



Wie Steam die Spieleindustrie veränderte.

Für das Fach: Ausgewählte Kapitel des Games Engineering

Von: Dominik Kress ; 186898

Table of Contents

Was ist Steam? - Die Geschichte.....	2
Was macht Steam so besonders?.....	5
Steam Sales.....	7
Steams Spiele.....	10
Steam und der Umsatz.....	12
Fazit.....	13

Was ist Steam? - Die Geschichte

Geht man auf die offizielle Website von Steam (www.steampowered.com) findet man gleich auf den ersten Blick eine einfache Erklärung in drei Sätzen:



Illustration 1: Willkommensgruß von www.steampowered.com

Steam ist also die ultimative Unterhaltungsplattform? Eine Unterhaltungsplattform mit der man spielen, sich mit anderen verbinden, Inhalte erstellen und noch vieles mehr kann? Und das ganze kostenlos?

Um herauszufinden ob das stimmt begeben wir uns auf eine kleine Safari durch die Geschichte dieser sogenannten “ultimativen Unterhaltungsplattform”.

Diese Geschichte beginnt 1999 mit zwei der wohl berühmtesten Modifikationen für ein Computerspiel: Team Fortress Classic und Counterstrike. Beide Spiele sind Online spielbare Modifikationen für das von der Valve Corporation entwickelte Spiel Half Life und während zuvor die erfolgreichsten Online Spiele noch weltweit mit 2000 bis 3000 aktiven Spielern prahlten konnten die von Valve verwalteten Spiele diese Messlatte in kürzester Zeit sehr weit anheben. Soweit sogar, dass Valve damit begann sich um eine neue Art der Verwaltung und des Betriebs der Online Spiele Gedanken zu machen.

Die erste Intention hinter der Online Plattform die Valve nun entwickeln sollte war das verbessern der automatischen Aktualisierung der verwalteten Spiele, die unkomplizierte Spielbarkeit und Installation der eigenen Spiele, eine einheitliche Ingame Kommunikation und damit auch eine Bündelung und Bindung der Community dieser Spiele, sowie vor allem bei Counterstrike eine oft geforderte Verbesserung der Anti-Cheat-Maßnahmen.

Während der Entwicklung kam dann noch die Idee des Vertriebs verschiedener Spiele über diese Plattform hinzu, stellte sich jedoch am Anfang als schwierig heraus, da Valve zunächst diesen Teil

der Entwicklung an externe Firmen wie Amazon, Yahoo oder Cisco weitergeben wollten, diese aber keine kurzfristigen Lösungen anbieten wollten. Somit entwickelte Valve auch diesen Teil ihrer künftig Steam genannten Online-Verwaltungs- und Vertriebs-Plattform selbst und veröffentlichten sie am 12. September 2003 mit Counterstrike 1.4 als erstes Testobjekt.

Nach einigen Verbesserungen des Steam Clients wurde dann das Ende des Supports für das bisherige System zur Verwaltung von Valves Online Spielen – dem World Opponent Network – bekannt gegeben – Unter großem Aufschrei der Community. Am 16. November 2004, etwas mehr als 1 Jahr nach der Veröffentlichung der Plattform kam dann mit Half Life 2 das erste Spiel mit Steam-Zwang auf den Markt und Valve hatte nicht nur mit dem Zorn der Community sondern auch gegen den eigenen Publisher zu kämpfen, gewann jedoch den folgenden, großen Rechtsstreit gegen Vivendi Universal.



In den folgenden Jahren entwickelte und erweiterte Valve stetig an ihrer Unterhaltungsplattform und releasen nahezu jährlich große, innovative Updates und Erweiterungen des Steam Clients.

Die nebenstehende Timeline verdeutlicht diese stetige Erweiterung des Steam Clients und damit die immer neueren Funktionen die diese Vertriebsplattform bietet.

2005 war nach dem offiziellen Release der nächste große Schritt, als der erste externe Publisher als Partner eingetragen werden konnte wodurch nicht nur (wie zum Beispiel bei Battlenet) nur vom Client-Hersteller selbst produzierte Spiele zum Verkauf berdsCAS ASV ASVfeit stehen.

Als Steam 2007 um einen Community-Teil erweitert wurde hatte sich das allgemeine Bild der vorher so ungeliebten Plattform langsam gedreht. Mit diesem Tool konnten sich Spieler eigene identifizierungswürdige Profile erstellen, Freundeslisten anlegen und in Foren zu den jeweiligen Spielen Diskutieren, Guides erstellen und so weiter.

Mit der Veröffentlichung der Public API namens Steamworks wurde dieses Einbinden des Clients in das Spiel selbst (mit Beispielsweise dem Ingame Chat, Freundesanfragen, usw.) auch für andere auf Steam veröffentlichende Entwickler ermöglicht.

Der nächste große Schritt für die Community-Freundlichkeit des Clients war die Einführung des Steam Workshops 2011, der ermöglichte, dass

Illustration 2: Steam History Timeline - Wikipedia

nicht nur externe Entwicklerstudios Inhalte für die immer weiter anwachsende Steam Bibliothek bereitstellen konnten, sondern auch die Spieler selbst - Im speziellen die Modderszene, die Valve damals mit den großen Modifikationen wie Counterstrike oder Team Fortress für ihr Spiel Half Life erst auf die Idee der "ultimativen Unterhaltungsplattform" gab. Mit dem Steam Workshop konnten nun mit einem Klick zusätzliche von Moddern bereitgestellte Zusatzinhalte in die Spiele integriert werden. Ganz einfach, unkompliziert und für jeden Laien verständlich. Ein großer Boost für die ansonsten immer eher als ungewolltes Anhängsel von den Entwicklern der Spiele behandelte Szene der Spiele-Modifikationen.

