

Gaming-Grounds.de | Das neue Spielemagazin | Gaming, E-Sport und mehr

GAMING G GROUNDS

04-2021

Das Team



Jonas Walter
[Geschäftsführer]



Alexander Panknin
[Geschäftsführer]



Jörg Gruner
[Fotograf]



Timo Schöber
[Gastautor]



Adam Pawlowski
[Gastautor]



Dariusz Müller
[Gastautor]

„Gaming-Grounds.de ist ein Online-Nachrichtenportal für die Welt des Gamings und E-Sports in Deutschland. Die Szene boomt und wächst unaufhaltsam immer weiter. Mit relevanten Informationen zu aktuellen Themen sowie Dienstleistungen im Bereich der Presse-, Öffentlichkeits- sowie PR-Arbeit erreicht unsere Plattform bereits in ihrem aktuellen Status Hunderttausende Szene-Kenner und -Neueinsteiger monatlich.

Auch im schwierigen Jahr 2020 hat sich der positive Trend von Gaming-Grounds.de weiter gehalten. So erreichten wir unser Etappenziel von 1 Million Aufrufen im Monat bereits deutlich früher als erwartet.“

- Jonas Walter, Geschäftsführer

Über Gaming-Grounds.de

Zahlen, Daten, Fakten

GAMING G GROUND S

- Projektidee im Juli 2018
- Firmengründung der UG
zum **1. Februar 2019**

Rund 10 Millionen Google
Impressionen pro Monat

> **5.000 Artikel** in 2,5 Jahren

bis zu **1.000.000 Aufrufe** pro
Monat

> **2.900.000 Unique User**
in den letzten 12 Monaten

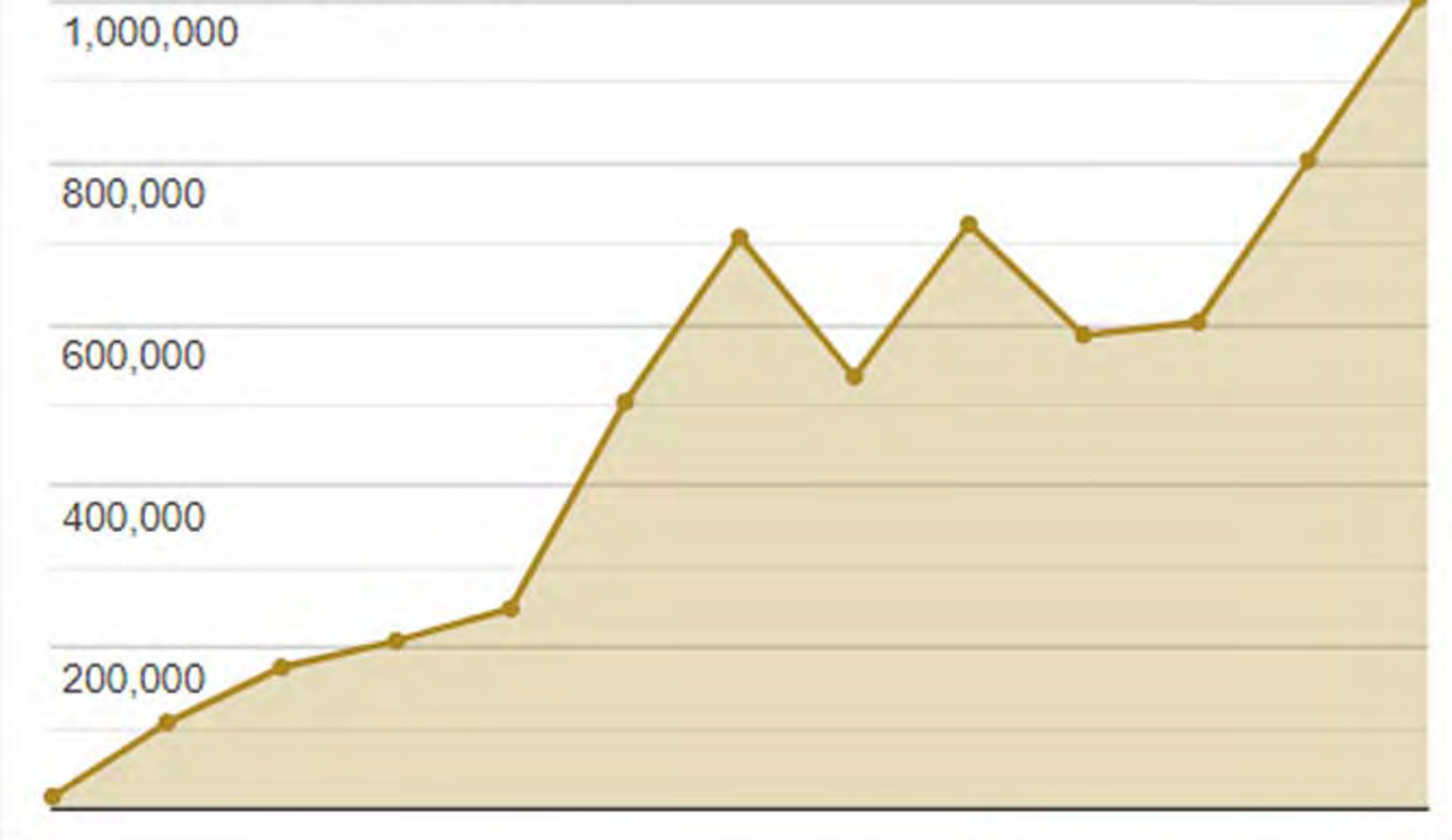
Steigende Impressionen

Das 4. Quartal 2020 [Vergleich Q4 2019]

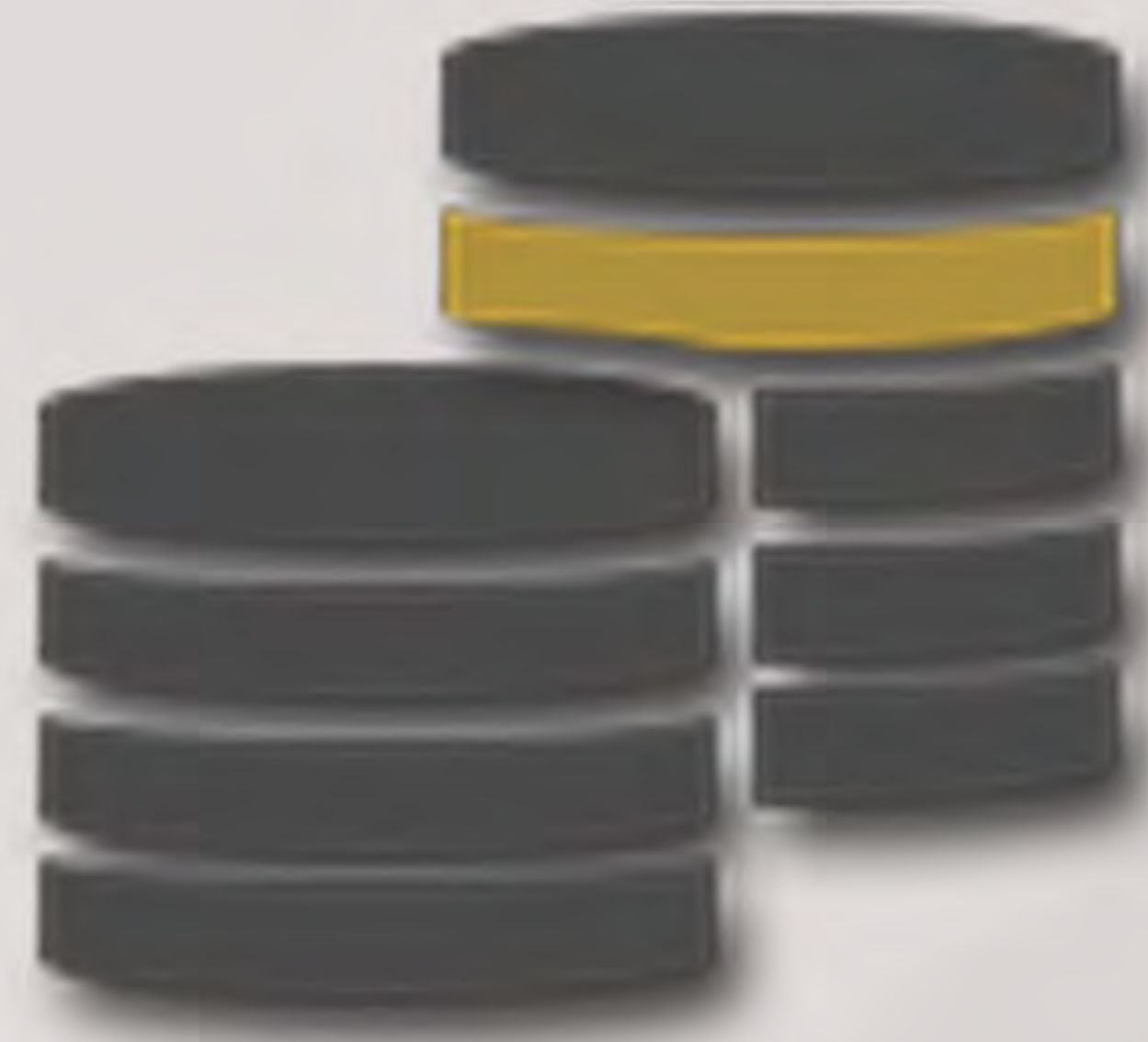
Homepage: **2.740.000**
[+590%]

