

SYSTEMBESCHREIBUNG DER OFFIZIELLEN CHARTS

Version 3.2

Stand: 29. April 2011

**ERMITTLUNG DER OFFIZIELLEN CHARTS
IM AUFTRAG DES
BUNDESVERBANDES MUSIKINDUSTRIE E.V.**

GLIEDERUNG

	Seite
1. Gegenstand und Zweck	5
2. Grundlagen der Chart-Ermittlung	6
2.1. Teilnahme am Chart-Panel	6
2.2. Systematik des Chart-Panels	7
3. Definition und Zuordnung zu den verschiedenen Charts	8
3.1. Musik-Audio und Musik-Video	8
3.2. Zuordnung von Kombiprodukten Musik-Film	8
3.3. Zuordnung zu den Single- und Longplaycharts	9
3.3.1. Singles	9
3.3.2. Two-Track-Singles	9
3.3.3. Musikvideo-Singles	9
3.3.4. Artist-Longplay-Produkte	10
3.3.5. Compilations	10
3.3.6. Commercial Downloads/ Streamings	10
3.3.7. Datenspeichermedien	11
3.4. Genre-Charts	11
4. Qualifikations- und Additionsregeln	12
4.1. Artikelstamm-Informationen	12
4.2. Händlerbreite	12
4.3. Additionsregeln	13
4.4. Bonusinhalte	13
4.5. Produkte mit physischen und nicht-physischen Beigaben	14
4.6. Regelungen von Links	15
5. Ermittlung der TOP 100 Charts	16
5.1. Stichprobe	16
5.2. Datenerfassung	16
5.3. Datenverarbeitung	17
5.4. Kontrolle	19
5.4.1. Allgemeine Kontrolle	19
5.4.2. Händlerbezogene Kontrolle	19
5.4.3. Titelbezogene Kontrolle	19
5.5. Der zeitliche Ablauf der Chartermittlung	20

6. Klassik-Charts	21
6.1. Allgemeines	21
6.2. Umfang und Erhebungszyklus	21
6.3. Qualifikationskriterien	21
6.4. Bereinigungsregeln	21
6.5. Re-Entries	21
6.6. Panel/Stichprobe	22
6.7. Händlerbreite	22
6.8. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP 100 Charts	22
7. Comedy-Charts	23
7.1. Allgemeines	23
7.2. Umfang und Erhebungszyklus	23
7.3. Qualifikationskriterien	23
7.4. Panel/Stichprobe	23
7.5. Händlerbreite	23
7.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen Top-100-Charts	24
8. Newcomer-Charts	25
8.1. Allgemeines	25
8.2. Umfang und Erhebungszyklus	25
8.3. Qualifikationskriterien	25
8.4. Bereinigungsregeln	25
8.5. Re-Entries	25
8.6. Panel/Stichprobe	26
8.7. Händlerbreite	26
8.8. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen Top-100-Charts	26
9. Schlager-Charts	27
9.1. Allgemeines	27
9.2. Umfang und Erhebungszyklus	27
9.3. Qualifikationskriterien	27
9.4. Panel/Stichprobe	27
9.5. Händlerbreite	28
9.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP 100 Charts	28
10. Jazz-Charts	29
10.1. Allgemeines	29
10.2. Umfang und Erhebungszyklus	29
10.3. Qualifikationskriterien	29
10.4. Panel/Stichprobe	29
10.5. Händlerbreite	30
10.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP 100 Charts	30

11. Dance-Charts	31
11.1. Umfang	31
11.2. Fragebogen	31
11.3. Erhebung	31
11.4. Versand	31
11.5. DJ-Pool: Zusammensetzung und Pflege	31
12. Musikvideo-Charts (Musik-DVD-Charts)	32
12.1. Allgemeines	32
12.2. Umfang und Erhebungszyklus	32
12.3. Qualifikationskriterien	32
12.4. Panel/Stichprobe	32
12.5. Händlerbreite	32
12.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts	33
13. Airplay-Charts	34
13.1. Umfang	34
13.2. Stichprobe	34
13.3. Erhebung der Airplay-Charts	34
13.3.1. Neuheiten-Gewichtung	34
13.3.2. Bereinigungsregeln	34
13.3.3. Airplay-Format-Charts	35
13.4. Datenerhebung	35
13.4.1. Anmeldeverfahren für die Airplay-Charts	35
13.4.2. Airplay-Charts-Verfassung	36
13.5. Verarbeitung	37
14. Kontrolle durch den Verband	38
15. Publizierung der Charts	39
16. Förderung der Zusammenarbeit mit dem Handel	40
17. Betreuung des Systems	40

1. Gegenstand und Zweck

Hitparaden (häufig und international üblich ist der Begriff "Charts") spielen im Tonträgermarkt eine wichtige Rolle als Barometer für aktuelle Entwicklungen und Trends. Traditionell waren die Hitparaden der Fachzeitschrift "DER MUSIKMARKT" (seit 1959) von zentraler Bedeutung für den deutschen Tonträgermarkt.

Der Wunsch nach einer repräsentativen und kontrollierten "Chart-Statistik" für Musikprogramme führte dazu, dass die im Bundesverband Musikindustrie e.V. zusammengeschlossenen Hersteller entschieden, ein geeignetes Ermittlungssystem zu entwickeln und entsprechende Partner für die Realisierung zu suchen. Nach Tests mit verschiedenen Instituten wurde media control in Baden-Baden mit der Durchführung beauftragt. Die ersten dieser Art erstellten Charts wurden im September 1977 in der Fachzeitschrift "DER MUSIKMARKT" veröffentlicht.

Seitdem werden diese "offiziellen" Charts im Auftrag des Bundesverbandes von media control ermittelt. Die Publizierung erfolgt über den "MUSIKMARKT" und seit 1993 auch über die "MUSIKWOCHE". Mit der exklusiven Wahrnehmung der Veröffentlichungsrechte außerhalb des Bereiches der Fachpresse hat der Bundesverband seit April 1994 media control beauftragt. In 2004 wurde dieses Veröffentlichungsrecht für alle Bereiche, bis auf die Klassik-Charts, auf media control übertragen.

Das Ziel sind verkaufsorientierte Charts, repräsentativ für die Bundesrepublik Deutschland. Unter Verkauf wird der Verkauf an Endverbraucher verstanden. Abgebildet werden sollen Musikprodukte mit einem Musikanteil von mindestens 50% der Gesamtspielzeit in Abgrenzung zu Wortproduktionen, Hörspielen, Hörbüchern oder Kinderrepertoire mit überwiegendem Wortanteil. Es wurden zunächst TOP 50 ermittelt, die später (Januar 1980) auf 75 Positionen erweitert wurden. Seit August 1989 wurden die Charts in Anpassung an den internationalen Standard auf TOP 100 verlängert. Hierzu war es zunächst notwendig, für die Single TOP 100 neben dem Verkauf die Funkeinsätze als zweites Kriterium heranzuziehen. Seit Januar 2001 werden die Single TOP 100 jedoch wieder ausschließlich auf Basis von Verkäufen ermittelt, wobei seit 2004 Downloadverkäufe zu den Single Charts, seit 2009 auch zu den Longplay-Charts „beigemischt“ werden. Bei Longplay werden neben den TOP 100 in einer gesonderten Liste die TOP 30 Compilations (Veröffentlichungen mit "Diversen Interpreten") ermittelt. Als zusätzliche Repertoire-Charts lässt der Bundesverband Musikindustrie e.V. eine TOP-20-Artist-Klassik-Charts, und seit Januar 2001 auch Deutsche Schlager-Charts über jeweils 20 Positionen für Singles und Longplays ermitteln, seit 2004 nur noch als Longplay-Charts. Seit Januar 2001 werden auch die von media control ermittelten Musikvideo-Charts vom Bundesverband Musikindustrie e.V. in Auftrag gegeben. Die Musikvideo-Charts wurden im Januar 2004 umbenannt in „Musik-DVD-Charts“. Seit 2001 gehen die Verkäufe der Musikvideo-Singles und seit 2002 auch die Verkäufe der Musikvideo-Alben in die TOP 100 Charts ein. Seit 2004 gibt es zusätzlich deutsche Download-Single Charts. Um die Nutzung von Musik im Hörfunk zu erfassen, werden außerdem Airplay-Charts und Airplay-Format-Charts ermittelt. Top 20 Newcomer-Charts und Top 10 Comedy-Charts gibt es seit Oktober 2008. Neben diesen "offiziellen" Charts des Bundesverbandes Musikindustrie e.V. existieren eine Reihe weiterer Hitparaden, die aus privater Initiative erstellt werden und keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben. Den TOP 100 vergleichbare Hitparaden mit zentraler Bedeutung werden u. a. von den Fachzeitschriften "BILLBOARD" in den USA und "MUSIC-WEEK" in Großbritannien veröffentlicht.

2. Grundlagen der Chart-Ermittlung

2.1. Teilnahme am Chart-Panel

Der Musikmarkt (im Sinne von „Recorded Music“) in der Bundesrepublik Deutschland weist eine vielgestaltige Struktur an Absatzwegen auf. Unter dem Gesichtspunkt, Verkäufe an Endverbraucher zu messen, sind die Absatzwege des Fachhandels eindeutig erfassbar. Gegenwärtig gibt es fast 3.000 Outlets dieser Vertriebsformen, die wegen ihrer Struktur und ihrer Marktbedeutung eine für die Auswertung hinreichende Meldung abgeben können. Hierzu zählen auch Einzelhändler, die vom Großhandel bedient werden, sowie Online-Retailer. Spezielle Vertriebsformen wie Großhandel, Rack-Jobbing, Distributors, Clubs, Mailorder/Versender, Non-Traditional Outlets, Direct Response TV, Teleshopping-Anbieter, Download-Shops etc. können nur dann berücksichtigt werden, wenn sie den direkten Verkauf an Endverbraucher statistisch erfassen und mitteilen können. Maßgebend für eine mögliche Teilnahme an der Chart-Ermittlung sind zusätzlich folgende Kriterien, die grundsätzlich für alle Händler/Vertriebswege gelten:

- a) Das Geschäft muss in Deutschland ansässig sein. Download-Shops müssen eine „.de-Domain“ oder ihren Firmensitz in Deutschland haben.
- b) Es muss sich um direkte Verkäufe an Endverbraucher handeln. Bei Download-Verkäufen müssen die Käufer deutsche Postadressen haben.
- c) Der Shop-Betreiber muss Einzelhändler sein mit dem Geschäftszweck des Verkaufs an Endverbraucher.
- d) Das Bild/Tonträgerangebot muss permanent sein.
- e) Die Repertoirebreite muss repräsentativ sein, es muss ein repräsentatives Angebot an Neuheiten geführt werden.
- f) Es muss eine solch signifikante Menge an Verkäufen über einen solch angemessenen Zeitraum gemeldet werden, wie sie eine wirtschaftlich vertretbare Organisation der Charts erfordert. Das mit der Charts-Ermittlung beauftragte Marktforschungsinstitut (GfK media control) setzt die entsprechenden Verkaufswerte fest und prüft ihre Einhaltung. Bei mehrmaligem Unterschreiten der Verkaufswerte kann ein Shop von der Charterhebung ausgeschlossen werden. Auf Antrag erfolgt eine Wiederaufnahme, sofern der Shop darlegt, dass er künftig mit hoher Wahrscheinlichkeit Verkäufe über den festgesetzten Verkaufswerten erzielen wird.*
- g) Die Verkaufsmeldungen müssen kontrollierbar sein. Bei herkömmlichen Bild/Tonträgerverkäufen handelt es sich um elektronische Kassenmeldungen mit Bon-Nr., Datum und Uhrzeit. Bei Downloads müssen mit der Verkaufsmeldung incl. Datum und Uhrzeit zusätzlich verschlüsselt die E-Mail-Adresse und die Kontonummer des Bezahlverfahrens oder eine entsprechende Information mitgeliefert werden. Die Verschlüsselung stellt sicher, dass diese Daten nicht weiter benutzt werden können, außer um festzustellen, ob zwei dieser Daten identisch sind. Die Verkaufsmengen werden anschließend nur dem mit der Charts-Ermittlung beauftragten Marktforschungsinstitut (GfK media control) übermittelt und dort absolut vertraulich behandelt. Weder der Auftraggeber noch die Labels oder sonstige Dritte erhalten Zugang zu diesen Daten.

