

AWA 2021

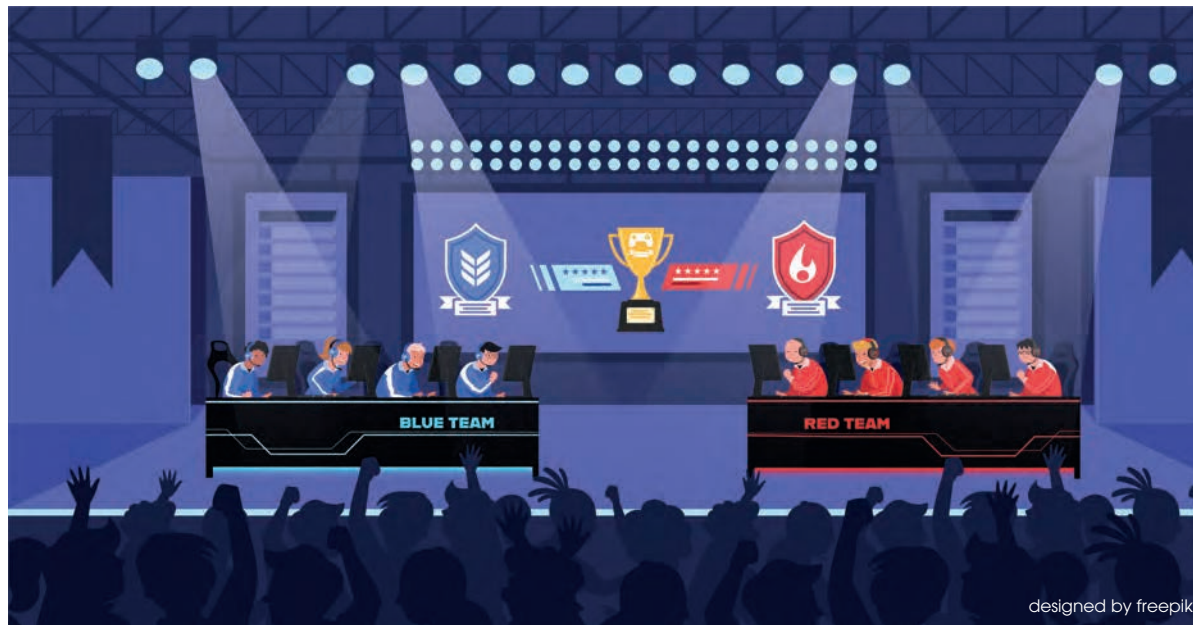
Wachsende Werbeattraktivität
des E-Sports

Anastasios Mavrogiannis

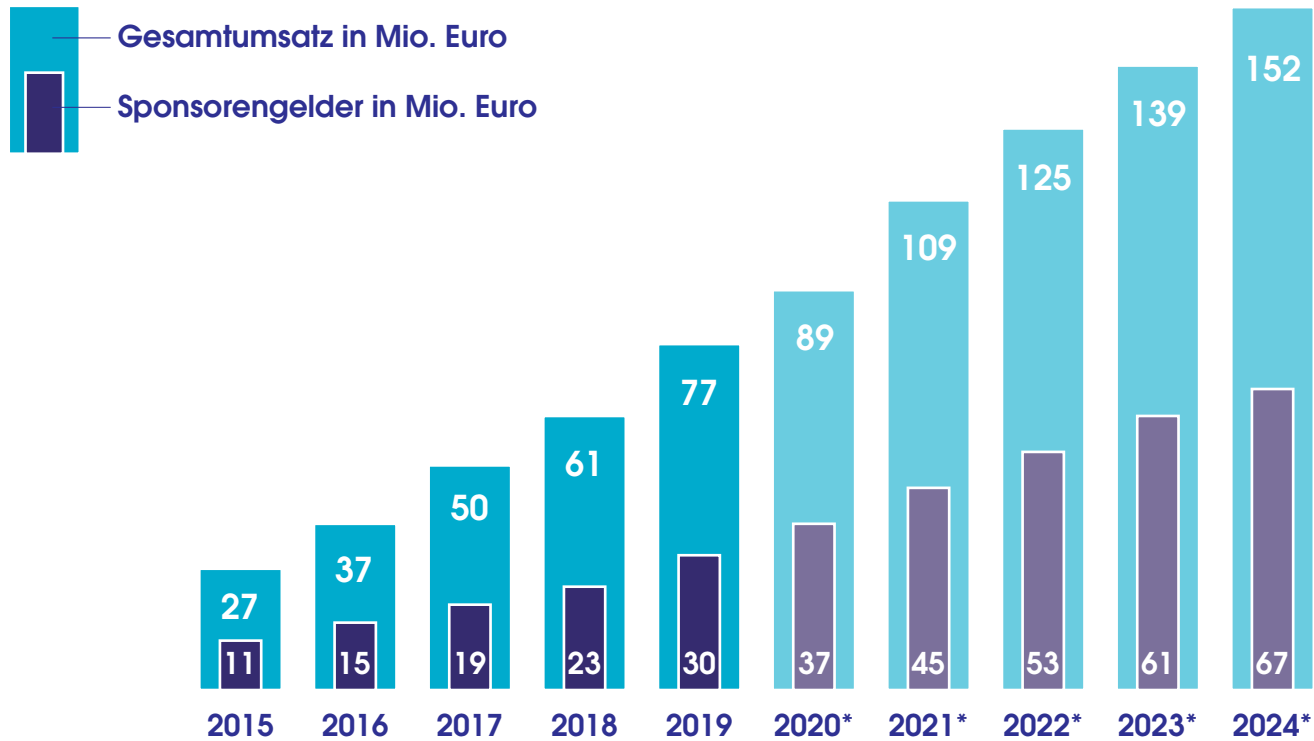
Institut für Demoskopie Allensbach

E-Sport ist ein sportlicher Wettkampf zwischen menschlichen Spielern

"E-Sport ist der unmittelbare Wettkampf zwischen menschlichen Spieler/innen unter Nutzung von geeigneten Video- und Computerspielen (...) unter festgelegten Regeln."



