

Handelsblatt
GRAFIK

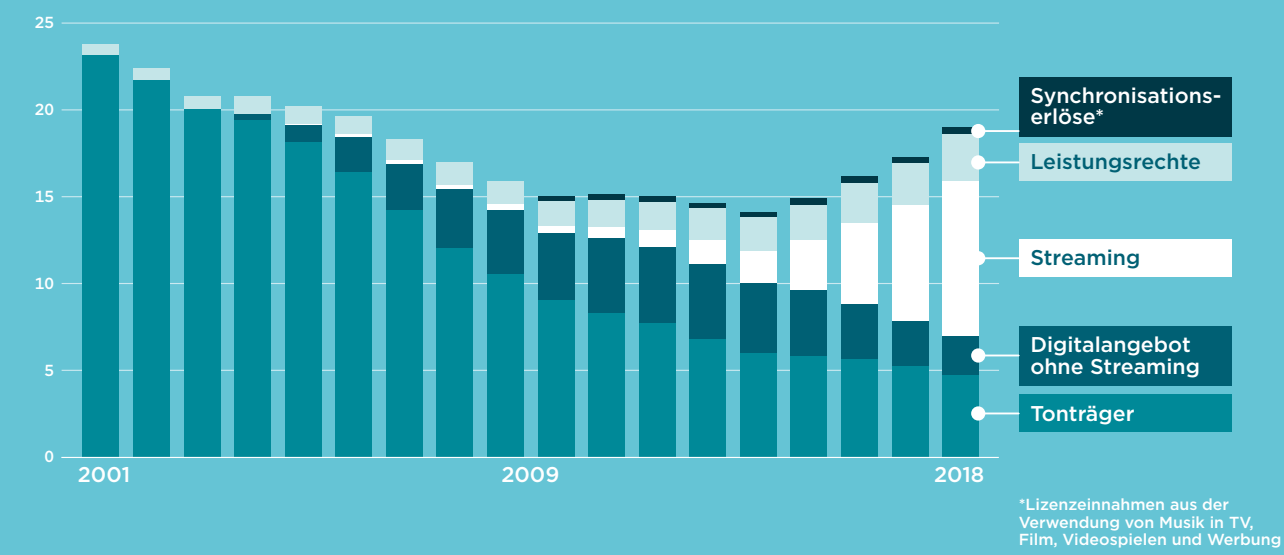
Musik in den Ohren

Die deutsche Musikindustrie konnte Ende der 1990er-Jahre dank CDs einen kommerziellen Rekord verzeichnen. Mit der Weiterentwicklung der Digitalisierung brachen die Umsätze jedoch ein. Mittlerweile hat sich die Branche mithilfe von Streaming-Angeboten erholt – wer allerdings glaubt, dass physische Tonträger keine Rolle mehr spielen, der irrt gewaltig. Gerade die Deutschen sind bei der Art und Weise, wie sie Musik konsumieren, eher konservativ.

Inhalt: Marius Prauß
(Handelsblatt Research Institute)
Grafik: André Schorn

Erholung dank Streaming

Weltweiter Umsatz der Musikindustrie in Mrd. US-Dollar



Rekord Ende der 90er

Die jeweils höchsten Umsätze in der deutschen Musikindustrie nach Tonträgern/Medien in Mio. Euro

- Compact Disc
- Musikkassette
- Vinyl (LP)
- Single-CD
- Musikvideo
- Downloads
- Streaming

