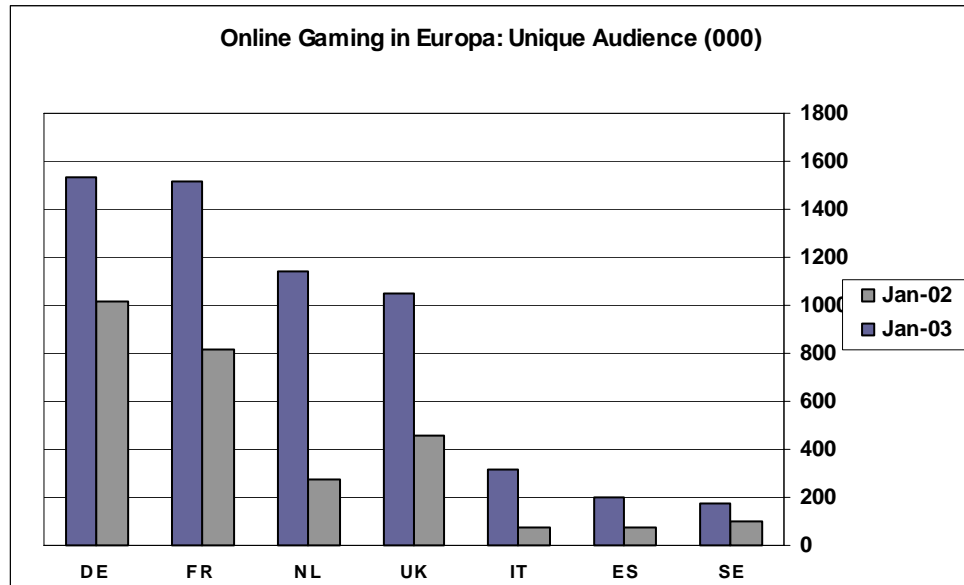


## Deutschland ist Europas größter Markt für Online-Gaming

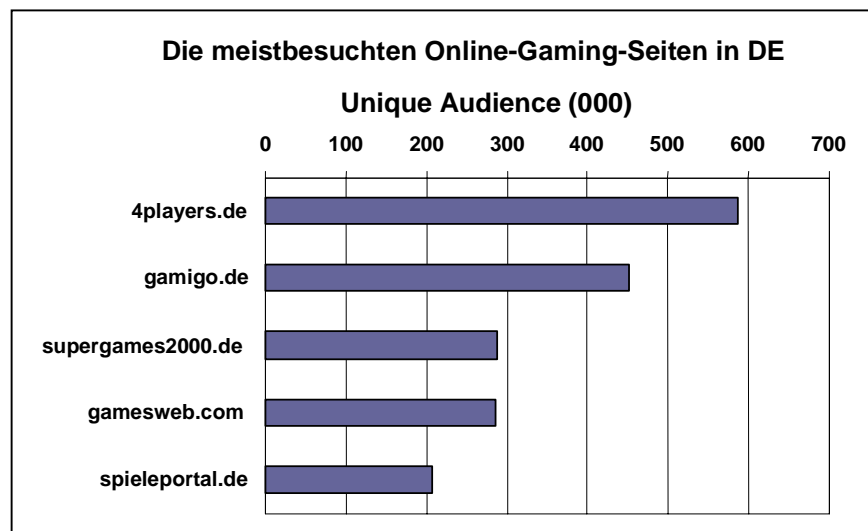
Hamburg, 24. Januar 2003 Wie aus den aktuellen Januar-Daten von Nielsen//NetRatings hervorgeht, verzeichnet der Sektor Online-Gaming derzeit ein beträchtliches Wachstum. Im Januar 2003 besuchten 5,9 Millionen Europäer über einen privat genutzten Heim-PC entsprechende Angebote im Internet. Dies ist, verglichen mit dem Vorjahresmonat, eine Steigerung von über 100%. In Deutschland stieg die Nutzung von Online-Gaming Angeboten im gleichen Zeitraum um 50% auf 1,5 Millionen Menschen. Damit ist Deutschland der größte Markt für diesen Bereich, dicht gefolgt von Frankreich. Besonderer Beliebtheit erfreut sich Online-Gaming in den Niederlanden, wo im Januar fast 18% der Internetnutzer online spielten.



