



# Get ahead of the game.

You know gaming. We know how to take you global, helping you to find new players, fight fraudsters, and win at checkout.



# Inhalt

## Teil 1: Umsatz generieren

Der Kampf um die Aufmerksamkeit der Gamer	4
Neue Welten, grenzenlose Umsatzchancen	6
Die 5 wichtigsten Gaming-Märkte im Überblick	9
- Gaming in den USA	10
- Gaming im Vereinigten Königreich	14
- Gaming in Deutschland	18
- Gaming in Mexiko	22
- Gaming in Japan	26
Aufbau einer aktiven Community	30

## Teil 2: Umsatz schützen

Die Sache mit der Latenz	32
Betrug als eines der größten Risiken	33

<b>Fazit</b>	<b>34</b>
--------------	-----------

Teil 1:

# Umsatz generieren.



## Teil 1: Umsatz generieren

# Der Kampf um die Aufmerksamkeit der Gamer.

### Status quo

Die Gaming-Branche konnte im vergangenen Jahr beachtliche Fortschritte verzeichnen. Durch VR- und AR-Technologien sind realistische virtuelle Welten entstanden und die digitale mit der physischen Welt verschmolzen. Raytracing in Echtzeit sorgt für verblüffend realistische Grafiken, während KI-gesteuerte Nicht-Spieler-Charaktere (NSCs) und dynamisches Gameplay die Gaming-Landschaft revolutionieren. Außerdem ermöglichen Cloud-Gaming-Plattformen ein nahtloses geräteübergreifendes Streaming.<sup>1</sup>

### Der Kampf um neue Gebiete

Im Zuge der sich ständig weiterentwickelnden Gaming-Erlebnisse bemühen sich Publisher und Developer, Gamer mit fesselnden Spielen anzulocken und zu binden. Dabei kommt es auf Skalierbarkeit an, und eine internationale Fanbase ist bedeutender denn je.

Angesichts der globalen Reichweite des Internets und der immer besseren Zugänglichkeit von Gaming-Plattformen sind die Erschließung unterschiedlicher Märkte und die Interaktion mit Gamern aus der ganzen Welt entscheidend für nachhaltige Erfolge.

<sup>1</sup> FINSMES (2022), <https://www.finsmes.com/2022/11/how-technology-is-changing-the-gaming-industry.html>



## Teil 1: Umsatz generieren

# Hier einige Vorteile einer erweiterten internationalen Fanbase für Ihr Geschäft:

- Erreichen Sie eine vielfältige Zielgruppe und steigern Sie Ihre Umsatzchancen mit Spielverkäufen, In-Game-Käufen, Abonnements und Werbung.
- Erweitern Sie Ihre globale Präsenz und ziehen Sie die Aufmerksamkeit von Developern, Partnerunternehmen und Investor:innen auf sich.
- Verschaffen Sie sich internationale Sichtbarkeit, Markenbekanntheit und Medienberichterstattung.

In diesem umfassenden Leitfaden verraten wir Ihnen, wie Sie neue Gebiete erobern und in aufstrebenden Gaming-Märkten erfolgreich sein können. Mit zwei Jahrzehnten Payment-Erfahrung kann PayPal als vertrauenswürdige Marke Ihr Unternehmen dabei unterstützen, in der faszinierenden Gaming-Welt ein beispielloses Wachstum zu erzielen.

### PayPal-Hack #1

Developer und Publisher können die riesige Nutzer:innenbasis von PayPal nutzen, um globales Wachstum zu erzielen.

[Mehr erfahren](#)



Expandieren Sie in über **200 Märkte** und steigern Sie Ihre internationale Reichweite.



Erhalten Sie Zugang zum PayPal-Netzwerk mit mehr als **430 Millionen** Kund:innen, die reibungslose Onlinetransaktionen schätzen.



## Teil 1: Umsatz generieren

# Neue Welten, grenzenlose Umsatzchancen.

Im Zuge der immer stärkeren Verschmelzung der physischen mit der virtuellen Welt sind Gaming-Unternehmen Wegbereiter für Innovationen und nehmen immer mehr die Rolle der visionären Schöpfer ein. In diesem dynamischen Umfeld durchlaufen virtuelle Erlebnisse einen bemerkenswerten Wandel und entwickeln sich zu lukrativen Geschäftsmodellen, die das Publikum in ihren Bann ziehen und wirtschaftliche Erfolge versprechen.

Zu den aktuellen Beispielen für aufstrebende Geschäftsmodelle und neue, hybride Monetarisierungsmöglichkeiten zählen Coachella Island in Fortnite<sup>2</sup> und Elton Johns „Beyond the Yellow Brick Road“ auf Roblox.<sup>3</sup>

Diese interaktiven virtuellen Events generieren für die Plattformen eine Reihe von Umsatzchancen: von Ticketverkäufen, In-Game-Käufen und virtuellen Gütern über Personalisierung, Sponsoring und Markenkooperationen bis hin zu Medien- und Übertragungsrechten, Partnerschaften mit Künstler:innen und Plattenlabels sowie E-Commerce-Angeboten in der realen Welt.

<sup>2</sup> Rolling Stone (2023), <https://www.rollingstone.com/music/music-news/coachella-fortnite-metaverse-virtual-world-1234713842/>  
<sup>3</sup> Music Ally (2022), <https://musically.com/2022/11/03/elton-john-goes-beyond-the-yellow-brick-road-on-roblox/>



# Bei den zahlreichen Monetarisierungsmodellen im Gaming-Bereich gibt es aber auch einige wichtige Punkte zu beachten.



Art	Pay-to-Play	In-Game-Käufe	Virtual Real Estate	Subscriptions	DLC und Erweiterungen	E-Sport
<b>Vorteile</b>	<p>Spricht traditionelle Gamer an, die ständige Mikrotransaktionen lieber vermeiden.</p> <p>Bietet allen Gamern gleichermaßen Zugang zu Inhalten.</p>	<p>Bieten die Möglichkeit, die Einnahmen pro Gamer durch zusätzliche Inhalte zu erhöhen.</p>	<p>Bieten Umsatzchancen durch Immobilientransaktionen und Mieteinnahmen.</p>	<p>Fördern Engagement und Loyalität der Gamer sowie die Community.</p>	<p>Generieren Einnahmen von bestehenden Gamern, die sich zusätzlichen Content wünschen.</p>	<p>Ermöglicht Partnerschaften, Sponsoring und Werbemöglichkeiten zwischen Publishern und E-Sport-Ligen.</p>
<b>Nachteile</b>	<p>Fehlende laufende Einnahmen können von regelmäßigen Updates abhalten und das langfristige Engagement der Gamer beeinträchtigen.</p>	<p>Mögliche negative Reaktionen, wenn Mikrotransaktionen überteuert erscheinen oder für den Spielfortschritt erforderlich sind.</p>	<p>Spricht möglicherweise nur eine eingeschränkte Zielgruppe an.</p> <p>Schwierigkeit, den Preis für Virtual Real Estate genau zu bestimmen.</p>	<p>Erfordert kontinuierlich neue und ansprechende Inhalte, um Subscriber zu halten.</p>	<p>Bergen das mutmaßliche Risiko, dass Developer der Kundschaft Inhalte vorenthalten, um diese separat zu verkaufen.</p>	<p>Ist mit hohen Einstiegs- und laufenden Kosten für die Organisation und Durchführung von Events verbunden.</p>

## Teil 1: Umsatz generieren

### PayPal-Hack #2

Unabhängig von Ihrem Monetarisierungsmodell kann PayPal mit seiner vertrauensvollen Marke und den sicheren und bequemen Payment-Lösungen zur Absicherung Ihrer Einnahmequellen beitragen.

