SYSTEMBESCHREIBUNG DER OFFIZIELLEN DEUTSCHEN CHARTS



Erstellt durch GfK ENTERTAINMENT / An NIQ Company
Im Auftrag des BUNDESVERBAND MUSIKINDUSTRIE E.V.

Sowie der

OFFIZIELLEN DEUTSCHEN AIRPLAY-CHARTS

Erstellt durch MusicTrace
Im Auftrag des BUNDESVERBAND MUSIKINDUSTRIE E.V.

Version 6.4

Stand: 30.10.2026

GLIEDERUNG

	Seite
1. Gegenstand und Zweck	5
2. Grundlagen der Chart-Ermittlung	8
2.1. Teilnahme am Chart-Panel	8
2.2. Systematik des Chart-Panels	9
3. Definition und Zuordnung zu den verschiedenen Charts	10
3.1. Musik-Audio und Musik-Video	10
3.2. Zuordnung zu den Single- und Alben-Charts	10
3.2.1. Singles	10
3.2.2. Artist-Alben	11
3.2.3. Compilations	11
3.2.4. Commercial Downloads und Streaming	11
3.2.5. Airplaycharts	12
3.2.6. Datenspeichermedien	12
3.2.7. NFC-Artikel	12
3.3. Genre-Charts	13
4. Qualifikations- und Additionsregeln	14
4.1. Artikelstamm-Informationen	14
4.2. Händlerbreite	14
4.3. Additionsregeln	15
4.4. Bonusinhalte	16
4.5. Beigaben, Gewinnspiele und Incentivierungen	17
4.5.1 Merchandise als Beigabe	17
4.5.2 Konzerttickets als Beigabe	18
4.5.2.1. Release-Events aus Anlass der Neuveröffentlichung	19
4.5.3 Gewinnspiele	19
4.5.4. Incentivierungen	20
4.6. Regelungen von Links	20
5. Ermittlung der offiziellen deutschen TOP 100-Charts	21
5.1. Stichprobe	21
5.2. Datenerfassung	21
5.3. Datenverarbeitung	22
5.4. Kontrolle	23
5.4.1. Allgemeine Kontrolle	23
5.4.2. Händlerbezogene Kontrolle	23
5.4.3. Titelbezogene Kontrolle	23
5.5. Der zeitliche Ablauf der Chartermittlung	24

Seite

6. Breakthrough Artist-Charts 25
6.1. Allgemeines 25
6.2. Umfang und Erhebungszyklus 25
6.3. Qualifikationskriterien 25
6.4. Panel/Stichprobe 25
6.5. Händlerbreite 25
6.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP 100-Charts 25

7. Klassik-Charts 26
7.1. Allgemeines 26
7.2. Umfang und Erhebungszyklus 26
7.3. Qualifikationskriterien 26
7.4. Panel/Stichprobe 26
7.5. Händlerbreite 26
7.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP 100-Charts 26

8. Jazz-Charts 27
8.1. Allgemeines 27
8.2. Umfang und Erhebungszyklus 27
8.3. Qualifikationskriterien 27
8.4. Panel/Stichprobe 27
8.5. Händlerbreite 27
8.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP 100 Charts 27

9. Daily Trend-Charts 28

10. Midweek-Charts 28

11. Download-Charts 28

12. Streaming-Charts 28

13. Airplay-Charts 29
13.1. Umfang 29
13.2. Stichprobe 29
13.3. Erhebung der Airplay-Charts 29
13.3.1. Neuheiten-Gewichtung 29
13.3.2. Bereinigungsregeln 29
13.3.3. Konservative Pop Airplay-Charts 30
13.3.4. „New Entry“ Airplay-Charts 30
13.4. Anmeldeverfahren für die Airplay-Charts 31
13.4.1. Vorlage von Musiktiteln 31
13.4.2. Anmeldung von Musiktiteln 31
13.4.3. Sperrung von Musiktiteln 32
13.4.4. Ablauf der Airplay-Charts Erfassung 32
13.4.5. Nachmeldung von Einsätzen 32

14. Kontrolle durch den Verband 33

15. Publizierung der Charts 34

16. Betreuung des Systems 35

17. Historie der Charts 35

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.

Das Ziel der Offiziellen Deutschen Charts ist es, verkaufs- und nutzungsorientierte Charts, repräsentativ für Deutschland, abzubilden. Unter Verkauf wird der Verkauf an Endverbraucher in Deutschland verstanden und unter Nutzung sowohl die kostenpflichtige als auch die kostenlose, werbefinanzierte Nutzung von Musik-Streaming durch in Deutschland lebende Personen. Die Offiziellen Deutschen Charts sollen das organische Musiknutzungs- und -kaufverhalten in Deutschland abbilden.

Seit Hinzutreten der sog. generativen künstlichen Intelligenz (nachfolgend: „**KI**“) ist es möglich, komplette musikalische Werke und Tonaufnahmen mithilfe der entsprechenden KI-Provider zu generieren und diese über digitale Dienstleister u.a. bei Digitalen Service Providern (d.h. den Streaming-Diensten) einzuspeisen oder anderweitig einem Publikum zugänglich zu machen. Der BVMI und seine Mitglieder stehen hinter den Prinzipien der Human Artistry Campaign und halten daher fest, dass – auch für die Bewertung als Musik im Sinne dieser Charts – künstlerische Werke unsere Identität, unsere Werte und unser Weltbild prägen. Menschen fühlen sich am stärksten mit Werken verbunden, die die gelebten Erfahrungen, Wahrnehmungen und Einstellungen anderer reflektieren und daher können auch nur Menschen Werke schaffen und in vollem Umfang verwirklichen, die mit einer solchen spezifischen Bedeutung aufgeladen werden. Obwohl das Urheberrecht sowohl die persönliche Bindung des Urhebers zu seinem Werk schützt, etabliert es zugleich ein wirtschaftlich handelbares Recht. Es manifestiert u.a. das Erfordernis einer persönlich geistigen Schöpfung als Grundlage für diesen Schutz, der bei einer rein maschinellen Kreation nicht entsteht. In diesem Geiste bekennt sich auch diese Systembeschreibung zum Wesen des schöpferischen Funkens durch einen Menschen.

Vor diesem Hintergrund gibt sich der BVMI für die vorliegende Systembeschreibung vier grundlegende Prinzipien: die Ausrichtung auf **menschliche Kreativität**, die Pflicht zur **Transparenz**, der **Schutz künstlerischer Identität** sowie die **Sicherstellung fairer Marktbedingungen**. Ziel dieser Prinzipien ist es, die Integrität, Vergleichbarkeit und kulturelle Aussagekraft von Musikcharts zu bewahren und gleichzeitig einen klaren, nachvollziehbaren Rahmen für den Einsatz von KI zu schaffen.

Mit generativen KI-Diensten erstellte Aufnahmen Inhalte/Tonaufnahmen unterliegen einer gesonderten Zulässigkeitsschranke zu den Offiziellen Deutschen Charts. Sie werden nicht grundsätzlich ausgeschlossen, sondern differenziert betrachtet. Entscheidend ist, ob die kreative Hauptverantwortung eindeutig bei menschlichen Urhebern und Interpreten liegt. Daher sollen solche Werke und Tonaufnahmen, bei denen KI als rein unterstützendes Werkzeug eingesetzt wird, chartfähig sein.

Dabei gelten solche Aufnahmen als „mit generativen KI-Diensten erstellte Aufnahmen“, bei deren Erstellung generative KI-Dienste zum Einsatz gekommen sind (einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Erzeugung von Komposition, Textdichtung und/oder Darbietung) und die über die routinemäßige Produktion oder Verbesserung hinausgeht.

Autorisierte generative KI-Dienste sind solche Dienste, deren KI-Modelle, -Tools oder -Systeme ausschließlich auf rechtmäßig zugänglichen und autorisierten Inhalten trainiert wurden. Als autorisiert gelten Inhalte, deren Nutzung durch eine wirksame Lizenz, eine gesetzliche Schranke oder die ausdrückliche Einwilligung der Rechtsinhaber gedeckt ist. Trainingsdaten, die unter Verstoß gegen einen wirksam erklärten Nutzungsvorbehalt nach § 44b Abs. 3 UrhG oder vergleichbare Vorschriften erhoben wurden, gelten nicht als autorisiert. Im Streitfall obliegt es dem Anmelder, die Autorisierung der eingesetzten Dienste

nachvollziehbar darzulegen.

Tonaufnahmen, die unter Einsatz von KI produziert werden, sind im Rahmen der Offiziellen Deutschen Charts **zulässig**, sofern **menschliche Interpreten benannt** werden und der **Einsatz von KI transparent offengelegt** wird. In Übereinstimmung mit geltenden Gesetzen und/oder Branchenstandards für Transparenz und Kennzeichnung wird von Künstlern, Labels, Repertoireinhabern, Vertrieben und Dienstleistern erwartet, dass sie offenlegen, in welcher Form KI an Komposition, Produktion, Stimme oder Sounddesign beteiligt war und wer die kreative Verantwortung trägt. Vorgehensweisen, die darauf abzielen, den Einsatz von KI zu verschleiern oder falsch darzustellen, können ebenfalls zum Ausschluss aus den offiziellen Charts führen.

Nicht zulässig im Rahmen der Offiziellen Deutschen Charts sind mit generativen KI-Diensten erstellte Tonaufnahmen, wenn

- die Aufnahme *nicht* im Wesentlichen menschlich geschaffen ist.
- *nicht* alle zur Erstellung der Aufnahme verwendeten generativen KI-Dienste ordnungsgemäß autorisiert und rechtmäßig sind.
- hinreichende Bedenken hinsichtlich einer Manipulation an Inhalt und / oder Abruf bestehen.
- die Aufnahme *nicht* den geltenden Gesetzen, einschließlich derjenigen in Bezug auf Urheberrecht, verwandte Schutzrechte und Persönlichkeitsrechte entsprechen.
- die Bereitstellung der Aufnahmen gegen die Nutzungsbedingungen des verwendeten generativen KI-Dienstes verstößt.
- die Nutzung generativer KI-Dienste zur Erstellung der Aufnahme den Verbrauchern auf nachgelagerten Diensten (z. B. digitalen Streaming-Plattformen) in Übereinstimmung mit geltenden Rechtsvorschriften und/oder branchenüblichen Kennzeichnungsstandards *nicht* angemessen angezeigt wird.