Umsatzentwicklung des E-Sport-Marktes – eine zunehmend vielversprechende Branche



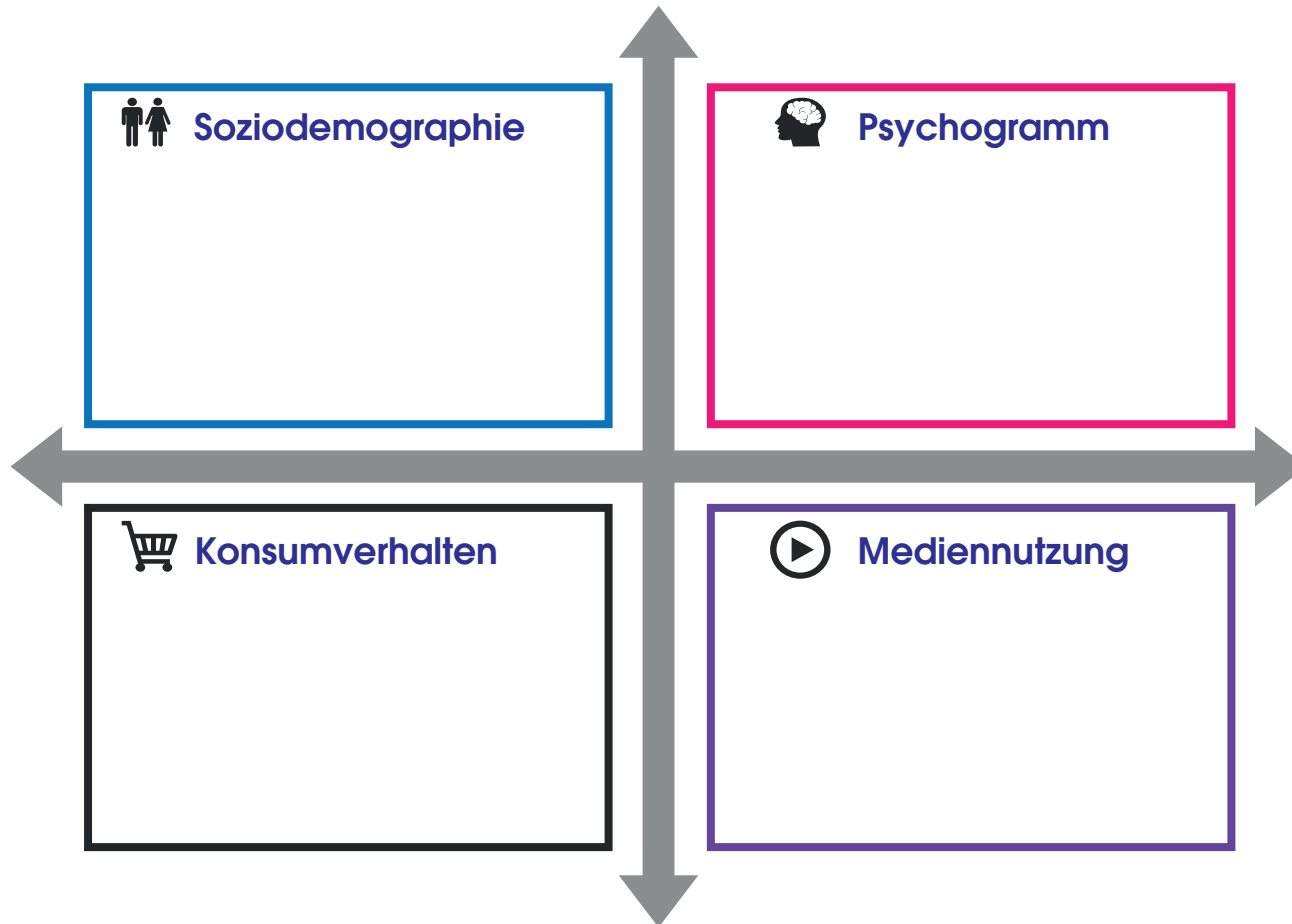
* Prognose

Quelle: PWC, German Entertainment & Outlook 2020 - 2024; eigene Darstellung

Werbetreibende Unternehmen im E-Sport-Markt

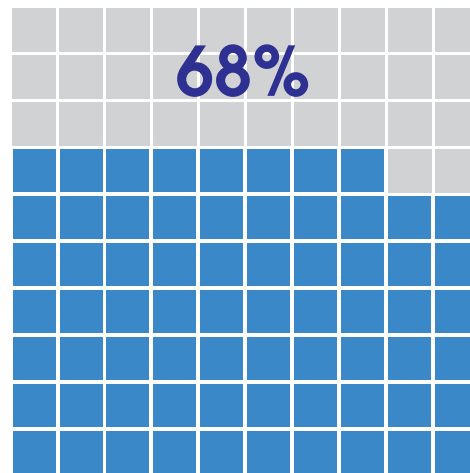
Unternehmen	Gesponsertes Team/Liga
Adidas	G2 Esports, Team Vitality
BMW	G2 Esports
Bitburger	ESL Meisterschaft
SAP	NBA 2K League
Red Bull	G2 Esports
Deutsche Telekom	SK Gaming
Mercedes	League of Legends E-Sports World Championships
Wüstenrot	ESL Meisterschaft

Das Profil der E-Sport-Interessierten

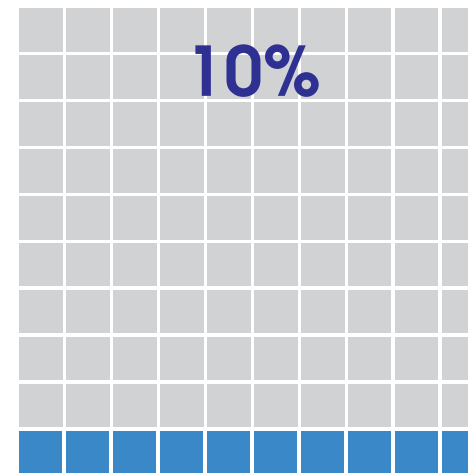


Rund zwei Drittel der Deutschen kennen E-Sport – 10 Prozent interessieren sich dafür

