

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Marion M. Sommerwerck, PR Manager

A.T. Kearney (International) AG

Renggerstrasse 3

CH - 8038 Zürich

Tel.: +41 1 487-4400

Fax: +41 1 487-4499

Mobil: +49 175 2659 272

marion.sommerwerck@atkearney.com

A.T. Kearney-Studie: 2006 können 20 bis 30 Prozent aller Musikumsätze über Handys erwirtschaftet werden – Radikales Umdenken der Musikindustrie erforderlich

UMTS-Handys vertreiben CDs aus Musikregalen

Zürich, 29. März 2004

Durch eine offensive Einführung von Musik-Applikationen durch die Mobilfunkanbieter könnten bis zum Jahr 2006 bereits zwanzig bis dreissig Prozent der traditionellen Umsätze im Musikgeschäft über mobile Systeme wie etwa UMTS-Handys erzielt werden. Bereits heute übertreffen die Klingelton-Umsätze den CD-Single-Verkauf. Dies ist das Ergebnis einer Studie, die die Medienexperten der Top-Managementberatung A.T. Kearney vorgelegt haben. Während der Grossteil aller Umsätze der Musikindustrie in der Schweiz aktuell noch über den spezialisierten Fachhandel erzielt wird, werden sich die digitalen Vertriebswege in Zukunft grundsätzlich direkt in Richtung Endkunden ausrichten.

Um auch in Zukunft erfolgreich agieren zu können, muss die Musikindustrie radikal umdenken und für ihre Künstler den direkten Zugang zum Endkunden erschliessen – statt wie bisher mit wenigen spezialisierten Vertriebspartnern den herkömmlichen konventionellen Vertrieb zu organisieren.

Das klassische CD-Format, bei dem verschiedene Titel zu einem Album zusammengefasst werden, hat ausgedient. Es wird in den nächsten Jahren immer mehr

durch einzelne digitale Dateien ersetzt. Damit wird das Geschäftsmodell der Musikbranche grundsätzlich in Frage gestellt:

„Tatsächlich agieren die Musik-Unternehmen nach wie vor wie Plattenfirmen“, urteilt Martin Fabel, der als Principal bei A.T. Kearney für die Medienbranche zuständig ist. Die Geschäftsmodelle der Musikindustrie sind nicht darauf ausgerichtet, digitale Inhalte zu vertreiben. Vielmehr verkaufen sie ein physisches Produkt: das Album, bestehend aus einer Hülle, einem Booklet und einer CD, auf der unter Umständen sogar Lieder enthalten sind, die der Kunde eigentlich gar nicht haben will, aber trotzdem bezahlen muss.

Die A.T. Kearney Studie zeigt, dass die Konsumenten immer stärker dazu tendieren, nicht das physische Produkt, also ein CD-Album, sondern ihre Lieblings-Songs selber zusammenstellen zu wollen: Durch Digitale Music Files lässt sich dieser Kundenwunsch wesentlich flexibler als mit der herkömmlichen CD befriedigen, was aber die bisherige Pricing- und Bundling-Strategie der Music-Majors in Frage stellt. Erste Indizien dafür sind bereits zu erkennen.

Neue Wettbewerber – Neue Geschäftsmodelle

Dies belegt auch die Entwicklung der letzten Jahre. Während die traditionelle Musikbranche in den letzten Jahren massive Umsatzrückgänge verkraften musste und in der Schweiz wieder auf das Niveau von 1989 zurückgefallen ist, tauchten völlig neue internationale Wettbewerber auf, die zeigen, wie zukunftsfähige Geschäftsmodelle aussehen müssen: „Die Vielzahl innovativer Geschäftsmodelle, die wir derzeit im Bereich Mobile Entertainment beobachten, erinnert an den frühen Internet-Hype und ist typisch für die Entstehung eines neuen Marktes mit entsprechend hohen Penetrationsgeschwindigkeiten“, erklärt Philipp Gerbert, Vice President bei A.T. Kearney: „Apples erfolgreiches iTunes-System oder die strategische Allianz zwischen Apple und HP können hier exemplarisch genannt werden.“

