



Geschäftsentwicklung 2013

München, 17. März 2014

2013: Erfolgreiches Geschäftsjahr trotz Wandel des Musikmarktes

Die GEMA ist als Verwertungsgesellschaft abhängig von der Gesamtentwicklung in der Musikindustrie. Seit einigen Jahren wandelt sich weltweit der private Musikkonsum – weg vom klassischen Tonträger hin zu Online-Angeboten in Form von Download oder Streaming.

2013 hat sich der Gesamtertrag im Tonträgergeschäft im Vergleich zum Vorjahr um 5,6 % verringert (auf 110,4 Mio. EUR), während die Erträge aus dem Online-Geschäft um 56,2 % auf 26,4 Mio. EUR angestiegen sind.

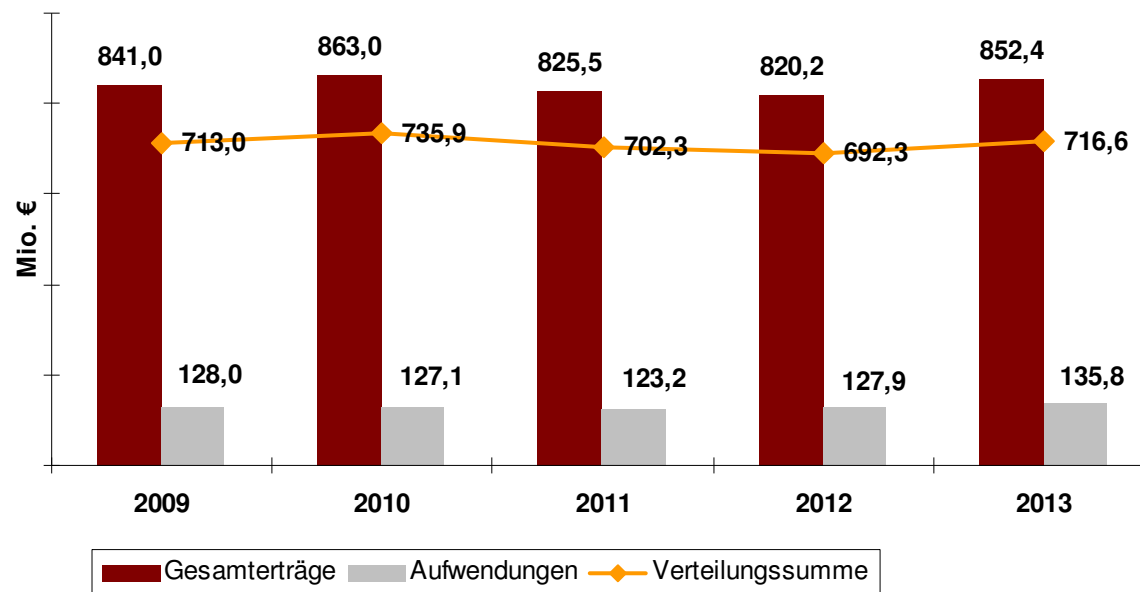
Damit konnte das Wachstum im Online-Bereich erstmals den Rückgang im klassischen Tonträgergeschäft auffangen und trug so zur Steigerung des Gesamtertrags in 2013 bei.

Dennoch: Die erzielten Erträge in Höhe von 26,4 Mio. EUR stehen noch immer in keinem Verhältnis zur tatsächlichen Musikkonsum im Onlinebereich und bleiben auch 2013 weit hinter den hier zu erwartenden Größenordnungen zurück.

Der Ausbau der Erträge im Onlinebereich ist daher eine der zentralen Zukunftsaufgaben der GEMA, die u. a. mit größeren Investitionsprojekten vorangetrieben wird.