Befunde von mindestens zwei voneinander unabhängigen *Detection Tools* begründen die widerlegliche Vermutung, dass die Aufnahme nicht im Wesentlichen menschlich geschaffen ist, sofern die Tools nach dokumentierter und nachvollziehbarer Methodik arbeiten, für die Erkennung generativ erzeugter Musikaufnahmen geeignet sind und dem jeweiligen Stand der Technik entsprechen. Diese Bewertung kann im Verfahren nach § 10 des Regelwerks entkräftet werden, indem der überwiegende Umfang des menschlichen Beitrags und die menschliche Kreativhauptverantwortung nachgewiesen wird. Geeignete Nachweise sind insbesondere die Benennung der beitragenden Personen mit ihrer jeweiligen Rolle, Belege zum Schöpfungsprozess (z.B. Sessions, Drafts, Stems) sowie ergänzende Erklärungen der Beteiligten.

Die Auswahl und Anwendung der *Detection Tools* erfolgt durch das mit der Charts-Ermittlung beauftragte Unternehmen. Die eingesetzten Tools werden regelmäßig auf ihre Eignung und Validität überprüft. Eine Haftung des BVMI für etwaige Fehlmessungen der eingesetzten *Detection Tools* ist ausgeschlossen, soweit gesetzlich zulässig.

Ein weiterer Kern dieser grundlegenden Prinzipien der Systembeschreibung ist der **Schutz von Künstleridentität und Persönlichkeitsrechten**. Daher sind Tonaufnahmen, die unter Einsatz von KI zur Imitation realer Stimmen, Stile oder künstlerischer Personas ohne ausdrückliche Zustimmung produziert werden, nicht zulässig im Rahmen der Offiziellen Deutschen Charts.

Um **faire Marktbedingungen** zu gewährleisten, schließt diese Systembeschreibung außerdem jegliche Form von **KI-basierter Marktverzerrung** aus. Dazu zählen insbesondere massenhaft generierte Varianten eines Titels, serielle Uploads geringfügig abgewandelter Inhalte sowie Versuche, Chartplatzierungen durch automatisierte Skalierung gezielt zu beeinflussen. Solche Handlungen stellen im Übrigen einen Verstoß gegen gesetzliche Regelungen sowie gegen das Regelwerk der Charts dar.

Sanktionierung: Verstöße gegen Transparenz-, Identitäts- oder Fairness-Prinzipien können zur Disqualifikation von Veröffentlichungen, zur nachträglichen Korrektur von Chartplatzierungen oder zum Ausschluss zukünftiger Meldungen nach Maßgabe des Regelwerks der Charts führen.

Aktuell erhebt GfK Entertainment im Auftrag des BVMI die Offiziellen Deutschen Charts im Single und Alben-Bereich als TOP 100, Daily Trend-Charts **TOP 100** (Alben und Singles, täglich), Midweek-Charts TOP 100 (Alben und Singles, wöchentlich) sowie weitere Format- und Genrecharts.

Weiterhin werden die offiziellen Airplaycharts derzeit als TOP 300 sowie Top 50 Konservativ Pop Airplay-Charts und die Top 100 New-Entry Airplay-Charts durch MusicTrace GmbH (im Folgenden MusicTrace) im Auftrag des BVMI ermittelt.

2. Grundlagen der Chart-Ermittlung

2.1. Teilnahme am Chart-Panel

Der Musikmarkt (im Sinne von „Recorded Music“) in Deutschland weist eine vielgestaltige Struktur an Absatz- und Nutzungswegen auf. Unter dem Gesichtspunkt, Verkäufe an Endverbraucher in Deutschland zu messen, sind die Absatzwege des Fachhandels eindeutig erfassbar. Gegenwärtig gibt es fast 2.500 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, Streaming-Services etc. können nur dann berücksichtigt werden, wenn sie den direkten Verkauf an Endverbraucher oder die Nutzung 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) Es muss sich um direkte Verkäufe an Endverbraucher in Deutschland handeln (alternativ: der Kunde zahlt für den Zugang zur Musik oder nutzt einen kostenlosen, werbefinanzierten Zugang, z.B. Streaming-Services). Bei Download-Verkäufen müssen die Käufer deutsche Postadressen haben.
b) Der Shop-Betreiber muss Einzelhändler sein mit dem Geschäftszweck des Verkaufs an Endverbraucher.
c) Das Bild-/Tonträgerangebot muss permanent sein.
d) Die Repertoirebreite muss repräsentativ sein, es muss ein repräsentatives Angebot an Neuheiten geführt werden.
e) 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 Entertainment) 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.*
f) 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 Verkaufsvorgänge werden anschließend nur dem mit der Charts-Ermittlung beauftragten Marktforschungsinstitut (GfK Entertainment) übermittelt und dort absolut vertraulich behandelt. Weder der Auftraggeber noch die Labels oder sonstige Dritte erhalten Zugang zu diesen Daten.

g) BVMI und das mit der Charts-Ermittlung beauftragte Marktforschungsinstitut (GfK Entertainment) behalten sich vor, von chartmeldenden Händlern den Verkauf von physischen Bild- und Tonträgern an Konsumenten im Detail dokumentieren zu lassen. Die Nachweispflicht dafür besteht grundsätzlich für alle chartmeldenden Händler. Davon kann abgewichen werden bei Händlern mit klassischer Handelsfunktion, wenn diese die in a) bis f) genannten Kriterien erfüllen und in keiner (vertraglichen) Beziehung zu Künstlern und deren Labels und Produkten stehen. Der Nachweispflicht unterliegen alle Händler, die die oben genannten Kriterien nicht vollständig erfüllen. Ein Nachweis ist unaufgefordert zumindest für die Top 100 Titel in der laufenden Chartwoche der Veröffentlichung bis spätestens Mittwoch 12.00 Uhr per Mail an die Mailadresse charts.entertainment@nielseniq.com zu erbringen (oder alternativ in einem automatisierten Datenfeed) und zudem auf Anfrage vom BVMI oder dem mit der Charts-Ermittlung beauftragten Marktforschungsinstitut (GfK Entertainment). Als Nachweis im Sinne dieser Regel sind ausschließlich überprüfbare Daten zum Warenversand zugelassen. Bei fehlendem Nachweis wird die Meldung des Händlers nicht für die Charts gewertet. Bei wiederholt nicht oder nicht in ausreichender Form erbrachten Nachweisen kann nach Überprüfung durch die Prüfungsbeauftragten ein Ausschluss des Händlers aus dem Chartpanel erfolgen, solange bis nachprüfbare Nachweise wieder regelmäßig erbracht werden und somit die erforderliche Transparenz wieder hergestellt ist.

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

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

Artist- und Labelshops können ungeachtet des unter d) genannten Kriteriums auch zugelassen werden, wenn die restlichen Kriterien erfüllt sind. Artist- und Label-Shops müssen darüber hinaus das Regelwerk zur Sicherung korrekter Chartermittlung als für sich verbindlich anerkennen. Außerdem müssen Artist- und Label-Shops 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 GfK Entertainment entsprechend ihrem Volumen und ihrer Struktur erfasst.

Das gegenwärtig genutzte Chart-Panel bei GfK Entertainment deckt inzwischen mehr als drei Viertel des relevanten Marktes für Bild-/Tonträger/Downloads/Streaming für Musik ab und nähert sich damit einer Vollerhebung. Die Verkaufsdaten werden in Kassensystemen vor Ort erfasst und auf elektronischem Wege an GfK Entertainment übermittelt. Auch Download- und Streaming-Händler melden ihre Verkäufe, beziehungsweise Streams direkt an GfK Entertainment. Nach diversen Kontrollen aller gemeldeten Daten wird aus den vorliegenden Meldungen nach statistischen Methoden ein repräsentatives Verkaufs- und Nutzungsergebnis abgebildet. Die pro Titel gewichteten Verkaufswerte werden verdichtet. Daraus ergeben sich die Charts für Singles und Alben und für die zusätzlichen Genres bzw. Formate.

3. Definition und Zuordnung zu den verschiedenen Charts

3.1. Musik-Audio und Musik-Video

Die TOP 100-Charts beziehen sich 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.

3.2. Zuordnung zu den Single- und Alben-Charts

3.2.1. Singles

Grundsätzlich gilt ein Produkt als Single, wenn die Spieldauer 23 Minuten nicht übersteigt, höchstens 5 Titel enthalten sind und 1 Titel erkennbar als A-Titel ausgewiesen ist, d.h. es muss ein Track enthalten sein, der gleich der Produkt-/Track-Bezeichnung ist.

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.

Neben Streams aus Premium-Services, das heißt der Zugang zur Musik ist kostenpflichtig, werden auch Free-Streams aus der Nutzung von werbefinanzierten Zugängen zur Musik für die Singlecharts berücksichtigt. Details zur Bewertung von Streaming in den Charts finden sich unter Abschnitt 3.2.4.

Um die Vielfalt des Musikmarkts in den Charts abzubilden, sind Single- und Albumtracks nach den folgenden Regeln für die Single-Charts zugelassen:

- Für die Single-Charts qualifizieren sich grundsätzlich – neben allen physischen und Download Single-Formaten – im Streaming alle Titel, egal ob sie Einzeltracks sind oder aus einem Album- oder Single-Bundle heraus gestreamt werden.
- In den Single-Charts werden maximal die acht erfolgreichsten Titel aus dem betreffenden Album gezeigt. Diese werden auf Basis des am Ende der Chartwoche ermittelten Chartwertes automatisch bestimmt.

