

Die Sieger des ersten Quartals 2005

Universal Music festigt Spitzenposition

München/Baden-Baden - Universal Music hat im ersten Quartal 2005 den Vorsprung vor dem Verfolger Sony BMG weiter ausgebaut. Bei den Charts-Marktanteilen im Singles-Segment erreicht die Firma einen Wert von 46,44 Prozent.

Bereits bei den Zahlen für das letzte Jahr (siehe MW 52 + 53/ 2004) glänzte Universal im Singles-Segment mit einem Charts-Marktanteil von 35,12 Prozent. Der von Frank Briegmann geleiteten Firma gelang es in den ersten drei Monaten 2005, nicht zuletzt dank Schnappi, noch mehr als elf Punkte zuzulegen. Auch im Longplay-Bereich verbesserte sich Universal von 28,39 (2004) auf 31,64 Prozent und erobert damit

auch dort die Vorherrschaft. Der Verfolger Sony BMG erreichte in der Jahresendabrechnung 2004 einen Wert von 35,15 Prozent und liegt jetzt mit 27,91 immer noch auf Platz zwei, gefolgt von EMI Music, die sich von 15,58 (2004) auf 17,83 Prozent (2005) verbesserten. Wie bei der Longplay-Wertung nimmt Sony BMG auch bei den Singles-Anteilen mit 21,72 Prozent Rang zwei ein, vor Warner Music mit 16,20 Pro-

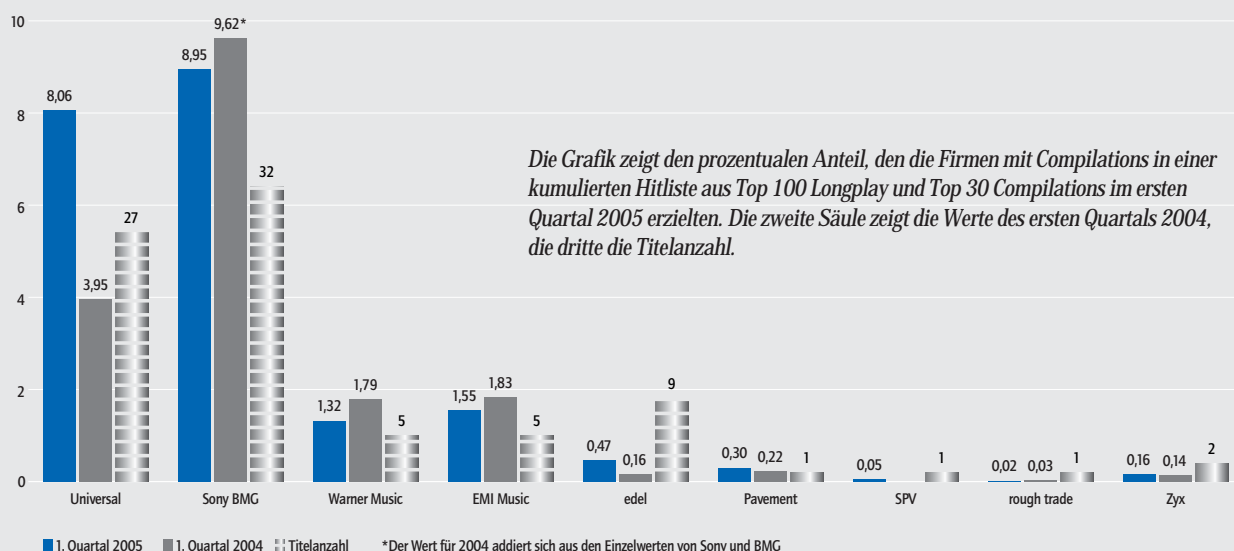


Darf mit dem ersten Quartal sehr zufrieden sein:
Frank Briegmann

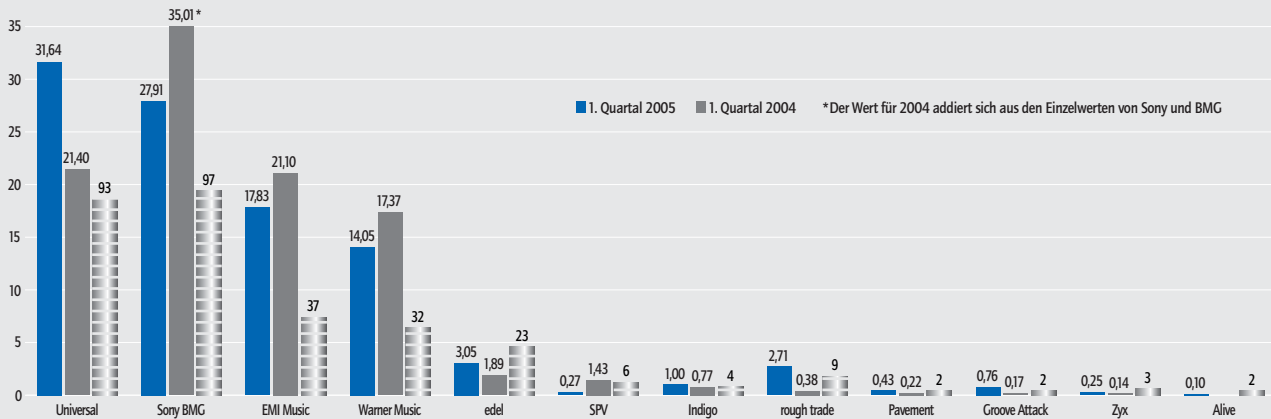
zent. Bei den Verlagen verdrängte Warner/Chappell mit 24,11 Prozent EMI Music Publishing, die noch die Jahresauswertung 2004 mit 31,66 Prozent anführten, auf Platz zwei (22,41 Prozent). Ungebrochen zeigt sich auch die Universal-Dominanz bei den Label-Ranglisten: im Longplay-Segment hat Polystar mit 7,38 Prozent die Nase vorn, bei den Singles Polydor National mit 16,48 Prozent.

