Bitkom e.V. | Presseinformation

87 Prozent spielen Video- und Computerspiele mit anderen

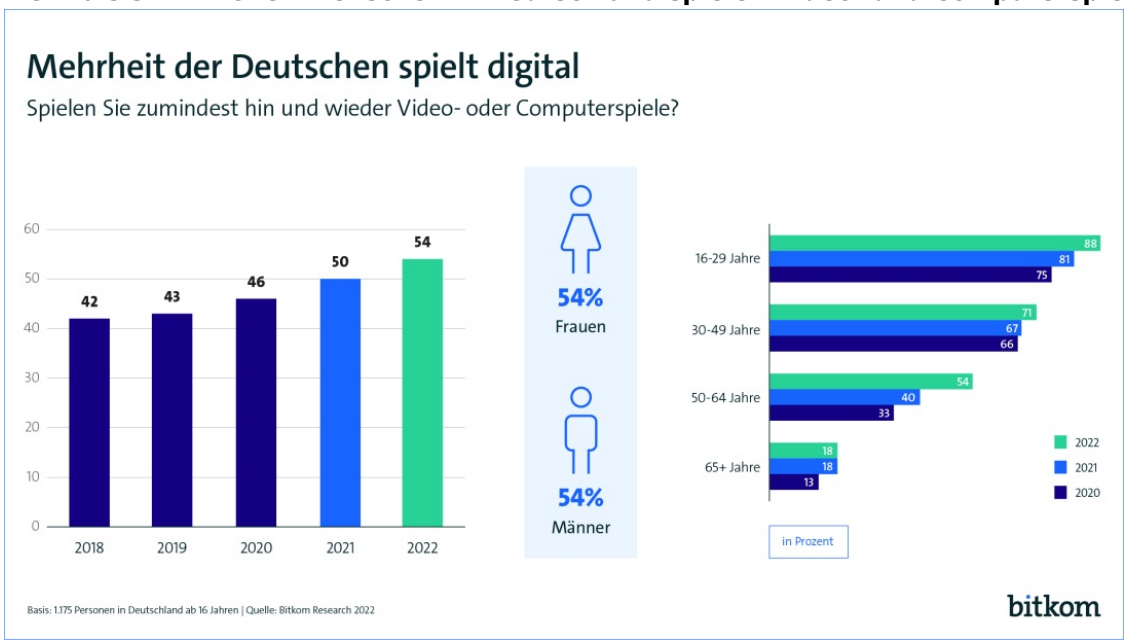
- **Mehr als 37 Millionen Deutsche ab 16 Jahren begeistern sich fürs Gaming**
- **8 von 10 Spielerinnen und Spielern spielen auf dem Smartphone**
- **Die Zahlungsbereitschaft für Gaming geht leicht zurück**



Berlin, 23. August 2022 - Wer Video- oder Computerspiele spielt, vereinsamt vor dem Bildschirm? Dieses Klischee hat ausgedient. Ob man gemeinsam neue Welten erobert oder in einer virtuellen Arena antritt: Knapp 9 von 10 Gamern (87 Prozent) spielen zusammen mit anderen – 43 Prozent sogar regelmäßig. Zwei Drittel (67 Prozent) spielen Games im Freundeskreis, mit der Familie oder anderen Bekannten privat zu Hause. 58 Prozent spielen mit anderen Menschen im Netz. Dabei kennen 55 Prozent ihre Online-Spielpartner, 54 Prozent spielen aber online mit Unbekannten. Das zeigt eine repräsentative Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter mehr als 1.100 Personen in Deutschland ab 16 Jahren. Demnach geht nur eine Minderheit heutzutage noch in Internet- bzw. Gaming-Cafés oder Spielhallen: 14 Prozent der Gamer spielen dort allein oder in Gesellschaft. „Gaming bringt Menschen zusammen – unabhängig von Geschlecht, Alter, Kultur oder Herkunft. Da Gaming immer größere Teile der Bevölkerung begeistert, werden die Ausprägungen der Spielkultur vielfältiger. Es gibt nicht die eine Gaming-Szene. Wie und was gespielt wird, das ist so divers wie die Menschen selbst“, sagt Bitkom-Präsidiumsmitglied Olaf May.

