

PRESSEMITTEILUNG

Verband der Musikinstrumenten-
und Musikequipmentbranche

Hardenbergstraße 9a
D-10623 Berlin
T: +49 30 8574748-0
F: +49 30 8574748-55
E: somm@somm.eu

[w³.somm.eu](http://w3.somm.eu)

Pressekontakt:

SOMM e. V.
Daniel Sebastian Knöll
T: +49 30 8574748-0
F: +49 30 8574748-55
E: d.knoell@somm.eu

Musikinstrumentenbranche blickt zufrieden auf 2015: Markt weiterhin im Plus

Berlin/Frankfurt a. M., 04.04.2016 Der Markt mit Musikinstrumenten, Musikequipment und Noten schloss 2015 mit einem Umsatzplus ab. Das verkündete die SOMM – Society Of Music Merchants, Spitzenverband der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche, am Montag in Frankfurt im Vorfeld der Musikmesse (07. bis 10.04.2016).

Der Gesamtumsatz mit Musikinstrumenten, Musikequipment und Noten betrug im Jahr 2015 rund 1,03 Milliarden Euro¹. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum (2014: 960 Millionen Euro²) wuchs der Gesamtumsatz um 7,2 Prozent. Ausschlaggebend für das gute Ergebnis waren ein Umsatzplus in fast allen Bereichen der Warenhauptgruppen von Instrumenten und Equipment (2015: 952 Millionen Euro³; 2014: 885 Millionen Euro³) sowie ein stabiler Noten-Markt (Papiergeschäft).

Zweistellige Umsatzsteigerungen verzeichneten die Bereiche Saiteninstrumente (13,2%), Mikrofone und Kopfhörer (10,4%) sowie Licht-Equipment (39,2%). Im hohen einstelligen Bereich wuchsen Tasteninstrumente, Blasinstrumente, Schlagzeug und Percussion sowie Kabel. Umsatzgarant der MI-Branche sind nach wie vor die Warenhauptgruppen Mikrofone und Kopfhörer, Tasteninstrumente, Beschallung und Saiteninstrumente. Zusammen repräsentieren sie mehr als die Hälfte des Branchenumsatzes in Deutschland. „Die allgemein positive Konsumnachfrage im vergangenen Jahr zeichnete sich auch deutlich im Umsatz der MI-Branche ab. Die günstige Arbeitsmarktlage und das steigende Realeinkommen wirkten sich auch auf den Musikinstrumentenmarkt aus“, sagte Daniel Knöll, Geschäftsführer des Branchenverbandes SOMM.

Einziges Wermutstropfen: Trotz der Umsatzzuwächse in den vergangenen Jahren bleibt der ausbleibende Musikunterricht an allgemeinbildenden Schulen in Deutschland die größte Herausforderung für die Branche. Immer weniger Schülerinnen und Schüler finden zur aktiven Musik bzw. haben gar keinen Kontakt mehr mit Musikinstrumenten. „Das wirkt sich besonders negativ auf die kulturelle Bildung und auch die Persönlichkeitsentwicklung von Jugendlichen aus. Es wird eine unwiederbringliche Bildungslücke entstehen, die nicht mehr aufgefüllt werden kann. Die Politik muss hier handeln - sofort“, fordert Knöll.

Der Musikunterricht-Hiatus hat aber auch Auswirkungen auf die Wirtschaft der MI-Branche. So verzeichnet der Branchenverband in den letzten Jahren

Marktzuwächse im Bereich des Musikequipments, erfasst aber im Gegenzug auch eine Reduzierung des Marktanteils von klassischen Musikinstrumenten. Die Branche reagiert auf diese Strömungen und stellt Produkte in den Markt, die den Interessen, Wünschen und Anforderungen der Konsumenten gerecht werden. „Das geht aber zulasten des Produktes und des Facheinzelhandels. Die Geschäfte versuchen, ihre Gewinne nicht mehr vom Kunden, sondern von Wettbewerbern und Lieferanten zu holen. Markenprodukte leben aber von ihrem Qualitätsversprechen und einem hohen Preis und die Händler leben von ihren Margen, aber einige Verbraucher sind nicht mehr bereit, für Wertigkeit zu zahlen“, resümiert Knöll. „Hier geht es um weitaus mehr als um eine Musikunterrichtsdebatte, den Stellenwert von Musik in der Gesellschaft und den Erhalt des Kulturguts Musikinstrument – hier geht es auch um fairen Wettbewerb, den Erhalt einer Unternehmenskultur und die Wirtschaftlichkeit einer ganzen Industrie.“

Der Gesamtmarkt bekommt diese Veränderungen deutlich zu spüren: Der Preisdruck gewinnt an Bedeutung, der Wettbewerb steigt und die Marktkonzentration nimmt zu. Fremdanbieter drängen mit Billigangeboten über Plattformen und Internet-Marktplätze in das Geschäftsfeld und greifen Umsätze ab, die nicht wieder in die Branche investiert werden. Dazu Knöll: „Auch hier könnte und müsste der Gesetzgeber einen Riegel vorschieben. Wir würden uns wünschen, dass wir in Deutschland etwas hinbekämen, was in den USA längst Standard ist: Dort gibt es einen Minimum Advertised Price. Mehr als die „unverbindliche Preisempfehlung“ ist hierzulande nicht möglich. Insofern beneide ich die Preisbindung des deutschsprachigen Buchhandels.“

1 IMIS: Umsatz MI-Branche zu Endverbraucherpreisen, gemessen an der freiwilligen Branchenstatistik der SOMM (Insg. 29 teilnehmende Unternehmen) zzgl. der DMV-Branchenstatistik (Studie: Musikwirtschaft in Deutschland 2015)

2 Saison- und kalenderbereinigte Werte

3 IMIS: Umsatz MI-Branche zu Endverbraucherpreisen, gemessen an der freiwilligen Branchenstatistik der SOMM (Insg. 29 teilnehmende Unternehmen).

Über SOMM e. V.:

Der Verband SOMM – Society Of Music Merchants e. V. – Spitzenverband der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche in Deutschland – vertritt die Interessen von 60 Unternehmen aus den Bereichen Herstellung, Vertrieb, Handel und Medien aus der Musikinstrumentenbranche, die rund zwei Drittel des deutschen MI-Marktes repräsentieren.

Der Verband vertritt national und europaweit die kulturellen und wirtschaftlichen Interessen der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche mit dem Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit der Branche in allen Marktbereichen zu stärken, die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen den Anforderungen der Branche entsprechend mitzugestalten, Marktstandards zu definieren und Dienstleistungen für Mitglieder zu erbringen, eine zeitgemäße musikalische Fort- und Weiterbildung zu fördern sowie das aktive Musizieren und die Musikkompetenz in der Gesellschaft zu intensivieren.