



# Online spielen in Deutschland 2009

Pressekonferenz  
23. Juli 2009

---

# Online-Games – ein Zukunftsmarkt im Spielesektor



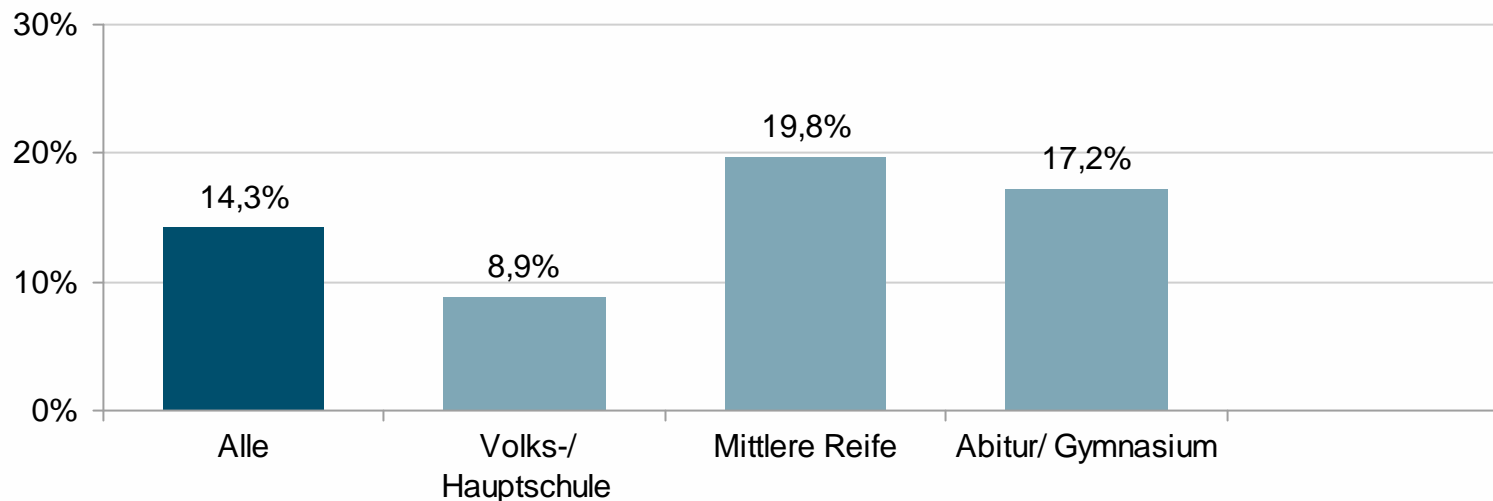
- Neben den klassischen digitalen Spielen über PC oder Konsole entwickelt sich der Bereich der Online-Spiele.
- Online-Games sind digitale Computerspiele, die über das Internet gespielt werden.
- Online-Spiele bieten eine vergleichbare Genrevielfalt wie klassische Computer- oder Videospiele.
- E-Learning wird mit Online-Lernspielen um weitere Möglichkeiten bereichert.
- Onlinespielen ist ein Wachstumsmarkt, auch für Mobilfunkanbieter.

# Längst kein Nischenmarkt mehr

## 10 Millionen Online-Spieler in Deutschland



„Haben Sie bereits sogenannte Online-Spiele genutzt, also Spiele, die allein oder gemeinsam mit anderen Personen direkt über das Internet bzw. im Browser gespielt werden?“



Online-Spiele sind in allen Bildungsschichten beliebt. Insgesamt nutzen 10,3 Millionen Bundesbürger Online-Games.

