



## Facts & Figures

### Der Markt für Unterhaltungssoftware 2008

Der Trend zu Wachstum im Bereich der Computer- und Videospiele ist seit über fünf Jahren ungebrochen: 2008 stieg der Umsatz mit Spielesoftware auf ca. 1,57 Mrd. Euro an; das entspricht einer Steigerung um 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das Segment der mobilen Videospiele (Nintendo DS [DS] und PlayStation Portable [PSP]) verzeichnete mit einem Plus von 13 Prozent einen starken Zuwachs; geradezu spektakulär fiel dagegen das Wachstum beim Umsatz mit Spielen für die stationären Konsolen (PlayStation 3, Nintendo Wii und Xbox 360) aus: Im Vergleich zum Vorjahr ist hier der Umsatz um 37 Prozent auf 744 Mio. Euro (2007: 544 Mio. Euro) gestiegen. Experten prognostizieren dem Markt für Computer- und Videospiele auch für die kommenden Jahre deutliche Zuwächse. So sagt PricewaterhouseCoopers in seinem „German Entertainment and Media Outlook: 2006–2010“ eine Verdopplung des Marktvolumens für Computer und Videospiele auf 2,6 Mrd. Euro im Jahr 2010 voraus.

### Auf einen Blick: Umsatzentwicklung Unterhaltungssoftware 2008 (in Mio. €)

PC	438 Mio. €	(2007: 471 Mio.)
KONSOLE	744 Mio. €	(2007: 544 Mio.)
HANDHELD	384 Mio. €	(2007: 360 Mio.)
<b>GESAMT</b>	<b>1566 Mio. €</b>	<b>(2007: 1375 Mio.)</b>

Quelle: GfK Panel Services

### Spiele als Teil der Alltagskultur

Unterhaltungssoftware fristet entgegen landläufiger Klischees kein

Nischendasein als Freizeitbeschäftigung männlicher Jugendlicher: Über die Hälfte der Spieler in Deutschland ist über 20 Jahre alt, mehr als ein Drittel sind weiblich - Tendenz steigend. Spiele sind mittlerweile längst ein Teil unserer Alltagskultur geworden: So ist der eSport („Electronic Sport“) ein Phänomen, das aus der Freizeitkultur nicht mehr wegzudenken ist. Das wettbewerbsmäßige Spielen von Computer- oder Videospiele im Einzel- oder Mehrspielermodus wird in Deutschland bereits von 1,5 Mio. Spielern, die in zirka 40.000 sogenannten Clans (eSport-Teams) organisiert sind, regelmäßig als Freizeitbeschäftigung betrieben. Computer- und Videospiele befinden sich mit Kultur und Wirtschaft in einem fruchtbaren Spannungsfeld: Virtuelle Figuren wie Lara Croft, Pac Man oder Mario sind zu Ikonen der Popkultur geworden; zahlreiche Technologien, die für Spiele entwickelt wurden, werden von der Filmindustrie oder für Ausbildung und Forschung verwendet.

Quelle: GfK, Panel Services, Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware.