

Gamesmarkt

STANDORT Auch dank politischem Rückenwind hat die Gamesausbildung bayernweit mächtig an Fahrt aufgenommen

STUDIE Die Erwartungen an die erste Studie zum Gamesstandort Bayern waren sehr hoch und wurden nicht erfüllt

PUBLISHING Warum sich Kabam mit seinem neuen

Standort in der hippen Berliner Gameszene ansiedelt

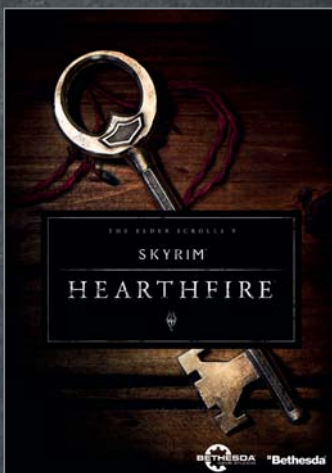
The Elder Scrolls V

SKYRIM®

LEGENDARY EDITION

AB 7. JUNI IM HANDEL!

INKLUSIVE



Bethesda



XBOX 360



PS3



ELDERSCROLLS.COM





990.000 Gamer* erreichen

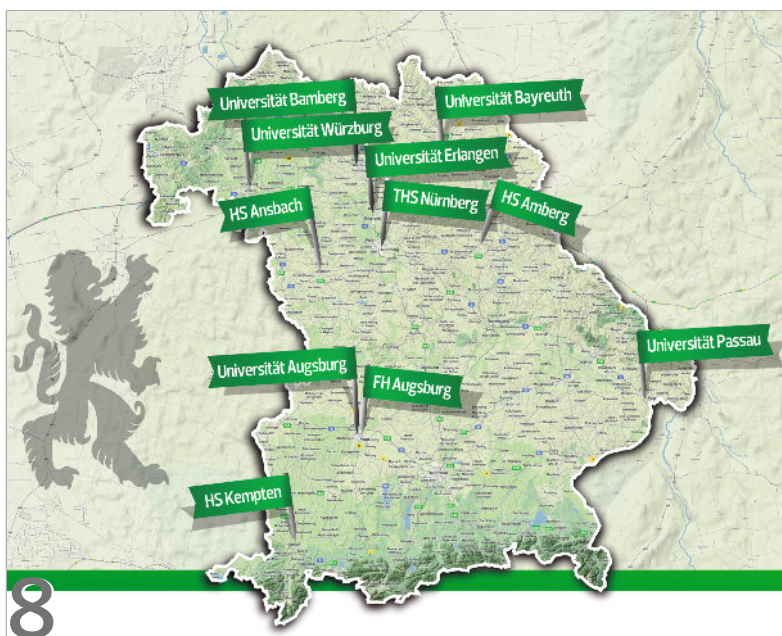
TREFFPUNKT KINO ist die Pflichtlektüre für Kinogänger und Entertainment-Fans. Hier gibt es nicht nur alle News mit Hintergrundberichten zu Kinoneuheiten sondern auch zu den aktuellsten Games. Fast eine Million Games-Begeisterte finden in **TREFFPUNKT KINO** alle relevanten Infos der Games-Blockbuster für PC, Konsole und Internet.

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe in ihrer Freizeit, bei einem ihrer Hobbys. Im Kino.

Weitere Informationen erhalten Sie von Sebastian Hoffmann, Tel.: 089/45 114-318

Mit einer Reichweite von 1,42 Mio. Lesern* im Monat liegt Deutschlands größtes Kinomagazin mit knapp 726.000** Heften u.a. bei den größten Kinoketten Deutschlands wie Cinestar, CinemaxX, Kinopolis/Mathäser aus.





Standortserie: Gamesausbildung in Bayern

Lange Zeit galt das Verhältnis zwischen bayerischer Politik und Spielebranche als gestört. Inzwischen gibt man beim Thema Ausbildung richtig Gas



Digital Dragons 2013

Die zum zweiten Mal ausgerichtete Konferenz zeigt: Polen ist ein wichtiger Standort für die Spieleentwicklung



In der Kritik

Die Studie zum Gamesstandort Bayern stößt innerhalb der Branche auf Kritik



Kabam goes Berlin

Kabam-VP Steve Swasey erklärt den Reiz der deutschen Hauptstadt



Game City Wien

Die österreichische Metropole lädt zum charmantesten Gamesfestival des Jahres ein

Magazin

- 7 Intro
- 8 Gamesausbildung in Bayern
- 18 Industrie zur Ausbildungsqualität
- 20 Konferenz: Digital Dragons
- 22 Studie: Gamesstandort Bayern
- 26 Interview mit Kabam-VP Steve Swasey
- 28 Game City Wien
- 30 Buchbesprechung: Mysterium Spieleentwickler

Spiele

- 31 Intro
- 32 Donkey Kong Country Returns 3D
- 33 Grid 2
- 34 Previews der wichtigsten Neuankündigungen
- 36 Pipeline: Splinter Cell: Blacklist

Charts

- 41 Intro
- 42 Trendcharts-Games
- 43 Onlinecharts
- 44 Top 50 Best-Selling
- 45 Chartanalyse

Rubriken

- 4 Panorama
- 45 Impressum
- 46 Nachschlag



**AKTUELLE AUSGABE
AUF DEM IPAD LESEN:**
www.mediabiz.de/app

Briefe an die Leser

Warum sollen nur Leser Briefe an die Redaktion schreiben? Wir drehen den Spieß um und schreiben Briefe an unsere Leser. Ganz offen, auf Kante, aber nicht immer augenzwinkernd.



Mensch, Nintendo,

wir sehen ja ein, dass Du darauf erpicht bist, Deine Markenrechte zu verteidigen. Dass Du jetzt aber bei den YouTube-Videos der Let's-Player die Werbeeinnahmen einstreichen willst, halten wir für ganz schon kurz gedacht. Schließlich sind Let's-Plays doch auch kostenloses und weitreichendes Marketing für Dich und Deine Produkte. Und das kann die Wii U sehr gut gebrauchen. Denk also noch mal darüber nach,

rät dir GamesMarkt

Lieber Philipp Rösler,

dass Sie sich einen „Gamer der ersten Stunde“ nennen, ist ja sympathisch. Wenn Sie dann aber sofort hinterherschoben, dass Sie inzwi-

schen „aber natürlich zu alt dafür“ – das Wort „Quatsch“ haben Sie sich wohl gerade noch verkniffen – seien, dann wirkt das, als seien Sie penibel darauf bedacht, sich nicht mit diesen fiesen Killerspielen in Verbindung bringen zu lassen.

Chance vertan, findet GamesMarkt

Also ehrlich, Sony,

dass Ihr Microsoft zur Ankündigung der neuen Xbox nicht allein die Bühne überlassen wollt, ist verständlich – aber dann dieses verschwommene Video zur PlayStation 4 am gleichen Tag? Ganz ehrlich, das sah eher nach Senseo-Kaffeemaschine in Nahansicht als nach neuer cooler Konsole aus. Das wirkt nicht gelassen, eher verzweifelt.

Hmm, Kaffee, denkt GamesMarkt

Gute Idee, Leonhard Ottinger,

dass Sie als Leiter der RTL-Journalistenschule in diesem Jahr ein Seminar zum Thema Newsgames anbieten. Das sind Serious Games, bei denen die Vermittlung von Informationen im journalistischen Kontext im Fokus steht. Vielleicht sollten Sie Ihren Schülern aber auch noch ein modernes Bild des typischen Gamers mit auf den Weg geben, damit ein solcher Fauxpas wie bei der gamescom-Berichterstattung 2011 nicht mehr passiert. Ansonsten ist der Shitstorm nämlich vorprogrammiert.

Erinnert sich ungern, GamesMarkt

Email uns!

gamesmarkt@e-media.de

Aufsteiger und Absteiger

Wer macht gerade von sich reden? Wer fiel positiv auf, wer negativ? Wer hat sein Image aufpoliert, wer scheiterte bei dem Versuch grandios? Das Stimmungsbarometer fängt den augenblicklichen Marktwert von Persönlichkeiten oder Unternehmen subjektiv ein.



Dr. Klemens Kundraitz
GF Koch Media
Steht mit seinen Spielen vier Wochen in Folge an der Spitze der UK-Charts



Yves Guillemot
CEO Ubisoft
Ist dank starker Core-Titel wie „Assassin's Creed III“ und „Far Cry 3“ in der Jahresbilanz klar im Plus



Bobby Kotick
CEO Activision Blizzard
Das 1. Quartal verlief für den Publisher noch besser als erwartet

Satoru Iwata
Präsident Nintendo
Wii U verkauft sich weiter miserabel. Der Softwaresupport, zum Beispiel von EA, fehlt



Lars Buttler
CEO Trion Worlds
Musste über die Hälfte seiner Mitarbeiter entlassen. Die Zukunft des Unternehmens ungewiss



Andrew Wilson
Ex. VP EA Sports
Verkaufte seine gesamten EA-Aktien. Vertrauen in das eigene Unternehmen sieht anders aus



2. Politiker-LAN



LAN-Party im Bundestag

Die Initiatoren der 2. Politiker-LAN Jimmy Schulz, Manuel Höferlin (beide FDP) und Dorothee Bär (CSU) gemeinsam mit Wirtschaftsminister Philipp Rösler (FDP) und Dr. Maximilian Schenk, dem Geschäftsführer des BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (v. I.). Am 15. Mai präsentierte die Branche sich und die Möglichkeiten zum Technologietransfer aus der digitalen Spielewirtschaft.

Einsteiger und Aussteiger



Patrice Désilets hat Ubisoft Montreal ein zweites Mal verlassen. Der Gamedesigner, der auch maßgeblich am ersten „Assassin's Creed“ beteiligt war, hatte das Studio bereits 2011 gen THQ Montreal verlassen, was bereits zu einer gerichtlichen Auseinandersetzung geführt hatte. Nach der Pleite des Publishers ersteigerte allerdings Ubisoft das THQ-Team in der kanadischen Stadt, und Désilets fand sich bei seinem alten Arbeitgeber wieder. Anfang Mai dann die er-

neute Trennung. Über die Umstände herrscht allerdings noch Uneinigkeit. Während Ubisoft von einer einvernehmlichen Trennung aufgrund unüberbrückbarer kreativer Ansichten spricht, behauptet Désilets, fristlos gekündigt worden zu sein. Das letzte Wort in der Angelegenheit scheint noch nicht gesprochen.



Mark Gerban wechselt zu Innogames. Der gebürtige US-Amerikaner wird neuer Head of Payment beim Hamburger

Browserspielenentwickler. Er war zuvor bei Gamigo als Director of Business Development und Payment tätig. Der 33-Jährige berichtet in seiner neuen Position direkt an Chief Financial Officer Armin Busen.



Alexander Raphelt wird ebenfalls zu Innogames wechseln. Der 33-Jährige kommt von den von ihm gegründeten Flow Studios, wo er zuletzt als Art Director tätig war. An neuer Wirkungsstätte ist er fortan Head of Graphics.



Hat gesagt ...

„Spieletests sollten nicht auf Zahlen als Wertung hinauslaufen.“

Warren Spector,
Ex-Chef Junction Point

... und gemeint:

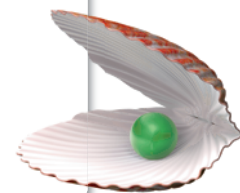
„Mit ein wenig Fantasie lässt sich auch ‚Micky Epic 2‘ zum Topspiel schreiben.“

PR-Perle

„Mit den zehn hochsensiblen Buttons des Atrox Arcade Stick ...“

Aus einer Razer-PM

Auch Buttons haben Gefühle!



TERMINE

16. Mai

Gameplaces: Grundfragen zum Arbeitsrecht

Veranstaltungsreihe des hessischen Gamesnetzwerks Frankfurt
www.gameplaces.de

22. Mai

Nordic Game Conference 2013

Das Gameevent in Skandinavien Malmö
nordicgame.com

06. Juni

25. Medienforum NRW

Der Medientreff in Nordrhein-Westfalen Köln
www.medienforum.de

11. Juni

E3 Electronic Entertainment Expo

Die wichtigste Spielemesse der Welt
www.e3expo.com

most wanted – mediabiz meistgeklickt

Das Gamesbusiness ist ein Peoplebusiness. most wanted zeigt die Personen und News, die in den letzten 14 Tagen im Onlinedienst www.gamesmarkt.de am häufigsten geklickt wurden.

People



1

Claas Paletta
Senior PR Manager
Square Enix



2

Melanie Koppenhöfer
Junior Marketing & PR
Manager Film Koch Media



3

Kai Stüwe
Head of Marketing &
Nordic Sales Capcom

4

Marco Chillon
General
Manager EU
Razer (Europe)

7

Wolfgang Emmer
Geschäftsführer
Aesir Interactive

10

Wolfgang Myrth
Geschäftsführer
Playcom
Durch den Vertriebsdeal mit Tesoro festigt Playcom sein Standing als Partner des Handels auch im Bereich Zubehör. Ganz nebenbei katalysiert es GF Myrth in die Liste der meistgeklickten Personen.

5

Martin Buhl
Geschäftsführender
Gesellschafter
Buhl Data Service

8

Oliver Graubner
Director Market
Operations
Activision Blizzard
Deutschland

6

Dr. Holger Sprengel
Associate Manager
Conflutainment
GmbH

9

Norman Habakuck
Head of PR
Ubisoft

News

1

Kritische Reaktionen auf „Gamesstandort“-Studie
Kaum vorgestellt, wird die neue Studie zum Gamesstandort Bayern kritisiert. Das hat auch etwas Gutes: Nur durch Kritik kann man sich verbessern.

2

Prof. Dr. Breitlauch leitet G.A.M.E.-AK Serious Games

3

Neue Xbox: Gerüchte um Namen verdichten sich

4

Turbulenter Launch schadet „SimCity“ nicht dauerhaft

5

Releases KW 18: Verblasster Ruhm alter Zeiten

6

EA auch mit „Crysis 3“ unzufrieden

7

Indizierungen April

8

Releases KW 19: von den Toten auferstanden

9

MM legt erste Studie zum „Gamesstandort Bayern“ vor

10

Trend-Charts: „Diablo III“-Comeback

GamesMarkt gratuliert zum Geburtstag



23. Mai
Jan Werkmeister
GF Periscope
Studio



28. Mai
Stefan Gschlecht
Sales Manager
NBG



31. Mai
Martin Ganteföhr
Interactive
Wrighter



4. Juni
Elmar Giglinger
Geschäftsführer
Medienboard
Berlin-Brandenburg



4. Juni
Tobias Peters
Sales Director
TopWare
Entertainment



5. Juni
Markus Korte
Key Account
Manager WVG
Medien



Wenig Hoffnung

Weniger Mitarbeiter

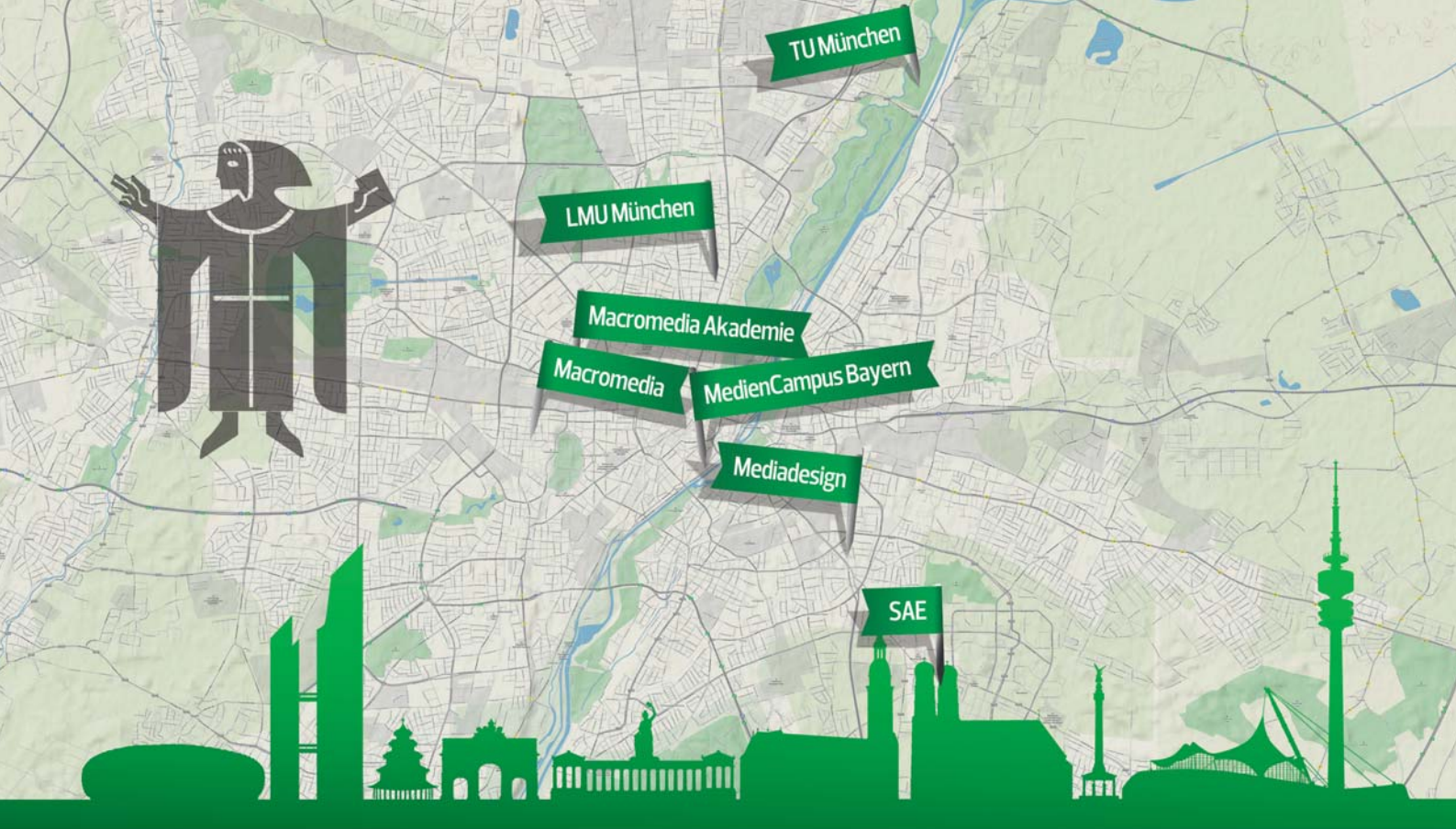
Kurz nach dem Launch des Cross-mediaprojekts „Defiance“ und der Ankündigung, das Onlinerollenspiel „Rift“ vom Abomodel auf Free-to-Play umzustellen, hat Trion Worlds einen signifikanten Teil seiner Belegschaft entlassen, wie der Publisher und Entwickler gegenüber US-Medien bestätigte. Genaue Angaben machte das Unternehmen nicht, allerdings will „Gamasutra“ aus einer vertrauenswürdigen Quelle erfahren haben, dass über die Hälfte der Mitarbeiter ihren Schreibtisch verlassen mussten. Die Weiterentwicklung von „Rift“ und anderen Titeln ist nach Angaben von Trion von der Maßnahme nicht betroffen. Schon länger wird über die Situation bei Trion spekuliert. Anfang des Jahres verschob man den kurz bevorstehenden Launch des MMO-Strategietitels „End Of Nations“ auf unbestimmte Zeit.

Weniger Verkäufe

Der April 2013 war erneut ein schwarzer Monat sowohl für den US-amerikanischen als auch für den britischen Gamesmarkt. In den USA schrumpfte der Umsatz um 25 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Am schlimmsten erwischte es das Hardwaresegment, das um 42 Prozent nachgab und nur noch auf 109,5 Millionen US-Dollar kam. Die potenzielle Kundschaft wartet wohl lieber auf den Launch der nächsten Konsolengeneration von Sony und Microsoft. Der Softwaremarkt gab um 17 Prozent nach. Erfolgreichstes Spiel war der Warner-Titel „Injustice: Götter unter uns“. Kaum besser sieht es in Großbritannien aus. Hier gingen die Umsätze im Vergleich zum April 2012 um 21,6 Prozent zurück. Es wurden eine Million Spiele weniger verkauft als noch vor einem Jahr.