Im Zweifel entscheiden die Prüfungsbeauftragten.

3.2.2. Artist-Alben

Alben qualifizieren sich entweder für die TOP 100-Charts oder für die TOP 30-Diverse-Interpreten-Charts. Für die TOP 100-Charts sind Alben mit mehreren Interpreten nur dann qualifiziert, wenn die Veröffentlichung Projektcharakter hat, wie dies z.B. durch ein öffentliches Konzert der Fall ist. Ein Projektcharakter ist nur gegeben, wenn mindestens 75 Prozent der Titel eigens für die projektbezogene Veröffentlichung produziert wurden und es sich damit um eine Erstverwertung handelt. Remixe sind in diesem Kontext nicht als Neuproduktionen zu werten. 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 Prozent Titel enthalten, die im Film bzw. TV-Film (auch mehrteilige Filme; ausgeschlossen sind TV-Serien) gespielt werden (Mindestspieldauer: Fragment-Definition des GEMA-Vertrages).

Streams aus kostenpflichtigen Premium-Services und aus werbefinanzierten Free-Services werden für die Top 100 Album-Charts berücksichtigt. Details zur Bewertung von Streaming in den Album-Charts finden sich unter Abschnitt 3.2.4.

3.2.3. 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-Alben-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.

3.2.4. Commercial Downloads und Streaming

Die nichtphysische Vermarktung von Musik fließt in die Chartermittlung ein, soweit diese Nutzung der physischen Nutzung vergleichbar ist. Dies trifft zu für Commercial Downloads, soweit sie individuell gekauft und zeitlich begrenzt oder unbegrenzt genutzt werden können.

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.

Streams werden für die Single-, die Album- und die Compilation-Charts berücksichtigt. Gezählt werden nur Streams ab 31 Sekunden. Der Wert eines Premium-Streams – das sind Streams aus kostenpflichtigen Services – wird vom chartermittelnden Institut (derzeit GfK Entertainment) ermittelt. Dafür werden von einigen Musikfirmen Daten zu Streaming-Mengen und Einnahmen aus dem Streaming-Geschäft bilateral an das chartermittelnde Institut gemeldet. Der in die Ermittlung der Charts einfließende durchschnittliche Wert eines Free-Streams – das sind Streams aus werbefinanzierten Services, d.h. der Zugang zur Musik ist kostenlos – wird vom chartermittelnden Institut in gleicher Weise ermittelt. Die eingehenden Daten der Musikfirmen und die daraus ermittelten durchschnittlichen Werte eines Premium- und Free-Streams werden durch das chartermittelnde Institut vertraulich behandelt und nicht veröffentlicht.

Bei den Alben und Compilations gelten zusätzlich folgende Regeln:

Grundsätzlich werden nur Streams gewertet, die mit den EANs des jeweils zu bewertenden

Albums an GfK geliefert werden. Es werden nur die 12 meistgespielten Tracks eines Albums gewertet. Es müssen jedoch mindestens fünf Tracks des Albums gestreamt werden. Der meistgespielte Track eines Albums wird mit 70 Prozent der erreichten Streams für die Longplaycharts gewertet, da dieser Track bereits einen starken Einfluss auf die Single-Charts hat.

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 und Streaming-Services sind in Abschnitt 2.1. dargestellt.

3.2.5 Airplaycharts

Ziel der Offiziellen Deutschen Top 100 Singlecharts ist es die Musiknutzung in all ihren Facetten abzubilden. Daher werden seit Dezember 2020 den Offiziellen Deutschen Top 100 Singlecharts auch die erreichten Punkte der Top 300 der Offiziellen Deutschen Airplaycharts beigemischt.

Die aus der Ermittlung der wöchentlichen Airplaycharts resultierenden Chartpunkte (siehe 13. Ermittlung der Airplaycharts) werden wie folgt den Singlecharts hinzugefügt. Der Wert eines Airplaychartpunktes errechnet sich aus dem durchschnittlichen Wert einer Sendeminute multipliziert mit der durchschnittlichen Einsatzdauer der Titel[1]. Im Gegensatz zu anderen Quellen der Musiknutzung hat der Radio-Hörer in der Regel keinen direkten Einfluss, welche Musik im Radio gespielt wird. Daher wird bei der obigen Kalkulierung des Chartwertes für einen Airplaychartpunkt diese Passivität der Nutzung in der Formel zusätzlich berücksichtigt.

Die Berücksichtigung der Airplaychartpunkte erfolgt nach der folgenden Berechnung:

Airplaychartpunkte x Wert eines Airplaychartpunkts in €

3.2.6. Datenspeichermedien

Die Charts stellen Musikprodukte weitgehend formatunabhängig dar. Daher sind auch wiederbeschreibbare Datenträger, wie z.B. USB-Sticks oder SD-Karten für die Charts zugelassen. Voraussetzung ist eine Beschriftung des Datenspeichermediums entweder mit dem Künstlernamen, dem Album- oder Track-Titel, um dieses als Träger des musikalischen Inhalts identifizierbar zu machen.

3.2.7. NFC-Artikel

NFC-Artikel sind als physische Formate für die Charts zugelassen, sofern ihnen üblicherweise kein Zweitnutzen zugeordnet werden kann. Der NFC-Artikel muss ein produktbezogenes Branding und Inhaltsinformationen enthalten. Erlaubt sind nach heutigem Stand Erscheinungsformen wie beispielsweise Mini-CD, Mini-Kassette, Mini-Vinyl oder Karten, die verpackt angeboten werden in gängigen CD/MC/Vinyl-Verpackungsarten oder zweckdienlichen Spezialverpackungen (z.B. aus Plastik/Acryl/Pappe). Nicht zulässig sind Merchartikel als Träger des NFC, wie z.B. Bekleidung, Poster, Pin-Badge und Sticker. Digitale Bonusinhalte nach 4.4. sind zugelassen und dürfen dynamisch erweitert werden. Diese können, sofern es sich nicht um die Musik des Basisprodukts handelt, auch vor Veröffentlichung verfügbar gemacht werden. Die Chartmeldung hat aber erst zur Veröffentlichung der Musikinhalte des Basisprodukts zu

[1] Dieser Wert wird durch den Chartermittler einer regelmäßigen Überprüfung unterzogen und ggf. angepasst.

erfolgen.

3.3. Genre-Charts

Derzeit lässt der Bundesverband Musikindustrie e.V. separate Charts für die Genres Klassik, Jazz, Schlager, Rock/Metal, Pop, HipHop, Dance und Airplay ermitteln. Eine Platzierung von Produkten in den Genre-Charts ist von einer Platzierung in den TOP 100-Charts unabhängig. Die Genre-Charts werden nach derselben Methodik ermittelt wie die TOP 100-Charts (Abweichungen im Detail siehe unter den entsprechenden Kapiteln der Systembeschreibung). Die Zuordnung zu den Genre-Charts Klassik, Jazz, Schlager, Rock/Metal, Pop, HipHop und Dance erfolgt grundsätzlich nach Maßgabe der Genre-Einzeichnung im PHONONET-Artikelstamm, die durch die Firmen selbst vorgenommen wird. Die Airplay-Charts werden nach der Musiknutzung im Hörfunk ermittelt (Details siehe unter Systembeschreibung Airplay-Charts, Absatz 13.).

4. Qualifikations- und Additionsregeln

4.1. Artikelstamm-Informationen

Alle Titel, für die entsprechende Artikelstammdaten bei GfK Entertainment vorliegen, werden gewertet. Dies gilt jedoch nicht für solche Titel und deren Trägermedien, die von der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (nachfolgend: „**BzKJ**“) in die Liste der jugendgefährdenden Medien aufgenommen werden, und zwar ab dem Zeitpunkt der kundgetanen Entscheidung der BzKJ zur Indizierung des Titels (nachfolgend: „**Indizierung**“). Der Ausschluss von der Wertung ist zeitlich an die Dauer der Indizierung gebunden.
Lediglich für Titel, die bisher ausschließlich als unbundled Track aus Alben und nicht als Single angeboten werden, gibt es die Möglichkeit eine optionale Abmeldung für die TOP 100- Single-Charts vorzunehmen (im Folgenden: Opt-Out-Verfahren). Die Abmeldung muss spätestens bis Donnerstag 14 Uhr der Erfassungswoche unter der Emailadresse top100.entertainment@nielseniq.com vorliegen. Eine Wiederanmeldung dieser Albumtracks kann jederzeit zur jeweils nächsten Erfassungswoche (spätestens Donnerstag) erfolgen.

Darüber hinaus können Singles, die ihren Erstverkaufstag in Deutschland nicht zu Beginn einer Erfassungswoche (Freitag) haben, befristet für diese erste Woche abgemeldet werden. Diese Abmeldung muss GfK Entertainment bis spätestens Donnerstag, 14 Uhr vor der Erfassungswoche unter der oben genannten Emailadresse vorliegen.

Die Artikelstamm-Informationen müssen zumindest beinhalten:

- Künstlername
- Titel
- Bestell-Nummer/ Identifier
- Vertriebsfirma (PHONONET-Nr.)
- Erstverkaufstag in Deutschland
- Programmart
- Tonträgerart/ Format
- Setinhalt

Für PHONONET-Kunden bezieht GfK Entertainment diese Informationen aus dem PHONONET-Artikelstamm. Sofern eine Vertriebsfirma für einen möglichen Chart-Titel keinen PHONONET-Artikelstamm anlegt, muss eine (kostenpflichtige, jedoch ausdrücklich nicht prohibitive, sondern die administrativen Kosten der GfK Entertainment abdeckende) vergleichbare Anmeldung von Artikelstamm-Informationen bei GfK Entertainment vorgenommen werden. Dazu hat GfK Entertainment ein Artikelstammdaten-Blatt entwickelt, das dort abgerufen werden kann. Die individuelle Anmeldung solcher Titel muss rechtzeitig bis spätestens eine Woche vor Veröffentlichung vorgenommen werden. Angemeldete Titel können nicht abgemeldet werden, wenn und solange der Titel in den Wochencharts platziert ist.

