



Pressekonferenz Gaming-Markt in Deutschland

Achim Berg

Vizepräsident des BITKOM

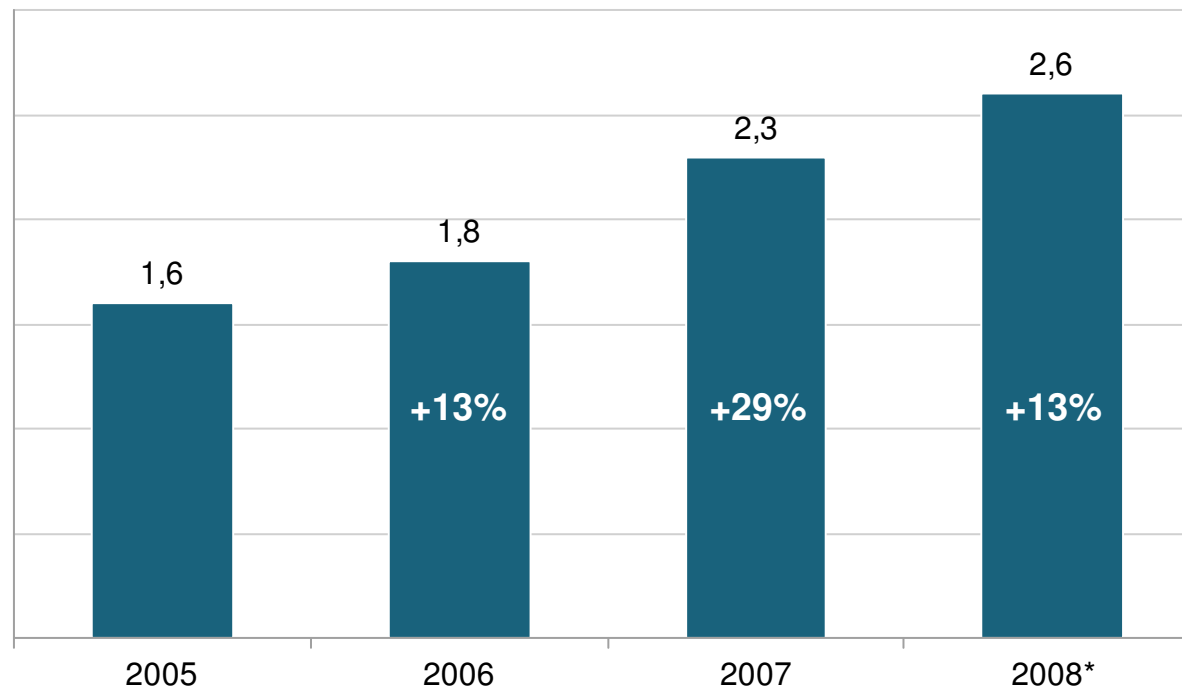
19. August 2008 (10.30 bis 11.15 Uhr)

