

Videospielmekmarkt weltweit

November 2020

1 Videospiele vs andere Unterhaltungsindustrien

Videospiele sind kein Nischenmarkt mehr. Schätzungen zufolge werden die mit Videospielen erzielten Einnahmen im Jahr 2018 zwischen 109,7 (SuperData [2]) und 137,9 (Newzoo [3]) Milliarden Dollar liegen. Damit sind Videospiele heute die profitabelste Form der klassischen Unterhaltung: noch vor Fernsehen, Kino und der Musikindustrie.

Weltweit erwirtschafteten Glücksspiele (435 Mrd.) und Videospiele (109 bis 137 Mrd.) im Jahr 2018 zusammen zwischen **544 und 572** Mrd. Dollar Umsatz.

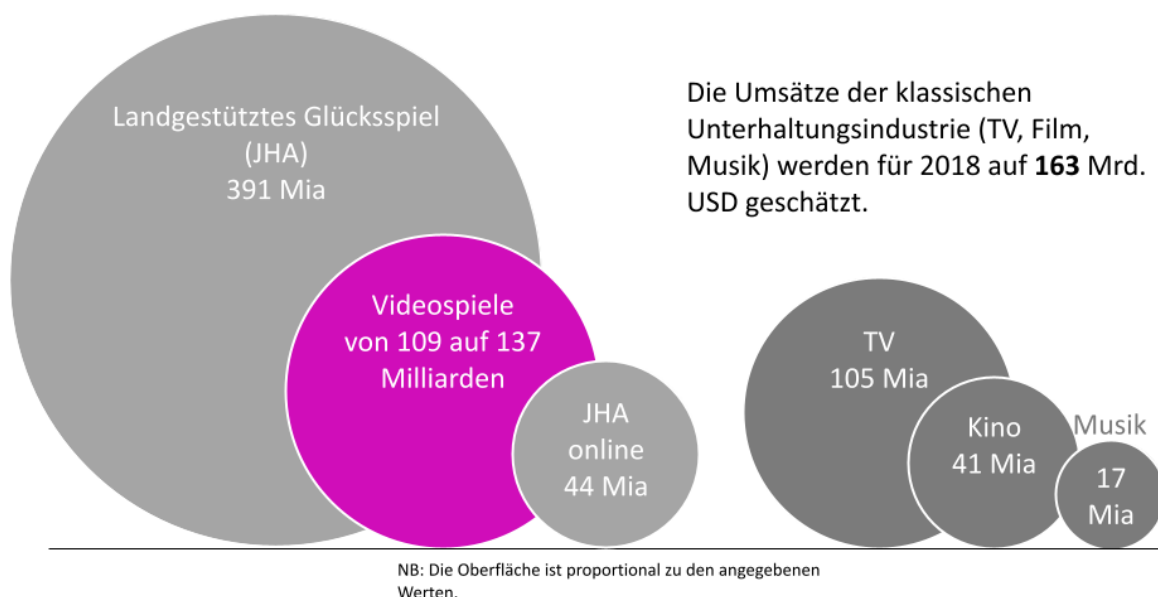


Illustration : Christophe Al Kurdi | Quellen: Glücksspiel, GBGC & H2GC; Videospiele, Newzoo & SuperData; TV & Film, Statista; Musik, IFPI.

Abbildung 1 — Einkünfte aus Videospielen im Vergleich zu anderen Formen der Unterhaltung (französisch)