Bekanntheit von E-Sport

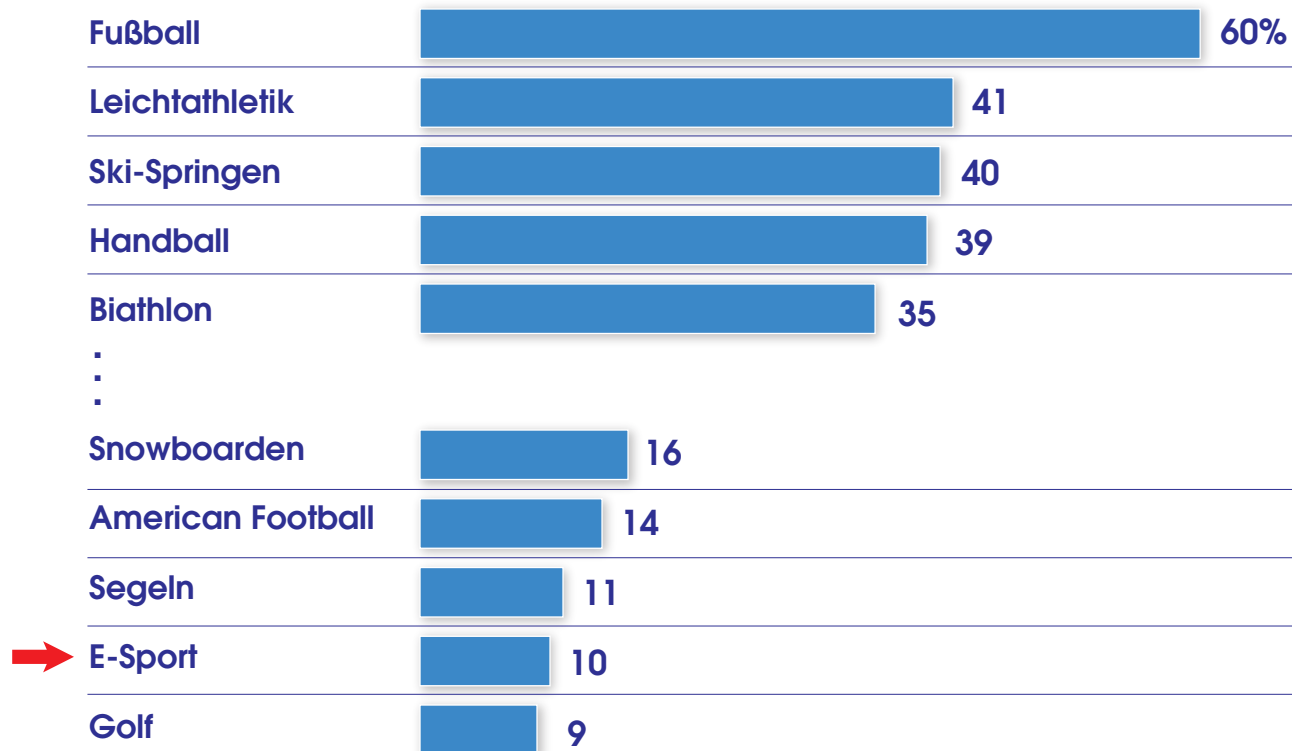


Interesse an E-Sport



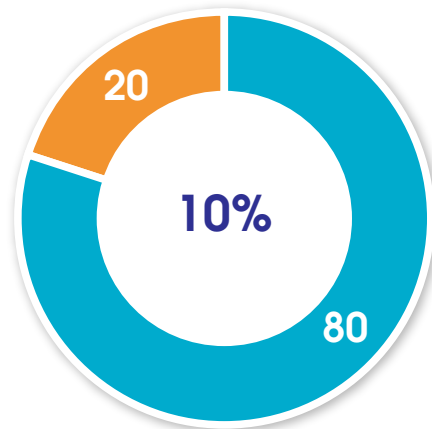
E-Sport ist (noch) nicht massentauglich

Interesse an Sportarten



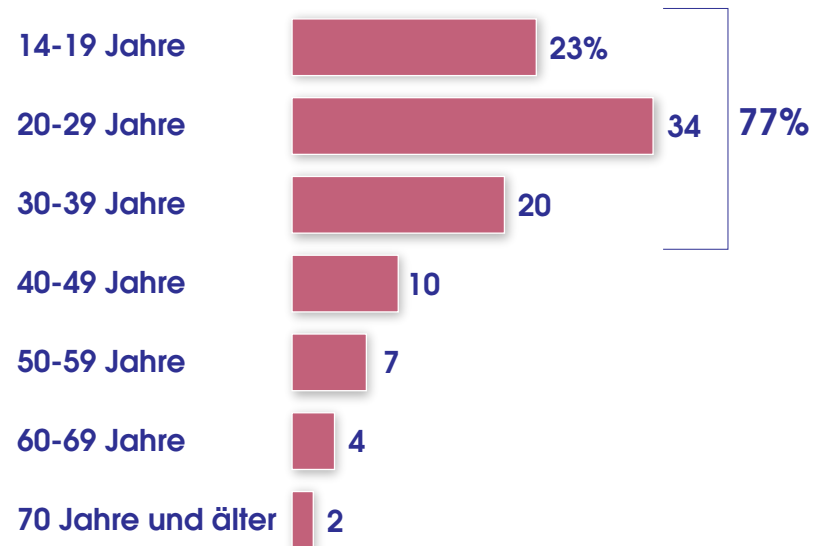
Soziodemographie der E-Sport-Interessierten: männlich und jung

E-Sport-Interessierte



 Männer  Frauen

Altersstruktur Ø 32



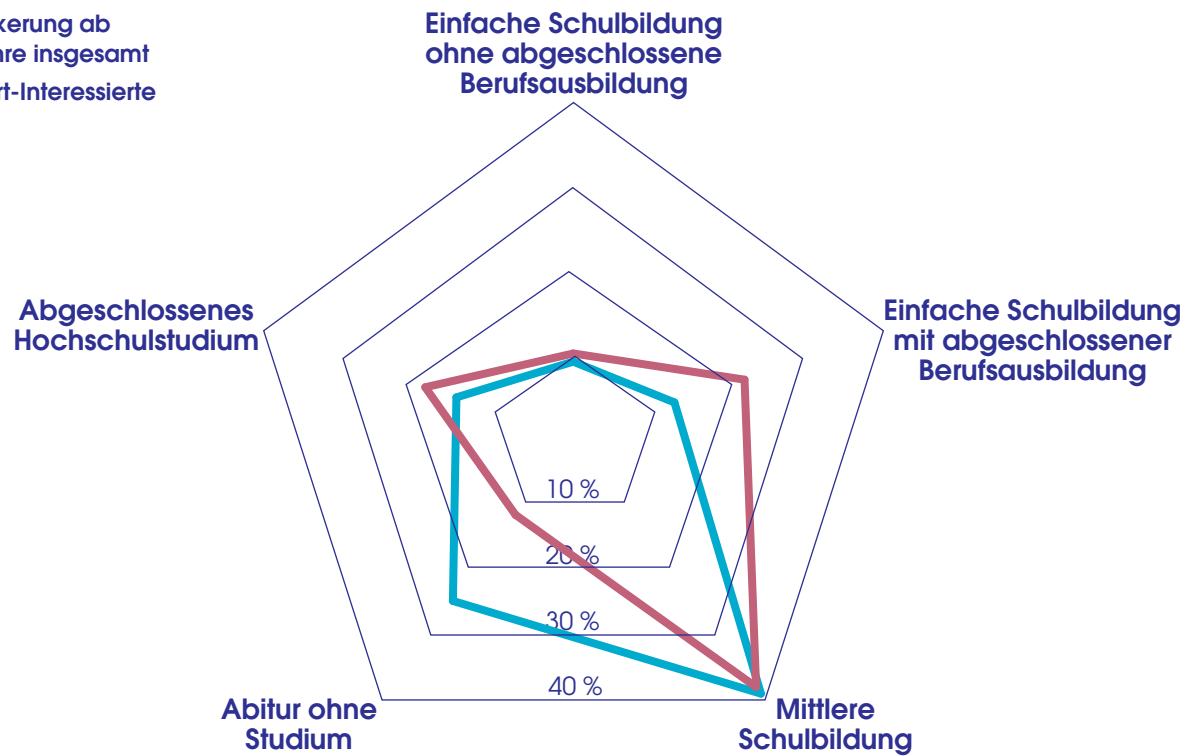
Soziodemographie der E-Sport-Interessierten: mit Abstand die Jüngsten

