



ART OF LISTENING
by HARMAN

Ein Blick in die Zukunft des Musikhörens

Die emotionale Kraft der Musik und der unstillbare Wunsch der Menschen nach mehr davon sind und bleiben unverändert. Seit über 70 Jahren ist HARMAN ständig bestrebt, Zuhörern an jedem Ort, an dem sie Musik hören – ob im Studio oder auf der Bühne, zu Hause oder im Auto – den bestmöglichen Klang und das bestmögliche Hörerlebnis zu bieten.

Die jüngste Studie im Auftrag von HARMAN beschäftigt sich mit den aktuellen und zukünftigen Hörgewohnheiten und Hörvorlieben moderner Verbraucher.

Die wichtigsten deutschen Ergebnisse:

86%



glauben, dass Musik sich positiv auf sie auswirkt und 63% glauben, dass sie sich dadurch glücklich fühlen.

44%



nennen eine bessere Klangqualität als das für sie aktuell attraktivste technische Feature.

29%



empfinden es als unangenehm, ihr Lieblingslied in schlechter Klangqualität zu hören.

52%



glauben, dass die richtige Audioausstattung das Musikerlebnis verbessert, wohingegen sie für 27% entscheidend ist und falsches Equipment ihren Musikgenuss ruinieren kann.

64%



haben Interesse an einer Lösung, die ihre persönlichen Musikvorlieben oder Klangeinstellungen über all ihre Geräte hinweg speichern kann.

50%



fühlen sich sowohl den Künstlern oder Interpreten als auch der Musik gleich stark verbunden. Vollständig von Computern komponierte und gespielte Stücke werden ihrer Meinung nach zukünftig mit von Menschen geschaffener Musik koexistieren.

Die Kommentare der Umfrageteilnehmer waren eindeutig. Die Zukunft des Hörens liegt für sie in personalisierten und immersiven Audioerlebnissen, deren Feineinstellung durch die Benutzer vorgenommen wird.



The Harman Future of Listening Report was conducted by FutureSource Consulting Ltd in August 2019. A total of 8,143 interviews were carried out online in the UK, France, Germany, the Netherlands, the USA, and South Korea. The breakdown of interviews was as follows: 1,000 in the UK, 1,003 in France, 1,013 in Germany, 972 in the Netherlands, 2,059 in the USA, and 2,093 in South Korea. All questionnaires were localized to the country and conducted in the local language.