

MUSIK WIRTSCHAFT

Spezifika des Teilmarktes

Der Musikmarkt ist sehr heterogen aufgestellt. Aussagen zur wirtschaftlichen Entwicklung können nicht generell für die Musikwirtschaft, sondern nur für einzelne Wirtschaftszweige, getroffen werden. So waren die exportorientierten Wirtschaftszweige insgesamt und die handwerkliche Produktion von Musikinstrumenten im Speziellen krisenanfälliger als Musikhandel oder Musicalbühnen. Richtet man den Blick auf den Teilmarkt insgesamt, wird deutlich, dass sich die Musikwirtschaft erholt hat.

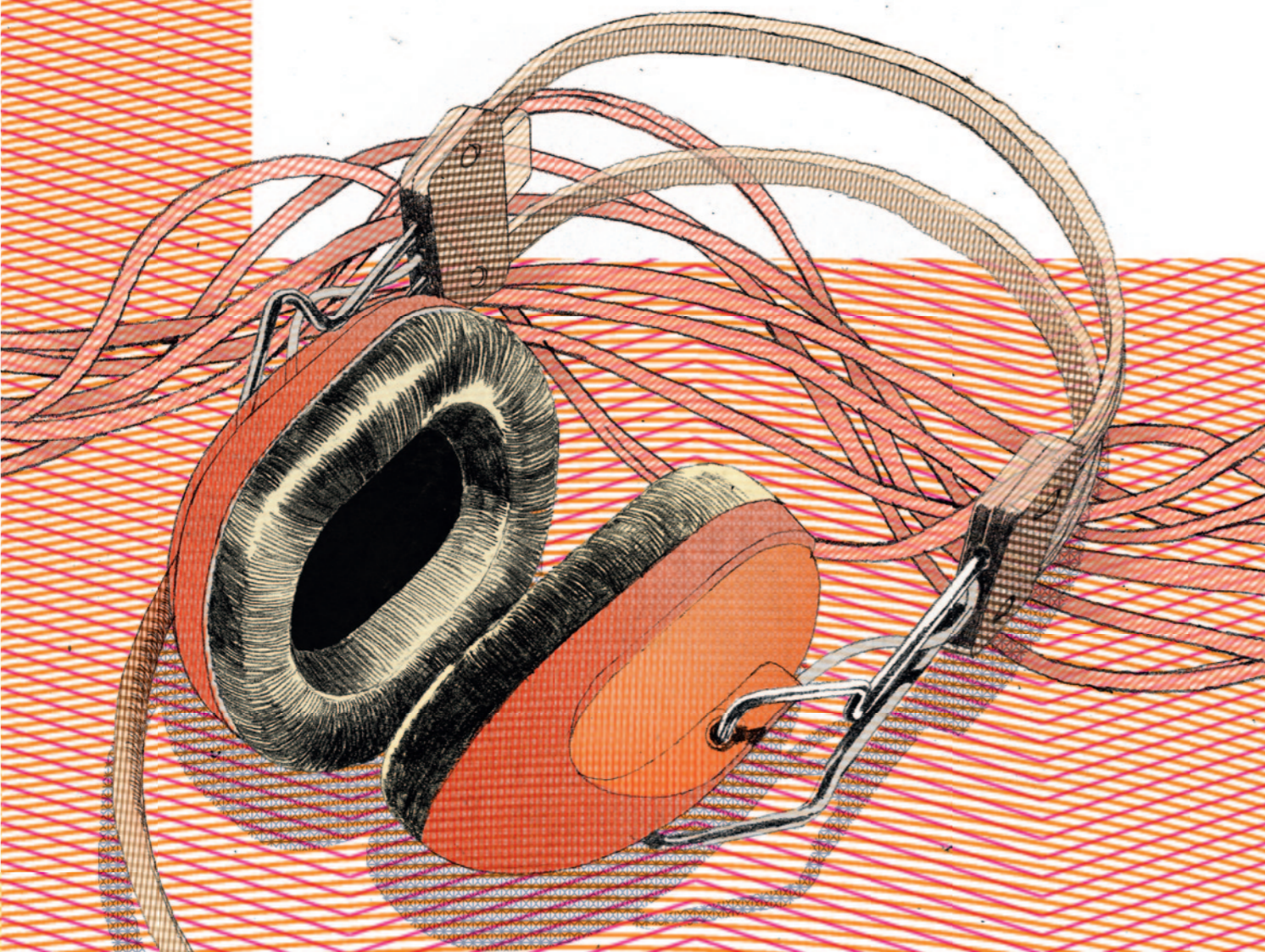
Innerhalb des Musikmarktes lässt sich eine Aufbruchsstimmung ausmachen. Diese ist ein Resultat der Digitalisierung in der Musikwelt. Neben der starken Fokussierung und den immensen Zuwachsraten im Online-Angebot herrscht weiterhin eine Nachfrage nach physischen Tonträgern, deren Verkauf laut Bundesverband der Musikindustrie (BVMI) weiterhin mehr als 75 % der Umsätze ausmacht. Allerdings verzeichnet dieser Bereich kontinuierliche Umsatzeinbußen.

