



Gamesbranche

Auf zum nächsten Level

Früher entwickelten sie Spiele für eine begrenzte Zielgruppe. Heute stehen die Unternehmen der Gamesbranche vor dem nächsten Level: Es gilt, neue Wertschöpfungsketten zu knüpfen – und zwar über Branchengrenzen hinweg. Denn die Technologien der Computerspieleindustrie können auch in anderen Branchen eingesetzt werden.

Jung, männlich und vom vielen einsamen Daddeln am Bildschirm völlig übernächtigt – das ist die noch immer weit verbreitete Vorstellung von „Gamern“. Dabei haben die Produkte der Branche längst neue Zielgruppen und Lebensbereiche erobert: Mädchen schlüpfen dank TV-begleitender Spiele in die Haut von Topmodels, notenblinde Rockstars stürmen zum exzessiven Luftgitarren-Solo digitale Bühnen und Senioren lassen sich durch virtuelle Fitnesstrainer täglich zum Frühsport antreiben. Wie sich die Typologie der Computer- und Videospiele verändert hat, werden demnächst auch die Besucherscharen zeigen, die im August zur „gamescom“ nach Köln strömen werden.

Europas größte Messe für interaktive Unterhaltung konnte bereits zur Premiere im August 2009 über 245.000 Besucher, 450 Aussteller und 4.100 Journalisten aus 49 Ländern in Köln begrüßen. „2010 wollen wir auf diesen Erfolg aufsetzen und alle Facetten des Themas ‚Games‘ abbil-

den“, sagt Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH. „In der Entertainment Area können die Konsumenten alle Neuheiten ausprobieren und voll auf ihre Kosten kommen, während die Business-Area der Messe die zentrale B2B-Plattform der europäischen Games-Branche ist.“

Interdisziplinärer Austausch

So findet vom 16. bis 18. August im Congress-Centrum Ost der Koelnmesse zum zweiten Mal die „Game Developers Conference Europe“ statt. Auf Einladung der UBM TechWeb Game Network (ehemals Think Services) und der IHK Köln treffen sich Vertreter der Medienbranche zum interdisziplinären Austausch mit der Gameindustrie. „Wir gehen den Schnittstellen der beiden Sektoren auf die Spur und wollen aufzeigen, was das eine Medium vom anderen lernen kann – zum Beispiel wenn es um Finanzierungsmodelle oder die Förderlandschaft geht“, so Frank Sli-

wka, Vice President European Business Development und Event Director GDC Europe. Ebenfalls an Bord ist Ute Biernat, Geschäftsführerin der Produktionsfirma Grundy Light Entertainment (freemantle media) und somit verantwortlich für den Erfolg von Sendungen wie „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS), „Das Supertalent“ (beide RTL) oder „Das Quiz der Deutschen“ (ARD). „Wir setzen mit dem Kongress unsere erfolgreiche Aufbauarbeit des letzten Jahres fort“, so die Medienmanagerin. „Die Zeit ist reif. Zwischen Unterhaltungs- und Fernsehbranche sowie der Games-Industrie gibt es zahlreiche Synergien, mit denen sich in Zukunft Geld verdienen lässt.“

Auch medienpädagogische Aspekte sollen während der Messe erörtert werden – im Rahmen eines weiteren Events, des „gamescom congress“. Veranstalter sind die Landesregierung Nordrhein-Westfalen, die Landesanstalt für Medien Nordrhein-West-



Fester Bestandteil der Games-Szene: „Intel Friday Night Game“ der laufenden „ESL Pro Series“.

falen, die Stadt Köln und der Bundesverband für Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU). Akteure aus der Games-Branche kommen mit Vertretern aus Politik, Kultur, Presse sowie Bildungs- und Bildungsexperten zusammen, um über die Qualität von Computerspielen und deren gesellschaftliche Auswirkungen zu diskutieren.

Daddeln als soziales Ereignis

Dass Computerspiele immer gesellschaftsfähiger werden, dokumentiert das Beispiel der Kölner Turtle Entertainment GmbH. Als Weltmarktführer im Bereich des elektronischen Sports richtet das Unternehmen jährlich rund 200 Computerspielerturniere aus und trägt Events in die Stadt hinein. „2001 starteten wir in Internet-Cafés mit rund 35 Besuchern pro Veranstaltung“, erinnert sich der Unternehmenssprecher Ibrahim Mazari. „Unsere gesamte Ausrüstung passte damals noch in zwei Kombis. Heute kommen bis zu 1.500 zahlende Zuschauer zu unseren Events - und das Equipment füllt zwei 40-Tonner.“ Am Ende einer halbjährigen Saison des Fußballspiels „Fifa“ kommen auch schon mal bis zu 6.000 Zuschauer zum Finale. Und der Radius von Turtle reicht noch weiter: Über den firmeneigenen Internet-TV-Sender „ESL TV“ sehen weltweit bis zu 900.000 Fans zu, wenn sich die Spieler auf das virtuelle Leder stürzen.

