

hi
tec

GAMES



GAMESCOM 2011:

- Die Messe
- Die Trends
- Der Service

POWERED BY

hi
tec

HANDEL

planet
toys

gamescom – Die Messe

Der Countdown läuft: Nicht mehr ganz zwei Wochen, dann macht die gamescom – vom 17. bis 21. August – Köln zum Spielerparadies am Rhein. Im jetzt dritten Jahr feiert die internationale Games-Industrie ihre Spiele-Premieren mit Fachleuten und Gaming-Enthusiasten aus der ganzen Welt.

Zur gamescom 2011 haben zahlreiche Unternehmen ihre Flächen im Vergleich zum Vorjahr deutlich vergrößert und schaffen damit mehr Raum für noch mehr Spielmöglichkeiten und Präsentationen. „Wir liegen klar auf Erfolgskurs und sind uns sicher, dass die gamescom auch 2011 ein großer Gewinn für alle Beteiligten wird“, war sich Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse bereits im April sicher.

GAMESCOM 2010 - 2011

Nach einer vielversprechenden Premiere konnte auch die zweite Auflage der gamescom im vergangenen Jahr mit weiteren Erfolgen aufwarten. An den fünf Messetagen kamen 254 000 Besucher auf das Gelände der Koelnmesse und sahen mehr als 200

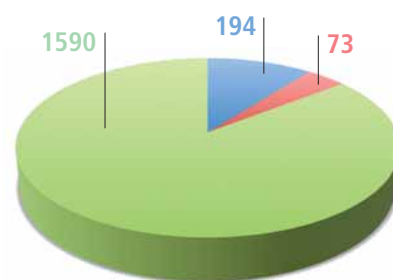
Welt-, Europa- und Deutschlandpremierer. 505 Aussteller aus 33 Ländern – 2009 waren es noch 458 Aussteller aus 31 Ländern – zeigten ihre Produktneuheiten. Darunter befanden sich mit den Spiele-Steuerungen „Kinect“ von Microsoft und „Move“ von Sony und dem Thema 3D spannende Trends, die dem Markt für interaktive Unterhaltung noch immer Impulse verleihen.

In diesem Jahr erwartet die gamescom noch mehr Aussteller als 2010 in den Kölner Messehallen. Die internationale Spiele-Industrie hatte bereits früh im Jahr ihre Messe-Teilnahme bestätigt und Unternehmen wie Microsoft, Sony und Nintendo, Electronic Arts, Ubisoft, THQ, KochMedia/Deep-Silver, Konami, Namco Bandai, Warner Bros., Take-Two Interactive oder Bethesda Softworks wollen mit spektakulären Messeauftritten überzeugen. Mit Sega und Capcom kehren zudem gleich zwei Branchengrößen zur gamescom zurück. Mehr als 120 000 Quadratmeter Ausstellungsfläche werden sich in Köln in eine Welt aus Spiel, Spaß und Entertainment verwandeln. Die exklusive business area als Treffpunkt von Industrie und Handel ist erneut in den Hallen 4 und 5 angesiedelt. Die entertainment area in den Hallen 6 bis 9 wächst erstmals mit dem „extra level“ in einen Teil der Halle 10 hinein.

DER MARKT IN ZAHLEN

Der Umsatz mit Computer- und Videospielsoftware betrug 2010 in Deutschland insgesamt 1,86 Milliarden Euro. Damit verbuchte die Branche eine Steigerung um drei Prozent. Die Erlöse verteilen sich dabei auf die Kerngeschäftsfelder „Datenträger und Downloads“, „Online- und Browserspiele“ und „Virtuelle Zusatzinhalte“.

„Nachdem wir zum Halbjahr noch einen Umsatzrückgang von vier Prozent vermelden mussten, freuen wir uns das Gesamtjahr im Bereich der Games-Software mit einer schwarzen Null abschließen zu können. Dazu beigetragen haben neben einer Viel-



- Datenträger und Downloads
- Gebühren für Online-/Browserspiele
- Virtuelle Zusatzinhalte

1,86 Milliarden Euro wurden 2010 in Deutschland für Computer und Videospielsoftware ausgegeben
Angaben in Mio. Euro; Quelle: BIU/GfK

zahl verkaufstarker Titel in der zweiten Jahreshälfte vor allem die neuen Bewegungssteuerungen „PlayStation Move“ und „Kinect“ für „Microsoft Xbox 360“, die zum Jahresende in den Handel kamen und mit einem attraktiven Spieleangebot für neue Wachstumsimpulse sorgten“, so Olaf Wolters, Geschäftsführer des Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU).

