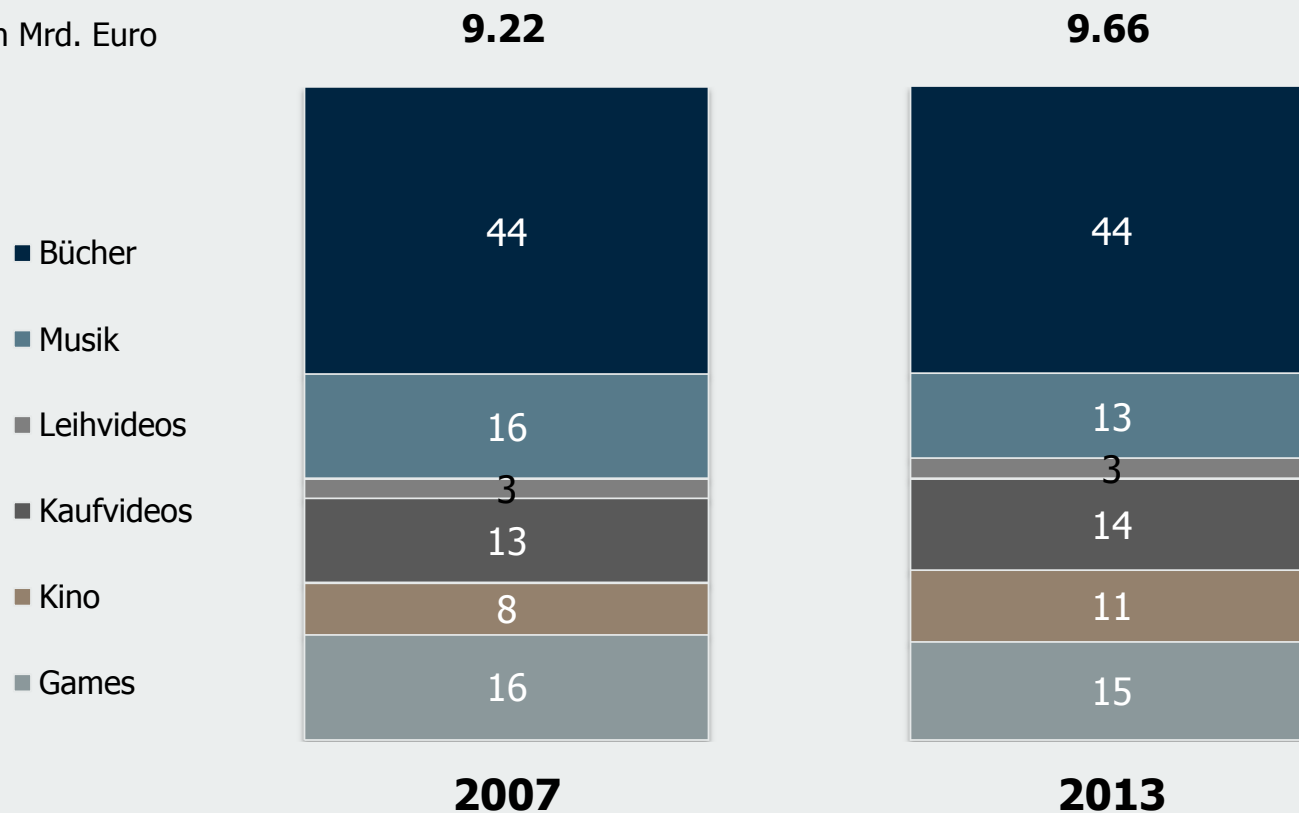


*Mehr als 40% aller Entertainment Ausgaben entfallen auf Bücher.*

Umsatzanteile im Entertainment Markt in %

Ausgaben in Mrd. Euro



Quelle: GfK Media Scope, n= 25.000 Personen ab 10 Jahre

[www.gfk-compact.com](http://www.gfk-compact.com)

