

## Online- und Mobile-Casual-Gamer genauer unter der Lupe **Konsumverhalten von Mobile- und Online-Gelegenheitsspielern**

Die Meta-Studie kann unter [http://www.11prozent.de/deutsch/studie\\_OMCG.html](http://www.11prozent.de/deutsch/studie_OMCG.html) vollständig herunter geladen werden.

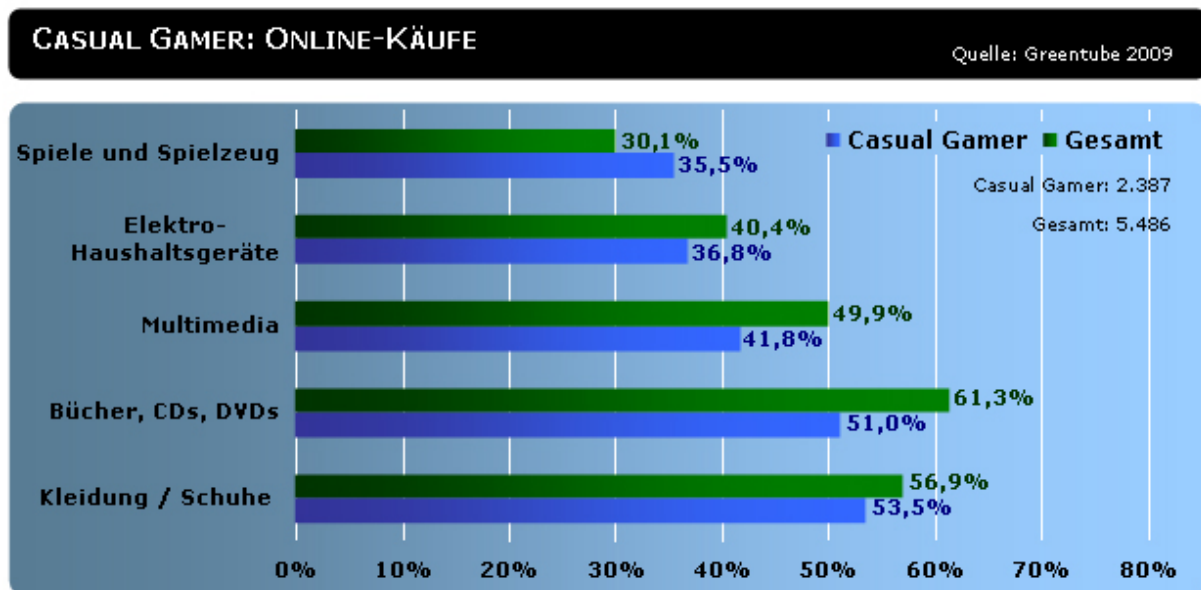
- **30 Prozent mehr Online-Spieler in 2009**
- **Online-Gamer nutzen die Möglichkeit des Online-Shoppings intensiver**
- **Bei bezahlten Game-Downloads rangieren HTC-Geräte noch vor dem iPhone**
- **2009 erwirtschafteten Mobile-Games 140 Millionen Euro Umsatz**

**Online-Casual-Games werden immer beliebter und das Spielen per Handy gewinnt immer mehr Anhänger. Auf der GAMES CONVENTION ONLINE gab das Forschungsinstitut gamematrix in Zusammenarbeit mit dem Game-Haus Greentube weltweit die ersten Ergebnisse einer Untersuchung zu Online- und Mobile-Gaming bekannt. In der Metaanalyse wurden Demografiedaten von verschiedenen Marktforschungshäusern (beispielsweise comScore), Verbänden wie BITKOM, BVDW verglichen und das Nutzerverhalten von Online- und Mobile-Casual-Gamern analysiert. Sowohl mobile als auch online sind die Männer Vorreiter beim Bezahlcontent. Unter den reiferen Spielern dominieren die 55-Jährigen beim Online-Gaming, Mobile holt in dieser Altersgruppe jedoch nachhaltig auf. Klar auch: Online-Casual-Spieler sind die Social-Netwerker der heutigen Zeit.**

