

Frankreichs Markt erneut im Minus

Trotz Zuwächsen im Streamingmarkt kommt Frankreich nicht aus dem Tief. Die Einnahmen gingen von 570,1 Millionen Euro im Vorjahr um 4,7 Prozent auf 543 Millionen Euro im Jahr 2015 zurück. Das physische Geschäft steuerte dazu mit 273,7 Millionen Euro zwar noch 64 Prozent der Umsätze bei, brach aber um 15,9 Prozent ein. Der Digitalmarkt legte um 14,7 Prozent zu, allerdings reichen die hier erzielten 152,3 Millionen Euro nicht aus, die Einbußen im Tonträgerverkauf auszugleichen. ks

Norwegen legte 2015 zu

Die Jahresbilanz der norwegischen IFPI weist bei Umsätzen von 646 Millionen Kronen oder umgerechnet rund 75,3 Millionen Euro ein Plus von 6,9 Prozent zum Vorjahr aus. Streaming kam bei 500,3 Millionen Kronen auf ein Umsatzplus von 9,7 Prozent. Die Einnahmen aus dem Verkauf von Tonträgern wuchsen um 30,4 Prozent auf 108,4 Millionen Kronen. ks

Studie kommt in Brüssel an

Am 2. März stellten Repräsentanten der deutschen Musikwirtschaft in Brüssel Vertretern der Europäischen Kommission die Ergebnisse der ersten Musikwirtschaftsstudie vor.

Brüssel_04_03 – Mit dabei im sogenannten Hanse Office, der gemeinsamen Vertretung von Hamburg und Schleswig-Holstein bei der Europäischen Union, waren unter anderem Jens Michow, Präsident des Bundesverbands der Veranstaltungswirtschaft [bdv] und Florian Drücke, Geschäftsführer des Bundesverbands Musikindustrie [BVMI]. Mit Unterstützung zahlreicher Verbände hatte Prof. Dr. Wolfgang Seufert vom Institut für Kommunikationswissenschaft der Friedrich-Schiller-

Universität Jena [IfKWJ] das Zahlenwerk erhoben, das unter dem Motto „Musikwirtschaft in Deutschland“ erstmals branchenübergreifend ein umfassendes Bild der wirtschaftlichen Bedeutung des Musikgeschäfts in Deutschland zeichnet. Erstmals vorgestellt wurden die Ergebnisse zum Reeperbahn Festival 2015. Dabei kam heraus, dass die deutsche Musikwirtschaft ein Milliardenmarkt ist.



Foto: BVMI

Auf dem Brüsseler Parkett (von links): Jens Michow [bdv], Hamburgs Staatsrat Wolfgang Schmidt, Florian Drücke [BVMI], Karel Bartak [EU-Kommission], Audrey Guerre [Live DMA European Network], Moderator Jan Hendrik Becker und Sonja Grabowsky [Wissenschaftliche Referentin des Europaparlamentarier Dietmar Köster]

Die sieben im Rahmen der Studie beleuchteten Teilbranchen setzten 2014 zusammen elf Milliarden Euro um. Mit 127.000 Selbstständigen und Arbeitnehmern übertreffen die Branchenteile zudem die Zahl der Erwerbstätigen jeder anderen Medienbranche, heißt es in dem Papier. Die Bruttowertschöpfung lag 2014 mit rund 3,9 Milliarden Euro sogar über der der Filmwirtschaft. ks



Dietmar Schwenger
Redakteur

Apropos: Abba haben es einst vorgemacht

Bekanntlich bestanden Abba aus zwei Frauen und zwei Männern. Und auch heute noch wird in den nordischen Ländern die Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern erfreulich groß geschrieben. So hat die skandinavische Musikindustrie in den vergangenen Jahren große Anstrengungen unternommen, um den Frauenanteil zu erhöhen. Dennoch bleibt Gender Equality ein gewichtiges Thema hoch im Norden. Davon konnte man sich zuletzt beim Konferenzprogramm von Where's The Music? im schwedischen Norrköping und soeben bei der 19. Ausgabe

von by:Larm in Oslo überzeugen. Mehrere spannende Panels, in denen man spürte, dass es hier wirklich um etwas ging, beschäftigten sich mit der Frage, wie man die Präsenz von Frauen bei Labels, Veranstaltern oder Verleger auch und gerade in der Führungsetagen signifikant erhöhen könnte. Sehr praxisnahe Ansätze stellten bei by:Larm etwa Verena Blättermann vom VUT und Desiree Vach [Ingrooves] vor, die von einem Mentoringprogramm und anderen Initiativen berichteten, die langfristig genau diese Ziele erreichen wollen. Und ganz ähnlich wie beim vermeintlichen Mo-

dethema Nachhaltigkeit sollte sich die Branche Gleichberechtigung noch stärker auf die Fahnen schreiben – und das ganz allein auch schon aus Eigennutz. Denn wie ebenfalls auf den nordischen Expertenrunden immer wieder zu hören war, bedeuteten paritätisch besetzte Managementteams auch wirtschaftlich eine Verbesserung, weil ohne weibliche Perspektiven oder Denkweisen der Umsatz sinke. Diese Fragen werden weiterdiskutiert – unter anderem bei einem von MusikWoche präsentierten Panel beim Spot Festival im dänischen Aarhus Ende April.