Gesamterträge 2013

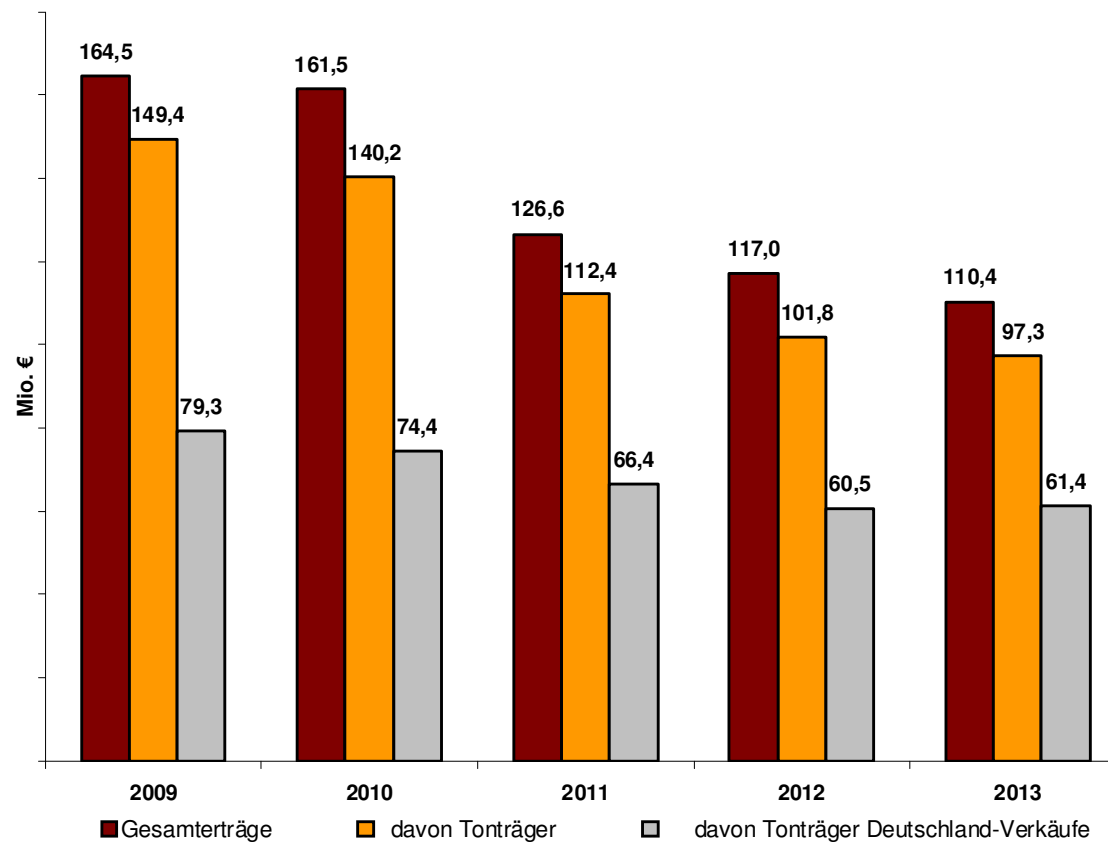
Gesamterträge entwickeln sich erfolgreich, lediglich das Tonträgergeschäft ist rückläufig.



Im GEMA-Gesamtergebnis 2013 enthalten:
EUR 162,1 Mio. Erträge aus Inkassomandaten

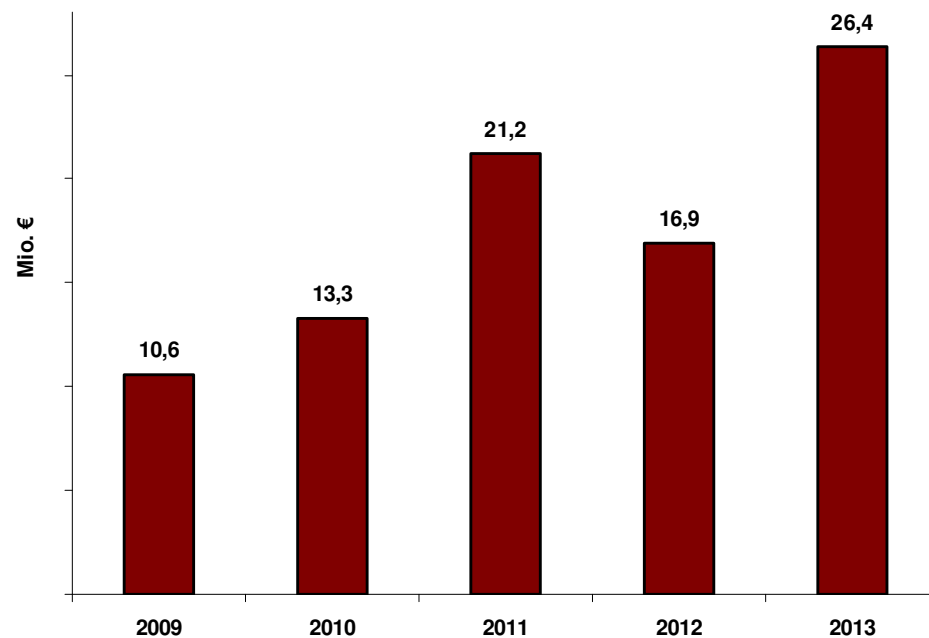
Erträge Tonträger, Bildtonträger, Datenträger