Viele Gamer suchen ganz bewusst die Gesellschaft anderer. Rund die Hälfte (49 Prozent) spielt Video- oder Computerspiele, um mit anderen Menschen Zeit zu verbringen – unter den 16- bis 29-Jährigen sind es sogar 59 Prozent. Jede und jeder Zehnte (10 Prozent) möchte beim Gaming auch neue Menschen kennenlernen. Insgesamt sind die Gründe für Gaming vielfältig. Die meisten spielen einfach, um Spaß zu haben (77 Prozent). Zwei Drittel der Gamer (66 Prozent) vertreiben sich mit digitalen Spielen die Zeit. 44 Prozent suchen durch Gaming Ablenkung und 35 Prozent Entspannung. Ein Viertel (25 Prozent) möchte dadurch Erfolgserlebnisse haben und fast genauso viele (23 Prozent) wollen so Aggressionen abbauen. Des Weiteren spielen 28 Prozent Video- oder Computerspiele und hier insbesondere die Jüngeren zwischen 16 und 29 Jahren (35 Prozent) um dabei Wissen zu erwerben. Für die mentale Fitness – etwa zur Stärkung der Konzentrations- oder Reaktionsfähigkeit – spielen vor allem Ältere ab 65 Jahren (48 Prozent). Insgesamt nutzt ein Viertel (26 Prozent) Games, um mental fit zu bleiben. 14 Prozent wollen durch Gaming ihre körperliche Fitness erhalten oder steigern.

Mehr als 37 Millionen Menschen in Deutschland spielen Video- und Computerspiele



Seit Beginn der Corona-Pandemie ist die Zahl der Gamer noch einmal deutlich angestiegen. Während im Jahr 2019 rund 4 von 10 Menschen in Deutschland (43 Prozent) angaben, zumindest hin und wieder Video- oder Computerspiele zu spielen, ist es heute mit 54 Prozent die Mehrheit der Gesellschaft – über 37 Millionen Menschen in Deutschland ab 16 Jahren. Frauen (54 Prozent) und Männer (54 Prozent) spielen gleichermaßen. Besonders ist die Zahl der Gamer zwischen 50 und 64 Jahren gewachsen: Spielten im vergangenen Jahr erst 40 Prozent der Menschen in diesem Alter Games, sind es in diesem Jahr bereits 54 Prozent. Unter den Älteren ab 65 Jahren spielen 18 Prozent. Am beliebtesten sind Video- und Computerspiele bei 16- bis 29-Jährigen mit 88 Prozent, gefolgt von den 30- bis 49-Jährigen mit 71 Prozent.

9 von 10 Gamern unter 50 Jahren spielen auf dem Smartphone

Das Smartphone (83 Prozent) bleibt das meistgenutzte Gaming-Gerät (2021: 84 Prozent). Unter Gamern zwischen 16 und 49 Jahren spielen 9 von 10 mobil auf dem Smartphone (89 Prozent) und auch unter 50- bis 64-Jährigen (86 Prozent) ist das Gerät besonders beliebt. Lediglich die Gruppe ab 65 Jahren (28 Prozent) spielt nur selten auf Smartphones – hier wird der stationäre Desktop-PC (52 Prozent) am häufigsten zum Spielen genutzt. „Smartphones bieten einen leichten Zugang zur Gaming-Welt. Durch die mittlerweile sehr hohe Leistungsfähigkeit der Smartphones wird für Games und Spielentwickler mehr möglich“, erklärt May. „Wir haben sie im Alltag stets griffbereit. Neue Display-Technologien und Formfaktoren von Smartphones schaffen zusätzliche Vorteile für das Gaming unterwegs. Das Spieleangebot ist breit. Und viele Spiele-Apps sind Free-To-Play erhältlich, können also kostenlos gespielt werden.“ Andere Geräte verlieren hingegen Spielerinnen und Spieler. So sinkt der Anteil derer, die auf einem Tablet spielen, von 50 Prozent im Vorjahr auf aktuell 45 Prozent – im Jahr 2020 nutzten noch 62 Prozent ein Tablet zum Spielen. Während die Laptop-Nutzung im vergangenen Jahr von 77 Prozent auf 72 Prozent ebenfalls gesunken ist, spielen auch am stationären Desktop-PC (36 Prozent) weniger als noch vor einem Jahr (2021: 43 Prozent). Auf Konsolen spielen insgesamt 82 Prozent der Gamer – 41 Prozent auf einer stationären Spielekonsole, 24 Prozent auf einer mobilen sowie 36 Prozent auf einer hybriden Konsole, die sowohl stationär als auch mobil verwendet werden kann.

