

Gamesmarkt

GAMESCOM Warum die Kölner Leitmesse trotz aller Rekordzahlen dennoch einen eher zwiespältigen Eindruck hinterließ

SPIELZEIT Aus dem Angebot der gamescom haben wir die absoluten Highlights herausgepickt – und noch ein wenig mehr

KONFERENZ Die wichtigsten Learnings und interessantesten Themen der Game Developers Conference Europe 2012



DER HERR DER RINGE



XBOX 360

XBOX LIVE



PS3



PSVITA

Wii

NINTENDO 3DS

NINTENDO DS

LEGO THE LORD OF THE RINGS software © 2012 TT Games Publishing Ltd. Produced by TT Games under license from the LEGO Group. LEGO, the LEGO logo, the Brick and the Knob configurations and the Minifigure are trademarks of the LEGO Group. © 2012 The LEGO Group. © 2012 New Line Productions, Inc. All The Lord of the Rings content other than content from the New Line films © 2012 The Saul Zaentz Company ("SZC"). The Lord of the Rings and the names of the characters, items, events and places therein are trademarks of The Saul Zaentz Company d/b/a Middle-earth Enterprises under license to Warner Bros. Interactive Entertainment. Nintendo DS, Nintendo 3DS and Wii are trademarks of Nintendo. © 2012 Nintendo. KINECT, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE und die Xbox-Logos sind Marken der Microsoft-Unternehmensgruppe und werden von Microsoft lizenziert. "B", "PlayStation", "PS3", "PSP", and "PS" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PSVITA" is a trademark of the same company. All other trademarks and copyrights are the property of their respective owners. All rights reserved. Trademarks are property of their respective owners.



WB GAMES LOGO, WBIE LOGO, WB SHIELD: TM & © Warner Bros. Entertainment Inc. (s12)



Disney **MICKY EPIC** 2 DIE MACHT DER



AB 17.11.2012 IM HANDEL

**Neues Action-Adventure
mit Micky & Oswald!**

Zweisspielermodus, verbesserte Kamera-
führung und Oswalds erster großer
Auftritt!



vorläufige Abbildung

Disney
MICKY EPIC
MACHT DER FANTASIE

exklusiv für NINTENDO **3DS**™



12 Zwiespältiger Eindruck

Trotz neuer Rekorde bei Ausstellern und Fachbesuchern bleiben einige Fragen offen. Wohin geht in den kommenden Jahren die gamescom-Reise?



24 Highlights

gamescom-Award-Abräumer „Dishonored“ und weitere Titel konnten überzeugen



20 Fazit

BIU-GF Dr. Maximilian Schenk zieht Messebilanz



40 Kongress

Hochkarätig besetzte Panels diskutierten u. a. über Jugendschutz, deutsche Spiele als Exportschlager und Games als Kulturgut



36 Konferenz

Ein Überblick über Europas wichtigste Entwicklerkonferenz

Magazin

- 7 Intro
- 8 Impressionen
- 12 gamescom: die janusköpfige Leitmesse
- 16 Impressionen
- 18 Fazit I: Tim Endres
- 20 Fazit II: Dr. Maximilian Schenk
- 24 Spielehighlights
- 32 Fazit III: Konstantin Ewald
- 33 Impressionen
- 34 Fazit IV: Dr. Olaf Wolters

- 36 gamescom congress: Kunst und Hightech
- 38 Impressionen
- 40 GDC Europe: vielfältige Entwicklerkonferenz
- 43 Im Interview: Meggan Scavio
- 44 Fazit V: Thomas Friedmann

Charts

- 45 Tops + Most Wanted + Coverage
- 46 Trend-Charts-Games
- 47 Onlinecharts
- 48 Top 50 Best-Selling
- 49 Chartanalyse

Rubriken

- 6 Panorama
- 49 Impressum
- 50 Nachschlag: Eine Messe, vier Meinungen



**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.



Jetzt reicht's, Electronic Arts,
jahrelang waren wir geduldig, haben mehrere Stunden für EA-Termine eingeplant und konnten trotzdem nur zwei oder drei Spiele sehen.

Warum? Weil Eure Planung ohne feste Terminvergabe chaotisch ist, nicht funktioniert, noch nie funktioniert hat. Wieso eigentlich keine festen Termine für die einzelnen Produkte? Bei den anderen geht's doch auch! Ihr habt jetzt ja ein Jahr Zeit. Bitte ändert das. Olaf, sprich ein Machtwort!

*GamesMarkt hofft auf
Besserung
für 2013*

Liebe Free-to-Play-Entwickler,
Monetarisierung ist wichtig. Dass sich alles dem Geschäftsmodell unterzuordnen hat, wissen wir spätestens seit der GDC Europe. Dass es aber in den Sessions zum Thema Gamedesign fast ausschließlich darum ging, wie man dem Kunden am geschicktesten das Geld aus der Tasche zieht, lässt uns fragend zurück: Sind Spiele noch Kulturgut?

GamesMarkt zweifelt

Ihr gamescom-Aussteller,
wir wissen, dass wir mit diesem Thema auf taube Ohren stoßen (im wahrsten Sinne des Wortes), aber muss denn jedes Jahr ein neuer Dezibelrekord aufgestellt werden? Statt sich an Wattzahlen zu überbieten, könntet Ihr doch mal zeigen,

dass es auch mit- statt gegeneinander geht.

*Nach laut kommt Lärm,
weiß GamesMarkt*

Ach ja, Jan Müller-Michaelis,
dass wir auf der gamescom einen Termin mit Dir hatten, war auch für uns überraschend und wohl der Grund dafür, dass das Aufnahme-gerät in der Tasche blieb. Ein Fehler, denn die folgende Dreiviertelstunde gehörte zum Interessantesten, was wir auf der Messe erlebt haben.

*Bittet um Wiederholung,
dein GamesMarkt*

Email us!
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.



Frank Matzke,
General Manager
ZeniMax Dtd.,
ist „aus dem Häuschen“ wegen der gamescom-Awards für „Dishonored“.



Frank Brüggman,
Geschäftsführer dtp
entertainment,
kann nach der Insolvenz wieder viele gute Nachrichten vermeiden.



Dean Hall,
Lead Designer
Bohemia Interactive,
macht „ArmA II“ mit seiner Mod „DayZ“ zum Bestseller.

Steve Perlman,
Gründer und
CEO Onlive,
muss das von ihm
gegründete Spiele-
streamingunter-
nehmen verlassen.



Oh-Hyun Kwon,
CEO Samsung,
unterliegt vor
einem US-Gericht
im Smartphone-
Patentstreit mit
Apple.



Jay Wilson,
Game Director Bliz-
zard Entertainment,
pöbelt auf Facebook
gegen seinen Exkol-
legen David Brevik.





Besondere Ehre

Es ist ein Zeichen für die weiter wachsende Bedeutung von Games: Erstmals eröffnete eine amtierende Ministerpräsidentin die gamescom. Gemeinsam mit Dr. Maximilian Schenk (BIU), Gerald Böse (Koelnmesse) und Jürgen Roters (Oberbürgermeister Köln; v. l.) begrüßte Hannelore Kraft die geladenen Gäste beim offiziellen Messe-Opening.

Einsteiger und Aussteiger



Sebastian Bernt ist neuer Lead Software Architect bei den Goodgame Studios. Er verantwortet beim Hamburger Entwickler die Planung und Weiterentwicklung der Backend-Systeme. Bernt war acht Jahre als Freiberufler im Bereich Web- und Spieleentwicklung tätig, anschließend wechselte er zu Bigpoint. Dort arbeitete er zuletzt ebenfalls als Lead Software Architect. Er soll Goodgame mit seiner Erfahrung beim weiteren Wachstum unterstützen.



Ingo Griebel wurde mit Wirkung zum 1. Oktober in den Vorstand der Computec Media AG berufen. Er wird als Chief Digital Officer die Verantwortung für die digitalen Geschäftsbereiche tragen. Das umfasst den Ausbau bestehender Plattformen und Investition in neue Geschäftsfelder. Griebel war im Dezember vergangenen Jahres auf eigenen Wunsch aus der Geschäftsführung der von ihm mit gegründeten ehemaligen burda:ic GmbH ausgeschieden.



Daniel Ullrich ist seit August neuer COO bei der Infernum Productions AG. Innerhalb der Unternehmensleitung des Berliner Publishers und Entwicklers verantwortet er das Produkt- und Projektmanagement, die Monetarisierung der Produkte sowie weitere operative Bereiche. Ullrich kommt von der Frogster-Gruppe, in der er zuletzt als Chief Marketing Officer (CMO) für Lizenzierung, Produktmanagement, Marketing, und Monetarisierung zuständig war.



Hat gesagt ...

„Die Jury aus Chefredakteuren der Gamesjournalle ehrte ‚Dishonored‘ mit dem Preis ‚Best of gamescom‘.“

Peter Langhofer, PR-Manager ZeniMax Germany

Und gemeint ...

Natürlich habe ich höchsten Respekt vor Mitgliedern der Gamespresse und würde sie daher niemals abschätzig als Journalle titulieren.

PR-Perle

„EA SPORTS enthüllt die Coverstars von ‚FIFA 13‘!“

Aus einer Pressemeldung von Electronic Arts

Also wegen uns könnten die auch gern angezogen bleiben.



TERMINE

31.

August

IFA – Internationale Funkausstellung

Das Sommererevent der UE-Branche Berlin
www.ifa-berlin.de

31.

August

PAX Prime

Das größte Gameevent für Verbraucher in den USA
Seattle
prime.paxsite.com

20.

September

Tokyo Game Show

Zum 22. Mal findet die traditionsreiche japanische Gamesmesse statt
Tokio
tgs.cesa.or.jp/english

20.

September

GAMEplaces Business & Legal: Rights Clearance

Vortragsreihe
Frankfurt a. M.
www.gameplaces.de

26.

September

Gamecity-Treff

Der Treffpunkt für alle Spieleschaffende in der Hansestadt
Hamburg
www.gamecity-hamburg.de

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 Daniel Ullrich
COO Infernum
Productions AG



2 Christian Szymanski
CMO Stryking Ent. GmbH



3 Andreas Weidenhaupt
CEO Infernum Prod. AG

4 Marco Hüsches
Geschäftsführer
Village1 Entertainment
& Licensing
Hüsches und sein
Team von McGame
verschenkten auf
der gamescom
120.000 Gutscheine
an Messebesucher,
mit denen sich die
Gamer im Online-
shop ein Gratis-
spiel aussuchen
konnten, um es auf
den heimischen
PCs zu spielen.

5 Uwe Bassendowski
Managing Director
Sony Computer Ent.
Deutschland

6 Seth Iorio
CEO/Vorstandsvor-
sitzender Game-
forge Berlin AG

7 Vera Mann
Product Manager
Sony Computer Ent.
Deutschland

8 Julia Pfiffer
Vertrieb rondome-
dia Marketing &
Vertriebs GmbH

9 Dirk Ohler
Senior Product
Manager astragon
Software

10 Udo Lewalter
Senior PR Mana-
ger Square Enix

News

1 Tag 2: Die Massen sind da!
Der erste Besuchertag

2 Impressionen vom ersten
Messestag

3 Tag 3: Branchenvertreter
überlassen Promis das Feld

4 Messefazit: mehr Fach-
besucher, mehr Aussteller

5 „Dishonored“ gewinnt drei-
fach beim gamescom award
Keine Überraschung in der Woche
der wichtigsten europäischen Bran-
chenveranstaltung: Die fünf meist-
gelesenen News beschäftigen sich
mit der gamescom.

6 Verkaufsgerüchte treiben
EA-Kurs

7 Ubisoft bläst zur großen
Free-to-Play-Offensive

8 Pre-Order-Charts: ein Ange-
bot, das man nicht ablehnt

9 OnLive nach Blitzpleite an
Investor verkauft

10 Charts: „Darksiders II“ –
Tod rafft alle hinweg

GamesMarkt gratuliert zum Geburtstag



29. August
Dieter
Marchsreiter
GF Marchsreiter
Communications



30. August
Jochen Till
Head of Marketing
& PR – Rockstar
Games Take-Two



2. September
Thomas Altemeier
Vorstand/CEO
Flashpoint



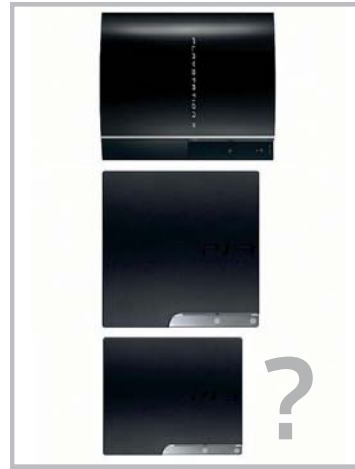
2. September
Michael Zittlau
Bereichsleiter
Multimedia Müller



3. September
Ralph Frefat
Senior Manager
Online Games
Deutsche Telekom



11. September
Uwe
Bassendowski
Managing Director
SCED



Passive Anwesenheit

Unabsichtliche Absicht Vermisstenmeldungen Hardwarezögerlichkeit

Die Grenze zwischen einer Falschmeldung und geschicktem viralen Marketing ist bekanntlich sehr durchlässig. So wird von außen betrachtet auch nie ganz klar werden, ob die Tatsache, dass „Half-Life 3“ auf einmal auf der offiziellen Neuheitenliste der Kölnmesse auftauchte, ein geschickter Werbeschachzug war oder das Spiel tatsächlich „aus Versehen“ dort landete. Gleiches gilt für die Szenen aus „Grand Theft Auto V“, die ebenfalls „unabsichtlich“ in den Promotrailer geschnitten wurden. Rückblickend kann man mit Bestimmtheit sagen, dass keiner der beiden Titel in irgendeiner Form in den Messehallen zu finden war, aber geschadet hat die „unabsichtliche“ Lancierung dieser Meldungen weder der gamescom noch den betroffenen Publishern. Ziel erreicht, für alle Beteiligten.

Die Absagen von Nintendo, Microsoft, Sega und THQ nahmen sich zunächst wie mittlere Katastrophen aus. Die Presse war schnell mit den ersten, in Kommentarform verfassten Abgesängen auf die Kölner gamescom zur Stelle. Alles verfrüht, denn alle großen Absager fanden sich doch auf die eine oder andere Weise in der Domstadt ein. Sei es wie THQ durch kleine Präsentationen in Hinterzimmern oder an den Ständen der Vertriebspartner, wie im Falle von Sega. Microsofts Xboxen standen sowieso allerorten, aber selbst Nintendos noch gar nicht erschienene Wii U konnte bei den Third-Party-Entwicklern begutachtet werden. Rückblickend entpuppten sich die Absagen als Sturm im Wasserglass. Zumal andere Aussteller in Bresche sprangen, um die Lücke im Showprogramm zu schließen.

Sony hätte als einziger in Köln anwesender Plattformhalter als der große Sieger von der Messe gehen können. Dementsprechend munter wurde im Vorfeld spekuliert, welchen Coup sich die Japaner überlegen würden. Ein neues, noch kleineres Modell der PlayStation 3, inklusive Preissenkung? Auch die große Marketingoffensive für die Vita wurde kolportiert: neuer Verkaufspreis unter 200 Euro? Allein, geschehen ist davon nichts. Lediglich eine zumindest kleine Softwareoffensive für die Vita gab es auf der Sonypressekonferenz, auf der dem Handheld deutlich mehr Beachtung geschenkt wurde als noch auf der E3. Insgesamt bleibt doch der fade Beigeschmack, dass Sony die Messe besser hätte nutzen können, um noch einmal richtig Fahrt fürs Weihnachtsgeschäft aufzunehmen.



Ein Standort, zwei Fotos

Boulevard der Spieler

Er ist die Aorta der gamescom: der imposante Messeboulevard. Dieser verbindet alle Hallen auf dem Gelände der Koelnmesse miteinander. Präsentierte sich der lichte Korridor am Dienstag, einen Tag vor dem Fachbesuchertag, noch von seiner ruhigen und beschaulichen Seite (kleines Bild), wurde er schließlich am Donnerstag, dem ersten Publikumstag, von den Massen geflutet (großes Bild), die sich von dort in die seitlich gelegenen Hallen auf die Spiele der verschiedenen Aussteller stürzten. Glücklicherweise waren alle Räumlichkeiten zu jeder Zeit äußerst angenehm klimatisiert.





21.–25.8. 2013 COLOGNE

Das weltweit größte Messe- und Event-Highlight
für interaktive Spiele und Unterhaltung in Köln.