Willy Fischel, Geschäftsführer des Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT) und Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V. (BVS) dazu: „Videospiele verkaufen heißt, immer am Puls der Zeit zu sein und neue Trends sofort aufzunehmen, um kein Geld zu verlieren. Egal ob auf Scheibe oder per Download, der Handel aus Konsumelektronik und Spielwaren ist mit von der Partie. Videospiele haben längst ihren Stamplatz in deutschen Kinderzimmern und sind nebenbei ‚erwachsen‘ geworden. Ob Fitness- oder Denksportspiele, heute spielt die ganze Familie mit. In Köln besteht die Chance die Entwicklung der Branche aufzunehmen, neue Geschäftsmodelle zu diskutieren und marktrelevante Politiken wie Jugendschutz ‚mitzunehmen‘. Wir erwarten mit den Mehrwertthemen Kreativität, Bewegung, Wissen und Lernen zusätzli-





gamescom – Die Trends

Nachdem in den vergangenen Jahren PC, Konsolen und die dazugehörigen Spiele die Wachstumstreiber der Branche waren, nimmt die Games-Branche 2011 neue Wachstumsfelder ins Visier. Aktuell stehen mobile und internetbasierte Spielformen hoch im Kurs.

Neben Spielen für Smartphones und Tablet-PCs soll vor allem der aktuelle Generationswechsel bei den mobilen Spielkonsolen in den kommenden Monaten den Trend bestimmen. Darüber hinaus bereitet sich die Branche auf eine neue Konsolengeneration ab 2012 vor, die das Spielerlebnis nachhaltig verändern soll.

Bei den mobilen Konsolen findet aktuell ein Generationswechsel statt. Einige Unternehmen haben bereits neue Versionen ihrer bewährten portablen Konsolen vorgestellt. In Köln werden zudem nicht nur neue Spiele und Spielformen der verschiedenen Plattformen gezeigt, sondern auch ein neuer Vertriebsstandard, nämlich der einfache Download von Games auf die jeweilige Plattform. Daneben haben sich in sehr kurzer Zeit Smartphones und Tablet-PCs als neue mobile Spielplattformen etabliert und den Markt um ein neues Segment erweitert. Laut des Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) wurden 13 Millionen Spiele-Apps 2010 allein in Deutschland heruntergeladen. Die

Wachstumsraten liegen dabei im zweistelligen Bereich.

Dazu Olaf Wolters, Geschäftsführer BIU: „Mit der zunehmenden Verbreitung intelligenter Mobiltelefone sind Spiele-Apps zu einer Art Volkssport geworden. Sie stellen eine spannende Erweiterung des aktuellen Games-Portfolios dar, indem sie Menschen ansprechen, die bisher nicht oder kaum mit Games-Angeboten in Berührung gekommen sind. Für viele bieten die kleinen Anwendungen den Einstieg in die Welt der interaktiven Unterhaltung.“

SPIELE-GENERATIONEN

Neben der neuen Handheld-Generation steht auch im Bereich der Heimkonsolen der nächste Hardware-Zyklus bevor. Eine gute Nachricht für die Branche, denn bisher hat jede neue Hardware-Generation das Spielerlebnis nachhaltig verändert. Außerdem stiegen die Spielerzahlen und das Umsatzniveau. Das gilt dem BIU zufolge vor allem für den deutschen Markt, wo die Verbreitung der Spielkonsole noch nicht an ihre Grenzen

gelangt ist. Ähnlich positiv stehen die Ausichten für den PC, denn dieser lag lange Zeit als Spiele-Plattform nicht im Fokus der Verbraucher. Dies sollen starke neue Titel und der Trend zum vernetzten Spielen im Internet zukünftig ändern.