*Für den Aufwand der Erst- bzw. Wiederaufnahmeprüfung erhebt das mit der Charts-Ermittlung beauftragte Marktforschungsinstitut (GfK media control) eine technische Servicegebühr.

Für Genre-Charts (z.B. Klassik) sind auch Spezialgeschäfte bzw. Genre-Server qualifiziert, sofern sie das betreffende Genre statistisch repräsentativ abbilden.

Artist- und Label Webseiten können ungeachtet des unter e) genannten Kriteriums auch zugelassen werden, wenn die restlichen Kriterien erfüllt sind. Artist- und Label Webseiten müssen darüber hinaus das Regelwerk zur Sicherung korrekter Chartermittlung als für sich verbindlich anerkennen. Außerdem müssen Artist- und Label Webseiten ergänzende Informationen zur Prüfung einer möglichen Teilnahme bereithalten.

Über die Teilnahme eines Händlers am Chart-Panel entscheiden die Prüfungsbeauftragten nach Bewertung der oben angegebenen Kriterien.

2.2. Systematik des Chart-Panels

Für die Chart-Ermittlung in Frage kommende Absatzmittler sind bei media control entsprechend ihrem Volumen und ihrer Struktur erfasst. Dabei werden entsprechende Händler-Gruppierungen gebildet. CD-Online-Händler werden zu einer separaten Gruppierung zusammengefasst.

Das gegenwärtig genutzte Chart-Panel bei media control deckt inzwischen mehr als drei Viertel des relevanten Marktes für Bild/Tonträger/Downloads für Musik ab und nähert sich damit einer Vollerhebung. Zurzeit berichten wöchentlich etwa 3.000 Outlets ihre Verkäufe bespielter Bild/Tonträger an Endabnehmer. Diese Verkaufsdaten werden in Kassensystemen vor Ort erfasst und auf elektronischem Wege über das Branchen-Kommunikationsnetz PhonoNet an media control übermittelt. Die Daten werden dabei beim Händler verschlüsselt und können erst von media control wieder entschlüsselt werden, so dass ein Missbrauch der übertragenen Daten durch Dritte praktisch ausgeschlossen ist. Download-Händler melden ihre Verkäufe direkt an media control, auch dabei sind entsprechende Sicherheitsvorkehrungen vorgesehen. Nach diversen Kontrollen aller gemeldeten Daten wird aus den vorliegenden Meldungen nach statistischen Methoden ein repräsentatives Verkaufsergebnis abgebildet. Die pro Titel gewichteten Verkaufswerte werden verdichtet. Daraus ergeben sich die Charts für Singles und Longplays und für die zusätzlichen Genres bzw. Formate.

3. Definition und Zuordnung zu den verschiedenen Charts

3.1. Musik-Audio und Musik-Video

Durch die technische Entwicklung (CD-Extra/CD Enhanced, DVD, SACD) hat sich die Trennung von Musik-Audio und Musik-Video weitgehend aufgelöst. DVDs können zugleich Audio- und Video-Inhalte wiedergeben, auf dem gleichen Layer, auf unterschiedlichen Layern und auch auf unterschiedlichen Seiten (z.B. DVD-Plus als kombinierte DVD-Video und CD). Ein wichtiges Feature von DVD/SACD ist Mehrkanalton, also ein Audio-Format. DVD-Player lesen vermehrt alle Formate und werden bei Ersatzbeschaffungen von CD-Playern bevorzugt gekauft. DVD-Videos lassen sich ohne Problem ohne laufende Bilder nutzen. Käufer können immer öfter zwischen CD (Audio) und DVD (Video) wählen bei weitgehend identischem musikalischen Basis-Inhalt.

Aus den genannten Gründen ist eine Trennung nach Audio- und Video-Inhalten nicht marktgerecht. Die TOP 100 Charts beziehen sich deshalb auf Musik als Basis-Inhalt, die sowohl im Audio-Format als auch im Video-Format angeboten werden kann. Deshalb werden reine Audio-Tonträger und Musikvideos (und natürlich auch gemischte Audio/Video-Produkte) für die TOP 100 Charts zusammengeführt.

Nach wie vor werden separate Musikvideo-Charts als spezielle Genre-Charts (als „Davon-Charts“) erstellt. Dabei soll es den Vertriebsfirmen freigestellt sein, auf Wunsch „reine“ Musikvideo-Titel aus den „normalen“ TOP 100 Charts auszuschließen. In diesen Fällen muss eine entsprechende schriftliche Benachrichtigung rechtzeitig bis spätestens eine Woche vor Veröffentlichung media control zugehen.

3.2. Zuordnung von Kombiprodukten Musik – Film

Kombiprodukte sind Produkte, bei denen Ton- und Bildträger unterschiedlicher Formate bzw. Inhalte zusammen angeboten werden. Bei einem Kombiprodukt Spielfilmvideo-Musik (eine Platte/Seite/Layer Spielfilm, eine Platte/Seite/Layer Musik als Audio und/oder Video) entscheidet die Länge der Spielzeit der Filmvideo-Inhalte bzw. Musikinhalte über die Zuordnung zu den Charts.

Beträgt die Spieldauer des Musikinhaltes (Audio und Video) mehr als 50 % der Gesamtspielzeit, qualifiziert sich das Produkt für die Musik-Charts, andernfalls für die Spielfilm-Charts.

Kombiprodukte aus Musik-Audio und Musik-Video werden hinsichtlich der Chartzugehörigkeit der TOP 100 nicht differenziert (siehe Abschnitt 3.1.). Für die Zurechenbarkeit zu den separaten Musikvideo-Charts gilt:

Beträgt die Spieldauer der reinen Audio-Musikinhalte mehr als 50 % der Gesamtspielzeit, qualifiziert sich das Produkt ausschließlich für die TOP 100 Musik-Charts. Beträgt die Gesamtspielzeit der Musikvideo-Inhalte mindestens 50 % der Gesamtspielzeit, ist das Produkt zusätzlich für die Musikvideo-Charts qualifiziert.

3.3. Zuordnung zu den Single- und Longplay-Charts

3.3.1. Singles

Grundsätzlich gilt ein Produkt als Single (CD-Maxi, Vinyl-Single, DVD-Single, Download-Track/Single etc), wenn die Spieldauer 23 Minuten nicht übersteigt, höchstens 5 Titel enthalten sind und 1 Titel erkennbar als A-Titel ausgewiesen ist.

„Doppel-A-Seiten“ sind zulässig, für die Airplay-Charts und für Download-Singles muss dabei einer von beiden Titeln benannt werden. Unterschiedliche Mixe enthaltener Titel sowie Musikvideos, deren Musik mit Audio-Titeln derselben Single identisch ist, werden bei der Ermittlung von Spieldauer und Titelzahl nicht berücksichtigt. Dagegen werden „Bonus“-Titel und „Bonus“-Musikvideos berücksichtigt, soweit es sich nicht um „Remixe“ bzw. Versionen bereits vorhandener Titel handelt. Im Rahmen der Single-Definition zählen auch verschiedensprachige Versionen auf einer Single als Remixe und bleiben bei Spieldauer und Titelzahl unberücksichtigt. Ein Titel wird im Rahmen dieser Definition als solcher gewertet, soweit er mindestens 45 Sekunden lang ist. Außerdem werden sämtliche Tracks, auch wenn sie diese Mindestspieldauer unterschreiten, bei der Ermittlung der Gesamtspielzeit berücksichtigt (sofern es sich nicht um „Remixe“ handelt). In Zweifelsfällen entscheiden die Prüfungsbeauftragten über die Zuordnung.

Eine Verkaufseinheit von 2 Singles (Singles-2er-Set) definiert ein Doppelalbum, unabhängig von der Anzahl der Tracks bzw. der Spieldauer. Eine Verkaufseinheit von mehr als 2 Singles definiert entsprechend ein Album-Set.

Für die TOP-100-Single-Charts sind Tracks und Singles mit Titeln von bis zu 2 Künstlern bzw. Gruppen qualifiziert. Singles sind auch mit mehreren Künstlern für die Single-Charts qualifiziert, wenn die Veröffentlichung Projektcharakter hat (z.B. der Mitschnitt aus einem öffentlichen Konzert). Sofern bis dato unveröffentlichtes Material verwendet wird, können ebenfalls Titel von mehr als 2 Künstlern oder Gruppen auf einer Single enthalten sein.

3.3.2. Two-Track-Single

Two-Track-Singles dürfen maximal zwei einzeln anwählbare Tracks enthalten. Dabei ist unerheblich, welcher Art von Inhalt diese Tracks sind. Making-Of, Interviews und andere Inhalte, die einzeln anwählbar sind, zählen demnach als eigenständiger Track. Two-Track-Singles zählen im Sinne der Regelung unter 5.3. zur „Singles-Gruppe“ und werden mit dem Faktor 2,3 bewertet (s. 5.3 Datenverarbeitung).

3.3.3. Musikvideo-Singles

Musikvideo-Singles (zumeist im DVD-Video-Standard) zählen als Singles analog der Regeln für Singles (s. Abschnitt 3.3.1.).

3.3.4. Artist-Longplay-Produkte

Longplay-Produkte qualifizieren sich entweder für die TOP-100-Charts oder für die TOP-30-Diverse-Interpreten-Charts. Für die TOP-100-Charts sind Longplay-Produkte mit mehreren Interpreten nur dann qualifiziert, wenn die Veröffentlichung Projektcharakter hat, wie dies z.B. durch ein öffentliches Konzert der Fall ist. Für den Projektcharakter spricht, wenn mindestens 75 % der Titel eigens für die projektbezogene Veröffentlichung produziert wurde und es sich damit um eine Erstverwertung handelt. Remixe sind in diesem Kontext nicht als Neuproduktionen zu werten. Auch sogenannte Label-Projekte sind bei der Erfüllung dieser Kriterien für die Artist-Charts qualifiziert. Der Projektcharakter muss für den Endverbraucher erkennbar sein. In Zweifelsfällen entscheiden die Prüfungsbeauftragten. Für die TOP-100-Charts sind weiter Produktionen mit Titeln von bis zu zwei Künstlern bzw. Gruppen und Soundtracks qualifiziert. Soundtracks müssen dabei mindestens 50 % Titel enthalten, die im Film bzw. TV-Film (auch mehrteilige Filme; ausgeschlossen sind TV-Serien) gespielt werden (Mindestspieldauer: Fragment-Definition des GEMA-Vertrages).

Ein Download-Bundle mit mehr als 5 unterschiedlichen Tracks bzw. einer Spieldauer von mehr als 23 Minuten ohne Remixes u. dgl. entspricht immer einem Einfach-Album.

3.3.5. Compilations

In die TOP-30-Charts der "Diversen Interpreten" werden alle Produktionen zugeordnet, die die vorstehenden Bedingungen nicht erfüllen, insbesondere Compilations mit Titeln von 3 und mehr Künstlern (bzw. Gruppen) und Produktionen, die an TV-Serien anknüpfen. „DJ-Projekte“, d.h. Zusammenstellungen von Original-Titeln mit fließenden Übergängen, werden als Compilations behandelt.

Die TOP-100-Longplay-Charts und die TOP-30-Compilation-Charts werden in gesonderten Listen dargestellt. Die Ursprungsplatzierungen von Compilations in den TOP-100-Charts werden dabei ermittelt und mitgeteilt. Danach werden die Compilations aus den TOP-100-Charts entfernt und es rücken Artist-Produkte aus hinteren Positionen auf und bilden die TOP-100-Charts.

3.3.6. Commercial Downloads/Streamings

Die nichtphysische Vermarktung von Musik fließt in die Chartermittlung ein, soweit diese Nutzung der physischen Nutzung vergleichbar ist. Dies trifft im Wesentlichen zu für Commercial Downloads, soweit sie individuell gekauft und zeitlich begrenzt oder unbegrenzt genutzt werden können (Permanent bzw. Limited Downloads). Nicht einbezogen in die Chartermittlung werden alle Formen von Streaming (Audio und Video), auch wenn dies entgeltlich erfolgt.

