

## Klassik ist der Gewinner des Musikjahres 2009

**Berlin, 12. März 2010** – Klassische Musik ist der Gewinner des Musikjahres 2009. Sowohl beim Umsatz wie auch beim Absatz konnten Klassik-Produkte zweistellige Zuwachsraten verbuchen. Zahlreiche Veröffentlichungen anlässlich der Jubiläen berühmter Komponisten wie Georg Friedrich-Händel (250. Todesjahr), Joseph Haydn (200. Todesjahr) oder das 200. Geburtsjahr von Felix Mendelssohn-Bartholdy ließen die Zahl der verfügbaren Klassik-Produkte von 53.874 auf 61.963 um 15 Prozent steigen.

In einem insgesamt leicht rückläufigen Musikmarkt stieg der Umsatz mit klassischer Musik um 10 Prozent von 108 auf 119 Millionen Euro. Der Absatz von Klassik-CDs konnte sogar um 16,7 Prozent von 12,6 Millionen im Jahr 2008 auf 14,7 Millionen Stück im Jahr 2009 zulegen und erreicht damit den höchsten Wert seit 2003. Das gab der Bundesverband Musikindustrie e. V. (BVMI) am Freitag in Berlin bekannt.

Besonders auffällig ist, dass immer häufiger jüngere Menschen zur Klassik greifen. So stieg 2009 der Anteil der Klassikkäufer bei den 10 – 19-Jährigen im Vergleich zum Vorjahr von 1,3 auf 1,8 Prozent und bei den 20 – 29-Jährigen sogar von 2,7 auf 4,7 Prozent. „Künstler wie der Geiger David Garrett überwinden mühelos Genre-Grenzen und machen so Klassik auch in den jungen Zielgruppen attraktiv“, so BVMI-Geschäftsführer Stefan Michalk.

Detaillierte Zahlen zum gesamten Musikmarkt wird der BVMI auf seiner Jahrespressekonferenz am 24. März in Berlin veröffentlichen.

### Weitere Informationen:

Daniel Knöll  
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Tel: +49 (30) 59 00 38 -44  
E-Mail: [knoell@musikindustrie.de](mailto:knoell@musikindustrie.de)  
Internet: [www.musikindustrie.de](http://www.musikindustrie.de)

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

Mit über 300 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](http://www.musikindustrie.de), [www.echopop.de](http://www.echopop.de), [www.echoklassik.de](http://www.echoklassik.de), [www.phononet.de](http://www.phononet.de), [www.musicline.de](http://www.musicline.de), [www.playfair.hmt-hannover.de](http://www.playfair.hmt-hannover.de)