

Manfred Gerdes

Mitglied des Präsidiums des
Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM)

Pressekonferenz „Digitale Spiele“

Rede bei der Telefonpressekonferenz
von BITKOM und Ipsos am 15.08.2007

- Es gilt das gesprochene Wort -

Seite 2

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch ich begrüße Sie herzlich zu unserer telefonischen Pressekonferenz. Eine Woche vor dem Start der Games Convention wollen wir Sie über die Situation im Markt für digitale Spiele informieren. Ein Markt, der inzwischen allein in Deutschland einen Milliarden-Umsatz erreicht hat.

Zu einem neuen Segment entwickelt sich dabei insbesondere das Spielen über das Internet. Wir haben uns daher entschlossen, dieses Thema zum Schwerpunkt der Pressekonferenz zu machen. Zunächst jedoch ein paar Eckdaten zum deutschen Gesamtmarkt für digitale Spiele.

<< Folie 1: Ausstattung >>

Meine Damen und Herren, wer digital spielen möchte, benötigt dafür PC, Spielekonsole oder Handy. Am weitesten verbreitet sind hier zu Lande Mobiltelefone. 81 Prozent aller Haushalte verfügen über ein solches Gerät. Auf dem zweiten Platz ist der PC zu finden – mit 77 Prozent. Und auf dem dritten die Konsole mit 30 Prozent.

<< Folie 2 Verbreitung >>

Doch wie viele Deutsche nutzen diese Plattformen tatsächlich? Die Antwort: Jeder Dritte spielt digitale Spiele! Um genau zu sein, die Quote liegt bei 35 Prozent.

Besonders groß ist das Interesse bei den jungen Leuten. Fast zwei Drittel der 14- bis 29-Jährigen spielen per Handy, Computer oder Konsole. Bei den Über-50-Jährigen sind es 19 Prozent.

Unabhängig vom Alter gilt: Die beliebteste Plattform ist der PC. 31 Prozent der Deutschen spielen am Computer. Es folgen die Konsole mit 10 Prozent und das Handy mit 7 Prozent.

<< Folie 3: Gesamtmarkt >>

Welche wirtschaftliche Bedeutung dieses große Interesse an digitalen Spielen hat, verdeutlicht die nächste Folie.

Nimmt man die Umsätze von Konsolen, Konsolen-Spielen und PC-Spielen zusammen, so ergibt sich für 2005 ein Umsatz von 1,6 Milliarden Euro in Deutschland. 2006 waren es 1,8 Milliarden. Und für das laufende Jahr erwarten wir ein Plus von weiteren 21 Prozent auf dann 2,1 Milliarden Euro.

Die Umsätze mit dem Verkauf von PCs und Handys sind übrigens nicht berücksichtigt, weil bei diesen Geräten die Spielfunktion nicht im Vordergrund steht.

<< Folie 4: Spielekonsolen >>

Ganz anders ist das bei den Konsolen. Auch wenn man mit diesen Geräten inzwischen Musik hören oder sich Filme in hoch auflösender Qualität anschauen kann - sie dienen doch primär dem Spielen.

Die Nachfrage nach Konsolen wächst rasant. Im ersten Halbjahr 2007 kletterte der Umsatz in Deutschland auf 276 Millionen Euro. Das ist ein Anstieg um 73 Prozent im Vergleich zum 1. Halbjahr 2006. Ebenfalls deutlich ist das Plus beim Absatz. Er erhöhte sich in den ersten sechs Monaten 2007 um 39 Prozent auf 1,3 Millionen Stück.

Nach dem starken ersten Halbjahr erwarten wir für das Gesamtjahr 2007 neue Rekorde bei Umsatz und Absatz.

Der Absatz klettert – wie Sie hier auf der Folie sehr gut sehen – voraussichtlich um 28 Prozent auf 3,7 Millionen Stück. Damit werden erstmals fast 4 Millionen Konsolen binnen eines Jahres verkauft. Der Umsatz wächst um 45 Prozent auf 705 Millionen Euro. Mit dem

Weihnachtsgeschäft steht ja die nachfragestärkste Zeit des Jahres erst noch bevor.

Keine Frage, die Investitionen der Hersteller in die Entwicklung neuer Geräte zahlen sich nun aus. Die Großen der Branche haben in den vergangenen beiden Jahren neue Generationen ihrer Konsolen auf den Markt gebracht.

<< Folie 5: Online-Spiele – Anteil der PC-Spieler >>

So weit der kurze Marktüberblick. Jetzt kommen wir – wie bereits angekündigt – zum Schwerpunkt dieser Pressekonferenz: Spiele per Internet. Dabei konzentrieren wir uns auf Online-Spiele per PC.

Bitte behalten Sie dabei stets im Hinterkopf, dass es sich um einen relativ jungen Markt handelt. Er trägt bisher nur einen kleinen Anteil zum Gesamtumsatz der Branche bei. Dennoch gehen wir davon aus, dass seine Bedeutung in den kommenden Jahren enorm zunehmen wird.