Commercial Downloads, soweit sie sich für die Charts qualifizieren (s. o.), fließen in die „herkömmlichen“ TOP 100 mit ein. Einzeltracks und Single-Äquivalente zählen für die TOP 100 Single-Charts, Album-Äquivalente für die entsprechenden Album-Charts. Bundles, die einem physischen Album entsprechen, die aber zurzeit nicht auch physisch angeboten werden, zählen bis auf weiteres nicht für die Charts. Gleiches gilt auch für „Wunsch-Compilations“ und ähnliche Angebote.

Titel, die als Tracks einzeln aus „unbundled“ Singles und Alben heruntergeladen werden, zählen für die Top 100 Singles Charts nur dann, wenn für diese Titel bei media control bzw. PhonoNet ein separater Artikelstamm (Track oder Single) vorhanden ist.

Alle sonstigen Regeln für physische Bild/Tonträger gelten analog für nichtphysische Produkte, sofern nichts anderes festgelegt ist. Insbesondere sind die Qualifikations- und Additionsregeln (Abschnitt 4.1., 4.2., 4.3.) analog anzuwenden. Sonder-Features werden behandelt wie bei physischen Tonträgern.

Die Teilnahmebedingungen für Download-Händler sind in Abschnitt 2.1. dargestellt.

3.3.7. Datenspeichermedien

Die Charts stellen Musikprodukte weitgehend formatunabhängig dar. Daher sind auch Speichermedien mit Musikinhalten wie USB-Sticks oder SD-Karten, die unterschiedliche Speicherkapazitäten haben, für die Charts zugelassen, sofern ihre Speicherkapazität 1 GB nicht übersteigt.

Im Zweifel entscheiden die Prüfungsbeauftragten.

3.4. Genre-Charts

Derzeit lässt der Bundesverband Musikindustrie e.V. separate Charts für die Genres Klassik, Jazz, Schlager, Dance, Comedy, Musikvideos, Newcomer und Airplay ermitteln. Eine Platzierung von Produkten in den Genre-Charts ist von einer Platzierung in den TOP-100-Charts unabhängig (Ausnahme: Bereinigungsregeln der Dance-Charts). Die Musikvideo-, Klassik-, Jazz-, Schlager-Charts, Comedy- und Newcomer-Charts werden nach derselben Methodik ermittelt wie die TOP-100-Charts (Abweichungen im Detail siehe unter Systembeschreibung Musikvideo bzw. Klassik bzw. Schlager, Comedy und Newcomer). Die Zuordnung zu den Genre-Charts Klassik, Jazz, Schlager und Comedy erfolgt grundsätzlich nach Maßgabe der Genre-Einzeichnung im PhonoNet-Artikelstamm, die durch die Firmen selber vorgenommen wird. Zur Zuordnung der Musikvideo-Charts vgl. Abschnitt 3.3. Die Dance-Charts werden durch eine repräsentative Befragung von DJs bezüglich des Einsatzes von Titeln in Discotheken und Clubs ermittelt (Details siehe unter Systembeschreibung Dance, Abschnitt 9.). Die Airplay-Charts werden nach der Musiknutzung im Hörfunk ermittelt (Details siehe unter Systembeschreibung Airplay-Charts, Abschnitt 13.)

4. Qualifikations- und Additionsregeln

4.1. Artikelstamm-Informationen

Ein Titel ist für die Charts nur dann qualifiziert, wenn vor der Veröffentlichung bzw. vor der Chart-Qualifikation entsprechende Artikel-Stammdaten bei media control vorliegen. Nur durch die Einbeziehung solcher Artikelstammdaten können Verkäufe von Produkten identifiziert werden.

Diese Artikelstamm-Informationen müssen zumindest beinhalten:

- | | |
|---------------------------------|------------------------|
| - Künstlername | - Label |
| - Titel | - Programmart |
| - Bestell-Nummer/ Identifier | - Tonträgerart/ Format |
| - Vertriebsfirma (PhonoNet-Nr.) | - Setinhalt |
| - Veröffentlichungsdatum | |

Im Normalfall bezieht media control diese Informationen aus dem PhonoNet-Artikelstamm. Über Phononet angemeldete Titel, können nicht abgemeldet werden, wenn und solange der Titel platziert ist. Sofern eine Vertriebsfirma für einen möglichen Chart-Titel keinen PhonoNet-Artikelstamm anlegt, muss eine (kostenpflichtige) vergleichbare Anmeldung von Artikelstamm-Informationen bei media control vorgenommen werden. Dazu hat media control ein Artikelstammdaten-Blatt entwickelt, das dort abgerufen werden kann. Die individuelle Anmeldung solcher Titel muss rechtzeitig bis spätestens eine Woche vor Veröffentlichung vorgenommen werden.

Damit Download Tracks und Singles, zu denen es noch kein physisches Äquivalent gibt (sog. Digital Only Releases) für die Charts zählen können, ist eine gesonderte Artikelstammanmeldung erforderlich. Diese kann entweder bei PhonoNet durchgeführt werden oder direkt bei media control.*

Bei nachträglicher Anmeldung von bereits veröffentlichten Download Tracks und Singles beginnt die Wertung der Verkäufe jeweils mit der nächsten erreichbaren vollen Chartwoche. Eine Abmeldung bereits angemeldeter Titel ist nicht vorgesehen. Über Ausnahmeregelungen im Einzelfall entscheiden die Prüfungsbeauftragten auf Antrag.

4.2. Händlerbreite

Qualifiziert für die Charts sind nur solche Titel (Singles bzw. Alben), die Verkaufsmeldungen von mindestens drei Händlergruppierungen auf sich vereinigen können. Als Händlergruppierung gelten hierbei nicht die Meldungen einzelner Verkaufsstellen (sog. Outlets) oder Handelsunternehmen, sondern die im Abschnitt 5 beschriebenen Großkunden, Handelsketten bzw. Zusammenfassungen von Handelsunternehmen.

Mit dieser Qualifikationsregel soll verhindert werden, dass durch nicht-repräsentativ hohe Verkaufswerte bei wenigen Händlern oder einer kleinen Zahl von Großkunden oder Handelsketten ungerechtfertigte Platzierungen erzielt werden.

* PhonoNet GmbH: Bei der Pulvermühle 7 a; 22453 Hamburg; www.phononet.de; +49/40/55 49 37-0
Bei einer Anmeldung über media control können ggf. Kosten entstehen. Kontakt: www.media-control.de; media control; Medienzentrum Augustaplatz 8; 76530 Baden-Baden; +49/7221/366-02

4.3. Additionsregeln

Im Normalfall werden die Chartpositionen für einen einzelnen Titel (Single oder Album) ermittelt. Bei den Singles werden die technischen Konfigurationen des gleichen Titels (CD-Maxi, 12“ Maxi, 7“ Vinyl, DVD-Single, Download-Track, Download-Single usw.) zusammengefasst, d.h. die jeweiligen Verkaufswerte werden addiert. Entsprechend wird auch bei Alben (CD, LP, MC, DVD-Video, DVD-Audio, SACD, Download-Alben usw.) verfahren.

Es kommt vor, dass Singles oder Alben des gleichen Titels auch in mehreren Versionen, Varianten oder Editionen angeboten werden, in gleichen oder unterschiedlichen technischen Konfigurationen. Hierbei kann es sich auch um Re-Mixe, Special Editions, Limited Editions usw. und auch um Kombiprodukte (vgl. Abschnitt 3.6.) handeln. Sofern diese Versionen, Varianten oder Editionen inhaltlich völlig oder weitgehend übereinstimmen, werden die Verkaufswerte für die Ermittlung der Chartpositionen zusammengezählt.

Inhaltlich weitgehende Übereinstimmung und damit Additionsfähigkeit liegt vor, wenn Interpret, Titel (bei Singles: A-Titel) und bei physischen Alben zusätzlich mindestens **50 %*** der Tracks identisch sind. Digitale Alben und Bundles müssen mindestens jeden Titel eines physischen Äquivalentes beinhalten, damit sie addiert werden können.

Für die Titelidentität ist hinreichend, wenn der Hauptbestandteil gleich ist. Titelzusätze wie z.B. "Limited Edition", "Live Act", "Special Version" etc. sind zulässig. Im Zweifel entscheiden die Prüfungsbeauftragten.

Verschiedene Versionen eines Tracks beeinträchtigen diese Identität nicht. Dazu zählen auch Audio, Live- bzw. Video-Versionen. Verschiedensprachige Versionen eines Titels können ebenfalls addiert werden. Die Addition von Livealben und Studioalben ist nur möglich, wenn Künstler, Produktname und mindestens 70%* der Tracks übereinstimmen. Die Additionsfähigkeit ist aufgehoben, wenn die betreffende Vertriebsfirma getrennte Erfassung wünscht. Die Additionsfähigkeit ist auch aufgehoben, wenn die Vervielfältigung und Verbreitung durch gerichtliche Verfügung untersagt wurde. Eine veränderte Neuveröffentlichung muss in diesem Fall die Chart-Qualifikationskette erneut durchlaufen. In Zweifelsfällen entscheiden die Prüfungsbeauftragten.

4.4. Bonusinhalte

Bild/Tonträger bzw. Downloads können um zusätzliches Material ergänzt werden, welches kein neues Produkt generiert, sondern das vorhandene Musikprodukt ergänzt. Solche Inhalte können sein: Musikvideos, Remixe, Live-Versionen oder Webcasts der gleichen Titel, Videos des „Making Of“, Games mit Bezug zum Produkt, Interviews, Fotos, Texte, Biographien, Discographien, sonstiges Bildmaterial, interaktive Features u. dgl. Bei Bonusmaterial muss geprüft werden, ob es

* Die genannten Prozentzahlen sind von einem beliebigen Basisprodukt aus rechenbar. Basisprodukt kann jedes der zu addierenden Alben sein. Unabhängig von dem zur Berechnung herangezogenen Basisprodukt bleibt das Album, welches zuerst in die Charts eingestiegen ist, dort mit vollem Titel abgebildet und wird vom additionsfähigen Album gestützt.

a) nur der Ergänzung/Aufwertung des originären Musikinhaltes dient und kein eigenständiges Musikprodukt darstellt (z.B. Interviews, Szenen des Making Of, Backstage-Videsequenzen, Rehearsal-Sequenzen, Fotos, Texte, Biographien, Discographien und auch Musik-Tracks unter 45 sec Spieldauer), ob es

b) ein eigenständiges Musikprodukt darstellt, welches jedoch das vorhandene Musikprodukt ergänzt (z.B. identische Mixe in einem anderen Format, Remixe, Live-Versionen, Musikvideos des gleichen Titels, Mehrkanalton-Versionen), oder ob es

c) sich um Material handelt, das kein Musik-Content ist (z.B. Games zu einem Musiktitel, Datenbank zur Archivierung des Musikcatalogs, T-Shirt mit Bezug zum Künstler, Bildschirmschoner zum Musiktitel).

Grund für die Prüfung und Basis für Entscheidungen (unter Einschluss der in Ziffern 4.5. und 4.6. dargestellten Regelungen) ist es, die Chartqualifikation diskriminierungsfrei zu regeln und auszuschließen, dass nicht musik-bezogene Inhalte als Hauptbestandteile eines Angebotes Chartfähigkeit ermöglichen.

Bonusmaterial unter a) und b) hat keine Auswirkungen auf die Chartfähigkeit eines Musikprodukts. Bonusmaterial unter c) stellt eine Beigabe dar und muss gemäß Abschnitt 4.5. geprüft werden, ob der Wertbestandteil zulässig ist. Zusätzliche (Bonus-)Musiktitel über 45 sec Spieldauer, die weder mit den bereits vorhandenen Titeln identisch sind noch Remixe, Video-Versionen, Live-Versionen, Special Versions usw. darstellen, gehören zum originären Tracklisting und werden als solches berücksichtigt, soweit Chartregeln sich auf das Tracklisting beziehen (z.B. als Single-Definition oder zur Bestimmung der Additionsfähigkeit mehrerer Varianten). Werden zusätzliche Bonus-Musiktitel zu einem Produkt hinzugefügt, welches selbst kein Musikprodukt ist, so wird dieses Basisprodukt nicht dadurch zu einem Musikprodukt. Der Basisinhalt definiert das Genre. Bonusinhalte haben keinen Einfluss auf die Genrezuordnung.

