



■ Audiomarkt algemeen

NVPI is de brancheorganisatie van de entertainmentindustrie en behartigt de belangen van muziekmaatschappijen, uitgevers van videoproducten en uitgevers van interactieve software. Jaarlijks laat zij diverse marktonderzoeken uitvoeren om zo een duidelijk beeld te kunnen presenteren van de ontwikkelingen in de diverse markten. In dit document vindt u data over de ontwikkelingen binnen de muziekmarkt.

De audiomarkt deed het in 2009 met een daling van 4,6% in omzet en 0,2% in aantallen relatief goed. Geteld in stuks bestaat een kwart van de verkopen uit digitale content. Bij die digitale verkopen gaat het echter vooral om losse tracks, waardoor het omzetaandeel met 5,7% (wereldwijd: 27%) veel lager ligt. In totale aantallen blijft de muziekconsumptie dus min of meer gelijk, maar digitaal compenseert de omzetsdaling van fysiek product niet. Overigens is de omzet van de muziekmarkt in de afgelopen tien jaar nagenoeg gehalveerd.

De albummarkt wordt volledig gedomineerd door het fysieke product: 95% van de albums is een fysiek exemplaar en deze cd-albums zijn verantwoordelijk voor ruim 80% van de muziekomzet. Daarbij moet wel opgemerkt worden dat het aantal titels dat grote aantallen verkoopt steeds kleiner wordt. Sinds 2005 zijn er geen titels meer geweest waarvan er meer dan 100.000 stuks verkocht werden. Dat heeft een nadelig effect op de kernactiviteit van de muziekmaatschappijen: het investeren in nieuw talent. Muziekmaatschappijen investeren namelijk ruim 30% van hun inkomsten in nieuwe artiesten en repertoire. De maatschappijen in Nederland doen dat – uiteraard – in Nederland en zijn daarom van essentieel belang voor het laten bloeien van de Nederlandse muziekcultuur. In totaal wordt er door de muziekmaatschappijen in Nederland zo'n 35 miljoen euro per jaar uitgegeven aan talent- en repertoire ontwikkeling. Daarbovenop komt nog eenzelfde bedrag voor promotie en marketing.

Door de populariteit van losse digitale tracks is de verkoop van fysieke singles nog verder gedaald. Een ander product dat minder goed verkoopt is de muziek-dvd. Deze drager is echter onverminderd populair als het gaat om lokaal repertoire: 40%. Het lokale repertoire is met een marktaandeel van ruim 25% sowieso onverminderd populair.

Ondanks de grote belangstelling voor digitale content is het opmerkelijk dat de populariteit van lp's de afgelopen jaren weer is toegenomen. Ondanks dat het onderzoekstechnisch niet mogelijk is om de verkochte aantallen over 2009 vast te stellen, mag geconcludeerd worden dat de vinylmarkt een stevige nichemarkt is.

Deze publicatie geeft ook meer informatie over de resultaten van de maatschappijen die op de Nederlandse markt actief zijn.



▪ **Ontwikkeling Nederlandse muziekmarkt (consumentenomzet)**

| Jaar | Omzet | Groei |
|------|-----------|-------|
| 1999 | 490 | -3% |
| 2000 | 494 | 1% |
| 2001 | 486 (498) | -1,5% |
| 2002 | 467 | -6% |
| 2003 | 444 | -5% |
| 2004 | 411 | -7% |
| 2005 | 343 | -17% |
| 2006 | 317 | -8% |
| 2007 | 294 | -7% |
| 2008 | 271 | -8% |
| 2009 | 258 | -5% |

Het gaat hier om de consumentenbestedingen (incl. btw) aan aanschaf van fysiek product en downloads. Met ingang van 2002 wordt muziekvideo (dvd en vhs) meegeteld in de audiomarkt. Om een goede vergelijking met 2001 te kunnen maken zijn de cijfers over 2001 herberekend mét muziekvideo. De uitkomsten daarvan staan tussen haakjes.

