

# GFK MUSIKMARKT PROGNOSE 2009

Donnerstag, 17. September 2009  
Berlin

## INHALT

### *MUSIKMARKT PROGNOSE 2009*

- Annahmen der GfK Prognose zur Entwicklung des deutschen Musikmarktes bis 2013
- Umsatzanteile der digitalen Märkte
- Umsatzanteile der physischen Märkte
- Gesamtmarktprognose – Teil I Pessimistisches Szenario
- Gesamtmarktprognose – Teil II Optimistisches Szenario
- Methodik der GfK-Prognose

## **Annahmen der GfK Prognose zur Entwicklung des deutschen Musikmarktes bis 2013**

## Annahmen der GfK Prognose zur Entwicklung des deutschen Musikmarktes bis 2013

- Während der physische Markt bis 2013 jährlich um rund 5% zurückgeht, wird im Digitalgeschäft mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 17% jährlich gerechnet.
- Zusätzliche Umsätze zu den klassischen Geschäftsfeldern kommen in den nächsten Jahren verstärkt aus dem digitalen Lizenzgeschäft (Urheber- und Leistungsschutzrechte für Streaming auf YouTube, MySpace et. Al.)
- Die digitalen Märkte kompensieren teilweise die Verluste im physischen Geschäft, werden aber erst ab 2013 Wachstumsimpulse auf den Gesamtmarkt setzen. In 2013 erreichen die klassischen digitalen Geschäftsfelder (a la Carte, Subscription Income) 21% des Gesamtmarktumsatzes.
- Die Wachstumsimpulse kommen vor allem aus den Bereich Subscriptions (Napster, Spotify und andere Abo-Dienste) und den digitalen Alben, die bereits 2009 das Umsatzniveau der Tracks erreichen.
- Die weiter steigende Breitbandpenetration erschließt neue Zielgruppen.

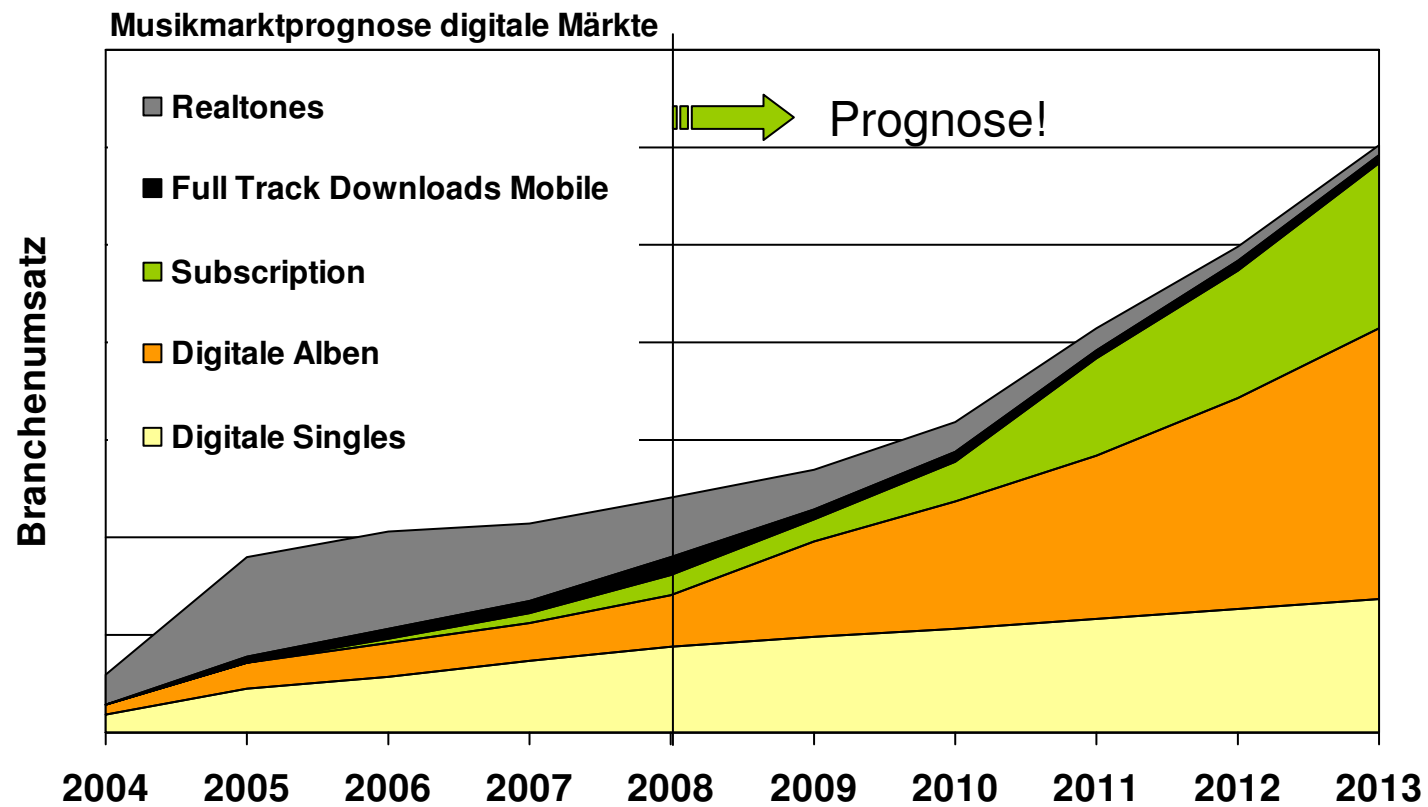
## Annahmen der GfK Prognose zur Entwicklung des deutschen Musikmarktes bis 2013

