

Musikgeschäft in Deutschland bald zu vier Fünfteln digital

Breites Formatportfolio hat Musikverkäufe auch 2021 deutlich wachsen lassen

Berlin, 3. März 2022 – Die Umsätze der Musikindustrie in Deutschland sind 2021 weiter gewachsen, wie der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) heute in Berlin mitteilte. Tonträgerverkäufe und Erlöse aus dem Streaminggeschäft generierten in Summe demnach 1,96 Milliarden Euro^[1], gegenüber 2020 ist das ein Plus von 10 Prozent. Dabei wurde der bei Weitem größte Teil digital erwirtschaftet, 76,4 Prozent der Einnahmen stammen aus der Online-Musiknutzung. Damit steuert die Branche nun auch in Deutschland auf einen Digitalanteil von bald vier Fünftel zu, insbesondere in den skandinavischen Ländern ist dies schon längst Realität.

Das seit Jahren dynamisch wachsende Audio-Streaming legte mit einem Plus von 18,6 Prozent erneut deutlich zu. Die Wachstumskurve ist gegenüber dem Vorjahr zwar etwas flacher ausgefallen (2020: +24,6%), doch konnte diese Form der Musiknutzung aus der Cloud ihren Anteil am Gesamtmarkt gegenüber dem Vorjahr auf 68,3 Prozent ausbauen (2020: 63,4%). Die CD bleibt auf Platz zwei mit einem Umsatzanteil von 16,3 Prozent, gegenüber dem Vorjahr bedeutet das einen Rückgang von 16,7 Prozent. Auf Platz 3 im Format-Ranking befindet sich erneut Vinyl. Dank eines Umsatzzuwachses von 20,1 Prozent kommt die Schallplatte im Zeitalter des Audio-Streaming auf einen Gesamtmarkt-Anteil von respektablen 6 Prozent. Nicht zuletzt dadurch bleibt der Beitrag des physischen Marktes zum Umsatz trotz eines Minus' von 9,1 Prozent mit 23,6 Prozent nach wie vor recht stabil. Downloads stehen noch für 3 Prozent der Einnahmen.

Dr. **Florian Drücke**, Vorstandsvorsitzender des BVMI: „10 Prozent Wachstum bescheinigen der Branche, dem Digitalpionier, der über so viele Jahre und in zum Teil halsbrecherischem Tempo Richtung Tal fuhr, dass er die digitale Disruption als Chance erkannt und die richtigen strategischen Schlüsse gezogen hat. Das zeigt insbesondere die erfolgreiche Integration des Musik-Streamings in das Formatportfolio. Der Markt wächst nun im dritten Jahr in Folge deutlich; mit einem Gesamtumsatz von 1,96 Milliarden Euro nähern sich die Einnahmen 2021 wieder dem Niveau von 2002. Gleichwohl sollte diese sehr positive Nachricht nicht davon ablenken, dass die Not im Live-Sektor weiterhin immens ist. Vor diesem Hintergrund hoffen wir für die Künstler:innen und unsere Branchenkolleg:innen dort dringend auf eine bessere Planbarkeit, die sich nun ja langsam andeutet.“

Frank Briegmann, Chairman & CEO Universal Music Central Europe und Deutsche Grammophon: „Das starke und stabile Wachstum unterstreicht einmal mehr den ungebrochenen Erfolg unserer Inhalte. Vor allem aber belegen die Zahlen das immense Potenzial, das noch vor uns liegt. Denn trotz der anhaltend großen Zuwächse im Streaming-Segment verzeichnen Territorien wie Skandinavien, UK oder die USA noch immer eine mehr

^[1] Umsatz bewertet zu Endverbraucherpreisen inkl. Mehrwertsteuer

als doppelt so hohe Marktdurchdringung in Bezug auf zahlende Premium-Subscriber. Wenn wir gleichzeitig neue Zielgruppen für das Streaming begeistern, die Distributionswege erweitern und wir zusätzlich die relative Stärke bei den physischen Formaten durch Produktinnovationen und hochwertige Fan-Editionen halten, dann freuen wir uns mit unseren Artists und Partner:innen gemeinsam auf einen weiter wachsenden deutschen Musikmarkt.“

