

Vorlesung Goldene Spiele

Kapitel C2: Die Spiele-Industrie

Copyright © by V. Miszalok, last update: 28-12-2007

- ↓ [Nintendo](#)
- ↓ [Sony](#)
- ↓ [Microsoft](#)
- ↓ [Atari, Sega & Co.](#)
- ↓ [Software-Hersteller](#)
- ↓ [Publisher](#)

Zur Freude der Gamer gibt es in der Spiele-Industrie keinen Monopolisten. Die drei Großen der Branche liefern sich einen spektakulären Verdrängungskampf im lukrativen Konsolenmarkt. Auf dem Softwaremarkt konkurrieren hunderte von Publishern und tausende kleiner Spielentwickler.

Nintendo

Marktanteil bei Consolen: 40%

Typ	Jahr	Produkt	Display	etc.
Taschenconsole	2001	Game Boy Advance	240x160	140 Gramm
Hand-Held Console	2004	Nintendo DS	256x192	150 Euro
Klein-Console	2002	Game Cube	TV	64 MB, CD
Console	2007	Wii	TV	512 MB, DVD, Internet

Stellung am Markt:

Marktführer bei Taschen- und Hand-Held Consolen.

Seit Anfang 2007 auch Consolen-Marktführer vor Microsoft und Sony wegen des durchschlagenden Erfolgs der Wii-Console.

Geschichte: Nintendo ist hervorgegangen aus einer traditionellen kleinen Familiendruckerei für Spielkarten in Kyoto. Das Unternehmen diversifizierte auf elektrische Spielwaren, darunter einer Lichtpistole plus lichtempfindlicher Zielscheibe mit Trefferanzeige = erster Nintendo-Computer.

1985 Jahren erzielte Nintendo einen sensationellen Markterfolg in Japan mit seiner Console [NES](#) und dem Hand-Held [Game Boy](#), während amerikanische Spielefirmen wie [Atari](#) gerade untergingen.

Gegen den Rat aller Analysten investierte Nintendo in den frei gewordenen amerikanischen Markt und zeigte allen Besserwissern, dass man mit Games viel Geld verdienen kann.

Spiele-Entwicklung:

Die wichtigen Umsatzrenner (Super Mario, Zelda etc.) entwickelt Nintendo in Kyoto selbst unter dem legendären Entwicklungschef [Shigeru Miyamoto](#).

Nintendo-Consolen sind geschlossene Systeme. Externe Entwickler brauchen eine spezielle Hardware und Software, die man nur von Nintendo erwerben kann. Bezugsberechtigt sind zertifizierte Entwicklungsunternehmen, die einen (teuren) Kooperations- und Lizenzvertrag mit Nintendo abgeschlossen haben. Spiele dürfen nur nach Inhalts- und Qualitätskontrolle durch Nintendo publiziert werden.

Dies ist Teil des Geschäftsmodells, um die Subventionen der Hardware über Lizenzgebühren wieder einzuspielen.

Vorteil für den Kunden: Die Spiele haben akzeptables Niveau und Qualität.

Vorteil für Nintendo: Spieleverkauf finanziert den Hardwareverkauf → Rasierer-Rasierklings-Strategie.

Nachteil für den Kunden: relativ teure Spiele.

Nachteil für Nintendo: Kein Ideenbeitrag von Individualisten und Amateurentwicklern.

David siegt mit Ideen über zwei Goliaths:

1994 betrat Sony den lukrativen Markt mit [PlayStation](#) und 2001 Microsoft mit [XBox](#) und eröffneten eine Materialschlacht um die beste Technik, die Nintendo gegen die beiden Giganten unmöglich gewinnen konnte. Sony und Microsoft setzen auf teure Spitzentechnik für Graphikfreaks. Allerdings müssen sie den Verkauf ihrer High-Tech-Consolen massiv vorfinanzieren in der Hoffnung auf künftige Gewinne aus dem Spieleverkauf.

Nintendo kann sich so etwas nicht leisten und verfolgte eine andere Strategie: Man baut vergleichsweise billige Geräte, die sich einfach bedienen lassen und zielt auch auf Kunden, die sich für Games nicht interessiert haben: Frauen und Senioren, jedenfalls nicht ausschließlich auf Technikfans.

Nintendos neue Konsole verkauft sich weit besser als Sonys neue Playstation obwohl Sony und Microsoft die Preise massiv senken (und damit weitere ungeplante finanzielle Vorleistungen erbringen). In 6 Monaten 2007 hat Nintendo 7,5 Mio Wii-Consolen und 13 Mio DS Hand-Helds verkauft.

Folge: Sony hat keinen und Nintendo hat 150% Kursgewinn seit Anfang 2007.

Die neue Wii erweist sich am Markt als Renner wegen:

1. niedriger Preis ca. 300 Euro.
2. innovativer Controller für Körperbewegungen → 3D-Beschleunigungssensor.
3. neuartige, auf Körperbewegung basierende Spiele.

Sony

Marktanteil bei Consolen: 40%

Typ	Jahr	Produkt	Display	etc.
Hand-Held Console	2005	PlayStation Portable	480x272	32 MB, 280 Gramm, 250 Euro
Console	1994	PlayStation	TV	2 MB, CD
Console	2001	PlayStation 2	TV	32 MB, DVD
Console	2007	PlayStation 3	HD TV	Linux, 256 MB, Blu-ray, Internet

PlayStation 2 war von 2001 bis 2006 Marktführer. Bei 10% des Sony-Konzernumsatzes, erwirtschaftete dieses Produkt 70% des Konzerngewinns.