Mit der Markteinführung weiterer Steuerungssysteme in 2010 rückte das bewegte Spiel in den Fokus der Games-Branche. 2011 wird dieser Trend weiter fortgeschrieben. Dabei sollen nach den zahlreichen Fitness-, Tanz- und Gesellschaftsspielen, aktuell Spiele zu erwarten sein, die das Potenzial der neuen Eingabegeräte für die eingefleischten Spieler noch stärker ausschöpfen werden. Der Bereich der Online- und Browser-Games verzeichnet aktuell die stärksten Wachstumsimpulse im Markt. Mehr als 14,5 Millionen Deutsche nutzen Spielangebote im Internet, entweder Online-Multiplayer von PC- oder Konsolenspielen, Online-Rollenspiele oder Games, die im Browser oder in sozialen Netzwerken gespielt werden. Ein Trend, der sich laut BIU in den kommenden Jahren weiter fortsetzen soll. Denn mittlerweile haben auch nahezu alle großen Games-Unternehmen Strategien für den Online-Markt entwickelt. Daher sollen in naher Zukunft verstärkt etablierte Marken aus dem Film- und Games-Bereich als Online- oder Browser-Spiel umgesetzt werden. ■



Herausgeber:
Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT)

Copyright und Verlag:
S.O.K. Verlagsgesellschaft mbH • Obergplatz 14, 47804 Krefeld
Telefon 0 21 51 / 15 25 6-10 • Telefax 0 21 51 / 15 25 6-28
Bankverbindung: Sparkasse Krefeld,
BLZ 320 500 00, Konto 85 73 75

Geschäftsführende Gesellschafter:
Heinz Josef Kerbusch, Thomas Schmidt

Objektleitung: Thomas Schmidt (verantwortlich)

Redaktion:
Eva Pesch (Leitung), Telefon 0 21 51 / 15 25 6-15
Martin Schulze, Telefon 0 21 51 / 15 25 6-20
Joachim Dünkelfmann, Telefon 0221 / 2 71 66-14

Administration und Abo-Service:
Ursula Thiel-Schmidt, Telefon 0 21 51 / 15 25 6-10

Anzeigen: Alexander Zöhler, Telefon 0 91 22 / 7 90 24 70

Druck und Litho:
K-Druck Kerbusch GmbH & Co. KG, Mönchengladbach

Layout: Schmidt/Overländer, Krefeld

Mitglieder des BVT erhalten die Zeitschrift im Rahmen ihrer Mitgliedschaft. Erfüllungsort und Gerichtsstand: Krefeld
Alle Zuschriften für Anzeigen und Abonnements bitte an den Verlag.

Mit Namen gekennzeichnete Artikel stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar. Unaufgefordert zugeschickte Manuskripte werden nur dann zurückgeschickt, wenn ausreichend Porto beigelegt ist.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.



gamescom – Der Service

Fachbesucher können auch in diesem Jahr auf ein umfassendes Service-Paket – geschnürt von der Koelnmesse – zurückgreifen. Außerdem ermöglicht die business area der gamescom, dass Besucher und Industrievertreter Gespräche in ruhiger Umgebung und ohne hektischen Messe-trubel führen können.

Ein Messebesuch will gut organisiert sein. Gerade bei der Suche und Buchung von Hotel und Anreise können Fachbesucher der gamescom das Serviceportal der Koelnmesse in Anspruch nehmen.

REISE- UND HOTEL-SERVICES

Auf www.gamescom.de finden Besucher unter der Rubrik „Anreise & Aufenthalt“ alle relevanten Informationen zu Flug-, Bahn- oder Hotelbuchungen sowie Reiseinformationen für Autofahrer. Vom Flughafen Köln/Bonn kommen Flugreisen bequem per S-Bahn in nur 15 Minuten direkt zum Messegelände. Wer mit der Bahn anreist, kann direkt bei der Deutschen Bahn über die Veranstaltungshotline unter 01805/311153 (0,14 EUR/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 0,42 EUR/Min. aus dem Mobilfunknetz) und dem Stichwort „gamescom“ oder online buchen. Und sollte es noch Fragen oder Wünsche geben, können Fachbesucher die Hotline der Koelnmesse unter 01805 / 016015 (0,14 EUR/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 0,42

EUR/Min. aus dem Mobilfunknetz) zu Rate ziehen.