- Es wird drei verschiedene Modelle geben, neben dem klassischen a la carte Download werden reine Streaming-Angebote, die in Zukunft immer stärker werbefinanziert sein werden (Zusatz-Geschäftsmodelle), zunehmen. Zum anderen drängen die Internet Service Provider (ISPs) mit zugangsgebundenen Musikabonnements (Streaming und Download) in den Markt und erschließen circa 10 Millionen neue Digitalkäufer, von denen rund 60% auch weiterhin physische Produkte kaufen werden.
- Etablierte Streaming-Abo-Services wie Napster geraten durch neue Anbieter (zum Beispiel Spotify, Vivo, MySpaceMusic) unter Preisdruck.
- Konvergenz der PC- und Mobiltelefonbasierten Downloaddienste: die verschiedenen Wege zum digitalen Musikerwerb werden für den Konsumenten in der Zukunft zusammenwachsen.
- Die positive Entwicklung des digitalen Musikmarktes hängt davon ab, ob es gelingt, die illegale Konkurrenz einzudämmen. Heute ist in Deutschland nur 1 von 8 Downloads legal erworben worden und nur 15% der Tauschbörsennutzer kaufen auch digitale Musik.

## Umsatzanteile der digitalen Märkte

## Umsatzanteile der digitalen Märkte

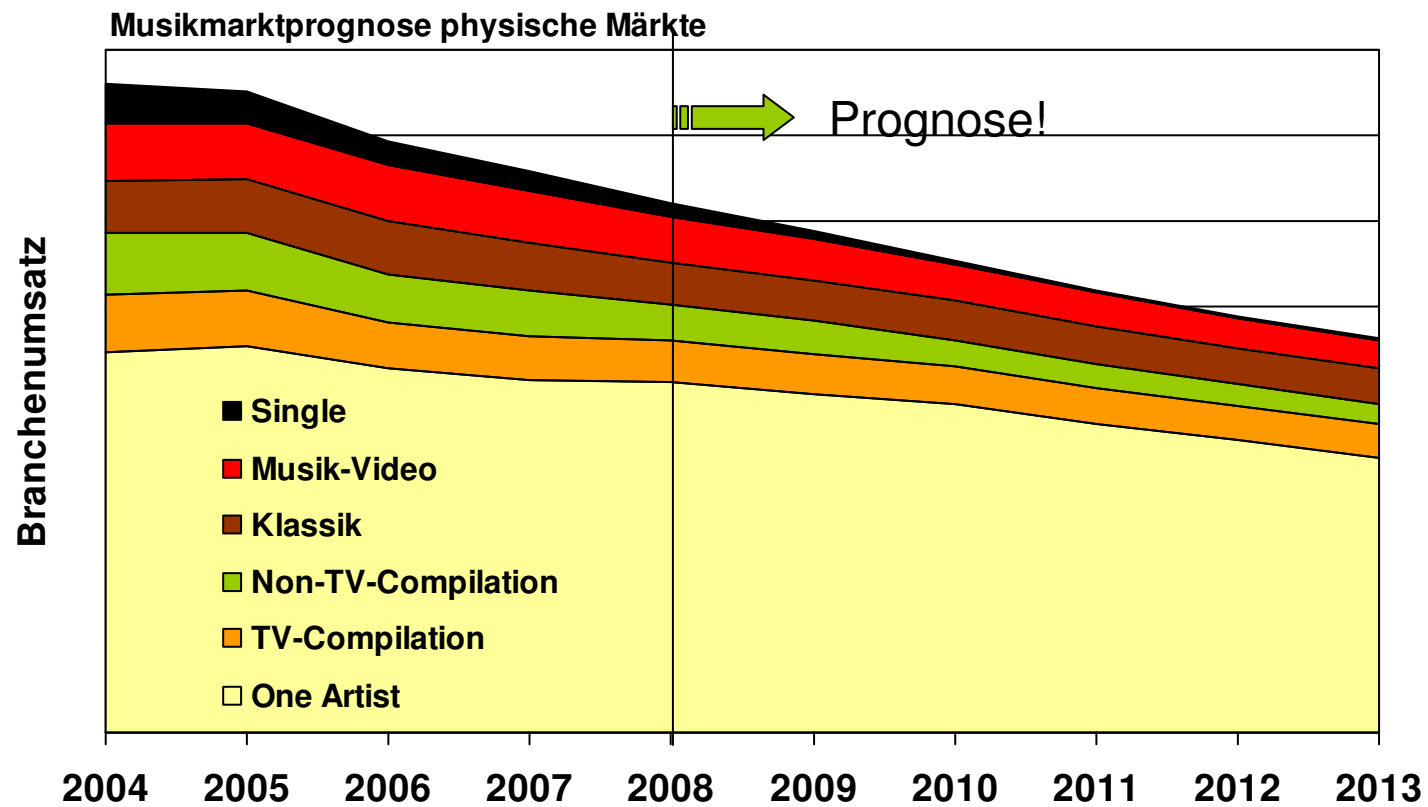
*Digitale Alben in 2013 mit dem höchsten Umsatzanteil*



