

Weltweiter Online-Gaming-Markt im Aufwind

Mit seinem aktuellen „Global Online Gaming Report 2012“ beleuchtet das Hamburger sekundäre Marktforschungsunternehmen yStats.com ausführlich den weltweiten Online-Gaming-Markt, ohne den Online-Gambling-Markt zu berücksichtigen. Dabei werden sowohl der weltweite Markt als auch Märkte 19 einzelner Länder aus den verschiedensten Regionen betrachtet. Zusätzlich finden sich Informationen und Neuigkeiten zu 24 wichtigen Wettbewerbern.

Weltweit steigt der Umsatz auf dem Onlinegame-Markt kontinuierlich an – laut Prognosen wird er zwischen 2010 und 2016 um jährlich mehr als 10 Prozent wachsen. Ein wichtiger Trend in diesem Bereich sind Massively Multiplayer Online Games (MMOGs). Diese waren 2011 insbesondere in den BRIC-Staaten sehr beliebt und auch der US-Markt zeigte sich ausgereift, während in den Schwellenländern noch Wachstumspotenziale vorhanden sind. In Asien war im Jahr 2011 der Anteil der zahlenden Casual und Social Gamer an den gesamten Spielern weltweit am höchsten, gefolgt von den Schwellenländern und den USA.

Social und Casual Games in ganz Amerika beliebt

Für die USA wurde 2011 eine steigende Verbreitung des Social Gaming erwartet – insgesamt spielten bereits ca. 40 Prozent der Internetnutzer diese Art von Onlinegames. Die mit Abstand beliebteste Gaming-Website auf diesem Markt, gemessen an den Besuchen im Dezember 2011, war Pogo, gefolgt von Yahoo! Games. Für Brasilien wurde laut dem „Global Online Gaming Report 2012“ prognostiziert, dass Spieler im Jahr 2011 die meiste Zeit mit Spielen in Social Networks und mit Casual Games verbringen würden.

Social Gaming als wichtiger Trend in Westeuropa

Zu den führenden europäischen Märkten bei Online-Gaming gehören sowohl Großbritannien als auch Deutschland. In Großbritannien wurde 2011 fast ein Fünftel der Gesamtspielzeit für Social Networks verwendet, gefolgt von Casual Games; mehr Zeit wurde nur für Konsolenspiele aufgebracht. In Deutschland wuchs der gesamte Gaming-Markt 2012, im Gegensatz beispielsweise zum japanischen oder US-amerikanischen Markt, und dies allein aufgrund von Umsatzsteigerungen bei Online- und Browsergames. Voraussichtlich wird sich auch die Größe des deutschen Online- und Mobilegame-Markts zwischen 2010 und 2015 fast verdoppeln. Der „Global Online Gaming Report 2012“ von yStats.com zeigt zudem, dass französische Spieler 2011 ca. 15 Prozent der gesamten Spielzeit in Social Networks verbracht haben. In den Niederlanden wurden für das Jahr 2011 Umsätze von mehr als jeweils 50 Millionen EUR für Games auf Casual Websites und MMO-Games prognostiziert. Ebenso wurde erwartet, dass 2011 in Spanien fast drei Viertel der Spieler elektronischer Spiele Social Networks zum Spielen nutzten.

Online-Gaming-Märkte legen auch in Osteuropa zu

In Polen stieg der Wert des gesamten Gaming Markts im Jahr 2011 gegenüber dem Jahr 2010 um mehr als 20 Prozent. In Russland wurden im Vergleich fast 80 Prozent des gesamten Onlinegame-Marktwerts durch Browser-Games generiert. Die Türkei stellte im zweiten Quartal 2011 den weltweit viertgrößten Social-Gaming-Markt in Bezug auf die Anzahl der Spieler dar.

Rasantes Wachstum bei Umsätzen in der Asien-Pazifik-Region, im Nahen Osten und in Afrika

In Südostasien werden sich die Umsätze von Onlinegames zwischen 2011 und 2015 voraussichtlich mehr als verdoppeln. Ebenso wird erwartet, dass der Social-Games-Markt in Japan schnell wachsen wird – zwischen 2011 und 2012 um etwa ein Drittel. Es wird jedoch auch gezeigt, dass Onlinespielsucht beispielsweise in Südkorea ein großes Problem darstellt, wo 2011 bereits mehr als die Hälfte der Einwohner online spielte. Etwas anders sieht es hingegen in China aus, hier sind hauptsächlich Massively Client Games für das Wachstum im Onlinegame-Markt verantwortlich – für 2013 wird erwartet, dass sie mehr als drei Viertel der gesamten Umsätze in diesem Markt generieren. Im Nahen Osten wurden auf dem Onlinegame-Markt Anfang 2012 mit die weltweit höchsten Tagesumsätze je Spieler erzielt. Auch in Südafrika werden zwischen 2010 und 2015 jährliche Steigerungen von 25 Prozent bei den Ausgaben für Onlinegames erwartet.

Wettbewerber im Onlinegame-Markt verzeichnen weltweit starkes Wachstum

Neben den relevanten Märkten unterschiedlicher Regionen werden in dem „Global Online Gaming Report 2012“ von yStats.com auch wichtige Informationen zu mehr als 20 erfolgreichen Wettbewerbern geliefert. So erwartet beispielsweise Zynga ein Umsatzwachstum von mehr als 20 Prozent für das Jahr 2012. Das in Deutschland ansässige Unternehmen Bigpoint hatte Anfang 2012 bereits 250 Millionen registrierte Nutzer und eröffnete zudem Standorte in Großbritannien und Frankreich. Das ebenfalls in Deutschland ansässige Wooga war im April 2012 der größte Social-Game-Entwickler in Europa und der drittgrößte weltweit. Ebenso steigerte der chinesische Onlinegame-Entwickler Changyou seine Umsätze im Jahr 2011 um fast 40 Prozent gegenüber dem Jahr 2010. Des Weiteren wurde der Entwickler von Crossplatform-Games, PopCap Games 2011, von Electronic Arts gekauft und gehört nun als Tochterunternehmen zu diesem Games-Giganten. Auch der US-amerikanische Social-Games Entwickler RockYou war 2011 erfolgreich und konnte Partnerschaften mit Peak Games und Aktiv Digital eingehen. Nicht zuletzt stellte der türkische Spiele-Entwickler Peak Games das am schnellsten wachsende Social-Gaming Unternehmen in Schwellenländern in 2011 dar.

Pressekontakt:

yStats.com GmbH & Co. KG
Behringstraße 28a, D-22765 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 - 39 90 68 50
Fax: +49 (0)40 - 39 90 68 51
E-Mail: presse@ystats.com
Internet: www.ystats.com
Twitter: www.twitter.com/ystats
Facebook: www.facebook.com/ystats

Über yStats.com

Seit 2005 recherchiert yStats.com aktuelle, objektive und bedarfsgerechte Markt- und Wettbewerbsinformationen für Top-Manager aus unterschiedlichen Branchen. Schwerpunkt des Hamburger Unternehmens mit internationaler Ausrichtung ist die sekundäre Marktforschung. yStats.com bietet sowohl Markt- und Wettbewerbsberichte als auch kundenspezifische Recherchedienstleistungen an. Zu den Kunden gehören weltweit führende Unternehmen aus den Bereichen B2C E-Commerce, elektronische Zahlungssysteme, Versandhandel und Direktvertrieb, Logistik, sowie Banken und Unternehmensberatungen.