



ONLINE GAMES- REPORT 2010

Studie der Fachgruppe Connected Games im
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.



ONLINE GAMES-MARKT IM WACHSTUM

Die **Fachgruppe Connected Games** im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hat in Zusammenarbeit mit der Statista GmbH und den Kooperationspartnern Bigpoint (bigpoint.de), Brot und Spiele (Spieletipps.de), Deutsche Telekom (gamesload.de), GD GameDuell (gameduell.de), Mediastart (spielen.de), SevenOne Intermedia (sevengames.de, Sat 1 spiele.de), United Internet Media (Spieleportale auf GMX, WEB.DE, I&I), Yahoo! Spiele (de.games.yahoo.com) erstmalig eine deutschlandweite, plattformübergreifende Untersuchung durchgeführt, welche das Nutzungsverhalten und die Nutzungsintensität von über 7.500 Spielern erforscht. Die Online-Spieler gaben umfangreiche Auskünfte über sich, ihre Gaming-Vorlieben, ihre Zahlungsbereitschaft und ihre Akzeptanz von Werbung.

EXECUTIVE SUMMARY

Online Games sind ein noch **recht junger Zweig der Spielebranche**. Kaum verwunderlich also, dass aussagekräftige Untersuchungen der Online Gamer spielplattformübergreifend rar gesät sind. An diesem Punkt setzt die von der Fachgruppe Connected Games im BVDW initiierte Studie an und stellt die aufschlussreichen Ergebnisse der Untersuchung der Öffentlichkeit vor.

Der Online Gaming-Markt ist 2009 stark gewachsen. 31 Prozent der heutigen Online Gamer spielen erst seit einem Jahr und weitere 20 Prozent spielen Online Games seit ein bis zwei Jahren. 44 Prozent der Online Gamer, die bereits ein Jahr oder länger spielen, spielen heute häufiger als noch vor einem Jahr. Dabei spielen 80 Prozent der Online Gamer mindestens einmal pro Woche, knapp 40 Prozent sogar täglich. Angesichts mehr als 30 Prozent weiblicher Gamer kann man kaum noch von einer vorherrschenden Männerwelt in Online Games sprechen. Unabhängig vom Geschlecht beträgt die Spieldauer einer Sitzung im Schnitt dabei zwei Stunden.

Aber nicht nur bezüglich des **Nutzungsverhaltens und der Nutzungsintensität** von Online Games gibt die vorliegende Untersuchung Aufschluss. Vorlieben der Gamer zeigen sich für die Genres Strategie, Denkspiele und Action/Adventure. Die Hälfte der Online Gamer spielt diese Genres dabei ausschließlich im Single-Player-Mode. Jeder Fünfte greift allein auf Multi-Player-Games zurück, die nur gemeinsam mit anderen Online Gamern gespielt werden können.

Das Online Gaming ist ein Hobby, das sich die Spieler auch etwas kosten lassen. Die **monatliche Ausgabebereitschaft** liegt bei durchschnittlich 11 Euro. Während jedoch knapp 60 Prozent keinerlei Ausgaben tätigen, investieren rund 5 Prozent der Befragten sogar mehr als 75 Euro.

Online Games zeigen sich außerdem als ein **attraktives Werbeumfeld**. Die Hälfte der Spieler nehmen Werbung im Spielumfeld wahr, gleichzeitig ist Online-Werbung mit 41 Prozent Zustimmung, neben den Empfehlungen von Freunden (43 Prozent Zustimmung), wichtigste Informationsquelle für neue Spiele. Ein Drittel aller Gamer klickt auch auf Werbung wie zum Beispiel Banner.

Zusammenfassend lässt sich bescheinigen: Obwohl es sich bei den Online Games um einen recht jungen Zweig der Spielebranche handelt, zeigt sich ein deutliches Wachstum.

Weitere aufschlussreiche Ergebnisse finden Sie in der vorliegenden Zusammenfassung und in unserem Chartband.

Eine interessante Lektüre wünscht der BVDW!