▪ **Ontwikkeling fysieke albummarkt**

Albumverkopen in miljoenen stuks

| Jaar | LP | MC | DVDA/SACD | CD | Totaal |
|------|------|------|-----------|------|--------|
| 1999 | 0,2 | 0,3 | - | 33,5 | 34 |
| 2000 | 0,1 | 0,3 | - | 34,1 | 34,5 |
| 2001 | 0,1 | 0,2 | - | 32,4 | 32,7 |
| 2002 | 0,2 | 0,1 | 0,03 | 28 | 28,3 |
| 2003 | 0,2 | 0,06 | 0,2 | 25,1 | 25,5 |
| 2004 | 0,2 | 0,01 | 0,1 | 23,4 | 23,7 |
| 2005 | 0,3 | - | 0,1 | 20,2 | 20,6 |
| 2006 | 0,01 | - | 0,06 | 19,4 | 19,5 |
| 2007 | 0,01 | - | 0,01 | 19,0 | 19,0 |
| 2008 | - | - | - | 18,0 | 18,0 |
| 2009 | - | - | - | 17,0 | 17,0 |



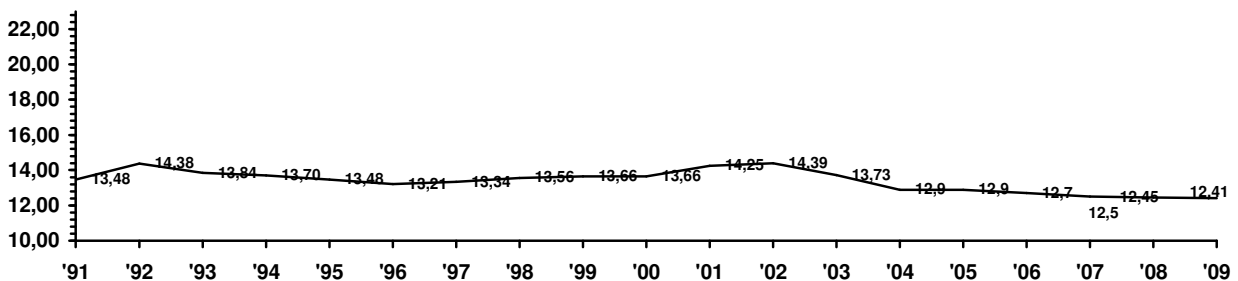
Albumverkopten in miljoen euro's

| Jaar | LP | MC | DVDA/SACD | CD | Totaal |
|------|-----|------|-----------|-------|--------|
| 1999 | 1 | 3 | | 458 | 462 |
| 2000 | 1 | 1 | | 466 | 468 |
| 2001 | 1 | 1 | | 461 | 463 |
| 2002 | 2 | 1 | 0.7 | 403 | 406 |
| 2003 | 2 | 0.3 | 5.6 | 335 | 343 |
| 2004 | 2 | 0.08 | 2.9 | 302 | 307 |
| 2005 | 2 | - | 2.0 | 262 | 266 |
| 2006 | 0.2 | - | 1.1 | 246.8 | 248 |
| 2007 | 0.2 | - | 0.2 | 238 | 238 |
| 2008 | - | - | - | 224 | 224 |
| 2009 | - | - | - | 211 | 211 |

Verkooptaantallen cd's

| Stuks | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|
| > 100.000 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 90.000 - 100.000 | 2 | 2 | 0 | 1 | 2 | 0 |
| 80.000 - 90.000 | 2 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 70.000 - 80.000 | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 |
| 60.000 - 70.000 | 3 | 3 | 5 | 1 | 3 | 1 |
| 50.000 - 60.000 | 10 | 8 | 6 | 5 | 1 | 5 |
| 40.000 - 50.000 | 11 | 5 | 9 | 10 | 6 | 9 |
| 30.000 - 40.000 | 12 | 13 | 12 | 14 | 11 | 8 |
| 20.000 - 30.000 | 41 | 30 | 37 | 32 | 20 | 36 |
| 10.000 - 20.000 | - | 134 | 111 | 114 | 116 | 103 |

Ontwikkeling gemiddelde verkoopprijs cd album in euro's



Een cd-album zakte in 2009 in prijs naar 12,41 (was 12,45)



▪ Ontwikkeling downloads

| Jaar | Stuks | Omzet | Groei |
|------|-------|-------|-------|
| 2005 | 4.3 | 4.3 | - |
| 2006 | 10.1 | 10.1 | 135% |
| 2007 | 12 | 12 | 19% |
| 2008 | 14.1 | 14.1 | 18% |

In 2009 is de meetmethode van downloads veranderd waardoor singles en albums gesplitst gerapporteerd worden. Vergelijking met eerdere jaren is slechts trendmatig mogelijk.