Quelle: Nielsen//NetRatings, Home-Panel (Jan. 2002 vs. Jan. 2003)

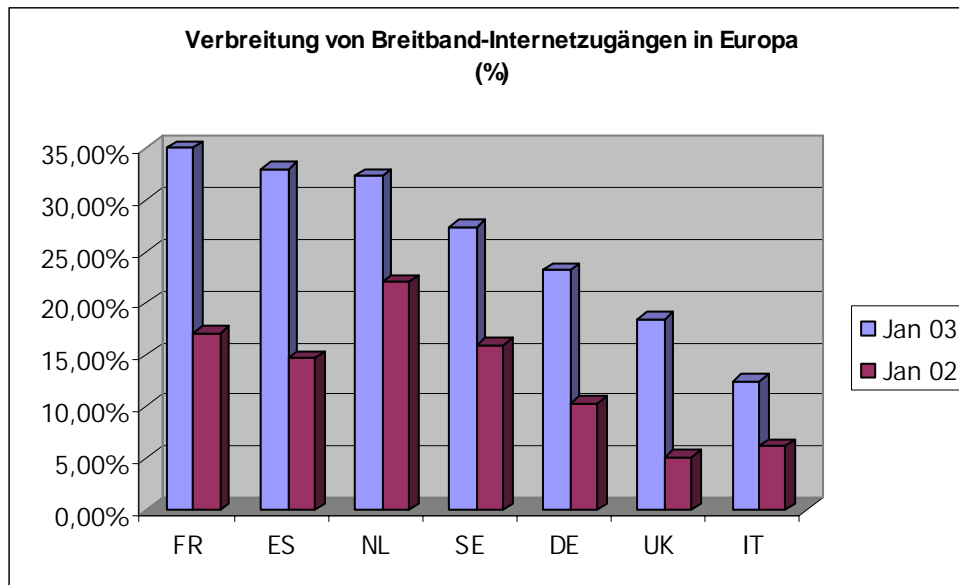
Die genutzten Online-Spiele variieren in Europa von einfachen Kartenspielen über Multi-Player Arcade Games bis hin zu aufwendigen Rollenspielen wie z.B. EverQuest. Es gibt aber auch Seiten wie beispielsweise neopets.com, die Spiel- und Community-Elemente verbinden und Sponsoren Werbemöglichkeiten bieten

Die beliebteste Online-Gamingseite der deutschen Surfer war im Januar 2003 4players.de mit 590.000 Besuchern, gefolgt von gamigo.de mit 452.000 Besuchern.



Quelle: Nielsen//NetRatings, Deutschland, Home-Panel (Jan. 2003)

„Der enorme Anstieg der Nutzung von Online-Gaming im Internet lässt sich zum einen auf die Verbesserung der Spieltechnologie zurückführen“, sagt Tom Ewing, Internet Analyst bei Nielsen//NetRatings. „Dieser Sektor profitiert vom Erfolg der Spielekonsolenhersteller, die Online- und Breitband-Gaming bereits in ihre Entwicklungspläne mit einbezogen haben. So soll beispielsweise die Markteinführung der X-Box Live in Europa dazu beitragen, das Konzept des Online-Gamings zu etablieren.“ Der entscheidende Faktor für den Aufschwung des Online-Gamings liegt aber in der steigenden Anzahl von Hochgeschwindigkeits-Internetverbindungen, wie der Breitbandtechnologie. In Deutschland hat sich die Anzahl dieser Internetverbindungen im letzten Jahr mehr als verdoppelt.



