

BIU





Bundesverband  
Interaktive  
Unterhaltungssoftware e.V.

# Spielplatz Internet 2010

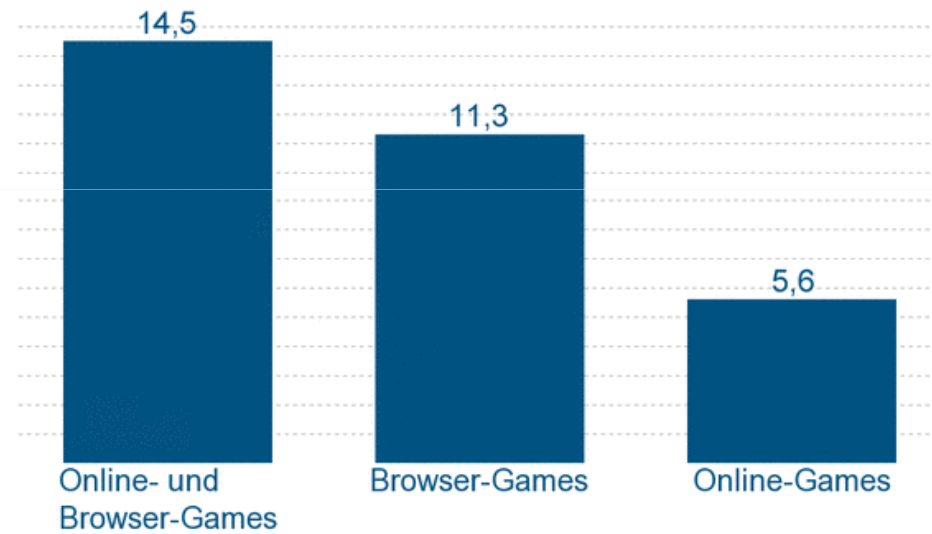
Marktzahlen zu Online-Abonnements, Premium-  
Accounts und virtuellen Zusatzinhalten

Als Browsersgames werden Computerspiele bezeichnet, die im Internet gespielt werden und nur einen Webbrowser voraussetzen. Der Zugriff auf das Spiel erfolgt direkt über den Webbrowser, so dass keine vorherige Programminstallation erforderlich ist. Ein zusätzlicher Kauf des Spiels als CD/DVD-ROM (physisches Produkt) oder als Download ist ebenfalls nicht erforderlich.

Als Online-Spiele werden Computerspiele bezeichnet, die schwerpunktmäßig oder ausschließlich über das Internet gespielt werden und eine vorherige Programminstallation auf dem Computer erfordern. Das Spiel wird dann direkt von der Festplatte des Computers geladen. Im Gegensatz zu Browserspielen muss man Online-Spiele somit vor Spielbeginn als CD/DVD-ROM (physisches Produkt) oder als Download besitzen (kaufen).

Als Zusatzinhalte werden digitale Inhalte für Computerspiele bezeichnet, die man sich zusätzlich über das Internet einzeln kaufen kann (so genannte Micro-Transactions). Diese Inhalte können beispielsweise neue Charaktere, zusätzliche Spiele-Levels, virtuelle Waffen, Kleidungsstücke, Autos usw. sein. Häufig wird dies auch als Item-Selling bezeichnet.

Nutzer von Online- und Browser-Games in 2010



Angaben in Millionen

© 2011 BIU/GfK

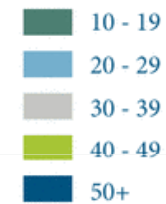
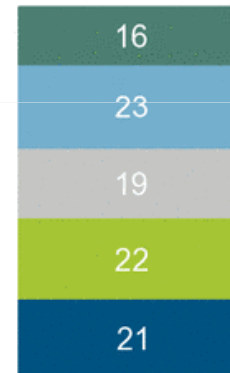
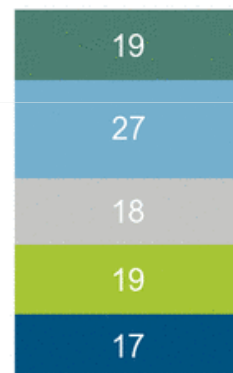
Basis: 63.7 Millionen Deutsche 10+

© Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) / GfK

## Online- und Browser-Games: Alter der Nutzer

Ø Alter: 34 Jahre

Ø Alter: 36 Jahre

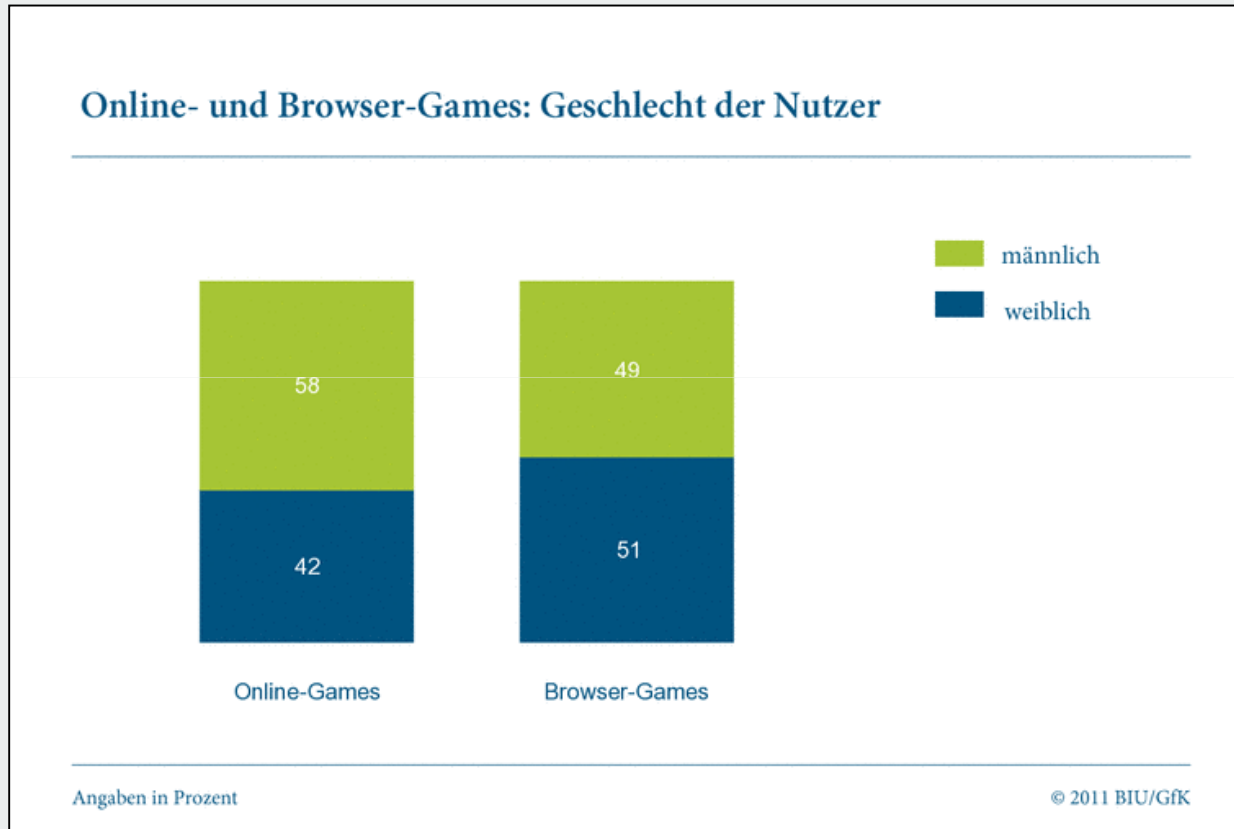


Online-Gamer

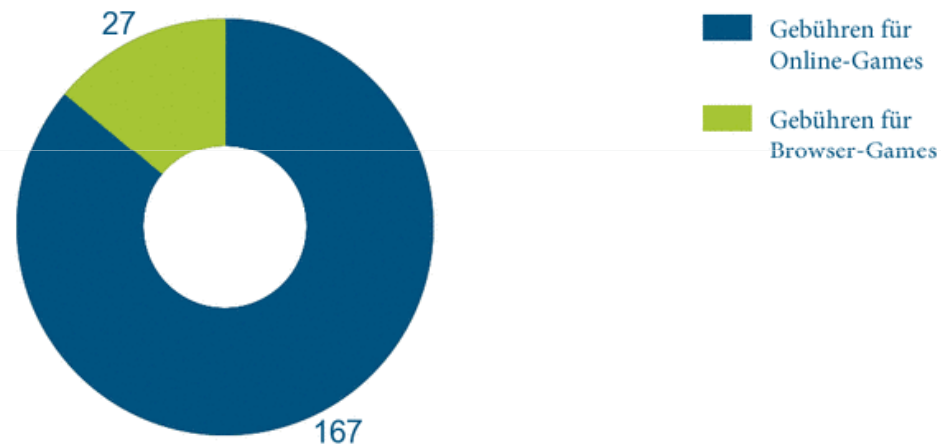
Browser-Gamer

Angaben in Prozent

© 2011 BIU/GfK

