

MEDIENWIRTSCHAFT

Internationaler Studiengang Medieninformatik | 2. Semester

Termine_Vorlesungsaufbau_Inhalte...

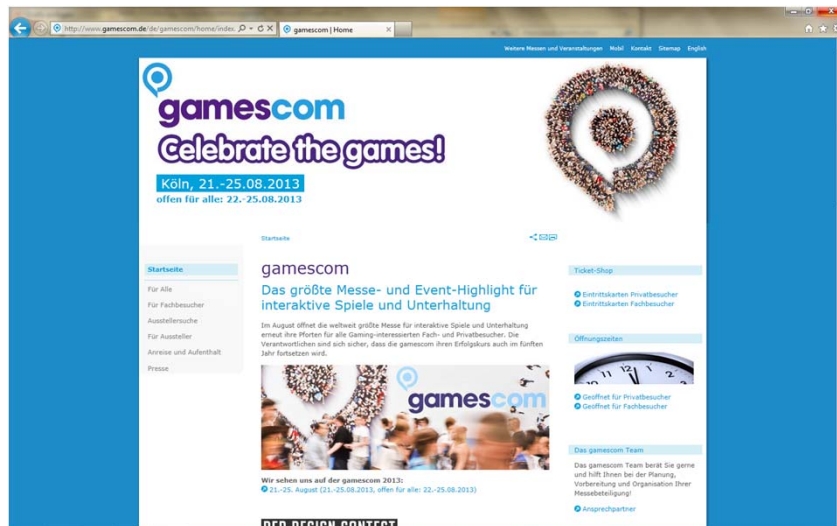
Vergabe von Referatsthemen:

1. 06.05.2013 → Die Buchpreisbindung – Geschichte, Hintergrund, eBooks?. (Katrin Werner)
2. 13.05.2013 → Der Siegeszug der Blu-ray. (Til Magnus Balbach, Timmi Trinks)
3. 27.05.2013 → Der Rundfunkstaatsvertrag der BRD. (Moreno Gummich)
4. 08.06.2013 → Perspektiven der Musikindustrie . (Moritz Steinbeck)
5. 08.06.2013 → Die Entwicklung der mp3 und die Auswirkungen auf die Musikindustrie. (Tobias Scheck, Michél Neuman)
6. 10.06.2013 → Ouya, was? – Idee, Hintergrund, Crowdfunding (Felix Brix, Felix Bürger)
7. 10.06.2013 → Bedeutung der Kommunikation im 21. Jahrhundert. (Maximilian Behr, Stefan Nieke)
8. 17.06.2013 → Fairsearch und google – eine kontroverse Gemeinschaft...(Tu Le-Thanh, Maximilian Ehlers)

Dauer der Referate: 30- 45 Minuten (Handout für die Kommilitonen muss angefertigt werden).

Angebot an Sie: Verbesserung der Klausurnote um einen Notenpunkt.

Computerspielmanagement



Computerspielmanagement_ Entwicklung

- 2001 erstmals höherer Umsatz in den USA mit 9,4 Mrd. US\$ als Filmindustrie (8,1 Mrd. US\$)
- als ernstzunehmender Teil der Medienindustrie anerkannt (mittlerweile auch als relevantes Kulturgut anerkannt)
- früher eher als nicht massentauglicher Nischenmarkt für Kinder, Jugendliche und „Freaks“ angesehen
- 1958 Ursprung in Spiel „Tennis for Two“ vom Physiker William Higinbotham
- Timeline



Computerspielmanagement_ Entwicklung

- Meistverkaufte Spiele 2012 in Deutschland (GfK Media Control)

01. FIFA 13 (Playstation 3)
02. Diablo 3 (PC)
03. Call of Duty: Black Ops 2 (Playstation 3)
04. Assassin's Creed 3 (Playstation 3)
05. New Super Mario Bros. 2 (3DS)
06. Guild Wars 2 (PC)
07. Just Dance 4 (Wii)
08. FIFA 13 (Xbox 360)
09. World of WarCraft: Mists Of Pandaria (PC)
10. Landwirtschafts-Simulator 2013 (PC)

Computerspielmanagement_ Marktstruktur

- Computerspielindustrie galt lange als wenig organisiert und fragmentiert
- heute der am schnellsten wachsende Medienmarkt
- typische Systembranche → nur durch die Kombination der Systemkomponenten Hardware und hardwarebezogener Software für Konsument nutzbar
 - Xbox-Spiel + Xbox-Konsole = nutzbar
 - PC-Spiel + Sony Playstation = nicht nutzbar
- Vorteile einer Systembranche nutzbar! (z.B. Käuferbindung, Nachgeschäft durch Software + Zubehör-Hardware)
- Nachteile zu tragen! (z.B. Wenn Kunde sich entschieden hat, dann bleibt er erst mal bei dem System, schweres Abwerben von Kunden, hauptsächliches Neukundengeschäft)