Der Konsolenmarkt wird weiterhin von Lieferengpässen beeinträchtigt. Seit dem Release der neuesten Konsolengenerationen können die Modelle nur in geringeren Mengen produziert werden und ein Teil der Nachfrage kann nicht befriedigt werden. Laut der Bitkom-Studie haben sich rund 7,6 Millionen Menschen in Deutschland in den vergangenen Monaten für den Kauf einer neu herausgebrachten Konsole interessiert – aber nur bei einem Drittel von ihnen (35 Prozent) kam es zum Kauf bzw. zur Bestellung.

72 Prozent geben Geld für Gaming aus

Nachdem zu Beginn der Corona-Pandemie viele Nutzerinnen und Nutzer erstmals für Games gezahlt

haben, geht dieser Trend jetzt wieder leicht zurück – bleibt jedoch über dem Vor-Corona-Niveau. So geben mit 72 Prozent etwas weniger Spielerinnen und Spieler Geld für Gaming aus als noch vor einem Jahr, als es 76 Prozent waren. Mehr als ein Drittel (37 Prozent) macht In-Game-Käufe und zahlt etwa für die persönliche Ausrüstung oder Grundstücke in einem Spiel. Fast genauso viele (34 Prozent) geben Geld für den Online-Kauf oder den Download von Spielen aus. Nur noch 9 Prozent gehen zum niedergelassenen Händler, um Video- oder Computerspiele zu kaufen.

Die Zahl der Spiele-Abos geht ebenfalls zurück: Vor einem Jahr hatten 58 Prozent mindestens ein Gaming-Abo, in diesem Jahr ist es mit 51 Prozent nur noch etwas mehr als die Hälfte der Gamer. 32 Prozent haben ein Abo für einzelne Online-Spiele wie World of Warcraft – 37 Prozent waren es noch im Jahr 2021. Knapp ein Fünftel (19 Prozent) zahlt Abo-Gebühren für einzelne Konsolen-Anbieter wie Switch Online oder Xbox Live Gold (2021: 23 Prozent). 15 Prozent haben ein Abo für Online-Plattformen zum Download von Spielen, dazu zählen unter anderem Apple Arcade, Prime Gaming oder Xbox Game Pass (2021: 19 Prozent). Streaming-Spiele-Abos nehmen erst 10 Prozent in Anspruch – jedoch wächst dieser Bereich im Gegensatz zu anderen Abo-Modellen (2021: 7 Prozent). „Cloud-Gaming findet zunehmend mehr Anhängerinnen und Anhänger. Viele schätzen die Flexibilität, die es vorher so nicht gab. Es macht möglich, ein Spiel auf dem PC zu starten und im Wohnzimmer auf dem TV weiter zu spielen. Gleichzeitig wird es einfacher, neue Spiele zu entdecken und auszuprobieren“, erklärt May. „Streaming-Angebote für Games werden weiter wachsen.“

Spielerinnen und Spieler, die Geld für Gaming ausgeben, greifen im Vergleich zum Vorjahr auch etwas weniger tief in die Taschen – im Schnitt zahlen sie 23 Euro pro Monat für Video- oder Computerspiele (2021: 26 Euro). 10 Prozent geben weniger als 10 Euro monatlich aus, 9 Prozent zahlen 50 Euro und mehr. Allerdings sind einige auch bereit, für ihr Lieblingsspiel Geld in ihre Hardware wie Konsole, PC oder Notebook zu stecken. So haben 16 Prozent aller Gamer schon einmal neue Hardware gekauft, nur um ihr Lieblingsspiel spielen zu können.