Ein Opt-Out-Verfahren ist bei Produkten in den Alben-Charts nicht möglich.

Über Ausnahmeregelungen im Einzelfall entscheiden die Prüfungsbeauftragen 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.

4.3. Additionsregeln

Im Normalfall werden die Chartpositionen für einen einzelnen Titel (Single oder Album) ermittelt. Bei den Singles/Alben werden die technischen Konfigurationen des gleichen Titels zusammengefasst, d.h. die jeweiligen Verkaufswerte werden addiert.

Es kommt vor, dass Singles oder Alben des gleichen Titels auch in mehreren Varianten angeboten werden, in gleichen oder unterschiedlichen technischen Konfigurationen. Hierbei kann es sich auch um Re-Mixe, Special Editions und Limited Editions 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 Alben zusätzlich mindestens 70 Prozent der auf dem Basisprodukt vorkommenden Tracks identisch sind.

Für die Titelidentität ist hinreichend, wenn der Hauptbestandteil gleich ist. Titelzusätze wie z.B. "Limited Edition", Live Act", "Special Version" etc. sind zulässig.
Basisprodukt eines Albums ist jeweils die Version mit den wenigsten Titeln, die nicht-exklusiv für alle Händler zum Erstveröffentlichungstermin verfügbar ist. 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. Intros, Outros und Medleys zählen bei der Ermittlung der Titelüberschneidung nicht als eigenständige Titel und werden nicht berücksichtigt.

In spezifischen Fällen können Aufnahmen, die mit generativen KI-Diensten auf einem Musikdienst entwickelt wurden (einschließlich solcher, die vom Musikdienst selbst generiert wurden und bei denen die Aufnahme nicht im Wesentlichen von Menschen erstellt wurde) auf die Chartplatzierung einer originalen, chartfähigen Aufnahme angerechnet werden. Insbesondere soll die Wiedergabe von solchen Aufnahmen mit der Wiedergabe einer originalen, chartfähigen Aufnahme aggregiert werden, wenn die Tonaufnahme als Variante dieser originalen, chartfähigen Tonaufnahme identifizierbar ist und den ursprünglichen Interpreten als Interpreten kennzeichnet. Dies umfasst unter anderem:

- Remixe (einschließlich Genrewechsel).
- Versionen mit zusätzlichen Gastkünstlern.
- Versionen in anderen Sprachen.
- Andere leicht modifizierte Versionen, bei denen der ursprüngliche Künstler weiterhin genannt wird.

Die Aufnahme muss alle Anforderungen für die Chartfähigkeit erfüllen (siehe Abschnitt 1), mit Ausnahme der Anforderung, dass sie im Wesentlichen von Menschen erstellt wurde, und der Konsum muss über einen vollständig lizenzierten Musikdienst erfolgen.

KI-generierte Cover, Mashups und Medley-Versionen werden nicht aggregiert und zählen nicht für die Chartplatzierung der ursprünglichen, chartfähigen Aufnahme.

Die Addition von Livealben und Studioalben ist nur möglich, wenn Künstler, Produktname und mindestens 70 Prozent der Tracks des Basisprodukts übereinstimmen. Die Liveaufnahmen müssen dabei ausnahmslos von der das jeweilige Studioalbum begleitenden Tour stammen, der Anteil der live gespielten Katalogtitel darf hier auch 50 Prozent überschreiten.

Die Additionsfähigkeit gilt lediglich für Varianten des Basisproduktes, nicht aber für Alben, die

gemessen an ihrem gesamten Inhalt trotz Titelgleichheit ein eigenständiges Album darstellen. Hierbei ist insbesondere darauf zu achten, dass nicht mehr als die Hälfte der Tracks bereits auf anderen Alben veröffentlicht worden sein darf. Diese Einschränkung gilt nicht für Best Of- und Live-Alben. Bei fortlaufenden gleichnamigen Best-Of Alben gilt die Ausnahmeregelung, dass eine inhaltliche Übereinstimmung der enthaltenen Tracks von mindestens 70 Prozent zu dem zuletzt veröffentlichten Best-Of-Artikel bestehen muss. Dabei ist es unerheblich, ob der Anteil zum Basisprodukt kleiner 70 Prozent ist.

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.

Im Zweifelsfall entscheiden die Prüfungsbeauftragten.

4.4. Bonusinhalte

Musikprodukte können um zusätzliches Material ergänzt werden, welches kein neues Produkt generiert, sondern das vorhandene Musikprodukt ergänzt. Solche Inhalte können sein: Musikvideos, Remixe, Live-Versionen, Videos des „Making Of“, Games mit Bezug zum Produkt, Interviews, Bilddateien, Texte, Biographien, Discographien, sonstiges Bildmaterial, interaktive Features, Fancontent u. dgl. Bei Bonusmaterial muss geprüft werden, ob es

a) nur der Ergänzung/Aufwertung des originären Musikinhaltes dient und kein eigenständiges Musikprodukt darstellt (z.B. Interviews, Szenen des Making Of, Backstage-Videosequenzen, Rehearsal-Sequenzen, Fotos, Texte, Biografien, 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, Karaoke, Instrumentals), ob es

c) sich um eine Signatur des Artists auf Musikprodukt, Beilage oder Beigabe handelt, oder ob es

d) sich um standardisierte Autogrammkarten, Artcards, Fotokarten, Postkarten, Sticker oder gefaltete Poster handelt, welche einen klaren Bezug zu Album oder Artist aufweisen. Größe (maximal Vinylformat), Form und Anzahl dieser Beilagen sollen im Verhältnis zum Musikprodukt stehen und nicht den Anschein erwecken, der primäre Kaufanreiz zu sein.

Bonusmaterial unter c) und d) kann randomisiert und limitiert beigelegt werden. Bonusmaterial, das die Anforderungen unter a)–d) erfüllt, hat keine Auswirkungen auf die Chartfähigkeit eines Musikprodukts. 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 (wie NFC) sich diese Inhalte befinden.

Im Zweifelsfall entscheiden die Prüfungsbeauftragten.

4.5. Beigaben, Gewinnspiele und Incentivierungen

Im Zweifelsfall sollten Bundles mit Beigaben vor Start des entsprechenden Vorverkaufs zur abschließenden Prüfung auf Chartfähigkeit bei den Prüfungsbeauftragten eingereicht werden. Die Prüfungsbeauftragten entscheiden über die Chartqualifikation.

4.5.1. Merchandise als Beigabe

Unter folgenden Voraussetzungen sind Produkte mit physischen und digitalen Beigaben für die Chartwertung zugelassen:

- Es muss sich um ein Bundle mit einem physischen Tonträger (CD, Vinyl, Kassette etc.) handeln. Merch-Bundles mit Alben gehen mit maximal 40 € pro Bundle in die Chartwertung ein, d.h., teurer gehandelte Album-Bundles werden mit lediglich 40 € gewertet (weitere Wertobergrenzen in Kapitel 5.3. Datenverarbeitung). Für Bundles mit Singles liegt die Wertgrenze bei 2€.

- Die Beigaben müssen gebrandet sein, d.h., auf den beigegebenen Artikeln müssen entweder der Künstlername, der Produkttitel, der Titel eines auf dem Tonträger befindlichen Tracks, das Cover-Artwork oder ein etabliertes Logo des Künstlers (wie bspw. die Rolling Stones-Zunge) deutlich von außen erkennbar sein.

- Bei exklusiven Händlerprodukten gelten für sogenannte Handelsbeigaben die gleichen Beigabenregelungen.

- Tonträger und Beigaben müssen als Bundle zu einem Gesamtpreis angeboten werden und als Bundle gemeinsam an die Endverbraucher versendet werden. Nachlieferung einzelner Bestandteile sind unzulässig.

- Jedes Bundle muss mit einer eigenen Artikelnummer (EAN/UPC) angemeldet werden und durchgängig einheitlich mit Beigaben bestückt sein. Sofern es sich bei der Beigabe um Bekleidung handelt, ist es möglich, verschiedene Größen unter einer EAN/UPC zusammenzufassen, wenn es sich ansonsten um die gleichen Beigaben (z.B. hinsichtlich Schnitts, Farbe und Motiv) handelt.

- Nicht chartfähig sind z.B. Gutscheine, Geldscheine, Verlosungsscheine (Lose), Gewinnspiele, Teilnahme- oder Zugangsberechtigungskarten. Auch wenn der Kaufbeleg eines Musikproduktes als Grundlage für die Teilnahme an einem Gewinnspiel ausgelobt wird, kann das entsprechende Produkt aus der Chartwertung ausgeschlossen werden.

- Ausnahmsweise dürfen Teilnahme- oder Zugangsberechtigungskarten in Form von Early Entry Access, Zugang zu Soundcheck und Meet & Greet zu einem physischen Tonträger gebundelt werden. Der Versand dieser Teilnahmeberechtigungskarten kann separat vom physischen Musikprodukt erfolgen. Bei Meet & Greets (physisch / digital) muss eine Interaktion zwischen Künstler und Publikum erfolgen. Weitere Kosten (für z.B. Anreise, Unterbringung oder Zugangsberechtigung) dürfen bei diesen Aktionen nicht übernommen werden.