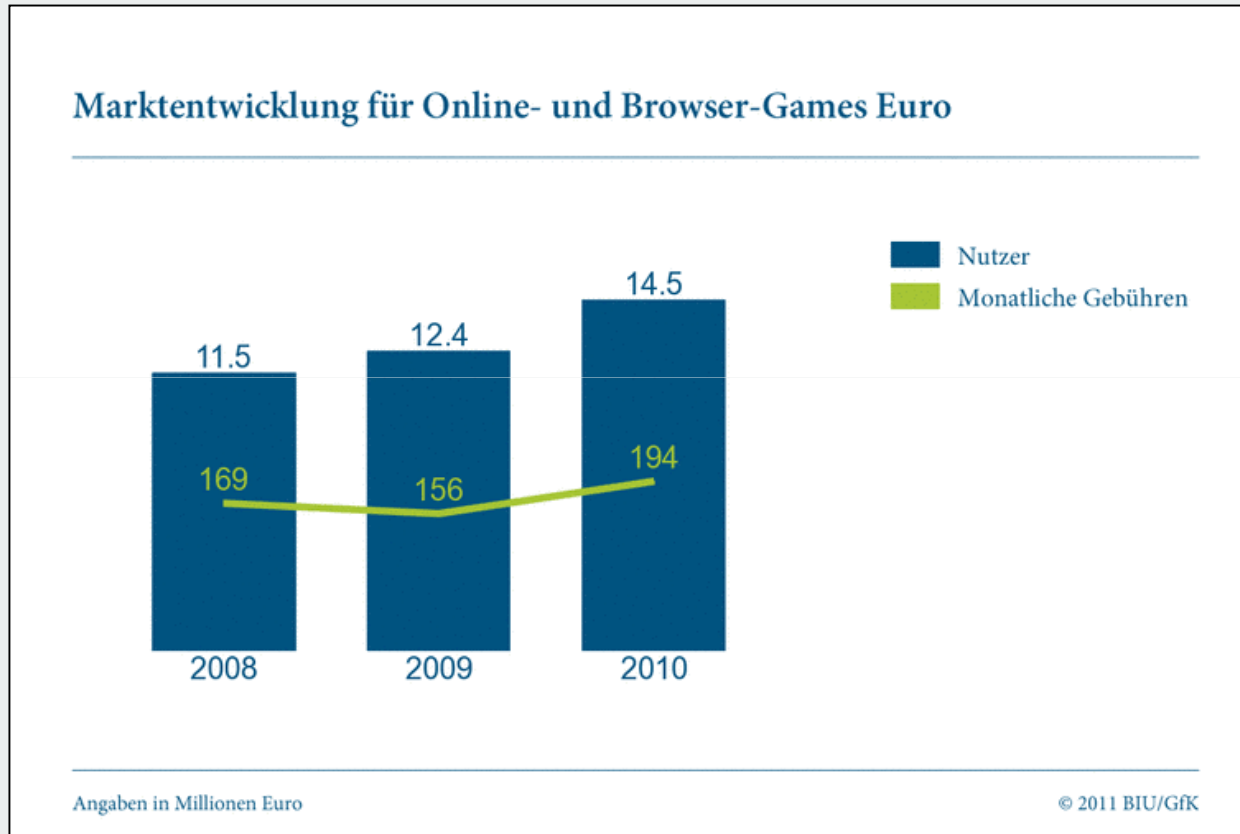


**Gebühren für Online- und Browser-Games in 2010**  
**Einnahmen aus Abonnements und Premium-Accounts: 194 Millionen**



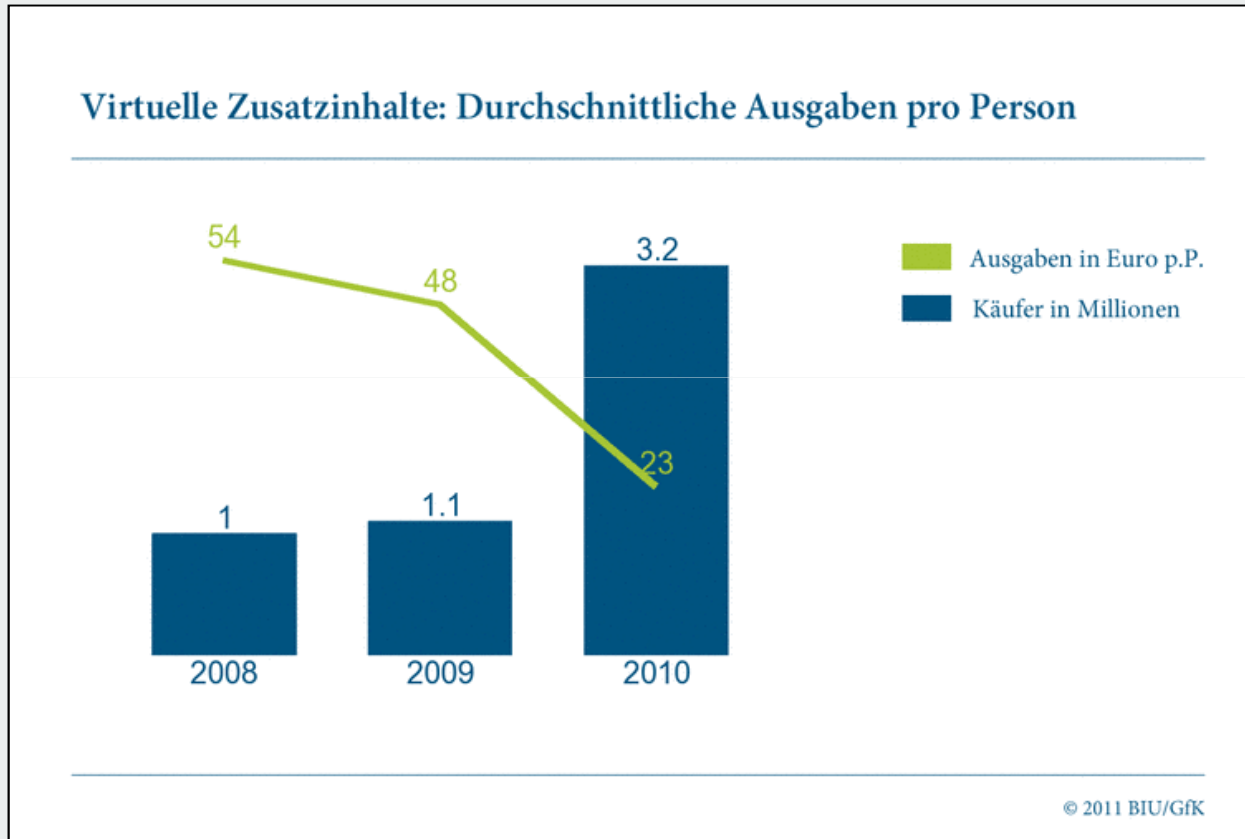
Angaben in Millionen Euro

© 2011 BIU/GfK



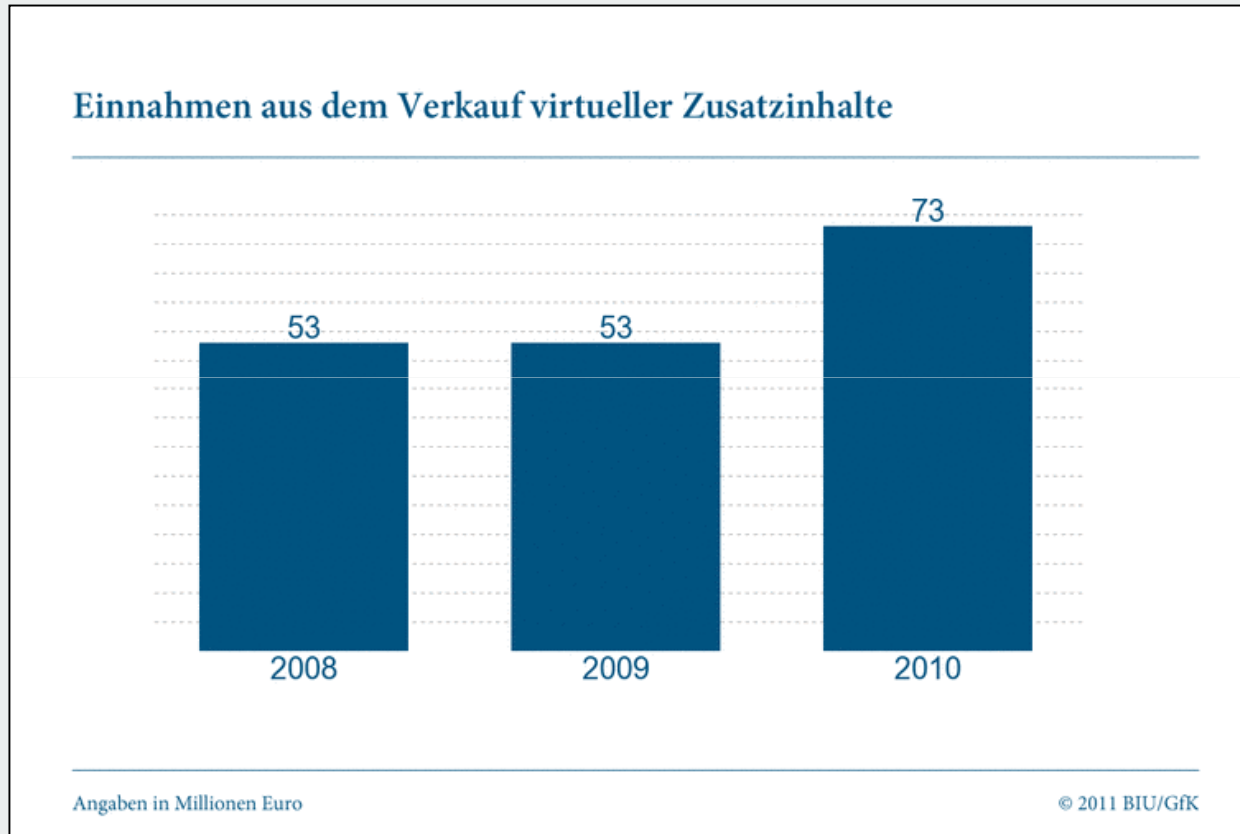
Basis: 63.7 Millionen Deutsche 10+

© Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) / GfK



Basis: 63.7 Millionen Deutsche 10+

© Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) / GfK



Basis: 63.7 Millionen Deutsche 10+

© Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) / GfK

Methode

Befragungsmix innerhalb von GfK Media\*Scope

Stichprobe

Die Stichprobengröße umfasst 25.000 Personen, die repräsentativ für 63,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren stehen

Erhebung

1. Welle Januar/Februar 2008
2. Welle Januar/Februar 2009
3. Welle Januar/Februar 2010
4. Welle Januar/Februar 2011