[Mehr erfahren](#)

### Markenvertrauen:

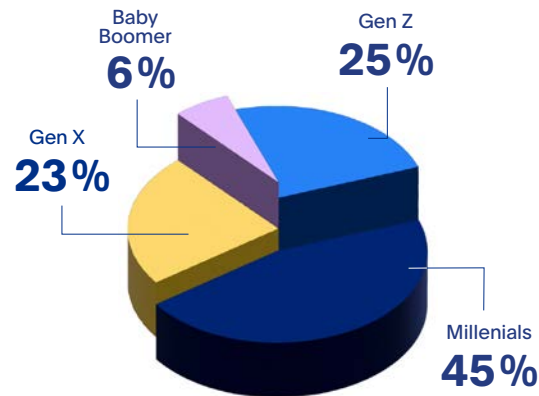
der Verbraucher:innen in Deutschland halten PayPal für die vertrauenswürdigste Marke, wenn es um die Sicherheit ihrer Finanzdaten geht.<sup>4</sup> Dieses Markenvertrauen ist der Grund dafür, dass 51 % der Deutschen auch wiederholt auf Websites einkaufen.<sup>5</sup>

### Subscriptions:

PayPal ermöglicht es Gaming-Unternehmen durch wiederkehrende Zahlungen, Abonnementmodelle anzubieten. Händler, die PayPals Subscriptions in Deutschland eingeführt haben, konnten ihren Umsatz im Durchschnitt um 31 % steigern.<sup>6</sup>

### Mobile Zahlungen:

Mit den mobilen Payment-Lösungen von PayPal können Gamer bequem über ihre Mobilgeräte einkaufen. In Deutschland wird PayPal von Nutzer:innen mobiler Zahlungen in allen Altersgruppen genutzt, wobei Millennials mit 45 % die größte Gruppe darstellen.<sup>7</sup>



<sup>4</sup> Statista, Global Consumer Survey Brand Report, Mobile payment: PayPal users in Germany, September 2023. Multi Pick; Base: n=504, PayPal users, n=1,101 mobile payment users, n=35,994 all respondents.

<sup>5</sup> TRC, Commissioned by PayPal, April 2021. TRC conducted an online survey amongst 1,000 consumers ages 18+ across DE. (n=1,000).

<sup>6</sup> Nielsen, Commissioned by PayPal, Nielsen Media Attitudinal Survey of Germany (October 2021) with 1,000 recent PayPal transactions (past 4 weeks) from SMB merchants.

<sup>7</sup> Basierend auf PayPal-internen Daten, Analyse vom 1. Juli 2020 bis zum 1. Mai 2021 (basierend auf 10 teilnehmenden Händlern).





## Teil 1: Umsatz generieren

# Die 5 wichtigsten Gaming-Märkte im Überblick.

Um die internationale Reichweite und die Kund:innenbindung Ihres Unternehmens zu maximieren, müssen Sie die demografischen Eigenschaften und Vorlieben der Gamer in den verschiedenen Schlüsselmärkten (USA, Mexiko, Japan, Deutschland und Vereinigtes Königreich) verstehen. So können Spieleentwickler:innen ihr Zielpublikum gezielt und wirkungsvoll ansprechen.

Jedes Land ist anders, und wenn Sie die beliebtesten Plattformen, Genres und Channels in jedem Zielmarkt kennen, können Sie Ihre Produkte und Ihr Marketing entsprechend anpassen, um Ihre Erfolgchancen auf dem wachsenden und wettbewerbsintensiven internationalen Gaming-Markt zu maximieren.



Vereinigte Staaten  
von Amerika



Vereinigtes Königreich



Deutschland



Mexiko



Japan



Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming in den USA.

Willkommen in Amerika, der Geburtsstätte der Videospiele und dem zweitgrößten Gaming-Markt der Welt. Gaming gehört zu den am schnellsten wachsenden Bereichen der Unterhaltungsbranche in den USA und fast drei Viertel der Amerikaner:innen sind Gaming-Fans.<sup>8</sup> Die USA sind ein spannender und vielfältiger Markt mit vielen verschiedenen Gamer -Persönlichkeiten und einem wachsenden Interesse an E-Sport.



<sup>8</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>



## Teil 1: Umsatz generieren



### Beliebteste Kanäle Ihrer Zielgruppen

Die beliebtesten Social-Media-Plattformen bei US-amerikanischen Gamern sind YouTube, Facebook, Instagram, Discord, TikTok und Twitch.<sup>17</sup> Je nach Genre und Zielgruppe Ihres Spiels könnten Sie auch auf Reddit und Twitter fündig werden, da diese bei einigen Zielgruppen sehr beliebt sind.

### Statistiken und demografische Daten



**191**

Anzahl der Gamer (Mio.)<sup>9</sup>



**47,3**

Umsatz mit Gaming (Mrd. USD)<sup>10</sup>

	Geschlecht der Gamer <sup>11</sup>	Alter <sup>12</sup>	Anteil der Gamer pro Plattform <sup>13</sup>	Top 3 Genres bei PC- und Konsolenspielen <sup>14</sup>	Top 3 der PC- und Konsolenspiele <sup>15</sup>	Beliebteste Zahlarten im E-Commerce <sup>16</sup>
<b>1</b>	Männlich 52 %	21–35 (36 %)	Mobilgeräte (48 %)	Shooter	Fortnite	Digitales Wallet (32 %)
<b>2</b>	Weiblich 47 %	10–20 (26 %)	Konsole (39 %)	Adventure	Counter-Strike: Global Offensive	Kreditkarte (30 %)
<b>3</b>	Non-Binary/Andere 1 %	36–50 (25 %)	PC (27 %)	Battle Royale	Grand Theft Auto V	Debitkarte (20 %)

<sup>9</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>, <sup>10</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>, <sup>11</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>, <sup>12</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>, <sup>13</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>, <sup>14</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>, <sup>15</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>, <sup>16</sup> FIS (2023), The Global Payments Report 2023, <https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report>, <sup>17</sup> Statista (2023), <https://www.statista.com/statistics/1351103/us-most-used-social-related-to-gaming/>

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming-Conventions und Events.

In den USA finden einige der weltgrößten Gaming-Events statt, darunter auch die weltgrößte Veranstaltung für Branchenexpert:innen, die Game Developers Conference (GDC) in San Francisco. Auf folgenden Conventions können Sie sich mit Gamern und Gaming-Fans vernetzen:

1. **PAX (Penny Arcade Expo, Seattle) und PAX East (Boston):** Hier werden das Gaming und die Gaming-Kultur gefeiert.
2. **E3 (Los Angeles):** eine der größten Gaming-Conventions weltweit.
3. **Comic-Con International (San Diego):** ursprünglich eine Veranstaltung, die Comics gewidmet war, inzwischen aber auch einen starken Fokus auf Videospiele legt.



### Branchenverband

Der nationale Branchenverband für die US-amerikanische Videospieleindustrie ist die Entertainment Software Association (ESA): [www.theesa.com](http://www.theesa.com).

