

Gegenseitiger Respekt ist die Basis für ein gutes Gespräch.

Im Netz ist das alles andere als selbstverständlich.

Und woher zur Hölle willst du das wissen?

So eine vorlaute Bitch wie dich sollte man an den Herd fesseln, dir dein Handy wegnehmen und...

Wir feiern dich dafür, dass du dich als Frau nicht unterkriegen lässt.

Keine Angst, du bist hier nicht allein.

Wir alle entscheiden, ob wir das Netz dem Hass überlassen.

Werde Teil der Telekom-Initiative gegen Hass im Netz und setze ein Zeichen.

Telekom.

Was wird hier gespielt?

Diese Frage hören wir nicht nur in Agenten-Thrillern, sondern auch wenn es um den Spielmarkt hier in Deutschland geht.

Was und worauf spielen wir denn eigentlich?

Wie steht es generell um die Spieleindustrie zwischen Sonthofen und Glücksburg?

Und wie geht es denn unserem Spielmarkt?

Darüber spreche ich heute mit einem Gast, der es wissen muss.

Er ist nämlich nicht nur Chess-Musicer, der sogar schon mit Herbert Grönemeyer aufgetreten ist.

Er hat auch die USK geleitet und ist heute Geschäftsführer des Game des Verbandes der Deutschen Gamesbranche.

Herzlich willkommen, Felix Falk.

Hallo, freut mich, dass ich dabei sein kann.

Ja, schön, dass du da bist, Felix.

Magst du uns für den Einstieg vielleicht mal kurz erzählen, was der Game ist und was ihr da so macht?

Ja, sehr gerne.

Game ist, wie du schon gesagt hast, der Verband der Deutschen Gamesbranche.

Das heißt, bei uns sind über 400 Unternehmen, Institutionen, Mitglied, und zwar alle, die im ganzen Games-Universum im Ökosystem in Deutschland aktiv sind.

Also es geht von den großen internationalen Geräteherstellern, Konsolenherstellern über die großen internationalen Publisher, die großen Entwickler,

die auch hier tätig sind, bis hin zu den in Deutschland den kleineren Entwicklern und den kleinen Studios Indies, die genauso dazu zählen, also die ganze Bandbreite.

Und dann aber natürlich auch die E-Sport-Veranstalter, die Games-Unis Hochschulen, die in dem Bereich aktiv sind, Dienstleister, Audio-Studios oder im Anwaltskanzlein.

Also wirklich eine ganze Bandbreite der Unternehmen, die die Gamesbranche in Deutschland ausmachen.

Und einer der Zwecke eures Verbands ist ja auch Lobbyarbeit.

Ihr sitzt ja in Berlin, um auch mit der Politik zu reden, zum Beispiel darüber, dass es keine Killerspiele gibt und sowas.

Das sind Debatten, die wir zum Glück nicht mehr führen inzwischen.

Aber natürlich eine wichtige Aufgabe des Verbands auch, oder?

Ja, also Interessensvertretung sage ich mal ganz gerne, weil Lobbyismus,

da denkt man gleich, sonst weiß es einfach die Interessen der Branche zu formulieren,

auch gerade im politischen Berlin, wo es darum geht, dass die auch die Politiker nicht wollen,

dass da 400 Unternehmen dann nacheinander klingeln und sagen, wir brauchen das und jenes oder für uns ist das und das wichtig, sondern wir das auch kumulieren und sagen, das sind die Themen, die uns besonders betreffen.

Fachkräfte zum Beispiel ein Thema gibt jetzt neues Fachkräfte-Einwanderungsgesetz.

Da sagen wir dann Leute, denkt dran, in der Gamesbranche wird sowieso Englisch gesprochen, weil 30 Nationen in so einem Team arbeiten.

Das heißt Sprache ist Englisch.

Wenn ihr da reinschreibt, da muss irgendwie der B2-Abschluss erst einmal nachgewiesen werden, dann verlieren wir an Geschwindigkeit bei dem Thema, brauchen wir nicht.

Also ein konkretes Beispiel, wo wir die Interessen der Branche repräsentieren und auch erklären, wie funktioniert das eigentlich bei der Gamesbranche.

Spannend. Lass uns mal in die Marktzahlen schauen, lass uns mal schauen, wie Deutschland spielt.

Und weil wir hier Podcast-Bürokraten sind, sage ich immer so gerne, habe ich eine Präsentation vorbereitet, eine Powerpoint, die uns ein bisschen Struktur gibt, um uns dadurch zu klicken sozusagen.

Und der Anfang, den wir hier jetzt sehen, keine Angst für alle, die das hinterher als Podcast hören und nicht als Video sehen.

Ich beschreibe auch immer, was wir uns da genau anschauen.

Das erste Diagramm, was wir sehen, zeigt die Entwicklung des deutschen Gamesmarktes seit 1995. Also quasi seit der Steinzeit und Alter ist da gewachsen.

Wir fangen an mit einer sehr flachen Kurve, unter 500 Millionen Euro Jahresumsatz.

Wir stehen hier am Ende dieses Diagramms im Jahr 2021 schon bei über 6 Milliarden.

