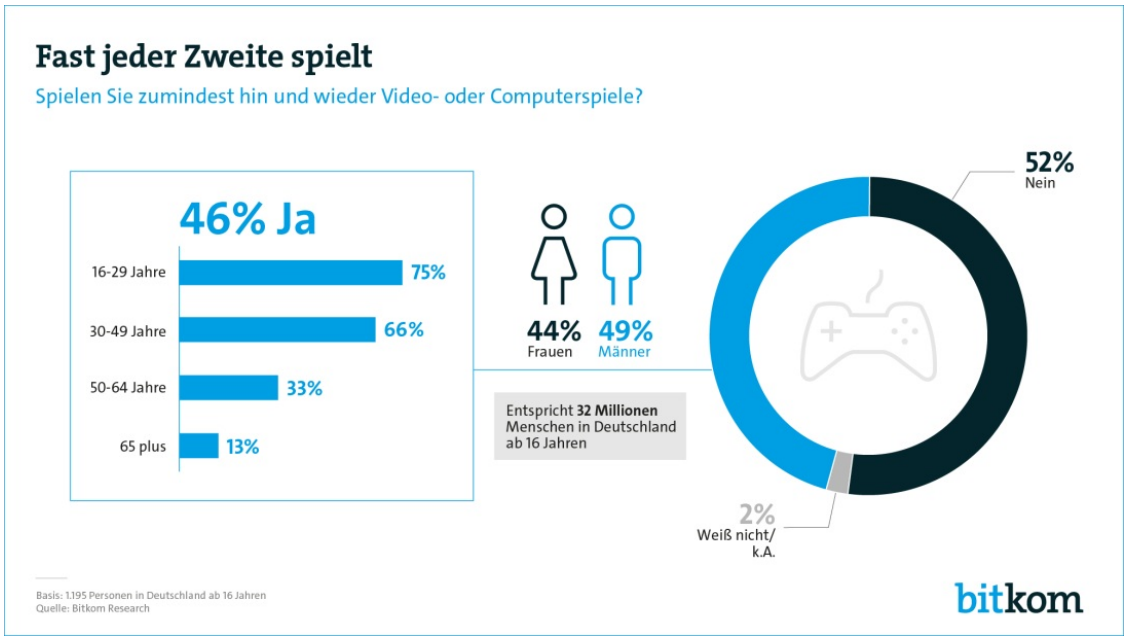
Bitkom e.V. |

Ein Leben ohne Videospiele ist für jeden dritten Nutzer undenkbar

- **Seit Corona geben Gamer mehr Geld aus und spielen häufiger – Fitnessspiele boomen**
- **Ein Großteil spielt täglich, vor allem auf dem Smartphone**
- **Senioren lieben Casual Games, junge Menschen Ego-Shooter**



Berlin, 20. August 2020 - Sie spielen mehr, sie spielen länger und vor allem: Sie geben mehr Geld dafür aus. Die Nutzer von Computer- und Videospielen haben ihr Spielverhalten seit Ausbruch der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Einschränkungen deutlich intensiviert. Mehr als jeder Zweite (55 Prozent) unter ihnen sagt, seither mehr zu spielen – durchschnittlich sieben Stunden pro Woche zusätzlich zum früheren Umfang. Zugleich sind viele bereit, mehr Geld für Computer- und Videospiele auszugeben. Lagen die durchschnittlichen Ausgaben pro Monat vor Corona bei 15 Euro, liegen sie nun 60 Prozent höher, bei durchschnittlich 24 Euro. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.195 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren, die im Vorfeld der Computerspielemesse Gamescom durchgeführt wurde.

Bei den Jüngeren fällt der Ausgabenanstieg demnach besonders groß aus: von 22 Euro pro Monat auf 34 Euro. Die 30- bis 49-Jährigen geben aktuell 19 Euro pro Monat fürs Gaming aus, vor Ausbruch der Corona-Pandemie waren es noch 11 Euro. Bei den 50- bis 64-Jährigen beträgt der Anstieg 5 Euro: von 12 Euro vor Corona auf 17 Euro seit Corona. Bei der Generation 65 plus haben sich die monatlichen Ausgaben von 6 auf 10 Euro erhöht. Insgesamt sagt jeder zweite Nutzer (49 Prozent), ohne Video- und Computerspiele wäre ihm während der Corona-Krise „die Decke auf den Kopf gefallen“. Jedem dritten Gamer (31 Prozent) haben gemeinsame Online-Spiele geholfen, während der Krise Kontakt zu Freunden und Bekannten zu halten.

