



---

## Smarter ist ...

**... tiefe Einblicke in das Spielerverhalten für mehr Kundenloyalität und gezielteres Marketing zu nutzen.**

InnoGames ist Entwickler und Vermarkter von kostenlosen Onlinespielen. Das Unternehmen wollte besser verstehen, welche Funktionen die Spieler dauerhaft fesseln und sie dazu bewegen, virtuelle In-Game-Items zu kaufen, da diese Verkäufe dem Unternehmen entscheidende Einnahmen sichern. Die neuen Erkenntnisse sollten es InnoGames ermöglichen, zusätzliche Spieler zu werben, bestehende Kunden nachhaltig zu binden, mehr Nutzer in zahlende Kunden zu verwandeln und so den Umsatz zu steigern. Die Firma beschloss, ihr operatives Geschäft mithilfe von Datenanalysen zu unterstützen, um ihre Geschäftsentscheidungen zu optimieren und den Vorsprung gegenüber den Mitbewerbern in einem dynamischen Markt auszubauen. Als Teil dieser Strategie stellte InnoGames zusätzliche Analysten ein und implementierte IBM® SPSS® Statistics Software, die es dem Unternehmen ermöglicht, tieferen Einblick in das Nutzerverhalten zu gewinnen. Entwickler können die gewonnenen Daten nutzen, um Spiele zu optimieren.

---

# InnoGames punktet bei seinen Kunden

*Umfassende Einblicke in das Kundenverhalten mit anspruchsvollen Analysen in IBM SPSS*

Was wäre, wenn Sie das Onlineverhalten Ihrer Kunden verstehen und dieses Wissen nutzen könnten, um Produktangebote zu optimieren?

InnoGames ist in der Lage, die Daten von Millionen von Spielern zu analysieren und herauszufinden, warum Kunden aussteigen und was sie motiviert, weiterzuspielen und dabei vor allem auch Geld auszugeben.

Spieler-Entwickler wissen jetzt genau, welche Funktionen Interesse und Begeisterung für ein Spiel wecken. Sie können zudem das Spielerlebnis verbessern und gleichzeitig das Umsatzpotenzial optimieren – ein Vorteil für Spieler und für InnoGames.

InnoGames gehört zu den weltweit führenden Entwicklern und Vermarktern von Onlinespielen. Das Unternehmen entwickelt Spiele in mehr als 30 Sprachen für 110 Millionen registrierte Nutzer weltweit und beschäftigt mehr als 300 Mitarbeiter.

Das Geschäftsmodell von InnoGames basiert auf dem 'Free-to-play'-Prinzip: Nutzer können kostenlos spielen und zahlen nur, wenn sie im Spiel virtuelle Gegenstände erwerben. Diese Gegenstände helfen Spielern, schneller eine höhere Spielebene zu erreichen. Spieler können beispielsweise in einem Simulationsspiel ein bestimmtes Gebäude oder in einem Rollenspiel eine bessere Ausrüstung erwerben.

Nur 5 bis 20 Prozent der weltweit 110 Millionen Nutzer zahlen jedoch für zusätzliche Funktionen – aber genau diese Verkäufe machen das Kerngeschäft von InnoGames aus. InnoGames erkannte, dass eine Verbesserung der Qualität seiner Spiele dazu beitragen würde, neue Spieler zu gewinnen, aktive Spieler nachhaltig zu binden und letztendlich mehr Nutzer in zahlende Kunden zu verwandeln.

## Seine Spieler besser kennenlernen

Das Unternehmen stellte fest, dass es einen tieferen Einblick in die Interaktion der Nutzer mit seinen Spielen gewinnen musste, um Vorlieben und Abneigungen der Kunden zu identifizieren. Nur so konnte es erkennen, welche Faktoren einen Nutzer wahrscheinlich dazu bewegen, im Spiel zu bleiben oder nicht mehr weiterzuspielen. Das Unternehmen begann deshalb mit der Suche nach einer Lösung zur Analyse des Nutzerverhaltens.



---

## Die Vorteile

- Tiefe Einblicke in die Vorlieben der Kunden helfen Entwicklern, bessere Spiele zu entwerfen.
  - Stärkung der langfristigen Umsätze durch Gewinnung von mehr Nutzern als zahlende Kunden.
  - Prognosen drohender Abwanderungen, damit das Unternehmen Incentives anbieten kann.
- 

InnoGames beschloss, IBM SPSS Statistics zu implementieren. Diese Software ermöglicht es Mitarbeitern, komplexe statistische Analysen in einer benutzerfreundlichen Umgebung durchzuführen und so einen tieferen Einblick in das Kundenverhalten zu gewinnen. Der auf Business-Intelligence-Lösungen spezialisierte IBM Business Partner Infomotion GmbH unterstützte das Projekt und stand beratend zur Seite.