Und man sieht vor allem einen deutlichen Knick nach oben,

also ein deutliches Wachstum ab dem Jahr 2016, beziehungsweise dann 2017.

Also man stand irgendwie 2016 in Deutschland, was den Gesamtumsatz des Spielmarktes angeht, bei ein bisschen über 2 Milliarden Euro.

Und jetzt sind es dann im Jahr 2021 schon über 6 Milliarden, also knapp verdreifacht.

Woher kam das denn? Kannst du dir das erklären?

Also es ist tatsächlich eine imposante Grafik, die einfach insgesamt zeigt, wie groß das Wachstum und wie groß die Dynamik auch ist.

Weil natürlich immer mal wieder was stärker wird, dann wieder weniger wird.

Also beispielsweise Downloads, wie viel Spiele für einen Handel gekauft, wie viel per Download.

Das sind dann Sachen, große Dynamik, wo immer was passiert.

Klar ist aber auch nicht nur das Wachstum spielt noch alle, sondern auch welche Bereiche dazugenommen werden.

Also wir haben in den Zahlen, die wir erheben lassen über die GfK und andere Marktforschungsunternehmen.

Auch gesagt, der Bereich zum Beispiel Gaming-Zubehör ist total wichtig.

Nicht nur die Konsole, die ich habe, sondern ich richte mir mein ganzes Zimmer inzwischen ein, sodass der Gaming-Chair und die Tastatur und so, dass das alles zusammenpasst, sind natürlich auch Umsätze, die für uns wichtig sind.

Du hast gerade gesagt, wir landen hier bei 6 Milliarden Euro.

Das umfasst noch nicht mal alles.

Wir haben knapp 10 Milliarden Euro Umsatz in Deutschland mit Games, Hardware, Spiele, Services, alles zusammengenommen und das mehr als Film und Musik zusammenmachen.

Also wirklich das größte Entertainment-Medium unserer Zeit.

Das denken viele mal gar nicht, wenn man das so erzählt bei Leuten, die nicht ganz so viel spielen.

Ja, definitiv.

Was allerdings, wie ich sagen muss, was mein Herz ein bisschen schwer macht, ist die hellblaue Kurve ganz unten in diesem Diagramm.

Das ist nämlich der Umsatzanteil und beziehungsweise der Umsatz in reinen Zahlen von PC-Spielen. Also der Kauf von PC-Spielen, der in Deutschland ja traditionell stark ist.

Wir sagen immer, Deutschland ist ein, gerade was in Spielmarkt angeht, ein sehr stark PC-dominiertes Land, immer gewiesen.

Aber der ist doch runtergegangen.

Sieht man jetzt am Anfang, was heißt am Anfang, ne frühe 90er, wurde mit dem Verkauf von PC-Spielen deutlich mehr umgesetzt, als es dann heutzutage der Fall ist. Wo kommt das denn her? Woran liegt das denn?

Ja klar, da gab es ja auch noch andere Plattformen, Tablets, Smartphones und so weiter noch nicht. Aber ehrlicherweise, wenn du sagst, da hast du eine Träne im Knopfloch, das ist im Vergleich international, sind wir da auch extrem starker Standort für PC, also bei uns. Und hat in den letzten Jahren auch gar nicht so stark abgenommen, manchen Jahren stabil geblieben.

Das ist überraschend auch für andere, die sagen, wow, in Deutschland, der vielleicht Ingenieur ist Land, da will man selber seine Hardware-Zusammenrichtung und besonders hochleistungsfähige Hardware haben.

Deutschland ist schon immer noch PC-Land im Vergleich zu anderen Ländern.

Aber klar, eine Konsole ist auch super hochleistungsfähig.

Inzwischen habe ich Cloud Gaming, da ist völlig egal, wie leistungsfähig meine Hardware ist. Ich spiele einfach in einer Cloud und interessiert sich keiner dafür, ob ich die beste Grafikkarte habe,

weil ich das Video-Signal ohnehin streame.

Das sind natürlich alles Weiterentwicklungen, die damit rein spielen.

Ja, und was wir vor allem hier auch sehen, ist ein gigantischer Anstieg der Umsätze bei virtuellen Gütern und Zusatzinhalten.

Also alles, was man in-game kaufen kann noch zusätzlich über Mikrotransaktionen, über In-Game-Shops und so weiter.

Das macht natürlich jetzt auch einen riesen Löwenanteil des Wachstums aus, weil auch hier in Deutschland der Smartphone-Markt so stark ist.

Den vergisst man auch immer gerne, ne?

Gerade wenn man jetzt, wie wir vom PC kommt oder vielleicht aus dem klassischen Konsolen-Gaming auf einer PS5, auf einer Xbox Series oder so, du machst dir kein Bild davon, wie riesig das Smartphone-Markt ist.

Ja, und das ist der, das ist die am weitesten verbreitet, am häufigsten genutzte Plattform, ist Mobile, ist Smartphone-Tablet.

## [Transcript] GameStar Podcast / 10 Milliarden Euro für Games: So spielt Deutschland

Und die stärkste, was würdest du sagen, welche Zielgruppe, welche Altersgruppe ist am stärksten wachsend seit Jahren?