Patrick Mushatsi-Kareba, CEO Sony Music GSA: „Gerade vor dem Hintergrund der Belastungen durch die Pandemie ist diese Bilanz für 2021 eine sehr gute Nachricht für alle Künstler:innen und für die gesamte Musikindustrie. Gemeinsam wollen wir weiter in aufstrebende und etablierte Künstler:innen investieren, ihnen den bestmöglichen Service und die bestmögliche Partnerschaft anbieten, die es braucht, um die Herausforderungen des Streaming-Zeitalters zu meistern. Gleichzeitig hoffen wir auf eine prosperierende Rückkehr des Live-Geschäfts, sowohl für unsere Künstler:innen als auch für unsere zahlreichen Partner aus der Live-Branche.“

Doreen Schimk & Fabian Drebes, Co-Presidents Warner Music Central Europe: „Die Krise hat deutlich gemacht, wie wichtig und wohltuend Musik für uns alle ist. Wir haben jedoch sukzessive schon vorher unseren Marktanteil ausgebaut und sind in allen Bereichen gewachsen, letztes Jahr im physischen Bereich sogar gegen den Markttrend. Die überragenden Performances unserer Künstler:innen wie Ed Sheeran (meistgestreamter international Artist in Deutschland) , Katja Krasavice (die meisten Nummer 1 Hits des Jahres) und Udo Lindenberg sind Highlight Bausteine unseres Wachstumskurses. 2021 haben wir mit unseren Künstler:innen, Partner:innen und unserem Team das beste Geschäftsjahr in der Historie erzielt. Der weiteren Marktentwicklung sehen wir daher optimistisch und neugierig entgegen.“

Konrad von Löhneysen, Geschäftsführer Embassy of Music und Sprecher der außerordentlichen Mitglieder im BVMI-Vorstand: „Ein erstmals seit Jahrzehnten wieder zweistelliges Wachstum des Gesamtmarktes am Jahresende ist ein wahrhaft freudiges Ergebnis in einer emotional äußerst schwierigen Zeit. Wir müssen, gerade wegen der momentan starken wirtschaftlichen Position unseres Teils der Branche, weiter daran arbeiten, alle Beteiligten im Bereich „Recorded Music“ mitzunehmen, d.h. Chancen, Plattformen etc. für nationale (Nachwuchs-)Künstler mit unseren Partnern in den Medien und im Handel zu kreieren und darüber hinaus einen offenen Dialog über die Vergütung im Streaming zu führen; das auch, um mit dem zum Teil gefährlichen Halbwissen besonders bei den Medien aufzuräumen.“

Über den Bundesverband Musikindustrie e. V.:

Der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) vertritt die Interessen von rund 200 Tonträgerherstellern und Musikunternehmen, die mehr als 80 Prozent des deutschen Musikmarkts repräsentieren. Der Verband setzt sich für die Anliegen der Musikindustrie in der deutschen und europäischen Politik ein und dient der Öffentlichkeit als zentraler Ansprechpartner zur Musikbranche. Neben der Ermittlung und Veröffentlichung von Marktstatistiken gehören branchennahe Dienstleistungen zum Portfolio des BVMI. Seit 1975 zeichnet er die erfolgreichsten

^[1] Umsatz bewertet zu Endverbraucherpreisen inkl. Mehrwertsteuer



Künstler:innen in Deutschland mit GOLD und PLATIN aus, seit 2014 auch mit DIAMOND und seit 1977 werden die Offiziellen Deutschen Charts im Auftrag des BVMI erhoben. Zur Orientierung der Verbraucher bei der Nutzung von Musik im Internet wurde 2013 die Initiative PLAYFAIR ins Leben gerufen.

Weitere Informationen: www.musikindustrie.de

^[1] Umsatz bewertet zu Endverbraucherpreisen inkl. Mehrwertsteuer