Sportarten - Interessierte insgesamt

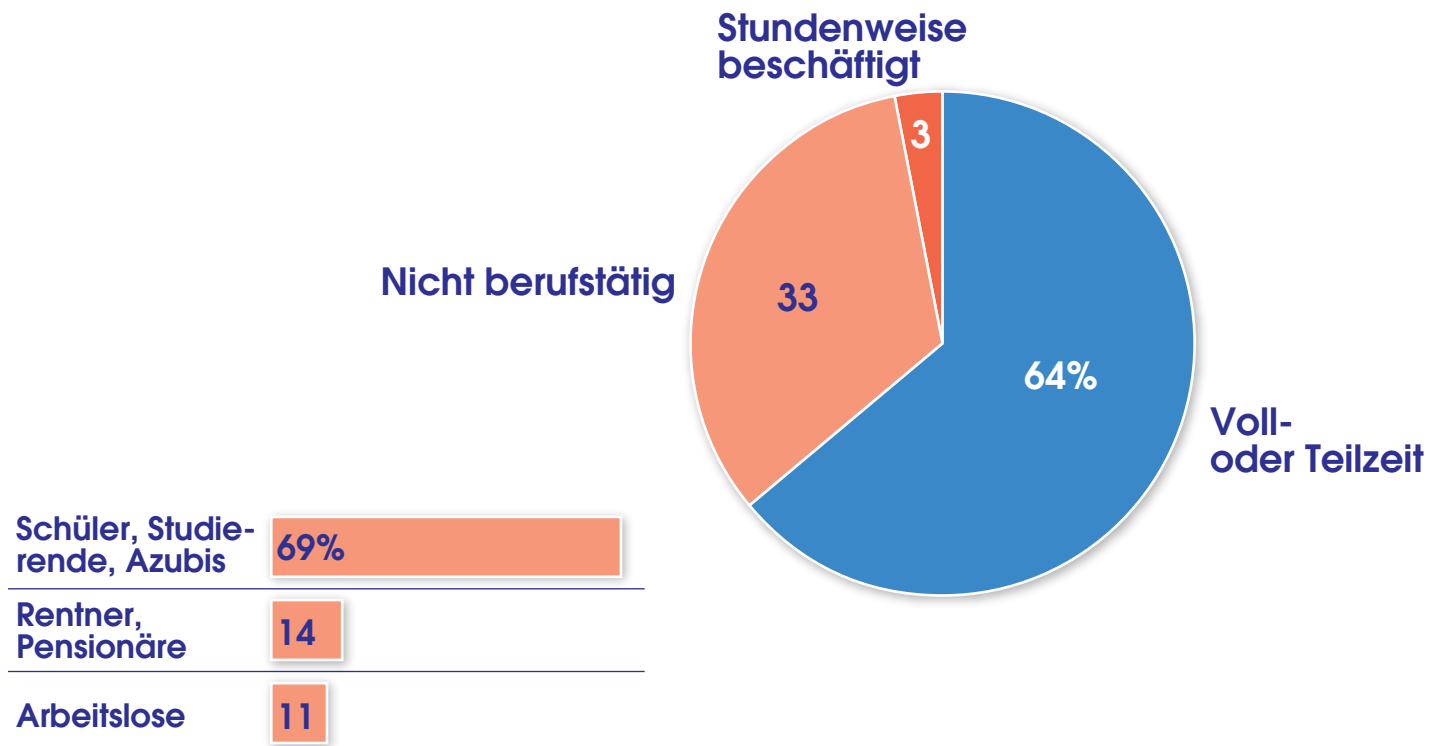
	Durchschnittsalter in Jahren
E-Sports	32
American Football	40
Snowboarden	42
Beachvolleyball	44
Basketball	45
Motorradrennsport/Volleyball	46
Eishockey/Boxen/Tischtennis	48
Fußball/Automobilrennsport/Schwimmen	49
Handball	50
Radsport/Triathlon/Reiten	51
Golf/Ski-Alpin/Segeln/Leichtathletik/Tennis	52
Ski-Springen/Turnen/Biathlon	54
Skilanglauf/Bobfahren/Rodeln	55

Soziodemographie der E-Sport-Interessierten: überdurchschnittlich gebildet im Vergleich zur Gesamtbevölkerung

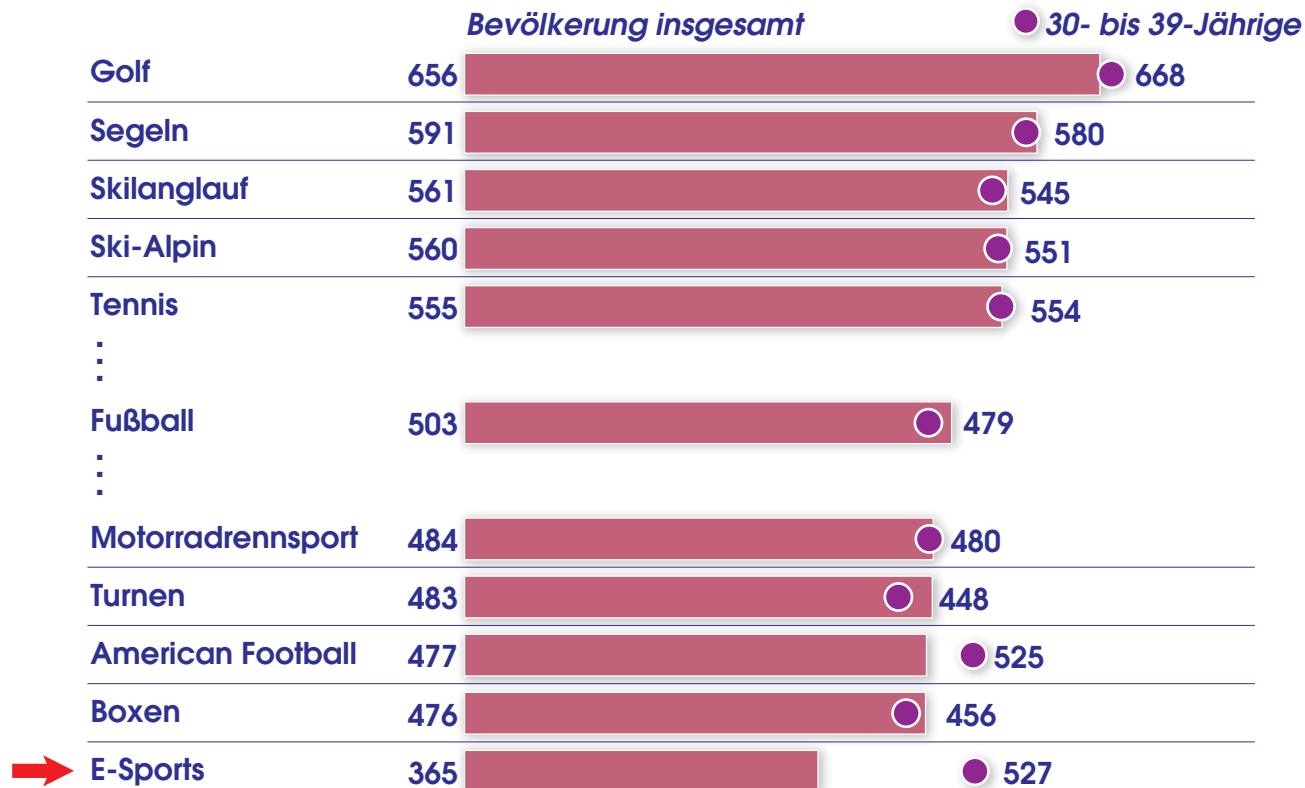
— Bevölkerung ab
14 Jahre insgesamt
— E-Sport-Interessierte



