

11.10.2023 - 08:07 Uhr

**Spotify-Preiserhöhung spaltet User: Jeder Dritte verärgert, jeder Vierte will kündigen - Großteil aber zeigt Verständnis und bleibt**



Frankfurt (ots) -

Obwohl die Preiserhöhung für die meisten Spotify-User nicht überraschend kommt, sind die Nutzer gespalten. Zwar fand gemäß der Simon-Kucher Spotify-Studie rund jeder Dritte den alten Preis zu günstig - den neuen Preis sehen aber nur 40 Prozent als fair an. Die Folge? Der Großteil will die Preiserhöhung akzeptieren, nur rund ein Viertel will kündigen, wenige zum Gratis-Abo oder anderen Spotify-Bezahl-Abo wechseln. Spannend: Obwohl viele User nicht alle Spotify-Funktionen kennen, kritisiert jeder Dritte das Preis-Leistungs-Verhältnis.

- Fast die Hälfte der User (48 %) rechnete mit einer Preiserhöhung; 5 % davon halten sie für überfällig
- 31 % fanden den alten Preis zu günstig; den neuen Preis finden 40 % fair und 38 % unfair
- 36 % über Spotify-Preiserhöhung verärgert, 24 % überrascht, 13 % gelassen

- 39 % akzeptieren Preiserhöhung; 13 % wollen zum Gratis-Abo wechseln, 26 % wollen kündigen
- 33 % kritisieren Preis-Leistungs-Verhältnis: Aber Großteil der User kennt viele Funktionen nicht

Der große Aufschrei zur Spotify-Preiserhöhung bleibt aus. Laut der Simon-Kucher Spotify-Studie auch, weil rund die Hälfte der Nutzer mit steigenden Abopreisen gerechnet hat. 43 Prozent geben an, dass sie die Preiserhöhung in der Rezession nicht überrascht. Weitere fünf Prozent haben sogar längst mit einer Preiserhöhung gerechnet.

### "Spotify-Preiserhöhung war längst überfällig"

"Es ist kein Geheimnis, dass Spotify jahrelang vermieden hat, die Preisschwelle von 9,99 Euro zu überschreiten", erklärt Lisa Jäger, Partnerin und Global Head of Technology, Media & Telco bei Simon-Kucher. So lange zu warten, wäre allerdings nicht nötig gewesen. Die Simon-Kucher Spotify-Studie zeigt: Rund ein Drittel (31 Prozent) der User fand den bisherigen Preis zu günstig. "Die Spotify-Preiserhöhung war längst überfällig", resümiert Jäger.

### Preispotential noch nicht ausgeschöpft

Tatsächlich habe Spotify mit dem neuen Preispunkt von 10.99 Euro fürs Individual-Abo längst nicht das Potenzial ausgeschöpft - erst rund 13 Euro empfinden Nutzer als zu teuer. "Das Individual-Abo ist aber als Ankerpunkt zu sehen, hier agiert Spotify bewusst vorsichtig", erklärt Jäger. "Beim Family-Abo hingegen beträgt die Preiserhöhung satte 20 Prozent." Ausgeschöpft sei der Preisspielraum aber auch hier nicht.

### Verständnis statt Drama

Das Ergebnis? Das Gefühlsbild der User nach der Preiserhöhung von Spotify ist gemischt. 36 Prozent zeigen sich verärgert. Nur 24 Prozent sind überrascht, 13 Prozent sind gelassen, fünf Prozent ist die Preiserhöhung sogar gleichgültig. "Im Endeffekt wird die Preiserhöhung weitaus emotionsloser aufgenommen, als man hätte vermuten können", sagt Jäger. "Wir sehen Verständnis statt Drama."

### Mehr als jeder Zehnte wechselt zum Gratis-Abo

Wie die Abonnenten konkret auf die Preiserhöhung reagieren? Ein Großteil (39 Prozent) will den neuen Preis zahlen und nur rund ein Viertel (26 Prozent) hat vor zu kündigen. Der Rest wechselt entweder zum Gratis-Abo mit Werbung (13 Prozent), zu einem anderen Spotify-Bezahl-Abo (11 Prozent) oder ist sich noch unsicher (10 Prozent).

### Abo-Alternativen verhindern Kündigungen

"Das Gratis-Abo von Spotify wirkt bei der Preiserhöhung wie ein Puffer", erklärt Lisa Jäger. Vor allem User, die zuvor das Premium-Abo oder das Studenten-Abo hatten, wollen downgraden statt zu kündigen. "Spotify zeigt, wie es geht: Premium, Duo, Family, Student, Gratis-Version - die breite Auswahl an Abo-Optionen senkt die Kündigungswahrscheinlichkeit. Statt der Entscheidung zwischen 'Gehen' oder 'Bleiben' haben die meisten Spotify-User so immer noch weitere Alternativen", betont Jäger.

### "Spotify hat eher ein Marketing- als ein Preisproblem"

Allerdings gibt es auch kritische Stimmen: 33 Prozent kritisieren, dass der neue Preis nicht den Wert der enthaltenen Funktionen widerspiegelt. "Das ist besonders spannend, weil viele der User gar nicht alle Funktionen kennen. Dass es auf Spotify Podcasts, Hörbücher, Songtexte, personalisierte Playlists und Spotify-Playlists gibt, wissen noch die meisten. Funktionen wie 'Gemeinsame Playlists mit Freunden', 'Smart Shuffle', Videoclips und Jam-Sessions sind hingegen vielen unbekannt", so Jäger. "Spotify hat also eher ein Marketing- als ein Preisproblem und muss seine Funktionen besser kommunizieren."

### Zufriedene User akzeptieren Preiserhöhungen

Das Fazit? "Spotify-Abonnenten wissen ihr Abo sehr wohl zu schätzen - auch wenn sie noch nicht mit allen Funktionen vertraut sind", sagt Jäger. "Und zufriedene User sind auch bereit, Preiserhöhungen zu akzeptieren - insbesondere, wenn sie so nachvollziehbar sind wie bei Spotify."

**\*Über die Studie:** Die repräsentative Simon-Kucher Streaming Study 2023 wurde im Oktober 2023 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut appinio durchgeführt. 1012 Konsumenten aus Deutschland wurden u.a. zu Zufriedenheit, Zahlungsbereitschaft und ihrer Meinung zur Preiserhöhung befragt.

**Weitere bzw. vertiefende Studienergebnisse** (nur für Presse/Medien/Partnerunternehmen) auf Anfrage.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus: "Unlocking better growth". Wir helfen unseren Kunden verantwortungsvoll und nachhaltig zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb.

Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

[simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

Pressekontakt:

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

#### Medieninhalte



Simon-Kucher Spotify-Studie: Wie reagieren User auf die Preiserhöhung? / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/78805](http://www.presseportal.de/nr/78805) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100912253> abgerufen werden.