### **Online-Spiele immer beliebter**

Die Zahl der Online-Spieler ist im Jahr 2009 um 30 Prozent gestiegen. Dabei stehen Strategie- und Denkspiele sowie Action-Abenteuer, aber auch zeitintensive MMOs im Vordergrund. Überraschend ist dabei mit 26 Prozent der hohe Anteil von Spielern der „reiferen“ Altersgruppe von 35 bis 44 Jahren. Auch Frauen sind unter den Online-Spielern auffällig stark vertreten. Während diese sich in erster Linie für Casual Games begeistern, widmen sich Männer häufiger auch solchen Spielen, für die sie regelmäßig Geld bezahlen. Bei der Nutzung von spielunabhängigen Internet-Angeboten unterscheiden sich Online-Gamer kaum vom Rest der surfenden Bevölkerung – News, Videos und die Kommunikation mit Freunden via Internet spielen hier eine wichtige Rolle. Mehr als

andere Konsumenten nutzen Online-Gamer die Möglichkeit des Online-Shoppings.



Die Mehrheit aller Online-Gamer kommt noch aus Haushalten mit einem geringeren Einkommen. Knapp ein Viertel gehört der Gruppe der Besserverdienenden ab 2.300 Euro an. Hier ist die Gruppe mit einem Monatseinkommen von 3.500 bis 5.000 Euro überdurchschnittlich stark vertreten. Haushalte mit Medianeinkommen sind noch unterdurchschnittlich repräsentiert – möglicherweise auch eine Frage der jeweiligen Lebenssituationen.

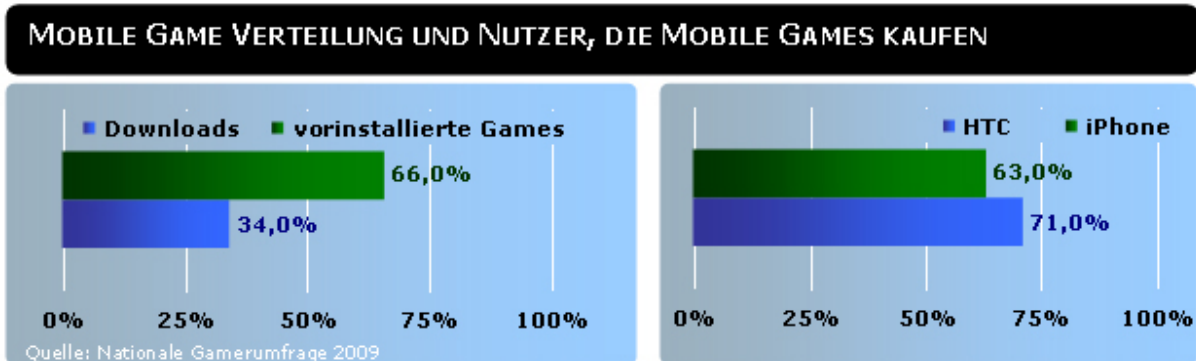
Tatsächlich sind Online-Gamer durchaus bereit, für ihr Hobby Geld auszugeben – im Durchschnitt investieren sie etwa 28 Euro pro Monat in Online-Spiele. Zudem zeigen sich Online-Gamer im Allgemeinen aufgeschlossen für Werbung, jeder Dritte klickt aktiv Werbeanzeigen an. (Quelle: BVDW Online Games-Report 2010)

### **Positiver Trend auch bei Mobile Games**

Mobile-Gamer spielen im Vergleich zu Online-Gamern eher unregelmäßig. Dennoch rangiert dieses Hobby in der Handy-Nutzung derzeit sogar noch deutlich vor dem Surfen im mobilen Internet. Vorinstallierte Games sind nach wie vor wesentlich populärer als Download-Content, was primär auf die Frage der anfallenden Kosten zurückzuführen ist – wer jedoch einmal ein Spiel heruntergeladen hat, neigt eher dazu, dies auch künftig wieder zu tun. Mobile Games sprechen vor allem die jüngere Zielgruppe der 13- bis 24-Jährigen an.

Sieht man einmal von iPhone- und HTC-Nutzern ab, sind Handy-Besitzer weit weniger gewillt, für Mobile-Spiele Geld auszugeben als Online-Gamer. Trotzdem konnte allein in

Deutschland mit Mobile Games 2009 ein Umsatz von 140 Millionen Euro erwirtschaftet werden. Dazu Eberhard Dürrschmid, CEO von Greentube: „Frauen neigen zwar eher dazu, Mobile Games zu spielen, aber es sind vor allem die Männer, die hierfür Geld ausgeben. Das mobile Spielthema ist zudem auch vor allem ein Thema des Endgerätes – und des Verbindungstarifes.“



Die Studie kann komplett kostenfrei unter [http://www.11prozent.de/deutsch/studie\\_OMCG.html](http://www.11prozent.de/deutsch/studie_OMCG.html) herunter geladen werden.

