

TIMESCOOUT 2008:

NEUESTE ENTWICKLUNGEN BEI COMPUTER- UND KONSOLENGAMES!

- **2/3 der jungen Deutschen sind Freizeit-Gamer**
- **Non-Gaming als neuer Lifestyle junger Gesellschaftskritiker**
- **50 Prozent der 11- bis 14-jährigen nutzen das Handy als Spieleplattform**
- **GTA das Computerspiel des Sommers**
- **45 Prozent spielen in der Gruppe mit Freunden**
- **Sony Playstation beliebteste Konsole**
- **Nintendo Wii als Kinder- und Familienkonsole**

Zwei Drittel der jungen Deutschen sind Gamer

Zwei Drittel der 11- bis 39-jährigen Deutschen beschäftigen sich in ihrer Freizeit regelmäßig mit Computer- und Konsolen-Spielen. Zu diesem Ergebnis kommt die neueste Welle der Jugendstudie TIMESCOOUT. Die Gamer spielen immer mehr und nutzen eine immer breitere Palette an Spielplattformen. So werden gleichzeitig der PC, die Konsole, das Handy und auch portable Konsolen genutzt. Starke Zuwächse verzeichnet das Spielen am Handy. Innerhalb von nur einem halben Jahr sind die Nutzeranzahl hier um fast 10 Prozent gestiegen. Der absolute Renner ist das Spielen am Handy bei den 11- bis 14-jährigen. 50 Prozent von ihnen nutzen das Handy als Spielgerät.

Wachsende Gruppe der Non-Gamer

Aber die Spiele-Euphorie ist nicht ungebrochen. Denn parallel zur Gruppe der Intensivspieler kristallisiert sich immer stärker eine qualifizierte Minderheit heraus, die das Computer- und Konsolenspielen rigoros ablehnt und diese Ablehnung als alternativen, kritischen Lifestyle kultiviert. Diese Jugendlichen inszenieren sich als Kritiker der turbokapitalistischen, hochtechnisierten Hochleistungsgesellschaft und lehnen das Gaming als typische Freizeitbeschäftigung der unkritischen Systemmitläufer ab. Unter den deutschen Jugendlichen beträgt der Anteil dieser Gruppe bereits 35 Prozent und ist in den letzten zwei Jahren stetig gewachsen. Besonders stark vertreten in dieser Gruppe sind weibliche Jugendliche und Angehörige bildungsnaher Schichten. Die Spiele-Verweigerer zeichnen sich durch ein traditionelles Medienverhalten aus, d.h. sie lesen häufiger Zeitschriften, Magazine und Bücher, nutzen die Angebote des Web 2.0 äußerst zurückhaltend, gehen häufiger in Lokale, Kneipen und Clubs und tendieren stark dazu, Bekanntschaften und Freundschaften im direkten Kontakt face-to-face zu pflegen. Es befindet sich unter ihnen ein großer Anteil an Personen, die eine gesellschaftspolitisch kritische Position einnehmen, d.h. man steht der zunehmenden Kommerzialisierung der Gesellschaft kritisch gegenüber und konstatiert einen zunehmenden Egoismus in den sozialen Beziehungen der Menschen.

Grand Theft Auto (GTA) beliebtestes Game des Sommers 2008

Das beliebteste Computerspiel des Sommers 2008 ist Grand Theft Auto (GTA). Besonders hohe Beliebtheit erfreut sich das Spiel, dessen zentrale Aufgabe darin besteht, in einer amerikanischen Großstadt eine perfekte Verbrecherkarriere hinzulegen, bei der männlichen Jugend. Mädchen und junge Frauen bevorzugen die Spiele "Sims" und "SingStar".

Spielen als Freizeitaktivität in der Gruppe

Interessant ist, dass das Spielen mehr und mehr zu einer sozialen Aktivität wird, die man gemeinsam mit Freunden ausübt. Schon 45 Prozent der jungen Deutschen spielen in der Gruppe. Die Zahl der Online-Spieler ist mittlerweile auf 20 Prozent angewachsen. Bei den Unter-20-jährigen beträgt ihr Anteil schon fast ein Drittel. Und was besonders überrascht: Schon über 10 Prozent der 15- bis 24-jährigen nehmen an Lan-Partys teil.

Playstation die beliebteste Spielekonsole

Die am weitesten verbreitete Spielkonsole ist die Playstation von Sony. Die Playstation 2 wird von 25 Prozent der jungen Deutschen genutzt, das Nachfolgemodell Playstation 3 von weiteren 10 Prozent.

Die Nintendo Wii wird von 15 Prozent genutzt. Sie ist vor allem unter den 11- bis 14-jährigen und bei den über 25-jährigen beliebt. Für die männlichen Jugendlichen und die Altersgruppe der 15- bis 24-jährigen ist die Wii weniger von Interesse. In ihr konzentrieren sich ganz offensichtlich klassische Spielertypen, die in erster Linie an Action- und Shooterspielen in der Art von GTA interessiert sind. Für diese Art von Spielen fehlt bei der Wii einfach das passende Angebot. Wenig vom Fleck kommt die X-Box 360. Sie liegt seit 2007 bei einem User-Anteil von ca. 10 Prozent. Insgesamt betrachtet dürfte das Marktpotential für Konsolen gegenwärtig ziemlich ausgeschöpft sein. Mehr als 40 Prozent Konsolen-User dürften auch in den nächsten Jahre realistisch kaum zu erreichen sein.

Die Studie TIMESCOOUT ist eine Mehrthemenuntersuchung. Sie beschäftigt sich mit dem Konsum-, Freizeit- und Medienverhalten und den Markenpräferenzen der jungen Deutschen. Seit 2002 wird die Studie zweimal jährlich mit einer Stichprobengröße von n=1200 durchgeführt. Weitere Themen: Lebensstile, Musik, Internetnutzung, Games, Werbung, Markenbatterie mit Bekanntheit, Sympathie und Nutzung der relevantesten deutschen Consumer-Marken; umfassende Zeitreihenanalysen.

Die Studie TIMESCOOUT ist modular aufgebaut. Damit ist es möglich, einzelne themenspezifische Module (z.B. Szenen, Musik, Medien, Marken, Werbung, ...) zu Preisen zwischen 390,- und 890,- Euro, je nach Modul, zu beziehen.

Kontaktpersonen:

Philipp Ikrath, pikrath@tfactory.com,

Evelyn Nozsicska, enozsicska@tfactory.com

Hamburg: Tel.: 0049 / 40 / 375 03 444 Wien: Tel.: 0043 / 1 / 595 25 66

