

» Umsatzanteile der Handelsformen am Gesamtmarkt
 Tonträger und digitale Musikprodukte

Handelsformen	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	in %							
Elektrofachmarkt	31,8	32,1	30,8	29,0	29,7	30,2	29,3	27,6
Kauf- und Warenhäuser	11,7	9,6	8,9	8,0	7,3	6,1	5,4	4,0
Medienfacheinzelhandel	6,1	6,3	5,0	4,1	3,7	3,6	3,1	2,4
Buchhandel	3,3	3,8	4,5	4,7	4,5	4,9	4,9	4,8
Drogeriemärkte	8,6	8,4	8,4	8,6	7,9	8,0	7,9	7,3
Lebensmitteleinzelhandel	10,3	8,2	8,1	7,8	8,2	7,6	7,2	7,9
Internet	11,9	14,3	16,8	17,3	18,3	19,1	20,5	22,5
Download-/ Mobile-Händler (Full Track)	-	0,8	2,0	3,2	4,1	5,7	7,8	11,5
Mobile (Klingeltöne etc.)	-	-	-	2,9	2,4	2,0	1,5	0,9
Versandhandel	9,0	9,3	8,6	7,4	7,1	5,9	5,7	5,3
Clubmarkt	3,5	3,3	2,6	2,5	2,3	2,0	1,7	1,5
Sonstige	3,8	3,9	4,3	4,5	4,5	4,9	5,0	4,3

Vertriebsschienen

Stationärer Handel (Geschäft)	75,6	72,3	67,8	66,7	65,9	65,4	62,8	58,3
Katalog/Mailorder/Club	12,5	12,5	10,9	9,9	9,4	7,9	7,4	6,8
Onlinekauf physisch	11,9	14,3	16,3	17,3	18,3	19,1	20,5	22,5
Onlinekauf digitale Formate	-	0,8	5,0	6,1	6,5	7,6	9,3	12,4

Hinweis: Einschl. Musikvideos (VHS + DVD), ab 2004 inkl. Musikdownloads, ab 2006 inkl. Mobile.

Quelle: GfK Panel Services, nach: Musikindustrie in Zahlen 2010, hrsg. v. Bundesverband Musikindustrie, Berlin 2011.

Stand: 07.08.2011