## Umsatzanteile der physischen Märkte

## Umsatzanteile der physischen Märkte

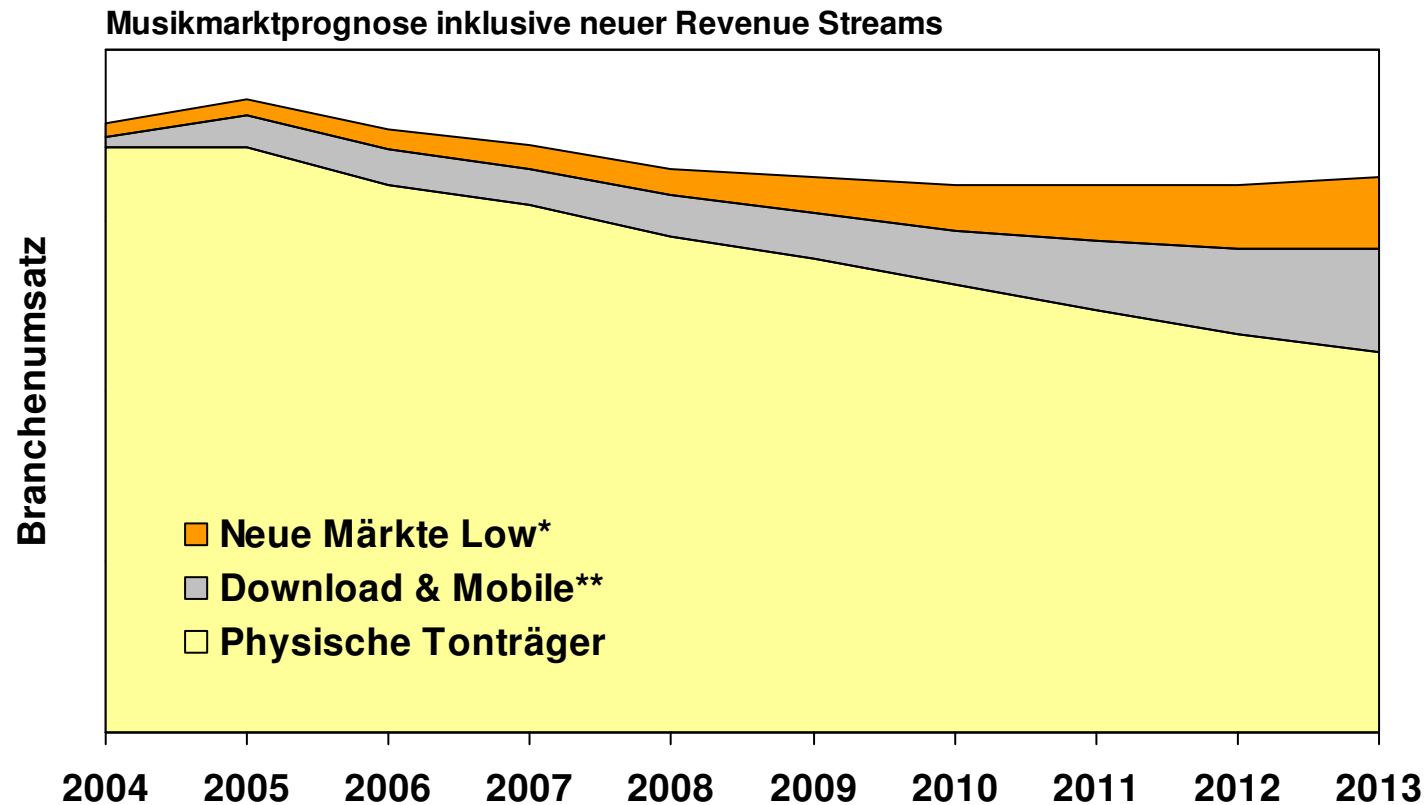
*Weiterhin konstanter aber abgeflachter Umsatzverlust*