Bei den Regeln über Bonusinhalte ist es unerheblich, auf welchem Bild/Tonträger bzw. Datenformat sich diese Inhalte befinden.

4.5. Produkte mit physischen und nicht-physischen Beigaben

Bild/Tonträger und Downloads können um physische und nicht-physische Beigaben, die nicht direkt mit dem Musik-Content zu tun haben, ergänzt werden. Physische Beigaben sind z.B. T-Shirts, Poster, Sticker usw.; nicht-physische Beigaben sind z.B. Games, Datenbanken, Player, Mixer und weitere elektronische Features.

Allgemein gilt der Grundsatz, dass der Wertbestandteil der Produktbeigabe aus Sicht der Verbraucher nicht mehr wert sein darf als der Bild/Tonträger/Download selber.

Bei Singles bezieht sich der Wert der Beigabe auf den Track.

Für Beigaben in Form von Verlosungen rechnet sich der Wertbestandteil der Beigabe aus Wert des Gewinns mal Gewinnchance.

Die Prüfungsbeauftragten entscheiden auf Antrag über die Chartqualifikation.

4.6. Regelung von Links

Bei jedem digitalen Bild/Tonträger und auch bei Downloads können Links auf Online-Angebote mit „verkauft“ werden, die über spezielle Adressen und Passwörter nur den jeweiligen Besitzern Zugriff auf besondere Contents erlauben. Es handelt sich zurzeit um folgende Varianten:

- Audio-Tracks, gestreamt
- Audio-Tracks im Download
- Video-Tracks, gestreamt
- Video-Tracks im Download
- Sonstige Contents, gestreamt
- Sonstige Contents im Download

Sonstige Contents können sein: Bilder, Texte, Games, Competitions, Interviews, etc.

Vorbehaltlich weitergehender Entwicklungen im Online-Bereich gilt:

Download-Tracks:

Tracks, die bereits auf einem gekauften Bild/Tonträger enthalten sind, können via Download angeboten werden („identische Inhalte“, vgl. Abschnitt 3.6.). Bei der Zulassung von Download-Tracks findet die Single-Definition entsprechend Anwendung (Abschnitt 3.3.1). Zusätzliche Download-Tracks, die über die im Rahmen der Single-Definition zugelassenen Titel hinausgehen, definieren ein Album.

Gestreamte Tracks:

In beliebiger Menge frei (Änderungen beim Zugang zu größeren Streaming-Katalogen vorbehalten).

Download-Videos:

zurzeit keine Regelung.

Zusätzliche gestreamte Videos:

In beliebiger Menge frei (Änderungen beim Zugang zu größeren gestreamten Video-Katalogen vorbehalten).

Gestreamte Audio/Video-Samples bis 45 sec Länge:

frei.

Sonstige Contents:

sowohl gestreamt als auch via Download frei, solange der Wert der Contents den Wert des dazugehörigen Bild/Tonträgers/Files nicht übersteigt entsprechend der Beigabe-Regelung in Abschnitt 4.5. Ist dies der Fall, ist der jeweilige Bild/Tonträger/File nicht mehr für die Charts qualifiziert.

5. Ermittlung der TOP 100 Charts

5.1. Stichprobe

Damit die Daten der von den Händlern übermittelten elektronisch erfassten Verkaufsdaten ein repräsentatives Bild des Hitgeschäfts der Bundesrepublik Deutschland ergeben, werden die Händlermeldungen gewichtet. Da sich die Erhebung der Verkaufswerte einer Vollerhebung nähert, ist die Anwendung eines speziellen, mehrstufigen Stichprobenverfahrens nicht mehr notwendig. Allerdings müssen überproportionale Meldungen einzelner Melde-Teilnehmer verhindert werden. Zu diesem Zweck wird die Handelsstruktur aufgeteilt in zurzeit 10 (Singles) bzw. 8 (Alben) Händlergruppierungen (Alben-Charts 1 digitale Gruppierung, 6 physische Gruppierungen, für die Single-Charts 6 digitale, und 4 physische Gruppierung), die sich aus Großkunden und Zusammenfassungen von strukturell gleichartigen physischen Händlern, sowie Downloadhändlern zusammensetzen.

Jeder dieser Händlergruppierungen ist ein Gewichtungsfaktor zugeordnet, der sich an dem jeweiligen Marktpotential orientiert. Dieser Gewichtungsfaktor, der in regelmäßigen Abständen überprüft und ggf. angepasst wird, wird auf die gemeldeten Verkaufswerte der betreffenden Händlergruppierung titelweise angewendet. Ein rekursives Rechenverfahren führt zu einer repräsentativen Zusammensetzung der Stichprobe.

5.2. Datenerfassung

Die Datenerfassung geschieht elektronisch durch geeignete EDV-gestützte Kassenterminals. Diese Terminals, die häufig auch Bestandteil eines von Handelsunternehmen eingesetzten elektronischen Warenwirtschaftssystems sind, registrieren bei jedem Verkauf an Endverbraucher die eindeutige Katalognummer des Produkts (in der Regel den sog. EAN-Code oder UPC-Code), die verkaufte Stückzahl und den Verkaufspreis inkl. MWSt. Diese Daten werden gemeinsam mit Tag und Uhrzeit des Verkaufs gespeichert. Das Kassenterminal ist mit der elektronischen Workstation des PhonoNet-Systems beim Händler verbunden. PhonoNet ist ein Dienstleistungsunternehmen, das den elektronischen Datenaustausch zwischen Handel und Industrie (Bestelldaten, Lieferdaten, Rechnungsdaten) organisiert und betreibt. Die beim Händler gespeicherten Daten werden täglich an media control weitergeleitet. Vor der Weiterleitung werden die Daten beim Händler verschlüsselt. Auf dem Weg über PhonoNet sind die Daten also von niemandem einsehbar; sie können erst nach Eintreffen bei media control und nur dort entschlüsselt werden. Auf diese Weise ist der Schutz individueller Daten eines Händlers vollständig gewährleistet.

Bei Downloadshops werden die Verkaufsmeldungen ebenfalls an media control übermittelt, zusätzlich mit verschlüsselter Angabe der E-Mail-Adresse und der Kontonummer des Bezahlverfahrens oder einer vergleichbaren Information. Die Verschlüsselung stellt sicher, dass diese Daten nicht weiter benutzt werden können, außer dass festgestellt werden kann, ob zwei dieser Daten identisch sind. Pro E-Mail-Adresse und pro Kontonummer (jedes Kriterium genügt) wird ein Download-Titel maximal einmal gezählt. media control archiviert die Auslieferungsdaten über mehrere Wochen und überprüft Mehrfach-Bestellungen aufgrund der Archivdaten ab. Download-Verkäufe, die mit Prepaid-Karten bezahlt werden, werden aus Sicherheitsgründen nicht gezählt, solange ein sicheres Identifikationsverfahren wie oben nicht verfügbar ist.

Alle Meldungen der angeschlossenen Händler fließen zur Verarbeitung in das Computersystem. Hierbei finden Kontrollen statt. Außerdem werden alle gemeldeten Verkäufe um solche Produkte bereinigt, die für die Chart-Ermittlung nicht qualifiziert sind, und additionsfähige Verkäufe werden zusammengezählt. Das Computersystem kann die qualifizierten Produkte identifizieren, indem es die gemeldeten Katalognummern mit einer von PhonoNet unterhaltenen Artikelstammdatenbank vergleicht. Diese Datenbank enthält für jede Katalognummer alle erforderlichen Informationen wie z.B. Titel, Interpret, Firma, Label usw. Die Datenbank wird laufend von den an PhonoNet angeschlossenen Herstellerfirmen gepflegt. Die nicht angeschlossenen Herstellerfirmen können Titel, denen sie Chart-Chancen einräumen, an media control separat melden, vgl. Abschnitt 4.1.

5.3. Datenverarbeitung

Zu Beginn der Datenverarbeitung zur Ermittlung der Charts übernimmt das Computersystem von media control die täglichen Verkaufsdaten (Verkaufsmengen, Verkaufspreise) der meldenden Händler. Die Verkaufsmenge wird pro Titel und Transaktion mit dem Verkaufspreis zum Verkaufswert multipliziert. Daraus werden die Wochenverkäufe addiert. Dabei werden auch die für einzelne Tage verspätet eingehenden Verkaufsmeldungen berücksichtigt. Zunächst werden die Verkaufswerte um nicht qualifizierte Verkäufe bereinigt und additionsfähige Verkaufswerte pro Titel gemäß den Additionsregeln zusammengezogen. Danach werden die Verkaufswerte zu den jeweiligen Händlergruppierungen addiert. Anschließend werden die Verkaufswerte titelweise über alle Händlergruppierungen addiert. Durch Anwendung eines rekursiven Rechenverfahrens werden die Verkäufe dann titelweise entsprechend den vorgegebenen Gewichtungsfaktoren geglättet. Alle Verkaufsmeldungen, die bei der Qualifikationsbereinigung bzw. der Glättung ausfallen, bleiben bei der weiteren Verarbeitung unberücksichtigt.

Um durch einzelne überdurchschnittlich hochpreisige Angebote die Repräsentativität der Charts nicht zu gefährden, wird bei der Berechnung der Verkaufswerte eine Höchstpreisgrenze von € 100,- pro Produkt und Transaktion vorgesehen. Bei Produkten, die über dieser Preisgrenze angeboten werden, wird nur ein Verkaufspreis von € 100,- auf die Verkaufsmenge angewandt.

Da sich die TOP 100 Singles Charts aufgrund der sehr unterschiedlichen Produktarten von Downloads und physischen Singles/Maxis inzwischen zu einer **Track-Charts** entwickelt haben, ist ein Angleichen der Verkaufswerte je nach Anzahl der Tracks pro physischer Single/Maxi bzw. pro Download Singles Bundle erforderlich. Zur Berechnung dieses Verkaufswertes pro Track muss der Gesamtpreis der Single (physisch/digital) durch die Anzahl der Tracks geteilt werden. Die Trackanzahl für jede individuelle (physische/digitale) Single ist aus den heute vorliegenden Artikelstamm-Informationen nicht immer verfügbar. Deshalb rechnet das Chart-System mit durchschnittlichen Track-Zahlen für folgende 4 Singles-Kategorien: „Klassische“ Singles (wie sie sich aus der 7“-Single entwickelt haben), Maxi-Singles, Download-Tracks und Download-Bundles. „Klassische Singles“ sind z.B. 5-Zoll CD 2-Track oder 3-Zoll CD 2-Track usw. Alle übrigen noch existierenden, weniger gebräuchlichen Singles-Kategorien werden diesen vier Standard-Kategorien entsprechend zugeordnet. Die durchschnittliche Track-Anzahl pro Kategorie wird von PhonoNet ermittelt aufgrund der aktiven Singles-Artikel im Veröffentlichungszeitraum des aktuellen Jahres (zuerst für das Gleitjahr 1.6.2006 bis 31.5.2007). Diese durchschnittlichen Track-Zahlen pro Kategorie sind in der unteren Tabelle wiedergegeben. Eine Anpassung findet im jährlichen Rhythmus statt. Zur Ermittlung des Verkaufswertes pro Track wird nun der Verkaufswert der Verkaufseinheit (Single, Maxi, Track, Bundle) durch die durchschnittliche Trackanzahl geteilt. Dieser Wert ist dann der für das Chart-Ranking relevante Verkaufswert eines individuell gekauften Titels innerhalb der TOP 100 Singles Charts.

Durchschnittliche Track-Anzahl der 4 Singles-Kategorien

Kategorie	Durchschnittliche Track-Anzahl
Singles-Gruppe	2,3
Maxi-Singles-Gruppe	4,2
Download Tracks	1,0
Download Singles Bundle	2,3

Die als repräsentativ geltenden Verkaufswerte der Verkäufe einer Woche werden dann pro Titel zusammengezählt und es wird für alle Titel der Promille-Anteil am Gesamtergebnis berechnet. Dieser Promille-Anteil ist das Kriterium für die Rangfolge der Titel in den Verkaufscharts. Berücksichtigt werden die Verkäufe ab dem für diese Titel im PhonoNet-Artikelstamm hinterlegten (bzw. bei media control, PhonoNet separat angemeldeten) offiziellen VÖ-Datum (sog. Street Date). Eine letztmalige Änderung dieses VÖ-Datums muss spätestens 1 Woche vor VÖ erfolgen (andernfalls gilt zunächst das ursprüngliche VÖ-Datum).