**Information zur Quellangaben:** Die Greentube GmbH hat zusammen mit dem Forschungsinstitut gamematrix die Zielgruppen von Online- und Mobile Games genauer unter die Lupe genommen. Entstanden ist eine Metaanalyse zu Demografie und Nutzerverhalten von Online- und Mobile-Casual-Gamern. Ausgewertet wurden hierfür unter anderem aktuelle Daten aus Erhebungen von Greentube, digitalen Marktforschungshaus comScore sowie die Today's Gamers Studie 2009 und diverse Forschungsergebnisse der Verbände BITKOM und BVDW „Online Games-Report 2010“.

### Über die Greentube

Die Greentube I.E.S. GmbH mit Sitz in Wien, Österreich, gehört zu den führenden Entwicklern und Anbietern von schlüsselfertigen Spielangeboten für Internet, mobile Endgeräte und iTV. Daneben sorgt das Unternehmen mit seinen crossmedialen Formaten für PC und TV international für Furore. 1997 gegründet und nach wie vor geführt vom Gründerteam, beliefert das 120-köpfige Unternehmen viele namhafte Portale und Spielewebseiten mit Gaming-Technologie. Greentube ist auf weltweitem Expansionskurs, wobei der Schwerpunkt die Entwicklung von individuellen Spieleportalen und Gaming-Lösungen im „Look & Feel“ des jeweiligen Kunden ist. Im Januar 2010 erwirbt die Astra Games Ltd. – eine Tochter der Novomatic-Gruppe – eine Mehrheitsbeteiligung an Greentube. Die Beteiligung wird nicht nur als Meilenstein für die Gruppe gesehen, sondern auch als wichtiger strategischer Schritt, sich als Schlüsselunternehmen in der Online-Spiele-Industrie zu etablieren – basierend auf dem anhaltenden weltweiten Erfolg der Novomatic-Spiele.

### Über die gamematrix

Die gamematrix (gegründet 2006) ist die Forschungs- und Consultingabteilung der 11 Prozent Communication. Die Forschungsabteilung greift über die Publikation GFM

Nachrichten, die ebenfalls der 11 Prozent angehört, auf die aktuellsten Marktdaten der renommierten Marktforschungshäuser zurück und stellt diese gesammelt mit entsprechenden Erkenntnissen und wissenschaftlichen Auswertungen zur Verfügung. Das gamematrix-Team besteht aus Professoren, Redakteuren und Analysten.

[www.11prozent.de](http://www.11prozent.de)

### **Über die GAMES CONVENTION ONLINE**

Die GAMES CONVENTION ONLINE ist die einzige Business- und Networking-Plattform für Browser-, Client- und Mobile-Games. Im Congress Center Leipzig (CCL) wird ein internationaler Ausstellungsbereich über die neuesten Entwicklungen der Industrie informieren. Parallel dazu läuft ein umfangreiches Programm mit Vorträgen und Panels zu Neuentwicklungen und Trends der Branche. An den drei Messetagen trifft sich die internationale Branche, um im Rahmen des Business Matching Kontakte aufzubauen, zu pflegen sowie Neugeschäfte anzubahnen.

### **Ansprechpartner für die Presse gamematrix und Greentube:**

PR-Agentur, 11 Prozent Communication, Angelique Szameitat

Tel.: +49 (0) 8122 / 955 - 625, Fax: +49 (0) 8122 / 955 - 627

E-Mail: [a.szameitat@11prozent.de](mailto:a.szameitat@11prozent.de), Internet: [www.11prozent.de](http://www.11prozent.de)

**Bildmaterial** bitte anfordern bei [a.szameitat@11prozent.de](mailto:a.szameitat@11prozent.de) und

**Studie** kann **heruntergeladen** werden unter

[http://www.11prozent.de/deutsch/studie\\_OMCG.html](http://www.11prozent.de/deutsch/studie_OMCG.html)

### **Ansprechpartner GAMES CONVENTION ONLINE:**

Nancy Pfaff, Pressereferentin

Telefon: +49 (0) 341 - 678 8186

Telefax: +49 (0) 341 - 678 8182

E-Mail: [n.pfaff@leipziger-messe.de](mailto:n.pfaff@leipziger-messe.de)