Voraussetzung für das Online-Gaming ist zunächst natürlich ein leistungsfähiger Internetzugang. Die Zahl der Breitbandanschlüsse hat sich in den vergangenen drei Jahren in Deutschland verdreifacht. Derzeit verfügen etwa 40 Prozent der Haushalte über einen schnellen Internet-

Zugang, 2004 waren es nur 12 Prozent. Gute Voraussetzung also für das Online-Spielen.

In der Tat spielen mehr als ein Drittel aller Deutschen, die Spiele am PC spielen, inzwischen auch per Internet. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar fast zwei Drittel. Das zeigt eine repräsentative Erhebung von BITKOM und dem Marktforschungsunternehmen Ipsos. Im Juli hatten wir insgesamt 1000 Deutsche in telefonischen Interviews zur Nutzung digitaler Spiele befragt.

Unterschiede gibt es aber nicht nur bei den Altersgruppen, sondern auch beim Geschlecht. So spielen 40 Prozent der männlichen PC-Spieler online, bei den Frauen sind es 33 Prozent. Dennoch: Obwohl digitale Spiele traditionell sehr männlich geprägt sind, beträgt die Differenz gerade einmal 7 Prozentpunkte.

Das ist aus meiner Sicht ein positives Zeichen. Denn es ist ja traditionell nicht immer einfach, junge Frauen für neue Technologien zu begeistern. Und so hoffe ich, dass die spielerische Heranführung an neue Technologien zumindest mittelbar zu einem steigenden Interesse auch von jungen Frauen an einschlägigen Studiengängen und Ausbildungsberufen führt. Vielleicht sogar im Bereich der Spiele-Entwicklung.

Denn gerade hier hat Deutschland international und auch im europäischen Vergleich Nachholbedarf.

- Während etwa Briten und Franzosen auf Entwicklerseite Global Player sind, sind die Deutschen in erster Linie Käufer von Spielen.
- Während es in den USA etwa 8.000 Software-Unternehmen gibt, die von der Spiele-Entwicklung leben, sind es in Deutschland erst 200.

Diese Zahlen verdeutlichen die Herausforderungen.

Sie sehen: Wir müssen die Ausbildung von Spiele-Entwicklern hier zu Lande auf ein internationales Niveau bringen – durch moderne Ausbildungsstätten, anerkannte Abschlüsse und die Anbindung an Hochschulen.

Dass genau das möglich ist, zeigt die Games Academy in Berlin. Sie wurde 2000 als erste spezialisierte Schule für den Bereich der Computer- und Videospieldproduktion im deutschsprachigen Raum gegründet. Als staatlich anerkannte Ausbildungsstätte in privater Trägerschaft bietet sie Studierenden eine moderne und praxisorientierte Ausbildung und ermöglicht einen reibungslosen und erfolgreichen Brancheneinstieg in die Spiele-Industrie.

<< Folie 6: Online-Spiele – zwei Möglichkeiten >>

Doch zurück zum Spielen per Internet. Was meinen wir eigentlich, wenn wir von Online-Spielen reden? Zu unterscheiden sind zwei verschiedene Formen.

- Zum einen können Sie ins Internet gehen, eine Webseite aufrufen und dann direkt im Browser-Fenster spielen. Sie erinnern sich vielleicht noch an das „Moorhuhn“ – ein gutes Beispiel für diese Form des Online-Gaming.
- Zweite Möglichkeit: Sie laden sich zunächst eine Software auf Ihren Rechner. Erst wenn Sie die installiert haben, können Sie online spielen. Dies ist unter anderem bei „World of Warcraft“ der Fall.

In der Gesamtbevölkerung sind die Browser-Spieler beliebter, wie sie hier auf der Folie sehen. Bei den 14- bis 29-Jährigen hingegen dominieren Online-Spiele mit zuvor installierter Software. 41 Prozent der jungen PC-Spieler geben an, diese Form digitaler Spiele zu nutzen.

<< Folie 7: Online-Spiele – Genres >>

Unabhängig von der Form des Online-Spiels gilt: Besonders beliebt sind Karten- und Schachspiele. 58 Prozent der Online-Spieler entscheiden sich für dieses Genre.

Auf dem zweiten Platz folgen so genannte Multiplayer-Games – also Spiele, bei denen mehrere über das Internet verbundene Teilnehmer gegeneinander antreten. Das bereits erwähnte, sehr erfolgreiche „World of Warcraft“ fällt in diese Kategorie.

Das „Moorhuhn“ hingegen gehört zu den einfachen Freizeitspielen für zwischendurch. Diese Kategorie findet sich auf Platz 3.

Bei „Second Life“ sind nur 2 Prozent der Online-Spieler aktiv, Das Ergebnis überrascht mich nicht, handelt es sich doch bei „Second Life“ weniger um ein Spiel, als viel mehr eine virtuelle Umgebung, die sich erkunden lässt. Die geringe Nutzung durch die Player-Community könnte schlicht ein Ausdruck des fehlenden Spiel-Erlebnisses sein.