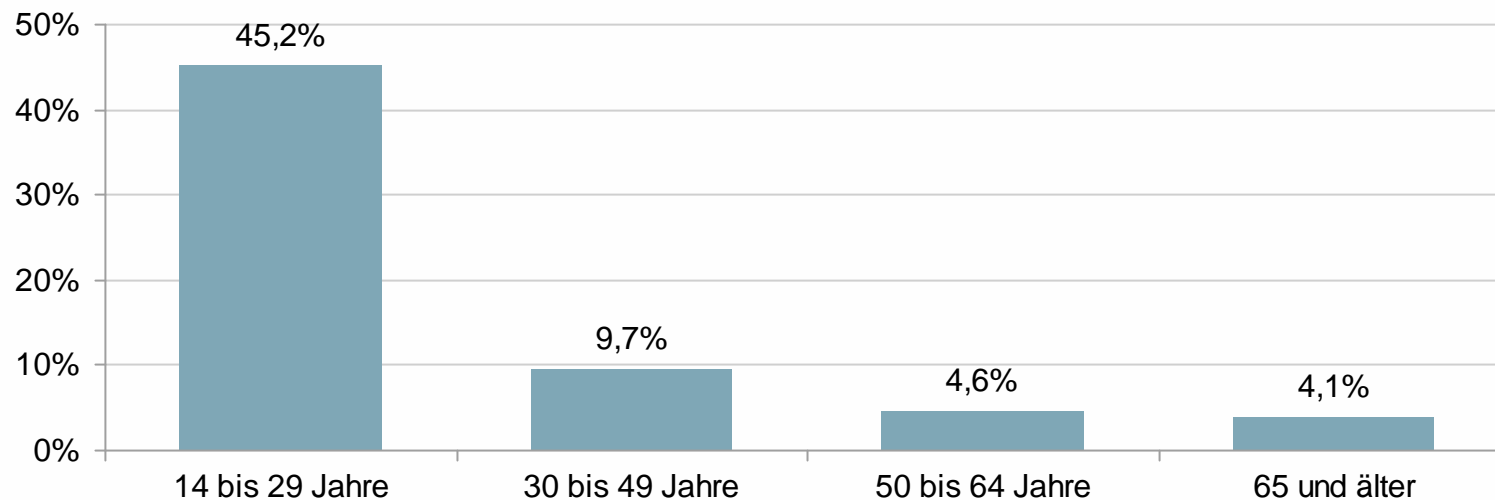
Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Bundesbürger ab 14 Jahren; N = 1.002

# Online-Spieler in allen Altersklassen

Fast jeder Zweite unter 30 spielt Online-Games



„Haben Sie bereits sogenannte Online-Spiele genutzt, also Spiele, die allein oder gemeinsam mit anderen Personen direkt über das Internet bzw. im Browser gespielt werden?“



Online-Spiele werden in allen Altersgruppen gespielt. Mehr als 4 Prozent der Menschen über 50 nutzen sie; von den 14- bis 29-Jährigen spielt fast jeder Zweite.

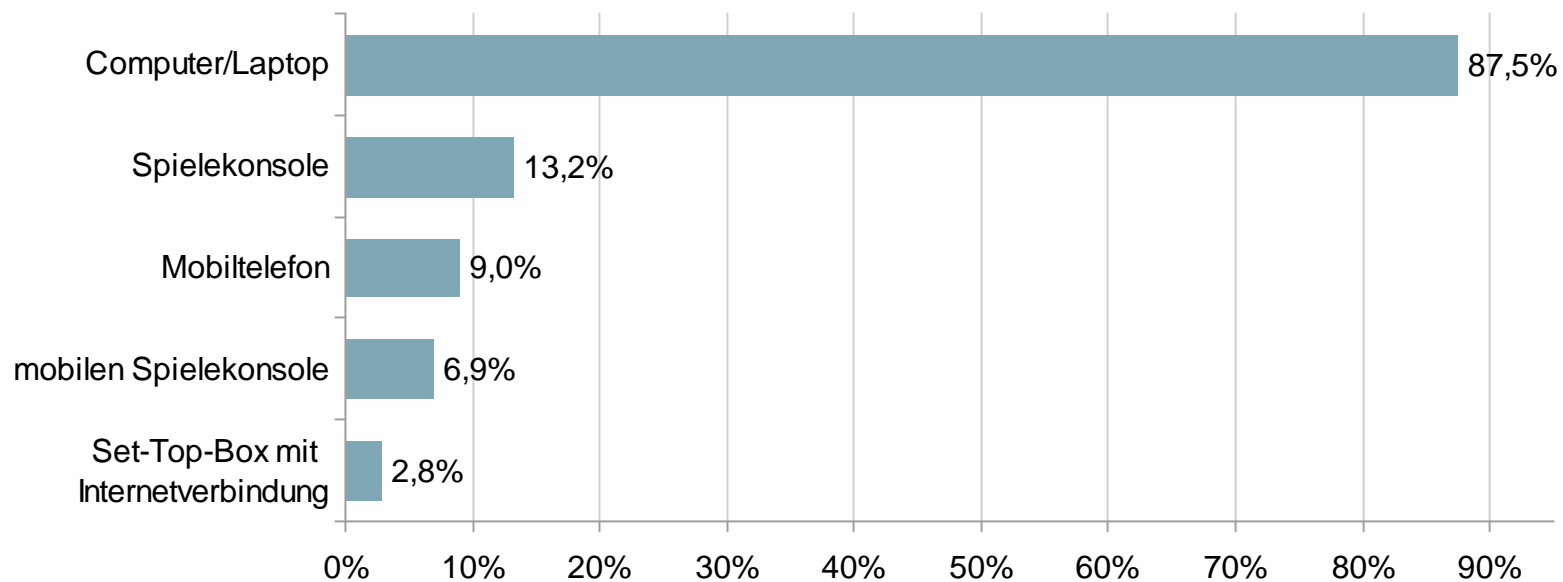
Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Bundesbürger ab 14 Jahren; N = 1.002