## Frauen lesen , Männer spielen

### Umsatzanteile von Entertainmentprodukten nach Geschlecht und Alter

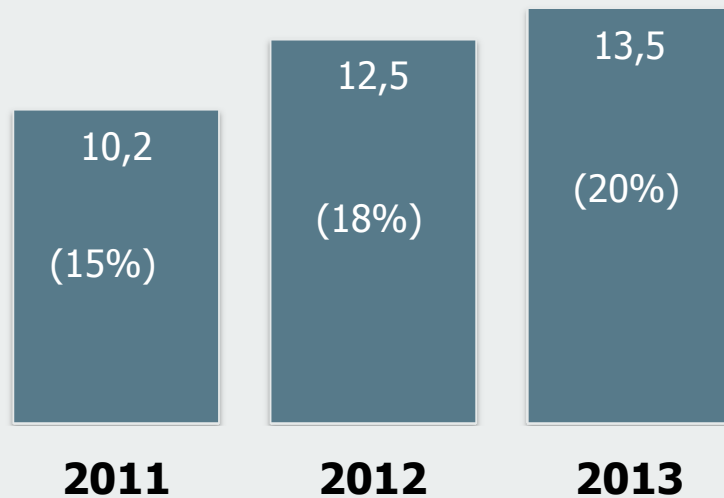
	Bücher (inkl. Hörbücher)	Musik (inkl. Musikvideos)	Kaufvideos	Leihvideos	Games	Kinokarten
	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Männer	42%	60%	58%	63%	70%	48%
Frauen	58%	40%	42%	37%	30%	52%
10 – 19 Jahre	5%	9%	9%	4%	23%	19%
20 – 29 Jahre	8%	14%	22%	25%	28%	22%
30 – 39 Jahre	11%	18%	20%	36%	19%	17%
40 – 49 Jahre	20%	25%	25%	23%	20%	20%
50 – 59 Jahre	21%	20%	15%	10%	7%	12%
60 Jahre und älter	34%	14%	9%	2%	3%	11%

Quelle: GfK Media Scope, 2013, n= 25.000 Personen ab 10 Jahre

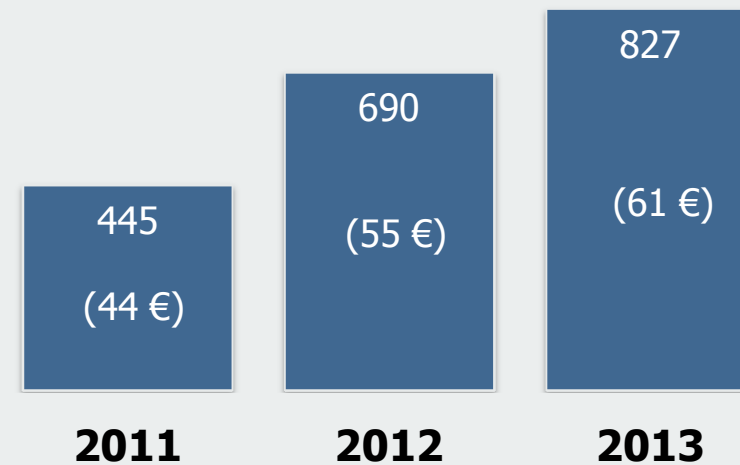
[www.gfk-compact.com](http://www.gfk-compact.com)

## Anzahl und Ausgaben der Digital-Fans steigen.

Anzahl Käufer von digitalen Entertainment  
Produkten in Mio.  
(Anteil der Digitalkäufer an der Bevölkerung ab 10 Jahren)



Ausgaben im digitalen Entertainment Markt  
in Mio. Euro  
(Durchschnittliche jährliche Ausgaben pro Digitalkäufer)