Die gamescom 2012 begeisterte auf ganzer Linie:

- Mehr als 600 Aussteller aus 40 Ländern
- Über 275.000 Besucher, davon rund 24.500 Fachbesucher aus 83 Ländern
- 330 Welt-, Europa- und Deutschlandpremieren
- Rund 5.300 Journalisten aus 54 Ländern

Danke an alle Beteiligten!



gamescom



Celebrate
the games!



gam

Die janusköpfige Leitmesse

Erwartungsgemäß zeigte sich die gamescom 2012 unverändert stark. Einer stabilen Besucherzahl stand ein Plus bei Ausstellern, Fläche, Fachbesuchern und Internationalität gegenüber. Dennoch hinterließ das Kölner Gesamtkunstwerk einen zwiespältigen Eindruck.

Business as usual – so könnte das Fazit der gamescom 2012 ausfallen. Die komplette Eventlogistik funktionierte reibungslos. Egal, ob Fachbesuchertag, Pressekonferenzen, Congress, Festival, Publikumsleitsysteme, Anspielstationen, Stand-,

aussteller oder offizielle Partys – einfach alles lief wie am Schnürchen und einer Programmroutine gleich, indoor wie outdoor. Selbst die im Vorfeld angekündigten Auszeiten von Nintendo und Microsoft hinterließen nicht den geringsten Kratzer im Buntlack der Leitmesse.

Und so meldete die Koelnmesse am Nachmittag des letzten gamescom-Tags den vertrauten Vollzug und setzte mit Schlagzeilen wie „Mehr als 275.000 Besucher feiern die Welt der Spiele“, „Erweitertes Messekonzept erfolgreich“, „Ausstellerzahl, Fachbesucheranteil und Internationalität deutlich gesteigert“, „Trendthemen bereichern Markt für Computer- und Videospiele“ und

„120.000 Besucher beim gamescom festival runden Messe- und Eventhighlight ab“ den großen medialen Schlussakkord. Business as usual eben. Und doch wieder nicht. Denn trotz aller Titel, die in der Entertainment und Business Area gezeigt wurden, trotz aller (Trend-)Themen, die die Hallen bespielten, wurde eines sehr deutlich: Es geht nicht länger nur um PC-, Konsolen-, Online-, Browsergames, Mobile oder Social Games, sondern um interaktive Unterhaltung, die dem Kunden 24/7 möglichst auf allen und am besten noch über alle Plattformen kredenzt werden soll, die die gegenwärtige Technik zulässt. Und auf dieser Folie mutieren die einsti-

„Die gamescom hat erneut ihre internationale Strahlkraft in Sachen Business und Entertainment unter Beweis gestellt“

Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung Koelnmesse GmbH



gen boxed products zur permanenten Dienstleistung bzw. zu Games as a Service. Die Digitalisierung macht's möglich. Ihre sichtbarste Entsprechung fand diese Entwick-

Zahlen, Daten, Fakten 2012

Die gamescom 2012 zählte mehr als 275.000 Besucher, davon rund 24.500 Fachbesucher (+14 Prozent) aus 83 Ländern (2011: 71) und mehr als 600 Aussteller (+8 Prozent) aus 40 Ländern (+1). Auf 140.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche (+15 Prozent) zeigten die Aussteller mehr als 330 Welt-, Europa- und Deutschlandpremierer (+10 Prozent). Mehr als 5300 Journalisten aus 54 Ländern berichteten fünf Tage lang aus Köln.



KREATIVITÄT SCHÜTZEN,
VIelfALT BEWAHREN.
G+J | Entertainment Media

Donnerstag,
27. September 2012
Beginn 9.00 Uhr

G+J Auditorium,
Gruner + Jahr,
Am Baumwall 11, Hamburg



Das Urheberrecht als Wirtschaftsfaktor in der digitalen Medienwelt

- ▶ Lassen Sie sich kompakt, detailliert und aus erster Hand informieren, wie die aktuelle Urheberrechtsdiskussion die gesamte Wertschöpfung aller Medien beeinflusst.
- ▶ Analysieren Sie die ökonomischen Zukunftschancen der Kultur- und Kreativwirtschaft im digitalen Bereich, und erfahren Sie, wie rechtlich auf fragwürdiges Userverhalten reagiert werden muss.
- ▶ Diskutieren Sie mit, was sich ändern muss, um mit den neuen, digitalen Konsumgewohnheiten erfolgreich umgehen zu können.



Alle Details und Anmeldung: www.kreativitaet-schuetzen.de

Förderer & Partner



Gruner + Jahr AG & Co KG
Druck- und Verlagshaus
Hamburg



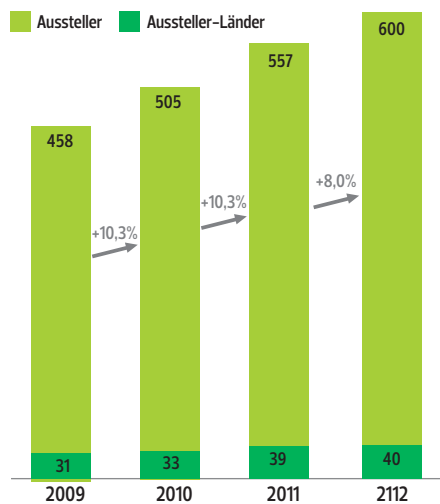
Durchgeführt von



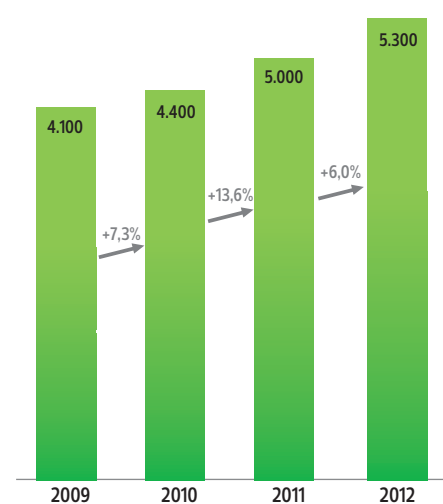
Besucherentwicklung



Ausstellerentwicklung



Entwicklung Medienvertreter



lung in der Business Area, wo sich mehr Fachbesucher denn je tummelten – sehr viele neue Gesichter darunter und neue Unternehmen, deren Namen man erst kürzlich zum ersten Mal bewusst wahrgenommen hatte. Wenn überhaupt. Bereits während der GDC Europe konnte man sich davon ein sehr deutliches Bild machen. Ganz gleich, welches Panel man verfolgte, welchem Sprecher man lauschte, welchen

Workshop man besuchte – stets wurde das Hohelied der Monetarisierung im Free-2-Play-Modell gesungen. Nicht selten erinnerten diese Sessions sogar ein wenig an „Erwekungsgottesdienste“, in deren Verlauf die Hörer zur Entscheidung ermuntert werden, sich zum jeweiligen Glauben zu bekennen und der Gemeinde (= Unternehmen) beizutreten. Die GDC Europe als Rekrutierungsmaßnahme. Nach so viel

Service verstanden werden, schießen entsprechende Dienstleistungsunternehmen wie Pilze aus dem Boden. Die Redaktion Games-Markt beispielsweise hatte während ihrer Vorbereitung der gamescom spaßeshalber die Payment-Anbieter gezählt; bei 24 Unternehmen haben wir schließlich aufgehört.

Vor zwei Jahren stellte sich das auch auf der gamescom noch völlig anders dar. Seinerzeit war F2P das Stigma, mit dem man die wenigen Onlinegamesunternehmen quasi als Sektierer abstempelte. Doch das ist lange her. Inzwischen ist F2P seinem Ruf als disruptives Geschäftsmodell mehr als gerecht geworden: Es entsteht in einer Nische und hat die Tendenz, überkommene Modelle auf besonders aggressive Weise abzulösen. Das Problem dabei: Springen alle auf denselben Zug auf, wird es schnell eng, und in die Rally platzt die Konsolidierung. Dann zeigt sich, wer auf steinernen oder tönernen Füßen steht, wer starke Marken bzw. IPs besitzt, sein Reichweiten-netz optimal gesponnen hat sowie über das notwendige Know-how und Budget verfügt, kurzum, die Kunst des langen Atems beherrscht. Dem Spieler ist das alles egal, er will ja nur spielen. Wie sehr jener aber schon heute auf Online (und Mobile) abfährt, und welches Qualitäts-

„Wir haben die gamescom als internationale Business- und Neuheitenplattform ausgebaut und gleichzeitig die Aufenthaltsqualität für unsere Konsumenten und die Community deutlich steigern können“

Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin Koelnmesse GmbH

**DIE SCHLAGZEILEN
JEDERZEIT UND ÜBERALL**

**FÜR ABONNENTEN
KOSTENLOS**

Mit der App: www.mediabiz.de/app

missionarischem Eifer wuchs die Vorfreude auf Mittwoch, den offiziellen gamescom-Start, spürbar an. Endlich wieder Spiele sehen, über kommende Neuheiten sprechen – eben good old fashioned Games erleben. Pustekuchen! Der Free-2-Play-Choral durchdrang auch den gesamten Fachbereich der Leitmesse für interaktive Unterhaltung und zog sich wie ein roter Faden durch das diesjährige Ausstellerverzeichnis. Wo Games als

niveau diese Spiele inzwischen erreicht haben, davon konnte man sich in Halle 8 überzeugen, also dort, wo im letzten Jahr noch Microsoft und Nintendo die Massen beglückten. Mit welcher Kraft und Macht sich aber auch die Pioniere des traditionellen Gamings, allen voran Electronic Arts und Ubisoft, auf diesen neuen Spielwiesen entfalten, war ebenfalls sehr beeindruckend zu sehen. Wer den rasanten Aufstieg der einstigen „Siedler“-Schmiede Blue Byte allein im letzten Jahr verfolgt hat, erfährt, was die Stunde geschlagen hat und wohin die Reise geht. Auf der anderen Seite gibt es bereits interessante Kooperationen, wie zum Beispiel die zwischen Bigpoint und Square Enix („Game-globe“).

Doch bevor wir vollends in den Sog der relativ neuen Lehre geraten, beschwören wir erneut den klassischen Retailmarkt. Denn F2P hin, F2P her, die wichtigste Säule für die

„Das Konzept der gamescom ist aufgegangen: Sie präsentiert als internationale Leitmesse alle Arten, Aspekte und Plattformen von Games ... Wir alle können auf die gamescom 2012 sehr stolz sein – daran wollen wir 2013 anknüpfen“

Dr. Maximilian Schenk, Geschäftsführer des BIU

Gamesindustrie ist nach wie vor der Handel. Das zeigten erst jüngst wieder die vom BIU vorgelegten Zahlen fürs erste Halbjahr 2012. Demnach wurden 89 Prozent des Umsatzes mit Games in Deutschland über den physischen Vertrieb erwirtschaftet. Und das wird auch noch in den nächsten Jahren so sein. Doch machen wir uns nichts vor, diese merkantile Realität ist flüchtig und wird den weiteren Aufstieg des digitalen und F2P-Geschäfts nicht aufhalten. Auch wenn der US-Markt an dieser Stelle schon deutlich weiter als der hiesige ist. Schließlich ist ja längst

gelernt, dass derlei Entwicklungen zeitverzögert auch bei uns ein- und aufschlagen – dann aber mit Karacho. Was nicht heißen soll, dass der Handel nicht daran partizipieren könnte. Die Frage ist nur: In welcher Form und zu welchem Preis? Doch das wird man zu gegebener Zeit sehen. Möglicherweise lässt ja bereits die gamescom 2013, die Köln vom 21. bis 25. August wieder in das Mekka der Spiele verwandelt, nähere Aufschlüsse zu. Und der Januskopf der Branche verschwindet dann wieder in der Mottenkiste.

Harald Hesse



Content Conference

Sign up now!

20.09.2012

www.content-conference.com



EMPORIO, Hamburg

- 1 (v. l.): Thorsten Johann-
toberens, Claus Madsen,
Anna Grudtsina, Oksana
Usmanova, Ingo Mohr,
Andreas Torkler, Alexan-
der Jeske, Dirk Potente,
Reinhard Osthus (alle ar-
vato Entertainment), mit
Thomas Michalski (Fidor
Bank) und Thomas
Labenbacher (OTRA)
- 2 Thomas Altemeier
(flashpoint))
- 3 Alexander Piutti
(Game Genetics)
- 4 Winfried Diekmann
(aerosoft, I.) und Claas
Oehler (G.A.M.E.)
- 5 Anna Lea Kolb (SAE
Institute GmbH) und
Dr. Niki Laber (ÖVUS)
- 6 Stefan Krings (THQ)
- 7 Alain Corre, Executive
Director EMEA Ubsisoft
- 8 Matthias Kolb (Namco
Bandai Partners)
- 9 Martin Schneider
(Konami)
- 10 Ingo Horn und Pascal
Schmidt (beide Travian
Games)
- 11 Peter Moore und Jens
Uwe Intat (beide EA)
- 12 Razer-CEO
Min-Liang Tan
- 13 Odile Limpach
(Blue Byte)-
- 14 Simon Hellwig und Stefan
Marcinek (Geschäfts-
führer Kalypso Media)
- 15 Gameforge-Quartett
(v. l.): Seth Iorio, Axel
Schmidt, Eva Schmitt
und André Potgeter





Durchweg positives Feedback

Im Gespräch mit GamesMarkt zieht Tim Endres, Projektmanager Koelnmesse, seine gamescom-Bilanz.



Projektmanager Tim Endres

Wie fällt Ihre Bilanz der gamescom 2012 aus?

Die gamescom hat auch in diesem Jahr auf Rekordniveau geendet und konnte dabei als internationale Businessplattform deutlich zulegen. Von den insgesamt mehr als 275.000 Besuchern waren 24.500 Fachbesucher (+14 Prozent) aus 83 Ländern (+17 Prozent) – ein deutliches Wachstum im Übergangsjahr des Markts. Neben den Zahlen stand für uns jedoch die Aufenthaltsqualität unserer Besucher im Fokus. Auch hier haben unsere Maßnahmen hinsichtlich Ticketing, Einlassmanagement und Auslaufzonen vollends gegriffen, und unsere Besucher attestieren uns eine deutlich bessere Aufenthaltsqualität.

Dass zwei Bigplayer – Nintendo und Microsoft – dieses Jahr in Köln fehlten, zumindest als Aussteller, hatte demnach keinerlei Effekt auf die gamescom als Gesamtevent, oder?

Aufgrund der Tatsache, dass die gamescom thematisch sehr breit aufgestellt ist, konnten wir in diesem Jahr die Nichtteilnahmen kompensieren. Natürlich hätten wir und unsere Besucher beide Unternehmen gern mit eigenen Präsentationen auf der gamescom gesehen. So aber haben andere Player der Branche in diesem Jahr auf der Messe die Schlagzeilen bestimmt und die Besucher mit ihren eigenen Ständen und Präsentationen begeistert.

Mit insgesamt rund 275.000 Besuchern konnte die gamescom das

Vorjahresniveau bei den Besucherzahlen halten. Das hat mich gewundert, da ich den Eindruck hatte, dass am Donnerstag und Freitag deutlich mehr Besucher in den Publikumshallen waren als 2011.

Dem war auch so. Durch entsprechende Maßnahmen im Ticketing ist es uns gelungen, an nahezu allen Tagen ein gleich hohes Besucherniveau zu erreichen und speziell den Messesamstag deutlich zu entzerren. Dafür waren insbesondere der Donnerstag und der Freitag besser besucht. Unsere Besucher haben sich demnach gut auf die gamescom vorbereitet und durch den Erwerb von Tickets im Vorverkauf maßgeblich zum Erfolg und einer optimalen Aufenthaltsqualität beigetragen.

Sie holen noch während der gamescom ein Meinungsbild unter den Ausstellern ein. Können Sie uns hierzu ein Zwischenfazit geben.

Wir sprechen natürlich während einer Messe kontinuierlich mit allen Ausstellern und fragen ab, ob alles gut läuft. Uns erreichte in den Gesprächen ein durchweg positives Feedback. Auf Basis der großen Besucher- und Medienresonanz haben die Aussteller ihre Messeziele sowohl in der Business als auch in der Entertainment Area erreicht.

Nach der gamescom ist vor der gamescom. Wann gehen die Planungen für 2013 los, und gibt es gar schon erste Zusagen von Ausstellern?

