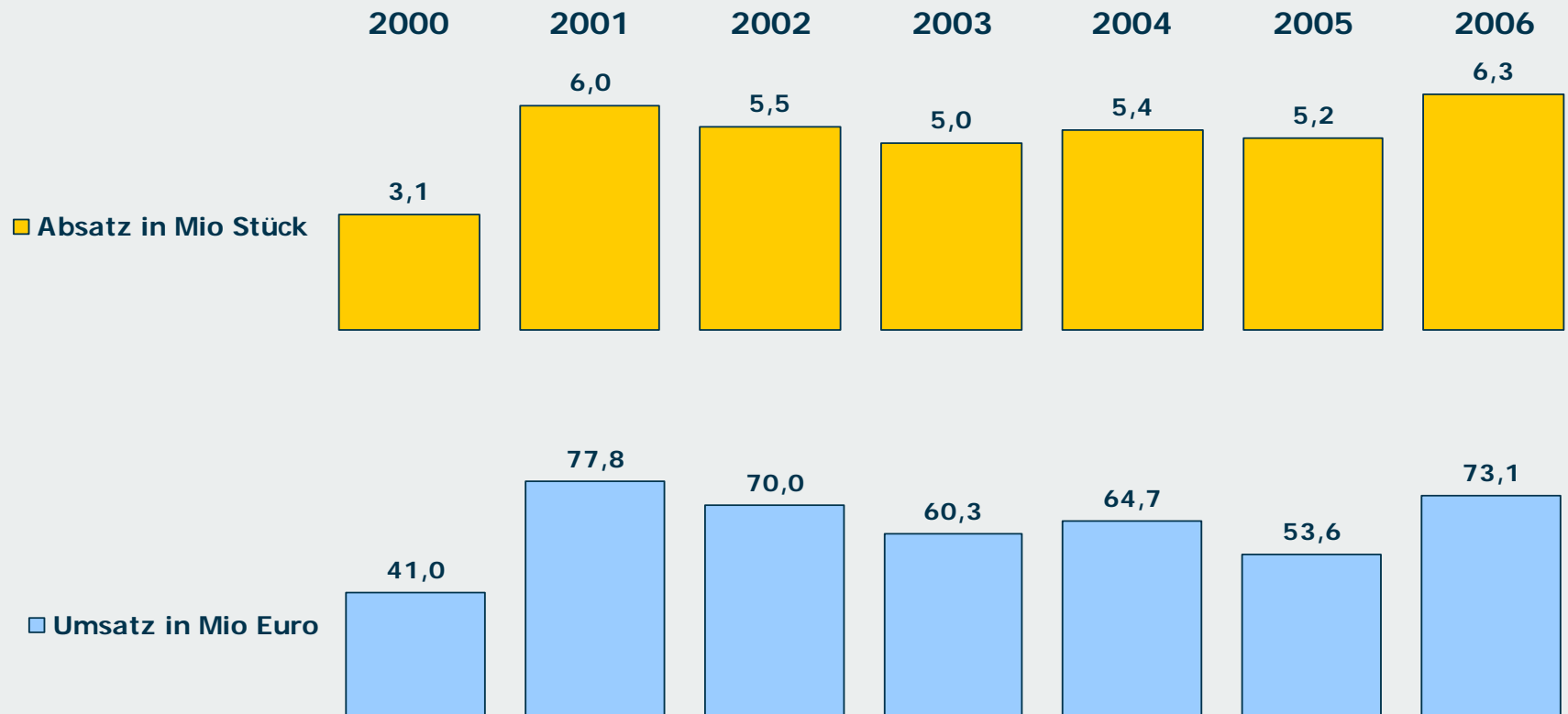


Aufschwung im Schlagermarkt Audio+Video+Download

1



Aufschwung im Schlagermarkt

2

Nachdem der Schlagermarkt in den Jahren 2001 bis 2005 - wie der gesamte Musikmarkt - Absatz- und Umsatzeinbußen hinnehmen musste, hat er im Jahr 2006 neuen Aufwind bekommen und mit einem erfreulichen Umsatzplus von 36% das Jahr beendet. Dieses Plus verdankt der Markt vor allem Künstlern wie Andrea Berg und Semino Rossi.

Vor allem die über 60 Jährigen haben das Genre Schlager wieder für sich entdeckt. Sie stellen mit einem Anteil von 38% die größte Zielgruppe dar. Im Schnitt sind Schlagerkäufer im Jahr 2006 ca. 50 Jahre alt und somit mehr als 10 Jahre älter als der durchschnittliche Musikkäufer.

Nach wie vor sind es vermehrt die Männer, die Schlagerprodukte kaufen. Allerdings teilt sich die Hörerstruktur zu gleichen Teilen auf Männer und Frauen auf.

Fast ein Viertel aller Schlagerprodukte gehen bei Elektromärkten à la Media Markt und Saturn über den Ladentisch, aber gerade auch Versandhandelshäuser spielen in diesem Markt eine große Rolle.

Nähere Informationen bei:

Viola Löhle
Research Consultant
Tel. 09 11 / 395 – 3448
viola.loehle@gfk.com