Fachbesucher kaufen ihre Eintrittskarten ganz bequem online im Ticket-Shop der gamescom. Dazu müssen sich Besucher lediglich im Shop registrieren, dann das entsprechende Ticket auswählen. Im Anschluss an die Bestellung steht die Eintrittskarte direkt zur Verfügung. Einfach auf den Link klicken, die Eintrittskarte (in Originalgröße, schwarz-weiß) ausdrucken und mit zur Messe bringen. Bezahlt wird im Ticket-Shop per Kreditkarte. Fachbesucher aus Deutschland können auch das Bankeinzugsverfahren wählen. Der Kaufbeleg kommt anschließend per Post. So spart man sich Zeit an der Kasse und die Registrierung vor Ort. Zu beachten ist allerdings, dass die Tickets personalisiert und nicht übertragbar sind. Sie gelten zudem nur in Verbindung mit einem gültigen Lichtbildausweis. Auch Gutscheine können im Ticket-Shop gegen eine Eintrittskarte eingetauscht werden. Dazu im Ticket-Shop anmelden. In der rechten Spalte befindet sich

die Funktion „Gutschein einlösen“. Dann nur noch den auf dem Gutschein eingedruckten Gutschein-Code in das vorhandene Feld eintragen. Hier gilt, dass Gutscheine



gamescom

ne immer einer bestimmten Eintrittskartenart zugewiesen sind, zum Beispiel „Gutschein für eine Tageskarte“, dazu gibt es zudem einen Vermerk auf dem Gutschein selbst.

Mit dem gamescom-Ticket können Fachbesucher auch in diesem Jahr kostenlos alle öffentlichen Verkehrsmittel im Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) und Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) nutzen – allerdings nur in Verbindung mit einem gültigen Personalausweis.

GESPRÄCHE UND GESCHÄFTE

Für Fachbesucher bietet die gamescom den richtigen Rahmen. Denn nirgendwo sonst kommen so viele Experten, Händler, Publisher und Entwickler der Spiele-Industrie zusammen wie in Köln. Und genau auf dieses Fachpublikum hat sich die gamescom optimal eingestellt: Im entspannten Ambiente der business area haben Fachbesucher und Industrievertreter die Möglichkeit, die Messe für ihren Geschäftserfolg zu nutzen. Am Mittwoch, 17. August, findet der exklusive Fachbesucher- und Medientag statt. An diesem Tag haben Fachbesucher die Möglichkeit, die Neuheiten des Jahres kennen zu lernen, bevor die Hallen am nächsten Tag für die Gamer geöffnet werden. ■

DATEN UND FAKTEN FÜR FACHBESUCHER

business area (Hallen 4-5)

Mittwoch (Fachbesuchertag)	9 bis 19 Uhr
Donnerstag und Freitag	9 bis 19 Uhr
Samstag und Sonntag	ist die business area geschlossen.

entertainment area (Hallen 6-9)

Mittwoch (Fachbesuchertag)	9 bis 19 Uhr
Donnerstag	9 bis 20 Uhr
Freitag	9 bis 20 Uhr
Samstag	9 bis 20 Uhr
Sonntag	9 bis 18 Uhr

	Tageskasse	Ticket-Shop
	17. – 19. August	17. – 19. August
Tageskarte inkl. Katalog	25,50 Euro	29,50 Euro
Diese Fachbesucher-Eintrittskarte gilt einmalig als Tageskarte vom 17. – 19. August für die business- und entertainment area.		

	Tageskasse	Ticket-Shop
	20. – 21. August	20. – 21. August
Tageskarte	13,50 Euro	15,00 Euro
Diese Fachbesucher-Eintrittskarte gilt einmalig als Tageskarte vom 20. – 21. August nur für die entertainment area.		

	Tageskasse	Ticket-Shop
	56,00 Euro	59,50 Euro
Dauerkarte inkl. Katalog		
Diese Fachbesucher-Eintrittskarte gilt als Dauerkarte vom 17. – 21. August für die business- und entertainment area.		