Weniger Komfort

Glaubt man Jason Rubin, ehemaliger Präsident von THQ, so haben die ukrainischen Entwickler von 4A Games schier Unmenschliches geleistet. Unter schwersten Bedingungen habe das Kiewer Studio mit „Metro: Last Light“ einen wettbewerbsfähigen AAA-Shooter entwickelt. Rubin berichtet, dass das Budget von „Last Light“ geringer war als das, was manch andere Entwickler nur für Zwischensequenzen ausgeben. Auch die Arbeitsbedingungen in der ukrainischen Hauptstadt seien alles andere als optimal gewesen. Auf kleinster Bürofläche, lediglich mit Klappstühlen ausgestattet und regelmäßig von Strom- und Heizungsausfällen heimgesucht, habe die Belegschaft arbeiten müssen. Neue Rechner und Konsolen-Dev-Kits seien am Zoll vorbei ins Land geschmuggelt worden.



Kräftiger Aufwind im Gamesland Bayern

Der Vorwurf, dass Bayern nicht die gleiche positive Einstellung gegenüber der Gamesbranche hat wie andere Standorte in Deutschland, beruht auf einem gewaltigen Irrtum. Allein im Bereich der Gamesausbildung an öffentlichen und privaten Einrichtungen ist im ganzen Freistaat eine enorme Dynamik zu beobachten, die auch die schärfsten Kritiker eines Besseren belehrt.

Es ist noch nicht so lange her, da galt vielen in der Gamesbranche die Beziehung zwischen dem Freistaat Bayern und Computerspielen als schwer gestört. Allzu häufig hatten Heckenschützen aus der weiß-blauen Deckung komfortabler Ministersessel heraus gegen diesen jungen und aufstrebenden Zweig der Kultur- und Kreativwirtschaft scharf geschossen und für nachhaltigen Kollateralschaden gesorgt. Nicht vergessen ist der vom damaligen Innenminister und späteren Ministerpräsidenten Günther Beckstein

populär gemachte politische Kampfbegriff der „Killerspiele“ oder auch der skandalöse Vergleich des Innenministers Joachim Herrmann von 18er-Titeln mit „Kinderpornografie“, von dem er hemmungslos eine Verbotsforderung für die „Tötungstrainingssoftware“ ableitete. Bis heute sind jene populistischen Verunglimpfungen fest im kollektiven Bewusstsein der Branche gespeichert. Doch die Industrie wusste sich zu revanchieren. Als sie auf der Suche nach einem neuen Standort für die bis dahin in Leipzig beheimatete

Games Convention und München in der engeren Auswahl war, erhielt Köln den Zuschlag, und der bayrische Medienstandort stand vor einem selbst verschuldeten Scherbenhaufen. Wie es um die Gameswirtschaft im flächengrößten Bundesland heute wohl bestellt wäre, wenn Teile des damaligen bayerischen Kabinetts besonnener agiert hätten? Aber genug des rückwärts-gewandten Bavaria-Bashings, das sein Ziel inzwischen fraglos um alpine Höhenmeter verfehlt. Längst weht im politischen Bayern beim



Thema Games ein gänzlich anderer Wind. Seine Stärke resultiert aus vielen, teils kleinen Initiativen aus der Gamesszene, aber auch aus der Unterstützung aus dem politischen Lager, das sie über die Jahre befördert hat. Stellvertretend sei hier der 2006 gegründete Verein Videospieldkultur e. V. genannt, der sich seither für die politische, akademische und gesellschaftliche Anerkennung von Videospielen als wertvolles Kulturgut einsetzt. Maßgeblich beteiligt am Wandel durch Annäherung waren auch der ehemalige Medienminister Eberhard Sinner, auf dessen Konto u. a. der 1. Parlamentarische Spieleabend im Bayerischen Landtag im Jahre 2009 ging, der ehemalige Medienminister und heutige BLM-Präsident Siegfried Schneider sowie Minister Thomas Kreuzer. Zu nennen wären ebenso Prof. Dr. Klaus Schaefer, Geschäftsführer des FFF Bayern, Förderreferentin Dr. Michaela Haberlander, ebenfalls vom FFF Bayern, sowie Regiergungsdirektorin Anette Lenz aus der Bayerischen Staatskanzlei und viele weitere „kleine Hände“, die im Baju-

warenland entspannungspolitisch an einem Strang gezogen haben. Mit Recht hat Siegfried Schneider in seiner Rede am 6. Mai anlässlich der Vorstellung der Studie „Gamesstandort Bayern“ im Gründerzentrum Werk 1 noch einmal darauf hingewiesen: „Wir haben in den vergangenen Jahren viel für den Gamesstandort Bayern gearbeitet. Ich greife nur drei Entscheidungen in meiner Zeit als Medienminister exemplarisch heraus: 1. das Positionspapier Computerspiele der Staatsregierung vom März 2009; 2. die Computerspieleförderung vom September 2009 (bisher wurden 41 Förderanträge bewilligt, die ein Fördervolumen von 2,2 Millionen Euro erreicht haben; Anm. d. Red.); und 3. die Delegationsfahrt mit der Gamesbranche nach Quebec/Montreal im August 2011 mit der Vereinbarung einer intensiveren Zusammenarbeit. Ich freue mich, dass Minister Kreuzer dies genauso weitergeführt hat.“ Dieser positive Klimawandel spiegelt sich auch im gesamten Bereich der Gamesausbildung in Bayern wider.

Im Zuge der Vorbereitungen für diesen Artikel hat der Reporter ganze 18 Einrichtungen identifiziert, private wie staatliche Bildungsträger, die sich inzwischen allein diesem Thema verschrieben haben, sei es mit eigenen Studiengängen, zumindest aber mit Games-affinen Modulen. „Um eben dieser Vielfalt des Gamesangebots an bayerischen Hochschulen und Universitäten ein Gesicht zu geben, hatte der **MedienCampus Bayern**, im September letzten Jahres an



Markus Kaiser, Geschäftsstellenleiter des MedienCampus Bayern e.V.

KONTAKT

MedienCampus Bayern e.V.

Geschäftsstellenleiter:
Markus Kaiser
Liebigstraße 8
80538 München
Tel.: 089/21 66 91-10
Mail: m.kaiser@mediencampus.de
Web: www.mediencampus.de und
www.medienviki.org



Foto: Hedergott, TU München

Prof. Gudrun Klinker, TU München



Foto: Andreas Battenberg, TU München

Studierende im Praktikumsraum des Studiengangs Informatik Games Engineering

KONTAKT

Technische Universität München

Fakultät für Informatik
Boltzmannstraße 3
85748 Garching
Studiengang-
verantwortliche:
Prof. Gudrun Klinker
Tel.: 089/28 91 82 15
Mail: klinker@in.tum.de
Web: www.in.tum.de
Studienangebot
Informatik: Games
Engineering
(Bachelor of Science)

der Technischen Universität München in Garching den ersten GamesCampus organisiert, ein bayernweites Treffen der Gamesprofessoren", sagt Markus Kaiser, der Geschäftsstellenleiter des MedienCampus Bayern e.V. Der 1989 gegründete MedienCampus Bayern ist der Dachverband für die Medienaus- und -fortbildung in Bayern und zählt 89 Mitglieder, die aus der ganzen Breite der Medienbranche stammen, darunter der Bayerische Rundfunk, Medienunternehmen, zahlreiche Hochschulen und Universitäten sowie Akademien. Im Bereich Games sind beispielsweise die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, die Mediadesign Hochschule München oder auch die Technische Universität München dabei. „Zu unseren originären Aufgaben zählt es, die Medienaus- und -wei-

terbildung in Bayern zu fördern, zu beraten, zu vernetzen und zu koordinieren“, fährt Kaiser fort und kommt wieder auf den GamesCampus zu sprechen: „Dieser bedeutete für manche Teilnehmer zu ihrer eigenen Überraschung eine Horizont-erweiterung. Denn im Vorfeld wurde die Veranstaltung durchaus mit kritischen Augen gesehen, da manche Professoren meinten, längst alle bayerischen Gameskollegen zu kennen, was sich aber schnell relativierte. Anders gesagt: Dieses erste Treffen war für viele Gamesprofessoren in Bayern die Initialzündung für einen regen Austausch zwischen den einzelnen Professoren und Einrichtungen.“ Netzwerker Kaiser sah sich interessanterweise bei den Vorbereitungen des ersten GamesCampus mit der gleichen Herausforderung konfron-

tiert wie der Reporter während seiner Vorrecherchen zu diesem Beitrag: „Trotz der Fülle war es durchaus schwierig, alle Hochschulen und Universitäten zu ermitteln, die im Segment Games in Bayern Flagge zeigen.“ Dafür führt Kaiser historische Gründe an: „Es gab in Bayern schließlich eine Zeit, da es nicht als sonderlich akademisch galt, sich mit dem Sujet Games zu befassen, weshalb die TU München und ab diesem Wintersemester auch die HAW Kempten die Ersten sind, die Games ausdrücklich im Namen ihres Studienangebots führen. Zuvor fanden sich ausgewiesene Gamesausbildungen ausschließlich in der Angebotsstruktur von privaten Bildungsträgern wieder. Nachdem die TU München aber mit dem Studiengang Games Engineering vorgeprescht war, ist die akademische Welt nun mächtig in Bewegung geraten und diskutiert vielerorts darüber, ob sie den Terminus Games nicht auch in ihre jeweiligen Studienangebote integrieren soll, um ein klares Signal zu setzen.“

Wenn die Technische Universität München schon vorgeprescht ist, wie Markus Kaiser beschrieb, soll sie nun auch den Vortritt haben bei der Vorstellung einiger exemplarischer Ausbildungsangebote im Land der Bayern. Erste Anlaufstelle ist also Garching bei München. Hier ist die **Fakultät für Informatik der Technischen Universität München** angesiedelt, deren Angebot seit dem



TU München Fakultätsgebäude
Mathematik und Informatik

Foto: Albert Scharrer, TU München



upjers.com



Die upjers GmbH & Co. KG ist Entwickler und Publisher von Onlinespielen. upjers zählt mit Titeln wie My Free Zoo, My Little Farmies und My Free Farm zu den führenden Anbietern der Browsergame-Branche. Über 100 Mitarbeiter arbeiten am Hauptsitz in Bamberg aktuell an 35 veröffentlichten und zahlreichen neuen Projekten, die weltweit von fast 60 Millionen Menschen in 26 Ländern gespielt werden.

Wir suchen Dich!

Entwicklung Grafik Marketing

Infos: **jobs.upjers.com**





Prof. Dr. Tobias Breiner von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Kempten. Dort startet am 1. Oktober ein Bachelorstudiengang „Informatik: Game Engineering“. Die Bewerbungsfrist läuft derzeit

Wintersemester 2011/2012 der Bachelorstudiengang „Informatik: Games Engineering“ ergänzt. Studiengangverantwortliche ist Prof. Gudrun Klinker. Sie ist spezialisiert auf die Themenfelder Mensch-Maschine-Interaktion, 3D, Augmented Reality und Virtuelle Realität, bei denen die Frage im Vordergrund steht, wie Menschen mit diesen komplizierten 3D-Welten interagieren. Insgesamt Aspekte, die in der Spiele-

„Wir hatten fürs erste Jahr mit 60 Bewerbern gerechnet, es waren aber letztlich 181 Studierende.“

Prof. Gudrun Klinker von der TU München, Fakultät Informatik

industrie ganz relevant sind. Klinker erinnert sich bestens daran, wie es zur Installation des Studiengangs kam: „Dem Aufbau des Bachelorstudiengangs Informatik: Games Engineering an der TU München war eine längere Diskussion im Kollegium innerhalb der Fakultät vorausgegangen. Am Ende gab es die Übereinkunft, dass wir in der Informatik eine Menge an Technologie bereitstellen und fundierte Informatikkenntnisse vermitteln, die in der sich rasant entwickelnden Gamesbranche extrem nachgefragt werden. Hinsichtlich

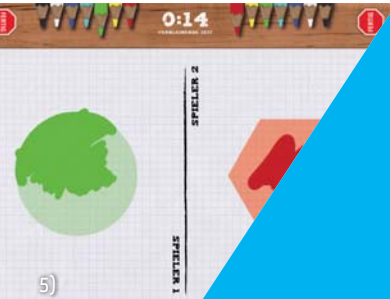
dieser spezifischen Anforderungen waren wir geradezu ideal aufgestellt. Und da wir Aspekte wie Computergrafik, Interaktionsmethoden, künstliche Intelligenz usw., die in unserem Masterstudiengang schon seit Jahren im Vordergrund stehen, durchaus auch früher vermitteln könnten, haben wir diese in Form des Bachelorstudiengangs Informatik: Games Engineering zum Wintersemester 2011/2012 umgesetzt. Umgekehrt können wir durch diese Ausrichtung auf Spiele auch Forschungsinhalte mit einbringen und weiter vertiefen. Kurzum: Einerseits liefern wir mit diesem Angebot in Richtung Gamesbranche, andererseits ist die enge Anbindung des sehr interessanten Anwendungsbereichs Games an die Informatik auch für uns sehr fördernd.“ Das Interesse seitens der Studierenden war von Anfang an groß, sagt Klinker: „Wir hatten fürs erste Jahr vorsichtig mit 60 Bewerbern gerechnet, es waren letztlich aber 181 Studierende, die mittlerweile im vierten Semester sind. Für den zweiten Jahrgang haben sich dann 150 immatrikuliert.“ Bewerben für diesen Studiengang kann sich übrigens jeder, Interessierte müssen lediglich ein Eignungsfeststellungsverfahren durchlaufen. „Das wird von Studentenseite zwar immer argwöhnisch beäugt“, berichtet Klinker. „Dabei handelt es sich aber nicht um einen Numerus clausus. Jeder, der geeignet ist, kann dieses Studium beginnen, wenn er ein deutsches Abitur oder ein Äquivalent aus dem Ausland hat. Die sehr guten Bewerber bekommen sofort die Zusage, bei Kandidaten mit gemischten Zensuren findet zusätzlich ein persönliches Gespräch statt, in dem der Bewerber sehr gut argumentieren kann, warum er dieses Studium unbedingt absolvieren möchte. Und dann zeigen wir uns auch einsichtig.“ Die Berufsperspektiven für die Absolventen dieses Studiengangs sind rosig. Dazu Klinker: „Wer den Bachelorstudiengang Informatik: Games Engineering (Re-

gelstudienzeit: sechs Semester) erfolgreich abschließt, verfügt über ein breites, fundiertes Wissen, das neben Serious Games, Gamification, Informationsvisualisierung oder 3D-Interaktion alle Kernbereiche der Informatik abdeckt, sodass die beruflichen Einsatzmöglichkeiten längst nicht nur auf die Gamesbranche beschränkt sind. Als weitere berufliche Einsatzfelder kommt zum Beispiel auch die Automobilindustrie, die Medizin oder der Finanzsektor in Betracht, also alle Bereiche, in denen Daten analysiert oder simuliert werden. Außerdem kann der Bachelor mit ganz kleinen Zusatzkursen, die man auch schon vorher belegen kann, nahtlos in unseren Masterstudiengang Informatik wechseln.“ Der Studiengang hat sich binnen der letzten zwei Jahre so gut entwickelt, dass Gudrun Klinker zufolge „inzwischen auch projektbezogene Kooperationen mit der Industrie eingegangen werden, aktuell etwa im vierten Semester im Bereich Social Gaming. D. h., wir arbeiten durchaus gern mit der Branche zusammen und akzeptieren auch Studienleistungen, die in der Industrie erbracht werden. Man kann bei uns – nicht nur im Games Engineering, sondern auch in der Informatik – Bachelorarbeiten im industriellen Umfeld machen.“ Jedes Jahr werde auch Industrievertreter in die Vorlesungen eingeladen, um mit Fokus auf die Gamesstudierenden Vorträge zu halten über ihren Ansatz, wie sie sich in der Gamesbranche positionieren und welche Prioritäten sie dabei setzen. Was wiederum auch der Orientierung der Studierenden diene. Außerdem ist die Fakultät Informatik derzeit dabei, einen Masterstudiengang Informatik: Games Engineering zu konzipieren, der voraussichtlich ab dem nächsten Jahr das bisherige Angebot ergänzen wird. Und abschließend betont Prof. Klinker: „Wir bekommen großen Zuspruch für unser Tun seitens der Politik. Und ich bin überzeugt, dass diese Bemühungen auch viele Früchte tragen



FUNDING. INDUSTRY. EDUCATION.

BAVARIA – ENTER THE GAME



SPIELE AUS BAYERN

Gefördert vom FFF Bayern
mit Mitteln der Bayerischen Staatskanzlei

1) **Word Wonders** von Chimera Entertainment 2) **The Last Tinker: City of Colors** von Mimimi Productions 3) **Bubbles** von DeeBee Entertainment 4) **Bernd das Brot und die Unmöglichen** von bumm film 5) **Fold-Challenge** von Cribster 6) **Die Welser** von retroteam 7) **Toms Welt** von Reality Twist 8) **Chaos Chronicles** von Coreplay

KONTAKT

Hochschule für
Angewandte
Wissenschaften
Kempten

Prof. Dr. Tobias Breiner
Bahnhofstraße 61
87435 Kempten
Tel.: 08 31/2 52 30

Web:
www.hs-kempten.de
Mail: tobias.breiner@
fh-kempten.de

Studienangebote
Bachelor Informatik –
Game Engineering
(ab 1. Oktober 2013,
Bewerbungsfrist läuft)
Bachelor Informatik
mit Schwerpunkt Game
Engineering
Master Angewandte
Informatik mit Modulen
im Game Engineering



Campus der Hochschule für Angewandte
Wissenschaften, Kempten

werden. Zumal die Tatsache, dass die TU München einen Bachelorstudiengang Informatik: Games Engineering anbietet, einige Aufmerksamkeit erzeugt hat, nicht nur bayernweit.“ Wohl wahr, denkt der Reporter, und wendet sich der nächsten Station zu, der **Hochschule für Angewandte Wissenschaften Kempten**, zu deren Studienangeboten seit zwei Jahren der Bachelor Informatik mit Schwerpunkt Game Engineering, der gegenwärtig 70 Studierende zählt, sowie der Master Angewandte Informatik mit Modulen im Game Engineering gehört. Hier lehrt Prof. Dr. Tobias Breiner, der im März 2011 dem Ruf für das Lehrgebiet Game Engineering im Studiengang Informatik an die Hochschule Kempten folgte. Zuvor war er Professor für Computergrafik an der SRH Hochschule Heidelberg, wo er als Studiendekan an der Fakultät für Informatik den Studienschwerpunkt Gameentwicklung aufbaute. In diesem Zusammenhang konzipierte er den ersten

europäischen Bachelorstudiengang für Virtuelle Realitäten und akkreditierte diesen erfolgreich. Breiner ist Autor von über 50 Veröffentlichungen. Sein bislang letztes Buch, „Exponentropie“, handelt u. a. von den Gefahren und Chancen von Computerspielen, was neben dem Thema „Fraktales Modellieren für Gamelevels“ auch eines seiner Forschungsschwerpunkt darstellt. Er ist mehrfacher Preisträger. So erhielt er 2012 den „Preis des Bayerischen Staatsministeriums für herausragende Lehre“, 2010 den „SRH Award“ für sein Studiengangskonzept „Sieger“ und 2009 den „Best Teaching Award“, der den Professor mit der besten Didaktik auszeichnet. Doch lassen wir Tobias Breiner selbst zu Wort kommen, der sogleich eine top aktuelle Information bereithält: „Bis jetzt war es an der Hochschule Kempten möglich, einen Bachelorstudiengang Informatik mit einem Schwerpunkt Game Engineering zu absolvieren. Ab diesem

Herbst, konkret ab 1. Oktober – die Bewerbungsfrist läuft –, wird nun ein eigenständiger Studiengang Informatik – Game Engineering (Bachelor of Science) das Angebot ergänzen, dessen Inhalte komplett auf Games mit einer starken technischen Orientierung ausgerichtet sein werden. Dieses neue Angebot resultiert letztlich aus dem grundsätzlichen Interesse der Studierenden und der Unternehmen aus der Region, wobei die Nachfrage allerdings weniger aufseiten von Gamesfirmen als vielmehr aufseiten von artverwandten Unternehmen gegeben war.“ Diesen bemerkenswerten Umstand führt Tobias Breiner unter anderem auf das Thema Gamification zurück, das sich langsam herumgesprochen habe, sowie auf das gestiegene Bedürfnis der Unternehmen nach Simulations- oder Gamesexperten, um bestimmte Ansätze in den Unternehmen und Märkten spielerisch auszuprobieren. Breiner ist überzeugt, dass sich diese Aktivitäten an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Kempten über kurz oder lang positiv auf die Region auswirken werden: „Im Umland von Kempten gibt es bisher nur wenige, kleinere Studios. Aber die Erfahrung aus

Das Hauptgebäude
der Hochschule Augsburg
(kleines Bild) und
Studierende bei der Arbeit





Heidelberg zeigt, dass sich, wenn erst einmal eine Ausbildungsstätte samt Angebot existiert, zunehmend entsprechende Unternehmen im Umfeld ansiedeln und bestehende Unternehmen schneller wachsen. Außerdem wird es in der Folge sicherlich zu Ausgründungen der Hochschule kommen, die dann auch weiterhin die räumliche Nähe zur Ausbildungsstätte suchen.“ Wie dem Reporter über Dritte zu Ohren

kam, hat Prof. Breiner noch so manch weiterführende Ideen und Pläne im Kontext Games. Hier hielt er sich jedoch noch vollkommen bedeckt. Es dürfte sich aber lohnen, insbesondere für die Branche, die Hochschule Kempten nicht aus den Augen zu verlieren.