Bei jeder Aktion eines Spielers, zum Beispiel wenn in einem Strategiespiel ein Gegner bezwungen oder in einem Aufbauspiel ein Haus errichtet wird, werden Daten gesammelt und in einer komplexen Datenbank erfasst. InnoGames zeichnet insgesamt bis zu 400 Millionen dieser Aktionen pro Tag auf – das entspricht einem Gesamtvolumen von 60 GB Daten. Mitarbeiter analysieren diese Daten mithilfe von IBM SPSS Statistics und teilen ihre Ergebnisse den Produktmanagern und Spiele-Entwicklern des Unternehmens mit. Diese wiederum nutzen die gewonnenen Erkenntnisse, um bestehende Produkte auf die Wünsche der Kunden maßzuschneidern und weitere populäre Spiele zu entwickeln.

Michael Lenz, Head of Analytics bei InnoGames, erläutert: „Ein entscheidender Vorteil der IBM SPSS Software, verglichen mit Open-Source-Analyseprogrammen, ist die Benutzerfreundlichkeit. Im Gegensatz zu zahlreichen Open-Source-Angeboten verfügt IBM SPSS Statistics über eine intuitiv bedienbare Benutzeroberfläche und setzt keine Programmierkenntnisse voraus. Das bedeutet, dass selbst nicht-technisches Personal die Software nutzen kann, um eigene Analysen durchzuführen, ohne auf zusätzlichen Support angewiesen zu sein.“

---

## Smarter Media & Entertainment

## Spiele mit komplexen Analysen maßschneidern

---



### Digitalisiert

Das Unternehmen sammelt tagtäglich Daten über rund 400 Millionen Spieleraktionen, beispielsweise das Errichten von Häusern in Städte-Simulationsspielen.



### Vernetzt

Komplexe Analysen ermitteln, was Kunden gefällt und was sie wahrscheinlich zum Weiterspielen bewegt. Die Ergebnisse werden an Entwickler weitergegeben, damit sie diese Informationen nutzen, um bessere Spiele zu entwickeln.



### Intelligent

InnoGames ist in der Lage, Verhaltensmuster wie zum Beispiel Hinweise auf nachlassendes Interesse an einem Spiel zu identifizieren, und Anreize zu schaffen, die Spieler im Spiel halten und motivieren, In-Game-Items zu kaufen.



---

## Lösungskomponenten

### Software

- IBM® SPSS® Statistics

### IBM Business Partner

- Infomotion
- 

*„Die Erforschung der Gründe für das Kundenverhalten liefert uns die benötigten strategischen Erkenntnisse, um unsere Spiele neu zu gestalten und gezielter auf unsere Nutzer einzugehen.“*

— Michael Lenz, Head of Analytics, InnoGames

---

## Wertvolle Einblicke in das Spielerverhalten gewinnen

Das Unternehmen verbuchte schon in den ersten Einsatzmonaten der Analyseplattform beachtenswerte Fortschritte bei der Identifizierung von Verhaltensmustern bestimmter Spielertypen und nutzte diese Erkenntnisse, um seine Produkte für Spieler attraktiver zu machen.

Michael Lenz ergänzt: „Vor der Einführung des detaillierten Trackings von individuellem Spielerverhalten besaßen wir Informationen über den Anteil der Spieler, die Items kaufen, ihre durchschnittlichen Ausgaben, die Zahl der aktiven Nutzer und die Zahl der Spieler, die die Spiele nicht mehr nutzten. All diese Informationen sind typische Kennzahlen der Spieleindustrie. Wir hatten jedoch keine Möglichkeit festzustellen, was zur Veränderung dieser Größen führte. Statistikkösungen wie IBM SPSS decken die ursächlichen Zusammenhänge auf und liefern uns die Erkenntnisse, die wir benötigen, um die Spiele zu überarbeiten und ein produktiveres Verhalten bei unseren Nutzern zu fördern.“

## Anpassung der Spiele an die Kundenwünsche

InnoGames erkennt mithilfe komplexer Analysen, welche Aspekte eines Spiels die Spieler ansprechen oder kalt lassen, und kann seine Produkte anschließend entsprechend anpassen, um das Spielinteresse der Kunden aufrechtzuerhalten.