2012 ging Valve dann mit dieser Bereitschaft Inhalte nicht nur von den großen Entwicklerstudios auf ihrer Vertriebsplattform zur Verfügung zu stellen noch einen deutlichen Schritt weiter und führte die Steam Greenlight Funktion ein. Das war im Endeffekt ein Kickstarter mit Indie-Games die um den Zugang zum Steam-Vertriebssystem buhlten. Die Spieler konnten dort abstimmen, welche Spiele sie interessant fanden und welche sie gerne im Shop kaufen würden. Mit dieser Unterstützung und dem einfachen Vertrieb erblühte die Indie-Szene auf Steam geradezu. Der Zugang zur Betriebsplattform ermöglichte es allen möglichen Indie-Entwicklern ihr Spiel zu realisieren und zu vermarkten ohne sich gleich an große Publisher verkaufen zu müssen und ohne die langen Laufwege und vielen Absagen um überhaupt einen Publisher zu finden auf sich nehmen zu müssen.

Doch Valve waren Spiele nicht mehr genug und so nahmen sie noch im gleichen Jahr auch Produktive Software in den Shop Katalog auf. 2014 gestellten sich Musik, 2015 Filme und Serien zum breiten Spektrum der auf der Plattform vertriebenen digitalen Waren hinzu. Ebenso veröffentlichte Valve 2015 mit der Steam-Machine die erste Hardware. Eine auf Steam dedizierte Spiele-Konsole auf einem Linux-System basierend mit eigens angefertigtem Controller. Überhaupt hatte Steam die bisherigen Jahre immer wieder betont wie sehr sie Linux als künftiges Gaming-Betriebssystem supporten und somit auch auf diesen Aspekt der Branche einflusst ausgeübt.

Die Entwicklung von Steam geht natürlich immer weiter. Erst Anfang 2017 wurde Steam Greenlight von Steam Direct abgelöst, einem neuen System zur Unterstützung der Indie-Game Szene auf Steam. Doch ist Steam denn nun wie auf der eigenen Website beworben die "ultimative Unterhaltungsplattform"?

In erster Linie ist Steam vor allem eine Vertriebsplattform für digitale Medien (und Hardware). Diesen Anspruch des Vertriebs, überall die Aufforderung zum Kauf, das steckt Steam im Blut.

Ebenso merkt man Steam auch immernoch den eigentlichen Zweck an. Es ist definitiv auch eine Plattform zur Verwaltung der Server von Online Spielen.

Mit dem integrierten Chat und der Steam Community Erweiterung ist es auch definitiv eine Community-Plattform zum Austausch und zur Diskussion über Spiele.

Mit Steam Greenlight und dem Workshop, durch das Hosting und Verbreiten von Early Access Spielen ist es auch eine Plattform für alternatives Games Engineering.

Was macht Steam so besonders?

Steam ist also vieles. Doch was macht es so besonders? Wieso hat sich Steam über die Jahre hinweg vom ungeliebten Client-Zwang in den führenden Platzhirsch und Vorreiter zum Vertrieb digitaler Waren über das Internet entwickelt?

Mit all seinen Collectors Editions war die Zielgruppe für die Firmen der Spielebranche schon immer als ein “Sammler-Völkchen” bekannt. Wo man damals noch mit einem großen Regal voll CD- und DVD-Boxen der besten Spiele die der Markt hergab beeindrucken konnte, gibt es heute Statistik-Tools wie zum Beispiel SteamDB, die einem als Ersatz für sein Regal die Zahlen zur persönlichen Steam-Bibliothek aufzeigt. Hier ein Beispiel wie so eine durchschnittliche Statistik aussehen kann

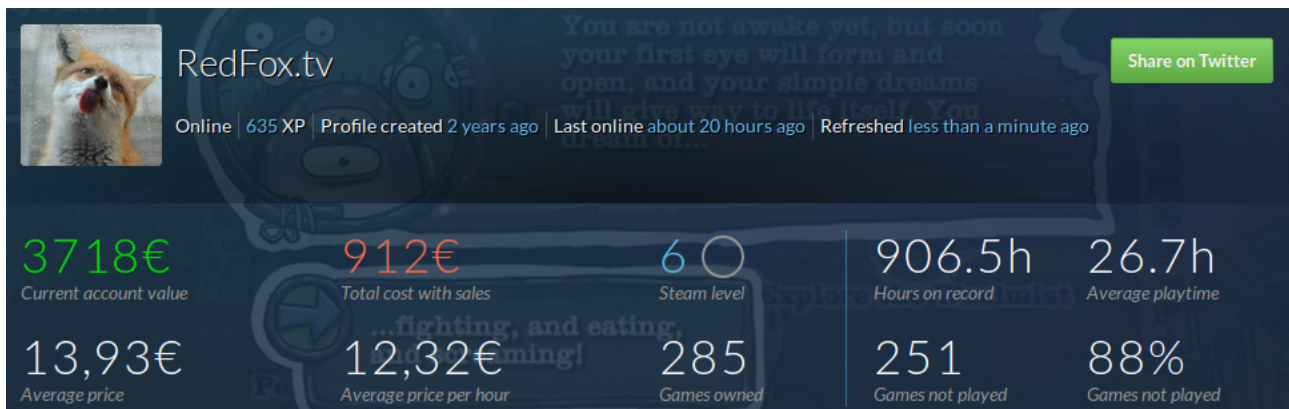


Illustration 3: Die SteamDB Statistic eines “normalen” Accounts

Was womöglich gleich ins Auge fällt: Mit 285 Spielen im Besitz müsste es schon ein sehr großes Regal sein um all diese Spiele noch in physischer Form unterbringen zu können. Auch interessant ist sicher, dass 88% der Spiele trotz einem Durchschnittspreis von 13,93 € noch nicht einmal angespielt wurden.

