

Trotz der pandemiebedingten Maßnahmen sind die Umsätze der Musikindustrie in Deutschland im vergangenen Jahr gewachsen. Und zwar saftig.

Die Einnahmen aus Tonträgerverkäufen und Erlösen aus dem Streaminggeschäft beliefen sich auf 1,79 Milliarden Euro, das ist ein Plus von 9 Prozent gegenüber 2019. Dabei stammten 71,5 Prozent, also knapp Dreiviertel des Umsatzes, aus online stattfindender Musiknutzung. Audio-Streaming legte auf dem bereits hohen Niveau des Vorjahres (55,5 % Marktanteil 2019) um 24,6 Prozent zu und kommt damit auf einen Anteil von 63,4 Prozent am Gesamtmarkt. Dagegen hatte die CD auch unter den geschlossenen Geschäften deutlich zu leiden (-18 %), bleibt jedoch mit 21,6 Prozent Umsatzanteil klar das zweitstärkste Format des deutschen Recorded-Marktes. Mit weitem Abstand folgt – erstmals wieder auf Platz 3 – Vinyl, mit einem Gesamtmarkt-Anteil von 5,5 Prozent; nach einem weiteren deutlichen Plus von 24,7 Prozent kann die Schallplatte damit den physischen Markt stützen. Downloads belegen nach einem Minus von 24,8 Prozent nur noch Rang 4 (4,2 %).

Die erhebliche Dynamik im Streaming-Bereich hat das Digitalgeschäft 2020 insgesamt um 20,3 Prozent wachsen lassen, die Umsätze mit physischen Tonträgern haben um 11,7 % deutlich nachgegeben, abgemildert durch den Erfolg der Schallplatte.

Dr. Florian Drücke, Vorstandsvorsitzender des BVMI: *„Es bestätigt sich, was sich schon im Sommer abgezeichnet hat: Die gute Digitalaufstellung unserer Mitgliedsfirmen über die vergangenen Jahre führt dazu, dass unsere Branche am Gesamtumsatz gemessen aktuell gut durch die Krise kommt – mehr noch, durch die pandemiebedingten Einschränkungen des öffentlichen Lebens haben sich die Fans nolens volens zunehmend im digitalen Raum mit Musik versorgt, was uns ein Gesamtwachstum von 9 Prozent beschert hat. Das ist ohne jeden Zweifel erstmal eine sehr gute Nachricht. Sie darf jedoch über zwei Dinge keinesfalls hinwegtäuschen: Zum einen sind die Künstler:innen und unsere Schwesterbranchen, allen voran das Live-Geschäft, bekanntlich in dramatischem Ausmaß von den Lockdowns betroffen und die Spätfolgen der Konzertaussfälle innerhalb unserer eng verzahnten Branchenwelt noch nicht absehbar.“*

Drücke weiter: *„Zum anderen bedeutet der zunehmende Digitalanteil von derzeit 71,5 Prozent zwingend auch eine deutlich zunehmende Dringlichkeit hinsichtlich belastbarer Rahmenbedingungen im Netz. Ebenso wichtig ist für uns ein besseres Verständnis des digitalen Spielfelds, das die wirtschaftlichen Realitäten unserer Branche nicht ausblendet! Die deutsche Umsetzung der Urheberrechtsrichtlinie darf nicht dazu führen, dass die filigrane*

Lizenzarchitektur für Musikfirmen und Künstler:innen beschädigt wird – denn der europäische Kompromiss will das Gegenteil: Kreative und ihre Partner sollen besser an den Umsätzen von User-Upload-Plattformen wie YouTube partizipieren. Video-Streaming gehört zu den beliebtesten Online-Nutzungswegen, trägt aber noch nicht einmal 4 Prozent zum Gesamtumsatz in Deutschland bei! Gerade in dem schnellen und wettbewerbsintensiven Umfeld darf der Gesetzgeber das nicht vergessen. Letztlich stellt sich bei der Ausgestaltung des Rechtsrahmens in Deutschland dieselbe Frage wie bei der Bekämpfung der Pandemiefolgen, nämlich: Welchen Wert hat die Kultur- und Kreativwirtschaft in unserem Land?“

