

Wer kauft und hört Orgel-CDs?

von Roland Eberlein

Orgel-CDs werden natürlich von Orgelliehabern gekauft und gehört. Aber was sind das für Leute? Sind es ausschließlich die älteren Damen und Herren, welche das Publikum von Orgelkonzerten bilden? Oder werden Orgel-CDs auch von vielen jüngeren Personen gekauft, die nicht in Kirchenkonzerte gehen, weil sie den Kirchen fern stehen?

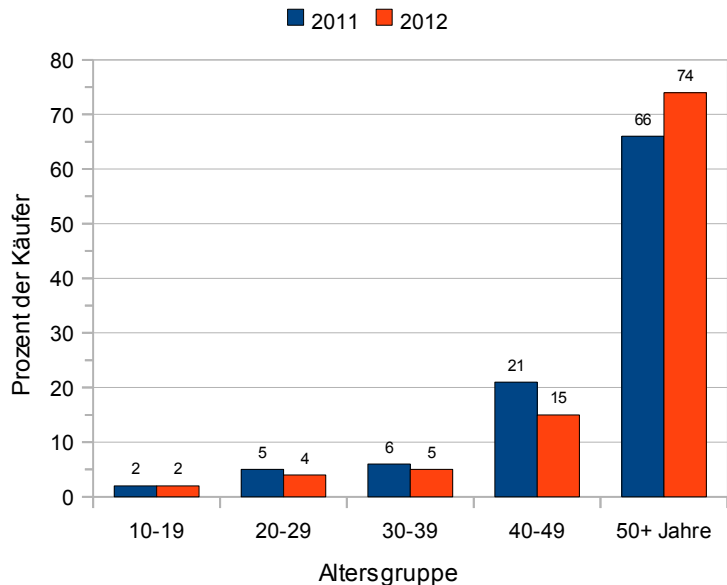
Leider gibt es darüber keine Daten. Aber Orgel-CDs sind Klassik-CDs. Und über die Käuferschaft von Klassik-Tonträgern gibt es eine Altersstatistik, welche das Deutsche Musikinformationszentrum MIZ auf seiner Homepage veröffentlicht hat¹. Das nebenstehende Diagramm veranschaulicht diese Daten. Im Jahr 2011 waren demnach 66% der Käufer von Klassik-Tonträgern 50 oder mehr Jahre alt, im Jahr 2012 gehörten bereits 74% der Käufer dieser Altersgruppe an. Personen, die jünger sind als 40 Jahre, machten insgesamt nur 13% bzw. 11% der Käufer von Klassiktonträgern aus – wobei in diesen Zahlen der Bereich des Klassik-Crossover bereits enthalten ist. Ohne diesen Bereich wäre die Verteilung möglicherweise noch alterslastiger.

Genau wie das Publikum von Klassik-Konzerten ist also auch die Käuferschaft von Klassik-Tonträgern stark überaltert. Erstaunlicherweise sind – laut dieser Statistik – die Unter-40-Jährigen in der Käuferschaft von Klassik-CDs noch geringer vertreten als im Publikum von Klassik-Konzerten, wo sie immerhin noch etwa 19% ausmachen.²

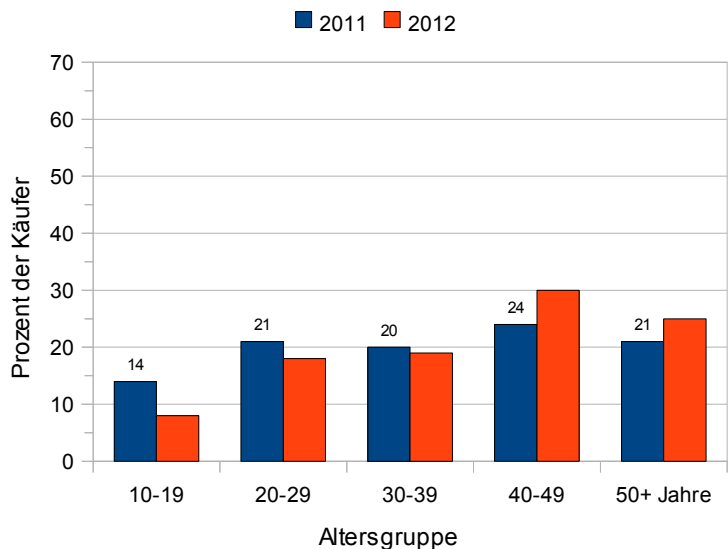
Wirft man zum Vergleich einen kurzen Blick auf die Altersstruktur der Käufer von Rock- oder Pop-Tonträgern, so stellt man fest, daß diese erwartungsgemäß ganz anders ist, nämlich recht ausgeglichen: Rock-Tonträger (Deutschrock, Rock/Hardrock, Heavy Metal) werden von allen Altersgruppen ähnlich häufig gekauft (mit einer leichten Dominanz der 40-49-Jährigen; siehe nebenstehendes Diagramm), und dies gilt auch für Pop-Tonträger.