# Computer und Laptop populärstes Spielgerät

Mobile Geräte werden in Zukunft wichtiger



Anteil der Online-Gamer, die diese Geräte zum Onlinespielen nutzen  
(Mehrfachnennungen möglich)



Neue Handygenerationen werden Online-Games  
auch mobil zum Durchbruch verhelfen.

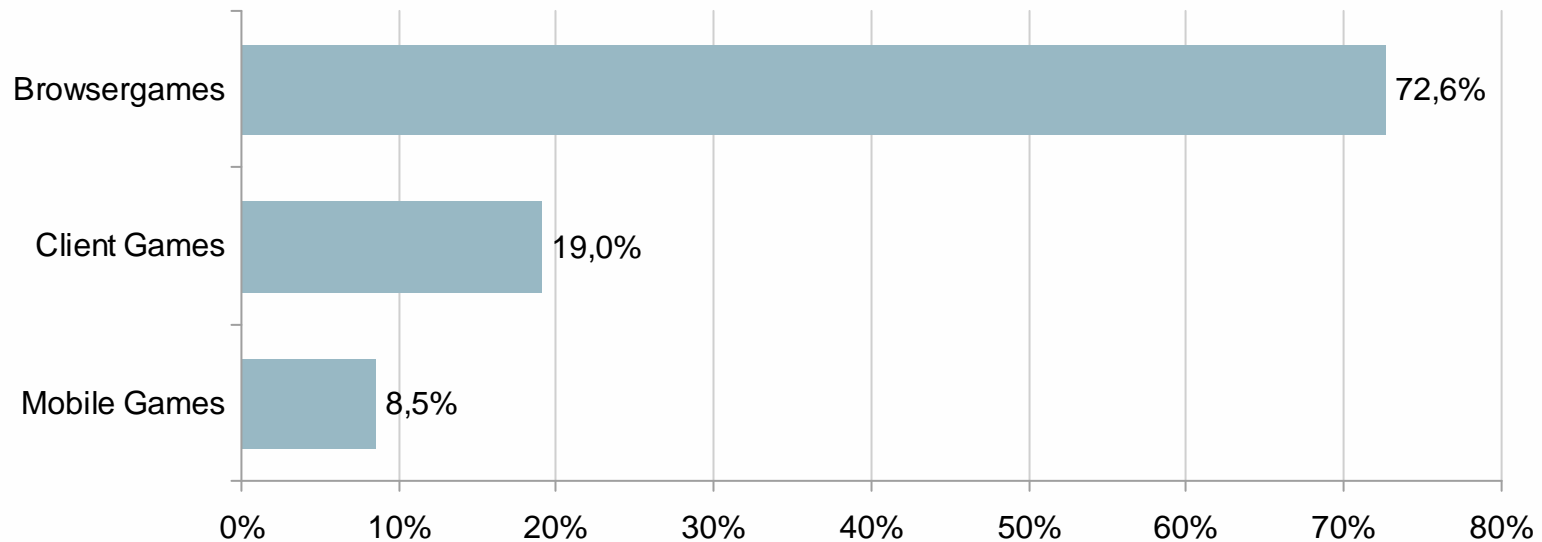
Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Online-Spieler ab 14 Jahren

