vorzüge eines greifbaren Produkts fallen bei Musikdownloads aus dem Internet größtenteils weg. Wie wichtig sind Ihnen die Vorzüge einer CD im Gegensatz zu Musikdateien aus dem Internet?

Tabelle 02: Themenblock 2: Eigene Einstellungen

TB: III	Nr.	Fragen
Allgemeine Einschätzungen	18	Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die: Musikindustrie, Musikschaaffenden, Kunden.
	19	Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlichen Musikstücken profitieren die: Musikindustrie, Musikschaaffenden, Kunden.
	20	Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein? Rechtlich verfolgt zu werden / den Computer zu schädigen.
	21	Wie hoch stufen Sie die Angst im engeren Umkreis (Freunde, Bekannte usw.) ein, bei einem unbezahlten Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) rechtlich verfolgt zu werden? Familie, Freunde, Bekannte.
	25_1	Aussagebewertung: Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.
	25_2	Aussagebewertung: Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.
	25_3	Aussagebewertung: Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.
	25_4	Aussagebewertung: Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.
	25_5	Aussagebewertung: Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.

Tabelle 03: Themenblock 3: Allgemeine Einschätzungen

TB: IV	Nr.	Fragen
Technische Ausstattung und Know-how	26	Ich benütze hauptsächlich folgenden Internetzugang.
	27	Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein: Computerkenntnisse, unbezahlte / bezahlte Musikdownloadangebote?

Tabelle 04: Themenblock 4: Technische Ausstattung und Know-how

TB: V	Nr.	Fragen
Wissensfragen	10	Sind jene Musikstücke, die Sie über das Internet beziehen, ü
	23	Können Sie unterscheiden, ob Musikdownloadangebote im Internet legal oder illegal sind?
	24	Stellen Sie sich folgende Situation vor: Ein Lied eines populären Künstlers, das sie so eben im Radio gehört haben, wird auf einer Tauschbörse als Download angeboten. Denken Sie, dass das Herunterladen dieser Datei legal oder illegal ist?

Tabelle 05: Themenblock 5: Wissensfragen

TB: VI	Nr.	Fragen
Soziodemografische Merkmale	28	Geschlecht
	29	Wie alt sind Sie?
	30	Bitte geben Sie Ihren derzeitigen Familienstand an.
	31	Höchste abgeschlossene Ausbildung?
	32	Welcher Tätigkeit gehen Sie derzeit vorwiegend nach?
	33	Wie viele Einwohner hat die Ortschaft bzw. Stadt, in der Sie leben?
	34	Wie viel Geld haben Sie im Monat nach Abzug aller Fixkosten zur Verfügung?
	35	In welchem Land leben Sie?

Tabelle 06: Themenblock 6: Soziodemographische Merkmale

5.3 Erhebung

Die Onlineerhebung fand im Zeitraum von 5.12.2007 bis 16.03.2008 statt. Grundsätzlich richtete sich das Auswahlverfahren der Stichprobe aus der Grundgesamtheit nach dem Kriterium einer bewussten und willkürlichen Auswahl. Einen Ansatzpunkt, um an möglichst viele TeilnehmerInnen für die Umfrage zu gelangen, eröffnete das Schneeball-Verfahren. Nach diesem Prinzip wurde der Onlinefragebogen an Freunde und Bekannte verteilt. Diese reichten den Fragebogen an deren Freunde und Bekannte weiter. Das Verfahren gewährleistet eine zusätzliche Anonymisierung der ProbandInnen.

Eine weitere Unterstützung bei der Verteilung erhielten wir durch die Zusammenarbeit mit anderen Universitäten. Sie ermöglichten uns ein vorgefertigtes E-Mail über die E-Mailverteiler der jeweiligen Universität an deren Mitglieder zu versenden. Behilflich waren dabei das Institut für Soziologie Wien, die Universität Klagenfurt und die Universität Graz.

Weiters konnte der Fragebogen auch Online verlinkt werden. Folgende Plattformen konnten dafür ausfindig gemacht werden:

- Nolabel⁶⁶
- Homepage des Instituts für Soziologie in Wien⁶⁷
- Homepage der Volksschule I Tulln⁶⁸
- Homepage der Band „Stereoverve“⁶⁹
- StudiVZ⁷⁰

Die Basis, um eine möglichst hohe Rücklaufquote zu erlangen, ermöglichte einerseits die gute Strukturierung des Fragebogens und andererseits ein Zusatzfeature, das die Band „Stereoverve“ zur Verfügung stellte. Jeder Teilnehmer und jede Teilnehmerin konnte nach Beendigung der Onlineumfrage einen Musiktitel dieser Band kostenfrei herunterladen. Die Einladung für den Onlinefragebogen wurde, wie in folgender Abbildung ersichtlich ist, gepostet:

⁶⁶ vgl. <http://www.nolabel.at/> [2008-06-02]

⁶⁷ vgl. <http://www.soz.univie.ac.at/> [2008-06-02]

⁶⁸ vgl. <http://www.vstulln1.ac.at/> [2008-06-02]

⁶⁹ vgl. <http://www.stereoverve.com/> [2008-06-02]

⁷⁰ vgl. <http://www.studivz.net/> [2008-06-02]

Abbildung 06: Einladung für den Onlinefragebogen ⁷¹

nolabel.at

Home Backstage Hörgenuss Player Events MyMag
eingeloggt als

05.12.2007 20:10
von NOLabel

Pirat oder Kunde?

Momentan arbeiten Studenten der Universität Wien an einer Diplomarbeit zum Thema Musik im Internet. Dazu findet eine Onlinebefragung statt, bei der wir euch herzlich zur Teilnahme auffordern.

Derzeit findet eine unabhängige wissenschaftliche Studie zum aktuellen Umgang mit Musikdownloads im deutschsprachigen Raum statt. Abseits der üblichen wirtschaftlichen Interessen und Vorurteile steht hier Eure Meinung im Mittelpunkt. Mit jeder zusätzlichen Teilnahme an der wissenschaftlichen Umfrage kommen aussagekräftigere Ergebnisse zustande. Für Eure Mithilfe bedanken wir uns mit einem kostenlosen Musikdownload. Diese Befragung dauert 10 Minuten und ist völlig anonym. Um zum Fragebogen zu gelangen, folgt bitte diesem Link:



Bild: www.stockxpert.com

www.unet.univie.ac.at/~a0305514/php/phtsurveyor/index.php

Links:
www.unet.univie.ac.at/~a0305514/php/phtsurveyor/index.php

[zurück zu MyMag](#)

⁷¹ vgl. [http://www.nolabel.at/index.php?id=89&tx_ttnews\[pointer\]=1&tx_ttnews\[tt_news\]=240&tx_ttnews\[backPid\]=45&cHash=17484755e5](http://www.nolabel.at/index.php?id=89&tx_ttnews[pointer]=1&tx_ttnews[tt_news]=240&tx_ttnews[backPid]=45&cHash=17484755e5) [2008-06-02]

6. Auswertung

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der statistischen Auswertung und Interpretation der Ergebnisse aus der Onlineerhebung.

Der erste Bereich beschreibt die soziodemographischen Merkmale der Gesamtstichprobe.

Im Anschluss daran findet eine Unterteilung der Gesamtstichprobe in DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen statt. Diese Einzelstichproben werden zunächst für sich genommen betrachtet und analysiert.

Der nächste Schritt besteht aus einem direkten Vergleich dieser beiden Gruppen.

Das letzte Unterkapitel im Auswertungsbereich konzentriert sich schließlich auf den direkten Vergleich zwischen DownloaderInnen, die legale Angebote nutzen, und solchen, die illegale Downloadalternativen bevorzugen.

Aus der grundlegenden Strukturierung des Onlinefragebogens in unterschiedliche Interessensgebiete bzw. Teilgebiete der einzelnen Fragen wird in den Abschnitten nach der Gesamtstichprobe eine genaue Analyse hinsichtlich der einzelnen Themenblöcke gemacht:

- Allgemeine Nutzung von Musik
- Eigene Einstellungen
- Allgemeine Einschätzungen
- Technische Ausstattung und Know-how
- Wissensfragen

6.1 Beschreibung der Gesamtstichprobe

(Markus Kudler)

Insgesamt haben 961 ProbandInnen an der Onlinebefragung „Musik im Internet“ teilgenommen. Nach der Bereinigung des Datensatzes kristallisierte sich eine TeilnehmerInnenzahl von 957 Personen heraus. Die Ausfilterung erfolgte in drei Fällen aufgrund eines Datenbankfehlers (leere Fragebögen). In einem weiteren Fall war offensichtlich, dass gewisse Antworten im Onlinefragebogen aufgrund des Alters nicht zutreffen konnten.

6.1.1 Geschlecht

Die erste Häufigkeitsauszählung nach Geschlecht splittete die GesamtteilnehmerInnen in eine Mehrheit an weiblichen ProbandInnen mit einer Anzahl von immerhin 570 Personen. Mit nur 387 männlichen Teilnehmern wird hier die erhöhte Bereitschaft von Frauen für Befragungen bestätigt. Wie man später erkennen wird, ist die Mehrzahl an Frauen vielleicht auch deshalb zustande gekommen, da sich viele StudentInnen an der Onlinebefragung beteiligten. Laut Statistik studieren prozentuell mehr Frauen an österreichischen Universitäten als Männer.^{72 73}

6.1.2 Alter

Die nachstehende Tabelle präsentiert eine besonders gute Übersicht über das Alter der TeilnehmerInnen. Um die Darstellungsweise möglichst verständlich zu gestalten, wurde eine Zusammenfassung in Altersgruppen vorgenommen. Der Modus liegt bei 24 Jahren und der Mittelwert bei 26,7 Jahren.

Altersgruppen		Häufigkeit	Prozent
Gültig	<14	2	,2
	14-19	59	6,2
	20-24	415	43,4
	25-29	265	27,7
	30-39	139	14,5
	40-49	51	5,3
	50-75	26	2,7
	Gesamt	957	100,0

Tabelle 07: Häufigkeitsauszählung: Alter

Es befinden sich die meisten ProbandInnen (43,4%) im Altersbereich zwischen 20 und 24 Jahren, was aufgrund des Erhebungsverfahrens zu erwarten war. Gefolgt von den 25- bis

⁷² vgl. http://studieren.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/studentpoint/statistik/studstat1_2007W.pdf
[2008-06-02]

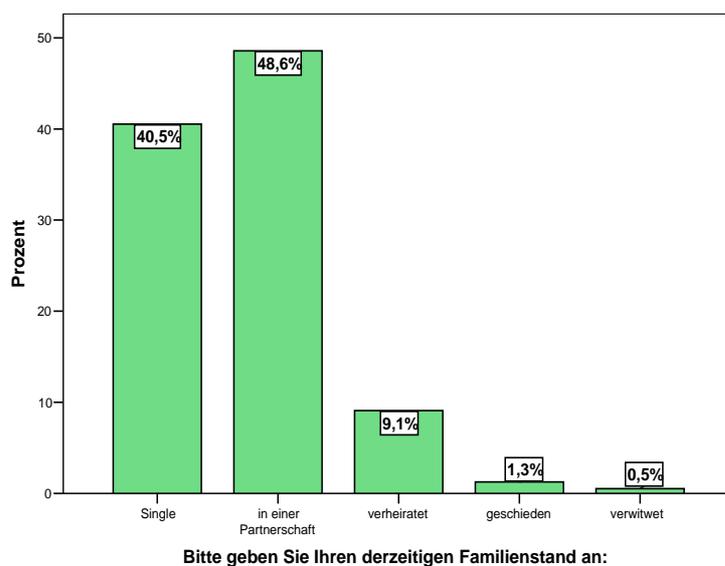
⁷³ vgl. http://www.statistik.at/web_de/static/studierende_in_oesterreich_im_wintersemester_200607_021634.pdf
[2008-06-02]

29-Jährigen mit rund 28% befinden sich in diesem Bereich die zweitmeisten Fälle. Immerhin haben aber auch insgesamt 26 Menschen über 50 Jahren den Onlinefragebogen ausgefüllt, wobei die älteste Person 75 Jahre alt ist. Der jüngste Teilnehmer ist 12 Jahre jung.

6.1.3 Familienstand

Das folgende Balkendiagramm zeigt, dass sich der überwiegende Anteil an Personen (48,6%) in einer Partnerschaft befindet, gefolgt von Singles mit rund 41%. Verheiratete (9,1%) und Geschiedene (1,3%) machen nur einen geringen Prozentsatz in der Stichprobe aus.

Abbildung 07: Balkendiagramm: Familienstand



6.1.4 Schulbildung

Bei der Frage nach der höchsten abgeschlossenen Schulausbildung zeigt sich, dass die meisten ProbandInnen die Matura bzw. das Abitur angeben. Hier finden sich 59,1% also 566 Befragte wieder. Einen Hochschulabschluss weisen knapp 30% auf. Dies lässt sich vermutlich auch auf das neu eingeführte Bakkalaureatssystem zurückführen.

Höchste abgeschlossene Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Hauptschule bzw. Realschule ohne Lehre	29	3,0
	Hauptschule bzw. Realschule mit Lehre	33	3,4
	Fachschulabschluss (Handelsschule, Berufsbildende mittlere Schule)	47	4,9
	Abitur/Matura	566	59,1
	Hochschulabschluss	282	29,5
	Gesamt	957	100,0

Tabelle 08: Häufigkeitsauszählung: Schulbildung

6.1.5 Tätigkeit

Wie bereits oben erwähnt findet sich eine hohe Anzahl an StudentInnen (57,2%) in der erhobenen Stichprobe. Die zweitgrößte Gruppe bilden die berufstätigen Personen (35,3%). Die Häufigkeiten in den anderen Kategorien veranschaulicht unten stehende Tabelle.

Tätigkeit

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Schüler/in	31	3,2
	Student/in	547	57,2
	berufstätig	338	35,3
	Zivildienstler	5	,5
	Präsenzdienst	1	,1
	arbeitslos	22	2,3
	in Pension	6	,6
	Hausfrau, Hausmann	7	,7
	Gesamt	957	100,0

Tabelle 09: Häufigkeitsauszählung: Tätigkeit

6.1.6 Ortsgröße und Aufenthaltsland

Etwas mehr als 60% der Befragten leben in einer Stadt mit mehr als 1 Mio. Einwohnern. Davon sind 96,4% aus Wien und knapp 2% aus Deutschland. 75% der Personen, die sich in der Kategorie zwischen 20.001 und 500.000 Einwohner befinden, leben in Österreich und 20% davon leben in Deutschland.

Ortsgröße

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	bis 3.000 Einwohner	122	12,7
	zwischen 3.001 und 20.000 Einwohner	86	9,0
	zwischen 20.001 und 500.000 Einwohner	132	13,8
	zwischen 500.001 - 1 Mio. Einwohner	26	2,7
	über 1 Mio. Einwohner	591	61,8
	Gesamt	957	100,0

Tabelle 10: Häufigkeitsauszählung: Ortsgröße

Land

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Osterreich	883	92,3
	Deutschland	49	5,1
	Schweiz	5	,5
	anderes Land	20	2,1
	Gesamt	957	100,0

Tabelle 11: Häufigkeitsauszählung: Land

6.1.7 Durchschnittlich im Monat verfügbares Geld

Gut ein Drittel der befragten Personen hat zwischen 101 und 300 Euro nach Abzug aller Fixkosten zur Verfügung. Weitere 20% können 301 bis 500 Euro ausgeben. Etwas mehr als 15% der ProbandInnen geben an, zwischen 501 und 1000 Euro zur freien Verfügung zu haben. Besonders aufgrund der hohen Anzahl an StudentInnen überrascht diese Zahl. Ebenso 15% geben 100 Euro und weniger an. Insgesamt haben 88 Personen keine näheren Angaben gemacht.

Monatlich frei verfügbare finanzielle Mittel

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	unter 50 Euro	42	4,4
	51-100 Euro	111	11,6
	101-300 Euro	317	33,1
	301-500 Euro	191	20,0
	501-1000 Euro	149	15,6
	mehr als 1000 Euro	59	6,2
	Gesamt	869	90,8
Fehlend	System	88	9,2
Gesamt		957	100,0

Tabelle 12: Häufigkeitsauszählung: Geld

In den folgenden zwei Abschnitten wird die Gesamtstichprobe in zwei Einzelstichproben aufgeteilt. Dabei werden die besonderen Merkmale der DownloaderInnen und der Nicht-DownloaderInnen genauer herausgearbeitet und getrennt voneinander beschrieben.

6.2 Die Stichprobe der DownloaderInnen

(Bernhard Jäger)

490 Personen geben im Laufe der Umfrage an, bezahlte, unbezahlte oder beide Musikdownloadangebote zu nutzen.

Die Stichprobe der DownloaderInnen enthält etwas mehr Frauen (52%) als Männer (48%).

Die Befragten sind im Mittel 26,18 Jahre alt.

Rund 45% geben beim Familienstand Single an, weitere 46,7% befinden sich zur Zeit der Befragung in einer Partnerschaft. Lediglich 6,3% sind verheiratet. Die Kategorien „verwitwet“ und „geschieden“ erreichen nicht einmal das 1% Niveau.

Die Stichprobe setzt sich vor allem aus Personen mit Matura als höchstem Schulabschluss und des Weiteren aus Personen mit Hochschulabschluss zusammen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass viele StudentInnen an der Umfrage teilnehmen.

Mehr als 60% der befragten Personen studieren zur Zeit der Befragung. 32% geben als vorwiegende Tätigkeit an berufstätig zu sein. 3,3% der befragten DownloaderInnen sind SchülerInnen.

Rund 65% leben in einer Stadt mit mehr als 1 Mio. Einwohner.

33,7% der Befragten steht nach Abzug der Fixkosten ein Betrag zwischen 101 und 300 Euro im Monat zur Verfügung. Rund 43% können über mehr Geld verfügen. Nur etwa 16% haben 100 Euro oder weniger im Monat zur freien Verfügung.

Über 93% der UmfrageteilnehmerInnen leben in Österreich, 4,5% in Deutschland und der Rest in der Schweiz oder anderen Ländern.

6.2.1 Allgemeine Nutzung von Musik

Wie stark die eigene Lebenswelt durch Musik beeinflusst wird, hängt auch wesentlich davon ab, ob jemand selbst Musik „produziert“ oder nicht. Rund 30% der befragten Personen geben an selbst zu musizieren, also ein Musikinstrument zu spielen oder auf andere Weise Musik zu machen.

Verständlicherweise wird die Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben von jenen, die auch selbst Musik machen, häufiger als sehr bzw. eher wichtig beschrieben.

			Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben		Gesamt
			sehr bzw. eher wichtig	eher nicht bzw. gar nicht wichtig	
Spielen oder machen Sie selbst Musik?	nein	Anzahl	307	35	342
		Prozent	89,8%	10,2%	100,0%
	ja	Anzahl	147	1	148
		Prozent	99,3%	,7%	100,0%
Gesamt		Anzahl	454	36	490
		Prozent	92,7%	7,3%	100,0%

Tabelle 13: Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – Musik machen

73% der DownloaderInnen besitzen nach eigenen Angaben einen tragbaren MP3-Player, welchen sie auch regelmäßig verwenden. Auch dies liefert Indizien dafür, ob Personen sich in ihrem Alltag mit Musik beschäftigen.

Bei der Analyse der Erhebungsdaten zeigte sich keine nennenswerte Verbindung zwischen den Variablen „Spielen oder machen Sie selbst Musik?“ und „Besitzen Sie einen MP3-Player?“.

Im Gegensatz dazu scheint ein recht deutlicher Zusammenhang zwischen der Wichtigkeit von Musik im täglichen Leben und dem Besitz eines MP3-Players zu bestehen. Jene ProbandInnen, denen Musik sehr bzw. eher wichtig ist, besitzen auch häufiger ein MP3-Abspielgerät.

			Besitzen Sie einen MP3-Player?		Gesamt
			nein	ja	
Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben	sehr bzw. eher wichtig	Anzahl	112	342	454
		Prozent	24,7%	75,3%	100,0%
	eher nicht bzw. gar nicht wichtig	Anzahl	19	17	36
		Prozent	52,8%	47,2%	100,0%
Gesamt		Anzahl	131	359	490
		Prozent	26,7%	73,3%	100,0%

Tabelle 14: Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – MP3-Player-Besitz

Wie sehr man sich mit Musik auseinandersetzt, hängt auch grundlegend davon ab, wie viel Geld man dafür ausgeben kann bzw. will. Rund ein Viertel der Befragten haben angegeben im letzten halben Jahr weniger als 50 Euro für Musik ausgegeben zu haben.

Ein weiteres Viertel gab zwischen 50 und 100 Euro aus. Zwischen 101 und 200 Euro waren es immerhin noch bei knapp 20%. In den höheren Kategorien finden sich mit mehr als 15% überraschend viele Personen, vor allem wenn man davon ausgeht, dass in der Studie besonders viele Befragte vertreten sind, die vorwiegend studieren. Es muss hier aber auch darauf verwiesen werden, dass ca. 10% gar nichts für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben haben. Weniger als 1% der Befragten wollte zu dieser Frage keine Angaben machen.

Grundlegend lässt sich erkennen, dass jene, die mehr Geld im Monat nach Abzug ihrer Fixkosten zur Verfügung haben, im letzten halben Jahr auch mehr für Musik ausgegeben haben.

			Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)					Gesamt
			nichts	weniger als 50 Euro	zwischen 50 und 100 Euro	zwischen 101 und 200 Euro	mehr als 200 Euro	
Wie viel Geld haben Sie im Monat nach Abzug aller Fixkosten durchschnittlich zur Verfügung?	unter 50 Euro	Anzahl	3	8	3	3	0	17
		Prozent	17,6%	47,1%	17,6%	17,6%	,0%	100,0%
	51-100 Euro	Anzahl	10	12	13	13	5	53
		Prozent	18,9%	22,6%	24,5%	24,5%	9,4%	100,0%
	101-300 Euro	Anzahl	14	43	48	41	19	165
		Prozent	8,5%	26,1%	29,1%	24,8%	11,5%	100,0%
	301-500 Euro	Anzahl	15	27	24	16	20	102
		Prozent	14,7%	26,5%	23,5%	15,7%	19,6%	100,0%
	501-1000 Euro	Anzahl	2	24	22	11	22	81
		Prozent	2,5%	29,6%	27,2%	13,6%	27,2%	100,0%
	mehr als 1000 Euro	Anzahl	3	3	8	5	12	31
		Prozent	9,7%	9,7%	25,8%	16,1%	38,7%	100,0%
	Gesamt	Anzahl	47	117	118	89	78	449
		Prozent	10,5%	26,1%	26,3%	19,8%	17,4%	100,0%

Tabelle 15: Kreuztabelle: Geld für Musik im letzten halben Jahr – Verfügbares Geld pro Monat

Weiters zeigt sich eine eindeutige Verbindung von der Wichtigkeit von Musik im täglichen Leben und den Ausgaben für Musik im letzten halben Jahr. Fast die Hälfte der befragten Personen, die angeben, dass ihnen Musik eher nicht bzw. gar nicht wichtig ist, haben im letzten halben Jahr weniger als 50 Euro für Musik ausgegeben, weitere 22% sogar gar nichts.

Im Vergleich dazu geben mehr ProbandInnen, denen Musik sehr bzw. eher wichtig ist, höhere Summen aus. Nur etwa ein Viertel hat weniger als 50 Euro ausgegeben, ein weiteres Viertel zwischen 50 und 100 Euro und rund 20% gaben zwischen 101 und 200 Euro aus.

			Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)						Gesamt
			nichts	weniger als 50 Euro	zwischen 50 und 100 Euro	zwischen 101 und 200 Euro	zwischen 201 und 500 Euro	mehr als 500 Euro	
Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben	sehr bzw. eher wichtig	Anzahl Prozent	44 9,8%	110 24,4%	122 27,1%	92 20,4%	58 12,9%	24 5,3%	450 100,0%
	eher nicht bzw. gar nicht wichtig	Anzahl Prozent	8 22,2%	17 47,2%	6 16,7%	4 11,1%	1 2,8%	0 0%	36 100,0%
Gesamt		Anzahl Prozent	52 10,7%	127 26,1%	128 26,3%	96 19,8%	59 12,1%	24 4,9%	486 100,0%

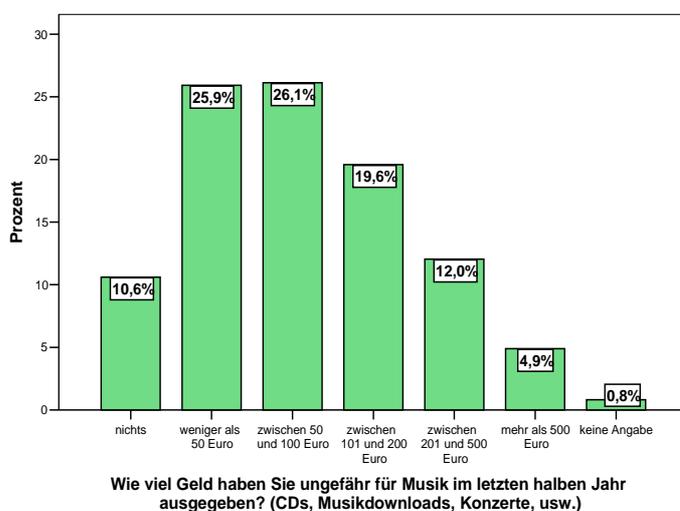
Tabelle 16: Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – Geld für Musik im letzten halben Jahr

Wie viel Geld man für Musik ausgeben kann und will, ist natürlich nicht nur vom Stellenwert der Musik im eigenen Leben abhängig, sondern auch davon wie gut die aktuelle finanzielle Lage ist. Diese ist wiederum durch die Tätigkeit bestimmt. Vergleicht man die beiden Gruppen StudentInnen und Berufstätige, so ist es nicht überraschend, dass berufstätige Personen etwas stärker in den höchsten Kategorien „zwischen 201 und 500 Euro“, „mehr als 500 Euro“ vertreten sind als StudentInnen und seltener in der Kategorie „nichts“.

			Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)						Gesamt
			nichts	weniger als 50 Euro	zwischen 50 und 100 Euro	zwischen 101 und 200 Euro	zwischen 201 und 500 Euro	mehr als 500 Euro	
Tätigkeit	StudentInnen	Anzahl	39	77	84	58	29	9	296
		Prozent	13,2%	26,0%	28,4%	19,6%	9,8%	3,0%	100,0%
	berufstätig	Anzahl	10	41	38	29	26	13	157
		Prozent	6,4%	26,1%	24,2%	18,5%	16,6%	8,3%	100,0%
	andere	Anzahl	3	9	6	9	4	2	33
		Prozent	9,1%	27,3%	18,2%	27,3%	12,1%	6,1%	100,0%
Gesamt		Anzahl Prozent	52 10,7%	127 26,1%	128 26,3%	96 19,8%	59 12,1%	24 4,9%	486 100,0%

Tabelle 17: Kreuztabelle: Geld für Musik im letzten halben Jahr – Tätigkeit

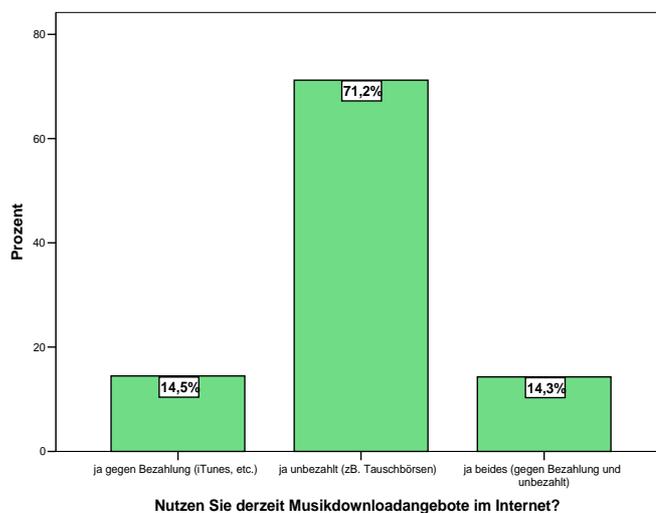
Abbildung 08: Balkendiagramm: Geld für Musik im letzten halben Jahr (D)



In weiterer Folge ist es von Interesse, welche Art von Musikdownloadangeboten die einzelnen NutzerInnen vorziehen. Folglich wird zwischen bezahlten und unbezahlten Downloadalternativen unterschieden. Ganz grundlegend kann davon ausgegangen werden, dass jene Musikdownloadanbieter, welche urheberrechtlich geschützte Musik unbezahlt verbreiten, in den meisten Fällen eher gesetzeswidrig handeln. Das umgekehrte gilt für bezahlte Angebote. Natürlich trifft dies nicht in 100% der Fälle zu. Um diese Fehlerquelle zumindest teilweise auszuschalten wurde weiters noch die Frage gestellt, welche Downloadplattform am häufigsten genutzt wird und ob die darüber bezogene Musik überhaupt urheberrechtlich geschützt ist oder nicht.

Es zeigte sich, dass über 71% der DownloaderInnen ihre Musik unbezahlt aus dem Internet laden. Auffällig ist, dass jene, die dies gegen Bezahlung machen, prozentuell nahezu gleich häufig vertreten sind wie jene, die bezahlte und unbezahlte Downloadmöglichkeiten in Anspruch nehmen (jeweils rund 15%).

Abbildung 09: Balkendiagramm: Nutzung von Musikdownloadangeboten (D)



70 Personen geben an, bezahlte wie auch unbezahlte Musikdownloadangebote zu nutzen. Betrachtet man nun das Verhältnis vom Download von bezahlten zu jenen von unbezahlten Inhalten, so lässt sich eine eindeutige Tendenz in Richtung illegale Nutzung feststellen. Also tendieren jene, die angeben, beide Möglichkeiten des Musikdownloads zu nutzen, tendieren schlussendlich doch eher in Richtung unbezahlter Downloads.

Hierfür gibt es einige mögliche Erklärungen. Es besteht z.B. die Möglichkeit, dass jemand vorwiegend unbezahlt Musik aus dem Internet lädt, einige Inhalte jedoch nicht bzw. nicht in gewünschter Qualität auf diesem Wege findet oder der Download zu lange dauern

würde. Daher entschließt er/sie sich dazu, den gewünschten Titel bzw. das gewünschte Album über einen legalen Onlinemusicstore bezahlt herunter zu laden.

Abbildung 10: Balkendiagramm: Verhältnis der genutzten Musikdownloadangebote (D)

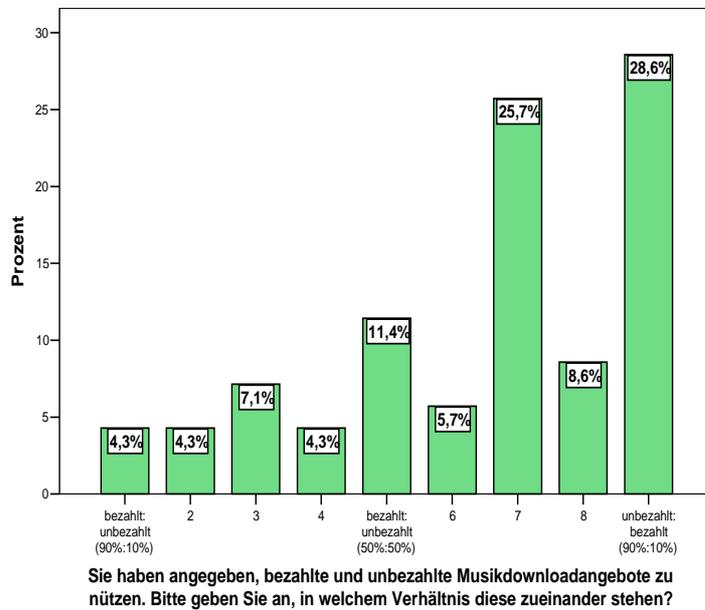
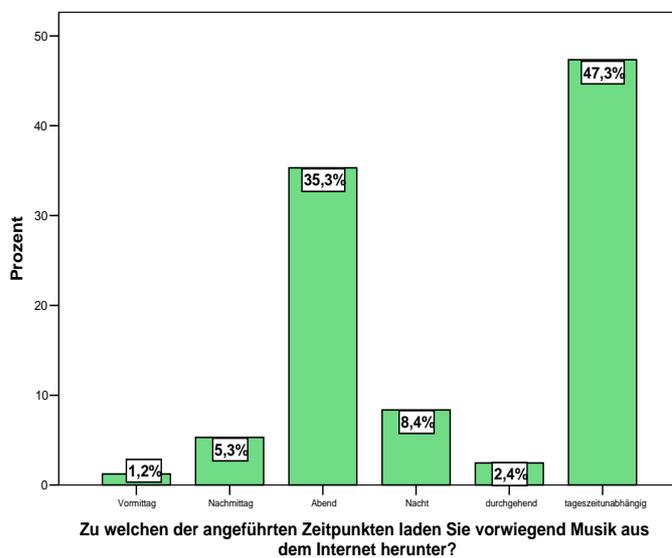


Abbildung 11: Balkendiagramm: Zeitpunkt des Musikdownloads (D)

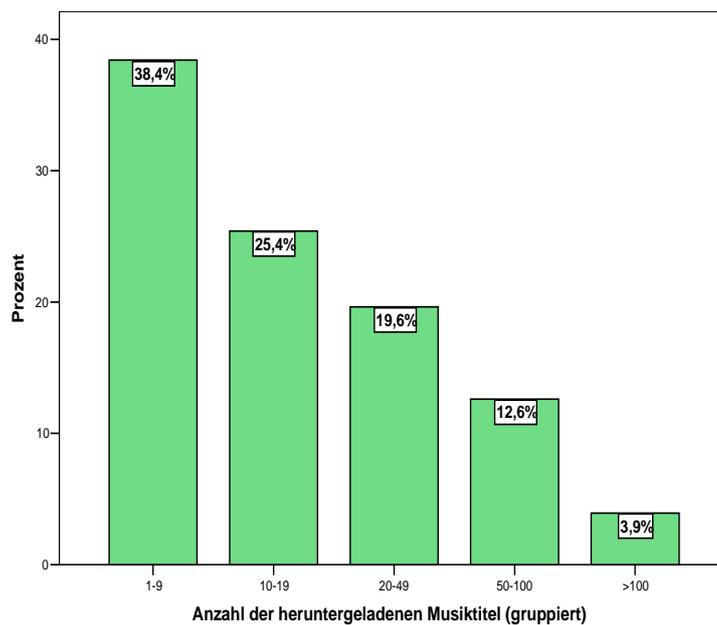


Anhand der obigen Grafik zeigt sich, dass der Großteil (47,3%) der DownloaderInnen tageszeitunabhängig die Musik aus dem Internet herunterladen. Weitere 35,3% tätigen vorwiegend abends ihre Downloadtätigkeit.

Es fällt auf, dass etwas weniger als die Hälfte der Befragten (47,1%) ihren Computer laufen lässt, um auch Musik herunterzuladen, wenn sie gerade nicht zu Hause sind.

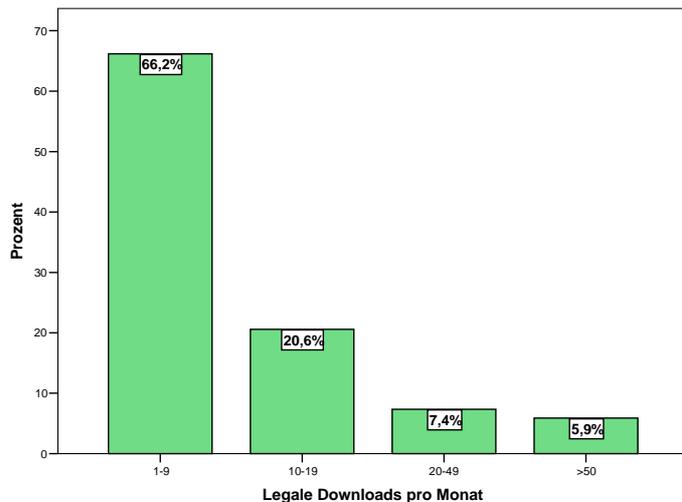
Betrachtet man die durchschnittliche Anzahl der heruntergeladenen Musiktitel im Monat, zeigt sich, dass der überwiegende Teil (38%) lediglich zwischen einem und neun Liedern über das Internet bezieht. Ein Viertel der Befragten lädt zwischen 10 und 19 Songs durchschnittlich pro Monat herunter. Zwischen 50 und 100 Titel sind es nur noch bei rund 13%. Das oft propagierte Massendownloaden von mehr als 100 Titeln im Monat betreiben weniger als 4% der UmfrageteilnehmerInnen, sprich 19 Personen.

Abbildung 12: Balkendiagramm: Anzahl der heruntergeladenen Musiktitel (D)



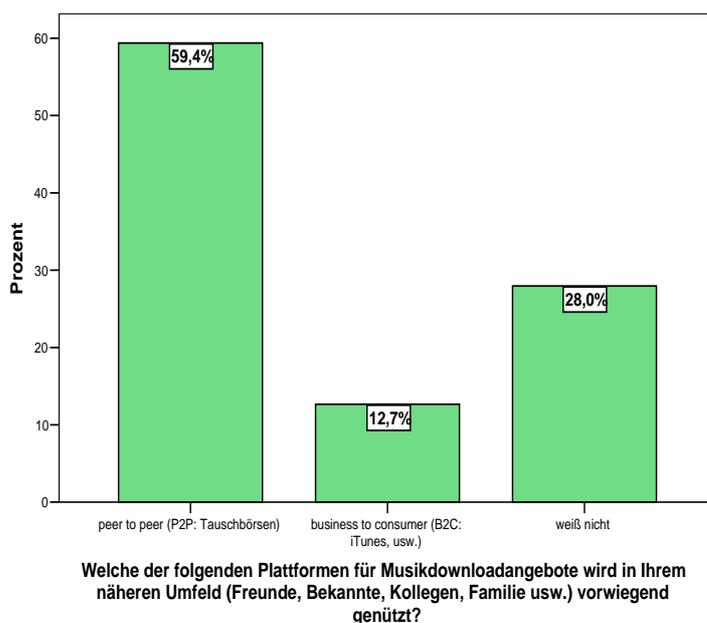
Von den oben angegebenen Downloads waren folgende von bezahlten Musikdownloadangeboten.

Abbildung 13: Balkendiagramm: Anzahl der legal heruntergeladenen Musiktitel (D)



Das persönliche Umfeld hat zweifelsohne einen Einfluss darauf, ob und mit welchen Musikdownloadplattformen man in Kontakt kommt. Rund 60% der UmfrageteilnehmerInnen geben an, dass in ihrem näheren Umfeld vorwiegend P2P-Musikdownloadangebote (Tauschbörsen) genutzt werden. Immerhin 12,7% gehen davon aus, dass in ihrem Umfeld vor allem B2C-Systeme (gewinnorientierte Unternehmen, z.B. iTunes) im Einsatz sind. 28% wissen nicht, welche Angebote im näheren Umfeld genutzt werden.

Abbildung 14: Balkendiagramm: Plattformen für Musikdownloads im näheren Umfeld (D)

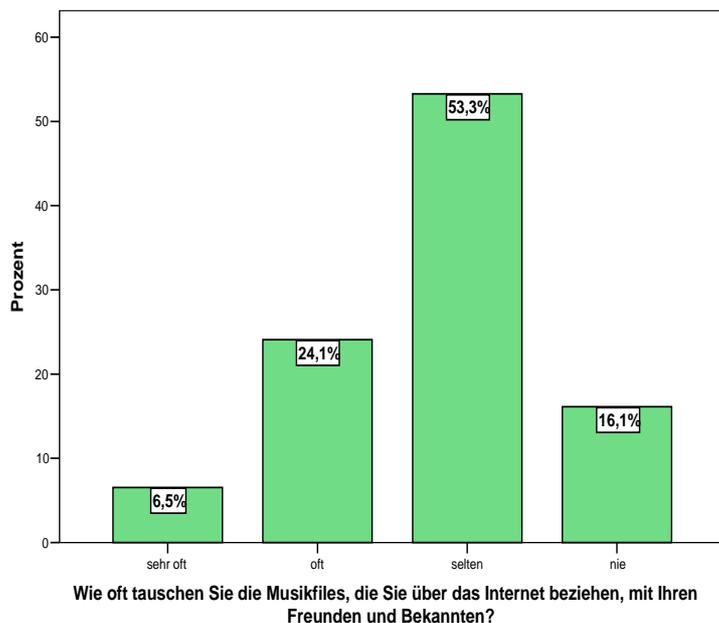


Es ist auch von Interesse, wie mit der heruntergeladenen Musik umgegangen wird. Mehr als die Hälfte der befragten DownloaderInnen gibt an, „selten“ Musikdateien mit Freunden und Bekannten zu tauschen. Weitere 16% tun dies sogar nie. Demgegenüber tauschen rund 30% oft bzw. sehr oft ihre Musikdateien mit Freunden und Bekannten.