Was läßt die Altersstruktur der Käuferschaft von Klassik-Tonträgern für die Zukunft erwarten? Angesichts der oben veranschaulichten Daten bedarf es keiner großen Fantasie, um sich die Entwicklung des Klassik-Tonträgermarkts in den kommenden Jahren und Jahrzehnten vorstellen zu können: Die älteren Käufer von Klassik-CDs werden alters- oder krankheitsbedingt nach und nach als Käufer ausfallen und schließlich wegsterben. Die jüngeren, heute um 50 Jahre alten Klassik-Käufer werden allmählich in das Rentenalter kommen. Da sie den geburtenstarken Jahrgängen angehören, wird gleichzeitig das Rentenni-

Altersstruktur der Käufer von Klassik-Tonträgern



Altersstruktur der Käufer von Rock-Tonträgern



¹ <http://www.miz.org/intern/uploads/statistik36.pdf>, gesehen am 15.11.2012 und am 3.9.2013. Die Daten sind den Publikationen entnommen: Musikindustrie in Zahlen 2011, hrsg. v. Bundesverband Musikindustrie, Berlin 2012, sowie: Musikindustrie in Zahlen 2012, hrsg. v. Bundesverband Musikindustrie, Berlin 2013.

² http://www.vdkd.de/cms/upload/pdf/03_Presse/VDKDUmfrage_EMusik_Auswertung07.pdf, Seite 9. Siehe auch: http://www.walcker-stiftung.de/Downloads/Blog/Waechst_Interesse_an_Klassik_mit_Alter.pdf, Diagramm 1.

veau drastisch absinken. Viele von ihnen werden daher kaum noch Geld übrig haben, um weiterhin Klassik-Tonträger zu kaufen. Die Nachfrage nach Klassik-CDs wird also bereits in den kommenden 15 Jahren stark nachlassen.

Der Markt für Klassik-Tonträger wird sich der sinkenden Nachfrage anpassen und entsprechend stark verkleinern müssen. Da aber ein großes Angebot an Klassik-Tonträgern auf Lager ist und sich nicht einfach in Luft auflöst, wird sich diese Anpassung nicht durch allmähliches Schrumpfen des Angebots vollziehen können. Vielmehr wird der Markt lange Zeit weitgehend unverändert bleiben und dann abrupt kollabieren, weil die Anbieter mangels Absatz eingehen oder sich umorientieren.

Für die Musiker des Klassik-Bereiches bedeutet dies, daß zunächst immer weniger und schließlich überhaupt keine Klassik-Aufnahmen neu produziert werden. Sie werden in einigen Jahren kaum noch die Chance haben, sich durch professionelle CD-Produktionen bekannt zu machen und Geld zu verdienen. Es wird ihnen nur die Möglichkeit bleiben, eigene Aufnahmen kostenlos auf YouTube zugänglich zu machen oder auf selbstproduzierten CDs für einen geringen Preis unter die Leute zu bringen. Damit befördern und beschleunigen sie noch den Zusammenbruch des kommerziellen Klassik-Tonträgermarktes.

Alles dies gilt natürlich auch für Orgel-CDs: Auch diese werden wegen sinkender Nachfrage zunehmend unverkäuflich werden – sofern es nicht gelingt, ein neues, jüngeres Publikum für die Orgel und ihre Musik zu gewinnen. Die neue Orgelmusik in populären Stilen wäre durchaus in der Lage, junge Interessenten für die Orgelmusik zu gewinnen. Derzeit ist sie allerdings noch nicht einmal in Orgelkreisen allgemein bekannt. Außerhalb dieser Kreise kennt kein Mensch diese Musik. Sie müßte daher von den Organisten bewußt aufgegriffen, gespielt, fortentwickelt und bekannt gemacht werden. Leider sieht es derzeit nicht danach aus, daß die Organisten dies tun werden. Also wird die Orgelwelt in einigen Jahren mit einem zusammenbrechenden Markt für Orgel-Aufnahmen leben müssen.

Publiziert auf: <http://www.walcker-stiftung.de/Blog.html>