Steam schafft es wie nahezu kein anderes Vertriebsunternehmen den Sammeltrieb der Kunden für sich zu gewinnen und anzuheizen. Laut Steamspy.com hat jeder auf Steam registrierte User durchschnittlich zwischen 10 und 11 Spielen. Rechnet man hierbei die unzähligen Ingame- und Supportbots heraus, wird diese Zahl an Spielen pro Person schnell um einiges größer. Das reduzieren der Spieleboxen im Schrank zu einer Liste auf dem PC schafft eine gute Übersicht und die Möglichkeit zu einfachen Vergleichen des eigenen Besitzes mit dem von Freunden – Ein Vergleich, der sogar direkt auf der Plattform mit den Freunden auf der Freundesliste vorgenommen werden kann, sofern der Freund seine Spieleliste Online zugänglich hält. Hierbei kann man nicht nur Vergleichen welche Unterschiede es an Spielen in der eigenen und der befreundeten Bibliothek gibt sondern bekommt auch noch aktiv im Shopkatalog Empfehlungen a la “Spiele Ihrer Freunde!”.

Neben dem Platzsparenden Aspekt der Online-Liste der eigenen Spiele im Vergleich zum Schrank voller CD- und DVD-Boxen ist diese Bequemlichkeit also auch ein großer Punkt in der Motivation der Steam-Kunden und wird von Valves Marketing effizient angesprochen.

Doch allein mit dem Besitz-Vergleich ist es mit der Bequemlichkeit zu Ende. Auch dass man mit der Online Steam Bibliothek mit einem einzigen Klick den kompletten Spielebesitz zur Verfügung

hat und jederzeit von jedem beliebigen PC aus darauf zugreifen kann ist definitiv ein Grund das Spiel online zu kaufen, statt einer großen Sammlung physischer Boxen mit auf Lan Partys oder ähnlichem zu schleppen.

Auch das automatische Updaten der Spiele, das Finden und Installieren von zusätzlichen Inhalten wie Mods oder DLCs sind durch die zentrale Installation und Verwaltung der Software über den Steam Clienten wesentlich einfacher als noch wie früher üblich Mods von kuriosen Websites im Internet herunter zu laden und dann manuell im Dateipfad des Spiels an der richtigen Stelle zu extrahieren und zu hoffen, dass man soeben nicht die eigenen Savegames überschrieben hatte.

Der gut angeheizte Sammlertrieb und die ebenso gut vermarktete Bequemlichkeit sind aber nicht die einzigen Gründe die dafür Sorgen, dass Steam-User bevorzugt ihre Spiele über die Online Vertriebsplattform kaufen statt in den nächsten Mediamarkt zu laufen, denn schauen wir uns bei der SteamDB Übersicht mit den 285 Spielen den Preis dieser Fülle an Spiele an, fällt auf, dass der normale Gesamtpreis zwar mit 3718 € recht hoch liegt, es jedoch eine extreme Differenz zur nebenstehenden Zahl, den 912 € gibt: Dem Preis der Spiele bei einem Sale.

Steam Sales



Illustration 4: Die übliche Ansicht des Steam Shop-Katalogs zu einem Sale

Steam-Sales sind berühmt-berüchtigt und gefürchtet von Steam-Usern und deren Geldbeuteln weltweit. Valve lebt mit ihren Rabatt-Aktionen eine einmalige Strategie. Üblicherweise gibt es zum Wochenende auf ein bestimmtes Spiel oder ein Franchise eine Rabatt Aktion in Verbindung mit der Gratis-Verfügbarkeit des Spiels oder eines Spiels aus dem Franchise über das Wochenende als Testphase hinweg. Unter der Woche gibt es die sogenannte Midweek-Madness: Eine Rabattaktion auf eine kleine Auswahl an Spielen oder einem Franchise-Bundle. Diese Rabatte sind bekannt dafür

- wie an der Übersicht von Bild 4 zu erkennen – hohe Prozentsätze zu reduzieren. Ein Rabatt um die 75 oder 90 % sind auf Steam keine Seltenheit.

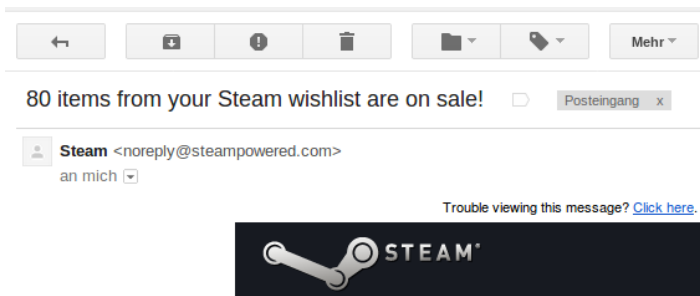


Illustration 5: Die Überschrift einer Infomail zu den Summer-Sales

Videoplattformen so manch Comic, Meme oder Video zu Steam und den derzeitigen Angeboten. Jedes zweite Video gibt vor die besten Geheimtipps und Must-Haves des Sales zu kennen und jedes Image-Board überhäuft sich selbst mit Comics und Memes ihres Steam-Verschuldeten finanziellen Ruins.

