

**Geben Sie Ihrer Konkurrenz  
eins auf die ültje.**



HORIZONT.NET

HORIZONTJobs

HORIZONTpeople

**HORIZONT.NET**

[Home](#) > [Aktuell](#) > [Digital](#)

26.05.2009

[Versenden](#)

[Kommentieren](#)

[Ablegen](#)

[Drucken](#)

## Screen Digest und Group M sagen starkes Wachstum für In-Game Advertising voraus



Screen Digest und Group M glauben an In-Game Advertising

**In-Game Advertising** steht kurz vor einem deutlichen Wachstumsschub. Nach einer Prognose des Marktforschungsunternehmens **Screen Digest** und der Mediaagentur **Group M** erreichen die Werbeinvestitionen in Computerspiele bis 2014 ein Gesamtvolumen von rund 1 Milliarde US-Dollar. Damit käme In-Game-Advertising bei den Investitionen in digitale Medien auf einen Anteil von rund 1,5 Prozent.

Das Wachstum wird nach Ansicht der Marktforscher von mehreren Faktoren getrieben: So ist der Markt für PC-Spiele inzwischen zu einem Massenmarkt mit entsprechend relevanten Reichweiten geworden. Zudem bietet In-Game Advertising eine Reihe von Vorteilen, wie zum Beispiel eine hohe Zielgenauigkeit und gute Auswertbarkeit, hohes Involvement der Nutzer und die Erreichbarkeit von Zielgruppen, die über klassische Medien nur noch schwer zu erreichen sind.

"Dynamisches In-Game Advertising bietet Marken die gleichen Vorteile wie andere digitale Plattformen, allerdings in einem besser kontrollierbaren Umfeld als Social Media", betont **Vincent Letang**, Senior Analyst for Advertising bei Screen Digest. "Angesichts der Tatsache, dass Gaming zu einem Mainstream-Phänomen geworden ist, verdient In-Game-Advertising die gleiche Berücksichtigung wie Mobile oder Social Media", betont **Adam Smith**, Futures Director von Group M. *dh*

Lesezeichen hinzufügen bei



[Kommentar schreiben](#)

**Weitere Nachrichten aus Digital vom 26.05.2009:**

[United Internet übernimmt DSL-Geschäft von Freenet](#)

[Studie: Video Ads erzielen höchste Awareness](#)

[HMMH Multimediahaus profitiert von Online-Investitionen von G+J](#)