Nächster Stopp: **Hochschule Augsburg**. Rund 100 Kilometer in nord-nordwestlicher Richtung von Kempten entfernt. Hier treiben gleich zwei Gamesprofessoren ihr vielversprechendes Unwesen, Prof. Jens Müller und Prof. Thomas Rist. Wir reden mit Jens Müller, der zunächst einen kurzen Abriss der Gameshistorie seiner Wirkungsstätte liefert und dabei so gleich auf ein bayernweites Alleinstellungsmerkmal verweist: „Unseren Diplom-Studiengang Multimedia, den wir bereits 1996 eingerichtet hatten und der seinerzeit das erste Multimediaangebot in Bayern war, haben wir 2006/2007 auf die beiden Studiengänge Interaktive Medien (Ba-

chelor of Arts) und Interaktive Mediensysteme (Master of Arts) umgestellt. Mit dem Masterstudiengang haben wir zugleich die wichtigsten Themen zu Schwerpunkten erhoben, u. a. eben Game-Development. Hinzu kommt eine Besonderheit an unserer Hochschule, die in Bayern einmalig ist: Diese beiden Studiengänge sind zwar aus historischen Gründen der Fakultät Gestaltung zugeordnet, sie werden aber von den Fakultäten Informatik und Gestaltung komplett interdisziplinär durchgeführt. Das erfordert seitens der Studierenden zwar eine Doppelbegabung in Gestaltung und Informatik, was zugleich eine hohe Hürde darstellt, um in diesen Studiengang hineinzukommen. Andererseits erhalten die Studierenden auf diese Weise aber umfassende Grundlagen in beiden Bereichen vermittelt, was ihnen später mehr Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt eröffnet. Dementsprechend werden die großen Gamesprojekte

KONTAKT

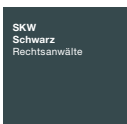
Hochschule Augsburg

Friedberger Straße 2
86161 Augsburg
Tel.: 08 21/55 86 34 01
Web: www.hs-augsburg.de/games
Studienangebote
Interaktive Medien (Bachelor of Arts)
Interaktive Mediensysteme (Master of Arts)
Games-Professoren:
Prof. Jens Müller
Tel.: +49 (0) 821/ 55 86 34 19
Mail: jmueller@fh-augsburg.de
Prof. Thomas Rist
Tel.: +49 (0) 821/ 55 86 34 99
Mail: Thomas.Rist@hs-augsburg.de

2. Update Games am Standort Bayern Marketing und Vertrieb bei App's und Browsergames – Werden die Rollen neu verteilt?

Eine Veranstaltung von

Gefördert von



FFF Bayern



Donnerstag, 13. Juni 2013

14.00 Uhr bis ca. 18.30 Uhr

The Charles Hotel
Sophienstraße 28
80333 München

Die Teilnahme ist für Sie kostenfrei.

Bitte melden Sie sich
verbindlich per E-Mail an:
gamesseminar@skwschwarz.de

Wir freuen uns auf Sie!

Die Veranstaltung gibt einen Überblick über die Nutzungsbedingungen und den Datenschutz beim Mobile Gaming, die rechtlichen Fallstricke bei Mobile Sales, die digitale Distribution von App- und Browsergames und das hierfür erforderliche Marketing. Ferner werden die Show Cases „Die Welser“ und „Bernd das Brot und die Unmöglichkeiten“ vorgestellt.



Prof. Thomas Rist (l.) und
Prof. Jens Müller von der
Hochschule Augsburg

bei uns stets koedukativ begleitet, von meinem Kollegen Rist als Informatiker, der von der KI kommt und die Programmierung unterstützt, und von mir als Gestalter.“

Verständlicherweise werden aber längst nicht alle Studieninhalte auf dem Gamesaltar „geopfert“, räumt Jens Müller ein: „Wir versuchen zwar auch, den Gamesmarkt zu erobern, aber aus unserem Anspruch heraus sind Games nur eine Option neben anderen interaktiven Medien. Die

„Wir versuchen zwar, den Gamesmarkt zu erobern, Games sind aber nur eine Option neben anderen.“

Prof. Jens Müller, Hochschule Augsburg

Studenten können sich nach dem Studium entscheiden, ob sie tatsächlich in den Gamesmarkt wollen, oder ob sie sich mit den Erfahrungen aus dem Schwerpunkt Games anderen Bereichen zuwenden.“ Tendenziell strebten die Bachelorabsolventen einen Masterstudiengang an, weiß er zu berichten, was aber auch der jeweils aktuellen Marktlage geschuldet sei. Im Gamesbereich suche etwa die Hälfte der Bachelorstudenten nach dem Abschluss den Weg in die Selbstständigkeit, andere gingen in die Spieleindustrie. „Wir haben aber auch Fälle von Absolventen, die nach einem kurzen Zwischenstopp als Studiogründer doch in die Auto-“

bilindustrie gewechselt sind. Daran zeigt sich, dass in den klassischen ingenieurtechnischen Berufen der Bedarf an Fachleuten, die mit Game-Engines arbeiten und sich im Bereich Games auskennen, groß ist und diese sehr gute Chancen auf dem eher traditionellen Arbeitsmarkt haben. Warum? Weil die ganze Sparte Games ein Innovationsmotor für die Entwicklung von Interfaces, für den Umgang mit Prototyping und kollaboratives Arbeiten mit den Methoden der Softwareentwicklung ist.“ Die Qualifizierung für den Studiengang an der Hochschule Augsburg geschieht Müller zufolge zunächst über eine Hausaufgabe, bei der es sich zurzeit um ein Spielkonzept handelt, das der Bewerber einreicht. Wer damit überzeugt wird, wird an die Hochschule eingeladen und muss einen Tag lang diverse Aufgaben bewältigen, u. a. künstlerische Aufgaben wie Zeichnen, ein Storyboard entwickeln und eine Informatikaufgabe lösen. Am Ende des Auswahlverfahrens erhalten 60 Studierende pro Jahrgang einen Studienplatz, von denen 50 bis 55 einen Abschluss schaffen. In der Spieleindustrie selbst landet dann schließlich nur ein kleiner Teil. Das ist, wie gesagt, abhängig von den individuellen Interessen der Studierenden und vom Bedarf am Arbeitsmarkt. Für das Praktikum, das die Augsburger Gamesstudenten absolvieren müssen, bestehen nach Prof. Jens Müller punktuell auch Kontakte in die

Spielindustrie, die nach München und bis in den Frankfurter Raum hinein reichen. Grundsätzlich seien diese aber noch ausbaufähig. Zwar müssen sich die Studenten das Praktikum selbst beschaffen, werden bei ihrer Suche aber von der Hochschule Augsburg unterstützt. Dazu Müller: „Wir haben im Studiengang eine Koordinationsstelle, die von Prof. KP Ludwig John wahrgenommen wird, der den Studierenden hilft und ihre Praktika begleitet. Dieses Angebot ist allerdings nicht branchenspezifisch ausgerichtet, wenngleich wir versuchen, das Netzwerk mit der Gamesindustrie weiter zu stärken. Um dieses Ziel zu erreichen, organisieren wir die sogenannte Geek Konferenz, die vor wenigen Wochen am 25. April zum ersten Mal durchgeführt wurde. Einerseits liefert sie Informationen zum Studienschwerpunkt Game-Development des Bachelorstudiengangs Interaktive Medien und des Masterstudiengangs Interaktive Mediensysteme, andererseits soll sie aber auch Studierenden die Möglichkeit bieten, den Kontakt zur Spieleindustrie herzustellen. Wir laden die Industrie aber nicht nur zu uns an die Hochschule ein, wir unternehmen auch sehr gern Exkursionen in die Unternehmen der Gamesbranche, wobei diese nicht nur im Großraum München beheimatet sein müssen.“ Und damit verlassen wir die Hochschule Augsburg. Aber allein die drei vorgestellten Einrichtungen sowie die Gamesinitiativen des MedienCampus Bayern bestätigen die eingangs skizzierte These vom frischen Wind, der inzwischen das gesamte Gamesland Bayern durchweht. Tatsächlich befindet sich der weiß-blaue Freistaat in der glücklichen Ausgangslage, über sehr viele Hochschulen zu verfügen, die sich mit Games befassen. Zu nennen wäre neben den bereits vorgestellten die **Hochschule Amberg-Weiden** mit Prof. Dr. Dieter Meier, der verschiedene Module in dem Segment anbietet, die **Hochschule Ansbach** mit Prof. Dr.-Ing. Müller-Feuerstein, der u. a. ein kleines GamesLab

an der Hochschule betreibt. Weitere Stätten finden sich in Nürnberg (**Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm** mit Prof. Dr.-Ing. Heinz Brüning; **Universität Erlangen-Nürnberg** mit Prof. Richard Lenz), Bayreuth (**Universität Bayreuth** mit Prof. Dr. Jochen Koubek), Passau (**Universität Passau**, an der Prof. Harald Kosch lehrt), Würzburg (**Universität Würzburg** mit den Professoren Marc Erich Latoschik und Frank Steinicke), Bamberg (**Universität Bamberg** mit Prof. Christoph

Schlieder), Augsburg (**Universität Augsburg** mit Prof. Elisabeth André) und München (**Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Informatik**, mit Prof. Andreas Butz).

„Eine insgesamt sehr erfreuliche Entwicklung, die angesichts der politischen Stimmungslage, die noch vor wenigen Jahren im Kontext Games vorherrschte, so nicht absehbar war“, betont Markus Kaiser vom Medien-Campus. Und damit längst nicht genug, denn neben den genannten Hochschulen und Universitäten gibt

es in München noch eine Reihe von Ausbildungsstätten privater Träger, u. a. die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK), die Macromedia Akademie München, die Mediadesign Hochschule München und last but not least die SAE Institute München. Diese privaten Einrichtungen, die unterschiedliche Ansätze und Modelle in der Gamesausbildung verfolgen, werden in der nächsten GamesMarkt-Ausgabe vorgestellt, die am 5. Juni erscheint.

Harald Hesse

Weitere Games-affine Hochschulen und Universitäten in Bayern

Ludwig-Maximilians-Universität München Institut für Informatik

Amalienstraße 17
80333 München
Telefon: +49 (0) 89/2180 46 50
Fax: +49 (0) 89/2180 46 52
Web: www.ifi.lmu.de
Mail: sekretariat@medien.ifi.lmu.de
Studienangebot
Informatik
Prof. Andreas Butz
Telefon: +49 (0) 89/2180 46 65
Mail: andreas.butz@ifi.lmu.de

Universität Augsburg

Universitätsstraße 2
86159 Augsburg
Web: www.uni-augsburg.de
Studienangebot
Informatik und Multimedia (MA)
Gamesprofessor:
Prof. Elisabeth André
Telefon: +49 (0) 21/5 98 23 49
Mail: andre@informatik.uni-augsburg.de

Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm

Wassertorstraße 10
90121 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 11/5 88 00
Fax: +49 (0) 9 11/58 80 83 09
Web: www.ohm-hochschule.de
Mail: juergen.schopper@ohm-hochschule.de
(verantwortlich für den Bereich Design/Animation)
Studienangebot
BA Mediaengineering
Prof. Dr.-Ing. Heinz Brüning
Telefon: +49 (0) 9 11/58 80 11 62
Mail: heinz.brueinig@ohm-hochschule.de

Hochschule Ansbach

Residenzstraße 8
91522 Ansbach
Telefon: +49 (0) 81/4 87 72 34
Web: www.hs-ansbach.de
Mail: renate.hermann@hs-ansbach.de
Studienangebot
Multimedia und Kommunikation
Gamesprofessor (Games-Lab):
Prof. Sascha Müller-Feuerstein
Telefon: +49 (0) 81/48 77
Mail: sascha.mueller@hs-ansbach.de

Universität Erlangen-Nürnberg

Department Informatik
Martensstraße 3
D-91058 Erlangen
Tel.: +49 (0) 91 31/8 52 78 99
Fax: +49 (0) 91 31/8 52 88 54
Prof. Richard Lenz
Mail: Richard.Lenz@Informatik.Uni-Erlangen.de

Universität Passau

Lehrstuhl für Verteilte Informationssysteme
Innstrasse 43
94032 Passau
Telefon: +49 (0) 851/5 09 30 60
Fax: +49 (0) 851/5 09 30 62
Prof. Harald Kosch
Mail: harald.kosch@uni-passau.de

Universität Bamberg

Feldkirchenstrasse 21
96052 Bamberg
Projekt Geogames
Prof. Christoph Schlieder
Telefon: +49 (0) 51/8 63 28 40
Mail: christoph.schlieder@uni-bamberg.de

Universität Bayreuth

Geschwister-Scholl-Platz 3
95447 Bayreuth
Angewandte Medienwissenschaft
Digitale Medien
Prof. Dr. Jochen Koubek
Telefon: +49 (0) 21/55 50 77
Mail: jochen.koubek@uni-bayreuth.de

Universität Würzburg

Lehrstuhl für Mensch-Computer-Interaktion
Am Hubland
97074 Würzburg
Telefon: +49 (0) 91/3 18 63 14
Mail: [Martin.Fischbach\(at\)uni-wuerzburg.de](mailto:Martin.Fischbach(at)uni-wuerzburg.de)
Gamesprofessoren:
Prof. Marc Erich Latoschik
Telefon: +49 (0) 931/3 18 58 71
Mail: marc.latoschik@uni-wuerzburg.de
Prof. Frank Steinicke
Telefon: +49 (0) 31/3 18 58 16
Mail: frank.steinicke@uni-wuerzburg.de

Hochschule Amberg-Weiden

Kaiser-Wilhelm-Ring 23
92224 Amberg
Telefon: +49 (0) 96 21/48 2176
Telefon 2: +49 (0) 96 21/48 2172
Fax: +49 (0) 96 21/48 2110
Web: www.haw-aw.de
Mail: d.meiler@haw-aw.de
Studienangebot
Medienproduktion und Medientechnik (Bachelor)
Gamesprofessor:
Prof. Dieter Meiler
Telefon: +49 (0) 96 21/4 82 36 14
Mail: d.meiler@haw-aw.de



Clemens Hochreiter,
RealityTwist



Manuela Heil,
Upjers



Andrea Gebert,
Handygames

Betriebliche Ausbildung

Welche betriebsinternen Ausbildungsgänge bietet Ihr Unternehmen an?

Kurze Schnupperpraktika (für Schüler), reguläre Praktika mit Fokus auf Übernahme, Werkstudenten/Begleitung während Abschlussarbeiten, Unterstützung von Studententeams. Aktuell bieten wir aber noch keine anerkannten Ausbildungen an.

Fachinformatiker Anwendungsentwicklung (IHK), Praktika für Studenten (auch Praxissemester) oder duale Studiengänge, wie sie zum Beispiel an der Hochschule in Hof angeboten werden (Informatik, Wirtschaftsinformatik, Medieninformatik).

Fachinformatiker Anwendungsentwicklung, Mediengestalter Digital/Print, Kaufmann für Bürokommunikation, Medienkaufmann (alle IHK). Verbundstudium Fachinformatiker Anwendungsentwicklung und Bachelor of Engineering Informatik.

Wie hoch ist der Anteil Auszubildender am Personal?

Neun Mitarbeiter und im Regelfall zwei bis drei Praktikanten.

100 Mitarbeiter, darunter sechs Azubis und ein Student im Praxissemester.

55 Mitarbeiter, davon acht Azubis. Außerdem über 30 Schülerpraktikanten.

Welchen Handlungsbedarf sehen Sie bei Politik/Verbänden, um die Ausbildung für Sie als deutsches Gamesunternehmen zu verbessern?

Der Beruf Gamedesigner sollte als Ausbildungsberuf anerkannt werden.

Die Situation speziell in Oberfranken ist zufriedenstellend. Dank hoher Nachfrage nach Ausbildungsstellen in Entwicklung, Design und Marketing haben wir keine Probleme, vakante Positionen zu besetzen – auch weil wir in Bamberg nicht im Wettbewerb mit anderen lokalen Gamesunternehmen stehen.

Wir haben positive Erfahrungen mit Politik und Verbänden gemacht. Es wäre wünschenswert, wenn gamespezifische Weiterbildungsmaßnahmen nach der dualen Ausbildung angeboten würden. Zwei unserer Mitarbeiter sind bereits in Prüfungsausschüssen der IHK tätig, und wir werden unser Engagement in Verbänden und Politik ausbauen.

Stichwort akademische Ausbildung: Bilden Unis/FHs bedarfsgerecht für Ihre Anforderungen aus?

Ja, vor allem MDH und Gamesacademy fallen positiv auf. Wir beobachten mit Freude, dass inzwischen auch bei staatlichen Hochschulen (TU München) das Thema Spiele angekommen ist.

Unseren unternehmerischen Anforderungen werden Hochschulen nicht gerecht. Unis und FHs bilden sehr unterschiedlich aus, und es mangelt an internationaler Ausrichtung. Zumeist fehlt Studienabsolventen die praktische Erfahrung.

Viele Hochschulen gehen mehr auf PC- und Browser Spiele ein. Die stärkere Thematisierung von Mobile-Games ist aus unserer Sicht wünschenswert.

Findet ein Austausch mit örtlichen Unis/FHs/privaten Hochschulen statt? Wenn ja, in welcher Form?

Ja. Regelmäßige Vorträge/Vorlesungen an lokalen Gameschulen wie der MDH. Aber auch Zusammenarbeit mit der Hochschule für Fernsehen und Film.

Kontakt mit Bamberger und anderen Universitäten und Hochschulen der Region für Stellenausschreibungen, Kooperations- und Weiterbildungsangebote.

Kooperation mit der MHMK durch Stiftung des Games-Lab. Study & Stay, Global Game Jam und Gastvorlesungen. Betreuung von Abschlussarbeiten von FH und Uni Würzburg.



Ina Hoffmann,
Remote Control Productions



Tung Nguyen-Khac,
ProSiebenSat.1 Games

Wie bilden deutsche Gamesunternehmen Nachwuchs aus? Wo hakt es noch? GamesMarkt hat exemplarisch fünf Studios am Standort Bayern befragt.

Wir bieten Pflichtpraktika und freiwillige Praktika zum Berufseinstieg an. Außerdem betreuen wir Werkstudenten und Bachelor- und Masterarbeiten. Als betriebsinterne Ausbildung gibt es bei uns Traineeships über 1,5 bis zwei Jahre, meist im Production-, Gamedesign- oder Art-Bereich. Es handelt sich aber nicht um eine anerkannte Ausbildung. Das wollen wir in Zukunft aber ändern und sind diesbezüglich bereits mit der IHK in den Dialog getreten.

Mediengestalter Bild & Ton, Mediengestalter Digital & Print, Kauffrau/-mann für audiovisuelle Medien, Veranstaltungskaufmann/-frau und Bürokaufmann/-frau – alle von der IHK anerkannt. Zusätzlich duales Studium BWL, Medien- und Kommunikationswirtschaft mit der Hochschule in Ravensburg, ab Oktober 2013 Accounting & Controlling mit der Hochschule Mannheim. Traineeships in medien- und wirtschaftswissenschaftlichen Bereichen.

