

► **Aufbruchsstimmung** Ab morgen zieht es erneut Hunderttausende zur Videospielmesse Games Convention nach Leipzig. Die Hersteller haben es neben treuen Fans vor allem auf neue Käufer abgesehen und locken mit neuen Spielideen



## Andere Städte buhlen um Spielemesse

Frankfurt, München, Berlin und Hamburg stehen bereit

VON GERD BLANK, HAMBURG

Es ist ein europäisches Erfolgsmodell: Seit 2002 lockt die Games Convention (GC) jedes Jahr Spieler und Handel nach Leipzig. Allein 2006 stürmten über 200 000 Besucher in die Messehallen, auch in diesem Jahr wird mit Rekorden gerechnet. Doch die Kapazitäten sind bald ausgeschöpft. Branchenexperten bezweifeln, dass Leipzig dem wachsenden Interesse an Videospielen gewachsen ist. Thomas Zeitner, Deutschlandchef von Electronic Arts, sagte: „Zielrichtung bei der Zahl der Besucher muss 400 000 sein.“ Zeitner bezweifelt, dass die Leipziger Messen dem steigenden Besucherinteresse gerecht werden kann. Zudem müssten Besucher aufgrund der Lage Leipzigs stundenlange Anfahrten in Kauf nehmen, so der Manager weiter.

Besondere Brisanz verleiht den Worten, dass Zeitner auch dem Vorstand des Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) angehört. Der BIU ist Partner bei der Ausrichtung der GC und hat ein gewichtiges Wort mitzureden, ob der 2008 auslaufende Vertrag mit Leipzig fortgesetzt wird. Falls nicht, stehen die Messen in Frankfurt, München, Berlin und Hamburg bereit, die GC aufzunehmen. Diese haben der Branche bereits großes Interesse signalisiert und würden sogar etablierte Veranstaltungen verschieben. Allerdings müsste die Spielemesse bei einem Umzug wohl umbenannt werden. „Die Games Convention ist eine Eigenveranstaltung der Leipziger, daher ist sie nicht einfach wegzuholen“, sagte Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe.

Sollte die Games Convention nicht mehr in Leipzig stattfinden, wäre das ein schwerer Schlag, denn rund ein Fünftel aller Besucher der Messe Leipzig gingen im vergangenen Jahr auf das Konto der erfolgreichen Spiele-Veranstaltung.

Thomas Tenzler von der Messe Leipzig gibt sich dennoch gelassen: „Es ist klar, dass eine erfolgreiche Messe Begehrlichkeiten weckt.“ Bislang seien Verband und Industrie zufrieden mit der GC in Leipzig. Sollte der Wunsch nach einer Vergrößerung bestehen, könnte angrenzendes und bereits erschlossenes Bauland genutzt werden, um „ruck zuck ein oder zwei weitere Hallen zu bauen“, sagte Tenzler gestern der Financial Times Deutschland.



Tonangebend: EA wird das Computerspiel „Rock Band“ vertreiben, in dem Spieler eine Musikband formieren können

VON ARNDT OHLER, HAMBURG

Der weltgrößte Entwickler von Videospielen, Electronic Arts (EA), steckt in einem der größten Umbrüche seiner Firmengeschichte. Ziel der Neuorientierung ist, endlich neue Käuferschichten zu erschließen, um Umsatz und Gewinn wieder deutlich steigern zu können. „Die ganze Industrie hat sich bisher auf eine sehr homogene Nutzergruppe konzentriert“, sagte Gerhard Florin, bei EA verantwortlich für das weltweite Geschäft außerhalb der USA. „Wir müssen lernen, uns mehr an neue Zielgruppen anzupassen, das üben wir gerade“, fügte EA-Deutschlandchef Thomas Zeitner hinzu.

Denn EA drohte den Anschluss an wichtige Entwicklungen zu verlieren. In der Folge stagnierte EAs Umsatz, das Ergebnis sank. So unterschätzten die Manager zum Beispiel den Erfolg der Konsolen des japanischen Unternehmens Nintendo, DS und Wii. Gerade diese Geräte werden von der heiß umworbenen Gruppe von Kunden gekauft, die noch nie Videospiele genutzt haben. Ebenso fehlt dem Konzern bislang ein großer Erfolg bei

Multiplayer-Onlinerospielen. Dabei können zeitgleich Zehntausende Nutzer per Internet in eine virtuelle Spielwelt abtauchen. Dafür zahlen sie neben dem einmaligen Kaufpreis für das Spiel monatlich etwa 10 €, um dabei sein zu können – ein lukratives Geschäft.