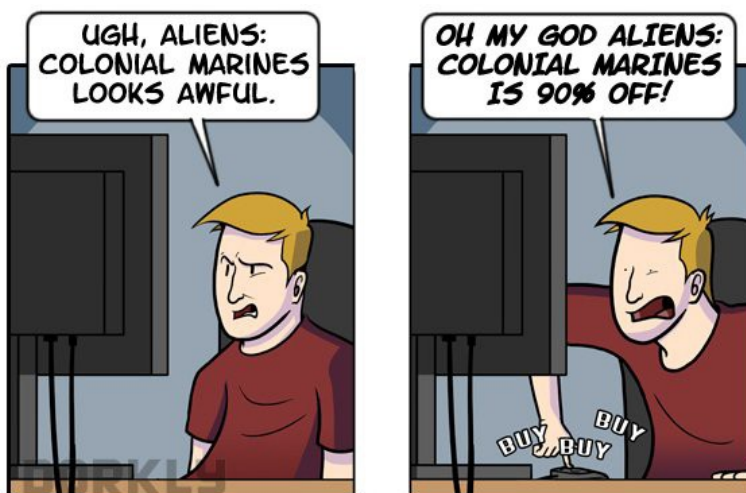


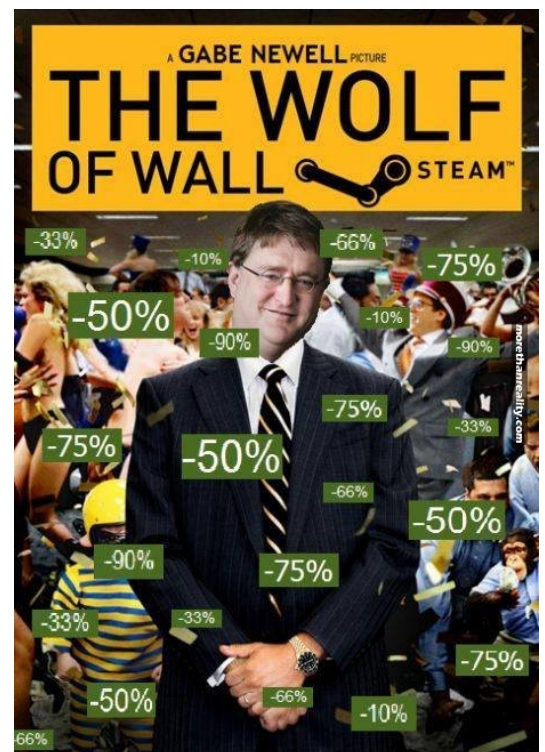
Illustration 6: Ein Comic von www.dorkly.com zu den Steam-Sales

Die Steam-Sales sind schon lange nicht mehr nur einfache Marketing-Aktionen einer Online Software Betriebsplattform sondern regelrechte "Social Events" bei dem die User selbst mehr Werbung für die eigentlichen Produkte und Angebote auf Valves Plattform erzeugen, als die Verkäufer selbst.

In der nachfolgenden Statistik von www.steamspy.com kann man deutlich die Rabattfreude von Valves Vertriebsplattform erkennen. Der Graph für die Rabatt-Statistik fällt nie unter 15% Durchschnitt und steigt an den beiden bereits erwähnten Sales-Zeitpunkten deutlich an bis über 50% im Durchschnitt!

Dazu kommen noch zweimal im Jahr die großen Sales-Aktionen. Der sogenannte Summer-Sale im Juni und der Winter Sale im Dezember sind groß angelegte Rabatt-Aktionen die in einem bestimmten Zeitraum die Rabatt-Angebote großflächig und Zeitbegrenzt vermarkten.

Zu Zeiten dieser Sales häufen sich in einschlägigen Sozialen Netzwerken und



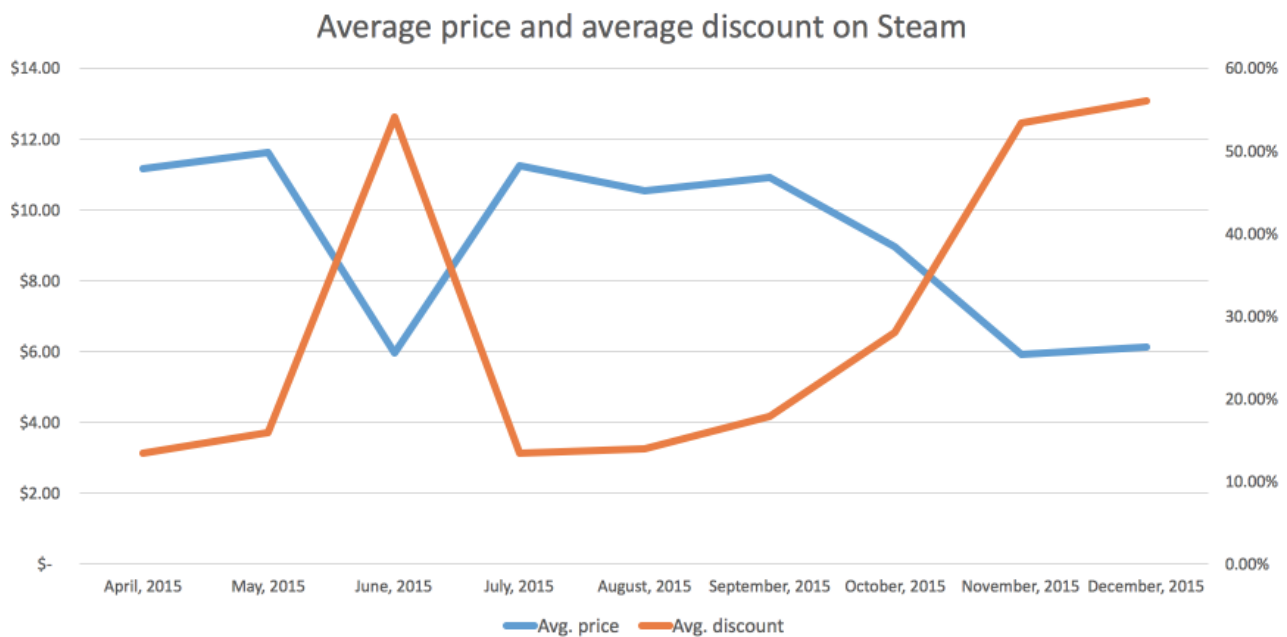


Illustration 7: Durchschnittlicher Rabatt/Preis auf Steam laut Steamspy.com

Das hat natürlich absolut Methode, da dadurch auch der Absatz der Spiele selbst im sogenannten Sommerloch der Branche stabil bleibt. Das sieht man recht schnell, wenn man der oberen Statistik der durchschnittlichen Rabattierung der Spiele die Anzahl verkaufter Spiele entgegen stellt.