5.4. Kontrolle

5.4.1. Allgemeine Kontrolle

Die elektronisch erfassten Verkaufsmeldungen werden vor der Verarbeitung durch ein mehrstufiges Kontrollverfahren laufend nach einer Reihe von Kriterien überprüft. Hierzu gehören der zeitliche Verlauf von Verkäufen eines Titels pro Tag und Woche sowie Mehrfachverkäufe eines Titels in einem Registriervorgang. Abweichungen von Durchschnittsverkäufen führen zu Überprüfungen. Der Computer vergleicht außerdem die sich aus den Meldungen ergebenden Verkaufsverläufe nach Titeln und Händlern und sucht systematisch nach Datenkonstellationen, die unlogisch, unwahrscheinlich oder fehlerhaft sein könnten, um z.B. Erfassungsfehler erkennen und ausschließen zu können.

5.4.2. Händlerbezogene Kontrolle

Die Verkäufe aller einzelnen Händler werden mit der individuellen Höchstgrenze der Verkäufe pro Titel verglichen, die sich aus dem tatsächlichen gesamten Meldevolumen des jeweiligen Händlers (der jeweiligen Händlergruppierung) ergibt. Sobald eine festgelegte Toleranzgrenze überschritten ist, wird die betreffende Verkaufsmeldung entsprechend angepasst.

5.4.3. Titelbezogene Kontrolle

Nach Eingabe aller Meldungen ermittelt der Computer die Summen der Verkäufe jedes Titels und errechnet hieraus den Durchschnittsverkauf aller Titel pro Outlet/Händler. In einem Prüfungsprotokoll werden pro Outlet/Händler und pro Titel Abweichungen des individuellen Verkaufs vom vorgenannten Mittelwert ausgewiesen. Übersteigen diese Abweichungen ein vertretbares Maß, wird die entsprechende Meldung geprüft und ggf. angepasst.

In einem weiteren Prüfungsprotokoll werden pro Titel alle Meldungen nebeneinander aufgelistet. Erkennbare Unregelmäßigkeiten führen zu einer weiteren Kontrolle der jeweiligen Meldung.

Weitergehende Kontrollen werden von media control titelweise und händlerbezogen durchgeführt und permanent weiterentwickelt.

5.5. Der zeitliche Ablauf der Chartermittlung

Der zeitliche Ablauf der Chart-Ermittlung sei an folgendem Schema für fiktive Auswertungswochen (Zyklen A-C, jeweils Freitag bis Donnerstag) verdeutlicht:

	Wochentag	Zyklus	Erhebung	Auswertung	Bereitstellung	Veröffentlichung	Tag
Woche A	Montag	...					Mo
	Dienstag						Di
	Mittwoch						Mi
	Donnerstag						Do
	Freitag	Zyklus A	(Fr.-Do.) Verkaufsdaten aus Zyklus A werden erfasst und an media control übermittelt				Fr
	Samstag						Sa
	Sonntag						So
Woche B	Montag	Zyklus A	(Fr.-Do.) Verkaufsdaten aus Zyklus A werden erfasst und an media control übermittelt				Mo
	Dienstag						Di
	Mittwoch						Mi
	Donnerstag						Do
	Freitag	Zyklus B	(Fr.-Do.) Verkaufsdaten aus Zyklus B werden erfasst und an media control übermittelt	(Fr.-So.) Auswertung der Daten aus Zyklus A ¹⁾			Fr
	Samstag						Sa
	Sonntag						So
Woche C	Montag	Zyklus B	(Fr.-Do.) Verkaufsdaten aus Zyklus B werden erfasst und an media control übermittelt		(Montag) Charts von Zyklus A werden erstellt & Interessenten vorab zur Verfügung gestellt ²⁾		Mo
	Dienstag						Di
	Mittwoch						Mi
	Donnerstag						Do
	Freitag	Zyklus C	(Fr.-Do.) Verkaufsdaten aus Zyklus C werden erfasst und an media control übermittelt	(Fr.-So.) Auswertung der Daten aus Zyklus B ¹⁾		Freitag 12:00 Veröffentlichung Charts Zyklus A	Fr
	Samstag						Sa
	Sonntag						So
Woche D	Montag	Zyklus C	(Fr.-Do.) Verkaufsdaten aus Zyklus C werden erfasst und an media control übermittelt		(Montag) Charts von Zyklus B werden erstellt & Interessenten vorab zur Verfügung gestellt ^{2) 3)}		Mo
	Dienstag						Di
	Mittwoch						Mi
	Donnerstag						Do
	Freitag	Zyklus D	(Fr.-Do.) Verkaufsdaten aus Zyklus D werden erfasst und an media control übermittelt	(Fr.-So.) Auswertung der Daten aus Zyklus C ¹⁾		Freitag 12:00 Veröffentlichung Charts Zyklus B ³⁾	Fr
	Samstag						Sa
	Sonntag						So
	Montag			:	:	:	Mo

1) Die Meldungen durchlaufen alle Prüf- und Kontrollroutinen (ggf. werden Rückfragen vorgenommen).

2) Dieser Service ist vergütungspflichtig.

3) Es tauchen erstmals die aufgrund der Ergebnisse in Zyklus A bereinigten Titel nicht mehr in der Chart-Auswertung von Zyklus B auf.

6. Klassik-Charts

6.1. Allgemeines

Die „Klassik-Charts“ erfassen Verkäufe von Bild/Tonträgern (Alben) mit rein klassischer Musik an Endverbraucher. Klassik wird hierbei definiert als: Musik auf der Basis des originalen Notenbildes, interpretiert durch Klassik-Künstler oder der Klassik nahestehende Künstler. Es handelt sich um Repertoire-Charts, die das Marktsegment „Klassik“ abbilden. Die „regulären“ TOP-100-Charts, in denen Verkäufe unabhängig von jeglichen Repertoire-Segmenten erfasst werden, bleiben von den „Klassik-Charts“ unbeeinflusst. Eine parallele Platzierung eines Produktes sowohl in den „TOP-100-Album-Charts“ als auch in den „Klassik-Charts“ ist daher nicht nur grundsätzlich möglich, sondern wird bei stark verkaufenden Spitzenprodukten die Regel sein.

6.2. Umfang und Erhebungszyklus

Die Charts werden monatlich als TOP-20-Artist-Klassik-Charts für Alben erhoben. Zugrunde gelegt werden dabei jeweils vollständige Wochen von Freitag bis Donnerstag. Verkaufswochen, die sowohl im einen als auch dem anderen Monat liegen, werden dem Monat zugeordnet, in dem die Mehrheit der Verkaufstage der fraglichen Woche liegt.

6.3. Qualifikationskriterien

Zugelassen sind alle Longplay-Bild/Tonträger, die im PhonoNet-Artikelstamm als Klassik-Produkte gekennzeichnet sind. Klassik-Weihnachtscompilations, Klassik-Compilations, Soundtracks und Crossover-Produkte sind nicht zugelassen.

Sollten Bild/Tonträger im PhonoNet-Artikelstamm als Klassik-Produkte gekennzeichnet sein, jedoch ganz offensichtlich nicht in dieses Repertoire-Segment gehören (Falschkennzeichnungen), soll media control Meldungen unberücksichtigt lassen. Als „Pop“ geschlüsselte Klassik-Produkte müssen media control zur Aufnahme in die Klassik-Charts unter Beifügung eines Musterexemplars angezeigt werden. In Zweifelsfällen entscheiden die vom Marketing-Ausschuss berufenen Prüfungsbeauftragten. Die Prüfung auf die „Richtigkeit“ der Zuordnung erfolgt anhand der wöchentlichen Klassik-Trends, die den Prüfungsbeauftragten und von den Plattenfirmen benannten Repertoire-Spezialisten von media control zur Verfügung gestellt werden.

6.4. Bereinigungsregeln

Aus den „Klassik-Charts“ werden Produkte bereinigt, die nach mindestens 3-maliger Platzierung, frühestens bei der zweiten und dritten Platzierung hintereinander schlechter als Position 15 platziert waren. Nach mindestens 6-maliger Platzierung werden außerdem Produkte bereinigt, die frühestens bei der fünften und sechsten Platzierung hintereinander schlechter als Position 10 platziert waren.

6.5. Re-Entries

Titel, die aus den Charts bereinigt worden sind, können sich ab dem auf die Bereinigung folgenden Monat nur dann wieder platzieren, wenn sie mindestens Platz 6 erreichen. Für diese Titel beginnt die Berechnung der Platzierungsdauer im Rahmen der Bereinigungsverfahren neu. Die Re-Entry-Bestimmungen gelten nur für bereinigte Titel.

6.6. Panel/Stichprobe

Das bei der Ermittlung der „Klassik-Charts“ zugrunde gelegte Panel entspricht dem Panel zur Ermittlung der TOP-100-Charts. Die Bildung der Stichprobe unterscheidet sich insofern von den TOP-100-Charts, als dass in die Stichprobe für die „Klassik-Charts“ nur solche Händler eingehen, die auch Verkäufe von Klassik-Tonträgern melden.

6.7. Händlerbreite

Für die Klassik-Charts sind nur solche Produkte qualifiziert, die eine Händlerbreite von 25 % erreichen, d.h. mindestens 25 % der in der Stichprobe erfassten Händlergruppierungen müssen mindestens ein Produkt des relevanten Titels verkauft haben, damit es sich für die „Klassik-Charts“ qualifizieren kann.

6.8. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts

Soweit in der Systembeschreibung für die Klassik-Charts ausdrücklich nichts anderes geregelt ist, findet die Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts (Alben) Anwendung.

7. Comedy-Charts

7.1. Allgemeines

Die „Comedy-Charts“ erfassen Verkäufe von Bild/Tonträgern (Alben) an Endverbraucher mit Repertoire, welches der Programmart „Comedy“ zuzuordnen ist. Es handelt sich um Genre-Charts, die das Marktsegment „Comedy“ abbilden. Die „regulären“ TOP-100-Charts, in denen Verkäufe unabhängig von jeglichen Repertoire-Segmenten erfasst werden, bleiben von den „Comedy-Charts“ unbeeinflusst. Eine parallele Platzierung eines Produktes sowohl in den „TOP-100-Album-Charts“ als auch in den „TOP 10 Comedy-Charts“ ist nur möglich, wenn das entsprechende Produkt einen Musikanteil von mind. 50% der Gesamtspielzeit aufweist (s. Abschnitt 1 dieser Systembeschreibung).

7.2. Umfang und Erhebungszyklus

Die Charts werden wöchentlich als TOP-10-Comedy-Charts für Alben erhoben.

7.3. Qualifikationskriterien

Zugelassen sind alle Longplay-Bild-/Tonträger, die im PhonoNet-Artikelstamm als Comedy-Produkte gekennzeichnet sind, also: Programmart 0124 „Comedy-Wort“; (Wortanteil über 50%), Programmart 0127 „Comedy Musik“ (Musikanteil mindestens 50%), Programmart 0117 „Kabarett“ und Programmart 0651 „Humor, Satire, Kabarett, Comedy“. Comedy-Compilations und Comedy-Soundtracks sind mit eingeschlossen.

Sollten Bild-/Tonträger im PhonoNet-Artikelstamm als Comedy-Produkte gekennzeichnet sein, jedoch ganz offensichtlich nicht in dieses Segment gehören (Falschkennzeichnungen), soll media control Meldungen unberücksichtigt lassen. In Phononet mit anderen Programmarten als 0124, 0127, 0117 oder 0651 angemeldete „Comedy-Produkte“ müssen media control zur Aufnahme in die „Comedy-Charts“ unter Beifügung eines Musterexemplars angezeigt werden. Sollte von einem Produkt kein PhonoNet Artikelstamm vorliegen, ist der Titel direkt bei media control anzumelden und media control ist ein entsprechendes Muster vorzulegen.

