

Manfred Gerdes

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

Geschäftsführer Sony Deutschland

„Der deutsche PC- und Konsolenspiele-Markt“

**Rede bei der Telefonpressekonferenz
von BITKOM und Ernst & Young am 29.01.2007**

- Es gilt das gesprochene Wort -

Seite 2

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch ich begrüße Sie herzlich zu unserer telefonischen Pressekonferenz - wenige Tage vor Beginn der weltgrößten Spielwarenmesse in Nürnberg. Dort geht es in diesem Jahr wieder um klassisches Spielzeug wie Modelleisenbahnen und Puppen, aber eben auch um Multimediaprodukte wie Spielekonsolen. Für uns Grund genug, einmal genauer auf den deutschen Markt für PC- und Konsolenspiele zu schauen.

Um dabei einen möglichst genauen Überblick zu bekommen, wie die Verkäufe in den Jahren 2005 und 2006 aussahen, haben wir uns entschieden, auf die Daten der Media Control GfK International zurückzugreifen. Sie wurden mit Hilfe der Industrie und auch unter meiner persönlichen Mitwirkung entwickelt - und spiegeln somit den relevanten Markt wider.

Dieser Markt, meine Damen und Herren, hat inzwischen eine beachtliche Größe erreicht. Mit Konsolen-Hardware sowie Spielen für Konsolen und PCs hat die Branche 2006 hier zu Lande etwa 1,77 Milliarden Euro umgesetzt. Das ist ein Plus von 13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 2005 lag das Volumen noch bei 1,57 Milliarden Euro.

Nicht enthalten sind in diesen Zahlen die Umsätze mit Handy-Spielen und mit Online-Spielen. Sicher, diese beiden Teilmärkte sind noch relativ klein. Doch sie haben durchaus das Potenzial, mittelfristig zu treibenden Kräften innerhalb der Branche zu werden. Für den

Seite 3

Moment jedoch haben wir sie aus der Betrachtung des Gesamtmarktes herausgelassen

Meine Damen und Herren, im Folgenden möchte ich etwas detaillierter auf einzelne Märkte eingehen. Zunächst zur Entwicklung bei den stationären und mobilen Spielekonsolen.

Hier lag der Absatz 2006 mit etwa 2,9 Millionen Geräten rund 16 Prozent über den Verkäufen des Vorjahres. Für das laufende Jahr erwarten wir einen weiteren Anstieg. Neue Spielekonsolen sind gerade auf den Markt gekommen bzw. werden die Läden in Kürze erreichen.

Das jüngste Wachstum spiegelt sich auch beim Umsatz mit Konsolen wider. Nach 372 Millionen Euro im Jahr 2005 ist der Umsatz 2006 auf 487 Millionen Euro geklettert. Damit hat sich der Markt binnen eines Jahres um ein Drittel vergrößert.

Nach der Hardware nun zur Spiele-Software für Spielekonsolen und PCs, meine Damen und Herren. Der Absatz ist hier 2006 auf 46,2 Millionen Spiele gestiegen. Im Vorjahr waren es erst 41,9 Millionen Spiele.

Auch wenn der Markt 2006 insgesamt also deutlich zulegen, so verlief die Entwicklung innerhalb der beiden Teilsegmente doch sehr unterschiedlich. Beim Absatz der PC-Spiele beobachteten wir eine Seitwärtsbewegung, bei den Konsolenspielen hingegen gab es ein deutliches Plus. Getragen wurde diese Entwicklung auch von der

Seite 4

Software für tragbare Spielekonsolen, die sich gut verkaufte.

Was für den Absatz gilt, gilt auch für den Umsatz mit PC- und Konsolenspielen: Der Gesamtmarkt sah ein Plus, in diesem Fall von 7 Prozent. Lag der Umsatz 2005 noch bei gut 1,20 Milliarden Euro, so betrug er 2006 bereits 1,28 Milliarden Euro. Innerhalb der beiden Teilmärkte waren die Konsolenspiele die treibende Kraft.

Wie Sie an der vorliegenden Darstellung sehr gut erkennen können, ist besonders das zweite Halbjahr eines jeden Jahres besonders umsatzstark. Das liegt daran - Sie ahnen es sicherlich schon - dass hier das Weihnachtsgeschäft hinein fällt. Keine Frage: Gerade in der Branche, mit der wir uns gerade beschäftigen, hat das Weihnachtsgeschäft eine herausragende Bedeutung.

Meine Damen und Herren, zum Ende meiner kurzen Marktbetrachtung möchte ich noch einen Ausflug zu den Handyspielen machen. Einem Markt, der sich – wie bereits eingangs angedeutet – erst in den vergangenen Jahren entwickelt hat und der in der Zukunft durchaus Potenzial hat. Denken Sie hier nur an die zunehmende Verbreitung von UMTS-Handys, die den Download von Spielen immer komfortabler macht.

Bereits 2006 haben die Deutschen voraussichtlich etwa 15 Millionen Spiele auf ihre Mobiltelefone geladen – und hierfür etwa 54 Millionen Euro ausgegeben. Die endgültigen Zahlen liegen für dieses spezielle Segment im Moment noch nicht vor.

Seite 5

Der Umsatzanteil der mobilen Spiele am deutschen Gesamtmarkt für mobile Inhalte ist inzwischen groß. Dort sind unter anderem auch Klingeltöne und Logos enthalten. Der Spiele-Anteil steigt seit Jahren immer weiter an und lag 2006 bei etwa 31 Prozent. Das heißt: Hinter jedem dritten Euro, der mit dem Herunterladen von Inhalten auf ein Handy verdient wird, steckt ein Spiel.

Besonders groß ist das Interesse an Handyspielen bei den jungen Deutschen. Dennoch: Wir haben es hier inzwischen nicht mehr mit einem reinen Jugendphänomen zu tun. Jeder dritte Handy-Spieler ist heute 30 Jahre und älter.

Eine Trendumkehr sehen wir auch beim Blick auf den so genannten „Gender Mix“. Das Spielen auf dem Handy ist definitiv keine Männerdomäne. Mehr als ein Drittel aller mobilen Downloads werden von Frauen getätigt.

Das ist aus meiner Sicht ein gutes Zeichen. Wir haben ja gerade in Deutschland traditionell Probleme, junge Frauen für neue Technologien zu begeistern. Und so hoffe ich, dass sich die spielerische Heranführung an neue Technologien widerspiegelt in einem steigenden Interesse gerade von jungen Frauen an einschlägigen Studiengängen und Ausbildungsberufen. Vielleicht sogar im Bereich der Spiele-Entwicklung.

Denn gerade hier hat Deutschland Nachholbedarf. Während beispielsweise Briten und Franzosen auf Entwicklerseite „Welt-Player“ sind, sind die Deutschen in erster Linie Käufer von Spielen. Das verdeutlicht auch

Seite 6

dieser Vergleich: Während es in den USA etwa 8.000 Software-Unternehmen gibt, die von der Spiele-Entwicklung leben, sind es in Deutschland erst 200.

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

Mit diesem Gedanken, meine Damen und Herren, möchte ich Sie nun entlassen. Und das Wort an Gerhard Müller übergeben, Partner bei Ernst & Young. Er wird Ihnen die gemeinsam mit dem BITKOM erstellte Studie „Digitale Spiele in Deutschlands – Trends und Perspektiven 2007“ vorstellen.

Vielen Dank für den Moment!