Die nächste gamescom findet vom 21. bis 25. August 2013 statt. Die Planungen hierzu starten stets direkt im Anschluss an die Messe. Tatsächlich steigt die Zahl der Aussteller, die direkt im Anschluss an die Messe ihre Flächen buchen möchten, von Jahr zu Jahr. So erreichen uns auch jetzt bereits etliche Anfragen aus dem In- und Ausland von bestehenden und neuen Ausstellern.

Auch das gamescom festival erfreute sich eines sehr großen Zulaufs und Zuspruchs. Stehen auch hier die Zeichen weiter auf Wachstum?

Das gamescom festival rundet das Gesamterlebnis gamescom in Köln wunderbar ab. Das Interesse seitens der Industrie und branchennaher Firmen war in diesem Jahr größer als 2011. Sofern die Nachfrage weiterhin wächst, kann auch das Festival zulegen.

Wo sehen Sie noch Optimierungsbedarf – falls es diesen im Kontext gamescom gibt?

Es gibt immer Optimierungspotenzial. Wo das jedoch im Hinblick auf 2013 liegt, kann ich zum jetzigen Zeitpunkt nicht sagen, dafür müssen wir erst einmal die Ergebnisse insgesamt auswerten.

Harald Hesse

MIT UNS MACHEN SIE LUFTSPRÜNGE!



VITREX – Der zuverlässige Partner für den Fachhandel!

- Umfangreiches Sortiment an Videospielen, Computerspielen & Zubehör
- Täglich aktuelle Informationen über Produkte und Neuheiten
- Kompetente Kundenberatung
- Kein Mindestbestellwert, keine Mindestabnahme
- 24 Stunden Lieferzeit ab Lager

Gute Konditionen und faire Preise. Testen Sie uns!

Stützpunkthändler



VITREX Multimedia Großhandel GmbH • Otto-Schwade-Straße 7 • 99085 Erfurt • www.vitrex.de • Tel.: 0361/210 96-0 • Fax: 0361/566 06 70 • eMail: info@vitrex.de

PlayStation 2 PS3 PSVITA PSP

PC
GAMES

XBOX 360

Wii U Wii

NINTENDO DS

NINTENDO 3DS

Ziehe meinen Hut vor dieser Gemeinschaftsleistung

Der BIU ist bekanntlich Mitveranstalter und ideeller Träger der gamescom. GamesMarkt bat BIU-Geschäftsführer Dr. Maximilian Schenk, um seine gamescom-Bilanz.

Haben Sie auch noch diesen Sound im Ohr? Den Sound von 275.000 Gamern und Fachbesuchern, die trotz tropischer Temperaturen fünf Tage lang die gamescom zu einem bunten, wirtschaftlich bedeutenden und kulturell wertvollen Event gemacht haben? Die gamescom ist eine Erfolgsstory der gesamten deutschen Gamesindustrie, auf die wir, und damit meine ich ausdrücklich die gesamte deutsche Gamesbranche, sehr stolz sein können. Vor allem, weil die Strategie der gamescom auch im Jahr 2012 aufgegangen ist: Sie präsentiert als internationale Leitmesse alle Genres, Plattformen, Geschäftsmodelle und Aspekte von Games. Diese Strategie erschließt der Gamesindustrie neue Zielgruppen und sorgt für eine Anpassung unserer Messe an aktuelle Trends und Besucherwünsche. Dies ist ein wesentliches Erfolgsgeheimnis für die enorme Performance der gamescom

2012: mehr Aussteller, mehr Fläche, mehr Neuheiten, mehr Internationalität, mehr Business, mehr Events und Unterhaltung. Dies ist vor dem Hintergrund der Stagnation anderer Tradeshows und internationaler Gamesmärkte gar nicht hoch genug einzuschätzen. Mein herzlicher Dank gilt deshalb allen, die dies ermöglicht haben: der Community, den Besuchern, Ausstellern, Partnern, der Stadt Köln, dem Land NRW, unserem Partnerland Südkorea und ganz besonders unserem gamescom-Team von der Koelnmesse. Besonders beeindruckt hat mich einmal mehr die Kreativität unserer Branche. Sie hat bewiesen, dass nicht nur AAA-Games für Konsole und PC messtauglich präsentiert werden können, sondern auch Mobile, Casual, Online- und Social Games. Diese Kreativität ist ein Teil des Mosaiks, das der gamescom einen Eventcharakter verleiht – ein „must go“ für Gamer. Einen wesentlichen Beitrag hierzu lieferten auch unser Unterhaltungsprogramm, von Cosplay über eSport bis zu Karaoke, sowie – nicht zu vergessen – die vielen kleinen Maßnahmen, um die Wartezeiten an den Ständen zu erleichtern. Nach meinem Eindruck ist es der Branche in diesem Jahr zudem gelungen, die Wartezeiten deutlich zu verkürzen. Die gelungene Umverteilung der Besucher – weg vom zuletzt überfüllten Samstag auf die anderen Messetage – hat sicherlich einen wesentlichen Anteil daran gehabt. Dagegen wünsche ich mir ein Mehr an Kreativität bei der Gestaltung mancher Stände, die sich

aufgrund des Jugendschutzes geschlossen und etwas zu „schlicht“ präsentierten. Das gilt besonders für Stände an den Halleneingängen. Mit dem gamescom congress stellen wir uns den Chancen von und der Kritik an Games. Das bleibt wichtig, um das Leitmedium Games weiter voranzubringen und um es aus der Wohlfühl-ecke des „Wir sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen“ zu holen. Beispiele gefällig? Die Debatte um exzessive Nutzung von „Games“ und „Internet“ (was für eine Verallgemeinerung!) ist geprägt von Unkenntnis und falschen Maßstäben, statt vom Anerkennen einer Kulturtechnik. Und wer glaubt, Games seien im Rahmen eines breiten Konsenses als wichtiges Kulturgut anerkannt, der muss sich anhören, dass das „natürlich nicht für kommerziell erfolgreiche“ Titel oder für Fortsetzungen gelte. Bleibt mir der Ausblick auf die gamescom 2013. Es ist noch zu früh, Ihnen neue Ideen zu präsentieren, aber eine Steigerung der Zahl und Größe der Aussteller sowie der Internationalität der gamescom (etwa: weitere Ländergemeinschaftsstände sind in Sicht!) ist natürlich angestrebt. Deshalb ist für uns nach der gamescom vor der gamescom. Das heißt, wir werden in den nächsten Wochen und Monaten gemeinsam Formen der Verbesserung besprechen und angehen. Für Ihre Anregungen und Wünsche bin ich sehr dankbar. Ich freue mich schon heute auf Ihre Teilnahme im nächsten Jahr: als Besucher, Partner, Aussteller oder Referent.

Dr. Maximilian Schenk



Dr. Maximilian Schenk,
Geschäftsführer BIU



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



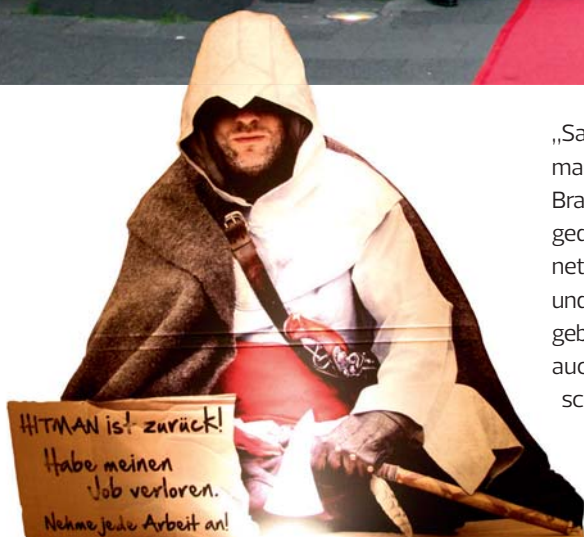
Bundesweites
Kinoprogramm



Branchen-
informationen

Partylaune in der Wolkenburg

Koch Media weiß, wie man Feste feiert. Über 1000 Freunde und Geschäftspartner nahmen die Einladung zum Netzwerken gern an.



„Same procedure as every year“, mag sich so mancher Gast von Koch Medias traditioneller Branchenfeier am Abend vor der Messeparty gedacht haben. Wie die beiden Jahre zuvor öffnete Petrus für einen Moment seine Schleusen und versuchte, der guten Stimmung Einhalt zu gebieten. Abermals blieb es beim Versuch, denn auch diesmal ließen sich Freunde und Geschäftspartner des Planegger Vertriebschampions und der Kogastgeber Sunflex und kdg mediatech keineswegs vom Feiern und Fachsimpeln innerhalb der Mauern des

Feierbollwerks „Wolkenburg“ abhalten. Der Ansturm war entsprechend groß. Über 1000 Gäste folgten der Einladung von Dr. Klemens Kundratitz und seinem Team und schlemmten sich durch das leckere BBQ-Bufferet. Damit es bei den tropischen Temperaturen keinem der Anwesenden die Sprache verschlug, reichten die zahlreichen Servicekräfte erfrischende Getränke im Sekundentakt. Für Schmunzeln sorgte zu vorgerückter Stunde ein Assassinen-Seitenhieb aus Pappe im Eingangsbereich. Ein gelungener Abend ging langsam zu Ende.



Koch-Geschäftsführer Dr. Klemens Kundratitz begrüßt Przemek Marmul (Techland, I.) persönlich



Neue und alte Freunde (v. l.): Lee Norton, Alison Gould (Sega) und Axel Witt (Kaspersky)



Square-Enix-Gruppenbild mit Dame (v. l.): Alex Chinen, Klaus Jens, Rui Anderson und Nikolaus Ziegert



Corinna Thamm von KSM GmbH im Gespräch mit Michael Hosp (Vorstand kdg mediatech AG)



Gute Miene zum guten Spiel: Dietmar Toenges (KM, I.) und Jörg Littmann (NERO)



Plauderten im Blitzlicht weiter: Thomas Unger (Zone2-Media, I.) und Daniel Dumont (Gaming Minds/Kalypso)



Verdammt gut drauf: Heiner Bredick (Kaspersky, I.) und Ralf Tegethoff



Best Buddies (v. l.): Menno van der Bil (neuer Int'l Commercial Director), Samuel Brown und Christian Moriz (allesamt Koch)



Klarissa Schmidt (BMW AG) und Fabian Döhla (Sega)



Mario Gerhold (KM Marketing, I.) und Andreas Hinterleitner (Saturn)



Bestens unterhalten: Julia Pfiffer (rondome-dia) und Dr. Reinhard Gratl (Koch Media)



Die „DoA 5“-Macher (v. l.): Marko Bursac (Team Ninja), Sun Chin Soon, Tom Vickery, Marilena Papacosta (alle Tecmo Koei)



Haben immer den vollen Durchblick: Thomas Rickal (KM, I.) und Peter Lackner (digital publishing)

Höhepunkte der gamescom 2012

Wo gab's die längsten Schlangen, die größte Begeisterung, die meisten Auszeichnungen? Die wichtigsten Spiele der Messe im Überblick.

Dishonored

Bethesda – PC, Xbox 360, PS3 – 12.10.2012

„Mein Highlight ist ‚Dishonored‘“ war ein Satz, den man in Gesprächen auf der gamescom immer wieder hören konnte. Der Bethesda-Titel scheint mit seinem schaurigen Steam-Punk-Setting, das zugleich abstoßend und fasziniert ist, und dem Meuchelmörderszenario einen Nerv zu treffen. Auf einer Messe, auf in der Mehrheit Fortsetzungen präsentiert wurden, hat ein neuartiges Spiel wie „Dishonored“ gleich Sympathien. Das Ergebnis waren lange Schlangen am Stand im Publikumsbereich. Mit zwei anspielbaren Missionen konnten sich Besucher davon überzeugen, dass die Entwickler großen Wert auf Freiheit legen: Es gibt unzählige verschiedene Möglichkeiten, wie man die Zielperson letztlich umbringt. Mit großem Aufwand hat Bethesda auf der Messe und in der Stadt sein Spiel beworben. Zumindest auf der gamescom ging der Plan gemessen am Besucherinteresse auf. Wenn „Dishonored“ diesen Schwung mit in den Oktober nehmen kann, dürfte ein gutes Endjahresgeschäft anstehen.



Remember Me

Capcom – PC, Xbox 360, PS3 – Mai 2013

Es gibt sie doch noch, die Messeüberraschungen. Capcom stellte auf seiner Pressekonferenz „Remember Me“ vor. Der Titel wird vom Pariser Studio Dontnod Entertainment entwickelt und war rückblickend die einzige echte spielerische Überraschungsneuheit der diesjährigen gamescom. Das Action-Adventure spielt im Jahr 2048 in der Heimatstadt der Entwickler, Paris, das im Spiel dann Neo-Paris heißt. Das dystopische Setting erinnert nicht nur optisch an „Deus Ex: Human Revolution“, auch inhaltlich lassen sich Parallelen erkennen: In der Zukunftsvision von „Remember Me“ können menschliche Gedanken mittels eines Chips ausgelesen und manipuliert werden. Spielerisch paaren die Entwickler das mit dem Kampfsystem von „Batman: Arkham City“ und den Kletterpassagen der „Uncharted“-Spiele. Dieser interessante Mix macht „Remember Me“ zu einer der spannendsten und vielversprechendsten Neuankündigungen der diesjährigen gamescom. Das fertige Spiel soll nach jetzigem Stand im Mai 2013 in den Handel kommen.





Warface

Trion Worlds – PC – Januar 2013

Crytek und Free-to-Play-Spiele? Vor Jahren noch undenkbar, galt das Frankfurter Studio doch als Inbegriff für klassische Hardcorespiele. Auf der gamescom überraschte das Team aber mit dem Shooter „Warface“, der in Russland bereits erfolgreich läuft und über den Publisher Trion Worlds bald auch nach Deutschland kommen soll. Der Titel ist zwar Free-to-Play, aber grafisch und spielerisch auf Augenhöhe mit der Genrekonzurrenz. Im Koop mit Freunden gegen die KI oder im klassischen Multiplayer gegen andere Mitspieler schießt man sich über die Karten. Das spielt sich flott und unkompliziert wie „Call of Duty“, bietet aber dank Klassensystem mit Munitions- und Lebenspaketen kleinere taktische Möglichkeiten wie in „Battlefield“. Crytek beweist mit „Warface“, dass Free-to-Play nicht gleichbedeutend mit billig ist. Sollte der Titel beim Start auch in Europa erfolgreich laufen, könnte das enorm zum Renommee der Gratisspiele beitragen, aber auch den Druck auf die Konkurrenz erhöhen, da die Ansprüche der Kunden wachsen würden.

Need For Speed: Most Wanted

Electronic Arts – PC, PS3, Xbox 360 – 31.10.2012

Nach dem letztjährigen Rohrkrepieler „The Run“ hat Electronic Arts einiges wieder gutzumachen bei den „Need For Speed“-Fans. Die Vorzeichen stehen aber denkbar gut, dass dies gelingen wird, schließlich zeichnet für den neuesten Teil, „Most Wanted“, Criterion Games verantwortlich, die in der Vergangenheit schon u. a. die großartigen Spiele der „Burnout“-Reihe abgeliefert haben. Da verwundert es nicht, wenn „Most Wanted“ frappierend an „Burnout: Paradise“ erinnert. Eine frei erkundbare Großstadt, in der sich der Spieler ganz nach Lust und Laune austoben darf und einfach per Knopfdruck in jedes herumfahrende Auto springt, statt mühsam nach und nach neue Karossen freizuspielen.

Das Autolog-Feature der Vorgänger wurde weiter ausgebaut, Single- und Multiplayer verschmelzen noch mehr, und Bestzeiten lassen sich jetzt erstmals plattformübergreifend vergleichen. Das Ganze sieht dank Frostbyte-2-Engine („Battlefield 3“) auch noch äußerst hübsch aus.