Die Unternehmensgruppe mit zwölf Studios in Deutschland und Österreich beschäftigt rund 100 Mitarbeitern. Im Schnitt hat jedes Studio ein bis drei Praktikanten.

120 Mitarbeiter, davon 23 Auzubis. Ab Oktober zusätzlich sechs duale Studenten.

Berufsbezeichnungen bzw. Leitbilder und Profile der verschiedenen Berufe müssten klarer definiert werden. Viele Bewerber wollen etwa Gamedesigner sein, obwohl ihnen gar nicht klar ist, welche Aufgaben und Verpflichtungen dieser Beruf mit sich bringt. Gamesausbildungsberufe müssten ausgebaut werden, etwa für Marketing und Producing.

Ich sehe großen Handlungsbedarf. Leider hat die Gamesindustrie noch nicht den Stellenwert, den sie eigentlich haben sollte innerhalb der Politik. Es gibt bisher nur wenige schlüssige und abgestimmte Konzepte zur Förderung auf Bundesebene. Im Gegenteil: Einzelne Bundesländer wie Hamburg oder Berlin fördern zum Beispiel gezielt Gamesunternehmen mit Zuschüssen, um qualifizierte, teilweise hochspezialisierte Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Am Medienstandort Bayern gibt es diese Form der Förderung nicht. Hier wäre ein einheitlicher bundesweiter Ansatz sinnvoll.

Weil die meisten Akademien Privatschulen sind, gibt es kaum einheitliche Qualitätsstandards und Disziplinen. Auch hier müssten die verschiedenen Berufsbezeichnungen und Inhalte abgestimmt und den Studenten richtig vermittelt werden. Wichtig wäre auch, dass man den Anspruch erhöht. Wünschenswert wären mehr qualifizierte Bachelor- und Master-Studiengänge, um den internationalen Austausch besser zu fördern.

Bei reinen Gameausbildungen nicht, da die Vermarktung von Onlinegames eigene Regeln hat. Für allgemeinere Ausbildungen, beispielsweise Werbegrafik oder Kommunikation, haben wir in Bayern ein sehr großes Angebot. Leider geizt die Politik bei Gamesstudiengängen mit Fördermitteln und Zuschüssen. So entstehen die meisten Einrichtungen aus der Privatwirtschaft. Denen wird es schwer gemacht, Studiengänge fachgerecht aufzubauen.

Kontakt mit etlichen bayerischen und Berliner FHs und Unis: Austausch über Studieninhalte, Vorlesungsthemen und Gemeinschaftsprojekte. Unsere Mitarbeiter sind Gastdozenten oder -redner. Auch bei Ausstellungstagen, Diplomvorstellungen oder Projektveranstaltungen sind wir vor Ort.

Kooperation mit HdM Stuttgart, Universität Siegen und TU Ilmenau für Recruiting-Messen, Projektarbeit oder Exkursionen der Studierenden in unserem Unternehmen. So bringen wir unsere Kollegen verstärkt mit jungen Studenten zusammen.



Im Osten was Neues

Die Digital-Dragons-Konferenz in Krakau zeigt: Polen ist längst ein ernst zunehmender Standort für Spieleentwicklung – allerdings nicht ohne Probleme.

„Krakau? Was machst du denn in Polen?“ Der Sinn einer Dienstreise ins Nachbarland erschließt sich vielen nicht auf Anhieb. Auch unter Menschen, die in der Gamesbranche tätig sind, hat sich nicht auf breiter Basis herumgesprochen, dass sich die polnischen Kollegen keinesfalls hinter den europäischen Nachbarn verstecken müssen. Im Gegenteil, die nackten Zahlen belegen, dass man Deutschland längst überholt hat: Etwa 120 Firmen widmen sich in Polen der Entwicklung von Spielen, laut Statistik des Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) sind es hierzulande gerade einmal derer 100. Allerdings gibt es 82 Millionen Bundesbürger, während Polen mit 39 Millionen Einwohnern auf weniger als die Hälfte kommt.

Auch bei der Qualität dieser Spiele ist die Dichte an internationalen renommierten Produktionen höher: Die „The Witcher“-Reihe von CD Projekt, „Call Of Juarez“ von Techland, „Sniper Ghost Warrior 2“ von City Interactive oder „Bulletstorm“ von People Can Fly – etliche polnische Produktionen erlangten international Anerkennung und Bekanntheit. Letzteres Studio zeichnete zuletzt gar für „Gears of War: Judgment“ verantwortlich und bekam damit das Vertrauen von Epic Games und Microsoft, an einer der wichtigsten Xbox-360-Exklusivmarken zu arbeiten.

Dass die polnische Branche mittlerweile quirlig ist, bewies auch die Digital-Dragons-Konferenz, die Mitte April in Krakau stattfand. Während

der zwei Tage im Krakowski Park Technologiczny gab es Vorträge, Debatten und Workshops rund um das Thema Spiele und Spielkultur. Etwa 600 Teilnehmer fanden sich dafür in der Stadt an der Weichsel ein, es hätten sogar noch mehr sein können, wenn es der Platz erlaubt hätte. „Die Tickets waren nach zwei Stunden ausverkauft. Wir hatten doppelt so viele Anfragen wie Karten“, sagt der Organisator des Entwicklertreffens, Mariusz Socha. „Obwohl wir erst im zweiten Jahr sind, wird die Digital Dragons sehr gut von der einheimischen Industrie angenommen.“ Verständlich, denn das Programm ist ein bunter Strauß von Themen. Von Fragen wie „Sind Games Kultur?“ über Ingame-Illumination für technisch Versierte bis zu

Lehren aus vergangenen Kickstarter-Projekten werden unterschiedlichste Fachinteressen abgedeckt. Die Strategie des Festivals ist dabei mannigfaltig, wie Organisator Socha erklärt. Zunächst soll die Veranstaltung als Kontaktort für die heimische Industrie fungieren. Obwohl Krakau und das etwa 300 Kilometer weiter nördlich liegende Warschau die industriellen und kulturellen Zentren des Landes sind, sich die Spielindustrie also fast nur an diesen zwei Orten ballt, gab es bis vor zwei Jahren kaum Gelegenheit, die wichtigsten Vertreter an einem Termin zu treffen. Andererseits soll Digital Dragons der polnischen Branche auch als Schaukasten dienen, mit dem sowohl im Ausland als auch bei der Politik geworben werden kann. Durch die Gewinnung von internationalen Sprechern erhofft sich Mariusz Socha aber auch, dass polnische Entwickler vom Know-how und den Erfahrungen aus dem Ausland profitieren. Nimmt man den diesjährigen Besucherzuwachs als Maßstab, scheint das Konzept aufzugehen. Zur Premiere vor einem Jahr verzeichneten die Veranstalter weniger als 100 Registrierungen. Einziges Manko der Digital Dragons, das die Veranstalter dringend beseitigen sollten, wenn eine weitere Internationalisierung geplant ist: Viele Vorträge waren in Polnisch, Simultanübersetzer ins Englische standen nur stellenweise zur Verfügung. Das dürfte ausländisches Fachpublikum abschrecken.



Auch wenn das Digital-Dragons-Festival Leuchtturm und Aushängeschild der polnischen Branche ist, heißt das nicht, dass hier paradiesische Verhältnisse herrschen. Anerkennung und Förderung durch die Politik lassen nach wie vor zu wünschen übrig. Das kritisieren etliche polnische Entwickler, so auch Mirosław Dymek, Gründer und Chef von Reality Pump („Two Worlds II“). Ihn als Urgestein der Branche zu bezeichnen, ist keine Übertreibung. Bereits 1995 gründete er das Studio unter dem Namen Topware Interactive Poland und war damit Chef des ersten polnischen Entwicklers. „Unser Land begann als Outsourcingort für Programmierung wegen der niedrigeren Lohnkosten“, sagt Dymek. „Doch vor fünf bis sechs Jahren entwickelte sich auch hier Selbstbewusstsein. Teams wurden neu gegründet und trauten sich zunehmend an eigene Marken.“ Das spiegelt sich auch in der Geschichte seines Unternehmens wider: 2003



Mariusz Socha, Organisator Digital Dragons (I.), und Mirosław Dymek, Gründer und CEO Reality Pump

folgte auch die Umbenennung in Reality Pump, 2007 dann der bis dato größte Erfolg des Studios, „Two Worlds“, das sich bis heute rühmen kann, das erste komplett in Polen entwickelte Rollenspiel zu sein – auch wenn „The Witcher“ mit nur sechs Monaten kurz danach erschien. Aktuell hat Reality Pump 50 Angestellte, von denen Dymek keinen einzigen angeworben hat. „Die Leute kamen immer mit Mappen oder Ideen in mein Büro oder haben mir eine Mail geschrieben“, so der Studioleiter. „Hat mir das gefallen, was ich sah oder hörte, habe ich sie eingestellt.“ Das ist aber die Ausnahme, andere polnische Studios suchen händierend Personal. Im internationalen Vergleich gilt das Land nicht als der attraktivste Ort zum Leben. Und auch beim lokalen Nachwuchs lässt sich ein Brain Drain beobachten. Die größten Talente gehen oft ins Ausland, meist nach Nordamerika, weil die Löhne und die Auswahl an Entwicklerposten einfach größer sind. Die Universitäten haben den Bedarf an Gamedesignabsolventen ebenfalls noch nicht wirklich erkannt. Es werden zwar zaghaft erste Kurse auf dem Gebiet angeboten, aber als Spezialisierung innerhalb der IT-Studiengänge, nicht als eigenständiger Abschluss. Durch das Wachstum der polnischen Industrie in den letzten Jahren ergeben sich also erste Dehnungsrisse. Trotzdem zeigt Polen, dass man in Zukunft vermehrt mit seiner Gamesbranche rechnen sollte.

Daniel Raumer

Podiumsdiskussion auf der Digital Dragons '13





Erste Studie zum Gamesstandort Bayern

Die Ergebnisse der ersten Studie „Gamesstandort Bayern“ unterstreichen die Attraktivität Bayerns für die Gamesunternehmen, den Anforderungen der bayerischen Gamesbranche wird sie aber nur zum Teil gerecht. Das muss eine tiefere Analyse der vorliegenden Branchendaten leisten.

Lange fehlte es in Bayern an verlässlichen Branchendaten im Sektor Games. Diesen Mangel sollte eine von der Medientage München GmbH bei der Berliner Goldmedia GmbH Strategy Consulting in Auftrag gegebene Studie beheben und erstmals detaillierte Informationen zur Situation der in Bayern ansässigen Unternehmen der Gamesindustrie liefern. Kürzlich wurden nun die Ergebnisse der Studie „Gamesstandort Bayern 2013“ im gerade eröffneten Gründerzentrum Werk 1 in München präsentiert. Die Studie basiert auf einer Primärdatenerhebung, die im Zeitraum Januar bis März 2013 durchgeführt worden war. Im Zuge dessen seien 228 Unternehmen ermittelt worden, die in Bayern agieren und im Jahr 2012 einen Gesamtumsatz (die Rede war von „Gamesumsatz“; Anm. d. Red.) von 1,21 Mrd. Euro erzielten.

Dazu zählen Gamesunternehmen „im engeren Sinne“ wie Entwickler, Publisher und technische beziehungsweise kreative Dienstleister ebenso wie Anbieter „im weiteren Sinne“, das heißt, Spezialagenturen (Werbung, PR etc.), Unternehmensberatungen, Medienhäuser, Gamesmedien, Verbände und öffentliche Institutionen sowie Aus- und Weiterbildungseinrichtungen. Hier die Ergebnisse der Studie im Detail.

1. Anbieterstruktur

Von den insgesamt 228 Unternehmen der Gamesbranche in Bayern haben knapp 40 Prozent ihren Schwerpunkt in der Entwicklung von Games. 20 Prozent, und damit jeder Fünfte, agiert (auch) als Publisher, 17 Prozent sind Handelsunternehmen, und elf Prozent arbeiten im Markt als Agentur (Werbung/PR). Zwei Drittel

aller Unternehmen haben ihren Firmensitz in München. Jedes fünfte Unternehmen verfügt mindestens über einen weiteren Standort in oder außerhalb Deutschlands. Die Studie machte deutlich, dass es sich bei der Gamesbranche um eine sehr junge Branche handelt: Knapp 80 Prozent aller Akteure sind nach 2000 in die Gamesbranche eingestiegen, 19 Prozent starteten ihre Gamesaktivitäten erst innerhalb der letzten drei Jahre. Laut Studie nimmt v. a. die Bedeutung von Mobile- und Onlinegames zu. Zwar sind 68 Prozent der in der Befragung erfassten Unternehmen noch mit PC-Spielen aktiv, nahezu gleichauf liegen mit 65 Prozent aber bereits Games für Smartphones. Bei 59 Prozent der Befragten gehören Spiele für Tablets zum Programm und bei 54 Prozent Browsergames (ohne soziale Netzwerke).



3



4

2. Umsätze und Beschäftigte

Im Jahr 2012 erwirtschaftete die bayerische Gamesindustrie einen Umsatz von insgesamt 1,21 Mrd. Euro. Nach Goldmedia-Schätzungen lag der gesamtdeutsche Umsatz bei 2,15 Mrd. Euro. Demnach ist Bayern mit einem Anteil von 56 Prozent die umsatzstärkste Gamesregion in Deutschland. 2012 erzielten die in Bayern aktiven Unternehmen eine durchschnittliche Rendite von 26 Prozent. Entsprechend bewerteten auch 57 Prozent der Unternehmen ihre eigene wirtschaftliche Situation als gut oder sehr gut. Zwei Drittel der erfassten Gamesakteure erwarten für 2013 steigende Umsätze. Die Gamesindustrie ist eine Branche mit guten Berufschancen. Seit 2010 stieg die Zahl der fest angestellten Mitarbeiter um 28 Prozent auf 2022 im Jahr 2012. Damit sind rund drei Viertel aller im bayerischen Gamesmarkt Tätigen festangestellt. Hinzukommen noch freie Mitarbeiter, Auszubildende, Volontäre und Praktikanten. Laut Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) gab es 2012 in Deutschland insgesamt rund 10.000 Beschäftigte. Demnach vereint Bayern rund ein Fünftel aller Angestellten in der deutschen Gamesbranche. Besonders zugenommen hat die Bedeutung von kreativen Festangestellten. Deren Anteil am Gesamtmitarbeitervolumen

wuchs von 19 Prozent im Jahr 2010 auf 24 Prozent 2012. Auch für 2013 planen die Unternehmen laut Studie vor allem den weiteren Ausbau ihrer Entwickler- und Designteams.

3. Gamesstandort Bayern

Mehr als die Hälfte aller befragten Gamesunternehmen (55 Prozent) sind mit dem Standort Bayern zufrieden bzw. sehr zufrieden. Als Hauptgründe werden die gute Infrastruktur, die hohe Wirtschaftskraft Bayerns sowie der gute Austausch zwischen Politik und Gamesbranche genannt. Nachteilige Faktoren sehen die Befragten in erster Linie in den hohen Lebenshaltungskosten und dem allgemeinen Image der Branche. Die Befragten erhoffen sich von der bayerischen Politik mehr Anerkennung und eine insgesamt höhere Akzeptanz der Gamesbranche als Kulturgut. Zudem wünschen sie sich eine bessere finanzielle und staatliche Unterstützung, v. a. bei Start-ups. Als konkurrierende Standorte in Deutschland werden von den Befragten vor allem die Metropolen Berlin und Hamburg genannt. International werden insbesondere London, San Francisco, Montreal und Paris als Wettbewerber angesehen.

4. Entwicklungspotenziale

Regelmäßige Games- und Networkingevents sind der Branche wichtig.

Neben der allgemeinen Imageaufwertung gehört dies zu jenen Maßnahmen, die sich die Unternehmen in Bayern am meisten von Verbänden oder öffentlichen Institutionen wünschen. Zudem wird auch die Schaffung einer Anlaufstelle für Unternehmensgründer und Quereinsteiger angeregt, die Beratung, Informationen und Branchenverzeichnisse anbietet. Während Games für stationäre Konsolen weiterhin die größten Umsatzanteile generieren, sind künftig vor allem mobile und Onlinegames die stärksten Wachstumstreiber. Neue Impulse kommen auch aus der stärkeren Differenzierung mobiler Endgeräte und Plattformen. Zudem gewinnen Umsätze durch virtuelle Zusatzinhalte auf der Basis von Free-2-Play-Geschäftsmodellen für sogenannte Mikrotransaktionen weiter an Bedeutung.

Während sich der Auftraggeber, die Medientage München GmbH, und auch der Bayerische Medienminister Thomas Kreuzer mit den Ergebnissen der Studie zufrieden zeigten, fiel die Reaktion der bei der Präsentation anwesenden Branche differenzierter aus. Insbesondere ein Chart (PDF, Seite 31) bot Anlass für begründeten Widerspruch. Demnach gehen nämlich ganze 90 Prozent des Gesamtumsatzes der bayerischen Games-

- 1 (v.l.): Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring (Präsident a.D. der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien), Siegfried Schneider (Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien), Thomas Kreuzer (Staatsminister und Leiter der Bayerischen Staatskanzlei), Kristin Heitmann (Spieleentwicklerin app media), Hendrik Lesser (Geschäftsführer Remote Control Productions GmbH), Prof. Dr. Klaus Schaefer (Geschäftsführer des FFF), Karl-Georg Nickel (Koordinator des Mediennetzwerks Bayern), Dr. Franz Glatz (Geschäftsführer gate Garching Technologie- und Gründerzentrum GmbH)
- 2 Tom Wendel (Community-Manager WERK1 München), Dr. Franz Glatz (Geschäftsführer gate Garching Technologie- und Gründerzentrum GmbH)
- 3 Prof. Dr. Klaus Goldhammer (Geschäftsführer Goldmedia)
- 4 Teilnehmer an der Veranstaltung „3. Games im Zentrum“

unternehmen auf das Konto von fünf Unternehmen, die zwar namentlich nicht genannt wurden, zu denen aber Kaliber wie Microsoft, Nintendo und Activision-Blizzard zählen dürfen. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die restlichen 223 bayerischen Unternehmen, also genau jene, die das Herzstück und die krea-

tive Kraft der bayerischen Gameswirtschaft darstellen, für zehn Prozent des Umsatzes stehen. Viel mehr Aufschluss über diese zehn Prozent des Markts lieferten die veröffentlichten Ergebnisse der Studie leider nicht, wiewohl gerade diese von größtem Interesse für das Gros der bayerischen Gamesunternehmen sind. So lieferte die Studie beispielsweise keine Angaben zur Unternehmensgröße nach Mitarbeiterzahl, eine Information, die das auf Umsatzvolumen fixierte Bild der Studie relativiert und gezeigt hätte, wo in Bayern tatsächlich die Musik in der Gamesbranche spielt.

Doch bei aller berechtigten Kritik an den präsentierten Ergebnissen der Studie muss der Versuch der Medientage München GmbH, erstmals eine valide Datenbasis für den Gamesstandort Bayern zu erheben, begrüßt werden. Nur darf sie sich jetzt nicht auf diesen ersten „Lorbeeren“ ausruhen. Die eigentliche Arbeit, also die detaillierte Analyse der vorliegenden Daten, fängt jetzt erst an. Und deren Ergebnisse dürften noch viel interessantere Aussagen zum Standort Bayern liefern, als es die bisherigen Daten zu Teilen leisten.

Harald Hesse

INFO

Die Studie „Gamesstandort Bayern“ finden Sie unter diesem Link:
www.medientage.de/media/download/presse/ppt_gamesstandort_bayern_2013-05-06.pdf

Feedback fällt kritisch aus

Kaum hatte die Medientage München GmbH am 6. Mai die erste Studie „Gamesstandort Bayern“ vorgestellt, wurde auch schon Kritik daran laut. GamesMarkt hat erste Reaktionen eingefangen. Sie machen deutlich, was vom Auftraggeber der Studie erwartet wird: kein Update, sondern Bug Fixes.

Am 6. Mai präsentierte die Medientage München GmbH die Studie „Gamesstandort Bayern“, von der sich die bayerische Gamesindustrie erstmals verlässliche Branchendaten für den Freistaat versprach. Entsprechend groß war auch die Vorfreude auf die Vorstellung der Ergebnisse. Doch der anfänglichen Euphorie sollte Ernüchterung folgen. Grundsätzlich begrüßte die Branche zwar die Initiative der Medientage München, die erst zur Erhebung der nun vorliegenden Daten geführt hatte, die im Gründerzentrum Werk 1 gezeigten Teilergebnisse der Studie wurden aber als „verzerrend“ und „unzureichend“ bewertet. Diese Einschätzung war Anlass genug für GamesMarkt, einige Reaktionen von bayerischen Spieleentwicklern einzufangen, konkret von Reality Twist, United Soft Media, Ravensburger Digital, Aesir Interactive und Mimimi Productions.