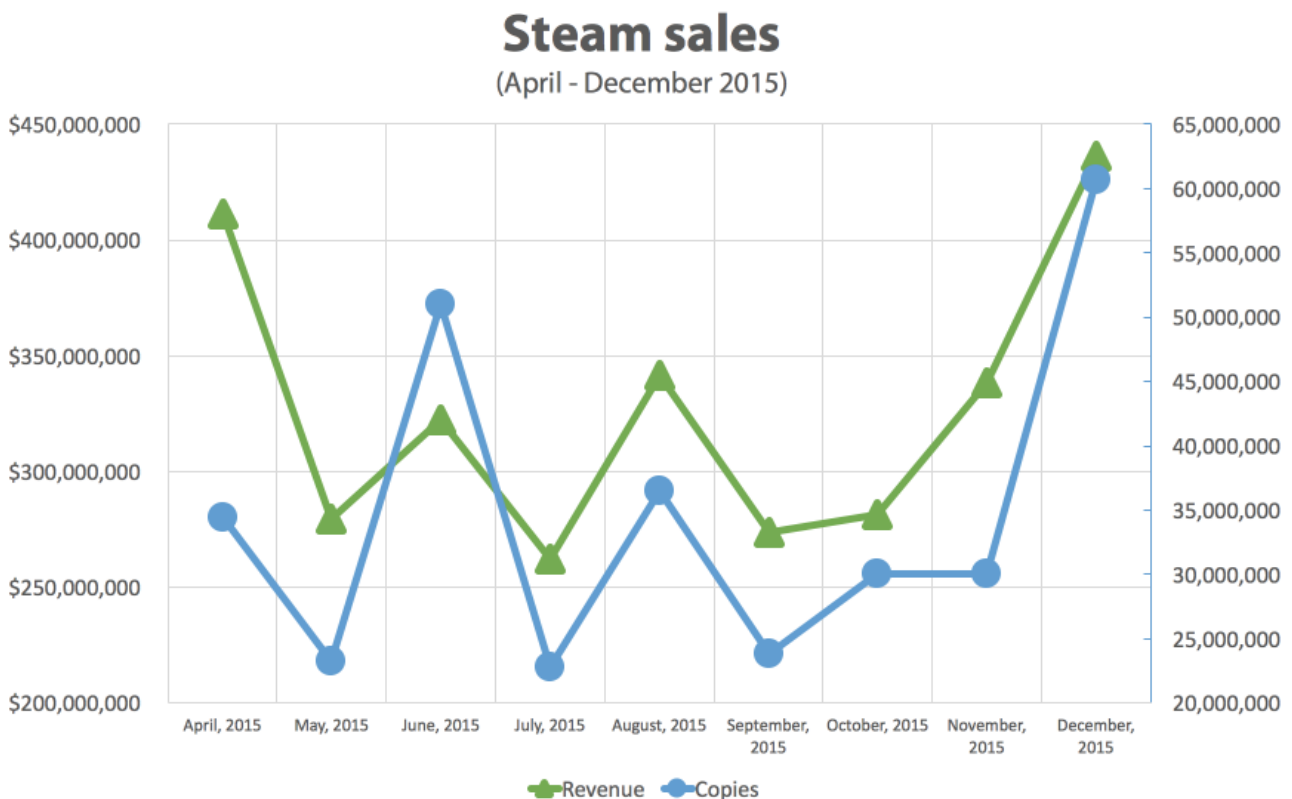


Illustration 8: Statistik der Preis/Rabatt Entwicklung laut SteamSpy

In der Gegenüberstellung fällt sofort die klare Spitze bei der Anzahl verkaufter Kopien im Juni zum Zeitpunkt des Summer Sales und im Dezember zum Zeitpunkt des Winter Sales ins Auge. Die Korrelation zwischen den hohen Rabatten und den hohen Absätzen der Vertriebsplattform sind also eindeutig ein strategisch wohl durchdachter Erfolg von Valves Steam Client.

Selbst in den “schlechten Monaten” sollte mit einem gesamten Absatz von mindestens 20.000.000 bis 25.000.000 Spiele pro Monat bis hin zu über 60.000.000 verkaufte Spiele im Dezember führt doch sicher dazu, dass bald jeder Nutzer jedes Spiel auf Steam hat?

Steams Spiele

Neben den stetig wachsenden Userzahlen hält Valve diesem Problem natürlich auch eine stetige Erweiterung des Produktkatalogs entgegen. Neben den - wie schon in der Geschichte Steams erwähnten - Erweiterungen des Shop-Katalogs um alternative Produkte wie zum Beispiel Filmen, Serien und Produktiv-Software versucht Steam natürlich auch mit den unterschiedlichsten Methoden und Trends den Gamingbereich stetig zu vergrößern.