Far Cry 3

Ubisoft – PC, Xbox 360, PS3 – 19.11.2012

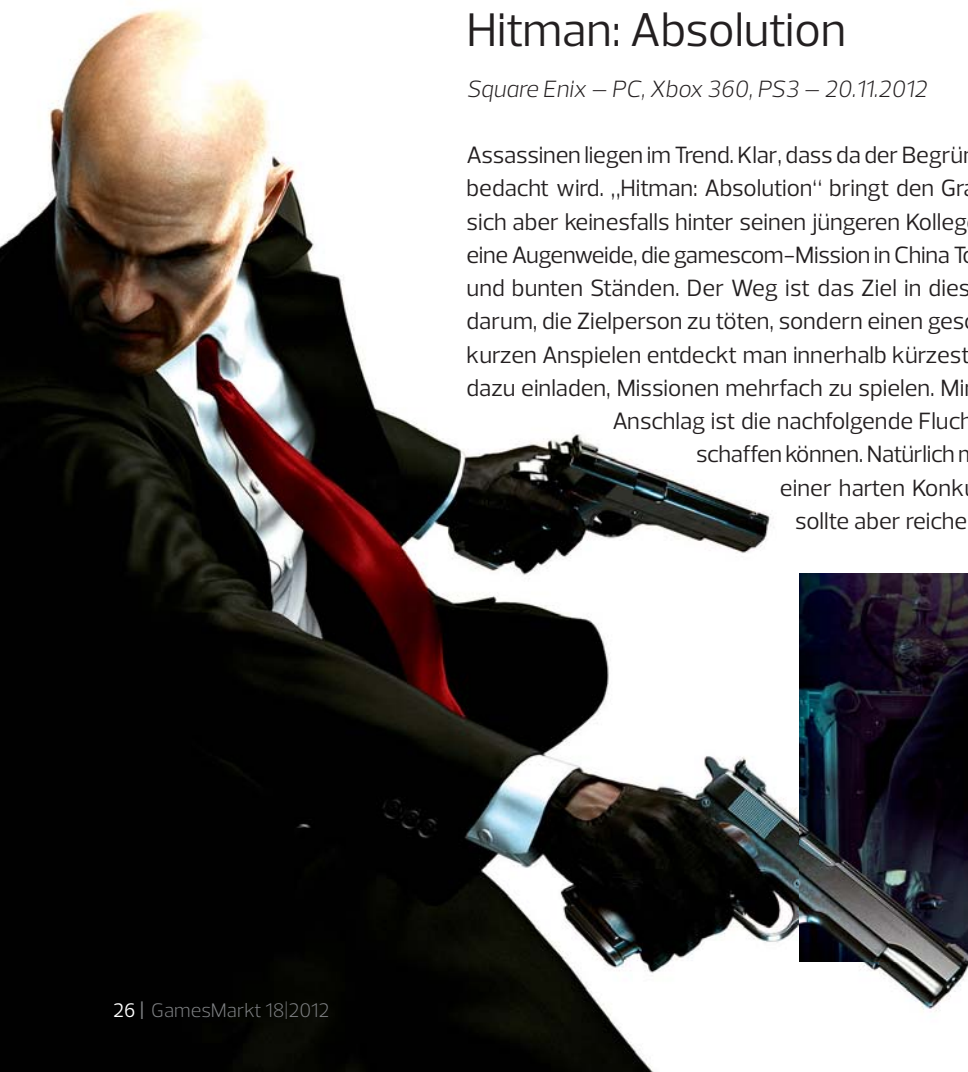
Es ist immer ein gutes Zeichen, wenn Entwickler einen ohne Einschränkungen an ihr Spiel lassen. Die Gäste am Stand von Ubisoft durften bei „Far Cry 3“ genau das machen: Die tropische Insel des Egoshooters stand frei zur Verfügung – mit allem, was das Open-World-Spiel ausmacht: Haupt- und Nebenmissionen sowie allerhand andere Gegenstände zum Sammeln und Orte zum Entdecken. Dabei fällt schnell auf, dass die Entwickler von Ubisoft Montreal das gelungene Kartensystem von der hauseigenen „Assassin's Creed“-Reihe übernommen haben: Um ein Stück der Welt aufzudecken, muss erst ein Radarturm erklommen werden. Danach gilt es ein Banditenlager zu räumen, um das umliegende Gebiet zu unserem Einflussbereich zu machen. Ob wir dabei schleichen oder wild schießend vorstürmen, ist egal. Ein großer Publisher, eine bekannte Shootermarke und qualitativ hochwertiges Game, das grafisch in der höchsten Liga mitspielt: „Far Cry 3“ hat alle Voraussetzungen, um Ende November zu einem der Topseller des Weihnachtsgeschäfts zu werden, und war zu Recht ein Highlight der gamescom.



Hitman: Absolution

Square Enix – PC, Xbox 360, PS3 – 20.11.2012

Assassinen liegen im Trend. Klar, dass da der Begründer des ganzen Genres, Agent 47, mit einer Neuauflage bedacht wird. „Hitman: Absolution“ bringt den Grandseigneur des Meuchelmördergenres zurück, muss sich aber keinesfalls hinter seinen jüngeren Kollegen verstecken. Grafisch ist das Spiel von IO Interactive eine Augenweide, die gamescom-Mission in China Town sprudelt nur so vor Leben mit wuselnden Passanten und bunten Ständen. Der Weg ist das Ziel in diesem geschäftigen Treiben: Es geht nicht ausschließlich darum, die Zielperson zu töten, sondern einen geschickten Weg zur Vollstreckung zu finden. Bereits beim kurzen Anspielen entdeckt man innerhalb kürzester Zeit unzählige Möglichkeiten und Lösungswege, die dazu einladen, Missionen mehrfach zu spielen. Mindestens genauso herausfordernd wie der eigentliche Anschlag ist die nachfolgende Flucht vom Tatort, die geschickte Spieler sogar unentdeckt schaffen können. Natürlich muss sich „Hitman: Absolution“ bei Release im November einer harten Konkurrenz stellen, die bisher gezeigte Qualität des Spiels sollte aber reichen, um diese Herausforderung mit Bravour zu meistern.



DmC – Devil May Cry

Capcom – Xbox 360, PS3 – 15.01.2013

„DmC – Devil May Cry“ ist formal gesehen der fünfte Teil der Actionreihe, stellt aber ein Reboot der Serie dar. Dass der neue Entwickler, Ninja Theory, die Serie nach eigenen Idee umbaut, war schon länger bekannt. Dass die Macher dem Titel aber auch noch eine bitterböse Satire auf die amerikanische Medienlandschaft spendieren, war dann doch eine kleine Überraschung auf der gamescom. So kämpft Protagonist Dante gegen den Medienkonzern Raptor News Network, eine deutliche Anspielung auf Fox News. Stellenweise sieht der Spieler das Kampfgeschehen aus der Kameraperspektive eines Helikopters, wie sie bei Liveübertragungen von Polizeiverfolgungsjagden im US-Fernsehen üblich ist. Endboss eines Levels ist ein überlebensgroßer Nachrichtensprecher, den Dante im virtuellen News-Universum bekämpfen muss. Rasend schnelle Action und ein neuer, dreckiger Look, gepaart mit einer Prise Sozialkritik – Capcom scheint der Neustart der „Devil May Cry“-Reihe nach allem Dafürhalten bestens zu gelingen.



Sony DADC

We're not just
a service provider.
We are your global partner.



www.sonydadc.com

Company of Heroes 2

THQ – PC – Q1 2013

Obwohl THQ offiziell dieses Jahr gar kein Aussteller auf der gamescom war, hat es der Publisher mit einem kleinen Trick doch geschafft, die Messe für sich zu nutzen. In einem angemieteten Büroraum der Kölnmesse wurde ausgewählten Journalisten „Company of Heroes 2“ gezeigt. Das Echtzeitstrategiespiel des kanadischen Studios Relic ist die Fortsetzung eines der von der Fachpresse am höchsten bewerteten Strategiespiele. Das Setting im Zweiten Weltkrieg bleibt gleich, aber der Schauplatz verschiebt sich an die Ostfront. Und das hat auch Konsequenzen fürs Gameplay: Fußsoldaten erfrieren auf langen Märschen ohne Wärmequelle, Kettenfahrzeuge bleiben im Tiefschnee stecken. Dadurch und mit dem von Grund auf erneuerten Sichtsystem gewinnt „Company of Heroes 2“ merklich an taktischer Tiefe und macht auch grafisch einen sichtbaren Fortschritt. Zusammen mit Relic könnte es THQ 2013 gelingen, zu beweisen, dass klassische Strategiespiele keine Ladenhüter sind. Zumindest die große Fanggemeinde des Vorgängers dürfte begeistert zugreifen.



Borderlands 2

Take-Two Interactive – PC, PS3, Xbox 360 – 21.09.2012

Mehr, mehr, mehr! Das ist das Motto von „Borderlands 2“: Mehr Waffen + Mehr Gegner = Mehr Action. Auf diese Formel lässt sich der Nachfolger des Überraschungshits von 2010 reduzieren. Doch ganz so einfach ist es dann doch nicht. Entwickler Gearbox behält grundsätzlich das Spielprinzip des ersten Teils bei. Im Mittelpunkt des SF-Shooters steht also wieder das gemeinsame Ballern mit bis zu drei Mitspielern. Danach geht's ans Waffeneinsammeln und Charakterhochzüchten, ganz wie in einem Actionrollenspiel à la „Diablo“. Tatsächlich verbindet „Borderlands 2“ das Beste aus beiden Welten. Auf der gamescom wurde zum ersten Mal die fünfte Charakterklasse, der Mechromancer, vorgestellt, die zwei bis drei Monate nach Release als kostenloser Download für Vorbesteller erhältlich sein wird. Beim Mechromancer handelt es sich um eine Dame, die u. a. als Spezialeigenschaft einen durchgeknallten Roboter beschwört, der mit explosiven Angriffen die Gegner aufs Korn nimmt



Weitere Highlights:

Assass's Creed 3

Ubisoft – PC, Xbox 360, PS3 – 31.10.2012

Call of Duty: Black Ops II

Activision – PC, Xbox 360, PS3 – 13.11.2012

XCOM: Enemy Unknown

Take-Two Int. – PC, Xbox 360, PS3 – 12.10.2012

Lost Planet 3

Capcom – PC, Xbox 360, PS3 – Q1 2013

Anno Online

Ubisoft – PC – Q3 2012

Tomb Raider

Square Enix – PC, PS3, Xbox 360 – 05.03.2013

Crysis 3

Electronic Arts – PC, PS3, Xbox 360 – Q1 2013

StarCraft II: Heart Of The Swarm

Activision Blizzard – PC – Q4 2012

Medal Of Honor: Warfighter

Electronic Arts – PC, PS3, Xbox 360 – 25.10.2012

World Of Warplanes

Wargaming.net – PC – tba.

Resident Evil 6

Capcom – PC, PS3, Xbox 360 – 02.10.2012

Metal Gear Solid Rising: Revengeance

Konami – PS3, Xbox 360 – 21.02.2013

ArmA III

Morphicon – PC – 2013

Total War: Rome 2

Sega – PC – 2013

Das Schwarze Auge: Demonicon

Kalypso Media – PC – Q2 2013

Lego Der Herr der Ringe

Warner Bros. Interactive – PC, PS3, Xbox 360, Wii, NDS, 3DS, Vita Q 4 012

Dead Space 3

Electronic Arts – PC, PS3, Xbox 360 – Februar 2013

Star Wars 1313

Activision – PC, PS3, Xbox 360 – 2013



GamesMarkt Special



Standort-Serie Deutschland

[TE I L 7 BREMEN/NIEDERSACHSEN]

Zeigen Sie Flagge! Präsentieren Sie Ihr Unternehmen am Standort:

- » Überblick über die Spielelandschaft: Von Publishern über Händler bis zu Politik
- » Ihr Standort im Rampenlicht: Chancen, Herausforderungen und Entwicklungen
- » Die Wertschöpfungskette im Fokus
- » Ihre Produkte und Dienstleistungen im Mittelpunkt der Gamesbranche
- » Ihr starker Standort-Auftritt

Ihr Ansprechpartner

Sebastian Hoffmann

E-Mail: s.hoffmann@e-media.de

Tel.: 0 89/4 51 14-318

Ihr Ansprechpartner

Sven Schmieder

E-Mail: s.schmieder@e-media.de

Tel.: 0 89/4 51 14-316

**Neuer Look. Neues Level.
Neues Magazin.**

GAMESmarkt



Ubisofts Digital Marketing Manager und Partyorganisatorin Annik Vins mit Benedikt Schüler, Marketing Director GSA

Dschungelparty im Bootshaus

Erstmals lud Ubisoft im Rahmen der gamescom zur großen Party, um den bevorstehenden Release von „Far Cry 3“ zu feiern.

Man sollte ja meinen, dass es ein Düsseldorfer Unternehmen in Köln schwer hat. Pustekuchen! Ubisofts erste gamescom-Party wurde zum waschechten Heimspiel am Messemittwoch, inklusive begeisterter Gäste aus Branche und Presse. Grund für die ausgelassene Feier: Der im November anstehende Release von „Far Cry 3“, dem neuesten Teil von Ubisofts erfolgreicher Shooterreihe. Entsprechend war alles in der Partylocation, dem Kölner Club Bootshaus, auf den bevorstehenden Actionkracher ausgelegt: Dekoration im Stile

des Dschungelsettings, Söldnerpromotoren, die sich unter das Partyvolk mischten, und wer wollte, konnte sich neben allerlei schmackhaften Schmankerln auch gegrillte Heuschrecken und Mehlwürmer auf der Zunge zergehen lassen. Promis wie Micaela Schäfer, Nova Meierhenrich oder Wilson Gonzalez Ochsenknecht fehlten natürlich auch nicht. Und zur vorgerückten Stunde enterte einer der angesagtesten Hip-Hop-Künstler die Bühne: Marteria brachte mit dem Mikro in der Hand die Tanzfläche zum Kochen.



Für gute Partys immer zu haben: Die Punkrockband Donots gab sich im Bootshaus die Ehre und genöß einen heißen Sommerabend mit kühlen Drinks, leckerem Büffet und dem Actionfeuerwerk „Far Cry 3“



Schauspieler Ralf Richter kommt auch bei charmanter Damenbegleitung zu keiner Sekunde ins Schwitzen



Ubisofts Topmanagement unter sich: Deutschlandchef Ralf Wirsing reicht das Mikrofon an Alain Corre, Executive Director EMEA, weiter



Core begrüßte die Partygäste und ließ sich auch von einem „Far Cry“-Söldner nicht aus der Ruhe bringen



Kennt sich mit Games bestens aus: Nova Meierhenrich



Zu vorgerückter Stunde sorgte Rapper Marteria für Bombenstimmung im Kölner Bootshaus und brachte die Tanzfläche des Clubs zum Kochen



Topmodel-Kandidatin Micaela Schäfer



Zur Bühnenshow gehörte auch die spektakuläre Performance einer exotischen Schlangendame



Wer nach einem anstrengenden Messtag noch Lust auf Games hatte, kam ebenfalls voll auf seine Kosten: Ubisoft stellte mehrere Anspielstationen bereit, an denen ausführlich „Far Cry 3“ gezockt werden konnte

Erhebt Euch!!!

Für diese GamesMarkt-Ausgabe steuerte Konstantin Ewald, Partner Osborne Clarke, keine neue OnlineSpieleRecht-Kolumne bei, sonder sein persönliche Messefazit.

So lautete nicht nur die Aufforderung von Ubisoft im „Assassin's Creed 3“-Trailer, sondern auch die Aufforderung der gamescom-Macher an alle Gamer, den Weg nach Köln anzutreten.

Und tatsächlich folgten über 275.000 Besucher diesem Ruf. Hinzu kommt eine gestiegene An-

gamescom der eine oder andere demnächst zu verkündende Vertragsabschluss erfolgreich angebahnt. Das sind allesamt sehr positive Zeichen für eine Branche, die doch spürbar im Wandel ist.

Dieser Wandel beherrschte auch viele Gespräche rund um die Branche: Was bedeutet die neue Konsolengeneration für die wirtschaftliche Entwicklung der Branche in den nächsten Monaten? Sind Mobile Games „the next big thing“? Wie geht es mit dem Segment Social Games weiter? Wie weit ist welcher Player der Branche im Ausbau digitaler Distributionsstrategien und digitaler Spieleangebote? Bieten Crowd-Funding-Plattformen wie Kickstarter neue aussichtsreiche Finanzierungsmöglichkeiten für Spieleentwickler? Gibt es ein neues Interesse von Venture-Capital-Investoren an Gamesunternehmen? Fragen über Fragen, über die man auf den zahlreichen Parties rund um die gamescom nächtelang diskutieren konnte. Bei dieser Gelegenheit: Ich empfehle den gamescom-Machern, künftig auch die gestiegene Anzahl von Branchenparties rund um die gamescom zu vermelden. Es dürfte mindestens eine ebenso imposante Zahl dabei herauskommen.