Hier wird angenommen, dass der Musiktasch mit Personen des näheren Umfeldes in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen ist. Mögliche Gründe dafür sind vermutlich die differenzierten Musikgeschmäcker, aber auch die stark gestiegene Vielfältigkeit an Musikdownloadmöglichkeiten und ein Anstieg der Downloadgeschwindigkeit durch Verbreitung von Breitbandnetzen.

Eine Verbindung zwischen der Tauschbereitschaft von Musikdateien und der Wichtigkeit von Musik im täglichen Leben konnte nicht bestätigt werden.

Abbildung 15: Balkendiagramm: Musiktasch mit Freunden und Bekannten (D)



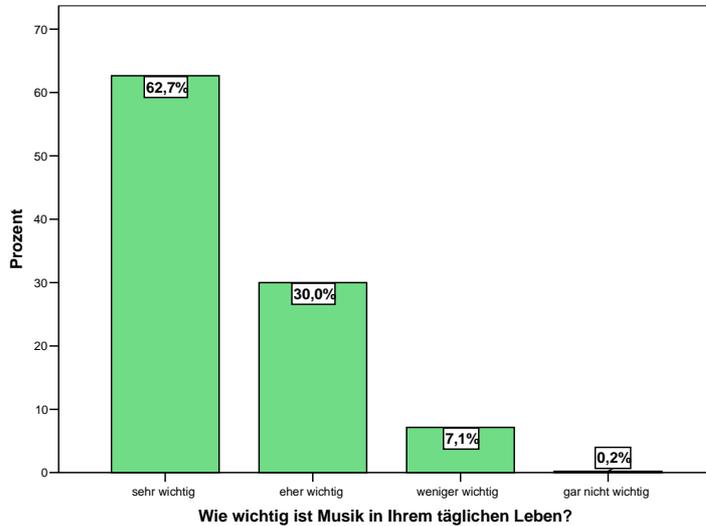
6.2.2 Eigene Einstellungen

In diesem Abschnitt sollen nun die persönlichen Einstellungen der ProbandInnen bezüglich Musik und Musikdownloads näher betrachtet werden.

Die DownloaderInnen definieren Musik in ihrem Leben überwiegend als sehr wichtig (62,7%) bzw. eher wichtig (30%). Nur ein geringer Anteil der Befragten (7,1%) befindet

Musik als weniger wichtig im eigenen Leben. Die Kategorie „gar nicht wichtig“ wird überhaupt nur von einer Person gewählt.

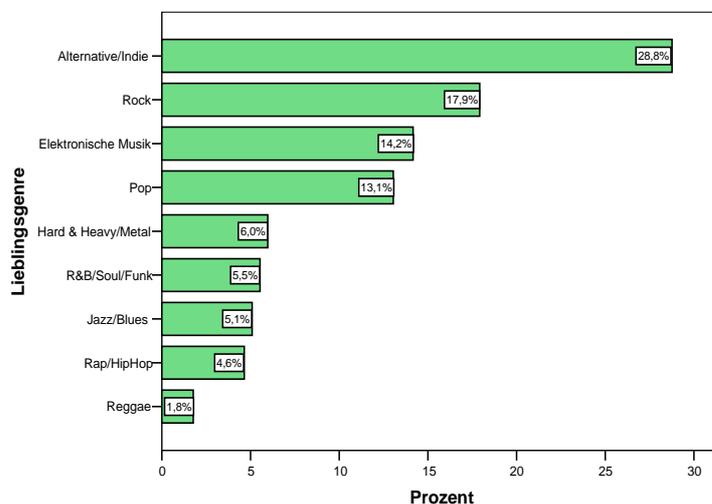
Abbildung 16: Balkendiagramm: Wichtigkeit Musik (D)



Die Frage nach dem Lieblingsgenre war grundsätzlich eher als Nebenfrage gedacht. Dennoch förderte besonders die Auswertung der Kommentare, die diese Frage betrafen, äußerst wichtige Ergebnisse zutage.

Bei der Auswahl des Musikgenres können sich 452 Personen in den grob vorgegebenen Musikgenres wiederfinden und ihr Lieblingsgenre nennen. Der größte Anteil von 28,8% wählt hier das Genre Alternative/Indie, gefolgt von Rock (17,95%), Elektronische Musik (14,2%) und Pop (13,1%). Alle anderen Genres liegen im Umfeld des 5%-Niveaus oder darunter. Es folgt eine Darstellung der meistgenannten Genres.

Abbildung 17: Balkendiagramm: Lieblingsgenre (D)

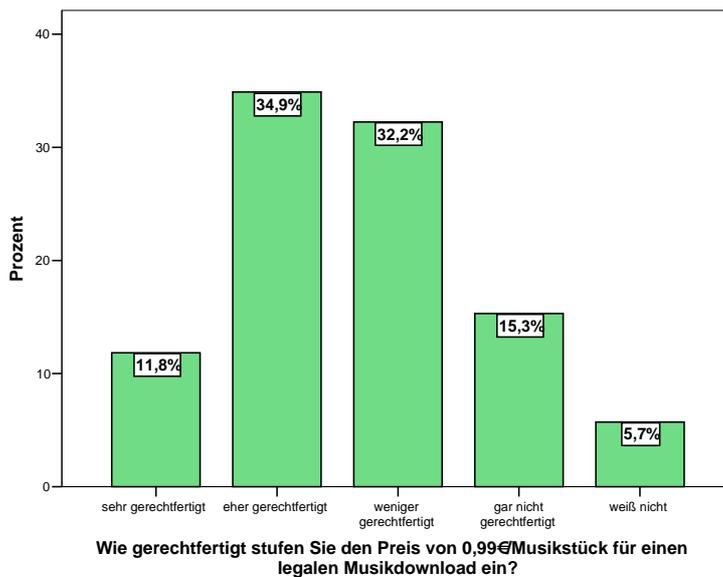


36 UmfrageteilnehmerInnen geben andere Genres an, bzw. können kein eindeutiges Lieblingsgenre wählen.

Eine Auswertung der Kommentare zu der Umfrage zeigte, dass es sehr vielen TeilnehmerInnen besonders schwer fällt, nur ein einziges Lieblingsgenre anzugeben. Es deutet also einiges darauf hin, dass die Musikgeschmäcker einerseits recht unterschiedlich, aber andererseits auch sehr vielschichtig sind und sich viele Befragte nicht in eine einzige Musiksparte zuordnen lassen wollen.

Zur Überprüfung der allgemeinen Akzeptanz von bezahlten Musikdownloadangeboten wurden die ProbandInnen aufgefordert, einen Standardpreis von 99 Cent pro Musikstück zu bewerten.

Abbildung 18: Balkendiagramm: Preisgestaltung (D)



Anhand dieser Frage zeigt sich, wie uneinig sich die DownloaderInnen über eine faire Preisgestaltung für legale bezahlte Musikdownloadangebote sind. Die Zahlen im Diagramm spiegeln wider, dass nahezu gleich viele befragte Personen den Preis von 0,99 Euro für gerechtfertigt bzw. ungerechtfertigt halten.

Der Musikqualität der heruntergeladenen Musiktitel wird eindeutig ein sehr hohes Maß an Wichtigkeit zugeschrieben. Rund 85% aller DownloaderInnen sehen die Bitrate eines

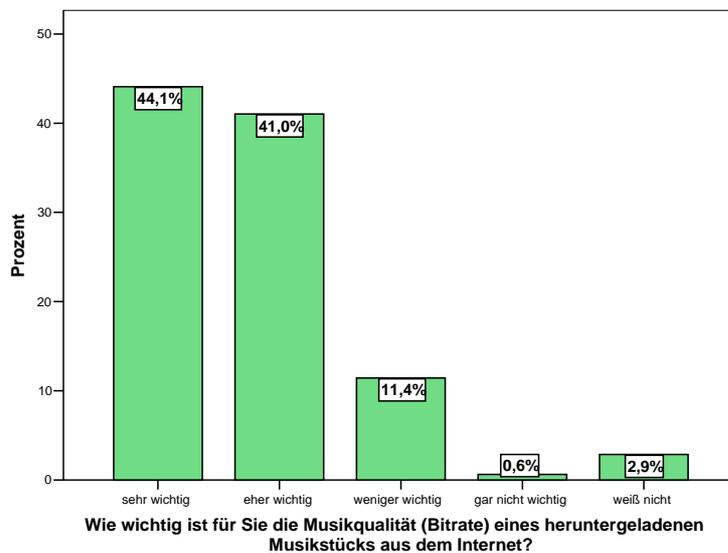
Musiktitels als sehr bzw. eher wichtig an. Nur drei der 490 DownloaderInnen geben an, dass für sie die Musikqualität „gar nicht wichtig“ ist.

Stellt man die Bitrate (Musikqualität) der Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben gegenüber, so fällt auf, dass deutlich mehr Personen die Bitrate wichtig ist, wenn sie Musik im täglichen Leben als wichtig definieren. Eine Korrelationsanalyse bestätigt einen erkennbaren Zusammenhang zwischen diesen beiden Variablen.

			Wie wichtig ist für Sie die Musikqualität (Bitrate) eines heruntergeladenen Musikstücks aus dem Internet?					Gesamt
			sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig	weiß nicht	
Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben	sehr bzw. eher wichtig	Anzahl Prozent	204 44,9%	188 41,4%	49 10,8%	1 ,2%	12 2,6%	454 100,0%
	eher nicht bzw. gar nicht wichtig	Anzahl Prozent	12 33,3%	13 36,1%	7 19,4%	2 5,6%	2 5,6%	36 100,0%
Gesamt		Anzahl	216	201	56	3	14	490
		Prozent	44,1%	41,0%	11,4%	,6%	2,9%	100,0%

Tabelle 18: Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – Musikqualität

Abbildung 19: Balkendiagramm: Musikqualität (D)



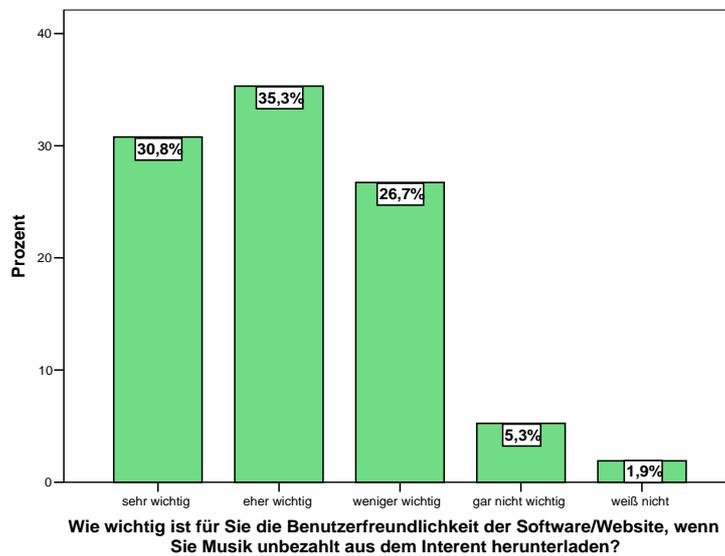
Jene Personen, die angeben, nur bezahlte bzw. bezahlte und unbezahlte Musikdownloadmöglichkeiten zu nutzen, sehen eine immense Wichtigkeit (92,2% sehr und eher wichtig) in der Benutzerfreundlichkeit der Software bzw. Website.

Auffällig ist auch, dass kein einziger Proband die Kategorie „gar nicht wichtig“ wählt.

Im Gegensatz zur vorigen Frage (Benutzerfreundlichkeit bei bezahlten Angeboten) spielt die Benutzerfreundlichkeit bei unbezahlten Musikdownloadangeboten eine nicht ganz so

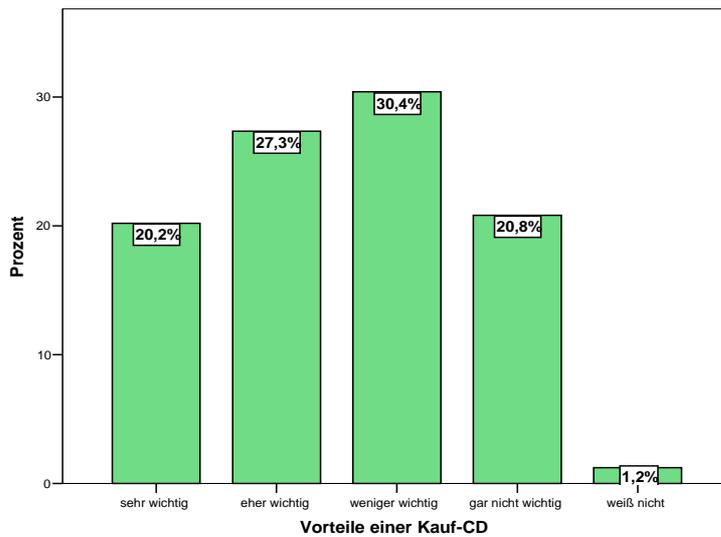
wichtige Rolle. Rund 66% befinden dies als sehr bzw. eher wichtig, während immerhin etwa 30% die Kategorien „weniger“ bzw. „gar nicht wichtig“ anklicken.

Abbildung 20: Balkendiagramm: Benutzerfreundlichkeit von unbezahlten Musikdownloadangeboten (D)



Kauft man eine CD in einem Laden, so erhält man neben dem Datenträger oftmals auch ein Booklet mit Lyrics und zusätzlichen Informationen bzw. weiteres Bonusmaterial. Diese Vorzüge eines greifbaren Produkts fallen bei Musikdownloads aus dem Internet größtenteils weg. Daher schien es wichtig, herauszufinden, ob diese Vorzüge heute noch relevant sind oder nicht. Die Vorteile einer Kauf-CD aus dem Laden sind äußerst umstritten. Während einer Hälfte der Befragten diese als durchaus wichtig erscheinen, zeigt sich für die andere Hälfte nur noch eine geringe Wichtigkeit.

Abbildung 21: Balkendiagramm: Vorteile einer Kauf-CD (D)



Ein starker Zusammenhang lässt sich zwischen Wichtigkeit von Musik im täglichen Leben und der Einstufung der Vorzüge einer Kauf-CD erkennen. Wie die unten stehende Kreuztabelle eindeutig zeigt, geben die ProbandInnen, denen Musik im täglichen Leben weniger bzw. gar nicht wichtig ist, auch eher an, dass die Vorzüge einer Kauf-CD für sie nicht bzw. gar nicht wichtig sind.

			Vorzüge einer Kauf-CD					Gesamt
			sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig	weiß nicht	
Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben	sehr bzw. eher wichtig	Anzahl	97	128	135	88	6	454
		Prozent	21,4%	28,2%	29,7%	19,4%	1,3%	100,0%
	eher nicht bzw. gar nicht wichtig	Anzahl	2	6	14	14	0	36
		Prozent	5,6%	16,7%	38,9%	38,9%	,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	99	134	149	102	6	490
		Prozent	20,2%	27,3%	30,4%	20,8%	1,2%	100,0%

Tabelle 19: Kreuztabelle : Wichtigkeit von Musik – Vorzüge Kauf-CD

Sehr ausgeprägt ist der Zusammenhang zwischen dem Geld, das für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben wurde, und der Einstufung der Vorzüge einer Kauf-CD. Jene Personen, die nichts im letzten halben Jahr für Musik ausgegeben haben, geben besonders häufig an, dass ihnen die Vorzüge gar nicht wichtig sind. Mit zunehmenden Ausgaben für Musik steigt auch die angegebene Wichtigkeit der Vorzüge. In der höchsten Kategorie „mehr als 500 Euro“ geben mehr als 60% der ProbandInnen an, dass ihnen die Vorzüge sehr wichtig sind, und weitere 22% empfinden die Vorzüge noch immer als eher wichtig. Eine Korrelationsanalyse bestätigt einen besonders starken Zusammenhang zwischen diesen beiden Variablen.

			Vorzüge einer Kauf-CD				Gesamt
			sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig	
Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)	nichts	Anzahl	2	5	18	25	50
		Prozent	4,0%	10,0%	36,0%	50,0%	100,0%
	weniger als 50 Euro	Anzahl	10	32	54	31	127
		Prozent	7,9%	25,2%	42,5%	24,4%	100,0%
	zwischen 50 und 100 Euro	Anzahl	28	38	39	23	128
		Prozent	21,9%	29,7%	30,5%	18,0%	100,0%
	zwischen 101 und 200 Euro	Anzahl	26	30	26	13	95
		Prozent	27,4%	31,6%	27,4%	13,7%	100,0%
	zwischen 201 und 500 Euro	Anzahl	19	24	9	7	59
		Prozent	32,2%	40,7%	15,3%	11,9%	100,0%
mehr als 500 Euro	Anzahl	14	5	2	2	23	
	Prozent	60,9%	21,7%	8,7%	8,7%	100,0%	
Gesamt	Anzahl	99	134	148	101	482	
	Prozent	20,5%	27,8%	30,7%	21,0%	100,0%	

Tabelle 20: Kreuztabelle: Geld für Musik im letzten halben Jahr – Vorzüge Kauf-CD

6.2.3 Allgemeine Einschätzungen

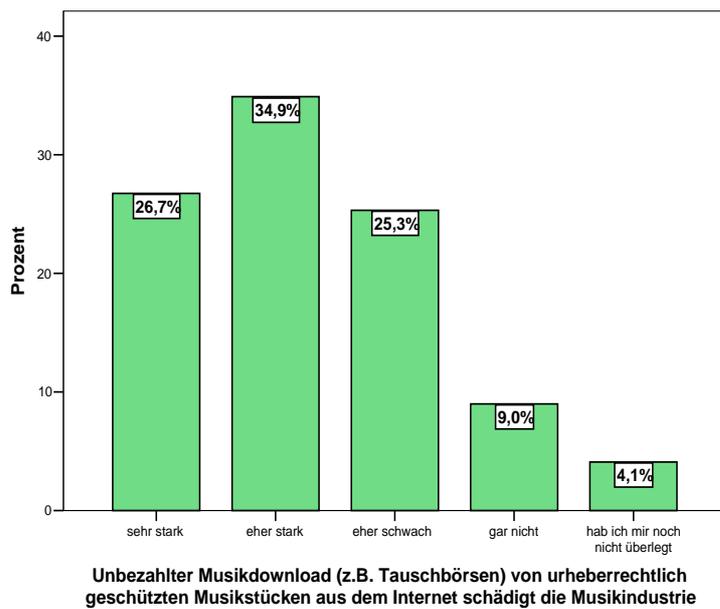
Der folgende Abschnitt setzt sich mit den Einschätzungen der ProbandInnen auseinander. Vorwiegend geht es um Einschätzungen hinsichtlich möglicher Schädigungen und Risiken, aber auch darum, wer ihrer Ansicht nach am ehesten profitiert.

Zwei Fragenbatterien sind für diesen Abschnitt besonders wichtig, nämlich einerseits, wer durch unbezahlte Musikdownloads am ehesten geschädigt wird, und andererseits, wer durch bezahlte Musikdownloadangebote an meisten profitiert.

Laut Einschätzung der ProbandInnen wird am ehesten die Musikindustrie durch unbezahlte Musikdownloads geschädigt.

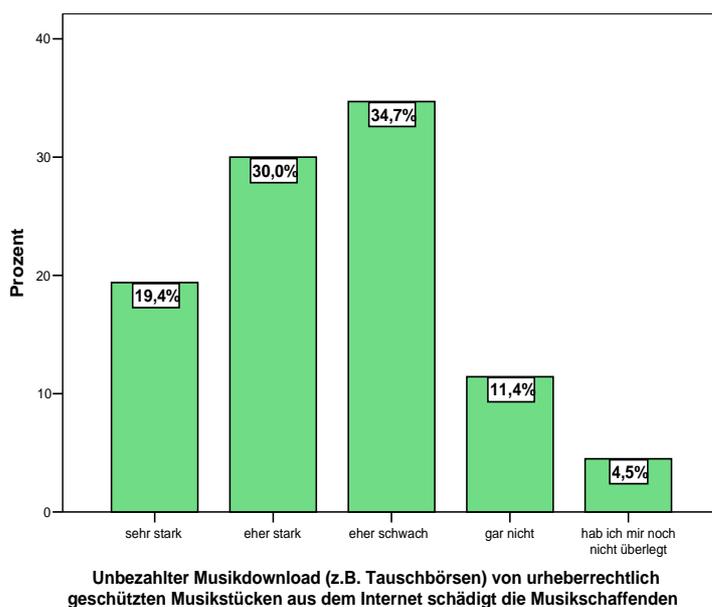
Ein überwiegender Anteil der DownloaderInnen (61,6%) sieht die Verbreitung von urheberrechtlich geschützten Musiktiteln z.B. durch Tauschbörsen durchaus als sehr bzw. eher starke Schädigung für die Musikindustrie an. Rund 25% gehen lediglich von einer schwachen, weitere 9% der TeilnehmerInnen von gar keiner Schädigung der Musikindustrie aus.

Abbildung 22: Balkendiagramm: Schädigung der Musikindustrie (D)



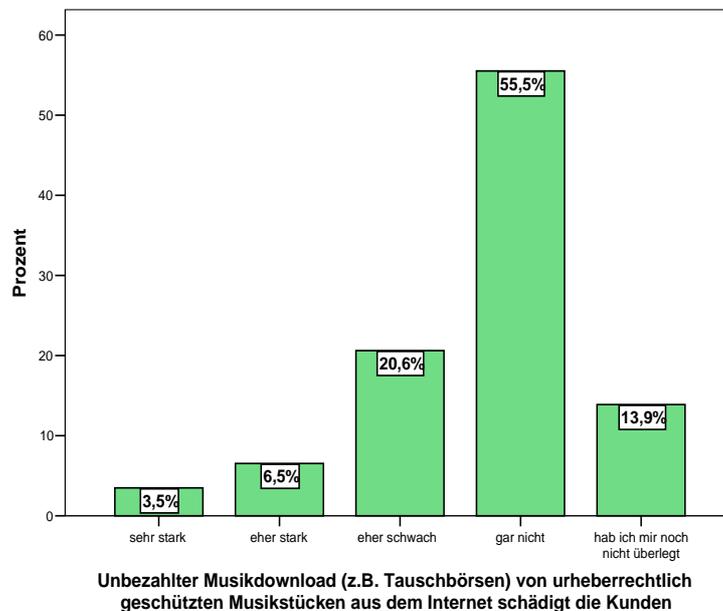
Darüber, ob die Musikschaffenden durch unbezahlte Verbreitung von urheberrechtlich geschützten Musiktiteln geschädigt werden, sind sich die befragten DownloaderInnen äußerst uneinig. Weniger als 5% haben sich über diese Frage noch keine Gedanken gemacht. Dies deutet auch darauf hin, dass es zu diesem Thema eine ständige Kontroverse innerhalb und außerhalb der DownloaderInnen-Community zu geben scheint.

Abbildung 23: Balkendiagramm: Schädigung der Musikschaffende (D)



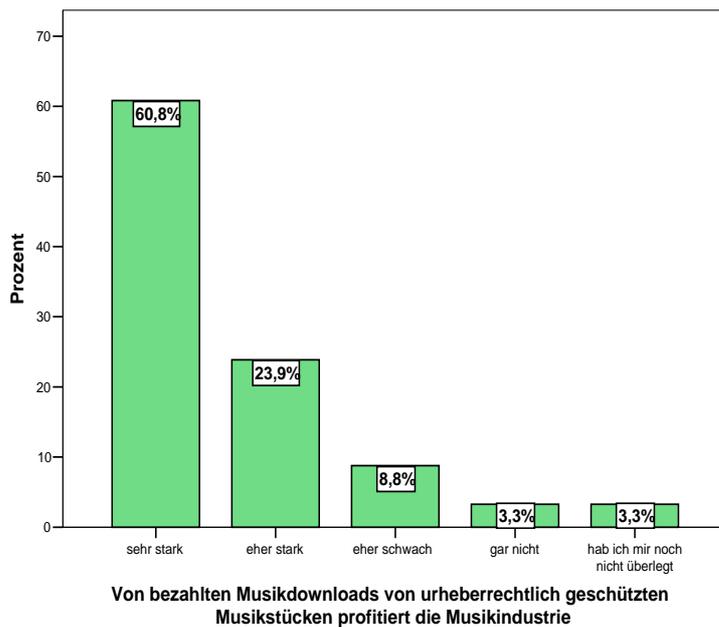
Die auf ersten Blick etwas unorthodoxe Frage, ob sich auch für die Kunden von Musiktiteln Schädigungen durch unbezahlten Musikdownload von urheberrechtlich geschützter Musik ergeben, zeigt recht deutlich, dass hier vor allem (76%) die Kategorien „eher schwach“ bis „gar nicht“ gewählt wurden. Knapp 14% der Befragten hat sich dazu noch keine Gedanken gemacht.

Abbildung 24: Balkendiagramm: Schädigung der Kunden (D)



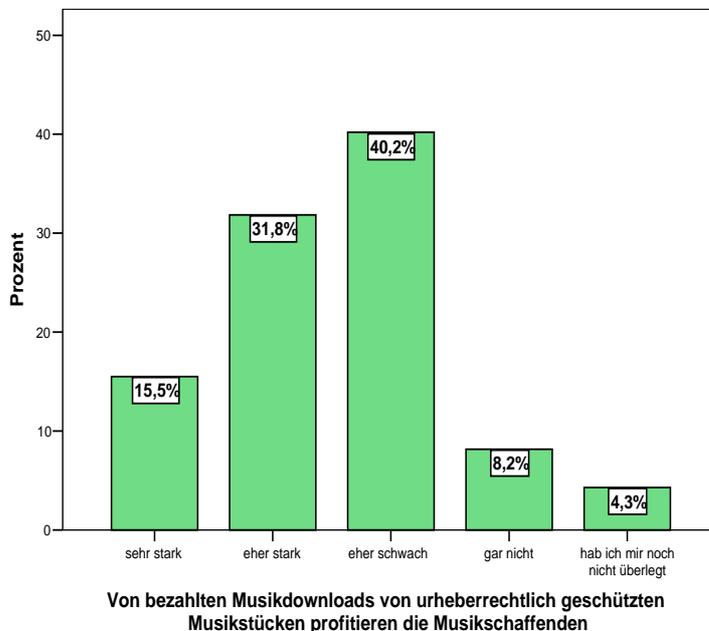
Nach Einschätzung der ProbandInnen profitiert die Musikindustrie besonders stark durch bezahlte Musikdownloadangebote. Ca. 85% gehen davon aus, dass die Musikindustrie sehr bis eher stark von bezahlten Musikdownloads profitiert.

Abbildung 25: Balkendiagramm: Profit der Musikindustrie (D)



Die Angaben, wie sehr Musikschaffende von bezahlten Musikdownloadangeboten profitieren, schwanken zwischen „eher stark“ und „eher schwach“.

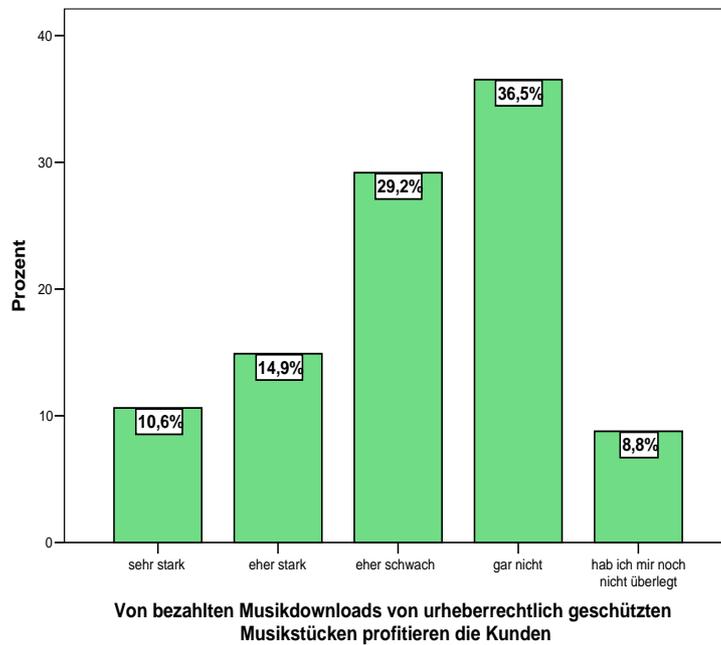
Abbildung 26: Balkendiagramm: Profit der Musikschaffende (D)



Interessant ist auch, dass mehr als 66% denken, dass der Kunde nur schwach bis gar nicht von bezahlten Musikdownloadangeboten profitiert. Offensichtlich sind die bezahlten Musikdownloadanbieter kaum im Stande bessere Services bereitzustellen als unbezahlte

Anbieter wie Tauschbörsen, was wiederum nicht dafür spricht, sich für eine legale Downloadvariante zu entscheiden.

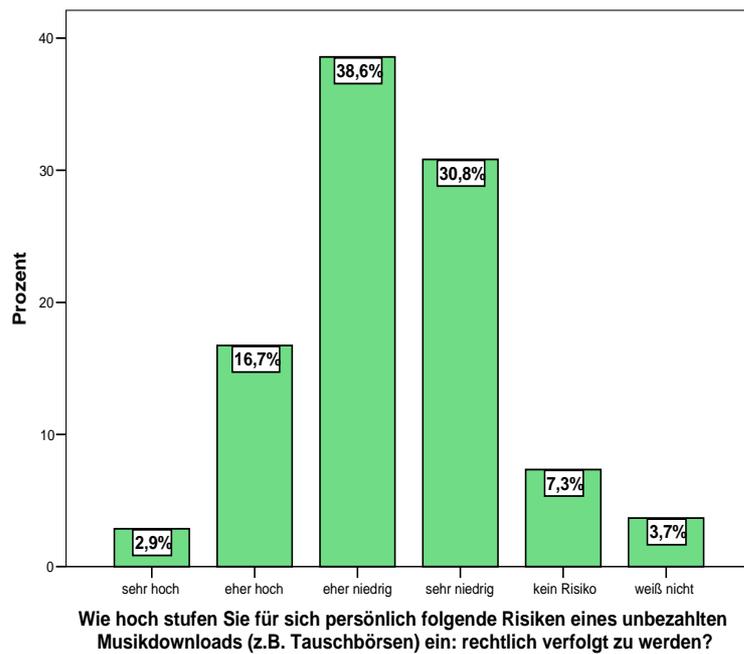
Abbildung 27: Balkendiagramm: Profit der Kunden (D)



Das Risiko einer rechtlichen Verfolgung aufgrund eines illegalen Downloads kann als recht niedrig eingestuft werden. Die folgenden Auswertungsdaten beschreiben recht eindeutig, dass die Kriminalisierungsstrategie, welche die Musikindustrie seit vielen Jahren zunehmend forciert, kaum greift.

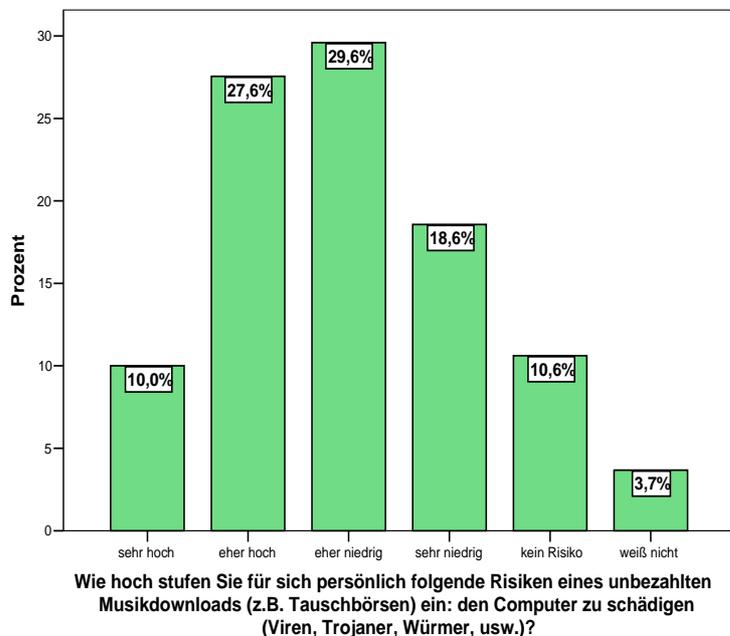
Knapp 70% der Befragten gehen von einem eher niedrigen bzw. sehr niedrigen Risiko aus, rechtlich verfolgt zu werden.

Abbildung 28: Balkendiagramm: Risiko rechtlich verfolgt zu werden (D)



Im Vergleich zur vorigen Frage wird die Gefahr, den Computer bei einem unbezahlten Download durch Viren oder Trojaner zu schädigen, etwas höher eingestuft (37,6%).

Abbildung 29: Balkendiagramm: Risiko den Computer zu schädigen (D)



Die Einstufung des Risikos einer Computerschädigung durch einen unbezahlten Download scheint besonders mit den Computerkenntnissen zusammenzuhängen.

Anhand der unten stehenden Kreuztabelle ist dies deutlich erkennbar. Der Großteil (56,7%) derjenigen, die sehr gute Computerkenntnisse besitzen, sieht nur ein niedriges bzw. sehr niedriges Risiko. Weitere 15% gehen überhaupt von keinem Risiko aus.

Die ProbandInnen, die sich selbst gute Computerkenntnisse bescheinigen, teilen sich fast gleichmäßig auf die beiden Risikoeinstufungskategorien auf. Bei jenen mit geringen Computerkenntnissen überwiegt die Meinung, es bestünde ein sehr bzw. eher hohes Risiko.

			Schädigung des Computers				Gesamt
			sehr bzw. eher hohes Risiko	eher niedrig bzw. sehr niedriges Risiko	kein Risiko	weiß nicht	
Computerkenntnisse gruppiert	wenig Kenntnisse	Anzahl	23	16	0	3	42
		Prozent	54,8%	38,1%	,0%	7,1%	100,0%
	gute Kenntnisse	Anzahl	117	125	12	11	265
		Prozent	44,2%	47,2%	4,5%	4,2%	100,0%
	sehr gute Kenntnisse	Anzahl	32	72	20	3	127
		Prozent	25,2%	56,7%	15,7%	2,4%	100,0%
Gesamt		Anzahl	172	213	32	17	434
		Prozent	39,6%	49,1%	7,4%	3,9%	100,0%

Tabelle 21: Kreuztabelle: Computerkenntnisse – Risiko Computerschädigung

Weiters zeigt sich, dass im Teilbereich Familie häufiger Ängste bezüglich einer rechtlichen Verfolgung geäußert werden, als dies bei Freunden und Bekannten der Fall ist. Möglicherweise wird das Risiko in den eigenen vier Wänden höher eingestuft als man es nach außen hin zugeben möchte.

Dennoch muss gesagt werden, dass die Einstufung der Angst vor einer rechtlichen Verfolgung in allen Teilbereichen (Familie, Freunde, Bekannte und Kollegen) nur sehr gering ausfällt.

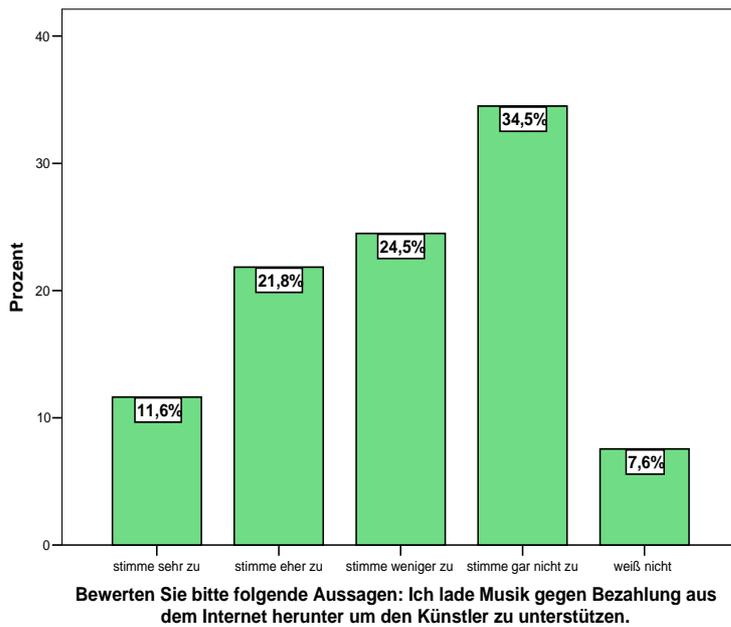
Besonders innerhalb der Familie wurde häufig (35%) angegeben, dass keine Musik heruntergeladen wird.

Weiters wurden den ProbandInnen Aussagen vorgelegt, welche oftmals von Musik-downloaderInnen oder der Musikindustrie als Rechtfertigung für deren Verhalten angewendet werden. Diesen Aussagen konnten die befragten Personen mehr oder weniger zustimmen.

- a) Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.

Der Aussage, dass man bezahlte Musik aus dem Internet herunterlädt um den Künstler zu unterstützen, wird überwiegend eher nicht bzw. gar nicht (59%) zugestimmt.

Abbildung 30: Balkendiagramm: Aussagebewertung 1 (D)

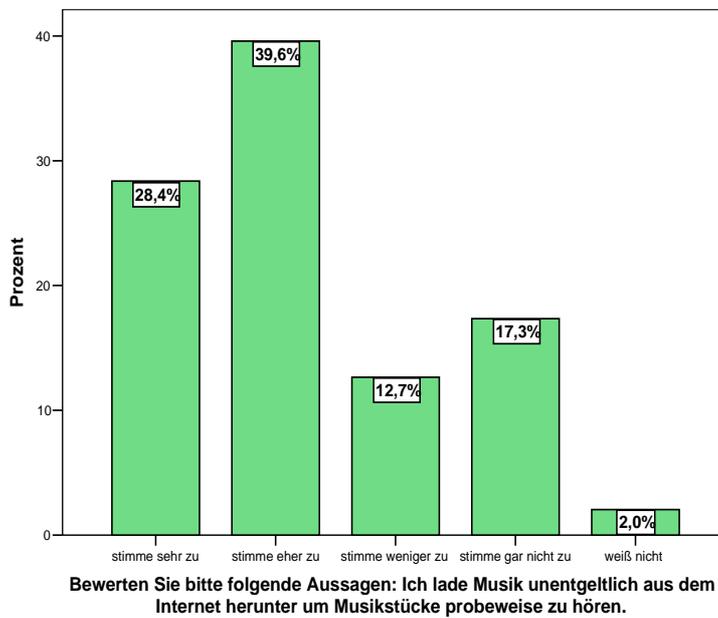


Eine häufig gehörte Aussage seitens der großen Musikdownload-Community ist folgende:

- b) Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.

Rund 68% der ProbandInnen stimmen der Aussage sehr bis eher zu.

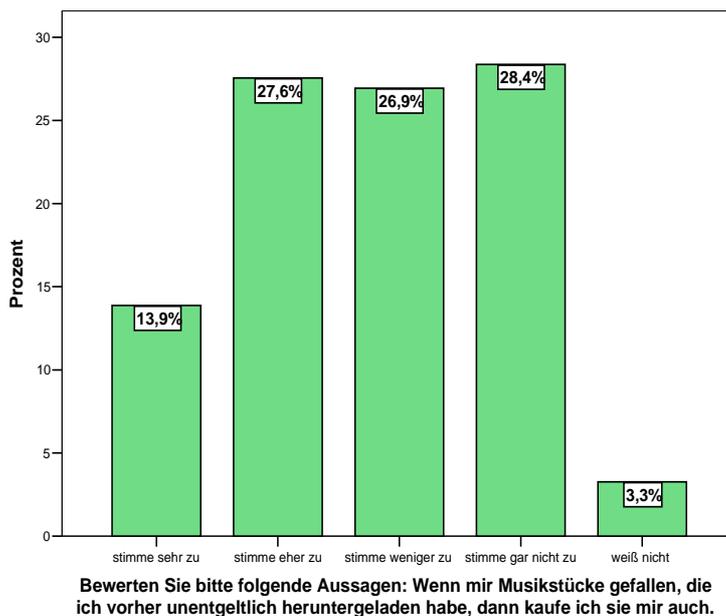
Abbildung 31: Balkendiagramm: Aussagebewertung 2 (D)



- c) Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.

Im Gegensatz zur vorigen Aussage wird diese tendenziell eher von den ProbandInnen abgelehnt. Etwa 27% stimmen hier eher nicht zu, weitere 28% wählten sogar die Kategorie „gar nicht“.