WER IST WO?

Halle 4

- Bethesda
- Capcom
- dtp entertainment
- Gameforge / Frogster
- Hama
- Trion
- Namco Bandai
- Nexon
- Sega
- Wargaming.net
- G.A.M.E.

Halle 5

- Electronic Arts
- THQ
- Nintendo
- Microsoft
- Sony
- Ubisoft
- Koch Media
- Warner Bros.
- Take-Two Interactive
- Konami
- Flashpoint
- Bigben Interactive

Bei Redaktionsschluss standen noch nicht alle Aussteller fest.

Familientreffen

Der Besuch der gamescom ist für den Fachhandel keine Frage der Einstellung: Die Handelsguppen haben Köln als Pflichttermin im Kalender. Der Messenutzen überzeugt alle – wie die Statements der Top-Manager aus Spielwaren- und Elektronik-Handel zeigen.



FOTO: SPIEL & SPASS

Martin Böckling

Geschäftsführer Spiel & Spass Spielwaren-Handelsgesellschaft:

Für die Branche ist die gamescom die Informationsplattform in Europa und deshalb ein „Muss“ für die Händler, die sich intensiver mit Multimedia-Sortimenten befassen. Insbesondere die rasante technische Entwicklung in Richtung 3-D, Interaktivität und neuer Steuerungstools. Deshalb empfehlen wir unseren Fachhändlern, die sich mit diesem Segment befassen, den Besuch der Messe in Köln. Die Gespräche über Neuheiten bei Hardware und Software sind relevant, aber auch die Einschätzung des Marktes für die Zukunft. Wir erwarten eine Entwicklung in spätestens fünf Jahren, dass im Gamesbereich durch die Hochleistungs-Glasfaserverkabelung die Umsätze im stationären Handel deutlich zurückgehen. Diese Tendenz beobachten wir sehr genau und werden unseren Händlern entsprechende Empfehlungen aussprechen.



FOTO: PROMARKT

Daniel Boldin

Geschäftsführer Category Management, Technische Services und Logistik ProMarkt:

Die Gamescom ist neben der E3 die wichtigste Messe im Bereich Games für den Handel. Hier erkennen wir frühzeitig Trends für das Weihnachtsgeschäft und können uns von der Qualität der Titel selbst überzeugen. Waren im Jahr 2010 „Move“ und „Kinect“ noch Innovationen, so müssen diese nun beweisen, dass sie auch 2011 durch Spiele und neue Spielkonzepte überzeugen. Aufgrund der zahlreichen Konsumenten vor Ort erkennen wir die Akzeptanz der Spiele und Plattformen bei den verschiedenen Zielgruppen.

Dr. Jörg Ehmer

Sprecher der Geschäftsführenden Direktoren ElectronicPartner:

Die gamescom hat sich aus dem Stand als feste Größe in der Branche etabliert. Wer sich für interaktive Games interessiert, sei es privat oder beruflich, für den ist ein Besuch der größten Messe für interaktive Spiele in Europa ein Muss – das zeigt auch die große Resonanz der Gaming-Community. Nirgendwo sonst kommen Gamer, Industrie, Handel und Medienvertreter in so entspannter Atmosphäre wie in



FOTO: ELECTRONIC PARTNER

der entertainment und der business area zusammen und tauschen sich zu den neuesten Trends aus. Auch einige unserer Mitglieder, die sich unter anderem auf Gaming spezialisiert haben, informieren sich dort über aktuelle Games. Sie finden ideale Bedingungen vor, um neue, interessante Geschäftsbeziehungen zu knüpfen und bestehende zu pflegen – und natürlich, um selbst die neuesten Games auszuprobieren.



FOTO: EURONICS

Benedict Kober

Vorstandssprecher der Euronics Deutschland:

Die gamescom als Messe hat zentrale Bedeutung für den Entertainment-Bereich. Für die Euronics Deutschland eG gehört sie zu den wichtigsten Messen in diesem Segment. Alle namhaften Hersteller und Distri-

butoren sind in Köln vertreten und präsentieren ein breites Portfolio und Produktneuheiten aus der Welt der Spielkonsolen. Mitglieder unserer Verbundgruppe informieren sich auf der gamescom über Trends und erhalten wertvolle Impulse für die Verbraucheransprache 2012. Oftmals zeichnet sich in Köln schon ab, welche Spiele und Produkte die Kunden vor Weihnachten stark nachfragen.