## Browsergames besonders beliebt

Größter Teil der Online-Spiele finden im Internet-Browser statt



„Welche Arten von Online-Games nutzen sie überwiegend?“



**Browsergames können ohne Zusatzsoftware gespielt werden.**

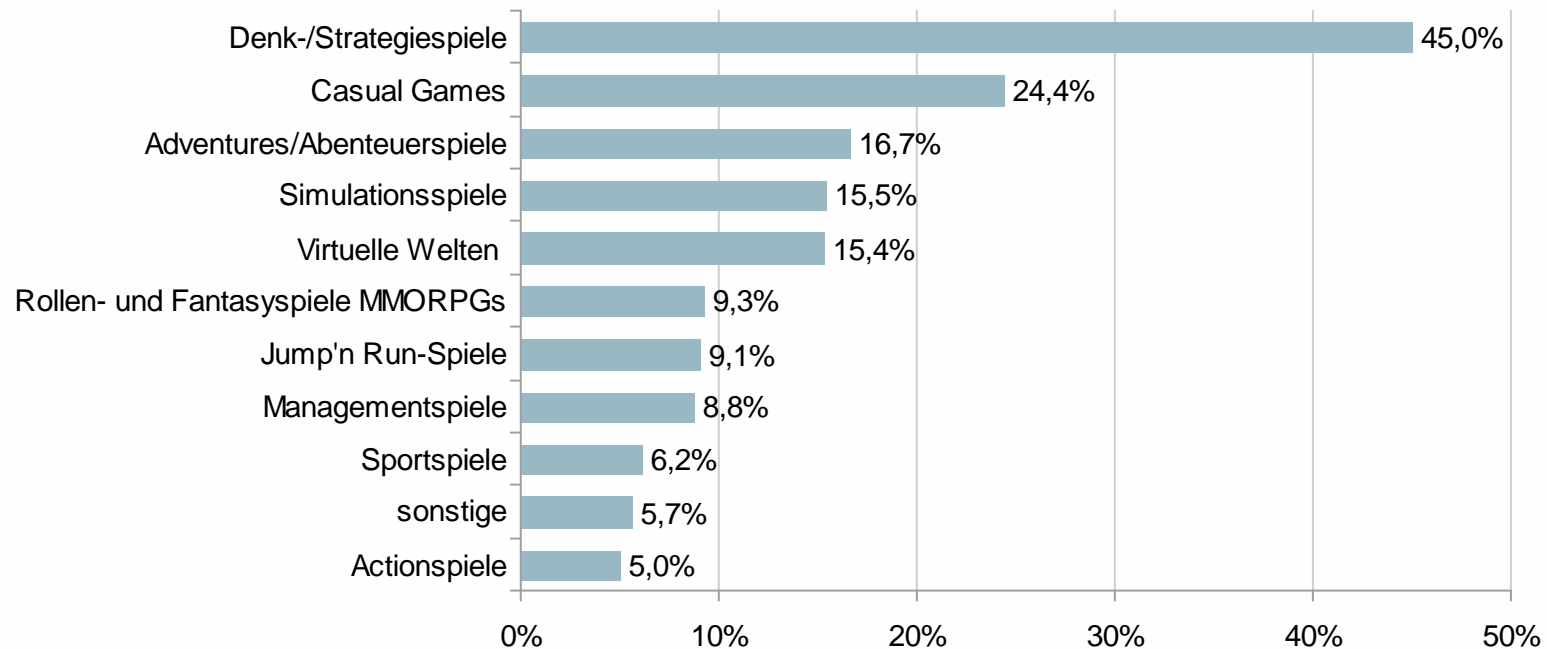
Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Online-Spieler ab 14 Jahren

# Denk- und Strategiespiele überwiegen

## Casual Games spielt jeder Vierte



„Welches der folgenden Online-Spiel-Genres spielen Sie?“ (Mehrfachnennungen möglich)



Online-Gamer suchen Herausforderungen bei Denkaufgaben.  
Actionspiele sind nur eine Nische.