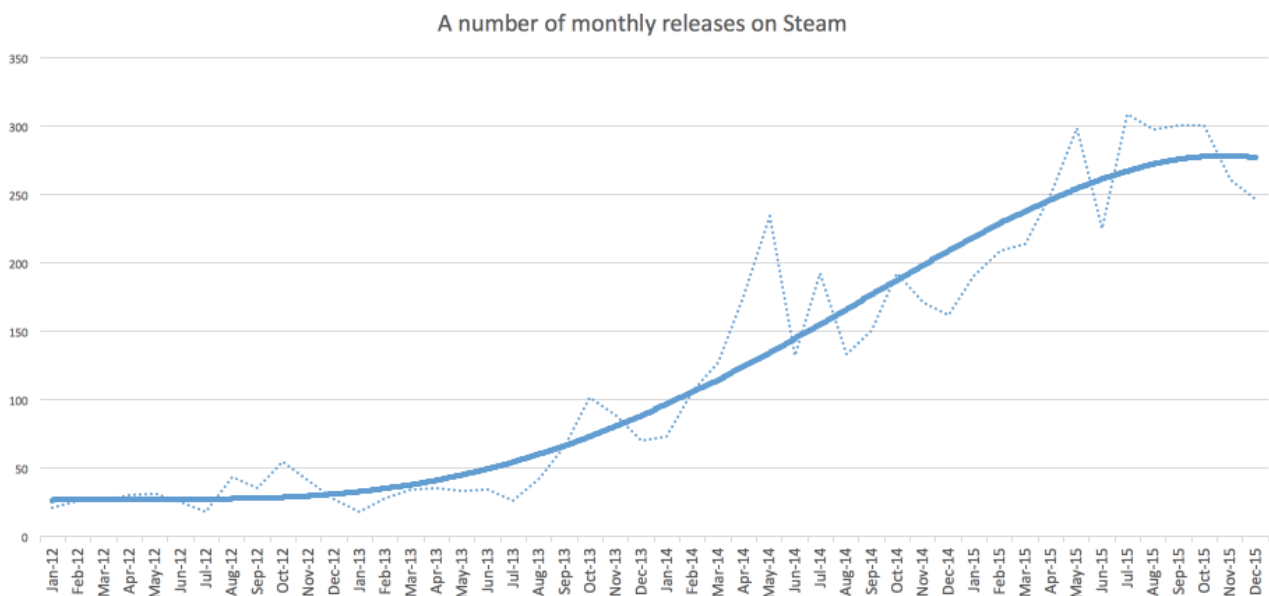


Illustration 9: Wachstum des Steam Katalogs seit 01/12 laut SteamSpy

Wie man an der Statistik unschwer erkennen kann schafft es Steam diesen Bedarf an immer neuer Ware für ihre Nutzer erfolgreich zu decken, doch wie schafft Valve dieses Angebot zu stellen und die Anzahl der verfügbaren Spiele in 3 Jahren zu verfünffachen?

Die Verhandlungen mit den großen Publishern ist dabei natürlich ein wichtiger Punkt. Immer mehr große Publisher haben in den letzten Jahren den Versuch mit einer eigenen Betriebsplattform gewagt. Während EA Games mit ihrem Online Dienst Origin noch einigermaßen erfolgreich ist, stehen die Kunden etwa Ubisofts Uplay Plattform sehr skeptisch gegenüber und auch der Windows Live Store erfreut sich nicht annähernd der Beliebtheit Steams. Die großen “Triple A” Titel sind natürlich auch weiterhin ein wichtiger Faktor im Steam Shop Katalog doch die alleine – Vor allem mit den ersten großen Absprüngen wie etwa EA, die beispielsweise Mass Effect 3 nach großem Erfolg der vorherigen Teile über den Steamstore exklusiv auf ihrer eigenen Vertriebsplattform

Origin anboten – konnten diese Masse an neuen Spielen für den großen Wachstum des Katalogs nicht stellen. Valve musste also neue Wege finden an “Waren” zu kommen.

Neben der Förderung von Indie-Spielen durch Plattformen wie Steam Greenlight unterstützt Valve mit ihrer Vertriebsplattform zum Beispiel auch das Early-Access Programm von Spielen. Early-Access-Spiele sind dabei Spiele die sich noch in der Entwicklung befinden, deren Entwicklung man aber finanziell unterstützen kann und damit sozusagen Zugang zu einer Alpha- oder Beta-Version des Spiels bekommt. Man kauft sozusagen das sich noch in Entwicklung befindliche Spiel für einen geringeren Preis (meist zwischen 15 und 25 Euro) als das fertige Hauptspiel davon kosten würde und “testet” dann ausgiebig die Alpha- oder Beta-Version des Spiels, je nach Status der Entwicklung. Berühmte Beispiele sind hierbei das äußerst erfolgreiche Day Z als Vorreiter oder das ebenso erfolgreiche Ark – Survival Evolved, das sich sogar in der Top 3 der am meisten verkauften Spiele 2015 wiederfinden konnte. Ein Platz vor dem Indie Spiel Rocket League von Psyonix!

Top games by estimated revenue on Steam (April-December, 2015)				Top 2015 games by estimated sales on Steam				
#	Game	Sales	Revenue	#	Game	Release date	Sales	Revenue
1	Grand Theft Auto V	3,847,724	\$ 161,253,971	1	Grand Theft Auto V	Apr 13, 2015	3,847,725	\$ 161,253,971
2	Fallout 4	2,759,226	\$ 122,571,232	2	Fallout 4	Nov 9, 2015	2,756,391	\$ 122,571,232
3	Metal Gear Solid V	859,056	\$ 41,252,772	3	ARK: Survival Evolved	Jun 2, 2015	2,380,016	\$ 14,123,268
4	Counter-Strike: Global Offensive	4,618,405	\$ 40,929,890	4	Rocket League	Jul 7, 2015	2,242,088	\$ 30,028,284
5	The Witcher 3: Wild Hunt	1,164,661	\$ 38,911,116	5	H1Z1	Jan 15, 2015	2,151,748	\$ 33,158,570
6	Rocket League	2,250,651	\$ 30,028,284	6	Cities: Skylines	Mar 10, 2015	1,906,812	\$ 43,680,141
7	Call of Duty: Black Ops III	718,034	\$ 23,404,113	7	Besiege	Jan 28, 2015	1,422,666	\$ 7,843,127
8	Mad Max	601,311	\$ 22,894,142	8	The Witcher 3: Wild Hunt	May 18, 2015	1,295,426	\$ 38,911,116
9	Mortal Kombat X	419,042	\$ 19,264,748	9	Dying Light	Jan 27, 2015	1,221,118	\$ 44,205,637
10	Elite: Dangerous	619,296	\$ 16,547,504	10	Life Is Strange	Jan 29, 2015	977,073	\$ 2,688,788
11	Arma 3	579,315	\$ 16,299,559	11	Metal Gear Solid V	Sep 1, 2015	848,688	\$ 41,252,772
12	Football Manager 2016	513,330	\$ 15,542,771	12	Undertale	Sep 15, 2015	791,176	\$ 3,825,221
13	Cities: Skylines	857,953	\$ 15,370,388	13	Killing Floor 2	Apr 21, 2015	774,889	\$ 11,775,017
14	ARK: Survival Evolved	1,007,892	\$ 14,123,268	14	Call of Duty: Black Ops III	Nov 5, 2015	708,852	\$ 23,404,113
15	DARK SOULS II: Scholar of the First Sin	484,161	\$ 12,388,779	15	Elite: Dangerous	Apr 2, 2015	675,388	\$ 16,547,504
16	Killing Floor 2	507,001	\$ 11,775,017	16	Pillars of Eternity	Mar 26, 2015	667,117	\$ 21,571,908
17	H1Z1	952,851	\$ 11,589,214	17	The Escapists	Feb 13, 2015	618,893	\$ 8,169,791
18	Sid Meier's Civilization V	950,935	\$ 11,586,769	18	Darkest Dungeon	Feb 3, 2015	599,553	\$ 8,666,198
19	Dying Light	614,916	\$ 11,476,184	19	Mad Max	Sep 1, 2015	593,573	\$ 22,894,142
20	Middle-Earth: Shadow of Mordor	627,028	\$ 10,477,418	20	DARK SOULS II: Scholar of the First Sin	Apr 1, 2015	547,003	\$ 15,216,103