Norbert Schiegl

Compilations: die erfolgreichsten Firmen im ersten Quartal 2005 (im Vergleich zum ersten Quartal 2004)



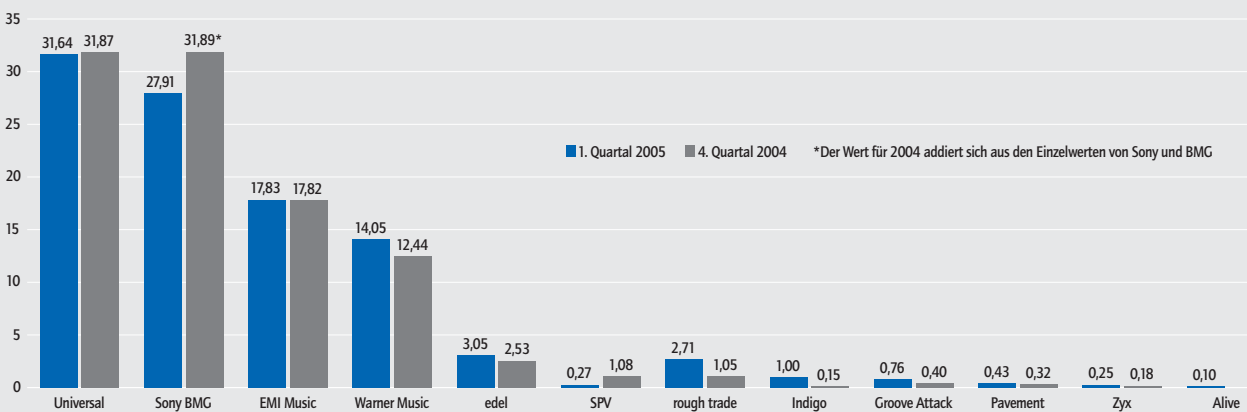
Longplay: die erfolgreichsten Firmen im ersten Quartal 2005 (im Vergleich zum ersten Quartal 2004)



Die Grafik zeigt den prozentualen Anteil der Firmen an den Charts des ersten Quartals 2005. Die zweite Säule zeigt die Werte des ersten Quartals 2004, die dritte die Titelanzahl. Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungsdifferenzen.

Quelle: Media Control GfK International

Longplay: die erfolgreichsten Firmen im ersten Quartal 2005 (im Vergleich zum vierten Quartal 2004)



Die Grafik zeigt den prozentualen Anteil der Firmen an den Charts des ersten Quartals 2005. Die zweite Säule zeigt die Werte des vierten Quartals 2004. Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungsdifferenzen.

Quelle: Media Control GfK International

Die erfolgreichsten Interpreten im ersten Quartal 2005

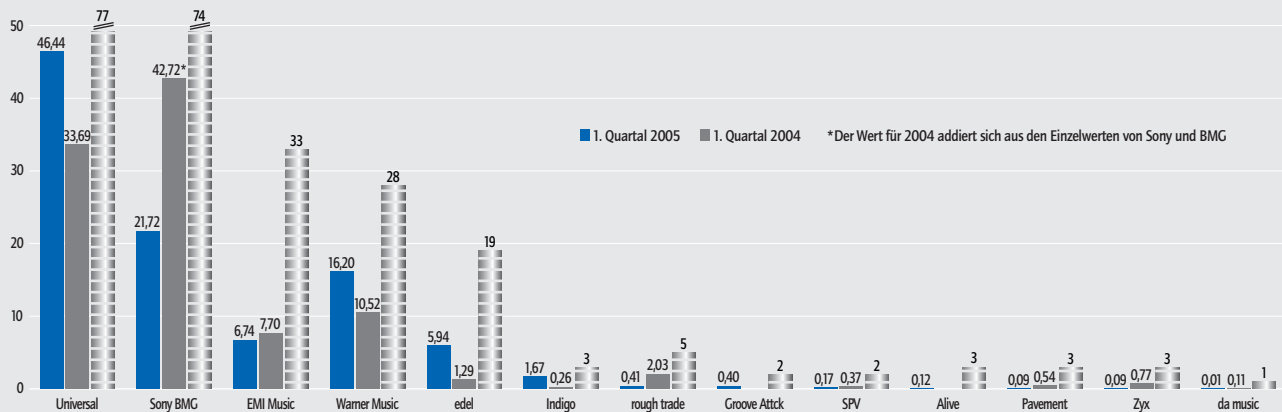
Pl.	Interpret	Label
1	Robbie Williams	Chrysalis/Capitol (EMI)
2	Söhne Mannheims	Söhne Mannheims/UDD (Universal)
3	Juli	Island/UDD (Universal)
4	Annett Louisan	105 Music/SMD (Sony BMG)
5	Peter Maffay	Ariola/BMG München National (Sony BMG)
6	Green Day	Reprise (Warner)
7	Silbermond	Modul/BMG National München (Sony BMG)
8	Jay-Z/Linkin Park	Warner Bros. (Warner)
9	Max Mutzke	Rare (Warner)
10	Eminem	Shady/Aftermath/Interscope/UID (Universal)
11	Seal	Warner Bros. (Warner)
12	U2	Island/UID (Universal)
13	Joss Stone	S-Curve/Virgin (EMI)
14	Nu Pagadi	Cheyenne/UDD (Universal)
15	Westernhagen	Halleluja Communications (Warner)
16	Adam Green	Rough Trade/Sanctuary (rough trade)
17	Die Lollipopps	edelkids/edel media (edel)
18	Blue	Innocent/Virgin (EMI)
19	Rammstein	Universal Records/UDD (Universal)
20	Ronan Keating	Polydor/UID (Universal)