Google: **34.100.000**
[+1068%]

Seitenaufrufe 2020



Unsere Argumente



Kaufstarke Zielgruppe



Steigende Reichweite



Social Media-Präsenz



Multimedialer Content

Zielgruppe

Das sind unsere Leser

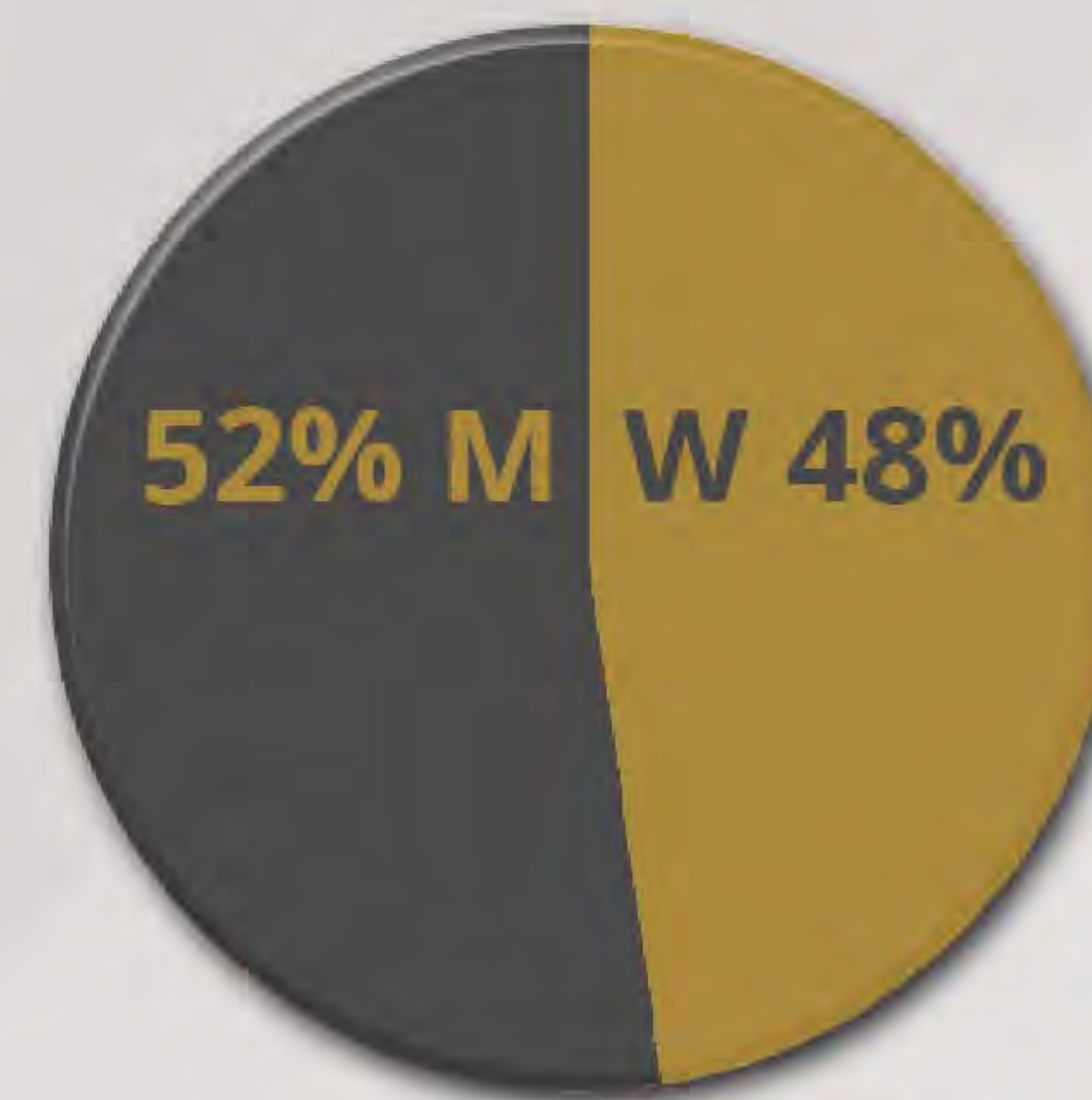


