



# Medienkonzerne erobern den Spielemarkt und setzen etablierte Anbieter unter Druck

**Auch die deutschen Medienunternehmen, vor allem Axel Springer und Hubert  
Burda Media, verstärken ihre Anstrengungen**

**London, 11. Februar 2010:** Der neuesten Studie von Screen Digest zufolge – *Big Media Invest in Games: The Competitive Challenge* – haben fünf der weltweit größten Medienfirmen in den letzten fünf Jahren mehr als 3 Milliarden US Dollar ausgegeben, um auf dem Spielemarkt Fuß zu fassen.

Disney, Warner Bros, Viacom, Newscorp. und NBC Universal sind die Hauptakteure, die versuchen, einen Teil dieses lukrativen Marktes zu erobern. Jeder Konzern hat dabei eine andere Strategie. Chef-Analyst Ben Keen meint: „nach Ansicht von Screen Digest sind Disney und Warner Bros. in einer guten Position, um bis 2013 in die Top 10 der Spielekonsolen-Hersteller vorzudringen und, gemeinsam mit Viacom, eine ernsthafte Gefahr für die reinen Spieler-Hersteller zu werden.“

**Disney** hat eine clevere Langzeitstrategie entwickelt, die darauf ausgerichtet ist, mehr Kontrolle und Profit zu erzielen. Trotz rasant gestiegener Verkaufszahlen, 566% zwischen 2004 und 2008, hat die Spielesparte keine finanziellen Gewinne gemacht, teilweise sogar Verluste. Screen Digest glaubt jedoch, dass dies Teil einer länger ausgerichteten Strategie ist, um Marktanteile zu gewinnen. Mit dem umfangreichen firmeneigenen Portfolio an Urheberrechten, verstärkt durch die Akquisition von Marvel Entertainment, ist Disney Screen Digest zufolge ohne weiteres in der Lage, mit den größten Spiele-Herstellern mithalten.

Die Strategie von **Warner Bros. (WB)** besteht darin, externe Lizenzen zu reduzieren und gleichzeitig die firmeneigenen Rechte aus der Filmstudio-Sparte und DC Comics, wie z.B. Batman und Herr der Ringe, auszunutzen. Das Unternehmen hat stark in die Entwicklung von PC-, Konsolen- und tragbaren Spielen investiert. Nach Aussage von WB erwartet man daraus 2009 einen Umsatz von 500 Millionen USD und der Bericht legt nahe, dass das firmeneigene Ziel, bis 2013 ein 1 Milliarde USD schweres Spiele-Unternehmen zu werden, durchaus erreichbar ist.

**Viacom** hat zwischen Juni 2005 und November 2006 fünf unterschiedliche Spiele-Firmen aufgekauft. Wenn diese Deals abgeschlossen sind, und earn-outs beglichen sind, werden sich die Gesamtkosten auf über 937 Millionen USD belaufen. Screen Digest glaubt, dass obwohl Viacom möglicherweise zu viel für die Akquisitionen gezahlt hat, diese eine wichtige Grundlage für die Weiterentwicklung des Unternehmens auf dem Spielemarkt bilden. Die Höhe der Investition legt außerdem ein langfristiges Engagement auf diesem Gebiet nahe, ebenso wie die Absicht, einen bedeutenden Anteil des Marktes zu ergattern.

News Corp. hat 2005 und 2006 IGN Entertainment (Produzent von Web-Inhalten) und Jamba (Handy-Unterhaltung) erworben, was dem Unternehmen eine gewisse Präsenz auf dem derzeit am schnellsten wachsenden Bereich des Spiele-Marktes bietet. Die Abwesenheit des Unternehmens im Bereich Online-Spiele und Konsolen legt jedoch nahe, dass die Firma hier in den nächsten Jahren investieren muss, wenn sie von der boomenden Spiele-Industrie profitieren möchte.

Im Vergleich zu den oben genannten Akteuren hat NBC Universal die am wenigsten entwickelte Strategie in Bezug auf Spiele und hat derzeit einen nur geringen Einfluss auf den Sektor. Obwohl die momentane Strategie auf die Vergabe von Lizenzen ausgerichtet ist, hat das Unternehmen kürzlich damit begonnen, eigene Projekte zu finanzieren, darunter zwei Konsolenspiele.