Gesamtmarkt wächst auf hohem Niveau weiter

Umsatz mit Konsolen sowie Spielen für Konsolen und PCs



in Milliarden Euro



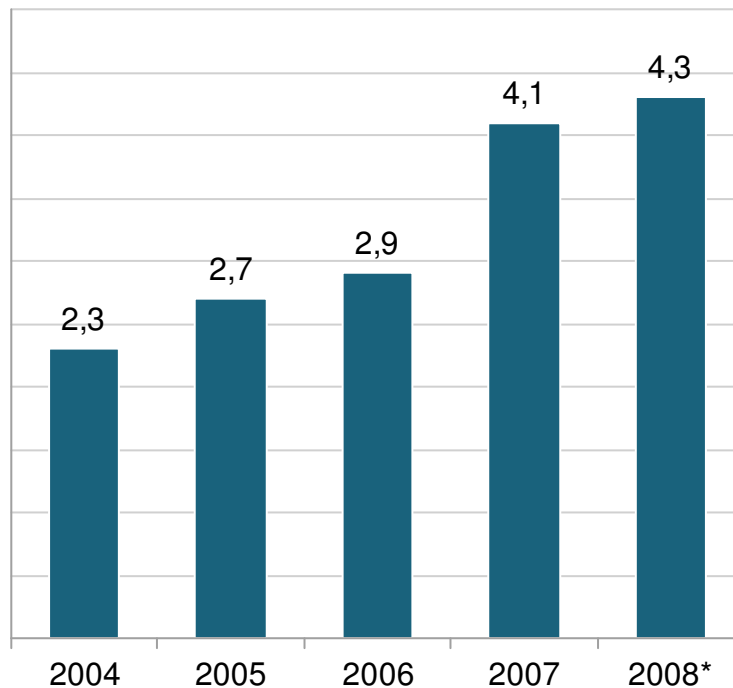
* Prognose

Quelle: BITKOM/GfK/media control

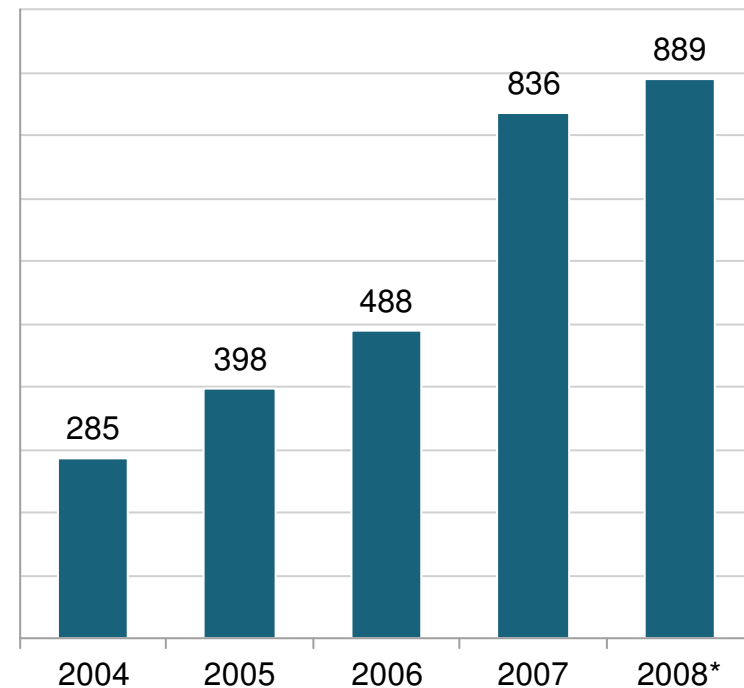
Verkauf von Spielkonsolen legt erneut zu