Unsere Inhalte richten sich vor allem an Publikum in der DACH-Region. Somit stammt auch der größte Teil (98%) unserer Community aus dem deutschsprachigen Raum.

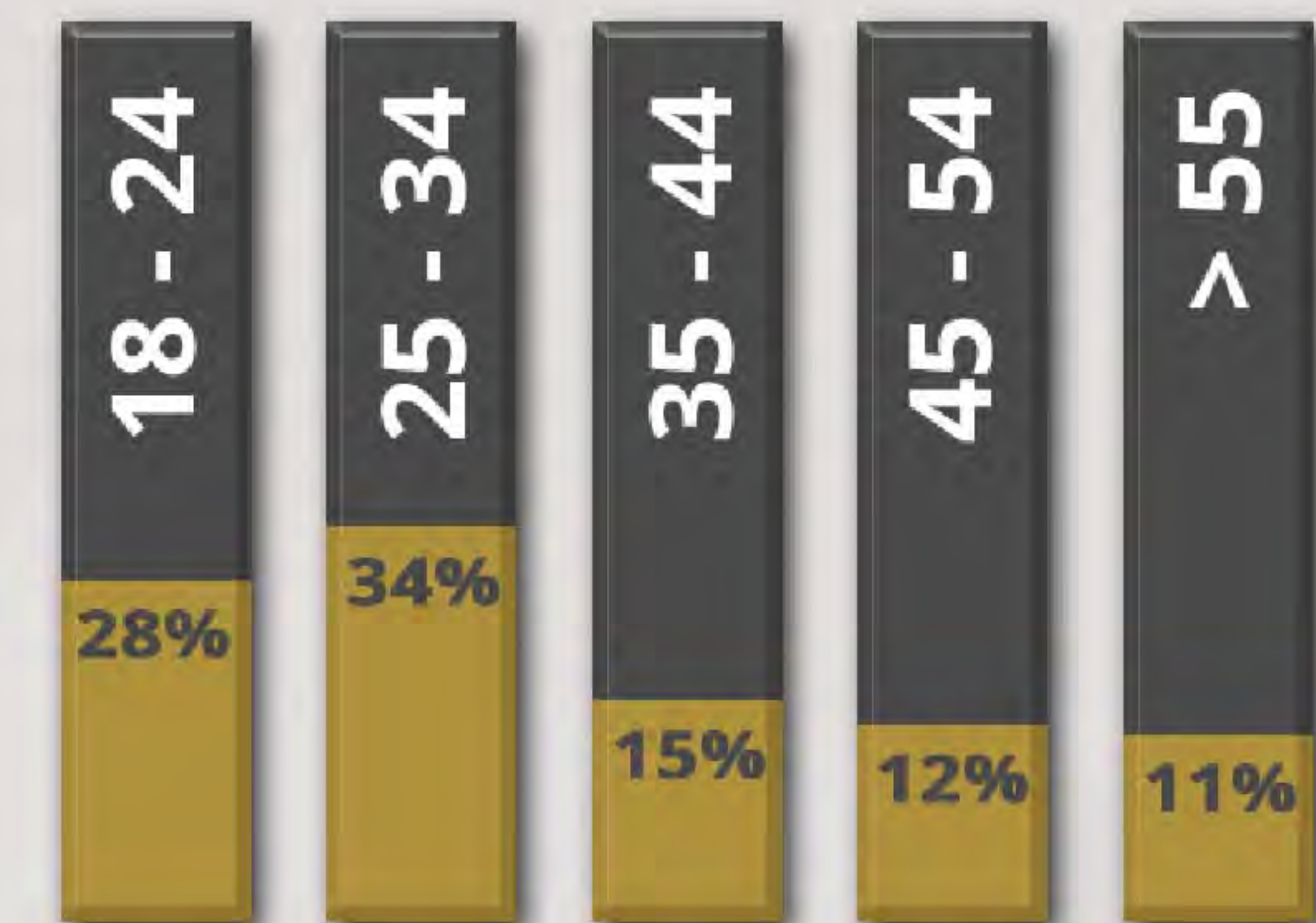
Interessant: Deutsche Videospieler verbringen im europäischen Vergleich mehr Zeit mit Gaming, insgesamt rund 6,92 Stunden pro Woche.