Bereinigung notwendig

Die Frage, „wo“ wir in Bayern stehen und was für den Ausbau des Standorts gemacht werden muss, beschäftigt uns ständig. Verwertbare Zahlen waren daher ein lang gehegter Wunsch der Branche. Entsprechend groß war die Freude, als wir erfahren haben, dass die Medientage München eine Studie in Auftrag gegeben haben. Leider liefert die Studie die von uns dringend benötigten Informationen noch nicht. Die Milliardenumsätze der Top 5 Konzerne sind laut der Studie für 90 Prozent der 1,2 Mrd. Umsatz verantwortlich und verzerrten somit die Auswertungen so stark, dass es nicht mehr möglich ist, Informationen über die 223 restlichen Firmen zu erhalten. Man kann gerade noch grob abschätzen, dass der durchschnittliche Umsatz dieser Firmen knapp über 500.000 Euro liegt. Aus meiner Sicht wäre eine „Bereinigung“ der Studie ohne die



Top-5-Firmen dringend notwendig. Nach meiner Markteinschätzung gehe ich außerdem davon aus, dass es sich hier überwiegend um internationale Konzerne handelt, die keinen signifikanten Beitrag zur Wertschöpfung in Bayern leisten. Die Daten, die für die Studie erfasst wurden, sind jedoch mit Sicherheit die besten, die wir bis jetzt haben. Umso mehr würde ich mich freuen, wenn

noch ein paar Auswertungen für das „Zehn-Prozent-Segment“ nachgereicht würden.

Clemens Hochreiter,
Geschäftsführer Reality Twist

Wenig neue Erkenntnisse

Herr Müller von Travian Games hat es im direkten Anschluss an die Präsentation der Studie ja sehr gut auf den Punkt gebracht: Nimmt man die Top 5 raus, bleiben noch zehn Prozent vom genannten Umsatz übrig, und damit verliert die Studie an Aussagekraft. Besser wäre es gewesen, die Top 5 und den Rest der bayerischen Gamesbranche getrennt zu untersuchen. Die Top 5 operieren ja alle international, d. h., der Standort Bayern wäre ja jederzeit ersetzbar. Wünschenswert wäre auch gewesen, die einzelnen Bereiche (Entwickler, Publisher, Distributor, Dienstleister) besser zu durchleuchten oder eine Liste mit den „bayrischen



Topiteln“ zu zeigen. Insgesamt hat mir die Studie nicht sehr viele neue Erkenntnisse gebracht.

Kurt Tomaszewski,
Geschäftsführer United Soft Media Verlag

Nur bedingt ableitungsfähig

Es ist m. E. sehr positiv zu bewerten, dass sich Politik und öffentliche Institutionen – auch durch Erstellung einer solchen Studie – mit Stand und Bedeutung der Gamesbranche in Bayern auseinandersetzen. Es bleibt zu hoffen, dass sich daraus weitere positive Impulse für die Branchen-



entwicklung in Bayern ergeben. Auf der Arbeitsebene eignet sich die Studie zur Ableitung von geeigneten politischen Maßnahmen m. E. jedoch nur bedingt. Dafür hätte es einer detaillierteren „Netto“-Analyse bedurft – unter Herausrechnung der fünf größten Unternehmen, die 90 Prozent des gesamten Umsatzes erwirtschaften. Wenn es wirklich darum geht, wie man eine bayerische Gamesbranche fördern kann, deren Wertschöpfung über die Vertriebsfunktion für internationale Konzerne hinausgeht, dann müsste der Fokus einer weitergehenden Untersuchung auf den Unternehmen liegen, die die restlichen zehn Prozent des Umsatzes machen. Besser gesagt, der Fokus müsste darauf liegen, wie man diesen Anteil über die zehn Prozent hinaus entwickeln kann.

Thomas Bleyer,
Managing Director Ravensburger Digital

Keine Spiegelung der aktuellen Lage

Wir sind – wie auch einige andere Kollegen – enttäuscht von dem Fazit. Eine Differenzierung verschiedener Werte und mehrere verschiedene Blickwinkel oder eine andere Zusammenstellung der Daten unter Anlegung von verschiedenen Filtern auf die Situation hätten womöglich mehr Aufschluss über existierende und zukünftige Probleme geliefert und somit der Gamesbranche in Bayern weitaus mehr geholfen. Für uns als junger Entwickler spiegelt das Fazit der Studie nicht die aktuelle Situation

wider. Bleibt nur zu hoffen, dass dieses unglaublich positiv ausgefallene Fazit nicht als Anlass genommen wird, sich zurückzulehnen, sondern eher noch als Ansporn interpretiert werden kann und eine gewissenhafte und detaillierte Aufarbeitung auf Grundlage der Studie selbst und nicht auf Grundlage der finalen präsentierten Datenzusammenstellung erfolgt. Wir sehen auf jeden Fall auch einen Aufwind für die Branche und sanfte Verbesserungen in sämtlichen Bereichen, aber für einen Sturm wie er hier dargestellt wird, reicht es noch lange nicht.

Wolfgang Emmer,
Managing Director Aesir Interactive

Noch nicht am Ziel angekommen

Die präsentierten Ergebnisse der Studie spiegeln durch die Inkludierung der Top 5 der Gamesunternehmen, die 90 Prozent des Umsatzes in Bayern ausmachen, auf den ersten Blick nicht die wirtschaftliche Realität der restlichen 200+ Firmen wider. Ich bin deshalb auf den detaillierten Gesamtbericht gespannt, bei dem sich diese verfälschenden Faktoren hoffentlich ausklammern lassen. Entscheidend ist letztlich, dass die Daten gesammelt wurden und nun sinnvoll – und nicht nur außenwirksam – aufbereitet werden. Denn auch wenn die ersten Resultate überaus Positives vermuten lassen und wir auf einem guten Weg sind, ist die bayrische Gamesbranche noch nicht am Ziel angekommen.

Johannes Roth,
CEO/Founder Mimimi Productions

Die Reaktionen zeigen deutlich, was sich die Branche nun vom Auftraggeber der Studie, der Medientage München GmbH, wünscht und erhofft: eine detailliertere „Netto“-Analyse der ermittelten Branchendaten unter Herausrechnung der fünf größten Unternehmen, wie es in einem der Kommentare hieß. Also kein Update, vielmehr Bug Fixes.

Harald Hesse





Steve Swasey, Vice President and
Head of Global Communication bei Kabam

Kabam ist ein Berliner

Der kalifornische Free-to-Play-Entwickler Kabam eröffnete kürzlich seinen zweiten Europa-standort in Berlin. GamesMarkt sprach mit Steve Swasey, Vice President and Head of Global Communications, über diese Entscheidung.

Herr Swasey, nach Luxemburg haben Sie in Berlin gerade Ihre zweite Niederlassung in Europa eröffnet. Was bringt Sie in die deutsche Hauptstadt?

Es war klar, dass wir unser neues Büro in Europa eröffnen wollten, denn hier erwirtschaften wir 45 Prozent unseres gesamten Umsatzes. Für Berlin sprechen zwei Gründe: Zunächst ist es eine sehr interessante und internationale Stadt. Für uns als Arbeitgeber war es aber ferner auch ausschlaggebend, dass wir schnell und einfach gut ausgebildete Talente finden können, die viele Sprachen sprechen. Besonders Letzteres ist wichtig, aber längst nicht überall selbstverständlich. In Berlin hatten wir das Gefühl,

am schnellsten passende Mitarbeiter finden zu können, die unsere Games und unsere Technologie verstehen.

Welche Aufgaben wird das Team in Berlin künftig für Kabam übernehmen?

Berlin wird den Kollegen in Luxemburg zuarbeiten. Die Niederlassung dort wird weiterhin unser Europa-Hauptquartier bleiben. Für Deutschland sieht der momentane Plan vor, dass von dort Support und Kundenbetreuung für unsere europäischen Kunden geleistet werden. Außerdem soll das Team hier an der Lokalisierung von Spielen arbeiten. Die Entwicklung eigener Titel ist auf absehbare Zeit für Berlin nicht geplant.

Daher auch die fürs Erste eher geringere Anzahl von 50 Mitarbeitern. Was aber keineswegs ausschließt, dass wir diese Zahl künftig aufstocken werden. Kabam ist seit seiner Gründung stets gewachsen, also ist das ist auch für Berlin geplant.

Andere europäische Länder, zum Beispiel UK oder Irland, locken internationale Unternehmen, auch aus dem Spielesegment, mit Steuerergünstigen. Warum lassen Sie sich die entgehen?

Natürlich haben wir uns auch Städte wie Dublin oder London angeschaut, aber auch Amsterdam und Hamburg. Die Entscheidung für Berlin fiel letztendlich aus den bereits genannten Gründen: wegen der gro-



Kabam entwickelte das offizielle Mobile-Game zum letzten Tolkien-Film „Der Hobbit“

ßen Menge an gut ausgebildeten und multilingualen Menschen.

Gab es denn andersgeartete Hilfe von deutschen Behörden oder Organisationen, um das Ansiedeln zu erleichtern?

Wir haben uns entschieden, über solche Einzelheiten und Details, die unsere Geschäftsinterna betreffen, nicht öffentlich zu sprechen.

Wird das neue Studio künftig von einer lokalen Führungskraft geleitet?

Noch haben wir formal keinen Studiochef für Berlin benannt. Es gibt aber, gerade in Luxemburg, eine Vielzahl von langjährigen und erfahrenen Kabam-Mitarbeitern, die mit dem Aufbau und der Eingliederung der neuen Niederlassung betraut wurden. In letzter Instanz untersteht der Berliner Standort aber Andrew Sheppard, President Kabam Studios in San Francisco.

In der Außendarstellung betont Kabam stets, Free2Play-Spiele für Core-Gamer zu entwickeln. Was ist so schlimm an Casual-Playern?

Die Gruppe der Core-Gamer unterscheidet sich aus unserer Sicht in der Zeit, die sie bereit sind, in ein Spiel zu investieren. Sie spielen oft viele Stunden und werden ein Produkt, das ihnen gefällt, über Jahre begleiten. „Kingdoms of Camelot“, eines unserer ersten Spiele, ist auch

zugleich noch immer eines unserer erfolgreichsten. Es begann als Social-Game auf Facebook, inzwischen gibt es auch eine Version für Browser und für Mobil-Geräte. Manche unserer Kunden sind seit mittlerweile über dreieinhalb Jahren Spieler von „Kingdoms of Camelot“. Es ist aus unserer Sicht bei dieser Gruppe nicht mehr angemessen, von Casual-Spielern zu sprechen.

Setzen Sie auch deshalb aktuell mit Spielen zu „Der Hobbit“ und „Fast & Furious“ auf bekannte Marken?

Kabam wird künftig weiterhin beide Ansätze verfolgen: Eigenmarken sowie Lizenzproduktionen. Außerdem ist „Kingdoms of Camelot“ eigentlich auch selber schon eine Marke. Es ist ein 200-Millionen-Dollar-Franchise, das macht es zur siebterfolgreichsten Strategiemarke aller Zeiten in der ganzen Industrie. Ich denke, da kön-

nen wir mit Fug und Recht beanspruchen, dass wir uns damit nicht hinter anderen Marken verstecken müssen.

Welche Plattform betrachten Sie für Kabam als die wichtigste in der Zukunft?

Vor allem das Segment der Mobile-Games wird weiter wachsen, auch für uns, da sind wir ganz sicher. Es ist sicherlich spannend zu beobachten, was auf den neuen Konsolen passiert. Aus unserer Sicht können Kunden nur gewinnen, wenn Free-to-Play auch ins Wohnzimmer kommt. Es ergibt doch keinen Sinn, mehrere 100 Dollar für die Hardware und dann jeweils weitere 60 für jedes Spiel auszugeben, wenn es auch die Möglichkeit gibt, die Spiele kostenlos auszuprobieren und erst zu zahlen, wenn man Spaß hat. Trotzdem – um noch einmal auf Konsolen zu sprechen zu kommen – werden die künftig wohl wenig Chance gegen Tablets haben. Schon jetzt werden doppelt so viele Tablets wie Konsolen verkauft. In ein paar Jahren, vielleicht sogar früher, wird die Rechenleistung dafür sorgen, dass man die Grafikqualität erreicht, die man sonst nur auf Konsolen hatte – mit dem Unterschied, dass ich die Geräte in die Tasche stecken kann. Welches Argument spricht denn dann noch gegen Tablets?

Daniel Raumer



Erfolgreichstes Kabam-Spiel: „Kingdoms of Camelot“





Wiener Spiele-Melange

Ende September findet zum siebten Mal die Game City Wien statt. Besucherentwicklung und Ausstellerresonanz sprechen für das Event. Die Organisatoren halten entsprechend am bestehenden Konzept fest.

Auch für die kleinen Gamer ist im Wiener Rathaus einiges geboten

63.000 Besucher kamen 2012 ins Wiener Rathaus, um sich über Games zu informieren oder selbige einfach nur auszuprobieren. Damit ist die Game City Wien nicht nur Österreichs erfolgreichstes Games-event, auch im internationalen Vergleich finden sich nur wenige Veranstaltungen, die ein ähnlich hohes Besucheraufkommen vorweisen können. Kein Wunder, dass Christian Oxonitsch, Stadtrat für Bildung, Ju-

gend, Information und Sport, begeistert ist von dem Event, das er seit Anbeginn unterstützt. „Gaming und Ausprobieren auf der einen Seite, Diskussionen, Vorträge und Beratung auf der anderen Seite machen die Game City zu einem Event, das für Kinder, Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen spannend ist und das Rathaus einmal mehr zum Ort der Begegnung werden lässt“, schreibt er in einer Grußbotschaft für das 2013er-Event auf der Homepage der Game City Wien. „Die jährliche wachsenden Besucherzahlen beweisen, dass der Wiener Weg, auf Information und fachliche Auseinandersetzung statt auf Verbote zu setzen, erfolgreich ist“, heißt es weiter. Oxonitsch erinnert mit diesen Worten auch daran, dass die österreichische Politik längst den Dialog mit der Branche suchte und führte, während gerade aus dem Süden der Bundesrepublik Deutsch-



Christian Oxonitsch auf der Game City Wien 2012

land noch vor allem Verbotsforderungen laut wurden, wenn es um Computer- und Videospiele ging. Das ist inzwischen anders. Trotzdem ist und bleibt die Game City Wien ein Event mit Beispielcharakter im deutschsprachigen Raum, aber auch im paneuropäischen, wenn nicht sogar globalen Vergleich. Denn es gibt nur wenige Gamesevents, die über eine derart heterogene Besucherstruktur verfügen. Das liegt in erster Linie am Konzept. Und das wird von Jahr zu Jahr zwar weiterentwickelt, jedoch nicht radikal umgestellt.



Foto: Game City Wien

Fotos: Game City Wien

Preise & Frühbucherrabatt

Noch bis Ende Mai erhalten Unternehmen, die sich als Aussteller zur Game City Wien anmelden, einen Frühbucherrabatt von zehn Euro pro Quadratmeter. Die Standardpreise für die wichtigsten Ausstellungsbereiche:

GAMING ROOM

bis 40 m² 160 Euro/m²
41 bis 80 m² 135 Euro/m²
ab 81 m² 110 Euro/m²

GAMING AREA I

bis 40 m² 90 Euro/m²
41 bis 80 m² 80 Euro/m²
ab 81 m² 70 Euro/m²

GAMING TENT

bis 40 m² 115 Euro/m²
41 bis 80 m² 105 Euro/m²
ab 81 m² 95 Euro/m²

GAMING AREA II

bis 40 m² 85 Euro/m²
41 bis 80 m² 75 Euro/m²
ab 81 m² 65 Euro/m²

WIENXTRA KINDERZONE

bis 10 m² 60 Euro/m²
ab 11 m² 40 Euro/m²

Warum auch? Das einzige, was die Game City Wien beschränkt, ist die Lokation selbst. Doch die macht einen nicht unerheblichen Teil des Charmes der Game City Wien aus. Denn wie oft kommt es vor, dass man mitten im Rathaus zocken kann? Entsprechend begehrt sind die Plätze im sogenannten Gaming Room, den es natürlich auch 2013 geben wird. Da die Veranstalter erneut mit einer großen Nachfrage seitens der Aussteller rechnen, ist auch in diesem Jahr ein Gamingzelt geplant sowie eine weiteres Areal im Innenhof des Rathauses.

Neben der Möglichkeit, kommende Spiele auszuprobieren, sind vor allem die verschiedenen Schwerpunkte mit verantwortlich für die heterogene Zusammensetzung der Besucher. So wird es auch 2013 wieder eine Kidszone geben, bei der nicht nur kindgerechte Produkte im Mittelpunkt stehen, sondern auch das Thema Medienkompetenz. Festhalten werden die Veranstalter an der begleitenden Fachkonferenz F.R.O.G., auch wenn diese hinsichtlich der Besucherzahlen limitiert ist und nicht die Größenordnung einer GDCE oder einer Quo Vadis erreicht. Im vergangenen Jahr kompensierten die Organisatoren dieses Manko mit einer strikten Ausrichtung auf ein pädagogisches Publikum. In diesem Jahr steht die F.R.O.G. unter dem Motto „Context Matters“.

Erreicht wird die Vielschichtigkeit beim Publikum jedoch auch, indem jeder Tag einer anderen Zielgruppe zugeordnet wird. So stehen am Messesamstag neben der offiziellen Eröffnung vor allem die Wiener Schulen im Fokus. Der Samstag ist dann vor allem der Core-Zielgruppe gewidmet, während am Sonntag Familien angesprochen werden. Das vielleicht wichtigste Argument ist jedoch: Der Eintritt zur Game City Wien ist frei.

Stephan Steininger

animago 2013

INSPIRATION
MOTIVATION
CELEBRATION



30. Juni 2013

Anmeldeschluss für den
animago AWARD



24./25. Oktober 2013

animago AWARD &
CONFERENCE

JETZT BEITRAG EINREICHEN!

Kostenfreie Teilnahme und alle Informationen
auf unserer Homepage www.animago.com

- animago AWARD: International etablierter Wettbewerb** im gesamten Spektrum digitaler Medienproduktion und Visualisierung seit 17 Jahren.
- An alle Digital Artists:** Egal ob Studio, Freelancer oder Nachwuchs, stellen Sie sich dem **Votum der Fachjury** und inspirieren Sie uns mit Ihren Arbeiten.

Veranstaltet von:
**DIGITAL
PRODUCTION**

Gefördert durch:
**medienboard
Berlin-Brandenburg**

www.animago.com
f animagoAWARD

Bilder: animago AWARD & CONFERENCE 2012

Gesponsert von:



4Dgraphic



AUTODESK



mStore
Die Apple Entertainment in Store Stadt



Buchtipp: „Mysterium Spieleentwickler“

Felix Olschewski seziert in seinem Buch den Traumberuf Spieleentwickler – das entzaubert und ermutigt zugleich.



Felix Olschewski, Buchautor und Gamedesigner

„Reich werde ich damit nicht. Das war mir von vornherein klar“, gibt Felix Olschewski unumwunden zu. Der junge Gamedesigner hat das Buch „Mysterium Spieleentwickler: Schritt für Schritt vom Wunsch zur Karriere“ geschrieben, das im März 2011 veröffentlicht wurde: als Book-on-Demand; es wurde also nur eine kleine Erstauflage gedruckt, weitere Exemplare werden kurzfristig vom Verlag bereitgestellt, wenn neue Bestellungen eingehen.

In „Mysterium Spieleentwickler“ arbeitet Olschewski anhand seiner eigenen Erfahrungen ab, was es denn mit dem vermeintlichen

Traumberuf Spieleentwickler auf sich hat. Er muss es wissen, denn er hat nach einer Vielzahl von Stationen in der Industrie seit 2004 sein eigenes Studio: Dead on Entertainment (unter anderem „Carcassonne“ für den DS). Seit Kindesbeinen war er vom Medium Videospiel fasziniert, begann daher nach der Schule als QA-Tester, absolvierte anschließend ein Gamedesignerpraktikum. Später stieg er zum leitenden Projektmanager und dann Producer auf, bevor die Entscheidung pro Selbstständigkeit fiel. Olschewski hat also geschafft, wovon viele junge Menschen träumen: Er entwickelt Spiele.