Computerspielmanagement_ Marktstruktur

- bis 1979 waren Hardwareproduzenten auch Publisher für Games
→ Atari löste ersten unabhängigen Spieleproduzenten Activision als Spin Off aus dem Unternehmen
- Heute: **Spielentwickler**, konzipieren und programmieren Video- oder Computerspiel und **Publisher**, übernehmen Finanzierung, Produktion und Markteinführung des Video- bzw. Computerspiels (vgl. Buch-Verlag), oftmals enger Kontakt zu den Entwicklern, oder sogar eigene Kapazitäten, Vertrieb selbstständig oder durch Distributionspartner

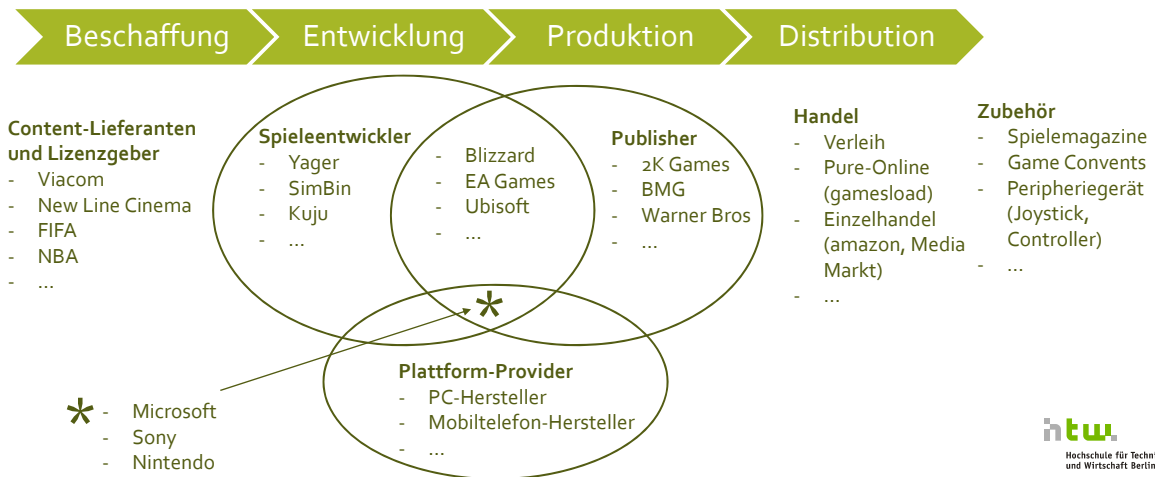
Computerspielmanagement_ Marktstruktur

- Heute: **Hardwarehersteller**, entwickeln und produzieren Spieleplattformen
→ reine Spieleplattform (PSP, Nintendo Gameboy)
→ multifunktionale Spieleplattform (Xbox 360, Wii, Playstation 3)

vorwiegende Nutzung/Entwicklung der Konsolen als Media Center und damit Teil des Home Entertainment

außerdem **Content-Lieferanten, Lizenzgeber, Händler/Verleiher, Anbieter zusätzlicher Leistungen**

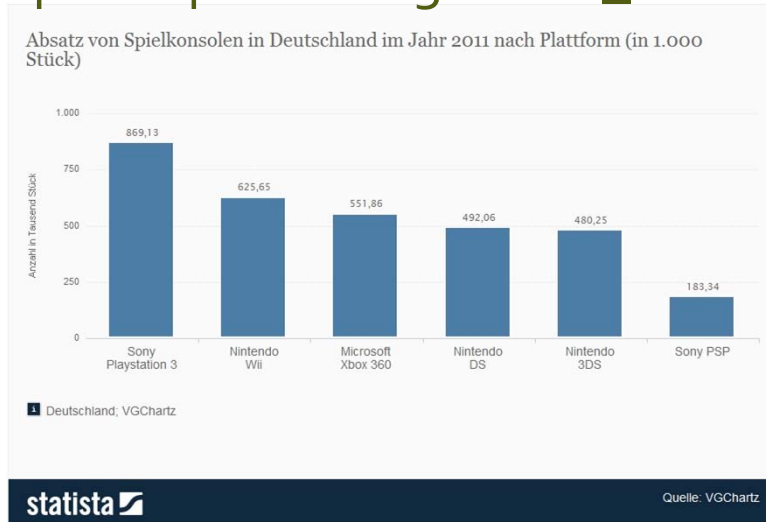
Computerspielmanagement_ Marktstruktur



Computerspielmanagement_ Marktstruktur

- Wichtigste Teilmärkte für Spielehardware sind:
 - PCs (eher abnehmend)
 - mobile Endgeräte (stark wachsend)
 - Konsolen (umsatzstärkste Einheit)
 - Set-Top-Boxen/Fernseher (in der Entwicklung, Android etc.)
- Konsolenmarkt wird stark von der Entwicklung beeinflusst → abhängig von technischen Zyklen → ausgelöst vom technischen Fortschritt → vergleichbar/entspricht Produktlebenszyklus → Konsolen haben derzeit einen sehr langen Lebenszyklus im Vergleich zu anderen technischen Geräten (PS3 bereits 6 Jahre)

