

**Pressekontakt:**

IFH Köln  
Juliane Mischer  
Referentin Unternehmenskommunikation

T +49 (0) 221 94 36 07-23

E [j.mischer@ifhkoeln.de](mailto:j.mischer@ifhkoeln.de)

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## **Musikinstrumente: Zwei von drei Euro nimmt der Musikfachhandel ein**

*Neuer „IFH-Branchenfokus Musikinstrumente“ zeigt: Musikfachhandel ist nach wie vor wichtigster Vertriebskanal im Markt für Musikinstrumente. Andere Formate, insbesondere Internet-Pure-Player, konnten zuletzt jedoch stärker wachsen. Gesamtmarkt verzeichnet seit 2011 ein Plus von 15 Prozent.*

**Köln, 30. August 2016** – Der Musikfachhandel konnte seine Umsätze mit Musikinstrumenten seit 2011 um neun Prozent steigern. Das zeigt der neue „Branchenfokus Musikinstrumente“ des IFH Köln. Auch wenn andere Vertriebsformate im selben Zeitraum ein höheres Plus generieren konnten, bleibt der Fachhandel stärkster Vertriebskanal im Markt für Musikinstrumente: Mehr als zwei Drittel der Umsätze werden hier generiert. Musikfachhändler überzeugen insbesondere mit Service und Fachkompetenz.

Dennoch: Zuletzt hat der Musikfachhandel stetig an Marktanteilen verloren. Stark gewachsen sind dagegen vor allem die Internet-Pure-Player – wenn auch auf niedrigem Niveau. Der Marktanteil der Internet-Pure-Player lag 2015 bei weniger als zehn Prozent.

*„Der Markt für Musikinstrumente wird zukünftig wohl von Händlern dominiert, die schiere Größe mit einer Onlinepräsenz verbinden. Erfolgsversprechend für Fachhändler kann es sein, sich auf ein Produktsegment zu spezialisieren. Dabei sind u. a. eine hohe Servicekompetenz und die Reparatur von Instrumenten Schlüsselfaktoren, um sich erfolgreich zu positionieren“, so Branchenexperte Uwe Krüger, Senior Consultant am IFH Köln.*

### **Gesamtmarkt wächst – auch zukünftig**

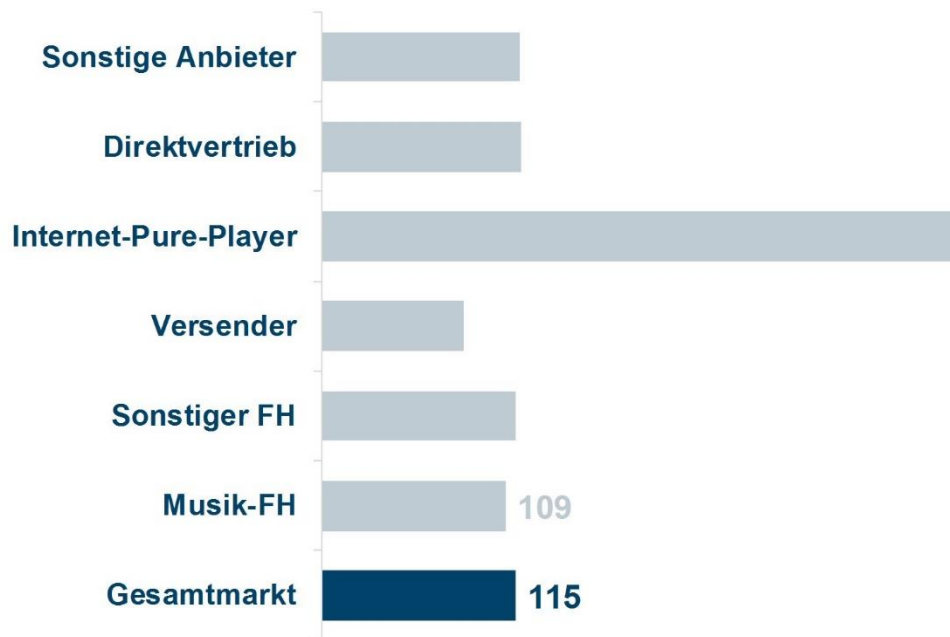
Im zweiten Jahr in Folge erreicht die Musikinstrumentenbranche ein Umsatzvolumen von über einer Milliarde Euro. Damit ist seit dem Jahr 2011 ein Wachstum von knapp 15 Prozent zu verzeichnen. Ursache für den Wachstumstrend ist der anhaltende Boom bei elektronischen Instrumenten. Diese haben ihren Status als Branchenprimus 2015 untermauert und damit Großmusikinstrumente abgelöst. Zudem profitiert fast die gesamte Branche von gut besuchten Musikschulen und der Renaissance einiger traditionellerer Instrumente wie Flöte oder Akkordeon. Darüber hinaus wirkt sich der Trend zur musikalischen Frühförderung positiv auf die Umsätze für Musikinstrumente aus. Auch für 2016 rechnen die IFH-Experten mit einem Marktwachstum.

Wörter der Meldung: 295

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.270

## Marktentwicklung für Musikinstrumente insgesamt und differenziert nach Vertriebswegen

2011 bis 2015 (Index 2011=100)



Lesebeispiel: Der Gesamtmarkt konnte zwischen 2011 und 2015 um 15 Prozent wachsen.

Quelle: IFH Köln, 2016

### Über die Studie

Der „Branchenfokus Musikinstrumente 2016“ enthält detailliertes Zahlenmaterial zu Umsätzen, Sortimenten und Vertriebsstrukturen im Musikinstrumentenmarkt:

- Produktion, Import, Export, Inlandsmarktvorsorgung
- Marktvolumen Musikinstrumente auf Endverbraucherebene 2011 bis 2015
- 8 Warengruppen – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Vertriebswegeprofile, Vertriebsstrukturen 2011 bis 2015
- 6 Vertriebsformate – Entwicklung & Wachstumstreiber
- Mainplayer-Übersicht/Wettbewerbsstrukturen
- Wertschöpfungskette der Musikwirtschaft, Konkurrenz mit anderen Freizeitaktivitäten
- Probleme und Erfolgsfaktoren
- Markt- und Vertriebswegeentwicklung bis 2020

Der „Branchenfokus Musikinstrumente“ kann über den [Online-Shop des IFH Köln](#) bestellt werden.

### Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)