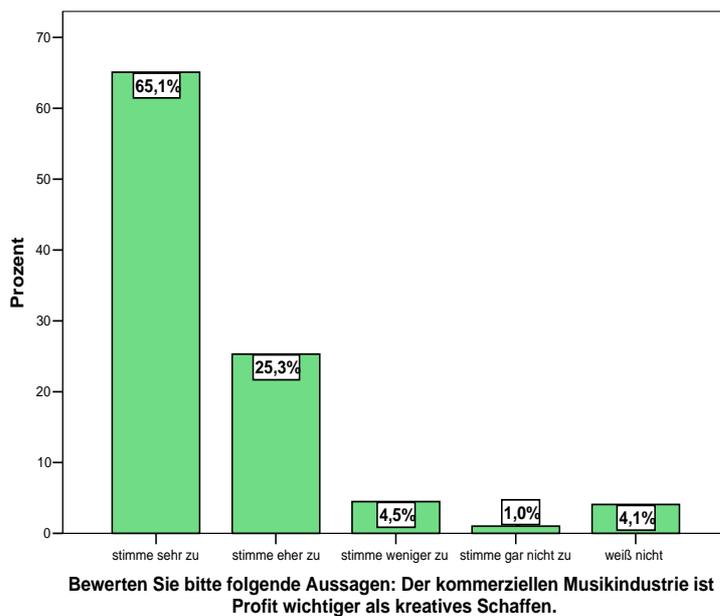
Abbildung 32: Balkendiagramm: Aussagebewertung 3 (D)



d) Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.

Die Aussage, dass der kommerziellen Musikindustrie Profit wichtiger sei als kreatives Schaffen, wird von mehr als 90% bestätigt. Ganze 65% stimmen sehr und weitere 25% eher zu. Dies zeigt recht deutlich, wie schlecht das Ansehen der Musikindustrie zumindest unter den DownloaderInnen ist.

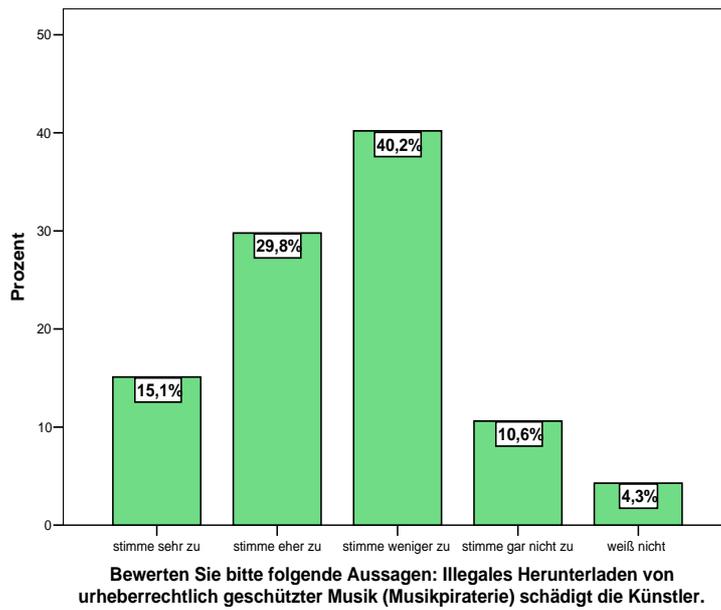
Abbildung 33: Balkendiagramm: Aussagebewertung 4 (D)



e) Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.

Wie sehr die Künstler durch illegale Musikdownloads geschädigt werden, ist ein sehr umstrittenes Thema unter den MusikdownloaderInnen. Wie bereits bei vorangegangenen Fragen zu diesem Thema zeigt sich auch hier eine Schwankung zwischen Zustimmung und Ablehnung. Rund die Hälfte der Befragten stimmt dieser Aussage wenig bis gar nicht zu. Demgegenüber stehen 45%, die von einer Schädigung der Künstler ausgehen.

Abbildung 34: Balkendiagramm: Aussagebewertung 5 (D)



6.2.4 Technische Ausstattung und Know-how

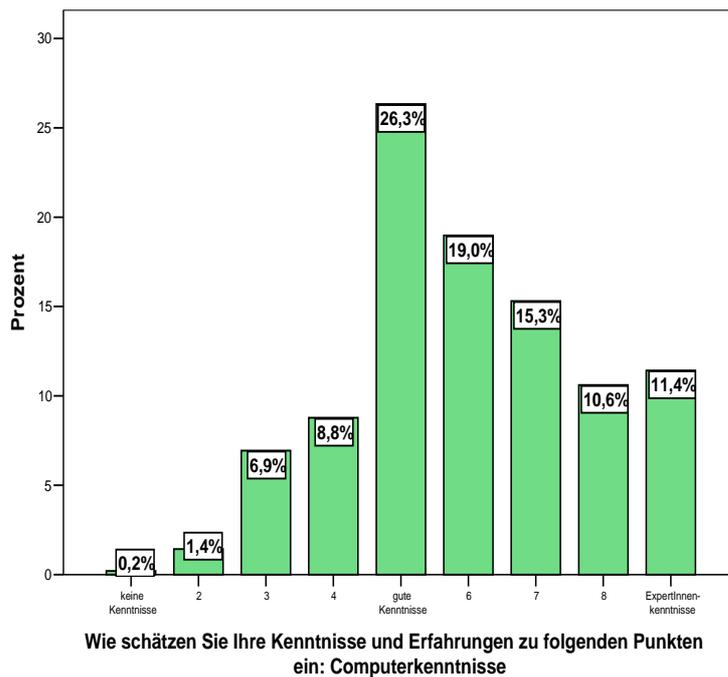
	Häufigkeit	Prozent
Gültig		
Dialup-Modem (56k-Modem)	18	3,7
ISDN	21	4,3
DSL / Breitband (z.B. Chello)	419	85,5
weiß nicht	32	6,5
Gesamt	490	100,0

Tabelle 22: Häufigkeitsauszählung: Internetzugang

Der Großteil der DownloaderInnen besitzt einen Breitbandanschluss. Dialup-Modem und ISDN werden kaum noch verwendet.

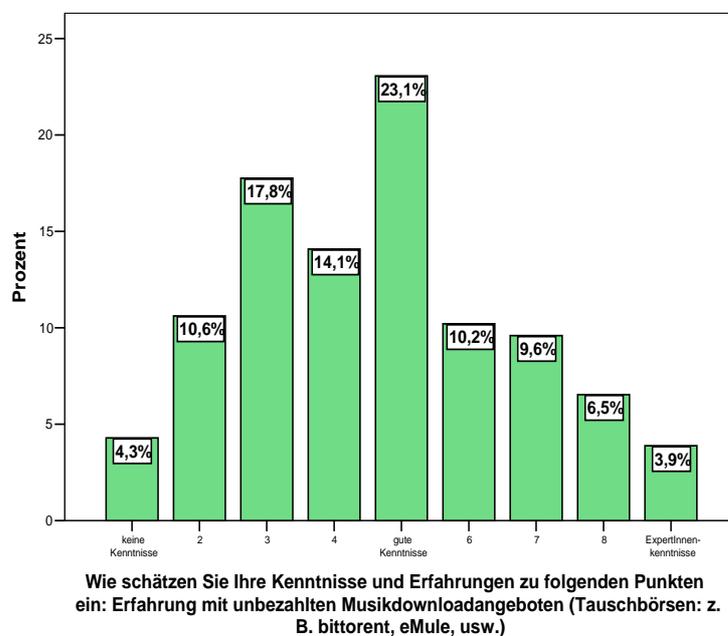
Generell bescheinigen sich die DownloaderInnen eher gute bis sehr gute Kenntnisse am Computer. Am meisten ProbandInnen (26,3%) können sich mit der ausgewiesenen Kategorie „gute Kenntnisse“, welche die Mitte der Skala darstellt, identifizieren.

Abbildung 35: Balkendiagramm: Computerkenntnisse (D)



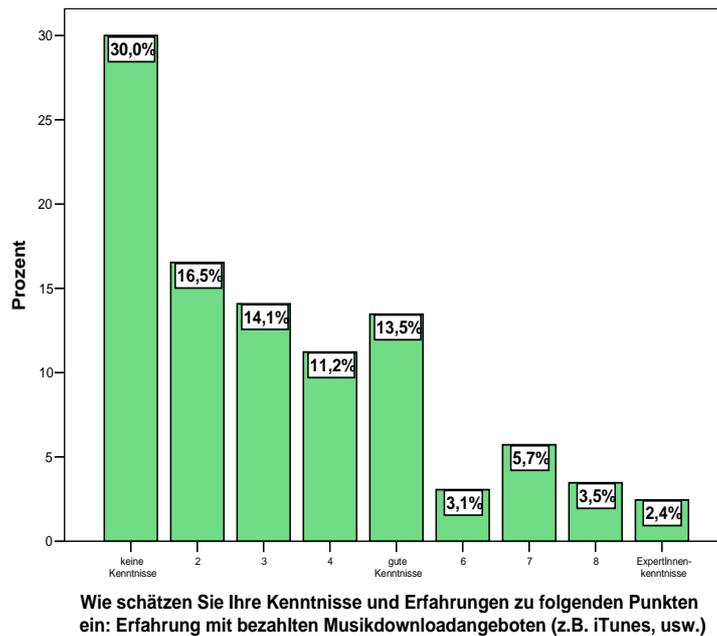
Der größte Anteil bescheinigt sich gute Kenntnisse mit 23,1% hinsichtlich der Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloads.

Abbildung 36: Balkendiagramm: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (D)



Im Vergleich zur vorigen Frage besitzen die meisten befragten DownloaderInnen keine oder nur sehr geringe Kenntnisse über bezahlte Musikdownloadangebote.

Abbildung 37: Balkendiagramm: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (D)



Vergleicht man die Computerkenntnisse mit den Erfahrungen über legale Musikdownloadangebote, so zeigt sich, dass jene ProbandInnen, die mehr Erfahrung mit legalen Downloadalternativen haben, meist über gute bzw. sehr gute Computerkenntnisse verfügen.

			Computerkenntnisse gruppiert			Gesamt
			wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Erfahrung mit legalen Downloads	wenig Kenntnisse	Anzahl	36	176	63	275
		Prozent	13,1%	64,0%	22,9%	100,0%
	gute Kenntnisse	Anzahl	5	80	35	120
		Prozent	4,2%	66,7%	29,2%	100,0%
	sehr gute Kenntnisse	Anzahl	1	9	26	36
		Prozent	2,8%	25,0%	72,2%	100,0%
Gesamt	Anzahl	42	265	124	431	
	Prozent	9,7%	61,5%	28,8%	100,0%	

Tabelle 23: Kreuztabelle: Computerkenntnisse – Erfahrungen mit bezahlten Musikdownloads

Auch die Erfahrung mit unbezahlten Downloadangeboten zeigt einen starken Zusammenhang mit den Computerkenntnissen. Jene, die sehr gute Kenntnisse im Bereich der unbezahlten Musikdownloads besitzen, haben auch öfter sehr gute Computerkenntnisse als jene, die nur wenig Erfahrung mit unbezahlten Downloads haben.

			Computerkenntnisse gruppiert			Gesamt
			wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Erfahrung mit illegalen Downloads	wenig Kenntnisse	Anzahl	30	101	19	150
		Prozent	20,0%	67,3%	12,7%	100,0%
	gute Kenntnisse	Anzahl	11	148	62	221
		Prozent	5,0%	67,0%	28,1%	100,0%
	sehr gute Kenntnisse	Anzahl	1	15	44	60
		Prozent	1,7%	25,0%	73,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl	42	264	125	431	
	Prozent	9,7%	61,3%	29,0%	100,0%	

Tabelle 24: Kreuztabelle: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloads – Computerkenntnisse

6.2.5 Wissensfragen

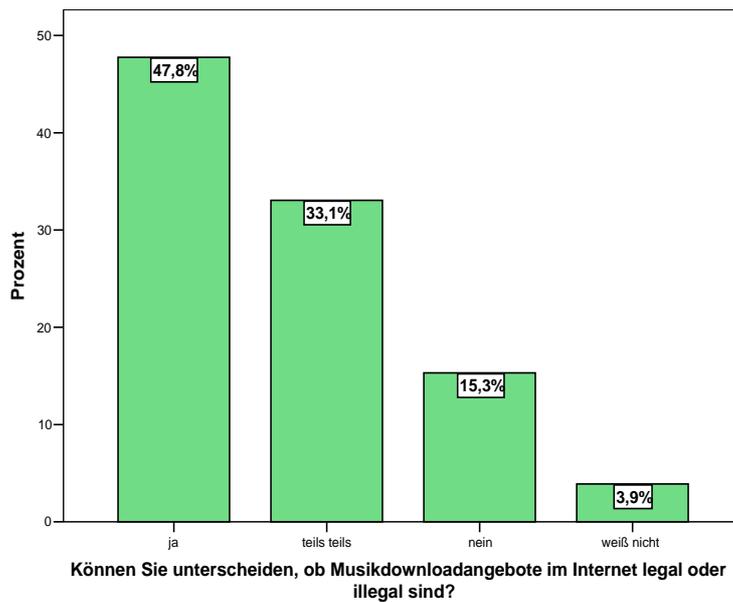
		Häufigkeit	Prozent
Gültig	ja	179	36,5
	teils teils	140	28,6
	nein	31	6,3
	weiß nicht	140	28,6
	Gesamt	490	100,0

Tabelle 25: Häufigkeitsauszählung: Musikstücke urheberrechtlich geschützt?

Mehr als 36% gehen davon aus, dass die Musiktitel, die sie herunterladen, urheberrechtlich geschützt sind, weitere 28,6% geben an, dass dies zum Teil der Fall ist. Nur rund 6% geben an, keine urheberrechtlich geschützte Musik aus dem Netz zu laden. Ein recht hoher Anteil von 28,6% weiß nicht, ob die Titel urheberrechtlich geschützt, sind die sie herunterladen.

Fast die Hälfte der DownloaderInnen (47,8%) geht davon aus, dass sie unterscheiden können, ob Musikangebote im Internet legal oder illegal sind. Weitere 33% glauben zumindest daran, dies zum Teil zu erkennen. Lediglich 15% beantworten die Frage mit einem klaren Nein.

Abbildung 38: Balkendiagramm: Unterscheidung legal/illegal (D)



Den ProbandInnen wurde folgende Situation geschildert:

„Ein Lied eines populären Künstlers, das sie soeben im Radio gehört haben, wird auf einer Tauschbörse als Download angeboten. Denken Sie, dass das Herunterladen dieser Datei legal oder illegal ist?“

Die befragten Personen sollten nun angeben, ob der Download ihrer Meinung nach legal oder illegal wäre.

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	legal	71	14,5
	illegal	419	85,5
Gesamt		490	100,0

Tabelle 26: Häufigkeitsauszählung: Lied im Radio – Angebot auf Tauschbörse legal / illegal?

Über 85% der DownloaderInnen gehen davon aus, dass das Herunterladen dieses Musikstückes als illegal betrachtet werden kann. Dem gegenüber stehen knapp 15%, die davon ausgehen, dass es legal wäre diesen Download zu tätigen.

Wie die untenstehende Kreuztabelle verdeutlicht, hängen die Erfahrungen mit unbezahlten Musikdownloadangeboten eng mit der Fähigkeit zusammen, illegale von legalen Musikdownloadangeboten unterscheiden zu können. Mit steigenden Kenntnissen von unbezahlten Musikdownloads sind die ProbandInnen offenbar auch eher davon überzeugt, illegale von legalen Downloadmöglichkeiten unterscheiden zu können.

			Können Sie unterscheiden, ob Musikdownloadangebote im Internet legal oder illegal sind?				Gesamt
			ja	teils teils	nein	weiß nicht	
Erfahrung mit illegalen Downloads	wenig Kenntnisse	Anzahl	48	65	36	11	160
		Prozent	30,0%	40,6%	22,5%	6,9%	100,0%
	gute Kenntnisse	Anzahl	107	85	33	7	232
		Prozent	46,1%	36,6%	14,2%	3,0%	100,0%
	sehr gute Kenntnisse	Anzahl	65	10	4	0	79
		Prozent	82,3%	12,7%	5,1%	,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl	220	160	73	18	471	
	Prozent	46,7%	34,0%	15,5%	3,8%	100,0%	

Tabelle 27: Kreuztabelle: Erfahrung mit unbezahlten Downloadangeboten – Unterscheidung legale/ illegale Angebote

6.3 Die Stichprobe der Nicht-DownloaderInnen (Markus Kudler)

Insgesamt können 467 TeilnehmerInnen in diesem Beobachtungsfeld festgestellt werden. Beginnend mit den soziodemographischen Merkmalen der ProbandInnen ergibt sich auch aus dieser Stichprobe eine Überzahl an Frauen (rund 68%). Der Altersbereich mit den meisten Fällen liegt bei 20 bis 24 Jahren mit insgesamt 41,8%. Im Bereich „25 bis 29 Jahre“, welche die zweitstärkste Gruppe bildet, befinden sich rund 24% der Befragten. Über die Hälfte (50,5%) der ProbandInnen befinden sich in einer Partnerschaft. 166 Personen (35,5%) geben an Single zu sein. Die weiteren Ausprägungen im Zusammenhang mit dem Familienstand ergeben nur geringe Prozentwerte.

Die Stichprobe der Nicht-DownloaderInnen setzt sich überwiegend aus Personen mit Matura bzw. Abitur (57,2%) und Hochschulabschlüssen (26,8%) zusammen. Dieser hohe Anteil ist darauf zurückzuführen, dass sehr viele StudentInnen (53,3%) an der Befragung teilgenommen haben. Die nächstgrößere Kategorie bezüglich der Tätigkeit bilden die berufstätigen Personen.

Etwa 60% der ProbandInnen leben in einer Stadt mit mehr als 1 Mio. Einwohner. Über 91% der TeilnehmerInnen leben in Österreich, 5,8% in Deutschland und der Rest in der Schweiz oder anderen Ländern.

Nach Abzug aller Fixkosten steht den meisten Befragten ein Betrag zwischen 101 und 300 Euro im Monat zur Verfügung. Unter 50 Euro können nur etwa 5% der Personen frei aus-

geben. In den höheren Kategorien über 301 Euro befinden sich zusammengefasst immerhin noch fast 40%. Insgesamt haben aber 49 Personen diese Frage nicht beantwortet.

Anhand mehrerer stochastischer Auswertungsschritte kristallisierten sich einige interessante Ergebnisse bei den Nicht-DownloaderInnen heraus. Ausgehend von den einzelnen Fragen im Onlinefragebogen werden nun die wichtigsten Details herausgearbeitet und anschaulich mit Abbildungen und Tabellen belegt.

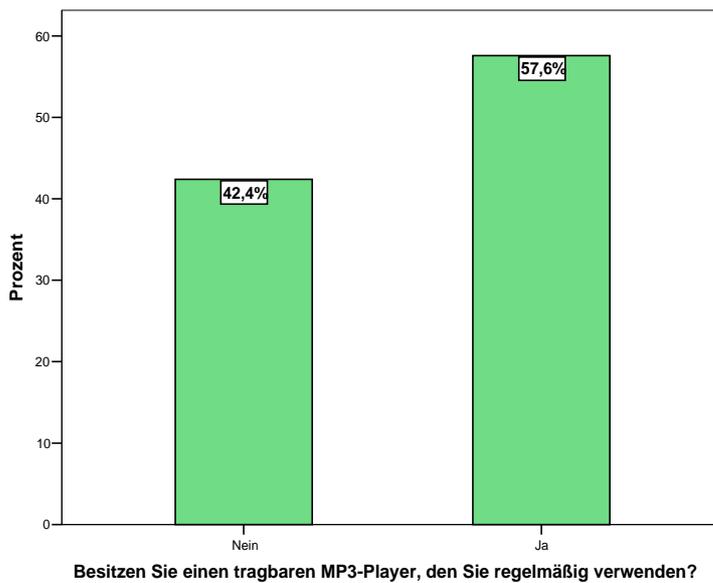
6.3.1 Allgemeine Nutzung von Musik

Dieser Themenkomplex beschäftigt sich mit der allgemeinen Nutzung von Musik. Da sich hier die Analyse auf jene Personen bezieht, die keine Musik aus dem Internet herunterladen, wurden spezifische Fragen zur Downloadthematik nicht gestellt und dementsprechend bei der Onlinebefragung ausgefiltert.

Das spannendste Ergebnis erbrachte die Frage hinsichtlich des Besitzes eines tragbaren MP3-Players. Knapp 60% der Personen geben an, einen tragbaren MP3-Player zu besitzen, den sie auch regelmäßig benutzen. Dies sind ausgesprochen viele Menschen, wenn man davon ausgeht, dass diese Personen keine BenutzerInnen von Downloadangeboten sind. Dieses hohe Resultat wirft weitere Fragen auf, wie beispielsweise: Von welcher Quelle beziehen diese Personen ihre Musik für den MP3-Player? Es besteht die Möglichkeit einer Umwandlung von Audio-Format in MP3-Format – wird das überwiegend mit dieser Methode gemacht, oder bekommen die Befragten ihre Musik für ihren MP3-Player auf eine andere Weise?⁷⁴ Eine Fragestellung für die Beantwortung dieses Zusammenhangs wäre sinnvoll gewesen um zu weiteren Ergebnissen zu gelangen. Das nachstehende Balkendiagramm präsentiert noch einmal sehr deutlich das Resultat auf einen Blick.

⁷⁴ Fragestellungen für weitere Forschungszyklen.

Abbildung 39: Balkendiagramm: MP3-Player-Besitz (ND)



Nun zeigt dieses Ergebnis, dass Musik einen sehr großen Stellenwert bei den Befragten einnimmt und somit stark die Lebenswelt der ProbandInnen beeinflusst. Die regelmäßige Benützung dieses MP3-Players unterstreicht zusätzlich diesen Gedanken. Der Alltag dieser TeilnehmerInnen wird oft durch musikalische Klänge begleitet. Genauere Analysen zur Gestaltung des Alltags unter Verwendung eines MP3-Players könnten anhand weiterer Untersuchungen erstellt werden. Mögliche Anschlussfragen dafür wären beispielsweise: „Für welchen Zweck nützen Sie einen MP3-Player?“ oder „nützen Sie einen MP3-Player zur Überbrückung diverser Wartezeiten?“, etc.⁷⁵

Eine weitere statistische Analyse zur MP3-Player-Benützung zeigt, dass es einen besonders starken Zusammenhang zwischen der Nutzung dieses Gerätes und der Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben gibt. Wie man aus der untenstehenden Kreuztabelle entnehmen kann, stufen 58% der MP3-Player-BesitzerInnen Musik in ihrem täglichen Leben als sehr wichtig ein. Nur 7,4% der TeilnehmerInnen aus diesem Bereich empfinden Musik als weniger wichtig. In den Kategorien „gar nicht wichtig“ und „weiß nicht“ befinden sich fast keine ProbandInnen. Bei jenen Personen, die keinen MP3-Player besitzen, sind es nur 33,8%, die angeben, dass Musik in ihrem Leben sehr wichtig ist.

⁷⁵ Wie man sieht ergibt sich aus diesem Themenbereich eine Fülle von Anschlussfragen, die in weiterführenden Forschungen analysiert werden können.

Besitzen Sie einen MP3-Player? * Altersgruppen Kreuztabelle

			Altersgruppen							Gesamt
			<14	14-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-75	
Besitzen Sie einen mp3-Player?	nein	Anzahl	0	7	70	51	40	21	9	198
		Prozent	,0%	3,5%	35,4%	25,8%	20,2%	10,6%	4,5%	100,0%
	ja	Anzahl	1	24	125	63	39	12	5	269
		Prozent	,4%	8,9%	46,5%	23,4%	14,5%	4,5%	1,9%	100,0%
Gesamt	Anzahl	1	31	195	114	79	33	14	467	
	Prozent	,2%	6,6%	41,8%	24,4%	16,9%	7,1%	3,0%	100,0%	

Tabelle 28: Kreuztabelle: MP3-Player-Besitz – Wichtigkeit Musik

Der Vergleich in Bezug auf die zusammengefasste Variable der Altersgruppe lässt auch noch erkennen, dass jüngere Menschen eher einen MP3-Player besitzen. In höheren Altersgruppen nimmt auch der Anteil der Personen ab, die angeben regelmäßig einen MP3-Player zu benutzen.

			Besitzen Sie einen MP3-Player?		Gesamt
			nein	ja	
Altersgruppen <14	Anzahl	0	1	1	
	Prozent	,0%	100,0%	100,0%	
14-19	Anzahl	7	24	31	
	Prozent	22,6%	77,4%	100,0%	
20-24	Anzahl	70	125	195	
	Prozent	35,9%	64,1%	100,0%	
25-29	Anzahl	51	63	114	
	Prozent	44,7%	55,3%	100,0%	
30-39	Anzahl	40	39	79	
	Prozent	50,6%	49,4%	100,0%	
40-49	Anzahl	21	12	33	
	Prozent	63,6%	36,4%	100,0%	
50-75	Anzahl	9	5	14	
	Prozent	64,3%	35,7%	100,0%	
Gesamt	Anzahl	198	269	467	
	Prozent	42,4%	57,6%	100,0%	

Tabelle 29: Kreuztabelle: MP3-Player_Besitz – Altersgruppe

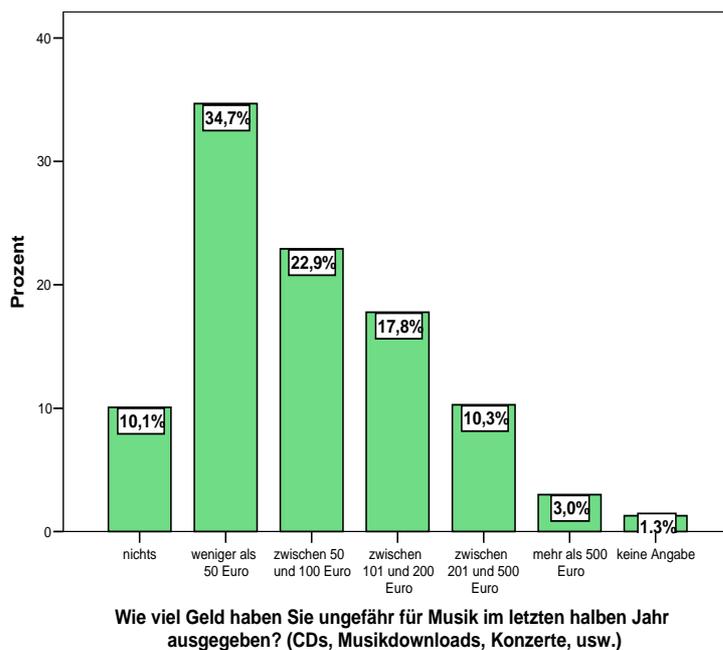
Der MP3-Player-Besitz bzw. -Nichtbesitz wurde auch hinsichtlich der Fragen nach der Wichtigkeit der Musikqualität (Bitrate) eines heruntergeladenen Musikstückes aus dem Internet und ob jemand selbst regelmäßig Musik macht oder ein Instrument spielt, untersucht. Beide Betrachtungen ergaben keine nennenswerten Ergebnisse. Eine mögliche Interpretation wäre, dass für jene Menschen, die keinen MP3-Player besitzen, die Qualität eines Musikstückes trotzdem wichtig ist, weil sie den Titel beispielsweise auch am Computer anhören können.

Eine Häufigkeitsauszählung zur Frage, ob die ProbandInnen regelmäßig selbst Musik machen, oder ob sie selbst ein Musikinstrument spielen, lieferte folgende Zahlen. Rund

31% gaben hier an, selbst zu musizieren, also ein Musikinstrument zu spielen oder auf andere Weise Musik zu machen. Im Gegensatz dazu haben 320 Personen (68,5%) diese Frage mit „nein“ beantwortet. Nur eine Person hat diese Frage gar nicht beantwortet.

Rund 35% der befragten Nicht-DownloaderInnen gaben an, im letzten halben Jahr weniger als 50 Euro ausgegeben zu haben. In der Kategorie „50 bis 100 Euro“ bewegen sich noch rund 23% der TeilnehmerInnen. Viele der Befragten investieren höhere Geldbeträge. So sind es noch immer beachtliche 48 Personen, welche zwischen 201 und 500 Euro im letzten halben Jahr für Musik ausgegeben haben. Nur 10% haben gar nichts für Musik ausgegeben. Wie sehr man sich mit Musik beschäftigt, hängt somit grundlegend auch davon ab, wie viel Geld man für Musik ausgibt.

Abbildung 40: Balkendiagramm: Geld für Musik im letzten halben Jahr (ND)



Die statistische Auswertung mittels einer Kreuztabelle mit der soziodemographischen Frage nach dem verfügbaren Geld nach Abzug aller Fixkosten brachte folgendes Resultat: Jene, die mehr Geld zur Verfügung haben, geben auch mehr für Musik aus.

Einen besonders starken Zusammenhang ging aus der Korrelation zwischen den Variablen Geldausgabe für Musik und Wichtigkeit von Musik hervor. Jene TeilnehmerInnen, für die Musik sehr bzw. eher wichtig ist, haben auch mehr für Musik im letzten halben Jahr aus-

gegeben. Die Zeilenprozentwerte der untenstehenden Kreuztabelle präsentieren dieses Ergebnis sehr deutlich.

			Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)						Gesamt
			nichts	weniger als 50 Euro	zwischen 50 und 100 Euro	zwischen 101 und 200 Euro	zwischen 201 und 500 Euro	mehr als 500 Euro	
Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben	sehr bzw. eher wichtig	Anzahl	31	130	96	78	47	14	396
		Prozent	7,8%	32,8%	24,2%	19,7%	11,9%	3,5%	100,0%
	eher nicht bzw. gar nicht wichtig	Anzahl	16	32	11	5	1	0	65
		Prozent	24,6%	49,2%	16,9%	7,7%	1,5%	,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	47	162	107	83	48	14	461
		Prozent	10,2%	35,1%	23,2%	18,0%	10,4%	3,0%	100,0%

Tabelle 30: Kreuztabelle: Geldausgabe für Musik im letzten halben Jahr – Wichtigkeit Musik

Eine weitere Auswertung in Zusammenhang mit der Geldausgabe für Musik zeigt, dass die Befragten, für die die Vorzüge einer CD (Booklet mit Lyrics und zusätzlichen Informationen bzw. weiteres Bonusmaterial) wichtiger sind, auch mehr für Musik ausgeben.

			Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)						Gesamt
			nichts	weniger als 50 Euro	zwischen 50 und 100 Euro	zwischen 101 und 200 Euro	zwischen 201 und 500 Euro	mehr als 500 Euro	
Vorzüge Kauf-CD	sehr wichtig	Anzahl	2	36	28	26	21	9	122
		Prozent	1,6%	29,5%	23,0%	21,3%	17,2%	7,4%	100,0%
	eher wichtig	Anzahl	6	57	33	31	16	2	145
		Prozent	4,1%	39,3%	22,8%	21,4%	11,0%	1,4%	100,0%
	weniger wichtig	Anzahl	20	43	34	16	10	2	125
		Prozent	16,0%	34,4%	27,2%	12,8%	8,0%	1,6%	100,0%
	gar nicht wichtig	Anzahl	17	24	10	7	1	0	59
		Prozent	28,8%	40,7%	16,9%	11,9%	1,7%	,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	45	160	105	80	48	13	451
		Prozent	10,0%	35,5%	23,3%	17,7%	10,6%	2,9%	100,0%

Tabelle 31: Kreuztabelle: Geldausgabe für Musik im letzten halben Jahr – Vorteile einer Kauf-CD

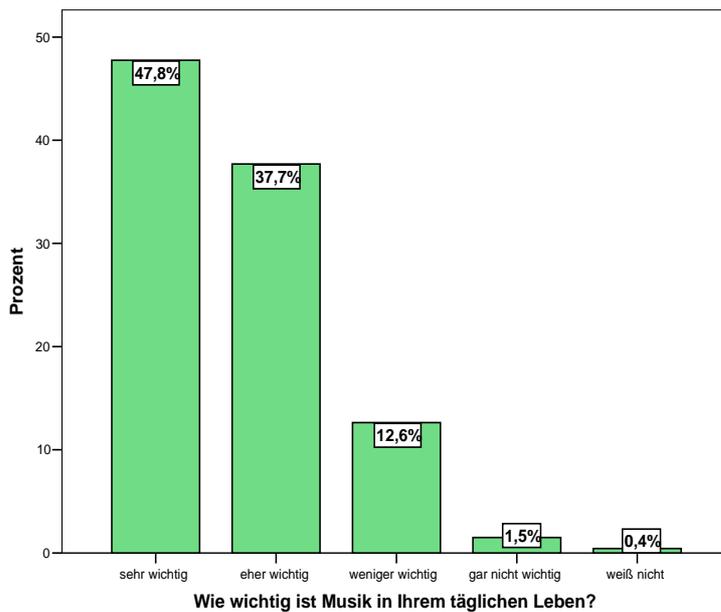
6.3.2 Eigene Einstellungen

Dieses Unterkapitel beschäftigt sich mit der persönlichen Einstellung der TeilnehmerInnen zu Musik und Musikdownload. Einige Fragen in der Onlinebefragung wurden bei den ProbandInnen, die keine Musik aus dem Internet herunterladen, nicht gestellt.

Beginnend mit der ersten Frage im Onlinefragebogen erkennt man, dass ein Großteil der Befragten die Musik in ihrem täglichen Leben als sehr beziehungsweise eher wichtig empfindet. Von den kumulierten Prozenten ausgehend finden sich 85,4% der befragten

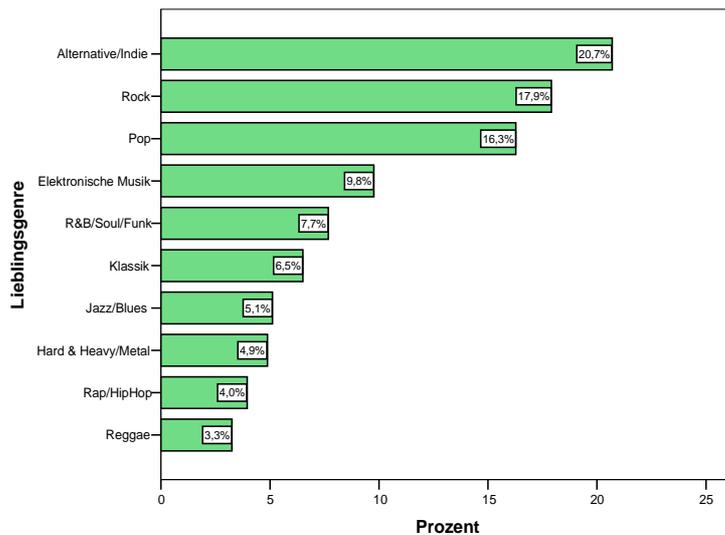
Nicht-BenutzerInnen in diesen Kategorien wieder. Nur ein geringer Anteil der Personen (12,6%) befand Musik als weniger wichtig im eigenen Leben. Gerade nur 1,5%, das sind insgesamt sieben Personen, sprechen der Musik gar keine Wichtigkeit zu. Die Auseinandersetzung mit Musik ist also ein besonders bedeutsamer Bestandteil der Lebenswelt der befragten Personen.

Abbildung 41: Balkendiagramm: Wichtigkeit Musik (ND)



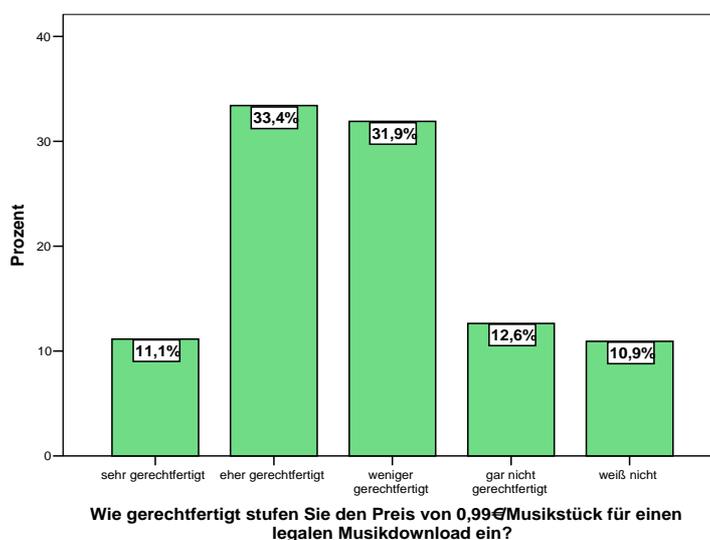
Im Folgenden wird darauf eingegangen, in welchem Musikgenre sich die Nicht-DownloaderInnen wiederfinden. Dabei wurde ein grob vorgegebener Genrerahmen in der Onlinebefragung abgefragt, wie man aus der untenstehenden Grafik entnehmen kann. Die Kategorien Alternative/Indie (20,71%), Rock (17,9%) und Pop (16,3%) dominieren im Gegensatz zu den anderen Kategorien, welche sich alle unter der 10%-Marke befinden. Das Genre Klassik (6,5%) wurde im Vergleich zu den DownloaderInnen von den Nicht-DownloaderInnen wesentlich öfter als Lieblingsgenre genannt.

Abbildung 42: Balkendiagramm: Musikgenres (ND)



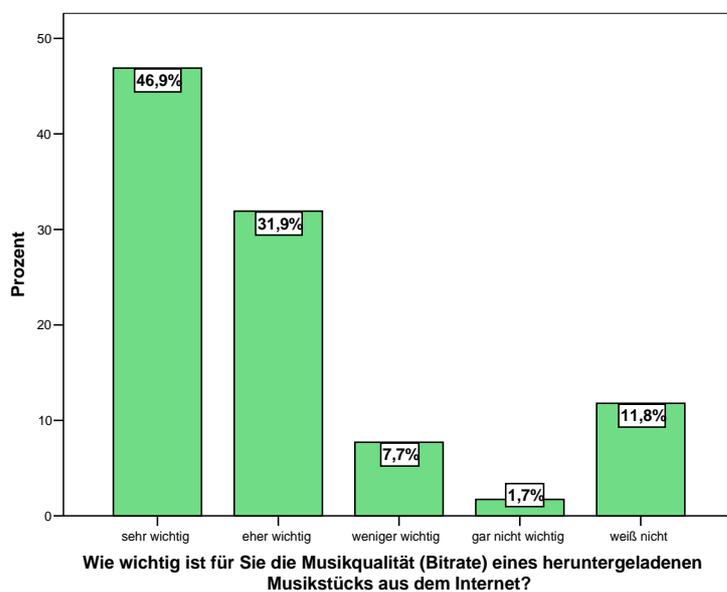
Derzeit liegt der Preis für einen einzelnen Musiktitledownload bei den meisten Onlineanbietern bei etwa 99 Cent. Auf die Frage, ob dieser Preis gerechtfertigt sei, markierten die meisten Personen, welche keine Musik aus dem Internet herunterladen, die Kategorie „eher“ bzw. „weniger gerechtfertigt“. Da sich in diesem Bereich der Großteil der Befragten wiederfinden und bei den Ausprägungen „sehr gerechtfertigt“ und „gar nicht gerechtfertigt“ jeweils 13% der Menschen befanden, kann man hier eine starke Uneinigkeit feststellen.

Abbildung 43: Balkendiagramm: Preis für einen Musiktitledownload (ND)



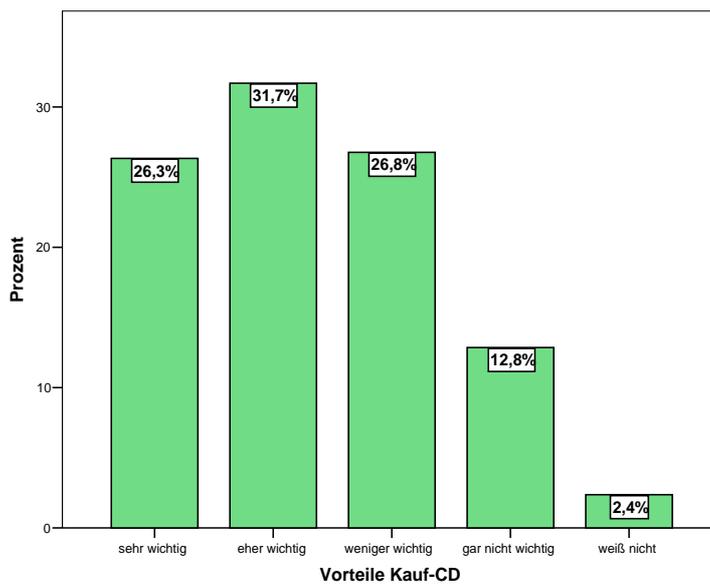
Da die Frage nach der Musikqualität von heruntergeladenen Musikstücken eine Einstellungsfrage ist, wurde diese auch an all jene Befragten gerichtet, die keine Musik aus dem Internet herunterladen. Immerhin beantworteten fast 47% der ProbandInnen die Frage mit „sehr wichtig“ und fast 32% mit „eher wichtig“. Nur für einen kleinen Teil der Personen ist die Qualität weniger bis gar nicht wichtig. Da viele ProbandInnen aus dieser Gruppe einen MP3-Player besitzen, könnte die Wichtigkeit der Musikqualität aus diesem Ergebnis resultieren.

Abbildung 44: Balkendiagramm: Musikqualität (ND)



Wie aus der folgenden Grafik entnommen werden kann, sind die Vorzüge eines greifbaren Produkts (Booklet mit Lyrics und Bonusmaterial usw.) für die Befragten eindeutig wichtig. Zusammengezählt umfassen die beiden Kategorien „sehr wichtig“ und „eher wichtig“ 58% der befragten ProbandInnen. Bei mehr als der Hälfte der Nicht-DownloaderInnen erkennt man somit eine starke Tendenz zur Wichtigkeit dieser Vorzüge. Nur 12,8% empfinden diese Vorzüge als gar nicht wichtig.