Michael Lenz erläutert: „Uns war aufgefallen, dass immer wieder Nutzer nach ungefähr einem Monat das Interesse an einem unserer Spiele verloren. Der Grund dafür war, dass dieses Spiel weder das Multiplayer-Erlebnis noch die kollaborativen Aspekte bot, die unsere anderen Spiele auszeichnen. Kundenumfragen ergaben jedoch, dass einige Spieler keine Multiplayer-Spiele mögen. Uns war deshalb klar, dass es unklug wäre, die Multiplayer-Funktion als obligatorisches Feature einzubinden. Auf Basis dieser Erkenntnisse bieten wir jetzt für dieses Spiel eine optionale Multiplayer-Funktion an, um so allen Spielern gerecht zu werden.“

„Analysen helfen uns auch, Probleme mit In-Game-Tutorials zu erkennen. Wir stellten beispielsweise fest, dass viele Spieler in einem bestimmten Spiel ähnliche Fehler machten und deshalb das Interesse verloren. Das war uns bisher nicht aufgefallen. Jetzt können wir unsere gewonnenen Erkenntnisse nutzen, um in unseren Tutorials die Abschnitte zu identifizieren und zu verbessern, in denen die Anweisungen möglicherweise unklar oder nicht ausführlich genug sind.“



---

*„Ein Experiment hat kürzlich gezeigt, dass wir neue Benutzer ermuntern können, weitere Items zu kaufen, wenn wir ihnen einen kostenlosen Item in einem Spiel anbieten. Erkenntnisse wie diese helfen uns, Konversionsraten und Umsatzerlöse nachhaltig zu verbessern.“*

— Michael Lenz, Head of Analytics, InnoGames

---

### **Künftiges Kundenverhalten vorhersagen**

InnoGames wird durch die fortgesetzte Nutzung der Plattform und das Sammeln zusätzlicher Daten zu Spieleraktionen seine Predictive-Analytics-Modelle weiter verbessern. Diese Modelle nutzen historische Daten zur Vorhersage des künftigen Kundenverhaltens.

„Wir nutzen Predictive Analytics, um herauszufinden, welche Spieler schon bald das Interesse an einem Spiel verlieren könnten“, berichtet Michael Lenz. „Wenn sich Spieler beispielsweise nicht mehr so oft anmelden, zeigen unsere Erfahrungen, dass diese Nutzer in den nächsten zwei Wochen das Spielen wahrscheinlich ganz einstellen werden. Sobald wir feststellen, dass die Zahl der Anmeldungen zurückgeht, können wir Maßnahmen ergreifen, um das Interesse der Spieler neu zu wecken – beispielsweise durch die Bereitstellung kostenloser virtueller Gegenstände. Auf diese Weise versuchen wir die Spieler zu halten und zu motivieren, künftig weitere Items zu erwerben.“

„So haben wir auch festgestellt, dass Nutzer, die wiederholt Fehler in einem Spiel machen, oft ganz mit dem Spielen aufhören. Wenn wir diesen Spielern rechtzeitig Tipps geben, stehen unsere Chancen besser, sie zum Weiterspielen zu motivieren und sie in zahlende Kunden zu verwandeln.“

### **Mit gezielten Angeboten Konversionsraten verbessern**

Analysen unterstützen InnoGames auch dabei, immer mehr neue Spieler in zahlende Kunden zu verwandeln.

Michael Lenz erklärt: „Ein Experiment hat kürzlich gezeigt, dass wir neue Benutzer ermuntern können, weitere Items zu kaufen, wenn wir ihnen einen kostenlosen Item in einem Spiel anbieten. Erkenntnisse wie diese helfen uns, Konversionsraten und Umsatzerlöse nachhaltig zu verbessern.“

### **Ein übergreifender Ansatz für die Geschäftsoptimierung**

IBM SPSS Statistics hilft InnoGames außerdem dabei, andere Bereiche seines Geschäfts zu optimieren. So hätte das Unternehmen früher vielleicht gar nicht erkannt, wenn es Probleme mit dem Zahlungsprozess gibt, mit dem Kunden direkt in den Spielen Einkäufe tätigen. Heute kann InnoGames genau feststellen, in welchen Phasen Transaktionen vorzeitig abgebrochen werden und woran es liegt. So lässt sich der Zahlungsprozess ganz schnell entsprechend modifizieren. Das vermeidet Umsatzverluste und stärkt den Ertrag.



---

*„Wir planen, mithilfe von IBM SPSS die Wirksamkeit unserer Marketingkampagnen und Newsletter zu untersuchen, um herauszufinden, wie wir unsere Zielgruppe am besten erreichen und welche Art von Botschaft die beste Antwortquote erzielt. Durch Optimierung unserer Marketinganstrengungen werden wir die Wirksamkeit unserer Kampagnen weiter verbessern und den Kostenaufwand reduzieren.“*

– Michael Lenz, Head of Analytics, InnoGames

---

Das Unternehmen entdeckt ständig neue Möglichkeiten, die Analyseplattform noch umfassender zu nutzen.