Computerspielmanagement_Marktstruktur



Marktkonzentration_Marktaneile I

Konsolenmarkt

- heute: ein ausgeglichener Markt
- Alle Konkurrenten liegen nah beieinander
- Anfang 2001 Sega verlässt den Markt; 2002 Sony PS2 + Verkauf vieler Spiele

Marktanteile 2009 (2011):

Microsoft	23,8%	(Xbox 360; Markteintritt 2002 – Marktanteil 2011 - 29,2%)
Nintendo	23,7%	(2011 Verluste durch Wii - 32,3%)
Sony	43%	(PS 2 & 3 – 38,5%)

Marktkonzentration_Marktaneile II

Konsolenmarkt

- Markt mit oligopolen Strukturen
- Grund: proprietäre Strukturen („Eigentumssoftware“)
- = die Hardware aller Konkurrenten ist komplett verschieden – Spiele nur auf je einem Modell spielbar
- Man spricht hier von einer **Abwärtsspirale**
(in dieser befindet sich der Konsolenhersteller, wenn er es nicht schafft das Neugeschäft ausreichend zu generieren (hohe Investitionskosten → Subventionierung des Konsolenverkaufs → erster Break-Even-Punkt beim Verkauf bestimmter Anzahl von Spielen → Bindung von Publishern/Entwickler → große Anzahl von Spielen → Anschaffungsattraktivität für Käufer hoch →...))

Marktkonzentration_Marktaneile III

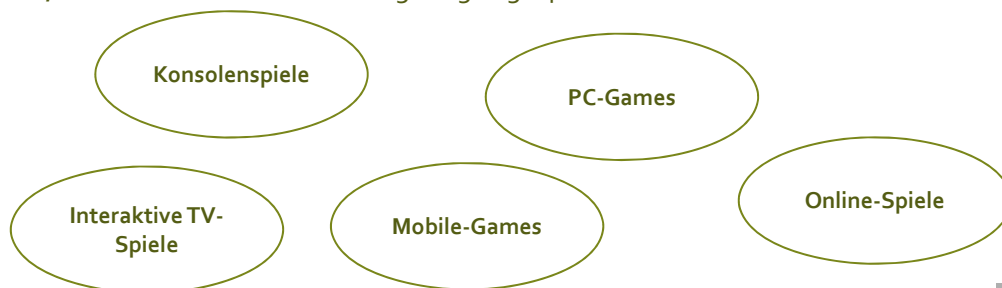
Wichtige Vorteile PS 2 & 3

- Abwärtskompatibilität; Spiele der PS2 auch auf Nachfolger spielbar
- größtes Spielesortiment
- (enge Bindung von Entwicklern und Publishern Bspl. → Gran Turismo; nur für PS, nicht PC etc.)

_der Softwaremarkt (Marktvolumen ca. 16 Mrd. US\$ 2009)

Teilmärkte – abhängig von der jeweiligen Plattform:

Trend → Spiele für mehrere Plattformen, obwohl jede Plattform best. Spielgenres hat, für die ihr eine besondere Eignung zugesprochen wird.



Welches Genre sehen Sie auf welcher Plattform?

_der Softwaremarkt

Teilmärkte – abhängig von dem jeweiligen technologischen Fortschritt:

- steht die Veröffentlichung einer neuen Konsolengeneration bevor, sinkt der Absatz der alten Spiele → neue Spiele aber noch nicht in ausreichendem Maße vorhanden → Umsatzflaute
- Dauer der Entwicklung eines attraktiven Spielemarktes: ca. zwei Jahre (ab da setzt Absatz-Boom für Hard- und Software ein...oder eben nicht...)
- Deutschland = drittgrößter Markt für Entertainment-Software in Europa – aber nur wenige deutsche Publisher (Kalypsomedia, Rondomedia)
- Entwickler zbspl. Crytec