ZIELSETZUNG

Das Ziel der Untersuchung liegt darin, im Verbund der genannten Marktteilnehmer Informationen quantitativer Art zu generieren und so **aussagekräftige Nutzerdaten** zu veröffentlichen. Durch diese gewonnenen Informationen möchte die Fachgruppe Connected Games im BVDW mit dazu beitragen, Online Games als interessanten und relevanten Markt darzustellen: Transparenz für den Werbemarkt kann so erreicht werden, außerdem das Interesse und die Akzeptanz einer über dieses Segment zu erreichenden Premium-Zielgruppe geweckt werden.

VORGEHEN UND METHODE

Der Markt für Online Games zeigt sich sehr vielseitig. Auf verschiedenen Portalen können Online Games gespielt werden. Die Fachgruppe Connected Games im BVDW versteht dabei unter einem Online Game ein Spiel, das über eine Internetverbindung auf einem entsprechenden internetfähigen Endgerät (PC, mobile oder stationäre Konsole, TV), gespielt werden kann. Online Games können alleine oder mit mehreren Personen gegeneinander bzw. zusammen gespielt werden. Häufig bieten Online Games auch eine dazugehörige Community, die den Austausch der Spieler untereinander beispielsweise via Chat oder per Kopfhörer und Mikrofon ermöglicht. Zielgruppe für die vorliegende Untersuchung waren dabei keine „Core Gamer“, sondern Casual Gamer, die eher leicht zugängliche Spiele bevorzugen und sich somit umgangssprachlich als Gelegenheitsspieler beschreiben lassen.

Aufgrund dieser Zielgruppenausrichtung kamen die folgenden **elf Spieleportale** für die geplante Untersuchung in Frage: bigpoint.de, Spieletipps.de, gamesload.de, gameduell.de, spielen.de, sevengames.de, Sat1spiele.de, den Spieleportalen auf GMX, WEB.DE, I&I und Yahoo! Spiele (de.games.yahoo.com).

Es zeigt sich, dass mit diesen unterstützenden Portalen die **relevanten Casual Games-Anbieter** gewonnen werden konnten.

Über eine Zufallsstichprobe wurden mehr als 10.000 Teilnehmer zur Teilnahme an der Befragung gewonnen. Um den hohen Qualitätsansprüchen der Untersuchung gerecht zu werden, wurden einige der gewonnenen Datensätze aufgrund von Unvollständigkeit oder Inkonsistenzen in der Aussage für die Untersuchung außen vor gelassen, so dass letztendlich eine **Stichprobe von 7.621 Datensätzen** dieser Untersuchung zu Grunde gelegt werden kann.

Die Teilnehmer der Untersuchung wurden dabei auf den Seiten der Spieleportale, in relevanten Spielumfeldern oder durch den Aufruf zur Teilnahme über einen Newsletter gewonnen. Teilnehmen konnten dabei **nur Online Gamer**, also Personen, die bereits Online-Spiele nutzen.

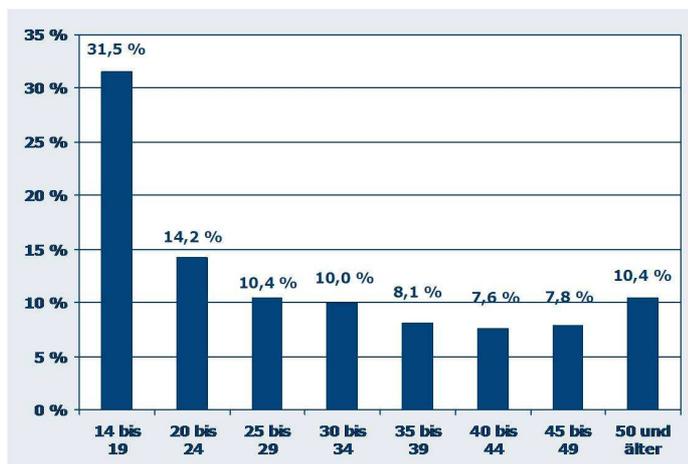
Die Befragung fand vom 17.11.2009 bis zum 10.12.2009 auf den einzelnen Portalen statt. Durchgeführt wurde die gesamte Untersuchung durch den BVDW. Die Aufbereitung und Auswertung der Daten erfolgte in Zusammenarbeit mit der Statista GmbH.

