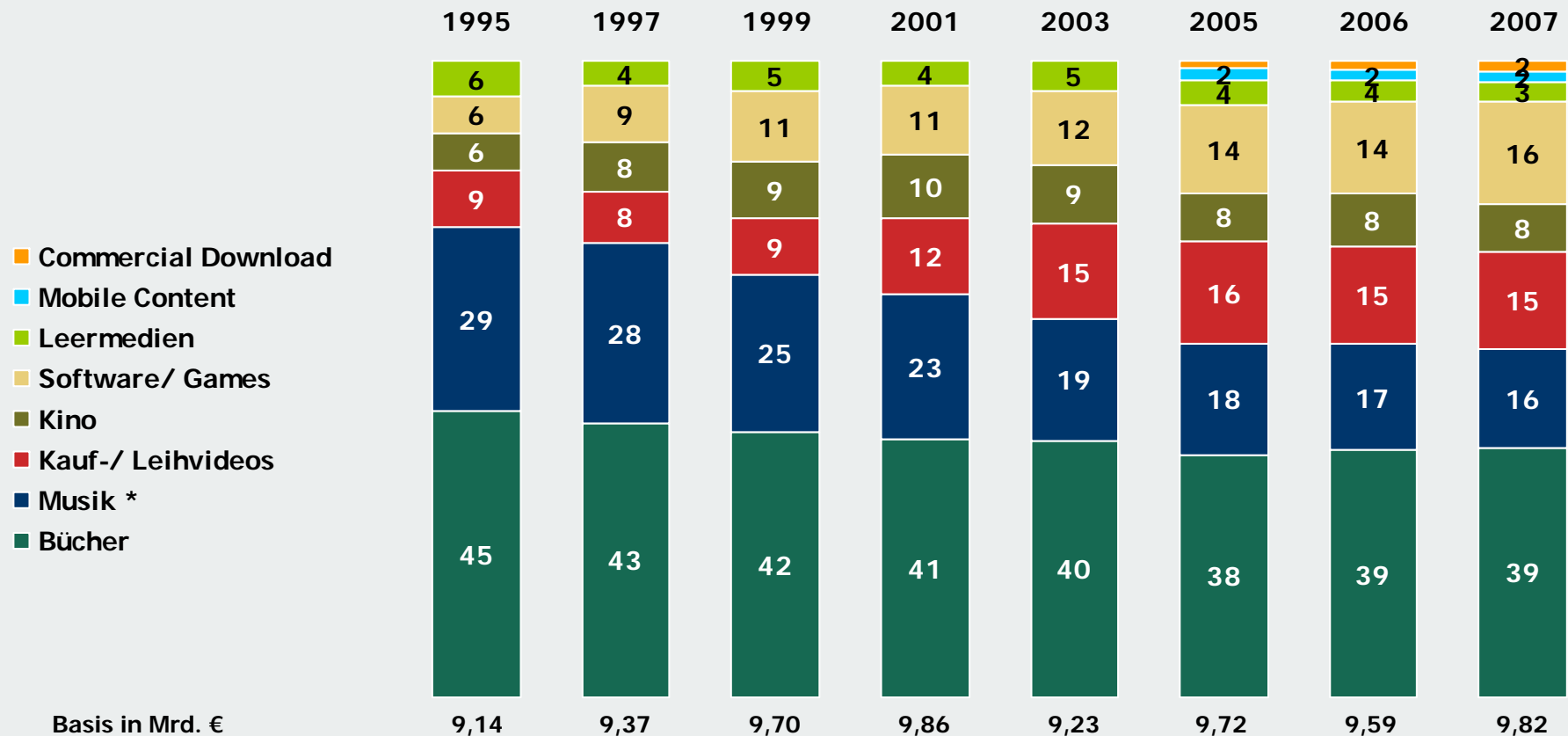


Entwicklung der Entertainment-Märkte

Umsatz in %

1



* inkl. Musikvideo + Hörbücher
 Alle Zeiträume: Januar-Dezember
 © GfK Panel Services Deutschland