In Zweifelsfällen entscheiden die vom Marketing-Ausschuss berufenen Prüfungsbeauftragten.

7.4. Panel/Stichprobe

Das bei der Ermittlung der „Comedy-Charts“ zugrunde gelegte Panel entspricht dem Panel zur Ermittlung der TOP-100-Charts.

7.5. Händlerbreite

Für die „Comedy-Charts“ sind nur solche Produkte qualifiziert, die eine Händlerbreite von 25 % erreichen, d.h. mindestens 25 % der in der Stichprobe erfassten Händlergruppierungen müssen mindestens ein Produkt des relevanten Titels verkauft haben, damit es sich für die „Comedy-Charts“ qualifizieren kann.

7.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts

Soweit in der Systembeschreibung für die „Comedy-Charts“ ausdrücklich nichts anderes geregelt ist, findet die Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts (Alben) Anwendung.

8. Newcomer-Charts

8.1. Allgemeines

Die „Newcomer-Charts“ erfassen Verkäufe von Bild/Tonträgern (Alben) von Newcomern an Endverbraucher.

Eine parallele Platzierung eines Newcomers in den Newcomer-Charts und in den TOP 100 Album Charts ist dann der Fall, wenn ein Newcomer auch in den TOP 100 platziert ist.

8.2. Umfang und Erhebungszyklus

Die Newcomer-Charts werden wöchentlich als TOP-20-Newcomer-Charts für Alben erhoben.

8.3. Qualifikationskriterien

Für die Newcomer-Charts sind all diejenigen Alben relevant, welche von Gruppen oder Künstlern stammen, die zuvor noch nie in den allgemeinen Top 100 Charts oder in den Newcomer Charts von media control platziert gewesen sind. Gruppen oder Ensembles, von denen mindestens ein für Musikkritiker individuell wahrnehmbares Mitglied im Rahmen einer anderen Konstellation (oder als Solist) bereits in den Charts geführt wurde, gelten nicht als Newcomer i. S. dieser Systembeschreibung. SolistInnen, die mit wenigstens einer anderen Konstellation (in welcher Funktion auch immer) bereits in den Charts waren, gelten ebenfalls nicht als Newcomer i. S. dieser Systembeschreibung. Der Status „Newcomer“ liegt auch dann nicht vor, wenn lediglich die Schreibweise oder der Name des/der Künstlers/Künstlerin/Gruppe abgeändert (verkürzt oder ergänzt) wird. Produktionen mit bereits in den Charts etablierten „Featured Artists“ können nicht in den Newcomer-Charts geführt werden. Es können sich nur „lebende Personen“ für die Newcomer-Charts qualifizieren. Im Zweifel entscheiden die Prüfungsbeauftragten über den Newcomer-Status.

Ein Newcomer kann in den Newcomer-Charts platziert sein ohne Platzierung in den TOP 100 Album Charts, wenn sich die TOP 20 Newcomer nicht allein aus platzierten Titel der TOP 100 darstellen lassen.

Spätestens 8 Wochen nach dem Newcomer-Chart-Entry wird ein Album nicht mehr in den Newcomer Charts geführt. Im Übrigen gelten die allgemeinen Qualifikationskriterien dieser Systembeschreibung (vgl. Kapitel 1., 3.1. und 3.2.).

8.4. Bereinigungsregeln

Die Zugehörigkeit zu den Newcomern endet 8 Wochen nach dem Newcomer-Chart Entry des betreffenden Albums. Der/Die entsprechende Interpret/Interpertin/Gruppe kann dann nicht mehr für die Newcomer-Charts gewertet werden.

8.5. Re-Entries

Zurzeit finden keine Re-Entry-Regeln Anwendung. Ein Re-Entry später als 8 Wochen nach dem Newcomer-Chart Entry ist wegen der Bereinigungsregel unter 8.4. ausgeschlossen.

8.6. Panel/Stichprobe

Das bei der Ermittlung der „Newcomer-Charts“ zugrunde gelegte Panel entspricht dem Panel zur Ermittlung der TOP-100-Charts.

8.7. Händlerbreite

Aufgrund der Definition „Newcomer“ (s. 8.1.) gilt für die „Newcomer-Charts“ die gleiche Händlerbreite, wie für die Top 100–Alben-Charts (vgl. 4.2).

8.8. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts

Soweit in der Systembeschreibung für die Newcomer-Charts ausdrücklich nichts anderes geregelt ist, findet die Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts (Alben) Anwendung.

9. Deutsche Schlager - Charts

9.1. Allgemeines

Die „Deutschen Schlager-Charts“ erfassen Verkäufe von Bild/Tonträgern (Alben) mit Deutschem Schlager an Endverbraucher. Es handelt sich hierbei um Repertoire-Charts, die das Marktsegment „Deutscher Schlager“ abbilden. Die „regulären“ TOP-100-Charts, in denen Verkäufe unabhängig von jeglichen Repertoire-Segmenten erfasst werden, bleiben von den „Deutschen Schlager-Charts“ unbeeinflusst. Eine parallele Platzierung eines Produktes sowohl in den „TOP-100-Album-Charts“ als auch in den „Deutschen Schlager-Charts“ ist daher nicht nur grundsätzlich möglich, sondern wird bei stark verkaufenden Spitzenprodukten die Regel sein.

9.2. Umfang und Erhebungszyklus

Die Charts werden monatlich als TOP-20 Album Charts erhoben. Es handelt sich um „Artist – Charts“, d.h. Compilations werden nicht erhoben. Bei der Erhebung werden jeweils vollständige Wochen von Freitag bis Donnerstag zugrunde gelegt. Verkaufswochen, die sowohl im einen als auch dem anderen Monat liegen, werden dem Monat zugeordnet, in dem die Mehrheit der Verkaufstage der fraglichen Woche liegt.

9.3. Qualifikationskriterien

Zugelassen sind alle Longplay-Bild/Tonträger, die im PhonoNet-Artikelstamm als Deutsche Schlager-Produkte gekennzeichnet sind, mit Ausnahme der Compilations. Zur Abgrenzung von Artist Alben und Compilations gelten die gleichen Regeln wie für die TOP 100 Album Charts. Es handelt sich um eine Compilation, wenn auf dem Bild/Tonträger Tracks von mehr als 2 unterschiedlichen Interpreten (Solisten, Ensembles, Orchestern) enthalten sind. Ausgenommen hiervon sind Bild/Tonträger, die als Projekt bzw. zusammengehöriges Werk (z.B. Konzert) charakterisiert werden können.

Sollten Bild/Tonträger im PhonoNet-Artikelstamm als Deutsche Schlager-Produkte gekennzeichnet sein, jedoch ganz offensichtlich nicht in dieses Repertoire-Segment gehören (Falschkennzeichnungen), soll media control diese Titel nicht für die Deutsche Schlager-Charts berücksichtigen. Nicht als „Deutscher Schlager“ geschlüsselte Deutsche Schlager-Produkte müssen media control zur Aufnahme in die Deutschen Schlager-Charts unter Beifügung eines Musterexemplars angezeigt werden. In Zweifelsfällen entscheiden die vom Marketing-Ausschuss berufenen Prüfungsbeauftragten. Die Prüfung auf die „Richtigkeit“ der Zuordnung erfolgt anhand der wöchentlichen Deutschen Schlager-Trends, die den Prüfungsbeauftragten und von den Plattenfirmen benannten Repertoire-Spezialisten von media control zur Verfügung gestellt werden.

9.4. Panel/Stichprobe

Das bei der Ermittlung der „Deutschen Schlager-Charts“ zugrunde gelegte Panel und die Bildung der Stichprobe entsprechen vollständig dem Panel zur Ermittlung der „regulären“ TOP-100-Charts.

9.5. Händlerbreite

In Analogie zu den TOP-100-Charts sind für die Deutschen Schlager-Charts nur solche Produkte qualifiziert, die eine Händlerbreite von mindestens 25 % erreichen, d.h. mindestens 25 % der in der Stichprobe erfassten Händlergruppierungen müssen (monatlich) mindestens ein Produkt des relevanten Titels verkauft haben, damit es sich für die „Deutsche Schlager-Charts“ qualifizieren kann.

9.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts

Soweit in der Systembeschreibung für die Deutsche Schlager-Charts ausdrücklich nichts anderes geregelt ist, findet die Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts Anwendung.

10. Jazz-Charts

10.1. Allgemeines

Die „Jazz-Charts“ erfassen Verkäufe von Bild/Tonträgern (Alben) mit Jazz-Musik an Endverbraucher. Jazz wird hierbei definiert als Musik interpretiert durch Jazz-Künstler oder der Jazz nahestehende Künstler sowie Musikaufnahmen von Jazz Improvisationen und Jam-Sessions. Es handelt sich um Repertoire-Charts, die das Marktsegment „Jazz“ abbilden. Die „regulären“ TOP-100-Charts, in denen Verkäufe unabhängig von jeglichen Repertoire-Segmenten erfasst werden, bleiben von den „Jazz-Charts“ unbeeinflusst. Eine parallele Platzierung eines Produktes sowohl in den „TOP-100-Album-Charts“ als auch in den „Jazz-Charts“ ist daher nicht nur grundsätzlich möglich, sondern wird bei stark verkaufenden Spitzenprodukten die Regel sein.

10.2. Umfang und Erhebungszyklus

Die Charts werden monatlich als TOP-30-Jazz-Charts für Alben erhoben. Zugrunde gelegt werden dabei jeweils vollständige Wochen von Freitag bis Donnerstag. Verkaufswochen, die sowohl im einen als auch dem anderen Monat liegen, werden dem Monat zugeordnet, in dem die Mehrheit der Verkaufstage der fraglichen Woche liegt.

10.3. Qualifikationskriterien

Zugelassen sind alle Longplay-Bild/Tonträger, die im PhonoNet-Artikelstamm als Jazz-Produkte gekennzeichnet sind. Weihnachtscompilations, Jazz-Compilations, Soundtracks und Crossover-Produkte sind nicht zugelassen.

Sollten Bild/Tonträger im PhonoNet-Artikelstamm als Jazz-Produkte gekennzeichnet sein, jedoch ganz offensichtlich nicht in dieses Repertoire-Segment gehören (Falschkennzeichnungen), soll media control Meldungen unberücksichtigt lassen. Als „Pop“ geschlüsselte Jazz-Produkte müssen media control zur Aufnahme in die Jazz-Charts unter Beifügung eines Musterexemplars angezeigt werden. In Zweifelsfällen entscheiden die vom Marketing-Ausschuss berufenen Prüfungsbeauftragten. Die Prüfung auf die „Richtigkeit“ der Zuordnung erfolgt anhand der wöchentlichen Jazz-Trends, die den Prüfungsbeauftragten und von dem Vorstand der „Jazz- & Worldpartners e.V.“ von media control zur Verfügung gestellt werden.

10.4. Panel/Stichprobe

Das bei der Ermittlung der „Jazz-Charts“ zugrunde gelegte Panel entspricht dem Panel zur Ermittlung der TOP-100-Charts. Die Bildung der Stichprobe unterscheidet sich insofern von den TOP-100-Charts, als dass in die Stichprobe für die „Jazz-Charts“ nur solche Händler eingehen, die auch Verkäufe von Jazz-Tonträgern melden.

10.5. Händlerbreite

Für die Jazz-Charts sind nur solche Produkte qualifiziert, die eine Händlerbreite von 25 % erreichen, d.h. mindestens 25 % der in der Stichprobe erfassten Händlergruppierungen müssen mindestens ein Produkt des relevanten Titels verkauft haben, damit es sich für die „Jazz-Charts“ qualifizieren kann.

10.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts

Soweit in der Systembeschreibung für die Jazz-Charts ausdrücklich nichts anderes geregelt ist, findet die Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts Anwendung.

11. Dance-Charts (ODC 40: Official Dance Charts)

11.1. Umfang

Die Dance-Charts werden wöchentlich über 40 Positionen ermittelt und bilden die Einsätze von Musik dieses Repertoire-Segments in Diskotheken und Clubs ab. Grundlage der Ermittlung ist ein Fragebogen, der an ein repräsentatives Panel von DJs geschickt und von media control ausgewertet wird.