Bei allen Fragen zur zukünftigen Entwicklung der Branche hat sich ein Trend auch auf der gamescom 2012 sichtbar verfestigt – der große Erfolg der Browsergamesanbieter. Es war schon beeindruckend, was Bigpoint, Gameforge & Co. in den Zuschauerhallen aufboten und wie viele Fans sich für die Messestände

begeisterten. Für die Weiterentwicklung des Publikumsbereichs der Messe wäre es wichtig, dass die „Onliner“ auch weiterhin von der Bedeutung der Messe für ihr Branchensegment überzeugt sind.

Möglichst komplett Präsenz zeigen

Apropos Publikumsbereich: Nicht minder beeindruckend waren die riesigen eSport-Stände. Die Bilder der ESL Arena beispielsweise sind mir stark im Gedächtnis haften geblieben.

Mein Gamerherz freute sich über die eine oder andere beeindruckende Produktpräsentation. Dazu gehörten sicherlich das schon erwähnte „Assassin's Creed 3“, „Hitman: Absolution“ und „Call of Duty: Black Ops 2“, aber auch mein geliebtes „FIFA 13“. So bunt, laut, erfolgreich und heiß die gamescom in diesem Jahr auch war, so schade war es, dass Nintendo und Microsoft fehlten.

Für die Positionierung der gamescom als wichtigste europäische Spielemesse wird es für die Zukunft von ganz entscheidender Bedeutung sein, dass die Gamesbranche möglichst komplett in Köln präsent ist, und dass die Messe gleichzeitig innovativ bleibt und neuen Branchentrends den gebührenden Raum gibt. In diesem Sinne freue ich mich auf den Wandel in der Gamesbranche und eine gamescom 2013 mit allen wichtigen Unternehmen der Spieleindustrie.

Konstantin Ewald

Kolumnist

Konstantin Ewald

ist Partner von Osborne Clarke. Er berät Unternehmen im IT- und IP-Recht sowie bei technologiebezogenen Transaktionen. Einen besonderen Schwerpunkt seiner Tätigkeit stellt die umfassende Beratung von nationalen wie internationalen Unternehmen aus dem Bereich Interactive Entertainment dar. Ewald ist regelmäßig für Spielepublisher und Entwicklungsstudios tätig.



zahl von Ausstellern bei einer vergrößerten Ausstellungsfläche. Das sind imposante Zahlen, die die gamescom-Macher zu recht stolz machen.

Aber auch jenseits dieser durch Zahlen belegbaren Erfolge war die gamescom 2012 für mich ein Highlight des Spielejahrs. Ich habe mit großer Freude das hektische Treiben in der wohlthuend klimatisierten Business Area beobachtet. Täglich wurden Pressemeldungen zu neuen Vertragsabschlüssen veröffentlicht, neue Titel wurden angekündigt, und sicherlich wurde während der



Mitglied der
Mediabiz Community



- 1 Thomas Wagner (l.) und Clemens Hochreiter (beide Reality Twist)
- 2 Kristina Klooss (rondomedia)
- 3 Peter Holzapfel (Crytek)
- 4 Branchenveteran Warren Spector (Junction Point)
- 5 Peider Bach (G+J Entertainment Media) mit dem Bayerischen Staatsminister Thomas Kreuzer, Dr. Carolin Kerschbaum (l.) und Anette Lenz (beide Bayerische Staatskanzlei)
- 6 Ryotaro Shima (GREE)
- 7 Yoshinori Ono (Capcom) im Blanka-Kostüm
- 8 Andreas Müller (l.) und Andreas Trautner (Thrustmaster)

Auf der Suche nach der Messe 3.0

Olaf Wolters, als Experte für digitale Unterhaltungsmedien, Urheberrecht und Medienregulierung sowie aktuelle Branchenentwicklungen, zum ersten Mal nicht in offizieller Mission auf der gamescom, über die Kölner Spielemesse.

Die vierte gamescom ist erfolgreich zu Ende gegangen. Angesichts des schwierigen Marktumfelds haben die Veranstalter den Nachweis erbracht, dass das gamescom-Konzept auch in Krisenzeiten robust genug ist. Trotz der Absagen von Schwergewichten wie Microsoft und Nintendo konnten Ausstellerzahlen und Ausstellungsfläche vergrößert werden. Anders als die E3, die in diesem Jahr ein durchschnittliches Minus von gut zehn Prozent verkraften musste, konnte die gamescom insbesondere bei den Ausstellern und Fachbesuchern zulegen. Es war allerdings durchaus überraschend, dass der gamescom

die gamescom eröffnet und damit die Eröffnung geadelt. Dagegen hätte das Partnerland Korea deutlich präsenter sein können. Weder in der Kommunikation noch auf dem Gelände war das Partnerland besonders sichtbar. Als führendes Land im Bereich Onlinegames hätte man zum Beispiel in der Online-Games-World einen besonderen Akzent erwartet. Bleibt die Hoffnung, dass die Veranstalter das Potenzial des Partnerlandkonzepts 2013 voll ausschöpfen. Dies gilt auch für den Bereich der Mobile-Games-World. Hier hatte Samsung Flagge gezeigt und damit hoffentlich einen Trend gesetzt. Dieser könnte ja im kommenden Jahr fortgesetzt werden. Zum Beispiel wenn Microsoft auf die Messe zurückkehrt und seine Tablets präsentiert. Ohne Frage, die gamescom ist gut gerüstet. Dennoch zeigt die deutsche Gamesmesse nach zehn Jahren strukturellen Entwicklungsbedarf. Die Games Convention in Leipzig war im Jahr 2002 in erster Linie eine Konsumentenmesse. Das Business-Center wurde erst in den folgenden Jahren sukzessive ausgebaut, weil die Branche auf der eigenen Messe auch Geschäfte machen wollte. Schaut man auf das Flächenwachstum, stellt man fest, dass sich dieses in erster Linie im Business-Center realisiert hat. Die Entwicklung hin zur Fachmesse ist zugleich auch eine der größten Bedrohungen für das Messekonzept. Medienaufmerksamkeit und öffentliche Wahrnehmungen nähren sich aus den überfüllten Gamerhallen. Anbieter wie

Microsoft und Nintendo sind deshalb nicht auf die Messe gekommen, weil sie die Aufwendungen für die Konsumentenhallen scheuten.

Partnerland Südkorea zu wenig sichtbar

Allein im Business-Center wären beide Unternehmen sicherlich präsent. Aus der Historie gewachsen, waren die Standpreise im Business-Center traditionell niedrig. Der Konsumentenbereich hat somit in den letzten Jahren das Business-Center subventioniert. Hinzu kommt die Verknüpfung von B2B und B2C. Wer Endkonsumenten-relevante Produkte hat, kann sich im Business-Center nur einmieten, wenn gleichzeitig im Konsumentenbereich ein Fläche angemietet wird. Hierdurch sollen die Lasten im Ausstellungsbe- reich gleichmäßig verteilt werden. Dieses Instrument scheint künftig nicht mehr richtig zu funktionieren. Schon dieses Jahr gab es auf der Messe im Konsumentenbereich einen Aussteller, dessen Stand nur aus einer Fläche bestand, auf der er mit dem Statement „Unser Messestand ist größer als der von Microsoft“ für sich warb. Natürlich sind auch solche Präsenzen unterhaltend, allerdings tragen sie nichts zur Messeentwicklung bei. Hier gibt es seitens der Veranstalter einiges an strategischer und konzeptioneller Arbeit in den kommenden Jahren zu leisten.

Olaf Wolters

Kolumnist

Olaf Wolters

war Geschäftsführer des BIU und Vorstandsmitglied der GVV. Heute ist er Partner von Conflutainment und Mitglied der renommierten Medienkanzlei Boehmert & Boehmert. Als Experte für digitale Unterhaltungsmedien sowie für Urheberrecht und Medienregulierung kommentiert er aktuelle Branchenentwicklungen.



Award aus der Eröffnungsveranstaltung herausgenommen wurde und die Preisträger erst einige Tage nach der Messe bekannt gegeben wurden. Warum der aufgewertete gamescom Award so aus dem Licht der Öffentlichkeit genommen wurde, bleibt wohl ein Geheimnis der Veranstalter. Dafür hat die nordrhein-westfälische Ministerpräsidentin zum ersten Mal



Mitglied der Mediabiz Community



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10

- 1 Julian Migura (Boa Compra)
- 2 Dirk Walner (astragon)
- 3 Absichtsvolle Unterzeichnung (v. l.): Petra Wassner (NRW.Invest), Sang-Pyo Hong (KOCCA) und Petra Müller (Film- und Medienstiftung NRW)
- 4 Dr. Pascal Zuta (Aeria Games Europe)
- 5 (v. l.): Andreas Lange (Computerspiele Museum), Patrick Rau (Kunst-Stoff), Gina Reinhardt, Michael Liebe (Medienboard Berlin-Brandenburg) und Stephan Reichart (Aruba Events)
- 6 Marek Spanel (CEO Bohemia Interactive)
- 7 Marcus Samson (Schmidt Spiele, l.) und Ralf Klingberg (Welt Records)
- 8 Dr. Olaf Coenen (Electronic Arts)
- 9 Marko Hein (Deutsche Telecom AG)
- 10 Dr. Malte Behrmann (EGDF), Harald Riegler (Sproing), Max Höfferer (IGCG) und Guillaume De Fondaumière (quantic dream)

Kunstwerke und Hightechprodukte

Rund 300 Teilnehmer kamen zum gamescom congress, der sich gesellschaftlich und wirtschaftlich relevanten Themen wie Jugendschutz, Förderung sowie der kulturellen Bedeutung von Games widmete.



Unter dem Motto „Ob Shooter oder Social Game: Videospiele sind Kulturgut“ stand die einleitende Diskussion des gamescom congress, die Dr. Maximilian Schenk, Geschäftsführer des mitveranstaltenden Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU), mit einem Impulsvortrag über die kulturelle Bedeutung von Games eröffnete. Er gab dabei zu bedenken, dass es auch in anderen Mediengattungen immer wieder Akzeptanzprobleme für neue Darstellungsformen gegeben habe. Wichtig sei es zudem, Computer- und Videospiele als eigenständiges Medium zu bewerten. „Es gibt noch viel zu erklären, zum Beispiel,

dass Games keine Spielfilme sind“, erklärte der BIU-Geschäftsführer. Das Spannungsfeld zwischen Film und Games war auch in der nachfolgenden Diskussion mehrfach ein Thema. Bei der Bewertung von Gewaltdarstellungen werde immer noch mit zweierlei Maß gemessen, befand der CDU-Bundestagsabgeordnete Dr. Peter Tauber. „Ein Film wie ‚Inglourious Basterds‘ erhält das Prädikat ‚Besonders wertvoll‘, während es einen großen Aufschrei gibt, wenn ‚Crysis 2‘ für den Deutschen Computerspielpreis nominiert wird.“ Die Belange des Kinder- und Jugendschutzes müssten unabhängig von der Einstufung der kulturellen

Kulturrats, regte eine differenzierte Betrachtung an: Shakespeares „Titus Andronicus“ etwa sei ein allgemein anerkanntes, hochwertiges Kunstwerk, „es enthält aber Gewalt in einer Art und Weise, wie ich sie noch nie in einem Computerspiel erlebt habe“.

Die Teilnehmer der Diskussionsrunde widmeten sich auch der Frage, ob und wie die öffentliche Förderung für den Gamesbereich weiter ausgebaut werden könnte. „Es ist die Frage, was wir mit Künstlern machen, die gute Ideen haben, die sich aber in ökonomischer Hinsicht nicht tragen“, erklärte Tauber. Schenk verwies auf den Filmbereich, der „50,

NRW-Ministerin Dr. Angelica Schwall-Düren begrüßte die Teilnehmer (l.). Im „Kulturgut“-Panel diskutierten u. a. Dr. Maximilian Schenk (BIU), Moderator Uke Bosse und Olaf Zimmermann (Deutscher Kulturrat; v. l.)



Bedeutung diskutiert werden, sagte Dr. Murad Erdemir, juristischer Sachverständiger im Beirat der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK). „Pornografie kann Kunst sein, Gewalt kann Kunst sein“, führte Erdemir aus, „danach wird es erst spannend.“ Auch Olaf Zimmermann, der Geschäftsführer des Deutschen

vielleicht sogar 100 Mal so viel gefördert“ werde wie der der Computer- und Videospiele.

Zimmermann gab allerdings zu bedenken, dass die deutsche Filmförderung seinerzeit ins Leben gerufen worden sei, um den Inhalten aus Hollywood eine eigenständige Erzählweise entgegenzusetzen. „Wir müs-



Avni Yerli, Prof. Reto Wettach, Moderator Andreas Garbe, Odile Limpach, Prof. Dr. Jörg Müller-Lietzkow und Christian Rost (v. l.)

sen uns die Frage stellen, ob diese kulturellen Unterschiede auch bei Games so sichtbar sind."

Schenk lieferte zudem einen weiteren Ansatz zur Diskussion über Fördermöglichkeiten, indem er das Software-Engineering für Games als durchaus relevant für Forschung und Entwicklung im technologischen Bereich bezeichnete. Dieser Gedanke wurde in der folgenden Gesprächsrunde des ersten Kongresstags aufgegriffen. „Vielleicht müssen wir uns nicht mit der Filmindustrie, sondern mit ganz anderen Industrien vergleichen“, gab Prof. Dr. Jörg Müller-Lietzkow von der Universität Paderborn zu bedenken. Er wies unter anderem auf die „CryEngine 3“ von Crytek hin, die als anspruchsvolles, hochtechnologisches Produkt zu werten sei. „Spiele sind in der Tat Hightechprodukte“, bestätigte Prof. Reto Wettach von der Fachhochschule Potsdam. Die Entwicklung von Tools in diesem Bereich müsse entsprechend gefördert werden.

Der Wissenschaftler brachte allerdings seinen Unmut über die fehlende Akzeptanz von Games im Hochschulbereich zum Ausdruck. Gerade in den künstlerischen Fächern beobachte er eine „völlige Ignoranz, was Computerspiele angeht“, führte Wettach aus. Avni Yerli, Mitgründer von Crytek, berichtete über eine mäßige Resonanz aus Deutschland auf die Lehrlizenz, die seine Firma anbiete. Die CryEngine werde mittlerweile von rund 300

Hochschulen in der ganzen Welt zu Ausbildungszwecken genutzt, erklärte er, davon befänden sich aber „nur eine Handvoll“ in Deutschland. Auch das in der Eröffnungsdiskussion angerissene Thema Jugendschutz wurde beim gamescom congress in einem eigenen Panel aufgegriffen. Simon Little, Geschäftsführer der Interactive Software Federation of Europe (ISFE), erörterte in seiner Einleitung die Perspektiven für länderübergreifenden Jugendschutz. „Die Zukunft liegt in der Kooperation“, erklärte er. In der anschließenden Runde wurde diese Ansicht weitgehend geteilt. „Es ist sicherlich wichtig, sich auf internationale Standards zu einigen, weil sonst der Jugendschutz seine Effektivität verliert“, erklärte Martin Lorber, PR-Director und Jugendschutzbeauftragter von Electronic Arts. USK-Geschäftsführer Felix Falk zeigte sich zuversichtlich, dass eine länderübergreifende Angleichung der Maßnahmen erfolgen werde, und verwies dazu auf die Straßenverkehrsordnung, bei der es eine entsprechende Entwicklung gegeben habe.

Laut Angaben der Organisatoren wurden insgesamt rund 300 Teilnehmer beim gamescom congress 2012 verzeichnet, womit der Zuspruch unter dem des Vorjahrs (rund 450) blieb. Allerdings wurde in diesem Jahr auch erstmals eine Teilnahmegebühr erhoben.

Jörg Laumann

„Ausdehnung war inhaltlich sinnvoll“

Der gamescom congress ist eine Veranstaltung des BIU, der Stadt Köln und der Ministerin für Bundesangelegenheiten und Medien des Landes NRW. GamesMarkt sprach mit BIU-GF Dr. Maximilian Schenk

Die Teilnehmerzahl des gamescom congress 2012 lag unter der des Vorjahrs. Sind Sie trotzdem mit der Veranstaltung zufrieden?

Wir sind mit dem Ergebnis des gamescom congress in der Summe sehr zufrieden, gleichwohl es weiteres Optimierungspotenzial nach der von uns umgesetzten Neukonzeption gibt. Mögliche Verbesserungen werden wir in den nächsten Wochen mit unseren Partnern in der gebotenen Ruhe besprechen und dann konsequent umsetzen. Grundsätzlich ist es uns aber gelungen, in einem einzigartigen Forum die Themen zu adressieren, die gesellschaftlich relevant sind, sowie inhaltlich neue Aspekte aufzugreifen. Dabei kommt es uns weniger auf Quantität denn auf niederschwellige Partizipationsmöglichkeiten, inhaltlichen Austausch und die „richtigen“ Teilnehmer an.



