

Musikdownloads: Umsätze mit Alben überflügeln Verkäufe von Einzeltracks

Berlin, 4. August 2009 – Bei den Musikdownloads deutet sich eine Veränderung des Kaufverhaltens an: In den ersten sechs Monaten des Jahres überstieg der Umsatz mit sogenannten Bundles erstmals die Erlöse aus dem Verkauf einzelner Musikstücke (Tracks). Das gab der Bundesverband Musikindustrie auf Basis der offiziellen Marktstatistik in Zusammenarbeit mit media control bekannt. Von Januar bis Juni wurden in Deutschland rund 3,1 Millionen Bundles verkauft, was einer Absatzsteigerung von 55,1% und einer Umsatzsteigerung von 49,1% entspricht. Bei Bundles handelt es sich in der Regel um das klassische Album oder Zusammenstellungen verschiedener Versionen eines Titels, vergleichbar mit der physischen Maxi-Single.

„Neue Download-Anbieter wie Amazon haben dem Downloadmarkt für Musikalben mit attraktiven Eröffnungsangeboten einen kräftigen Schub verliehen“, sagte Stefan Michalk, Geschäftsführer des Bundesverbandes Musikindustrie am Dienstag in Berlin. Während sich der Trend zum Album bereits im vergangenen Jahr abgezeichnet habe, seien die von vielen Experten erwarteten Impulse durch den Wegfall des Kopierschutzes (DRM) bisher ausgeblieben. Nachdem nun die Mehrzahl der Anbieter kopierschutzfreie Titel anbiete, müsse hier die Entwicklung der zweiten Jahreshälfte abgewartet werden.

Der Markt für Downloads wuchs umsatzbasiert in den ersten sechs Monaten um 24,8%. Neben den 3,1 Millionen Alben wurden rund 23 Millionen einzelne Songs auf den PC oder das Handy heruntergeladen. Schärfster Konkurrent der legalen Downloadangebote bleibt die illegale Musikbeschaffung aus Tauschbörsen. Auf einen legal erworbenen Song kommen immer noch rund acht illegale.

Weitere Informationen:

Daniel Knöll
Presse + Public Affairs
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-musicorg.de, www.phononet.de, www.musicline.de