Absatz und Umsatz

Absatz in Millionen Stück



Umsatz in Millionen Euro

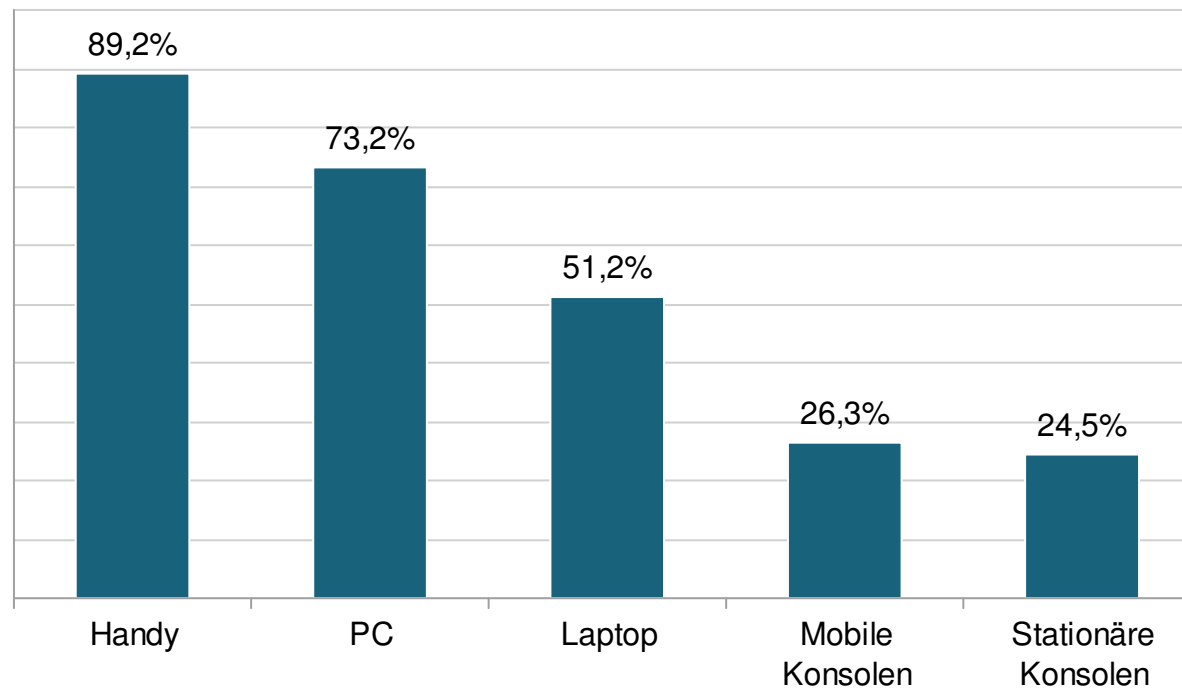


* Prognose

Quelle: BITKOM/GfK/media control

Jeder vierte Haushalt verfügt über Konsolen

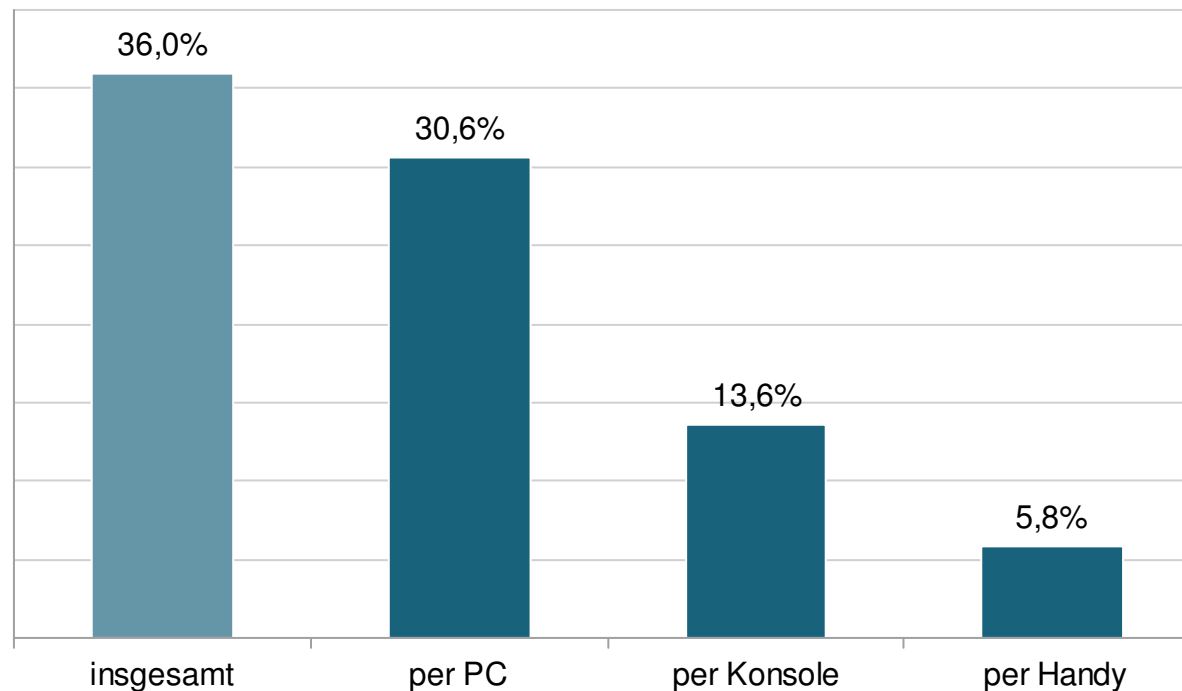
Anteil der Haushalte mit „Spiel-Geräten“