Der Weltverband der Phonindustrie (IFPI) gibt an, dass sich die Umsätze der Musikbranche in 2013 weltweit auf 16 Mrd. US-Dollar beliefen. Das sind 3,9 % weniger als im Jahr 2012, was vor allem an dem schwächelnden japanischen Musikmarkt lag (-17 % Umsatz in 2012).

Nicht nur in Deutschland haben sich die Unternehmen die Digitalisierung auf ertragreiche Art und Weise zu Nutze gemacht. Die Einnahmen aus dem Digitalgeschäft stiegen weltweit um 4 % und machen mittlerweile 39 % des Gesamtmarktes aus: Zu beobachten ist ein weltweiter Paradigmenwechsel in Musikkonsum und Produktion.

Mit einer Digitalquote von 19 % hat Deutschland europaweit einen Platz im Mittelfeld inne: Insgesamt sind die bundesweiten Einnahmen aus dem digitalen Geschäft in 2013 um 12 % auf 328 Mio. Euro gestiegen. Mit dem weiteren Ausbau der digitalen Breitbandverbindung in Deutschland steigt auch der digitale Konsum.

Im Zuge dessen haben auch Streaming-Dienste ihren Platz am deutschen Markt gefunden und bieten seit 2006 verschiedene Abonnements an, die sehr gut angenommen werden. Mittlerweile verzeichnen die Streaming-Dienste zusammen weltweit 28 Millionen solcher Abonnements. Das Unternehmen SPOTIFY beispielsweise, mit Deutschlandsitz in der Berliner Friedrichstraße, ist mit weltweit über sechs Millionen Abonnenten Marktführer. Der durch Streaming-Dienste erzielte Umsatz wuchs laut Aussage des Bundesverbandes Musikindustrie von 2012 auf 2013 um 91 %. Auch die Plattenfirmen verdienen in diesem Geschäftsmodell bei jedem gespielten Lied mit. SPOTIFY überwies den Plattenfirmen seit 2008 500 Mio. US-Dollar Lizenzgebühren. Mittlerweile werden 19 Streaming Anbieter in Deutschland gezählt, die rund 30 Millionen Titel zur Verfügung stellen. Trotz eines wachsenden Angebots an legalen Download-Möglichkeiten, ist das Problem der illegalen Nutzung und rechtlicher Grauzonen bisher nicht gelöst.



Musikwirtschaft	Unternehmen Anzahl / 2012	Umsätze in T€ / 2012	Erwerbstätige Anzahl / 2013
Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern ¹	30	44.128	150
Herstellung und Einzelhandel mit Musikinstrumenten	134	83.679	356
Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern	18	6.869	70
Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien	315	453.565	2.160
Ensembles und Künstler/innen	430	85.700	1.939
Veranstalter und Bühnen	339	347.685	8.065
Summe	1.266	1.021.626	12.740
Veränderung Teilmarkt 2009 bis 2012/2013	9,1 %	60,0 %	8,2 %
Anteil Teilmarkt an Bund	10,5 %	13,6 %	10,6 %

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg sowie Bundesagentur für Arbeit, Auswertung IW Consult GmbH, Darstellung SenWTF

¹ Die Daten des Wirtschaftszweigs sind zu 50 % dem Teilmarkt Musikwirtschaft und zu 50 % dem Teilmarkt Filmwirtschaft zugeordnet.

² Zusammengefasst wurden hier die Daten der Wirtschaftszweige: Ballettgruppen, Orchester, Chöre, Selbständige Komponisten und Musikbearbeiter.

³ Zusammengefasst wurden hier die Daten der Wirtschaftszweige: Theater- und Konzertveranstalter (50 %), Opern und Schauspielhäuser Konzerthallen (50 %) sowie die Technischen Hilfsdienste (50 %). Die restlichen 50 % wurden jeweils dem Teilmarkt Darstellende Kunst zugeordnet.

