

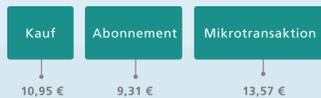
Deutscher Markt für digitale Spiele 2016

Ausgaben deutscher Gamer

Umsatz Gesamtmarkt Spiele-Software



Durchschnittliche Ausgaben pro Monat von zahlenden Nutzern für Spiele nach Geschäftsmodell 2016



„Ein genauer Blick auf den deutschen Games-Markt zeigt die hohe Dynamik: Während sich der klassische Verkauf von Games weitgehend stabil entwickelt hat, konnte der Umsatz mit dem Verkauf von virtuellen Gütern und Zusatzinhalten ebenso deutlich zulegen wie das Segment der Gebühren für Online-Netzwerke. Während die Digitalisierung viele Medien-Industrien vor große Herausforderungen gestellt hat, konnte die Games-Branche sowohl neue Plattformen wie Smartphones erobern, als auch neue Geschäftsmodelle erfolgreich etablieren. Die Beliebtheit von Free-to-Play-Games bei den Spielern belegt das eindrücklich.“

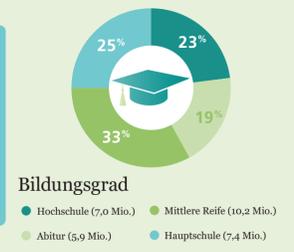
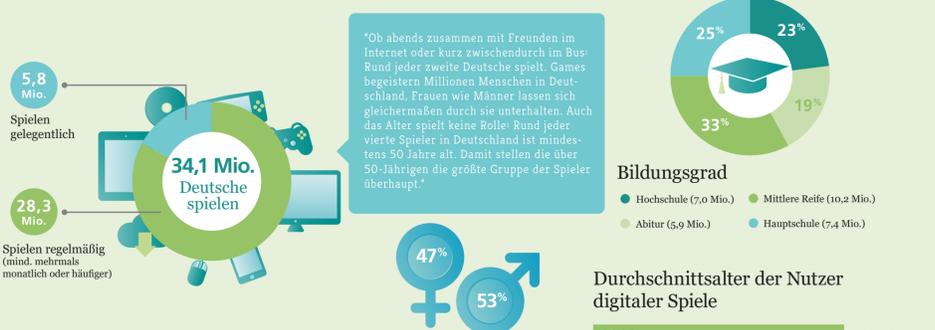
Teilmarkt: Einmaliger Kauf von digitalen Spielen



Virtuelle Güter und Zusatzinhalte für digitale Spiele



Nutzer digitaler Spiele in Deutschland



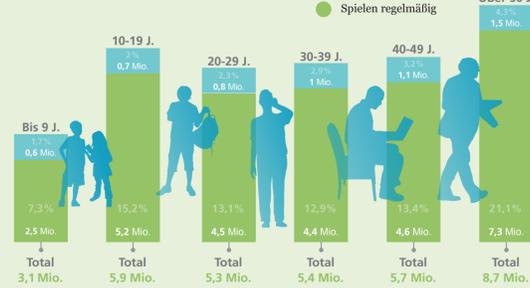
Durchschnittsalter der Nutzer digitaler Spiele



„Das steigende Durchschnittsalter der deutschen Gamer und die wachsende Beliebtheit von Games zeigen deutlich, dass sich Computer- und Videospiele fest als Alltagsmedium etabliert haben. Games sprechen mit ihren vielseitigen Inhalten und neuen Technologien alle Altersgruppen an.“

„Hintergrund des steigenden Durchschnittsalters ist das starke Wachstum der Spieler in der Altersgruppe 50+. Die Zahl der Gamer in diesem Alterssegment wuchs innerhalb von nur zwei Monaten um eine halbe Million auf insgesamt 8,7 Millionen Menschen. Damit stellt die Gruppe nicht nur ein Viertel (25 Prozent) aller Spieler von Games in Deutschland, sie ist damit auch die größte Gruppe an Gamern überhaupt.“