Quelle: BITKOM/Ipsos

PC ist weiter das Spielgerät der Wahl

Anteil der Digital-Spieler

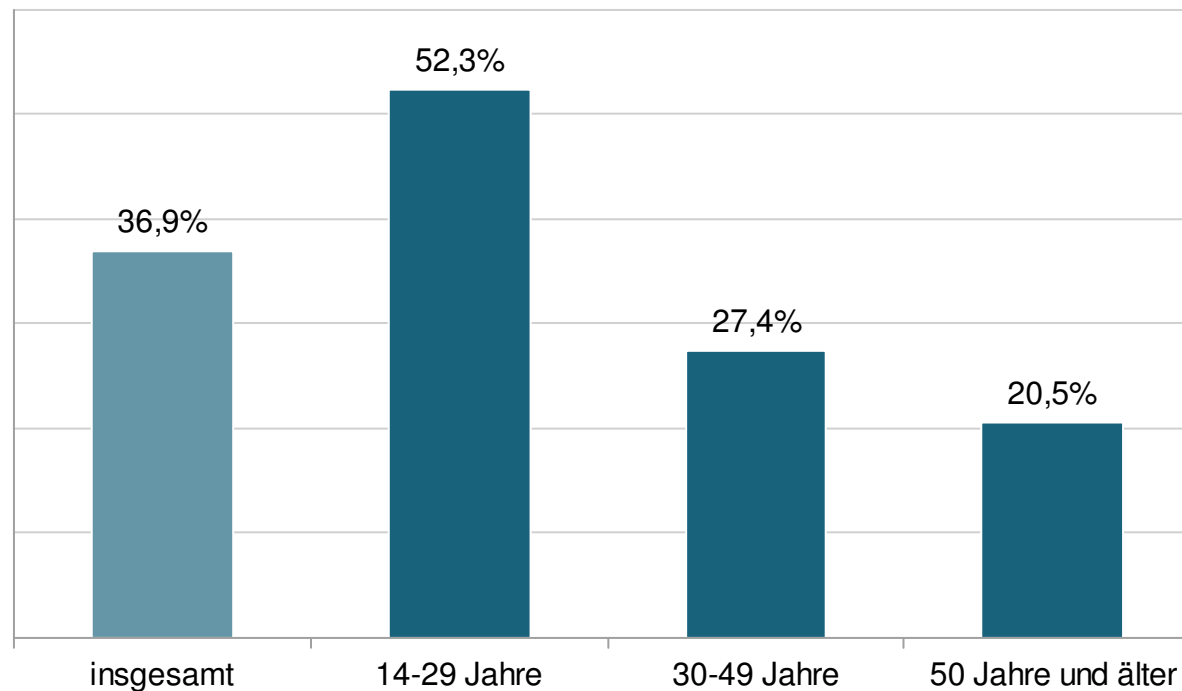


Mehrfachnennungen; PC: inkl. Laptop

Quelle: BITKOM/Ipsos; Basis: Befragte, die einen Internetzugang über PC/Laptop, Spielkonsole oder Handy haben

Jeder Fünfte über 50 spielt im Netz

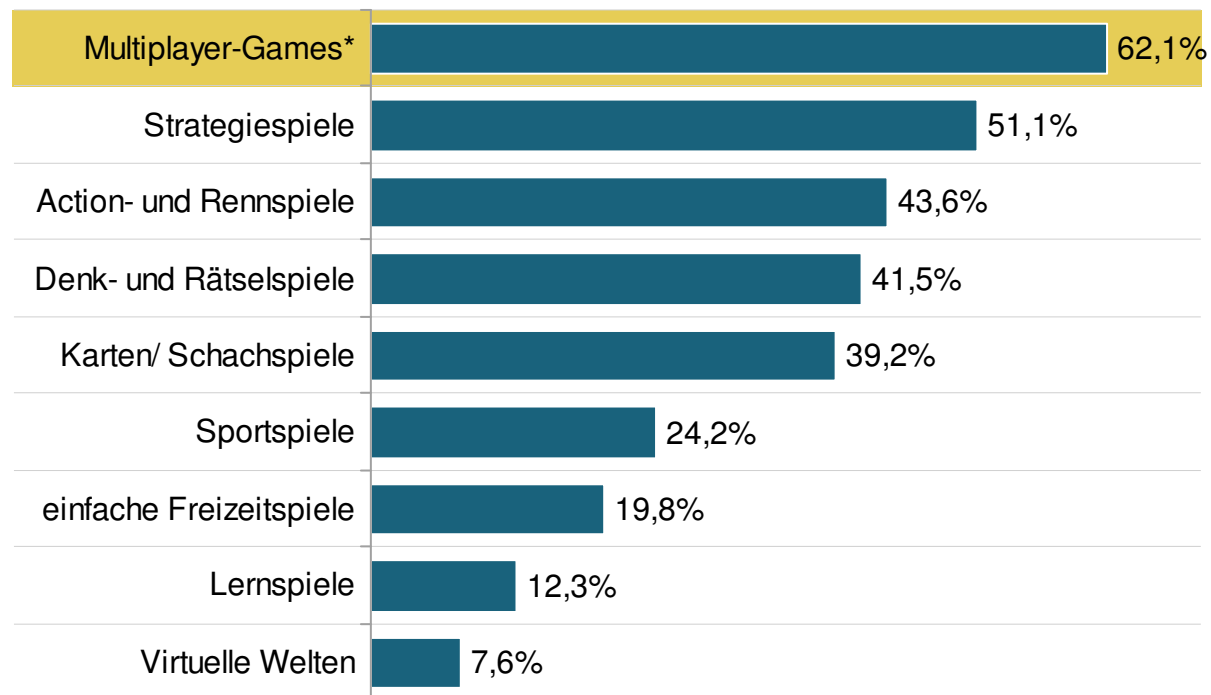
Anteil der Online-Spieler unter den Gamern



