

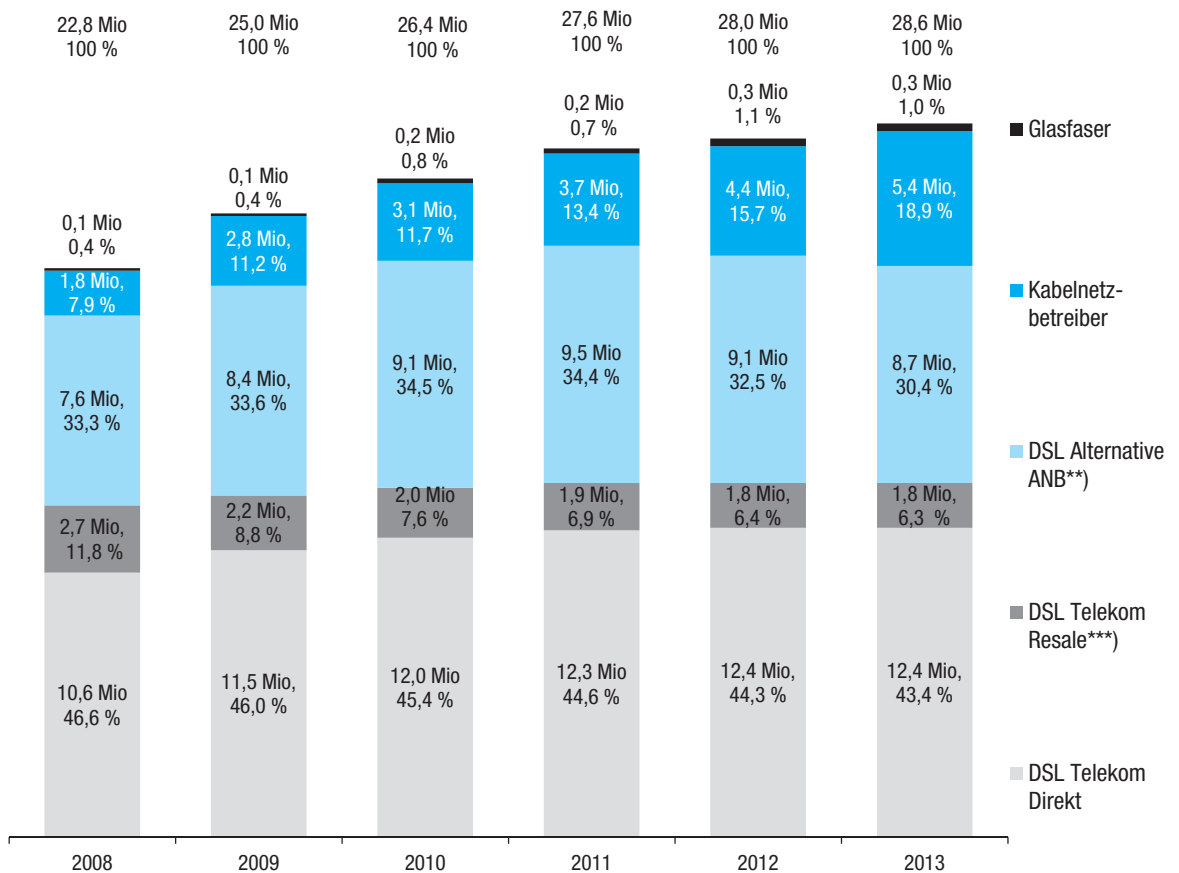
Markt für digitale Spiele in Deutschland			
Absatz von Spielen für PC, Konsole und mobile Endgeräte 2012 bis 2013, jeweils 1. Halbjahr			
	1. Hj. 2012	1. Hj. 2013	2012 vs. 2013 in %
Gesamt			
verkaufte Spiele in Mio Einheiten	35,3	34,4	-2
Umsatz in Mio Euro	619	596	-4
Durchschnittspreis in Euro	17,53	17,31	-1
PC			
verkaufte Spiele in Mio Einheiten	11,6	11,9	2
Umsatz in Mio Euro	213	202	-5
Durchschnittspreis in Euro	18,32	16,94	-8
Konsole			
verkaufte Spiele in Mio Einheiten	9,5	9,6	1
Umsatz in Mio Euro	305	293	-4
Durchschnittspreis in Euro	32,05	30,60	-5
Mobile Endgeräte			
verkaufte Spiele in Mio Einheiten	14,1	13,0	-8
Umsatz in Mio Euro	100	102	2
Durchschnittspreis in Euro	7,09	7,84	11

Quelle: BIU/GfK 2013.