Hat sich die Ausdehnung des Kongresses auf zwei Tage bewährt?

Die Ausdehnung auf zwei Tage war inhaltlich sinnvoll, da der erste Tag von Podiumsdiskussionen und Vorträgen zu übergreifenden Themen geprägt war, während am zweiten Tag inhaltlich fokussiert gearbeitet wurde und Praxisbeispiele präsentiert wurden. Gerade am zweiten Tag hat in den einzelnen „Panels“ ein sehr intensiver Austausch zwischen den Akteuren und den Teilnehmern stattgefunden. Die Beförderung solcher Dialoge ist ein zentrales Anliegen des gamescom congress. Allerdings muss sich jede Veränderung erst einmal etablieren. Es ist unser Ziel, den gamescom congress als wichtigen Jahrestermin in den Kalendern unserer Zielgruppen fest zu verankern.

Welche Themen kamen aus Ihrer Sicht besonders gut an? Gibt es bereits inhaltliche Ideen für den gamescom congress 2013?

Neben der ausgebuchten Eröffnungsveranstaltung sind vor allem die Praxisbeispiele und Workshops zum Thema modernes Lernen gut angenommen und sehr positiv bewertet worden, weil diese in Zusammenhang mit dem geforderten Ausbau der Medienkompetenz stehen. Es wäre aber unserem Konzept des Aufgreifens aktueller gesellschaftlicher Themen geradezu kontraproduktiv, heute schon inhaltliche Ideen für den gamescom congress 2013 zu nennen. Abseits der inhaltlichen Ausgestaltung wollen wir darüber beraten, wie der konkrete Benefit für die Teilnehmer über die Informationsvermittlung hinaus gesteigert werden kann.





- 1 Stephan Reichart (Aruba Events) und Anika von Ribbeck (G.A.M.E.)
- 2 Bayerns Medienminister Thomas Kreuzer mit Dr. Maximilian Schenk (BIU)
- 3 Hans Josef Ley (Managing Director Bigben Interactive)
- 4 Frank Thieme (KMK, I.) und Steffen Buhl (Wirtschaftsförderung Karlsruhe)
- 5 Wolfgang Duhr und Stefan Weyl (bitComposer)
- 6 Frank Matzke und Pete Hines (beide ZeniMax)
- 7 Benedikt Schüler und Ralf Wirsing (beide Ubisoft)
- 8 Achim Quinke (Quinke Networks) und Stefan Klein (game-city:Hamburg)
- 9 Hat Feuer im Blut: Victor Kislyi (Wargaming.net)
- 10 Bigpoints Spitzenduo: Christian Unger (I.) und Heiko Hubertz
- 11 Vertriebspartner (v. l.): Paolo Caletti und Katja Maier (beide Avanquest) sowie Alexander Salvador (McAfee)
- 12 Christoph Vietzke (AutoClubRevolution)
- 13 Dr. Klemens Kundratitz, (Koch Media)
- 14 ak-tronic-Trio (v. l.): Gustav Hövel From, Peter Schroer und Thomas Flemming



Mehr als nur Vorprogramm

Mit einem erneuten Besucherrekord festigt die GDC Europe ihre Rolle als wichtigste Entwicklerkonferenz Europas. Ein breit gefächertes Programm mit vielen interessanten Sessions lohnte auch in diesem Jahr die Teilnahme im Vorfeld der gamescom.

Im vierten Jahr ihres Bestehens ist die Game Developers Conference Europe nicht mehr wegzudenken. Nicht nur hat sich die Veranstaltung als Europas größte Entwicklerkonferenz etabliert, sie bildet auch den perfekten Auftakt zur Kölner Gameswoche im heißen August, die mit der gamescom ihren Abschluss findet. Veranstalter UBM TechWeb zog erwartungsgemäß erneut eine positive Bilanz. Mehr als 2100 Teilnehmer fanden ihren Weg ins Congress-Centrum Ost der Koelnmesse. 2011 verzeichnete die GDC Europe bereits über 2100 Teilnehmer, dennoch spricht der Veranstalter

von einem neuen Besucherrekord in diesem Jahr. Die Teilnehmerzahl lag damit wohl minimal über der Vorjahresmarke.

Leicht verbessert

Die Zahl der Sprecher sowie der Aussteller und Sponsoren entwickelte sich hingegen rückläufig. 2011 waren es noch über 170 Speaker, in diesem Jahr laut Programmheft 127. Insgesamt unterstützten im Vorjahr 73 Aussteller und Sponsoren die Konferenz, während es nun laut Veranstalter „mehr als 65“ waren. Den-

noch konnten sich die Teilnehmer nicht über einen Mangel an interessanten Themen beklagen. Gerade an den ersten beiden Tagen fanden oft sieben Sessions parallel statt; da fiel die Auswahl des richtigen Vortrags schwer. Die Agenda war vielfältig, dennoch fiel auf, wie viele Vorträge sich um den Themenkomplex Free-to-Play, Online- und Browsergames drehten. Damit trägt die GDC Europe schlussendlich nur den Zeichen der Zeit Rechnung, und es ist nicht mehr wegzudiskutieren: Free-to-Play ist keine Zukunftsmusik mehr, es ist der aktuell wichtigste Branchentrend. Entsprechend hielt einer der



Foto: GDC Europe/Dennis Stachel

bekanntesten Vorreiter dieses Geschäftsmodells die erste Keynote der Konferenz. Victor Kislyi, CEO des weißrussischen „World Of Tanks“-Entwicklers Wargaming.net, erläuterte vor vollen Zuhörerrängen, warum sein Vorzeigeprodukt so erfolgreich ist. Wargaming war vor dem riesigen Erfolg des Panzer-MMOs bereits ein etablierter Entwickler von PC-Strategietiteln, die allerdings nur ein Nischenpublikum fanden. Vor vier Jahren entschieden sich die Weißrussen, sich vom etablierten Retailgeschäft zu verabschieden und einen radikal anderen Weg einzuschlagen.

Hier liegt für Kislyi ein wichtiger Erfolgsfaktor. Geht man als Entwickler den Free-to-Play-Weg, muss dieser konsequent beschritten werden. Von Anfang an haben alle Bereiche, wie etwa das Gamedesign, sich am Geschäftsmodell auszurichten. Eine spätere Umstellung, beispielsweise vom Abonnement-basierten MMO auf Freemium, brächte nur unnötige Probleme mit sich. Zudem betonte der Wargaming-CEO, dass für einen Free-to-Play-Entwickler die eigentliche Arbeit erst mit dem Releasetag beginne. Von diesem Zeitpunkt an müsse der Anbieter wichtige Aufgaben wie Support, regelmäßige Content-Updates oder Community-Pflege wahrnehmen. Die Regeln der Free-to-Play-Entwicklung seien noch nicht in Stein gemeißelt, da es sich um ein relativ neues Modell

handele. Kisly verglich die derzeitige Situation mit dem Wilden Westen und rief seine Zuhörer auf: „Es gibt noch so viel unentdecktes Free-to-Play-Land, das erobert werden will. Holt es euch!“ Kislys Vortrag war informativ und unterhaltsam, dem einen oder anderen ging er vielleicht aber zu wenig ins Detail.

Mobile auf dem Vormarsch

Diesen Vorwurf kann man Niklas Smedberg nicht machen. Smedberg, Senior Engine Programmer bei Epic Games, erklärte in seiner Keynote am Dienstag, wie man Tripple-A-Grafik auf mobilen Plattformen ermöglicht. Laut dem Engine-Spezialisten können Smartphones und Tablets momentan noch nicht ganz mit der aktuellen Konsolengeneration mithalten, sind aber in einzelnen Punkten Xbox 360 und PlayStation 3 bereits überlegen. Smedberg gab in seinem ausführlichen Vortrag tiefe Einblicke in die Details der Programmierung für mobile Endgeräte und verriet einige Tricks und Kniffe aus seinem Erfahrungsschatz. Insgesamt war sein Vortrag für die anwesenden Programmierer sicherlich aufschlussreich. Da es sich aber um die Keynote des Tages handelte, hätte man sich gewünscht, dass nicht nur die Spezialisten, sondern auch die restlichen Anwesenden auf

ihre Kosten kommen. Dafür vertiefte sich Smedberg allerdings zu sehr in die Einzelheiten der Materie. Deutlich mehr Schauwerte gab es einige Stunden später bei der Präsentation der neuen Unreal Engine 4 zu sehen. Alan Willard, seines Zeichens Senior Tech Artist and Level Designer bei Epic, stellte die grafischen Möglichkeiten und den verbesserten Editor der vierten Auflage der Engine vor. Insgesamt überzeugte Epics neue Engine, die auf einem High-End-PC mit entsprechender Grafikkarte lief, nicht nur durch die opulente Grafik mit fantastischen Partikeleffekten, globalem Beleuchtungssystem und unterschiedlich reflektierenden Oberflächen. Vor allem der mächtige neue Editor beeindruckte die Zuschauer. Darin kann der Entwickler Änderungen vornehmen, die in

Die drei Keynote-Speaker der GDC Europe (v.l.): Victor Kislyi (Wargaming.net), Niklas Smedberg (Epic Games) und Alexander Hutchinson (Ubisoft Montreal)

„Die Chinesen sind es gewohnt, dass das Leben unfair zu ihnen ist. Warum sollte es im Spiel anders zugehen?“

Jared Psigoda, Reality Squared Games

Echtzeit im Spiel wiedergegeben werden. Auf Wunsch kann man direkt in den Code springen, um dort detaillierte Anpassungen vorzunehmen. Noch ist die Engine nicht fertig. Epic arbeitet aber bereits mit einigen ausgewählten Partnern zusammen.



Die meisten Vorträge
waren sehr gut besucht

Die dritte Keynote hielt schließlich am Mittwoch Alexander Hutchinson. Der Creative Director beim Ubisoft-Studio Montreal gab Einblicke, wie Ubisoft seine Blockbustermarke „Assassin's Creed“ frisch und innovativ halten will. Für Hutchinson stellt die jährliche Erscheinungsweise von Spielen, wie man es etwa von „FIFA“ oder „Call Of Duty“ kennt, kein Problem dar, solange die Qualität stimmt. Um den Ermüdungserscheinungen an der Marke, wie sie zuletzt bei „Revelations“ aufkamen, entgegenzuwirken, setzt Hutchinson auf drei Punkte: Ein frisches historisches Setting, einen neuen Assassinen sowie neue Gameplaymöglichkeiten.

Aus den zahlreichen Beiträgen zum Thema Free-to-Play ragte Jared Psigoda's Vortrag über die Eigenheiten des chinesischen Browser-

gamesmarkt heraus. Die chinesischen Gamesfirmen sind aus mehreren Gründen schon sehr früh auf den Free-to-Play-Zug aufgesprungen. Zum einen zwang die in Asien weit verbreitete Raubkopierproblematik zu diesem Schritt, zum anderen werden durch die nicht vorhandenen Einstiegskosten zahlreiche Spieler in die MMOs gelockt. Der chinesische Markt unterscheidet sich in einigen signifikanten Punkten von seinem westlichen Gegenpart. So ist das Gamedesign noch viel mehr auf Monetarisierung ausgelegt. „Pay-to-Win“, im Westen noch weitestgehend verpönt, wird in China von allen akzeptiert. Psigoda sieht hierfür vor allem kulturelle Gründe: „Die Chinesen sind es gewohnt, dass das Leben unfair zu ihnen ist. Warum soll es im Spiel anders zugehen?“

Vorbild China

Die asiatischen Anbieter setzen zudem auf einen rasend schnellen Return of Invest. Dass ein Spiel mit mehreren Hundert Servern an den Start geht, sei keine Seltenheit. Auch hierfür gibt es kulturelle Gründe. Chinesische Spieler seien sehr wettbewerbsfokussiert und wollen sich an die Spitze der Bestenliste arbeiten. Da jeder Server eigene Leaderboards anbietet, wechseln viele Spieler auch häufig den Server. Zudem gelingt es den chinesischen MMO-Entwicklern, mit einer Vielzahl an täglichen Events, Aufgaben und Quests die Spieler bei der Stange zu

halten. Hier hätten westliche Anbieter noch Nachholbedarf.

Bei der Free-to-Play-Dominanz kann Jörg Friedrich als Vertreter des klassischen Tripple-A-Retail-Modells fast schon als Exot bezeichnet werden. Der Lead Level Designer beim Berliner Studio Yager sprach darüber, warum es manchmal sinnvoll ist, Grundregeln des Gamedesigns bewusst zu brechen, um eine emotionale Reaktion beim Spieler auszulösen. Warum sollte sich der Spieler überhaupt schlecht fühlen? Sollte ein Spiel nicht einfach nur Spaß machen? Friedrich gab drei Gründe an, warum es sinnvoll sein kann, negative Gefühle beim Spieler hervorzurufen. So gewinne beispielsweise ein Happy End erst an Bedeutung, wenn dem Protagonisten zuvor etwas Schlechtes widerfahren sei. Gamedesigner sollten das ganze Spektrum der Emotionen abrufen. Zudem verleihe es einem Spiel zusätzlichen Tiefgang, und die Spieler behielten diese emotionalen Momente besser in Erinnerung. Um diese besonderen Momente zu erzeugen, nannte Friedrich drei Regeln, die es sich lohnt, von Zeit zu Zeit nicht zu befolgen: „Niemals den Spieler zwischen schlecht und schlechter wählen lassen“. „Die Folgen einer Entscheidung müssen vorhersehbar sein.“ „Die Entscheidungen des Spielers müssen belohnt oder bestraft werden.“ Das richtige Timing sei extrem wichtig. Zudem sollte das Regelbrechen die absolute Ausnahme bleiben.

Patrick Maier

Jared Psigoda (l.) gab einen spannenden Einblick in den chinesischen Browser-gamesmarkt

Regelbrecher: Jörg Friedrich (M.) vom Berliner Studio Yager Development

Nicht nur ein Branchen-veteran, sondern auch ein erfahrener GDC-Redner: Don Daglow (r.)



Am Puls der Zeit

Meggan Scavio, General Manager Game Developers Conference Events, über die diesjährige GDC Europe, die Bedeutung der Advisory Boards und den Unterschied zur E3.

Mehr als 2.100 Teilnehmer zählte die diesjährige GDC Europe. Sind Sie zufrieden mit der diesjährigen Show?

Mehr als zufrieden. Wir sind sehr stolz, dass die GDC Europe erneut die Erwartungen übertroffen und der europäischen Entwicklercommunity dank unseres exzellenten Line-ups mit internationalen Sprechern und der hervorragenden Advisory Board Members erstklassige Erkenntnisse und Einblicke geboten hat. Die Branche ist ständig im Wandel und im Wachstum begriffen, besonders der Mobile- und Social-Games-Bereich. Wir freuen uns darauf, nächstes Jahr den Entwicklern wieder zahlreiche Möglichkeiten zum Wissensaustausch und Networking bieten zu können.

Im Jahre 1964 sang Bob Dylan „The Times They Are A-Changing“ und gab dem damaligen Zeitgeist eine Stimme. Die GDC Events und damit auch GDC Europe bieten dem gegenwärtigen Wandel der Gamesbranche mit seinen Sessions und Speakern ein Forum. Die GDC ist sozusagen der Dylan der Spieleindustrie?

(lacht) Ein schönes Bild. Tatsächlich verstehen wir uns durchaus als der Oszillograf des Markts. Dass wir diese Funktion ausüben oder diese Rolle spielen können, verdankt sich jedoch ganz wesentlich unseren Advisory Boards. Sie setzen sich aus Fachleuten aus der Branche, überwiegend natürlich Entwickler, zusammen, die sich tagtäglich am Puls der Zeit bewegen und in mehrtagigen Arbeitssitzungen über die in-

haltliche Ausrichtung und Themen etwa der GDC Europe diskutieren. Keiner ist so nah an den Themen, die aktuell den Gamesmarkt bewegen, sei es der digitale Shift oder die Entwicklungen im Bereich Social- oder Mobile Games. Wir schaffen dann letztlich mit unseren Events den Rahmen bzw. das Forum für den Meinungs- und Erfahrungsaustausch, von dem wiederum alle Teilnehmer und die Branche profitiert.

Dieses Jahr wurde das Advisory Board für die GDC Europe erweitert und stärker europäisch ausgerichtet als in den Vorjahren. Warum?