- Zulässig als Beigabe ist der offizielle Fan-Award, der eine verkleinerte Variante des offiziellen #1 Awards darstellt. Ein Fan-Award darf frühestens acht Wochen nach der Erstveröffentlichung eines Albums als Bestandteil eines Bundles angeboten werden. Der

jeweilige Fan-Award darf ausschließlich der entsprechenden Veröffentlichung zugeordnet werden.

4.5.2. Konzerttickets als Beigabe

Unter den unten genannten Voraussetzungen sind Bundles von Tonträgern mit Konzertticket für die Chartwertung zugelassen:

- Es muss sich um ein Bundle mit einem physischen Album (CD, Vinyl, Kassette etc.) handeln. Diese gehen mit maximal 30 € pro Bundle in die Chartwertung ein, d.h. teurer gehandelte Album/Konzertticket-Bundles werden mit lediglich 30 € gewertet. Bundles mit Singles sind von der Chartwertung ausgeschlossen.

- Sowohl das Album als auch im Bundle erhältliche Konzerttickets müssen auch als separates Angebot erhältlich sein. Mindestens die Hälfte der verfügbaren Tickets muss dabei außerhalb des Bundles angeboten werden.

- Ein exklusives Album/Konzertticket-Bundle darf vorab angeboten werden, wenn mindestens 50 Prozent der Gesamtkapazität an Tickets anschließend unabhängig vom Bundle erworben werden können. Die Verfügbarkeit dieser Ticket-Only-Angebote sowie deren Verkaufsstart sind bereits bei Beginn der Vorverkaufsphase klar und unmissverständlich bekanntzugeben.

- Bei einem Album/Konzertticket-Bundle muss jederzeit klar ersichtlich sein, dass ein Musikprodukt zusammen mit einem Ticket gekauft wird. Nicht zugelassen ist es, wenn erst nach dem Kauf eines Tickets darüber informiert wird, dass ein Musikprodukt erworben wurde.

- Konzerttickets im Sinne dieser Regel sind Musikveranstaltungen mit Bezug zu dem Künstler (zur Band) und zum gebundelten Album, also Tickets für die das Studioalbum begleitende (Headliner-)Tour. Gänzlich von den Charts ausgeschlossen sind Bundles mit Tickets / Zugangsberechtigungen für Varietés, TV-Shows, Lesungen, Coachings etc. Das gilt ebenso für Festival-Tickets.

- Die Chartwertung von Tonträger/Konzertticketbundles ist nur möglich, sofern die Veranstaltung nicht vor der Veröffentlichung der im Bundle angebotenen Album-Variante stattfindet.

- Das Bundle muss als eigenes Produkt mit eigener EAN/UPC angemeldet werden. Konzerttickets sind auch dann als chartfähige Beigabe zulässig, wenn deren genaue Spezifikation (z.B. hinsichtlich Ortes und Sitzplatz) und auch der Versand des Tickets selbst über einen vom Chartmelder beauftragten Dritten erfolgt. Die Bestellung des Musikprodukt/Beigaben-Bundles muss aber mit einem Gesamtpreis und in einem Bezahlvorgang aus Sicht der Käufer über einen chartmeldenden Händler erfolgen und dieser muss auch die Verkaufsmeldungen an das erhebende Institut vornehmen.

- Ein Album/Konzertticket-Bundle darf nur Neuheiten enthalten und ist für jedes Album lediglich einmalig für einen Zeitraum von vier Wochen chartfähig. Dieser Zeitraum ist bei der GfK Entertainment mindestens eine Woche vor Auslieferungs-Start des Bundles unter Angabe der Verkaufsstelle/des Shoplinks anzumelden (Mailadresse: charts.entertainment@nielseniq.com). Neuheiten im Sinne dieser Regel sind Alben, die zum Beginn der Auslieferung der Bundles nicht älter als drei Monate (90 Tage) sind. Das

gilt auch für Alben, die lediglich aufgrund einer Titelabweichung nicht zu einem Basisalbum additionsfähig sind.

- Album/Konzertticket-Bundles mit Best Of-Alben und Various Artist Compilations werden nicht für die Charts gewertet. Das gilt auch für Alben, bei denen mehr als die Hälfte der Tracks bereits auf anderen Alben veröffentlicht wurden, worunter hier auch Neueinspielungen bereits veröffentlichter Titel gezählt werden.

4.5.2.1. Release-Events aus Anlass der Neuveröffentlichung

Ausnahmsweise können bis zu vier Release-Events aus Anlass der Neuveröffentlichung exklusiv im Bundle angeboten werden. Hierbei kann es sich um Sonderkonzerte, Listening-Sessions oder Mischformen davon handeln.

- Derartige Release-Events dürfen frühestens zwei Wochen vor Veröffentlichung stattfinden. Konzerte in zeitlichem Zusammenhang mit einer Tournee sind keine Release-Events im Sinne dieser Regel. Der zeitliche Abstand zwischen Release-Event und einem Tournee-Konzert muss mindestens 3 Tage betragen.

- Pro Kalenderjahr sind derartige Bundles für je eine Single und/oder ein Album pro Künstler möglich. Der Tonträger darf erst zum VÖ-Datum versendet werden. Die entsprechenden Bundle-Verkäufe sind lediglich in der Woche der Veröffentlichung der physischen Single bzw. des (Basis-)Albums für die Chartwertung zugelassen.

- Bei Listening-Sessions ist die persönliche oder digitale Anwesenheit der Künstler und die Wiedergabe der Musik erforderlich. Eine Listening-Session muss in einem geeigneten Veranstaltungsort mit bedarfsgerechter Technik stattfinden. Eine digitale Teilnahme des Publikums ist nicht zugelassen. Es soll eine Interaktion zwischen Künstler/Publikum erfolgen.

- Release-Events in besonderen Locations sind möglich, solange die Nutzung der Attraktionen der Location selbst nicht Teil des Bundles ist oder zusätzlich außerhalb des Bundles erworben werden muss.

- Es muss sich um ein Bundle mit einem physischen Tonträger handeln. Diese gehen mit maximal 30 € pro Albumbundle in die Chartwertung ein bzw. 2 € bei Singles.

Release-Events exklusiv im Bundle sind im Sinne der Charts auch für folgende Produkte zulässig:

- Live-Produkte, die nicht additionsfähig sind oder nicht zu einem anderen Album addiert werden sollen.
- Neueinspielungen von Alben, welche nicht additionsfähig sind oder nicht zu einem anderen Album addiert werden sollen.

4.5.3. Gewinnspiele

Gewinnspiele im Zusammenhang mit dem Kauf eines physischen Tonträgers sind nur dann chartfähig, wenn der ausgelobte Gewinn die nachfolgenden Voraussetzungen erfüllt.

- Zulässig ist die Verlosung der Möglichkeit zur Teilnahme an einer personalisierten Aktion unter interaktiver Beteiligung der Künstler (oder Bands, Ensembles oder Orchester) mit den Gewinnern. Aktionen dieser Art können z. B. Meet & Greets (physisch/digital), Wohnzimmerkonzerte oder persönliche Videobotschaften sein. Weitere Kosten (für z. B.

Anreise, Unterbringung oder Konzerttickets) dürfen dabei nicht übernommen werden.

Gewinnspiele im Zusammenhang mit der Streaming-Nutzung eines Musikprodukts sind zulässig, sofern die Häufigkeit der Nutzung keinen Einfluss auf die Gewinnchance hat. Ist diese Voraussetzung erfüllt, bestehen keine Einschränkungen hinsichtlich des Gewinnobjekts. Andernfalls können betroffene Titel aus der Chartwertung genommen werden.

Gewinnspiele im Zusammenhang mit dem reinen Download-Kauf eines Musikprodukts sind nicht chartfähig.

4.5.4. Incentivierungen

Modelle, die sich an Fans richten und monetäre Anreize im Zusammenhang mit Streaming-Nutzung bieten, sollen die Charts nicht künstlich verzerren. Deswegen sind diese im Sinne der Charts nur dann zulässig, wenn die Refinanzierung nicht höher sein kann als der Einsatz. Die Rückzahlung darf nicht abhängig von der Chartposition des betreffenden Tracks gemacht werden und der Auswertungszeitraum für die Berechnung der Ausschüttung muss mindestens 6 Monate betragen. Bei einem Verstoß gegen diese Regeln können betroffene Titel aus der Chartwertung genommen werden.

4.6. Regelungen 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. Bei der Zulassung von Download-Tracks findet die Single-Definition entsprechend Anwendung (Abschnitt 3.2.1). Zusätzliche Download-Tracks, die über die im Rahmen der Single-Definition zugelassenen Titel hinausgehen, definieren ein Album.

Gestreamte Tracks: Tracks, die bereits auf einem gekauften Bild-/Tonträger enthalten sind, können via Stream angeboten werden.

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.

5. Ermittlung der offiziellen deutschen TOP 100-Charts

5.1. Stichprobe

Damit die Daten der von den Händlern übermittelten elektronisch erfassten Verkaufsdaten ein repräsentatives Bild des Hitgeschäfts Deutschlands 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 folgende Händlergruppierungen die sich aus Großkunden und Zusammenfassungen von strukturell gleichartigen physischen Händlern, sowie Downloadhändlern und Streaming-Services zusammensetzen: Single-Charts 12 Händlergruppierungen, Alben-Charts 8 Händlergruppierungen.

5.2. Datenerfassung

Die Datenerfassung geschieht elektronisch durch geeignete IT-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. Die beim Händler gespeicherten Daten werden täglich an GfK Entertainment weitergeleitet.

Bei Downloadshops und Streaming-Services werden die Verkaufs- und Nutzungsmeldungen ebenfalls an GfK Entertainment 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. GfK Entertainment archiviert die Auslieferungsdaten über mehrere Wochen und überprüft Mehrfach-Bestellungen aufgrund der Archivdaten ab.

Alle Meldungen der angeschlossenen Händler fließen zur Verarbeitung in das IT-System. 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 IT-System 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 die GfK Entertainment separat melden, vgl. Abschnitt 4.1.