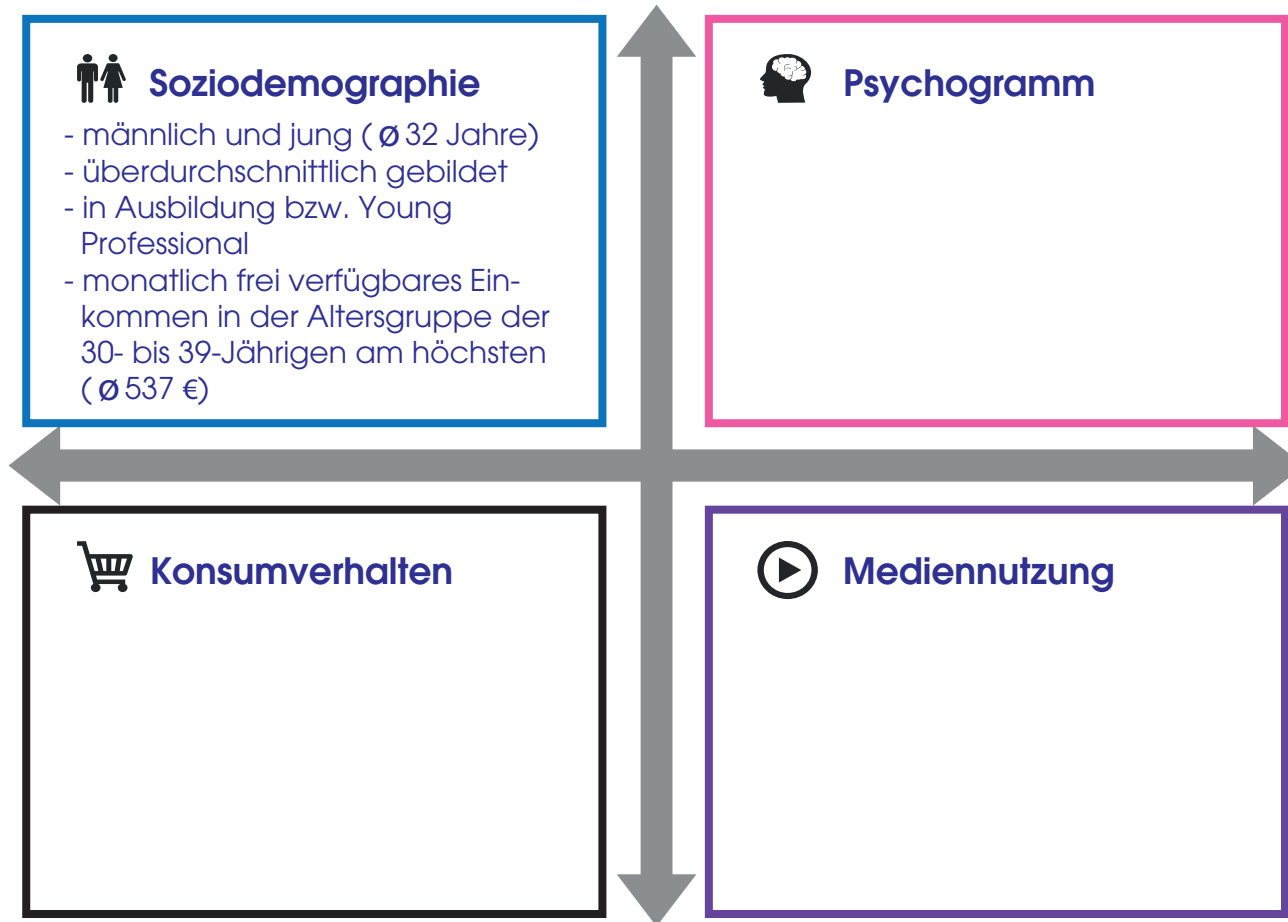
Soziodemographie der E-Sport-Interessierten: in der Ausbildung bzw. am Berufsbeginn



Soziodemographie der E-Sport-Interessierten: Das durchschnittlich frei verfügbare Einkommen steigt sprunghaft in der Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen an Ø Euro pro Monat

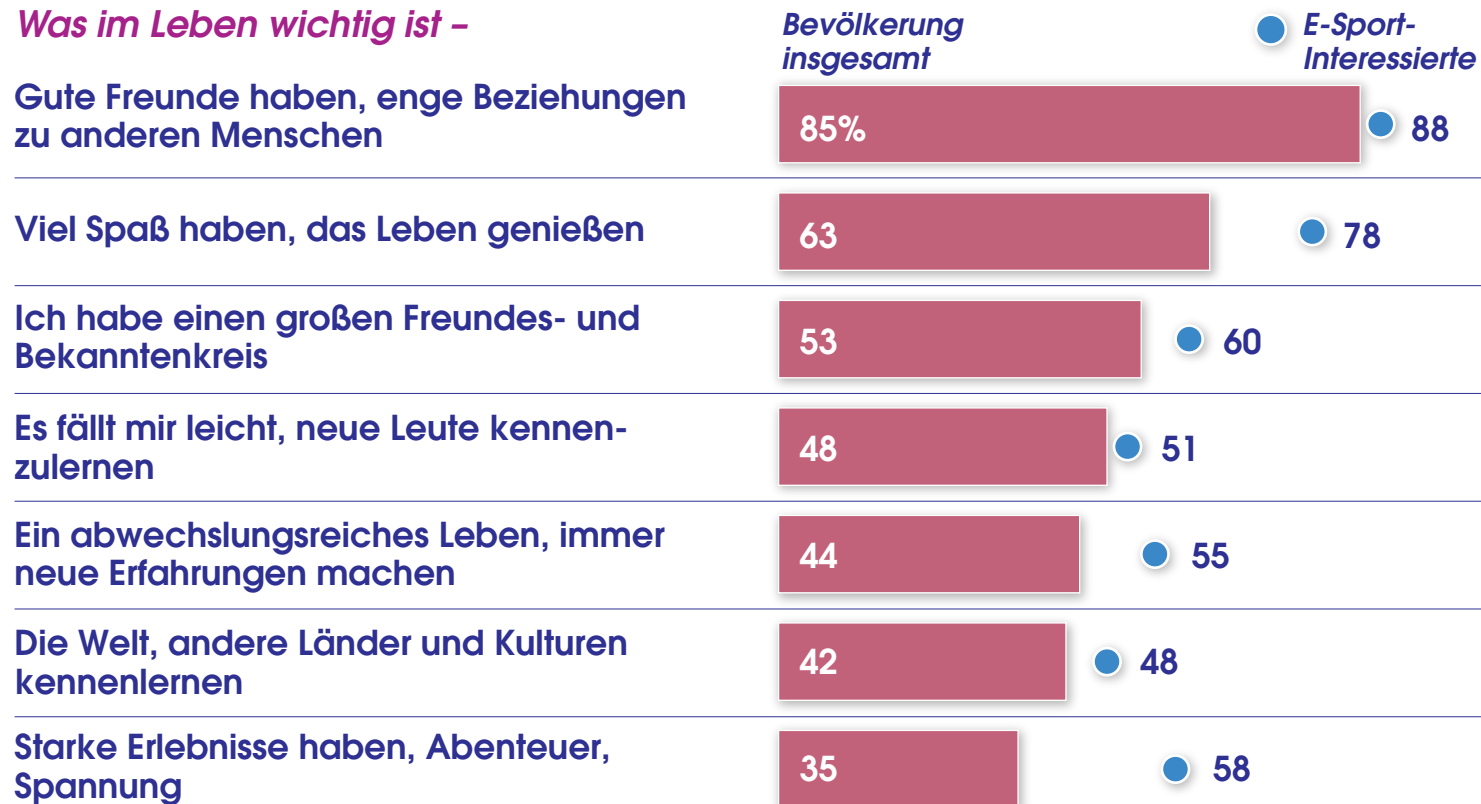


Das Profil der E-Sport-Interessierten



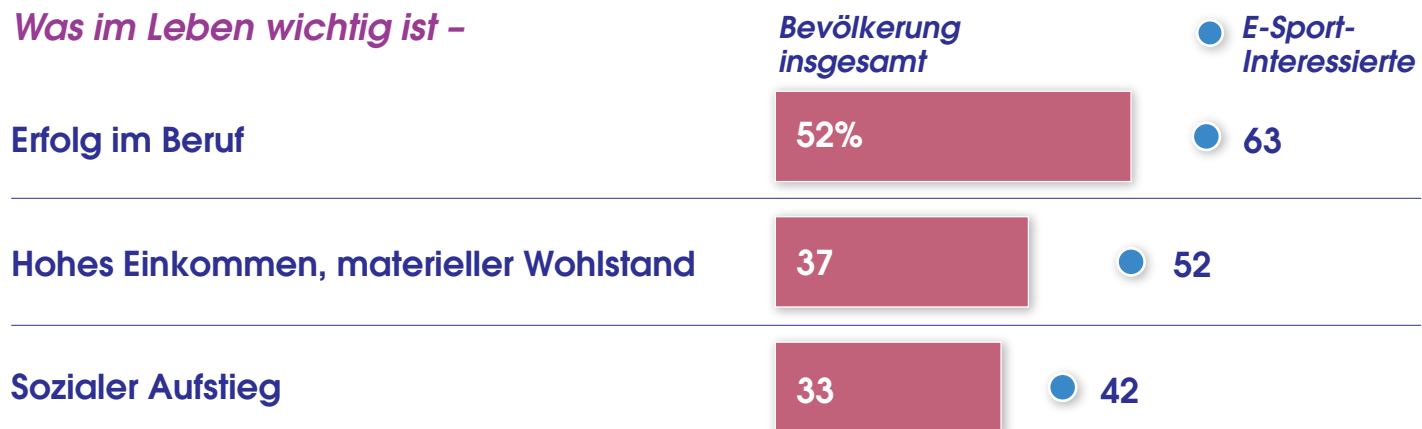
Psychogramm der E-Sport-Interessierten: gesellig und hedonistisch