Ich glaube, das ist eine Fangfrage, deshalb sage ich, ich glaube die Älteren.

Ja, richtig, das war ein bisschen so gestipt, war nicht so schwer zu warten, aber tatsächlich, seit Jahren sind die über 60-Jährigen zum Teil wirklich die am stärksten wachsenden Zielgruppe.

Und wenn die dann Geld ausgeben, dann ist das natürlich viel häufiger Mobile und deswegen auch dieses starke Wachstum,

was übrigens im letzten Jahr, wir haben die Zahlen gerade rausgegeben, eher stagniert.

Also dieses starke Wachstum, was wir hatten im Bereich In-Game-Käufe und in App-Käufe, das ist ein bisschen abgeflacht,

hat natürlich auch Mobile gerade damit zu tun, dass inzwischen so gut wie kein Spiel mehr nicht Free-to-Play ist.

Das hat sich ganz klar durchgesetzt, dass nur die wenigsten Lust haben, irgendwie fünf Euro für ein Spiel zu zahlen,

dann ist das auszuprobieren, sondern Free-to-Play.

Und da muss natürlich die Entwicklungskosten und die Erträge über In-App-Monitorisierung dann erreicht werden.

Das hat sich durchgesetzt und ist einfach so ein großer Brocken geworden, nicht nur wegen Mobile. Wir sehen auch auf vielen PC-Spielen, Konsolen noch am wenigsten, also In-App bzw. in-Game-Käufe spielen auf Konsolen noch eine eher geringere Rolle auf PC.

Das hat sich dann schon stärker und Mobile dominiert.

Ja, was auch mehr geworden ist, hat im Jahr 2014 hier in der Statistik schon angefangen und sich seit dem Gemauser zu einem immer dickeren Balten

in diesem Diagramm sind die Gebühren für Online-Services, also online-Netzwerke,

das heißt für sowas wie PlayStation Plus oder den Xbox Game Pass bzw. früher Xbox Live oder Nintendo Switch Online natürlich.

Einfach Mitgliedsgebühren in so Online-Angeboten, auch das ein nicht völlig neuer Trend,

PlayStation Plus gibt es auch schon ein paar Jahre,

aber ein immer wichtigerer, wenn man sich das so anschaut, damit dabei zu sein.

Ja, und tatsächlich auch der mit dem meisten Wachstum, aber auch der meisten Dynamik.

Es ist für uns gar nicht so leicht und die Marktforscher da immer zu sagen, was ist denn jetzt was, weil auch viel zusammenwächst.

Also klassisch kennt man das World of Warcraft, da zahle ich irgendwie mein Abo-Gebühr und fertig.

Und nicht nur, dass das ganz wenige Spiele sind, bei denen das so ist, sondern inzwischen ich natürlich Multiplayer-Excess habe,

Cloud-Gaming-Möglichkeit habe, Zugriff auf eine Spielesammlung habe, ganz unterschiedliche Angebote sozusagen mit reinkommen.

Deswegen subzumieren wir das auch seit diesem Jahr einheitlich unter Services und das umfasst diese ganzen unterschiedlichen Modelle.

Da ist auch mit 20 Prozent Wachstum auch die streibende Kraft dahinter, weil natürlich auch so eine Themenrolle spielen.

Wenn ich jetzt zum Beispiel ein Xbox Pass habe, dann kaufe ich vielleicht weniger Spiele und nutze aber mehr der Spiele, die inklusive sind.

Und genau, das sind so Verschiebungen im Markt, die wir beobachten und die natürlich interessant

sind, weil sie immer wieder Innovationen bringen, immer wieder Veränderungen bringen.

Ja, und Plattformbindung auch.

Also wenn ich jetzt den Nintendo Switch Online Pass beispielsweise habe, dann investiere ich ja in diese Plattform und desto weniger bin ich natürlich dann gewillt zu sagen,

ja, aber gleichzeitig habe ich auch noch PlayStation Plus und gleichzeitig habe ich auch noch den Xbox Game Pass, für die das aber dann natürlich genauso gilt.

Das heißt, wenn ich PlayStation Plus schon tief drin bin, alle meine Freunde haben PlayStation Plus, wir spielen gemeinsam Fall Guys, wenn das irgendwie als Gratis spielt, zum Beispiel mit drin ist oder so was.

Na klar, dann bin ich da erstmal eingelockt sozusagen.

Genau. Und bei denen aber nur morgens gleichzeitig dann eine Entscheidung, wie lange biete ich denn mein Spiel an, weil ich habe eine Reichweite und da ganz vielen, die einfach schon mal das Spiel spielen können und

vielleicht nehme ich dann irgendwann aus dem Game Pass wieder raus oder von einem anderen Angebot und dann sagen die Spielerinnen und Spieler, die richtig dran bleiben, ja, das kaufe ich mir jetzt, weil will ich doch noch länger nutzen.

Also, das ist eine interessante Entwicklung auch für natürlich aus meiner Sicht für die Mitglieder, für die Entwicklerinnen und Entwickler, die da überlegen, wo vermarktet ich, wie man spielt und wo verdiene ich auch mein Geld mit.

Das ist eine ganz spannende Entwicklung.