ZENTRALE ERGEBNISSE

Jeder dritte Gamer ist weiblich und gute 40 % der Online Gamer sind zwischen 20 und 39 Jahren

Angesichts mehr als 30 Prozent weiblicher Gamer kann man kaum noch von einer vorherrschenden Männerwelt in Online Games sprechen. Betrachtet man die Altersverteilung, so zeigt sich, dass Jugendliche unter 20 Jahren sehr häufig anzutreffen sind. Eine nachlassende Gaming-Lust mit zunehmendem Alter lässt sich jedoch nicht attestieren. Gut 40 Prozent der Online Gamer sind zwischen 20 und 39 Jahre alt; der "gemeine Durchschnittsgamer" hat ein Alter von 29,9 Jahren. Ein Zehntel der Gamer sind 50 Jahre und älter.

Alter von Online Gamern

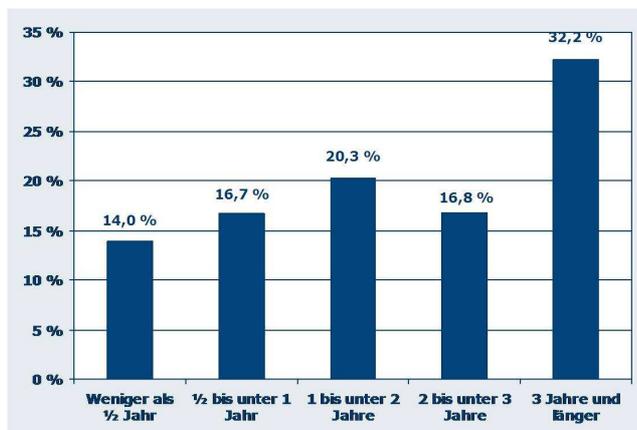


Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 7.621 Personen); aufbereitet durch Statista

Mehr als jeder vierte Gamer gibt an, Abitur oder einen Hochschulabschluss zu haben. Demgegenüber dürfte die relativ hohe Nennung eines fehlenden Schulabschlusses (12,1 Prozent) weitestgehend der Tatsache geschuldet sein, dass die Gamer diesen noch vor sich haben: 87 Prozent der Online Gamer, die (noch) keinen Schulabschluss haben, sind jünger als 20 Jahre.

Die Lust auf Games steigt mit den Jahren

Enorm zeigt sich das Wachstum bei der Anzahl der Nutzung von Online Games. Rund 30 Prozent geben an, erst seit einem Jahr zu spielen. Ein weiteres Drittel spielt bereits seit drei Jahren und länger. Fast die Hälfte (43,6 Prozent) der Gamer, die seit mindestens einem Jahr dabei sind, bestätigen, dass sie intensiver als im Vorjahr spielen. Diese Aussage deckt sich auch mit der angegebenen Spielhäufigkeit: vier von fünf geben an, mehrmals die Woche oder gar täglich zu spielen.

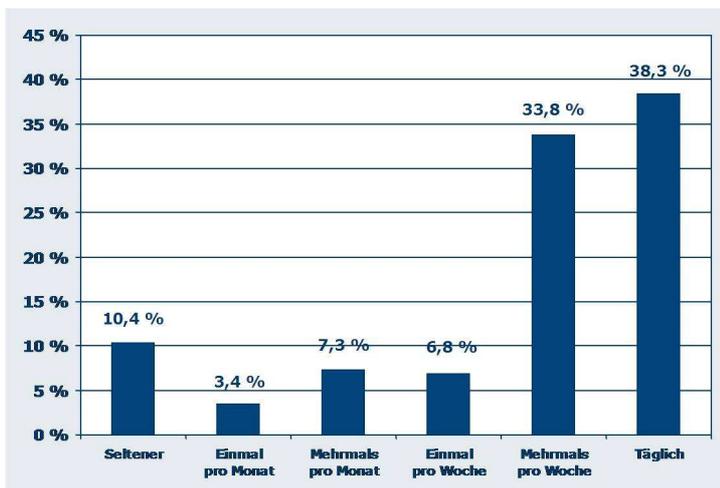


Seit wie vielen Jahren Online Games gespielt werden

Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 7.520 Personen); aufbereitet durch Statista