5.3. Datenverarbeitung

Zu Beginn der Datenverarbeitung zur Ermittlung der Charts übernimmt das IT-System von GfK Entertainment 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.

Um durch einzelne überdurchschnittlich hochpreisige Angebote die Repräsentativität der Charts nicht zu beeinträchtigen, ist bei höherpreisigen Artikeln bei der Berechnung der Verkaufswerte für die Charts eine Höchstsumme von

- € 100,- pro verkauftem Album-**Musik**produkt
- € 40,- pro verkauftem Album-**Merch**-Bundle
- € 30,- pro verkauftem Album-**Ticket**-Bundle

vorgesehen, sowie ein maximaler Trackwert von

- € 8,- pro verkaufter Single bzw. Track und
- € 2,- pro verkauftem Single-Merch-Bundle.

Reine Musikprodukte sind vor VÖ bei der GfK Entertainment anzumelden (Mailadresse: audio.entertainment@nielseniq.com). Wird eine Anmeldung versäumt, wird die Wertobergrenze von 40 € bei der Errechnung der Alben-Charts und von 2 € bei der Errechnung der Single-Charts angewendet.

Stammdatenmeldung via Phononet:
Alle Stammdaten von physischen Artikeln, die GfK Entertainment via Phononet gemeldet werden, werden als Album-Merch-Bundle im GfK Entertainment Artikelstamm geführt. Bei chart-relevanten Audio-only-Artikeln muss eine Info via E-Mail (audio.entertainment@nielseniq.com) erfolgen.
Folgende Angaben sind zwingend:

- EAN
- Titel
- Interpret
- VÖ-Datum
- Angabe Art des Bundles (A) = Audio only / (M) = Merch-Bundle

Ticket-Bundles können nicht via Phononet gemeldet werden. Diese müssen weiterhin direkt bei GfK Entertainment via Artikelstammformular bzw. via Meldeplattform angemeldet werden.

Stammdatenmeldung via Meldeplattform:
Bei einer Stammdatenmeldung über die GfK Online-Meldeplattform muss ab sofort zusätzlich das Feld „Art des Bundles“ gepflegt werden.

(A) = Audio only
(M) = Merch-Bundle
(T) = Ticket-Bundle

Stammdatenmeldung via Artikelstammanmeldeformular:
Bei einer Stammdatenmeldung via Artikelstammformular muss zusätzlich die Angabe „Art des Bundles“ gepflegt sein.

Tracks aus einem Album, die vor der Veröffentlichung des Albums dem Album-Vorbesteller verfügbar gemacht werden, sollen gemäß den tatsächlichen Transaktionen und Bezahlprozessen an den offiziellen Chartermittler gemeldet und für die Single-Charts berücksichtigt werden. Abweichend von dieser Regelung kann der ausgelieferte und bezahlte Vorab-Track aus dem noch nicht erschienenen Album vom Händler auch nicht gemeldet werden. Es erfolgt dann keine Berücksichtigung für die Single-Charts. Zwingend muss der Händler bei diesem Vorgehen bei Verfügbarmachung des vorbestellten Albums den vollen Preis des Albums an den offiziellen Chartermittler melden und dieser fließt in die Wertung für die

Album-Charts ein.

Für Streams wird darüber hinaus wie unter Abschnitt 3.2.4. beschrieben, vorgegangen. 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 GfK Entertainment, 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. Die sich aus den Meldungen ergebenden Verkaufsverläufe werden mit IT-Unterstützung nach Titeln und Händlern verglichen und systematisch nach Datenkonstellationen durchsucht, 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 werden die Summen der Verkäufe jedes Titels IT-gestützt ermittelt und hieraus der Durchschnittsverkauf aller Titel pro Outlet/Händler errechnet. 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.
Überproportionale Spitzen in einzelnen Marktsegmenten können nach Maßgabe der Prüfungsbeauftragten und unter Berücksichtigung der Gleichbehandlung rechnerisch geglättet werden.

Titel, deren Verkäufe und Streaming-Nutzungen erkennbar weit überwiegend auf unlauterer Beeinflussung der Charts basieren, sind nicht für die Offiziellen Deutschen Charts qualifiziert. Die betreffenden Titel werden unverzüglich aus der Wertung der aktuellen Chartwoche genommen. Mit „unlauterer Beeinflussung der Charts“ sind massierte Käufe und Nutzungen i.d.R. unter Einsatz technischer Hilfsmittel und/oder entsprechender Dienstleister gemeint, die allein dem Zweck einer besseren Positionierung in den internen Charts der diversen Anbieter und Plattformen sowie der Offiziellen Deutschen Charts dienen und somit nicht das organische Nutzungsverhalten der Konsumenten widerspiegeln.

Weitergehende Kontrollen werden von GfK Entertainment 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 GfK Entertainment übermittelt				Fr
	Samstag						Sa
	Sonntag						So
Woche B	Montag						Mo
	Dienstag			(Dienstag) Auswertung der Daten aus Zyklus A (Fr – Mo) / Midweek Charts[2)]	(Dienstag: 16:30 Uhr) Midweek Charts von Zyklus A (Fr – Mo) werden erstellt & Interessenten vorab zur Verfügung gestellt[3)]		Di
	Mittwoch					(Mittwoch) Veröffentlichung der Midweek Charts aus Zyklus A (Fr – Mo)[4)]	Mi
	Donnerstag						Do
	Freitag	Zyklus B	(Fr.-Do.) Verkaufsdaten aus Zyklus B werden erfasst und an GfK Entertainment übermittelt	(Freitag) Auswertung der Daten aus Zyklus A[2)]	(Freitag: 16:30 Uhr) Charts von Zyklus A werden erstellt & Interessenten vorab zur Verfügung gestellt[3)]	Freitag 17:00 Uhr Veröffentlichung Charts Zyklus[4)]	Fr
	Samstag						Sa
	Sonntag						So
Woche C	Montag						Mo
	Dienstag			(Dienstag) Auswertung der Daten aus Zyklus B (Fr – Mo) / Midweek Charts[2)]	(Dienstag: 16:30 Uhr) Midweek Charts von Zyklus B (Fr – Mo) werden erstellt & Interessenten vorab zur Verfügung gestellt[3)]		Di
	Mittwoch					(Mittwoch) Veröffentlichung der Midweek Charts aus Zyklus B (Fr – Mo)[4)]	Mi
	Donnerstag						Do
	Freitag	Zyklus C		(Freitag) Auswertung der Daten aus Zyklus B[2)]	(Freitag: 16:30 Uhr) Charts von Zyklus B werden erstellt & Interessenten vorab zur Verfügung gestellt[3)]	Freitag 17:00 Uhr Veröffentlichung Charts Zyklus B	Fr
	Samstag						Sa
	Sonntag						So

2) Die Meldungen durchlaufen alle Prüf- und Kontrollroutinen (ggf. werden Rückfragen vorgenommen).
3) Dieser Service ist vergütungspflichtig.
4) Dieser Service ist vergütungspflichtig

6. Breakthrough Artist-Charts

6.1. Allgemeines

Die „Breakthrough Artist-Charts“ erfassen Verkäufe von Tonträgern/Downloads/Streams (Singles) an Endverbraucher. Breakthrough Artists definieren sich auf Basis einer Singleveröffentlichung, sofern sich der Artist zuvor mit anderen Singles nie besser oder gleich Pos. 20 in den Top 100 der Offiziellen Deutschen Single-Charts platziert hat. Gleichzeitig darf der Künstler zuvor oder gleichzeitig in den TOP 100 der Offiziellen Deutschen Album Charts nie besser als TOP 50 platziert gewesen sein. Bei Projekten beziehen sich diese Regularien auf den erstgenannten Künstler, daher kann der Fall eintreten, dass an den Projekten auch bereits etablierte Künstler beteiligt sind. Künstler, die in anderen Konstellationen z.B. als Teil einer Band etc. bereits erfolgreich waren und die oben genannten Kriterien nicht erfüllen, sind ausgeschlossen.

6.2. Umfang und Erhebungszyklus

Die Charts werden monatlich als TOP 3-Breakthrough Artist-Charts 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 Single-Tonträger, die im PHONONET-Artikelstamm und den oben genannten Regularien entsprechen. Berücksichtigt werden Singles mit einem VÖ-Datum 01.01.2024 oder jünger. Ein Künstler kann im Laufe seiner Karriere nur einmal den Platz 1 der Breakthrough Artist-Charts erreichen. Danach ist der Künstler für künftige Auswertungen gesperrt. Dies gilt auch bei Änderung des Künstlernamens. Die Zweit- und Drittplatzierten dürfen sich maximal für zwei weitere aufeinanderfolgende Monate mit dem gleichen Titel platzieren. Es sei denn, sie erreichen zwischenzeitlich Platz 1. Nach Ablauf dieser Frist werden auch diese Künstler für künftige Auswertungen gesperrt.

6.4. Panel/Stichprobe

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

6.5. Händlerbreite

Für die Breakthrough Artist-Charts sind nur solche Produkte qualifiziert, die eine Händlerbreite von mindestens drei Händlergruppierungen erreichen, d.h. mindestens drei der in der Stichprobe erfassten Händlergruppierungen müssen (monatlich) mindestens ein Produkt des relevanten Titels verkauft haben.

6.6. Gültigkeit der Systembeschreibung der offiziellen TOP 100-Charts

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

7. Klassik-Charts

7.1. Allgemeines

Die „Klassik-Charts“ erfassen Verkäufe von Bild-/Tonträgern/Downloads/Streams (Alben) mit rein klassischer Musik an Endverbraucher. Klassik wird hierbei definiert als Musik auf der Basis des originalen Notenbildes, die von einem Komponisten als Werk komponiert und notiert wurde, in der Regel von einem Verlag verlegt wird und durch Klassik-Künstler oder der Klassik nahestehende Künstler interpretiert wird. 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.