Aus dem einfachen Grund, dass wir GDC Europe ein stärkeres Lokal- bzw. Regionalkolorit geben wollten. Das bedeutet auf keinen Fall eine inhaltliche Limitierung, keineswegs, das Gamesbusiness ist bekanntlich eine globales Geschäft. Social Games sind kein europäisches Phänomen. Vielmehr wollten wir unserem europäischen Event eine europäische Identität verleihen. Anders gesagt: ein europäisches Gesicht, das die maßgeblichen Protagonisten in Europa zeigt. Das schließt natürlich nicht aus, dass auch internationale Größen dieser Industrie zu den Protagonisten und Speakern der GDC Europe zählten. Das hat das diesjährige Programm ja auch gezeigt.

Ich beobachte in den letzten Jahren eine weitere Veränderung. Früher erhielt ich im Vorfeld der E3 häufig Anrufe aus der Branche, ob ich vor Ort sei und wir dort einen Termin vereinbaren könnten. Seit gut drei



Jahren zielen derlei Anfragen immer auf die GDC in San Francisco ab.

Nun, während die E3 auf Produkte und produktbezogene Ankündigungen fokussiert ist, setzt sich die GDC mit aktuellen Trends, Technologien und Innovationen der Industrie auseinander. Und wenn die Branche einen Transformationsprozess durchläuft, wie es derzeit der Fall ist, bildet die GDC diese Veränderungen und ihre Themen ab. Das macht die Attraktivität und den Erfolg der GDC Events aus – was auch die GDC Europe 2012 wieder einmal unterstrichen hat. Ich selbst besuche die E3 aber nach wie vor sehr gern. Ich schätze sie auch deshalb, weil sie die Spiele selbst ins Rampenlicht stellt.

Harald Hesse

Ein Damoklesschwert über Jubel, Trubel, Heiterkeit?

Thomas Friedmann, Vorstandsvorsitzender G.A.M.E. und Geschäftsführer Funatics Software, hat für GamesMarkt die gamescom 2012 noch einmal Revue passieren lassen. Trotz aller Euphorie und positiven Bewertung sieht er auch ein, zwei schwierige Jahre auf die Branche zukommen.

Jump and Run à la gamescom: Sobald sich die Tore der Messe öffnen, erstürmen große und kleine Gamer die schöne neue Welt der Computerspiele. Jeder will der Erste an der Konsole sein. Oder wenigstens einen der vorderen Plätze in der Warteschlange ergattern, um dem neusten digitalen Abenteuer schon mal ein Stückchen näher zu rücken. Andere wetteifern darum, ihren

G.A.M.E. war mit über 400 Quadratmetern Standfläche überwiegend im Businessbereich vertreten. Eine gute Gelegenheit, die Mitglieder zusammenzubringen und ein paar O-Töne einzufangen.

Wie jedes Jahr ging es im Businessbereich der gamescom 2012 zunächst darum, den Terminmarathon hinter sich zu bringen: Unzählige Hände schütteln, Tausende Visitenkarten unter die Leute bringen, noch schnell das eine oder andere Interview geben – und immer wieder das eigene Unternehmen präsentieren, das eigene Projekt vorstellen oder anderen dabei aufmerksam zu hören. Nicht zu verschweigen natürlich auch der eine oder andere lockere Empfang und das allabendlich praktizierte Partyhopping.

Über all dem Jubel und Trubel schien jedoch von Anfang an wie ein Damoklesschwert eine Frage zu schweben: Wo geht der Markt hin? Und sind die deutschen Entwickler und Publisher schnell, wachsam und flexibel genug, um mitzugehen? Ja, der Markt scheint gesättigt zu sein. Fernsehen, Internet und Spiele wetteifern stärker denn je um die Aufmerksamkeit und das Zeitbudget des modernen deutschen Konsumenten. Die Anzahl neuer Spiele vervielfacht sich fast im Jahrestakt, die Anzahl der potenziellen Spieler nicht – zumindest nicht im gleichen rasanten Tempo. Mit dem nächsten Nullachtfünf-

zehn-Shooter, dem x-ten Ponyhof-Klon oder einem weiteren virtuellen „was auch immer“ im Browser wird der ganz große Coup wohl in naher Zukunft nicht mehr gelingen. Wir werden uns wohl auf ein, zwei schwierige Jahre einzustellen haben.

Sind in Deutschland sehr gut aufgestellt

Aber die gamescom hat mal wieder gezeigt, dass wir in Deutschland inzwischen sehr gut aufgestellt sind. Die Projekte, die in den Kabinen der Business Area besprochen wurden, zeugen von strategischem und langfristigem Denken, von Marktkenntnis und Durchhaltevermögen – und nicht zuletzt auch von einem steigenden Qualitätsanspruch in Hinblick auf Design, Gameplay und Technologie.

Es ist sicherlich Fakt, dass sich unsere Branche gerade mal wieder wandelt. Neue Businessmodelle, neue Plattformen, neue Inhalte und neue Player prägen die aktuelle Szene. Und sicherlich geht mit einem Wandel auch immer einher, dass sich eine Branche konsolidiert und in Teilen auch neu erfindet. Nach dieser erfolgreichen gamescom 2012 lässt sich jedoch ein positives Fazit ziehen: Die deutsche Gamesbranche scheint bereit zu sein für das nächste Level.

Thomas Friedmann

Kolumnist

Thomas Friedmann

ist Vorstandsvorsitzender von G.A.M.E. – Bundesverband der Computerspielindustrie und Geschäftsführer der Funatics Software GmbH. Mit Funatics entwickelt er seit 1998 hochwertige Computerspiele, unter anderem für THQ, Ubisoft und gamigo. Thomas Friedmann doziert darüber hinaus regelmäßig an der BiTS in Iserlohn und hält Vorträge auf Politik- und Branchenveranstaltungen.



scheinbar sehr großen Bedarf an T-Shirts zu stillen. Diskussion über Spielverderber und freiwerdende Stellflächen hin oder her – wie jedes Jahr erreichte die Messe dieses Mal in Hinblick auf Besucher und Aussteller wieder einen Höhepunkt. Aber das Melden von Erfolgszahlen sei anderen überlassen.

Tops + Wanted + Coverage



Verloren und doch gewonnen

Der Zweitplatzierte ist der erste Verlierer, heißt es im Sport. Als Verlierer dürfte sich aber THQ keinesfalls fühlen, denn mit „Darksiders II“ ist es dem Publisher gelungen, in der ersten Verkaufswoche gleich die Plätze zwei bis vier zu erobern. Das Actionspiel ist also auf allen drei Plattformen gleichermaßen beliebt. Nach diesem guten Start dürfte es für THQ zu verschmerzen sein, dass man sich trotzdem beim Kampf um die Chartskrone geschlagen geben musste. Spitzenreiter „New Super Mario Bros. 2“ ist aber auch nicht irgendwer, sondern ein Nintendo-Spiel mit Maskottchen Mario. Und die finden traditionell viele Käufer. Wichtige Erkenntnis: Der 3DS kann aufgrund seiner Verbreitung ein gehöriges Wörtchen in den plattformübergreifenden Charts mitreden.

Most Wanted auf gamesmarkt.de

- 1 **Darksiders II** [PS 3]
THQ
- 2 **Guild Wars 2** [PC]
NCsoft Europe
- 3 **New Super Mario Bros. 2** [3DS]
Nintendo
- 4 **FIFA 13** [PS 3]
Electronic Arts
- 5 **Darksiders II** [Xbox 360]
THQ
- 6 **Sleeping Dogs** [PS 3]
Square Enix Europe
- 7 **World Of WarCraft: Mists Of Pandaria** [PC/Mac]
Activision Blizzard
- 8 **Dishonored – Die Maske des Zorns** [PC]
Bethesda Softworks (ZeniMax)
- 9 **Call Of Duty: Black Ops II** [PS 3]
Activision Blizzard
- 10 **Darksiders II – Limited First Edition** [PS 3]
THQ

Coverage August 2012, by agentur gamepress*

- 1 **Watch Dogs**
[PC, PS3, Xbox 360, Wii U] Ubisoft
- 2 **Splinter Cell: Blacklist**
[PC, PS3, Xbox 360, Wii U] Ubisoft
- 3 **Hitman: Absolution**
[PC, PS3, Xbox 360] Square Enix Ltd.
- 4 **Borderlands 2**
[PC, PS3, Xbox 360] Take 2
- 5 **Dishonored: D. Maske d. Zorns**
[PC, PS3, Xbox 360] Bethesda
- 6 **Resident Evil 6**
[PC, PS3, Xbox 360] Capcom
- 7 **Assassin's Creed III**
[PC, PS3, Xbox 360, Wii U] Ubisoft
- 8 **Guild Wars 2**
[PC, PS3, Xbox 360] NC Soft
- 9 **Star Wars 1313**
[PC, PS3, Xbox 360, Wii U]
Activision Blizzard
- 10 **FIFA 13**
[PC, PS3, X360, Wii, WiiU, PSV, 3DS] EA

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

gamesmarkt.de/charts

Die wöchentlichen Top-100-Best-Selling-Charts von media control GfK International finden Sie jeden Mittwoch aktualisiert auf gamesmarkt.de/charts.

Aufsteiger der Woche

Einsteiger der Woche

WE = Wiedereinsteiger

mediabiz-Trendcharts Games, powered by Google

13.08.2012 – 19.08.2012

Pl.	VW	Titel	Plattform	Publisher/Vertrieb	Genre	VÖ
1	1	Guild Wars 2	PC	Flashpoint	Rollenspiel	28.08.12
2	2	Diablo III	Multi	Activision Blizzard	Rollenspiel	15.05.12
3	WE	Sleeping Dogs	Multi	Koch Media	Action-Adventure	14.09.12
4	3	Elder Scrolls V – Skyrim	Multi	Bethesda (ZeniMax)	Rollenspiel	11.11.11
5	WE	Landwirtschafts-Simulator 2011	Multi	astragon	Simulation	18.10.10
6	11	New Super Mario Bros. 2	3DS	Nintendo	Jump'n'Run	17.08.12
7	WE	FIFA 12	Multi	Electronic Arts	Sport	29.09.11
8	8	Elder Scrolls V – Skyrim: Dawnguard (Download-Code)	PC	Bethesda (ZeniMax)	Rollenspiel	03.08.12
9	14	Torchlight II	PC	EuroVideo	Rollenspiel	28.08.12
10	WE	Max Payne 3	Multi	Take-Two Interactive	Action	18.05.12
11	19	Assassin's Creed: Revelations	Multi	Ubisoft	Action-Adventure	15.11.11
12	9	Call Of Duty: Modern Warfare 3	Multi	Activision Blizzard	Action	08.11.11
13	15	Lego Ninjago	NDS	ak tronic	Strategie	15.08.12
14	NEU	Monopoly	Wii	ak tronic	Denkspiel	15.09.12
15	17	Cars 2	Xbox 360	Disney Interactive Studios	Rennspiel	31.08.12
16	WE	Darksiders II	Multi	THQ	Action-Adventure	17.08.12
17	NEU	Battlefield 3 – Premium Edition	Multi	Electronic Arts	Action	13.09.12
18	22	Crysis 2	PS3	ak tronic	Action	15.08.12
19	NEU	Call Of Duty: Black Ops	PS3	Activision Blizzard	Action	14.09.12
20	NEU	Tekken Tag Tournament 2	Multi	Namco Bandai Partners	Action	14.09.12

Amazon-Pre-Order-Charts

20.08.2012–26.08.2012

Pl.	VW	Titel	Plattform	Publisher/Vertrieb	Genre	VÖ
1	1	Guild Wars 2	PC	Flashpoint	Rollenspiel	28.08.12
2	4	FIFA 13	PS3	Electronic Arts	Sport	27.09.12
3	7	WoW: Mists of Pandaria	PC	Activision	Rollenspiel	25.09.12
4	6	FIFA 13 – Ultimate Steelbook Edition (Exkl. bei Amazon.de)	PS3	Electronic Arts	Sport	27.09.12
5	3	Landwirtschafts-Simulator 2013	PC	Astragon	Simulation	17.10.12
6	8	Landwirtschafts-Simulator 2013 – Collector's Edition	PC	Astragon	Simulation	17.10.12
7	10	WoW: Mists of Pandaria – Collector's Edition	PC	Activision	Rollenspiel	25.09.12
8	13	Die Sims 3: Supernatural – Limited Edition	PC	Electronic Arts	Simulation	06.09.12
9	12	Assassin's Creed 3 – Join or Die Edition	PS3	Ubisoft	Action-Adventure	31.10.12
10	16	FIFA 13	Xbox 360	Electronic Arts	Sport	27.09.12
11	17	Call of Duty: Black Ops 2 – limitierte Pre-Order-Edition	PS3	Activision	Action	13.11.12
12	20	FIFA 13	PC	Electronic Arts	Sport	27.09.12
13	14	FIFA 13 – Ultimate Steelbook Edition (Exkl. bei Amazon.de)	Xbox 360	Electronic Arts	Sport	27.09.12
14	19	Fußball Manager 13	PC	Electronic Arts	Management	25.10.12
15	18	Die Sims 3: Jahreszeiten – Limited Edition	PC	Electronic Arts	Simulation	15.11.12
16	WE	Resident Evil 6	PS3	Capcom	Action	02.10.12
17	15	Halo 4 – Limited Edition	Xbox 360	Microsoft	Action	06.11.12
18	NEU	Geheimakte 3	PC	Koch Media	Adventure	31.08.12
19	WE	Pokemon: Schwarze Edition 2	NDS	Nintendo	Rollenspiel	12.10.12
20	NEU	Call of Duty: Black Ops 2 – limitierte Pre-Order-Edition [PEGI]	PS3	Activision	Action	13.11.12

Facebook–Spiele nach DAU

Pl.	Titel	Entwickler	DAU
1	Texas Hold'Em Poker	Zynga	6.300.000
2	Words with Friends	Zynga	6.000.000
3	Bubble Safari	Zynga	4.900.000
4	The Ville	Zynga	4.700.000
5	SongPop	Freshplanet	4.000.000
6	Candy Crush Saga	King.com	3.900.000
7	Bubble Witch Saga	King.com	3.800.000
8	Diamond Dash	Wooga	3.400.000
9	CastleVille	Zynga	3.000.000
10	FarmVille	Zynga	3.000.000

Daily Active User nach Unique User, Quelle: Appdata 27.08.2012

Facebook–Spieleentwickler

Pl.	Titel	DAU
1	Zynga	46.299.904
2	King.com	10.453.506
3	Electronic Arts	8.091.339
4	Wooga	6.880.250
5	Peak Games	6.654.683
6	Yahoo!	6.554.563
7	Soft Reklam	5.716.027
8	Kudos Media	4.800.732
9	Social Point	4.255.262
10	Fresh Planet	4.072.000

Daily Active User nach Unique User, Quelle: Appdata 27.08.2012

Xbox–Live–Arcade (gekauft)

Pl.	Titel	Entwickler
1	Counter–Strike: GO	Valve
2	Minecraft: Xbox Edition	Mojang
3	The Expandables 2	Zootfly
4	Dust: An Elysian Tail	Humble Hearts
5	Jojo's Bizarre Adventure HD	Capcom
6	Tony Hawk's Pro Skater HD	Robomodo
7	Trials Evolution	Red Lynx
8	Dead Block	Candygun Games
9	Deadlight	Tequila Works
10	SkyDrift	Digital Reality

Stand: 27. August 2012

Casual Games Deutschland (gekauft)

Pl.	Titel	Genre
1	Münchhausens Unglaubliche Abenteuer	Wimmelbild/Adventure
2	Dark Dimensions: Das Wachsmuseum	Wimmelbild/Adventure
3	All My Gods	Klickmanagement
4	Das gelobte Land	Klickmanagement
5	Dark Alleys: Penumbra Motel	Wimmelbild/Adventure
6	Amazing Adv. Riddle of the Two Knights	Wimmelbild/Adventure
7	Haus d. 1000 Türen 2: D. Juwel d. Zarathustra	Wimmelbild/Adventure
8	Gardenscapes: Mansion Makeover	Wimmelbild/Adventure
9	Haunted Past – Realm of Ghosts	Wimmelbild/Adventure
10	D. Amulett d. Zeit: D. Schatten v. La Rochelle	Wimmelbild/Adventure

Stand: 27. August 2012

iPhone–Spiele (nach Umsatz)