Berlin

Berlin gilt weltweit als einer der spannendsten Standorte in Sachen Kreativität, Innovation, Originalität, Einzigartigkeit und Authentizität. Dies gilt auch und insbesondere für die Musikwirtschaft und zwar nicht zuletzt aufgrund des wegweisenden Mix aus Musikproduktion, Festivals, Live-Spielstätten und Club-Events. Die unterschiedlichen Musikrichtungen, von elektronischer Musik bis zur Klassik, finden begeisterte Zuhörer. Begleitet wird die Berliner Szene durch hier ansässige Interessenvertretungen, wie dem Verband unabhängiger Musikunternehmen (VUT), dem Bundesverband der Musikindustrie, der Berlin Music Commission und der Club Commission.

Anfang 2013 hat der Berliner Senat das Musicboard unter Leitung der Musikbeauftragten Katja Lucker eingerichtet. Aufgabe des Musicboards ist es, die Popmusikszene der Stadt zu unterstützen und ihre kulturelle und wirtschaftliche Strahlkraft zu stärken.

Es stehen zunächst jährlich eine Million Euro für Künstlerförderung, Veranstaltungen und Investitionen in die Infrastruktur zur Verfügung. Zudem fungiert das Musicboard als Anlaufstelle für die Belange der Musikszene.

Sowohl im Freizeit- als auch im Profimusikerbereich ist Berlin bestens ausgestattet: An den 12 bezirklichen 155 Musikschulen werden über 540.000 Schüler unterrichtet. Die Universitätslandschaft ist deutschlandweit einzigartig. Etwa 1.830 Studierende lassen sich in Berlin zum Beispiel an der UdK oder an der Hochschule für Musik Hanns Eisler Berlin zu Musikern, Tonmeistern oder Sounddesignern ausbilden. Zu den wichtigsten Arbeitgebern in Berlin zählen die Opern-, Schauspielhäuser und Konzerthallen mit fast der Hälfte aller Erwerbstätigen der Berliner Musikwirtschaft.

Neben den großen Musikunternehmen, wie dem Marktführer UNIVERSAL MUSIC DEUTSCHLAND und der DEUTSCHEN ENTERTAINMENT AKTIENGESELLSCHAFT (DEAG), gibt es in Berlin eine vielseitige und kleinteilige Festival-, Event- und Clubkultur. Über 250 Veranstaltungsorte und rund 150 Musikverlage wie der ROLF BUDDÉ- oder der MEISEL MUSIKVERLAG, die HANSA STUDIOS und BOOSEY & HAWKES sowie über 70 Tonstudios und international renommierte Orchester wie die BERLINER PHILHARMONIKER unter der Leitung von Sir Simon Rattle, runden das Bild ab.

Mit der BERTELSMANN MUSIC GROUP (BMG) hat einer der führenden Akteure der Musikwirtschaft ihren Sitz in Berlin. Die Umsätze des Konzerns steigen stetig. Für die nächsten vier bis fünf Jahre wird ein Umsatzwachstum von 300 auf 500 Mio. Euro vorausgesagt. UNIVERSAL MUSIC DEUTSCHLAND verzeichnete 2012 einen Umsatz von 311 Mio. Euro. Diese Unternehmen sind aufgrund einer anderweitigen statistischen Zuordnung nicht in der Tabelle enthalten⁴. Gleiches gilt für die Diskotheken und Clubs⁵, die 2012 laut amtlicher Statistik einen Umsatz von 17 Mio. Euro erwirtschafteten.

Über 10 % der Musikunternehmen in Deutschland haben ihren Sitz in Berlin, überdurchschnittliche Anteile am nationalen Unternehmensbestand haben dabei die Wirtschaftszweige Ticketing, Tonstudios, Musiker und Komponisten, Verleger und Konzertveranstalter. Die Zahl der Unternehmen der Musikwirtschaft in Berlin hat sich gegenüber 2009 um 9 % erhöht, die Anzahl der Erwerbstätigen stieg bis 2013 um über 8 % an. Trotz einer sich verändernden Wertschöpfungskette verzeichnete die Musikbranche in Berlin von 2009 bis 2012 einen Umsatzanstieg von über 60 %.

Die Entwicklung der Umsätze ist in den einzelnen Wirtschaftszweigen höchst unterschiedlich. Zu den stark wachsenden Wirtschaftszweigen innerhalb der Musikbranche gehörten die Musikverlage und die Tonstudios, wogegen beispielsweise bei der Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern der Umsatzverlust zum Vorjahr über 9 % betrug.