7.2. Umfang und Erhebungszyklus

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

7.3. Qualifikationskriterien

Zugelassen sind alle Alben-Bild-/Tonträger, die im PHONONET-Artikelstamm als Klassik-Produkte gekennzeichnet sind. Klassik-Weihnachts-Compilations, Klassik-Compilations, Soundtracks und Crossover-Produkte sind nicht zugelassen. Zugelassen sind dabei nur Produkte, bei denen mehr als 50 Prozent der Spielzeit aus Werken der klassischen Musik besteht.

Sollten Bild-/Tonträger im PHONONET-Artikelstamm als Klassik-Produkte gekennzeichnet sein, jedoch ganz offensichtlich nicht in dieses Repertoire-Segment gehören (Falschkennzeichnungen), soll GfK Entertainment Meldungen unberücksichtigt lassen. Als „Pop“ geschlüsselte Klassik-Produkte müssen GfK Entertainment 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 GfK Entertainment zur Verfügung gestellt werden.

7.4. Panel/Stichprobe

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

7.5. Händlerbreite

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

7.6. 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.

8. Jazz-Charts

8.1. Allgemeines

Die „Jazz-Charts“ erfassen Verkäufe von Bild-/Tonträgern/Downloads/Streams (Alben) mit Jazz-Musik an Endverbraucher. Jazz wird hierbei definiert als Musik interpretiert durch Jazz-Künstler oder der Jazz-Musik nahestehende Künstler sowie Musikaufnahmen von Jazz Improvisationen und Jam-Sessions. Es handelt sich um Repertoire-Charts, die das Marktsegment „Jazz“ abbilden. Dabei bilden sie einen Auszug aus den „regulären“ TOP 100-Charts ab, in denen Verkäufe unabhängig von jeglichen Repertoire-Segmenten erfasst werden. 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.

8.2. Umfang und Erhebungszyklus

Die Charts werden monatlich als TOP 20-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.

8.3. Qualifikationskriterien

Zugelassen sind alle Alben-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 GfK Entertainment Meldungen unberücksichtigt lassen. Als „Pop“ geschlüsselte Jazz-Produkte müssen GfK Entertainment zur Aufnahme in die Jazz-Charts unter Beifügung eines Musterexemplars angezeigt werden. In Zweifelsfällen entscheiden die Prüfungsbeauftragten. Die Prüfung auf die „Richtigkeit“ der Zuordnung erfolgt anhand der wöchentlichen Jazz-Trends, die den Prüfungsbeauftragten von der GfK Entertainment zur Verfügung gestellt werden.

8.4. 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.

8.5. Händlerbreite

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

8.6. 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.

9. Daily Trend-Charts

Die Daily Trend-Charts werden analog den Regeln der Top 100 Charts im Laufe einer Chartwoche kumuliert ermittelt. Aufgrund verzögerter Datenlieferungen einzelner Händler kann es vorkommen, dass die Datenbasis leicht von der der Top 100 Charts abweicht. Da die Streaming-Partner ihre Daten derzeit noch etwas zu spät für eine ordnungsgemäße Verarbeitung liefern, sind diese bis auf Weiteres mit einem Tag Verzögerung in den Daily Trend-Charts enthalten.

10. Midweek-Charts

Die Midweek-Charts werden analog den Regeln der Top 100 Charts für den kumulierten Zeitraum Freitag bis Montag ermittelt. Aufgrund verzögerter Datenlieferungen einzelner Händler kann es vorkommen, dass die Datenbasis leicht von der der Top 100 Charts abweicht.

11. Download-Charts

Die Download-Charts (jeweils Singles und Alben) werden analog den Regeln der Top 100 Charts ermittelt. Abweichend gilt eine Mindesthändlerbreite von 2, das heißt, es müssen von mindestens zwei Händlern Meldungen zu dem Titel vorliegen, damit er gewertet wird, nicht wie in den Top 100 Charts Meldungen aus drei Händler-Gruppierungen. Eine optionale Abmeldung einzelner Tracks ist nicht möglich.

12. Streaming-Charts

In die Streaming-Charts fließen sowohl die Premium- als auch die Free Streams (werbefinanzierte Streams der jeweiligen Plattformen) ein. Gewertet werden Streams ab einer Hördauer von mindestens 31 Sekunden. Die Streaming-Charts werden stückbasiert ermittelt, jeder gemeldete Stream zählt dabei gleich. Es gilt eine Mindesthändlerbreite von 2, das heißt, es müssen von mindestens zwei Händlern Meldungen zu dem Titel vorliegen, damit er gewertet wird, nicht wie in den Top 100 Charts Meldungen aus drei Händler-Gruppierungen. Des Weiteren gelten die Regeln der Singlecharts

13. Airplay-Charts

13.1. Umfang

Die Airplay-Charts umfassen 300 Positionen.
Die Konservativen Pop Airplay-Charts umfassen 50 Positionen und die New Entry Airplay-Charts 100 Positionen.

13.2. Stichprobe

Ziel der Erfassung des Airplays ist die repräsentative Abbildung der Musiknutzung des Hitrepertoires im Hörfunk in 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.

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 12-wöchigen Neuheitenbonus. Der Neuheitenbonus ist unabhängig davon, ob der betreffende Titel sich während dieser Bonuslaufzeit in den TOP 300 Airplay-Charts hält oder nicht.

Der Bonus führt zu einer zusätzlichen Bewertung des jeweiligen Titels mit 0,5 Punkten (entsprechend 500 Tausend Hörern) für den Tag (6.00 Uhr bis 23:59 Uhr) und 0,125 (entsprechend 125 Tausend Hörern) Punkten für die Nacht (24.00 Uhr bis 05:59 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 Verbands-geschäftsstelle 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 TOP 100 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.

Abweichend davon dürfen Titel, die seit mindestens 26 Wochen nicht in den Top 200 der Airplay-Charts vertreten waren und niemals die Top 50 der Offiziellen Deutschen Top 100 Singles-Charts erreicht haben, neu für die Airplay-Chartsermittlung gewertet werden. Die Regeln für Neuheitenbonus und Bereinigung berechnen sich neu ab der Wiederanmeldung. Voraussetzung für die erneute Listung in den Airplay-Charts ist, dass diese Titel auch über das MPN oder manuell beim offiziellen Airplay-Chartsermittler neu angemeldet werden.

13.3.3. Konservative Pop Airplay- Charts

Die konservativen Sender im Airplay-Panel werden zusätzlich zur Erfassung bei den formatübergreifenden Airplay-Charts bei den Konservativen Pop Airplay-Charts berücksichtigt. Die aktuelle Zuordnung der Sender wird laufend überprüft und kann bei Interesse in der Verbandsgeschäftsstelle angefordert werden. Die Ermittlung der Konservativen Pop Airplay-Charts erfolgt für 50 Positionen.

Titel können sich nur einmalig ab Airplay-Überwachungsstart (siehe 13.4.1) für die Konservativen Pop Airplay-Charts qualifizieren und werden, unabhängig von ihrer Platzierung in den offiziellen TOP 100 Verkaufscharts, 26 Wochen nach Eintritt in die Top 300 Airplay-Charts aus den Konservativen Pop Airplay-Charts bereinigt.

Für die Konservativ Pop Airplay-Charts qualifizieren sich alle Titel aus den Top 300 der Airplay-Charts, die mehrheitlich, also über 50 % ihrer Einsätze, auf den Sendern des konservativen Sender-Panels laufen. Zur Berechnung der Rangfolge innerhalb der Konservativen Pop Airplay-Charts werden die Airplaypunkte der Einsätze bei den konservativen Sendern herangezogen. Der Neuheitenbonus folgt den Regelungen bei den Top 300 Airplay-Charts.

13.3.4. „New Entry“ Airplay-Charts

Die „New Entry“ Airplay-Charts bilden Titel ab, die neu in der Rotation der Sender sind, um als Trend-Indikator für Labels, Medien und Endverbraucher zu fungieren. Um den besten Trendwert zu erzielen, werden die unten aufgeführten Regeln auf die „New Entry“ Airplay-Charts angewendet. Die New Entry Airplay-Charts umfassen 100 Positionen.

Titel werden 12 Wochen nach erstmaligem Eintritt in die TOP 100 der New Entry Airplay-Charts aus den „New Entry“ Airplay-Charts bereinigt. Bei den „New Entry“ Airplay-Charts wird grundsätzlich kein Neuheitenbonus gewährt. Weiterhin erfolgt kein Re-Entry der Titel durch Listung in den Verkaufscharts. Einmal bereinigte Titel können nicht wieder in den „New Entry“ Airplay-Charts gelistet werden.

13.4. Anmeldeverfahren für die Airplay-Charts

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

Bevor Titel für die Airplay-Charts erfasst werden können, müssen sie MusicTrace vorliegen und in das System zur Überwachung eingepflegt sein.

13.4.1. Vorlage von Musiktiteln

Es sollten immer alle radiorelevanten Versionen vorgelegt werden, indem
entweder

a) MusicTrace über das Musik Promotion Network (MPN) für die Musiktitel freigeschaltet wird. MusicTrace ist im MPN in der Kategorie "Internet" eingeordnet. Kunden des MPN wird empfohlen, MusicTrace standardmäßig in ihre Bemusterungskreise aufzunehmen. Sollten einem Produkt zu einem späteren Zeitpunkt zusätzliche Versionen hinzugefügt werden, ist MusicTrace per E-Mail an tracks@musictrace.de darauf aufmerksam zu machen.

oder

b) MusicTrace ein Download-Link oder einzelne mp3-files an die E-Mail-Adresse tracks@musictrace.de zugesendet wird. Die mp3-files müssen folgender Spezifikation genügen: Abtastrate: 44.1kHz/48kHz, Auflösung: 16 bit, Bitrate: mindestens 128 kBit/stereo. Außerdem müssen mindestens die folgenden Metadateninformationen zu dem mp3-file angegeben werden: Künstler, Titel (Version), Label und optional: Vertrieb, Labelcode, Autoren, Verlag, VÖ-Datum, ISRC/EAN, Genre.