PlayStation 3 wurde zu ehrgeizig positioniert als 1. Console, 2. vollwertiger PC-Ersatz und 3. als Abspielgerät für HD-TV.

Sie verliert Marktanteile gegen Nintendo Wii und verfehlt voraussichtlich das Absatzziel von 11 Mio Geräten bis Ende 2007.

Die PlayStation 3 und der Verlust eines kompletten Quartalgewinns durch eine Rückrufaktion für Notebook-Akkus machen dem riesigen Konzern Probleme.

Lichtblicke: guter Absatz der Digitalkameras und schwacher Yen-Wechselkurs.

Microsoft

Marktanteil bei Consolen: 20%, aber fast alle Spiele gibt es in einer Microsoft-kompatiblen Version.

Typ	Jahr	Produkt	Display	etc.
Console	2001	ComputerGames	TV	64 MB, CD
Console	2006	XBox 360	HD TV	512 MB, Harddisk, DVD, Internet

Microsoft entwickelt nur wenig Spiele selbst und öffnet die Console kostenlos und unbegrenzt für externe Entwickler.

So gut wie alle XBox Spiele sind (mit minimalen Änderungen) lauffähig auf multifunktionalen Rechnern mit Windows-Betriebssystem.

Diese Offenheit machen Microsoft zur bevorzugten Plattform der weltweiten Spielentwicklung.

Kostenpflichtiges (60 Euro/Jahr) Gamer-Portal: [XBox Live](#).

Atari, Sega & Co.

Der ruhmreiche amerikanische Videospielehersteller [Atari](#) ist heute nur noch ein Schatten und gilt als Beispiel dafür, wie man durch mehrfachen Eigentümerwechsel ein glanzvolles Unternehmen zu Grunde richten kann. Der Aktienkurs ist zusammengebrochen, das Unternehmen löst sich auf.

Die Saturn- und Dreamcast-Consolen der japanischen Firma [Sega](#) waren zwischen 1990 und 2000 berühmt. Trotzdem konnte Sega der einheimischen Konkurrenz Nintendo und Sony nicht standhalten und zieht sich seit 2000 auf Spielhallen-Geräte (=Arcade-Games) und auf Spielesoftware zurück. Siehe [Downfall of Sega](#).

Einen guten Überblick über die bewegte Geschichte der Spiele-Consolen gibt:

[Wikipedia: Video game console](#).

Software-Hersteller

Vivendi ist ein französischer Medienmulti. Ihm gehören die Spielentwicklungsfirmen **Vivendi Games** (World of Warcraft), **Sierra Entertainment** (King's Quest, Space Quest) und **Activision** (Quake, Doom, Call of Duty und Consolenspiele).

Nov. 2007 verschmilzt Vivendi seine Spielefirmen zu einem Giganten **Activision Blizzard** mit 4300 Angestellten und 4 Mrd \$ Umsatz.

Spitzenprodukt ist das Online-Spiel **World of Warcraft** mit 9 Mio Abonnenten, die monatlich zwischen 12 und 16 Euro Gebühr bezahlen.

Electronic Arts Umsatz 3 Mrd \$, 9000 Angestellte hat seine Stärke bei Sport-Simulationen: **FIFA**, **Fußball Manager**, **NBA**, **Need for Speed**.

LucasArts ist eine traditionsreiche Firma (35 Jahre) mit den Produkten Doom, Indiana Jones, Star Wars auf PC, Consolen und Handhelds in immer wieder neuen Versionen.

Die **LucasArts Entertainment Co.** enthält neben der Games Division die Graphikschmiede **Industrial Light & Magic** und die Musikfirma **Skywalker Sound**.

Time Warner ist ein US Medienmulti. Ihm gehört **Warner Bros. Games** mit einem Online-Spiele-Portal. Weitere Spiele: Matrix, Harry Potter, Superman.

Disney ist ein US Medienmulti. Ihm gehört **Disney Interactive Studios** mit Spielen nach Disney-Filmen z.B. Pirates of the Caribbean.

Konami, Tokyo, Umsatz 3 Mrd \$, 5000 Angestellte ist einer der großen der Branche. Produkte: King's Quest, Castlevania und und viele Spielhallen = **Arcade**-Spiele.

Namco ist kleiner als Konami und Teil des japanischen Spielwarenkonzerns **Namco Bandai**. Von Namco stammt der seit 1980 legendäre **Pac-Man**. Heute: Das Prügelspiel Tekken und Arcade-Spiele.

Eidos und **Sci** sind verschwisterte britische Publisher (Umsatz 2006: 400 Mio €). Produkte: Commandos, Lara Croft Tomb Raider.

Publisher

Alle Software-Hersteller sind auch Publisher, d.h. sie vertreiben fremde Produkte unter eigenem Namen. Bei vielen Produkten der Hersteller ist unklar, ob sie überhaupt, und wenn ja, wie weit sie aus den eigenen Entwicklungsabteilungen stammen.

Viele Spiele haben mehrere Mütter und Väter. Wie überall in der IT-Branche ist Ideenklau, oder juristisch ausgedrückt, der Diebstahl geistigen Eigentums ganz selbstverständlich.

Die Spieleindustrie klagt zu Recht über die Raubkopierer.

Sie spricht aber ungern darüber, wie ungehemmt jeder Hersteller dem anderen seine Ideen stiehlt.

Die kreativen und genialen Köpfe der Spielentwicklung sind oft Einzelkämpfer oder sitzen in kleinen Firmen, die sich nicht wehren können gegen die juristische Übermacht der Großen der Branche.