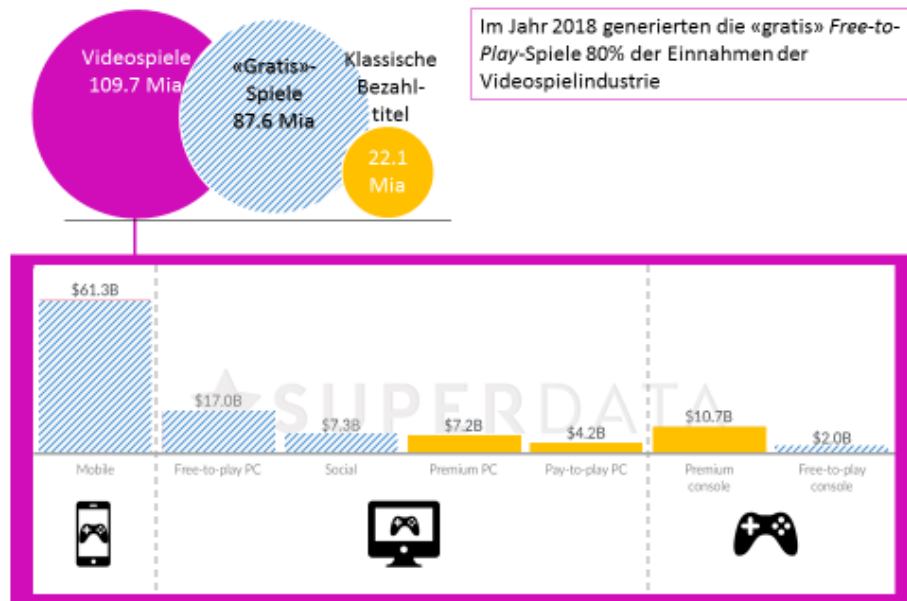
Legende: Diese Abbildung zeigt die Bedeutung des Glücksspiel- und Videospielesmarktes im Vergleich zu anderen Unterhaltungsmärkten.

In der **Schweiz** gibt es keine guten öffentlichen Daten über die Grösse des Videospielesmarktes. Im Jahr 2017 hatte der gesamte Glücksspielmarkt einen Wert von 1.647 Milliarden CHF (704 Millionen CHF für Casinos und 943 Millionen CHF für Lotterien).

2 Vorherrschaft der «Gratis»-Spiele

Gegenwärtig generieren «kostenlose» Spiele (auf der Grundlage von Mikrotransaktionen) mehr als 80% der Einnahmen des Videospiele-Sektors, und mit 87,6 Mrd. USD von 109,7 Mrd. USD tragen mobile Spiele (auf Smartphones und Tablets) am meisten zu dieser Wertschöpfung bei.

Abbildung 2 – Einnahmen aus Videospiele nach Monetarisierungsmodell (Premium / Freemium) und Plattform (Handy / PC / Konsole)



Legende: Laut SuperData [2], trägt der Markt für freie Spiele (Mobile, F2P PC, Social, F2P Console) mit Einnahmen in Höhe von 87,6 Mrd. USD zu mehr als 80% des globalen Videospielemarktes bei, der 2018 109,7 Mrd. USD betrug. Mobile Spiele (Smartphone / Tablet) generieren bei weitem die meisten Einnahmen, noch vor PC- und Konsolenspielen.

Gratis- oder «Free-to-Play»-Spiele (wörtlich «gratis zu spielen») sind nicht länger die exklusive Domäne von Smartphones und so genannten «Social Games», die über soziale Netzwerke zugänglich sind. Im Jahr 2018 haben sie sich zum profitabelsten Segment der PC-Spiele entwickelt, weit vor den kostenpflichtigen Spielen (Premium PC) und den Spielen auf Abonnementbasis (Pay-to-Play PC). Nur Konsolenspiele scheinen dem Ansturm der Mikrotransaktionen vorerst zu widerstehen, obwohl sie bereits fast 20% der Einnahmen des Sektors ausmachen.