Die 20 erfolgreichsten Alben im ersten Quartal 2005

Pl.	Interpret	Titel	Label
1	Robbie Williams	Greatest Hits	Chrysalis/Capitol (EMI)
2	Söhne Mannheims	Noiz	Söhne Mannheims/UDD (Universal)
3	Juli	Es ist Juli	Island/UDD (Universal)
4	Annett Louisan	Bohème	105 Music/SMD (Sony BMG)
5	Peter Maffay	Laut & leise	Ariola/BMG München Nat. (Sony BMG)
6	Green Day	American Idiot	Reprise (Warner)
7	Silbermond	Verschwende deine Zeit	Modul/BMG Nat. München (Sony BMG)
8	Jay-Z/Linkin Park	Collision Course	Warner Bros. (Warner)
9	Max Mutzke	Max Mutzke	Rare (Warner)
10	Eminem	Encore	Shady/Aftermath/Interscope/UID (Univ.)
11	Seal	Best 1991 - 2004	Warner Bros. (Warner)
12	U2	How To Dismantle An Atomic...	Island/UID (Universal)
13	Nu Pagadi	Your Dark Side	Cheyenne/UDD (Universal)
14	Westernhagen	Nahaufnahme	Halleluja Communications (Warner)
15	Blue	Best Of Blue	Innocent/Virgin (EMI)
16	Adam Green	Gemstones	Rough Trade/Sanctuary (rough trade)
17	Rammstein	Reise, Reise	Universal Records/UDD (Universal)
18	Joss Stone	Mind, Body & Soul	S-Curve/Virgin (EMI)
19	Ronan Keating	10 Years Of Hits	Polydor/UID (Universal)
20	Die Lollipopps	Wünsch dir was!	edelkids/edel media (edel)

Quelle: Media Control GfK International

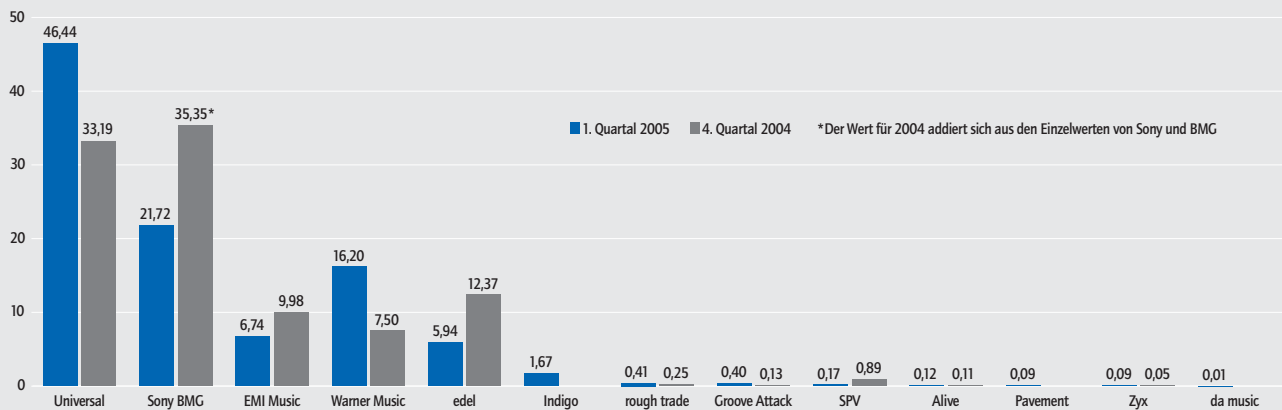
Singles: die erfolgreichsten Firmen im ersten Quartal 2005 (im Vergleich zum ersten Quartal 2004)



Die Grafik zeigt den prozentualen Anteil der Firmen an den Charts des ersten Quartals 2005. Die zweite Säule zeigt die Werte des ersten Quartals 2004, die dritte die Titelanahl. Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungsdifferenzen.

Quelle: Media Control/GfK International

Singles: die erfolgreichsten Firmen im ersten Quartal 2005 (im Vergleich zum vierten Quartal 2004)



Die Grafik zeigt den prozentualen Anteil der Firmen an den Charts des ersten Quartals 2005. Die zweite Säule zeigt die Werte des vierten Quartals 2004. Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungsdifferenzen.