Doch ist Spieleentwickler überhaupt ein dezidiertes Tätigkeitsfeld, oder werden so in Ermangelung von besseren Begriffen oder aus Unwissen eine Vielzahl von Feldern in der Gamesbranche bezeichnet? Welche Ausbildung und Qualifikationen soll-

ten Aspiranten erwerben, und wie bewirbt man sich überhaupt richtig bei einem Studio? Wie läuft der Arbeitsalltag ab, und wie finanzieren sich Entwicklerfirmen? Fragen, die teilweise recht banal klingen mögen, doch Olschewski weiß aus leidvoller Erfahrung, dass sie das meist keinesfalls sind. Als Projektmanager und Producer war und ist er selbst in Personalentscheidungen involviert und führt Bewerbungsgespräche.

„Viele haben überhaupt keine Ahnung, was sie in diesem Beruf erwartet“, sagt er. Es war ihm zunächst ein Bedürfnis, eine grundlegende Kategorisierung der unterschiedlichen Tätigkeiten an einem Videospiel zu leisten. Das hat natürlich Wert für die Wissenschaft und Politik, kommt aber auch jungen Menschen zugute, die mit einer Karriere in der Branche liebäugeln. „Es gab und gibt aus meiner Sicht keine Literatur, die Bewerbern und Interessenten hierfür das richtige Handwerkzeug an die Hand gibt“, so Olschewski. Arbeitsämter und Universitäten setzen aus seiner Sicht oft falsche Prioritäten bei Qualifikationen und Ausbildungsinhalten. „Speziell private Institute, die Studiengänge für Gamedesigner anbieten, bilden Bewerber völlig praxisfremd aus“, sagt der Autor. Weil die vorrangig solvente Studierende anziehen wollen, erklären sie ihre Studiengänge zur Pflichtvoraussetzung

für einen Job. „So werden viele junge Talente gleich eingeschüchtert, weil man ihnen eintrichert, dass sie bestimmte Abschlüsse und Qualifikationen zwingend brauchen“, beschwert sich Olschewski.

Erklärtes Ziel von „Mysterium Spieleentwickler“ – anders als der Titel es nahelegt – sei es, Legenden zu zerstören, die sich um den Beruf des Gamedesigners ranken. Eine Intention, die nach Lektüre der 135 Seiten in beide Richtungen funktioniert: Es ist eine Entzauberung eines mit vielen Sehnsüchten beladenen Berufs sowie ein Mutmacher für Talente, an die eigenen Stärken zu glauben. So sieht das auch der Autor: „Ich will niemanden abhalten, im Gegenteil. Aber ich finde, junge Menschen sollten ein passendes Bild von Spieleentwicklern bekommen.“ Da ist es fast unverständlich, warum „Mysterium Spieleentwickler“ nicht schon längst zur Standardlektüre an Gamesakademien gehört.

Daniel Raumer



„Mysterium Spieleentwickler“ (ISBN: 3842342268) gibt's für ca. 20 Euro bei gängigen Onlinebuchhändlern



Nachreleaslicher Handel

Zahltag

Der Vorgänger von 2011 war ein reiner Downloadtitel. Diese Distributionsform war auch für „Payday 2“ vorgesehen. Doch jetzt schafft es der Multiplayershooter des schwedischen Entwicklers Overkill Software doch noch in den Handel: Publisher 505 Games sicherte sich die Vermarktungsrechte, um „Payday 2“ zusätzlich als verpackte Konsolenversion zu veröffentlichen. Der Titel wird im Handel für PlayStation 3 und Xbox 360 erscheinen, die PC-Version bleibt indes rein digital. Der Release ist für August in Aussicht gestellt. Interessant wird dann allerdings die Preisgestaltung: Während der erste Teil als Download noch für Rund 15 Euro verkauft wurde, stellt sich die Frage, ob „Payday 2“ digital ebenso viel kosten wird und wie viel dann Käufer der Box-Version bezahlen müssen.

Totes Kapital

Die erste Episode des Adventures „The Walking Dead“ von Telltale Games erschien im April 2012, für PC, Mac, PlayStation 3, Xbox 360 und „iOS“. Bei der Menge der Plattformen und Auszeichnungen, darunter auch die LARA 2013 in der Kategorie Bestes Internationales Computerspiel, war eigentlich davon auszugehen, dass alle interessierten Spieler bereits eine Version des Spiels besitzen. Trotzdem entschied sich Telltale zur nachträglichen Veröffentlichung auf Disc. Über ein Jahr später erschien „The Walking Dead“ für PC, Xbox 360 und PS3 im Handel – und steig sogar recht vielversprechenden in die plattformübergreifenden Charts ein. Die PS3-Version landete zum Start an zehnter Stelle, das PC-Pendant an 19. Die Xbox 360 fällt mit Position 56 ein wenig aus dem Rahmen.

Drachengold

Etwa eineinhalb Jahre nach Erscheinen des Hauptspiels bringt Bethesda am 7. Juni die „Legendary Edition“ von „The Elder Scrolls V: Skyrim“ – eine Art „Game of the Year“-Ausgabe des Rollenspiels. Diese Fassung wird neben dem Hauptspiel die Downloaderweiterungen „Dawnguard“, „Hearthfire“ und „Dragonborn“ enthalten. Für 39,99 (PC) bzw. 49,99 Euro (PS3, Xbox 360) bekommen Kunden also das komplette „Sykrim“-Paket. Auch Bethesda will wohl dem stationären Handel weiter nicht den Rücken kehren. Auch wenn die einzelnen Downloadpakete für den PC bereits einzeln in einer Boxversion erhältlich sind, ist die „Legendary Edition“ für Konsolenbesitzer und Downloadverächter in dieser Form die erste Möglichkeit, sich alle Inhalte des Spiels im Handel zu sichern.



ORDERTIPP: A³/A/B/C/SI Basierend auf Kriterien wie Produktqualität, Bekanntheitsgrad einer Lizenz oder Marke sowie geplante Marketingaktivitäten, gibt die Redaktion eine Empfehlung, ob eine Neuheit absoluter Tophit (Triple A) ist, in hohen (A) oder geringeren Mengen (C) geordert werden sollte. Eine Sonderstellung nehmen SI-Titel (Special Interest) ein, deren thematische Ausrichtung für einen speziellen Kundenkreis interessant sein könnte.

USK-ALTERSFREIGABEN: Sofern bei Redaktionsschluss die USK-Altersfreigaben der vorgestellten Produkte vorliegen, werden diese abgebildet.



Donkey Kong Country Returns

Mit etwa Verspätung schafft das hervorragende Jump 'n' Run den Sprung auf 3DS und bringt alle Tugenden mit, die bereits das Wii-Original ausgezeichnet haben.



VÖ: 24.05.2013
Plattform: 3DS
Genre: Jump 'n' Run
Publisher: Nintendo
Vertrieb: Nintendo
Entwickler: Monster Games

Capcom portiert den 3DS-Titel „Resident Evil: Revelations“ auf die heimischen Konsolen. Nintendo geht den umgekehrten Weg und bringt das Wii-Jump-‘n’-Run „Donkey Kong Country Returns“ auf den Handheld. Mit dem Spiel lieferte der Entwickler Retro 2010 eine hervorragende Neuinterpretation des Super-Nintendo-Klassikers ab, die das Original in allen Punkten noch übertrifft. In Form von Donkey und Diddy Kong machen sich die Spieler zum Affen und hüpfen und springen durch abwechslungsreich gestaltete 3D-Level. Hinter der kunterbunten Oberfläche verbirgt sich aber ein extrem schweres Jump 'n' Run, das selbst Genrekenner zur Weißglut treibt. All das hat das Studio Monster Games ordentlich auf 3DS umgesetzt. Mit zwei Geräten und Modulen

ausgestatten, können auch hier sogar zwei Spieler gleichzeitig auf Bananenjagd gehen. Neu hinzugekommen sind acht zusätzliche Abschnitte, die nach dem Ende des Hauptspiels freigeschaltet werden. In erster Linie entspricht die 3DS-Version ziemlich genau dem Wii-Vorbild, also auch beim Schwierigkeitsgrad, was Probleme mit sich bringt. Denn die Steuerung mit dem Circlepad fühlt sich etwas schwammiger. Wenn, wie hier, pixelgenaues Vorgehen notwendig ist, kann das schnell zu Frustrationen führen. Zwar hat man dem Spiel noch einen Modus spendiert, der Donkey und Diddy Kong mit zusätzlichen Lebensherzen ausstattet und weitere nützliche Items im In-Game-Shop enthält, eine gewisse Frustrationsresistenz ist aber dennoch nützlich. Das soll

aber nicht heißen, dass es sich hier um ein schlechtes Spiel handelt. Im Gegenteil: „Donkey Kong Country Returns“ gehört zu den besten Vertretern des Genres. Für Kenner des Wii-Originals wird wenig Neues geboten. Wer dieses aber noch nicht besitzt, sollte hier zugreifen.

Verkaufsargumente:

- Exzellentes Jump 'n' Run
- Zusätzliche Level
- Zwei-Spieler-Modus





Grid 2

Auf Codemasters ist Verlass. In schöner Regelmäßigkeit liefert der britische Entwickler tolle Rennspiele ab. Auch „Grid 2“ gehört zum Besten, was das Genre zu bieten hat.

Mit dem ersten „Grid“, damals noch mit dem Namenszusatz „Race Driver“, führte Codemasters vor fünf Jahren eine kleine Rennspielrevolution ein: die Rückspulfunktion. Wer den richtigen Bremspunkt verpasst oder einen Unfall verursacht hatte, konnte per Knopfdruck die Zeit einfach ein paar Sekunden zurückerdrehen und es beim zweiten Versuch besser machen. Ein nützliches Feature, das inzwischen von den meisten Genrekurrenten übernommen wurde. Natürlich greift auch „Grid 2“ darauf zurück, kann allerdings nicht mit einer ähnlich umwälzenden Neuerung aufwarten wie der Vorgänger. Das hat das Spiel aber auch nicht nötig, denn das Paket, das die englischen Rennspispezialisten hier geschnürt haben, ist Extraklasse. Lediglich das Fehlen

einiger Kleinigkeiten wie die Cocktailperspektive oder einzeln zuschaltbare Fahrhilfen, trüben den eigentlich makellosen Gesamteindruck. Ansonsten gibt sich Codemasters hier allerdings keine Blöße. Eingebettet in eine ordentliche Rahmenhandlung um die Rennliga „WSR“, klettert der Spieler Stück für die Stück die Karriereleiter hoch, fährt neue Autos frei und bekommt für Erfolge neue Fans, die wiederum dafür sorgen, dass neue Wettbewerbe freigeschaltet werden. Die Rennen selbst, die auf Stadtkursen, Original-Rennstrecken oder in malerischen Landschaften stattfinden, fahren sich äußerst spektakulär. Grafik und Sound sind top, das Fahrverhalten der Boliden ist eine gelungene Mischung aus Simulation und Arcade. Auch die Gegner-KI

weiß zu gefallen, obwohl auch „Grid 2“ vom Gummibandeffekt nicht verschont bleibt. Die Spielmodi sorgen für reichlich Abwechslung: Codemasters greift auf Standardkost wie normale Rennen über mehrere Runden oder Ausscheidungsduelle zurück, führt aber auch neue Spielarten ein, wie etwa die „Live-routes“, bei denen sich der Streckenverlauf von Runde zu Runde ändert. Natürlich gibt's auch Multiplayermodi. Außer bei Onlinerennen können sich Spieler auch per Splitscreen duellieren.

Verkaufsargumente:

- Top-Präsentation
- Tolles Fahrgefühl
- Große Auswahl an Modi und Fahrzeugen



VÖ: 31.05.2013
Plattform: PC, PS3, Xbox 360
Genre: Rennspiel
Publisher: Namco Bandai Partners
Vertrieb: Namco Bandai Partners
Entwickler: Codemasters

Previews der wichtigsten Neuankündigungen

An dieser Stelle präsentieren wir Ihnen die wichtigsten Spieleneuheiten der kommenden acht Kalenderwochen auf zwei Seiten, geben eine kurze Inhaltsangabe, liefern Verkaufsargumente, nennen wichtige Daten wie Plattformen und VÖ-Datum und vergeben einen Ordertipp.

Wöchentlicher
Programmplaner

Als Abonnent bedienen wir Sie jeden Dienstag mit dem Programmplaner als PDF- und Exceldatei. Dieser Service liefert Ihnen eine vollständige Übersicht über alle Spieleneuheiten der nächsten acht Kalenderwochen.

Company Of Heroes 2 – First Edition

Der Nachfolger des Echtzeitstrategiespiels verlegt die Schlachten weg von der Westfront des Zweiten Weltkriegs und konzentriert sich auf einige der wichtigsten Konflikte der Geschichte an der Ostfront. Die Spieler übernehmen das Oberkommando über die Rote Armee und müssen das Vorrücken der Deutschen vor Moskau verhindern.



VÖ: 25.06.2013
Plattform: PC
Genre: Strategie
Publisher: Sega
Vertrieb: Koch Media
Entwickler: Relic Entertainment



- Erfolgreicher Vorgänger
- Wohldosierte Verbesserungen
- Realitätsgetreue Grafik

The Elder Scrolls V – Skyrim (Legendary Ed.)

Die „Legendary Edition“ des mehrfach ausgezeichneten Rollenspiels enthält neben dem Original die Erweiterungen „Dawnguard“, „Hearthfire“ und „Dragonborn“ sowie einige nachträglich hinzugefügte Features wie den Kampf zu Pferde. Außerdem hat Bethesda dem Titel einen neuen Schwierigkeitsgrad spendiert.



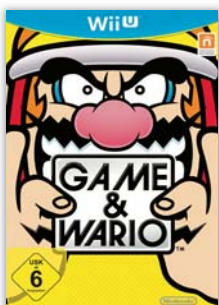
VÖ: 07.06.2013
Plattform: PC
Genre: Rollenspiel
Publisher: Bethesda Softworks (ZeniMax)
Vertrieb: Bethesda Softworks (ZeniMax)
Entwickler: Bethesda Game Studios



- Preisgekröntes Rollenspiel
- Enthält alle Erweiterungen
- Neue Features

Game & Wario

Eine abgefahrene Mischung witziger Spiele, die allesamt auf dem GamePad gespielt werden können, allein oder mit Freunden und Familie. Je nach Spiel wird das GamePad zu einem anderen Objekt: Mal fungiert es als Kamera, dann wiederum als Pfeile verschießender Bogen. Oder der Spieler lenkt einen Skifahrer. Das ideale Familienspiel.



VÖ: 28.06.2013
Plattform: Wii U
Genre: Geschicklichkeit
Publisher: Nintendo
Vertrieb: Nintendo
Entwickler: Intelligent Systems / Nintendo



- Spielesammlung für bis zu 5 Spieler
- Spielbar auf dem GamePad
- Verknüpfungen zum Miiverse

Deadpool

Der Marvel-Charakter Deadpool ist ein knallharter, manchmal nicht ganz zurechnungsfähiger Söldner. Der nahtlos von Nahkämpfen in Shootouts übergehenden Action tut das aber keinen Abbruch. Der Spieler greift mit Sprengstoff, Knarren oder Katanas sowie tödlichen Kombos an und kann seine Gegner im wahrsten Sinne zerlegen.



VÖ: 28.06.2013
Plattform: PC, PS3, Xbox 360
Genre: Action
Publisher: Activision Blizzard
Vertrieb: Activision Blizzard
Entwickler: High Moon Studios



- Zahlreiche Marvel-Charaktere
- Packende Action
- Große Waffenauswahl

Dynasty Warriors 8

Die Geschichte um Krieg, Verrat und Macht wartet mit actionreichen Kämpfen auf. Der neue Teil der traditionsreichen Serie bietet zahlreiche Neuerungen, etwa alternative Enden und Extramodi. Der Storymodus enthält neue Level und Charaktere und verschafft dem Spieler einen noch tieferen Einblick in die Geschichte der „Drei Reiche“.



VÖ: 12.07.2013

Plattform: PS3, Xbox 360

Genre: Action

Publisher: Koch Media

Vertrieb: Koch Media

Entwickler: Tecmo Koei



- Bekannte Reihe
- 70 spielbare Charaktere
- Zahlreiche Neuerungen

Fahr-Simulator – Fahrschul-Edition 2013

Der „Fahr-Simulator“ wird noch umfangreicher. In der 2013er-Edition stehen zahlreiche Fahrzeuge unterschiedlichster Art zur Verfügung. Erstmals gibt es außerdem einen Fahrschulmodus, mit dem man ganz bequem von zu Hause aus den theoretischen und praktischen Teil der Fahrschul Ausbildung üben kann.



VÖ: 26.06.2013

Plattform: PC

Genre: Simulation

Publisher: astragon

Vertrieb: astragon

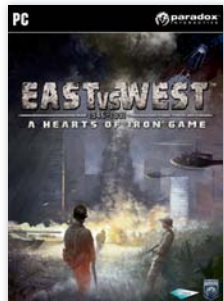
Entwickler: -



- Erstmals mit Fahrschulmodus
- Originalgetreue Fragebögen
- Viele neue Missionen

Hearts Of Iron: East vs. West

„East vs. West“ beginnt dort, wo die klassischen „Hearts of Iron“-Spiele aufhören: nach dem Zweiten Weltkrieg. Neue Fronten bilden sich, Verbündete werden zu Feinden. Der Frieden ist brüchig. Mit geschickter Nutzung von Diplomatie, Politik, Wirtschaft oder Militär kann man als Sieger aus dem Kalten Krieg hervorgehen.



VÖ: 28.06.2013

Plattform: PC

Genre: Strategie

Publisher: Koch Media

Vertrieb: Koch Media

Entwickler: Paradox Interactive



- Neuer Teil der beliebten Strategieserie
- Frisches Szenario: Kalter Krieg
- Multiplayer für bis zu 32 Spieler

Maja

Neustart der beliebten Kinderserie „Biene Maja“ mit moderner Animationstechnik in CGI/3D. Maja erhält die Einladung von der Königin, ihr beim Tee Gesellschaft zu leisten. Auf dem Weg dorthin treffen Maja und Willi viele Freunde, die ihre Hilfe benötigen. Das Spiel bietet unterschiedliche Schwierigkeitsgrade, 20 Minispiele und Majas.



VÖ: 13.06.2013

Plattform: NDS

Genre: Kinderspiel

Publisher: Ubisoft

Vertrieb: Ubisoft

Entwickler: Studio 100



- Sehr beliebte Kinderserie
- 20 spannende Minispiele
- Mit der Maja-Originalstimme

The Inner World

Asposien ist eine Welt, die sich entgegen aller physikalischen Gesetze in einem riesigen Hohlraum befindet und allein durch große Windbrunnen beatmet wird. Doch diese Brunnen versiegen. In der Rolle von Robert klärt der Spieler in diesem Adventure zusammen mit der Diebin Laura das Geheimnis um das Verschwinden des Windes auf.



VÖ: 18.07.2013

Plattform: PC/Mac

Genre: Adventure

Publisher: Headup Games

Vertrieb: NBG

Entwickler: Fizbin



- Knifflige Rätsel
- Humorvolle, packende Story
- Handgezeichnete Welten

Sniper Elite: Zombie Army

Der Shooter erweitert die „Sniper Elite“-Reihe und bietet den Elite-scharfschützen ein neues Horrorszenario in den letzten Tagen des Zweiten Weltkriegs. Im Vordergrund steht die Auseinandersetzung mit einer übermächtigen und blutrünstigen Zombiearmee des deutschen Diktators.



VÖ: 31.05.2013

Plattform: PC

Genre: Action

Publisher: Avantage

Vertrieb: Avantage

Entwickler: Rebellion/Mastertronic



- Kämpfe gegen untote Nazisupersoldaten
- Verteidigung der eigenen Stellungen
- Multiplayer für bis zu 4 Spieler



Auch wenn „Blacklist“ actionreicher ist als seine Vorgänger, kommt man verdeckt und schleichend leichter ans Ziel



Splinter Cell: Blacklist

Mehr als bloße Ballerei: Ubisofts Stealth-Abenteuer mischt im sechsten Serienteil die bewährte Formel neu ab und belohnt fortan verschiedene Spielweisen.