Quelle: BITKOM/Ipsos; Basis: Befragte, die digitale Spiele spielen und einen Internetzugang über PC/Laptop, Spielkonsole oder Handy haben

Internetspieler bevorzugen Multiplayer-Games

Anteil der Onliner-Spieler, die bestimmte Genres spielen

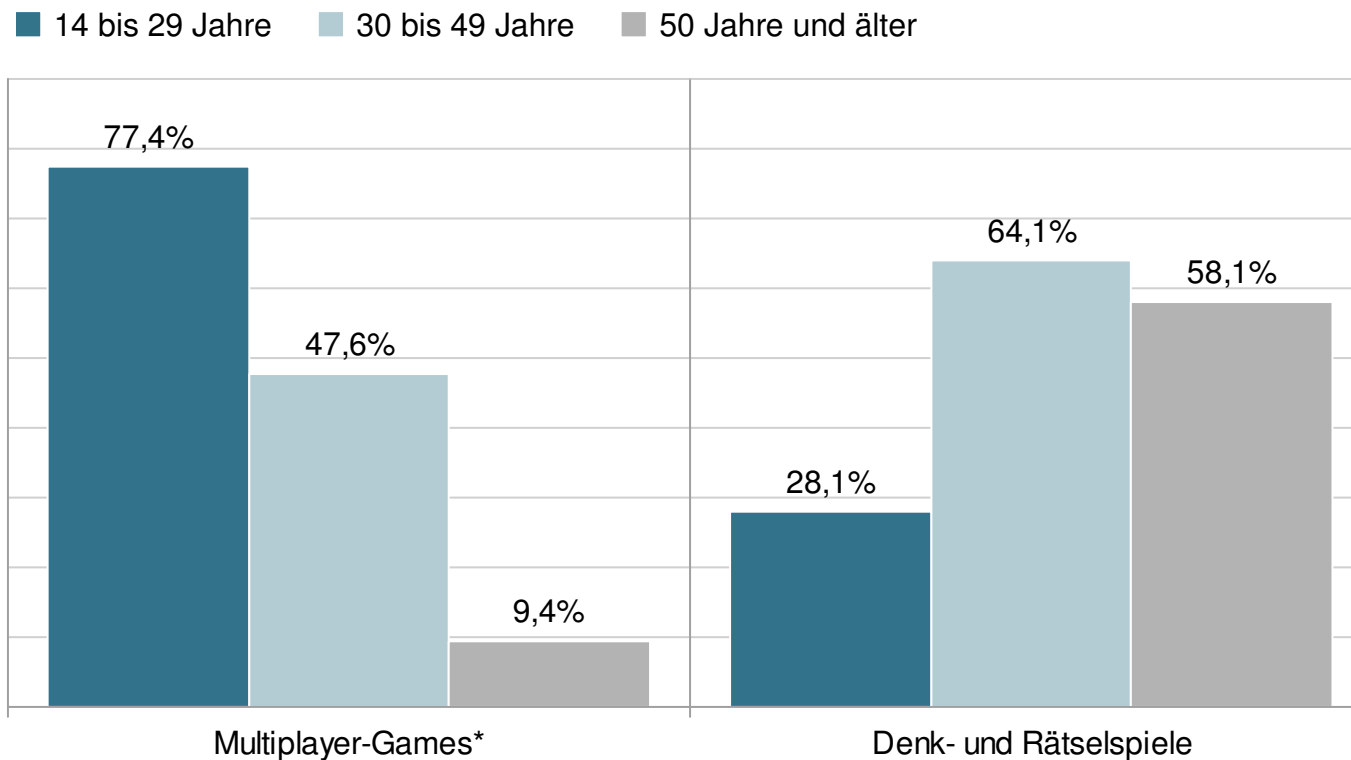


* Spiele mit mehreren über das Internet verbundenen Teilnehmern

Quelle: BITKOM/Ipsos; Basis: Befragte, die Online-Spiele per PC spielen (ab 14 Jahren)

