Studie: 22,4 Milliarden Euro geben Amateurmusizierende in Deutschland jedes Jahr aus

Erstmals belegt eine bundesweite Untersuchung die wirtschaftliche Bedeutung der Amateurmusik in Deutschland. Die Studie untersucht die direkten Ausgaben von Amateurmusizierenden, Ensembles und Verbänden in Deutschland.

Berlin/Trossingen, 12.10.2026

Amateurmusik ist nicht nur eine tragende Säule des kulturellen Lebens und des gesellschaftlichen Zusammenhalts, sondern auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Die wirtschaftliche Bedeutung von Amateurmusik in Deutschland“, die ZiviZ im Stifterverband im Auftrag des Bundesmusikverbands Chor & Orchester (BMCO) durchgeführt hat. Die Untersuchung beziffert die jährlichen Ausgaben der Amateurmusik in Deutschland auf mindestens 22,4 Milliarden Euro. Im Durchschnitt geben Amateurmusizierende ab 16 Jahren 1.516 Euro pro Jahr aus. Bei Kindern und Jugendlichen zwischen 6 und 15 Jahren liegt dieser Wert bei 1.288 Euro. Hinzu kommen die Ausgaben der Ensembles. Die Ergebnisse beruhen auf den Aussagen von mehr als 3.000 Amateurmusizierenden, knapp 900 Ensembles sowie 66 Amateurmusikverbänden für das Jahr 2025.

Deutlich über Umsatz der professionellen Musikwirtschaft

Die 22,4 Milliarden Euro Ausgaben in der Amateurmusik liegen damit deutlich höher als beispielsweise der Gesamtumsatz der professionellen Musikwirtschaft, der 2023 bei rund 17,4 Milliarden Euro lag (Neuhoff & Sun, 2024). Und auch im Vergleich zu anderen Engagementbereichen heben sich die Amateurmusikzahlen deutlich ab. So geht die Studie „Sozialrendite des Amateurfußballs“ von einem gesamtgesellschaftlichen Nutzen des Amateurfußballs von 13,9 Milliarden Euro jährlich aus, wobei im Gegensatz zur Amateurmusik-Studie hier neben wirtschaftlichen Effekten auch Gesundheits- und Sozialwirkungen berücksichtigt werden (Ehlert-Hoshmand et al., 2024).

Verschiedene Branchen profitieren von Amateurmusik

Die wirtschaftlichen Effekte reichen weit über die Musikbranche hinaus. Zwar profitieren Musikschulen, Instrumentenbau, Musikalienhandel und Honorarkräfte wie Ensembleleitungen unmittelbar von den Ausgaben der Musizierenden. Daneben entstehen jedoch zahlreiche wirtschaftliche Impulse in weiteren Bereichen: Probenwochenenden und Veranstaltungen fördern die Nachfrage in Gastronomie, Beherbergung, Transportgewerbe und Veranstaltungswirtschaft. Ausgaben für Konzertkleidung, Technik, Versicherungen oder Öffentlichkeitsarbeit kommen zudem Branchen zugute, die auf den ersten Blick nur wenig mit Amateurmusik in Verbindung gebracht werden.

Amateurmusik wird vor allem privat finanziert

Finanziert wird diese wirtschaftliche Kraft überwiegend aus privaten Mitteln. Amateurmusizierende investieren ihr eigenes Geld in Instrumente, Unterricht, Noten, Reisen und weitere musikalische Aktivitäten. Auch die Ensembles finanzieren ihre Arbeit zum größten Teil selbst – insbesondere durch Mitgliedsbeiträge, eigene Einnahmen und Spenden. Öffentliche Fördermittel decken durchschnittlich lediglich elf Prozent ihrer Ausgaben. Gleichzeitig leisten diese Förderungen einen wichtigen Beitrag. Sie unterstützen ehrenamtliche Strukturen und ermöglichen damit kulturelle Teilhabe und weitreichende wirtschaftliche Effekte.
Dabei ist die Amateurmusik nicht nur ein großstädtisches Phänomen. Die Untersuchung zeigt keinen direkten Zusammenhang zwischen Ortsgröße und Ausgabenhöhe. Auch in kleinen Gemeinden erzeugt Amateurmusik eine wirtschaftliche Nachfrage.