## PayPal in den USA



# 82 %

der Verbraucher:innen in den USA nutzen PayPal.<sup>18</sup>



# 69 %

der PayPal-Nutzer:innen fühlen sich sicherer, wenn sie bei Händler:innen einkaufen, die PayPal akzeptieren.<sup>19</sup>



# 33 %

PayPal hat Großunternehmen nachweislich zu einer Steigerung der Checkout-Conversion um durchschnittlich 33 % verholfen.<sup>20</sup>



# 2,2x

PayPal-Nutzer:innen schließen ihren Kauf mit einer 2,2-mal höheren Wahrscheinlichkeit auf Websites ab, die PayPal sichtbar anbieten.<sup>21</sup>



# 6 Basispunkte:

PayPal kann nachweislich zu einer Senkung der Betrugsrate bei Kreditkartentransaktionen um 6 Basispunkte beitragen.<sup>22</sup>

18 Statista, Global Consumer Survey Brand Report, Online payment: PayPal users in the United States, November 2022. Base: n=4040, online payment users. 19 An online study commissioned by PayPal and conducted by Netfluent in November 2020, involving 1,000 US online shoppers ages 18-39. (Among PayPal users, n=682. 20 Nielsen Study, commissioned by PayPal, Nielsen Media Behavioral Panel of USA with 408K large enterprise desktop purchase transactions, from 25K consumers between January-December 2022. \*Checkout conversion measured from the point at which the customers start to pay. 21 Nielsen Study, commissioned by PayPal, Nielsen Media Behavioral Panel of USA with 408K large enterprise desktop purchase transactions, from 25K consumers between January-December 2022. \*Checkout conversion measured from the point at which the customers start to pay. 22 Major global payments network analysis from transactions over a 12-month period from Q4 2020-Q3 2021 in 8 markets (US, UK, DE, AU, FR, IT, ES, CA) across 12 verticals. Does not include transactions from domestic schemes (e.g. Cartes Bancaires, eftpos).

## Teil 1: Umsatz generieren

# Ein großer, aber anspruchsvoller Markt.

Der US-amerikanische Gaming-Markt ist zwar groß und vielfältig, aber auch anspruchsvoll. Für neue Unternehmen kann es daher schwierig sein, dort Fuß zu fassen. Mit diesen 3 wichtigen Tipps steigen Ihre Erfolgsaussichten:



- 1. Achten Sie auf eine präzise Definition Ihrer Zielgruppe:**  
Die USA sind ein riesiger Markt, und Sie verschwenden viel Geld, wenn Sie ein zu breites Publikum ansprechen.
- 2. Lokalisierung ist das A und O:** Achten Sie auf korrekte Übersetzungen ins amerikanische Englisch (oder ins Spanische, wenn Sie sich an die große hispanische Bevölkerung wenden möchten) und auf korrekte und aktuelle kulturelle Anspielungen.
- 3. Kümmern Sie sich um den Aufbau einer starken Onlinepräsenz und Community:**  
Die beste Methode, um in diesem großen Markt eine Fangemeinde aufzubauen, ist die Förderung einer starken und begeisterten Community.



### PayPal-Hack #3

**Nutzen Sie Erkenntnisse aus grenzüberschreitenden Transaktionen, um voranzuplanen:**



PayPal bietet Unternehmen wertvolle Einblicke und Analysen in Bezug auf ihre grenzüberschreitenden Transaktionen. Diese Daten können Unternehmen dabei helfen, das Kund:innenverhalten zu verstehen, Markttrends zu erkennen und fundierte Entscheidungen über ihre Expansionsstrategien zu treffen.

[Mehr erfahren](#)

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming im Vereinigten Königreich.

Das Vereinigte Königreich ist der führende Gaming-Markt in Europa mit einer großen und anspruchsvollen Gamer-Community. Videospiele sind die beliebteste Unterhaltungsform der Brit:innen und die Branche ist der profitabelste Bereich der britischen Unterhaltungsbranche.<sup>23</sup> Von Gelegenheitsspielen wie Candy Crush Saga und Wordle bis hin zu spannenden Adventure-Games und Shootern – die Brit:innen sind begeisterte Gaming-Fans und geben viel Geld aus. 58 % der Gamer kaufen Spieleabonnements.<sup>24</sup>



<sup>23</sup> Allcorrect (2022), <https://allcorrectgames.com/insights/the-uk-gaming-market/>

<sup>24</sup> Allcorrect (2022), <https://allcorrectgames.com/insights/the-uk-gaming-market/>



## Teil 1: Umsatz generieren



### Beliebteste Kanäle Ihrer Zielgruppen

58 % der Brit:innen sehen sich Gaming-Inhalte auf beliebten Plattformen wie YouTube (74 %) und Twitch (25 %) an.<sup>33</sup>

Die beliebtesten Social-Media-Plattformen im Vereinigten Königreich sind: TikTok (27,3 Stunden pro Monat), YouTube (15,5 Stunden) und Facebook (14,6 Stunden).<sup>34</sup>

### Statistiken und demografische Daten



**39,1**

Anzahl der Gamer (Mio.)<sup>25</sup>



**5,5**

Umsatz mit Gaming (Mrd. USD)<sup>26</sup>

	Geschlecht der Gamer <sup>27</sup>	Alter <sup>28</sup>	Anteil der Gamer pro Plattform <sup>29</sup>	Top 3 Genres bei PC- und Konsolenspielen <sup>30</sup>	Top 3 der PC- und Konsolenspiele <sup>31</sup>	Beliebteste Zahlarten im E-Commerce <sup>32</sup>
<b>1</b>	Männlich 54 %	21–35 (33 %)	Mobilgeräte (46 %)	Adventure	Overwatch 1&2	Digitales Wallet (35 %)
<b>2</b>	Weiblich 45 %	36–50 (28 %)	Konsole (41 %)	Shooter	Fortnite	Kreditkarte (24 %)
<b>3</b>	Non-Binary/Andere <1 %	10–20 (23 %)	PC (29 %)	Battle Royale	FIFA 23	Debitkarte (22 %)

25 Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>. 26 Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>. 27 Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>. 28 Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>. 29 Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>. 30 Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>. 31 Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>. 32 FIS (2023), The Global Payments Report 2023, <https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report>. 33 Allcorrect (2022), <https://allcorrectgames.com/insights/the-uk-gaming-market/>. 34 Meltwater (2023), <https://www.meltwater.com/en/blog/uk-social-media-statistics#Most%20used%20social%20media%20platforms%20in%20the%20UK>

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming-Conventions und Events.

Bei einer so großen und begeisterten Gaming-Community fehlt es im Vereinigten Königreich natürlich auch nicht an internationalen, nationalen und regionalen Gaming-Events. Hier einige Beispiele:

1. **EGX** – das in London stattfindende größte britische Event mit Fokus auf Videospiele.
2. **UK Comic-Con** – eine Convention für alle Formen der Comic- und Popkultur, einschließlich Cosplay und natürlich Videospiele.
3. **Insomnia Gaming Festival** – „eine große, von der Community organisierte Gaming-Convention“ für E-Sport, LAN-Partys und Unterhaltung.



### Branchenverband

Der nationale Branchenverband für die britische Gaming- und interaktive Unterhaltungsbranche heißt UKIE: [ukie.org.uk](http://ukie.org.uk).