Rekordjahr

Musikkassette
1991
525 Mio. €

Rekordjahr

Vinyl (LP)
1980
760 Mio. €

Rekordjahr

Compact Disc
1997
2 309 Mio. €

Rekordjahr

Musikvideo
2004
167 Mio. €

Rekordjahr

Downloads
2013
258 Mio. €

Rekordjahr

Streaming
2018
775 Mio. €

Rekordjahr

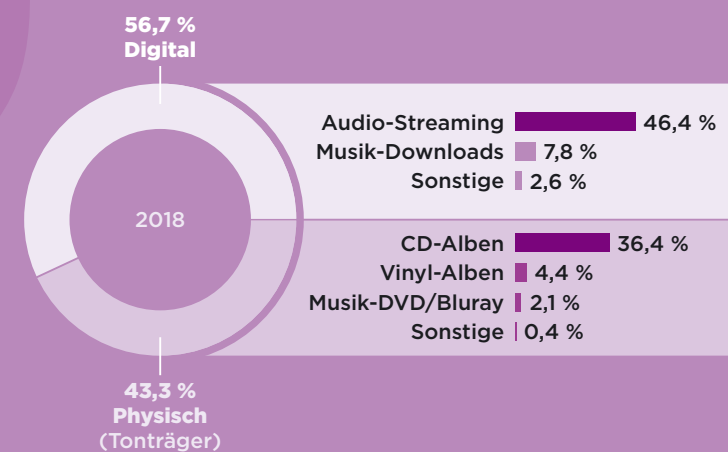
Single-CD
1999
318 Mio. €

Seit einigen Jahren erlebt die Schallplatte eine Renaissance. Mittlerweile verläuft der Vinyl-Boom jedoch wieder gebremst.



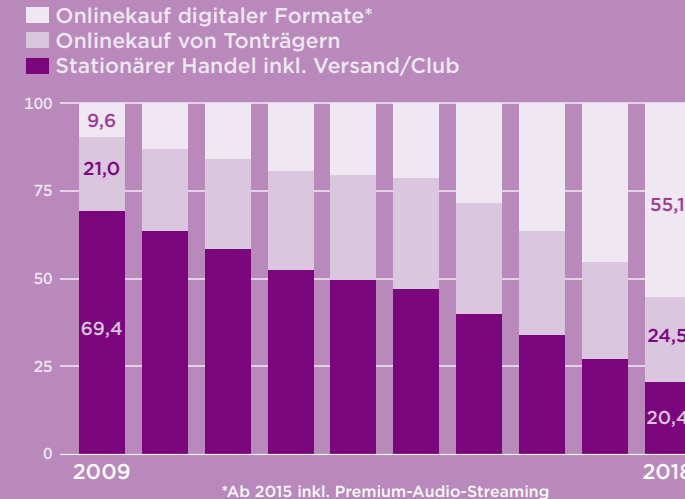
Immer noch viele klassische Tonträger

Umsatzanteile aus dem Musikverkauf in Deutschland



Stationärer Handel hat stark eingebüßt

Umsatzanteile der Vertriebsarten am Musikverkauf in Prozent



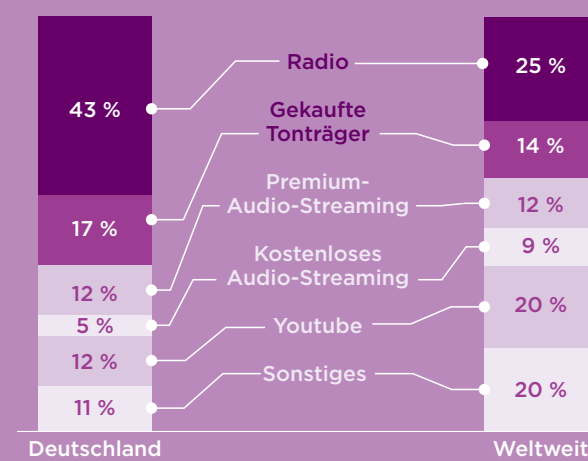
Radio weiterhin hoch im Kurs

Anteil an der Gesamtzeit des Musikhörens in Deutschland 2018



Konservative Deutsche

Anteile des Musikhörens in einer typischen Woche



statista
Handelsblatt
INFOGRAFIK
Handelsblatt
RESEARCH INSTITUTE
Ideen für neue
Infografiken?
Gerne an:
infografik@
handelsblatt.com
Alle Infografiken
unter:
handelsblatt.com/
infografik
© Handelsblatt GmbH
Alle Rechte vorbehalten
Zum Erwerb
weitergehender Rechte
wenden Sie sich bitte an
nutzungsrechte@vhb.de

Quellen: BVMI, IFPI, GfK Entertainment, GfK Consumer Panels