Im April dieses Jahres hatte John Riccitiello den langjährigen EA-Chef Larry Probst abgelöst. Der neue Vorstandschef unterteilte Mitte Juni das Unternehmen mit einem Umsatz von etwa 3 Mrd. \$ in vier Sparten. Neue Spiele, schnellere Marktreife und mehr Titel für Einsteiger sind das Ziel.

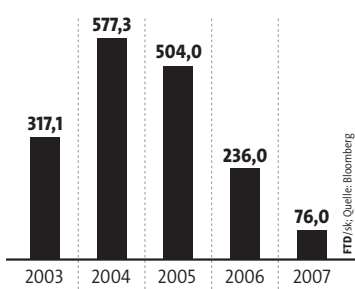
Tatsächlich ist der Konzern in Fahrt gekommen: „Wir investieren mehr in Nintendo, als wir es je getan haben“, sagte Florin. Zudem sollen zahlreiche Kooperationen das Geschäft mit Neueinsteigern antreiben.

Erst kürzlich hat der Konzern eine Zusammenarbeit mit dem weltweit zweitgrößten Spielzeughersteller Hasbro vereinbart. So darf EA Hasbro-Klassiker wie Monopoly oder Scrabble exklusiv als digitale Versionen unter anderem für Handys, PCs oder Konsolen auf den Markt bringen.

Ebenso wichtig ist die Zusammenarbeit mit dem

### Highscore verfehlt

Nettoergebnis\* von Electronic Arts in Mio. \$



\* Geschäftsjahr endet am 31.3.

Spieleentwickler Harmonix. Das Unternehmen wird mit EA das Spiel „Rock Band“ herausbringen. Mit Zubehör wie Gitarre oder Mikrofon, die an eine Konsole wie Xbox 360 angeschlossen sind, können Käufer in einer digitalen Band spielen. Um wieder deutlich zu wachsen, hat sich der US-Konzern in Asien sogar teilweise von seinem traditionellen Geschäftsmodell verabschiedet: Anstatt wie bislang teure Komplettversionen eines Spiels auf CD auf den Markt zu bringen, bietet EA in Asien für Titel wie „Fifa Online“ eine abgespeckte Version zum Download über das Internet an. Nutzer können später online für relativ kleine Beträge Software herunterladen, die neue Funktionen ermöglicht. „Die Umsätze belaufen

sich inzwischen monatlich auf 10 \$ bis 20 \$ pro Nutzer“, so Florin. Dies soll in Amerika und Europa Schule machen. „Nächstes Jahr werden wir erste Modelle sehen“, sagte Florin.

Zudem will EA das Fernsehen nutzen und arbeitet daher mit dem Fernsehproduzenten Endemol zusammen. Anfang September startet ein Test in Polen. Bei der Neuauflage der Sendung „Big Brother“ können Zuschauer über Computer eine digitale Kopie ihrer selbst – einen sogenannten Avatar – erstellen. Mit dem von Endemol und EA „Virtual Me“ genannten Alter Ego können Zuschauer auf einer Website mit den Bewohnern der von Kameras überwachten Wohncontainer in Kontakt treten.

EA hofft durch alle diese Schritte, in den Massenmarkt vorstoßen zu können. „Wir denken, dass es potenziell zwei Milliarden Nutzer gibt, die man mit interaktiven Inhalten begeistern kann“, so Florin. Er ist dabei in guter Gesellschaft: Konkurrenten wie Ubisoft, Sony oder Microsoft werben ebenfalls um neue Käuferschichten. Sie bemühen sich daher ebenfalls, Computerspiele in einer breiten Zielgruppe populärer zu machen – und könnten damit auch EA helfen.



WWW.FTD.DE/SPIELE

Electronic Arts sucht neue Käufer

## Faites vos jeux

Hersteller von Videospielen folgen dem Trend im Internet: Künftig können Nutzer bestimmen, wo es langgeht – sie erfinden Figuren oder sogar ganze Level

CARSTEN GÖRIC

Selber machen und dabei Freunde finden: So funktioniert das sogenannte Web 2.0. Firmen wie Myspace oder Youtube stellen nur noch die Plattformen, die von den Nutzern gefüllt werden. Geld wird dabei hauptsächlich durch Werbung verdient. Nachdem das im Internet gut funktioniert, entdeckt jetzt auch die Spieleindustrie die kreativen und geselligen Nutzer.