# Gesamtmarktprognose – Teil I Pessimistisches Szenario

## Gesamtmarktprognose – Teil I Pessimistisches Szenario

*Umsatzanteil der neuen Märkte in 2013 rund 15%*

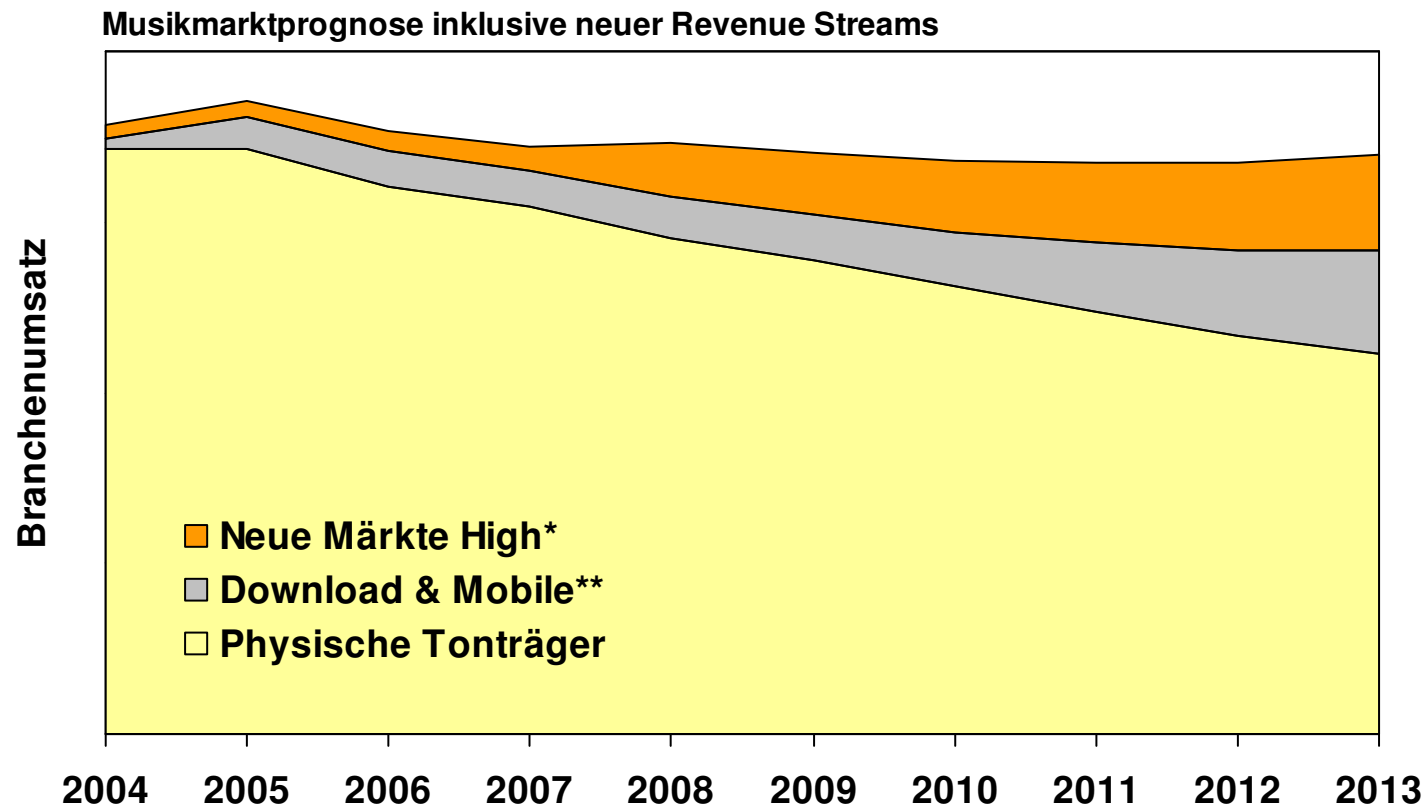


\* Neue Märkte = Lizenzvergaben (Youtube & Co.); Kooperationen mit Hardwareanbietern; Konzerte / Events; Merchandise; Synchronisation; Sponsoring / Brand-Partnership; Künstlermanagement  
 \*\* A la Carte und Abo-Services

## Gesamtmarktprognose – Teil II Optimistisches Szenario

## Gesamtmarktprognose – Teil II Optimistisches Szenario

*Umsatzanteil der neuen Märkte in 2013 rund 20%*



\* Neue Märkte = Lizenzvergaben (Youtube & Co.); Kooperationen mit Hardwareanbietern; Konzerte / Events; Merchandise; Synchronisation; Sponsoring / Brand-Partnership; Künstlermanagement  
 \*\* A la Carte und Abo-Services

## Methodik der GfK-Prognose

- Historische Entwicklung basierend auf den Daten des GfK-Consumerpanels (25. Tsd. Personen)
- Ablauf: zwei klassische Delphi-Runden, anschließend Prognosen in den Teilmärkten basierend auf Umsatz zu Endverbraucherpreisen
- Teilnehmer: Expertengremium bestehend aus GfK-Mitarbeitern, externen Spezialisten und Branchenvertretern

**VIELEN DANK!**