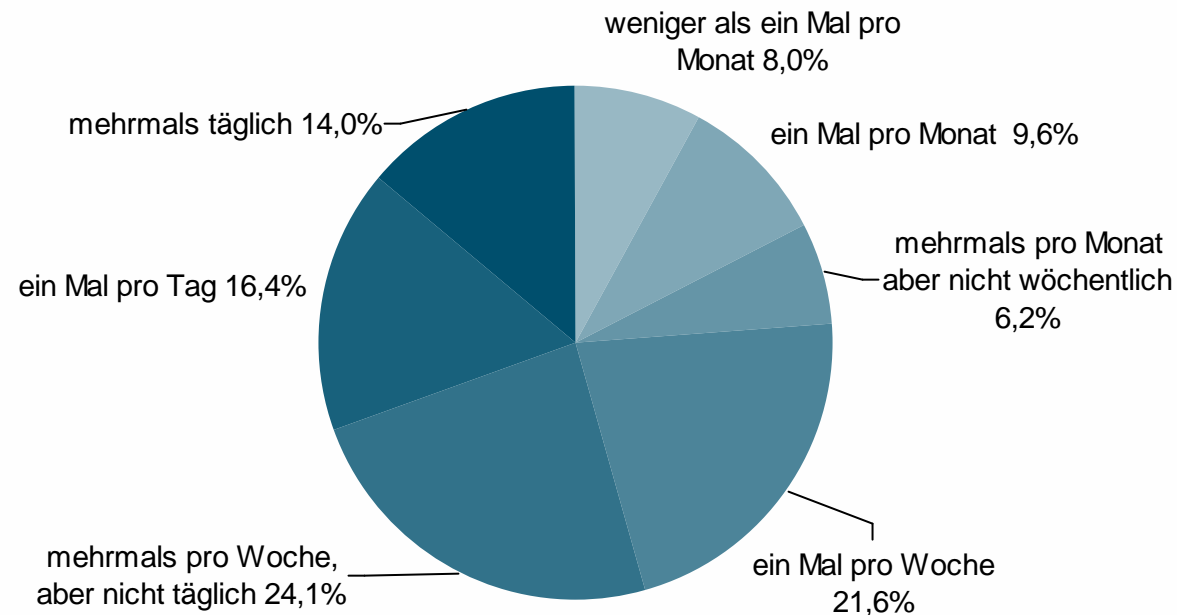
Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Bundesbürger ab 14 Jahren

## Mehrheit spielt häufig – aber nicht täglich

Drei Viertel nutzen Online-Games wenigstens ein Mal pro Woche



„Wie häufig spielen Sie derartige Online-Games?“



Online-Gamer sind regelmäßig wiederkehrende Nutzer.

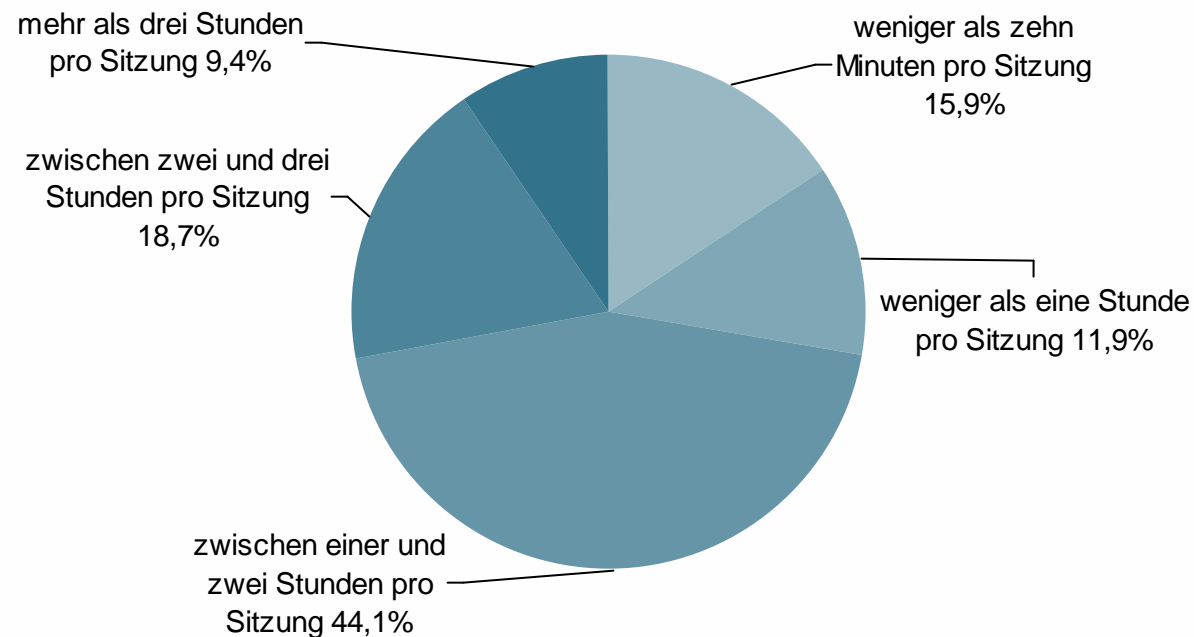
Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Bundesbürger ab 14 Jahren