Auch die in Köln ansässige Electronic Arts GmbH zeigt, dass Computerspiele längst nicht mehr nur für eine begrenzte Zielgruppe interessant sind. „Der Markt hat sich sehr verändert“, erklärt Dr. Olaf Coenen, Geschäftsführer von Electronic Arts Deutschland. „Heute interessieren sich die unterschiedlichsten Menschen für

interaktive Unterhaltung.“ Derzeit testet das Unternehmen im Auftrag einer großen Krankenkasse, ob ein virtuelles Fitness-Spiel eingesetzt werden kann, um Senioren Spaß an Bewegung zu vermitteln. „Spiele verfügen über einen hohen Motivationsfaktor“, so Coenen. Und auch jenseits des Unterhaltungssektors kommt das Know-how der Gamesbranche immer häufiger zum Einsatz: „Die Technologien der Games-Entwickler sind auch für andere Branchen von großem Interesse“, erklärt Elisabeth Slapio, IHK-Geschäftsführerin für den Geschäftsbereich Handel, Tourismus, Informations- und Kommunikationstechnik. Electronic Arts vertreibt beispielsweise Spiele, deren Software auch von Architekten und Unternehmen der Stahlbranche genutzt werden kann, um Gebäudefunktionen zu testen, indem etwa unterschiedliche Wetterbedingungen simuliert werden. Branchenübergreifende Ansätze wie diese sind richtungweisend und markieren die Zukunftsperspektive des Games-Sektors, davon ist Slapio überzeugt: „Die Unternehmen müssen sich für neue Märkte öffnen.“

www.gamescom.de
www.gdceurope.de

Text: Laura Kuwawi | Fotos: Peter Boettcher

IHK+ Information

Das Cologne Game Lab an der FH Köln bietet ab dem Wintersemester 2010/11 einen nonkonsekutiven Masterstudiengang Game Development & Research an. Darüber hinaus ist das Institut in den Bereichen Weiterbildung und Forschung aktiv. Nähere Informationen unter: www.colognegamelab.de

IHK+ Veranstaltungen

16. bis 18. August: Game Developers Conference (GDC) Europe 2010

Die IHK Köln, freemantle media, die Stadt Köln und UBM TechWeb Game Network (ehemals Think Services) setzen die Debatte über das Zusammenwachsen von TV-, Film- und Games-Industrie fort: „Nach dem Erfolg des internationalen Workshops, den der Veranstalter der GDC Europe, UBM TechWeb Game Network, und die IHK Köln im vergangenen Jahr ausgerichtet haben, um Fernseh- und Filmschaffende mit der Gamesbranche zusammenzubringen, gehen wir dieses Jahr einen Schritt weiter“, erklärt Arnd Klein-Zirbes, Leiter Geschäftsbereich Medien der IHK Köln. „Zusammen mit der Stadt Köln und der Mediencluster NRW GmbH organisieren die Macher der GDC Europe und die IHK Köln bereits im Vorlauf zur GDC Europe einen Workshop im Juni in Köln. Hier sollen konkrete Projekte initiiert werden, die dann im August während der GDC Europe im Rahmen eines internationalen Workshops erläutert werden. Ziel ist es, neue Erlösmodelle für die beteiligten Branchen zu generieren.“ Geplant ist der Workshop im Kongress-Centrum Ost der Koelnmesse.

18. bis 22. August: gamescom 2010

Das Motto der größten europäischen Messe für interaktive Unterhaltungselektronik lautet in diesem Jahr: „Celebrate the Games“. Mit einem bunten Festivalprogramm und musikalischen Livekonzerten wird das Thema Games drei Tage überall in Köln präsent sein.

IHK+ Kontakt

Die Gamesbranche wird betreut vom Geschäftsbereich Handel, Tourismus, Informations- und Kommunikationstechnik unter Leitung von Elisabeth Slapio, der Geschäftsbereich Medien unter Leitung von Dr. Arnd Klein-Zirbes ist zuständig für die Film- und Fernsehwirtschaft.



Ansprechpartner:
 Dr. Arnd Klein-Zirbes
 Tel. 0221 1640-160
arnd.klein-zirbes@koeln.ihk.de



Ansprechpartnerin:
 Elisabeth Slapio
 Tel. 0221 1640-700
elisabeth.slapio@koeln.ihk.de