11.2. Fragebogen

Der wöchentlich an die DJs des repräsentativen Panels versandte Fragebogen enthält als Vordruck die 40 platzierten Titel der Vorwoche, 10 Wartepositionen und 10 Freifelder. Beim Versand des Fragebogens werden durch die Bereinigung frei gewordene Plätze mit Nachrückern aufgefüllt. Zusätzlich zu den Positionen 1 bis 40 nennt media control 10 „Wartepositionen“ als bestplatzierte Titel nach den TOP 40 in alphabetischer Reihenfolge auf dem Fragebogen.

11.3. Erhebung

Zu melden sind die Einsätze am Freitag und Samstag einer Woche. Höchste Meldung bei einem Titel sind 6 Plays.

11.4. Versand

Die Auswertungen werden am Freitag nach dem Erhebungswochenende verschickt.

11.5. DJ-Pool: Zusammensetzung, Pflege

Aktuell nehmen ca. 800 DJs an den Dance-Charts teil. Wöchentlich wird eine repräsentative Stichprobe von ca. 500 bis 600 DJs für die Auswertung herangezogen. Der DJ-Pool wird von Mitarbeitern des Chart- & Marketingausschusses überwacht und gepflegt. DJs müssen für eine Teilnahme an den Dance-Charts grundsätzlich einen Tätigkeitsnachweis durch Flyer oder ähnliches Material erbringen. Anzugeben sind außerdem die Adressen der Clubs, Durchlaufzahlen und die Musikrichtung, die der DJ auflegt. media control prüft in Stichproben, ob DJs in den von Ihnen angegebenen Clubs tatsächlich auflegen.

Da das DJ-Panel in Ost-Deutschland eine leichte Unterdeckung aufweist, werden die Meldungen gemäß der Bevölkerungsanteile der Nielsegebiete gewichtet.

media control kategorisiert die Discotheken, in denen die DJs auflegen, außerdem regelmäßig nach Durchlaufzahlen:

bis 500 Besucher
500 – 1000 Besucher
1000 – 2000 Besucher
über 2000 Besucher
Non-residents

12. Musikvideo-Charts („Musik-DVD-Charts“)

12.1. Allgemeines

Im Januar 2004 wurden die Musikvideo-Charts umbenannt in Musik-DVD-Charts. Die „Musikvideo-Charts“ erfassen Verkäufe von Musikvideos an Endverbraucher in den üblichen Plattenformaten (im wesentlichen DVD-Video) und Bandformaten (VHS). Wie die Klassik- und Schlager-Charts sind auch die Musikvideo-Charts „Davon-Charts“ von den „regulären“ TOP-100-Album Charts, d.h. ein Produkt kann in beiden Charts auftauchen (vgl. Abschnitt 3.3.). Da Musikvideo ein Format-Merkmal ist, können Musikvideos natürlich auch in den Genre-Charts für Schlager, Klassik, Comedy und Jazz platziert sein. Dabei ist es den Vertriebsfirmen freigestellt, auf Wunsch Musikvideo-Titel aus den regulären TOP 100 (Album) Charts auszuschließen und nur für die Musikvideo-Charts zu werten. In diesen Fällen muss eine entsprechende schriftliche Benachrichtigung rechtzeitig mindestens eine Woche vor Veröffentlichung media control zugehen.

12.2. Umfang und Erhebungszyklus

Die Musikvideo-Charts werden wöchentlich als TOP-20-Album-Charts erhoben. Musikvideos als Singles gehen nur in die TOP 100 Single-Charts (vgl. auch Abschnitt 3.1.).

12.3. Qualifikationskriterien

Zugelassen sind alle Musikvideo-Alben (DVD, VHS und weitere „Video-fähige“ Formate), die im PhonoNet-Artikelstamm als „originäre“ Musikvideos gekennzeichnet sind. Video-Compilations sind gleichfalls für die Musikvideo-Charts qualifiziert. Kombiprodukte aus Musik-Audio und Musik-Video werden hinsichtlich der Chartzugehörigkeit der TOP 100 grundsätzlich nicht differenziert, jedoch hinsichtlich der Zugehörigkeit zu den Musikvideo-Charts (siehe Abschnitt 3.1.) wie folgt:

Beträgt die Spieldauer der reinen Audio-Musikinhalt mehr als 50 % der Gesamtspielzeit, qualifiziert sich das Produkt ausschließlich für die TOP 100 Musik-Charts. Beträgt die Gesamtspielzeit der Musikvideo-Inhalte mindestens 50 % der Gesamtspielzeit, ist das Produkt zusätzlich für die Musikvideo-Charts qualifiziert

12.4. Panel/Stichprobe

Das bei der Ermittlung der Musikvideo-Charts zugrunde gelegte Panel entspricht vollständig dem Panel zur Ermittlung der TOP-100-Charts.

12.5. Händlerbreite

Für die Musikvideo-Charts sind nur solche Produkte qualifiziert, die eine Händlerbreite von 25 % erreichen, d.h. mindestens 25 % der in der Stichprobe erfassten Händlergruppierungen müssen mindestens ein Produkt des relevanten Titels verkauft haben, damit es sich für die Musikvideo-Charts qualifizieren kann.

12.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts

Soweit in der Systembeschreibung für die Musikvideo-Charts ausdrücklich nichts anderes geregelt ist, findet die Systembeschreibung der offiziellen TOP-100-Charts Anwendung.

13. Airplay-Charts

13.1. Umfang

Die Airplay-Charts umfassen 300 Positionen.

Die Airplay-Format-Charts umfassen 50 Positionen.

13.2. Stichprobe

Ziel der Erfassung des Airplays ist die repräsentative Abbildung der Musikknutzung des Hitrepertoires im Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland. Wie bei der Ermittlung der Verkaufscharts ist es auch hier nicht erforderlich, alle existierenden Programme zu erfassen. Es ist ausreichend, eine repräsentative Stichprobe zu bilden. Ansatzpunkte für die Auswahl von Programmen sind folgende Kriterien:

- Reichweite
- Programmstruktur
- Unabhängigkeit bei der Programmentscheidung

Dabei werden prinzipiell sowohl öffentlich-rechtliche, als auch private Anbieter berücksichtigt. Durch Konzentration auf Programme mit großen Reichweiten nähert sich die Stichprobe einer Vollerhebung an. Für alle in der Stichprobe erfassten Programme wird die zugehörige Tagesreichweite herangezogen. Die bei der Ermittlung der Verkaufscharts notwendige Schichtung der Stichprobe (Kriterienklassen) kann bei den Airplay-Charts unterbleiben: Die Summe der berücksichtigten Reichweiten ist so hoch, dass eine weitere Schichtung statistisch nicht erforderlich ist.

13.3. Erhebung der Airplay-Charts

13.3.1. Neuheiten-Gewichtung

Ein neuer Titel erhält mit erstmaligem Eintritt in die Top 200 formatübergreifenden Airplay-Charts einmalig einen 10wöchigen Neuheitenbonus. Der Neuheitenbonus wird nicht zusätzlich für die Formatcharts gewährt und ist unabhängig davon, ob der betreffende Titel sich während dieser Bonuslaufzeit in den Top 200 Airplay-Charts hält oder nicht.

Der Bonus führt zu einer zusätzlichen Bewertung des jeweiligen Titels mit 0,5 Punkten für den Tag (6.00 Uhr bis 24.00 Uhr) und 0,125 Punkten für die Nacht (24.00 Uhr bis 06.00 Uhr).

Alle für die Airplay-Charts beobachteten und punktierten Sender werden nach deren aktueller MA-Reichweite gewichtet.

Die aktuelle Liste einschließlich der Senderzuordnung zu den jeweiligen Formatcharts der ständig für die Airplay-Charts erfassten Programme kann bei Interesse in der Verbandsgeschäftsstelle angefordert werden. Mitgliedsfirmen werden über Änderungen laufend informiert.

13.3.2. Bereinigungsregeln

Titel werden nach 26 Wochen nach Eintritt in die Top 300 Airplay-Charts aus den Airplay-Charts bereinigt. Titel, die sich noch in den TOP 100 Verkaufscharts befinden, werden erst

nach Austritt aus den TOP 100 aus den Airplay-Charts bereinigt, auch wenn sie bereits länger als 26 Wochen platziert waren.

Bereits aus den Airplay-Charts bereinigte Titel, die wieder in die Top100 Verkaufscharts einsteigen, werden ab der Folgewoche bis zum Wiederaustritt aus den Top 100 Verkaufscharts für die Airplay-Charts Top 300 gewertet.

Eine Wiederanmeldung von bereinigten Titeln für die Airplay-Charts ist nicht möglich. Das gleiche gilt für eine remasterte Version eines Titels, während Re-Recordings als neue Titel gewertet werden können. Bei diesen neu angemeldeten Re-Recorded Titeln dürfen die alten Versionen nicht mit dazu addiert werden.

13.3.3. Airplay-Format-Charts

Die Sender im Airplay-Panel werden zusätzlich zur Erfassung bei den format-übergreifenden Airplay-Charts bei Airplay-Format-Charts berücksichtigt. Es wird unterschieden zwischen den Formaten: Jugend, Mainstream und Konservativ. Die aktuelle Zuordnung der Sender zu den Format-Charts wird laufend überprüft und ist bei Nielsen Music Control online einzusehen. Die Ermittlung der Airplay-Format-Charts ist identisch mit der Ermittlung der format-übergreifenden Airplay-Charts.

Titel, die in den TOP 100 Verkaufscharts platziert sind oder waren, sind nicht für die Airplay-Format-Charts qualifiziert. Titel werden nach 16 Wochen aus den Format-Charts bereinigt.

13.4. Datenerhebung

Nielsen Music Control ermittelt die „offiziellen deutschen Airplay-Charts des Bundesverbandes Musikindustrie“ im Auftrag des BVMI. Nielsen Music Control überwacht zur Erhebung die Sendungen der Wellen der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten in Deutschland.

13.4.1 Anmeldeverfahren für die Airplay-Charts

Musiktitel, die für die Airplay-Charts zählen sollen, müssen bei Nielsen Music Control angemeldet werden.

Nielsen Music Control benötigt dazu eine schriftliche Anmeldung per Fax oder Mail, mit Angabe über Werktitel, Interpret und den gewünschten Beginn der Airplay-Überwachung.

Voraussetzung für die Überwachung ist, dass Nielsen Music Control spätestens am Donnerstag vor Beginn der Überwachung die Tonaufnahme des angemeldeten Titels als Muster vorliegt. Dies kann sowohl eine physische CD oder ein MP3-File sein. Die MP3-Files sollten folgende Spezifikationen erfüllen: 44.1kHz, 16bit/stereo und 192 kbps. Sollte die Tonaufnahme bereits im Music Promotion Network (MPN) der PhonoNet GmbH verfügbar sein, so kann auch dieses genutzt werden. Sobald ein Titel im MPN für Nielsen Music Control freigeschaltet ist, gilt der Titel als vorgelegt und fließt in die Airplay-Überwachung mit ein. Eine Abmeldung bereits angemeldeter Titel ist nicht vorgesehen. Über Ausnahmeregelungen im Einzelfall entscheiden die Prüfungsbeauftragten auf Antrag.

Nielsen Music Control bietet eine Web-Applikation an, mit deren Hilfe Titel auch direkt bei Nielsen Music Control angemeldet werden können.

Repertoireeigentümer haben selbst Sorge dafür zu tragen, dass ihre Titel bei Nielsen Music Control angemeldet werden. Die Überwachung kann sofort nach Eintreffen der Tonaufnahme oder dem Verweis auf das im Music Promotion Network beginnen.

13.4.2. Airplay-Charts Erfassung

Die Airplay-Charts Erfassung gliedert sich in folgende Schritte:

1. Schritt:

Voraussetzung für die Überwachung ist, dass spätestens zum Zeitpunkt der festgestellten Qualifizierung der Titel bei Nielsen Music Control vorliegt (vgl. 13.4.), Nielsen Music Control führt ein Archiv der Titel und dokumentiert deren Eingang.