Was im Leben wichtig ist -



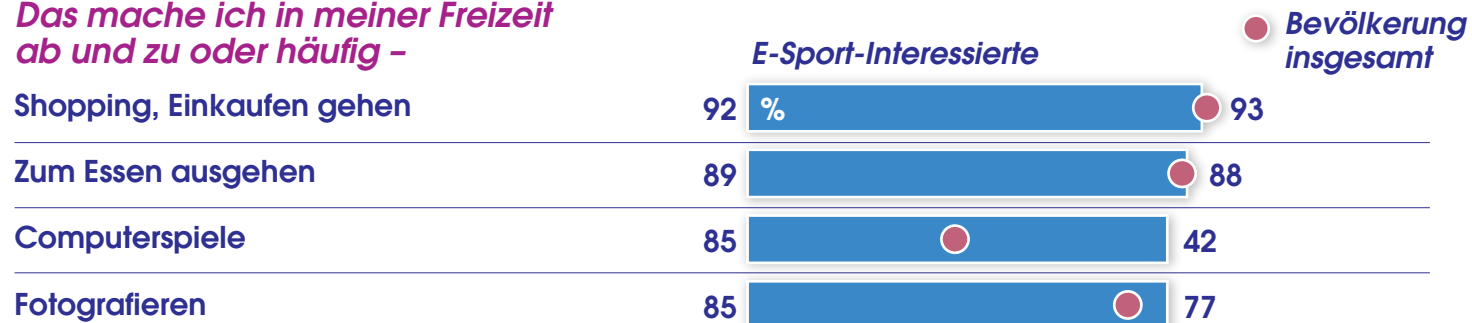
Psychogramm der E-Sport-Interessierten: Erfolg im Beruf und materieller Wohlstand sind wichtig

Was im Leben wichtig ist -

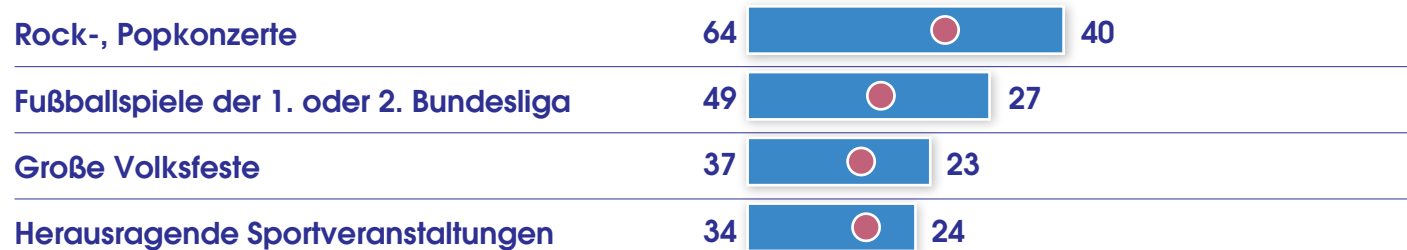


Psychogramm der E-Sport-Interessierten: Shopping und Events

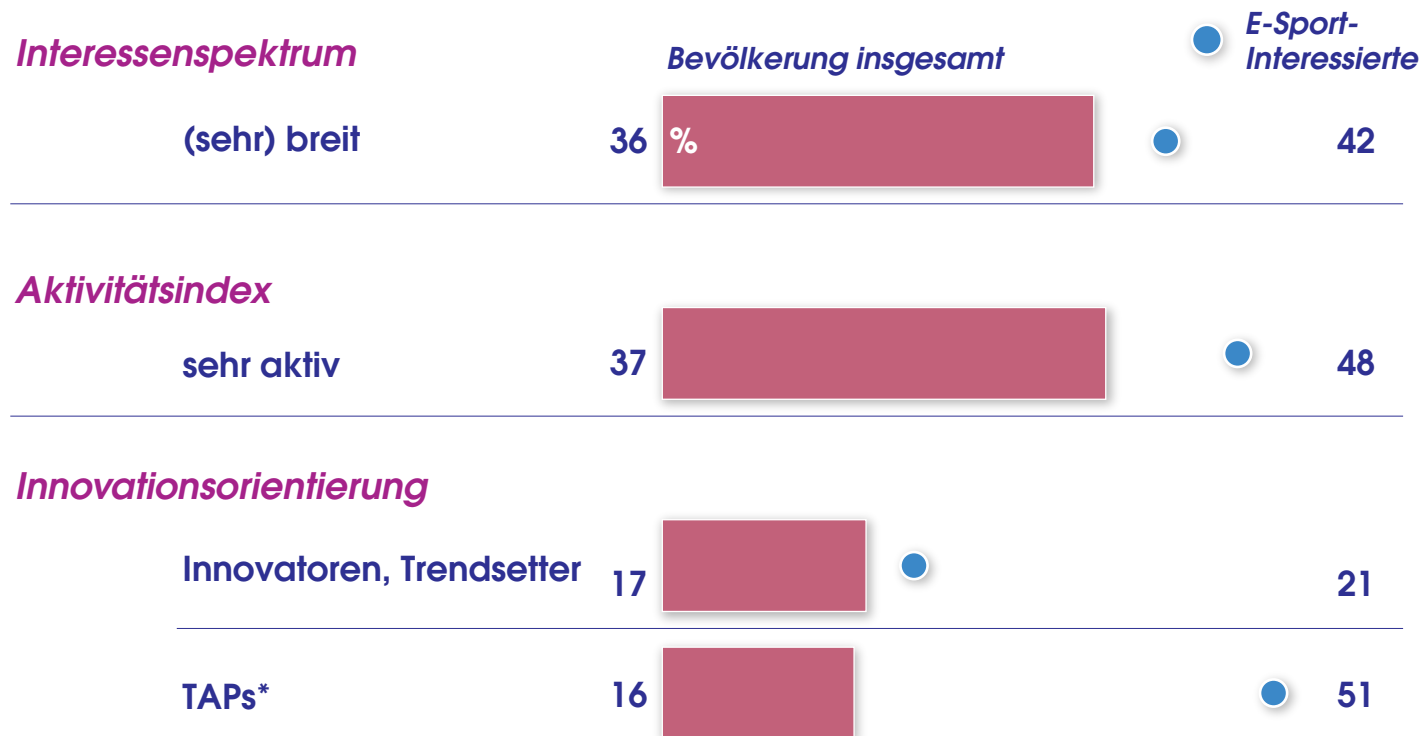
Das mache ich in meiner Freizeit ab und zu oder häufig -