Pl.	Titel	Entwickler	Modell
1	Die Simpsons: Springfield	Electronic Arts	Freemium
2	Lost Cities	The CodingMonkeys	Paymium
3	CSR Racing	NaturalMotion	Freemium
4	Lords & Knights	Xyriality	Freemium
5	Kingdoms of Camelot	Kabam	Freemium
6	Smurfs' Village	Beeline Interactive	Freemium
7	Hay Day	Supercell Oy	Freemium
8	Zynga Poker	Zynga	Freemium
9	Landwirtschafts–Simulator	astragon	Paymium
10	Catan	United Soft Media	Paymium

Stand: 27. August 2012

Android–Market–Spiele (gekauft)

Pl.	Titel	Entwickler
1	Asphalt 7: Heat	Gameloft
2	Doodle Jump	Gamehouse
3	Wo ist mein Wasser?	Disney
4	Cut the Rope	Zeptolabs
5	Grand Theft Auto 3	Rockstar Games
6	Wo ist mein Perry?	Disney
7	Osmos HD	Hemisphere Games
8	Amazing Alex	Rovio
9	Minecraft Pocket Edition	Mojang
10	Fruit Ninja	Halfbrick

Stand: 27. August 2012

iPad–Spiele (nach Umsatz)

Pl.	Titel	Entwickler	Modell
1	Die Simpsons: Springfield	Electronic Arts	Freemium
2	Catan HD	United Soft Media	Paymium
3	Clash of Clans	Supercell Oy	Freemium
4	Hay Day	Supercell Oy	Freemium
5	Lords & Knights	Xyriality	Freemium
6	Smurfs' Village	Beeline Interactive	Freemium
7	Kingdoms & Lords	Gameloft	Freemium
8	CSR Racing	NaturalMotion	Freemium
9	Kingdoms of Camelot	Kabam	Freemium
10	Order & Chaos Online	Gameloft	Paymium

Stand: 27. August 2012

Steam–Downloadspiele

Pl.	Titel	Entwickler
1	Dark Souls: Prepare To Die Edition	FromSoftware
2	Counter–Strike: Global Offensive	Valve
3	Just Cause 2	Avelanche Studios
4	ARMA II: Combined Operations	Bohemia Interactive
5	Star Wars: KotOR II	Obsidian Entertainment
6	Borderlands 2	Gearbox
7	Mirror's Edge	DICE
8	War of the Roses	Fatshark
9	The Elder Scrolls V: Skyrim – Dawguard	Bethesda
10	Darksiders II	Vigil

Stand: 27. August 2012

TOP 50 Best-Selling-Charts

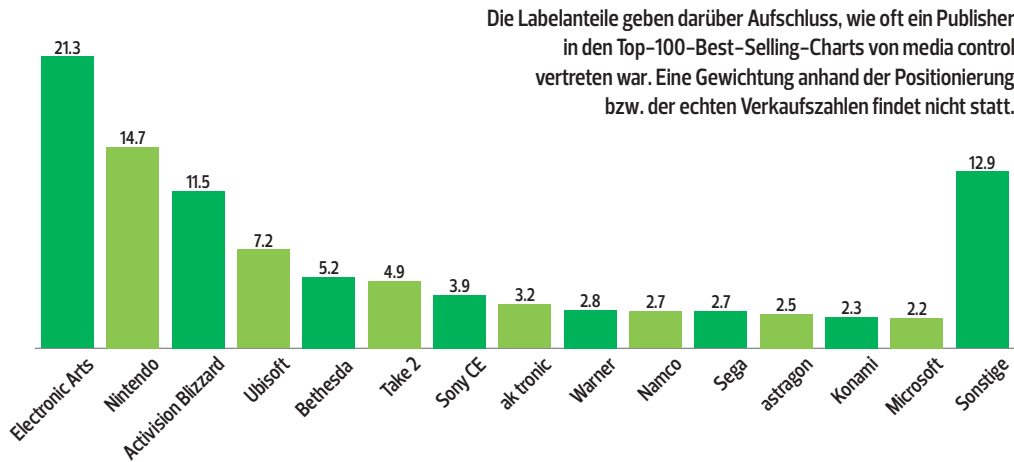
20. bis 26. August 2012

Pl.	VW	Wo.	Titel	Plattform	Publisher/Vertrieb	Genre	USK
1	1	2	New Super Mario Bros. 2	3DS	Nintendo	Jump'n'Run	0
2	2	2	Darksiders II	PS3	THQ	Action-Adventure	16
3	3	2	Darksiders II	Xbox 360	THQ	Action-Adventure	16
4	NEU		Guild Wars 2	PC	NCSOFT/Flashpoint	Rollenspiel	12
5	98	31	World Of Tanks	PC	Koch Media	Action	12
6	4	2	Darksiders II	PC	THQ	Action-Adventure	16
7	7	16	Diablo III	PC/Mac	Activision Blizzard	Rollenspiel	16
8	NEU		Dark Souls – Prepare To Die Edition	PC	Namco Bandai Partners	Rollenspiel	16
9	8	39	Mario Kart 7	3DS	Nintendo	Rennspiel	0
10	6	4	The Elder Scrolls V – Skyrim: Dawnguard (Download-Code)	PC	Bethesda Softworks (ZeniMax)	Rollenspiel	16
11	5	48	FIFA 12	PS3	Electronic Arts	Sport	0
12	15	42	Call Of Duty: Modern Warfare 3	PS3	Activision Blizzard	Action	18
13	11	41	Super Mario 3D Land	3DS	Nintendo	Jump'n'Run	6
14	14	42	The Elder Scrolls V – Skyrim	PC	Bethesda Softworks (ZeniMax)	Rollenspiel	16
15	16	70	Die Sims 3	PC/Mac	Electronic Arts	Simulation	6
16	12	26	Mario Party 9	Wii	Nintendo	Geschicklichkeit	6
17	17	5	New Art Academy: Lerne neue Techniken und teile Deine Werke!	3DS	Nintendo	Zeichnen	0
18	22	70	Landwirtschafts-Simulator 2011	PC	astragon	Simulation	0
19	21	44	Battlefield 3	PS3	Electronic Arts	Action	18
20	13	41	Assassin's Creed: Revelations	PS3	Ubisoft	Action-Adventure	16
21	20	70	New Super Mario Bros.	NDS	Nintendo	Jump'n'Run	0
22	9	15	Max Payne 3	PS3	Take-Two Interactive	Action	18
23	29	44	Fußball Manager 12	PC	Electronic Arts	Management	0
24	33	28	Zumba Fitness 2 inkl. Fitness-Gürtel	Wii	505 Games/NBG	Geschicklichkeit	0
25	26	69	Gran Turismo 5	PS3	Sony Computer Entertainment	Rennspiel	0
26	39	28	Crysis 2	PS3	Electronic Arts	Action	18
27	28	22	Die Siedler Online – Premium Edition	PC	Ubisoft	Strategie	0
28	23	44	Battlefield 3	PC	Electronic Arts	Action	18
29	40	20	World Of Warcraft: Wrath Of The Lich King	PC/Mac	Activision Blizzard	Rollenspiel	12
30	31	45	Die Sims 3: Einfach tierisch	PC/Mac	Electronic Arts	Simulation	6
31	46	70	New Super Mario Bros. Wii	Wii	Nintendo	Jump'n'Run	0
32	55	47	World Of Warcraft: Cataclysm	PC	Activision Blizzard	Rollenspiel	12
33	67	9	Spec Ops: The Line	PS3	Take-Two Interactive	Action	18
34	38	17	World Of Warcraft: The Burning Crusade	PC/Mac	Activision Blizzard	Rollenspiel	12
35	47	70	Zumba Fitness inkl. Fitness-Gürtel	Wii	505 Games/NBG	Geschicklichkeit	0
36	18	2	Harvest Moon: The Tale Of Two Towns	NDS	Koch Media	Rollenspiel	0
37	10	2	Harvest Moon 3D: The Tale Of Two Towns	3DS	Koch Media	Rollenspiel	0
38	24	48	FIFA 12	Xbox 360	Electronic Arts	Sport	0
39	32	42	Call Of Duty: Modern Warfare 3	PC	Activision Blizzard	Action	18
40	NEU		Transformers: Untergang von Cybertron	PS3	Activision Blizzard	Action	12
41	58	33	Sniper: Ghost Warrior	PS3	City Interactive/Ubisoft	Action	18
42	63	63	The Stronghold Collection	PC	ak tronic	Strategie	12
43	42	44	Uncharted 3 – Drake's Deception	PS3	Sony Computer Entertainment	Action-Adventure	16
44	43	41	Anno 2070	PC	Ubisoft	Management	6
45	50	19	Tekken 6	PS3	Namco Bandai Partners	Action	16
46	76	3	Darksiders	PS3	THQ	Action-Adventure	18
47	51	61	Mario Kart DS	NDS	Nintendo	Rennspiel	0
48	87	42	Go Vacation	Wii	Namco Bandai/Nintendo	Geschicklichkeit	0
49	WE	40	The Legend Of Zelda: Ocarina Of Time 3D	3DS	Nintendo	Action-Adventure	6
50	57	52	The Elder Scrolls IV – Oblivion	PC	Take-Two Interactive	Rollenspiel	12

Quelle: media control GfK International

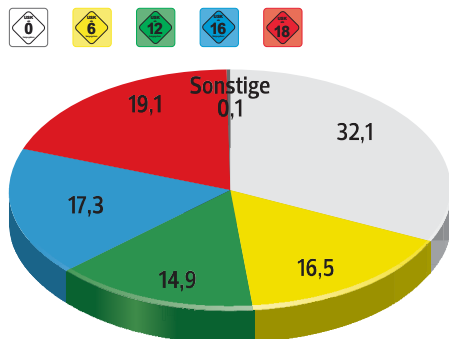
Labelanteile Top 100 Best-Selling

(vom 1. Januar bis 19. August 2012, in Prozent)



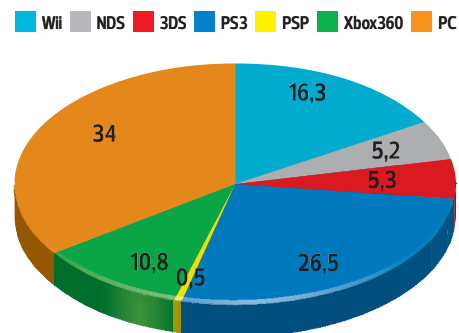
Anteile USK-Ratings Top 100 Best-Selling

(vom 1. Januar bis 19. August 2012, in Prozent)



Anteile Plattform Top 100 Best-Selling

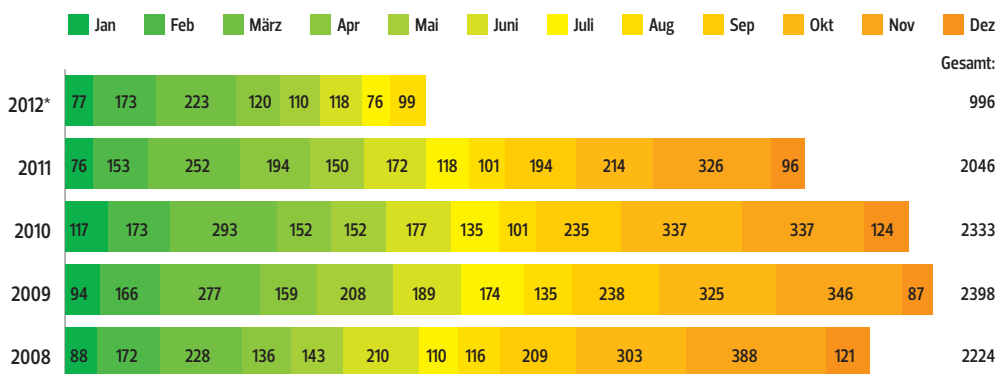
(vom 1. Januar bis 19. August 2012, in Prozent)



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 2008–2012

*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),
Johannes Bucej (fr.)

Autoren Konstantin Ewald (fr.), Thomas Friedmann (fr.),
Jörg Laumann (fr.), Maximilian Schenk (fr.), Olaf Wolters (fr.)

Bildredaktion Dr. Michael Kühn (Ltg., -375),
Cornelia Hellenschmidt (-275)

Content Management Ennio Graff (-358)

Cheflynlayout David Serjoscha Wolf (-210)

Layout Diana Santarelli (-217)

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),
Sven Schmieder (-316)

Ad Management Nicole Heckel (-312)

Leitung Marketing Iris Kirberg (315)

Direktor Marketing & Vertrieb Lutz Wehner (-200)

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:
Weißenstephaner 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.

Eine Messe, vier Meinungen



Harald Hesse
Chefredakteur
GamesMarkt

Wie ich schon im Introtext zur gamescom (S.12 f.) sagte, habe ich die gamescom 2012 als bislang beste, aber auch heterogenste Veranstaltung erlebt. Das nicht negativ gemeint, sondern Ausdruck der Vielseitigkeit und Vielschichtigkeit, die dieser in einem massiven Umbruch befindlichen Branche eigen sind. Und gerade deshalb bleibt die Gamesbranche auch mit Abstand die spannendste im gesamten Entertainmentkonzert, wie ich finde. Und umso gespannter bin ich schon auf die nächsten Monate und die nächste gamescom sowie GDC Europe. Bis dahin werden wir noch so manche Überraschung erleben. Ein Zuckerschlecken wird es aber nicht. Davon bin ich überzeugt.

Harald Hesse



Patrick Maier
Redakteur
GamesMarkt

Nicht wenige hatten die gamescom im Vorfeld zum Auslaufmodell erklärt. In Köln war davon wenig zu spüren. Vielmehr herrschte Business as usual, und zwar im positiven Sinne: überall geschäftiges Treiben, volle Besucherhallen und die eine oder andere Spieleankündigung. Dass mit Microsoft und Nintendo zwei der Big Player fehlten, machte sich kaum bemerkbar. Stattdessen waren neue Onlinegrößen wie Wargamings „World Of Tanks“ oder „League Of Legends“ Publikumsmagneten. Die Branche befindet sich zweifelsohne im Wandel, und die Messe muss sich mit verändern, um ihre Relevanz zu behalten. Das ist ihr in diesem Jahr insgesamt gut gelungen.

Patrick Maier



Daniel Raumer
Redakteur
GamesMarkt

„Der Bericht über meinen Tod wurde stark übertrieben“, kann die gamescom 2012 in Anlehnung an Mark Twain rückblickend sagen. Die Artikel der Zeitung mit den vier Buchstaben, die sogar einen Rückzug nach Leipzig kolportierte, wurden Lügen gestraft. Die Kölnmesse hat die Antwort auf dem Platz gegeben, wie die Fußballer sagen: neuer Aussteller- und Fachbesucherrekord, volle Messehallen an den Publikumstagen – die gamescom ist weit davon entfernt, irrelevant zu werden. Sie ist und bleibt ein Ort, an dem man Geschäftskontakte knüpfen und auffrischen kann; ein Ort, an dem sich eine Branche selbst und – das ist besonders wichtig – mit ihren Kunden feiert. Das wird auch 2013 so sein.

Daniel Raumer



Oliver Bosch
Redaktionsleiter
GameShop

Gamescom – bisher war das Wort für mich mit lauten Hallen, straffen Terminen, einer Präsentation nach der anderen und einem riesigen Laufpensum verbunden. In diesem Jahr bekam das Wort viele neue Bedeutungen: geduldiges Warten, stickige Luft, kaum Tageslicht und gespenstische Ruhe. Als verlängerter Arm von Stephan Steininger bei der Produktion der gamescom dailys habe ich die „andere Seite“ des Messegeschehens kennengelernt. Der Trubel auf den Gängen und in den Hallen ging größtenteils an mir vorbei. Erst am Freitag konnte ich gamescom-Luft schnuppern. Welche Wohltat, endlich wieder mittendrin zu sein! Da spielte es auch keine Rolle, dass die Beine am Abend schmerzten.

Oliver Bosch

Jetzt Kollegen und Freunde werben!



Knüpfen Sie neue Kontakte und bauen Sie Ihr Netzwerk weiter aus.

Laden Sie einfach drei Kollegen, Geschäftspartner oder Freunde ein, und wir schenken Ihnen einen 10-Euro-Gutschein von Maxchoice, den Sie gleich bei Ihrem nächsten Einkauf einsetzen können.

Jetzt reinklicken und Einladungen verschicken unter www.mediabiz.de/community/invitations

Kreativität - Produktivität - Qualität



Avanquest®
software

Besuchen Sie uns im Internet unter
www.avanquest.de
www.facebook.de/AvanquestSoftware