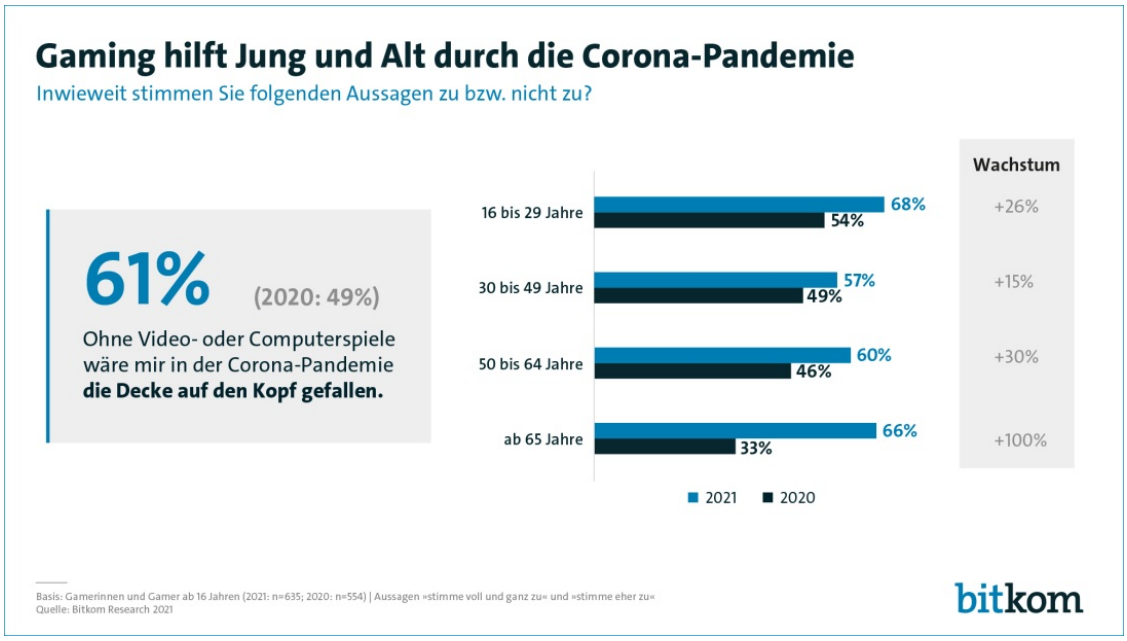
Bitkom e.V. |

Halb Deutschland spielt Video- oder Computerspiele

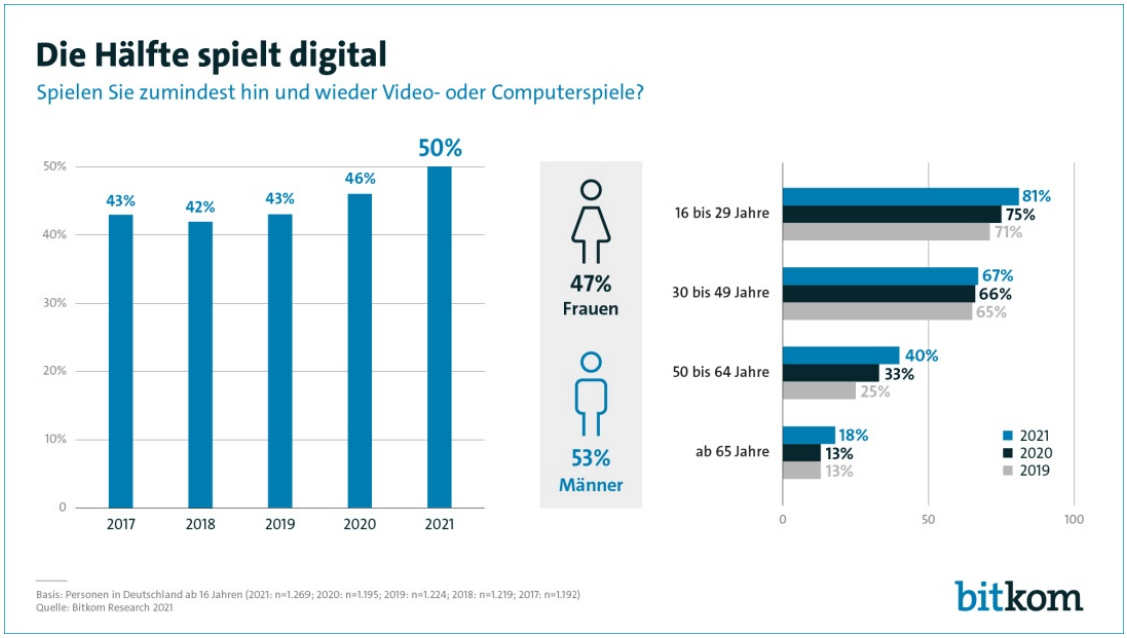
- **Corona-Boost: Gamerinnen und Gamer spielen öfter, länger und zahlen mehr dafür**
- **Gaming bleibt mobil: Smartphone wieder auf Platz 1**
- **Nachfrage nach Spielekonsolen bleibt trotz Lieferengpässen hoch**