<< Folie 8: Online-Spiele: Zeit >>

Mit dieser kleinen Randbemerkung direkt zur nächsten Folie.

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung spielt etwa jeder fünfte Online-Spieler mindestens einmal täglich per Internet. Zwei Drittel mindestens einmal die Woche.

Die genauen Werte finden Sie hier auf der Folie, darauf werde ich aus Zeitgründen nicht weiter eingehen.

Eine Aussage möchte ich aber dennoch treffen: Die 14- bis 29-Jährigen sind aktiver als die Gesamtbevölkerung. Drei Viertel der Online-Spieler in dieser Altersgruppe spielen mindestens einmal pro Woche ein Spiel per Internet.

<< Folie 9: Online-Spiele: Bereitschaft, Geld zu zahlen >>

Aus Sicht der Anbieter stellt sich dabei natürlich die Frage, inwieweit die Nutzer bereit sind, für das Online-Spielen auch tatsächlich Geld zu bezahlen. Beispielsweise für eine Mitgliedschaft bei einem Multiplayer-Game.

Immerhin: 16 Prozent der deutschen Online-Spieler geben bereits Geld aus. In der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 21 Prozent.

Auf den ersten Blick sind diese Werte nicht besonders hoch. Doch wenn Sie sich überlegen, wie viele Spiele frei im Internet verfügbar sind, dann wirft das schon ein ganz anderes Licht auf die Ergebnisse unserer Befragung.

<< Folie 10: Online-Spiele – Werbung >>

Gebühren für die Mitgliedschaft sind aber ohnehin nicht die einzige Einnahmequelle für die Anbieter von Online-Spielen. Auch die Werbung verspricht Umsätze.

Gemeint ist sowohl Werbung im Spiel, als auch Werbung auf der Webseite. Letzteres ist besonders bei browser-basierten Online-Spielen relevant.

Die Hälfte der Online-Spieler hat nichts gegen Werbung: Ein Viertel stört sich grundsätzlich nicht an Werbung. Und ein weiteres Viertel findet Werbung okay, wenn dadurch das Spiel kostengünstiger wird. Nur 46 Prozent der Online-Spieler lehnen Werbung grundsätzlich ab.

<< Folie 11: Online-Gaming – Umsätze >>

Meine Damen und Herren,

wahrscheinlich fragen sie sich jetzt, wie groß die Umsätze beim Online-Gaming denn überhaupt sind. Wie eingangs angedeutet, ist der Markt noch relativ klein. Dennoch: Betrachtet man das Volumen auf internationaler Ebene, so sind die Zahlen schon jetzt beeindruckend.

Im vergangenen Jahr beliefen sich die weltweiten Umsätze auf 3,3 Milliarden Euro. Berücksichtigt sind in dieser Berechnung sowohl Mitgliedschaftsgebühren, als auch Werbung sowie der Download einzelner Spiele-Elemente und kompletter Spiele.

In diesem Jahr wird der Umsatz voraussichtlich 4,2 Milliarden Euro betragen. Bis 2012 soll er jährlich um durchschnittlich 18 Prozent auf dann 9,6 Milliarden Euro wachsen.

<< **Folie 12: Trends** >>

Und was sind die Trends? Hierzu haben wir im ersten Halbjahr gemeinsam mit Ernst & Young eine Studie erstellt. Dabei wurden drei dominante Trends sichtbar: mobile Spiele, neue Zielgruppen und Multiplayer Games.

- **Handheld-Spiele**, das heißt Spielen auf dem Handy oder auf tragbaren Spielekonsolen. Dass dieser häufig gesehene Trend durchaus Substanz hat, zeigen die Marktzahlen. Im vergangenen Jahr haben sich die Deutschen nach BITKOM-Schätzungen beispielsweise etwa 15 Millionen Spiele auf Ihre Handys geladen.
- **Neue Zielgruppen**, das sind allen voran Ältere, und natürlich weiter Frauen. In der Tat haben in der Vergangenheit Figuren und Spielverlauf vieler Spiele vor allem junge Männer angesprochen. Dieses Manko hat die Industrie inzwischen erkannt – mit Erfolg. Spiele, in denen Strategie und Emotionen im Vordergrund stehen, sind bei Frauen und Älteren sehr beliebt.

- **Multiplayer-Games**, bei denen viele Spieler zeitgleich über das Internet gegeneinander antreten. Wer bei einem solchen Spiel dauerhaft dabei bleiben will, muss meist eine monatliche Mitgliedschafts-Gebühr zahlen. Besonders in Asien ist dieses Geschäftsmodell schon weit verbreitet. Hier sollte Deutschland in den kommenden Jahren aufschließen können.

Mit diesem kurzen Blick nach vorne möchte ich schließen.

Vielen Dank.