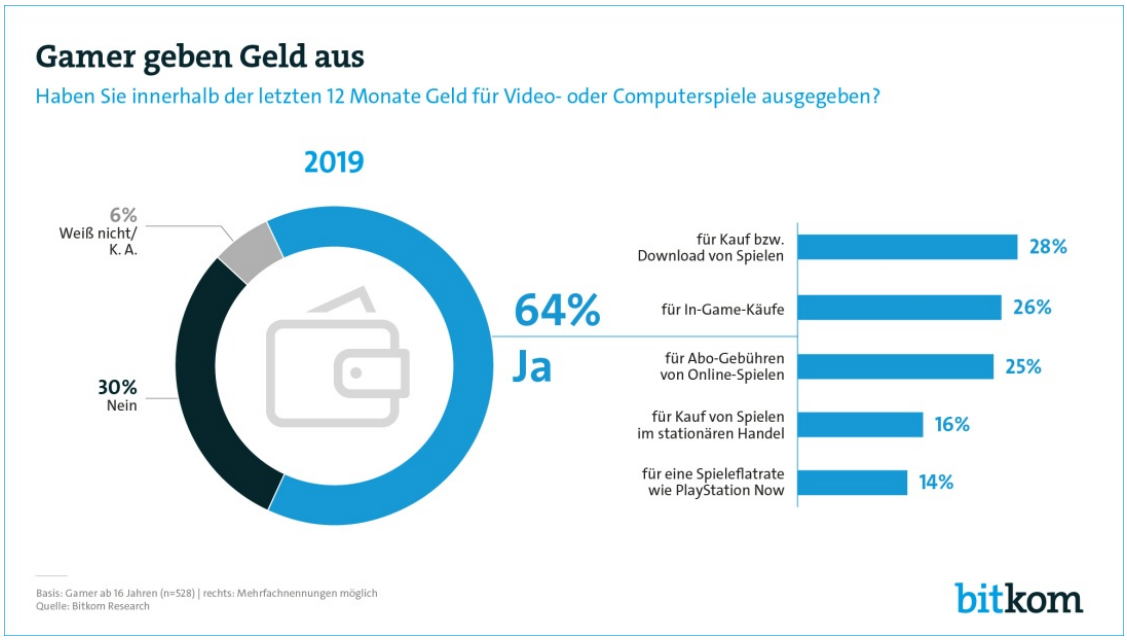
Bitkom e.V. |

Mobil und flexibel: Die Gaming-Trends 2019

- **Das Smartphone ist noch vor der Konsole das beliebteste Gerät zum Spielen**
- **Gamer geben mehr Geld für ihr Hobby aus**



Berlin, 14. August 2019 - Ob per Konsole mit Dutzenden anderen Spielern oder allein mit dem Smartphone beim Warten auf den Bus: Gaming ist zu einem sozialen und kulturellen Phänomen geworden und in großen Teilen der Gesellschaft beliebt. 43 Prozent der Bundesbürger spielen zumindest gelegentlich Computer- oder Videospiele. Das hat eine repräsentative Umfrage des Digitalverbands Bitkom unter 1.224 Personen ab 16 Jahren ergeben. Demnach ist Gaming nicht nur bei Männern (45 Prozent) und Frauen (41 Prozent) gleichermaßen beliebt, sondern auch quer durch alle Altersklassen: 71 Prozent der 16- bis 29-Jährigen, 65 Prozent der 30- bis 49-Jährigen und immerhin 25 Prozent der 50- bis 64-Jährigen spielen. So genannte Silver Gamer ab 65 Jahren sind mit 13 Prozent vertreten. Für viele gehört Gaming mittlerweile zum Leben dazu: Jeder vierte Deutsche (25 Prozent) meint, Video- und Computerspiele seien ein gesellschaftliches Kulturgut wie Bücher, Filme oder Musik. Jeder dritte Gamer sagt, er könne sich ein Leben ohne Videospiele gar nicht mehr vorstellen.

Gamerinnen wollen zeitgemäße Darstellung von Frauen in Videospielen

„Gaming ist ein Massenphänomen und hat sich in der Breite der Gesellschaft etabliert“, sagt Bitkom-Präsidiumsmitglied Olaf May bei der Vorstellung der Studienergebnisse im Vorfeld der weltweit größten Computerspielemesse Gamescom. „Gleichwohl sehen wir, dass sich ein Teil dabei von der Branche diskreditiert fühlt.“ So geben mehr als 8 von 10 Gamerinnen (82 Prozent) an, die Darstellung von Frauen in den Games sei weder angemessen noch zeitgemäß. Bei den Männern sagen dies 52 Prozent. 49 Prozent der Frauen, die zumindest gelegentlich spielen, wünschen sich mehr starke weibliche Figuren – und 38 Prozent der Männer. „Eine angemessene und zeitgemäße Repräsentation von Frauen in Games ist wichtig, hier besteht noch Aufholbedarf“, sagt May. „Je mehr Frauen in der Spielebranche arbeiten, umso positiver wird sich das auf das Frauenbild und die Vielfalt in Spielen auswirken.“