Eventinteresse -



Psychogramm der E-Sport-Interessierten: breit interessiert, aktiv, innovationsorientiert



* Technically advanced persons

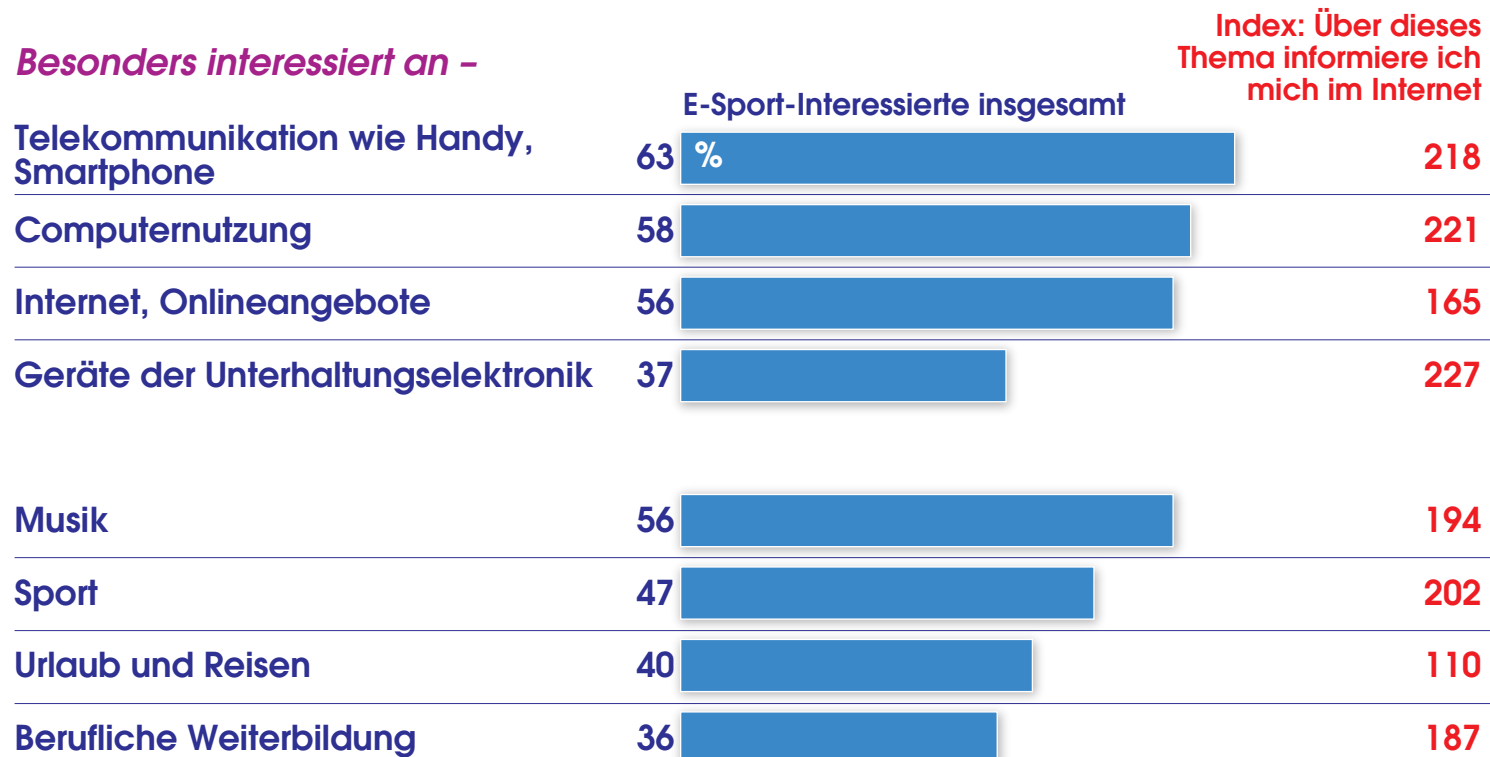
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2021

Das Profil der E-Sport-Interessierten



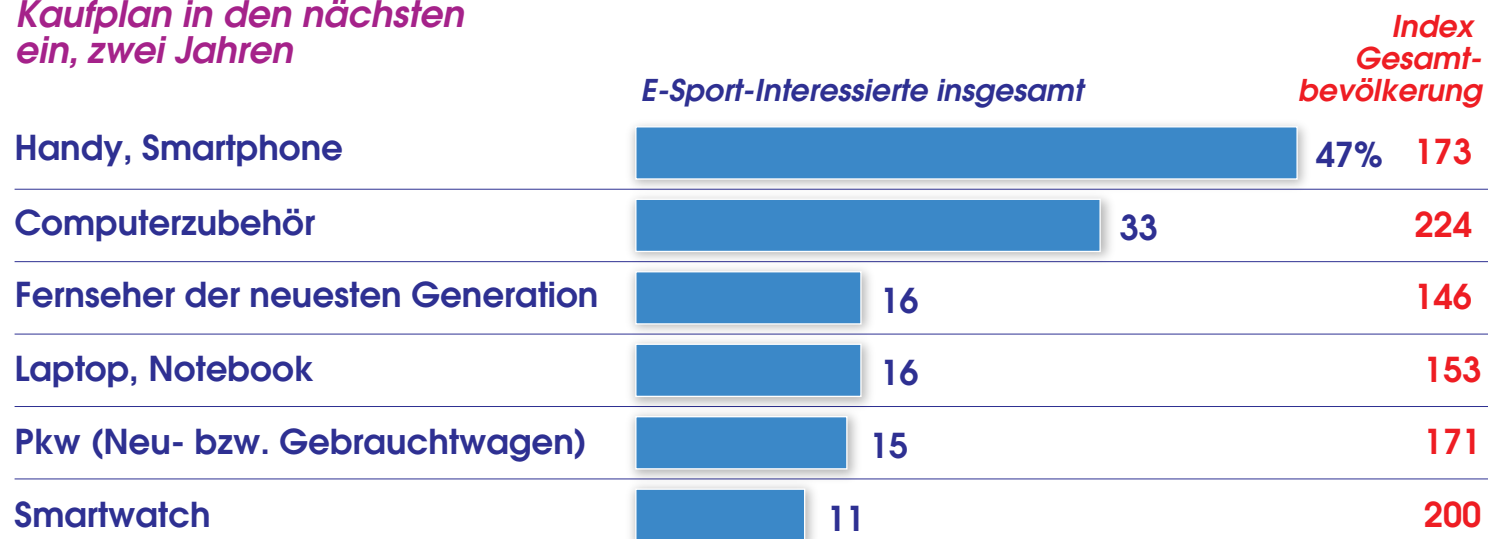
Konsumverhalten der E-Sport-Interessierten: besonderes Interesse an technischen Produkten



Indexdarstellung:
Bevölkerung ab 14 Jahre = 100

Konsumverhalten der E-Sport-Interessierten: hohes Kaufinteresse an technischen Produkten