Illustration 10: Erfolgreichste Spiele auf Steam 2015 laut SteamSpy

Diese Statistiken zeigen deutlich was Steam Stark macht: Ein starker Mix aus unterschiedlichsten Spielen. Während die Triple A Titel wie Rockstars GTA 5 oder Bethesdas Fallout 4 noch immer die großen “Zugpferde” für die Industrie auf Seiten des Umsatzes auch auf Steam sind, werden auf der anderen Seite doch auch immer mehr Indie Spiele wie Rocket League, Life is Strange, Undertale oder The Escapist – immernoch mit einem Umsatz von über 8 Mio. Dollar - über die virtuelle Ladentheke geschoben. Frischer Wind für die Industrie inklusive.

Ebenso auffällig: Platz 4 der umsatzstärksten Spiele auf Steam laut SteamSpy ist Counter-Strike: Global Offensive – Ein Spiel, das schon 2012 erschien und trotzdem noch einen Umsatz von geschätzt über 40 Mio. Dollar erzielen kann. Diese Verfügbarkeit von einem riesigen Katalog an Spielen die immer wieder in Sales reduziert werden führt natürlich vor allem auch dazu, dass ältere Spiele an die sich die Nutzer auf Steam gerne erinnern wieder eine neue Blüte erleben und starken Umsatz generieren.

Steam und der Umsatz

Umsatz ist dabei für Steam noch immer das Zauberwort. Der Vertrieb von Spielen noch immer das Hauptaugenmerk von Steam. Alleine von April bis Dezember 2015 wurden laut SteamSpy geschätzt über 312 Mio. Spiele verkauft. Bei einem durchschnittlichen Preis von unter 10 Dollar wird dabei unterm Strich noch immer ein Gesamtumsatz von fast 3 Mio. Dollar produziert.

Month	Copies	Revenue	Avg. price	Avg. discount
April, 2015	34,443,569	\$ 411,360,280	\$ 11.15	13.51%
May, 2015	23,285,963	\$ 279,509,648	\$ 11.62	15.91%
June, 2015	51,029,471	\$ 322,633,208	\$ 5.97	54.10%
July, 2015	22,777,782	\$ 262,346,309	\$ 11.26	13.36%
August, 2015	36,477,175	\$ 341,601,134	\$ 10.54	14%
September, 2015	23,870,633	\$ 273,968,167	\$ 10.93	17.94%
October, 2015	29,989,736	\$ 281,399,590	\$ 8.96	27.99%
November, 2015	30,047,847	\$ 338,516,512	\$ 5.92	53.44%
December, 2015	60,710,295	\$ 436,138,345	\$ 6.14	56.00%
TOTAL	312,632,471	\$ 2,947,473,194	\$ 9.17	29.58%

Illustration 11: Umsatz pro Monat auf Steam laut SteamSpy

Diese Umsatzstärke der Vertriebsplattform bleibt natürlich nicht unerkannt. 2016 veröffentlichte der Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware eine Statistik zum Anteil von Käufen digitaler Spiele per Download bei PC- und Konsolenspielen auf Basis der Berechnungen der Grundlage des GfK Consumer Panels 2015/2016. Auch wenn hierbei alle Vertriebsplattformen wie Steam, Origin, Uplay, als auch die verkauften Spiele über das Playstation Network oder den Xbox Live Service zusammengefasst sind lässt sich die getroffene Aussage auch auf den Marktführer dieser Vertriebsform abbilden:

Kauf digitaler Spiele per Download

Anteil am Absatz bei PC- und Konsolenspielen

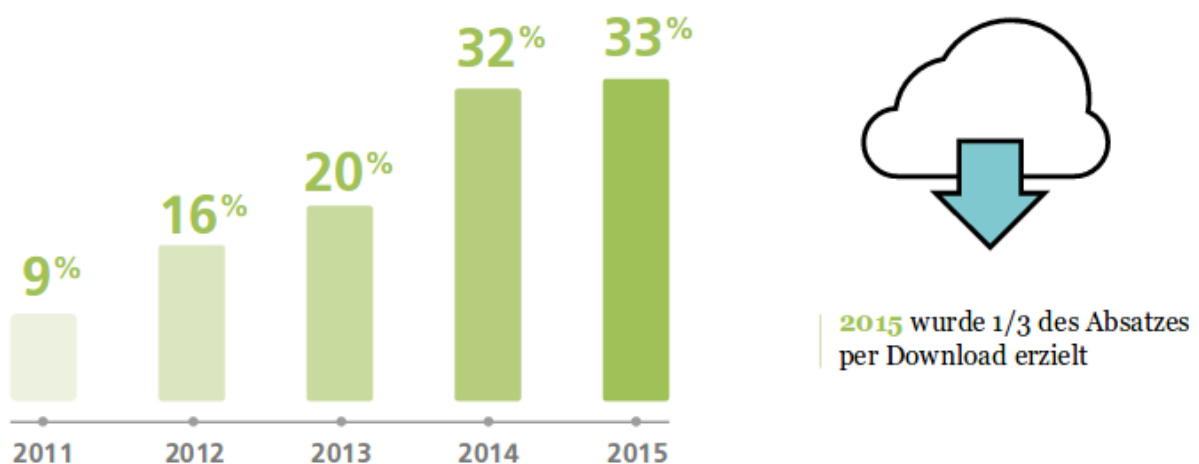


Illustration 12: Statistik zum Absatzanteil digitaler Spiele per Download laut BIU