Konstante Rückgänge im Tonträgergeschäft in einer allgemein negativen Marktentwicklung.



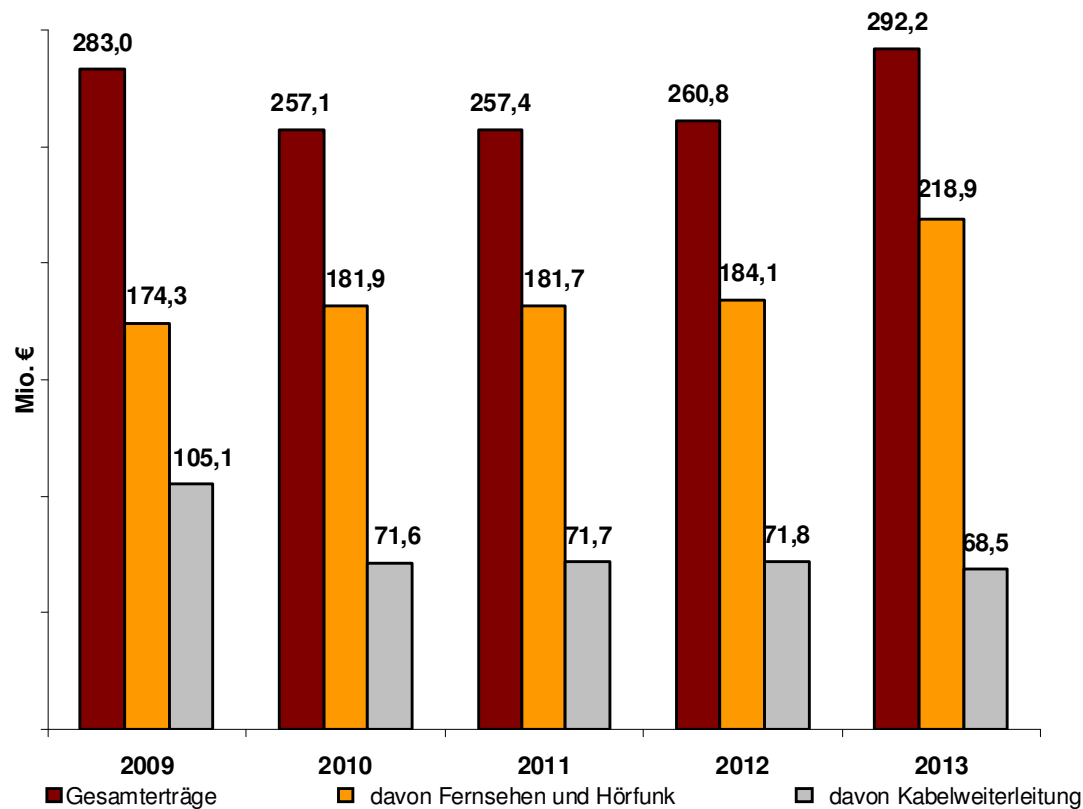
Erträge Online: Download, Streaming

Ertragsanstieg in 2013 ist auf neue Vertragsabschlüsse sowie einem generell gestiegenen Abrechnungsvolumen aufgrund vermehrter Nachfrage nach Online-Angeboten in Form von Download und Streaming zurückzuführen.



Erträge Rundfunk und Fernsehen

Deutliche Steigerung in 2013 im Bereich Fernsehen und Hörfunk durch Einmaleffekte aus dem Vertragsabschluss des neuen Einheitstarifs und daraus resultierender Rückabwicklung.



Erträge Bezirksdirektionen

Weiterhin solides Wachstum durch Optimierungen im Vertrieb trotz schwieriger Marktbedingungen.

