



## **MUNICH GAMING 2011 am 30./31. März 2011**

Abschluss: Tablets, Smartphones & Co.: Neue Möglichkeiten für die Spielewelt?

### **Yes, they can!**

**Mobilen Endgeräten gehört auch im Bereich Gaming die Zukunft, PC- und Konsolen-Spiele finden weiterhin ihre Zielgruppe, Anzahl der Gamer insgesamt steigt weiter**

**München, 31. März 2011** – „Hinter dem Titel des Panels – da sind wir uns ganz sicher alle einig – muss kein Frage- sondern ein Ausrufezeichen stehen“, leitete der Moderator Markus Schwerdtel, IDG Entertainment, die Abschlussrunde des diesjährigen Fachkongresses Munich Gaming, der am 30. und 31. März im Haus der Kunst stattfand, ein. Und tatsächlich zeigte sich im Verlauf der Diskussion, dass die Teilnehmer zwar verschiedene Akzente in der Nutzung bestimmter Endgeräte setzten – mobile Gaming sei aber ein bestimmender Trend der nächsten Zeit.

Auf die Konkurrenz zwischen Smartphones und Konsolen wie der Playstation aus seinem Haus angesprochen, entgegnete Guido Alt, Senior PR Manager Sony Computer Entertainment, dass er keinen existentiellen Verdrängungswettbewerb zwischen den Systemen sehe. Man müsse vielmehr in Betracht ziehen, dass unterschiedliche Spielergruppen auch verschiedene Spiele nutzen würden und diese auf dem jeweils optimalen Gerät spielten. Games auf der Playstation hätten nun einmal eine andere Anmutung und böten ein anderes Spielerlebnis als solche, die auf dem iPhone gespielt würden.

Dieser These stimmte grundsätzlich auch Nils-Holger Henning, Chief Communication Officer bei Bigpoint, zu. Ziel aller Vertreter auf dem Podium sei es doch schließlich, so viele Spieler wie möglich zu gewinnen und zu halten. Bigpoint habe in der Vergangenheit seinen Schwerpunkt im Bereich Online-Games gesehen. Daran werde sich auch nichts ändern. Da aber der Markt für mobiles Internet durch Smartphones und Tablets rasant wächst, sei man nun automatisch auch auf diesen Endgeräten präsent. Flatrates und leistungsfähige Netze täten das Übrige. „Überall dort, wo Internet ist, werden unsere Spiele sein“, so Henning. Und weiter: „Dafür haben wir Android als besonders geeignete Plattform erkannt und werden dort die Entwicklung forcieren.“

Michael Schade, CEO Fishlabs Entertainment, stellte fest, dass die Hardware-Hersteller und Netzbetreiber zunehmend die Entwicklung des Gaming-Marktes voranbringen würden. Er sehe darin eine ähnliche Entwicklung wie in den frühen 1990er Jahren. Leistungsfähigere PCs verlangten damals nach anspruchsvolleren Anwendungen. Ähnlich würden heute die leistungsfähigen mobilen Endgeräte eben auch hochwertigere Spiele verlangen. „Der gesamte mobile Bereich wird ein sehr wichtiger Distributionskanal werden.“

Sein Unternehmen, so Guido Alt, kümmere sich darüber hinaus auch verstärkt um den Nachwuchs bei den Spieleentwicklern. So habe man eine Plattform eingerichtet, auf der junge Designer ihre Projekte vorstellen und testen lassen können. Wenn Sony glaubt, dass in einer konkreten Idee Potenzial stecke, würde – wenn gewünscht – die notwendige Unterstützung gewährt, um dem Spiel zum Durchbruch zu verhelfen. Sony tue dies natürlich auch, um die Playstation weiter als eigenständigen Spielekanal attraktiv zu halten. Außerdem käme man damit auch einer Erkenntnis nach, die auch von den anderen Podiumsteilnehmern geteilt

wurde, dass sich Spiele- und Hardwarehersteller noch viel enger abstimmen sollten, um die Games von Beginn an optimal auf den jeweiligen Verbreitungsweg anzupassen.

In der Frage der Monetarisierung sind weiterhin unterschiedliche Wege möglich. So hätten Apple-Nutzer von Beginn an gelernt, dass ihre Produkte hochwertig sind – dafür aber auch mehr kosteten. Im Falle der Browser-Games, die fast alle kostenlos zu spielen seien, habe sich durchgesetzt, durch Item Selling Geld zu verdienen. Alle Spielearten sind mittlerweile auch über den App-Store zu beziehen. Wenn Apple für diesen Vertriebskanal jeweils mit 30 % am Umsatz beteiligt sei, klinge das zunächst nach viel Geld, man bekomme als Hersteller dafür aber ein funktionierendes Rundum-Sorglos-Paket.

Zu den Trends im Games-Markt äußerten sich die Gäste des Panels unterschiedlich. Sony erwarte, dass verstärkt 3D Spiele entwickelt würden, die aber eher nicht auf Smartphones liefen, weil der Effekt dort aufgrund der Größe des Displays verpuffe. Sony setze eher auf neue Formen der Bewegungssteuerung innerhalb der Spiele und die konsequente Verknüpfung der Spiele mit sozialen Netzwerken. Für Bigpoint sei 3D durchaus ein Thema – man wolle zusätzlich aber auch Location Based Services in die Spiele integrieren. Umgekehrt sieht Henning aber auch einen Trend, dass Gaming-Elemente – beispielsweise Gewinnmöglichkeiten – in normale Applikationen integriert würden. Fishlabs Entertainment erwartet hingegen einen wahren Boom im Bereich mobile Gaming und wird seine Aktivitäten dort ausbauen.

---

Die Munich Gaming 2011 im Münchner Haus der Kunst fanden vom 30. bis 31. März statt. Die Initiatoren und Veranstalter hatten über 70 Experten zu diesem Fachkongress und der angeschlossenen Ausstellung eingeladen. Während der beiden Tage wurden rund 500 Teilnehmer aus dem In- und Ausland registriert, die sich in 17 Einzelveranstaltung und Panels über aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich Gaming austauschten. 15 Unternehmen präsentierten ihre Produkte und Lösungen auf der integrierten Ausstellung. Damit zählt die Munich Gaming im vierten Jahr nach ihrer Gründung zu den wichtigsten Branchentreffs in Deutschland.

Am Abend des ersten Veranstaltungstages wurden der Deutsche Computerspielpreis in verschiedenen Kategorien und LARA – Der deutsche Games Award vor insgesamt 400 Gästen verliehen.

Das Fachkongress Munich Gaming und die angeschlossene Ausstellung sind eine Initiative der Chillingsten GmbH und werden von der Medientage München GmbH seit 2008 jährlich durchgeführt. Der Kongress im Rahmen der Munich Gaming wird von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert.

**Weitere Informationen unter [www.munich-gaming.com](http://www.munich-gaming.com)**