

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/8664/1663312/verschnaufpause-deutsche-videospiel-branche-lahmt-nach-erfolgsjahren> abgerufen werden.



Verschnaufpause: Deutsche Videospiel-Branche lahmt nach Erfolgsjahren

12.08.2010 - 09:30 Uhr, PwC PriceWaterhouseCoopers

Frankfurt am Main (ots) - PwC-Studie: Auch Spielmarkt knickt 2009 ein / Umsatz im laufenden Jahr nur leicht im Plus / Onlinespiele werden für die Branche immer wichtiger

Die deutsche Videospiel-Branche legt eine Verschnaufpause ein und schrumpft leicht: Im vergangenen Jahr gaben die Konsumenten für Software und Online-Games 1,8 Milliarden Euro aus, 2,4 Prozent weniger als 2008. Das ist der erste Rückgang der Spieleindustrie seit sieben Jahren. Damit konnte sich auch Deutschland nicht gegen den Trend rückläufiger Umsätze auf den großen europäischen Spielmärkten zur Wehr setzen, wie die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) anlässlich der Branchenmesse "Gamescom 2010" in Köln berichtet. Für das laufende Jahr ist laut "German Entertainment and Media Outlook: 2010 - 2014" eine minimale Erlössteigerung um 0,4 Prozent auf knapp 1,81 Milliarden Euro zu erwarten.

"Viele Konsumenten übten sich in Zurückhaltung und auch Spielehersteller brachten aufgrund des schwierigen Marktumfelds weniger neue Titel auf den Markt", erläutert Werner Ballhaus, Leiter des Bereichs Technologie, Medien und Telekommunikation bei PwC, die Entwicklung.

Auch für 2011 erwartet PwC lediglich ein Wachstum von 1,5 Prozent, bevor ab 2012 wieder Wachstumsraten von mehr als fünf Prozent erreicht werden können. Damit rangiert Deutschland beim Spiele-Umsatz nach wie vor hinter Großbritannien und Frankreich. Zumindest mittelfristig dürfte dieser Abstand sogar noch wachsen, da das Wachstum hierzulande im Vergleich zu den europäischen Nachbarn geringer ausfällt. Bis 2014 prognostizieren die PwC-Experten für Deutschland ein jährliches Plus von 5,4 Prozent.

Online-Umsatz wächst am schnellsten

Die stärksten Umsatzzuwächse verbucht die deutsche Spieleindustrie in den kommenden Jahren im (mobilen) Internet. Gefördert wird die Entwicklung unter anderem durch die hohe Breitbandpenetration und die Popularität sozialer Netzwerke wie Facebook und Co. Lagen die Erlöse aus Abgebühren und Microtransaktionen mit Onlinespielen 2009 in Deutschland bei 203 Millionen Euro dürften diese bis 2014 um durchschnittlich 11,2 Prozent auf knapp 330 Millionen Euro steigen. Spiele für mobile Endgeräte (Smartphones oder Tablets wie das iPad) tragen im Jahr 2014 mit einem Umsatz von voraussichtlich 80 Millionen Euro zum Gesamtumsatz in Deutschland bei. Dies entspricht einem Zuwachs von durchschnittlich rund 20 Prozent pro Jahr.

"Das Internet hat für die Spieleindustrie eine sehr hohe Bedeutung. Konsumenten können beispielsweise mit realen und virtuellen Freunden aus sozialen Netzwerken mit- und gegeneinander spielen. Besonders interessant sind sogenannte 'free-to-play'-Geschäftsmodelle wie bei Farmville, bei denen das eigentliche Spiel kostenfrei ist, man seinen Spielspaß aber durch Zukauf von Gegenständen oder Ausrüstungen steigern kann", erläutert Ballhaus.

Wii & Co bleiben führend

Trotz der zunehmenden Bedeutung plattformunabhängiger Online-Spiele bleiben Konsolenspiele auf absehbare Zeit der wichtigste Umsatzträger für die Branche. Im laufenden Jahr werden Konsumenten in Deutschland für Spiele auf der Xbox, Playstation und Wii sowie deren mobilen Derivaten 1,13 Milliarden Euro ausgeben, 2,2 Prozent weniger als 2009.

Unter anderem rückgängige Preise für Konsolenspiele bremsen im laufenden Jahr das Wachstum. "Für einen Umsatzschub dürften aber neue interaktive Steuerungselemente beispielsweise Kinect für die Xbox 360 und Move für die Play Station 3 sorgen. Nintendo hatte hier mit seiner Wii bereits vor einigen Jahren bei der Bewegungssteuerung Pionierarbeit geleistet", kommentiert Ballhaus die Entwicklung. Bis 2014 rechnet PwC mit einem Umsatzanstieg bei Konsolenspielen um durchschnittlich 6,6 Prozent auf 1,45 Milliarden Euro.

PC-Spiele sind dagegen die einzige Kategorie des Spielmarktes, die im Prognosezeitraum schrumpft. Eine Ausnahme ist das Jahr 2010, wenn - bedingt durch steigende Preise für PC-Spiele - der Markt um 3,9 Prozent wachsen dürfte. Bis 2014 erwartet PwC einen durchschnittlichen Rückgang von 3,6 Prozent pro Jahr auf 371 Millionen Euro.

Über die Studie:

Der "German Entertainment and Media Outlook: 2010 - 2014" von PricewaterhouseCoopers untersucht die wichtigsten Trends und Entwicklungen des deutschen Medienmarktes und leitet Umsatzprognosen für zehn Teilbranchen für die kommenden fünf Jahre ab. Zu den untersuchten Branchen gehören Außenwerbung, Buchmarkt, Fernsehen, Film, Hörfunk, Internet, Musik, Videospiele, Zeitschriften und Zeitungen. Weitere Ergebnisse der Studie werden am 13. Oktober 2010 auf den Münchner Medientagen vorgestellt.

Redaktionshinweis:

Die PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist in Deutschland mit rund 9.000 Mitarbeitern und einem Umsatzvolumen von rund 1,37 Milliarden Euro eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften. An 29 Standorten arbeiten Experten für nationale und internationale Mandanten jeder Größe. PricewaterhouseCoopers bietet Dienstleistungen an in den Bereichen Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahe Dienstleistungen (Assurance), Steuerberatung (Tax) sowie Deals und Consulting (Advisory).

Pressekontakt:

Karim Schäfer
PricewaterhouseCoopers AG WPG
Presseabteilung
Tel.: (069) 95 85 - 5435
E-Mail: karim.schaefer@de.pwc.com

Originaltext:

PwC PriceWaterhouseCoopers

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/8664/pwc-pricewaterhousecoopers>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_8664.rss2