Markt für digitale Spiele in Deutschland			
Im Detail: Absatz von Spielen für mobile Endgeräte 2012 bis 2013, jeweils 1. Halbjahr			
	1. Hj. 2012	1. Hj. 2013	2012 vs. 2013 in %
Spiele für mobile Endgeräte			
verkaufte Spiele in Mio Einheiten	14,1	13,0	-8
Umsatz in Mio Euro	100	102	2
Durchschnittspreis in Euro	7,09	7,84	11
Spiele für Handys und Smartphones			
verkaufte Spiele in Mio Einheiten	10,8	10,2	-7
Umsatz in Mio Euro	20	24	20
Durchschnittspreis in Euro	1,83	2,37	29
Spiele für Mobile Konsolen			
verkaufte Spiele in Mio Einheiten	3,2	2,8	-13
Umsatz in Mio Euro	80	78	-3
Durchschnittspreis in Euro	24,77	27,74	12

Quelle: BIU/GfK 2013.

Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse*) in Deutschland 2008 bis 2013



*) Andere Breitbandzugangsarten wie Powerline oder Satellit erreichen in dieser Darstellung keine relevanten Anteile.

**) Alternative Anschlussnetzbetreiber (ANB), die eigene Anschlussnetze (meist auf Basis von Telekom-Teilnehmeranschlussleitungen) betreiben.

***) Von der Telekom Deutschland betriebene DSL-Anschlüsse (gebündelt und entbündelt), die von Wettbewerbern vermarktet und betreut werden.

Quelle: Dialog Consult/VATM: 15. TK-Marktanalyse Deutschland 2013.

Breitband-Kunden nach Unternehmen		
Anbieter Breitband-Anschlüsse	in Mio	in %
Telekom Deutschland	12,4	43,8
1&1	3,4	12,0
Vodafone	3,0	10,6
Unitymedia KabelBW	2,4	8,5
Teléfonoica	2,3	8,1
Kabel Deutschland	2,0	7,1
EWE Gruppe	0,7	2,5
Versatel	0,5	1,8
NetCologne	0,4	1,4
M-net	0,2	0,7
weitere Wettbewerber	1,0	3,5
Gesamt	28,3	100,0

Quelle: Dialog Consult/VATM: 15. TK-Marktanalyse Deutschland 2013.

Bruttowerbeaufwendungen in den Above-the-line Medien

Produkte und Dienstleistungen bis zum III. Quartal 2013

Werbeträger	Bruttowerbeaufwendungen		Bruttowerbeaufwendungen		+/- in %	+/- in 1 000 Euro
	in 1 000 Euro Jan.-Sept. 2012	Anteil an Gesamt in %	in 1 000 Euro Jan.-Sept. 2013	Anteil an Gesamt in %		
Print gesamt	6 456 764	35,4	6 037 055	32,9	-6,5	-419 710
Zeitungen	3 631 126	19,9	3 264 771	17,8	-10,1	-366 354
Publikumszeitschriften	2 515 333	13,8	2 472 383	13,5	-1,7	-42 950
Fachzeitschriften	310 305	1,7	299 900	1,6	-3,4	-10 405
Out-of-home	957 201	5,3	1 053 007	5,7	10,0	95 806
Fernsehen	7 644 491	41,9	8 005 138	43,6	4,7	360 647
Hörfunk	1 087 433	6,0	1 138 029	6,2	4,7	50 596
Internet	2 023 033	11,1	2 068 301	11,3	2,2	45 268
Kino	56 317	0,3	62 597	0,3	11,2	6 280
Gesamt	18 225 239	100,0	18 364 126	100,0	0,8	138 887

Quelle: Nielsen Media Research.