## PayPal im Vereinigten Königreich



### 91%

der Verbraucher:innen im Vereinigten Königreich nutzen PayPal.<sup>35</sup>



### 45%

der britischen Verbraucher:innen nennen ihr Vertrauen in PayPal als Grund für Wiederholungskäufe auf Websites von KMU.<sup>36</sup>



### 24%

höhere Checkout-Conversion für Großunternehmen mit PayPal.<sup>37</sup>



### 3,8x

PayPal-Nutzer:innen schließen ihren Kauf mit einer 3,8-mal höheren Wahrscheinlichkeit auf Websites ab, die PayPal sichtbar anbieten. PayPal-Nutzer:innen schließen ihren Kauf mit einer 3,8-mal höheren Wahrscheinlichkeit auf Websites ab, die PayPal sichtbar anbieten.<sup>38</sup>



### 9 Basispunkte:

PayPal kann nachweislich zu einer Senkung der Betrugsrate bei Kreditkartentransaktionen um 9 Basispunkte beitragen.<sup>39</sup>

35 Statista, Global Consumer Survey Brand Report, Online payment: PayPal in the UK, May 2022. Base: n=1.605, online payment users. 36 Nielsen, commissioned by PayPal, Nielsen Attitudinal Survey of UK (June 2023) with 2.000 recent purchasers (past 4 weeks) from SMB merchants, including 1.000 PayPal transactions & 1.000 non-PayPal transactions. Typical checkout includes credit/debit/prepaid cards, digital wallets, BNPL brands and others. 37 Nielsen Study, commissioned by PayPal, Nielsen Media Behavioural Panel of UK 95,161 desktop purchase transactions from 27,898 UK consumers between October 2019 to September 2020 to understand and measure the impact that PayPal has for 315 UK-based LE merchants across different verticals. 38 Nielsen Study, commissioned by PayPal, Nielsen Media Behavioral Panel of Germany (DE) with 175,653 desktop transactions from 32,831 consumers who are PayPal users, from October 2019 to September 2020 to understand and measure the impact that PayPal has for 474 DE-based LE merchants across different verticals. 39 Comparative analysis of major global payments network and PayPal internal data from transactions over a 12-month period from Q4 2020-Q3 2021 in 8 markets (US, UK, DE, AU, FR, IT, ES, CA) across 12 verticals. Does not include transactions from local networks.



## Teil 1: Umsatz generieren

# Überlegen Sie sich die passende Monetarisierungsstrategien.

Fast 2/3 der britischen Gamer geben Geld für Spiele aus, wobei die stärkste Motivation für einen Kauf Schlussverkäufe oder Sonderangebote sind.<sup>40</sup> Die zweitstärkste Motivation ist es, mit Freund:innen und Familie zu spielen. Gleichzeitig nutzt fast ein Viertel (24%) der Brit:innen Gaming lediglich als Zeitvertreib. Es ist also entscheidend, dass Sie sich die am besten geeignete Monetarisierungsstrategie für Ihr Zielpublikum überlegen:



1. **Machen Sie sich mit den Vorschriften vertraut:** Spiele und Apps, die sich an Kinder richten, sind im Hinblick auf Daten, Analysen und Werbung stark reguliert.
2. **Finger weg von Lootboxen:** Es bestehen Bedenken über die Auswirkungen dieses Vorgehens und die britische Regierung (sowie die EU) hat angekündigt, sie gesetzlich verbieten zu wollen.
3. **Überlegen Sie sich, ob ein Abonnementmodell für Ihr Spiel geeignet wäre:** 58% der britischen Gamer kaufen Spieleabos.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>  
<sup>41</sup> Newzoo (2022), Key Insights Into American Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play>



### PayPal-Hack #4

**Nutzen Sie Erkenntnisse aus grenzüberschreitenden Transaktionen, um voranzuplanen:**



PayPal bietet Unternehmen wertvolle Einblicke und Analysen in Bezug auf ihre grenzüberschreitenden Transaktionen. Diese Daten können Unternehmen dabei helfen, das Kund:innenverhalten zu verstehen, Markttrends zu erkennen und fundierte Entscheidungen über ihre Expansionsstrategien zu treffen.

Mehr erfahren

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming in Deutschland.

In Deutschland findet die weltgrößte Gaming-Messe, die Gamescom, statt.<sup>42</sup> Die inländische Gaming-Branche floriert und besteht aus vielen kleinen Developern und Publishern sowie einer großen und leidenschaftlichen Gaming-Community. Die deutsche Gaming-Community bietet eine große Bandbreite an Möglichkeiten für Gaming-Unternehmen – von Gelegenheits-Gamern, die ein packendes Erlebnis suchen, bis hin zu E-Sport-Athlet:innen, die auf höchstem Niveau gegeneinander antreten.



<sup>42</sup> <https://www.gamescom.de/de>

## Teil 1: Umsatz generieren



### Beliebteste Kanäle Ihrer Zielgruppen

Beliebte Medienplattformen für die Zielgruppe der 21- bis 50-Jährigen in Deutschland sind Twitch und YouTube für den Konsum von Gaming-Inhalten,<sup>51</sup> Discord für die Interaktion mit der Community und Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter für Neuigkeiten und Updates aus dem Gaming-Bereich. Gaming-Websites und -Foren spielen ebenfalls eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, deutsche Gamer miteinander zu vernetzen und ihnen wertvolle Informationen zu liefern.

### Statistiken und demografische Daten



**49,8**

Anzahl der Gamer (Mio.)<sup>43</sup>



**6,6**

Umsatz mit Gaming (Mrd. USD)<sup>44</sup>

	Geschlecht der Gamer <sup>45</sup>	Alter <sup>46</sup>	Anteil der Gamer pro Plattform <sup>47</sup>	Top 3 Genres bei PC- und Konsolenspielen <sup>48</sup>	Top 3 der PC- und Konsolenspiele <sup>49</sup>	Beliebteste Zahlarten im E-Commerce <sup>50</sup>
<b>1</b>	Männlich 54 %	21–35 (31 %)	Mobilgeräte (43 %)	Shooter	Fortnite	Digitales Wallet (29 %)
<b>2</b>	Weiblich 45 %	36–50 (28 %)	Konsole (34 %)	Adventure	Overwatch 1&2	Banküberweisung (27 %)
<b>3</b>	Non-Binary/Andere <1 %	51–65 (25 %)	PC (34 %)	Sport	Grand Theft Auto V	Später bezahlen (23 %)

43 Newzoo (2022), Key Insights Into German Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report>. 44 Newzoo (2022), Key Insights Into German Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report>. 45 Newzoo (2022), Key Insights Into German Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report>. 46 Newzoo (2022), Key Insights Into German Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report>. 47 Newzoo (2022), Key Insights Into German Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report>. 48 Newzoo (2022), Key Insights Into German Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report>. 49 Newzoo (2022), Key Insights Into German Gamers, <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report>. 50 FIS (2023), The Global Payments Report 2023, <https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report>. 51 Statista (2023), <https://www.statista.com/forecasts/998794/most-used-video-game-streaming-sites-by-brand-in-germany>

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming-Conventions und Events.