FOTO: BRUNO

Volker Müller

Vorstandsvorsitzender expert:

Die gamescom hat sich innerhalb kürzester Zeit zu einer wichtigen Branchenmesse entwickelt. Sie bietet eine innovative Plattform zur Vermittlung neuer Technologien und Gaming-Trends – nicht nur für den Fachhandel, sondern auch für Endverbraucher. Das gespannte Warten auf neue Produkte hat mit der gamescom ein Ende und so bietet sie natürlich Entertainment pur und Spiele zum „anfassen“. Auch im Hinblick auf gesellschaftspolitische Entwicklungen, ist solch eine Messe ein nicht zu unterschätzendes Instrument zur Imageförderung der Games-Branche. Ideal positioniert zwischen der E3 und dem Start der Neuheitensaison, ist die gamescom der geeignete Ort, um gemeinsam mit den bedeutendsten Industriepartnern zu planen. Für expert ist die gamescom daher zu einem wichtigen Impulsgeber geworden.



FOTO: VEDES

Dr. Thomas März

Vedes-Vorstandsvorsitzender:

Die gamescom ist die Leitmesse für das Weihnachtsgeschäft und damit die Spielwarenhauptsaison, in der 40 Prozent des Jahresumsatzes erzielt werden – sozusagen der Höhepunkt der Spielwarenbranche! Alle wichtigen Gesprächspartner sämtlicher Top-Lieferanten sind vor Ort, um neue Produkte und wichtige Marketingmaßnahmen zu präsentieren. Außerdem ist die Messe ein guter Indikator für uns: Hier haben nicht nur das Fachpublikum, sondern auch die Endverbraucher die Möglichkeit, alle Highlights und ergänzenden Kollektion live zu erleben. Dabei ist anfassen ausdrücklich erlaubt: Alles kann ausprobiert und getestet werden. Anhand der Kundenreaktionen können wir sofort erkennen, wie die neuen Produkte und Trends bei der relevanten Zielgruppe ankommen. Die gamescom ist also ein Pflichttermin für die gesamte Branche!



FOTO: IDEE + SPIEL

Markt. Nirgendwo sonst erhält der Handel so konzentriert so viele topaktuelle Informationen. Nur in Köln treffen die Gameshändler alle relevanten Lieferanten-Partner. Wichtiger wirtschaftlicher Effekt: Wer die vielen neuen Produkte auf der gamescom selbst live erlebt hat, bevor er sie ordert, kann die zu erwartende Nachfrage ungleich besser einschätzen.



FOTO: SATURN

Otto E. Umbach

Sprecher der Geschäftsführung idee+spiel:

Mit weitem Abstand ist die gamescom die wichtigste Games-Messe in Europa, für mich sogar weltweit! Für alle McMedia-Partner und die idee+spiel-Zentrale wurde die gamescom längst zur Muss-Veranstaltung. Die gamescom bietet jedem Videogames-Händler – und allen denjenigen die es eventuell noch werden wollen – eine einzigartige Informationsquelle und einen umfassenden Blick auf den kommenden

Michel Wedler

Einkauf Entertainment
Saturn Management:

Für Saturn ist die gamescom ein wichtiges Trendbarometer, an dem sich die Sortimente für die kommenden Monate und vor allem das Weihnachtsgeschäft ausrichten. Besonders auch die bundesweit 144 Saturn-Märkte informieren sich hier über die relevanten Entertainment-Innovationen, um diese den Kunden demnächst vor Ort präsentieren zu können. Außerdem ist die Messe für uns die ideale Plattform für den direkten Austausch mit unseren Kunden, Herstellern und Geschäftspartnern aus aller Welt.

ALLES, WAS DIE BRANCHE BRAUCHT.



www.hitec-handel.de
www.hitec-elektrofach.de

planet
toys

AUCH SPIELWARENHÄNDLER LIEBEN GAMES

www.planet-toys.de