Der durchschnittliche Gaming-Grounds.de-Leser ist tendenziell männlich, zwischen 25 und 44 Jahre alt und weist statistisch ein Haushaltseinkommen leicht über dem Durchschnitt auf.

Leser interessieren sich für die neueste Technik und Gaming-Hardware. In diesem Bereich gibt es zudem eine gesteigerte Kaufbereitschaft.



Geschlecht



(Diagramm proportional)

Alter

Partner, die uns vertrauen



**NITRO
LEAGUE**



Felix Falk, game-Geschäftsführer



„Die vielen Veränderungen, die das Medium Games in den vergangenen Jahren durchlaufen hat, werden nirgends so deutlich wie beim ansteigenden Durchschnittsalter. Games sind auch heute noch ein Jugendmedium; sie sind darüber hinaus aber auch vieles mehr geworden: Kultur- und Lehrmedium, Innovationstreiber und Therapiemittel sowie Sport.“

Paul Leaman, Vice President EMEA at HyperX

"Sponsorings sind essentiell, um unsere Firma im E-Sport zu vermarkten. Es ist ein schneller Weg, um seinen Namen in die E-Sport-Szene zu tragen."



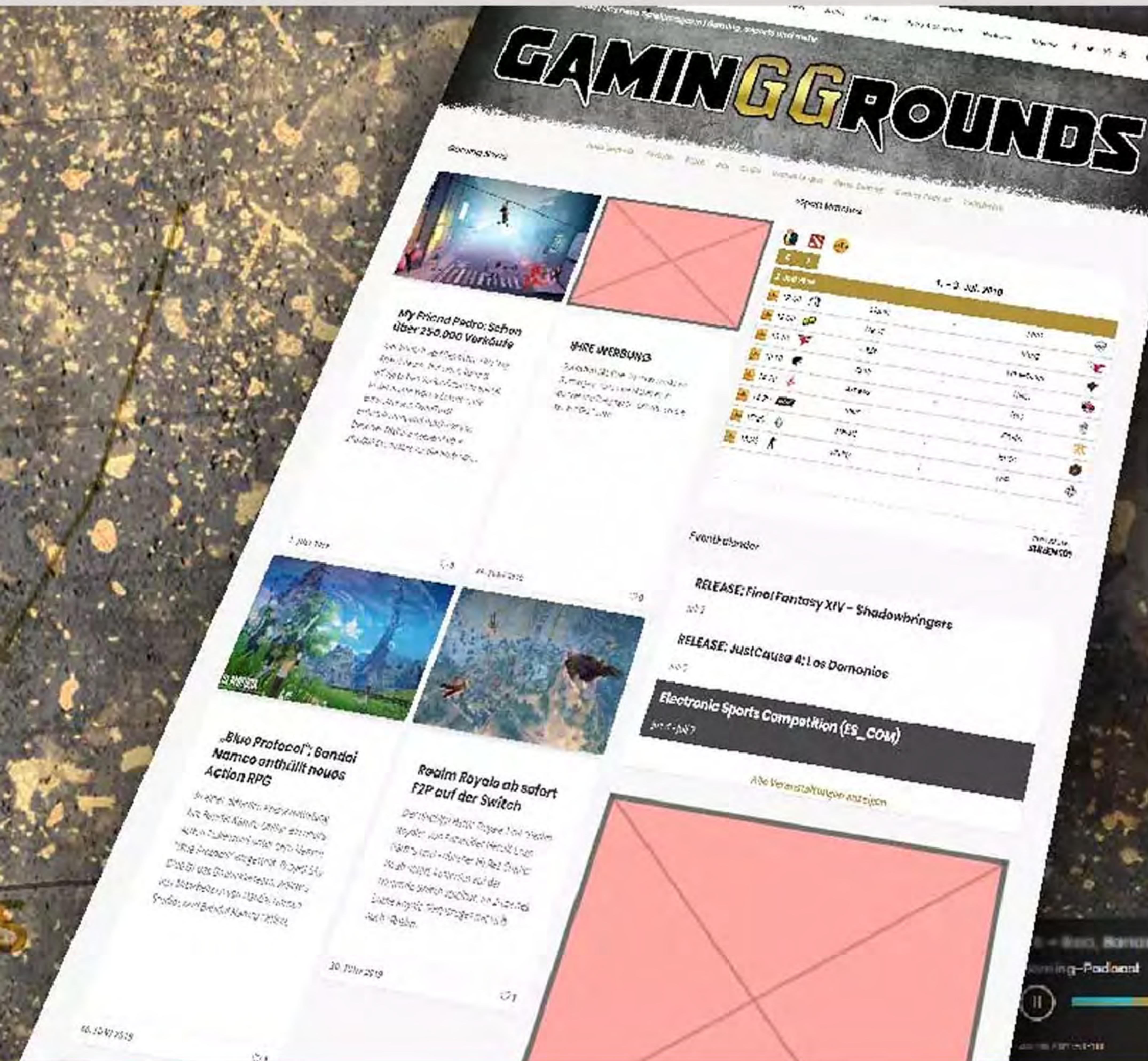
Salvatore Gallace, Nitro League



