

Presseinformation

Corporate » Umfrage zum Einfluss von Spielkultur in Deutschland und Europa

Umfrage: Jedem*r fünften Spieler*in in Deutschland wird durch Gaming mehr Selbstvertrauen vermittelt

Eine aktuelle Umfrage von Samsung zeigt, dass Gaming zur Entwicklung von Selbstvertrauen und sozialen Fähigkeiten beitragen kann, von dem vor allem jüngere Spieler*innen profitieren können.

- Gaming hat die Kraft, Freundschaften zu kreieren und das Selbstvertrauen zu stärken
- Online-Videospiele als ein wichtiger sozialer Treffpunkt
- Neue Online-Gaming-Community „Embrace your Game“ von Samsung folgt diesem Trend



Schwalbach/Ts. – 12. September 2023 - Samsung stellt die Ergebnisse seines Gaming Relationship Report 2023¹ vor, der den Einfluss von Gaming auf soziale Interaktion, persönliche Entwicklung sowie die Nutzung von Gaming-Geräten zeigt.

Die Umfrage, für die mehr als 7.500 Spieler*innen aus fünf europäischen Ländern befragt wurden, macht deutlich:

- **Im Durchschnitt spielen 62% der befragten Spieler*innen im Alter von 18 bis 44 Jahren mindestens einmal pro Woche.**
- **Online-Videospiele sind ein wichtiger Treffpunkt für alle Arten von Spieler*innen.** Mehr als jede*r Dritte befragte Spieler*in im Alter von 18 bis 44 Jahren hat in den immersiven Welten der Games bereits neue Beziehungen, Freunde und sogar Partner gefunden.

¹ Samsung hat in Zusammenarbeit mit Ifop im Juni 2023 eine Online-Umfrage mit einer Stichprobe von je rund 1.500 Personen im Alter ab 18 Jahren in fünf Ländern (Frankreich, Italien, Deutschland, Vereinigtes Königreich, Spanien) durchgeführt. Bei den europäischen Daten handelt es sich um einen Durchschnitt der in jedem der befragten Länder gemessenen Ergebnisse.

- **Mehr als 42% der europäischen befragten Spieler*innen interagieren mit Spieler*innen weltweit** und verbinden sich in virtuellen Welten.

„Gaming ist eine ständig wachsende Aktivität, die menschliche Verbindungen, Erfolg und persönliches Wachstum für Millionen von Spieler*innen fördert. Unser Motto lautet deshalb ‚Let’s Play with Samsung‘ und dafür stellen wir die Menschen mit ihren individuellen Bedürfnissen an Technologie in den Mittelpunkt und unterstützen alle „Gamer-Typen“ mit fortschrittlichen Lösungen und Initiativen wie unserer neuen Plattform 'Embrace your Game‘“, sagt Mario Winter, Vice President Marketing bei Samsung Electronics.

Gaming: Eine soziale Plattform für Kompetenzentwicklung und Communitypassion

Eine zentrale Erkenntnis: **Jede*r fünfte der befragten Spieler*in in Europa ist stolzer auf Spielerfolge** als auf schulische oder berufliche Meilensteine. In Deutschland sind es 17% der Spieler*innen die dieses Gefühl teilen, das je nach Spielintensität variiert. Erfahrene Spieler*innen (25%) empfinden am ehesten Stolz bei In-Game Erfolgen. Auch das Alter spielt eine Rolle: 40% der 18- bis 24-Jährigen haben dieses Gefühl, bei den 18- bis 44-Jährigen sind es hingegen nur 28%.

Für die in Deutschland befragten Spieler*innen **ist das Spielen vor allem eine Plattform für soziale Kontakte**, die wesentlich zum Gemeinschaftsgefühl beiträgt – **26% der Spieler*innen fühlen sich verbunden, 79 % der Spieler*innen knüpfen neue Kontakte und interagieren wöchentlich.**

Obwohl Spielen in erster Linie eine Freizeitbeschäftigung ist, wünscht sich ein Viertel der Spieler*innen Trainings oder eine Beratung, um ihre Gaming-Skills zu verbessern. Die Umfrage zeigt auch klar, dass das Spielen zur Entwicklung von Selbstvertrauen und sozialen Fähigkeiten beitragen kann, wovon jede*r fünfte in Deutschland befragte Spieler*in und mehr als ein Drittel der 18- bis 44-Jährigen profitieren. Spieler*innen betreiben Gaming also nicht nur als stille Freizeitbeschäftigung, sondern auch als Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen und ihre Fähigkeiten gemeinsam weiterzuentwickeln.