Während sich die Online Vertriebsplattformen 2011 noch 9% des Marktes teilen sind es 4 Jahre später 2015 bereits 1/3 des kompletten Marktes! Definitiv eine aussagekräftige Entwicklung. Auch beim Umsatz bildet sich das laut der Studie ab. Hier ist es mit 1/5 des Marktes durch den geringeren Durchschnittspreis zwar etwas weniger, die Entwicklung von 4% 2011 zu 21% im Jahr 2015 zeigt jedoch die selbe Entwicklung auf wie beim Absatz der Spiele.

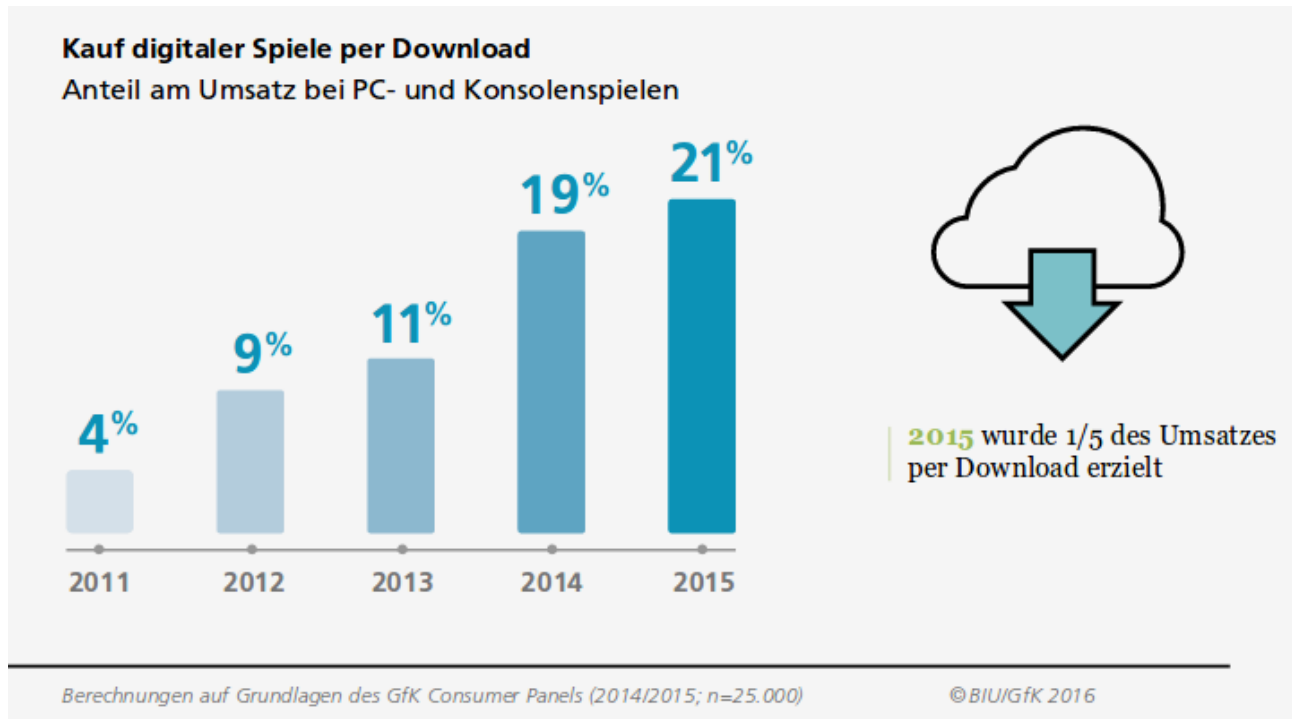


Illustration 13: Anteil am Umsatz von digitalen Spielen per Download laut BIU

Fazit

Was für einen Einfluss hat Steam also auf die Spieleindustrie und den Gaming-Markt im allgemeinen?

Der wichtigste Einfluss ist wohl die wachsende Breite des Marktes. Die große Förderung des Indie-Bereichs, die Förderung von Entwicklungsprozessen wie der Early-Access Veröffentlichung in Verbindung mit dem klugen Marketing und der dadurch erhöhten Bereitschaft der einzelnen User auch mehrere Spiele zu kaufen sorgte auf jeden Fall für eine Verbreiterung des Angebots und der dringenden benötigten Unterstützung von Entwicklerstudios die es ohne dieses Vertriebsmittel "nicht geschafft hätten". Der "frische Wind" in der Branche und die große Liebe der Gamer zu kleinen, liebevollen Indie-Titeln wäre wohl ohne die Initiative des Online-Vertriebsgiganten niemals in diesem Umfang möglich gewesen.

Auch der Community-Gedanke wurde sicher positiv beeinflusst. Ein Service, der das Zusammenspielen seit Jahren so stabil ermöglicht hat sicher seinen Einfluss zur allgemeinen Entwicklung der Gaming-Branche weg von vielen umfangreichen Solo-Titeln hin zu größeren Multiplayer-Titeln bis hin zu den neusten Trends in Richtung "Games as a Service" als neuestes Geschäftsmodell.

Valves Steam, war also sicher – entgegen des anfänglichen Unmuts - ebenso eine Bereicherung für die Gamer, wie die Gamer eine Bereicherung für Valves Steam waren.