Quelle: Media Control/GfK International

Die 20 erfolgreichsten Interpreten im ersten Quartal 2005

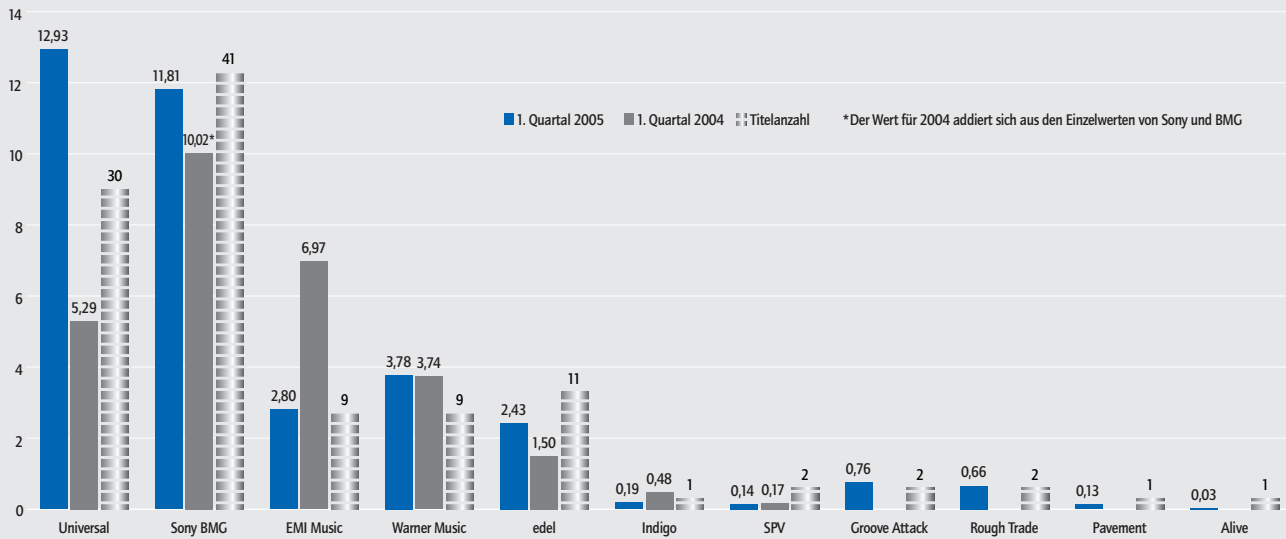
Pl.	Interpret	Label
1	Schnappi, das kleine Krokodil	Polydor/UDD (Universal)
2	Söhne Mannheims	Söhne Mannheims/UDD (Universal)
3	K-Marro	K.pone (Warner)
4	Nu Pagadi	Cheyenne/UDD (Universal)
5	Jay-Z/Linkin Park	Warner Bros. (Warner)
6	Sarah Connor	X-Cell/SMD (Sony BMG)
7	Chipz	Glam Slam/UDD (Universal)
8	Global DeeJays	Plaque/Euphoria/Superstar (Warner)
9	Kryteria	Sony Music Media (Sony BMG)
10	Mustafa Sandal feat. Gentleman	Polydor/UDD (Universal)
11	Juli	Island/UDD (Universal)
12	Annett Louisan	105 Music/SMD (Sony BMG)
13	Snoop Dogg feat. Pharrell	Interscope/UID (Universal)
14	Scooter	Sheffield Tunes/Kontor (edel)
15	Eminem	Shady/Aftermath/Interscope/UID (Universal)
16	Fettes Brot	Fettes Brot (Indigo)
17	Lukas Hilbert	313/Warner Strategic Marketing (Warner)
18	Eric Prydz	Badabing/Data/Ministry Of Sound (edel)
19	Yvonne Catterfeld	Hansa/BMG National Berlin (Sony BMG)
20	Kylie Minogue	Parlophone/Capitol (EMI)

Die 20 erfolgreichsten Singles im ersten Quartal 2005

Pl.	Titel	Interpret	Label
1	Schnappi, das kleine Krokodil	Schnappi	Polydor/UDD (Universal)
2	Und wenn ein Lied	Söhne Mannheims	Söhne Mannheims/UDD (Universal)
3	Femme Like U	K'Marro	K.pone (Warner)
4	Sweetest Poison	Nu Pagadi	Cheyenne/UDD (Universal)
5	Numb/Encore	Jay-Z/Linkin Park	Warner Bros. (Warner)
6	Chipz In Black	Chipz	Glam Slam/UDD (Universal)
7	Living To Love You	Sarah Connor	X-Cell/SMD (Sony BMG)
8	The Sound Of San Francisco	Global DeeJays	Plaque/Euphoria/Superstar (Warner)
9	Liberatio	Kryteria	Sony Music Media (Sony BMG)
10	Isyankar	Mustafa Sandal/Gentleman	Polydor/UDD (Universal)
11	Drop It Like It's Hot	Snoop Dogg feat. Pharrell	Interscope/UID (Universal)
12	One (Always Hardcore)	Scooter	Sheffield Tunes/Kontor (edel)
13	Das Spiel	Annett Louisan	105 Music/SMD (Sony BMG)
14	Emanuela	Fettes Brot	Fettes Brot (Indigo)
15	Call On Me	Eric Prydz	Badabing/Data/Min. Of Sound (edel)
16	Glaub an mich	Yvonne Catterfeld	Hansa/BMG Nat. Berlin (Sony BMG)
17	I Believe In You	Kylie Minogue	Parlophone/Capitol (EMI)
18	Was ich an dir mag	Lukas Hilbert	313/Warner Strat. Marketing (Warner)
19	Lose My Breath	Destiny's Child	Columbia/SMI (Sony BMG)
20	Like Toy Soldiers	Eminem	Shady/Aftermath/Intersc./UID (Univ.)

Quelle: Media Control/GfK International

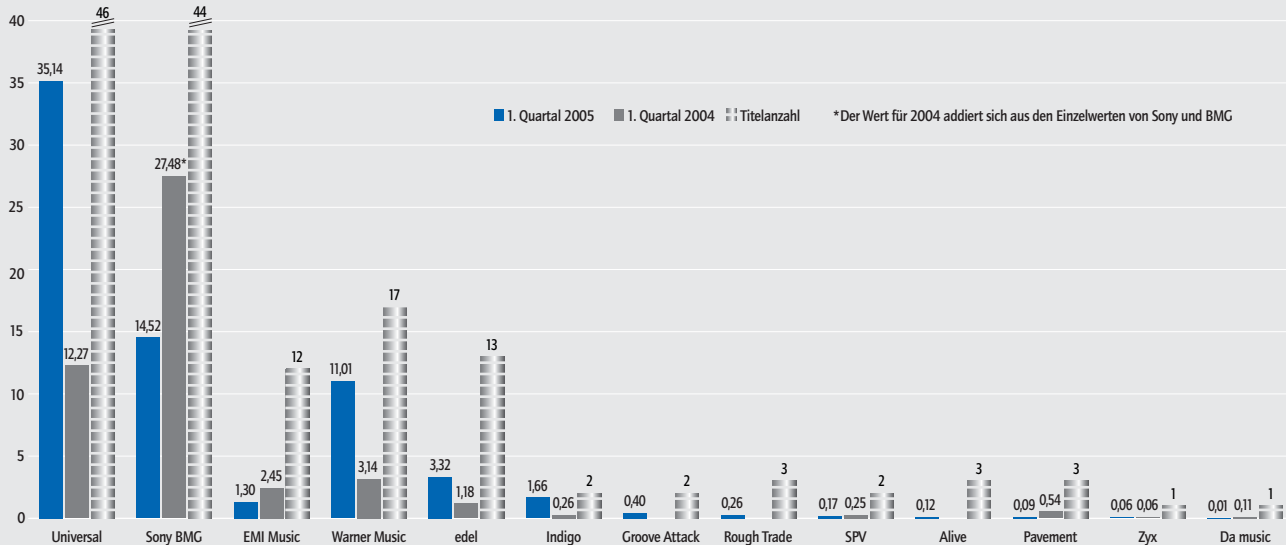
Nationales Produkt Longplay: die erfolgreichsten Firmen im ersten Quartal 2005 (im Vergleich zum ersten Quartal 2004)