Wie der erste Eindruck doch täuschen kann! Als Ubisoft letztes Jahr den jüngsten Teil der „Splinter Cell“-Reihe namens „Blacklist“ enthüllte, war der Aufschrei unter Serienkennern groß. Sam Fisher tötete Gegnermassen wie ein Actionheld, und das auch noch serienuntypisch am helllichten Tag. Für Verstimmung bei den Fans sorgte schließlich auch eine interaktive Verhörscene, in der der sonst eher subtile Held sein Gegenüber foltert, um entscheidende Informationen zu erhalten.

Aufgrund der Reaktionen ruderte Ubisoft wieder zurück und kürzte besagte Foltersequenzen heraus. Auch die im vergangenen Jahr gezeigte Balleraction im Stile eines „Call of Duty“ war ein wenig geschwändelt, denn „Splinter Cell: Blacklist“ ist variantenreicher als seine Vorgän-

ger. Der Spieler kann sich zwar wie ein Rambo durch die Reihen der Feinde schießen, doch laut Entwicklern macht er sich das Bildschirmleben unnötig schwer damit. Schließlich infiltriert Hauptdarsteller Sam Fisher wieder gut bewachte Militärbasen und Industrieanlagen, die unterschiedliche Spielweisen verlangen. Schleichen soll also genauso wie in den Vorgängern eine mögliche Lösung sein.

Einmal rund um den Globus

Mit seiner neu gegründeten Militäreinheit 4th Echelon stellt sich Fisher einer brenzligen Terrorbedrohung. Denn mit der namensgebenden Blacklist erpresst die mächtige Un-

tergrundgruppe namens „The Engineers“ die USA. Sollten deren Forderungen nicht erfüllt werden, drohen immer schlimmere Anschläge. Um das zu verhindern, jettet Fishers Team mit seiner fliegenden Festung „Paladin“ direkt an Krisenherde auf der ganzen Welt, um verdächtige Terroristen zu liquidieren. Das wäre in der Realität völkerrechtlich bedenklich, dient hier aber freilich nur der fiktiven Story eines Actionspiels. „Blacklist“ belohnt drei Spielarten: Wer ungesehen an Wachen vorbeischleicht und keinen Alarm auslöst, bekommt Punkte in der Kategorie „Ghost“. „Panther“-Punkte gibt's für unauffälliges Vorgehen mit klammheimlichen Tötungen im Nahkampf oder per schallgedämpfter Pistole. Wer weniger verdeckt vorgehen will, würgt seine Widersacher bewusst-

SPIELINFO

Publisher: Ubisoft

Entwickler: Ubisoft Toronto

Genre: Action

Release: 22.08.2013

Plattform: PC, PS3, Xbox 360, Wii U



Das Nachtsichtgerät ist serientypisch der beste Freund des Spielers (o.) auf seiner Reise rund um den Globus (u.)

los oder lässt sie mittels Betäubungsgranaten schlummern. Doch mit dem Erledigen von Wachen allein ist es nicht getan, denn die verdächtigen Leichen müssen aus der Sichtweite ihrer Kameraden gezogen werden.

Ghost, Panther oder Assault?

Die aufmerksamen Wachposten gehen jedem verdächtigen Geräusch nach und sprechen sich ab. Hier helfen unter anderem kleine Überwachungskameras, die überall befestigt

werden können und nicht nur Überblick liefern, sondern mittels Störgeräuschen für Ablenkung sorgen. Kinect-Besitzer auf der Xbox 360 nutzen zusätzlich die Spracherkennung, um die Gegenseite in die Irre zu führen. Und wer auf Action wie im ersten Trailer steht, erhält „Assault“-Punkte fürs Niedermähen alarmierter Patrouillen.

Sam Fisher stehen nicht nur Hightech-Gimmicks zur Erfüllung seiner Aufgaben zur Verfügung, er erweist sich auch als erstaunlich agil für sein hohes Alter: Er erklimmt Dächer, hangelt sich an Leitungen entlang und erledigt Feinde direkt aus

dem Sprung. Die Einflüsse von „Assassin's Creed“ aus demselben Hause sind offensichtlich. Wie im Vorgänger „Conviction“ verfügt Sam auch diesmal über das „Killing in Motion“-Feature, mit dem er Gegner markiert, bevor er ihnen auf Knopfdruck eine Kugel in den Kopf jagt. Gleichzeitig nutzt er Wachen als menschliches Schutzschild und beordert sogar Luftschläge. Der Hauptdarsteller gibt sich in seinem neuem Abenteuer überraschend offensiv, vergisst aber nichtsdestotrotz seine Stealth-Wurzeln nicht. Sam erhält vor und während seiner Einsätze Hilfe von der Serienvete-



ranin Anna Grímsdóttir, dem Agentenkollegen Isaac Briggs und dem Hacker Charlie Cole. Gleichzeitig greift der Spieler auf neue Ausrüstung vom Infrarotgerät über Bogen bis zur Minikamera zu. Vorausgesetzt, er verfügt über genug Geldmittel aus erledigten Aufträgen. Mit der praktischen Hubschrauberdrohne markiert er Gegner, lenkt sie ab oder erledigt sie direkt mit einer Explosion. Die gewünschte Spielweise bestimmt auch die Missionsvorbereitung, denn manche packen lieber Armbrust und Nahkampfmesser ein statt Sturmgewehr und gepanzertem Anzug.

In „Blacklist“ schleicht Sam Fisher nicht allein, denn die Multiplayermodi bieten Abwechslung für bis zu acht Spieler. Endlich wieder mit dabei ist der Fanfavorit „Spies vs. Mercs“, der sich diesmal in zwei Modi teilt. Im klassischen Modus (bekannt aus „Pandora Tomorrow“ und „Chaos Theory“) bekriegen sich zwei gegen zwei Onlinepartner, die als Söldner beziehungsweise Spione agieren. Letztere versuchen in dunklen Arealen drei Computer zu hacken, bevor die Gegenseite ihnen mit Sturmgewehren und Suchscheinwerfern auf die Schliche kommt. Für genug Spannung ist gesorgt, denn zur Halbzeit tauschen beide Parteien die Seiten. In der neuen Blacklist-Variante dagegen verdoppelt sich die Teilnehmerzahl und bringt einige Neuerungen. Spione wie Söldner unterteilen sich in jeweils drei Cha-

rakterklassen, die zum Beispiel Wachen hinter Wänden aufspüren, Drohnen aussenden oder als Nahkampfspezialisten agieren. Mit genug Punkten und Erfahrung stellen Spieler außerdem eigene Klassen und Ausrüstung zusammen.

Gemeinsam gut geschlichen

Online gehen zwei Teamkollegen auch kooperativ auf die Jagd. Wie bei der Einzelspielerkampagne sind verschiedene Spielweisen gefragt und teils auch vorgegeben. Ein gegnerischer Alarm, und das Spiel ist vorbei! Nur mit ständiger Kommunikation umgehen die Onlinepartner Wachpatrouillen, Fallen und Hunde. Die variantenreichen Einsätze unterteilen sich in vier Arten. So erwarten die Spieler lineare Abschnitte mit Baller- und Schleicheinlagen, die nacheinander gemeistert werden, ebenso wie große offene Szenarios. Hier muss das Team an Computer gelangen, die sich irgendwo auf dem Gelände verstecken. Nicht einfach angesichts der feindlichen Über-

macht mit Laserbarrieren, Scharfschützen und gepanzerten Trupps sowie des ständig drohenden Game Over durch Entdeckung. Doch gerade so entfaltet sich eine knisternde Hochspannung, die den Mehrspielermodi einen Motivationsschub verleiht und das gesamte Spiel möglicherweise in Hitregionen bugsiiert.

Thomas Stuchlik



Mit Knall durch die Vordertür oder ...



... doch unentdeckt durch die Lüftungsschächte? „Blacklist“ lässt beide Spielweisen zu



Für höchste Ansprüche: Entertainment- Inhalte ganz nach Ihren Wünschen.

Bauen Sie auf individuellen Content: Wir bieten hochwertige, multimediale Entertainment-Inhalte im Baukastenformat rund um Kino/Film, Video/DVD/Blu-ray, Musik und Games. Wir haben den Inhalt. Sie haben die Auswahl.

www.mediabiz.de/content



Redaktionelle
Inhalte



Multimediale
Inhalte



Titel und
Produkte



Vorschauen
und Neuheiten



Stars und
Künstler



Film- und
Musikpreise



Bundesweites
Kinoprogramm



Branchen-
informationen

Tops + Wanted + Coverage



Zum Fürchten unterhaltsam

Es war absehbar, dass in der Woche, in der Telltales „The Walking Dead“ als Retailversion erscheint, Platz eins der Charts mit etwas Übernatürlichem zu tun haben wird. Doch entgegen den Erwartungen ist es nicht die vielfach ausgezeichnete Zombiestory, die den Sprung an die Spitze der Best-Selling-Charts geschafft hat. Nein, es ist Marios Bruder Luigi. Er kehrt an die Spitze der Spielecharts zurück und beschert damit Nintendos 3DS die dritte Woche in Folge den Platz an der Sonne. Dass neben „Luigi's Mansion 2“ vier weitere 3DS-Titel unter den ersten 21 sind, zeigt deutlich, dass Nintendos neues Handheld im Markt angekommen ist und auch softwareseitig ordentlich mitspielt, anders als z. B. die noch schwächelnde WiiU und die altersschwache Xbox 360.



Most Wanted auf gamesmarkt.de

- 1 **Grand Theft Auto V** [PS3]
Take-Two Interactive
- 2 **Metro: Last Light – First Ed.** [PS3]
Koch Media
- 3 **The Last Of Us** [PS3]
Sony Computer Entertainment
- 4 **Metro: Last Light** [PS3]
Koch Media
- 5 **Resident Evil: Revelations** [PS3]
Capcom Europe
- 6 **The Walking Dead** [PS3]
Flashpoint
- 7 **The Walking Dead** [PC]
Flashpoint
- 8 **Assassin's Creed III** [PC]
Ubisoft
- 9 **Deadly Premonition: The Director's Cut** [PS3]
Rising Star Games
- 10 **Lego City Undercover: The Chase Begins** [Nintendo 3DS]
Nintendo



Coverage April 2004 by agentur gamepress*

- 1 **Thief**
[PC, PS3, PS4, Xbox 360] Square Enix
- 2 **Dead Island: Riptide**
[PC, PS3, Xbox 360] Deep Silver
- 3 **Defiance**
[PC, PS3, Xbox 360] Namco Bandai
- 4 **Battlefield 4**
[PC, PS3, PS4, Xbox 360, WiiU] EA
- 5 **Injustice: Götter unter uns**
[PS3, Xbox 360, WiiU]
Warner Bros. Interactive
- 6 **Assassin's Creed 4: Black Flag**
[PC, PS3, PS4, Xbox 360, WiiU] Ubisoft
- 7 **BioShock: Infinite**
[PC, PS3, Xbox 360] Take 2
- 8 **Metro: Last Light**
[PC, PS3, Xbox 360, WiiU] Koch
- 9 **Star Trek**
[PC, PS3, Xbox 360] Namco Bandai
- 10 **Sniper: Ghost Warrior 2**
[PC, PS3, Xbox 360, WiiU] City Int.

*Über diese Spiele wurde am häufigsten berichtet und für sie geworben.
Kontakt: Christian Streil, cs@gamepress.de

mediabiz-Trendcharts Games, powered by Google

06.05.2013 – 12.05.2013

Pl.	VW	Titel	Plattform	Publisher/Vertrieb	Genre	VÖ
1	1	Diablo III	Multi	Activision Blizzard	Rollenspiel	15.05.12
2	2	SimCity	PC	Electronic Arts	Management	07.03.13
3	4	Call Of Duty: Black Ops II	Multi	Activision Blizzard	Action	13.11.12
4	WE	Elder Scrolls V – Skyrim	Multi	Bethesda (ZeniMax)	Rollenspiel	11.11.11
5	NEU	BioShock: Infinite	Multi	Take-Two Interactive	Action	26.03.13
6	WE	Assassin's Creed III	Multi	Ubisoft	Action-Adventure	22.11.12
7	6	FIFA 13	Multi	Electronic Arts	Sport	27.09.12
8	10	Battlefield 3	Multi	Electronic Arts	Action	27.10.11
9	9	Walking Dead	Multi	Flashpoint	Adventure	10.05.13
10	11	Crysis 3	Multi	Electronic Arts	Action	21.02.13
11	14	Pflanzen gegen Zombies	NDS	ak tronic	Strategie	15.05.13
12	15	Luigi's Mansion 2	3DS	Nintendo	Action-Adventure	28.03.13
13	16	Dragon's Dogma	PS3	ak tronic	Rollenspiel	15.05.13
14	18	GRID 2	Multi	Namco Bandai Partners	Rennspiel	31.05.13
15	8	Tomb Raider	Multi	Koch Media	Action-Adventure	05.03.13
16	19	Fire Emblem: Awakening	3DS	Nintendo	Strategie	19.04.13
17	NEU	Remember Me	Multi	Capcom Europe	Action-Adventure	07.06.13
18	13	StarDrive	PC	Koch Media	Strategie	24.05.13
19	23	Resident Evil: Revelations	Multi	Capcom Europe	Action-Adventure	24.05.13
20	25	Batman: Arkham City	PC	ak tronic	Action-Adventure	15.05.13

Amazon-Pre-Order-Charts

06.05.13–12.05.13

Pl.	VW	Titel	Plattform	Publisher/Vertrieb	Genre	VÖ
1	NEU	Total War: Rome II	PC	Koch Media	Strategie	03.09.13
2	1	Company of Heroes 2	PC	Koch Media	Strategie	25.06.13
3	NEU	Kingdom Hearts HD 1.5 ReMIX Limited Edition	PS3	tba	Rollenspiel	13.09.13
4	NEU	Total War: Rome 2 Collector's Edition	PC	Koch Media	Strategie	03.09.13
5	10	Pokémon Mystery Dungeon: Portale in die Unendlichkeit	NDS	Nintendo	Rollenspiel	17.05.13
6	3	Grand Theft Auto V	PS3	Take-Two Interactive	Action-Adventure	17.09.13
7	2	Call of Duty: Ghosts	PS3	Activision	Action	05.11.13
8	9	Animal Crossing: New Leaf	NDS	Nintendo	Adventure	14.06.13
9	6	Die Sims 3: Inselparadies – Limited Edition	PC	Electronic Arts	Simulation	27.06.213
10	7	FIFA 14	PS3	Electronic Arts	Sport	tba
11	WE	Kingdom Hearts HD 1.5 Remix	PS3	tba	Rollenspiel	13.09.13
12	20	Metro: Last Light – First Edition	PC	Koch Media	Action	17.05.13
13	4	Diablo III	PS3	Activision	Rollenspiel	tba
14	16	Grand Theft Auto V	PC	Take-Two Interactive	Action-Adventure	tba
15	13	Tales of Xillia – Day 1 Edition	PS3	Namco Bandai Partners	Rollenspiel	09.08.13
16	12	Grand Theft Auto V	Xbox 360	Take-Two Interactive	Action-Adventure	17.09.13
17	18	Donkey Kong Country Returns 3D	NDS	Nintendo	Jump 'n' Run	24.05.13
18	14	Lightning Returns – Final Fantasy XIII	PS3	tba	Rollenspiel	27.12.13
19	8	Call of Duty: Ghosts	PC	Activision	Action	05.11.13
20	11	Call of Duty: Ghosts	Xbox 360	Activision	Action	05.11.13

Facebook-Spiele nach DAU

Pl.	Titel	Entwickler	DAU
1	Candy Crush Saga	King	14.793.643
2	FarmVille 2	Zynga	6.531.865
3	Pet Rescue Saga	King	5.721.847
4	Criminal Case	Pretty Simple	5.399.997
5	Dragon City	Social Point	4.963.490
6	Texas Hold'Em Poker	Zynga	4.617.459
7	Words With Friends	Zynga	4.274.648
8	Farm Heroes Saga	King	4.132.072
9	Top Eleven Football Manager	Nordeus	3.452.202
10	Diamond Dash	Wooga	3.248.814

Nach Daily Active User nach Unique User, Quelle: Appdata 17. Mai 2013

Facebook-Spieleentwickler

Pl.	Entwickler	MAU
1	Zynga	221.423.131
2	King	123.820.201
3	Social Point	39.654.637
4	Wooga	39.420.783
5	Yahoo!	38.628.914
6	Electronic Arts	29.044.385
7	Pretty Simple	22.633.544
8	Peak Games	21.793.429
9	Playdom	21.152.656
10	FunPlus Games	15.599.988

Monthly Active User nach Unique User, Quelle: Appdata 17. Mai 2013

Xbox-Live-Arcade (gekauft)

Pl.	Titel	Entwickler
1	Minecraft: Xbox 360 Edition	Mojang
2	Crash Course	BHVR
3	Monaco: What's Yours is Mine	Pocketwatch
4	Far Cry: 3 Blood Dragon	Ubisoft
5	Happy Wars	Toylogic
6	God Mode	Old School
7	The Walking Dead	Telltale Games
8	Pinball FX2	Zen Studios
9	BattleBlock Theater	The Behemoth
10	Runner2: Future Legend of Rhythm Alien	Gaijin

Stand: 17. Mai 2013

Casual Games Deutschland (gekauft)

Pl.	Titel	Genre
1	Die Legende von Atlantis: Perlen aus der Tiefe	3-Gewinnt
2	Otherworld: Omen des Sommers	Wimmelbild/Adventure
3	Solars Abenteuer	Klick-management
4	Barn Yarn	Wimmelbild/Adventure
5	Maestro: Musik aus der Tiefe	Wimmelbild/Adventure
6	Nightmares from the Deep: Die Schädelinsel	Wimmelbild/Adventure
7	Enchantia Der Zorn der Phönixkönigin	Wimmelbild/Adventure
8	Gardens Inc. – From Rakes to Riches	Klick-management
9	Grim Tales: Die Steinkönigin	Wimmelbild/Adventure
10	Das verrückte Königreich	Klick-management

Stand: 14. Mai 2013

iPhone-Spiele (nach Umsatz)

Pl.	Titel	Entwickler	Modell
1	Clash of Clans	Supercell Oy	Freemium
2	Die Simpsons: Springfield	Electronic Arts	Freemium
3	Candy Crush Saga	King	Freemium
4	Hay Day	Supercell Oy	Freemium
5	Top Eleven	Nordeus	Freemium
6	Megapolis	Social Quantum	Freemium
7	Schlag den Raab	Raab TV Produktion	Paymium
8	Kingdoms of Camelot	Kabam	Freemium
9	The Hobbit: Kingdoms of Middle-Earth	Kabam	Freemium
10	Immortalis	Aeria Mobile	Freemium

Stand: 17. Mai 2013

Android-Market-Spiele (gekauft)

Pl.	Titel	Entwickler
1	Wo ist mein Wasser?	Disney
2	Plants vs. Zombies	Electronic Arts
3	The Room	Fireproof Games
4	Minecraft – Pocket Edition	Mojang
5	Asphalt 7: Heat	Gameloft
5	Need for Speed: Most Wanted	Electronic Arts
7	Wer wird Millionär?	Glu Mobile
8	Landwirtschafts Simulator	Giants Software
9	Wo ist mein Perry?	Disney
10	Grand Theft Auto: Vice City	Rockstar

Stand: 17. Mai 2013

iPad-Spiele (nach Umsatz)

Pl.	Titel	Entwickler	Modell
1	Clash of Clans	Supercell Oy	Freemium
2	Hay Day	Supercell Oy	Freemium
3	Die Simpsons: Springfield	Electronic Arts	Freemium
4	Candy Crush Saga	King	Freemium
5	Real Racing 3	Electronic Arts	Freemium
6	Schlag den Raab	Raab TV Produktion	Paymium
7	The Tribes HD	Game Insight	Freemium
8	Kingdoms Of Camelot: Battle For The North	Kabam	Freemium
9	Megapolis HD	Social Quantum	Freemium
10	Modern War	Funzio	Freemium

Stand: 17. Mai 2013

Steam-Downloadspiele

Pl.	Titel	Entwickler
1	Borderlands 2	Gearbox
2	Metro: Last Light	4A Games
3	Mass Effect Collection	Bioware
4	Counter-Strike: GO	Valve
5	Reus	Abbey
6	Sanctum 2	Coffee Stain
7	War of the Overworld	Subterranean
8	Borderlands GOTY-Ed.	Gearbox
9	on't Starve	Klei Entertainment
10	TES V: Skyrim	Bethesda