3 Die rentabelsten « Gratis »- Spiele 2018

Tabelle 1 – Top 10 F2P-Spieleinnahmen 2018 - unabhängig der Plattform (SuperData)

Rank	Title	Publisher	Genre	Revenue
1	<i>Fortnite</i>	Epic Games	Shooter	\$2.4B
2	<i>Dungeon Fighter Online</i>	Nexon	RPG	\$1.5B
3	<i>League of Legends</i>	Riot Games, Tencent	MOBA	\$1.4B
4	<i>Pokemon GO</i>	Niantic	Adventure	\$1.3B
5	<i>Crossfire</i>	Neowiz Games	Shooter	\$1.3B
6	<i>Honour of Kings²</i>	Tencent	MOBA	\$1.3B
7	<i>Fate/Grand Order</i>	Aniplex	RPG	\$1.2B
8	<i>Candy Crush Saga</i>	King, Activision Blizzard	Puzzle	\$1.1B
9	<i>Monster Strike</i>	Mixi	RPG	\$1.0B
10	<i>Clash Royale</i>	Supercell, Tencent	Strategy	\$0.9B

Quelle: SuperData [2]

4 Zielpublikum der Videospiele

Ein Irrglaube über Videospiele ist, dass sie nur für ein junges, überwiegend männliches Publikum bestimmt sind. Wenn dies zur Jahrtausendwende noch der Fall war, ist es heute bei weitem nicht mehr so:

- Laut der Entertainment Software Association (ESA) ist das Spielen von Videospiele weder ein Hobby für junge Leute noch ein von Männern dominiertes Hobby. Tatsächlich ist das Gegenteil der Fall. Im Jahr 2019 gaben in den Vereinigten Staaten 65% der erwachsenen Bevölkerung an, Videospiele zu spielen; 46% aller Spieler waren weiblich, und das Durchschnittsalter der Spieler lag bei 33 Jahren [4].
- Nach Angaben des Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) [5] gab 2016 jeder zweite Franzose (52%) an, Videospiele zu spielen, mit einer nahezu perfekten Verteilung (46% weiblich) und einem Durchschnittsalter von 34 Jahren.
- In der **Schweiz** informiert uns die Umfrage «eSports Schweiz 2019» [6] darüber, dass 33,9% der Schweizer Bevölkerung angaben, mindestens einmal pro Woche und 12,1% täglich Videospiele zu spielen. Aus der gleichen Umfrage geht hervor, dass 26,5 % der männlichen und 48,5 % der weiblichen Bevölkerung angaben, noch nie Videospiele gespielt zu haben.

5 Quellen

- [1] Al Kurdi, C., Notari, L., Kuendig, H. (2020): « Jeux d'argent sur internet en Suisse : Un regard quantitatif, qualitatif et prospectif sur les jeux d'argent en ligne et leur convergence avec les jeux vidéo », GREA & Sucht Schweiz, Lausanne.
- [2] SuperData Research (2019): « 2018 Year In Review (Market Brief) ». Verfügbar unter: <https://www.superdataresearch.com/market-data/market-brief-year-in-review/>.
- [3] Wijman, T. (2018): « Global Games Market Revenues 2018 | Per Region & Segment », Newzoo. <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/> (abgerufen am 8. November 2018).
- [4] ESA (2019): « Essential Facts about the Computer and Video Game Industry (2019) », Entertainment Software Association. Verfügbar unter: https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2019/05/ESA_Essential_facts_2019_final.pdf.
- [5] SELL (2018): « L'essentiel du jeu vidéo: #2 2018 ». Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs. Verfügbar unter: https://www.sell.fr/sites/default/files/sell_essentiel_du_jeu_video_octobre_2018_0.pdf.
- [6] M. Hüttermann (2019): « **eSports Schweiz 2019 (Vorversion) », ZAHW - Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Winterthur. Verfügbar unter: <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/16890>.

Dieses Faktenblatt wurde von Christophe Al Kurdi (GREA) auf Französisch verfasst. Er liegt dem Bericht von GREA und Sucht Schweiz «Jeux d'argent sur internet en Suisse» bei[1] – verfügbar unter www.grea.ch/rapport-jhal. Das Faktenblatt wurde vom Fachverband Sucht auf Deutsch übersetzt.