# 90 Prozent spielen weniger als drei Stunden

Online spielen dauert meist so lange wie ein Spielfilm



„Wenn Sie spielen, wie lange spielen Sie dann jeweils Online-Games?“



Nutzungsdauer von Online-Spielen entspricht klassischen Unterhaltungsmedien.

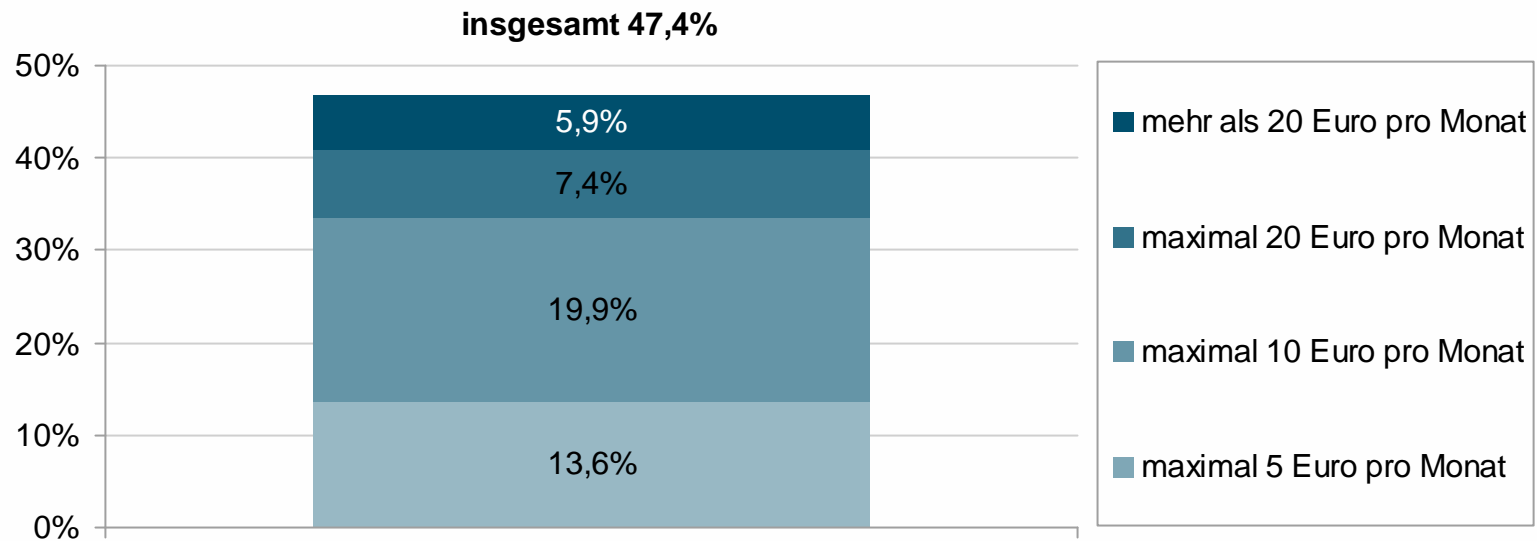
Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Bundesbürger ab 14 Jahren

# Zahlungsbereitschaft ist vorhanden

Fast jeder Zweite würde Geld ausgeben für Online-Spiele



„Wie viel Geld sind Sie bereit, monatlich für Online-Spiele auszugeben, z.B. für Downloads, Abonnements, Mitgliedsgebühren, Kauf von Spielgütern, Kauf des Datenträgers o.ä.?“