„Wir haben mit Gaming-Grounds.de den perfekten redaktionellen Partner gefunden, wenn es um Rocket League News geht. Unkompliziert und hochwertig. So stellen wir uns eine moderne und digitale Redaktion vor.“

Werbemöglichkeiten

Individuelle Partnerschaften



Durch Werbung auf Gaming-Grounds.de erreichen unsere Partner für ihre Produkte die bestmögliche Zielgruppe: **Gamer** und **E-Sport-Begeisterte**.

Für eine perfekte und individuelle Ansprache bietet unser Spielemagazin unterschiedliche Werbemittel auf angesagten Kanälen.

Die Leser können so unaufdringlich aber präsent mit Werbebotschaften versorgt werden und neue Produkte oder Dienstleistungen kennenlernen, die sie lieben werden: Neukundengewinnung mit Synergieeffekt.

Keine Massenwerbung, immer exklusiv: Im Sinne unserer Werbekunden, erscheint bei uns nur sorgfältig ausgesuchte Werbung. Die Anzeigenplätze sind exklusiv und individuell abgestimmt.

Werbemöglichkeiten

Anzeige auf unterschiedlichen Kanälen

Bannerflächen - (M, L, XL, XXL, In-Ad)



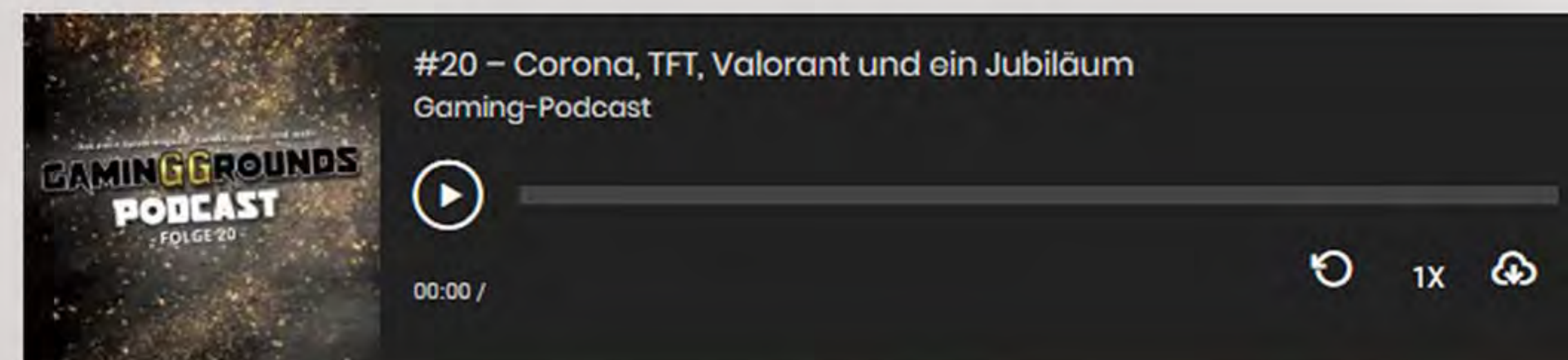
Werbeartikel - journalistisch



Social Media Kampagnen - verschiedene Kanäle



Video-Ads - YouTube, Twitch, etc.