Am offensivsten macht das Sony mit seiner neuen Spielkonsole, der Playstation 3. Kein Wunder, braucht doch der japanische Konzern dringende attraktive Inhalte für das Gerät. Das liegt nämlich bei den Verkaufszahlen gegenüber den Konkurrenz-

konsolen Microsoft Xbox 360 und Nintendo Wii noch weit hinten. Das liegt am verspäteten Verkaufsstart, zum Teil aber auch an einem bislang geringen und wenig attraktiven Spieleangebot.

Das soll sich ändern, auch mit Hilfe der Nutzer: Ende des Jahres können alle Playstation-3-Besitzer Teil einer „Home“ genannten Onlinewelt werden. Die Plattform soll allen Spielern kostenlos zur Verfügung stehen. Wie bei der bekannten virtuellen Welt Second Life sollen sie sich dort ein digitales Heim einrichten, in der 3-D-Welt mit selbst erstellten Kunstfiguren auf Entdeckungreise gehen.

Zudem werden einzelne Spiele so gestaltet werden, dass sich die Nutzer online austauschen können. „Singstar“ zum Beispiel: Die millionenfach verkaufte Karaoke-Serie wird mit der nächsten Auflage erweitert. Bisher konnten Spieler nur Lieder nachsingen und sich dafür von der Spielkonsole beurteilen lassen. Ab der nächsten Ausgabe für die Playstation 3 wird die Jury erweitert: Karaokekünstler können

sich mit einer Kamera beim Singen filmen, das Werk als Clip ins Playstation-Netz stellen und die Version mit der des „Home“-Nachbarn vergleichen. Praktisch für Sony: Im Onlineladen der Playstation, der mit „Home“ verknüpft sein wird,

wollen die Japaner kostenpflichtige Erweiterungen anbieten. In erster Linie werden dies wohl neue Lieder sein. Der Webladen steht aber auch Partnern offen. „Wir gehen davon aus, dass sich auch Firmen in ‚Home‘ niederlassen, die nichts mit Spielen zu tun haben“, sagte Sony-Manager Phil Harrison, „es wird dort Orte geben, die Getränkehersteller beziehen, Bekleidungsketten oder Plattenfirmen.“

Der amerikanische Videospielhersteller Electronic Arts geht ähnlich vor: Er stattet seine Skateboardsimulation „Skate“ mit der Möglichkeit aus, eigene Videos mit den besten Tricks direkt in der Internet-

videoplattform Youtube einstellen zu können.

Ubisoft aus Frankreich setzt ebenfalls auf die Eigeninitiative der Nutzer. „Wir werden Werkzeuge für Nutzer bereitstellen, mit denen sie ganz einfach neue Inhalte erstellen

können“, sagt Ubisoft-Chef Yves Guillemot. „Dann werden wir diese Inhalte gut verwerten können.“ Ein Spiel, das dieser Philosophie folgt, entsteht gerade. Auch Sony spielt hier mit dem Weltenbaukasten „Little Big Planet“ den Vorreiter, bei dem Nutzer eigene Level gestalten können.

Ein Nutzen können die Hersteller recht schnell erkennen: Ein Spiel, für das ständig neue Inhalte erscheinen, verkauft sich auch länger. Gerade dies hat die Spielebranche bitter nötig. Bisher gilt bis auf wenige Ausnahmen: Was sich nach den ersten Wochen nicht verkauft hat, bleibt bis zur Preissenkung liegen.

## MTV und Real Networks fusionieren Musikläden

Der Jugendsender MTV und der Softwarekonzern Real Networks wollen einem Bericht des „Wall Street Journal“ („WSJ“) zufolge ihre Onlinemusikläden zusammenlegen. Die beiden US-Firmen gäben die Gründung des neuen Gemeinschaftsunternehmens noch am Dienstag bekannt, berichtete das „WSJ“ auf seiner Internetseite unter Berufung auf mit der Sache vertraute Personen. Weder die MTV-Muttergesellschaft Viacom noch Real Networks waren zunächst für eine Stellungnahme zu erreichen. MTV betreibt seit dem vergangenen Jahr gemeinsam mit dem weltweit größten Softwarekonzern Microsoft die Internetseite Urge, von der Musik heruntergeladen werden kann. Real Networks – Hersteller des Multimedia-Abspielprogramms Real Player – ist mit dem Dienst Rhapsody auf dem Markt vertreten.