Stand: 17. Mai 2013

TOP 50 Best-Selling-Charts

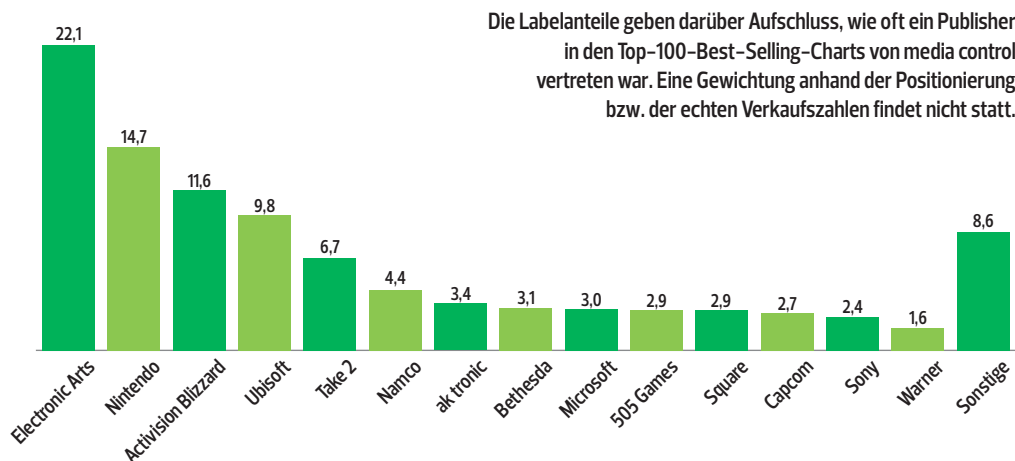
13. bis 19. Mai 2013

Pl.	VW	Wo.	Titel	Plattform	Publisher/Vertrieb	Genre	USK
1	NEU		Pokémon Mystery Dungeon: Portale in die Unendlichkeit	3DS	Nintendo	Rollenspiel	0
2	NEU		Metro: Last Light	PS3	Koch Media	Action	18
3	NEU		Metro: Last Light	PC	Koch Media	Action	18
4	5	34	FIFA 13	PS3	Electronic Arts	Sport	0
5	1	8	Luigi's Mansion 2	3DS	Nintendo	Action-Adventure	6
6	NEU		Metro: Last Light	Xbox 360	Koch Media	Action	18
7	2	29	Assassin's Creed III	PS3	Ubisoft	Action-Adventure	16
8	4	11	SimCity	PC	Electronic Arts	Management	6
9	6	27	Call Of Duty: Black Ops II	PS3	Activision Blizzard	Action	18
10	3	4	Lego City Undercover: The Chase Begins	3DS	Nintendo	Action-Adventure	6
11	9	10	StarCraft II: Heart Of The Swarm	PC	Activision Blizzard	Strategie	12
12	10	2	The Walking Dead	PS3	Flashpoint	Adventure	18
13	8	26	Assassin's Creed III	Xbox 360	Ubisoft	Action-Adventure	16
14	26	34	FIFA 13	Xbox 360	Electronic Arts	Sport	0
15	11	40	New Super Mario Bros. 2	3DS	Nintendo	Jump'n'Run	0
16	12	54	Diablo III	PC/Mac	Activision Blizzard	Rollenspiel	16
17	7	13	Crysis 3	PS3	Electronic Arts	Action	18
18	14	80	The Elder Scrolls V – Skyrim	PC	Bethesda Softworks (ZeniMax)	Rollenspiel	16
19	21	77	Mario Kart 7	3DS	Nintendo	Rennspiel	0
20	15	5	Injustice: Götter unter uns	PS3	Warner Bros. Interactive	Action	16
21	17	11	Tomb Raider	PS3	Square Enix	Action-Adventure	18
22	16	5	Fire Emblem: Awakening	3DS	Nintendo	Strategie	12
23	20	8	BioShock: Infinite	PS3	Take-Two Interactive	Action	18
24	13	13	Crysis 3	PC	Electronic Arts	Action	18
25	30	39	Guild Wars 2	PC	NCSoft/Flashpoint	Rollenspiel	12
26	28	30	Landwirtschafts-Simulator 2013	PC	astragon	Simulation	0
27	19	2	The Walking Dead	PC	Flashpoint	Adventure	18
28	57	10	God Of War: Ascension	PS3	Sony Computer Entertainment	Action-Adventure	18
29	29	82	Battlefield 3	PS3	Electronic Arts	Action	18
30	25	8	Lego City Undercover – Limited Edition	Wii U	Nintendo	Action-Adventure	6
31	24	23	Assassin's Creed III	PC	Ubisoft	Action-Adventure	16
32	41	29	Need For Speed: Most Wanted	PS3	Electronic Arts	Rennspiel	12
33	31	8	BioShock: Infinite	PC	Take-Two Interactive	Action	18
34	27	27	Call Of Duty: Black Ops II	Xbox 360	Activision Blizzard	Action	18
35	18	82	Battlefield 3	PC	Electronic Arts	Action	18
36	39	27	Call Of Duty: Black Ops II	PC	Activision Blizzard	Action	18
37	34	8	Anno 2070 – Königsedition	PC	Ubisoft	Management	6
38	33	26	New Style Boutique	3DS	Nintendo	Simulation	0
39	35	95	StarCraft II: Wings Of Liberty	PC/Mac	Activision Blizzard	Strategie	12
40	22	11	Die Sims 3: Wildes Studentenleben	PC/Mac	Electronic Arts	Simulation	6
41	42	53	Grand Theft Auto: Episodes From Liberty City	PS3	Take-Two Interactive	Action-Adventure	18
42	38	34	World Of Warcraft: Mists Of Pandaria	PC/Mac	Activision Blizzard	Rollenspiel	12
43	46	79	Super Mario 3D Land	3DS	Nintendo	Jump'n'Run	6
44	45	8	Sleeping Dogs	PS3	Square Enix	Action-Adventure	18
45	53	31	Skylanders: Giants – Starter Paket	Wii	Activision Blizzard	Kinderspiel	6
46	43	10	Sniper: Ghost Warrior 2	PS3	Ubisoft	Action	18
47	99	17	Forza Horizon	Xbox 360	Microsoft	Rennspiel	6
48	52	72	The Elder Scrolls V – Skyrim	PS3	Bethesda Softworks (ZeniMax)	Rollenspiel	16
49	51	9	Monster Hunter 3 Ultimate	3DS	Nintendo	Rollenspiel	12
50	47	14	Mario Party 8	Wii	Nintendo	Geschicklichkeit	6

Quelle: media control GfK International

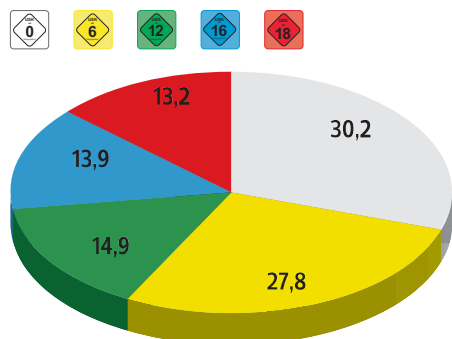
Labelanteile Top 100 Best-Selling

(vom 01. Januar bis 12. Mai 2013, in Prozent)



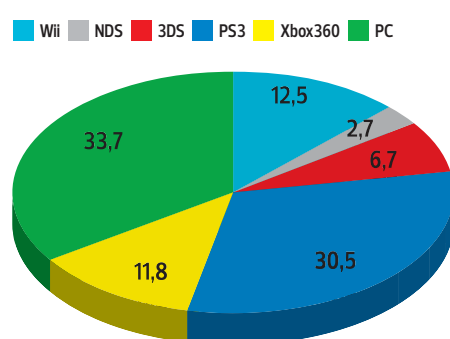
Anteile USK-Ratings Top 100 Best-Selling

(vom 01. Januar bis 12. Mai 2013, in Prozent)



Anteile Plattform Top 100 Best-Selling

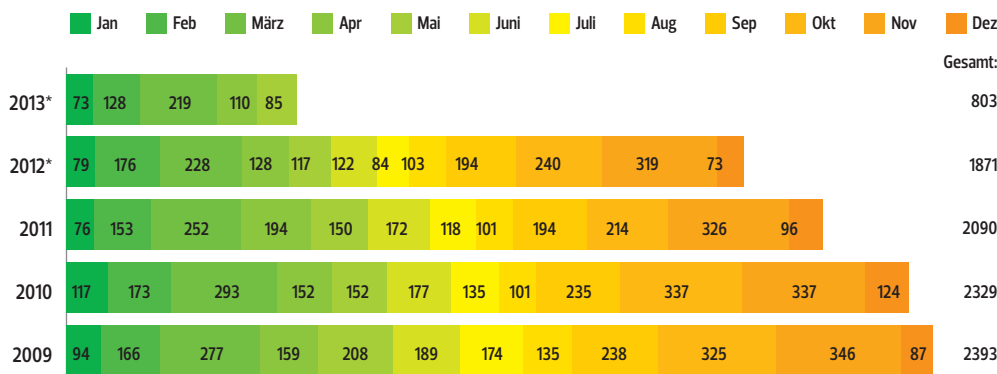
(vom 01. Januar bis 12. Mai 2013, in Prozent)



Die USK-Anteile sowie die Plattformanteile geben ungewichtet darüber Aufschluss, wie oft bestimmte Altersfreigaben bzw. Systeme in den Top 100 Best-Selling vertreten waren.

Gesamtzahl Releases nach Monaten 2009–2013

*Basis: gemeldete Spielereleases mit konkretem Releasedatum, exklusive unbestimmt angekündigter Titel



Das Balkendiagramm zeigt, wie viele SKUs jeden Monat von den Publishern auf den Markt gebracht wurden. Basis hierfür ist die Meldung der Titel an die GamesMarkt-Titeldatenbank.

IMPRESSUM

Verlag G+J Entertainment Media GmbH & Co. KG

Geschäftsführer Peider Bach, Thomas Lindner

Ltd. Chefredakteur/stellv. Geschäftsführer

Ulrich Höcherl

Chefredaktion Harald Hesse

(verantwortlich, Anschrift siehe Verlag)

Redaktionsleiter Stephan Steininger (-422)

Redaktion Patrick Maier (-116), Daniel Raumer (-423)

Onlineredaktion Tim Pototzki (-376)

Schlussredaktion Gundel Ruschill (Ltg., -288),

freie Mitarbeit: Johannes Bucej

Autoren Thomas Stuchlik (fr.)

Bildredaktion Dr. Michael Kühn (Ltg., -375),

Cornelia Hellenschmidt (-275)

Content Management Ennio Graff (-358)

Cheflyauter David Serjoscha Wolf (-210)

Layout Michael Ippenberger (-473)

Leitung Prepress Michael Ippenberger (-473)

Leitung Produktion Silvia Domakowski (-156)

Group Advertising Director Susanne Hübner (-330,

verantwortlich, Anschrift siehe Verlag)

Sales Manager Sebastian Hoffmann (-318)

Ad Management Petra Mahrta (-312)

Leiterin Marketing & Vertrieb Petra Lengnick (-200)

Leiterin Marketing Iris Kirberg (-315)

Kaufmännische Leitung Melanie Stiebner (-499)

Chief Information Officer Hans-Hermann Kirchhoff (-342)

Ltg. Programmredaktion Dr. Michael Stapper (-267)

Customer Service Bettina Ambach (-335)

Abonnement-/Leserservice Gabi Zimmermann

(Tel.: 089/4 5114-368)

Druck Kessler Druck,

Michael-Schäffer-Str. 1, 86339 Bobingen

Redaktions- und Verlagsanschrift

Weihenstephaner Str. 7, 81673 München,

Tel.: 089/4 5114-0, Fax: -100-444,

Homepage: www.gamesmarkt.de,

Mail: gamesmarkt@e-media.de

Speicherung und Nachdruck bedürfen der schriftlichen Genehmigung. Mit Autorennamen gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung des Verlags wieder. Bezugspreise: GamesMarkt erscheint jährlich mit 26 Ausgaben (einige Ausgaben können zu Doppelnummern zusammengefasst werden). Der Preis beträgt 24,00 Euro pro Monat, zzgl. Versand und MwSt. Die Versandkosten liegen bei halbjährlich 12,45 Euro (zzgl. MwSt.). Das Abo ist nicht übertragbar. Username und Passwort dürfen nicht ohne ausdrückliche Erlaubnis von G+J Entertainment Media weitergegeben werden. Die einzelnen Produkte des Abonnements sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder mechanisch noch elektronisch vervielfältigt werden. Die Abonnementgebühr ist im Voraus fällig und gilt für die Dauer eines Jahres; die Rechnungstellung erfolgt in der Regel jährlich. Das Abonnement verlängert sich automatisch um jeweils ein weiteres Jahr, wenn nicht bis spätestens sechs Wochen vor Ablauf schriftlich beim Verlag gekündigt wird. Der Fortbestand des Vertrags wird von möglichen Geschäftsaufgaben, Geschäftsfeldveränderungen etc. des Users nicht beeinträchtigt. Bei Nichtbelieferung im Falle höherer Gewalt bestehen keine Ansprüche. Erfüllungsort ist München, der Gerichtsstand München. G+J Entertainment Media behält sich Änderungen des Angebotsumfangs vor. Veränderungen des Angebotsumfangs stellen keinen Grund für eine außerordentliche Kündigung des Abonnements dar. ISSN 1861-9657

Bei G+J Entertainment Media erscheinen außerdem folgende Fachmedien:

BLICKPUNKT: FILM

musikwoche

videomarkt

mediabiz

Weitere Angebote unter aboshop.mediabiz.de.



Harald Hesse
Chefredakteur
GamesMarkt

Mit vereinten Kräften

„Gott mit dir, du Land der Bayern, deutsche Erde, Vaterland! Über deinen weiten Gauen ruhe Seine Segenshand! Er behüte deine Fluren, schirme deiner Städte Bau und erhalte dir die Farben Seines Himmels, weiß und blau!“ – Wer diese Zeilen nicht kennt, soll hiermit erfahren, dass es sich dabei um die erste Strophe der Bayernhymne handelt. Nun bin ich kein ausgewiesener Liebhaber solchen Liedguts, aber nachdem ich mich mehrere Wochen durch die bayerischen Bildungsstätten auf der Suche nach spezifischen Gamesstudiengängen gewühlt hatte, was seinen Niederschlag in dieser und der nächsten GamesMarkt-Ausgabe findet, war mir angesichts der zutage geförderten Ergebnisse meiner Recherche – ehrlich gesagt – so froh ums Herz, dass ich einfach einmal Teile der offiziellen Hymne des Freistaates Bayern schriftlich festhalten wollte. Denn zu meiner eigenen, wirklich großen Überraschung ist in diesem Bereich so viel Bewegung ins Spiel gekommen, wir ich es mir – sagen wir mal – vor drei Jahren nie hätte vorstellen können. Insbesondere an den Universitäten und Hochschulen ist mächtig was los. An der HAW Kempten beispielsweise startet am 1. Oktober ein eigenständiger Bachelorstudiengang „Informatik – Game Engineering“ (die Bewerbungsfrist läuft jetzt). Und die Technische Universität München, die im Wintersemester 2011/12 einen Bachelorstudiengang „Informatik: Games Engineering“ gestartet hatte, zählt in den ersten beiden Jahrgängen bereits über 300 Studierende und plant fürs nächste Jahr einen Masterstudiengang „Informatik: Games Engineering“. Daneben tut sich noch an vielen weiteren öffentlichen Ausbildungsstätten einiges. Nicht zu vergessen die (gebührenpflichtigen) privaten Bildungsträger, die beim Thema Games bereits Flagge zeigten, als sich viele Universitäten noch nicht an das

Thema herantrauten, weil die bayerische Politik noch nicht recht wusste, wie sie sich in diesem Bereich positionieren sollte. Da ist in den letzten Jahren, wie gesagt, enorm viel geschehen. Und das ist – das muss ich mal als einer sagen, der seit mittlerweile 25 Jahren als Westfale in München lebt und hier so manche Erfahrung machen durfte – typisch für die bayerische Politik. Wenn sich neue Entwicklungen abzeichnen – seien sie technischer oder gesellschaftlicher Natur –, dann tut sich die politische Klasse unter dem weiß-blauen Himmel mitunter unglaublich schwer. Aber wenn sie sich dann, zumeist nach wildesten Verwerfungen, die teils dicke Narben hinterlassen, endlich zu einer Haltung durchgerungen hat, dann versucht sie mit allen zur Verfügung stehenden Kräften verlorenen Boden wieder gutzu machen. Und meistens gelingt das dann auch. Auf jeden Fall, ich kann es nur noch einmal wiederholen, ist allein im Bildungssektor so viel auf dem Weg, dass der BIU spätestens jetzt seinen Ausbildungskompass Games dringend aktualisieren sollte. Darüber hinaus ist unlängst auch die erste Studie zum Gamesstandort Bayern präsentiert worden, die für einige Kritik sorgte (vgl. Seite 22–25). Aber auch hier soll wohl schon mit Einbeziehung einiger Branchenrepräsentanten nachgebessert werden. Und wenn bei der Studie keine groben methodischen Fehler gemacht worden sein sollten, dann darf die Branche vielleicht schon in Kürze aussagekräftigere Daten erwarten. Es bleibt also spannend. Und GamesMarkt am Ball. In diesem Sinne, Ihr

Harald Hesse

**NEUE
SERIE**

**ALLES
WAS SIE
WISSEN
MÜSSEN**

Die Standort-Serie: Gamesausbildung, Arbeitsmarkt und regionale Player



Erscheint am 19.06.2013
In GamesMarkt
Ausgabe 13

Anzeigenschluss:
10.06.2013

Druckunterlagenschluss:
10.06.2013

Teil 4: Hessen

**Zeigen Sie Flagge! Präsentieren Sie Ihr Unternehmen,
Ihre Ausbildungsstätte, Ihre Förder- und Strukturmaßnahmen
am Standort:**

- » Überblick über Ausbildungsstätten und Studiengänge am Standort
- » Arbeitsmarkt im Fokus: Ausbildungsinhalte versus Berufsbilder in der Gamesbranche
- » Ihr Standort im Rampenlicht: Betrachtung von Regionaleffekten durch Wirtschaftsförderung und Ausgründungen
- » Regionale Player: Von Publishern über Entwickler bis hin zu lokalen Institutionen und Politik
- » Ihre Ausbildungsinhalte, Produkte und Fördermaßnahmen im Mittelpunkt der Branche
- » Ihr starker Standort-Auftritt

Ihr Ansprechpartner

Sebastian Hoffmann
Sales Manager Games

E-Mail: s.hoffmann@e-media.de
Tel.: 0 89/ 4 51 14-318

Jetzt lesen unter
www.gamesmarkt.de/standort-gamesausbildung

gamesmarkt

„PHANTASIE, NICHT ERFINDUNG, SCHAFFT IN DER KUNST WIE IM LEBEN DAS GANZ BESONDERE.“

Joseph Conrad

Die Welt, die Sie erschaffen, soll nur durch
Ihre Vorstellungskraft limitiert sein –
nicht durch die Leistung Ihres Servers.

Verschieben Sie Ihre Grenzen.
Managed Hosting von Host Europe.

Kompromisslose
Rechenleistung
schon ab

€ 89 mtl.*



Managed Hosting – Rechenpower und individueller Service

- ▶ Dell® Markenhardware, individuell für Ihre Anforderungen konfiguriert
- ▶ Hosting im Hightech-Datacenter mit garantierter Verfügbarkeit und bester Netzanbindung
- ▶ Managed Service mit festen Ansprechpartnern, 24/7/365 Wartung und Entstörung



Mehr Informationen:
www.hosteurope.de/creation

Kontakt & Beratung

(Mo-Fr: 09-17 Uhr)

02203 1045 2222

HOST EUROPE

www.hosteurope.de

*Die einmalige Setupgebühr entfällt. Die Aktion gilt bis zum 31.05.2013. Die Hardware ist individuell konfigurierbar. Die Mindestvertragslaufzeit beträgt 24 Monate – alternative Laufzeiten sind optional möglich. Die Kündigungsfrist beträgt 4 Wochen zum Ende der Laufzeit.