



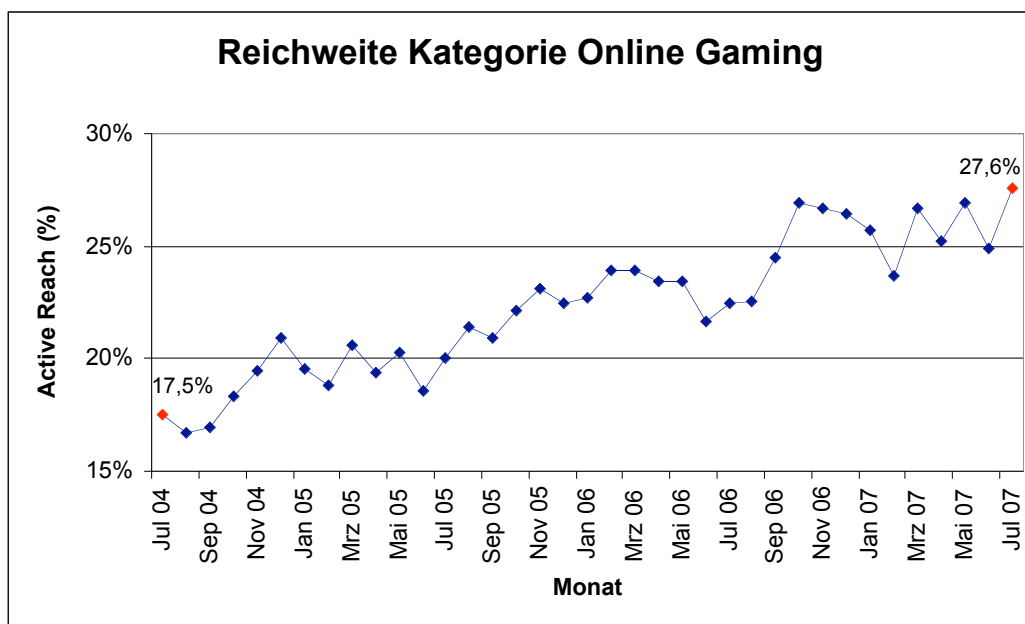
PRESSEMITTEILUNG

25. AUGUST 2007

Online Gaming wächst um 76%

Nutzer verbringen die meiste Zeit mit Casual Games und Online-Abenteuern

Nürnberg, 25. August 2007 – Die Anzahl der Online-Spieler ist in den letzten drei Jahren um 76% gewachsen, wie das internationale Medien- und Marktforschungsinstitut Nielsen//NetRatings ermittelte. Im Juli 2007 besuchten 9,2 Millionen Deutsche Spiele-Websites (27,6% aller Internetnutzer), während es im Juli 2004 noch 5,2 Millionen (17,5%) waren.



Quelle: Nielsen//NetRatings, NetView, Deutschland, Home & Work

Betrachtet man die letzten drei Monate aggregiert (Mai, Juni, Juli 2007), so waren insbesondere Casual Games, wie zum Beispiel Autorennen, Sport und andere Browserspiele, aber auch klassische Brettspiele oder auf Fernsehshows basierende Spiele beliebt. Das RealArcade Network, zu dem unter anderem die Website Zylom.de gehört, führte das Ranking an; sowohl nach Nutzeranzahl (2,6 Millionen Unique Audience) als auch im Hinblick auf die verbrachte Zeit (536 Millionen Total Minutes).

Obwohl Männer auf Spielewebsites generell stärker vertreten sind (64%), hatte RealArcade einen recht hohen Frauenanteil von 50%. Auch die Nummer zwei King.com konnte mit 48% einen hohen Frauenanteil verbuchen. Im Gegensatz dazu waren fast drei Viertel der Nutzer (72%) von GameDuell Männer. Unter den Portalen spricht T-Online onSpiele deutlich mehr Männer an (76%) als AOL Games (53%) oder Yahoo! Games (58%).



Top 10 Online Gaming nach Unique Audience

Rang nach Unique Audience	Art	Brand oder Channel	Unique Audience (000)	Active Reach (%)	Total Page Minutes (000)	Rang nach Total Minutes
<i>N/A</i>	<i>N/A</i>	Online Games	16.043	40,8	3.386.333	<i>N/A</i>
1	Casual Games	RealArcade Network	2.643	6,7	535.474	1
2	Casual Games	King.com	2.281	5,8	227.424	2
3	Portal	T-Online onSpiele	2.153	5,5	27.582	10
4	Casual Games	GameDuell	1.924	4,9	46.631	7
5	Berichte & Tipps	Spieletipps.de	1.920	4,9	21.478	13
6	Casual Games	Jetztspielen	1.297	3,3	55.309	5
7	Portal	AOL Games	1.137	2,9	10.185	15
8	Casual Games	MiniClip	1.071	2,7	35.666	8
9	Magazin	4Players	1.053	2,7	12.926	14
10	Berichte & Tipps	Mogel-Power	997	2,5	2.924	30