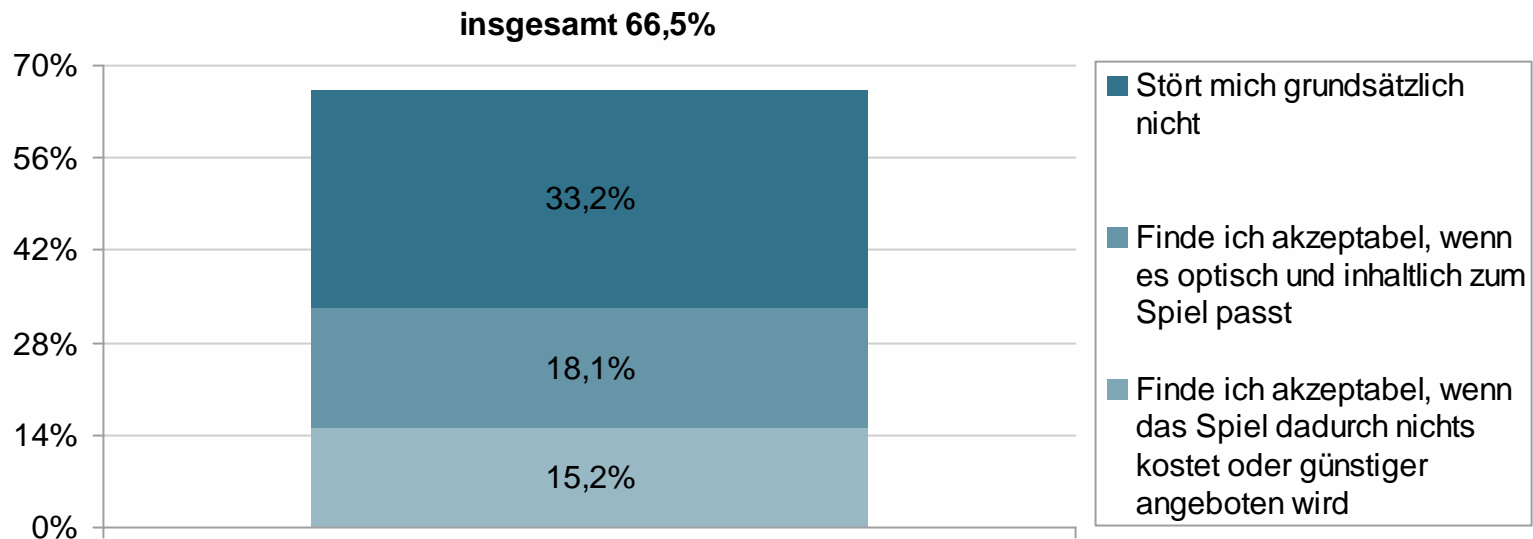
Heute ist Online-Gaming in der Regel kostenlos möglich.  
Viele Nutzer sind aber bereit, für exklusive Inhalte und Items zu zahlen.

Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Bundesbürger ab 14 Jahren

# Werbung in Online-Spielen möglich

## Zwei Drittel akzeptieren In-Game-Advertising

„Welche Einstellung haben Sie zu Werbung in Online-Spielen?“



Werbung kommt als Finanzierungsquelle infrage.

Quelle: BITKOM-Studie „Online spielen in Deutschland 2009“, Basis: Bundesbürger ab 14 Jahren

# Online-Gaming in Deutschland

## Findings



- Online-Games sind kein Nischenmarkt mehr.  
10,3 Millionen Bundesbürger nutzen Online-Spiele.
- Online-Games werden in allen Bildungsschichten und Altersklassen gespielt, am stärksten von den Unter-30-Jährigen (45% Online-Gamer in dieser Altersgruppe).
- Besonders beliebt sind Browsergames (72% Marktanteil).
- Online-Spieler sind Denkspieler (45%), Action-Spiele haben kaum Bedeutung (5%).
- Die Nutzungsdauer von Online-Spielen entspricht klassischen Unterhaltungsmedien (44% spielen 1-2 Stunden).
- Werbung in Online-Spielen wird mehrheitlich akzeptiert (67%).

- Mit Online-Games entsteht ein neuer Markt neben den klassischen digitalen Spielen. Der Anteil der Online-Spiele am Games-Gesamtmarkt wird weiter zunehmen.
- Die Zukunft der Online-Games ist mobil.
- Durch Online-Games erhalten Spiele eine starke kommunikative und soziale Komponente.
- Mit steigender Beliebtheit von Online-Spielen wird dieses Unterhaltungsmedium attraktiver für die werbetreibende Wirtschaft.
- Deutschland kann eine führende Position einnehmen. Bereits jetzt kommen viele Anbieter weltweit erfolgreicher Online-Spiele von hier.