Diese Zahlen spiegeln sich auch bei den Beschäftigten wieder, beispielhaft verzeichnen der Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien sowie der Wirtschaftszweig Verlegen von bespielten Tonträgern Zuwächse im zweistelligen Bereich (17 % und 11 %). Deutliche Verluste sind nur bei den Technischen Hilfsdiensten mit fast -20 % zu verzeichnen. Rund 33 % der Erwerbstätigen sind in der Musikbranche in Berlin sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Im Vergleich zu anderen Branchen der Kreativwirtschaft in Berlin liegt dies unter dem Durchschnitt, hier gibt es noch deutliches Potenzial zur Steigerung.

⁴ Die Umsätze von Universal Music Deutschland finden sich nicht im Teilmarkt Musikwirtschaft, sondern sind der Vivendi Holding zugeordnet. Die Umsätze der Bertelsmann Music Group in Berlin werden in den amtlichen Statistiken dem Hauptsitz von Bertelsmann in Gütersloh zugerechnet.

⁵ Da sich statistisch nur eine vergleichsweise geringe Anzahl an Musikclubs diesem Wirtschaftszweig zugeordnet hat, ist die Aussagekraft der statistischen Daten hier sehr begrenzt. Vor diesem Hintergrund wurde der Wirtschaftszweig Diskotheken und Clubs in der Übersichtstabelle nicht berücksichtigt.

Neben den genannten führenden Unternehmen findet man in Berlin unzählige teilweise freie Komponisten und Produzenten. Zu den Berliner Labels von nationalem und internationalem Rang gehören JACK WHITE, MOTOR MUSIC, PIRANHA, EMBASSY OF MUSIC, K7, GET PHYSICAL, TRAUMTON und viele andere. Berlin gilt international als Hauptstadt des Electronic Sound. Eine große Rolle in diesem Zusammenhang spielen die Berliner Clubs, die immer mehr zum touristischen Anziehungspunkt avanciert sind und darüber hinaus großes Potenzial für kulturwirtschaftliche Innovationen bergen.

Vor allem Softwarehersteller wie ABLETON, NATIVE INSTRUMENTS oder MAGIX sind mit ihren Musiksoftware-Lösungen aus der Clublandschaft nicht mehr wegzudenken. Daneben wurden in Berlin zahlreiche Online-Plattformen wie BEATPORT oder TONSPION gegründet, die ein breites Angebot an legalen Downloads bereitstellen. Darüber hinaus gibt es das Portal SOUND CLOUD und die Startups TAPE.TV, WAHWAH FM und AUPEO sowie zahlreiche neue Service-Anbieter für Administration, Rechtsklärung und Abrechnung, die in den letzten Jahren in Berlin gegründet wurden. Die Ansiedlung und Gründung von Unternehmen dieser Branche zeigt die enorme Rolle Berlins als Anziehungspunkt für Entwickler und Kreativschaffende und vor allem die Bedeutung Berlins als innovativ moderne Musik-Metropole.

Ebenso vielfältig wie die Musikrichtungen und die Unternehmen der Branche sind auch die Veranstaltungen rund um die Musik, die regelmäßig zahlreiche (Fach-) Besucher in die Hauptstadt ziehen. Jährlich wird der nach dem Emmy größte Musikpreis, der ECHO, in Berlin vergeben. Darüber hinaus finden jedes Jahr die FÊTE DE LA MUSIQUE, das CLASSIC OPEN AIR sowie die BERLINER TAGE FÜR ALTE MUSIK statt, um nur einige der zahlreichen Veranstaltungen zu nennen. Die Berliner Festspiele GmbH organisiert jährlich Veranstaltungsreihen wie das Festival Märzmusik, das Musikfest oder das Jazz-Fest Berlin.

Mit der seit 2010 stattfindenden BERLIN MUSIC WEEK hat die Hauptstadt eine Plattform, die die Vielfalt an Aktivitäten bündelt, die Kommunikation verbessert und Synergien vorantreibt. Diese breite und kooperative Aufstellung stärkt den Standort Berlin und ihren internationalen Ruf als Musik-Hotspot. Die BERLIN MUSIC WEEK ist nicht nur Branchentreff, sie forciert auch Kooperationen mit der stetig wachsenden Startup-Szene sowie die Schaffung neuer vielversprechender Formate. Hier kommen Musikfans, Fachpublikum, Medien und Politik zusammen, um ihre Interessen zu verfolgen, Mehrwerte zu generieren aber auch um Nischen zu entdecken. Ziel ist es, die BERLIN MUSIC WEEK langfristig zu einem der populärsten und größten Musikfestivals zu machen und Berlin an der Spitze der Musikmetropolen weltweit zu etablieren.