Die Grafik zeigt den prozentualen Anteil des nationalen Produkts an den Charts des ersten Quartals 2005. Die zweite Säule zeigt die Werte des ersten Quartals 2004, die dritte die Titelanzahl.

Quelle: Media Control GfK International

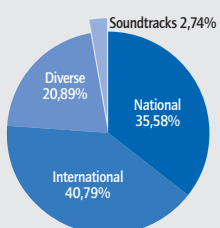
Nationales Produkt Singles: die erfolgreichsten Firmen im ersten Quartal 2005 (im Vergleich zum ersten Quartal 2004)



Die Grafik zeigt den prozentualen Anteil des nationalen Produkts an den Charts des ersten Quartals 2005. Die zweite Säule zeigt die Werte des ersten Quartals 2004, die dritte die Titelanzahl.

Quelle: Media Control GfK International

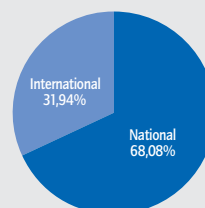
Longplay-Anteile



Die Kuchengrafik zeigt die Anteile der Compilations, Soundtracks sowie der nationalen und internationalen Produktionen an den Longplay-Charts im ersten Quartal 2005.

Quelle: Media Control GfK International

Singles-Anteile



Diese Kuchengrafik zeigt die Anteile der nationalen und internationalen Produktionen an den Singles-Charts im ersten Quartal 2005.

Quelle: Media Control GfK International

Die Rangliste der Labels im ersten Quartal 2005 – Longplay (im Vergleich die Werte im ersten Quartal 2004)

Pl.	Label	2005 (in %)	2004 (in %)	Pl.	Label	2005 (in %)	2004 (in %)
1	Polystar (USM/Universal)	7,38	3,49	11	105 Music (SMD/Sony BMG)	2,77	0,13
2	BMG Media & Catalogue (Sony BMG)	5,66	5,27	12	Virgin (Virgin-Labels-Mute/EMI Music)	2,38	2,13
3	Chrysalis (Capitol/EMI)	4,24	3,30	13	Epic (SMI/Sony BMG)	2,26	2,20
4	Interscope (UID/Universal)	3,78	2,74	14	Reprise (Warner)	2,20	-
5	Warner Bros. (Warner)	3,66	8,08	15	Island (UID/Universal)	2,11	2,63
6	EMI (Capitol/EMI)	3,66	0,77	16	Polydor (UID/Universal)	1,92	1,26
7	Island National (UDD/Universal)	3,65	-	17	Polydor National (UDD/Universal)	1,85	-
8	Söhne Mannheims (UDD/Universal)	3,39	0,89	18	Electrola (Capitol/EMI)	1,81	0,99
9	Sony Music Media (Sony BMG)	3,15	4,07	19	Modul (BMG National München/Sony BMG)	0,19	0,11
10	Ariola (BMG National München/Sony BMG)	2,88	1,83	20	EMI Music Media (EMI Catalogue Marketing/EMI)	1,56	1,83

