

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/8185/1665949/electronic-arts-will-online-umsatz-in-fuenf-jahren-mehr-als-verdoppeln-verkauf-von-spielen-im> abgerufen werden.

## Capital, G+J Wirtschaftsmedien

Electronic Arts will Online-Umsatz in fünf Jahren mehr als verdoppeln: Verkauf von Spielen im Handel immer weniger bedeutend

17.08.2010 - 12:45 Uhr, Capital, G+J Wirtschaftsmedien

Hamburg (ots) - Soziale Netzwerke und Smart-Phones bringen neue Kunden / Weitere Akquisitionen nicht ausgeschlossen

Hamburg, 17. August 2010 - Der zweitgrößte Videospiele-Hersteller der Welt, Electronic Arts (EA), erwartet stark steigende Einnahmen aus seiner digitalen Geschäftssparte. Schon in fünf Jahren würden browser-basierte Abo-Spiele, Online-Werbung sowie Downloads via Internet und Handy die Hälfte der Erlöse beisteuern, sagte EA-Chef John Riccitiello im Interview mit dem Wirtschaftsmagazin 'Capital' (Ausgabe 9/2010, EVT 20. August). "Heute machen wir 20 Prozent des Umsatzes online und mobil, vor fünf Jahren lagen wir noch bei drei, vier Prozent." Dabei seien die Margen höher als beim Verkauf von Spielen auf CD und DVD. "Deswegen gehen wir weg vom Verkauf physischer Datenträger", sagte der Manager, der das Unternehmen mit Sitz im kalifornischen Redwood City seit 2007 führt. "Wir stellen heute nicht mehr in erster Linie Produkte her, sondern bieten Dienstleistungen an."

Riccitiello erwartet, dass Innovationen wie soziale Netzwerke, Breitband-Internet und Smart-Phones den Markt weiter antreiben. Zudem seien Videospiele gesellschaftsfähig geworden. "Früher saß man allein auf der Couch, heute spielen die Leute zusammen, im Wohnzimmer und übers Internet", so der EA-Chef im 'Capital'-Interview. Innerhalb von nur fünf Jahren habe sich die weltweite Zahl der Gamer dadurch auf mehr als eine Milliarde verfünffacht. Auch von 3D-Spielen erwartet Riccitiello neue Impulse. Bis ein Massenmarkt entsteht, werde es aber noch Jahre dauern.

Weitere Zukäufe schloss Riccitiello gegenüber 'Capital' nicht aus: Er sei an Geschäftsmodellen interessiert, die EA-Spiele wie "Fifa 2010", "Need for Speed" oder "Battlefield" an neue Erlös-Quellen heranführen. "Akquisitionen können dabei helfen." Im November 2009 hatte EA für rund 300 Millionen Dollar die auf Spiele für soziale Netzwerke spezialisierte Firma Playfish gekauft und gehört seitdem zu den Marktführern auf Facebook. Ziel sei es, Schritt für Schritt ein Entertainment-Unternehmen aufzubauen, dessen Marken zwölf Monate im Jahr Geld einspielen, so Riccitiello: "Das ist etwas ganz anderes, als wenn Sie einmal im Jahr ein auf CD gepresstes Spiel in den Handel bringen."

Für EA selbst beginnt sich der strategische Umbau indes erst langsam auszuzahlen. Seit Jahresbeginn schreibt das Unternehmen nach einer Serie von zwölf roten Quartalen in Folge und insgesamt 2,2 Mrd. Dollar Verlust erstmals wieder schwarze Zahlen. Der verlustreiche Turnaround spiegelt sich im Aktienkursverlauf wider. Während EA vor fünf Jahren an der Börse noch knapp 17 Milliarden Euro wert war, sind es heute nur noch vier Milliarden Euro. "Es kann schon zermürend sein, bis Investoren die Chancen erkennen. Aktienkurse hinken oft ein bis drei Jahre der realen Entwicklung hinterher", sagte Riccitiello. EA müsse nun die jüngsten Erfolge bestätigen, damit die Investoren an seine Strategie glaubten.

Pressekontakt:

Nikos Späth, Redaktion G+J Wirtschaftsmedien,  
Tel. 040/31 990-01, E-Mail: [spaeth.nikos@guj.de](mailto:spaeth.nikos@guj.de)

Originaltext:

Capital, G+J Wirtschaftsmedien

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/8185/capital-g-j-wirtschaftsmedien>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_8185.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_8185.rss2)