

# MUSIK- HANDEL

JEDER DRITTE EURO BEIM MUSIKVERKAUF WIRD BEREITS HEUTE IM INTERNET VERDIENST. DIE ELEKTROFACHMÄRKTE BLEIBEN DIE PLATZHIRSCHE IM STATIONÄREN HANDEL, DER ABER ZUGUNSTEN DER DIGITALEN VERTRIEBSWEGE DURCHWEG ANTEILE ABGEBEN MUSS. IM RANKING DER FÜNF GRÖSSTEN HÄNDLER LIEGT AMAZON AUF PLATZ 2.

32

_ 30 Prozent des Gesamtumsatzes werden im Internet gemacht .....	34
_ Physischer Handel unter Druck .....	34
_ Amazon bereits zweitwichtigster Händler .....	35

# DIE ZUKUNFT DES MUSIKVERKAUFS LIEGT IM INTERNET

in %	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Elektrofachmarkt	33	32	32	31	29	30	30	29
Kauf- und Warenhäuser	12	12	10	9	8	7	6	5
Medienfacheinzelhandel	8	6	6	5	4	4	4	3
Buchhandel	3	3	4	5	5	5	5	5
Drogeriemärkte	9	9	8	8	9	8	8	8
Lebensmitteleinzelhandel	11	10	8	8	8	8	8	7
Internet	9	12	14	17	17	18	19	21
Download-Händler	–	–	1	2	3	4	6	8
Mobile-Händler	–	–	–	–	3	2	2	2
Versandhandel	9	9	9	9	7	7	6	6
Clubmarkt	4	4	3	3	3	2	2	2
Sonstige	3	4	4	4	5	5	5	5
Stationärer Handel (Geschäft)	79	76	72	68	67	66	65	63
Katalog/Mailorder/Club	13	13	13	11	10	9	8	7
Onlinekauf physisch	9	12	14	16	17	18	19	21
Onlinekauf digitale Formate	–	–	1	5	6	7	8	9

ABBILDUNG 19:  
Umsatzanteile der einzelnen  
Handelsformen  
am Musikverkauf | 2002–2009<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ab 2002 inkl. Musikvideos (VHS+DVD), ab 2004 inkl. Musikdownloads, ab 2006 inkl. Mobile

Quelle: GfK Panel Services

Das Internet wird für die Musikindustrie als Vertriebskanal immer wichtiger. Mit dem Versand von CDs, Musikdownloads und den mobilen Angeboten wurden 2009 erstmals mehr Umsätze erzielt als in einer der anderen Handelsformen. In der Summe

steigt der Umsatzanteil der digitalen Vertriebswege um vier auf 31 Prozent (2008: 27 %) und überflügelt damit erstmals die bisher dominierenden Elektrofachmärkte, deren Anteil von 30 Prozent in 2008 auf 29 Prozent in 2009 leicht sinkt. Damit wird fast jeder dritte Euro beim Musikverkauf über das Internet verdient (Abb. 19).

Den größten Umsatzanteil bei den digitalen Vertriebswegen haben die Internet-Versandhändler wie Amazon, buch.de oder jpc.de. Ihr Anteil steigt von 19 Prozent in 2008 auf 21 Prozent in 2009. Auch die Download-

Anbieter können von sechs auf acht um zwei Prozentpunkte zulegen. Dieser Anstieg ist vor allem auf die stark gestiegenen Verkäufe von Alben/Bundles zurückzuführen. Entgegen den Erwartungen vieler Experten hat der Anfang 2009 verkündete Wegfall von DRM (Kopierschutz) dem Markt keine wesentlichen Impulse gegeben. Die Mobile-Händler verlieren weiter an Bedeutung durch den rückläufigen Klingeltonmarkt.

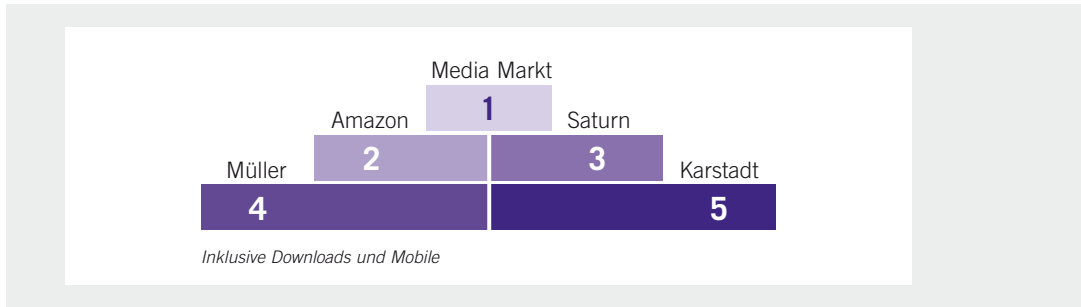
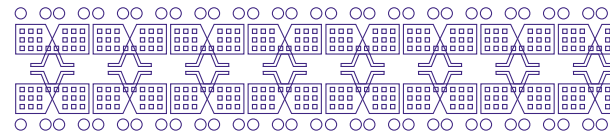


ABBILDUNG 20:  
Top 5 der Musikhändler  
in 2009 nach Umsätzen

Quelle: GfK Panel Services

gleichem Niveau wie der Buchhandel. Auch der Lebensmitteleinzelhandel verliert leicht von acht auf sieben Prozent und fällt damit erstmals hinter die Download-Händler zurück.

#### 🛒 ELEKTROFACHMÄRKTE PLATZHIRSCHE IM STATIONÄREN HANDEL

Die Elektrofachmärkte verlieren zwar ein Prozent Umsatzanteil, bleiben aber mit 29 Prozent vom Gesamtumsatz der Musikverkäufe die Platzhirsche im stationären Handel. Dort büßen auch die Kauf- und Warenhäuser ein Prozent Umsatzanteil auf jetzt fünf Prozent ein, was sicher auch den Turbulenzen des Karstadt-Konzerns geschuldet ist. Sie liegen damit auf

Nachdem die klassischen Plattenläden in den Jahren 2006 bis 2008 ihre Umsatzanteile halten konnten, verlieren sie 2009 ein Prozent und machen jetzt noch drei Prozent des Umsatzvolumens aus. Viele kleinere, spezialisierte Händler fließen aber nicht in die Statistik ein, weil sie ihre Umsätze wegen fehlender Scannerkassen nicht melden. Beim Versandhandel (6%), Sonstigen (5%) und dem Clubmarkt (2%) gibt es keine Veränderungen zum Vorjahr.

#### 🛒 AMAZON AUF PLATZ ZWEI

Die Veränderungen im Markt spiegeln sich auch im Ranking der fünf größten Musikhändler wider. Nach Media Markt liegt der Internet-Versandhändler Amazon bereits auf Platz zwei. Dahinter folgen Saturn, Müller und Karstadt.