40 Prozent der Internetzeit wird spielend verbracht

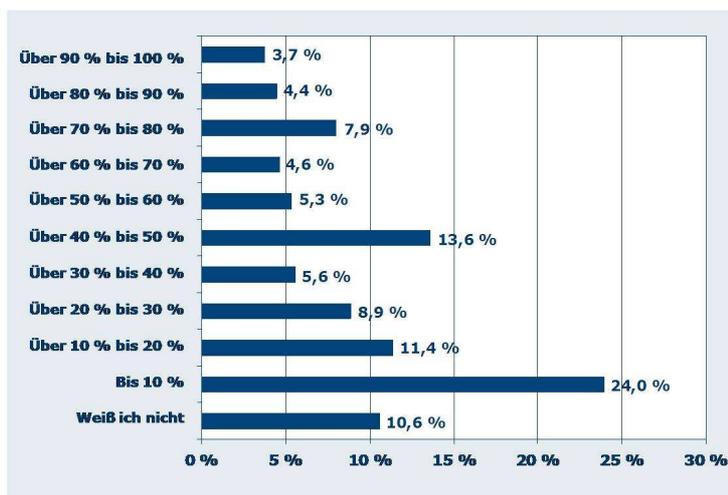
Gut ein Drittel der Spieler können als Intensivspieler bezeichnet werden, denn sie halten sich mindestens 2 Stunden pro Session im Spiel auf. Die Spieldauer variiert dabei von Spieleportal zu Spieleportal. Während auf einigen Spieleportalen kurze Spieldauern von bis zu einer halben Stunde überwiegen, sind auf anderen Spieleportalen auch Spieldauern von mehr als vier Stunden üblich. Am Abend unter der Woche wird über alle Spieleportale hinweg am meisten gespielt (59,2 Prozent). Aber auch tagsüber und am Wochenende sind im Schnitt 40 Prozent aktiv.



Spielhäufigkeit von Online Games

Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 7.532 Personen); aufbereitet durch Statista

In der Gesamtheit verbringen Online-Spieler 39 Prozent ihrer Internetzeit spielend. Während jeder vierte Online Gamer jedoch angab, weniger als 10 Prozent seiner Internetzeit mit Spielen zu verbringen, liegt bei 16 Prozent der Anteil des Online Gaming an der gesamten Internetnutzung sogar bei über 70 Prozent.