Entwicklung der Entertainment-Märkte

Umsatz in %

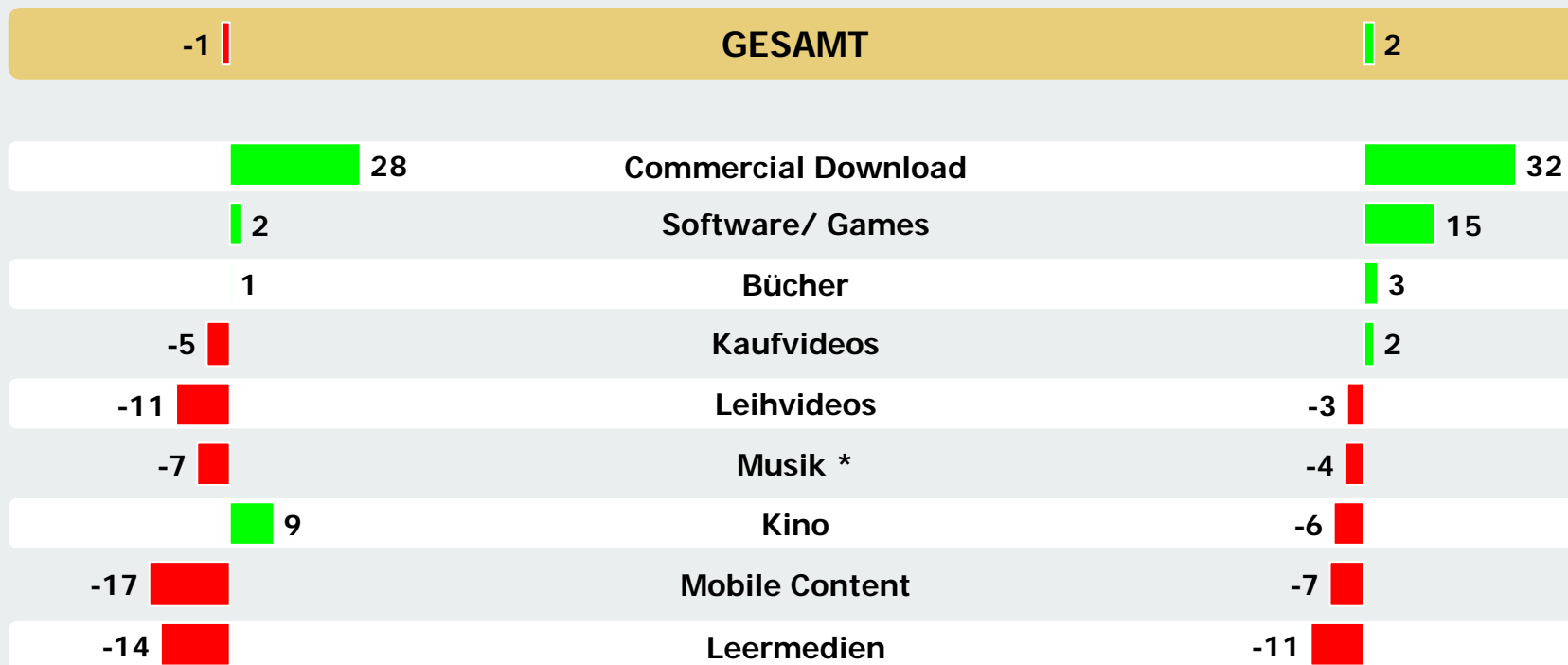
2



06 vs 05
(Jan-Dez)



07 vs 06
(Jan-Dez)



Belesene Deutsche spielen immer mehr

3

Insgesamt wurden im Jahr 2007 mit 9,8 Mrd. Euro im Vergleich zum Vorjahr wieder 2% mehr für Entertainment-Medien ausgegeben.

Die Entwicklung der einzelnen Entertainment-Märkte stellt sich hierbei sehr unterschiedlich dar. Der Trend zu bezahlten Downloads hält mit einer Wachstumsrate von 32% weiter an und somit gehört dieser Markt zu den Gewinnern im Entertainment-Bereich. Zu berücksichtigen ist hierbei, dass der Download-Markt von seiner absoluten Größe nach wie vor einen der kleinsten Märkte im Medienbudget darstellt.

Ebenfalls sehr positiv stellt sich die Entwicklung im Games-Bereich dar. Dies ist auf die Einführung der Playstation 3 im März 2007 und die Erfolge der Nintendo Wii und DS Lite Handhelds zurückzuführen, was einen deutlichen Zuwachs beim Verkauf von Konsolenspielen mit sich bringt. Ebenfalls mit positiven Zuwächsen – der Videokaufmarkt und der Buchmarkt, der nach wie vor der größte Markt im Entertainment-Bereich ist.

Zu den Verlierern des Jahres 2007 gehören der Verleih-, der Musik-, und der Kinomarkt sowie die Märkte für Downloads auf das Mobiltelefon und Leermedien. Nicht überraschend ist, dass unbespielte CD-/DVD-Rs 2007 weiterhin rückläufig sind, bedenkt man, dass USB-Sticks und externe Festplatten einen immer größeren Preisverfall zu verzeichnen haben und damit für den Konsumenten als Substitut zu herkömmlichen Rohlingen gesehen werden.

Nähere Informationen bei:

Christoph Freier
Tel. 09 11 / 395 – 2257
christoph.freier@gfk.com

Katrin Wohlfarth
0911 / 395-2270
katrin.wohlfarth@gfk.com

