

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/51005/1643728/werbung-in-spielen-nimmt-zu> abgerufen werden.

Computer Bild.de

Werbung in Spielen nimmt zu

06.07.2010 - 16:35 Uhr, COMPUTER BILD-Gruppe/COMPUTERBILD.de

Hamburg (ots) - Spiele werden für Reklame speziell programmiert / Weg zum Persönlichkeitsprofil nicht weit: Werbe-Industrie sammelt Spieler-Daten

Vor dem Fernseher, beim Radiohören im Auto oder beim Zeitung lesen - der täglichen Werbeflut entkommt niemand. Jetzt drängt die Werbebranche mit Macht auch in die Welt der Videospiele, programmiert Spiele um und pflastert Action-Hits mit Reklame-Plakaten zu. Nicht jeder Spieler ist davon begeistert, zumal die Werber persönliche Daten sammeln. Das berichtet die Zeitschrift COMPUTERBILD SPIELE in ihrer aktuellen Ausgabe (Heft 8/2010, ab Mittwoch im Handel erhältlich).

Werbung in Videospiele ist kein neues Phänomen, vor allem in Sportspielen wuchern schon seit Jahren Reklametafeln entlang virtueller Rennpisten und Spielfelder - wie im richtigen Leben. Solche Bandenwerbung macht das Spielerlebnis durchaus realistischer. Doch die zunehmende Produktwerbung in aktuellen Actiontiteln wie "Battlefield 2142" und "Splinter Cell: Conviction" stößt auf Ablehnung: In einer aktuellen COMPUTERBILD SPIELE Online-Umfrage zeigten sich 58 Prozent der Teilnehmer davon genervt.

Doch für die Spielehersteller lohnt sich die Werbung im Spiel, denn mit der Reklame erzielen sie zusätzliche Einnahmen. Für die Werbe-Industrie wiederum sind Videospiele ein attraktives Medium: Ist das Spielgerät beim Spielen mit dem Internet verbunden, wissen die Werber dank raffinierter Messverfahren ziemlich genau, wer welche virtuellen Plakate wie oft gesehen hat. Dazu speichert beispielsweise das Microsoft-Tochterunternehmen Massive die gemessene Wahrnehmungshäufigkeit zusammen mit der weltweit eindeutigen Mac-Adresse des Geräts und der Xbox-Live-ID des Nutzers. Mithilfe neuer Technologien lässt sich sogar feststellen, ob der Spieler nach dem Betrachten einer Reklame die Webseite des Werbekunden besucht hat. Zwar versichert Massive, dass das Unternehmen keine Rückschlüsse auf Personen zieht. Andererseits weiß die Firma, mit welcher Konsole welche Werbung gesehen wurde. Der Weg zum Persönlichkeitsprofil ist nicht weit, zumal die Spiele-Industrie auch registriert, was und wie oft jemand spielt. Wer also die Datensammlung per Werbung verhindern will, dem rät COMPUTERBILD SPIELE: Stecker ziehen und offline spielen.

COMPUTERBILD SPIELE im Internet: www.cbspiele.de

Pressekontakt:

Redaktions-Ansprechpartner: Kai Lewendoski, Tel. 040-34729136 - auch für Radio-Interviews via Audiocodec in Studioqualität oder per Telefon.

Presseagentur:
René Jochum

Communication
Consultants GmbH
Tel. 0711-97893.35
Fax 0711-97893.55
jochum@postamt.cc

Originaltext:

COMPUTER BILD-Gruppe/COMPUTERBILD.de

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/51005/computer-bild-gruppe-computerbild-de>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_51005.rss2