Rare (Warner)	1,49	-	Vertigo (UID/Universal)	0,64	0,07	White (BMG National München/Sony BMG)	0,34	0,21	wea (Warner)	0,14	3,76
Warner Strategic Marketing (WSM/Warner)	1,49	1,43	Dt. Grammophon (Univ. Classics & Jazz/Universal)	0,61	0,28	Saddle Creek (Indigo)	0,31	-	Domino (rough trade)	0,14	0,33
Columbia (SMI/Sony BMG)	1,42	1,26	Jupiter (BMG National München/Sony BMG)	0,58	0,68	Media Spint (edel)	0,30	0,05	Na Klar! (BMG National Berlin/Sony BMG)	0,14	0,23
Universal Records national (UDD/Universal)	1,36	-	JKP (SMD/Sony BMG)	0,58	-	Columbia National (SMD/Sony BMG)	0,30	1,57	Hot Action (Universal)	0,13	0,55
Rough Trade (Sanctuary/rough trade)	1,24	-	WWI (Warner)	0,54	-	Sony Classical (Sony Music Entert./Sony BMG)	0,27	-	Steamhammer (SPV)	0,12	0,62
Cheyenne (Polydor/UDD/Universal)	1,22	1,98	eastwest (Warner)	0,52	0,28	Sony (Sony Music Media/Sony BMG)	0,26	-	Nonesuch (WSM Warner)	0,12	-
Parlophone (Capitol/EMI Music)	1,22	0,96	Gun (BMG National Berlin/Sony BMG)	0,52	0,05	Sony Music Domestic (SMD/Sony Music)	0,25	0,11	Four Music (SMD/Sony BMG)	0,12	0,06
HCL (Warner)	1,20	-	Nuclear Blast (Warner)	0,52	0,09	Zampano (Sony BMG)	0,25	-	EMI Classics (EMI Classics/EMI)	0,11	-
edelkids (edel)	1,12	1,23	L'Age D'Or (rough trade)	0,51	-	Kontor (edel)	0,25	0,11	Karusell (Universal)	0,11	-
Koch (Koch Universal/Universal)	1,09	0,92	Dramatico (rough trade)	0,50	-	DJ Bobo (Yes/edel)	0,24	-	ACT (edel)	0,10	-
S-Curve (Virgin/EMI)	1,05	-	Normal (Indigo)	0,50	-	Urban (Universal Strategic Marketing/Universal)	0,23	0,26	Silva (edel)	0,10	-
Blue Note (Capitol/EMI)	1,00	5,37	Zomba (Sony BMG)	0,48	-	Sony Music Domestic Centaur (SMD/Sony BMG)	0,21	-	Mighty (UDD/Universal)	0,09	-
Arista (BMG National München/Sony BMG)	0,98	4,60	Sheffield Tunes (Kontor/edel)	0,46	-	RCA (BMG National München/Sony BMG)	0,21	1,89	Hut (Virgin/EMI)	0,08	-
Rhino (Warner Strategic Marketing/Warner)	0,92	0,06	J Records (BMG National München/Sony BMG)	0,45	1,06	Kuba Music (UDD/Universal)	0,19	0,48	Zyx (Zyx)	0,08	-
Mercury (UID/Universal)	0,85	1,69	edel (edel)	0,44	0,47	Grand Hotel van Cleef (Indigo)	0,19	-	ESL (SMD/Sony BMG)	0,08	-
Atlantic (Warner)	0,85	0,80	Pavement (Pavement)	0,43	0,22	Geffen (UID/Universal)	0,19	-	Epic National (SMD/Sony BMG)	0,07	-
Mute (Virgin/EMI)	0,81	0,13	313 Music (Warner)	0,41	-	Drakkar (BMG National München/Sony BMG)	0,18	-	Epitaph (Warner)	0,07	0,20
Universal Records (UID/Universal)	0,80	-	Hansa (BMG National Berlin/Sony BMG)	0,38	1,96	Toptrax (Zyx)	0,17	0,14	Baumhaus Buchverlag (Alive)	0,07	-
Aggro Berlin (Groove Attack)	0,77	0,17	Wind Up (Epic/SMI/Sony BMG)	0,38	2,25	Pias (rough trade)	0,16	-	AFM (SMD/Sony BMG)	0,06	-
Supersonic (Gun/BMG National Gun/Sony BMG)	0,71	1,93	Bros (SMD/Sony BMG)	0,38	-	V2 (rough trade)	0,15	-	Word Art (UMG/Universal)	0,05	-

Quelle: Media Control GfK International

Die Rangliste der Labels im ersten Quartal 2005 – Singles (im Vergleich die Werte im ersten Quartal 2004)

Pl.	Label	2005 (in %)	2004 (in %)	Pl.	Label	2005 (in %)	2004 (in %)
1	Polydor National (UDD/Universal)	16,48	4,03	11	Epic (SMI/Sony)	2,82	1,48
2	Interscope (UID/Universal)	4,92	7,46	12	Warner Strategic Marketing (WSM/Warner)	2,73	0,59
3	Söhne Mannheims (UDD/Universal)	4,83	0,01	13	Sony Music Media (Sony BMG)	2,51	-
4	Cheyenne (UDD/Universal)	4,46	3,60	14	Island (UDD/Universal)	2,44	3,16
5	eastwest (Warner)	4,44	-	15	Ministry Of Sound (edel)	2,12	0,12
6	wea (Warner)	4,05	0,83	16	105 Music (SMD/Sony BMG)	1,95	-
7	Universal Records (UID/Universal)	3,67	1,12	17	Columbia (SMI/Sony BMG)	1,94	1,07
8	Zeitgeist (UDD/Universal)	3,62	0,04	18	Sheffield Tunes (Kontor/edel)	1,90	0,89
9	X-Cell (SMD/Sony BMG)	3,45	2,81	19	Hansa (BMG National Berlin/Sony BMG)	1,72	7,45
10	Superstar (Warner)	3,02	0,30	20	Bros (SMD/Sony BMG)	1,66	1,29