„Analysen öffnen so viele Türen für uns – wir haben gerade einmal die Oberfläche angekratzt“, erklärt Michael Lenz. „Wir planen, mithilfe von IBM SPSS die Wirksamkeit unserer Marketingkampagnen und Newsletter zu untersuchen, um herauszufinden, wie wir unsere Zielgruppe am besten erreichen und welche Art von Botschaft die beste Antwortquote erzielt. Durch Optimierung unserer Marketinganstrengungen werden wir die Wirksamkeit unserer Kampagnen weiter verbessern und den Kostenaufwand reduzieren.“

„Die mit IBM SPSS gewonnenen Erkenntnisse ermöglichen es uns, diejenigen Aspekte unserer Spiele zu verbessern, auf die es unseren Kunden am meisten ankommt.“

### **Über Infomotion**

Infomotion ist ein unabhängiges Beratungsunternehmen, das sich auf die Entwicklung und Realisierung maßgeschneiderter Business-Intelligence-Lösungen spezialisiert hat. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 140 Berater in Niederlassungen in Deutschland und in der Schweiz.

Weitere Informationen über Produkte, Serviceleistungen und Lösungen von Infomotion finden Sie unter [www.infomotion.de](http://www.infomotion.de)

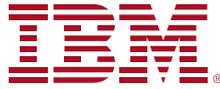
### **Über IBM Business Analytics**

IBM Business Analytics Software versorgt Entscheidungsträger mit allen Informationen, die sie zur Steigerung der Geschäftsleistung benötigen. IBM bietet ein umfassendes und integriertes Portfolio aus Anwendungen für Business Intelligence, Analytics, erweiterte Analyseverfahren, Performance-Management im Finanzbereich sowie Strategiemangement, Governance, Risiko und Compliance.

Mit IBM Software können Unternehmen Trends, Muster und Abweichungen identifizieren, „Was wäre wenn“-Szenarien durchrechnen, mögliche Gefahren und Chancen vorhersagen, zentrale Geschäftsrisiken erkennen und steuern, und Ressourcen planen, budgetieren sowie vorausberechnen. Mit diesen tiefgehenden Analysemöglichkeiten können Nutzer ihre Geschäftsergebnisse besser verstehen, vorhersagen und beeinflussen.

### **Weitere Informationen**

Wenn Sie mehr erfahren möchten, wenden Sie sich an Ihren IBM Ansprechpartner oder besuchen Sie uns unter: [ibm.com/business-analytics](http://ibm.com/business-analytics).



---

© Copyright IBM Corporation 2014

IBM Deutschland GmbH  
IBM-Allee 1  
71139 Ehningen  
Deutschland  
[ibm.com/de](http://ibm.com/de)

IBM Österreich  
Obere Donaustrasse 95  
1020 Wien  
[ibm.com/at](http://ibm.com/at)

IBM Schweiz  
Vulkanstrasse 106  
8010 Zürich  
[ibm.com/ch](http://ibm.com/ch)

Hergestellt in Deutschland  
März 2014

IBM, das IBM Logo, [ibm.com](http://ibm.com) und SPSS sind eingetragene Marken oder Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Weitere Produkt- und Servicenamen können Marken von IBM oder anderen Unternehmen sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information“ unter [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml).

IBM und Infomotion sind voneinander unabhängige Unternehmen und jeweils für ihre eigenen Produkte verantwortlich. Weder IBM noch Infomotion übernehmen ausdrückliche oder stillschweigende Gewährleistungen im Hinblick auf die Produkte des jeweils anderen.

Dieses Dokument ist zum Datum seiner Erstveröffentlichung aktuell und kann jederzeit von IBM geändert werden. Nicht alle IBM Angebote sind in jedem Land, in welchem IBM tätig ist, verfügbar.

Die angeführten Kundenbeispiele dienen nur zur Illustration. Die tatsächlichen Ergebnisse beim Leistungsverhalten sind abhängig von der jeweiligen Konfiguration und den Betriebsbedingungen.

Der Benutzer ist dafür verantwortlich, den Betrieb von Produkten oder Programmen anderer Anbieter in Verbindung mit IBM Produkten und Programmen zu prüfen und zu verifizieren. Die Informationen in diesem Dokument werden auf der Grundlage des gegenwärtigen Zustands (auf „as-is“-Basis) ohne jegliche ausdrückliche oder stillschweigende Gewährleistung zur Verfügung gestellt, einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Gewährleistungen für die Handelsüblichkeit, die Verwendungsfähigkeit für einen bestimmten Zweck oder die Freiheit von Rechten Dritter. Für IBM Produkte gelten die Gewährleistungen, die in den Vereinbarungen vorgesehen sind, unter denen sie erworben werden.



Bitte recyceln

---