Berlin, 23. August 2021 - Eintauchen in andere Welten, vom Alltag abschalten und gemeinsam mit anderen virtuelle Abenteuer erleben: Gaming hilft vielen Menschen durch die von Einschränkungen geprägte Corona-Zeit. 6 von 10 (61 Prozent) Gamerinnen und Gamern wäre in der Corona-Pandemie ohne Video- oder Computerspiele nach eigenem Bekunden die Decke auf den Kopf gefallen. Das ist ein deutlicher Anstieg im Vergleich zum Vorjahr, als sich erst 49 Prozent entsprechend äußerten. Neben den Jüngeren zwischen 16 und 29 Jahren (68 Prozent) profitieren besonders Seniorinnen und Senioren von dieser Art der Freizeitbeschäftigung: Aus der Gruppe 65 plus hilft Gaming zwei Dritteln (66 Prozent) durch die Pandemie – das sind doppelt so viele wie noch im Jahr 2020 (33 Prozent). Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 1.269 Personen ab 16 Jahren in Deutschland, die vom Digitalverband Bitkom in Auftrag gegeben wurde. „Gaming spielt schon länger eine wichtige Rolle in unserem Alltag. Doch die Bedeutung von Video- und Computerspielen ist in diesem Jahr noch mal deutlich gestiegen“, sagt Olaf May, Mitglied des Bitkom-Präsidiums. „Der Blick auf die vorliegenden Befragungsergebnisse zeigt, dass die digitale Spielewelt viel mehr ist als nur Zeitvertreib. Sie wird zunehmend zum zentralen Element, um das eigene Wohlbefinden zu steigern, in Kontakt mit anderen zu bleiben und Nähe zu finden.“