Fettes Brot Records (Indigo)	1,60	-	Kontor (edel)	0,54	0,07	Völker hört die Tonträger (UDD/Universal)	0,15	-	Chet (SMD/Sony BMG)	0,06	0,03
Parlophone (Capitol/EMI)	1,56	2,93	Jive (BMG National München/Sony BMG)	0,50	2,25	Kosmo (SMD/Sony BMG)	0,13	-	3p (SMD/Sony BMG)	0,05	0,22
Universal Records national (UDD/Universal)	1,45	-	Rare (Warner)	0,46	1,23	Peppermint Jam (SPV)	0,13	0,25	edel (edel)	0,05	0,03
Virgin (Virgin/EMI)	1,31	1,63	Urban (UDD/Universal)	0,42	1,42	J Records (BMG National München/Sony BMG)	0,12	0,46	Amadea (Alive)	0,05	-
Zomba (Sony BMG)	0,98	-	Aggro Berlin (Groove Attack)	0,40	-	Low Spirit (Low Spirit/BMG National/Sony BMG)	0,12	0,05	Give (Alive)	0,04	-
Reprise (Warner)	0,97	-	Hit Mania/Mach1 (edel)	0,33	-	ZTT (edel)	0,12	-	Drakkar (BMG National München/Sony BMG)	0,04	-
Innocent (Virgin/EMI)	0,96	0,23	Ariola (BMG National München/Sony BMG)	0,32	0,04	Hot Action (UDD/Universal)	0,11	0,34	Good Time (SPV)	0,04	-
Modul (BMG National München/Sony BMG)	0,92	0,92	Epic National (SMD/Sony BMG)	0,32	1,46	Rough Trade (Sanctuary/rough trade)	0,11	-	Columbia National (SMD/Sony BMG)	0,03	1,19
Kuba Music (UDD/Universal)	0,91	0,52	Island (UID/Universal)	0,31	-	Zyx (Zyx)	0,09	0,77	Gun (BMG National München/Sony BMG)	0,03	-
Mute (Virgin-Labels-Mute/EMI)	0,90	-	Capitol (Capitol/EMI)	0,30	0,18	Pavement (Pavement)	0,09	0,54	Bushhouse (Alive)	0,03	-
Mercury (UID/Universal)	0,87	0,81	Def Jam (UID/Universal)	0,30	0,42	Mighty (UDD/Universal)	0,09	-	DreamWorks (UID/Universal)	0,03	1,81
Electrola (Capitol/EMI)	0,80	0,90	JKP (SMD/Sony BMG)	0,30	0,87	Na Klar! (BMG National Berlin/Sony BMG)	0,08	0,19	Cheeky (Sony BMG)	0,02	-
Konsum (Kosmo/SMD/Sony BMG)	0,71	1,57	DJ Bobo (Yes/edel)	0,25	-	Skint (SMI/Sony BMG)	0,08	-	Tunnel (SMD/Sony BMG)	0,02	-
Chrysalis (Capitol/EMI)	0,68	0,14	Atlantic (Warner)	0,24	3,65	Warner Bros. (Warner)	0,08	-	L'Age D'Or (rough trade)	0,02	-
Supersonic (Gun/BMG National Gun/Sony BMG)	0,68	5,26	EMI (Capitol/EMI)	0,23	0,95	PIAS (rough trade)	0,08	0,01	Decca (UID/Universal)	0,02	-
Polydor (UID/Universal)	0,66	-	Nuclear Blast (Warner)	0,22	0,20	Sanctuary (Sanctuary/Sony BMG/rough trade)	0,07	2,02	Artists & Acts (SMD/Sony BMG)	0,01	-
Eye Industries (Kontor/edel)	0,64	-	Geffen (UID/Universal)	0,21	-	Four Music (SMD/Sony BMG)	0,07	-	Cooking Vinyl (Indigo)	0,01	-
RCA (BMG National Berlin/Sony BMG)	0,57	3,50	Tro! (rough trade)	0,16	-	Indigo (Indigo)	0,06	-	ClubDa/SMD (Sony BMG)	0,01	-
									da (Da Music)	0,01	0,11

Quelle: Media Control GfK International

Die Hitliste der Musikverlage im ersten Quartal 2005

Pl.	Musikverlag	in Prozent	Pl.	Musikverlag	in Prozent	Pl.	Musikverlag	in Prozent	Pl.	Musikverlag	in Prozent
1	Warner/Chappell M.	24,11	16	Rafimusic	0,58	31	Siegel	0,17	46	AMV	0,06
2	EMI Music Publishing	22,41	17	Eight Mile	0,56	32	More Music	0,16	47	Merg	0,04
3	Manuskript	12,97	18	B2D2	0,45	33	BMI	0,16	48	Peppermint	0,04
4	Universal Music Publ.	7,51	19	MDW	0,28	34	Cherry Lane	0,12	49	Click	0,04
5	Copyright Control	6,25	20	Heikes kleiner Musikverlag	0,27	35	Songs Of SKG	0,12	50	Freudenhaus	0,04
6	BMG Music Publishing	6,07	21	PMS	0,26	36	Vogelsang	0,10	51	Holofernes	0,04
7	Sony/ATV	4,39	22	3P	0,25	37	Partitur	0,10	52	Tourette	0,04
8	Glueck	2,95	23	Predictable	0,25	38	Brestfeld	0,08	53	Pavement	0,03
9	Peer	1,95	24	Bishop	0,25	39	Bolland Songs	0,08	54	Ed. Kosmo	0,03
10	Arabella	1,04	25	Blue Image	0,24	40	Stage Music	0,08	55	Ed. I-Dur	0,03
11	Global	0,97	26	Beyoncé Publishing	0,21	41	Schott	0,07	56	Prophecies	0,02
12	diverse Verlage	0,95	27	Maximum	0,20	42	Multiplay	0,07	57	Off Limits	0,02
13	Toso	0,71	28	Roba	0,20	43	Low Spirit	0,06	58	EMAP	0,02
14	Kuba	0,66	29	Unicade	0,19	44	Ed. Galaxie	0,06	59	R&Bling	0,02
15	Wintrup	0,61	30	Progressive	0,19	45	Modernsoul	0,06	60	Ty Joice	0,02

Quelle: Media Control GfK International

TOP TEN DANCE-TITEL im ersten Quartal 2005

Pl.	Titel Label	Interpret
1	The Sound Of San Francisco Plaques/Euphoria/Superstar (Warner)	Global Dee Jays
2	One (Always Hardcore) Sheffield Tunes/Kontor (edel)	Scooter
3	Call On Me Badabing/Data/Ministry Of Sound (edel)	Eric Prydz
4	Galvanize Freestyle Dust/Virgin (EMI)	The Chemical Brothers
5	The Weekend Eye Industries/Kontor (edel)	Michael Gray
6	Enjoy The Silence 04 Mute (EMI)	Depeche Mode
7	Runaway Zeitgeist/UDD (Universal)	Groove Coverage
8	Out Of Touch Badabing/Mach1/Ministry Of Sound (edel)	Uniting Nations
9	You Are All Of That 541/News/Superstar (Warner)	Danzel
10	For You Kontor (edel)	The Disco Boys/Manfred Mann's Earth Band