Deutschland ist Schauplatz mehrerer namhafter Gaming-Conventions, die Gaming-Fans aus nah und fern anziehen. Hier die drei wichtigsten Gaming-Conventions in Deutschland:

1. **Gamescom:** die weltgrößte Gaming-Convention in Köln, auf der Branchentrends und Neuerscheinungen vorgestellt werden.
2. **DreamHack Leipzig:** ein bekanntes Gaming-Festival mit E-Sport-Wettbewerben und interaktiven Ausstellungen.
3. **MAGFest Europe:** ein Musik-, Gaming- und Kulturfestival in Erfurt mit Livekonzerten und Indie-Game-Vorführungen.



### Branchenverband

Der nationale Branchenverband der Gaming-Branche in Deutschland ist der Verband der deutschen Games-Branche (Game): [game.de](https://www.game.de).

## PayPal in Deutschland



# 93 %

der Verbraucher:innen in Deutschland nutzen PayPal.<sup>52</sup>



# 79 %

der deutschen Verbraucher:innen haben bei PayPal das größte Vertrauen in die Sicherheit ihrer Zahlungsdaten.<sup>53</sup>



# 84 %

höhere Checkout-Conversion für KMU mit PayPal.<sup>54</sup>



# 8,7x

PayPal-Nutzer:innen schließen ihren Kauf mit einer 8,7-mal höheren Wahrscheinlichkeit auf Websites ab, die PayPal sichtbar anbieten..<sup>55</sup>



# 18 Basispunkte:

Mit PayPal können Sie Ihre Rückbuchungsrate um bis zu 18 Basispunkte senken.<sup>56</sup>

52 Statista, Global Consumer Survey Brand Report, Online payment: PayPal in Germany, May 2022. Base: n=3,148, online payment users. 53 TRC, Commissioned by PayPal, April 2021. TRC conducted an online survey amongst 1,000 consumers ages 18+ across DE. (n=1,000). 54 Nielsen, Commissioned by PayPal, Nielsen Media Behavioral Panel of Germany with 17,350 SMB desktop purchase transactions from July 2020 to June 2021. 55 Nielsen Study, commissioned by PayPal, Nielsen Media Behavioral Panel of Germany (DE) with 175,653 desktop transactions from 32,831 consumers who are PayPal users, from October 2019 to September 2020 to understand and measure the impact that PayPal has for 474 DE-based LE merchants across different verticals. 56 Comparative analysis of major global payments network and PayPal internal data from transactions over a 12-month period from Q4 2020-Q3 2021 in 8 markets (US, UK, DE, AU, FR, IT, ES, CA) across 12 verticals. Does not include transactions from domestic schemes (e.g. Cartes Bancaires, eftpos).

## Teil 1: Umsatz generieren

# Regulatorische Maßnahmen und andere Überlegungen.

Verschiedene Faktoren können zu mangelndem Erfolg von Spielen auf dem deutschen Markt beitragen. Wenn Sie in Deutschland erfolgreich sein wollen, müssen Sie Folgendes beachten:



1. **Lokalisierung und kulturelle Sensibilität:** Schlechte Lokalisierung oder mangelnde kulturelle Sensibilität hemmen die Motivation der Gamer und beeinträchtigen das Gesamterlebnis.
2. **Inhaltliche Vorgaben in Deutschland:** Strenge Regeln für Gewalt, Blut und explizite Inhalte in Videospielen erschweren es, für übermäßig gewalttätige oder explizite Spiele eine Altersfreigabe zu erhalten oder die Richtlinien einzuhalten.
3. **Schlechte Ausführung:** Unter Lizenzen entwickelte Spiele, die den Kern der Originalvorlage nicht treffen oder ein minderwertiges Gameplay bieten, treffen bei deutschen Gamern auf wenig Gegenliebe.



### PayPal-Hack #5

#### Steigern Sie Ihre Umsatzchancen durch flexible Zahlungsmöglichkeiten



Durch das Hinzufügen eines „Später bezahlen“-Buttons oder -Banners zu Ihrer Website erhalten Gamer die Wahl, ob sie sofort oder in Raten bezahlen möchten. Außerdem können Sie ihnen die Möglichkeit bieten, in 30 Tagen, auf Rechnung, per Kreditkarte oder mit weiteren Bezahlmethoden zu bezahlen.

[Mehr erfahren](#)

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming in Mexiko.

Mexiko ist einer der größten und dynamischsten Gaming-Märkte in Lateinamerika und weltweit. Außerdem gehört das Land zu den größten Importeuren von Videospielen und Software.<sup>57</sup> Mexikanische Gamer sind meist jung (auch wenn sich Gaming bei älteren Zielgruppen immer größerer Beliebtheit erfreut) und bevorzugen vor allem Gelegenheitsspiele auf Mobilgeräten. Auch E-Sport-Wettkämpfe sind in Mexiko beliebt.



<sup>57</sup> Thesocialtalks.com (2022), <https://thesocialtalks.com/latest-news/mexico-a-growing-video-game-market/>

## Teil 1: Umsatz generieren



### Beliebteste Kanäle Ihrer Zielgruppen

Wenn sich Ihre Spiele an Kinder richten, müssen Sie unbedingt auf Social Media präsent sein. Mexikanische Kinder haben eher Zugang zu Geräten und nutzen soziale Medien häufiger als Gleichaltrige weltweit. Mexikanische Kinder im Alter von 6–11 Jahren bevorzugen TikTok, Facebook und Twitch.<sup>66</sup> In allen Altersgruppen sind WhatsApp, Facebook, Instagram und TikTok am beliebtesten.<sup>67</sup>

### Statistiken und demografische Daten



65,9

Anzahl der Gamer (Mio.)<sup>58</sup>



2,4

Umsatz mit Gaming (Mrd. USD)<sup>59</sup>

	Geschlecht der Gamer <sup>60</sup>	Alter <sup>61</sup>	Bevorzugte Gaming-Plattform <sup>62</sup>	Top 3 Gaming-Genres <sup>63</sup>	Top 3 Mobile Games <sup>64</sup>	Beliebteste Zahlarten im E-Commerce <sup>65</sup>
1	Männlich 52 %	5-20 (43 %)	Mobilgeräte (80 %)	Strategie (Mobil) Sport (Konsole)	Roblox	Kreditkarte (33 %)
2	Weiblich 48 %	21-30 (24 %)	Konsole (21 %)	Puzzle (Mobil) Shooter (Konsole)	Free Fire	Digitales Wallet (27 %)
3	Nonbinär/Sonstige <1 %	31-40 (14 %)	PC (7 %)	Adventure (Mobil) Battle Royale	Clash Royale	Debitkarte (22 %)

<sup>58</sup> The Competitive Intelligence Unit (2022), <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxico-jugarnoescosadenios?lang=es>. <sup>59</sup> Revistaespejo.com (2022), <https://revistaespejo.com/2022/08/29/la-industria-del-videojuego-en-mexico-jugar-no-es-cosa-de-ninos/>. <sup>41</sup> Milliarden Pesos im Jahr 2022. <sup>60</sup> The Social Talks.com (2022), <https://thesocialtalks.com/latest-news/mexico-a-growing-video-game-market/>. <sup>61</sup> The Competitive Intelligence Unit (2022), <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxico-jugarnoescosadenios?lang=es>. <sup>62</sup> Der Bevölkerungsanteil aus dem CIU-Bericht wurde auf die tatsächlichen Bevölkerungszahlen umgelegt, um den Prozentsatz der Gamer in der Bevölkerung zu ermitteln. <sup>62</sup> The Competitive Intelligence Unit (2022), <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxico-jugarnoescosadenios?lang=es>. <sup>63</sup> The Competitive Intelligence Unit (2022), <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxico-jugarnoescosadenios?lang=es>. <sup>64</sup> Marketing4Ecommerce (2023), <https://marketing4ecommerce.net/en/top-the-most-downloaded-apps-in-mexico/>. <sup>65</sup> FIS (2023), The Global Payments Report 2023, <https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report>. <sup>66</sup> Paramount Insights (2022), <https://insights.paramount.com/post/kids-in-brazil-and-mexico-are-avid-social-media-users-and-gamers/>. <sup>67</sup> Ding (2022), <https://www.ding.com/community/most-popular-social-media-networks-in-mexico>

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming-Conventions und Events.