Quelle: Nielsen//NetRatings, Home-Panel (Jan. 2002 vs. Jan. 2003)

„Was wir derzeit erleben ist ein enormer Anstieg der Penetration mit Breitbandzugängen. Online-Gaming ist einer der Bereiche, die davon besonders profitieren werden. Es ist bemerkenswert, dass Frankreich und die Niederlande – zwei der Top 3 Länder gemessen an der Verbreitung von Breitbandzugängen – ebenfalls im Sektor Online-Gaming eine herausragende Bedeutung haben. Das Wachstum des Online-Gaming Sektors ist das erste Anzeichen dafür, dass der lang erwartete Breitband-Boom in Europa bereits begonnen hat.“

„Die kommerzielle Attraktivität von Online-Gaming ist offensichtlich: Die ‚Stickiness‘ der Online-Gamer (d.h. die durchschnittliche Zeit, die Surfer auf einer Seite verbringen) ist sehr hoch. Der durchschnittliche Besucher von Online-Gaming Angeboten beispielsweise verbringt über zwei Stunden pro Monat auf diesen Seiten. Verglichen mit anderen Kategorien wie z.B. Nachrichten und Informationen, die ihre Besucher im Schnitt nur 13 Minuten pro Monat binden, bietet der Online-Gaming Sektor damit eine attraktive Plattform für Werbungtreibende“ meint Ewing.

Die Online-Gaming Angebote werden derzeit überwiegend von männlichen Surfern besucht. In Europa liegt der männliche Anteil zur Zeit im Schnitt um den Faktor 2,5 über dem der weiblichen User. Eine Ausnahme bilden allerdings die Niederlande. Hier ist nahezu eine gleichmäßige Verteilung von männlichen und weiblichen Spielern festzustellen. „Möglicherweise ist dies ein Indiz dafür, dass die Nutzerschaft hinsichtlich der Geschlechterverteilung eine umso ausgeglichenerere Struktur aufweist, je etablierter der Sektor Online-Gaming in einem Markt ist“, meint Ewing zu dieser Beobachtung. „Bei der Analyse der Altersstruktur fällt auf, dass die Gruppe der 12-24 Jährigen mit einer doppelt so hohen Wahrscheinlichkeit auf diesen Angeboten zu finden ist wie andere Altersgruppen. Dies bedeutet jedoch nicht, dass ältere Surfer nicht online spielen würden. In Frankreich beispielsweise sind immerhin 13% der Besucher von Online-Gaming Angeboten über 35 Jahre alt.“

Bitte verwenden Sie als Quellenangabe: Nielsen//NetRatings

Für weitere Informationen stehen Ihnen zur Verfügung:

Sonia López Sánchez, Internet Analyst

Tel.: (0911) 5 20 97-12 E-Mail: [slopez-sanchez@intl.netratings.com](mailto:slopez-sanchez@intl.netratings.com)

Holger Alexander, Sales & Marketing Director, Deutschland

Tel. (040) 2 36 42-1 49 E-Mail: [halexander@intl.netratings.com](mailto:halexander@intl.netratings.com)

Über Nielsen//NetRatings

Der Nielsen//NetRatings Service von NetRatings, Inc. (NASDAQ: NTRT) bildet den globalen Standard auf dem Gebiet der Messung und Analyse von Internetnutzungsdaten. Der Audience Measurement Service von Nielsen//NetRatings

ermöglicht es, Daten in Echtzeit von Individuen mit Internet-Anschluss weltweit aufzuzeichnen. Nielsen//NetRatings verfügt über eine einzigartige Technologie, um die gesamte Internet-Nutzung sowie auch das Verhalten gegenüber Werbung zu messen und liefert somit die aktuellsten, genauesten und umfassendsten Internet-Marktforschungsdaten. Ergänzend zum Audience Measurement Service liefert Nielsen//NetRatings kundenspezifische Analysen und Trends zur Nutzung des Mediums Internet. Mit dem Produkt WebRF bietet Nielsen//NetRatings überdies ein einzigartiges Tool für den Bereich Online Mediaplanung an.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unsere WebSite unter [www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com).

NETRATINGS, INC.  
890 HILLVIEW COURT  
MILPITAS, CA 95035  
1 888 634 1222

NIELSEN MEDIA RESEARCH  
250 PARK AVENUE  
NEW YORK, NY 10177  
1 212 907 4220

ACNIELSEN ERATINGS.COM  
1 STAMFORD LANDING  
62 SOUTHFIELD AVENUE  
STAMFORD, CT 06902  
1 203 602 4500