Podcast - Werbespots, Sponsoring



Produkttests - multimedial

Ziele der Partnerschaft

Individuelle Lösungen

Das Ziel einer jeden Partnerschaft und Kooperation ist selbstverständlich abhängig von der Übereinkunft. Partnerabhängigkeit ist ein essentieller Term in der Gestaltung und Ausformulierung der gemeinsamen Ziele.

Zielgruppennutzung

Grundlegend lässt sich definieren, dass das Ziel der Partnerschaft in den meisten Fällen die effiziente und langfristige Nutzung der Gaming-Grounds.de Zielgruppe ist, die sich stark mit der unserer Partner überschneidet.

Jung, gebildet und kaufkräftig sind drei Eigenschaften, die hier besonders hervorzuheben sind.

Reichweitensteigerung

Je nach Gestaltung der Kooperation können gemeinsame Kampagnen mit Zielgruppen gerichteter Werbung für profitable Reichweitensteigerung und hohe Engagement-Rate sorgen.

Ansprechend gestaltete Formate können viral wirken und sind ein guter Magnet für Konsumenten.

Authentizität

Ihre Produkte und unsere Inhalte verbinden Gaming-Grounds.de und Ihr Brand gemeinsam mit dem unverbrauchten und modernen Thema E-Sport.

Nur mit glaubwürdigen Platzierungen lässt sich langfristig die Authentizität gegenüber Lesern und Kunden bewahren.

Social Media-Kanäle

Zielgruppe erreichen



@GGnewsDE



@GamingGroundsDe



gaming_grounds.de



Gaming Grounds

- Zwischen vier und zwölf Social Media Posts auf Facebook und Twitter täglich
- Event-Coverage auf Instagram und YouTube

GAMINGGROUNDS

Auf eine erfolgreiche und
langfristige Partnerschaft!



Faktenwissen - Gaming

Eine Branche mit Zukunft

Gaming und E-Sport setzten weltweit mehr Geld um als jede andere Unterhaltungsindustrie: 78,42 Mrd. US-Dollar waren es 2018. Für 2020 sind **85,42 Mrd. US-Dollar** prognostiziert.

Auch der deutsche Games-Markt wächst deutlich: 2018 konnten 4,4 Mrd. Euro umgesetzt werden. Das entspricht einer Steigerung von 9% im Vergleich zu 2017. Vor allem Gebühren in Online-Diensten boomen. Innerhalb eines Jahres **verdoppelte sich der Umsatz** mit 353 Millionen Euro nahezu (**+97%**).

Reichweite: Fast jeder zweite Deutsche ist Gamer. Insgesamt spielen über **34 Millionen Menschen** in Deutschland Games auf Smartphones und Tablets, dem PC sowie Spielekonsolen und Handhelds.

Die Zielgruppe altert mit: Fast **10 Millionen Nutzer** sind über 50 Jahre alt. Das Durchschnittsalter steigt von Jahr zu Jahr. Lag es 2016 noch bei 35 Jahren, ist es 2019 bereits bei 36,4 Jahren.

Faktenwissen - E-Sport

Eine Branche mit Zukunft

Höchstes Preisgeld: Epic Games schüttet über das Jahr 2019 **100 Millionen US-Dollar** aus.

Im Rahmen des Dota 2 „The International“ verteilte Veranstalter Valve an einem Wochenende **34,3 Millionen US-Dollar** an die besten Teams.

205 Millionen Menschen sahen das Finale der League of Legends Weltmeisterschaft 2018.

Die E-Sport Branche verzeichnete im Jahr 2019 erstmals über **eine Milliarde US-Dollar** Umsatz.

Jetzt lesen!



<https://www.gaming-grounds.de/mediadaten/>