expertenReport

Quelle: Redaktion experten.de / KI-generiert

Gaming wird zum Milliardenmarkt: Spieler geben 334 Euro im Jahr aus

Michael Fiedler

39 Millionen Menschen in Deutschland spielen zumindest gelegentlich Computer- oder Videospiele. Und ein großer Teil lässt sich das Hobby einiges kosten: Zahlende Gamer geben im Schnitt 334 Euro im Jahr für Spiele aus, das ausgabenstärkste Viertel sogar 781 Euro. Rund um die Gamescom zeigen aktuelle Bitkom-Zahlen, wie groß der Markt inzwischen geworden ist – und wie selbstverständlich digitale Bezahlmodelle zum Gaming gehören.

Vier Prozent geben mehr als 1.000 Euro aus

Hinter dem Durchschnitt verbergen sich allerdings erhebliche Unterschiede. Von den Gamern, die grundsätzlich Geld für Spiele ausgeben, investieren 63 Prozent zwischen 100 und 300 Euro jährlich. Bei fünf Prozent sind es zwischen 300 und 500 Euro und bei zwölf Prozent zwischen 500 und 1.000 Euro. Vier Prozent kommen sogar auf mehr als 1.000 Euro pro Jahr. Weniger als 100 Euro geben acht Prozent aus. Nicht eingerechnet sind dabei Ausgaben für die notwendige Hardware wie Computer, Spielekonsolen oder Smartphones. Erfasst wurden ausschließlich Ausgaben für Computer- und Videospiele.

Gaming ist längst kein Jugendphänomen mehr

Auch für die Einordnung der Zielgruppe lohnt der Blick auf die zweite aktuelle Bitkom-Erhebung. Zwar ist Gaming bei jüngeren Menschen besonders verbreitet: Von den 16- bis 29-Jährigen spielen 89 Prozent, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 70 Prozent. Doch mit 47 Prozent spielt auch fast die Hälfte der 50- bis 64-Jährigen. Selbst unter den Menschen ab 65 Jahren greift knapp jeder Vierte zumindest gelegentlich zu Smartphone, Computer oder Konsole. Mit zunehmendem Alter sinken allerdings die Ausgaben. Zahlende Gamer zwischen 16 und 29 Jahren kommen auf durchschnittlich 376 Euro im Jahr. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 353 Euro, bei den 50- bis 64-Jährigen 294 Euro. Gamer ab 65 Jahren geben durchschnittlich 168 Euro aus. Die Branche erreicht damit längst mehrere Generationen – wenn auch mit unterschiedlicher Zahlungsbereitschaft.

Vom Spielkauf zum digitalen Dauerumsatz

Verändert hat sich zugleich die Art, wie mit Spielen Geld verdient wird. 73 Prozent der Gamer haben innerhalb

eines Jahres online Geld für ihr Hobby ausgegeben. Jeweils 48 Prozent nutzten In-Game-Käufe oder bezahlten für Abonnements von Spielen beziehungsweise Online-Diensten. 42 Prozent kauften oder luden Spiele gegen Bezahlung im Internet herunter. Im stationären Handel gaben dagegen nur noch 17 Prozent Geld für Games aus. Damit ähnelt die Entwicklung anderen digitalen Märkten: Statt ausschließlich ein Produkt einmalig zu verkaufen, entstehen wiederkehrende Kundenbeziehungen über Abonnements, Zusatzinhalte und Käufe innerhalb bereits genutzter Angebote. Akzeptiert werden diese Modelle allerdings keineswegs widerspruchslos. 58 Prozent der Gamer stören sich laut Bitkom an ständigen Kaufangeboten innerhalb von Spielen. Ein Drittel fühlt sich bei In-Game-Käufen häufig „abgezockt“. Gleichzeitig bevorzugen 43 Prozent ein kostenloses Spiel mit möglichen In-Game-Käufen gegenüber einem kostenpflichtigen Spiel ohne weitere Kosten.

Zwei Stunden täglich auf vier Geräten

Wie fest Games inzwischen im Alltag verankert sind, zeigt auch die Nutzungsdauer. Im Durchschnitt verbringen Gamer nach eigenen Angaben etwa zwei Stunden täglich mit Spielen. Dabei beschränkt sich Gaming längst nicht mehr auf die klassische Konsole oder den PC. Im Durchschnitt werden vier unterschiedliche Gerätetypen genutzt. Das Smartphone liegt mit 87 Prozent an erster Stelle, gefolgt von Spielekonsolen mit 83 Prozent und Laptops beziehungsweise Notebooks mit 69 Prozent. Am stationären PC spielen 50 Prozent, Tablets nutzen 47 Prozent und VR-Brillen bereits 31 Prozent. Fast die Hälfte der Gamer – 47 Prozent – sagt inzwischen sogar, sich ein Leben ohne Computer- und Videospiele nicht mehr vorstellen zu können.

Gaming ist auch für Versicherer ein Markt

Dass Gaming längst über die Spieleindustrie hinaus wirtschaftliche Bedeutung hat, zeigt auch ein Blick in die Versicherungsbranche. Bereits 2024 berichtete experten.de über ein gemeinsames Angebot der Bayerischen und Neodigital speziell für E-Sportler und Gamer. Mit dem ausschließlich online abschließbaren Produkt sollten unter anderem Risiken rund um Gaming-Equipment abgesichert werden. Der damalige Ansatz wirkt angesichts der aktuellen Bitkom-Zahlen weniger exotisch als noch vor einigen Jahren. Eine Zielgruppe von rund 39 Millionen Menschen, hohe Online-Affinität und eine ausgeprägte Bereitschaft zu digitalen Käufen machen Gaming auch für Versicherer zu einem interessanten Umfeld für spezialisierte Produkte und digitale Vertriebsmodelle.

KI könnte den Markt erneut verändern

Die nächste Veränderung kündigt sich bereits an. 61 Prozent der Gamer erwarten, dass künstliche Intelligenz das Gaming revolutionieren wird. 65 Prozent rechnen mit realistischeren Spielwelten und Charakteren, 51 Prozent mit stärker individualisierten Spielerfahrungen. Neun Prozent haben nach eigenen Angaben sogar bereits mithilfe von KI ein eigenes Spiel programmiert. Damit wird die Gamescom auch zum Schaufenster für einen Markt, in dem mehrere Entwicklungen zusammenlaufen: hohe digitale Nutzungsintensität, wiederkehrende Bezahlmodelle und zunehmend KI-basierte Produkte. Übrigens: Die Vorgängermesse Games Convention wurde von 2002 bis 2008 in Leipzig ausgerichtet und entwickelte sich dort zur europäischen Leitmesse für Computer- und Videospiele. 2009 wechselte die Branche nach Köln und startete dort die Gamescom.

Zur Methodik Grundlage der Ergebnisse ist eine repräsentative Befragung von Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Befragt wurden 1.205 Personen ab 16 Jahren in Deutschland, darunter 663 Gamer. Die Befragung fand zwischen der 20. und 24. Kalenderwoche 2026 statt.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport

https://www.experten.de/id/4951577/Gaming-wird-zum-Milliardenmarkt-Spieler-geben-334-Euro-im-Jahr-aus/