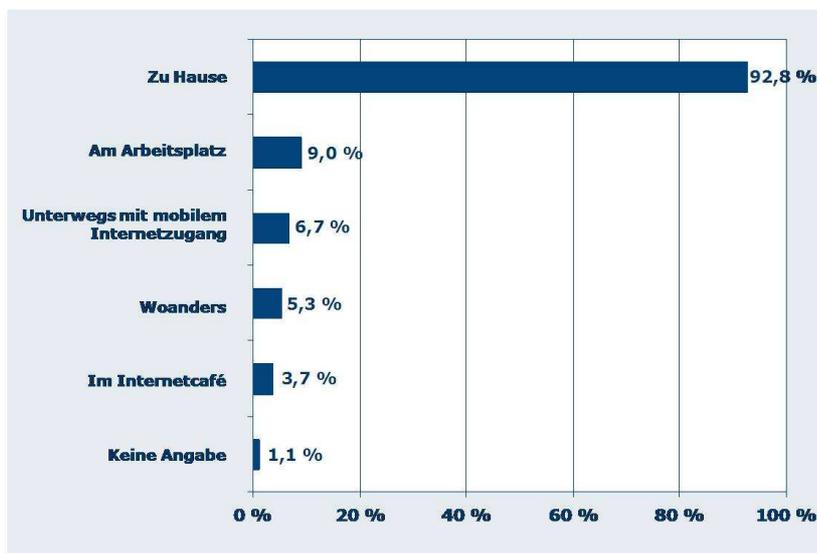


Anteil des Online Gaming an der gesamten Internetnutzung

Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 7.515 Personen); aufbereitet durch Statista

Gespielt wird überwiegend am heimischen PC

Mehr als 90 Prozent spielen zu Hause am PC. Nur knapp jeder Zehnte gesteht, auch am Arbeitsplatz eine Session aufzunehmen. Rund 7 Prozent sind mobil im Spiel und 9 Prozent woanders, z.B. im Internetcafé.

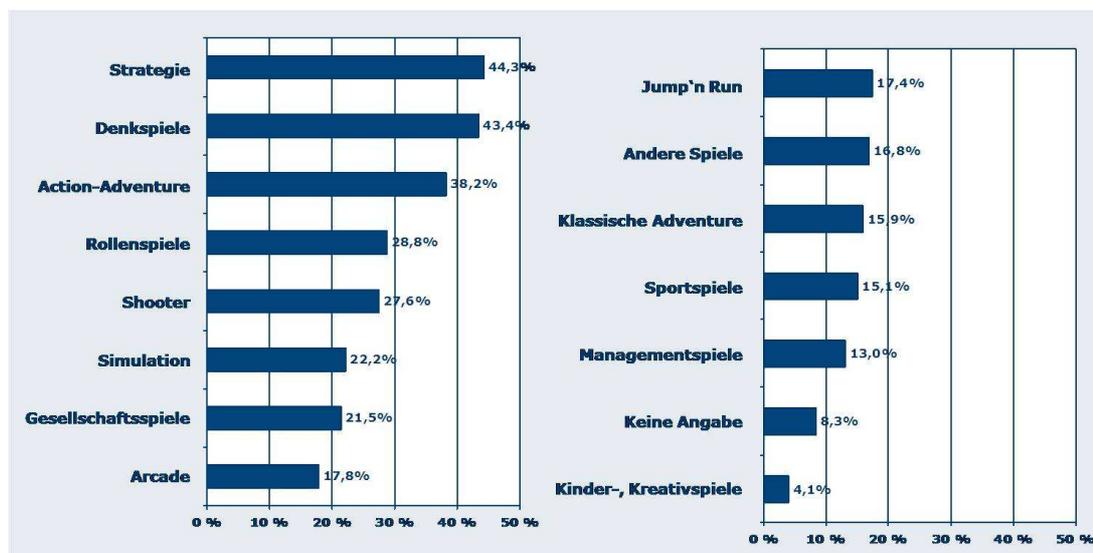


Orte an denen Online Games gespielt werden

Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 7.621 Personen); aufbereitet durch Statista; Mehrfachnennungen waren möglich