Quelle: Media Control GfK International

TOP TEN COMPILATIONS im ersten Quartal 2005

Pl.	Titel Label
1	The Dome Vol. 32 BMG Media & Catalogue (Sony BMG)
2	Après Ski-Hits 2005 EMM/EMI Music Catalogue Marketing (EMI)
3	The Dome Vol. 33 Polystar/Universal Strategic Marketing (Universal)
4	Bravo - The Hits 2004 BMG Media & Catalogue (Sony BMG)
5	Boom 2005 - The First BMG Media & Catalogue (Sony BMG)
6	50 Jahre Rock! Lovesongs Polystar/Universal Strategic Marketing (Universal)
7	Future Trance Vol. 30 Polystar/Universal Strategic Marketing (Universal)
8	Kiddy Contest Vol. 10 BMG Media & Catalogue (Sony BMG)
9	Pokito Hits Vol. 3 Polystar/Universal Strategic Marketing (Universal)
10	KuschelRock 18 Sony Music Media (Sony BMG)

Quelle: Media Control GfK International

TOP TEN DEUTSCHSPRACHIGE ALBEN im ersten Quartal 2005

Pl.	Interpret Label	Titel
1	Söhne Mannheims Söhne Mannheims/UDD (Universal)	Noiz
2	Juli Island/UDD (Universal)	Es ist Juli
3	Annett Louisan 105 Music/SMD (Sony BMG)	Bohème
4	Peter Maffay Ariola/BMG National München (Sony BMG)	Laut & leise
5	Silbermond Modul/BMG National München (Sony BMG)	Verschwende deine Zeit
6	Max Mutzke Rare (Warner)	Max Mutzke
7	Westernhagen Halleluja Communications (Warner)	Nahaufnahme
8	Rammstein Universal Records/UDD (Universal)	Reise, Reise
9	Die Lollipopps edelkids/edel media (edel)	Wünsch dir was!
10	Rosenstolz Island/UDD (Universal)	Herz

Quelle: Media Control GfK International

TOP TEN DEUTSCHSPRACHIGE SINGLES im ersten Quartal 2005

Pl.	Titel Label	Interpret
1	Schnappi, das kleine Krokodil Polydor/UDD (Universal)	Schnappi
2	Und wenn ein Lied Söhne Mannheims/UDD (Universal)	Söhne Mannheims
3	Das Spiel 105 Music/SMD (Sony BMG)	Annett Louisan
4	Emanuela Fettes Brot (Indigo)	Fettes Brot
5	Glaub an mich Hansa/BMG National Berlin (Sony BMG)	Yvonne Catterfeld
6	Was ich an dir mag 313/Warner Strategic Marketing (Warner)	Lukas Hilbert
7	Liebe ist Warner Strategic Marketing (Warner)	Nena
8	Perfekte Welle Island/UDD (Universal)	Juli
9	Geile Zeit Island/UDD (Universal)	Juli
10	Symphonie Modul/BMG National München (Sony BMG)	Silbermond

Quelle: Media Control GfK International

Impressum

Verleger und Herausgeber Ulrich Scheele
Chefredaktion Ulrich Scheele, Manfred Gillig-Degrave (verantwortl., Anschrift siehe Verlag)
Dr. Ulrich Schmid
Redaktionsleiter Norbert Schiegl (ns. -175)
Redaktion Daniela Gutfleisch (Volontärin, dg. -174), Katarina Kezeric (Volontärin, kk. -173), Frank Medwedeff (fm. -178), Knut Schlinger (ks. -177), Dietmar Schwenger (dis. -176)

Produktion Layout
Schlussredaktion Bildredaktion
Content Management Musik Anzeigendirektor
Leitung Vertrieb und Marketing Anzeigerverkaufstg. Musik

Silvia Domakowski (-156)
 Brigitte Bockmeier
 Birgit Kraus (-171)
 Dr. Michael Kühn (Ltg., -357),
 Cornelia Hellenschmidt (-275)
 Christian Maschek (cm. -192)
 Stefan Lessmeier (-330),
 Stefan Rörig (-391)
 Gitta Metzger (-313)

Entertainment Media
 ... home of mediabiz

Redaktionsadresse Einsteinring 24
 85609 Dornach/München
 Tel.: 0 89/4 51 14 -0
 Fax: 0 89/4 51 14 -4 44
 Homepage: www.mediabiz.de
 E-Mail: emv@e-media.de

Bezugspreise: Das MusikWoche-Abonnement besteht aus der wöchentlich erscheinenden Zeitschrift musikwoche und dem Online- und Mobileangebot musik.lounge. Zum Leistungsumfang der musik.lounge gehören u.a. musik.weekly, musik.charts im PDF-Format, musik.daily als HTML-Newsletter, die Datenbank-Recherche musik.data sowie der mobile Service musik.sms und musik.pda. Einzelheiten dazu finden Sie unter www.musikwoche.de/loungeinfo. Die Printausgabe von MusikWoche erscheint jährlich mit 52 Ausgaben (einige Ausgaben können zu Doppelnummern zusammengefasst werden). Der Preis für die Bestellung eines Abonnements musikwoche ab dem 01.06.2003 inkl. aller Leistungen der musik.lounge beträgt halbjährlich € 148,00 zzgl. Versandkosten. (Bezug per Luftpost, europäisches Ausland zzgl. € 81,85).

Der Preis für den Bezug der wöchentlichen Chart-Poster beträgt halbjährlich €16,00 und ist nur in Kombination mit einem musikwoche-Abonnement möglich. Die Leistungen der musik.lounge (ohne die Printausgabe der MusikWoche) können im Abonnement zu einem Preis von halbjährlich € 89,- bezogen werden. Unsere Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt. Die Zahlung für das Abonnement ist im Voraus zu leisten. Das Abonnement ist zunächst gültig für die Dauer eines Jahres und verlängert sich jeweils automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht bis spätestens sechs Wochen vor Ablauf beim Verlag schriftlich gekündigt wird. Bei Nichtbelieferung im Falle höherer Gewalt bestehen keine Ansprüche. Erfüllungsort ist Dornach, Gerichtsstand ist München.