

PRESSEINFORMATION

Aktuelle GameHouse-Studie:

National Gamers Survey 2012 - Deutsche investieren immer mehr Zeit und Geld in Multimediaspiele

- **Deutsche investieren 33% mehr Zeit fürs Spielen als 2011**
- **Smartphone bleibt Hauptplattform mobiler Gamer**
- **Deutscher Spiele-Markt mit großem Werbe-Potential**

Düsseldorf, 18.04.2012 – Die Deutschen investieren immer mehr Zeit und Geld in Multimediaspiele. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Gemeinschaftsstudie des Casual Games Spezialisten GameHouse und des Marktforschungsinstitutes Newzoo. Deutsche wenden im Schnitt pro Woche um 1,22 Stunden mehr Zeit zum Spielen auf als 2011 und verbringt somit fast 7,2 Stunden pro Woche mit diesem Hobby, was eine Steigerung um 33% im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Die Zahlungsbereitschaft für Multimediaspiele ist bei den deutschen Konsumenten ebenfalls gestiegen. Diese werden nach Prognose der Studie in diesem Jahr rund 200 Millionen Euro mehr für Spiele ausgeben als noch in 2011. Das Gesamtvolumen des Marktes in Deutschland wird auf rund 4,5 Milliarden Euro geschätzt. Hauptgründe für den Wandel im Spielverhalten der Deutschen liegen sowohl in der wachsenden Spielbegeisterung der Frauen als auch in den immer größer werdenden Online-Aktivitäten allgemein.

Nicht nur vor dem PC oder der Konsole gehen die Gamer ihrem Zeitvertreib nach. Wie die Studie belegt, stehen gerade Casual Games bei den Spielern, auch auf mobilen Endgeräten, hoch im Kurs. Nahezu 37% der 10 bis 65 Jährigen Online-User nutzen inzwischen mobile Endgeräte zum Spielen. „Diese Zahl belegen eindeutig, dass der Sektor des Mobile Gaming sehr dynamisch wächst und einen immer größeren Anteil am Gaming-Gesamtmarkt beansprucht. Interessant ist auch die Erkenntnis, dass sich Tablet PCs zwar aktuell einer großen Beliebtheit erfreuen, diese aber überwiegend zum Surfen im Internet und weniger zum Spielen benutzt werden“, erläutert Christian Manzius, Country Manager GameHouse Europe, einige der zentralen Studienerkenntnisse. Nur rund 15% der Spieleinteressierten greifen auf Tablets als Endgerät zurück. Smartphones dagegen stellen mit einem Anteil von fast 70% das Gros der mobilen Spielwelt. „GameHouse hat den Trend zum Mobile-Gaming frühzeitig erkannt. Wir konzentrieren uns daher neben der Entwicklung neuer Online-Games vor allem darauf, beliebte Online-Spiele für mobile Endgeräte zu optimieren“, so Manzius.

PRESSEINFORMATION

Laut der Studie nehmen die Deutschen bei der Kaufbereitschaft für Multimediaspiele im europäischen Ländervergleich hinter den Engländern Platz zwei ein. Mit einer Steigerung um fast 4% auf 4,5 Milliarden Euro liegen sie vor den Franzosen, die rund 3,1 Milliarden Euro für Games ausgeben, aber knapp hinter Großbritannien mit 4,6 Milliarden. „In Anbetracht des Wachstums dieses Marktes sehen wir auf dem deutschen Spielmarkt ein immenses Werbepotenzial für Unternehmen. Hierzulande gibt es eine große Spiele-Fangemeinde, die eine attraktive Zielgruppe für die online Marketingaktivitäten der in Deutschland ansässigen Unternehmen darstellt. Durch die stetig steigende Onlinepräsenz vieler Menschen, erhöht sich deren Konsumverhalten für im Internet angebotene Produkte. An dieser Stelle setzen wir mit unseren speziell auf die Marketingbedürfnisse unserer Kunden ausgerichteten Angeboten an, um in der Verbindung mit Online-Spielen für deren Marken und Produkte zu werben“, skizziert Manzius die Entwicklung im eigenen Haus.

Über GameHouse Europe

GameHouse Europe (ehem. RealGames) ist der weltweit führende Herausgeber, Entwickler und Vertreiber von Casual Games. Das Unternehmen ist ein Geschäftsbereich von RealNetworks und in Nord- und Lateinamerika, Europa sowie in China vertreten. GameHouse entwickelt und produziert Spiele in Seattle/USA und in Eindhoven/ Niederlande. Seattle ist der Hauptsitz von RealNetworks. Weitere Informationen unter: www.gamehouse.com

Über Zylom

Unter der Marke Zylom ist das Spieleportal in Europa Marktführer im Segment der Casual Games und vertreibt Produkte wie Delicious, Mahjong Fortuna Campfire Legends und Heart's Medicine. Das Portal ist in 35 Ländern verfügbar und bietet über 300 Online-Spiele und mehr als 600 herunterladbare Spiele in 8 Sprachen an. 62% der 20 Millionen Spieler pro Monat sind Frauen im Alter zwischen 25 und 49 Jahren. Weitere Informationen unter: www.zylom.com/de

Pressekontakt

HFN Kommunikation GmbH
Janka Kalcheva
Hauptstraße 129
65760 Eschborn
Tel.: +49 (0) 6196 77 641 16
jkalcheva@hfn.de
www.hfn.de