Abbildung 45: Balkendiagramm: Vorteile einer Kauf-CD (ND)

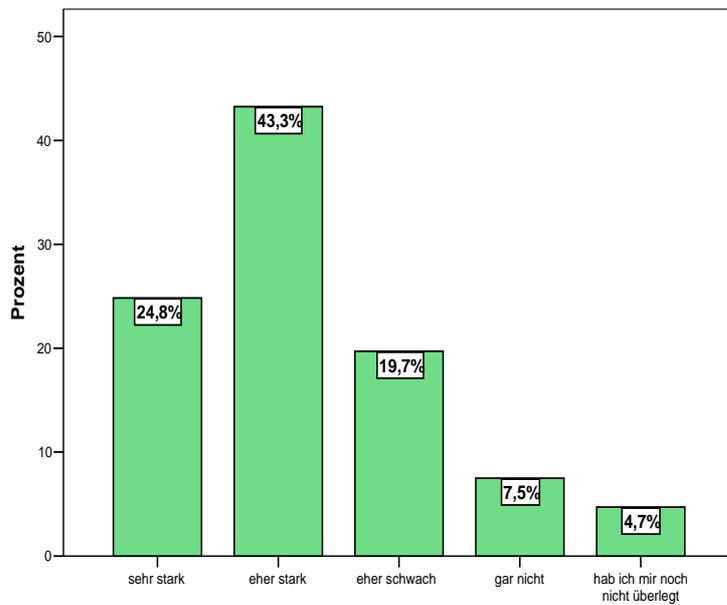


6.3.3 Allgemeine Einschätzungen

Auch die Nicht-DownloaderInnen wurden aufgefordert, Aussagen über unbezahlte und bezahlte Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet auf einer vorgegebenen Skala zu bewerten. Dabei wurden die Gruppen: Musikindustrie, Musikschafter und Kunden in den Mittelpunkt gestellt und einerseits auf Schädigung und andererseits auf Profit abgefragt.

Die Einschätzung, dass der unbezahlte Musikdownload von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet die Musikindustrie schädigt, wird stark als zutreffend von den ProbandInnen eingestuft. Den kumulierten Prozenten entsprechend beantworteten etwa 70% diese Frage mit „sehr“ und „eher stark“. Nur 35 Personen glauben gar nicht daran, dass ein unbezahlter Musikdownload die Musikindustrie schädigen könnte.

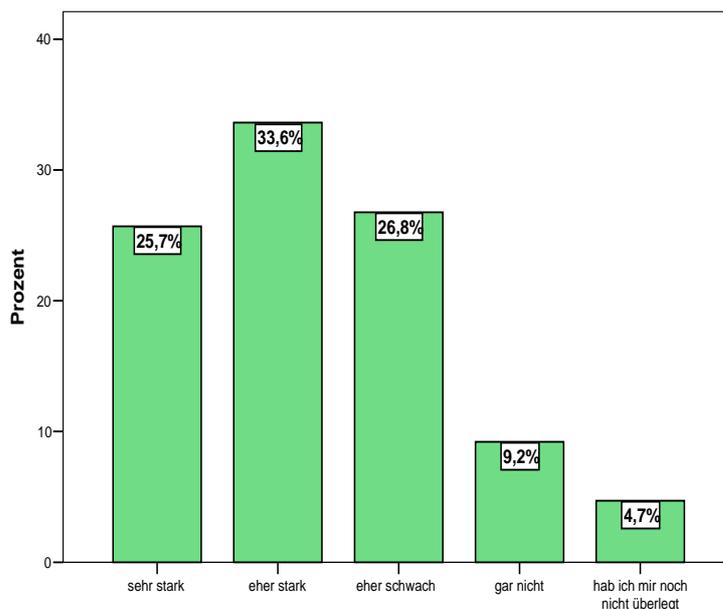
Abbildung 46: Balkendiagramm: Schädigung der Musikindustrie (ND)



Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Musikindustrie.

Ob ein unbezahlter Musikdownload von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet die Musikschaffenden schädigt, wird von einem Viertel der Nicht-BenutzerInnen als sehr stark eingestuft und von weiteren 33,6% als eher stark. Nur 9,2% sprechen diesem Problem gar keinen Nachteil für die Musikschaffenden zu.

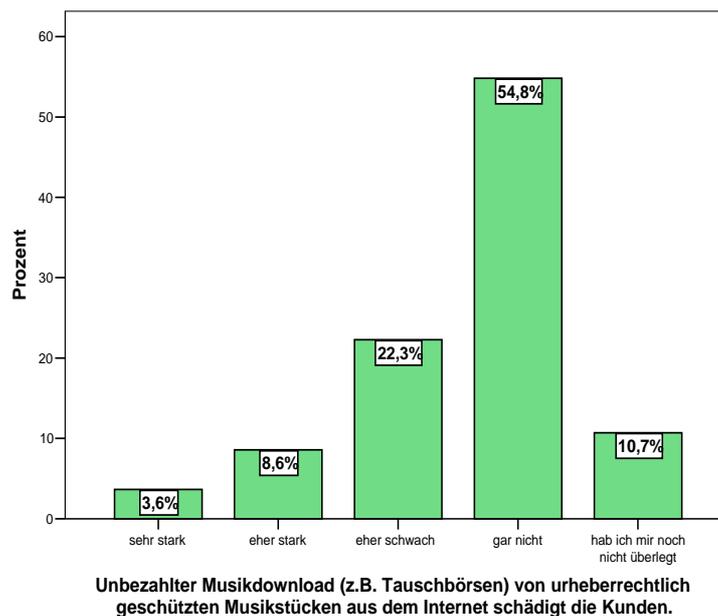
Abbildung 47: Balkendiagramm: Schädigung der Musikschaffende (ND)



Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Musikschaffenden.

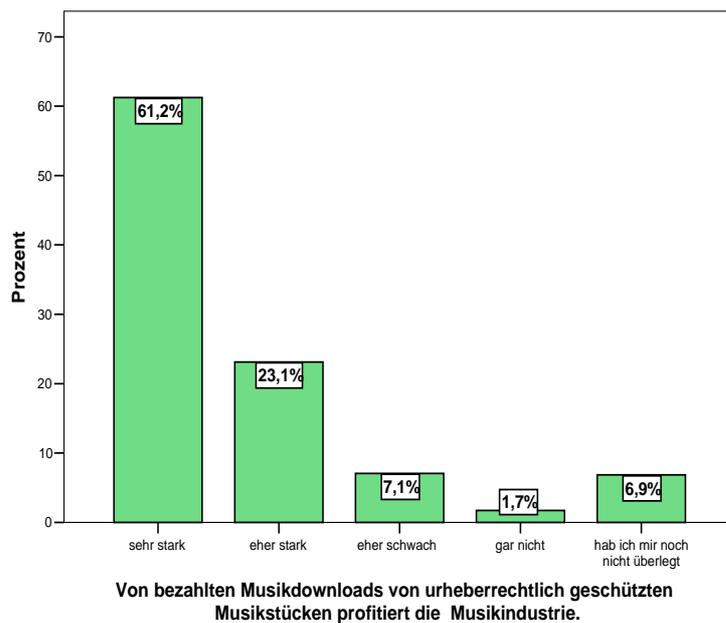
Wie aus dem nachstehenden Balkendiagramm hervorgeht, denken die meisten Befragten, dass ein unbezahlter Musikdownload von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet den Kunden kaum schädigt. Insgesamt gaben rund 55% der Befragten an, dass keine Schädigung für den Kunden bestünde. Während die vorangegangenen zwei Grafiken eine linkssteile Verteilung anzeigten, erkennt man bei der Personengruppe der Kunden eine Umkehrung.

Abbildung 48: Balkendiagramm: Schädigung der Kunden (ND)



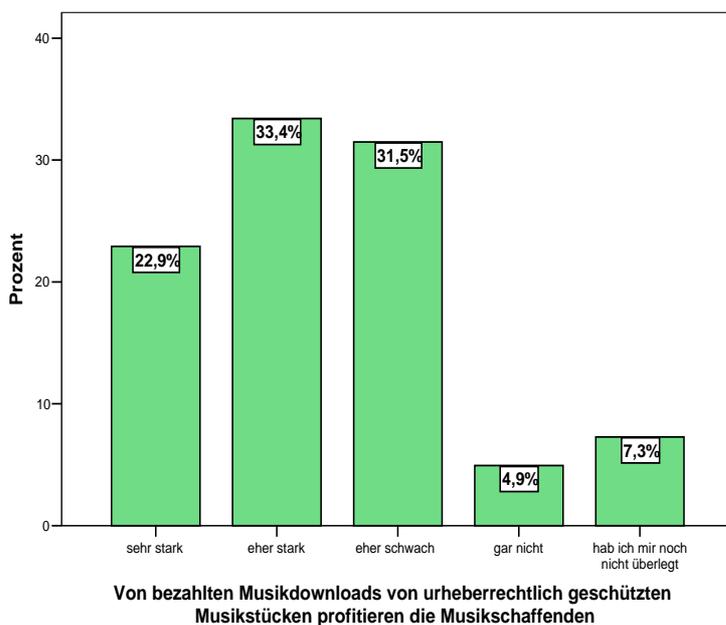
Bemerkenswerte 84% der befragten Personen empfinden, dass die Musikindustrie von einem bezahlten Musikdownload profitiert. Von den insgesamt 467 befragten Nicht-BenutzerInnen haben nur 32 Personen über diese Frage nicht genauer nachgedacht. Keinen Profit für die Musikindustrie geben nur rund 2% der TeilnehmerInnen an.

Abbildung 49: Balkendiagramm: Profit der Musikindustrie (ND)



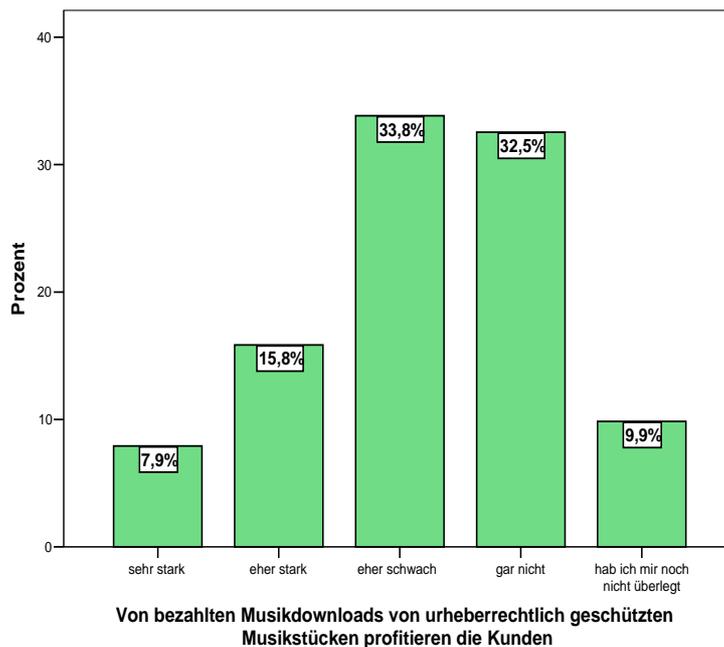
Immerhin 56% der befragten Nicht-DownloaderInnen geben an, dass es einen sehr bzw. eher starken Profit für die Musikschaffenden bei einem bezahlten Musikdownload von urheberrechtlichgeschützten Musikstücken gibt. Jedoch befinden sich wesentlich mehr Leute in den Kategorien „eher stark“, „eher schwach“ und „gar nicht“ als bei der vorigen Frage. Das nachstehende Balkendiagramm präsentiert diesen Unterschied zur vorigen Grafik sehr deutlich.

Abbildung 50: Balkendiagramm: Profit der Musikschaffenden (ND)



Grundsätzlich wird also der Musikindustrie und den Musikschaffenden aus einem bezahlten Musikdownload relativ viel Profit zugesprochen. Einen Gegenpol zu diesen beiden Personengruppen bildet aber die Gruppe der Kunden. Viele ProbandInnen geben an, dass der Kunde eher schwach (33,8%) und gar nicht (32,5%) von einem legalen Musikdownload profitiert. Nur rund 8% glauben an einen Vorteil für den Kunden.

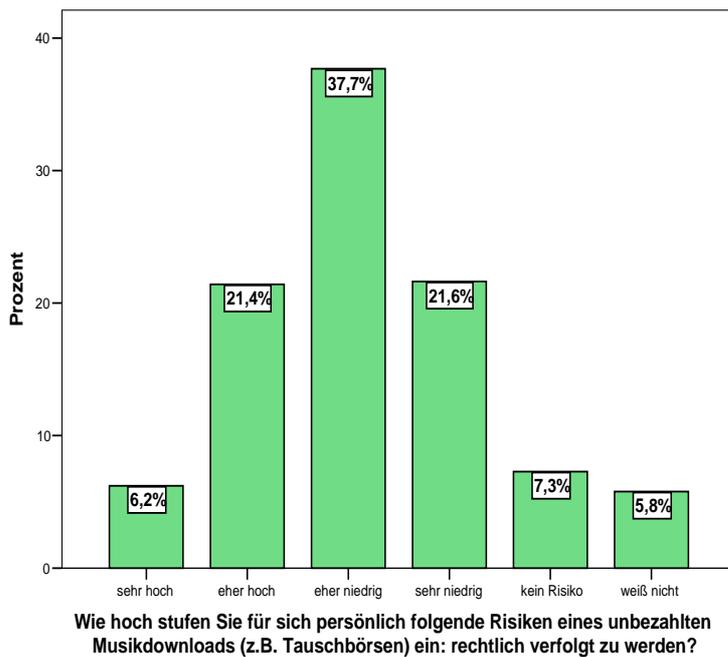
Abbildung 51: Balkendiagramm: Profit der Kunden (ND)



Dieser Abschnitt der allgemeinen Einschätzungen beschäftigt sich auch mit den Risiken bzw. Folgen eines unbezahlten Musikdownloads.

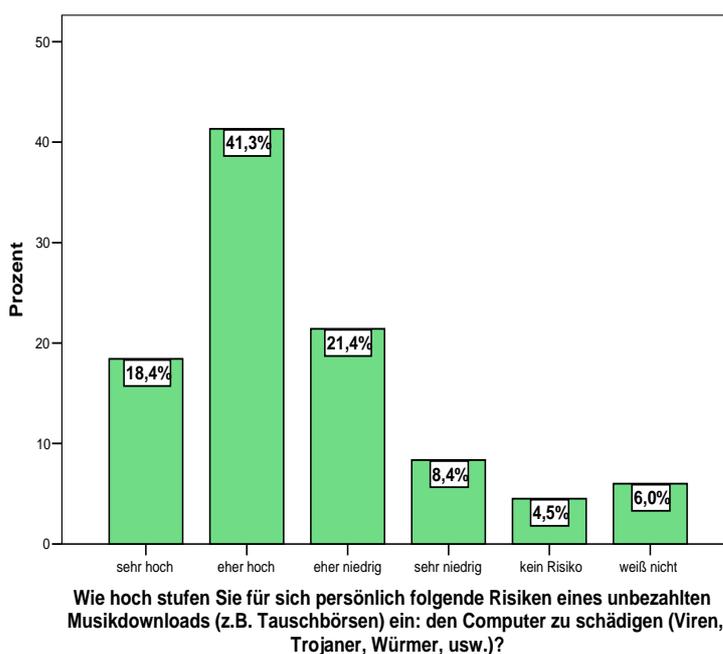
Das Risiko einer rechtlichen Verfolgung wird von 38% als eher niedrig und weiteren 22% sogar als sehr niedrig eingestuft. Die persönliche Angst bei einem illegalen Musikdownload mit rechtlichen Konsequenzen konfrontiert zu werden scheint also recht gering zu sein.

Abbildung 52: Balkendiagramm: Risiko rechtlich verfolgt zu werden (ND)



Die Gefahr den Computer mit Viren, Trojanern und Würmern zu schädigen, ist bei jenen die keine Musik aus dem Internet herunterladen beachtlich hoch. Rund 60% der Befragten sehen ein hohes Risiko, in der Beschaffung von unbezahlten Musikdownloads aus dem Internet den Computer zu schädigen. Nur 4,5% geben an, dass es zu keinem Risiko kommen kann.

Abbildung 53: Balkendiagramm: Risiko den Computer zu schädigen (ND)



Bei jenen, die selbst keine Musik herunterladen, erkennt man auch sehr deutlich, dass die eigene Familie dies auch kaum macht. Genau 43% der Befragten geben an, dass ihre Familie keine Musik aus dem Internet auf diesem Weg bezieht. Erst bei den FreundInnen und KollegInnen bemerkt man eine Tendenz zum Downloaden. Jedoch wird die Angst rechtlich verfolgt zu werden, bei beiden relativ niedrig eingestuft.

Die Nicht-DownloaderInnen wurden auch aufgefordert, Aussagen über das Downloadgeschehen zu tätigen. Die Statements aus dem Onlinefragebogen sind:

- a) Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.
- b) Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.
- c) Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.
- d) Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.
- e) Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.

Eine Häufigkeitsauszählung der ersten drei Aussagebewertungen zeigt, dass der überwiegende Teil der befragten Personen, sich in die Kategorien „stimme eher zu“ und „stimme gar nicht zu“ einreihen. Während bei der ersten Aussage eine leichte Tendenz zur Nichtzustimmung erkennbar ist, erkennt man bei Aussage b und c eine Uneinigkeit bei den ProbandInnen.

Einerseits ist dieses Ergebnis hinsichtlich der Nichtzustimmung dadurch erklärbar, dass diese Befragten ja gar keine Musik aus dem Internet herunterladen; andererseits ist es umso interessanter, dass doch viele diesen Aussagen trotzdem zustimmen. Die folgenden drei Balkendiagramme veranschaulichen diese Interpretation.

Abbildung 54: Balkendiagramm: Aussagebewertung 1 (ND)

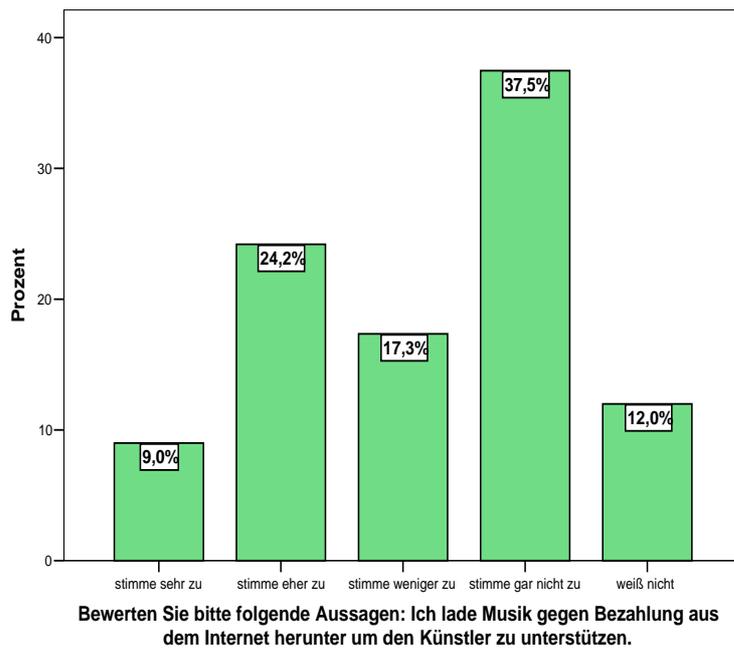


Abbildung 55: Balkendiagramm: Aussagebewertung 2 (ND)

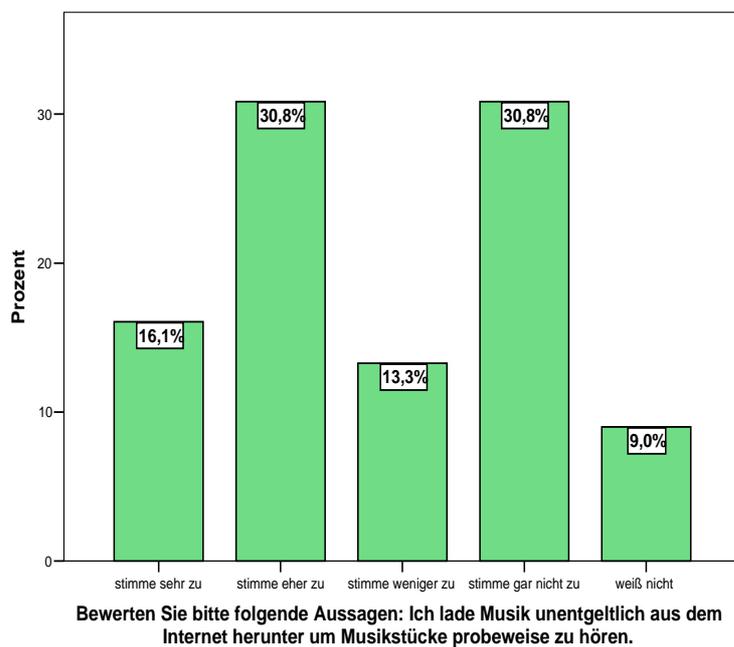
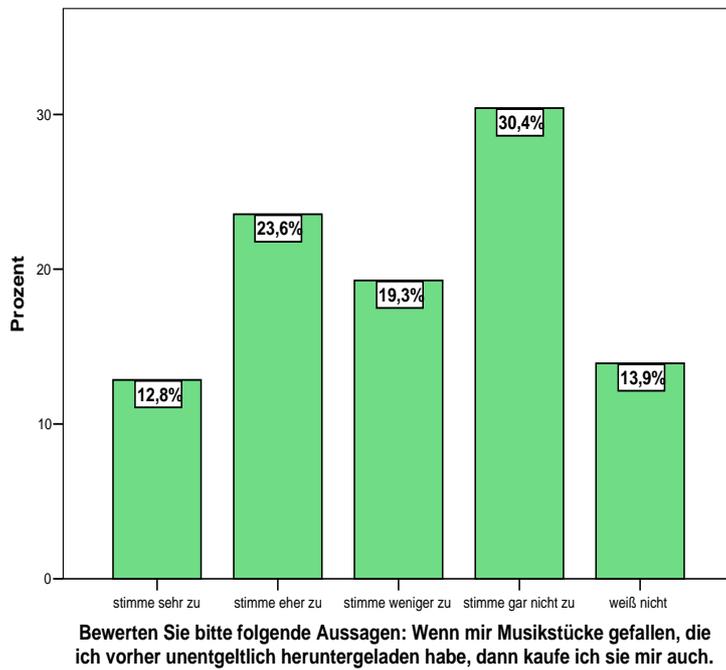
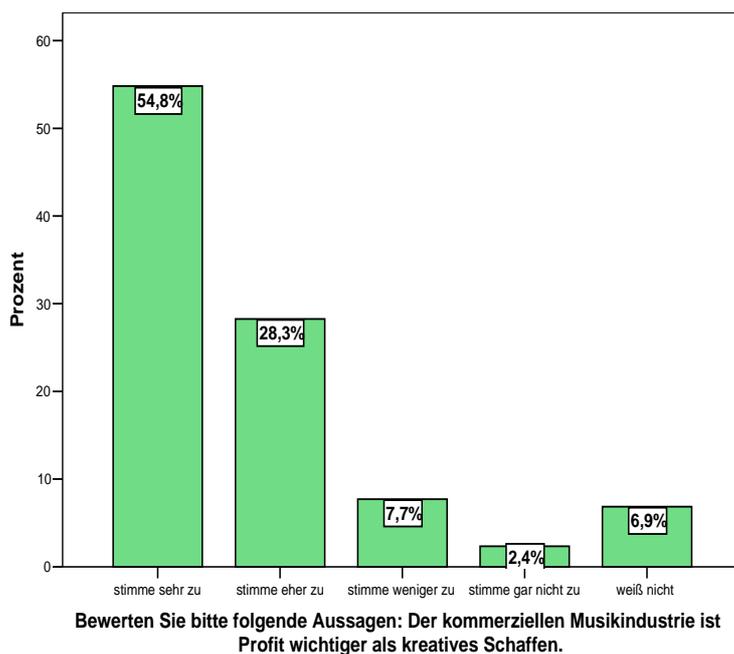


Abbildung 56: Balkendiagramm: Aussagebewertung 3 (ND)



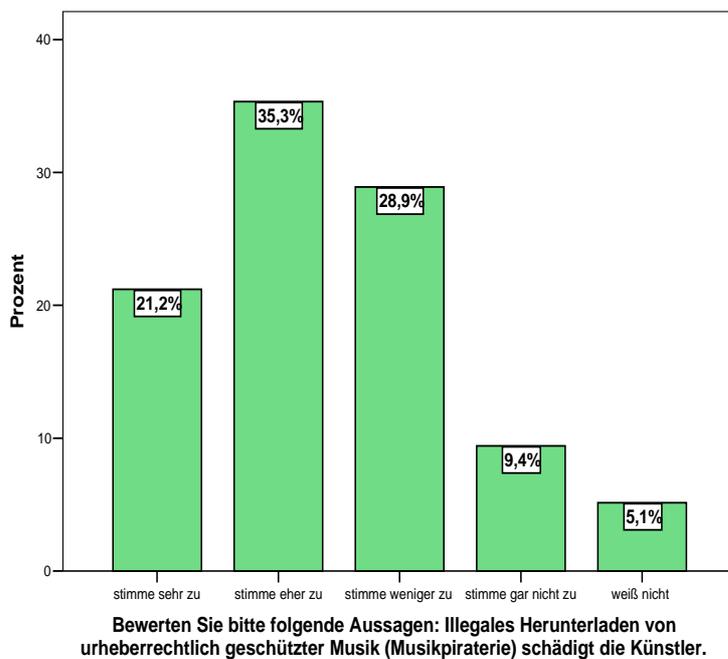
Die Bewertung der Aussage, dass der kommerziellen Musikindustrie Profit wichtiger sei, als kreatives Schaffen, veranschaulicht die allgemein vorherrschende Skepsis gegenüber dem künstlerischen Interesse der Musikindustrie. Auffällig ist dafür auch, dass nur elf Personen dieser Frage gar nicht zustimmen.

Abbildung 57: Balkendiagramm: Aussagebewertung 4 (ND)



In Bezug auf die Bewertung der Schädigung des Künstlers ist eine Zweiteilung festzustellen. Während die eine Hälfte davon ausgeht, dass der Künstler durch Musikpiraterie geschädigt wird, glaubt die andere Hälfte, dass dies nur geringfügig oder gar nicht der Fall ist.

Abbildung 58: Balkendiagramm: Aussagebewertung 5 (ND)

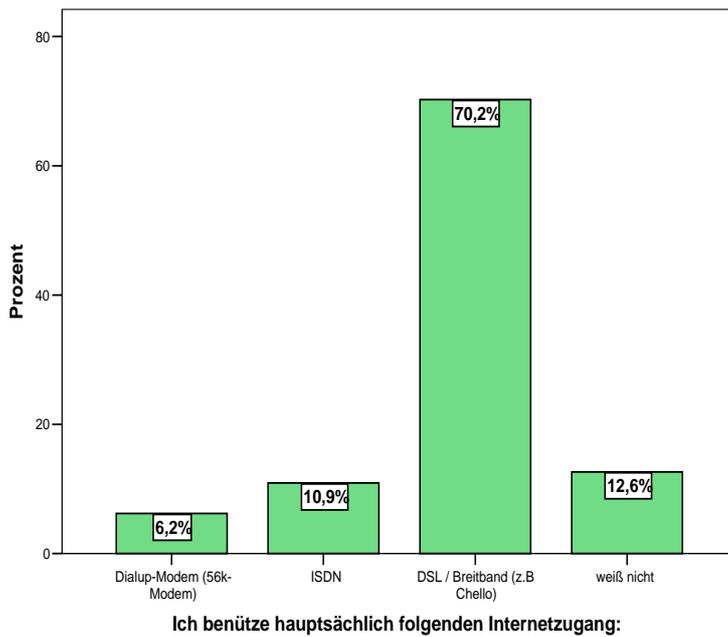


6.3.4 Technische Ausstattung und Know-how

Dieser Abschnitt skizziert kurz die technische Ausstattung und das Know-how der befragten Nicht-DownloaderInnen, wobei hier die Frage nach den Computerkenntnissen allgemein und Erfahrungen in Bezug auf legale bzw. illegale Musikdownloads aus dem Internet in den Mittelpunkt gestellt werden.

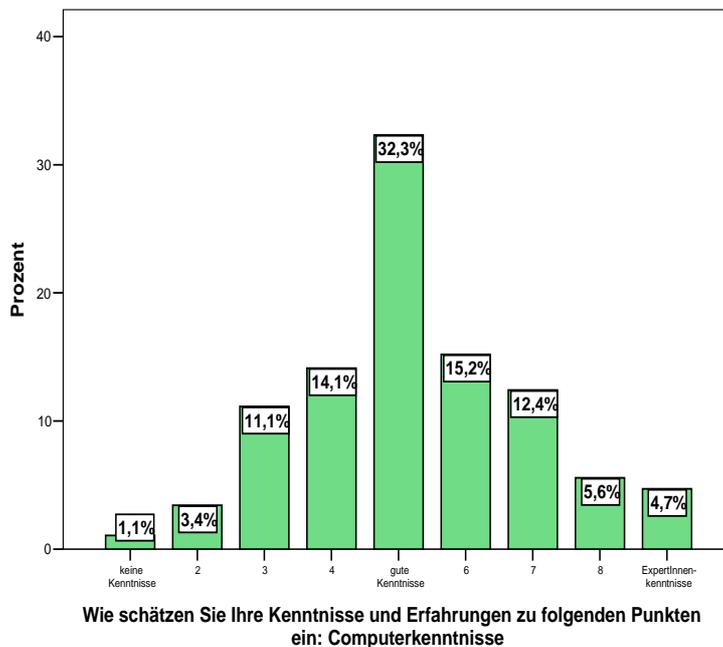
Vorwiegend verwenden die befragten Personen einen Breitbandanschluss (rund 70%). Nur rund 11% nützen noch ISDN und nur 6% gebrauchen ein Dialup-Modem.

Abbildung 59: Balkendiagramm: Internetzugang (ND)



Der Großteil der Befragten findet sich in den Kategorien um „gute Computerkenntnisse“ wieder. Nur fünf Personen geben an, keine Erfahrung mit Computern zu haben, wohingegen im Gegensatz dazu insgesamt 22 Personen ExpertInnenkenntnisse besitzen.

Abbildung 60: Balkendiagramm: Computerkenntnisse (ND)



Erfahrungen und Kenntnisse mit unbezahlten und bezahlten Musikdownloadangeboten haben fast keine Personen. Dieses Ergebnis ist somit eine Bestätigung dessen, dass diese Personen keine Musik aus dem Internet herunterladen. Manche Personen geben Kenntnisse in diesem Bereich an, wobei man darauf schließen könnte, dass sie sich vielleicht vor einiger Zeit mit Herunterladen von Musik beschäftigt haben. Die beiden nachstehenden Grafiken zeigen sehr deutlich eine linkssteile Verteilung und wie sehr die Balken von „keinen Kenntnissen“ bis hin zu „ExpertInnenkenntnisse“ abnehmen.

Abbildung 61: Balkendiagramm: Erfahrungen mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (ND)

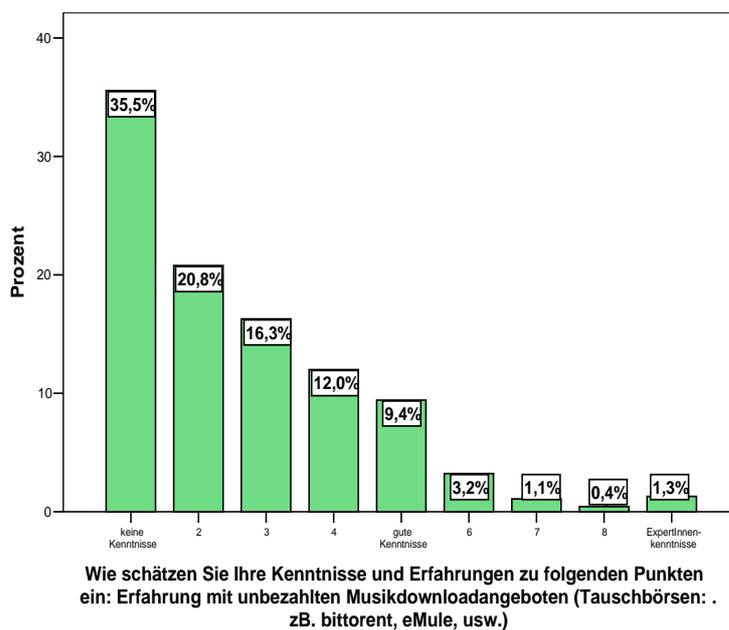
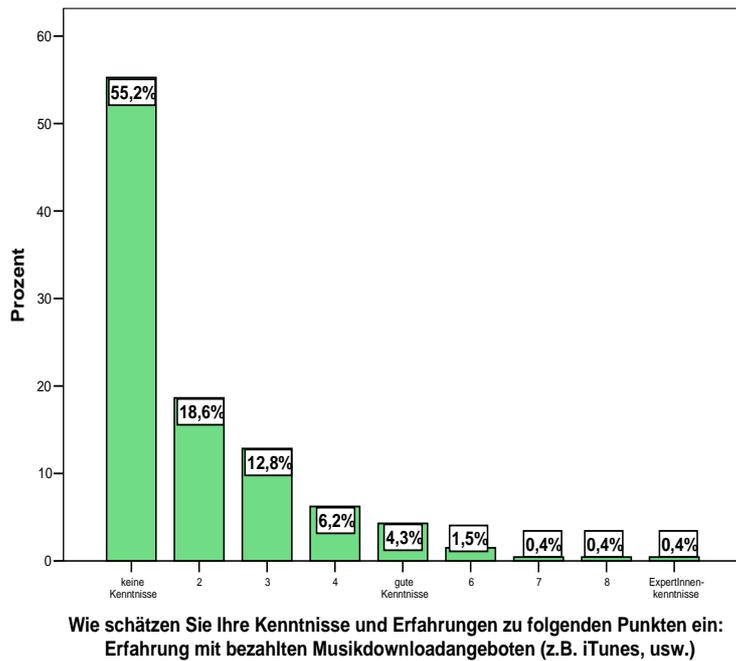


Abbildung 62: Balkendiagramm: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (ND)



Anschließend an die vorige Auswertung wurden die Computerkenntnisse gruppiert, um einen deutlicheren Überblick über die Erfahrungen mit legalen bzw. illegalen Musikdownloadangeboten zu erhalten. Dabei entstand hinsichtlich des legalen und auch illegalen Downloadbereichs eine Kreuztabelle, die zeigt, dass jene ProbandInnen, die wenig und gute Kenntnisse in diesem Bereich haben, überwiegend über gute Computerkenntnisse verfügen. Demnach ist die Zuspitzung hin zu „gute Computerkenntnisse“ unabhängig von den Erfahrungswerten mit Musikdownloadangeboten.

			Computerkenntnisse gruppiert			Gesamt
			wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Erfahrung mit legalen Downloads	wenig Kenntnisse	Anzahl	71	253	70	394
		Prozent	18,0%	64,2%	17,8%	100,0%
	gute Kenntnisse	Anzahl	1	34	11	46
		Prozent	2,2%	73,9%	23,9%	100,0%
	sehr gute Kenntnisse	Anzahl	0	1	3	4
		Prozent	,0%	25,0%	75,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl	72	288	84	444	
	Prozent	16,2%	64,9%	18,9%	100,0%	

Tabelle 32: Kreuztabelle: Erfahrung mit legalen Musikdownloads – Computerkenntnisse

			Computerkenntnisse gruppiert			Gesamt
			wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Erfahrung mit illegalen Downloads	wenig Kenntnisse	Anzahl	66	216	52	334
		Prozent	19,8%	64,7%	15,6%	100,0%
	gute Kenntnisse	Anzahl	6	69	29	104
		Prozent	5,8%	66,3%	27,9%	100,0%
	sehr gute Kenntnisse	Anzahl	0	3	3	6
		Prozent	,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl	72	288	84	444	
	Prozent	16,2%	64,9%	18,9%	100,0%	

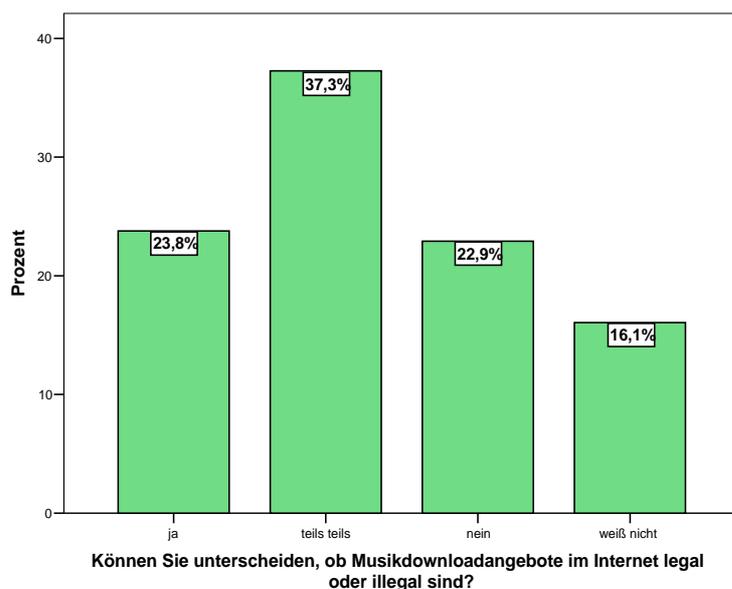
Tabelle 33: Kreuztabelle: Erfahrung mit illegalen Musikdownloads – Computerkenntnisse

6.3.5 Wissensfragen

Dieser Abschnitt beschäftigt sich damit, ob die ProbandInnen, die keine Musik aus dem Internet herunterladen, trotzdem unterscheiden können, ob ein Download von einem Musiktitel aus dem Internet als legal oder illegal einzustufen ist.

Rund 24% der Befragten glauben eindeutig unterscheiden zu können, ob ein Musikdownloadangebot legal oder illegal ist. 16% trauen sich dies nicht zu. Für weitere 37% scheint eine klare Einteilung nicht immer möglich zu sein. Dies spiegelt eine starke Uneinigkeit bei den Befragten wider.

Abbildung 63: Balkendiagramm: Musikdownload – legal/illegal (ND)



Im Anschluss an diese Frage überprüft eine Kontrollfrage diese Einschätzung der ProbandInnen.

Diese lautet: Stellen Sie sich folgende Situation vor: Ein Lied eines populären Künstlers, das sie so eben im Radio gehört haben, wird auf einer Tauschbörse als Download angeboten. Denken Sie, dass das Herunterladen dieser Datei legal oder illegal ist?

Unter der Annahme, dass ein Musiktitel, welcher auf einer Tauschbörse angeboten wird, illegal ist, haben relativ viele Befragte (rund 80%) die Frage richtig beantwortet.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig legal	94	20,1
illegal	373	79,9
Gesamt	467	100,0

Tabelle 34: Häufigkeitsauszählung: Lied im Radio – Angebot auf Tauschbörse legal/illegal

6.4 Vergleich DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen

6.4.1 Soziodemographische Merkmale

(Markus Kudler)

Die vorigen zwei Unterkapitel gliederten die Gesamtstichprobe in zwei Einzelstichproben. Dabei wurden die DownloaderInnen und die Nicht-DownloaderInnen separat voneinander analysiert. Folglich zeigten sich einige wesentliche Unterscheidungen zwischen den einzelnen Personengruppen, welche nun in einer Vergleichsanalyse näher beleuchtet werden. Neben Häufigkeitsvergleichen und Kreuztabellen leisteten einige statistische Signifikanztests wie der „Mann-Whitney-U-Test“ und der „Kolmogorov-Smirnov-Test“ entscheidende Hilfestellungen bei der Interpretation. Jedoch waren nicht nur Unterscheidungen interessant, sondern auch Ähnlichkeitsstrukturen der beiden Stichproben finden hier ihren Platz. Wie schon aus den anderen Abschnitten bekannt, wird die Strukturierung der einzelnen Gliederungspunkte beibehalten.

Vorweg lag das Interesse in den soziodemographischen Unterscheidungen zwischen den Personengruppen der DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen. Wie man aus der folgenden Tabelle entnehmen kann, zeigt der Geschlechtervergleich, dass wesentlich mehr

Männer, etwa 61% davon, Musik aus dem Internet herunterladen. Hingegen ergibt die Stichprobe der Frauen, dass weniger als die Hälfte (44,7%) sich mit Musikdownloads beschäftigen.