Hier einige wichtige Gaming-Events in Mexiko, bei denen Sie mit Gamern und Gaming-Fans in Kontakt treten können:

1. **Electronic Game Show (EGS):** die größte Videospiele-Convention Mexikos.
2. **Gamergy:** eines der größten Gaming-Events in der spanischsprachigen Welt, das seinen Ursprung in Madrid (Spanien) hat und auch in Mexiko und Argentinien vertreten ist.
3. **La Mole Comic Con International:** ein Comic- und Cosplay-Event, bei dem auch Gamer vertreten sind.



### Branchenverband

Der nationale Branchenverband der Videospieleindustrie in Mexiko ist die Asociación Mexicana de Videojuegos (AMEXVID): [amexvid.com](http://amexvid.com).

## PayPal in Mexiko



### 80 %

der PayPal-Nutzer:innen sind eher bereit, einen Kauf bei unbekanntem Händler:innen abzuschließen, wenn PayPal verfügbar ist.<sup>68</sup>



### 90 %

der mexikanischen PayPal-Nutzer:innen geben an, dass sie PayPal vertrauen, dass ihre Finanzdaten sicher sind.<sup>69</sup>



### 59 %

höhere Checkout-Conversion für Großunternehmen mit PayPal.<sup>70</sup>



### 1,3x

PayPal-Nutzer:innen kaufen 1,3-mal so häufig auf Websites, die PayPal akzeptieren, wie auf anderen Websites.<sup>71</sup>



### Die Hälfte

der PayPal-Nutzer:innen haben bereits während des Checkouts einen Kauf abgebrochen, weil PayPal nicht verfügbar war.<sup>72</sup>

68 Nielsen, commissioned by PayPal, Nielsen Media Attitudinal Survey of Mexico (June 2022) with 4,000 recent purchasers (past 2 weeks) from large enterprise merchants, including 2000 PayPal transactions & 2000 non-PayPal transactions. June 2022. Base N. PayPal users = 3,390. 69 Nielsen, commissioned by PayPal, Nielsen Media Attitudinal Survey of Mexico (June 2022) with 4,000 recent purchasers (past 2 weeks) from large enterprise merchants, including 2000 PayPal transactions & 2000 non-PayPal transactions. June 2022. Base N. PayPal users = 3,390. 70 Nielsen, commissioned by PayPal, Nielsen Media Behavioral Panel powered by NetQuest with 33,049 large enterprise desktop purchase transactions from 3,719 consumers from January to December 2021. 71 Nielsen, commissioned by PayPal, Nielsen Media Behavioral Panel powered by NetQuest with 33,049 large enterprise desktop purchase transactions from 3,719 consumers from January to December 2021. 72 Nielsen, commissioned by PayPal, Nielsen Media Attitudinal Survey of Mexico (June 2022) with 4,000 recent purchasers (past 2 weeks) from large enterprise merchants, including 2000 PayPal transactions & 2000 non-PayPal transactions. June 2022. Base N. PayPal users = 3,390.





# Ein junger und mobiler Markt.

Eine jüngere Zielgruppe mit Zugriff auf Mobilgeräte in Verbindung mit einer schnell wachsenden nationalen Infrastruktur sorgt für eine schnelle Entwicklung des mexikanischen Gaming-Marktes. Wichtige Tipps für bessere Erfolgsaussichten:



1. **Priorisieren Sie mobile Erlebnisse:** Nutzen Sie mobile Plattformen für Marketing, Kund:innenbindung und Zahlungen, auch wenn sich Ihr Spiel nicht an mobile Gamer richtet.
2. **Konzentrieren Sie sich auf bevorzugte Genres:** Analysieren Sie die Beliebtheit bestimmter Genres, wie zum Beispiel Wrestling-Spiele in Mexiko.
3. **Entdecken Sie den E-Sport:** Interagieren Sie mit der florierenden E-Sport-Szene in Mexiko, unter anderem über Ligen wie den FIFA Interactive World Cup, Call of Duty League, eFormula One und League of Legends.



## PayPal-Hack #6



**Nutzen Sie Erkenntnisse aus grenzüberschreitenden Transaktionen, um voranzuplanen:**

PayPal bietet Unternehmen wertvolle Einblicke und Analysen in Bezug auf ihre grenzüberschreitenden Transaktionen. Diese Daten können Unternehmen dabei helfen, das Kund:innenverhalten zu verstehen, Markttrends zu erkennen und fundierte Entscheidungen über ihre Expansionsstrategien zu treffen.

[Mehr erfahren](#)

Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming in Japan.

Japan, einer der weltweit größten Gaming-Märkte, verfügt über einflussreiche Entwickler:innen, kultige Franchises und engagierte Gaming-Fans. Die Bandbreite der japanischen Gamer reicht von begeisterten RPG-Fans bis hin zu ambitionierten E-Sportler:innen. Diesen dynamischen Markt zu verstehen, ist für Unternehmen, die das riesige Potenzial Japans erschließen und sinnvolle Verbindungen mit seiner leidenschaftlichen Gaming-Community eingehen wollen, unerlässlich.



## Teil 1: Umsatz generieren



### Beliebteste Kanäle Ihrer Zielgruppen

Die wichtigsten Social-Media-Plattformen in Japan sind LINE, YouTube, Twitter und Instagram.<sup>81</sup> Livestreaming ist sehr beliebt, und es stehen zahlreiche lokale Favoriten zur Auswahl. Die insgesamt beliebtesten Livestreaming-Seiten sind YouTube Live, Twitch, Hakuna Live und Twitch Cast (alle mit über 2 Millionen monatlichen Zuschauer:innen).<sup>82</sup>

### Statistiken und demografische Daten



**110**

Anzahl der Gamer (Mio.)<sup>73</sup>



**19,9**

Umsatz mit Gaming (Mrd. USD)<sup>74</sup>

	Geschlecht der Gamer <sup>75</sup>	Alter <sup>76</sup>	Anteil der Gamer pro Plattform <sup>77</sup>	Top 3 Gaming-Genres <sup>78</sup>	Top 3 Games <sup>79</sup>	Beliebteste Zahlarten im E-Commerce <sup>80</sup>
<b>1</b>	Männlich 51%	21–50 (64%)	Mobilgeräte (48%)	RPG	Pokémon Scarlet/Violet	Kreditkarte (57%)
<b>2</b>	Weiblich 49%	10-20 (24%)	Konsole (34%)	Puzzles (Mobil) Adventure (Konsole) Shooter (PC)	Splatoon 3	Digitales Wallet (18%)
<b>3</b>	Nonbinär/Sonstige <1%	51–65 (12%)	PC (18%)	Simulation	Pokémon Legends: Arceus	Banküberweisung (7%)

73 Allcorrect (2022), The Gaming Market in Japan, <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>. 74 Allcorrect (2022), The Gaming Market in Japan, <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>. 75 Allcorrect (2022), The Gaming Market in Japan, <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>. 76 Allcorrect (2022), The Gaming Market in Japan, <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>. 77 Allcorrect (2022), The Gaming Market in Japan, <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>. 78 Allcorrect (2022), The Gaming Market in Japan, <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>. 79 Frontline Japan (2023), <https://www.frontlinejp.net/2023/02/02/top-100-best-selling-games-in-japan-2022/>. 80 FIS (2023), The Global Payments Report 2023, <https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report>. 81 Japan Buzz (2023), <https://www.japanbuzz.info/the-ultimate-guide-to-social-media-in-japan/>. 82 Japan Buzz (2023), <https://www.japanbuzz.info/popular-live-streaming-platforms-in-japan/>

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming-Conventions und Events.

