

Spielwiese Internet

AIM-Consumer: Jung und Alt im Spielfieber

80% der Bevölkerung sind online. Die wichtigsten Motive für die Internetnutzung sind Kommunikation, Information und Unterhaltung. Diese Treiber verschmelzen zunehmend. Online Gaming ist ein wichtiger Bestandteil des Unterhaltungsbedürfnisses: so geben 71% der Internetnutzer an, schon einmal online gespielt zu haben.

Dabei zeigt sich erwartungsgemäß ein Altersgefälle. Während 8 von 10 unter 29-jährigen Onlinern bereits ein Online-Spiel gespielt haben, sind es bei den über 70-jährigen Internetnutzern 50%. Gleichzeitig bedeutet dies, dass sich immerhin jeder zweite Silver Surfer in dieser Altersklasse schon einmal auf die Spielwiese im Web begeben hat. Männer weisen eine vergleichbare Spielerfahrung wie Frauen auf.

Der durchschnittliche Spieler verbringt knapp zwei Stunden pro Woche mit Online Gaming. Die meiste Zeit investieren dabei Personen in Ausbildung. Immerhin 17% der Internetnutzer bekennen sich dazu, fast täglich online zu spielen.

Am liebsten nutzt man dafür noch den stationären PC, gefolgt vom Laptop. Nur ein Drittel der Spieler gibt sich mit dem Handydisplay zufrieden, und Tablets spielen eine gänzlich untergeordnete Rolle bei den Spielgeräten.

Die beliebtesten Spiele sind Kartenspiele, gefolgt von Social Games in Sozialen Netzwerken und Lotteriespielen. Dies zeigt sich auch in der sozialen Orientierung beim Spielen: die Hälfte der intensiven Spieler tun dies großteils mit bzw. gegen andere Personen – wobei Fremde gegenüber persönlich Bekannten den Vorzug erhalten.

Der AIM-C wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung auf Basis von insgesamt 10.000 telefonischen Interviews pro Jahr (2.500 pro Quartal) repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren durchgeführt. Darüber hinaus liefern vertiefende Online-Befragungen Einblicke in Schwerpunkte der Nutzung neuer Medien. Der INTEGRAL AIM-Consumer liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über die Nutzung und Entwicklungsperspektiven des Internets und anderer neuer Kommunikationstechnologien.

Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. INTEGRAL verfügt über eine 15jährige Kompetenz in der Internet-Marktforschung, die im Austrian Internet Monitor-Business und im Austrian Internet Monitor-Consumer ihren Niederschlag findet. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu-Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Mag. Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung, zur Verfügung.

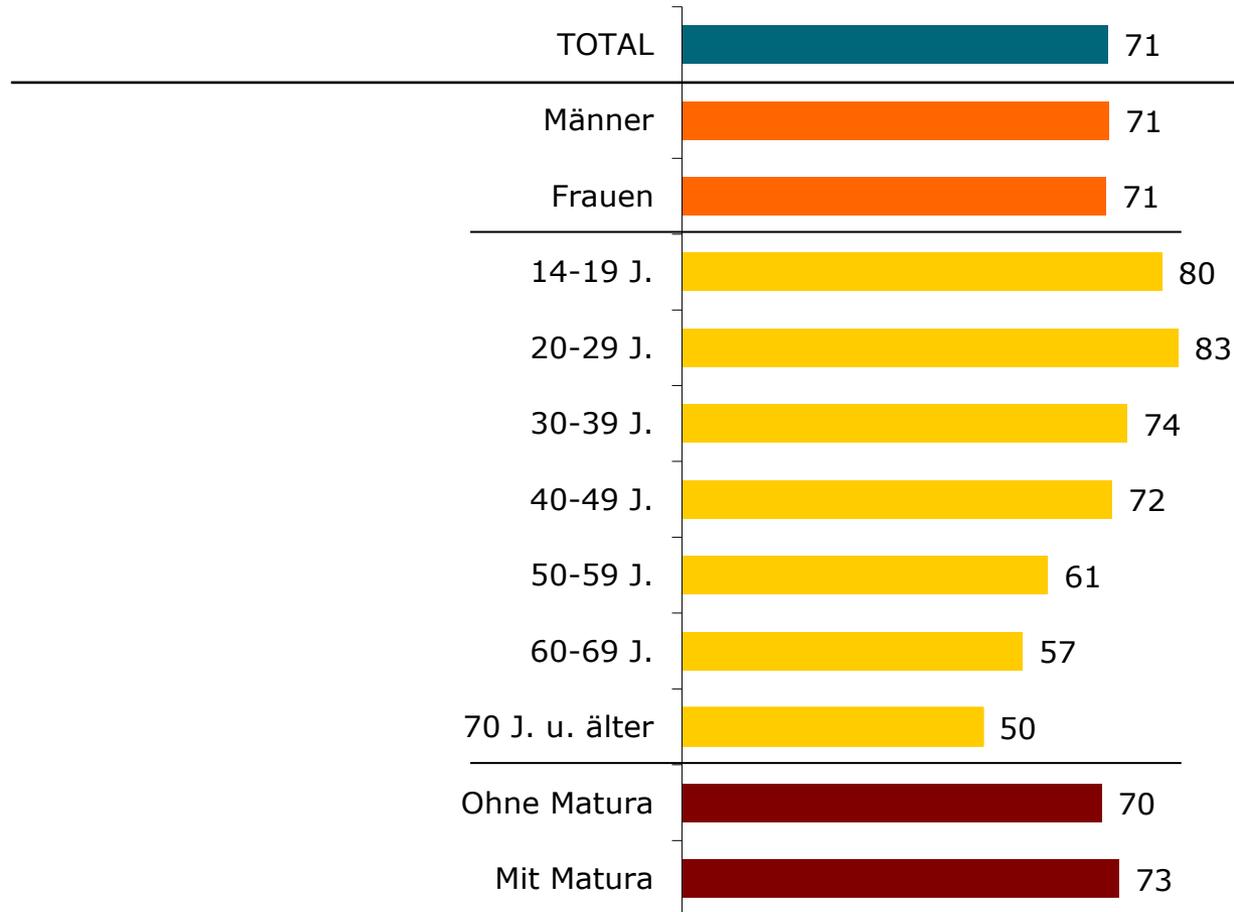
www.integral.co.at; Anfragen an aim@integral.co.at, Tel.Nr.:+43-(0)1-799 19 94

Haben bereits online gespielt

Haben Sie schon jemals eines der folgenden Spiele online, also über das Internet, gespielt?

Frage 22

Basis: Internetnutzer



Angaben in Prozent (%)