			Download		Gesamt
			Nein	Ja	
Geschlecht: Weiblich	Anzahl		315	255	570
	Prozent		55,3%	44,7%	100,0%
Männlich	Anzahl		152	235	387
	Prozent		39,3%	60,7%	100,0%
Gesamt	Anzahl		467	490	957
	Prozent		48,8%	51,2%	100,0%

Tabelle 35: Kreuztabelle: Geschlecht – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Abgesehen vom Geschlechtsunterschied konnte noch festgestellt werden, dass jene, die Musik aus dem Internet herunterladen, eine minimal höhere Schulbildung aufweisen. Der nachstehenden Tabelle zufolge haben 61% der DownloaderInnen und etwa 57% der Nicht-DownloaderInnen die Matura oder das Abitur. 32% der DownloaderInnen und rund 27% der Nicht-DownloaderInnen besitzen einen Hochschulabschluss.

		Höchste abgeschlossene Ausbildung?					Gesamt
		Hauptschule bzw. Realschule ohne Lehre	Hauptschule bzw. Realschule mit Lehre	Fachschulabschluss	Abitur/Matura	Hochschulabschluss	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	18	24	33	267	125	467
	Prozent	3,9%	5,1%	7,1%	57,2%	26,8%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	11	9	14	299	157	490
	Prozent	2,2%	1,8%	2,9%	61,0%	32,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl	29	33	47	566	282	957
	Prozent	3,0%	3,4%	4,9%	59,1%	29,5%	100,0%

Tabelle 36: Kreuztabelle: Ausbildung – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Einen eindeutigen Gegensatz kann man auch feststellen, wenn man den Familienstand zwischen den Personengruppen betrachtet. Singles laden deutlich mehr Musik aus dem Internet herunter. Davon abgesehen findet man mehr befragte Nicht-DownloaderInnen in einer Partnerschaft. Ein möglicher Schluss aus diesem Resultat könnte sein, dass Singles mehr Zeit für Musikdownloads haben als jene Personen, die sich in einer Partnerschaft

befinden oder verheiratet sind. Weitere Studien zu diesem Thema wären hier angebracht, um nähere Zusammenhänge in der Lebenswelt der einzelnen Kategorien herauszufinden.⁷⁶

		Bitte geben Sie Ihren derzeitigen Familienstand an:					Gesamt
		Single	in einer Partnerschaft	verheiratet	geschieden	verwitwet	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	166	236	56	8	1	467
	Prozent	35,5%	50,5%	12,0%	1,7%	,2%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	222	229	31	4	4	490
	Prozent	45,3%	46,7%	6,3%	,8%	,8%	100,0%
Gesamt	Anzahl	388	465	87	12	5	957
	Prozent	40,5%	48,6%	9,1%	1,3%	,5%	100,0%

Tabelle 37: Kreuztabelle: Familienstand - DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Einen weiteren Unterschied zwischen DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen in den soziodemographischen Merkmalen findet man noch in der zusammengefassten Variable Alter. Die Altersstufe jener, die Musik aus dem Internet lädt, ist sichtlich niedriger als bei den Nicht-DownloaderInnen. So sind im Bereich zwischen 14 und 29 Jahren wesentlich mehr MusikdownloaderInnen zu finden. Dabei bildet die Gruppe der 20- bis 29-Jährigen den größten Bereich bei beiden Personengruppen. Jedoch findet man rund 76% DownloaderInnen und zirka 66% Nicht-DownloaderInnen, wenn man die Altersgruppe „20 bis 24 Jahren“ und „25 bis 29 Jahren“ zusammenfasst.

		Altersgruppen							Gesamt
		<14	14-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-75	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	1	31	195	114	79	33	14	467
	Prozent	,2%	6,6%	41,8%	24,4%	16,9%	7,1%	3,0%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	1	28	220	151	60	18	12	490
	Prozent	,2%	5,7%	44,9%	30,8%	12,2%	3,7%	2,4%	100,0%
Gesamt	Anzahl	2	59	415	265	139	51	26	957
	Prozent	,2%	6,2%	43,4%	27,7%	14,5%	5,3%	2,7%	100,0%

Tabelle 38: Kreuztabelle: Alter – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

6.4.2 Allgemeine Nutzung von Musik (Markus Kudler)

Folgende Ausführungen beschäftigen sich mit der allgemeinen Nutzung von Musik der DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen. Die Frage nach dem Besitz und regelmäßigen Gebrauch eines MP3-Players lieferte die ersten interessanten Ergebnisse.

⁷⁶ Ansatzpunkt für weitere Studien

		Besitzen Sie einen MP3-Player?		Gesamt
		nein	ja	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	198	269	467
	Prozent	42,4%	57,6%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	131	359	490
	Prozent	26,7%	73,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl	329	628	957
	Prozent	34,4%	65,6%	100,0%

Tabelle 39: Kreuztabelle: MP3-Player Besitz – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Mehr als 70% der DownloaderInnen sind im Besitz eines MP3-Players, den sie auch regelmäßig verwenden. Auf Seiten der Nicht-DownloaderInnen sind es hingegen „nur“ 57%. Diese Zahl erscheint immer noch erstaunlich hoch, wenn man bedenkt, dass diese Personen offenbar selbst keine Musik in Dateiform aus dem Internet beziehen. Sie müssen also andere Quellen zur Beschaffung bzw. Umwandlung von Musikdateien nutzen.

		Welche der folgenden Plattformen für Musikdownloadangebote wird in Ihrem näheren Umfeld (Freunde, Bekannte, Kollegen, Familie usw.) vorwiegend genutzt?			Gesamt
		peer to peer (P2P: Tauschbörsen)	business to consumer (B2C: iTunes, usw.)	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	143	47	277	467
	Prozent	30,6%	10,1%	59,3%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	291	62	137	490
	Prozent	59,4%	12,7%	28,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl	434	109	414	957
	Prozent	45,4%	11,4%	43,3%	100,0%

Tabelle 40: Kreuztabelle: Musikdownloadangebote im näheren Umfeld – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Rund 60% der befragten Nicht-DownloaderInnen wissen nicht, welche Musikdownloadangebote in ihrem persönlichen Umfeld genutzt werden. Etwa genauso viele wählen in der Gruppe der DownloaderInnen die Kategorie „P2P“. Überraschend ist, dass um die 10% in beiden Stichproben davon ausgehen, dass ihre Freunde, Familie und Bekannte vorwiegend „B2C“ Plattformen, also bezahlte Angebote, in Anspruch nehmen.

6.4.3 Eigene Einstellungen (Bernhard Jäger)

In diesem Abschnitt sollen die Unterschiede in den persönlichen Einstellungen zwischen der Gruppe der DownloaderInnen und jener der Nicht-DownloaderInnen näher beleuchtet werden.

		Wie wichtig ist Musik in Ihrem täglichen Leben?					Gesamt
		sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	223	176	59	7	2	467
	Prozent	47,8%	37,7%	12,6%	1,5%	,4%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	307	147	35	1	0	490
	Prozent	62,7%	30,0%	7,1%	,2%	,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl	530	323	94	8	2	957
	Prozent	55,4%	33,8%	9,8%	,8%	,2%	100,0%

Tabelle 41: Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Anhand der obigen Tabelle sieht man, dass deutlich mehr DownloaderInnen angeben, dass Musik in ihrem täglichen Leben eine wichtige Rolle spielt. Dennoch muss gesagt werden, dass nur wenige Nicht-DownloaderInnen meinen, dass ihnen Musik weniger bzw. gar nicht wichtig erscheint. Dieser Gedanken unterstreicht die generelle Wichtigkeit von Musik in der Lebenswelt der DownloaderInnen somit ein bisschen deutlicher.

		Vorzüge einer Kauf-CD					Gesamt
		sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	123	148	125	60	11	467
	Prozent	26,3%	31,7%	26,8%	12,8%	2,4%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	99	134	149	102	6	490
	Prozent	20,2%	27,3%	30,4%	20,8%	1,2%	100,0%
Gesamt	Anzahl	222	282	274	162	17	957
	Prozent	23,2%	29,5%	28,6%	16,9%	1,8%	100,0%

Tabelle 42: Kreuztabelle: Vorteile einer Kauf-CD – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Es überrascht kaum, dass die Nicht-DownloaderInnen die Vorzüge einer Kauf-CD noch etwas wichtiger bewerten als jene, die Musikdownloadangebote nutzen. Die Vorteile und der gewohnte Gebrauch der CD, sowie auch die Haptik eines feststofflichen Mediums erfreuen sich also immer noch großer Beliebtheit bei einer breiten Anwenderschicht.

6.4.4 Allgemeine Einschätzungen (Bernhard Jäger)

Der folgende Abschnitt setzt sich mit den Einschätzungen der DownloaderInnen im Kontrast zu jenen der Nicht-DownloaderInnen auseinander. Es geht dabei um die Einschätzungen hinsichtlich von Schädigungen und Risiken, aber auch darum, wer ihrer Ansicht nach am ehesten profitiert.

		Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Musikschaffenden					Gesamt
		sehr stark	eher stark	eher schwach	gar nicht	hab ich mir noch nicht überlegt	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	120	157	125	43	22	467
	Prozent	25,7%	33,6%	26,8%	9,2%	4,7%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	95	147	170	56	22	490
	Prozent	19,4%	30,0%	34,7%	11,4%	4,5%	100,0%
Gesamt	Anzahl	215	304	295	99	44	957
	Prozent	22,5%	31,8%	30,8%	10,3%	4,6%	100,0%

Tabelle 43: Kreuztabelle: Schädigung Musikschaffende – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Etwas mehr Nicht-DownloaderInnen sehen eine sehr bzw. eher starke Schädigung der Musikschaffenden, während mehr DownloaderInnen vom Gegenteil ausgehen. Möglicherweise tritt hier eine Rechtfertigungsstrategie der DownloaderInnen zutage. Sie stufen die Schädigung der Musikschaffenden geringer ein, da sie ja auch selbst zu dieser beitragen.

		Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken profitieren die Musikschaffenden					Gesamt
		sehr stark	eher stark	eher schwach	gar nicht	hab ich mir noch nicht überlegt	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	107	156	147	23	34	467
	Prozent	22,9%	33,4%	31,5%	4,9%	7,3%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	76	156	197	40	21	490
	Prozent	15,5%	31,8%	40,2%	8,2%	4,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl	183	312	344	63	55	957
	Prozent	19,1%	32,6%	35,9%	6,6%	5,7%	100,0%

Tabelle 44: Kreuztabelle: Profit Musikschaffende – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Betrachtet man obige Kreuztabelle, so erkennt man, dass mehr DownloaderInnen davon ausgehen, dass die Musikschaffenden eher schwach von bezahlten Downloads profitieren. Die Nicht-DownloaderInnen gehen wesentlich öfter davon aus, dass die Künstler sogar sehr stark profitieren.

Zusammengefasst bedeutet das, dass die DownloaderInnen eine geringere Schädigung durch unbezahlte Musikdownloads sehen, aber auch geringeren Profit für den Künstler durch bezahlte Downloadangebote. Die Nicht-DownloaderInnen vertreten häufiger die umgekehrte Meinung.

		Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein: rechtlich verfolgt zu werden						Gesamt
		sehr hoch	eher hoch	eher niedrig	sehr niedrig	kein Risiko	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	29	100	176	101	34	27	467
	Prozent	6,2%	21,4%	37,7%	21,6%	7,3%	5,8%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	14	82	189	151	36	18	490
	Prozent	2,9%	16,7%	38,6%	30,8%	7,3%	3,7%	100,0%
Gesamt	Anzahl	43	182	365	252	70	45	957
	Prozent	4,5%	19,0%	38,1%	26,3%	7,3%	4,7%	100,0%

Tabelle 45: Kreuztabelle: Risiko rechtlich verfolgt zu werden – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Nicht-DownloaderInnen geben häufiger an, ein sehr hohes bzw. eher hohes Risiko einer rechtlichen Verfolgung zu verspüren. Die befragten DownloaderInnen hingegen gehen etwas öfter von einem sehr niedrigen Risiko aus. Dies lässt sich möglicherweise auf die Öffentlichkeitsarbeit der Musikindustrie zurückführen. Während jene, die sich mit der Musikdownload-Community auseinandersetzen, eine recht klare Vorstellung von den rechtlichen Möglichkeiten der Musikindustrie haben, so überschätzen Außenstehende unter Umständen die juristischen Fähigkeiten dieser Vereinigung.

		Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein: den Computer zu schädigen (Viren, Trojaner, Würmer, usw.)						Gesamt
		sehr hoch	eher hoch	eher niedrig	sehr niedrig	kein Risiko	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	86	193	100	39	21	28	467
	Prozent	18,4%	41,3%	21,4%	8,4%	4,5%	6,0%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	49	135	145	91	52	18	490
	Prozent	10,0%	27,6%	29,6%	18,6%	10,6%	3,7%	100,0%
Gesamt	Anzahl	135	328	245	130	73	46	957
	Prozent	14,1%	34,3%	25,6%	13,6%	7,6%	4,8%	100,0%

Tabelle 46: Kreuztabelle: Risiko den Computer zu schädigen – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Ebenso wie die Risiken der rechtlichen Verfolgung wird auch die Gefahr einer Schädigung des Computers durch Viren oder Würmer von Nicht-DownloaderInnen höher eingestuft. Rund 10% der DownloaderInnen gehen sogar von keinem Risiko aus. Folgend werden die Aussagebewertungen der ProbandInnen hinsichtlich der Unterschiede zwischen den DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen verglichen.

- a) Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.

Kreuztabelle

		Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.					Gesamt
		stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	42	113	81	175	56	467
	Prozent	9,0%	24,2%	17,3%	37,5%	12,0%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	57	107	120	169	37	490
	Prozent	11,6%	21,8%	24,5%	34,5%	7,6%	100,0%
Gesamt	Anzahl	99	220	201	344	93	957
	Prozent	10,3%	23,0%	21,0%	35,9%	9,7%	100,0%

Tabelle 47: Kreuztabelle: Aussagebewertung 1 – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Der Aussage, dass Musik aus dem Internet gegen Bezahlung herunter geladen wird um den Künstler zu unterstützen, wird von beiden Personengruppen kaum bestätigt. Die Nicht-DownloaderInnen stimmen der Aussage sogar noch etwas häufiger gar nicht zu.

- b) Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.

		Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.					Gesamt
		stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	75	144	62	144	42	467
	Prozent	16,1%	30,8%	13,3%	30,8%	9,0%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	139	194	62	85	10	490
	Prozent	28,4%	39,6%	12,7%	17,3%	2,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl	214	338	124	229	52	957
	Prozent	22,4%	35,3%	13,0%	23,9%	5,4%	100,0%

Tabelle 48: Kreuztabelle: Aussagebewertung 2 – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Diese Aussage wird von den beiden Gruppen sehr unterschiedlich eingeschätzt. Rund 30% der Nicht-DownloaderInnen können hier gar nicht zustimmen, während nahezu genauso viele DownloaderInnen „stimme sehr zu“ anklickten. Weitere 39% der DownloaderInnen entschieden sich für die Ausprägung „stimme eher zu“.

- c) Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.

		Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.					Gesamt
		stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	60	110	90	142	65	467
	Prozent	12,8%	23,6%	19,3%	30,4%	13,9%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	68	135	132	139	16	490
	Prozent	13,9%	27,6%	26,9%	28,4%	3,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl	128	245	222	281	81	957
	Prozent	13,4%	25,6%	23,2%	29,4%	8,5%	100,0%

Tabelle 49: Kreuztabellen: Aussagebewertung 3 – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Dieser Aussage wird von beiden Gruppen nur in geringem Maße zugestimmt. Allerdings geben hier deutlich mehr Nicht-DownloaderInnen an, nicht zu wissen, wie diese Aussage zu bewerten sei.

d) Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.

		Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.					Gesamt
		stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	256	132	36	11	32	467
	Prozent	54,8%	28,3%	7,7%	2,4%	6,9%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	319	124	22	5	20	490
	Prozent	65,1%	25,3%	4,5%	1,0%	4,1%	100,0%
Gesamt	Anzahl	575	256	58	16	52	957
	Prozent	60,1%	26,8%	6,1%	1,7%	5,4%	100,0%

Tabelle 50: Kreuztabelle: Aussagebewertung 4 – DownloaderInnen/NichtdownloaderInnen

Die Aussage, dass reines Profitstreben der Musikindustrie wichtiger sei als kreative Schaffensprozesse, wird von DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen auf breiter Basis unterstützt. Von Seiten der DownloaderInnen trifft dies sogar noch etwas stärker zu als bei jenen Personen, die keine Musikdownloadangebote nutzen.

e) Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.

		Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.					Gesamt
		stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	99	165	135	44	24	467
	Prozent	21,2%	35,3%	28,9%	9,4%	5,1%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	74	146	197	52	21	490
	Prozent	15,1%	29,8%	40,2%	10,6%	4,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl	173	311	332	96	45	957
	Prozent	18,1%	32,5%	34,7%	10,0%	4,7%	100,0%

Tabelle 51: Kreuztabelle: Aussagebewertung 5 – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Die Aussage zur Schädigung des Künstlers durch illegale Musikdownloads wird wieder von den beiden befragten Gruppen sehr unterschiedlich eingestuft. Die DownloaderInnen stimmen hier vorwiegend weniger zu, während auf Seiten der Nicht-DownloaderInnen die Kategorie „stimme eher zu“ bevorzugt wurde.

6.4.5 Technische Ausstattung und Know-how (Markus Kudler)

		Computerkenntnisse gruppiert			Gesamt
		wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	73	288	84	445
	Prozent	16,4%	64,7%	18,9%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	42	265	127	434
	Prozent	9,7%	61,1%	29,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl	115	553	211	879
	Prozent	13,1%	62,9%	24,0%	100,0%

Tabelle 52: Kreuztabelle: Computerkenntnisse – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Während die Nicht-DownloaderInnen ihre Computerfähigkeiten meistens zwischen den Stufen 4 und 7 verorten, geben DownloaderInnen ihre Kenntnisse eher ab der Stufe 5 (gute Kenntnisse) aufwärts an.

		Erfahrung mit illegalen Downloads			Gesamt
		wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	339	115	7	461
	Prozent	73,5%	24,9%	1,5%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	160	232	79	471
	Prozent	34,0%	49,3%	16,8%	100,0%
Gesamt	Anzahl	499	347	86	932
	Prozent	53,5%	37,2%	9,2%	100,0%

Tabelle 53: Kreuztabelle: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Mehr als 35% der Nicht-DownloaderInnen geben an, keinerlei Kenntnisse von unbezahlten Musikdownloadangeboten zu besitzen. Die DownloaderInnen weisen verständlicherweise häufig Kenntnisse zwischen den Stufen 3 und 6 auf.

		Erfahrung mit legalen Downloads			Gesamt
		wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	405	56	4	465
	Prozent	87,1%	12,0%	,9%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	297	136	45	478
	Prozent	62,1%	28,5%	9,4%	100,0%
Gesamt	Anzahl	702	192	49	943
	Prozent	74,4%	20,4%	5,2%	100,0%

Tabelle 54: Kreuztabelle: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Die Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten befindet sich für beide Gruppen auf einem sehr niedrigen Niveau. Für mehr als die Hälfte der Nicht-DownloaderInnen und 30% der befragten DownloaderInnen sind bezahlte Angebote völliges Neuland. Sie geben an, keinerlei Kenntnisse darüber zu besitzen.

6.4.6 Wissensfragen (Markus Kudler)

		Können Sie unterscheiden, ob Musikdownloadangebote im Internet legal oder illegal sind?				Gesamt
		ja	teils teils	nein	weiß nicht	
Nicht-DownloaderInnen	Anzahl	111	174	107	75	467
	Prozent	23,8%	37,3%	22,9%	16,1%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	234	162	75	19	490
	Prozent	47,8%	33,1%	15,3%	3,9%	100,0%
Gesamt	Anzahl	345	336	182	94	957
	Prozent	36,1%	35,1%	19,0%	9,8%	100,0%

Tabelle 55: Kreuztabelle Unterscheidung legal/illegal – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Etwas weniger als die Hälfte der befragten DownloaderInnen ist eigenen Angaben zufolge problemlos im Stande zu erkennen, ob Musikdownloadangebote im Internet legal oder illegal sind. Bei den Nicht-DownloaderInnen traut sich dies nur weniger als ein Viertel zu. Etwa gleich viele Nicht-DownloaderInnen beantworten diese Frage mit einem klaren „Nein“. Auf Seiten der DownloaderInnen sind es gerade einmal 15%.

		Situationseinstufung: Download ist legal/illegal		Gesamt
		legal	illegal	
Nicht- DownloaderInnen	Anzahl	94	373	467
	Prozent	20,1%	79,9%	100,0%
DownloaderInnen	Anzahl	71	419	490
	Prozent	14,5%	85,5%	100,0%
Gesamt	Anzahl	165	792	957
	Prozent	17,2%	82,8%	100,0%

Tabelle 56: Kreuztabelle: Situation – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen

Die Frage nach der Einschätzung, ob in einer bestimmten Situation ein Musikdownload eher als legal oder als illegal einzustufen sei, war als Kontrollfrage angedacht. Vergleicht man die Kreuztabelle dieser Frage mit der vorangegangenen, zeigt sich ein überraschendes Ergebnis. Die Zahl jener, die angeben, nicht einschätzen zu können, ob Angebote legal oder illegal sind, gleicht sich bis auf wenige Prozent mit der jener, die angeben, dass in der vorgegebenen Situation das Angebot als legal einzustufen sei. Die Kontrollfrage hat somit ihre Aufgabe besser als erwartet erfüllt und das obige Ergebnis untermauert.

Der überwiegende Großteil beider Gruppen schätzt die Situation richtig ein und meint, dass in der beschriebenen Situation prinzipiell davon ausgegangen werden kann, dass der angebotene Download illegal sei.

6.5 Vergleich von NutzerInnen von legalen und illegalen Angeboten

6.5.1 Soziodemographische Merkmale

(Markus Kudler)

Dieser Abschnitt beschäftigt sich nun speziell mit jenen TeilnehmerInnen der Onlinebefragung, die Musik aus dem Internet heruntergeladen und dies entweder auf bezahltem oder unbezahltem Weg machen.

In diesem Kapitel werden jetzt jene Charakteristika herausgearbeitet, die sich in Bezug auf die Entscheidung zwischen legalen und illegalem Musikdownload identifizieren lassen. Im Fragebogen waren die ProbandInnen aufgefordert, bei der Frage: „Nutzen Sie derzeit Musikdownloadangebote im Internet?“ folgende Alternativen zu wählen:

- Ja, gegen Bezahlung (iTunes etc.)
- Ja, unbezahlt (z.B. Tauschbörsen)
- Ja, beides (bezahlt und unbezahlt)
- Nein

Wie schon aus dem Abschnitt über die Stichprobe der DownloaderInnen entnommen werden kann, gaben 70 Personen an, bezahlte wie auch unbezahlte Musikdownloadangebote zu nutzen. In die Stichprobe der legalen DownloaderInnen fallen also auch Personen, die zumindest teilweise zusätzlich bezahlte Downloadangebote nutzen. Der geschlechtsspezifische Vergleich zeigt als erstes ein interessantes Ergebnis. Nahezu gleich viele weibliche wie männliche NutzerInnen (etwa 70%) beschäftigen sich mit illegalen Musikdownloadangeboten.

			Nutzung Legal/Illegal		Gesamt
			legale Nutzung	illegale Nutzung	
Geschlecht:	Weiblich	Anzahl	77	178	255
		Prozent	30,2%	69,8%	100,0%
	Männlich	Anzahl	64	171	235
		Prozent	27,2%	72,8%	100,0%
Gesamt		Anzahl	141	349	490
		Prozent	28,8%	71,2%	100,0%

Tabelle 57: Kreuztabelle: Geschlecht – legal/illegal

Die ProbandInnen aus dem legalen Musikdownloadbereich haben eine höhere Ausbildung angegeben, was einen Zusammenhang mit dem Alter und der Tätigkeit herstellt. Diese Personen sind tendenziell älter und auch öfter berufstätig, wie man aus den nächsten Tabellen entnehmen kann.

			Altersgruppen						Gesamt	
			<14	14-19	20-24	25-29	30-39	40-49		50-75
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	0	7	45	44	27	13	5	141
		Prozent	,0%	5,0%	31,9%	31,2%	19,1%	9,2%	3,5%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	1	21	175	107	33	5	7	349
		Prozent	,3%	6,0%	50,1%	30,7%	9,5%	1,4%	2,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	1	28	220	151	60	18	12	490
		Prozent	,2%	5,7%	44,9%	30,8%	12,2%	3,7%	2,4%	100,0%

Tabelle 58: Kreuztabelle: Alter – legal/illegal

			Tätigkeit gruppiert			Gesamt
			StudentInnen	berufstätig	andere	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	66	66	9	141
		Prozent	46,8%	46,8%	6,4%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	232	91	26	349
		Prozent	66,5%	26,1%	7,4%	100,0%
Gesamt	Anzahl		298	157	35	490
	Prozent		60,8%	32,0%	7,1%	100,0%

Tabelle 59: Kreuztabelle: Tätigkeit – legal/illegal

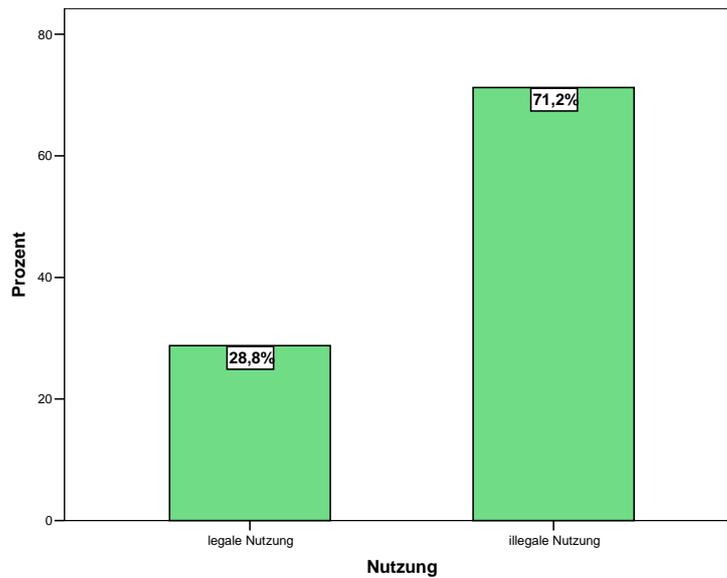
Die weiteren soziodemographischen Merkmale weisen keine nennenswerten Unterschiede auf und entsprechen grundlegend den Auswertungen des Kapitels 6.2 „Die Stichprobe der DownloaderInnen“.

Für die folgenden Interpretationen ist es von großer Wichtigkeit, im Auge zu behalten, dass hier die Personen, die unbezahlt Musik downloaden, mit einem Anteil von 71,2% jene gegenüberstehen, die bezahlt (bzw. teilweise bezahlt) Musik aus dem Internet herunterladen. Letzere machen nur einen Anteil von 28,8% aus, wie das unten stehende Balkendiagramm veranschaulicht.

Die Bezeichnung „unbezahlt“ bzw. „bezahlt“ wurde vor allem für den Fragebogen entwickelt. Die Absicht dahinter war, dass ProbandInnen nicht davon abgeschreckt werden, Angaben zu illegalen Aktivitäten zu machen.

Werden nachstehend die Bezeichnungen „bezahlt“ und „legal“ bzw. „unbezahlt“ und „illegal“ synonym verwendet, sei darauf hingewiesen, dass unbezahlt nicht gleich illegal bedeuten muss, dies aber in den meisten Fällen zutrifft. Dasselbe kann auch von bezahlten Musikdownloadangeboten angenommen werden. Aufgrund der Vielfalt an unterschiedlichen Musikdownloadmöglichkeiten wurde versucht anhand der Angaben der Personen (z.B. „Welche Möglichkeit nutzen Sie vorwiegend für das Herunterladen von Musik?“) zu überprüfen, ob es sich eher um eine legale oder eine illegale Downloadquelle handelt.

Abbildung 64: Balkendiagramm: Nutzung von Musikdownloadangeboten – legal/illegal



6.5.2 Allgemeine Nutzung von Musik (Markus Kudler)

In Bezug auf die allgemeine Nutzung von Musik stellt sich wieder die Frage, ob jemand selbst ein Instrument spielt oder auf eine andere Weise Musik macht. Dabei kann zwischen den NutzerInnen von legalen und illegalen Musikdownloadangeboten nur ein geringer Unterschied festgestellt werden. Die prozentuelle Aufteilung beider Personengruppen ist nahezu gleich und bedarf dementsprechend keiner weiteren Erläuterung. Sieht man sich jedoch die Frage nach dem Besitz eines tragbaren MP3-Abspielgerätes an, so zeichnet sich hier ein sehr interessanter Unterschied ab. Wie aus der folgenden Tabelle entnommen werden kann, ist der Prozentsatz bei jenen, die den bezahlten Weg des Herunterladens von Musik wählen, um einiges höher. Mit insgesamt rund 82% sind das fast 12% mehr als bei den NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten.

			Besitzen Sie einen tragbaren MP3-Player, den Sie regelmäßig verwenden?		Gesamt
			Nein	Ja	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	26	115	141
		Prozent	18,4%	81,6%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	105	244	349
		Prozent	30,1%	69,9%	100,0%
Gesamt		Anzahl	131	359	490
		Prozent	26,7%	73,3%	100,0%

Tabelle 60 Kreuztabelle: MP3-Player-Besitz – legal/illegal

Ein weiterer markanter Gegensatz lässt sich auch bei der Frage: „Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben?“ feststellen. Jene, die unbezahlt Musik über das Internet beziehen, geben grundsätzlich weniger Geld dafür aus als jene, die dies bezahlt machen. Folgende Tabelle zeigt diese Verschiedenheit der einzelnen Gruppen sehr deutlich. Beispielsweise befinden sich in der Kategorie zwischen „201 und 500 Euro“ rund 16% der NutzerInnen von legalen Downloadmöglichkeiten und nur etwa 10% der Personen, die illegale Downloadangebote in Anspruch nehmen. Hingegen beantworten nur zwei Personen aus der Stichprobe der „legalen DownloaderInnen“ und immerhin 50 NutzerInnen illegaler Musikdownloadangebote die Frage mit „keine Angabe für Musik“.

			Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)						Gesamt	
			nichts	weniger als 50 Euro	zwischen 50 und 100 Euro	zwischen 101 und 200 Euro	zwischen 201 und 500 Euro	mehr als 500 Euro		keine Angabe
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	2	29	40	35	23	9	3	141
		Prozent	1,4%	20,6%	28,4%	24,8%	16,3%	6,4%	2,1%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	50	98	88	61	36	15	1	349
		Prozent	14,3%	28,1%	25,2%	17,5%	10,3%	4,3%	,3%	100,0%
Gesamt		Anzahl	52	127	128	96	59	24	4	490
		Prozent	10,6%	25,9%	26,1%	19,6%	12,0%	4,9%	,8%	100,0%

Tabelle 61: Kreuztabelle: Geldausgabe für Musik im letzten halben Jahr – legal/illegal

Zwischen den NutzerInnen von legalen und illegalen Downloadangeboten gibt es kaum nennenswerte Unterschiede in Bezug auf das Laufenlassen des Computers bei längerer Abwesenheit. Rund 50% der Befragten geben an, den Computer bei noch nicht abgeschlossenem Download und längerer Abwesenheit laufen zu lassen, die anderen 50% verneinen das.

Die Auswertung der Frage, zu welcher Tageszeit am häufigsten Musikdateien über das Internet heruntergeladen werden, zeigt keine auffälligen Unterschiede zwischen NutzerInnen von legalen bzw. illegalen Musikdownloadangeboten. Etwas weniger als die Hälfte in beiden Gruppen lädt ihre Musik unabhängig von der Tageszeit herunter. Eine weitere Häufung von etwas mehr als einem Drittel der befragten DownloaderInnen findet sich in der Kategorie „Abend“ wieder.

			Welche der folgenden Plattformen für Musikdownloadangebote wird in Ihrem näheren Umfeld (Freunde, Bekannte, Kollegen, Familie usw.) vorwiegend genutzt?			Gesamt
			peer to peer (P2P: Tauschbörsen)	business to consumer (B2C: iTunes, usw.)	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	46	52	43	141
		Prozent	32,6%	36,9%	30,5%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	245	10	94	349
		Prozent	70,2%	2,9%	26,9%	100,0%
Gesamt		Anzahl	291	62	137	490
		Prozent	59,4%	12,7%	28,0%	100,0%

Tabelle 62: Kreuztabelle: Plattformen für Musikdownload im näheren Umfeld – legal/illegal

Es scheint eine enge Verknüpfung zwischen der Art der eigenen Nutzung und der Art der Nutzung im persönlichen Umfeld in Bezug auf Musikdownloadangebote zu geben. Bei den legalen DownloaderInnen entfällt jeweils ein Drittel auf P2P und B2C Downloadmöglichkeiten. Ein weiteres Drittel weiß nicht, welche Downloadalternativen im persönlichen Umkreis zur Anwendung kommen.

Für die NutzerInnen von illegalen Downloadangeboten zeigt sich ein vollkommen anderes Bild. Über 70% der befragten Personen geben an, dass in ihrem persönlichen Umfeld vorwiegend P2P-Netzwerke zur Anwendung kommen. B2C-Systeme werden im Umfeld dieser Gruppe so gut wie nicht verwendet (2,9%).

			Wie oft tauschen Sie die Musikfiles, die Sie über das Internet beziehen, mit Ihren Freunden und Bekannten?				Gesamt
			sehr oft	oft	selten	nie	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	5	30	74	32	141
		Prozent	3,5%	21,3%	52,5%	22,7%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	27	88	187	47	349
		Prozent	7,7%	25,2%	53,6%	13,5%	100,0%
Gesamt		Anzahl	32	118	261	79	490
		Prozent	6,5%	24,1%	53,3%	16,1%	100,0%

Tabelle 63: Kreuztabelle: Musiktasch – legal/illegal

In beiden Gruppen findet der Tausch von Musikdateien eher nur in geringem Maße statt. Nur etwa ein Viertel gibt an dies oft zu tun. Mehr als die Hälfte in beiden befragten Personengruppen wählte die Kategorie „selten“. Interessant ist allerdings, dass knapp ein Viertel der legalen DownloaderInnen dies nie tut, auf Seiten der illegalen NutzerInnen finden sich hier jedoch nur 13,5%. Dies könnte unter anderem darauf zurückzuführen sein,

dass die legal heruntergeladene Musik zum Teil DRM-geschützt ist, was eine Verbreitung erschwert.

Eine weitere Interpretationsmöglichkeit könnte folgender Sachverhalt sein: Wenn jemand Musik legal bezieht, könnte er oder sie Angst vor einer rechtlichen Verfolgung aufgrund der Weiterverbreitung haben, oder die Person will aus anderen persönlichen Einstellungsgründen die erworbenen Musiktitel nicht an Dritte weitergeben, möglicherweise, da eine Schädigung des Künstlers befürchtet wird.

6.5.3 Eigene Einstellungen (Bernhard Jäger)

Zwischen legalen und illegalen DownloaderInnen kommt es nur zu geringfügigen Unterschieden hinsichtlich der Wichtigkeit von Musik im täglichen Leben. Musik als „sehr wichtig“ empfinden rund 69% der UserInnen von legalen und 60% von den NutzerInnen im Bereich illegalen Musikdownloads.

			Wie wichtig ist Musik in Ihrem täglichen Leben?			Gesamt
			sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	97	38	6	141
		Prozent	68,8%	27,0%	4,3%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	210	109	29	348
		Prozent	60,3%	31,3%	8,3%	100,0%
Gesamt		Anzahl	307	147	35	489
		Prozent	62,8%	30,1%	7,2%	100,0%

Tabelle 64: Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – legal/illegal

Betrachtet man einen Durchschnittspreis für einen Musiktitel von 0,99 Euro, so lassen sich zwischen den DownloaderInnen von legalen und illegalen Angeboten erkennbare Unterschiede feststellen. Etwas weniger als die Hälfte der legalen NutzerInnen halten diesen Preis für eher gerechtfertigt, weitere 17% sogar für sehr gerechtfertigt. Rund ein Viertel stuft das Angebot als weniger gerechtfertigt ein.

Im Gegensatz dazu ist der Preis für mehr als ein Drittel der illegalen DownloaderInnen weniger und für weitere 18% gar nicht gerechtfertigt.

Die Entscheidung für die legale oder illegale Downloadalternative hängt also auch zu einem gewissen Teil von der persönlichen Einstufung des Verkaufspreises für einen Musiktitel ab.

Allerdings darf hier nicht vergessen werden, dass der Sachverhalt auch umgekehrt betrachtet werden kann. Der Verkaufspreis wird also negativer eingestuft, da man Musik illegal herunterlädt. Dies könnte auch Teil einer Rechtfertigungsstrategie der illegalen DownloaderInnen sein.

Es spricht auch einiges für die Theorie, dass der Verkaufspreis nicht das unbedingt wichtigste Merkmal ist, welches zur Entscheidung zwischen legalem und illegalem Musikdownload beiträgt.

Historisch betrachtet hatte die unbezahlte Downloadvariante einige Jahre Vorsprung. D. h., wer sich bereits um das Jahr 2000 herum für Musikdownloads interessierte und so Musik beziehen wollte, hatte kaum die Möglichkeit auch Musik über legale Musikdownloadshops zu erhalten. Es entstand so vermutlich auch eine Art Gewöhnheitseffekt. Erst später traten die ersten legalen Musikdownloadshops auf den Plan. Allerdings hatten sich mittlerweile die „illegalen“ Onlinetauschbörsen so weit etabliert, dass sie gewohnheitsmäßig genutzt wurden, obwohl nun auch legale Alternativen zur Verfügung standen. Sie wurden also immer stärker in den Alltag integriert, bis sie schlussendlich ein fixer Bestandteil der Lebenswelt von Personen wurden, welche sich für Musik und das Internet näher interessierten. Der Preis ist vielleicht weniger entscheidend als die Gewöhnung an ein funktionierendes System.⁷⁷

			Wie gerechtfertigt stufen Sie den Preis von 0,99 Euro/Musikstück für einen legalen Musikdownload ein?					Gesamt
			sehr gerechtfertigt	eher gerechtfertigt	weniger gerechtfertigt	gar nicht gerechtfertigt	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	24	66	37	11	3	141
		Prozent	17,0%	46,8%	26,2%	7,8%	2,1%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	34	105	121	64	25	349
		Prozent	9,7%	30,1%	34,7%	18,3%	7,2%	100,0%
Gesamt	Anzahl	58	171	158	75	28	490	
	Prozent	11,8%	34,9%	32,2%	15,3%	5,7%	100,0%	

Tabelle 65: Kreuztabelle: Preis für Musikdownload – legal/illegal

Die Qualität eines heruntergeladenen Musikstücks wird von über 80% der illegalen und sogar über 90% der legalen NutzerInnen als sehr bzw. eher wichtig eingestuft. Als gar nicht wichtig wird die Qualität nur von einer Person in der Gruppe der legalen Nutzung und von zwei Personen in jener der illegalen Nutzung eingereiht.

⁷⁷ Mögliche Ausrichtung für weitere Forschungen

Der Qualität eines heruntergeladenen Musikfiles wird also große Bedeutung zugemessen. Allerdings scheinen auch illegale Musikdownloadangebote genügend Musikdateien mit hohen Bitraten und somit guter Qualität zur Verfügung stellen zu können.⁷⁸

			Wie wichtig ist für Sie die Musikqualität (Bitrate) eines heruntergeladenen Musikstücks aus dem Internet?					Gesamt
			sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	73	56	10	1	1	141
		Prozent	51,8%	39,7%	7,1%	,7%	,7%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	143	145	46	2	13	349
		Prozent	41,0%	41,5%	13,2%	,6%	3,7%	100,0%
Gesamt	Anzahl		216	201	56	3	14	490
	Prozent		44,1%	41,0%	11,4%	,6%	2,9%	100,0%

Tabelle 66: Kreuztabelle: Musikqualität – legal/illegal

Kauft man eine CD in einem Laden, so erhält man neben dem Datenträger oftmals auch ein Booklet mit Liedtexten (Lyrics) und zusätzlichen Informationen bzw. weiteres Bonusmaterial. Diese Vorzüge eines greifbaren Produkts fallen bei Musikdownloads aus dem Internet größtenteils weg. Die Wertschätzung dieser Vorzüge ist in beiden Gruppen ähnlich verteilt. Innerhalb der Gruppen herrscht große Uneinigkeit über die Wichtigkeit der Vorteile einer Kauf-CD. Allgemein ausgedrückt bedeutet das, dass unabhängig von der Downloadart für rund die Hälfte der Befragten die Vorzüge einer Kauf-CD wichtig sind.

			Vorteil Kauf-CD					Gesamt
			sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	33	39	41	27	1	141
		Prozent	23,4%	27,7%	29,1%	19,1%	,7%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	66	95	108	75	5	349
		Prozent	18,9%	27,2%	30,9%	21,5%	1,4%	100,0%
Gesamt	Anzahl		99	134	149	102	6	490
	Prozent		20,2%	27,3%	30,4%	20,8%	1,2%	100,0%

Tabelle 67: Kreuztabelle: Vorteile einer Kauf-CD – legal/illegal

6.5.4 Allgemeine Einschätzungen (Bernhard Jäger)

Dieses Unterkapitel beschäftigt sich mit den Unterschieden zwischen NutzerInnen von legalen und illegalen Musikdownloadangeboten bezüglich ihrer allgemeinen Einschätzungen.