Strategie- und Denkspiele führen die Hitliste an

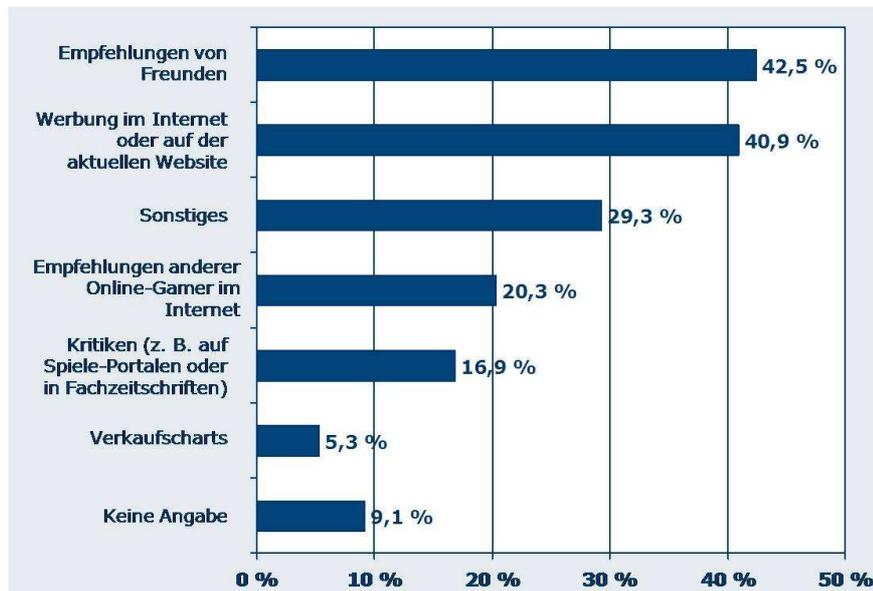
Nicht die pure Action, sondern strategische Herausforderungen sind mit über 40 Prozent der Nennungen die beliebteste Spielform. In der 14 Genres umfassenden Auswahl bilden Strategie-, Denk- und Action-Adventure-Spiele die Top 3. Dabei wählt gut die Hälfte der Online Gamer auch gerne mal die Multiplayer-Variante, spielt also auch mit anderen zusammen. Es zeigt sich, dass bevorzugt die Online Gamer über 50 Jahre ausschließlich alleine spielen, während zwei von drei Gamern, die mit anderen gemeinsam spielen, jünger als 25 Jahre sind.



Bevorzugte Genre bei Online Games

Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 7.621 Personen); aufbereitet durch Statista; Mehrfachnennungen waren möglich

Einer von fünf Gamern spielt ausschließlich mit anderen Online Gamern zusammen, entsprechend liegt „Empfehlung von Freunden“ mit 42,5 Prozent an der Spitze der genannten Informationsquellen über Spiele gefolgt von Werbung im Internet (40,9 Prozent).

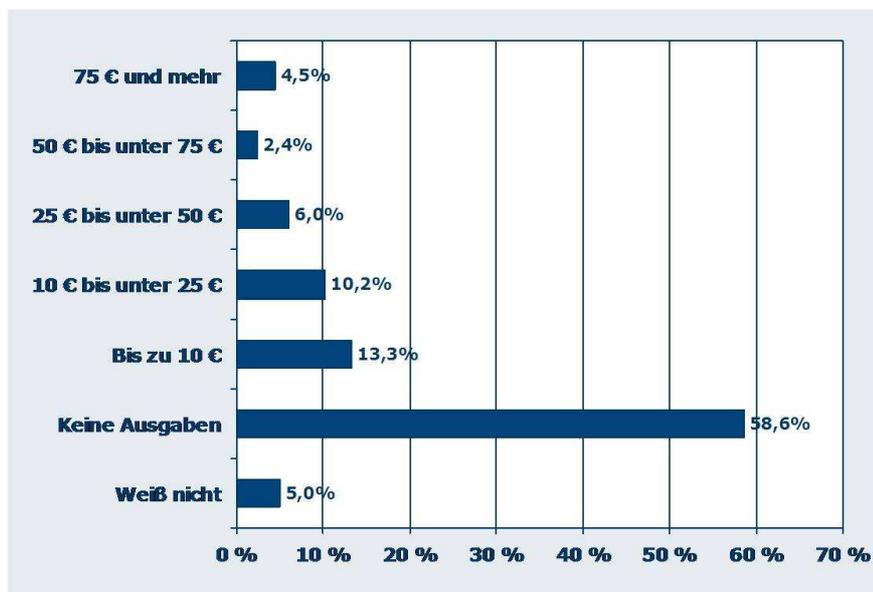


Wie Onliner auf Spiele aufmerksam werden

Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 7.236 Personen); aufbereitet durch Statista; Mehrfachnennungen waren möglich

36 Prozent geben monatlich Geld für Online Games aus

Durchschnittlich 28 Euro investieren rund ein Drittel zahlungsbereiter Spieler monatlich in ihre Spiele. Knapp 60 Prozent geben an, nichts zu zahlen. Rund fünf Prozent der Gamer investieren mehr als 75 Euro monatlich in ihr Hobby. Somit fällt im Schnitt auf jeden Online Gamer – egal ob er wirklich für sein Hobby zahlt oder nicht – eine monatliche Investition von 11 Euro.

