

Töne im Trend: Jugendliche kaufen wieder mehr Musik

Berlin, 06. März 2008 – Der Anteil der Musikkäufer in der Bevölkerung ist im Jahr 2007 leicht von 40,2 Prozent auf 41,4 Prozent gestiegen und hat damit den höchsten Stand der letzten fünf Jahre erreicht. Besonders erfreulich: der Anteil der jugendlichen Käufer zwischen 10 und 19 Jahren ist gewachsen. Das gab der Bundesverband Musikindustrie am Donnerstag in Berlin bekannt.

Ob Rock, Pop, Dance, Schlager oder Klassik: Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Anteil der jugendlichen Käufer in allen Repertoiresegmenten signifikant an. Insgesamt wuchs der Anteil von 11,5 Prozent im Jahr 2006 auf 13,3 Prozent im Jahr 2007. Besonders beeindruckend ist der Zuwachs im Klassiksegment. Lag der Anteil der unter 20-jährigen unter den Klassikkäufern im letzten Jahr noch bei 0,6 Prozent, war dieser Anteil 2007 mit 2,8 Prozent mehr als viermal so hoch. Beliebteste Musikrepertoire bei Teenagern bleibt aber nach wie vor Dance mit einem Anteil von 28,7 Prozent vor Rock mit 19,5 Prozent und Pop mit 16 Prozent.

Das Wachstum bei den Musikkäufern verteilt sich gleichmäßig auf die Konsumentengruppen der Gelegenheits-, Durchschnitts- und Intensivkäufer. Mit einem Anteil von 26 Prozent (25,5%/2006) an der Gesamtbevölkerung stellen die Gelegenheitskäufer, die 1-3 Musikprodukte pro Jahr kaufen, die größte Gruppe der Musikkonsumenten. 10,5 Prozent (10,1%/2006) sind Durchschnittskäufer (4 – 9 Produkte). Der Anteil der Intensivkäufer (mehr als 9 Produkte) liegt bei 4,9 Prozent (4,6%/2006).

„Eine fast schon verloren geglaubte Generation kauft wieder mehr Musik“, sagte Stefan Michalk, Geschäftsführer des Bundesverbandes Musikindustrie. „Ob die gestiegene Zahl der Musikkäufer auch auf die Erfolge bei der Bekämpfung von Internetpiraterie zurückzuführen ist, wird sich aber erst in den kommenden Jahren zeigen.“

Weitere Informationen:

Daniel Sebastian Knöll
Pressesprecher
Tel: +49 (30) 59 00 38 -44
E-Mail: knoell@musikindustrie.de
Internet: www.musikindustrie.de

Über den Bundesverband Musikindustrie e.V.:

Mit über 350 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 unter anderem mit der SchoolTour einen wesentlichen Beitrag zur musikalischen Grundbildung in Deutschland. www.musikindustrie.de, www.school-tour.de, www.echopop.de, www.echoklassik.de, www.pro-music.org.de, www.phononet.de, www.musicline.de