⁷⁸ Weitere mögliche Frage: Was ist eine gute Qualität für die jeweilige Gruppe 128 bzw. 192kb/s?

Hinsichtlich der Frage, ob ein unbezahlter Musikdownload von urheberrechtlich geschützter Musik die Musikindustrie schädigt, gehen beide Gruppen grundlegend von einer Schädigung aus. Über 60% der legalen und illegalen DownloaderInnen sehen eine sehr bzw. eher starke Schädigung der Musikindustrie. Jeweils ein Viertel der beiden Gruppen vermutet eher eine schwache Schädigung.

Der tatsächlich entstandene Schaden für die Musikindustrie durch illegale Musikdownloads ist schwer einzuschätzen. Dieses Ergebnis deutet jedoch darauf hin, dass die Anti-Piracy-Strategien (z.B.: Androhung rechtlicher Verfolgungen, Werbung gegen Raubkopien, usw.) zumindest die Einschätzung der NutzerInnen von Downloadangeboten beeinflusst hat. Ob diese Strategien auch zu einem Verhaltenswechsel, sprich ein Wechsel vieler DownloaderInnen zu legalen Downloadalternativen, geführt hat, darf bezweifelt werden.

Einigkeit zwischen legalen und illegalen DownloaderInnen herrscht bezüglich der Aussage: „Unbezahlter Musikdownload von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Musikschaffenden“. Etwas mehr als die Hälfte der befragten legalen DownloaderInnen geht von einer starken bzw. eher starken Schädigung aus. Rund 46% der illegalen DownloaderInnen sehen dies genauso. Ebenso sehen in beiden Gruppen etwas mehr als 30% eine eher schwache Schädigung.

			Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Musikschaffenden.					Gesamt
			sehr stark	eher stark	eher schwach	gar nicht	hab ich mir noch nicht überlegt	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	38	43	43	11	6	141
		Prozent	27,0%	30,5%	30,5%	7,8%	4,3%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	57	104	127	45	16	349
		Prozent	16,3%	29,8%	36,4%	12,9%	4,6%	100,0%
Gesamt		Anzahl	95	147	170	56	22	490
		Prozent	19,4%	30,0%	34,7%	11,4%	4,5%	100,0%

Tabelle 68: Kreuztabelle: Schädigung Musikschaffende – legal/illegal

Wie in bei den beiden vorangegangenen Fragen herrscht auch in Bezug auf die Schädigung der Kunden Einigkeit zwischen den legalen und den illegalen MusikdownloaderInnen. Der Großteil der Befragten sieht keinerlei bzw. nur eine eher schwache Schädigung des Kunden durch unbezahlten Musikdownload von urheberrechtlich geschützten Musik-

stücken aus dem Internet. Allerdings zeigt sich, dass sich viele (12,8% bzw. 14,3% der Befragten) diese Frage noch gar nicht gestellt haben.

			Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Kunden.					Gesamt
			sehr stark	eher stark	eher schwach	gar nicht	hab ich mir noch nicht überlegt	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	7	15	32	69	18	141
		Prozent	5,0%	10,6%	22,7%	48,9%	12,8%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	10	17	69	203	50	349
		Prozent	2,9%	4,9%	19,8%	58,2%	14,3%	100,0%
Gesamt		Anzahl	17	32	101	272	68	490
		Prozent	3,5%	6,5%	20,6%	55,5%	13,9%	100,0%

Tabelle 69: Kreuztabelle: Schädigung Kunden – legal/illegal

Als nächstes wird die Einschätzung des Profits für die Musikindustrie durch bezahlte Musikdownloadangebote abgefragt. Unabhängig von der bevorzugten Downloadalternative zeigt sich, dass über 80% denken, dass die Musikindustrie sehr bzw. eher stark profitiert.

Hinsichtlich des Profits der Musikschaaffenden durch legale Musikdownloadangebote herrscht in beiden Lagern große Uneinigkeit. Die untenstehende Kreuztabelle zeigt, wie stark die Einschätzungen innerhalb der beiden Gruppen zwischen „eher stark“ und „eher schwach“ schwanken.

			Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken profitieren die Musikschaaffenden.					Gesamt
			sehr stark	eher stark	eher schwach	gar nicht	hab ich mir noch nicht überlegt	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	30	51	47	9	4	141
		Prozent	21,3%	36,2%	33,3%	6,4%	2,8%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	46	105	150	31	17	349
		Prozent	13,2%	30,1%	43,0%	8,9%	4,9%	100,0%
Gesamt		Anzahl	76	156	197	40	21	490
		Prozent	15,5%	31,8%	40,2%	8,2%	4,3%	100,0%

Tabelle 70: Kreuztabelle: Profit Musikschaaffende – legal/illegal

Eine weitere Überlegung ist, ob auch die Kunden auf die eine oder andere Art durch bezahlte Musikdownloadangebote profitieren. Auch hier geben beide Gruppen vorwiegend an, dass die Kunden gar nicht bzw. eher schwach profitieren. Immerhin ein Drittel der legalen DownloaderInnen sieht einen sehr bzw. eher starken Profit. Bei den illegalen

DownloaderInnen finden sich in diesen beiden Kategorien nicht einmal ein Viertel der befragten Personen wieder.

			Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlichen Musikstücken profitiert: Kunden				hab ich mir noch nicht überlegt	Gesamt
			sehr stark	eher stark	eher schwach	gar nicht		
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	22	25	45	41	8	141
		Prozent	15,6%	17,7%	31,9%	29,1%	5,7%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	30	48	98	138	35	349
		Prozent	8,6%	13,8%	28,1%	39,5%	10,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	52	73	143	179	43	490
		Prozent	10,6%	14,9%	29,2%	36,5%	8,8%	100,0%

Tabelle 71: Kreuztabelle: Profit Kunden – legal/illegal

Die Einschätzung des Risikos, bei einem unbezahlten Musikdownload rechtlich verfolgt zu werden, zeigt eine eindeutig höhere Angst bei jenen, die diese Downloadart nicht präferieren. Zählt man die Prozentwerte der beiden Kategorien „sehr hoch“ und „eher hoch“ zusammen, so erhält man einen Wert von rund 31%. Im Vergleich dazu erreichen die illegalen DownloaderInnen gerade einmal die Hälfte (rund 15%). Umgekehrt verhält sich das auf Seiten der Ausprägungen „sehr niedrig“ und „kein Risiko“ (42% der illegalen / 29% der legalen NutzerInnen).

Das Risiko einer rechtlichen Verfolgung wird laut Angaben der ProbandInnen in deren engeren Umkreis (Familie, Freunde, Kollegen) eher niedrig eingestuft. Auffällig ist aber, dass viele DownloaderInnen belegen, dass im familiären Umfeld keine Musik heruntergeladen wird.

			Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein: rechtlich verfolgt zu werden?					weiß nicht	Gesamt
			sehr hoch	eher hoch	eher niedrig	sehr niedrig	kein Risiko		
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	9	36	53	26	15	2	141
		Prozent	6,4%	25,5%	37,6%	18,4%	10,6%	1,4%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	5	46	136	125	21	16	349
		Prozent	1,4%	13,2%	39,0%	35,8%	6,0%	4,6%	100,0%
Gesamt		Anzahl	14	82	189	151	36	18	490
		Prozent	2,9%	16,7%	38,6%	30,8%	7,3%	3,7%	100,0%

Tabelle 72: Kreuztabelle: Risiko rechtlich verfolgt zu werden – legal/illegal

Betrachtet man die Frage nach dem Risiko mittels eines unbezahlten Musikdownloads den Computer zu schädigen, so sieht man sofort Ähnlichkeiten zur vorangegangenen Tabelle.

Auch hier ist auf Seiten der NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten eine höhere Angst vorhanden. Die ProbandInnen, die vorwiegend unbezahlte Downloads vollziehen, geben hier ein eher niedriges Risiko an.

			Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein: den Computer zu schädigen (Viren, Trojaner, Würmer, usw.)?						Gesamt
			sehr hoch	eher hoch	eher niedrig	sehr niedrig	kein Risiko	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	22	44	29	25	13	8	141
		Prozent	15,6%	31,2%	20,6%	17,7%	9,2%	5,7%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	27	91	116	66	39	10	349
		Prozent	7,7%	26,1%	33,2%	18,9%	11,2%	2,9%	100,0%
Gesamt		Anzahl	49	135	145	91	52	18	490
		Prozent	10,0%	27,6%	29,6%	18,6%	10,6%	3,7%	100,0%

Tabelle 73: Kreuztabelle: Risiko den Computer zu schädigen – legal/illegal

Alle TeilnehmerInnen der Onlineerhebung hatten die Aufgabe, fünf Aussagen auf einer Skala von „stimme sehr zu“ bis „stimme gar nicht zu“ zu bewerten. Anschließend werden nun die Aussageergebnisse zwischen NutzerInnen von legalen und illegalen Downloadangeboten verglichen.

- a) Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.

Die NutzerInnen legaler Musikdownloadangebote bestätigen die Aussage mit mehr als 50%. Im Gegensatz dazu stimmen über 60% der illegalen DownloaderInnen der Aussage weniger bzw. gar nicht zu. Dieses Ergebnis war zu erwarten.

			Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.					Gesamt
			stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	28	48	42	22	1	141
		Prozent	19,9%	34,0%	29,8%	15,6%	,7%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	29	59	78	147	36	349
		Prozent	8,3%	16,9%	22,3%	42,1%	10,3%	100,0%
Gesamt		Anzahl	57	107	120	169	37	490
		Prozent	11,6%	21,8%	24,5%	34,5%	7,6%	100,0%

Tabelle 74: Kreuztabelle: Aussagebewertung 1 – legal/illegal

- b) Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.

Während über 70% der illegalen DownloaderInnen dieser Frage sehr bzw. eher zustimmen, tun dies auf der anderen Seite „nur“ rund 57% der befragten Personen, welche legale Musikdownloadangebote nutzen. Für beide Gruppen ist es zumindest zum Teil vorstellbar, dass Musik auch probeweise aus dem Internet geladen wird.

			Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.					Gesamt
			stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	33	49	16	40	3	141
		Prozent	23,4%	34,8%	11,3%	28,4%	2,1%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	106	145	46	45	7	349
		Prozent	30,4%	41,5%	13,2%	12,9%	2,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	139	194	62	85	10	490
		Prozent	28,4%	39,6%	12,7%	17,3%	2,0%	100,0%

Tabelle 75: Kreuztabelle: Aussagebewertung 2 – legal/illegal

- c) Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.

Interessanterweise findet diese Aussage mehr die Zustimmung der legalen als der illegalen DownloaderInnen. In beiden Gruppen wird die Aussage jedoch tendenziell öfter mit den Kategorien „stimme weniger zu“ bzw. „stimme gar nicht zu“ in Verbindung gebracht.

Die illegalen DownloaderInnen scheinen also davon auszugehen, dass die meisten Personen in der Community selten Musik auch kaufen, die sie zuvor unentgeltlich heruntergeladen haben.

			Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.					Gesamt
			stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	20	45	26	41	9	141
		Prozent	14,2%	31,9%	18,4%	29,1%	6,4%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	48	90	106	98	7	349
		Prozent	13,8%	25,8%	30,4%	28,1%	2,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	68	135	132	139	16	490
		Prozent	13,9%	27,6%	26,9%	28,4%	3,3%	100,0%

Tabelle 76: Kreuztabelle: Aussagebewertung 3 – legal/illegal

d) Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.

87% der legalen und über 90% der illegalen DownloaderInnen stimmen dieser Aussage zu, der Großteil davon sogar „sehr“. Unabhängig davon, welche Art des Musikdownloadangebotes genutzt wird, gehen die befragten Personen von einem negativen Bild der Musikindustrie aus. Dies dürfte mitunter auch durch die weiter oben bereits erwähnten Anti-Piracy-Strategien entstanden sein. Ständige Androhung von rechtlichen Strafen und Kriminalisierung von Kunden im großen Stil lassen einen nur schwer zum Sympathieträger werden.

			Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.					Gesamt
			stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	78	46	9	1	7	141
		Prozent	55,3%	32,6%	6,4%	,7%	5,0%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	241	78	13	4	13	349
		Prozent	69,1%	22,3%	3,7%	1,1%	3,7%	100,0%
Gesamt		Anzahl	319	124	22	5	20	490
		Prozent	65,1%	25,3%	4,5%	1,0%	4,1%	100,0%

Tabelle 77: Kreuztabelle: Aussagebewertung 4 – legal/illegal

e) Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.

Die Einstufung dieser Aussage war als Kontrollfrage gedacht. Es wurde bereits die Schädigung der Musikschaaffenden aufgrund unbezahlter Musikdownloads abgefragt. Vergleicht man nun beide Kreuztabellen lassen sich erstaunliche Übereinstimmungen erkennen. Die Werte variieren nur um einige wenige Prozentpunkte.

Grundlegend kann also gesagt werden, dass die Hälfte der legalen DownloaderInnen hier eher bzw. sehr zustimmt, während gleich viele illegale DownloaderInnen weniger bzw. gar nicht zustimmen können.

Die Kontrollfrage hat also gezeigt, dass die zuvor gegebenen Antworten durchaus valide und stabil sind. Weiters beschreibt sie erneut, wie unsicher sich die DownloaderInnen über den Sachverhalt sind. Für sie ist es schwer einzuschätzen, ob und mit welcher Intensität Musikschaaffende durch illegale Musikdownloads geschädigt werden.

			Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.					Gesamt
			stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	29	44	52	10	6	141
		Prozent	20,6%	31,2%	36,9%	7,1%	4,3%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	45	102	145	42	15	349
		Prozent	12,9%	29,2%	41,5%	12,0%	4,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl		74	146	197	52	21	490
	Prozent		15,1%	29,8%	40,2%	10,6%	4,3%	100,0%

Tabelle 78: Kreuztabelle: Aussagebewertung 5 – legal/illegal

6.5.5 Technische Ausstattung und Know-how (Markus Kudler)

Die TeilnehmerInnen der Onlinebefragung hatten die Möglichkeit, ihre Computerkenntnisse auf einer Skala von 1 (wenige Kenntnisse) bis 10 (ExpertInnenkenntnisse) einzustufen. Diese Skala wurde aufgrund der Übersichtlichkeit in die Kategorien „wenig Kenntnisse“, „gute Kenntnisse“ und „sehr gute Kenntnisse“ zusammengefasst. In der Unterscheidung zwischen NutzerInnen von legalen bzw. illegalen Musikdownloadangeboten sieht man, dass jene Personen, die bezahlte Musikdownloadangebote nutzen, öfter „sehr gute Kenntnisse“ aufweisen. Mehr illegale NutzerInnen geben an „gute Kenntnisse“ zu besitzen, jedoch in der Kategorie „wenig Kenntnisse“ finden sich weniger legale NutzerInnen. Eine Hypothese könnte sich folgendermaßen zusammensetzen: Je weniger Erfahrung Menschen mit dem Computer haben, desto eher laden sie illegal Musik aus dem Internet herunter.

			Computerkenntnisse gruppiert			Gesamt
			wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	7	68	44	119
		Prozent	5,9%	57,1%	37,0%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	35	197	83	315
		Prozent	11,1%	62,5%	26,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl		42	265	127	434
	Prozent		9,7%	61,1%	29,3%	100,0%

Tabelle 79: Kreuztabelle: Computerkenntnisse – legal/illegal

Folglich ist es auch interessant, wie es mit den generellen Erfahrungen mit legalen und illegalen Musikdownloads zwischen in den beiden Personengruppen wirklich aussieht. Wie

bereits oben wurde die Skala von 1 bis 10 zu den gleichen Kategorien zusammengefasst. Die schon vermutete Hypothese, dass jene, die mehr legal heruntergeladen, mehr Erfahrung in diesem Sektor haben, wird eindeutig bestätigt. In den folgenden zwei Tabellen wird dieses Ergebnis veranschaulicht.

			Erfahrung mit legalen Downloads			Gesamt
			wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	21	70	42	133
		Prozent	15,8%	52,6%	31,6%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	276	66	3	345
		Prozent	80,0%	19,1%	,9%	100,0%
Gesamt		Anzahl	297	136	45	478
		Prozent	62,1%	28,5%	9,4%	100,0%

Tabelle 80: Kreuztabelle: Erfahrung mit legalen Downloads – legal/illegal

			Erfahrung mit illegalen Downloads			Gesamt
			wenig Kenntnisse	gute Kenntnisse	sehr gute Kenntnisse	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	61	57	19	137
		Prozent	44,5%	41,6%	13,9%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	99	175	60	334
		Prozent	29,6%	52,4%	18,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	160	232	79	471
		Prozent	34,0%	49,3%	16,8%	100,0%

Tabelle 81: Kreuztabelle: Erfahrung mit illegalen Downloads – legal/illegal

6.5.6 Wissensfragen (Markus Kudler)

Grundlegend ist die Frage: „Sind jene Musikstücke, die Sie über das Internet beziehen überwiegend urheberrechtlich geschützt?“ keine Wissensfrage im eigentlichen Sinne, denn laut AKM gilt:

„Das Urheberrecht entsteht ex lege mit dem Realakt der Schaffung, ein Formalakt wie eine Registrierung, Anmeldung o.ä. ist nicht erforderlich.

Das Urheberrecht erlischt 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers bzw. des letztlebenden Miturhebers (sog. Schutzfrist). Danach spricht man von freigegebenen Werken.“⁷⁹

⁷⁹vgl. <http://www.akm.co.at/index.php?content=%2Fservice%2Furheberrecht%2Findex.php> [2008-06-02]

Selbst wenn man sich über obigen Sachverhalt im Klaren ist, wird es für den oder die DurchschnittsnutzerIn in einigen Fällen schwer zu ergründen sein, ob ein Musiktitel also noch dem Urheberrecht untersteht oder bereits ein freigewordenes Werk ist.

Besonders vor diesem Hintergrund scheint es interessant, dass etwas mehr legale als illegale DownloaderInnen davon ausgehen, dass die Musikstücke, die sie herunterladen urheberrechtlich geschützt sind bzw. dies zum Teil der Fall ist. Demgegenüber geben rund ein Drittel der befragten Personen, welche illegale Downloadangebote nutzen, an, nicht zu wissen, ob die heruntergeladenen Werke urheberrechtlich geschützt sind oder nicht.

			Sind jene Musikstücke, die Sie über das Internet beziehen, überwiegend urheberrechtlich geschützt?				Gesamt
			ja	teils, teils	nein	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	59	49	6	27	141
		Prozent	41,8%	34,8%	4,3%	19,1%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	120	91	25	113	349
		Prozent	34,4%	26,1%	7,2%	32,4%	100,0%
Gesamt		Anzahl	179	140	31	140	490
		Prozent	36,5%	28,6%	6,3%	28,6%	100,0%

Tabelle 82: Kreuztabelle: Musikstücke urheberrechtlich geschützt? – legal/illegal

Die nächste Frage im Bereich des Wissenskontextes setzt sich speziell mit den Musikdownloadangeboten im Internet auseinander. Dabei müssen die TeilnehmerInnen angeben, ob sie einen Unterschied zwischen legalen und illegalen Musikdownloadangeboten bemerken. Grundlegendes Wissen – wie die Anschlussfrage zeigen wird – lässt darauf schließen, dass hier in vielen Fällen ein Unterschied feststellbar ist. Wie aus der anschließenden Tabelle entnommen werden kann, ergibt sich aus der prozentuellen Auflistung innerhalb der Gruppen bei den legalen NutzerInnen ein höherer Prozentsatz (53,2% legale NutzerInnen: 45,6% illegale NutzerInnen). Die Kategorie „teils, teils“ wählen nahezu gleich viel Prozent in den beiden Personengruppen.

			Können Sie unterscheiden, ob Musikdownloadangebote im Internet legal oder illegal sind?				Gesamt
			ja	teils teils	nein	weiß nicht	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	75	49	13	4	141
		Prozent	53,2%	34,8%	9,2%	2,8%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	159	113	62	15	349
		Prozent	45,6%	32,4%	17,8%	4,3%	100,0%
Gesamt		Anzahl	234	162	75	19	490
		Prozent	47,8%	33,1%	15,3%	3,9%	100,0%

Tabelle 83: Kreuztabelle: Unterschied Musikdownloadangebote – legal/illegal

Im Anschluss an diese Frage war noch interessant, ob sich die Angaben durch eine Kontrollfrage bestätigen lassen. Behilflich war dabei folgende Frage:

„Stellen Sie sich folgende Situation vor: Ein Lied eines populären Künstlers, das sie soeben im Radio gehört haben, wird auf einer Tauschbörse als Download angeboten. Denken Sie, dass das Herunterladen dieser Datei legal oder illegal ist?“⁸⁰

Unter der Annahme, dass ein Musiktitel, welcher auf einer Tauschbörse angeboten wird, illegal ist, erbrachte der Vergleich zwischen den Gruppen der NutzerInnen von legalen und illegalen Musikdownloadangeboten keine wesentlichen Unterscheidungen. Über 85% in beiden Personengruppen geben an, dass dieser Download illegal sei.

Es wurde am Anfang des Kapitels darauf hingewiesen, dass wir unbezahlte Downloadangebote wie z.B.: Tauschbörsen in den meisten Fällen als Quelle illegaler Musikdownloads verorten. Natürlich wird es auch Fälle geben, wo ein Musikstück von einer Onlinetauschplattform heruntergeladen wird, ohne dass dabei Rechte des Urhebers oder Verwertungsrechte verletzt werden. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass dies eher die Ausnahme als die Regel darstellt.

Die Ergebnisse der obigen Frage deuten darauf hin, dass auch der überwiegende Großteil der DownloaderInnen (85%) dies so einschätzen würde unabhängig von der Nutzungsart.

			Situationseinstufung: Download legal/illegal		Gesamt
			legal	illegal	
Nutzung	legale Nutzung	Anzahl	19	122	141
		Prozent	13,5%	86,5%	100,0%
	illegale Nutzung	Anzahl	52	297	349
		Prozent	14,9%	85,1%	100,0%
Gesamt	Anzahl	71	419	490	
	Prozent	14,5%	85,5%	100,0%	

Tabelle 84: Kreuztabelle: Kontrollefrage – legal/illegal

⁸⁰ siehe Onlinefragebogen im Anhang

7. Ergebniszusammenführung

Die Quintessenz der obigen Auswertungen soll nun nochmals zusammengefasst erläutert und mit den anfänglich aufgestellten Hypothesen abgeglichen werden. Die anhand der prozesshaften Forschungsphasen gefundenen Ergebnisse werden in Bezug zur allgemein aufgestellten Theorie gesetzt. Daten und Fakten anderer Studien werden mit dieser Forschungsstudie in Verbindung gebracht und mit der Theorie über die Struktur der Lebenswelt nach Alfred Schütz verknüpft.

Wie schon aus den einzelnen Stichproben und den Vergleichen in der Auswertung bekannt, werden die soziodemographischen Merkmale an den Anfang gereiht, um einen ersten Überblick zu erlangen. Wie den oben angeführten Hypothesen (H 6.1 – H 6.6) zu entnehmen ist, sind folgende Vergleiche hinsichtlich der soziodemographischen Merkmale besonders interessant:

- Vergleich der Nutzung von Musikdownloads zwischen Männern und Frauen
- Vergleich der abgeschlossenen Ausbildung zwischen DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen
- Vergleich des Alters zwischen Männern und Frauen
- Vergleich des Alters zwischen NutzerInnen von legalen und illegalen Musikdownloadangeboten
- Vergleich der Tätigkeit zwischen NutzerInnen von legalen und illegalen Musikdownloadangeboten

Die Hypothese, dass mehr Männer Musik aus dem Internet herunterladen, kann angenommen werden. Diese geschlechtsspezifische Unterscheidung kann darauf zurück zu führen sein, dass wesentlich weniger Frauen das Internet nützen als Männer. Eine Bestätigung dieser Gedanken findet man in den Studien der Statistik Austria zum IKT-Einsatz (Informations- und Kommunikationstechnologien) in Haushalten im Bereich „Internetnutzer und Internetnutzerinnen“.⁸¹ Der Verweis lässt erkennen, dass im Jahr 2007 insgesamt 75% der befragten Männer und 63,9% der befragten Frauen das Internet für diverse Zwecke nutzen. Laut dieser Interpretation kann man ableiten, dass in der Lebens-

⁸¹ vgl. http://www.statistik.at/web_de/static/internetnutzer_und_internetnutzerinnen_2007_022211.pdf [2008-06-02]

welt der Männer die Internetnutzung und somit auch die Beschäftigung mit Musikdownloadangeboten eine höhere Frequenz aufweist als bei den Frauen.

Der nächste Vergleich hinsichtlich der abgeschlossenen Ausbildung zeigt in Zusammenhang mit der Hypothese H 6.2, dass DownloaderInnen eine minimal höhere Ausbildung aufweisen als Nicht-DownloaderInnen. Eine mögliche Interpretation – jedoch mit Vorsicht zu genießen – wäre, dass DownloaderInnen eventuell aufgrund des Zugangs zu Bildungseinrichtung weniger Scheu vor neuen Technologien haben. Wie schon vorhin, ist es auch bei dieser Interpretation notwendig andere Statistiken mit ähnlichen Auseinandersetzungen heranzuziehen. Wiederum zeigen Nachweise der Statistik Austria, dass der Umgang mit Computer oder Internet mit dem Ausbildungsniveau tendenziell steigt.⁸²

Wie schon vermutet, sind jene ProbandInnen, die Musik aus dem Internet herunterladen, jünger. Hier befindet sich der stärkste Bereich in der Altersgruppe zwischen 20 und 29 Jahren. Die Aufteilung in bezahlte und unbezahlte Musikdownloads aus dem Internet zeigt, dass auch die Hypothesen H 6.5 und H 6.6 bestätigt werden können. NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten sind im Schnitt älter als NutzerInnen von illegalen Angeboten.

7.1 Allgemeine Nutzung von Musik

(Markus Kudler)

Dem ersten Themenblock der allgemeinen Nutzung von Musik zufolge werden die Hypothesen mit der Nummerierung H 1.1 bis H 1.6 überprüft.

Der Vergleich zwischen DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen zeigt, dass die Hypothese über den Besitz eines tragbaren MP3-Abspielgerätes verifiziert werden kann. Es besitzen eindeutig mehr DownloaderInnen einen solchen Gebrauchsgegenstand für das Abspielen von Musik und anderen Hörformaten. Da die Aufteilung der DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen eine ähnliche Fallzahl ergibt, ist es aber auch ein spannendes Ergebnis, dass erstaunlich viele Personen, die keine Musik aus dem Internet herunterladen, einen MP3-Player besitzen, den sie auch regelmäßig verwenden. Wie bereits oben in den Ausführungen bemerkt, müssen diese NutzerInnen andere Quellen zur Beschaffung bzw.

⁸²vgl. http://www.statistik.at/web_de/static/computernutzerinnen_und_computernutzer_internetnutzerinnen_und_internetnut_022209.pdf [2008-06-02]

Umwandlung verwenden, um ein geeignetes Abspielformat für den MP3-Player zu bekommen. Dies wirft nun eine Frage auf: Wie kommen jene Menschen, die keine Musik aus dem Internet herunterladen, zu ihren MP3-Files für Ihren MP3-Player? Für die Beantwortung dieses Zusammenhangs wären weitere Forschungsarbeiten notwendig.

Wie aus den Berichten der „IFPI Austria – Verband der österreichischen Musikwirtschaft“ zu entnehmen ist, dominieren die Einzeltitel-Downloads aus dem Internet (2,2 Millionen Downloads), wobei aber ganze Alben auch sehr beliebt bei den UserInnen sind.⁸³ Oftmals werden diese Downloads auf MP3-Abspieleräte geladen und unterwegs bei verschiedenen Aktivitäten abgespielt. Neben den MP3-Abspielgeräten, welche überwiegend für die Funktion zum Abspielen von Musiktiteln und anderen Hörformaten gedacht sind, haben sich in jüngster Zeit auch Handys mit dieser MP3-Abspielfunktion eingemischt. Schließlich nutzen bereits neun von zehn Österreicherinnen und Österreichern ein Mobiltelefon.⁸⁴ Diese neue Möglichkeit erklärt zumindest die zunehmende Verbreitung von MP3-Playern, jedoch nicht deren regelmäßige Verwendung.

Generell ist zu diesem Nutzungsverhalten zu sagen, dass das Abspielen von Musik mit Hilfe eines tragbaren Gerätes von vielen Menschen betrieben wird. Eine mögliche Schlussfolgerung kann sein, dass das Hören von Musik unterwegs einen großen Stellenwert in der Lebenswelt vieler Menschen einnimmt. Diesen Gedankengang unterstützt weiters die Zusammenhangsauswertung zwischen der Wichtigkeit von Musik im eigenen Leben und dem Besitz eines MP3-Players. Hierbei konnte ein besonders starker Zusammenhang festgestellt werden.

Bei welchen Aktivitäten ein MP3-Player zum Einsatz kommt, ist wiederum eine weitere Anschlussquelle für neue Untersuchungen.

Mehr DownloaderInnen als Nicht-DownloaderInnen aus dem bezahlten Sektor besitzen ein MP3-Abspielgerät. Eine mögliche Interpretation für diesen eindeutigen Unterschied kann sein, dass die ProbandInnen zuerst einen MP3-Player kaufen und dann aufgrund des Zusammenhangs mit einem legalen Downloadangebot (Bsp. MP3-Player der Marke iPod und das dazugehörige Downloadangebot iTunes) zu ihrer Musik für dieses tragbare Abspielgerät kommen.

⁸³ vgl. [http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

⁸⁴ vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html [2008-06-02]

Die durchschnittlichen Ausgaben für Musik im letzten halben Jahr sind nicht unabhängig von der Downloadart. Die Auswertungen zu dieser Hypothese haben ergeben, dass grundsätzlich jene Personen, die bezahlt Musik aus dem Internet herunterladen, auch mehr Geld für Musik im letzten halben Jahr vor dem Befragungszeitpunkt ausgegeben haben. Die Ausgabe von Geld für Musik richtet sich nun auch auf den Bezugspunkt der Ausgabe für Musik im Internet.

Die Hypothese, dass die NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten den Computer eher laufen lassen als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten muss falsifiziert werden. Zwischen den Personengruppen gibt es keine nennenswerten Unterschiede. Der Gedanke zu dieser Hypothese war, dass UserInnen von Tauschbörsen beim Laufenlassen des Computers auch nach Beendigung des Downloads weiterhin „Uploads“ erzeugen, was bei manchen Tauschbörsen Vorteile eröffnet. Nun überrascht es aber, dass auch viele Personen, die ihre Musik legal aus dem Internet herunterladen, ihren Computer weiterlaufen lassen, wenn sie nicht zuhause sind und einige Musiktitel noch nicht fertig heruntergeladen wurden. Der Großteil der legalen Downloadangebote stellt eine besonders schnelle Downloadverbindung zur Verfügung. Dabei entstehen kaum Wartezeiten. Möglicherweise lassen einige NutzerInnen den Computer ohnehin den ganzen Tag durchlaufen, unabhängig davon, ob sie etwas herunterladen oder nicht.

Die Auswahl der Downloadart ist abhängig vom persönlichen Umfeld. Die Auswertung zeigt, dass das nähere Umfeld einen Einfluss darauf hat, ob jemand illegal oder legal Musik aus dem Internet herunterlädt.

In Bezug auf den Musiktasch zeigt sich, dass relativ selten mit Freunden und Bekannten getauscht wird. Jedoch kann die Hypothese, dass mehr NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten Musikfiles tauschen, bestätigt werden.

7.2 Eigene Einstellungen (Bernhard Jäger)

Im Folgend werden die Hypothesen H 2.1 bis H 2.6 überprüft.

Den DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen, die sich an der Untersuchung beteiligten, ist Musik in ihrem täglichen Leben überwiegend sehr bzw. eher wichtig. Dennoch stufen die DownloaderInnen Musik als etwas wichtiger ein als die andere Gruppe.

Wie erwartet beurteilen die Nicht-DownloaderInnen die Vorzüge einer Kauf-CD als etwas wichtiger, während von einem vergleichsweise hohen Prozentsatz der DownloaderInnen diese Vorzüge als gar nicht wichtig bezeichnet werden.

Zwischen den NutzerInnen von legalen und illegalen Musikdownloadangeboten lassen sich keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Wichtigkeit von Musik im täglichen Leben feststellen.

Der durchschnittliche Verkaufspreis wird wie erwartet von den legalen DownloaderInnen deutlich öfter als gerechtfertigt angesehen als dies bei den illegalen DownloaderInnen der Fall ist. Wie jedoch bereits in der Auswertung erwähnt wurde, muss man der häufig nicht hinterfragten Alltagstheorie (Preiseinstufung = Entscheidungskriterium für legalen oder illegalen Musikdownload) sehr vorsichtig begegnen.

Die Qualität eines heruntergeladenen Musikstückes ist für legale wie auch illegale DownloaderInnen entscheidend. Diesbezüglich können keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen gefunden werden. Dies deutet darauf hin, dass die Qualität kaum eine Rolle bezüglich der Auswahl der Downloadart darstellt.⁸⁵

Die Hypothese, dass legale DownloaderInnen die Vorzüge einer Kauf-CD als wichtiger einstufen, konnte im Zuge der Datenanalyse nicht bestätigt werden. In beiden Gruppen sind die Vorzüge etwa gleichvielen wichtig bzw. nicht wichtig. Die Musik-CD verliert zwar zunehmend Marktanteile gegenüber dem digitalen Musikmarkt, dennoch ist sie für viele Personen noch eine wichtige Musikbeschaffungsquelle.

7.3 Allgemeine Einschätzungen

(Bernhard Jäger)

Dieser Abschnitt beschäftigt sich mit den Hypothesen 3.1 bis 3.21.

DownloaderInnen sehen eine geringere Schädigung der Musikschaffenden durch illegale Downloads als Nicht-DownloaderInnen. Dieses Ergebnis ist durchaus nachvollziehbar,

⁸⁵ Hier sollte allerdings bedacht werden, dass es in einer weiterführenden Untersuchung sinnvoll wäre herauszufinden, ob DownloaderInnen bzw. Nicht-DownloaderInnen dasselbe unter Qualität (z.B.: 256 kb/s) verstehen.

wenn man betrachtet, dass ein Großteil der DownloaderInnen illegale Musikdownloadangebote nutzt und ihr Verhalten möglicherweise auf diese Art rechtfertigt.

Auch hinsichtlich des Profits durch legale Downloads zeigt sich ein solches Bild. Während die Nicht-DownloaderInnen einen sehr bzw. eher starken Profit für die Künstler vermuten, gehen die DownloaderInnen häufiger vom Gegenteil aus.

Wie erwartet sieht die Gruppe der DownloaderInnen ein geringeres Risiko einer rechtlichen Verfolgung aufgrund illegaler Musikdownloads. Dies dürfte vor allem deswegen zustande kommen, da gegenüber den DownloaderInnen selbst keine Sanktionen gesetzt wurden und man aus dem persönlichen Umfeld auch keine solchen Fälle kennt. Bisher gab es lediglich ernsthafte rechtliche Schritte gegen jene „Musikpiraten“, die illegale Musikverbreitung in einem gewerblichen Sinne betrieben. Die mediale Abschreckungstaktik von Seiten der Musikindustrie greift also speziell bei privaten MusikdownloaderInnen kaum.

Auch das Risiko einer Gefährdung des Computers durch Viren oder andere schädliche Software wird von den Nicht-DownloaderInnen höher eingestuft. Der überwiegende Anteil der DownloaderInnen scheint gut genug über derartige Gefahren informiert zu sein, um sich dementsprechend davor schützen zu können. Ebenso kann davon ausgegangen werden, dass die Verbreitung schadhafter Software speziell durch Tauschbörsen nicht ganz so dramatisch ist, wie dies oftmals propagiert wird.

Grundlegend wird der Aussage „Ich lade Musik aus dem Internet gegen Bezahlung herunter um den Künstler zu unterstützen“ nur in sehr geringem Maße zugestimmt. Besonders die Nicht-DownloaderInnen meinen am häufigsten, dass dies gar nicht zutrifft. Nicht-DownloaderInnen gehen eher davon aus, dass unentgeltliche Musiktitel nicht zu Probezwecken heruntergeladen werden und auch möglicherweise einen Kauf von Musik nach sich ziehen könnten. Im Gegensatz dazu sehen DownloaderInnen dies offenbar genau umgekehrt.

Entgegen der aufgestellten Hypothese glauben mehr befragte DownloaderInnen nicht, dass Musik, die unbezahlt heruntergeladen wurde, dann auch gekauft wird, falls sie einem gefällt. Das Argument „Musik, die den illegalen DownloaderInnen wirklich gefällt, wird nach dem Probehören auch gekauft“ kann anhand dieser Erhebung nicht bestätigt werden.⁸⁶

⁸⁶ Die Auswertung beschreibt grundlegend die Einschätzung der befragten Personen. Ein direkter Schluss auf das eigentliche Verhalten der Personen ist nur tendenziell zulässig.

Der Aussage „Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen“ wird von beiden Gruppen auf breiter Basis zugestimmt. Für die DownloaderInnen trifft dies sogar in verstärktem Maße zu. Die Bewertung dieser Aussage beschreibt die derzeitige Situation, in der sich Musikindustrie und Kunden bzw. Musikinteressierte befinden, sehr anschaulich. Nicht das Vorgehen selbst gegen Musikpiraterie verärgert die Menschen, sondern eher wie dies von der Musikindustrie medial verbreitet wird. Das Schüren von Ängsten bezieht sich nicht nur auf illegale MusikdownloaderInnen, sondern verschreckt bzw. vergrämt auch potentielle Kunden. Werden Personen immer wieder kriminalisiert (bzw. mit Kriminellen in einen Topf geworfen), werden sie früher oder später kaum noch Skrupel haben, sich auch dementsprechend zu verhalten.

NutzerInnen von legalen wie auch illegalen Downloadangeboten gehen gleichermaßen von einer hohen Schädigung der Musikindustrie durch unbezahlte Musikdownloads aus. Ebenso stufen beide Gruppen weitgehend die Schädigung für den Kunden als gering oder nicht vorhanden ein. Insofern haben die sog. Antipiracy-Strategien der Musikindustrie gegriffen. Der Gedanke einer Schädigung der Industrie wird von den meisten Beteiligten offensichtlich erkannt. Dies allein führt bzw. führte jedoch noch zu keiner nennenswerten Veränderung im Verhalten der DownloaderInnen. Die Schädigung für die Musikschaffenden ist innerhalb beider Gruppen sehr umstritten. Eine klare Tendenz ist sehr schwer auszumachen.

Hinsichtlich des Profits durch legale Musikdownloads lässt sich folgendes anführen: Die DownloaderInnen gehen von einem hohen Profit für die Musikindustrie aus, sind sich aber unklar darüber, ob dieser auch in einem akzeptablen Maß an die Musikschaffenden weitergegeben wird. Für die Kunden sehen hier beide Gruppen keinen nennenswerten Profit. Auch daran sieht man das Kommunikationsproblem zwischen Musikindustrie und (potentiellen) Kunden. Die Musikindustrie konnte die Fülle an Vorteilen, die legale Musikdownloadangebote mit sich bringen könnten, den Zielgruppen nicht umfassend mitteilen bzw. zur Verfügung stellen.

Legale DownloaderInnen stufen die Risiken einer rechtlichen Verfolgung und einer Schädigung des Computers deutlich höher ein als illegale DownloaderInnen. Die darauf abzielenden Hypothesen können also als verifiziert betrachtet werden.

Im Gegensatz zu den illegalen DownloaderInnen meint die Mehrheit der NutzerInnen von legalen Downloads, dass man legal Musik aus dem Internet lädt um den Künstler zu unterstützen. Im Vergleich dazu ist es jedoch interessant, dass sich legale wie illegale DownloaderInnen sehr uneinig darüber sind, inwiefern illegale Musikdownloads den Künstlern schaden.

Es überrascht, dass nicht nur illegale sondern auch legale DownloaderInnen der Aussage „Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören“ etwas abgewinnen können. Beide Gruppen zeigen eine deutliche Zustimmung, wenngleich die illegalen NutzerInnen der Aussage etwas häufiger zustimmen.

Das Statement, dass Musik auch gekauft wird, die bereits zuvor heruntergeladen wurde, wird interessanterweise von den illegalen DownloaderInnen häufiger abgelehnt. Die deutet möglicherweise auf das tatsächliche eigene Verhalten hin.