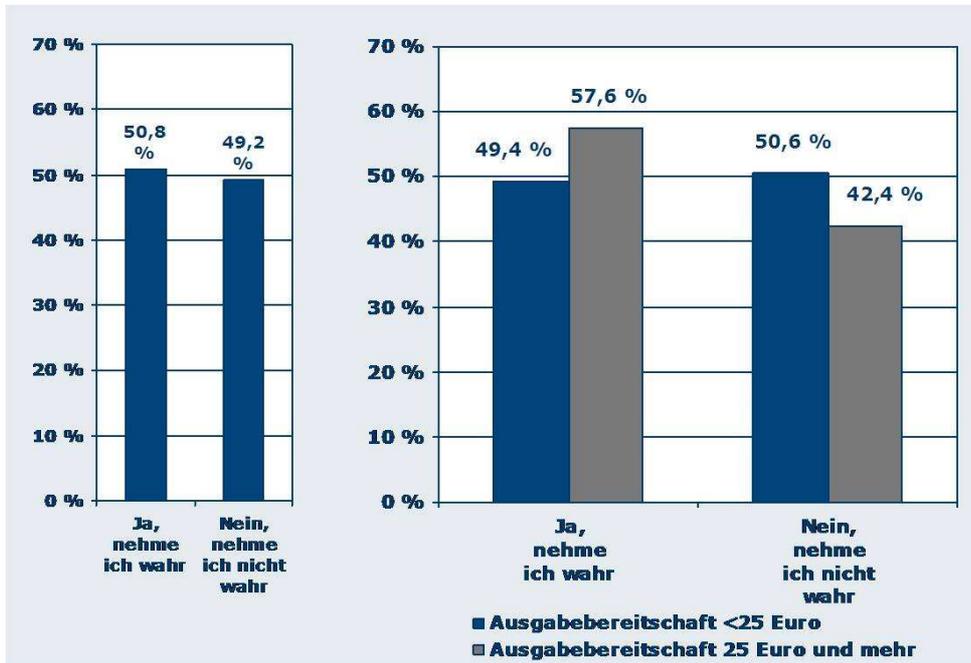


Monatliche Ausgabebereitschaft bei Online Games

Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 6.805 Personen); aufbereitet durch Statista

Mehrheit akzeptiert Werbung und mehr als 60 Prozent klicken auch

51 Prozent der Gamer nehmen Werbung im Spielumfeld bewusst wahr. Die Mehrheit dieser akzeptiert Werbung und über 60 Prozent geben an, schon auf Werbeangebote geklickt zu haben. Damit erweisen sich Spiele auch als attraktives Werbeumfeld.



Wahrnehmung von Werbung im Spielumfeld

Quelle: BVDW Studie: Online Games-Report 2010; Basis: Personen, die schon Online Games gespielt haben (n = 6.731 Personen), aufbereitet durch Statista

AUTOREN

Thomas Brasch
Christiane Siwek

thomas.brasch@nexxter.com
siwek@bvdw.org

IN KOOPERATION MIT



The fine Arts of digital Media ■

IN ZUSAMMENARBEIT MIT



Statista GmbH
Esplanade 23
20354 Hamburg
fon: +49 40 41 34 989 - 16
fax: +49 40 41 34 989 - 29
stefanie.eden@statista.com
www.statista.com

Herausgegeben von



Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Kaistraße 14 | 40221 Düsseldorf

Tel 0211.600 456-0 | Fax 0211.600 456-33

info@bvdw.org | www.bvdw.org