Mega spannend, definitiv.

Wenn wir in ein paar Jahren wieder zusammensetzen hier, Felix, und dann weiter reden über die Entwicklung der Märkte, bin ich sehr gespannt, welche neuen Geschäftsmodelle daraus entstehen.

Also werden Leute tatsächlich Spiele gezielt entwickeln für so ein Abomodell auch.

Dass es Studios gibt, die sagen, hey, wir wollen halt unbedingt in den Game Pass und machen genau das Angebot dafür einerseits und wie wir dann über das Cloud Gaming reden, vielleicht als neuen Trend, ob das dann auch hier abgebildet ist, ob das vielleicht in ein paar

Jahren dann auch mehr Traktion entwickelt hat als bisher, weil Google Stadia zumindest war ja jetzt noch kein großer Wurf wurde dann eingestellt, aber es schleicht sich langsam so ein.

Ja, und Amazon Luna kommt ja gerade, andere werden Magenta Gaming eingestellt.

Also da ist ganz viel Bewegung und Cloud Gaming ist jetzt schon in unseren Zahlen drin, weil ein ganz wichtiger Wachstumsbereich.

Wir haben auch gerade ein Studie noch veröffentlicht, findet sich auf unserer Webseite zum Cloud Gaming.

Also das ist ein Trend, der auch durch die Tatsache, dass die ganz großen Unternehmen, die digitalen Unternehmen der Welt da Amazon, Google sich zumindest versucht haben oder noch mit da drin sind Microsoft und so weiter, zeigt, dass da ist Musik drin.

Ja, Musik war in diesem Markt auch über die letzten Jahre hinweg.

Wir haben gerade die Statistik gesehen bis ins Jahr 2019 und hier die Zahlen nach 2019, die ein weiteres Raketenhaftes Wachstum, möchte ich was sagen, zeigen.

Man sieht im Jahr 2019 schon über 6 Milliarden Umsatz mit Games in Deutschland.

Im Jahr 2020 sind es schon über 8 Milliarden, 8,3 Milliarden im Jahr 2021, dann 9,75 Milliarden und dann dort die Rakete, aber irgendwie an eine Decke.

Denn im Jahr 2022, was ja jetzt die frischesten Zahlen sind, die ihr veröffentlicht habt, ist der

Spielermarkt, also der Gesamtumsatz des Spielermarktes in Deutschland, nur um ein Prozent gewachsen.

Man sieht diese 20 Prozent Wachstum bei den Gaming Online Services, also bei allem, was beispielsweise Xbox Game Pass, PlayStation Plus und so weiter ist.

Man sieht gleichzeitig Rückgang bei den Hardware umsetzen im Gaming, leichtes Plus bei den In-Game-Käufen und Spielekäufen, die jetzt zusammengefasst werden, trotzdem insgesamt der Markt nur ein Prozent gewachsen.

Habt ihr das erwartet?

Also war das irgendwie so ein Effekt, das man gesagt hat?

Naja, jetzt in der Pandemie ist es natürlich krass gebohmt, aber dass es dann jetzt erstmal an so eine Decke stößt, damit haben wir schon gerechnet, oder hat euch das überrascht?

Also erwartet wurde sogar, dass es einen Rückgang gibt und den gibt es auch in vielen anderen Regionen der Welt, USA, England, Frankreich.

Da sehen wir gerade, dass die Märkte da zurückgegangen sind, bei uns stabil, das ist schon was Besonderes und tatsächlich hatte man mit einem Rückgang gerechnet, gerade wegen des angesprochenen Corona.

Also das waren ab so das Wachstum in den letzten Jahren wirklich 32 Prozent, glaube ich, waren es im 20 und dann nochmal 17 Prozent, 21, wenn ich mich richtig erinnere.

Und das hängt natürlich damit zusammen, dass erstens die Leute viel mehr gespielt haben, weil im Lockdown hat wenigstens Spielen Spaß gemacht, wenn man schon nicht viel anderes durfte und gleichzeitig aber auch ganz viele neue Spielende dazugekommen sind.

Also in diesen zwei Jahren in der Corona-Hochzeit, da sind fünf Prozent mehr Spielende in Deutschland entstanden und man hatte überlegt, sind das dann, wie viel Spielen die nach Corona, wenn alle Lockdowns vorbei sind, wie da das normale Leben einsetzt, sind dann vielleicht auch welche, die sagen, oh nee, ich mag eigentlich gar nicht spielen.

Da ist es schon interessant zu sehen, die fünf Prozent mehr Spielen, denn die bleiben ihren Hobby treu, also die spielen nicht mehr so viel, aber sie spielen weiter, das heißt sechs von zehn Deutschen spielen heute.

Das ist schon eine starke Zahl, mehr hat der Gesellschaft und diese Corona-Effekte, die zeigen sich dann und da wird es dann, finde ich, total spannend, aber auch ein bisschen differenziert.

Was entwickelt sich dann wie, ich kaufe, um ein Beispiel zu geben, in der Corona-Zeit, ich kaufe mir Hardware.

Ich kriege aber nicht die Hardware, die ich will, weil die Xbox und die Playstation nicht verfügbar ist wegen Chip-Knappheit und weiß ich was.

