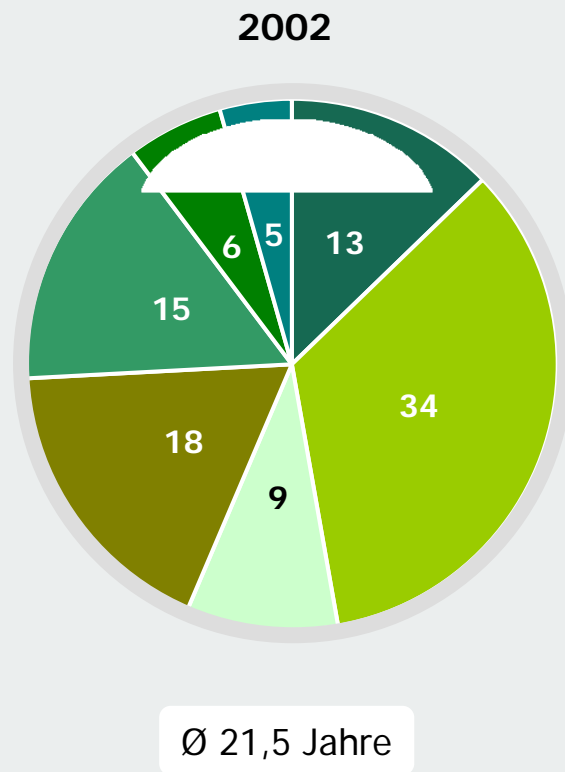




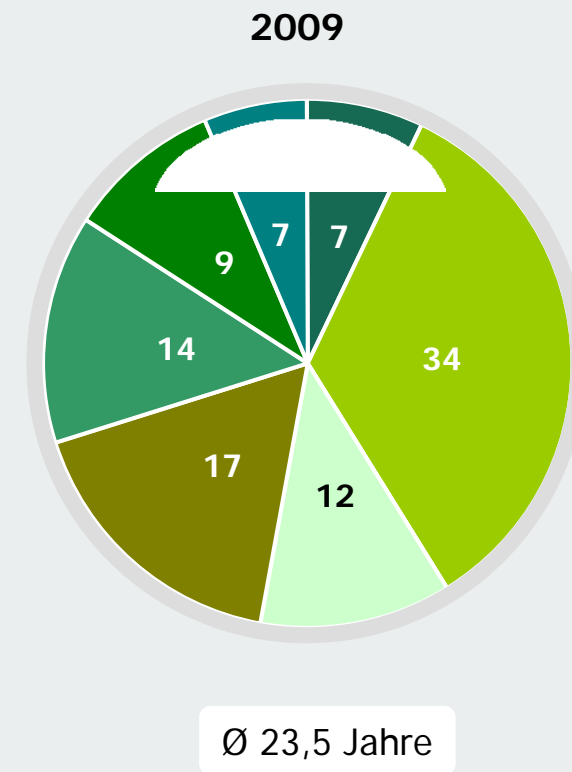
Neue Zielgruppen im Markt für Computer- und Videospiele

Insbesondere die älteren Gamer (40 Jahre und älter) habe in den letzten 7 Jahren an Bedeutung gewonnen – wichtigste Altersgruppe im Games-Markt bleiben aber die 10-15 Jährigen.

2



- bis 9 Jahre
- 10 bis 15 Jahre
- 16 bis 19 Jahre
- 20 bis 29 Jahre
- 30 bis 39 Jahre
- 40 bis 49 Jahre
- 50 Jahre und älter



Basis: Nutzeraltersgruppen nach verkaufter Menge in %
Zeitraum: Jahr 2002, Jan-Sep 2009
© GfK Panel Services

Strukturwandel im deutschen Games-Markt



Insbesondere die Silver-Gamer (40 Jahre und älter) haben in den letzten 7 Jahren im Markt für Computer- und Videospiele an Bedeutung gewonnen. So stieg deren Anteil von 11% auf 16% an. Wichtigste Altersgruppe im Games-Markt bleiben aber mit unverändert 34% die 10-15 Jährigen.



Im gleichen Zeitraum stieg damit das Durchschnittsalter von 21,5 auf 23,5 Jahre an.



Kontakt:
GfK SE - Bereich GfK Panel Services Deutschland
Nordwestring 101
90319 Nürnberg

Christoph Zeh
Tel. 0911/395-3359
christoph.zeh@gfk.com