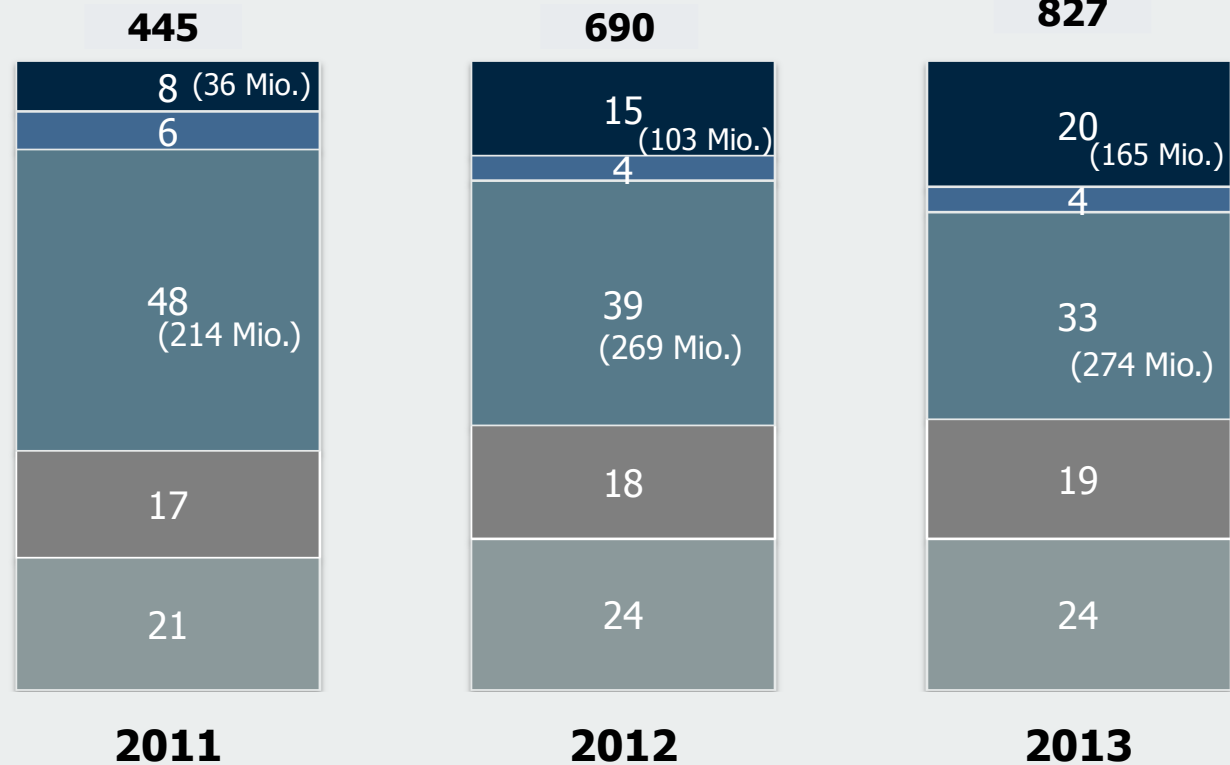


## *E-Books sind raus aus der Nische.*

Umsatz im digitalen Entertainment Markt in %

Ausgaben in Mio. Euro

- E-Books
- Audiobooks
- Musik
- Videos
- Games



*Bei Männern und 20- bis 39-Jährigen ist der Umsatzanteil digitaler Produkte am höchsten.*

### Umsatzanteile digitaler Produkte an allen gekauften Produkten der Kategorien

	Bücher (inkl. Hörbücher)	Musik (inkl. Musikvideos)	Kaufvideos	Leihvideos	Games	Gesamt
In Mio. Euro	197	274	52	102	201	826
Total	5%	22%	4%	33%	14%	10%
Männer	5%	22%	5%	33%	17%	12%
Frauen	4%	21%	2%	32%	7%	7%
10 – 19 Jahre	3%	37%	3%	31%	10%	11%
20 – 29 Jahre	7%	35%	4%	36%	19%	15%
30 – 39 Jahre	7%	29%	5%	26%	16%	14%
40 – 49 Jahre	7%	18%	4%	42%	10%	10%
50 – 59 Jahre	5%	13%	1%	32%	8%	7%
60 Jahre und älter	2%	8%	4%	17%	14%	3%

Quelle: GfK Media Scope, 2013, n= 25.000 Personen ab 10 Jahre

[www.gfk-compact.com](http://www.gfk-compact.com)