Also, also überlege ich, was mache ich, kaufe ich später oder kaufe ich dann vielleicht doch eine Switch und nochmal eine OLED dazu?

Also da ganz viele Effekte, die in Corona passiert sind, die mit ganz vielen dieser Elemente zu tun haben und über die uns dann die Zahlen Aufschluss geben oder die man zumindest rein gut interpretieren kann.

Glaubst du, das wird jetzt in den nächsten Jahren, jetzt mal, solange es keine neue Pandemie gibt oder sowas Schreckliches, also wenn es normal, was heißt schon normal in dieser Welt, oh Gott, aber glaubst du, dass in den nächsten Jahren ein stärkeres Wachstum wieder einsetzen wird? Oder erleben wir jetzt erstmal ein paar Jahre der Stagnation in diesem Markt oder leichten Wachstums nur?

Ich müsste jetzt kurz meine Glaskugel holen, aber die über die ganzen Jahre sieht man eigentlich, dass ein starkes Wachstum ist, was so in der Regel um 10 Prozent oder sowas lag.

Wenn wir jetzt natürlich 30 Prozent Wachstum und nochmal 17 Prozent Wachstum in der Corona-Zeit gesehen haben, dann ist auch klar, dass dieses Niveau überhaupt zu halten, was wir hier auch in den Balken sehen.

Also überhaupt an die 10 Milliarden Euro ranzukommen und das nicht wieder nachzulassen, wenn Leute sagen, im Lockdown habe ich echt viel gespielt, weil da konnte ich mit meinen Freunden entspielen, jetzt gehe ich in die Kneipe und treffe ich mit meinen Freunden und spiele nicht.

Dass sich trotzdem dieses Niveau sich hält, ist erstmal schon beachtlich und zeigt dann bei den Sachen, die jetzt überall noch kommen.

Und wir haben auch bestimmte Effekte, dass zum Beispiel im vergangenen Jahr, das sind die Zahlen, die wir haben, die Playstation als ein Beispiel, teilweise auch die Xbox noch gar nicht wirklich flächendeckend verfügbar war.

Das heißt, dieses Wachstum kommt jetzt erst noch und das sind Effekte, die mich ziemlich sicher sein lassen, dass wir weiterhin ein starkes Wachstum auch sehen werden in den nächsten Jahren. Für mich nachvollziehbar, denn eigentlich habe ich auch gedacht so, eigentlich darf es doch so einen Kurvenverlauf nicht geben.

Im Launchzeitraum, wenn ich das jetzt mal auf zwei Jahre ausdiene, einer neuen Konsolengeneration, aber klar, die Verfügbarkeiten von PS5, Xbox Series waren bislang einfach nicht so gut, aber jetzt erholt sich es ja langsam.

Was wir auf unserem nächsten Chart sehen, ist der Umsatz mit Computer und Videospielen an sich. Also da ist jetzt erstmal die Hardware rausgenommen, der leicht gewachsen ist.

Was von den beiden Sachen deutlicher gewachsen ist, sind In-Game und In-App-Käufe, also Zusatzinhalte, da haben wir jetzt schon drüber geredet, für Online-Games.

Was ein bisschen runtergegangen ist, sind die Einzelverkäufe von Spielen als Downloads oder auf Datenträgern, da sehen wir minus 1%.

Aber das ist fast schon ein bisschen eine normale Schwankung oder sind das überraschende Zahlen? Also ich würde auch sagen, dass die Bewegung nicht so stark überraschend ist.

Vielleicht sieht man hier auch in der Grafik, in den letzten drei Jahren ist der Bereich der In-Game und In-App-Käufe sehr stark gewachsen.

Das heißt, die Besonderheit ist, dass es das nicht weiter tut.

Das kann man vielleicht festhalten und ja, es ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass auch wie gesagt schon Corona-Effekte,

dass man jetzt nicht mehr ganz so viel vielleicht spielt oder nicht mehr so viel darin investiert.

Aber ja, im Moment nicht so viel Bewegung deutlich ist.

Einzelverkäufe von Spielen mit einer Milliarde Euro Umsatz versus 4,5 Milliarden In-Game und In-App-Käufe.

Das zeigt ganz stark, die Leute wollen für das bezahlen, was sie wirklich dauerhaft nutzen und spielen

und nicht vorab quasi die Katze im Sack kaufen für ganz viel Geld.

Wie gesagt, es gibt ganz unterschiedliche Modelle.

Vorhin, als du sagst, wer entwickelt wofür und entwickelt man nur für ein Aboservice, wenn ich jetzt zum Beispiel mobile an Apple Arcade denke oder den Google-Dienst.

Da zahle ich einmal, da habe ich keine Werbung, keine In-Game-Käufe, In-App-Käufe.