Die Abneigung von legalen wie illegalen DownloaderInnen zeichnet sich vor allem in der Bewertung der Aussage „Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger, als kreatives Schaffen“ ab. Beide Gruppen stimmten bis auf wenigen Ausnahmen hier sehr bzw. eher zu. Wie bereits oben erwähnt sieht sich die Musikindustrie mit einer deutlichen Imagekrise konfrontiert. Aus einer umfassenderen Perspektive heraus könnte man dies sogar als symptomatisch für den Großteil der Kulturindustrie sehen. Nicht nur die Musik-, sondern auch die Filmindustrie steht dieser Tage einem individualisierten und oftmals auch skeptischeren Publikum gegenüber.⁸⁷ Die Menschen durchschauen zunehmend die Mechanismen wie Musik- bzw. Filmhits „produziert“ werden. Einerseits verlangt man danach, andererseits zeigt sich derzeit auch eine neue Strömung. In den letzten Jahren waren Phänomene zu beobachten, die darauf hinweisen, dass sich im Internet eine eigene, oft schwer nachvollziehbare Dynamik entwickelt. Abseits von den vorgeplanten und mit Millionenbudgets gestützten Großproduktionen der Kulturindustrie erlangen Personen und Werke einfach durch diese Netzdynamik Bekanntheit.⁸⁸

⁸⁷ vgl. Horkheimer / Adorno (1988: 153f)

⁸⁸ Wie entstehen solche Hypes im Netz, wie breiten sie sich aus? Interessanter Ansatz für weitere Arbeiten.

7.4 Technische Ausstattung und Know-how

(Markus Kudler)

Dieser Themenblock beschäftigt sich bei der Zusammenführung der Ergebnisse prinzipiell nur mit dem Know-how der einzelnen Personengruppen. Dabei wurden die Hypothesen mit der Nummerierung H 4.1 und 4.2 herangezogen.

Grundsätzlich ist zu erwähnen, dass NutzerInnen von Musikdownloadangeboten ihre eigenen Computerkenntnisse höher einstufen als jene ProbandInnen, die keine Musik aus dem Internet herunterladen. Die aufgestellte Hypothese kann eindeutig mit den gefundenen Ergebnissen bewiesen werden.

Die Zusammenlegung der Skala von 1 bis 10 in die Kategorien „wenig Computerkenntnisse“, „gute Computerkenntnisse“ und „sehr gute Computerkenntnisse“ zeigt, dass die Hypothese H 4.2 nicht zutrifft. Die Kategorie „sehr gute Kenntnisse“ wird prozentuell von mehr NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten angekreuzt. Dementsprechend weisen diese NutzerInnen eine höhere Computerkenntnisstufe auf als NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten. Bestätigt wird dies auch durch den Blick auf die Kategorie „wenig Computerkenntnisse“. Dabei lassen sich viel weniger ProbandInnen feststellen, die die legale Nutzung vorziehen.

7.5 Wissensfragen

(Markus Kudler)

In diesem Themenbereich waren die ProbandInnen aufgefordert ihr Wissen hinsichtlich der Musikdownloadangebote unter Beweis zu stellen. Die bereits vermutete Hypothese H 5.1 kann anschaulich in Tabelle 55 bestätigt werden. Viel mehr DownloaderInnen geben an, den Unterschied zwischen einem legalen oder illegalen Musikdownloadangebot zu erkennen. Die Unterteilung in NutzerInnen von legalen bzw. illegalen Musikdownloadangeboten aus Hypothese 5.2 (NutzerInnen von illegalen Musikdownloadangeboten können eher unterscheiden, ob ein Musikdownload aus dem Internet legal oder illegal ist, als NutzerInnen von legalen Musikdownloadangeboten) erbrachte keine wesentlichen Unterscheidungen. Hypothese 5.2 trifft also nicht zu. Den Auswertungen zufolge können aber relativ viele Befragte aus den einzelnen Personengruppen unterscheiden, ob ein Musikdownload aus dem Internet legal oder illegal ist.

7.6 Charakteristika

In den nachstehenden zwei Tabellen werden die auffälligsten Entscheidungscharakteristika und Unterscheidungsmerkmale der verschiedenen Personengruppen übersichtlich präsentiert. Die erste Tabelle zeigt die Merkmale im Vergleich zwischen DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen. Die zweite Tabelle unterteilt die DownloaderInnen in jene, die bezahlt und jene, die unbezahlt Musik aus dem Internet herunterladen. Zusammengefasst wird wieder jeder einzelne Themenblock (TB) hinsichtlich der Unterscheidungsmerkmale untersucht.

Legende:

- + eher positiv / eher viele / eher zugestimmt
- ++ sehr positiv / sehr viele / sehr zugestimmt
- (-) eher negativ / eher wenige / eher abgelehnt
- (-)(-) sehr negativ / sehr wenige / sehr abgelehnt

Lesebeispiel

z.B. Mehr ProbandInnen, die Musik aus dem Internet herunterladen (DownloaderInnen), sind im Besitz eines tragbaren MP3-Players als jene, die keine Musik aus dem Internet herunterladen (Nicht-DownloaderInnen).

TB	DownloaderInnen	Merkmale	Nicht-DownloaderInnen
T I	++	MP3-Player	+
T II	++	Wichtigkeit von Musik	+
	(-)	Vorzüge einer Kauf-CD	+
T III	(-)	Unbezahlter Musikdownload - Schädigung Musikschaftenden	+
	(-)	Bezahlter Musikdownload - Profit Musikschaftenden	+
	(-)(-)	Unbezahlter Musikdownload - rechtlich verfolgt zu werden	(-)
	(-)	Unbezahlter Musikdownload - Computer zu schädigen	+
	+	Aussage - unbezahlter Musikdownload - probeweise hören	(-)
T IV	+	Computerkenntnisse	(-)
T V	++	Erkennen legal/illegal	+
T VI	männlich	Geschlechtsvergleich	weiblich
	jünger	Alter	älter

Tabelle 85: Unterscheidungsmerkmale zwischen DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen

TB	legale Nutzung	Merkmale	illegale Nutzung
T I	++	MP3-Player	+
	+	Geld für Musik ausgegeben im letzten halben Jahr	(-)
	B2C	Plattform näheres Umfeld	P2P
T II	+	Preiseinstufung	(-)
T III	+	Unbezahlter Musikdownload - Schädigung Musikschaffende	(-)
	+	Bezahlter Musikdownload - Profit Musikschaffende	(-)
	(-)	Unbezahlter Musikdownload - rechtlich verfolgt zu werden	(-)(-)
	(-)	Unbezahlter Musikdownload - Computer zu schädigen	(-)(-)
	+	Aussage - bezahlter Musikdownload - Künstler unterstützen	(-)
	+	Aussage - unbezahlter Musikdownload - probeweise hören	++
T IV	++	Computerkenntnisse	+
T V	++	Erkennen legal/illegal	+
T VI	älter	Alter	jünger

Tabelle 86: Unterscheidungsmerkmale zwischen NutzerInnen von legalen und illegalen Musikdownloadangeboten

Warum wird nun jedoch von manchen die legale und von anderen die illegale Musikdownloadalternative gewählt? Das Handlungsziel (Um-zu-Motiv) ist klar. Musik soll schnell und einfach bezogen werden. Auf welche Art dies jedoch geschieht, hängt von den Erfahrungen, Einschätzungen und Einstellungen ab. Hier kommen die Weil-Motive ins Spiel.

Folgend sollen mögliche Weil-Motive für jede Gruppe auf den Punkt gebracht werden.

Ich lade Musik auf legalem Weg herunter, weil:

- ich einen MP3-Player besitze und auch verwenden möchte.
- ich gewohnt bin für Musik Geld auszugeben.
- in meinem näheren Umfeld viele Menschen auch legale Musikdownloadangebote nutzen.
- ich den Preis für einen durchschnittlichen Musiktitel als eher gerechtfertigt einstuft.
- ich davon ausgehe, dass der Künstler durch illegale Musikdownloads geschädigt wird.
- ich davon ausgehe, dass der Künstler durch legale Musikdownloads profitiert.

- ich denke, dass für mich ein geringes aber existentes Risiko besteht, bei einem illegalen Musikdownload rechtlich verfolgt zu werden bzw. den Computer zu beschädigen.
- ich den Künstler unterstützen möchte.

Ich lade Musik auf illegalen Weg herunter, weil:

- ich einen MP3-Player besitze und auch verwenden möchte.
- ich gewohnt bin für Musik wenig Geld auszugeben.
- in meinem näheren Umfeld viele Menschen illegale Musikdownloadangebote nutzen.
- ich den Preis für einen durchschnittlichen Musiktitel als weniger gerechtfertigt einstuft.
- ich davon ausgehe, dass der Künstler durch illegale Musikdownloads kaum geschädigt wird.
- ich davon ausgehe, dass der Künstler durch legale Musikdownloads kaum profitiert.
- ich denke, dass für mich kein Risiko besteht, bei einem illegalen Musikdownload rechtlich verfolgt zu werden bzw. den Computer zu beschädigen.
- ich verschiedene Musiktitel probenhören will.

8. Persönliche Reflexion

Die Bearbeitung des Themenkomplexes hat für uns viele neue Perspektiven eröffnet und gezeigt, dass die Probleme zwischen Musikindustrie und Musikpiraterie wesentlich vielschichtiger sind als dies meist propagiert wird. Neben ökonomischen und juristischen Überlegungen stellt sich auch die grundlegende Frage, wie mit geistigem Eigentum sinnvoll und respektabel umgegangen werden soll.

Durch eine gemeinsame Bearbeitung mit arbeitsintensiven Projektphasen konnte eine umfangreiche Forschungsarbeit erstellt werden. Vorteilhaft empfanden wir auch die projektinternen Diskussionen, sei es zum Aufbau oder zu inhaltlichen Aspekten. Dies machte die Bearbeitung zwar zeitintensiver, hob das Niveau jedoch auf eine höhere Stufe, da die Gefahr reduziert wurde, bestimmte Themenbereiche zu einseitig zu betrachten. Den größten Vorteil brachte auf jeden Fall die Möglichkeit, dass die Stärken des Einzelnen gezielt eingesetzt werden konnten, während die Schwächen durch eine sinnvolle Aufteilung bzw. gegenseitige Kontrolle minimiert wurden.

Das Thema ist derart komplex, dass an vielen Stellen eine weiterführende Bearbeitung denkbar gewesen wäre, dies hätte den Rahmen der Arbeit jedoch mehr als gesprengt. Um diese Anknüpfungspunkte nicht unbemerkt zu lassen und sie für mögliche weitere Arbeiten fruchtbar zu machen, weisen wir an vielen Stellen in den Fußnoten darauf hin.

Die Schütztsche Lebenswelttheorie und im Besonderen die Relevanzstrukturen und Motivarten boten eine hervorragende Basis für unsere Fragestellung. Die herausgefilterten Motive sind ein wichtiger Grundbaustein für die Nachvollziehbarkeit der handelnden Akteure. Bisher wurden kaum Hintergründe der Entscheidung zwischen legalem und illegalem Downloadverhalten untersucht. Nach unserem Verständnis muss jedoch genau dort angesetzt werden um die vorherrschenden Probleme zu lösen.

Mit dieser Arbeit soll verdeutlicht werden, dass es Sinn macht, auch in Themengebieten die vor allem durch ökonomische Fragen geprägt sind, soziologische Überlegungen anzustellen. Die Soziologie muss anschlussfähiger werden und beweisen, dass sie auch Lösungen anbieten kann. Oftmals wird gerade in wirtschaftlich dominierten Bereichen vergessen, dass im Mittelpunkt des Interesses immer noch der Mensch steht. Hier kann die Soziologie einen ernst zu nehmenden Beitrag leisten und zeigen, dass sie nicht nur beobachtet, sondern auch Veränderungen bewirken kann.

9. Resümee und Ausblick

Ziel dieser Arbeit war es, ein konfliktbeladenes Feld aus einer neuen Perspektive zu betrachten. Während in anderen Arbeiten zumeist die ökonomischen Fragestellungen vorherrschen, sollte hier den NutzerInnen von legalen und illegalen Downloadangeboten ein Gesicht gegeben werden. Die Erkenntnis von üblichen Merkmalen und möglichen Motiven der einzelnen Gruppen sollte zu einem besseren Verständnis der Gesamtsituation führen.

Das Konstrukt der Lebenswelt nach Schütz ist sehr flexibel hinsichtlich der methodischen Umsetzung. Allerdings muss man sich ständig bewusst sein, dass es unmöglich ist die gesamte Lebenswelt eines Menschen umfassend zu erkennen und zu beschreiben. Es sind zu viele nicht greifbare Variablen darin enthalten. Daher muss man selektieren und sich sehr konkret überlegen, welche Teile der Lebenswelt den größten Einfluss auf den Untersuchungsgegenstand haben und diese nach besten Möglichkeiten erheben. Aus diesem Grunde entwickelten wir die einzelnen Themenblöcke, die unserer Meinung nach am ehesten Einfluss auf die handelnden Personen ausüben. Anhand der Ergebnisse hat sich gezeigt, dass diese Vorgehensweise durchaus ihren Zweck erfüllt, da sie der aktuellen Diskussion eine neue Perspektive verleiht und Anknüpfungspunkte für Lösungen und weitere Untersuchungen liefert.

In erster Linie sollte diese Untersuchung als Ansatzpunkt für weitere Forschungen, die sich mit dem Themenkomplex auseinandersetzen, herangezogen werden. Mit einem geringen Mehraufwand an Ressourcen wäre auch eine Wiederholung der Studie mit kleineren Anpassungen vorstellbar, um beispielsweise die Grundgesamtheit der DownloaderInnen eines Landes repräsentativ zu beschreiben bzw. unterschiedliche Länder vergleichen zu können.

In allen Phasen des Projektzyklus wurde versucht auf Ansätze hinzuweisen, welche zwar nicht direkt in der Arbeit beleuchtet werden konnten, aber für weitere Forschungen und eine detailliertere Beschreibung des Feldes fruchtbar wären.

Nochmals soll angemerkt werden, dass die Probleme zwischen der Musikindustrie und (potentiellen) Kunden prinzipiell aufgrund unzureichender Kommunikation zustande kamen. Langfristige Lösungen werden kaum durch Einschränkungen und rechtliche Maßnahmen erreicht werden können. Vielmehr gilt es die Bedürfnisse der Akteure zu ver-

stehen und die Vorteile eines vernünftigen Umgangs mit geistigem Eigentum her vorzustreichen. Schafft es die Musikindustrie in den kommenden Jahren diesen Zielen mehr Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, wird sich dies nicht nur auf die Umsätze, sondern auch auf deren Image positiv auswirken. Andernfalls werden zukünftige Generationen von Muskschaffenden und Musikbegeisterten eigene Wege der Vermarktung, Rechteverwertung und Distribution beschreiten. Wenn man davon ausgeht, dass physische Datenträger in Zukunft immer unwichtiger werden, die Vernetzung stetig zunimmt und sich die Musikgeschmäcker immer stärker individualisieren, so ist dies durchaus vorstellbar.

Glossar der wichtigsten Begriffe

AKM	Staatlich genehmigte Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger registrierte Genossenschaft mit beschränkter Haftung in Österreich.
Austro-Mechana	Gesellschaft zur Wahrnehmung mechanisch-musikalischer Urheberrechte GesmbH.
B2C	Business-to-Consumer (Geschäftsform zwischen Unternehmen und Privatkunden)
Bandbreite	Ein Maß, wie viele Informationen durch einen Kommunikationskanal in einer bestimmten Zeit übertragen werden können.
Dialup Modem	Gerät zur digitalen Datenübertragung auf einer analogen Leitung
Download	Herunterladen (Datenübertragung von anderen Rechnern auf den lokalen Rechner)
DRM	Digital Rights Management (Digitale Rechte Verwaltung)
DSL / Breitband	Digitaler Teilnehmeranschluss mit Übertragungsrate bis zu 210 Mbit/s
Filesharing	Methode um Dateien (Musik, Filme, Software, etc.) mit anderen TeilnehmerInnen über das Internet auszutauschen.
ftp	File Transfer Protocol (Dateiübertragungsverfahren)
Gnutella	P2P - Netzwerk
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry (Globaler Verband der Phonoindustrie)
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologien
iMesh	P2P - Netzwerk
Independent-Labels	Firmen, die überwiegend unabhängig von den Major-Labels Musik produzieren und vertreiben
ISDN	Integrated Services Digital Network (internationaler Standard für ein digitales Telekommunikationsnetz)
iTunes Musicstore	Zurzeit eine populäre und legale Bezugsquelle für MP3 Dateien.
LSG	Wahrnehmung von Leistungsschutzrechten GesmbH (Österreich)
Major-Labels	Die vier große Tonträgergesellschaften (Universal Music Group, Sony BMG, EMI Group und die Warner Music Group.)

MIT	Massachusetts Institute of Technology
MP3	MPEG 1 Audio Layer 3 – Dateiformat zur Audiokompression
MP3-Player	Abspielgerät für MP3-Dateien
Napster	Eines der ersten (P2P) Filesharing-Programme
OESTIG	Österreichische Interpretengesellschaft
P2P	„Peer-to-Peer“-System, in dem Computer Daten untereinander austauschen können.
RIAA	Recording Industry Association of America – Abkürzung für den Verband der Musikindustrie in Amerika
Tauschbörsen	Siehe Filesharing
Upload	Hochladen (Datenübertragung von lokalen Rechner auf einen anderen Rechner)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 01:	Anteil Musikformate - Basis: Umsatz 2007 zu Handelsabgabepreisen	16
Abbildung 02:	Marktanteile der vier großen Major-Labels in Österreich	17
Abbildung 03:	Zivilverfahren gegen illegale DownloaderInnen.....	22
Abbildung 04:	Verkauf von Leermedien.....	25
Abbildung 05:	Aufbau des Relevanzsystems	31
Abbildung 06:	Einladung für den Onlinefragebogen	43
Abbildung 07:	Balkendiagramm: Familienstand.....	46
Abbildung 08:	Balkendiagramm: Geld für Musik im letzten halben Jahr (D).....	52
Abbildung 09:	Balkendiagramm: Nutzung von Musikdownloadangeboten (D)	53
Abbildung 10:	Balkendiagramm: Verhältnis der genutzten Musikdownloadangebote (D).....	54
Abbildung 11:	Balkendiagramm: Zeitpunkt des Musikdownloads (D).....	54
Abbildung 12:	Balkendiagramm: Anzahl der heruntergeladenen Musiktitel (D).....	55
Abbildung 13:	Balkendiagramm: Anzahl der legal heruntergeladenen Musiktitel (D).....	56
Abbildung 14:	Balkendiagramm: Plattformen für Musikdownloads im näheren Umfeld (D)	56
Abbildung 15:	Balkendiagramm: Musikaustausch mit Freunden und Bekannten (D).....	57
Abbildung 16:	Balkendiagramm: Wichtigkeit Musik (D)	58
Abbildung 17:	Balkendiagramm: Lieblingsgenre (D).....	58
Abbildung 18:	Balkendiagramm: Preisgestaltung (D)	59
Abbildung 19:	Balkendiagramm: Musikqualität (D)	60
Abbildung 20:	Balkendiagramm: Benutzerfreundlichkeit von unbezahlten Musikdownloadangeboten (D).....	61
Abbildung 21:	Balkendiagramm: Vorteile einer Kauf-CD (D).....	62
Abbildung 22:	Balkendiagramm: Schädigung der Musikindustrie (D)	64
Abbildung 23:	Balkendiagramm: Schädigung der Musikschafter (D).....	64
Abbildung 24:	Balkendiagramm: Schädigung der Kunden (D).....	65
Abbildung 25:	Balkendiagramm: Profit der Musikindustrie (D).....	66
Abbildung 26:	Balkendiagramm: Profit der Musikschafter (D).....	66
Abbildung 27:	Balkendiagramm: Profit der Kunden (D).....	67
Abbildung 28:	Balkendiagramm: Risiko rechtlich verfolgt zu werden (D).....	68
Abbildung 29:	Balkendiagramm: Risiko den Computer zu schädigen (D).....	68
Abbildung 30:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 1 (D)	70
Abbildung 31:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 2 (D)	71
Abbildung 32:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 3 (D)	71
Abbildung 33:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 4 (D)	72
Abbildung 34:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 5 (D)	73
Abbildung 35:	Balkendiagramm: Computerkenntnisse (D).....	74
Abbildung 36:	Balkendiagramm: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (D).....	74
Abbildung 37:	Balkendiagramm: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (D).....	75
Abbildung 38:	Balkendiagramm: Unterscheidung legal/illegal (D)	77
Abbildung 39:	Balkendiagramm: MP3-Player-Besitz (ND)	80
Abbildung 40:	Balkendiagramm: Geld für Musik im letzten halben Jahr (ND).....	82
Abbildung 41:	Balkendiagramm: Wichtigkeit Musik (ND).....	84

Abbildung 42:	Balkendiagramm: Musikgenres (ND).....	85
Abbildung 43:	Balkendiagramm: Preis für einen Musiktitledownload (ND).....	85
Abbildung 44:	Balkendiagramm: Musikqualität (ND)	86
Abbildung 45:	Balkendiagramm: Vorteile einer Kauf-CD (ND)	87
Abbildung 46:	Balkendiagramm: Schädigung der Musikindustrie (ND)	88
Abbildung 47:	Balkendiagramm: Schädigung der Musikschafter (ND).....	88
Abbildung 48:	Balkendiagramm: Schädigung der Kunden (ND).....	89
Abbildung 49:	Balkendiagramm: Profit der Musikindustrie (ND).....	90
Abbildung 50:	Balkendiagramm: Profit der Musikschafter (ND).....	90
Abbildung 51:	Balkendiagramm: Profit der Kunden (ND).....	91
Abbildung 52:	Balkendiagramm: Risiko rechtlich verfolgt zu werden (ND).....	92
Abbildung 53:	Balkendiagramm: Risiko den Computer zu schädigen (ND)	92
Abbildung 54:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 1 (ND).....	94
Abbildung 55:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 2 (ND)	94
Abbildung 56:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 3 (ND).....	95
Abbildung 57:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 4 (ND).....	95
Abbildung 58:	Balkendiagramm: Aussagebewertung 5 (ND).....	96
Abbildung 59:	Balkendiagramm: Internetzugang (ND)	97
Abbildung 60:	Balkendiagramm: Computerkenntnisse (ND).....	97
Abbildung 61:	Balkendiagramm: Erfahrungen mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (ND).....	98
Abbildung 62:	Balkendiagramm: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (ND).....	99
Abbildung 63:	Balkendiagramm: Musikdownload – legal/illegal (ND).....	100
Abbildung 64:	Balkendiagramm: Nutzung von Musikdownloadangeboten – legal/illegal.....	115

Tabellenverzeichnis

Tabelle 01:	Themenblock 1: Allgemeine Nutzung von Musik	38
Tabelle 02:	Themenblock 2: Eigene Einstellungen	39
Tabelle 03:	Themenblock 3: Allgemeine Einschätzungen	40
Tabelle 04:	Themenblock 4: Technische Ausstattung und Know-how	40
Tabelle 05:	Themenblock 5: Wissensfragen	41
Tabelle 06:	Themenblock 6: Soziodemographische Merkmale	41
Tabelle 07:	Häufigkeitsauszählung: Alter	45
Tabelle 08:	Häufigkeitsauszählung: Schulbildung	47
Tabelle 09:	Häufigkeitsauszählung: Tätigkeit	47
Tabelle 10:	Häufigkeitsauszählung: Ortsgröße	48
Tabelle 11:	Häufigkeitsauszählung: Land	48
Tabelle 12:	Häufigkeitsauszählung: Geld	48
Tabelle 13:	Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – Musik machen	50
Tabelle 14:	Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – MP3-Player-Besitz	50
Tabelle 15:	Kreuztabelle: Geld für Musik im letzten halben Jahr – Verfügbares Geld pro Monat	51
Tabelle 16:	Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – Geld für Musik im letzten halben Jahr	52
Tabelle 17:	Kreuztabelle: Geld für Musik im letzten halben Jahr – Tätigkeit	52
Tabelle 18:	Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – Musikqualität	60
Tabelle 19:	Kreuztabelle : Wichtigkeit von Musik – Vorzüge Kauf-CD	62
Tabelle 20:	Kreuztabelle: Geld für Musik im letzten halben Jahr – Vorzüge Kauf-CD	63
Tabelle 21:	Kreuztabelle: Computerkenntnisse – Risiko Computerschädigung	69
Tabelle 22:	Häufigkeitsauszählung: Internetzugang	73
Tabelle 23:	Kreuztabelle: Computerkenntnisse – Erfahrungen mit bezahlten Musikdownloads	75
Tabelle 24:	Kreuztabelle: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloads – Computerkenntnisse	76
Tabelle 25:	Häufigkeitsauszählung: Musikstücke urheberrechtlich geschützt?	76
Tabelle 26:	Häufigkeitsauszählung: Lied im Radio – Angebot auf Tauschbörse legal / illegal?	77
Tabelle 27:	Kreuztabelle: Erfahrung mit unbezahlten Downloadangeboten – Unterscheidung legale/illegale Angebote	78
Tabelle 28:	Kreuztabelle: MP3-Player-Besitz – Wichtigkeit Musik	81
Tabelle 29:	Kreuztabelle: MP3-Player_Besitz – Altersgruppe	81
Tabelle 30:	Kreuztabelle: Geldausgabe für Musik im letzten halben Jahr – Wichtigkeit Musik	83
Tabelle 31:	Kreuztabelle: Geldausgabe für Musik im letzten halben Jahr – Vorteile einer Kauf-CD	83
Tabelle 32:	Kreuztabelle: Erfahrung mit legalen Musikdownloads – Computerkenntnisse	99
Tabelle 33:	Kreuztabelle: Erfahrung mit illegalen Musikdownloads – Computerkenntnisse	100
Tabelle 34:	Häufigkeitsauszählung: Lied im Radio – Angebot auf Tauschbörse legal/illegal	101
Tabelle 35:	Kreuztabelle: Geschlecht – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen....	102
Tabelle 36:	Kreuztabelle: Ausbildung – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen...	102

Tabelle 37:	Kreuztabelle: Familienstand - DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	103
Tabelle 38:	Kreuztabelle: Alter – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	103
Tabelle 39:	Kreuztabelle: MP3-Player Besitz – DownloaderInnen/Nicht- DownloaderInnen.....	104
Tabelle 40:	Kreuztabelle: Musikdownloadangebote im näheren Umfeld – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	104
Tabelle 41:	Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	105
Tabelle 42:	Kreuztabelle: Vorteile einer Kauf-CD – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	105
Tabelle 43:	Kreuztabelle: Schädigung Musikschaaffende – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	106
Tabelle 44:	Kreuztabelle: Profit Musikschaaffende – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	106
Tabelle 45:	Kreuztabelle: Risiko rechtlich verfolgt zu werden – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	107
Tabelle 46:	Kreuztabelle: Risiko den Computer zu schädigen – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	107
Tabelle 47:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 1 – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	108
Tabelle 48:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 2 – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	108
Tabelle 49:	Kreuztabellen: Aussagebewertung 3 – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	109
Tabelle 50:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 4 – DownloaderInnen/NichtdownloaderInnen.....	109
Tabelle 51:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 5 – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	110
Tabelle 52:	Kreuztabelle: Computerkenntnisse – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	110
Tabelle 53:	Kreuztabelle: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	110
Tabelle 54:	Kreuztabelle: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	111
Tabelle 55:	Kreuztabelle Unterscheidung legal/illegal – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	111
Tabelle 56:	Kreuztabelle: Situation – DownloaderInnen/Nicht-DownloaderInnen.....	112
Tabelle 57:	Kreuztabelle: Geschlecht – legal/illegal.....	113
Tabelle 58:	Kreuztabelle: Alter – legal/illegal.....	113
Tabelle 59:	Kreuztabelle: Tätigkeit – legal/illegal.....	114
Tabelle 60:	Kreuztabelle: MP3-Player-Besitz – legal/illegal.....	115
Tabelle 61:	Kreuztabelle: Geldausgabe für Musik im letzten halben Jahr – legal/illegal.....	116
Tabelle 62:	Kreuztabelle: Plattformen für Musikdownload im näheren Umfeld – legal/illegal.....	117
Tabelle 63:	Kreuztabelle: Musikaustausch – legal/illegal.....	117
Tabelle 64:	Kreuztabelle: Wichtigkeit Musik – legal/illegal.....	118
Tabelle 65:	Kreuztabelle: Preis für Musikdownload – legal/illegal.....	119
Tabelle 66:	Kreuztabelle: Musikqualität – legal/illegal.....	120
Tabelle 67:	Kreuztabelle: Vorteile einer Kauf-CD – legal/illegal.....	120

Tabelle 68:	Kreuztabelle: Schädigung Musikschafternde – legal/illegal	121
Tabelle 69:	Kreuztabelle: Schädigung Kunden – legal/illegal	122
Tabelle 70:	Kreuztabelle: Profit Musikschafternde – legal/illegal	122
Tabelle 71:	Kreuztabelle: Profit Kunden – legal/illegal	123
Tabelle 72:	Kreuztabelle: Risiko rechtlich verfolgt zu werden – legal/illegal	123
Tabelle 73:	Kreuztabelle: Risiko den Computer zu schädigen – legal/illegal.....	124
Tabelle 74:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 1 – legal/illegal	124
Tabelle 75:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 2 – legal/illegal	125
Tabelle 76:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 3 – legal/illegal	125
Tabelle 77:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 4 – legal/illegal	126
Tabelle 78:	Kreuztabelle: Aussagebewertung 5 – legal/illegal	127
Tabelle 79:	Kreuztabelle: Computerkenntnisse – legal/illegal.....	127
Tabelle 80:	Kreuztabelle: Erfahrung mit legalen Downloads – legal/illegal	128
Tabelle 81:	Kreuztabelle: Erfahrung mit illegalen Downloads – legal/illegal	128
Tabelle 82:	Kreuztabelle: Musikstücke urheberrechtlich geschützt? – legal/illegal	129
Tabelle 83:	Kreuztabelle: Unterschied Musikdownloadangebote – legal/illegal.....	129
Tabelle 84:	Kreuztabelle: Kontrollefrage – legal/illegal	130
Tabelle 85:	Unterscheidungsmerkmale zwischen DownloaderInnen und Nicht-DownloaderInnen	140
Tabelle 86:	Unterscheidungsmerkmale zwischen NutzerInnen von legalen und illegalen.....	141

Literaturverzeichnis

Becker, Jan U. / Clement, Michel / Schusser, Oliver (2005): Peer-to-Peer-Netzwerke und die Generation Napster. In: Clement, Michel / Schusser, Oliver (2005): Ökonomie der Musikindustrie. Deutscher Universitäts-Verlag/GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden. S. 201-228.

Bischof, Daniela (1999): Musik im Zeitalter ihrer Digitalisierbarkeit. Das Internet musikalischer Selbstbedienungsladen oder Musikmarkt der Zukunft? Wien. 132 S.

Diederichsen, Detlef (2001): Zukunftsmusik. In: Flender, Reinhard / Lampson, Elmar (2001): Copyright. Musik im Internet. Kulturverlag Kadmos. Berlin. S. 142-151.

Esser, Hartmut (1991): Alltagshandeln und Verstehen. Zum Verhältnis von erklärender und verstehender Soziologie am Beispiel von Alfred Schütz und "Rational Choice". Mohr. Tübingen. 110 S.

Friedrichsen, Mike / Gerloff, Daniel / Grusche, Till (2004): Die Zukunft der Musikindustrie. Reinhard Fischer. München. 227S.

Horkheimer, Max / Adorno, Theodor (1988): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. 16. Aufl. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 275 S.

Jäger, Bernhard (2007): Motive Jugendlicher und junger Erwachsener für die Nutzung illegaler Musikdownloadangebote. Bakkalaureatsarbeit. Wien. 63 S.

Jäger, Bernhard (2006): Piraten im Netz (der Musikindustrie). Eine thematische Auseinandersetzung mit den Antipiracy-Strategien der Musikindustrie, im Hinblick auf die Gegenstrategien der Raubkopierszene. Bakkalaureatsarbeit. Wien. 41 S.

Krömer, Jan / Sen, Evrim (2006): No Copy. Die Welt der digitalen Raubkopie. Tropen Verlag. Leipzig. 304 S.

Passman, Donald / Herrmann, Wolfram (2004): Alles, was Sie über das Musikbusiness wissen müssen. Erfolgreich verhandeln, Verträge gestalten, Auftritte organisieren, Finanzen managen. Schäffer-Poeschel Verlag. Stuttgart. 434 S.

Peer, Ralph II (2001): Kleine Geschichte des Copyrights. In: Flender, Reinhard / Lampson, Elmar (Hg.): Copyright - Musik im Internet. Kulturverlag Kadmos. Berlin. S.39-47.

Röttgers, Janko (2003): Mix, Burn & RIP. Das Ende der Musikindustrie. Heise Zeitschriften Verlag. Hannover. 183 S.

Schütz, Alfred / Luckmann, Thomas (1994a): Strukturen der Lebenswelt. Band 1. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main. 396 S.

Schütz, Alfred / Luckmann, Thomas (1994b): Strukturen der Lebenswelt. Band 2. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main. 414 S.

Schütz, Alfred (1993): Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie. Suhrkamp. Frankfurt am Main. 352 S.

Smudits, Alfred (2006): Wandlungsprozesse der Musikkultur. In: de la Motte Haber, Helga / Neuhoff, Hans (Hg.) (2006): Musiksoziologie (Handbuch der systematischen Musikwissenschaft 4). Laaber Verlag. Laaber. S. 111-145.

Srubar, Ilja (1988): Kosmion. Die Genese der pragmatischen Lebenswelttheorie von Alfred Schütz und ihr anthropologischer Hintergrund. Suhrkamp. Frankfurt am Main. 350 S.

van Dyk, Tim (2005): Einfluss neuer Technologien auf die Wertschöpfungskette in der Musikindustrie. In: Clement, Michel / Schusser, Oliver (2005): Ökonomie der Musikindustrie. Deutscher Universitäts-Verlag/GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden. S. 187-200.

Weisswasser, Barbara (2004): Zur Theorie der Relevanz bei Alfred Schütz. Diplomarbeit. Wien. 125 S.

Linkverzeichnis

AKM:

<http://www.akm.co.at/> [2008-06-02]

Austro Mechana:

http://www.aume.at/show_content2.php?s2id=57 [2008-06-02]

http://www.aume.at/show_content2.php?s2id=1 [2008-06-02]

Fraunhofer Institut:

<http://www.iis.fraunhofer.de/fhg/iis/bf/amm/> [2008-06-02]

IFPI:

<http://www.ideensindetwaswert.at> [2008-06-02]

<http://www.ifpi.at/?section=inhalt&inhaltid=5> [2008-06-02]

http://www.ifpi.at/uploads/Digital_Music_Report_2008.pdf [2008-06-02]

[http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007\(1\).pdf](http://www.ifpi.at/uploads/IFPI_Marktbericht_2007(1).pdf) [2008-06-02]

http://www.ifpi.org/content/section_statistics/index.html [2008-06-02]

http://www.musikindustrie.de/uploads/media/5_Musikkopien.pdf [2008-06-02]

iRights: Urheberrechte in der digitalen Welt

<http://www.iriights.de/index.php?id=140> [2008-06-02]

ORF Mediaresearch:

http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?internet/internet_aim.htm [2008-06-02]

Statistik Austria:

http://www.statistik.at/web_de/static/studierende_in_oesterreich_im_wintersemester_2006_07_021634.pdf [2008-06-02]

http://www.statistik.at/web_de/static/internetnutzer_und_internetnutzerinnen_2007_02221_1.pdf [2008-06-02]

http://www.statistik.at/web_de/static/internetnutzer_und_internetnutzerinnen_2007_02221_1.pdf [2008-06-02]

[http://www.statistik.at/web_de/static/online-shopper die folgende waren und dienstleistungen fuer private zwecke 022211.pdf](http://www.statistik.at/web_de/static/online-shopper_die_folgende_waren_und_dienstleistungen_fuer_private_zwecke_022211.pdf) [2008-06-02]

[http://www.statistik.at/web_de/static/computernutzerinnen und computernutzer internetnutzerinnen und internetnut 022209.pdf](http://www.statistik.at/web_de/static/computernutzerinnen_und_computernutzer_internetnutzerinnen_und_internetnut_022209.pdf) [2008-06-02]

[http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz in haushalten/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html) [2008-07-02]

[http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz in haushalten/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html) [2008-06-02]

Studien:

Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in Deutschland 2003

ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gutachten/ZEW-IKT_TLF04.pdf [2008-06-02]

- Studien/Studierende Statistik:

http://studieren.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/studentpoint/statistik/studstat1_2007W.pdf [2008-06-02]

- The Effect of File Sharing on Record Sales

http://www.unc.edu/~cigar/papers/FileSharing_June2005_final.pdf [2008-06-02]

- The Impact of Music Downloads and P2P File-Sharing on the Purchase of Music: A Study for Industry Canada

[http://www.ic.gc.ca/epic/site/ipdd-dppi.nsf/vwapj/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf/\\$FILE/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf](http://www.ic.gc.ca/epic/site/ipdd-dppi.nsf/vwapj/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf/$FILE/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf) [2008-06-02]

- IPI Policy Report #188 - The True Cost of Sound Recording Piracy to the U.S. Economy

[http://www.ipi.org/ipi%5CIPublications.nsf/PublicationLookupFullTextPDF/51CC65A1D4779E408625733E00529174/\\$File/SoundRecordingPiracy.pdf?OpenElement](http://www.ipi.org/ipi%5CIPublications.nsf/PublicationLookupFullTextPDF/51CC65A1D4779E408625733E00529174/$File/SoundRecordingPiracy.pdf?OpenElement) [2008-06-02]

- The Impact of Digital File Sharing on the Music Industry:

<http://norbertmichel.com/files/EmpiricalPaperAug2006.pdf> [2008-06-02]

Telepolis:

<http://www.heise.de/tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/23/23267/1.html&words=DRM> [2008-06-02]

Weitere Internetquellen:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Hauptseite> [2008-06-02]

<http://de.youtube.com/> [2008-06-02]

<http://dl.nin.com/theslip/signup> [2008-06-02]

<http://www.apple.com/de/itunes/store> [2008-06-02]

<http://www.myspace.com/> [2008-06-02]

<http://www.nolabel.at/> [2008-06-02]

[http://www.nolabel.at/index.php?id=89&tx_ttnews\[pointer\]=1&tx_ttnews\[tt_news\]=240&tx_ttnews\[backPid\]=45&cHash=17484755e5](http://www.nolabel.at/index.php?id=89&tx_ttnews[pointer]=1&tx_ttnews[tt_news]=240&tx_ttnews[backPid]=45&cHash=17484755e5) [2008-06-02]

<http://www.soz.univie.ac.at/> [2008-06-02]

<http://www.stereoverve.com/> [2008-06-02]

<http://www.studivz.net/> [2008-06-02]

<http://www.vstulln1.ac.at/> [2008-06-02]

Anhang

Anhang A: Fragebogen

Musikdownload	
Gruppe	
* 01: Wie wichtig ist Musik in Ihrem täglichen Leben?	Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen
	<input type="checkbox"/> sehr wichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> weniger wichtig <input type="checkbox"/> gar nicht wichtig <input type="checkbox"/> weiß nicht
* 02: Spielen oder machen Sie regelmäßig selbst Musik? (Spielen eines Musikinstrumentes, Musikerstellung mittels Computersoftware)	Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen
	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
* 03: Besitzen Sie einen tragbaren MP3-Player den Sie regelmäßig verwenden?	Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen
	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
* 04: Folgend finden Sie eine grobe Gliederung von Musikgenres. Bitte wählen Sie nur eine Kategorie aus, die Ihrem Lieblingsgenre am Nächsten kommt:	Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen
	<input type="checkbox"/> Klassik <input type="checkbox"/> Pop <input type="checkbox"/> Rock <input type="checkbox"/> Hard & Heavy/Metal <input type="checkbox"/> Alternative/Indie <input type="checkbox"/> Elektronische Musik <input type="checkbox"/> R&B/Soul/Funk <input type="checkbox"/> Rap/HipHop <input type="checkbox"/> Jazz/Blues <input type="checkbox"/> Country/Western/Folk <input type="checkbox"/> Volksmusik/Volkstümliche Musik/Schlager <input type="checkbox"/> Reggae <input type="checkbox"/> Sonstiges <input style="width: 100px;" type="text"/>
* 05: Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CD`s, Musikdownloads, Konzerte, usw.)	Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen
	<input type="checkbox"/> nichts <input type="checkbox"/> weniger als 50 Euro <input type="checkbox"/> zwischen 50 und 100 Euro <input type="checkbox"/> zwischen 101 und 200 Euro <input type="checkbox"/> zwischen 201 und 500 Euro <input type="checkbox"/> mehr als 500 Euro <input type="checkbox"/> keine Angabe
* 06: Nutzen Sie derzeit Musikdownloadangebote im Internet?	Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen
	<input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja gegen Bezahlung (iTunes, etc.) <input type="checkbox"/> ja unbezahlt (z.B. Tauschbörsen) <input type="checkbox"/> ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' war bei der Frage '06 ']

* 06a: Sie haben angegeben bezahlte und unbezahlte Musikdownloadangebote zu nützen. Bitte geben Sie an in welchem Verhältnis diese zu einander stehen? (Beispiel: Ich nütze zu 50% bezahlte und zu 50% unbezahlte Musikdownloadangebote aus dem Internet)

Beispiel: Nützen Sie beide Musikdownloadangebote (also bezahlte und unbezahlte) gleichermaßen, so wählen Sie die Kategorie 50% : 50%. Nützen sie hingegen mehr bezahlte Angebote, so wählen sie eine passende Kategorie auf der linken Seite der vorgegebenen Skala. Nützen sie hingegen mehr unbezahlte Angebote, so wählen sie eine passende Kategorie auf der rechten Seite der vorgegebenen Skala.