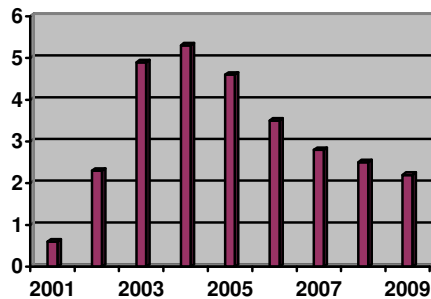
| | x miljoenen euro's | | | x miljoenen stuks | | |
|--------------------|--------------------|-------|-------|-------------------|------|-------|
| | 2008 | 2009 | % | 2008 | 2009 | % |
| Albums (digitaal) | 6,97 | 9,40 | 34,8% | 0,70 | 0,94 | 34,8% |
| Singles (digitaal) | 4,20 | 5,43 | 29,3% | 4,24 | 5,48 | 29,3% |
| Totaal | 11,17 | 14,83 | 32,8% | | | |

▪ Ontwikkeling andere fysieke dragers

Singles (x miljoen)

| Jaar | Omzet | Stuks |
|------|-------|-------|
| 1999 | 28 | 5,5 |
| 2000 | 26 | 5,4 |
| 2001 | 23 | 5 |
| 2002 | 16 | 3,6 |
| 2003 | 14 | 3,2 |
| 2004 | 12 | 2,7 |
| 2005 | 8 | 2,0 |
| 2006 | 6,4 | 1,7 |
| 2007 | 4,2 | 1,0 |
| 2008 | 2,5 | 0,7 |
| 2009 | 2,0 | 0,5 |

Muziekdvd (aantallen, x miljoen)



Verkoopkanalen fysiek product

De traditionele entertainmentzaak blijft met 52% het belangrijkste afzetkanaal voor audioproducten. Andere kanalen met een behoorlijk aandeel zijn de elektronikawinkels (14%), internetwinkels en postorderbedrijven (18%) en de warenhuizen en boekhandels (10%). Hekkensluiter is het drogisterij- en supermarktkanaal (3%).

Genres fysiek product

| Genre | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Pop/MOR | 53 | 53 | 53 | 51 | 51 | 42 | 49 | 61 | 58 |
| Rock/Alternative | 13 | 14 | 15 | 16 | 18 | 16 | 17 | 5 | 4 |
| World/Volks/Country/ New Age | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 12 | 3 | 8 | 8 |
| Jazz/Blues | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| Soundtrack/Musical | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| House/techno/dance | 7 | 4 | 4 | 2 | 7 | 8 | 8 | 6 | 5 |
| Urban | 3 | 3 | 4 | 3 | 7 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| Klassiek | 11 | 10 | 8 | 7 | 5 | 6 | 5 | 5 | 4 |
| Overig | 5 | 6 | 8 | 11 | 1 | 6 | 6 | 7 | 11 |
| Totaal | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Genreverdeling (in % afzet)

Goud en Platina

Per 1 juni 2009 is het aantal voor cd-albums en singles Populair gewijzigd. Voor meer informatie over Goud/Platina en het archief vanaf 1975 zie ook www.nvpi.nl.

In 2009 werden er 191 titels bekroond, 48 meer dan een jaar eerder. In totaal kregen 116 producties een Gouden plaat, 59 een Platina en 16 albums wonnen Meervoudig Platina.

Onder de laureaten waren ook dit jaar weer veel Nederlandse producties. Zo behaalden onder meer de Nick & Simon (*Luister*), Anouk (*For Bitter Or Worse* en *Who's Your Momma*), Gare Du Nord (*Sex 'n Jazz*), Ilse DeLange (*Incredible*) meervoudig platina.



Moke en Kytteman behaalden de gouden status met *Shorland* en *The Hermit sessions*. De meest succesvolle artiest van 2009 was Michael Jackson met vier gouden, drie platina en twee meervoudig platina platen. Anouk was de succesvolste Nederlandse artiest.

Populaire dvd-producties in 2009 waren onder meer Nick & Simon (*Overal – Ahoy 2009*), Anouk (*Live At Gelredome*), Najib Amhali (*Zorg Dat Je Erbij Komt*), De Lama's (*Superhelden*) en Michael Jackson (*This Is It*).