Die Studie von Screen Digest macht klar, dass die Europäischen Medienfirmen hinter ihren US-Konkurrenten zurückliegen, kein Unternehmen macht mehr als 20 Millionen Gewinn in diesem Bereich. Auffallend sind jedoch die deutschen Mediengiganten Axel Springer und Hubert Burda Medien mit ihrer ambitionierten und progressiven

Vorgehensweise. Obwohl das Unternehmen der ursprüngliche Herausgeber des legendären Grand Theft Auto ist, beschränken Bertelsmanns derzeitige Aktivitäten sich auf die Lizenzvergabe für online Spiele-Webseiten und regionale Konsolenprodukte. Screen Digest erwartet, dass diese Aktivitäten durch die RTL-Gruppe und FreemantleMedia neu stimuliert werden. Gleichzeitig verstärken auch eine Reihe anderer europäischer Medienunternehmen ihr Engagement und ihre Investitionen im Spielebereich, darunter Endemol, ITV, BBC und Channel 4.

Nick Gibson, Autor der Studie, sagt: „Die derzeitigen Anstrengungen der Medienkonzerne in Richtung des Spieler-Marktes, ist der neueste einer Reihe von Versuchen, die in den letzten 30 Jahren unternommen wurden, und die nahezu alle in einer Niederlage und einem Rückzug vom Markt endeten. Diesmal jedoch haben die Unternehmen eine durchdachtere und vielseitige Strategie gewählt, bei der Investitionen und Risiko besser verteilt sind, als dies in der Vergangenheit der Fall war. Daher sieht es nun danach aus, dass sich die Medienkonzerne wohl längerfristig auf dem Markt behaupten werden.“

ENDE

**Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:**

- Sylvie Magerstädt, PR-Beraterin (deutsch)  
Tel: +44 (0) 7914 333 905, [sylvie@greenfieldscommunications.com](mailto:sylvie@greenfieldscommunications.com)
- Lucy Green, PR-Beraterin (englisch)  
Tel: +44 (0) 7817 698 366, [lgreen@greenfieldscommunications.com](mailto:lgreen@greenfieldscommunications.com)
- Screen Digest: Fay Hamilton, PR und Promotions- Manager (englisch)  
Tel: +44 (0) 20 7424 2847, [fay.hamilton@screendigest.com](mailto:fay.hamilton@screendigest.com)

**Über diese Studie**

Die Angaben in dieser Pressemitteilung basieren auf der Screen Digest Studie „Big Media Investment in Games: The Competitive Challenge“, erschienen im Februar 2010. Die Studie bietet Firmenprofile und Analysen der Business-Strategien der großen Medienunternehmen, die derzeit auf dem Spiele-Markt aktiv sind, einschließlich der in diesem Bericht erwähnten Firmen. Weitere Informationen finden sie unter

[http://www.screendigest.com/reports/10bigmediainvestingames/SD\\_10\\_02\\_BigMediaInvestmentInGames/view.html?start\\_ser=gi](http://www.screendigest.com/reports/10bigmediainvestingames/SD_10_02_BigMediaInvestmentInGames/view.html?start_ser=gi)

## **Über Screen Digest**

Screen Digest ist das führende Unternehmen für Analysen im globalen Medienbereich. Der Hauptsitz befindet sich in London mit Büros in den USA und Australien. Wir beschäftigen 46 spezialisierte Analysten, in den Bereichen Film, Fernsehen, Breitband/Kabel, Mobiltelefonie, Kino, Werbung, Home-Entertainment und Computerspiele. Die Informationen und Analysen, die wir in unseren Online-Diensten und Bulletins bereitstellen, werden von hunderten Medienfirmen weltweit als Grundlage der Entscheidungsfindung genutzt. Vor kurzem haben wir mit Global Media Intelligence (GMI) einen neuen Service ins Leben gerufen, der Analysen speziell für institutionelle Investoren im Medienbereich bereitstellt. Für weitere Informationen finden Sie unter [www.screendigest.com](http://www.screendigest.com) oder kontaktieren Sie Screen Digest direkt via Email: [sales@screendigest.com](mailto:sales@screendigest.com), Tel: +44 (0) 20 7424 2820.