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	bezahlt:unbezahlt (90%:10%)	bezahlt:unbezahlt (50%:50%)	unbezahlt:bezahlt (90%:10%)
Auswahl	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' oder " oder 'ja unbezahlt (zB. Tauschbörsen)' oder " oder 'ja gegen Bezahlung (iTunes, etc.)' war bei der Frage '06 ']

07: Welche Möglichkeit nützen Sie vorwiegend für das Herunterladen von Musik? (zB. bittorrent, iTunes, usw.)

Bitte geben Sie hier den Namen des Musikdownloadprogrammes bzw. Anbieters an, welchen Sie am häufigsten nutzen.

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' oder " oder 'ja unbezahlt (zB. Tauschbörsen)' oder " oder 'ja gegen Bezahlung (iTunes, etc.)' war bei der Frage '06 ']

*** 08: Lassen Sie Ihren Computer eingeschaltet, wenn Musikdateien noch nicht fertig heruntergeladen sind und Sie ein paar Stunden nicht zu Hause sind?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- Ja
 Nein

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' oder " oder 'ja unbezahlt (zB. Tauschbörsen)' oder " oder 'ja gegen Bezahlung (iTunes, etc.)' war bei der Frage '06 ']

*** 09: Zu welchen der angeführten Zeitpunkten laden Sie vorwiegend Musik aus dem Internet herunter?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- Vormittag
 Nachmittag
 Abend
 Nacht
 durchgehend
 tageszeitunabhängig

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' oder " oder 'ja unbezahlt (zB. Tauschbörsen)' oder " oder 'ja gegen Bezahlung (iTunes, etc.)' war bei der Frage '06 ']

*** 10: Sind jene Musikstücke die Sie über das Internet beziehen überwiegend urheberrechtlich geschützt?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- ja
 teils teils
 nein
 weiß nicht

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja gegen Bezahlung (iTunes, etc.)' oder " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' oder " oder 'ja unbezahlt (zB. Tauschbörsen)' war bei der Frage '06 ']

*** 11: Wie viele Musikstücke laden Sie durchschnittlich pro Monat herunter?**

Bitte geben Sie die ungefähre Anzahl der heruntergeladenen Einzeltitel an. Wenn die Anzahl von Monat zu Monat variiert, so versuchen Sie bitte einen Mittelwert anzugeben.

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' war bei der Frage '06 ']

*** 11a: Wie viele der vorhin angegebenen Musikstücke laden Sie gegen Bezahlung herunter?**

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

*** 12: Welche der folgenden Plattformen für Musikdownloadangebote wird in Ihrem näheren Umfeld (Freunde, Bekannte, Kollegen, Familie usw.) vorwiegend genutzt?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- peer to peer (p2p: Tauschbörsen)
 business to consumer (b2c: iTunes, usw.)
 weiß nicht

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' oder " oder 'ja unbezahlt (zB. Tauschbörsen)' oder " oder 'ja gegen Bezahlung (iTunes, etc.)' war bei der Frage '06 ']

*** 13: Wie oft tauschen Sie die Musikfiles die Sie über das Internet beziehen mit Ihren Freunden und Bekannten?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- sehr oft
 oft
 selten
 nie

* 14: Wie gerechtfertigt stufen Sie den Preis von 0,99€/Musikstück für einen legalen Musikdownload ein?

Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen

- sehr gerechtfertigt
- eher gerechtfertigt
- weniger gerechtfertigt
- gar nicht gerechtfertigt
- weiß nicht

* 15: Wie wichtig ist für Sie die Musikqualität (Bitrate) eines heruntergeladenen Musikstücks aus dem Internet?

Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen

- sehr wichtig
- eher wichtig
- weniger wichtig
- gar nicht wichtig
- weiß nicht

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' oder " oder 'ja gegen Bezahlung (iTunes, etc.)' war bei der Frage '06 ']

* 16: Wie wichtig ist für Sie die Benutzerfreundlichkeit der Software/Website, wenn Sie Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunterladen?

Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen

- sehr wichtig
- eher wichtig
- weniger wichtig
- gar nicht wichtig
- weiß nicht

[Bitte beantworten Sie diese Frage nur, falls ihre Antwort " oder 'ja beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)' oder " oder 'ja unbezahlt (zB. Tauschbörsen)' war bei der Frage '06 ']

* 17: Wie wichtig ist für Sie die Benutzerfreundlichkeit der Software/Website, wenn Sie Musik unbezahlt aus dem Internet herunterladen?

Bitte nur eine Antwort aus folgenden Möglichkeiten wählen

- sehr wichtig
- eher wichtig
- weniger wichtig
- gar nicht wichtig
- weiß nicht

* 18: Unbezahlter Musikdownload (zB. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die:

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr stark	eher stark	eher schwach	gar nicht	hab ich mir noch nicht überlegt
Musikindustrie	<input type="checkbox"/>				
Musikschaffenden	<input type="checkbox"/>				
Kunden	<input type="checkbox"/>				

* 19: Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlichen Musikstücken profitiert:

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr stark	eher stark	eher schwach	gar nicht	hab ich mir noch nicht überlegt
Musikindustrie	<input type="checkbox"/>				
Musikschaffenden	<input type="checkbox"/>				
Kunden	<input type="checkbox"/>				

* 20: Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (zB. Tauschbörsen) ein?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr hoch	eher hoch	eher niedrig	sehr niedrig	kein Risiko	weiß nicht
rechtlich verfolgt zu werden:	<input type="checkbox"/>					
den Computer zu schädigen (Viren, Trojaner, Würmer, usw.)	<input type="checkbox"/>					

* 21: Wie hoch stufen Sie die Angst im engeren Umkreis (Freunde, Bekannte usw.) ein, bei einem unbezahlten Musikdownload (zB. Tauschbörsen) rechtlich verfolgt zu werden?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	sehr hoch	eher hoch	eher niedrig	sehr niedrig	laden keine Musik herunter	weiß nicht
Familie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Freunde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Bekannte (Arbeitskollegen etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

* 22: Kauft man eine CD in einem Laden, so erhält man neben dem Datenträger oftmals auch ein Booklet mit Lyrics und zusätzlichen Informationen bzw. weiteres Bonusmaterial. Diese Vorzüge eines greifbaren Produkts fallen bei Musikdownloads aus dem Internet großteils weg. Wie wichtig sind Ihnen die Vorzüge einer CD im Gegensatz zu Musikdateien aus dem Internet?

- Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen
- sehr wichtig
 - eher wichtig
 - weniger wichtig
 - gar nicht wichtig
 - weiß nicht

* 23: Können Sie unterscheiden, ob Musikdownloadangebote im Internet legal oder illegal sind?

- Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen
- ja
 - teils teils
 - nein
 - weiß nicht

* 24: Stellen Sie sich folgende Situation vor: Ein Lied eines populären Künstlers, dass sie so eben im Radio gehört haben wird auf einer Tauschbörse als Download angeboten. Denken Sie, dass das Herunterladen dieser Datei legal oder illegal ist?

- Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen
- legal
 - illegal

* 25: Bewerten Sie bitte folgende Aussagen:

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	stimme sehr zu	stimme eher zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu	weiß nicht
Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen:	<input type="checkbox"/>				
Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören:	<input type="checkbox"/>				
Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch:	<input type="checkbox"/>				
Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger, als kreatives Schaffen:	<input type="checkbox"/>				
Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler:	<input type="checkbox"/>				

* 26: Ich benütze hauptsächlich folgenden Internetzugang:

- Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen
- Dialup Modem (56k Modem)
 - ISDN
 - DSL / Breitband (zB Chello)
 - weiß nicht

* 27: Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein:

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus

	keine Kenntnisse			gute Kenntnisse			Expertenkenntnisse
Computerkenntnisse	<input type="checkbox"/>						
Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (Tauschbörsen: zB bittorrent, eMule, usw.)	<input type="checkbox"/>						
Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (zB iTunes, usw.)	<input type="checkbox"/>						

* 28: Geschlecht:

- Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen
- Weiblich
 - Männlich

* 29: Wie alt sind Sie?

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier

* 30: Bitte geben Sie Ihren derzeitigen Familienstand an:

- Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen
- Single
 - in einer Partnerschaft
 - verheiratet
 - geschieden
 - verwitwet

*** 31: Höchste abgeschlossene Ausbildung?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- Hauptschule bz w. Realschule ohne Lehre
 - Hauptschule bz w. Realschule mit Lehre
 - Fachschulabschluss (Handelsschule, Berufsbildende mittlere Schule)
 - Abitur/Matura
 - Hochschulabschluss
-

*** 32: Welcher Tätigkeit gehen Sie derzeit vorwiegend nach?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- Schüler/in
 - Student/in
 - berufstätig
 - Zivildienst
 - Präsenzdienst
 - arbeitslos
 - in Pension
 - Hausfrau, Hausmann
-

*** 33: Wie viele Einwohner hat die Ortschaft bzw. Stadt in der Sie leben?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- bis 3.000 Einwohner
 - zwischen 3.001 und 20.000 Einwohner
 - zwischen 20.001 und 500.000 Einwohner
 - zwischen 500.001 - 1 Mio. Einwohner
 - über 1 Mio. Einwohner
-

34: Wie viel Geld haben Sie im Monat nach Abzug aller Fixkosten durchschnittlich zur Verfügung?

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- unter 50 Euro
 - 51-100 Euro
 - 101-300 Euro
 - 301-500 Euro
 - 501-1000 Euro
 - mehr als 1000 Euro
-

*** 35: In welchem Land leben Sie?**

Bitte **nur eine Antwort** aus folgenden Möglichkeiten wählen

- Österreich
 - Deutschland
 - Schweiz
 - Sonstiges
-

36: Hier finden Sie Platz für weitere Anregungen und Kommentare zum Fragebogen.

Bitte schreiben Sie Ihre Antwort hier:

Anhang B: Auswertungen

Tabellenverzeichnis Anhang

Tabelle Anhang 01:	Geschlecht	169
Tabelle Anhang 02:	Familienstand	169
Tabelle Anhang 03:	Häufigkeitsauszählung: Geld für Musik im letzten halben Jahr (D)	169
Tabelle Anhang 04:	Häufigkeitsauszählung: Nutzung von Musikdownloadangeboten (D)	169
Tabelle Anhang 05:	Häufigkeitsauszählung: Verhältnis der genutzten Musikdownloadangebote (D)	170
Tabelle Anhang 06:	Häufigkeitsauszählung: Zeitpunkt des Musikdownloads	170
Tabelle Anhang 07:	Häufigkeitsauszählung: Anzahl der heruntergeladenen Musiktitel	171
Tabelle Anhang 08:	Häufigkeitsauszählung: Anzahl der legal heruntergeladenen Musik	172
Tabelle Anhang 09:	Häufigkeitsauszählung: Plattformen für Musikdownloads im näheren Umfeld	172
Tabelle Anhang 10:	Häufigkeitsauszählung: Musiktausch mit Freunden und Bekannten	172
Tabelle Anhang 11:	Häufigkeitsauszählung: Wichtigkeit Musik	173
Tabelle Anhang 12:	Häufigkeitsauszählung: Lieblingsgenre	173
Tabelle Anhang 13:	Häufigkeitsauszählung: Preisgestaltung	173
Tabelle Anhang 14:	Häufigkeitsauszählung: Musikqualität	174
Tabelle Anhang 15:	Häufigkeitsauszählung: Benutzerfreundlichkeit von unbezahlten Musikdownloadangeboten	174
Tabelle Anhang 16:	Häufigkeitsauszählung: Benutzerfreundlichkeit von unbezahlten Musikdownloadangeboten	174
Tabelle Anhang 17:	Häufigkeitsauszählung: Vorteile einer Kauf-CD	175
Tabelle Anhang 18:	Häufigkeitsauszählung: Schädigung Musikindustrie	175
Tabelle Anhang 19:	Häufigkeitsauszählung: Schädigung Musikschaftenden	175
Tabelle Anhang 20:	Häufigkeitsauszählung: Schädigung Kunden	175
Tabelle Anhang 21:	Häufigkeitsauszählung: Profit Musikindustrie	176
Tabelle Anhang 22:	Häufigkeitsauszählung: Profit Musikschaftenden	176
Tabelle Anhang 23:	Häufigkeitsauszählung: Profit Kunden	176
Tabelle Anhang 24:	Häufigkeitsauszählung: Risiko rechtlich verfolgt zu werden	177
Tabelle Anhang 25:	Häufigkeitsauszählung: Risiko den Computer zu schädigen	177
Tabelle Anhang 26:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 1	177
Tabelle Anhang 27:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 2	178
Tabelle Anhang 28:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 3	178
Tabelle Anhang 29:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 4	178
Tabelle Anhang 30:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 5	179
Tabelle Anhang 31:	Häufigkeitsauszählung: Computerkenntnisse	179
Tabelle Anhang 32:	Häufigkeitsauszählung: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten	179
Tabelle Anhang 33:	Häufigkeitsauszählung: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten	180
Tabelle Anhang 34:	Häufigkeitsauszählung: Unterscheidung legal/illegal	180
Tabelle Anhang 35:	Häufigkeitsauszählung: MP3-Player Besitz (ND)	180

Tabelle Anhang 36:	Häufigkeitsauszählung: Geld für Musik im letzten halben Jahr (ND).....	181
Tabelle Anhang 37:	Häufigkeitsauszählung: Wichtigkeit Musik (ND)	181
Tabelle Anhang 38:	Häufigkeitsauszählung: Musikgenres (ND).....	181
Tabelle Anhang 39:	Häufigkeitsauszählung: Preis für eine Musikdownload (ND).....	182
Tabelle Anhang 40:	Häufigkeitsauszählung: Musikqualität (ND)	182
Tabelle Anhang 41:	Häufigkeitsauszählung: Vorteile einer Kauf-CD (ND)	182
Tabelle Anhang 42:	Häufigkeitsauszählung: Schädigung Musikindustrie (ND)	182
Tabelle Anhang 43:	Häufigkeitsauszählung: Schädigung Musikschaftenden (ND).....	183
Tabelle Anhang 44:	Häufigkeitsauszählung: Schädigung Kunde (ND).....	183
Tabelle Anhang 45:	Häufigkeitsauszählung: Profit Musikindustrie (ND).....	183
Tabelle Anhang 46:	Häufigkeitsauszählung: Profit Musikschaftenden (ND).....	184
Tabelle Anhang 47:	Häufigkeitsauszählung: Profit Kunden (ND)	184
Tabelle Anhang 48:	Häufigkeitsauszählung: Risiko rechtlich verfolgt zu werden (ND)	184
Tabelle Anhang 49:	Häufigkeitsauszählung: Risiko den Computer zu schädigen (ND)	185
Tabelle Anhang 50:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 1 (ND).....	185
Tabelle Anhang 51:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 2 (ND).....	185
Tabelle Anhang 52:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 3 (ND).....	186
Tabelle Anhang 53:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 4 (ND).....	186
Tabelle Anhang 54:	Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 5 (ND).....	186
Tabelle Anhang 55:	Häufigkeitsauszählung: Internetzugang (ND)	187
Tabelle Anhang 56:	Häufigkeitsauszählung: Computerkenntnisse (ND)	187
Tabelle Anhang 57:	Häufigkeitsauszählung: Erfahrungen mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (ND).....	187
Tabelle Anhang 58:	Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (ND).....	188
Tabelle Anhang 59:	Häufigkeitsauszählung: Musikdownload - legal/illegal	188

B.1 Beschreibung der Gesamtstichprobe

Geschlecht:

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Weiblich	570	59,6
	Männlich	387	40,4
	Gesamt	957	100,0

Tabelle Anhang 01: Geschlecht

Bitte geben Sie Ihren derzeitigen Familienstand an:

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Single	388	40,5
	in einer Partnerschaft	465	48,6
	verheiratet	87	9,1
	geschieden	12	1,3
	verwitwet	5	,5
	Gesamt	957	100,0

Tabelle Anhang 02: Familienstand

B.2 Die Stichprobe der DownloaderInnen

Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CD's, Musikdownloads, Konzerte, usw.)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	nichts	52	10,6
	weniger als 50 Euro	127	25,9
	zwischen 50 und 100 Euro	128	26,1
	zwischen 101 und 200 Euro	96	19,6
	zwischen 201 und 500 Euro	59	12,0
	mehr als 500 Euro	24	4,9
	keine Angabe	4	,8
Gesamt		490	100,0

Tabelle Anhang 03: Häufigkeitsauszählung: Geld für Musik im letzten halben Jahr (D)

Nutzen Sie derzeit Musikdownloadangebote im Internet?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	ja, gegen Bezahlung (iTunes, etc.)	71	14,5
	ja, unbezahlt (z.B. Tauschbörsen)	349	71,2
	ja, beides (gegen Bezahlung und unbezahlt)	70	14,3
	Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 04: Häufigkeitsauszählung: Nutzung von Musikdownloadangeboten (D)

Sie haben angegeben bezahlte und unbezahlte Musikdownloadangebote zu nützen. Bitte geben Sie an, in welchem Verhältnis diese zu einander stehen?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	bezahlt:unbezahlt (90%:10%)	3	,6
	2	3	,6
	3	5	1,0
	4	3	,6
	bezahlt:unbezahlt (50%:50%)	8	1,6
	6	4	,8
	7	18	3,7
	8	6	1,2
	unbezahlt:bezahlt (90%:10%)	20	4,1
	Gesamt	70	14,3
Fehlend	System	420	85,7
Gesamt		490	100,0

Tabelle Anhang 05: Häufigkeitsauszählung: Verhältnis der genutzten Musikdownloadangebote (D)

Zu welchem der angeführten Zeitpunkte laden Sie vorwiegend Musik aus dem Internet herunter?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Vormittag	6	1,2
	Nachmittag	26	5,3
	Abend	173	35,3
	Nacht	41	8,4
	durchgehend	12	2,4
	tageszeitunabhängig	232	47,3
	Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 06: Häufigkeitsauszählung: Zeitpunkt des Musikdownloads

**Wie viele Musikstücke laden Sie
durchschnittlich pro Monat herunter?**

	Häufigkeit	Prozent
Gültig 0	4	,8
1	30	6,1
2	28	5,7
3	30	6,1
4	8	1,6
5	79	16,1
6	2	,4
7	1	,2
8	5	1,0
9	3	,6
10	90	18,4
12	7	1,4
15	26	5,3
20	50	10,2
22	1	,2
24	2	,4
25	8	1,6
30	19	3,9
32	1	,2
35	4	,8
40	10	2,0
50	27	5,5
60	3	,6
70	4	,8
75	1	,2
80	2	,4
89	1	,2
100	23	4,7
120	1	,2
150	2	,4
180	2	,4
200	2	,4
300	4	,8
400	2	,4
500	3	,6
555	1	,2
1000	1	,2
2500	1	,2
Gesamt	488	99,6
Fehlend System	2	,4
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 07: Häufigkeitsauszählung: Anzahl der heruntergeladenen Musiktitel

Wie viele der vorhin angegebenen Musikstücke laden Sie gegen Bezahlung herunter?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig 0	2	,4
1	20	4,1
2	10	2,0
3	7	1,4
5	6	1,2
7	1	,2
9	1	,2
10	10	2,0
12	1	,2
13	1	,2
15	1	,2
18	1	,2
20	4	,8
30	1	,2
50	3	,6
65	1	,2
Gesamt	70	14,3
Fehlend System	420	85,7
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 08: Häufigkeitsauszählung: Anzahl der legal heruntergeladenen Musik

Welche der folgenden Plattformen für Musikdownloadangebote wird in Ihrem näheren Umfeld (Freunde, Bekannte, Kollegen, Familie usw.) vorwiegend genutzt?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig peer to peer (P2P: Tauschbörsen)	291	59,4
business to consumer (B2C: iTunes, usw.)	62	12,7
weiß nicht	137	28,0
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 09: Häufigkeitsauszählung: Plattformen für Musikdownloads im näheren Umfeld

Wie oft tauschen Sie die Musikfiles, die Sie über das Internet beziehen, mit Ihren Freunden und Bekannten?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr oft	32	6,5
oft	118	24,1
selten	261	53,3
nie	79	16,1
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 10: Häufigkeitsauszählung: Musiktasch mit Freunden und Bekannten

Wie wichtig ist Musik in Ihrem täglichen Leben?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr wichtig	307	62,7
eher wichtig	147	30,0
weniger wichtig	35	7,1
gar nicht wichtig	1	,2
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 11: Häufigkeitsauszählung: Wichtigkeit Musik

Folgend finden Sie eine grobe Gliederung von Musikgenres. Bitte wählen Sie nur eine Kategorie aus, die Ihrem Lieblingsgenre am nächsten kommt:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig Klassik	5	1,0
Pop	59	12,0
Rock	81	16,5
Hard & Heavy/Metal	27	5,5
Alternative/Indie	130	26,5
Elektronische Musik	64	13,1
R&B/Soul/Funk	25	5,1
Rap/HipHop	21	4,3
Jazz/Blues	23	4,7
Country/Western/Folk	6	1,2
Volksmusik/Volkstümliche Musik/Schlager	3	,6
Reggae	8	1,6
Gesamt	452	92,2
Fehlend System	38	7,8
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 12: Häufigkeitsauszählung: Lieblingsgenre

Wie gerechtfertigt stufen Sie den Preis von 0,99€/Musikstück für einen legalen Musikdownload ein?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr gerechtfertigt	58	11,8
eher gerechtfertigt	171	34,9
weniger gerechtfertigt	158	32,2
gar nicht gerechtfertigt	75	15,3
weiß nicht	28	5,7
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 13: Häufigkeitsauszählung: Preisgestaltung

Wie wichtig ist für Sie die Musikqualität (Bitrate) eines heruntergeladenen Musikstücks aus dem Internet?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr wichtig	216	44,1
eher wichtig	201	41,0
weniger wichtig	56	11,4
gar nicht wichtig	3	,6
weiß nicht	14	2,9
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 14: Häufigkeitsauszählung: Musikqualität

Wie wichtig ist für Sie die Benutzerfreundlichkeit der Software/Website, wenn Sie Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunterladen?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr wichtig	99	20,2
eher wichtig	31	6,3
weniger wichtig	11	2,2
Gesamt	141	28,8
Fehlend System	349	71,2
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 15: Häufigkeitsauszählung: Benutzerfreundlichkeit von unbezahlten Musikdownloadangeboten

Wie wichtig ist für Sie die Benutzerfreundlichkeit der Software/Website, wenn Sie Musik unbezahlt aus dem Internet herunterladen?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr wichtig	129	26,3
eher wichtig	148	30,2
weniger wichtig	112	22,9
gar nicht wichtig	22	4,5
weiß nicht	8	1,6
Gesamt	419	85,5
Fehlend System	71	14,5
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 16: Häufigkeitsauszählung: Benutzerfreundlichkeit von unbezahlten Musikdownloadangeboten

Vorteile einer Kauf-CD

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr wichtig	99	20,2
eher wichtig	134	27,3
weniger wichtig	149	30,4
gar nicht wichtig	102	20,8
weiß nicht	6	1,2
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 17: Häufigkeitsauszählung: Vorteile einer Kauf-CD

Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Musikindustrie:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	131	26,7
eher stark	171	34,9
eher schwach	124	25,3
gar nicht	44	9,0
hab ich mir noch nicht überlegt	20	4,1
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 18: Häufigkeitsauszählung: Schädigung Musikindustrie

Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Muskschaffenden:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	95	19,4
eher stark	147	30,0
eher schwach	170	34,7
gar nicht	56	11,4
hab ich mir noch nicht überlegt	22	4,5
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 19: Häufigkeitsauszählung: Schädigung Muskschaffenden

Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Kunden:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	17	3,5
eher stark	32	6,5
eher schwach	101	20,6
gar nicht	272	55,5
hab ich mir noch nicht überlegt	68	13,9
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 20: Häufigkeitsauszählung: Schädigung Kunden

Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken profitiert die Musikindustrie:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	298	60,8
eher stark	117	23,9
eher schwach	43	8,8
gar nicht	16	3,3
hab ich mir noch nicht überlegt	16	3,3
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 21: Häufigkeitsauszählung: Profit Musikindustrie

Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken profitieren die Musikschaffenden:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	76	15,5
eher stark	156	31,8
eher schwach	197	40,2
gar nicht	40	8,2
hab ich mir noch nicht überlegt	21	4,3
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 22: Häufigkeitsauszählung: Profit Musikschaffenden

Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken profitieren die Kunden:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	52	10,6
eher stark	73	14,9
eher schwach	143	29,2
gar nicht	179	36,5
hab ich mir noch nicht überlegt	43	8,8
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 23: Häufigkeitsauszählung: Profit Kunden

Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein? rechtlich verfolgt zu werden?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr hoch	14	2,9
eher hoch	82	16,7
eher niedrig	189	38,6
sehr niedrig	151	30,8
kein Risiko	36	7,3
weiß nicht	18	3,7
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 24: Häufigkeitsauszählung: Risiko rechtlich verfolgt zu werden

Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein: den Computer zu schädigen (Viren, Trojaner, Würmer, usw.)?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr hoch	49	10,0
eher hoch	135	27,6
eher niedrig	145	29,6
sehr niedrig	91	18,6
kein Risiko	52	10,6
weiß nicht	18	3,7
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 25: Häufigkeitsauszählung: Risiko den Computer zu schädigen

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	57	11,6
stimme eher zu	107	21,8
stimme weniger zu	120	24,5
stimme gar nicht zu	169	34,5
weiß nicht	37	7,6
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 26: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 1

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	139	28,4
stimme eher zu	194	39,6
stimme weniger zu	62	12,7
stimme gar nicht zu	85	17,3
weiß nicht	10	2,0
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 27: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 2

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	68	13,9
stimme eher zu	135	27,6
stimme weniger zu	132	26,9
stimme gar nicht zu	139	28,4
weiß nicht	16	3,3
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 28: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 3

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	319	65,1
stimme eher zu	124	25,3
stimme weniger zu	22	4,5
stimme gar nicht zu	5	1,0
weiß nicht	20	4,1
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 29: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 4

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	74	15,1
stimme eher zu	146	29,8
stimme weniger zu	197	40,2
stimme gar nicht zu	52	10,6
weiß nicht	21	4,3
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 30: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 5

Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein: Computerkenntnisse?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig keine Kenntnisse	1	,2
2	7	1,4
3	34	6,9
4	43	8,8
gute Kenntnisse	129	26,3
6	93	19,0
7	75	15,3
8	52	10,6
ExpertInnenkenntnisse	56	11,4
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 31: Häufigkeitsauszählung: Computerkenntnisse

Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (Tauschbörsen: z.B. bittorent, eMule, usw.)?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig keine Kenntnisse	21	4,3
2	52	10,6
3	87	17,8
4	69	14,1
gute Kenntnisse	113	23,1
6	50	10,2
7	47	9,6
8	32	6,5
ExpertInnenkenntnisse	19	3,9
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 32: Häufigkeitsauszählung: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten

Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (z.B. iTunes, usw.)?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig keine Kenntnisse	147	30,0
2	81	16,5
3	69	14,1
4	55	11,2
gute Kenntnisse	66	13,5
6	15	3,1
7	28	5,7
8	17	3,5
ExpertInnenkenntnisse	12	2,4
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 33: Häufigkeitsauszählung: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten

Können Sie unterscheiden, ob Musikdownloadangebote im Internet legal oder illegal sind?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig ja	234	47,8
teils teils	162	33,1
nein	75	15,3
weiß nicht	19	3,9
Gesamt	490	100,0

Tabelle Anhang 34: Häufigkeitsauszählung: Unterscheidung legal/illegal

B.3 Die Stichprobe der Nicht-DownloaderInnen

Besitzen Sie einen tragbaren MP3-Player, den Sie regelmäßig verwenden?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig Nein	198	42,4
Ja	269	57,6
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 35: Häufigkeitsauszählung: MP3-Player Besitz (ND)

Wie viel Geld haben Sie ungefähr für Musik im letzten halben Jahr ausgegeben? (CDs, Musikdownloads, Konzerte, usw.)

	Häufigkeit	Prozent
Gültig nichts	47	10,1
weniger als 50 Euro	162	34,7
zwischen 50 und 100 Euro	107	22,9
zwischen 101 und 200 Euro	83	17,8
zwischen 201 und 500 Euro	48	10,3
mehr als 500 Euro	14	3,0
keine Angabe	6	1,3
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 36: Häufigkeitsauszählung: Geld für Musik im letzten halben Jahr (ND)

Wie wichtig ist Musik in Ihrem täglichen Leben?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr wichtig	223	47,8
eher wichtig	176	37,7
weniger wichtig	59	12,6
gar nicht wichtig	7	1,5
weiß nicht	2	,4
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 37: Häufigkeitsauszählung: Wichtigkeit Musik (ND)

Folgend finden Sie eine grobe Gliederung von Musikgenres. Bitte wählen Sie nur eine Kategorie aus, die Ihrem Lieblingsgenre am nächsten kommt:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig Klassik	28	6,0
Pop	70	15,0
Rock	77	16,5
Hard & Heavy/Metal	21	4,5
Alternative/Indie	89	19,1
Elektronische Musik	42	9,0
R&B/Soul/Funk	33	7,1
Rap/HipHop	17	3,6
Jazz/Blues	22	4,7
Country/Western/Folk	7	1,5
Volksmusik/Volkstümliche Musik/Schlager	10	2,1
Reggae	14	3,0
Gesamt	430	92,1
Fehlend System	37	7,9
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 38: Häufigkeitsauszählung: Musikgenres (ND)

Wie gerechtfertigt stufen Sie den Preis von 0,99€ Musikstück für einen legalen Musikdownload ein?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr gerechtfertigt	52	11,1
eher gerechtfertigt	156	33,4
weniger gerechtfertigt	149	31,9
gar nicht gerechtfertigt	59	12,6
weiß nicht	51	10,9
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 39: Häufigkeitsauszählung: Preis für eine Musikdownload (ND)

Wie wichtig ist für Sie die Musikqualität (Bitrate) eines heruntergeladenen Musikstücks aus dem Internet?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr wichtig	219	46,9
eher wichtig	149	31,9
weniger wichtig	36	7,7
gar nicht wichtig	8	1,7
weiß nicht	55	11,8
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 40: Häufigkeitsauszählung: Musikqualität (ND)

Vorteile einer Kauf-CD

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr wichtig	123	26,3
eher wichtig	148	31,7
weniger wichtig	125	26,8
gar nicht wichtig	60	12,8
weiß nicht	11	2,4
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 41: Häufigkeitsauszählung: Vorteile einer Kauf-CD (ND)

Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Musikindustrie:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	116	24,8
eher stark	202	43,3
eher schwach	92	19,7
gar nicht	35	7,5
hab ich mir noch nicht überlegt	22	4,7
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 42: Häufigkeitsauszählung: Schädigung Musikindustrie (ND)

Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Musikschaffenden:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	120	25,7
eher stark	157	33,6
eher schwach	125	26,8
gar nicht	43	9,2
hab ich mir noch nicht überlegt	22	4,7
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 43: Häufigkeitsauszählung: Schädigung Musikschaffenden (ND)

Unbezahlter Musikdownload (z.B. Tauschbörsen) von urheberrechtlich geschützten Musikstücken aus dem Internet schädigt die Kunden:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	17	3,6
eher stark	40	8,6
eher schwach	104	22,3
gar nicht	256	54,8
hab ich mir noch nicht überlegt	50	10,7
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 44: Häufigkeitsauszählung: Schädigung Kunde (ND)

Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken profitiert die Musikindustrie:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	286	61,2
eher stark	108	23,1
eher schwach	33	7,1
gar nicht	8	1,7
hab ich mir noch nicht überlegt	32	6,9
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 45: Häufigkeitsauszählung: Profit Musikindustrie (ND)

Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken profitieren die Musikschaffenden:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	107	22,9
eher stark	156	33,4
eher schwach	147	31,5
gar nicht	23	4,9
hab ich mir noch nicht überlegt	34	7,3
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 46: Häufigkeitsauszählung: Profit Musikschaffenden (ND)

Von bezahlten Musikdownloads von urheberrechtlich geschützten Musikstücken profitieren die Kunden:

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr stark	37	7,9
eher stark	74	15,8
eher schwach	158	33,8
gar nicht	152	32,5
hab ich mir noch nicht überlegt	46	9,9
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 47: Häufigkeitsauszählung: Profit Kunden (ND)

Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein: rechtlich verfolgt zu werden?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr hoch	29	6,2
eher hoch	100	21,4
eher niedrig	176	37,7
sehr niedrig	101	21,6
kein Risiko	34	7,3
weiß nicht	27	5,8
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 48: Häufigkeitsauszählung: Risiko rechtlich verfolgt zu werden (ND)

Wie hoch stufen Sie für sich persönlich folgende Risiken eines unbezahlten Musikdownloads (z.B. Tauschbörsen) ein: den Computer zu schädigen (Viren, Trojaner, Würmer, usw.)?

	Häufigkeit	Prozent
Gültig sehr hoch		18,4
eher hoch	193	41,3
eher niedrig	100	21,4
sehr niedrig	39	8,4
kein Risiko	21	4,5
weiß nicht	28	6,0
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 49: Häufigkeitsauszählung: Risiko den Computer zu schädigen (ND)

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Ich lade Musik gegen Bezahlung aus dem Internet herunter um den Künstler zu unterstützen.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	42	9,0
stimme eher zu	113	24,2
stimme weniger zu	81	17,3
stimme gar nicht zu	175	37,5
weiß nicht	56	12,0
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 50: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 1 (ND)

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Ich lade Musik unentgeltlich aus dem Internet herunter um Musikstücke probeweise zu hören.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	75	16,1
stimme eher zu	144	30,8
stimme weniger zu	62	13,3
stimme gar nicht zu	144	30,8
weiß nicht	42	9,0
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 51: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 2 (ND)

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Wenn mir Musikstücke gefallen, die ich vorher unentgeltlich heruntergeladen habe, dann kaufe ich sie mir auch.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	60	12,8
stimme eher zu	110	23,6
stimme weniger zu	90	19,3
stimme gar nicht zu	142	30,4
weiß nicht	65	13,9
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 52: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 3 (ND)

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Der kommerziellen Musikindustrie ist Profit wichtiger als kreatives Schaffen.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	256	54,8
stimme eher zu	132	28,3
stimme weniger zu	36	7,7
stimme gar nicht zu	11	2,4
weiß nicht	32	6,9
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 53: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 4 (ND)

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen: Illegales Herunterladen von urheberrechtlich geschützter Musik (Musikpiraterie) schädigt die Künstler.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig stimme sehr zu	99	21,2
stimme eher zu	165	35,3
stimme weniger zu	135	28,9
stimme gar nicht zu	44	9,4
weiß nicht	24	5,1
Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 54: Häufigkeitsauszählung: Aussagebewertung 5 (ND)

Ich benütze hauptsächlich folgenden Internetzugang:

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Dialup-Modem (56k-Modem)	29	6,2
	ISDN	51	10,9
	DSL / Breitband (z.B. Chello)	328	70,2
	weiß nicht	59	12,6
	Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 55: Häufigkeitsauszählung: Internetzugang (ND)

Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein: Computerkenntnisse?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	keine Kenntnisse	5	1,1
	2	16	3,4
	3	52	11,1
	4	66	14,1
	gute Kenntnisse	151	32,3
	6	71	15,2
	7	58	12,4
	8	26	5,6
	ExpertInnenkenntnisse	22	4,7
	Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 56: Häufigkeitsauszählung: Computerkenntnisse (ND)

Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein: Erfahrung mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (Tauschbörsen: z.B. bittorent, eMule, usw.)?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	keine Kenntnisse	166	35,5
	2	97	20,8
	3	76	16,3
	4	56	12,0
	gute Kenntnisse	44	9,4
	6	15	3,2
	7	5	1,1
	8	2	,4
	ExpertInnenkenntnisse	6	1,3
	Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 57: Häufigkeitsauszählung: Erfahrungen mit unbezahlten Musikdownloadangeboten (ND)

Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrungen zu folgenden Punkten ein: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (z.B. iTunes, usw.)?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	keine Kenntnisse	258	55,2
	2	87	18,6
	3	60	12,8
	4	29	6,2
	gute Kenntnisse	20	4,3
	6	7	1,5
	7	2	,4
	8	2	,4
	ExpertInnenkenntnisse	2	,4
	Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 58: Erfahrung mit bezahlten Musikdownloadangeboten (ND)

Können Sie unterscheiden, ob Musikdownloadangebote im Internet legal oder illegal sind?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	ja	111	23,8
	teils teils	174	37,3
	nein	107	22,9
	weiß nicht	75	16,1
	Gesamt	467	100,0

Tabelle Anhang 59: Häufigkeitsauszählung: Musikdownload - legal/illegal

Lebenslauf: Bernhard Jäger

Persönliche Informationen

- Familienstand: ledig
- Nationalität: Österreich
- Geburtsdatum: 12.01.1983
- Geburtsort: Wien

Ausbildung

- 1993-1997: BG/BRG Mössingerstraße Klagenfurt
- 1997-2002: HTBL Mössingerstraße Klagenfurt/Technische Informatik
- 07.01.2003-05.09.2003: Präsenzdienst Klagenfurt
- seit 01.10.2003: Universität Wien
Doppelstudium: Soziologie, Publizistik und Kommunikationswissenschaft
- seit 11.10.2006: Bakkalaureus der Philosophie (Bakk.phil)
Studienrichtung: Soziologie
- seit 30.11.2007: Bakkalaureus der Philosophie (Bakk.phil)
Studienrichtung: Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Berufserfahrung (Auszug)

- 23.09.2002-31.12.2002: befristetes Dienstverhältnis bei Infineon Villach
- 13.10.2004-31.12.2004: freischaffender Online-Redakteur bei deluxe-media
- 08.03.2005-31.12.2005: freier Mitarbeiter der PLG (Paul Lazarsfeld
Gesellschaft für Sozialforschung)
- seit 01.06.2006: Freelancerprojekte: Datenauswertung und –interpretation,
Beratungstätigkeiten im Bereich sozialwissenschaftlicher
Methoden und Analyseverfahren

LEBENS LAUF: MARKUS KUDLER

PERSÖNLICHE DATEN

Geburtsdatum: 06. April 1982
Geburtsort: Villach
Staatsbürgerschaft: Österreich
Familienstand: ledig

AUSBILDUNG

seit Wintersemester 2006 Magisterstudium Soziologie an der Universität Wien.

2003 – 2006: Bakkalaureatsstudium Soziologie an der Universität Wien.
Abschluss: Bakkalaureus der Philosophie (Bakk.phil)

Sep. 2002 – Mai 2003 Präsenzdienst Pionierbatallion I Villach
(Kraftfahrer der Fahrzeugklassen B1, B2 und CM mit
Mannschaftstransport)

1996 – 2002 Höhere Bundeslehranstalt für wirtschaftliche
Berufe in Villach.
Ausbildungsschwerpunkt: Sozialverwaltung; Küche und
Service

BERUFSERFAHRUNG (Auszug):

seit März 2006 Mitarbeit im Wombats Beherbergungs GmbH
Standort: Wien und Berlin
Tätigkeit: Organisation und Management im Bereich Bar

April 2005 – Mai 2006 Arbeitsaufträge im Rahmen des EU-Projekts POPA-CTDA –
„Politische Wege zur Förderung von Entwicklung und
Einsatz von Cleaner Technologies“ am Institut für
Technikfolgen-Abschätzung (ITA), der österreichischen
Akademie der Wissenschaften.

Feb. – April 2005 Pflichtpraktikum im Rahmen des Bakkalaureatsstudiums
Soziologie am Institut für Technikfolgen-Abschätzung
(ITA), der österreichischen Akademie der Wissenschaften
Tätigkeit: Projekt „E-Government Österreich:
Entwicklungsstand, Nutzung und Modellprojekte“

1999 – 2004	Fünf verschiedene Ferialpraktika Firma Rappold Winterthur Technologie GmbH
Juli – Sep. 2000	Pflichtpraktikum im Rahmen der Schulausbildung Land: Italien Tätigkeit: Rezeption und Betreuung
Winter 1999 – 2001	Mitarbeit bei der Eventmanagement Agentur „Kärnten Event“

WEITERE QUALIFIKATIONEN

Sprachen	Deutsch, Muttersprache Englisch, sehr gute Kenntnisse Italienisch, gute Kenntnisse
----------	--

Führerscheinklassen:	A, B, C, F
----------------------	------------