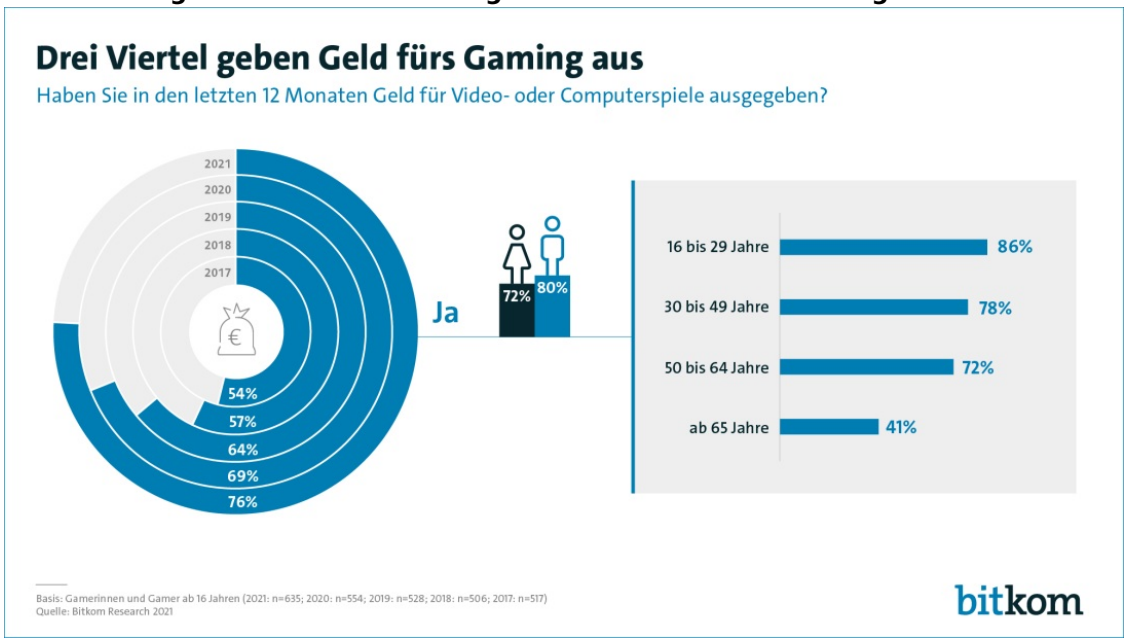
Der Corona-Einfluss macht sich auch in der Spieldauer bemerkbar. Sie hat sich während der Pandemie verdoppelt – und wird wohl auch nach Corona deutlich höher bleiben als zuvor: Nach der Bitkom-Untersuchung betrug die wöchentliche Spielzeit vor Corona im Durchschnitt 5 Stunden. Seit Beginn der Pandemie hat sich dieser Wert auf 10 Stunden verdoppelt. Auch nach der Pandemie wird nicht wesentlich weniger gespielt werden. Die Befragten gehen davon aus, dass sie nach der Pandemie durchschnittlich 8,5 Stunden pro Woche mit Gaming verbringen werden. Ein Drittel (34 Prozent) gibt an, dass es ihnen schwerfallen wird, nach der Corona-Pandemie weniger Zeit mit Video- oder Computerspielen zu verbringen.

Die Gruppe der Ü50-Gamerinnen und -Gamer wächst



Gaming ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen: Die Hälfte der deutschen Bevölkerung (50 Prozent) spielt zumindest hin und wieder Video- oder Computerspiele – Frauen (47 Prozent) ebenso wie Männer (53 Prozent). Die Zahl ist im vergangenen Jahr während der Corona-Pandemie noch einmal gestiegen (2020: 46 Prozent). 2,5 Millionen Menschen kamen hinzu. Am meisten spielen nach wie vor die jüngeren Generationen: 81 Prozent sind es bei den 16- bis 29-Jährigen, 67 Prozent bei den 30- bis 49-Jährigen. Doch die Generationen über 50 holen auf: So spielen bereits 4 von 10 Personen im Alter zwischen 50 und 64 Jahren Video- oder Computerspiele (40 Prozent). 2020 war es noch ein Drittel (33 Prozent), 2019 nur ein Viertel (25 Prozent). Auch mehr Seniorinnen und Senioren ab 65 Jahren verbringen zumindest hin und wieder Zeit mit Gaming (18 Prozent; 2020: 13 Prozent).

Drei Viertel geben Geld fürs Gaming aus – Anzahl der Abos steigt



Es wird nicht nur mehr und länger gespielt, die Menschen investieren auch mehr Geld in ihr Hobby. So geben drei Viertel (76 Prozent) an, in den letzten 12 Monaten für Video- oder Computerspiele bezahlt zu haben (2020: 69 Prozent) – das sind 4 Millionen, die erstmals fürs Gaming Geld ausgegeben haben. Männer (80 Prozent) sind dabei etwas zahlungsbereiter als Frauen (72 Prozent). Das Geld fließt am häufigsten in In-Game-Käufe (42 Prozent). Jede oder jeder Dritte (32 Prozent) kauft Spiele online, etwa auf Plattformen wie Steam oder in App-Stores, nur jede oder jeder Neunte (11 Prozent) geht zum Kauf von Spielen ins Geschäft. Abo-Modelle werden zunehmend beliebter: 58 Prozent der Gamerinnen und Gamer zahlen für mindestens ein Gaming-Abo – ein leichter Anstieg zu 2020, als es 55 Prozent waren. Die meisten (37 Prozent) haben ein Abo für einzelne Online-Spiele wie World of Warcraft oder Final Fantasy XIV. Fast ein Viertel (23 Prozent) zahlt Abo-Gebühren für einzelne Konsolen-Anbieter wie PlayStation Plus, Xbox Live Gold oder Nintendo Switch Online. 19