Junge lieben Action, ältere denken lieber nach

Anteil der Online-Spieler, die diese Spiele nutzen



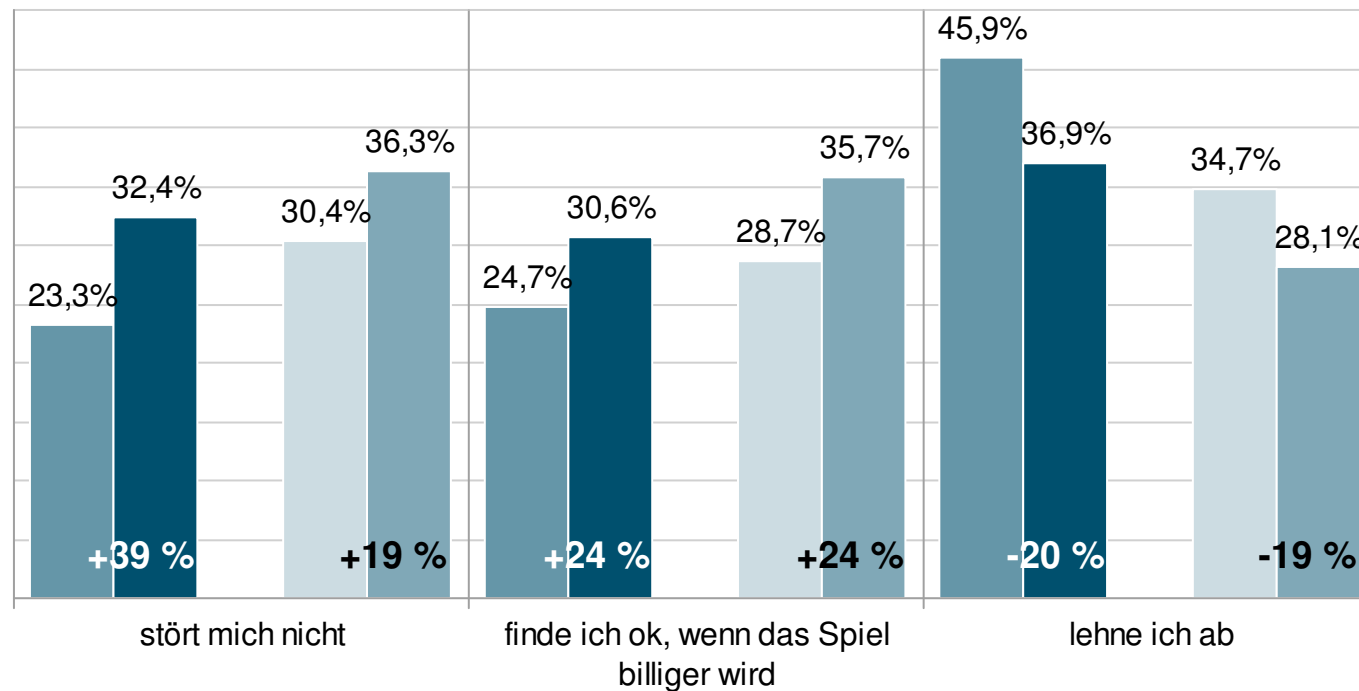
* Spiele mit mehreren über das Internet verbundenen Teilnehmern

Quelle: BITKOM/Ipsos; Basis: Befragte, die Online-Spiele auf dem PC spielen (ab 14 Jahren)