Jeder zweite spielt Video- und Computerspiele

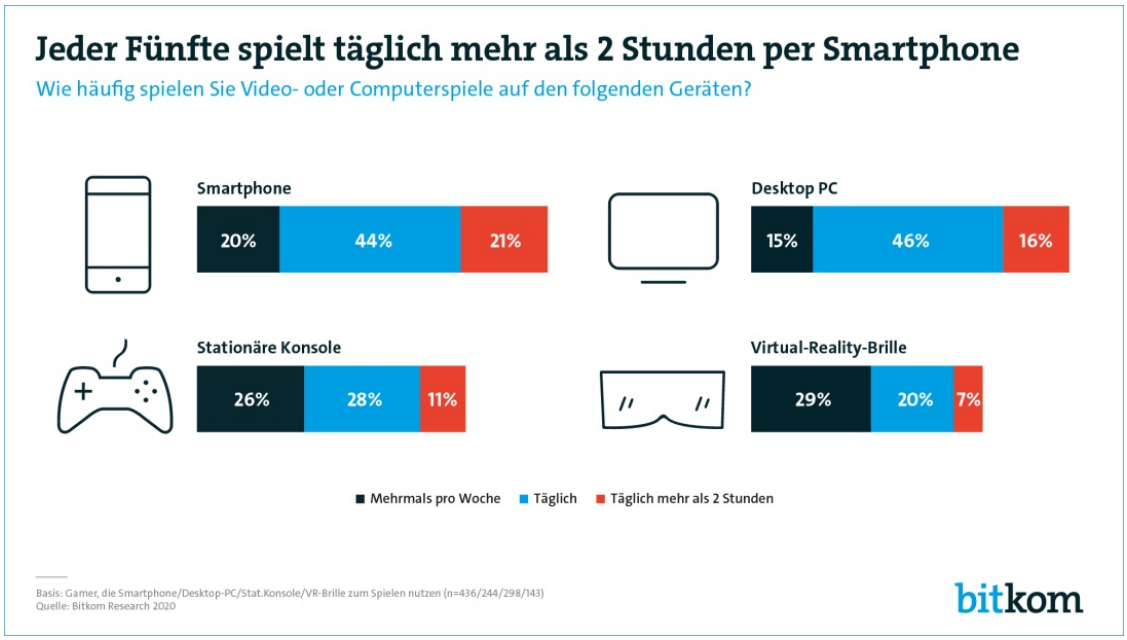
Mit dem Smartphone auf dem Weg zur Arbeit, mit dem Laptop bei Freunden oder an der Konsole zu Hause – Gaming ist kein Nerd- oder Nischenphänomen, sondern in der Mitte der Gesellschaft angekommen: Fast jeder Zweite (46 Prozent) spielt zumindest gelegentlich Video- oder Computerspiele. Diese Zahl ist im Vergleich zu den Vorjahren erneut gestiegen: 2019 waren es noch 43 Prozent, 2018 42 Prozent. Bei den unter 30-Jährigen spielen aktuell sogar drei Viertel (75 Prozent) Video- und Computerspiele – und zwei Drittel (66 Prozent) bei den 30- bis 49-Jährigen. Unter den 50-

bis 64-Jährigen spielt jeder Dritte (33 Prozent), 13 Prozent sind es bei den Senioren über 65 Jahren. Zugleich ist Gaming bei Männern (49 Prozent) und Frauen (44 Prozent) gleichermaßen beliebt. „Gaming hat sich in der Gesellschaft fest etabliert. Diese Entwicklung setzt sich 2020 fort“, sagt Bitkom-Präsidiumsmitglied Olaf May.

Für viele Gamer geht es dabei um mehr als nur um ein Hobby: 37 Prozent können sich ein Leben ohne Video- und Computerspiele schon gar nicht mehr vorstellen. Bei den Männern ist diese Einschätzung mit 40 Prozent etwas ausgeprägter als bei den Frauen (34 Prozent) – und bei den 16- bis 29-jährigen Gamern (45 Prozent) deutlich stärker als bei den über 65-jährigen Spielern von Videogames (19 Prozent). 61 Prozent sagen zudem, dass ihnen Video- und Computerspiele dabei helfen, vom Alltag abzuschalten. Fast jeder zweite Gamer (45 Prozent) sieht in den Spielen ein gesellschaftliches Kulturgut wie Bücher, Filme oder Musik.

Das Smartphone liegt vorn: Gaming wird mobiler

Gaming ist mobil und flexibel: Fast alle Spieler (98 Prozent) nutzen bereits mindestens ein tragbares Gerät zum Spielen. 81 Prozent setzen ein Smartphone zum Spielen ein, 77 Prozent einen Laptop und 62 Prozent ein Tablet. Mehr als jeder Zweite (56 Prozent) spielt mit einer Konsole, die auch oder ausschließlich mobil nutzbar ist. Erst dahinter folgen rein stationäre Geräte wie die stationäre Spielkonsole (54 Prozent) oder der Desktop-PC, den nur noch 44 Prozent zum Spielen nutzen – dieser Wert ist in den vergangenen fünf Jahren deutlich gesunken (2015: 69 Prozent). „Mobile Gaming ist kein zufälliger Trend, sondern eine konsequente Entwicklung. Größere Displays und leistungsstärkere Geräte machen das mobile Spielerlebnis immer attraktiver. Technologien wie 5G werden ortsungebundenes Gaming mit Reaktionsmöglichkeiten in Echtzeit weiter fördern“, so Olaf May. Zunehmend etabliert sich auch die Virtual-Reality-Brille bei den Gamern, jeder Vierte (26 Prozent) setzt sie bereits ein.