Prozent zahlen für ein Abo für Online-Plattformen zum Download von Spielen, dazu zählen unter anderem Apple Arcade, Prime Gaming oder Xbox Game Pass. Streaming-Spiele-Abos wie Google Stadia oder Playstation Now sind hingegen noch nicht sehr weit verbreitet, wachsen aber schnell. 2020 hatten erst 4 Prozent ein solches Abo abgeschlossen, aktuell sind es mit 7 Prozent fast doppelt so viele – Tendenz weiter steigend.

Mehr Vielfalt in der Gaming-Landschaft

Fast alle Spielearten stoßen in diesem Jahr auf steigendes Interesse. Sogenannte Casual Games bleiben beliebtestes Game-Genre: 80 Prozent spielen die einfachen Gelegenheitsspiele wie Candy Crush, Quizduell und Co. (2020: 73 Prozent). Auch Strategie-, Management- und Aufbauspiele werden von einer großen Mehrheit (73 Prozent; 2020: 66 Prozent) gespielt und verdrängen Action-Spiele bzw. Ego-Shooter von Platz zwei. Diese verzeichnen einen leichten Rückgang von 67 Prozent im Jahr 2020 auf aktuell 64 Prozent. Allerdings ist der große Geschlechterunterschied verschwunden, der sich 2020 noch zeigte: Männer (64 Prozent) und Frauen (63 Prozent) spielen zu gleichen Teilen Action-Spiele oder Ego-Shooter wie Call of Duty, Apex Legends oder Valorant. Vor einem Jahr waren es noch deutlich mehr Männer (2020: 74 Prozent) als Frauen (2020: 59 Prozent).

Fitness- und Bewegungsspiele (59 Prozent) erhalten weiter Zuwachs, nachdem sie im vergangenen Jahr bereits einen starken Nutzeranstieg verzeichneten (2020: 52 Prozent; 2019: 39 Prozent). Auch Lernspiele werden beliebter (54 Prozent; 2020: 47 Prozent). Den stärksten Anstieg mit 8 Prozentpunkten erleben Simulationsspiele: Mehr als ein Drittel (37 Prozent) steigen ins virtuelle Flugzeug, Polizei- oder Feuerwehrauto, bauen Zoos oder Bauernhöfe oder gestalten das Leben ihrer Sims.

Gaming bleibt mobil: Smartphone wieder auf Platz 1

Gaming geht von überall: Wie bereits im Jahr 2020 spielen die meisten mobil auf dem Smartphone (84 Prozent). Das Gerät erfährt in fast allen Altersgruppen größte Beliebtheit als Gaming-Device: 92 Prozent der 16- bis 29-Jährigen, 87 Prozent der 30- bis 49-Jährigen sowie 90 Prozent der 50- bis 64-Jährigen nutzen das Smartphone zum Spielen. Nur in der Generation ab 65 Jahren spielen lediglich 3 von 10 (30 Prozent) damit. „Die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer von Mobile Games ist im letzten Jahr nochmals gestiegen: Das Smartphone bleibt damit das beliebteste Gaming-Device und baut den Vorsprung sogar weiter aus“, sagt May. Auf dem Laptop bzw. Notebook spielen 77 Prozent und 56 Prozent mit mobiler oder hybrider Konsole. Auf dem Tablet spielt allerdings nur noch die Hälfte (50 Prozent), 2020 waren es 62 Prozent. Die Nutzerschaft stationärer Geräte wie Spielekonsole (52 Prozent) oder Desktop-PC (43 Prozent) wächst nicht weiter.