_der Softwaremarkt

Markteintrittsbarrieren

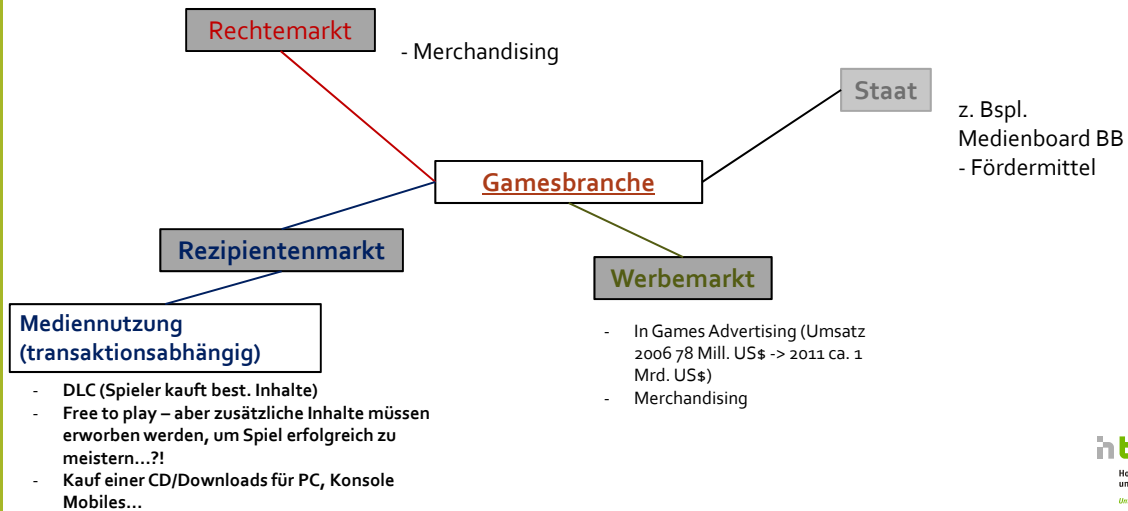
- stetig steigende hohe Entwicklungskosten für ein Spiel bis zur Marktreife (2005 zw. 3 und 6 Mill. US\$)
- Gründe:
 - 1.) technischer Anspruch der 7. Konsolengeneration (jetzige Entw.-kosten für ein Spiel für die PS 3 bei ca. 15 Mill. US\$)
Aber: Call of Duty: Block Ops → 6 Wo. nach Erscheinungsdatum 1 Mrd. US\$ Erlös (Activision)
 - 2.) Rechteerwerb Franchise-Rechte (FIFA, NBA, Tony Hawk, StarWars...)

Entwicklungsperspektiven

- Jährliches Wachstum real in Deutschland 13%
- größtes Wachstumspotenzial im Mobile-Gaming Bereich (Marktvolumen!!! → höhere Zahl an Handybesitzern als an Konsolenbesitzern)
- Man spekuliert, dass die Bedeutung des zusehend steigen wird Fernsehens (interaktives Fernsehen = digitales, rückkanalfähiges TV).
 - TV als Distributionsplattform für Spielesoftware
 - TV als direkte Spieleplattform im Rahmen von Application Providing
(Internet + interaktives TV ... Smart TV)
- Ausbau Onlinegaming (geplante Kooperation zw. Ubisoft, Comcast*, Atari)

* Die Comcast Corporation ist der größte Kabelnetzbetreiber, nach AT&T der zweitgrößte Internetdienstanbieter und nach AT&T und Verizon Communications die drittgrößte Telefongesellschaft in den USA.

Erlösmodelle_Gamesbranche



Marktanteile Spiele-Publisher 2011/2012 Europa und USA



Quelle:
<http://www.thegnet.ch/news/8881/2013/5/16/Marktanteile-der-Spiele-Publisher-2012-in-Europa-USA>; 18.06.2013

Rank	Publisher	2012	2011
		M.S.	M.S.
1	Activision Blizzard	19,5%	15,7%
2	EA	18,4%	19,7%
3	Ubisoft	11,2%	8,8%
4	Nintendo	10,8%	12,4%
5	Take 2	6,4%	4,8%
6	Microsoft	5,0%	4,8%
7	Sony	3,5%	5,3%
8	THQ	3,3%	4,9%
9	WB	3,3%	3,7%
10	Capcom	2,4%	1,1%

Potentielle Klausurfragen

- 1.) Was zeichnet eine „Systembranche“ aus? Nennen Sie Merkmale und ein Beispiel für eine typische Systembranche. Worin liegen die Vor- und die Nachteile einer solchen Branche?
- 2.) Welche Erlösformen können in der Computerspielbranche generiert werden?
- 3.) Charakterisieren Sie den Markt für Computerspiel-Konsolen. Gehen Sie dabei auf Besonderheiten ein. Erklären Sie in diesem Zusammenhang die „Abwärtsspirale“ bzw. „Aufwärtsspirale“.

...