Die Modelle gibt es auch. Es ist wirklich eine Riesenbahnbreite.  
Ja, aber um sich das nochmal auf der Zunge zergehen zu lassen,  
es wird inzwischen über viermal so viel allein in Deutschland umgesetzt  
mit In-Game und In-App-Käufen als mit dem Verkauf von Spielen.  
Du hast es ja auch gerade gesagt, dass Service Game ist das Wort der Stunde,  
wenn man etwas gefunden hat, das man gerne spielt, wo ich lange und gerne viel Zeit reinstecke.  
Ob das jetzt ein League of Legends ist, ein, weiß ich nicht, ein World of Tanks,  
ein cooles MMO, ein Mobile Game natürlich, an dem ich lange festklebe,  
da stecke ich lieber Geld rein, als dann ganz viel Geld auszugeben für den Kauf von neuen Spielen.  
Denn da sieht man, es entwickelt sich nicht so viel.  
Also du hast immer ein bisschen über eine Milliarde, das ist cool, nämlich auch.  
Also eine Milliarde ist auch schon eine substanzielle Zahl,  
aber da sehen wir keine große Entwicklung und kein großes Wachstum.  
Ja, auch weil die großen Titel, die dann wirklich weltweit über Jahre Erfolg haben,  
wie du schon sagst, als Live-Service Game entwickelt werden.  
Und da gibt es dann nicht den Release jedes Jahr mit neuem Spiel,  
sondern dann gibt es halt neue Seasons und neue In-Game-Inhalte,  
die das ganz am Leben halten und die sehr erfolgreich machen.  
Aber da gibt es dann nicht mehr diesen Zeitpunkt mit, ich kaufe für 70 Euro das Spiel  
und spiele das eine Woche und dann ist es vorbei gespielt.  
Das hat sich entwickelt.  
Ja, genau. Es gibt eine Halbjahresstatistik aus dem letzten Jahr, aus dem Jahr 2022,  
wo schon mal aufgeschlüsselt war, wie sich die Umsätze entwickelt haben.  
Im ersten halben Jahr des letzten Jahres, und da war das Wachstum noch ein bisschen stärker.  
Also da lag das Wachstum noch bei 2% im Vergleich zum Vorjahr,  
jetzt insgesamt aufs Gesamtjahr betrachtet, sind wir bei einem Prozent.  
Jetzt bin ich nicht so gut in Mathe, aber das heißt doch dann,  
dass sich gerade dieses Wachstum im zweiten Halbjahr noch verlangsamt hat.  
Und das ist doch komisch, oder?  
Weil das Wachstum im zweiten Halbjahr ist doch eigentlich immer das größere,  
gerade wegen des Weihnachtsgeschäfts, wo sich alle freuen halt,  
wo alle neuen Spiele natürlich so im Oktober, November kommen,  
dass man sie dann schön an Weihnachten kaufen kann,  
wenn man gerne viel Geld ausgibt, sozusagen.  
Und trotzdem hier ist es andersrum, hier war das erste Halbjahr stärker,  
kannst du das erklären?  
Naja, also wenn ich richtig liege, hier wird er das erste Halbjahr 2021  
zum ersten Halbjahr 2022 verglichen.  
Das heißt, der Endjahresrun auf Spiele und der Umsatz,  
der wird hier nicht mit reinbezogen und verglichen.  
Aber was man hier vielleicht sagen kann, ist auch ein Effekt,  
den wir jetzt, den jede Gamerin, jeder Gamer auch am eigenen Leid gespürt hat.  
Man wartet auf ein Spiel und dann verzögert sich ständig.  
Und das erleben wir natürlich seit zwei Jahren.



Im ersten Jahr waren wir total stolz als Branche,  
dass wir gesagt haben, hey, wir sind mega digital.  
Wir schaffen es viel schneller als andere Branchen,  
auch im Homeoffice die Sachen gut weiterzuentwickeln  
und sind gut gefeilt, weil wir so gut digital sind.  
Und dann ist doch deutlich geworden, hey, so eine Computerspielentwicklung,  
wirklich ein komplexes Teamprodukt,  
wo 30 unterschiedliche Expertisen miteinander arbeiten.  
Und das ist dann nicht so einfach, mal eben mobile herzustellen.  
Da mussten die Studios auch erst mal einen Weg finden,  
wie wir das machen.  
Und dadurch haben sich eine ganze Menge Spiele verzögert.  
Und wenn sich so ein Spiel verzögert und einfach mal ins Starfield  
oder irgendwas im nächsten Jahr landet,  
dann wird der Umsatz natürlich auch nicht in dem Jahr dargemacht.  
Das heißt, der verlagert sich dann in die spätere Zeit  
und fliegt hier auch aus.  
Also da haben wir doch eine ganze Menge gesehen,  
wo dieser Effekt dann auch noch mit einbrechnet werden muss.  
Ja, wäre auch meine These gewesen.  
Auch insbesondere die Verschiebungen von so was wie Starfield,  
von einem Diablo, was ja jetzt nicht in dem Sinne verschoben wurde,  
mit dem wir aber durchaus schon fürs letzte Jahr gerechnet hätten,  
zumindest für Ende des Jahres ursprünglich.  
Also ich glaube, das spielt eine ganz wesentliche Rolle.  
Wobei ich auch immer sagen würde, mir ist lieber es wird verschoben,  
als dass es erstens unfertig erscheint.  
Leider jetzt doch auch wieder viele Probleme  
in technischer Hinsicht gesehen bei PC-Versionen von Spielen.  
Also da ist dann beides passiert.  
Ich vermute oder mein Gefühl ist,  
dass nach Cyberpunk doch die Leute eher mal verschieben,  
bevor sie zu schnell auf den Markt kommen.  
Ja, und bevor sie auch crunchen.  
Auch das muss man ja sagen,  
bevor man die Leute stresst und über Stunden schieben lässt  
ohne Ende.  
Also auch da sind ganz viele Studios sehr viel sensibler geworden,  
auch da natürlich,  
dass eine öffentliche Debatte nach sich gezogen hat  
oder in den Fällen zu Recht auch,  
weil so was muss thematisiert werden  
und dann muss man sich als Branche darauf einstellen.  
Das ist auch für uns als Branche ja wichtig,