Amateurmusik in Deutschland braucht verlässliche Rahmenbedingungen

„Die Studie macht deutlich: Die 16,3 Millionen Amateurmusizierenden in Deutschland setzen sich nicht nur für gesellschaftlichen Zusammenhalt ein, sondern erzeugen eine bisher unterschätzte Wirtschaftskraft. Erstmals liegt eine fundierte Datengrundlage vor, die die große wirtschaftliche Bedeutung der Amateurmusik aufzeigt“, so BMCO-Vizepräsidentin Prof. Judith Mohr bei der Vorstellung der Studie. „Die Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit, verlässliche Rahmenbedingungen für die Amateurmusik zu schaffen und ihre kulturelle, gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung stärker im öffentlichen Bewusstsein zu verankern.“
„Bislang wusste man viel über die professionelle Musikwirtschaft und fast nichts über die wirtschaftliche Rolle der Amateurmusik“, sagt Dr. Peter Schubert, Leiter von ZiviZ im Stifterverband und Mitautor der Studie. „Diese Lücke schließen wir jetzt mit belastbaren

Zahlen. Das Ergebnis ist eindeutig: Amateurmusik ist ein Wirtschaftsfaktor, der sich vor der Musikbranche nicht verstecken muss.“ Die Schätzung ist dabei bewusst vorsichtig angelegt. Informelle Bands, Musikgruppen in Sport- oder Feuerwehrvereinen und die Ausgaben der Verbände sind darin nur zum Teil oder gar nicht enthalten. Die tatsächliche wirtschaftliche Bedeutung dürfte daher eher noch höher liegen.

Die Studie und weitere Infografiken finden Sie auf der BMCO-Webseite: www.bundesmusikverband.de/wirtschaftsstudie.

Weitere Informationen:

Zivilgesellschaft in Zahlen (ZiviZ) ist ein Think Tank im Stifterverband, der mit Datenerhebungen und Analysen evidenzbasierte Entscheidungen ermöglicht. ZiviZ unterstützt Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Politik auf ihren Wegen zu einem wirksamen Engagement. Mit dem ZiviZ-Survey und weiteren Studien zählt ZiviZ zu den wichtigsten Datenquellen zur organisierten Zivilgesellschaft in Deutschland. www.ziviz.de

Der **Bundesmusikverband Chor & Orchester (BMCO)** ist der Spitzenverband der Amateurmusik in Deutschland. Der BMCO repräsentiert 21 bundesweit tätige weltliche und kirchliche Chor- und Orchesterverbände mit insgesamt ca. 100.000 Ensembles. Er vertritt die Interessen von 16,3 Millionen Menschen, die in ihrer Freizeit Musik machen, gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Hauptsächliches Ziel des BMCO ist es, die Musikausübung breiter Bevölkerungsschichten zu aktivieren, die hierfür notwendigen Rahmenbedingungen zu verbessern sowie die öffentliche Wahrnehmung der Amateurmusik zu stärken.

Pressefotos:



Zur Amateurmusik gehört viel Einsatz hinter den Kulissen, Foto: Kai Kutzki
Download: https://login.yoursecurecloud.de/f/cfc5274b98a5403aae03/



Die wirtschaftlichen Effekte der Amateurmusik reichen weit über die Musikbranche hinaus, u. a. Musikschulen, Instrumentenbau und Musikalienhandel; Foto: Canva/underworld111
Download: https://login.yoursecurecloud.de/f/495f34e255694e669663/

Pressekontakt:

Melanie Wollenweber | Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Karl-Marx-Straße 145 | 12043 Berlin
Tel: +49 (0)30 609 807 81 - 55
E-Mail: wollenweber@bundesmusikverband.de

Fachliche Ansprechpartnerin:

Emilia Schmidt | Bereichsleiterin Inhalte/Grundsatzreferat
Karl-Marx-Straße 145 | 12043 Berlin
Tel: +49 (0)30 609 807 81 - 36
E-Mail: schmidt@bundesmusikverband.de

Pressemitteilungen online:

→ www.bundesmusikverband.de/pressemitteilungen/

Social Media:

Facebook Instagram YouTube