

## Trendreport 2011: Deutscher Musikmarkt stabilisiert sich

**Berlin, 17. Januar 2012** – Der deutsche Musikmarkt hat sich 2011 stabil entwickelt: Nach vorläufigen Angaben zum Verkauf physischer Tonträger und Downloads lag der Umsatz mit Musikverkäufen 2011 insgesamt auf Vorjahresniveau. Dies gaben der Bundesverband Musikindustrie e. V. (BVMI) und media control heute in ihrem offiziellen Trendreport 2011 bekannt. Erstmals seit 1997 weisen die Marktstatistiken damit keinen Rückgang des Umsatzvolumens auf, sondern bestätigen den Stabilisierungskurs der vergangenen Jahre.

Vor allem die Umsätze aus digitalen Downloads legten von 2010 auf 2011 mit 28,8 Prozent deutlich zu. Dabei stiegen Single-Bundles (+27,2 Prozent) und Album-Bundles (+27,8 Prozent) fast genauso stark an wie einzelne Download-Tracks (+30,3 Prozent).

### **Die CD bleibt das Rückgrat der deutschen Musikindustrie, Vinyl wächst in der Nische**

CDs bilden weiterhin das Rückgrat der Musikindustrie in Deutschland und verzeichneten 2011 insgesamt nur einen leichten Umsatzrückgang von 2,2 Prozent. Ein Blick auf die unterschiedlichen Genres offenbart, dass sich vor allem CDs einheimischer Künstler stabil entwickelten (-0,6 Prozent), während bei internationalen Pop-Produktionen ein Umsatzrückgang um 5,3 Prozent zu verzeichnen war.

Der Wachstumstrend bei Vinyl-Schallplatten hielt auch 2011 weiter an. Das Nischenprodukt, das weniger als ein Prozent am Gesamtumsatz mit physischen Produkten ausmacht, legte von 2010 auf 2011 um ganze 18,5 Prozent zu. Im Bereich Pop National betrug das Umsatzwachstum 29 Prozent, beim Genre Pop International insgesamt 15,5 Prozent.

Große Zuwächse bescherte auch das Weihnachtsgeschäft: So nahm allein der Umsatz mit CDs im Dezember 2011 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 5,8 Prozent zu.

BVMI-Geschäftsführer Dr. Florian Drücke: „Wir freuen uns sehr über die stabile Marktentwicklung, die in erster Linie der großen Vielzahl herausragender Künstler 2011 zu verdanken ist. Der Blick in die Charts zeigt, dass Deutsch angesagt ist und sich die neuen und etablierten deutschen Künstler gegenseitig beflügeln. Es zeigt sich aber auch, dass die Diversifizierungsstrategie im Musikvertrieb erfolgreich ist. Vom Vinyl bis zur Cloud steht entlang der unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten und -stile ein großes Angebot zur Auswahl. Das legale Portfolio im Internet umfasst heute in Deutschland mehr als 60 Musikdienste, die mit Blick auf die Downloadzuwächse sehr gut angenommen werden. Dennoch darf das digitale Wachstum nicht darüber hinwegtäuschen, dass selbst das beste legale Angebot auf Dauer nicht mit den massenhaften illegalen Gratis-Angeboten konkurrieren kann und hier nach wie vor dringender Handlungsbedarf besteht.“

Ulrike Altig, Geschäftsführerin media control, fügt hinzu: „Wir blicken auf ein herausragendes Musikjahr mit erfolgreichen Newcomern, grandiosen Musikereignissen und außergewöhnlichen Chartacts zurück. Die erfreulichen Entwicklungen im Musikmarkt sind ein großartiger Verdienst von Branche und Musikfans gleichermaßen. Sie belegen einmal mehr den digitalen Trend, zeigen aber gleichzeitig, dass physische Produkte auch zukünftig ihren hohen Stellenwert behalten werden.“

Der Trendreport wurde durch media control/GfK Panel Services ermittelt. Nicht berücksichtigt wurden GVL-Erlöse und die Einnahmen durch Abonnements oder werbefinanzierte Streaming-Dienste sowie sonstige digitale Geschäftsfelder. Endgültige Zahlen und Fakten zum Musikjahr 2011 veröffentlicht der Bundesverband Musikindustrie e.V. im kommenden April auf seiner Jahrespressekonferenz in Berlin.

#### **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

Rebecka Heinz  
Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
E-Mail: [heinz@musikindustrie.de](mailto:heinz@musikindustrie.de)  
Tel.: +49 (0)30 - 59 00 38 -23

#### **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), [www.playfair.hmt-hannover.de](http://www.playfair.hmt-hannover.de)