



# Presse-Information

---

## **Some Games Never Change** **Brettspiele behaupten sich auch im digitalen Umfeld**

Hamburg, 17. März 2015. Die Digitalisierung unseres Alltags in den letzten 40 Jahren hat der Beliebtheit von Gesellschaftsspielen, Brettspielen oder Kartenspielen wenig geschadet. Noch immer ist diese Art von Spielen die beliebteste in Deutschland. Fast jeder Zweite (47%) gibt an, sie zumindest gelegentlich zu spielen. Dabei sind die Klassiker Monopoly, Mensch ärgere Dich nicht und Rommé die Lieblingsspiele der Deutschen. Neben den Brettspielen erfreuen sich aber auch „klassische“ PC Spiele großer Beliebtheit, 45% der Deutschen nutzen diese. Die Digitalisierung hat also durchaus Auswirkungen auf das Spielverhalten in Deutschland. Das auf vielen PCs und Laptops vorinstallierte Kartenspiel Solitär, ist das beliebteste PC-Spiel, gefolgt von Mahjong und den Sims. Insgesamt spielen 80% der Deutschen regelmäßig irgendein Spiel über alle Plattformen hinweg.

## **Browsergames und Spiele-Apps sind zu wichtigen Playern geworden**

Dass die Spielewelt im Wandel begriffen ist, zeigt sich auch darin, dass Browsergames von fast jedem fünften Befragten (18%) gespielt werden. Smartphones und Tablets konnten sich in der Beliebtheit als Spieleplattform klar gegen Handhelds, wie den Nintendo 3DS oder die Playstation Portable, durchsetzen. Diese Entwicklung ist vor allem getrieben durch erfolgreiche App-Spiele wie Candy Crush und Quizduell.

## **Heutige Jugend spielt lieber digital**

Betrachtet man die jüngeren Befragten, zeigt sich ein anderes Bild: Zwar spielen auch 47% der 16-29 Jährigen Gesellschaftsspiele, Brettspiele und Kartenspiele, doch sind digitale Spiele in dieser Gruppe deutlich beliebter als bei den Älteren. Gespielt wird auf allen Plattformen, 66% der Jüngeren nutzen Spiele-Apps, jeder zweite spielt auf dem PC oder Laptop und jeder vierte auf einer TV-Videospielkonsole.

## **Brettspiele als beliebte Klassiker**

Die traditionellen Gesellschafts-, Brett- und Kartenspiele wurden vor 40 Jahren von 81% der damaligen Jugend gespielt: Als ihr damaliges Lieblingsspiel benennen die heute 50-59 Jährigen Monopoly und Mensch ärgere Dich nicht. Eine Position, die die scheinbar zeitlosen Klassiker bis heute behaupten.

Die Mitte der 70er Jahre gerade aufkommenden Videospiele für den PC oder die Videospielkonsole wurden in ihrer Zeit nur von 4% der Jugendlichen gespielt. Seitdem haben digitale Spiele einen beachtlichen Sprung in der Beliebtheit gemacht. Ob die bei den heutigen Jugendlichen angesagten Spiele auch in 40 Jahren als Klassiker noch eine Rolle spielen, wird die Zukunft zeigen.

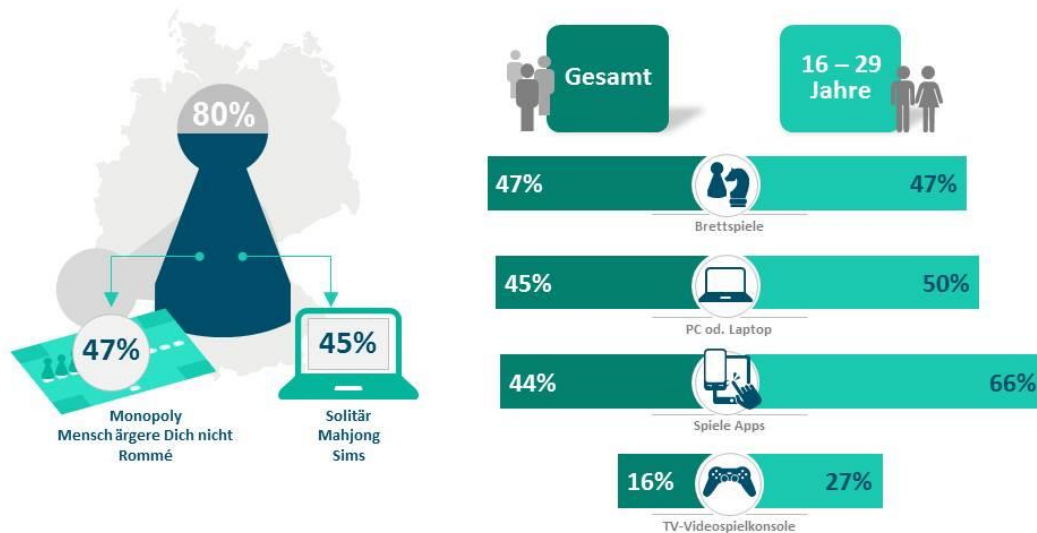


**Kontakt Ipsos Pressestelle**  
Gudrun Witt  
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6  
20097 Hamburg  
Tel. 040 80096 4179



## 80% der Deutschen spielen: Brettspiele behaupten sich dabei auch im digitalen Umfeld



Zielgruppe: Alle Befragten (repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 16-70 Jahre)  
Frage: Die folgende Frage bezieht sich auf Spiele, die man mit Anderen oder auch allein spielen kann.  
Welche Art Spiele spielen Sie zumindest gelegentlich?

**Ipsos Connect**  
The Media and Brand Expression Research Specialists

### Steckbrief:

Diese Ergebnisse stammen aus einer Kooperation von Ipsos Observer mit Ipsos Connect. In einer Online Befragung im Februar 2015 wurde eine Stichprobe von 1000 Personen repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 16-70 Jahren befragt.

### Über Ipsos

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 87 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin. 2015 feiert Ipsos 40-jähriges Jubiläum und führt den neuen Claim „Game Changers“ ein. In einer sich immer schneller verändernden Welt müssen wir uns als Marktforscher anpassen und gleichzeitig ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen.

Der 2015 neu gelaunchte globale Forschungsbereich **Ipsos Connect** befasst sich mit dem Verständnis der neuen digitalen Kanäle und der immer komplexer werdenden Mediennutzung. Ipsos Connect zeigt, wie durch überzeugende Inhalte, großartige Kommunikation und die Wahl der effizientesten Kanäle eine Verbindung zwischen Medien, Marken und Konsumenten entsteht.



**Kontakt Ipsos Pressestelle**  
Gudrun Witt  
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6  
20097 Hamburg  
Tel. 040 80096 4179