Einzeltitel, die MusicTrace auf diese Weise vorgelegt werden, werden in der Regel innerhalb von 2 Arbeitstagen in die Überwachung aufgenommen und für die Airplay-Charts gewertet.

13.4.2. Anmeldung von Musiktiteln

Labels und Repertoireinhaber, die sicherstellen wollen, dass ihre Titel für die Airplay-Charts gewertet werden oder ein bestimmtes Anmeldedatum wünschen, wird empfohlen MusicTrace den Titel gemäß 13.4.1. vorzulegen und **zusätzlich** eine E-Mail mit dem Betreff "Chartanmeldung" an charts_DE@musictrace.de zu senden, mit den folgenden Angaben:

- Name des Labels / Repertoireinhabers
- Kontaktadresse mit Ansprechperson
- Musiktitel mit Künstler / Titel / Label
- gewünschter Start der Chartwertung (Woche/Jahr)

Sollen Musiktitel mit dem Start der Chartwoche Freitag 00:00 Uhr für die Airplay-Charts gewertet werden, so muss der Titel vorher, spätestens zum Mittwoch 23:59 bei MusicTrace angemeldet und vorgelegt sein. Ist der Donnerstag ein Feiertag, so verschiebt sich die Frist zeitlich um einen Arbeitstag nach vorne.

13.4.3 Sperrung von Musiktiteln

Labels und Repertoireinhaber, die keine eigenen Vereinbarungen mit MusicTrace geschlossen haben und wünschen, dass ihr Musiktitel **nicht** für die Airplaycharts gewertet wird, sollten eine E-Mail mit dem Betreff "Chartsperrung" an charts_DE@musictrace.de senden, mit den folgenden Angaben:

- Name des Labels / Repertoireinhabers
- Kontaktadresse mit Ansprechperson
- Musiktitel mit Künstler / Titel / Label

13.4.4. Ablauf der Airplay-Charts Erfassung

Die Airplay-Charts Erfassung gliedert sich in folgende Schritte:

1. Schritt:
Der gemäß 17.4.1. vorgelegte Titel wird bei MusicTrace in das Überwachungssystem eingepflegt. Dabei erzeugt MusicTrace einen digitalen Fingerprint aus dem Audiosignal des Musiktitels. Für die Airplay-Erfassung werden alle vom Repertoireeigner angemeldeten Versionen eines Single-Titels berücksichtigt. 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. MusicTrace führt ein Archiv der Titel und dokumentiert deren Eingang.

2. Schritt:
MusicTrace überwacht die im Airplay-Panel als chartrelevant spezifizierten Sender anhand des gesendeten Audiosignals und ermittelt anhand des im ersten Schritt erzeugten Fingerprints die Einsätze der vorgelegten Musiktitel.

3. Schritt:
Der Erhebungszeitraum für die Airplay-Überwachung dauert von Freitag früh 0.00 Uhr bis Donnerstag der Folgewoche 23:59 Uhr. Einsätze, die in diesem Zeitraum mit mindestens 90 Sekunden Spieldauer ermittelt wurden, werden mit den gemäß 17.3. festgelegten Reichweiten gewichtet und für alle Versionen eines Titels kumuliert. (Nachteinsätze zwischen 24.00 Uhr und 05:59 Uhr erhalten 5% dieses Gewichtes). Die Rangfolge der Airplay-Charts ergibt sich durch absteigende Sortierung der Titel nach ihren kumulierten Reichweiten.

13.4.5. Nachmeldung von Einsätzen

Die Nachmeldung von nicht erfassten Einsätzen ist bei MusicTrace nicht möglich.

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 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 GfK Entertainment, 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 GfK Entertainment 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 GfK Entertainment 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 GfK Entertainment 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 GfK Entertainment an verschiedene Kooperationspartner übermittelt und von diesen veröffentlicht.

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

Zur schnellen Verbreitung der Ergebnisse hat GfK Entertainment einen Informations-Dienst eingerichtet, bei dem jeweils ab Freitag die neuesten Ergebnisse abgerufen werden können: im Internet unter offiziellecharts.de. E-Mail-Versand auf Anfrage.

Die Veröffentlichungsrechte werden im Auftrage des Bundesverbandes Musikindustrie e.V. von GfK Entertainment wahrgenommen. Hiervon haben zahlreiche Medienpartner aus Presse, Funk und Fernsehen Gebrauch gemacht.

Die aktuellen Ergebnisse versendet GfK Entertainment 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 Umfangs und Zeitpunkt der Zustimmung des Bundesverbandes Musikindustrie e.V.

GfK Entertainment stellt Interessenten außerdem folgende Zusatzauswertungen gegen Entgelt zur Verfügung:

- Artist-Alben-, Compilation- und Single-Wartelisten

- Wöchentliche Firmenanteile an den TOP 100-Single- und Alben-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.

Auf Wunsch kann für Kooperationen bestimmter Veröffentlichungen mehrerer Unternehmen ein individuelles, dreistelliges Kürzel einer gemeinsamen Marketingdivision hinterlegt werden. Die unter diesem Kürzel erfassten Marktanteile werden anschließend gemäß den definierten Beteiligungs- und Verteilungsschlüsseln den jeweiligen Distributoren zugeordnet. Eine Info an top100.entertainment@nielseniq.com ist erforderlich.

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 Alben-Charts (mit z. Zt. je 15 Positionen) die höchstplatzierten deutschsprachigen Produktionen zusammengestellt. Als deutschsprachiges Produkt gelten Singles bzw. Alben, wenn die deutsche Sprache einen Anteil von mindestens 50 Prozent am Gesamt-Textmaterial hat.

Solche Zusatzauswertungen stimmen die Fachzeitschriften jeweils mit dem Bundesverband Musikindustrie e.V. und mit GfK Entertainment ab.

16. 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 (Marketing-Ausschuss). In den Sitzungsprotokollen dieses Ausschusses werden alle relevanten Arbeitsergebnisse festgehalten. Diese Protokolle werden an alle Mitglieder des Ausschusses und die Prüfungsbeauftragten 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 GfK Entertainment vorgenommen.

Für die Abwicklung des Gesamtprojekts „TOP 100“ sind zwischen Bundesverband Musikindustrie e. V. und GfK Entertainment und Entertainment Media-Verlag (MusikWoche) Verträge abgeschlossen, die alle Details regeln.

17. Historie der Charts

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 wurden diese „offiziellen“ Charts im Auftrag des Bundesverbandes von media control ermittelt. Die Publizierung erfolgte über den „MUSIKMARKT“ und seit 1993 auch über die „MUSIKWOCHE“. Mit der exklusiven Wahrnehmung der Veröffentlichungsrechte außerhalb des Bereiches der Fachpresse hatte der Bundesverband seit April 1994 media control beauftragt. 2003 ging dieser Auftrag an das Joint Venture media control® GfK, seit 2013 hat die Firma GfK Entertainment diese Aufgaben übernommen.

Das Ziel sind verkaufsorientierte Charts, repräsentativ für Deutschland. Unter Verkauf wird der Verkauf an oder die kostenpflichtige Nutzung durch Endverbraucher in Deutschland verstanden. Abgebildet werden sollen Musikprodukte mit einem Musikanteil von mindestens 50 Prozent 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 Alben-Charts zählen. Seit 2007 werden in Deutschland Werte-Charts ermittelt. Das bedeutet, dass nicht mehr die verkaufte Stückzahl entscheidend ist, sondern der damit erzielte Umsatz. Die Umstellung auf eine wertbasierte Berechnung berücksichtigte

Anmerkungen des Kartellamtes zum bisherigen Verfahren. In Absprache mit dem Kartellamt wurde ein System entwickelt, bei dem sich der Chartplatz nach dem Umsatz richtet, der mit dem Verkauf eines Produktes erzielt wurde. Sämtliche Verkäufe, die in einer Woche (Freitag bis Donnerstag) getätigt wurden, zählen für die Charts. Berücksichtigt werden der stationäre Handel, Online-Shops, Download-Portale und Streaming-Anbieter. Eine Integration von Premium Streamings erfolgt seit 2014 in die Single-Charts und seit 2016 in die Alben-Charts. Seit Dezember 2020 werden auch Radio-Plays wieder in die Single-Charts integriert. Werbefinanzierte Streams zählen für die Single Charts ab Januar 2022. Bei Alben 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 Alben ermitteln, seit 2004 nur noch als Alben-Charts. Von Januar 2001 bis November 2024 wurden auch die von GfK Entertainment ermittelten Musikvideo-Charts vom Bundesverband Musikindustrie e.V. in Auftrag gegeben. 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, seit 2006 Jazz-Charts. Um die Nutzung von Musik im Hörfunk zu erfassen, werden außerdem Airplay-Charts und Airplay-Format-Charts ermittelt. Im Mai 2015 kamen HipHop- und Dance-Charts hinzu sowie im Oktober 2015 die TOP 20 Vinyl-Charts. TOP 20 Pop-Album-Charts und TOP 20 Rock/Metal-Album-Charts gibt es seit Dezember 2024, sowie ab Januar 2025 die Breakthrough Artist-Charts. 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 offiziellen, deutschen TOP 100 Charts vergleichbare Hitparaden mit zentraler Bedeutung werden u. a. von den Fachzeitschriften „BILLBOARD“ in den USA und „MUSIC-WEEK“ in Großbritannien veröffentlicht.

Verantwortlich für den Inhalt:
Marketingausschuss im Bundesverband Musikindustrie e. V.

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