Gaming: Ein Tor zur weltweiten Sozialisierung

Die Umfrage hebt die wichtige Rolle hervor, **die Online-Spiele bei der Förderung sozialer Beziehungen unter den befragten Spieler*innen* im Alter von 18 bis 44 Jahren einnimmt: Mehr als ein Drittel haben durch das Medium neue Beziehungen (Freunde oder Partner) geknüpft.** Die Intensität, in dem die Spieler*innen online interagieren, variiert jedoch von Land zu Land.

Von den in Frankreich befragten Spieler*innen nimmt etwa nur ein Drittel an Online-Interaktionen teil, was auf eine eher zurückhaltende Nutzung der Spiele als soziale Plattform hindeutet. In Deutschland, Großbritannien, Spanien und Italien hingegen ist die Online-Interaktion unter den Spieler*innen mit 41%, 42%, 46% bzw. 49% höher.

Diese Zahlen deuten darauf hin, dass das Spielen zunehmend als starke Möglichkeit erkannt wird, um mit Anderen in Kontakt zu treten und Beziehungen in ganz Europa über geografische Grenzen und kulturelle Unterschiede hinweg aufzubauen.

Diese Spieler*innen schließen die meisten Freundschaften über das Spielen: 30 % der in Italien und 26 % der in Spanien befragten Spieler*innen. Im Vereinigten Königreich hat über ein Viertel der Spieler*innen Online-Freundschaften geschlossen, was wahrscheinlich darauf zurückzuführen ist, dass Englisch die universelle Sprache in Online-Spielen ist. Entgegen allen Klischees verbringen viele Spieler*innen genauso viel oder sogar noch mehr Zeit damit, über das Spielen Kontakte zu knüpfen.

Online-Spiele sind laut Umfrage ein lebendiger Treffpunkt für die in Deutschland befragten Spieler*innen:

4 von 10 treffen sich mit anderen Spieler*innen und fast ein Viertel trifft sich mindestens einmal im Monat. Die Altersgruppe der 18- bis 44-Jährigen nutzt dies am häufigsten: 56 % tauschen sich mit anderen Spieler*innen aus, bei den 18- bis 24-Jährigen sind es sogar 68 Prozent. Männer (47%) und erfahrene Spieler (57%) profitieren am meisten von spielbezogenen Interaktionen.

Freundschaften entstehen in virtuellen Welten, wobei 22% der befragten Spieler*innen reale Bindungen eingehen, während sie sich online treffen und spielen. Für die 18- bis 24-Jährigen und die 25- bis 34-Jährigen ist die Spielwelt ein zentraler Hub, an dem 43% bzw. 42% Freundschaften auch außerhalb des Bildschirms geschlossen haben. Das Potenzial zur Stärkung der Online-Gaming-Community in Europa ist also noch groß. Samsung [schafft eine neue Plattform](#), die Gamer*innen zusammenbringt, um ihren Gaming-Skill zu fördern, neue Gemeinschaften aufzubauen und es erfahrenen und neuen Spielern gleichermaßen zu ermöglichen, sich zu noch einem/einer besseren Gamer*in weiterbilden zu lassen. Dadurch wird der Gaming-Kosmos von „Let's Play With Samsung“ noch vernetzter und zusätzlich 365 Tage im Jahr mit Community Spirit gefüllt.

Entfesselung der europäischen Spielbegeisterung

Gaming hat sich in ganz Europa zu einem massiven Unterhaltungsphänomen entwickelt, wobei Spanien mit 89% an der Spitze liegt, dicht gefolgt von Frankreich mit 78%. Mindestens 6 von 10 Europäer*innen sind begeisterte Spieler*innen. Spanien, das Vereinigte Königreich und Italien **liegen mit 56 % der befragten Spieler*innen, die mindestens einmal pro Woche spielen, an der Spitze.**

Auch in Deutschland begeistert Gaming immer mehr Menschen: 85% der Bevölkerung interessieren sich für neue Spielinhalte und 69% bleiben aktive Spieler*innen. Die Demokratisierung des Videospielens zieht sich durch die gesamte Gesellschaft, bestimmte Gruppen sind allerdings besonders stark involviert. Beeindruckende 96% der in Deutschland

befragten 18- bis 44-Jährigen haben mindestens einmal in ihrem Leben ein Spiel gespielt - und 82% sind immer noch begeisterte Spieler*innen.

Weitere Informationen über das Engagement von Samsung für die Gaming-Community finden Sie unter <https://www.samsung.com/de/game-portal/>

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Produkten. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter <https://news.samsung.com/de/>.

Pressekontakt Samsung

Mobile Experience

Samsung Electronics GmbH

Michael Röder

Am Kronberger Hang 6

65824 Schwalbach / Ts.

mi.roeder@samsung.com

Pressekontakt Agentur

Ketchum GmbH

Robert Kersten-Yamamoto

Paulinenstraße 39-43

70178 Stuttgart

0711 / 21099434

presse.samsung@ketchum.de