▪ Best verkopende producten

Top 10 Album

| | | |
|----|-----------------------------------|------------------|
| 1 | ADELE – 19 | V2 |
| 2 | ANOUK – FOR BITTER OR WORSE | EMI |
| 3 | NICK & SIMON – LUISTER | ARTIST & COMPANY |
| 4 | U2 – NO LINE AT THE HORIZON | UNIVERSAL |
| 5 | KREZIP – BEST OF | SONY |
| 6 | MICHAEL JACKSON – KING OF POP | SONY |
| 7 | K3 – MAMASE | STUDIO 100 |
| 8 | ILSE DELANGE – INCREDIBLE | UNIVERSAL |
| 9 | GUUS MEEUWIS – NW8 | EMI |
| 10 | KINGS OF LEON – ONLY BY THE NIGHT | SONY |

Top 10 Single Downloads

| | | |
|----|---|-----------|
| 1 | LISA – HALLELUJAH | SONY |
| 2 | DAMARU & JAN SMIT – MI ROWSU (TUINTJE IN MIJN HART) | UNIVERSAL |
| 3 | KREZIP – SWEET GOODBYES | SONY |
| 4 | BLACK EYED PEAS – I GOTTA FEELING | UNIVERSAL |
| 5 | LADY GAGA – POKER FACE | UNIVERSAL |
| 6 | ADELE – MAKE YOU FEEL MY LOVE | V2 |
| 7 | B-YENTL – NO ONE BUT YOU | MARISTA |
| 8 | MADCON – BEGGIN' | SONY |
| 9 | ANOUK – THREE DAYS IN A ROW | EMI |
| 10 | BLACK EYED PEAS – BOOM BOOM POW | UNIVERSAL |

▪ Resultaten Maatschappijen

Omzetten maatschappijen uit geluidsdragers en 'digital'

| Jaar | Omzet | Groei |
|------|-------|---------|
| 2002 | 266.3 | - 7,0% |
| 2003 | 253.5 | - 4,8% |
| 2004 | 229.9 | - 9,3% |
| 2005 | 197 | - 14,3% |
| 2006 | 186.3 | - 5,4% |
| 2007 | 176 | - 5,5% |
| 2008 | 161 | - 8,5% |
| 2009 | 152 | - 5,6% |



NB. Het gaat hier om inkomsten uit normale exploitatie. De omzetten uit 'secundaire exploitatie' worden hier niet gerapporteerd. Een belangrijk deel van die 'secundaire exploitatie' bestaat uit de exploitatie van de naburige rechten door SENA. Zie verder www.sena.nl. Hetzelfde geldt voor de inkomsten uit de thuiskopieregeling. Die worden gerapporteerd door de Stichting ThuisKopie (zie www.thuiskopie.nl).

▪ **Marktaandelen maatschappijen (consumentenverkopen)**

Album

| | | |
|----|------------------|------|
| 1 | Universal Music | 28,3 |
| 2 | Sony Music | 22,2 |
| 3 | EMI | 14 |
| 4 | Warner Music | 6,8 |
| 5 | Artist & Company | 4,6 |
| 6 | V2 | 4,4 |
| 7 | PIAS | 3 |
| 8 | Studio 100 | 2,5 |
| 9 | CNR | 2,1 |
| 10 | Overig | 12,1 |

Single

| | | |
|---|---------------------------|------|
| 1 | Universal Music | 21,7 |
| 2 | Sony Music | 15 |
| 3 | EMI Music Holland B.V. | 8,6 |
| 4 | Warner Music Benelux B.V. | 5,2 |
| 5 | Berk | 3,9 |
| 6 | Spinnin' | 3,6 |
| 7 | N.E.W.S | 3,4 |
| 8 | NRGY | 3,3 |
| 9 | Overig | 35,3 |

Download

| | | |
|----|-----------------|------|
| 1 | Universal Music | 23,8 |
| 2 | Sony Music | 16,3 |
| 3 | EMI | 9,3 |
| 4 | Warner | 5,5 |
| 5 | N.E.W.S. | 3,3 |
| 6 | NRGY | 3,3 |
| 7 | Berk | 2,3 |
| 8 | Marista | 2,3 |
| 9 | 8Ball | 1,6 |
| 10 | Overig | 32,3 |

Informatie afkomstig van NVPI en GfK Retail en Technology