Japan ist als Gastgeberland mehrerer beliebter Gaming-Conventions bekannt, die Gaming-Begeisterte aus aller Welt anlocken. Hier einige der bekanntesten Gaming-Conventions in Japan:

1. **Tokyo Game Show (TGS):** Japans größte Gaming-Convention, auf der kommende Veröffentlichungen und Trends vorgestellt werden.
2. **Jump Festa:** Manga- und Animefest mit Gaming-Demos, Cosplay und Merchandise in Tokio.
3. **Comiket (Comic-Markt):** die weltgrößte Doujinshi-Convention für selbstveröffentlichte Werke in Tokio.



### Branchenverband

Der nationale Branchenverband für die Onlinespiel-Branche in Japan ist die Japan Online Game Association (JOGA): [japanonlinegame.org](http://japanonlinegame.org).

## Wie PayPal Sie unterstützen kann



### 66 %

der PayPal-Nutzer:innen zahlen beim Einkaufen in Japan mit PayPal, weil sie der Zahlungsmethode PayPal vertrauen.<sup>83</sup>



### 41 %

der PayPal-Nutzer:innen haben bereits einen Kauf in Japan abgebrochen, weil PayPal nicht verfügbar war.<sup>83</sup>



### 67 %

der PayPal-Nutzer:innen gaben an, dass PayPal ihre bevorzugte Zahlungsoption für grenzüberschreitende Einkäufe in Japan ist, der höchste Wert aller Zahlungsarten.<sup>83</sup>



### 50 %

der PayPal-Nutzer:innen zahlen mit PayPal, wenn sie in Japan einkaufen, weil sie die Gewissheit haben, dass ihre Zahlungsdaten sicher sind.<sup>83</sup>



### 59 %

der PayPal-Nutzer:innen zahlen mit PayPal, wenn sie in Japan einkaufen, weil es für Sie die einfachste Art der Bezahlung ist.<sup>83</sup>

83 TRC, im Auftrag von PayPal, November 2022. Eine von TRC im Auftrag von PayPal von Juli bis August 2022 durchgeführte Umfrage unter 3,5.000 PayPal-Nutzern in 10 Märkten (N = 250-400 für jeden; US, UK, FR, DE, CN, AU, MX, SG, KR, TW), die zwischen Juli 2021 und August 2022 einen Online-Einkauf bei einem japanischen Händler tätigten. Basis: PayPal bevorzugen (n=2.357).

## Teil 1: Umsatz generieren

# Gaming-Vorlieben können Ihrem Erfolg im Weg stehen.

Es ist zwar nicht leicht, bestimmte Arten von Spielen zu nennen, die in Japan generell erfolglos sind, aber es gibt einige Genres oder Arten von Spielen, die es schwerer haben, sich durchzusetzen, oder nur wenig Anklang finden. Hier einige Beispiele:



1. **Sportspiele:** Sportspiele sind in Japan generell weniger beliebt als in Regionen wie Nordamerika oder Europa. Die Ausnahme bilden Spiele, die sich auf beliebte Sportarten wie Baseball oder Fußball konzentrieren.
2. **Nischen- oder spezialisierte Genres:** Spiele, die bestimmte Nischengenres bedienen oder eine komplexe Spielmechanik aufweisen, haben es in Japan schwer, ein breites Publikum zu finden. Sie gefallen häufig vor allem eingefleischten Fans.
3. **Berücksichtigung von Sprache und Kultur:** Die japanische Gaming-Kultur ist einzigartig, und Spiele sollten an die lokale Symbolik und kulturelle Assoziationen sowie die Landessprache angepasst werden, um erfolgreich zu sein.<sup>84</sup>

84 Allcorrect (2022), The Gaming Market in Japan, <https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/>



### PayPal-Hack #7

**Nutzen Sie Erkenntnisse aus grenzüberschreitenden Transaktionen, um vor auszuplanen:**



PayPal bietet Unternehmen wertvolle Einblicke und Analysen in Bezug auf ihre grenzüberschreitenden Transaktionen. Diese Daten können Unternehmen dabei helfen, das Kund:innenverhalten zu verstehen, Markttrends zu erkennen und fundierte Entscheidungen über ihre Expansionsstrategien zu treffen.

Mehr erfahren

## Teil 1: Umsatz generieren

# Aufbau einer aktiven Community.

Ihre Spiele zu promoten und eine Community auf Kanälen wie Twitch und Discord sowie über E-Sport-Ligen aufzubauen, ist entscheidend für Ihren Geschäftserfolg. Diese Plattformen ermöglichen es Ihnen, einen direkten Draht zu Gamern herzustellen, mit Ihrem Spiel mehr Aufmerksamkeit zu erregen und in einem stark umkämpften Wettbewerbsumfeld erfolgreich zu sein.

Hier einige Möglichkeiten, um Ihr Spiel zu promoten und eine Community aufzubauen:



Nutzen Sie die Möglichkeiten von E-Sport, Twitch und Discord, um die Werbetrommel für Ihr Spiel zu rühren, eine starke Spieler:innenbasis aufzubauen und eine leidenschaftliche Community rund um Ihr Spiel zu fördern.

Sponsoring von E-Sport-Teams und -Turnieren	Zusammenarbeit mit Influencer:innen	Livestream von Gameplay auf Twitch	Interaktion mit und Sponsoring von Discord-Communitys	Organisation von Community-Events	Cross-Promotion
Dies ist eine gute Möglichkeit, um die Sichtbarkeit Ihres Spiels in der Gaming-Community zu erhöhen.	Beauftragen Sie Influencer:innen damit, Gameplay zu streamen, Rezensionen zu schreiben und an Werbeveranstaltungen teilzunehmen, um die Reichweite und Akzeptanz zu steigern.	Interagieren Sie mit Zuschauer:innen, teilen Sie Einblicke in das Spiel und fördern Sie eine leidenschaftliche Community, um Begeisterung für Ihr Spiel zu wecken.	Richten Sie einen offiziellen Discord-Server für Ihr Spiel ein, interagieren Sie aktiv mit der Community, fördern Sie Diskussionen, gehen Sie auf Feedback ein und schaffen Sie eine lebendige Gaming-Community.	Veranstalten Sie exklusive Events, Turniere oder Challenges für die Twitch- und Discord-Community und bieten Sie einzigartige Rewards, In-Game-Gegenstände oder frühzeitigen Zugang an, um ein Gefühl der Exklusivität zu vermitteln und die Teilnahme zu fördern.	Bewerben Sie gegenseitig Ihre Inhalte durch Einbindung von Shoutouts, Co-Streaming-Sitzungen oder gemeinsame Veranstaltungen. Indem Sie das Publikum Ihrer Partnermarke ansprechen, können Sie Ihre Reichweite vergrößern und neue Gamer gewinnen.