weil wenn wir nicht gute Arbeitsbedingungen haben,  
dann ist es total schwer, gute Fachkräfte zu kriegen  
und dann können wir nicht wachsen.  
Also gehört dazu und gerade in Deutschland, finde ich,  
sind wir da super aufgestellt  
und sehr vorbildlich die ganzen Skandale diesmal gab.  
Die sind eher dann nur Ausland gewesen  
und nicht in Deutschland, aber irgendwie auch ein bisschen stolz.  
Zu Recht, so soll es ja auch sein.  
Wir sehen im nächsten Slide  
Unterschiede zwischen Spieleplattformen  
beim Konsumverhalten.  
Vieles davon hattest du schon erwähnt.  
Ich würde es nochmal kurz zusammenfassen.  
Man sieht auch hier nochmal der Smartphone  
bzw. Tabletmarkt, also der Mobile Gaming Markt  
ist der größte von allen hier abgebildeten,  
also größer als der PC Gaming Markt,  
größer als der Konsolenmarkt.  
Auf dem Smartphone wird am meisten umgesetzt  
und am meisten gespielt, auch in Deutschland.  
Ich glaube, weltweit sind die Verhältnisse  
noch deutlich stärker gewichtet Richtung Smartphone.  
Da ist Deutschland auch noch ein bisschen ein,  
sagen wir mal, Land,  
was auch dem klassischen Gaming immer noch verpflichtet ist.  
Nichtsdestotrotz, man sieht hier auch,  
womit wird auf dem Smartphone Geld verdient  
in Game und in App käufen.  
Ein Pay-to-Play-Markt, also ein Markt,  
wo man Spiele kauft und dann spielt  
und nichts mehr dafür bezahlt,  
auf dem Smartphone nicht mehr.  
Also es gibt ein paar Spiele, die man kaufen kann.  
Es gibt auch ein paar coole, aber der Löwenanteil  
ist Free-to-Play mit in-game-Käufen.  
Ja, ein Prozent sind es noch, im App Store.  
Man muss ja nochmal reingucken.  
Auf den Konsolen ist es spannend,  
dass in-game-Käufe dort eine kleinere Rolle spielen.  
Da reden wir nur von 29 Prozent der Umsätze.  
Es ist auch schon gewachsen, glaube ich, im Vergleich zu früher.  
Aber auch das hat ein Grund, weil Free-to-Play  
war nie so groß.

Also es gab zwar Free-to-Play-Spiele für Konsolen, aber ich glaube Fortnite war das erste, was richtig in der Breite viel gespielt wurde. Vorher war Free-to-Play auf der Konsole eher so, gibt's halt auch, aber wir spielen halt auf unserer PlayStation 4 lieber die Blockbuster, The Last of Us und Co. Das ist ein bisschen mehr geworden, aber trotzdem immer noch der kleinste Anteil. Was da einen sehr hohen Anteil hat auf der Konsole, sind die Gaming-Online-Services mit 31 Prozent, also eben PlayStation Plus, Xbox Game Pass, Nintendo Switch Online, gerade weil man halt auch bestimmte Services braucht, wenn man beispielsweise Online spielen möchte. Und wer möchte das nicht, außer mir, weil ich irgendwie ganz schlecht bin einfach in Games, aber so erklärt sich einfach das. Und auf dem PC, und das ist vielleicht eine überraschende Zahl für viele, auf dem PC halten sich die Käufe von Spielen, also der Umsatzanteil der Käufe von Spielen, und der Umsatzanteil der In-Game-Käufe, die halt, Entschuldigung, der Online-Services, halten sich die Waage, jeweils 15 Prozent entfallen auf den Kauf von Spielen und auf Mitgliedsgebühren für Online-Netzwerke. Und 70 Prozent der Umsätze werden auch auf dem PC mit In-Game-Käufen gemacht. Also auch hier ist Free-to-Play einig, der mit Abstand größte Umsatztreiber. Das ist vielleicht überraschend für viele, die uns zu tun haben. Aber da ist natürlich auch ein Season-Pass dabei. Also da muss man auch überlegen, alles was nicht ein Einzelkauf ist von einem Item oder einem Spiel, das ist im Print, oder ein Service, der wirklich generell gilt, das sind dann genau diese Bereiche. Ja, oder ein Battle-Pass oder so ein Neuer für Halo oder was auch immer ihr gerade spielt, aber definitiv auch weltweit sieht man es ja, wenn man in die Marktzahlen schaut, dass vom Umsatz hier weit, weit größer natürlich, als der Kaufspielmarkt insbesondere