2. Schritt:

Für die Airplay-Erfassung werden standardmäßig bis zu maximal drei Versionen eines Single-Titels berücksichtigt:

- eine Single-Version
- eine Maxi-Version
- eine Album-Version

Der Titel muss in allen angemeldeten Versionen bei Nielsen Music Control vorhanden sein, um die Überwachung zu ermöglichen. Verschiedene Versionen können sich durch Abmischung, Länge und Instrumentierung unterscheiden. Bei Gesangstiteln können Textelemente, nicht aber Titelzeile und Grundaussage bei verschiedenen Versionen variieren. Durch den Wechsel der Sprache entsteht ein neuer Titel und nicht eine neue Version desselben Titels.

Existieren für eine oder mehrere dieser Versionen eine oder mehrere Varianten (z.B. Re-Mixes, Radio-Versionen), so muss der Repertoireinhaber bzw. sein Repräsentant Nielsen Music Control rechtzeitig mit einem entsprechenden Muster versehen und angeben, welche Variante durch welche Variante für die Airplay-Erfassung ersetzt werden soll. Auch dieser Vorgang wird von Nielsen Music Control dokumentiert.

Will der Repertoireinhaber für mehr als 3 Versionen den Airplay-Einsatz erfassen lassen, so kann dies für maximal 3 weitere Versionen erfolgen.

3. Schritt:

Die Registrierung des Airplays geschieht durch Computer. Grundlage der Titel-Identifikation ist ein sehr kurzer Ausschnitt des Frequenzbildes (sog. "Fingerabdruck"). In wenigen, technisch begründeten Ausnahmen geschieht die Registrierung "konventionell", d.h. durch Abhören.

Dieser "Fingerabdruck" wird nach Qualifizierung für die Airplay-Charts vom Muster genommen und in das Computersystem eingespeichert. Beim Abhören der gesendeten Programme vergleicht der Computer permanent die Sendung mit den gespeicherten "Fingerabdrücken" und zählt alle Fälle von Übereinstimmung der überwachten Versionen für einen Titel.

Voraussetzung ist jedoch, dass ein Titel mindestens 90 Sekunden ununterbrochen gesendet wird und dass während dieser Zeit die Musikwiedergabe nicht im technischen Sinn verändert wird (z.B. durch Übersprechen oder technische Störungen).

Der Erhebungszeitraum für die Airplay-Überwachung dauert von Freitag früh 0.00 Uhr bis Donnerstag der Folgewoche 23:59 Uhr.

13.5. Verarbeitung

Die vom Computer gezählten Airplay-Einsätze werden mit der berücksichtigungsfähigen Reichweite des jeweiligen Senders gewichtet. (Nachteinsätze zwischen 24.00 Uhr und 6.00 Uhr erhalten 5 % dieses Gewichtes). Das gewichtete Ergebnis jedes Einsatzes wird für alle Versionen eines Titels über alle Programme addiert. Dann werden die Ergebnisse aller überwachten Titel addiert und für alle Titel der Promille-Anteil am Gesamtergebnis berechnet. Dieser Promille-Anteil ist das Kriterium für die Rangfolge der Airplay-Charts.

14. Kontrolle durch den Verband

Für die Kontrolle der Verkaufsergebnisse sind vom Verband Prüfungsbeauftragte benannt, die in regelmäßigen Abständen in Baden-Baden vor Ort Routinekontrollen durchführen. Die Prüfungsbeauftragten berichten dem Chart- und Marketingausschuss über die Ergebnisse ihrer Prüfungen, der seinerseits weitere Entscheidungen trifft.

Bei Problemen und Fragestellungen des operationalen Ablaufes, deren Lösung sich nicht eindeutig aus dem Regelwerk der Systembeschreibung ergibt, findet eine Abstimmung unter den Prüfungsbeauftragten statt. Dazu nimmt der Bundesverband Musikindustrie e.V. Kontakt zu den Prüfungsbeauftragten auf und teilt die Problemstellung per E-Mail mit. Die Prüfungsbeauftragten bemühen sich ihr Votum innerhalb von 48 Stunden dem Bundesverband Musikindustrie e.V. bekannt zu geben. Die Entscheidung wird nach einfacher Mehrheit der Stimmen getroffen, bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Bundesverbandes. Es sollten mindestens 3 Prüfungsbeauftragte ihr Votum abgegeben haben, andernfalls ist die Abstimmung zu wiederholen. Der Bundesverband Musikindustrie e.V. gibt umgehend das Abstimmungsergebnis an media control, die jeweiligen Interessenten und an die Prüfungsbeauftragten bekannt.

Um denkbaren Beeinflussungsversuchen zu begegnen, geben die Mitglieder des Bundesverbandes eine Verpflichtungserklärung ab, deren Wortlaut folgender ist:

Im Hinblick darauf, dass durch das von media control angewandte Verfahren die richtige Platzziffer eines bestimmten Titels im Rahmen einer Chart-Statistik ermittelt werden soll, ist es unlauterer Wettbewerb im Sinne von §§1 und 4 UWG, wenn eine Musikfirma oder ihr Lizenznehmer selbst oder von einem Angestellten oder Beauftragten

1. einen an media control meldenden Händler oder dessen Mitarbeiter oder Angehörige
 - a) durch Ankündigung oder Gewährung eines geschäftlichen oder privaten Vorteils zur Bevorzugung oder Benachteiligung bestimmter Titel bei der Meldung beeinflusst oder zu beeinflussen versucht,

oder

 - b) zur Angabe unrichtiger Verkäufe bei der Meldung an media control auffordert
- oder
2. durch Ankauf größerer Mengen eines bestimmten Tonträgers eine unzutreffende Platzziffer dieses Titels herbeiführt oder herbeizuführen versucht.

Zur Aufklärung etwaiger Verstöße gegen die vorstehenden Bestimmungen ist der Bundesverband Musikindustrie e.V. berechtigt, zweckdienliche Auskünfte von den Mitgliedern zu verlangen.

Außerdem hat der Bundesverband einen Chart-Durchführungskodex vereinbart, der Verhaltensweisen im Hinblick auf die Charts detailliert beschreibt, die nach Maßgabe der vorstehenden Verpflichtungserklärung als Verstoß gelten. Verstöße sind mit Geldstrafen, zu deren Zahlung Verbandsmitglieder verpflichtet sind, bis hin zum befristeten Ausschluss von Titeln aus den Charts belegt.

15. Publizierung der Charts

Die Rangfolge der bestplatzierten Chart-Titel wird von media control an verschiedene Kooperationspartner übermittelt und von diesen veröffentlicht.

Chartinformationen können eine Reihe von Zusätzen enthalten: Neben Titel und Interpret werden Label, Vertriebsfirma und Bestellnummer aufgeführt.

Zur schnellen Verbreitung der Ergebnisse hat media control einen Informations-Dienst eingerichtet, bei dem ab freitags die jeweils neuesten Ergebnisse abgerufen werden können: im Internet unter www.media-control.com e-mail-Versand auf Anfrage.

Die Veröffentlichungsrechte werden im Auftrage des Bundesverbandes Musikindustrie e.V. von media control (Postfach 625, 76474 Baden-Baden, Telefon 07221/36602) wahrgenommen. Hiervon haben zahlreiche Medienpartner aus Presse, Funk und Fernsehen Gebrauch gemacht.

Die aktuellen Ergebnisse versendet media control sofort nach Fertigstellung und vor offizieller Veröffentlichung gegen Kostenberechnung an alle interessierten Mitgliedsfirmen. Diese Vorabinformation darf nur zu internen Zwecken der Bezieher verwendet werden. Anschließend können weitere Interessenten gegen Gebühr diesen Service für interne Zwecke in Anspruch nehmen. Die Weitergabe oder Veröffentlichung von Chart-Ergebnissen bedarf in jedem Falle hinsichtlich Umfang und Zeitpunkt der Zustimmung des Bundesverbandes Musikindustrie e.V.

media control stellt Interessenten außerdem folgende Zusatzauswertungen gegen Entgelt zur Verfügung:

- Artist-Longplay-, Compilation- und Single-Wartelisten
- Wöchentliche Firmenanteile an den TOP-100-Single- und Longplay-Charts

In "Chart-Statistiken" ermitteln die Fachzeitschriften verschiedene Zusatzauswertungen. So z.B. anhand der Platzierungen der einzelnen Titel die "Firmenanteile". Hierzu werden die Titel entsprechend der die Platzierung auslösenden Promille-Anteile bewertet. Diese Anteile werden über bestimmte Zeitabschnitte verdichtet. Falls ein Label die Vertriebsfirma wechselt, ist vorgesehen, für die Dauer der Ausverkaufszeit, aber nicht länger als 6 Monate, eine Punkteteilung zwischen alter und neuer Vertriebsfirma vorzunehmen.

Im Falle eines Vertriebswechsels ist weiterhin vorgesehen, dass in den Informationen der Musikpresse für die Dauer der Ausverkaufszeit, aber nicht länger als 6 Monate, die alte und die neue Vertriebsfirma aufgeführt werden.

Neben den "Firmenanteilen" wird auch eine kumulierte Darstellung nach Titeln, Interpreten und Verlagen erstellt. Das Errechnungsverfahren ist das gleiche wie bei der Darstellung der Firmenanteile. Die Kumulation läuft über jeweils einen 12-Monats-Zeitraum in Annäherung an das Kalenderjahr. Die Ergebnisse werden teilweise publiziert.

Außerdem werden aus den Ergebnissen Single- und Longplay-Charts (mit z. Zt. je 15 Positionen) die höchstplatzierten deutschsprachigen Produktionen zusammengestellt. Als deutschsprachiges Produkt gelten Singles bzw. Longplays, wenn die deutsche Sprache einen Anteil von mindestens 50% am Gesamt-Textmaterial hat.

Solche Zusatzauswertungen stimmen die Fachzeitschriften jeweils mit dem Bundesverband Musikindustrie e.V. und mit media control ab.

16. Förderung der Zusammenarbeit mit dem Handel

Um eine dauerhafte Beteiligung des Handels an der Chart-Ermittlung und damit eine hohe Meldungsquote sicherzustellen, werden von media control in Zusammenarbeit mit dem Verbandsausschuss eine Reihe von Förderungsmaßnahmen durchgeführt. Im Mittelpunkt stehen dabei exklusive Vorab-Informationen an die datenliefernden Händler.

17. Betreuung des Systems

Der Vorstand des Bundesverbandes Musikindustrie e.V. hat für die im Rahmen der Kontrolle, der Pflege und der Weiterentwicklung des Chart-Systems anfallenden Arbeiten einen Verbandsausschuss gegründet (Chart- und Marketing-Ausschuss). In den Sitzungsprotokollen dieses Ausschusses werden alle relevanten Arbeitsergebnisse festgehalten. Diese Protokolle werden an alle Mitglieder des Ausschusses, die Prüfungsbeauftragten und die Mitglieder des Koordinierungsausschusses übersandt.

Der Ausschuss benennt Prüfungsbeauftragte, deren Berichte dem Ausschussvorsitzenden und der Geschäftsstelle zugesandt und während der jeweils nächsten Sitzung behandelt werden. Die Prüfungsbeauftragten dürfen zu Prüfzwecken Unterlagen über die Chart-Ermittlung einsehen. Informationen daraus dürfen weder intern noch extern weitergegeben werden.

Anfragen von Mitgliedsfirmen und anderen Interessierten werden jeweils direkt an die Geschäftsstelle des Bundesverbandes Musikindustrie e.V. gerichtet und von dort in Absprache mit dem Vorsitzenden des Ausschusses beantwortet. Informationen an die Öffentlichkeit werden in Absprache zwischen Verband und media control vorgenommen.

Für die Abwicklung des Gesamtprojekts "TOP 100" sind zwischen IFPI und media control, Keller-Verlag (MUSIKMARKT) und Entertainment Media-Verlag (MusikWoche) Verträge abgeschlossen, die alle Details regeln.

Verantwortlich für den Inhalt:

Chart- und Marketingausschuss im Bundesverband Musikindustrie e. V.

Alle Angaben vorbehaltlich Änderungen.

Vervielfältigung und Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur mit Genehmigung des Bundesverbandes Musikindustrie e. V.

Stand: 29. April 2011