### Auch Ihre Website ist wichtig

Für den Vertrieb Ihres Spiels reicht es nicht aus, sich auf App-Stores und Gaming-Plattformen zu verlassen. Mit Ihrer eigenen Website können Sie direkt an Gamer verkaufen, für Ihre Spiele und die dazugehörigen Events werben und Links zu Community-Chats einbinden. Außerdem sorgt eine Website für ein professionelles Auftreten Ihres Unternehmens, was sich in neuen Märkten positiv auf das Vertrauen auswirken kann. **Hier erfahren Sie mehr über dieses umsatzfördernde Tool.**

Teil 2:  
**Umsatz  
schützen.**



## Teil 2: Umsatz schützen

# Die Sache mit der Latenz.

Eine Latenzzeit von nahezu null ist in der heutigen digitalen Welt unerlässlich, sei es bei In-Game-Käufen oder bei sonstigen Käufen. Sie sorgt für nahtlose, fließende Transaktionen und sofortige Zufriedenheit bei Gamern anstatt für unnötigen Frust. Wenn Käufe schnell abgeschlossen werden, sind Ihre Nutzer:innen zufriedener und werden zu Wiederholungskäufen ermutigt, was wiederum Ihre Umsatzchancen erhöht.

Hohe Latenzzeiten können in der wettbewerbsintensiven Gaming-Welt folgende Auswirkungen haben:

1. Beanstandete Transaktionen, die zu Fehlern, fehlgeschlagenen Käufen und Doppelabrechnungen führen.
2. Unfaire Vorteile für bestimmte Gamer, die begehrte Objekte früher als andere erwerben können.
3. Probleme mit Währungsumrechnungen, Wechselkursen und verzögerten Überweisungen, die die Zuverlässigkeit und Genauigkeit von In-Game-Transaktionen beeinträchtigen können.
4. Abschreckung von Gamern vor zukünftigen Käufen und möglicherweise sogar Ausstieg aus dem Spiel.

### PayPal-Hack #8

#### Gameplay ohne Unterbrechungen mit PayPal

PayPal sorgt durch vereinfachte Payment-Prozesse, Zahlungen mit nur einem Klick, Käuferschutz, eine mobilgerätefreundliche App, Integrationen mit Onlinehändler:innen, sichere Transaktionen und internationale Zahlungsunterstützung für ein reibungsloses Gaming-Erlebnis. Mit diesen Features ermöglicht PayPal Gamern einfache und bequeme Onlinezahlungen, wobei Sicherheit und eine leicht zu bedienende Oberfläche im Vordergrund stehen.

[Mehr erfahren](#)





## Teil 2: Umsatz schützen

# Betrug als eines der größten Risiken im Zusammenhang mit Latenzzeiten.

Verzögerte Reaktionen auf Betrugsversuche öffnen Betrüger:innen Tür und Tor, um Systemschwachstellen auszunutzen, sensible Zahlungsinformationen abzugreifen und bösartige Angriffe zu starten. Solche betrügerischen Aktivitäten können schwerwiegende Folgen haben, darunter finanzielle Verluste, kompromittierte Kund:innendaten und die Schädigung Ihrer Markenreputation.

Hier einige Beispiele für Betrugsrisiken, die bei Massively Multiplayer Online Role-Playing Games (MMORPGs) auftreten können:

1. **Finanzielle Verluste:** Unbefugte Transaktionen, gestohlene Kontodaten (Account Takeover) oder betrügerische In-Game-Käufe können zu echten Geldverlusten und Rückbuchungen führen.
2. **Unterbrochenes Gameplay:** Wenn gestohlene Kontodaten zum Cheaten, Hacken und Belästigen anderer verwendet werden, hat dies negative, unangenehme Konsequenzen und Erlebnisse zur Folge.
3. **Vertrauens- und Reputationsverlust:** Gamer verlieren das Vertrauen in die Sicherheit, was zu geringeren Einnahmen, geringerer Bindung und geringeren Investitionen führt.
4. **Rechtliche und regulatorische Probleme:** Schwere Betrugsfälle und kompromittierte Kund:innendaten können zu rechtlichen und regulatorischen Problemen, einschließlich rechtlicher Schritte und Strafen, führen.

Um das Betrugsrisiko zu mindern, können Entwickler:innen Sicherheitsmaßnahmen wie Multi-Faktor-Authentifizierung, Betrugserkennungssysteme, Verfahren zur Kontowiederherstellung und Meldeverfahren für Gamer einführen. Die Aufklärung von Gamern über Betrugsrisiken und die Förderung sicherer Onlinepraktiken trägt zur Minimierung von Betrug bei und gewährleistet ein sicheres Gaming-Umfeld.



### PayPal-Hack #9

#### Erfahrung als Schlüssel zum Erfolg

In 24 Jahren in der Payment-Branche hat PayPal große Mengen an Daten gesammelt, die es uns ermöglichen, Muster, Anomalien und verdächtige Aktivitäten zu erkennen. Mithilfe von fortschrittlichen Algorithmen und Analysen werten wir Transaktionsdaten, Nutzungsverhalten und historische Trends schnell aus, um potenziellen Betrug zu erkennen.

[Mehr erfahren](#)

# Fazit.

Entdecken Sie eine Welt voller Möglichkeiten und erfahren Sie, wie PayPal Ihrem Gaming-Unternehmen helfen kann, Grenzen zu überwinden und ins Ausland zu expandieren. Es ist Zeit, Payment-Prozesse für Gamer zu überdenken, um Ihr Wachstum voranzutreiben. Mit PayPal an Ihrer Seite können Sie zuversichtlich neue Märkte erschließen, Ihre globale Reichweite ausbauen und Ihre Umsatzchancen maximieren.

Kontakt aufnehmen



Dieses eBook wurde von PayPal ausschließlich zu Informations- und Marketingzwecken erstellt. Es stellt keine Finanz-, Geschäfts- oder Anlageberatung jeglicher Art dar und dient nicht als Ersatz für eine qualifizierte, professionelle Beratung. Wir empfehlen Ihnen, von Handlungen auf Grundlage der in diesem eBook enthaltenen Informationen abzusehen, ohne zuvor entsprechenden professionellen Rat einzuholen. Dieses eBook enthält allgemeine Informationen und spiegelt möglicherweise nicht die aktuellen Entwicklungen oder Ihre individuelle Situation wider. PayPal übernimmt keinerlei Haftung für Handlungen oder Versäumnisse auf Grundlage von Inhalten dieses Whitepapers. Obwohl die Informationen in diesem eBook aus Quellen stammen, die als zuverlässig gelten, übernehmen wir keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben. Dieses eBook ist nicht als Befürwortung oder Empfehlung von Produkten oder Dienstleistungen Dritter jeglicher Art auszulegen.





[www.paypal.de/gaming](http://www.paypal.de/gaming)