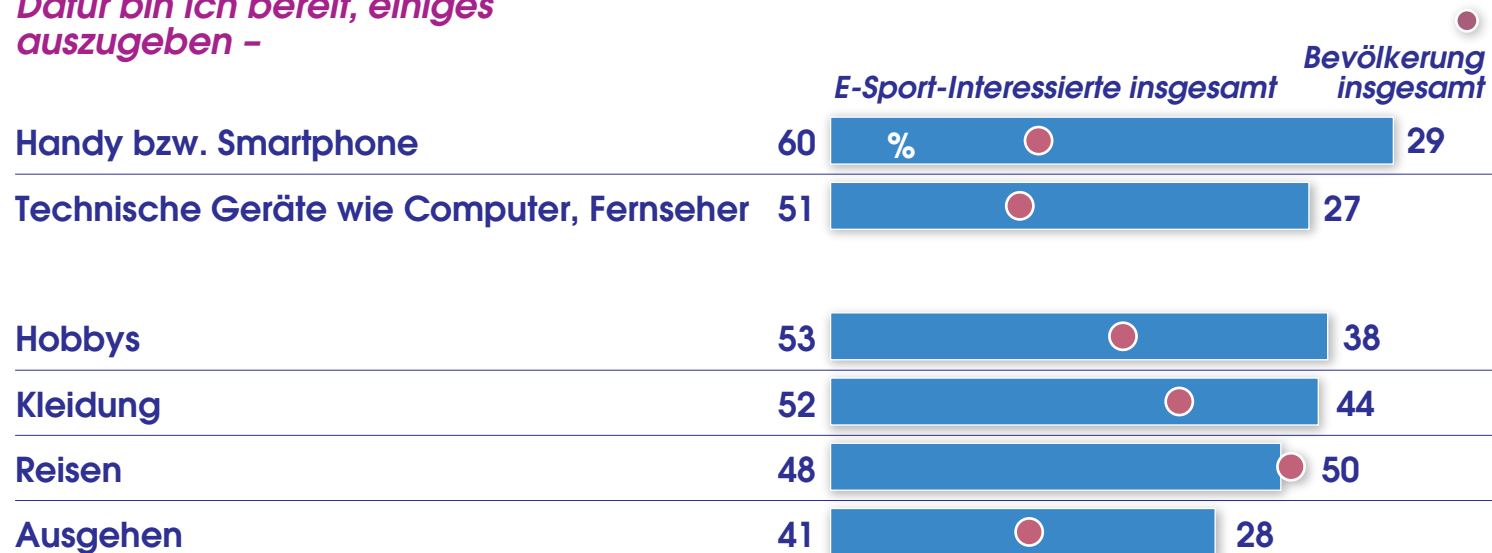
Kaufplan in den nächsten ein, zwei Jahren



Indexdarstellung:
Bevölkerung ab 14 Jahre = 100

Konsumverhalten der E-Sport-Interessierten: hohe Ausgabebereitschaft für technische Geräte, Hobbys und Kleidung

Dafür bin ich bereit, einiges auszugeben –



E-Sport-Interessierte achten auf gute Qualität und Marken

63%

„
Für gute Qualität bin ich auch bereit, mehr zu zahlen

54%

„
Es gibt Produkte, da bin ich ganz auf bestimmte Marken festgelegt

47%

„
Es gibt unverwechselbare, starke Marken, die wirklich eindrucksvoll sind

47%

„
Marken sagen oft etwas über die Qualität der Produkte aus

Das Internet spielt eine große Rolle beim Konsumverhalten

65%

Produktinformationen

Ich nutze das Internet für Informationen über Marken, Produkte, ihre Eigenschaften und Preise

61%

Online-Shopping

Ich kaufe gerne im Internet ein

49%

Online-Produktbewertungen

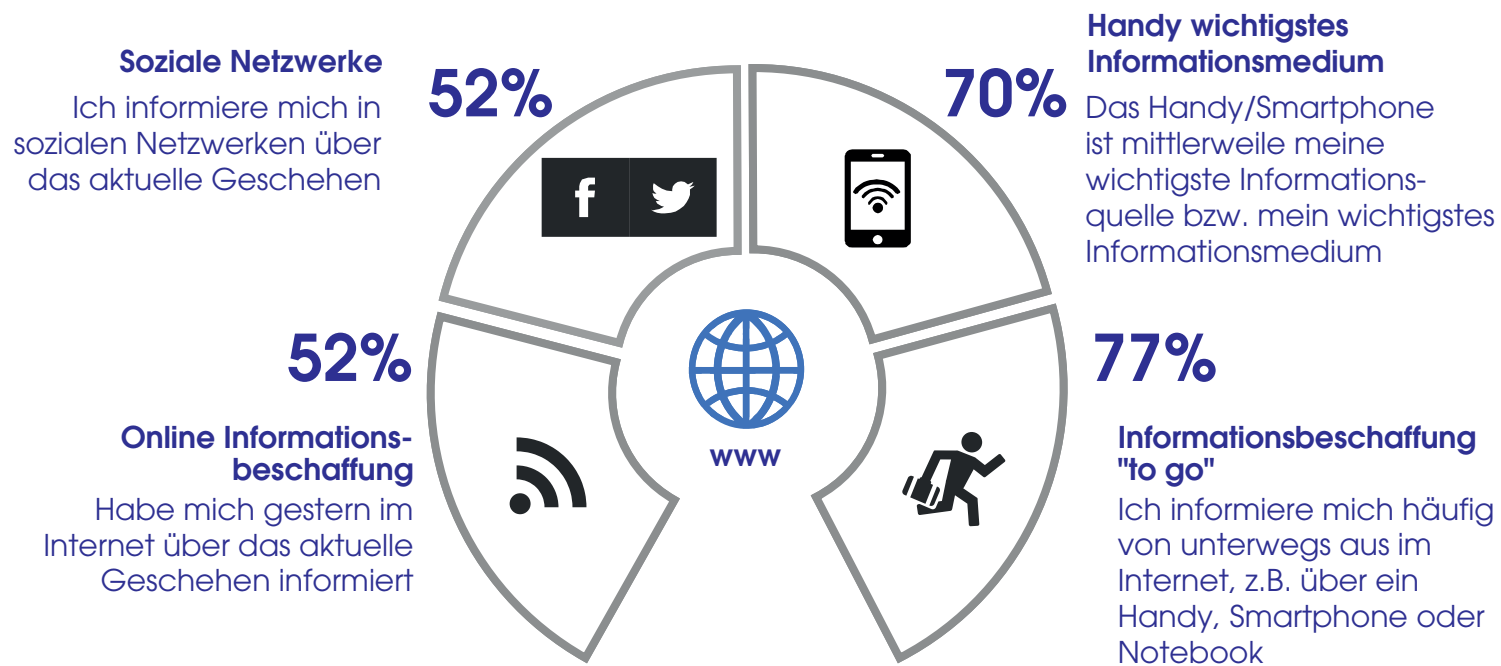
Ich orientiere mich beim Kauf von neuen Produkten auch an Bewertungen anderer Nutzer

26%

Soziale Netzwerke

Ich tausche mich mit anderen häufiger im Internet über Produkte aus, z.B. in sozialen Netzwerken

Mediennutzung E-Sport-Interessierte: online und übers Handy

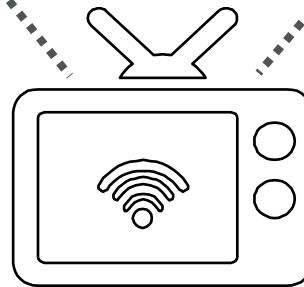


Mediennutzung E-Sport-Interessierte: Auch die Bewegtbildnutzung erfolgt überwiegend online

Das schaue ich täglich oder mehrmals pro Woche an –

YouTube oder andere
Online-Videoportale **59%**

48% Streamingdienste,
Video-on-Demand



Online-Videoclips **36%**

33% Sportsender

Das Profil der E-Sport-Interessierten