Quelle: Nielsen//NetRatings, NetView, Deutschland, Mai bis Juli 2007, Home & Work

Durch die steigende Verbreitung von Flatrates und Breitbandverbindungen verbringen die Deutschen immer mehr Zeit mit Online-Spielen. Im Schnitt verbrachte jeder deutsche Besucher von Spiele-Sites zwischen Mai und Juli 2007 3,5 Stunden auf diesen Websites. Insgesamt wurden 3,4 Milliarden Minuten mit Spielen im Internet verbracht. Sechs der Top 10 Gaming Sites nach Total Minutes waren Casual Games, drei weitere setzten sich aus den Abenteuerspielen Die Stämme, OGame und World of Warcraft zusammen.

Die Zielgruppen „Internet-Nutzer“ und „Internet-Gamer“ weisen eine hohe Schnittmenge auf, so dass es für die Publisher aus dem Gaming-Sektor Sinn macht, Online Werbung zu buchen. In den letzten drei Monaten erzeugten Anzeigen der Spieleindustrie im Internet einen Werbedruck von 1,8 Milliarden Ad Impressions (mögliche Sichtkontakte). Besonders aktiv warb GameDuell. Deren Anzeigen auf Websites wie Die Zeit, Games.de, und Hamburg.de enthielten zum Teil spielbare Darts-, Billard- oder Kegelspiele und erzielten 617 Millionen Ad Impressions.

NetRatings-Sprecher Oliver Sender kommentierte: „Besonders durch die Bereiche Massively Multiplayer Online Gaming (MMOG) und das Casual Gaming direkt im Browser haben sich Online-Spiele zu einem Wachstumstreiber im Internet entwickelt. Neben dem Entertainment-Aspekt entwickeln sich die Spiele zunehmend in Richtung Werbeträger. Durch den Umstand, dass von den Spielern teilweise auch persönliche Angaben gemacht werden, lassen sich Online-Kampagnen sehr zielgenau aussteuern. Werbungtreibende haben zudem den Vorteil, dass Sie ihre Werbebotschaften in die Spielwelten implementieren können und der Spieler sich auf diesem Weg intensiv mit den Produkten auseinandersetzt.“



Top 10 Werbungtreibende nach Ad Impressions

Rang	Werbekunden / Periode	Ad Impressions (000)
	<i>Spielkonsolen-, Video- und Onlinespiele</i>	1.842.098
1	GameDuell	617.284
2	Sunflowers - ANNO 1701	90.194
3	SevenGames - RC 07 Rad-Challenge 07	77.667
4	Eidos Interactive - Tomb Raider: Anniversary	70.353
5	Ubisoft - Tom Clancy's Ghost Recon: Advanced Warfighter 2	61.028
6	Blizzard Entertainment - World of Warcraft	59.832
7	Nintendo - Wii	59.203
8	Ubisoft - Tom Clancy's Rainbow Six: Vegas	45.000
9	Bigpoint	38.629
10	Disney Interactive - Pirates of the Caribbean: At World's End	38.496

Quelle: Nielsen//NetRatings, AdRelevance, Deutschland, Quartal Mai, Juni, Juli 2007

Nähere Informationen zum Online-Spielen werden von Nielsen//NetRatings auf der OMD Düsseldorf am 25. und 26. September 2007 auf Stand 10 / B06 vorgestellt.

-- ENDE --

Bitte geben Sie als Quelle Nielsen//NetRatings an.

ACNielsen und Nielsen Media Research sind beides separate, von NetRatings unabhängige Firmen und sollten NICHT als Quelle für diese Mitteilung angegeben werden. Sollten Sie unseren Firmennamen abkürzen wollen, so verwenden Sie bitte NetRatings.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Andreas Gutjahr, Faktenkontor GmbH / Tel: 0170 571 4044 / andreas.gutjahr@faktenkontor.de

Stephan Achstetter, Client Services Manager / Tel: 0911 / 520 97 - 14 / sachstetter@intl.netratings.com

Über Nielsen//NetRatings / Über NetRatings, Inc.

NetRatings, Inc. (Nasdaq: NTRT) liefert weltweit führende Lösungen zur Internet-, Medien- und Marktforschung unter der Marke Nielsen//NetRatings. Nielsen//NetRatings ist der globale Standard für aktuelle und umfassende Internet-Nutzungsdaten und deren Analyse sowie die bevorzugte Quelle von Informationen zur Effizienz von Online-Werbung. Die Nielsen//NetRatings-Produktpalette beinhaltet Panel- und Site-Centric-basierte Internet-Nutzungsmessungen, Online-Werbetracking, demografische Daten sowie kundenspezifische Forschung, Daten und Analyse.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen-netratings.com