Klingeltöne haben CD-Singles bereits überholt

Auch die Mobilfunkanbieter zählen zu den Gewinnern im Musikgeschäft: Schon heute erwirtschaften sie mit dem Download von Klingeltönen fünf Prozent des gesamten traditionellen physischen Musikumsatzes und übertreffen damit bereits die Umsätze, die mit dem Verkauf von CD-Singles gemacht werden. Mobile Breitband-Services – allen voran UMTS – sowie Real Tone Handys werden in den nächsten drei Jahren dem Wettbewerb eine neue Dynamik geben. Allerdings könnten diese Impulse an der klassischen Musikbranche vorbei gehen, die ohnehin nur bis zu 20 Prozent der mobilen Musik-Umsätze vereinnahmt, während der Grossteil den Mobile Operators zufällt.

Technische Hindernisse

„Derzeit wird der Musikvertrieb über mobile Kanäle noch von technischen Hindernissen ausgebremst“, erläutert Fabel: „Die höchste Barriere sind zurzeit die zu langen Downloadzeiten und zu geringen Speicherkapazitäten der Endgeräte, gefolgt von hohen Preisen, einer vergleichsweise geringen Auswahl und der mangelnden Möglichkeit, die Inhalte zu portieren. Spätestens mit der flächendecken-

den Einführung von UMTS wird dieser Flaschenhals jedoch verschwinden. „Da die UMTS-Betreiber ihre geplanten Umsätze nicht mit klassischer Telefonie, sondern nur mit Daten- und vor allem Multimediadiensten erreichen können, werden sie alles daran setzen, die verbleibenden Hindernisse schnellstmöglich zu beseitigen“, ergänzt Gerbert.

Klingeltonpreise werden fallen

Entsprechend erwartet A.T. Kearney, dass der Preis für den Download eines einzelnen Klingeltons von derzeit durchschnittlich 2,50 CHF bis 3,50 CHF auf den Preis eines Internet-Downloads für ein Musikstück fallen wird: 0,50 CHF. Auch die Angebotsbreite wird signifikant gesteigert werden und technologische Entwicklungen, die die Speicherkapazität der mobilen Endgeräte auf sinnvolle Dimensionen erhöht, zeichnen sich bereits ab.

„Wenn die Musikunternehmen die Erträge aus dem neuen Markt der mobilen Musik nicht anderen überlassen wollen, müssen sie sich auf ihre Kernkompetenzen - die Künstlerentwicklung und -vermarktung - besinnen und sich konsequent auf den Endkunden hin ausrichten.“, so Fabel. Im Mittelpunkt steht dabei, für die eigenen Künstler sämtliche digitalen Promotion- und Vertriebsmöglichkeiten über alle Plattformen hinweg zu erschliessen und sie mit ihren Fans und Konsumenten direkt zu verbinden. Hierin sehen die A.T. Kearney-Experten auch die einzige Möglichkeit, ein Gegengewicht zu illegalen Tauschbörsen zu setzen. Allerdings verdienen die Mobilfunkanbieter nicht nur an legalen Musik-Downloads, sondern sie könnten auch vom illegalen Datentransfer von Song-Files über ihre Mobilfunknetze profitieren.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney (www.atkearney.ch) ist eines der grössten internationalen Top-Management-Beratungsunternehmen. A.T. Kearney bietet seinen Klienten das gesamte Spektrum strategischer und operativer Beratung und bereitet Unternehmen auf die neuen Herausforderungen von technologischer Innovation, Globalisierung und E-Business vor. Zu unseren Klienten gehören globale Grosskonzerne wie nationale Unternehmen aller Wirtschaftszweige, Industrien und Dienstleister des öffentlichen und privaten Sektors.

A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute rund 4.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern der Welt. Seit 1995 gehört A.T. Kearney zu EDS (Electronic Data Systems), dem führenden Dienstleistungsunternehmen für Informationsmanagement. In der Schweiz ist A.T. Kearney mit zwei Büros in Zürich und Genf vertreten.