

Neue Wege der Vermarktung von Unterhaltung im Off- /Online- Zeitalter

Andreas Stock

Geschäftsführender Gesellschafter Ganz&Stock

Gründer Stockjogos

Munich Gaming – 30.März 2011

Vernachlässigung des Free-to-play
Online Games Segmentes durch die
traditionellen Retail Publisher
(Browser-, Client-, und
Socialgames)

Veränderung und Weiterentwicklung der Vermarktung von Offline-Spielen

- Größere Auswahl an Geräten und Games
- Kinderprodukt Gameboy (s/w) ↔ Massenmarkt
- Vertrieb heutzutage zunehmend online (Amazon, Steam, DLC)
- Verwendung des Marketingbudgets hauptsächlich für Fernsehwerbung und zur Unterstützung des stationären Handels
- Ausweichen der Spieler ins Internet und gleichzeitige Zunahme der Online-Bestellungen

Entstehung neuer Firmen im Online-Bereich

- Europa: Bigpoint, Gameforge, Travian
- Asien: Tencent, Shanda, Nexon

- Social Gaming: Zynga, Mentez, Vostu

- EA hat die Vermarktung von Browsergames an Bigpoint abgegeben
- Aber auch Bigpoint und Gameforge haben den Trend zu Social Gaming verpasst

Gründe für die Vernachlässigung des lukrativen Free-to-play- Gamesgeschäftes

1. Massenkompatibilität der Branche

- Teure, zielgruppengerechte TV-Werbung
- Fokussierung auf wenige Top Titel (100 Mio € Umsatz in 3 Monaten)
- Kaum Zeit und Personal für Randaktivitäten wie Browser-, Client-, oder Socialgames
- Viele Sprachvariationen
- Rechtlich: Markenrechte, weltweite Vertriebsrechte, Jugendschutz

2. Personalstruktur

- Markenkenntnisse der Mitarbeiter von Mega-Brands
- Wenig Erfahrung mit dem Umfeld (Community Building) und geringen Budgets
- Personal ungeeignet für die Vermarktung von Free-to-play-Games
- Marketing Retail Publisher (TV, Retail B2B)
- Marketing Free-to-play (online, direkter Kundenkontakt, B2C, try before buy)

3. Börsennotierung

- Quartalsdenken
- Ressentiment der Anteilseigner
- Änderung der Sichtweise erst ab einem gewissen Volumen des Free-to-play-Bereich
- Wenig Benchmarks (Monetarisierung)
- Medienpartner in Syrien, CM in Brasilien, Online-Vermarkter in Russland
- Komplexes Feld und extrem schnelle Veränderung

Ausblick

Free-to play:

- Sehr großer Wachstumsmarkt
- Einsetzen eines Konzentrationsprozesses (Developer werden aufgekauft)
- Vermarktung in neuen Größenordnungen möglich
- Internationalisierung:
 - Schwellenländer
 - Neue Zielgruppen
 - Erfolg messbarer



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Andreas Stock

a.stock@ganz-stock.de (www.ganz-stock.de)
as@stockjogos.com.br (www.stockjogos.com.br)