

## Deutscher Musikmarkt im 1. Halbjahr stabil, deutschsprachige Musik in den Top 10 Album Charts so stark wie nie

**Berlin, 15. August 2014** – Mit einem leichten Umsatzrückgang um 0,8 Prozent hat sich der deutsche Musikmarkt im ersten Halbjahr 2014 nach schwächeren Frühlingsmonaten annähernd stabil entwickelt. Wie der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) heute mitteilte, belief sich der Umsatz aus physischen und digitalen Musikverkäufen in den ersten sechs Monaten dieses Jahres auf 656 Millionen Euro – rund vier Millionen Euro weniger als im ersten Halbjahr 2013. Eine Grafik zu den aktuellen Umsatzanteilen aus Musikverkäufen finden Sie [hier](#).

Wichtigste Umsatzsäule bleibt die CD, die erneut nur einen leichten Umsatzrückgang (-3,6 Prozent) zu verzeichnen hatte und weiterhin rund zwei Drittel (65,6 Prozent) der Umsätze des deutschen Musikmarkts repräsentiert. Die größten Zuwächse verzeichnete das Segment des abonnementbasierten und werbefinanzierten Musikstreamings (+77 Prozent), das nunmehr einen Anteil von 7,7 Prozent am deutschen Musikmarkt erreicht. Ebenfalls weiter auf Erfolgskurs ist das Vinyl, das verglichen zum ersten Halbjahr 2013 um 34,5 Prozent zulegen konnte und seinen Marktanteil somit auf 2,4 Prozent steigern kann. Rückläufig entwickelten sich dem Trend der vergangenen Jahre folgend der Verkauf von Musikvideos (-10,4 Prozent) und physischen Singles (-31,2 Prozent) sowie der Musikkassette (-39,3 Prozent), die nach ihrem 50. Jubiläum im letzten Jahr damit keine Rolle mehr im Musikgeschehen spielt.

Die Umsätze aus den digitalen Geschäftsfeldern legten insgesamt um 7,5 Prozent auf 174 Millionen Euro zu. Mit einem Umsatzanteil von 26,5 Prozent wird damit mehr als jeder vierte Euro in der deutschen Musikindustrie digital erwirtschaftet. Auch wenn bei den Downloads erstmals ein rückläufiges Ergebnis (-7,1 Prozent) zu beobachten war, stellen diese mit einem Anteil von 18,6 Prozent weiterhin die zweitwichtigste Umsatzsäule der deutschen Musikindustrie dar.

Dr. Florian Drücke, Geschäftsführer des BVMI:

„Wir beobachten derzeit am Gesamtmarkt ein vergleichsweise stabiles Marktgeschehen in Deutschland, wobei die CD nach wie vor die tragende Rolle spielt. Anders als in anderen Ländern verlagert sich der Musikkonsum hierzulande in einem moderateren Tempo in die digitale Welt. Dabei zeigt vor allem auch der Blick ins Ausland, dass es nicht die eine digitale Transformation gibt, sondern gerade die Vielfalt der Musikformate im Markt überzeugt. Es ist erfreulich, dass die aktuelle Dynamik im deutschen Markt ohne gravierendere Einschnitte

vonstattengeht. Wann wir wieder auf nachhaltiges Wachstum hoffen können, hängt dabei neben dem weiteren Ausbau des legalen Angebots und den Verschiebungen der Nutzungsgewohnheiten der Deutschen vor allem davon ab, dass der durch zahllose unlizenzierte Gratisangebote gestörte Marktplatz im digitalen Raum endlich zu einem fairen Marktplatz wird.“

### **Neun deutsche Künstler in den Top 10 Album Charts**

Ein Blick in die Offiziellen Deutschen Album-Charts zeigt, dass sich auch im ersten Halbjahr der Trend hin zu deutschsprachiger Musik weiter fortsetzt. Insgesamt neun deutsche Interpreten sind in den Top 10 Album Charts vertreten, wie eine Auswertung der GfK Entertainment (KW 1-25) zu Tage fördert. Das entspricht dem höchsten Anteil deutschsprachiger Musik in den Album Top 10, der bislang gemessen wurde.

1. „Farbenspiel“ (Helene Fischer)
2. „King“ (Kollegah)
3. „Wenn das so ist“ (Peter Maffay)
4. „Sing meinen Song – Das Tauschkonzert (Xavier Naidoo)
5. „Zum Glück in die Zukunft II“ (Marteria)
6. „Sonny Black“ (Bushido)
7. „Best of“ (Helene Fischer)
8. „Best of Unheilig 1999-2014“ (Unheilig)
9. „Ghost Stories“ (Coldplay)
10. „MTV Unplugged Kahedi Radio Show“ (Max Herre)

### **Weitere Informationen:**

Andreas Leisdon  
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
E-Mail: [leisdon@musikindustrie.de](mailto:leisdon@musikindustrie.de)  
Tel.: +49 (0)30 - 59 00 38 -44

### **Über den Bundesverband Musikindustrie e. V.:**

Mit über 280 Labels und Unternehmen aus der Musikbranche repräsentiert der **Bundesverband Musikindustrie** rund 90 Prozent des deutschen Musikmarktes. Als **Interessenvertretung** kümmert er sich um die Durchsetzung der Anliegen der Musikindustrie in der deutschen und europäischen Politik. Durch **Kommunikation** prägt er das Bild der Branche nach innen und außen. Mit branchennahen **Dienstleistungen** wie Rechtsberatung oder PHONONET unterstützt er die tägliche Arbeit seiner Mitglieder. Darüber hinaus leistet die Deutsche Phono-Akademie als Kulturinstitut der deutschen Musikindustrie einen wesentlichen Beitrag zur musikalischen Grundbildung in Deutschland. [www.musikindustrie.de](http://www.musikindustrie.de), [www.echopop.de](http://www.echopop.de), [www.echoklassik.de](http://www.echoklassik.de), [www.echojazz.de](http://www.echojazz.de), [www.phononet.de](http://www.phononet.de), [www.musicline.de](http://www.musicline.de)