Nutzer digitaler Spiele nach Alter



Mehr als 3 Millionen Deutsche sind eSports-Enthusiasten

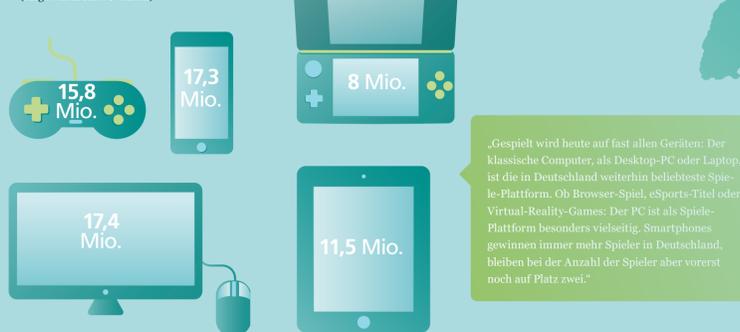


Altersverteilung der Nutzer von Spiele-Apps



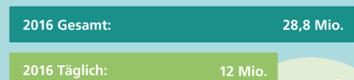
Spiele-Hardware in Deutschland

Auf diesen Plattformen spielen die Deutschen



Immer mehr Menschen spielen auf Smartphones und Tablets

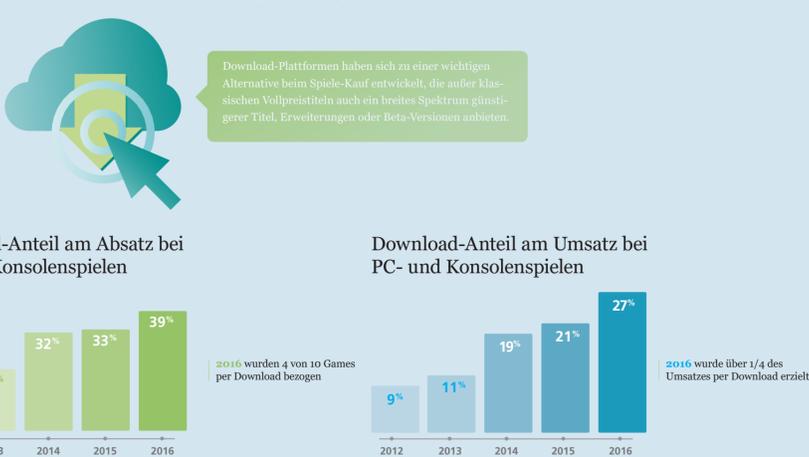
Anzahl der Nutzer von Spiele-Apps auf Smartphones und Tablets



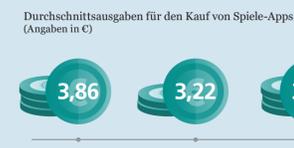
Fast jeder dritte Einwohner Deutschlands spielt aktiv an einer stationären und/oder mobilen Spielekonsole.



Kauf digitaler Spiele per Download



Starker Umsatz-Anstieg bei Spiele-Apps



Starkes Umsatzwachstum bei virtuellen Gütern und Zusatzinhalten



„Free-to-Play-Spiele sind ein absolutes Erfolgsmodell und eine bedeutende Innovation, wie man sie aus keiner anderen Medien-Branche kennt. Die Möglichkeit, Free-to-Play-Spiele kostenfrei spielen zu können, lädt zum Ausprobieren und Erkunden ein. Entsprechende Titel müssen beim Spielen überzeugen, um dauerhaft erfolgreich zu sein. Damit sind Free-to-Play-Spiele nicht nur äußerst kundenfreundlich, sondern auch erfolgreich. Innerhalb weniger Jahre hat sich dieses Segment zu einer tragenden Säule des Gesamtmarktes für Games entwickelt.“