7 von 10 spielen täglich per Smartphone

Auf dem Smartphone spielen nicht nur viele, sie spielen auch häufig damit. Auf fast allen Geräten hat sich die tägliche Spielzeit erhöht. 7 von 10 (70 Prozent) Gamerinnen und Gamern, die auf dem Smartphone spielen, machen dies Tag für Tag (2020: 65 Prozent). Auf dem Desktop-PC spielen nur etwa halb so viele wie auf dem Smartphone, die Spieldauer ist jedoch nicht geringer. Auch hier verbringen 7 von 10 (69 Prozent) Nutzerinnen und Nutzern täglich Zeit zum Spielen (2020: 62 Prozent). Auch mit der stationären Spielekonsole spielt die Mehrheit der Nutzerinnen und Nutzer (59 Prozent) mittlerweile jeden Tag, im Vorjahr waren es nur 39 Prozent.

Großes Interesse an neuen Spielekonsolen trotz Lieferproblemen

Für Aufsehen hatte in den vergangenen Monaten der Release neuer Konsolen gesorgt. Allerdings sind die Geräte nur sehr schwer zu bekommen. Schon seit Monaten kämpfen Hersteller mit dem Chipmangel. Laut der Bitkom-Studie haben sich 13 Prozent aller Befragten mit dem Kauf dieser sogenannten Next-Gen-Konsolen beschäftigt, einige ohne Erfolg. Lediglich 5 Prozent derjenigen, die eine dieser neuen Konsolen gekauft oder bestellt haben (36 Prozent), haben keinerlei Schwierigkeiten oder Verzögerungen bei der Lieferung erlebt. Ein Drittel (36 Prozent) hat das Wunschgerät zwar im Handel ergattern können, allerdings erst nach einer durchschnittlichen Lieferzeit von 10,5 Wochen. 27 Prozent warteten bei Abschluss der Befragung noch immer auf die Lieferung. Die Knappheit an Konsolen hat einige veranlasst, sich ihr Wunschgerät abseits des Handels zu besorgen: Ungefähr jede oder jeder Sechste (18 Prozent) ist über alternative Wege, etwa

via eBay Kleinanzeigen, gegangen. Dass die Konsolen weiterhin vielfach ausverkauft sind, veranlasst viele, den Markt sehr aktiv zu beobachten. Zwar haben 60 Prozent der Interessierten noch keine der Konsolen gekauft oder bestellt, über die Hälfte von ihnen (56 Prozent) versucht aber aktuell weiter, eine zu erstehen. 10 Prozent warten, bis sie wieder in großen Mengen verfügbar sind. 7 Prozent haben sich in der Zwischenzeit für eine andere Konsole entschieden. Nur jede oder jeder Zwölfte (8 Prozent) hat sein Kaufvorhaben wegen der Lieferprobleme aufgegeben.

Für 4 von 10 ist ein Leben ohne Video- oder Computerspiele unvorstellbar

Die große Nachfrage nach den neuen Konsolenmodellen ist wenig verwunderlich. Denn Gaming ist schon lange kein bloßer Zeitvertreib mehr. 4 von 10 (41 Prozent) Gamerinnen und Gamern sind der Meinung, dass Video- und Computerspiele gesellschaftliches Kulturgut sind, genauso wie Bücher, Musik oder Filme. Fast ebenso viele (40 Prozent) stellen heraus, dass durch Video- oder Computerspiele wichtige Fähigkeiten für das reale Leben, wie zum Beispiel Teamfähigkeit, Reaktionsschnelligkeit oder strategisches Denken erlernt werden können. Gaming ist fester Bestandteil ihres alltäglichen Lebens. So sagen fast zwei Drittel (64 Prozent), dass Video- oder Computerspiele ihnen dabei helfen, vom Alltag abzuschalten, und 4 von 10 Gamerinnen und Gamern (41 Prozent) können sich ein Leben ohne Video- oder Computerspiele nicht mehr vorstellen.

Kontakt

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Sebastian Klöß
Leiter Märkte & Technologien
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Von Mitte Juni bis Mitte Juli 2021 wurden dabei 1.269 Personen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt, darunter 635 Gamerinnen und Gamer. Die Umfrage ist repräsentativ.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Halb-Deutschland-spielt-Video-oder-Computerspiele***