Zwei Drittel haben nichts gegen Werbung In-Game-Advertising

alle
von 14 bis 29 Jahren

■ 2007 ■ 2008
■ 2007 ■ 2008



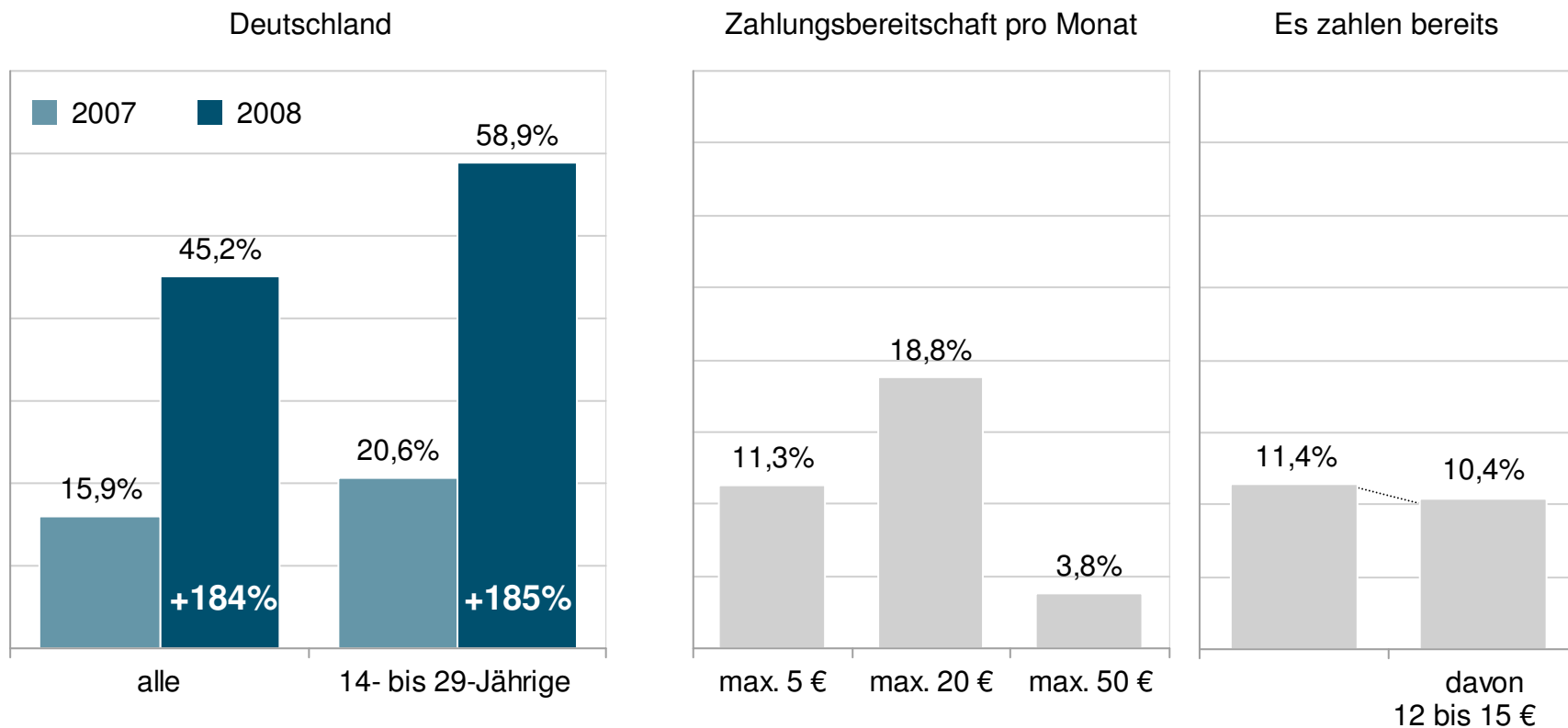
Quelle: BITKOM/Ipsos; Basis: Befragte, die Online-Spiele per PC oder Konsole spielen (ab 14 Jahren)

Geldbörse öffnet sich – jeder Zehnte zahlt bereits

Bereitschaft, Geld fürs Spielen im Internet auszugeben



Anteil der Online-Spieler, die für das Spielen im Internet zahlen würden



Quelle: BITKOM/Ipsos; Basis: Befragte, die Online-Spiele per PC oder Konsole spielen (ab 14 Jahren)

Trends

auf dem Markt für digitale Spiele



Zentrale Trends:

- Zahlungsbereitschaft vorhanden – fast jeder Zweite würde für Online-Services zahlen.
- Casual- und Family-Games – Titel für Gelegenheitsspieler und familiengerechte Unterhaltung sind fester Bestandteil im Portfolio fast aller Plattformhersteller und Spiele-Entwickler.
- Konsolen sind Entertainment-Zentralen – Trend setzt sich fort, die multimedialen Fähigkeiten der Spielkonsolen zu nutzen, z.B. für Filmdownload, Video- und Voice-Chat etc.



Pressekonferenz Gaming-Markt in Deutschland

Achim Berg

Vizepräsident des BITKOM

19. August 2008 (10.30 bis 11.15 Uhr)