Top 10 Spiele-Genres: Casual Gaming weiterhin an der Spitze

Am beliebtesten sind wie im Vorjahr einfache Gelegenheitsspiele wie Puzzle- oder Kartenspiele, sogenannte Casual Games, die 78 Prozent der Gamer spielen. Rang zwei belegen Strategie-, Management- und Aufbauspiele wie Anno 1800 oder Age of Empires (69 Prozent) und auf dem dritten Platz sind Social- und Messenger-Games wie Farmville oder Mafia Wars (64 Prozent). Fitness- und Bewegungsspiele, die seit der Corona-Pandemie viele neue Nutzerinnen und Nutzer verzeichnen, spielen 6 von 10 (60 Prozent), sie landen damit auf Platz vier. An fünfter und sechster Stelle folgen Jump’n’Run bzw. Geschicklichkeitsspiele (57 Prozent) sowie Action-Spiele inkl. First- und Third-Person Shooter (57 Prozent). Platz sieben belegen Massen-Mehrspieler-Online-Spiele mit 56 Prozent. Fast die Hälfte (46 Prozent) spielt Lernspiele und ein Drittel Simulationsspiele (35 Prozent) sowie Renn- und Sportspiele (35 Prozent).

Gaming kann den Schulunterricht spannender gestalten

Drei Viertel der Gamer (75 Prozent) geben an, dass Video- und Computerspiele ihnen dabei helfen, vom Alltag abzuschalten – deutlich mehr als noch vor einem Jahr, als dies bei knapp zwei Dritteln (64 Prozent) der Fall war. Games dienen jedoch nicht nur der Freizeitbeschäftigung, sie können beispielsweise auch in den Schulalltag integriert werden. Fast 6 von 10 Gamern (57 Prozent) sind der Meinung, dass Video- und Computerspiele den Schulunterricht spannender gestalten können. 46 Prozent sagen, man lerne durch Gaming wichtige Fähigkeiten für das reale Leben wie Teamfähigkeit, Reaktionsschnelligkeit oder strategisches Denken. „Spiele können einen hohen didaktischen Wert haben. Schon der Einsatz von Spielmechanismen wie Belohnungen, Fortschrittsbalken oder Ranglisten, bezeichnet als Gamification, regt Kreativität an und wirkt motivierend. Damit können Spiele zielgerichtet eingesetzt werden, um das Lernen abwechslungsreicher und digitaler zu gestalten. Das funktioniert in der Schule genauso wie am Arbeitsplatz“, erklärt May.

4 von 10 Gamern (41 Prozent) sagen, dass Games einen einfachen Einstieg in die digitale Welt ermöglichen. Für etwa genauso viele (44 Prozent) sind Video- und Computerspiele gesellschaftliches Kulturgut wie Bücher, Filme oder Musik. 42 Prozent können sich ein Leben ohne Video- und Computerspiele nicht mehr vorstellen. „Games öffnen einen spielerischen Zugang zur digitalen Welt und fördern dadurch die gesellschaftliche Teilhabe in allen Altersklassen und Bevölkerungsgruppen“, so May. „Gleichzeitig muss das Thema Nachhaltigkeit auch in der Gaming-Welt in den Fokus rücken. Hersteller von Hardware sind in der Pflicht, die Energieeffizienz der Geräte zu verbessern und den

Anteil nachhaltiger Materialien in Produkten und Verpackungen zu erhöhen. Doch auch die Gamer selbst können einen Beitrag leisten: Es hilft, Geräte bei längeren Spielpausen auszuschalten und 100 Prozent Öko-Strom aus regenerativen Quellen zu nutzen. Außerdem ist es wichtig, alte Hardware fachgerecht zu entsorgen und dafür die Rücknahmeangebote der Hersteller und Händler oder die Entsorgung über Wertstoffhöfe zu nutzen.“

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 Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.175 Personen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Gaming-Trends-2022***