Gaming wird mobiler und flexibler

Das Smartphone ist mittlerweile das beliebteste Gerät zum Spielen und wird von 85 Prozent der

Gamer genutzt (2018: 79 Prozent). Die Spielkonsole liegt mit 77 Prozent nur noch auf Platz zwei (2018: 85 Prozent). Einen Rückgang verzeichnet auch der Laptop, den 74 Prozent nutzen, ein Rückgang von 4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Gaming mit dem Tablet legt hingegen von 53 auf 60 Prozent zu. Der stationäre Desktop-PC bleibt mit 48 Prozent (2018: 47 Prozent) hinter den anderen Geräten zurück, hält sich dort aber stabil. „Mobiles Gaming liegt im Trend der Zeit. Die Mobilität in unserer Gesellschaft wächst ebenso wie die mobile Konnektivität. Dies spiegelt sich auch bei den Gaming-Vorlieben wieder“, sagt Olaf May. „Insbesondere die jugendlichen Nutzer wollen dort spielen, wo sie sich gerade befinden und wie es am besten zu ihrer aktuellen Lebenssituation passt.“

Und so nimmt auch synchronisiertes Gaming weiter zu: 29 Prozent nutzen mehrere Endgeräte für dasselbe Spiel. „Für Hersteller von Hardware und Spielen bedeutet das: Sie sollten eine nahtlose Multi-Device-Experience schaffen. Egal, auf welchem Gerät, an welchem Ort und zu welcher Zeit: Das Spielerlebnis sollte immer auf einem gleichbleibend hohen Niveau sein“, betont May.

Mehr Gamer geben Geld für ihr Hobby aus

Die Bereitschaft, fürs Gaming zu zahlen, ist im vergangenen Jahr erneut gestiegen. Fast zwei Drittel (64 Prozent) geben an, in den vergangenen zwölf Monaten Geld für Computer- oder Videospiele ausgegeben zu haben. Davon zahlten 28 Prozent für den Kauf beziehungsweise Download von Spielen, 26 Prozent für In-Game-Käufe sowie 25 Prozent für Abo-Gebühren von Online-Spielen. 14 Prozent zahlten für eine Spiele-Flatrate. „Diese Zahlungsbereitschaft setzt für die Entwicklerbranche ein positives Signal“, sagt Bitkom-Präsidiumsmitglied Olaf May. „Unerlässlich ist allerdings, dass bei den Bezahlmodellen eine maximale Flexibilität gewährleistet wird.“ Fast jeder zweite Gamer (45 Prozent) würde eine Spiele-Flatrate nach dem Netflix-Modell abschließen, im Vorjahr waren es erst 36 Prozent. „Die Musikbranche zeigt, wohin die Reise geht: Sie verzeichnete im ersten Halbjahr 2019 dank Audiostreaming die höchste Wachstumsrate seit 1993. Diesen Effekt werden wir auch beim Streaming von Spielen erleben: Games ziehen in die Cloud. Populäre Spiele werden via Streaming-Angebot gleichzeitig auf PC, Fernseher, Tablet und mobil über das Smartphone verfügbar gemacht. 5G wird diesen vergleichsweise neuen Markt ganz sicher weiter beflügeln. Auch wenn noch einige technische Hürden zu nehmen und Preismodelle zu etablieren sind, wird sich diese Entwicklung fortsetzen“, sagt May.

Virtual Reality intensiviert das Spielerlebnis

Fast alle Gamer (94 Prozent) haben schon von Virtual-Reality-Brillen gehört, jeder Vierte (23 Prozent) besitzt ein solches Device. May: „Der Einsatz von Virtual und Augmented Reality wird in Kombination mit dem neuen Mobilfunkstandard 5G das Spieleerlebnis intensivieren und erweitern. Wir werden noch mehr Jump-and-Run-Spiele in der Mixed Reality erleben. Pokémon war erst der Anfang. Spielehersteller können damit noch viel größer denken.“ Wichtig sei nun, dass Entwickler die neuen Technologien auch in neue Spielerlebnisse übersetzen.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.224 Bundesbürger ab 16 Jahren telefonisch befragt, darunter 528 Gamer. Die Umfrage ist repräsentativ.

Kontakt

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

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

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mobil-und-flexibel-Die-Gaming-Trends-2019***