REUTERS

## US-Filmstudios wählen HD-DVD-Standard

Das amerikanische Filmstudio Paramount und seine Tochter Dreamworks SKG beziehen im Kampf um das DVD-Nachfolgeformat Stellung. Wie die Viacom-Tochterfirma Paramount am Montag (Ortszeit) in Los Angeles mitteilte, will sie ihre Filme künftig nur noch auf HD-DVD brennen. Bislang waren sowohl HD-DVD als auch das Konkurrenzformat Blu-ray verwendet worden. Von der Entscheidung betroffen sein sollen bereits Neuerscheinungen wie „Shrek der Dritte“ oder „Transformers“. Die Entscheidung der beiden Studios dürfte von der Fraktion der Blu-ray-Vertreter als herber Rückschlag gewertet werden. Derzeit kämpfen die Lager kräftig um die Gunst der großen Hollywood-Studios – in der Hoffnung, dass deren Toptitel und Blockbuster zur Verbreitung des jeweiligen Formats beitragen und den Kampf um die Vorherrschaft entscheidend beeinflussen. Bislang hatten die großen Studios mit Ausnahme von Universal und Disney ihre Filme in beiden Formaten auf den Markt gebracht. Das Industrielager der Blu-ray-Befürworter mit Unternehmen wie Sony und Panasonic konkurriert mit HD-DVD – dahinter stehen Unternehmen wie NEC, Toshiba, aber auch Microsoft und Intel – seit Jahren um das Erbe der DVD. Während die HD-DVD leichter und günstiger zu produzieren ist, besitzt die Blu-ray-Disc mit fast 50 Gigabyte gegenüber derzeit 25 bis 30 Gigabyte bei der HD-DVD eine deutlich höhere Speicherkapazität.

DPA

## EM.Sport Media heuert Dresdner Kleinwort an

Die Investmentbank Dresdner Kleinwort wird für die EM.Sport Media den Verkauf der Unterhaltungssparte organisieren. Das sagte gestern ein Sprecher des Medienkonzerns. Spätestens im ersten Halbjahr 2008 soll die Transaktion über die Bühne gehen. Das Unternehmen will sich künftig nur noch auf den Sportbereich konzentrieren. Hier ist der frühere EM.TV-Konzern unter anderem mit dem Internetportal Sport1 sowie dem Fernsehsender DSF aktiv. EM.Sport hat im ersten Halbjahr unter dem Strich wieder schwarze Zahlen geschrieben. Der Nettogewinn sei auf 4,7 Mio. € gestiegen nach einem Verlust von 4,5 Mio. € im Vorjahreszeitraum, teilte das Unternehmen weiter mit. Bereits am Montag hatte das Unternehmen seine Ziele für 2007 angehoben und Geschäftszahlen für das operative Geschäft veröffentlicht.

REUTERS, FTD

## Wal-Mart bietet Songs ohne Kopierschutz an

Die weltweit größte Einzelhandelskette Wal-Mart will künftig auf ihrer Internetseite Musik ohne Kopierschutz zum Herunterladen verkaufen. Dies teilte der amerikanische Konzern gestern mit. Bisher konnten die Kunden Musikdateien, die sie bei Wal-Mart kauften, nicht auf jedem beliebigen Gerät abspielen, da die Downloads mit einem sogenannten Digital Rights Management (DRM) versehen waren. Wal-Marts neuer MP3-Musikkatalog werde Tausende Alben und Songs von großen Musikkonzernen wie Vivendi Universal Music Group oder EMI ohne Kopierschutz enthalten, teilte der Konzern mit. Lieder von Topbands wie etwa den Rolling Stones und Stars wie Amy Winehouse sollen je 94 Cent kosten. 9,22 \$ will die US-Handelskette für ein ganzes Album verlangen.

REUTERS, FTD

WWW.FTD.DE/GC2007

**Quiz** Videospiele werden wichtiger: In immer mehr Haushalten werden Computer für Games genutzt – oder es steht eine Spielkonsole unter dem Fernseher. Digitale Abenteuer werden aufwendig wie Hollywood-Filme produziert und werden zu allgemeinem Kulturgut. Zeit also zu testen, wie gut Sie sich mit Videospielen auskennen. Wann kam die erste Spielkonsole auf den Markt? Wo feierte der Affe „Donkey Kong“ sein Debüt? Und wie heißt die Hauptfigur von „Monkey Island“? Wenn Sie diese Fragen beantworten können, sollten Sie beim Quiz von FTD.de mitmachen – und können mit Glück eine Spielkonsole gewinnen.

**Touren** Verpassen Sie kein Messe-Highlight aus Leipzig. FTD.de präsentiert während der gesamten Veranstaltung die wichtigsten Meldungen von der Games Convention sowie Hintergrundberichte zur Spieleindustrie. Zudem zeigen Fotostrecken von der Messe die besten Stände, angesagtes neues Zubehör sowie aktuelle Spiele.