



Nach mehr als einem Jahrzehnt der Stagnation oder rückläufiger Umsätze hat die deutsche Musikindustrie im ersten Halbjahr 2013 wieder ein leichtes Plus erzielt. Vor allem die zunehmende Beliebtheit von Downloads und Musikstreaming ließ den Umsatz zwischen Januar und Juni um 1,5 Prozent auf 660 Millionen Euro steigen, wie der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) in Berlin mitteilte.

Die Erlöse aus dem digitalen Musikverkauf legten im Vergleich zum ersten Halbjahr 2012 um 16 Prozent zu. Gleichzeitig fiel der Umsatzrückgang beim Verkauf physischer Tonträger - also vor allem von CDs und Schallplatten - mit 2,5 Prozent geringer aus als in vorherigen Jahren.

Im deutschen Musikmarkt sei gegenwärtig "viel Bewegung", erklärte BVMI-Geschäftsführer Florian Drücke. Der Trend gehe zu digitalen Formaten, dies geschehe aber nicht auf Kosten des Gesamtmarktes. Angesichts der Vielfalt des Marktes werde der Fan "dort abgeholt, wo und wie er seine Musik nutzen möchte".

Rückgrat der deutschen Musikindustrie bleiben demnach Tonträger wie CD und Schallplatte. Die Umsatzzahlen der CD gingen zwar im Halbjahresvergleich um 2,7 Prozent zurück, sie hat laut BVMI aber immer noch einen Anteil von 67,5 Prozent am Gesamtmarkt. Die Schallplatte erlebt schon seit 2006 ein Comeback: Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2012 legte der Umsatz mit dem schwarzen Vinyl um mehr als 30 Prozent zu und erreichte einen Anteil von 1,8 Prozent am Gesamtmarkt.

Bereits jeden vierten Euro erzielte die Musikindustrie jedoch mit digitalen Musikverkäufen. Der Marktanteil des Downloadgeschäfts stieg auf rund 20 Prozent, und der des noch recht jungen Musikstreamings auf 4,6 Prozent. Hier liege mit einem Umsatzplus von 105 Prozent das derzeit größte Wachstumspotenzial des Musikmarktes, erklärte der Verband.

Bei Streamingdiensten können angemeldete Nutzer übers Internet Musik auswählen und direkt anhören. Die Titel werden nicht gekauft, und sie können nur eingeschränkt auf den Geräten der Nutzer gespeichert werden. Die Angebote funktionieren meist mit einem Abonnement, eine Basisversion ist häufig kostenlos.

Der Bundesverband Musikindustrie vertritt mehr als 280 Labels und Unternehmen und damit nach eigenen Angaben rund 90 Prozent des deutschen Musikmarktes.

afp, foto-Eelke de Blouw