Zwei Drittel spielen täglich mehr als zwei Stunden per Smartphone

Das Smartphone ist nicht nur am weitesten verbreitet, es wird auch am längsten zum Spielen verwendet. Zwei Drittel (65 Prozent) spielen täglich damit, jeder Fünfte (21 Prozent) sogar länger als zwei Stunden pro Tag. Bei den unter 30-Jährigen spielen sogar 27 Prozent länger als 2 Stunden täglich per Smartphone. Desktop-PC-Gamer spielen mit 62 Prozent fast genauso häufig jeden Tag – rund jeder Sechste (16 Prozent) länger als zwei Stunden. Letzteres trifft bei den 16- bis 29-jährigen Desktop-PC-Gamern auf jeden Fünften (20 Prozent) zu. Die Zahl derjenigen, die derart intensiv spielen, fällt bei den anderen Geräten niedriger aus: 39 Prozent derjenigen, die mit einer stationären Konsole spielen, tun dies täglich – und jeder Zehnte (11 Prozent) länger als zwei Stunden. Die Virtual-Reality-Brille nutzt mehr als jeder Vierte (27 Prozent) täglich, jedoch nur 7 Prozent länger als zwei Stunden.

Mehr Gamer geben Geld für ihr Hobby aus

Die Bereitschaft, fürs Gaming zu zahlen, ist im vergangenen Jahr erneut gestiegen. Fast 7 von 10 Nutzern von Computer- oder Videospielen (69 Prozent) haben in den vergangenen zwölf Monaten Geld dafür ausgegeben – vor einem Jahr waren es noch 64 Prozent und 54 Prozent im Jahr 2017. Dabei machen Abo-Modelle einen wachsenden Anteil der Ausgaben aus: Insgesamt 55 Prozent haben mindestens ein Gaming-Abo abgeschlossen. Die Mehrheit hiervon (31 Prozent) zahlt Abo-Gebühren für einzelne Online-Spiele, etwa World of Warcraft. Jeder Fünfte (19 Prozent) zahlt Abo-Gebühren für einzelne Konsolen-Anbieter, etwa Play Station Plus, Xbox Live Gold oder Nintendo Switch Online. 17 Prozent haben ein Abo, mit dem sie über eine Online-Plattform Spiele herunterladen können, dazu zählen etwa Apple Arcade, Prime Gaming oder Xbox Game Pass. Noch nicht so sehr verbreitet sind Abos bei Plattformen, auf denen Spiele gestreamt werden können, etwa Google Stadia oder Playstation Now: Erst 4 Prozent haben ein entsprechendes Abo abgeschlossen.

Senioren lieben Casual-Games, junge Menschen Ego-Shooter

Und schließlich hat die Corona-Pandemie noch einen weiteren Effekt auf die Gaming-Branche. So verzeichneten Fitness- und Bewegungsspiele wie Zumba, Wii Fit oder Ring Fit Adventure den stärksten Anstieg unter den verschiedenen Spielearten: Jeder Zweite (52 Prozent) hält sich damit aktuell fit, im vergangenen Jahr waren es mit 39 Prozent 13 Prozentpunkte weniger. Frauen (55 Prozent) nutzen diese so genannten Exergames etwas häufiger als Männer (49 Prozent). Olaf May: „Das Nutzungsverhalten spiegelt sich mit den steigenden Absätzen bei Wearables. Der starke Zuwachs bei Fitness- und Bewegungsspielen ist ein Gradmesser dafür, wie Menschen Gamification-Ansätze und entsprechende Technologie in immer mehr Lebensbereiche integrieren.“

Am meisten werden jedoch Casual Games gespielt. 73 Prozent setzen auf diese Gelegenheitsspiele für Zwischendurch, vor allem auf dem Smartphone: Candy Crush, Angry Birds oder Solitaire zählen zu den berühmtesten. Zwar werden diese Spiele über alle Altersgruppen genutzt, von Senioren aber besonders gerne: 93 Prozent der über 65-Jährigen spielen zumindest gelegentlich Casual Games, aber auch drei Viertel (75 Prozent) der unter 30-Jährigen. Anders ist es bei den Action-Spielen oder Ego-Shootern, die auf dem zweiten Platz der meistgespielten Spiele liegen: 67 Prozent spielen diese Games insgesamt. Bei den 16- bis 29-Jährigen sind es jedoch 81 Prozent – und bei den über 65-Jährigen nur noch 30 Prozent. Hier gibt es auch einen deutlichen Geschlechterunterschied: Drei Viertel (74 Prozent) der Männer spielen etwa Call of Duty oder Battlefield – und 59 Prozent der Frauen. In keiner Spielekategorie gibt es einen stärkeren Unterschied. Augmented-Reality-Spiele wie Minecraft Earth oder Harry Potter Wizards Unite, bei denen die Nutzer per Smartphone die echte um eine virtuelle Welt erweitern, spielt mittlerweile jeder Fünfte.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom im Juni 2020 durchgeführt hat. Dabei wurden 1.195 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt, darunter 554 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/Ein-Leben-ohne-Videospiele-ist-fuer-jeden-dritten-Nutzer-undenkbar***