

Trend-Radar: Shopbetreiber können mit Online-Gaming Geld verdienen



Immer mehr Onlineshopper sind bereit für virtuelle Güter und digitale Produkte Geld auszugeben. Davon profitiert der Markt für Online-Spiele gleich doppelt. Denn die breite Masse der Online-Gamer akzeptiert sogar Werbung in den Spielen.

Wie sich der Markt für Online-Games in Deutschland entwickelt, lesen Sie hier.

10,3 Millionen Bundesbürger haben schon einmal Online-Spiele gespielt (14 Prozent). Besonders beliebt sind Online-Spiele, also digitale Spiele, die über das Internet gespielt werden, bei den 14- bis 29-Jährigen. In dieser Altersklasse spielt fast jeder Zweite (45 Prozent) über das Internet. Das teilte der Branchen-Verband BITKOM anlässlich der Leipziger Spielemesse Games Convention Online mit.

„Online-Spiele sind längst kein Nischenmarkt mehr, sondern aus der heutigen Video- und Computerspiel-Landschaft nicht mehr wegzudenken“, sagte BITKOM-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder.

Für Shopbetreiber sind vor allem zwei Studienergebnisse von großem Interesse: Fast jeder zweite Deutsche ist bereit für Online-Spiele monatlich Geld auszugeben. 20 Prozent der befragten Nutzer können sich vorstellen, im Monat bis zu zehn Euro für Downloads, Abonnements oder virtuelle Güter auszugeben. Mehr als 20 Euro im Monat würden sogar noch sechs Prozent der Deutschen in ihr Online-Vergnügen investieren. Eine Studie von Screen Digest bestätigt diese Entwicklung: Über 1,4 Milliarden US-Dollar haben Internetnutzer im vergangenen Jahr für virtuelle Güter in Massive Multiplayer Online-Games (MMOG) ausgegeben. Das entspricht einem Zuwachs von 22 Prozent zum Vorjahr.



Mehr als 60 Prozent der Befragten sind sogar bereit Online-Werbung in den Spielen zu akzeptieren. Über 33 Prozent stören Werbeschaltungen überhaupt nicht. Fast 20 Prozent wollen Werbung, die optisch und inhaltlich zum Spiel passt. Shopbetreiber haben also sehr gute Chancen, dass ihre Werbung in Online-Spielen (In-Game-Advertising) wahrgenommen wird.



Am meisten verwendet werden Spiele, die direkt im Internetbrowser gespielt werden können. Fast drei Viertel (73 Prozent) aller Online-Spieler nutzen sie überwiegend. Meist gebrauchtes Spielgerät ist derzeit der Computer. Künftig sollen jedoch andere Zugangsformen zum Internet an Bedeutung gewinnen, etwa über Spielkonsolen oder mobile Geräte.

„Mit einem wachsenden Anteil der mobilen Internetnutzung werden Online-Spiele verstärkt auf Handhelds der neuen Generation und Smartphones gespielt werden“, so Rohleder.