und da auch wieder auf dem Smartphone.  
Denn da gibt es ja fast nur Free-to-Play.  
So, wir sind bei der Hardware.  
Da haben wir vorhin schon gesehen,  
im Umsatzdiagramm für 2020, 22,  
die haben ja Umsätze ein bisschen zurückgegangen.  
Jetzt wundert es mich zum Beispiel ja nicht,  
dass die Konsolenumsätze zurückgehen,  
gab ja keine.  
Da haben wir schon gesagt,  
Verfügbarkeiten waren einfach nicht gut  
für die Next-Gen-Konsolen, für die PS5,  
für die Xbox Series, das heißt,  
das sollte wieder weiter nach oben gehen.  
Was ich super überraschend fand an dieser Statistik,  
ist, dass der Umsatz mit dem Verkauf  
von Gaming-PCs und Notebooks gestiegen ist,  
um 14 Prozent, also nicht nur ein bisschen,  
sondern das finde ich ist eine signifikante Zahl,  
der Umsatz mit Gaming-PC-Zubehör,  
also Maus, Tastaturen, Monitore, Grafikkarten,  
Virtual Reality-Hatsets gehören auch dazu,  
wie man sie an den PC anschließen kann.  
Der ist aber runtergegangen, um 10 Prozent.  
Wie erklärst du dir das?  
Ja, das ist tatsächlich spannend.  
Wir haben das auch diskutiert  
und wir erklären uns so,  
dass einmal im Bereich Gaming-PCs,  
da gab es zum Teil auch wegen der Chip-Knappheit,  
gerade im Bereich der Grafikkarten  
und dementsprechend dann Gaming-PCs,  
eine Weile lang, eine Knappheit,  
die möglicherweise dann wieder aufgeholt wurde.  
Auch eine Frage von UVP,  
wie sind die Preispunkte?  
Da hat sich einiges bewegt, auch in diesen Komplettpaketen.  
Also da ist ein bisschen was passiert.  
Und dagegen im Gaming-Zubehör,  
da war eigentlich eine ganz gute Verfügbarkeit da,  
wo die Leute sich dann vielleicht in der Corona-Zeit  
eher eingedeckt haben und sagen,  
ich mache mir jetzt hier meinen Gaming zu Hause,  
meinen Gaming-Setup so richtig schick

und nutze das und dann habe ich natürlich erst mal kein Bedarf mehr danach Geld auszugeben. Das sind so ein paar Erkläransätze, die es da gibt. VR muss man natürlich auch gucken. Da kommt jetzt erst einiges auf den Markt von Sony und auch von Meta, Oculus und so weiter. Das sind ja Sachen, die werden wir dann wahrscheinlich erst noch sehen. Aber ja, also das sind so ein paar Erkläransätze für dich. Ja, ich glaube auch beim Gaming-Zubehör war vielleicht auch ein bisschen Enttäuschung da, bei Leuten, dass sie gesagt haben, Mensch, die Grafikkartenpreise ging ja gar nicht runter so richtig. Selbst für die älteren stand letztes Jahr Grafikkarten, also weiß ich nicht, eine 3080 zum Beispiel, hätte man immer noch recht tief in die Tasche greifen müssen, jetzt wo die Nachfolgemodelle dann langsam da sind und so wird es vielleicht ein bisschen weniger, aber dass man dann sagt, okay, nee, dann warte ich halt noch. Jetzt vielleicht bis 2023, bis ich mir dann auch ein älteres Modell hole, weil die Alten halt auch immer noch so lange teuer waren. Wer vielleicht noch ergänzend dazu eine Nothese? Genau, wer sind wir eigentlich? Die Spielerinnen und Spieler in Deutschland, wir sind zu 48 Prozent weiblich, also 48 Prozent Spielerinnen, gibt es auf diesem Markt 58 Prozent, also fast 60 Prozent, was vorhin schon gesagt, jeder, drei von fünf Leuten, die ich auf der Straße treffe, spielen Videospiele, Moment, man muss dazu sagen, der sechs bis 69-jährigen Leute, die ich auf der Straße treffe, spielen Videospiele, Wahnsinn. Vorhin schon gesagt, die Älteren, insbesondere ja auf den mobilen Plattformen, also die Oma stellt sich kein Gaming-PC und auch keine PS5 ins Wohnzimmer, sondern man hat natürlich ein Smartphone. Und spielt natürlich auch nicht jeden Tag, also sie sind ja auch die Vielspielenden, die Gelegenheitsspielenden, also sind ja verschiedene, auch die, die gelegentlich mal spielen, sind mit dabei und das ist ganz interessant. Wir haben auch irgendwann eine Umfrage gemacht, wer bezeichnet sich als Gamer? Und wenn man jetzt die sechs von zehn deutschen Fragen würde, bist du Gamer, dann würde ganz viele sein, ne, bin ich nicht, aber natürlich spielen sie. Das heißt auch das gesamtgesellschaftliche Verständnis von, das ist ganz normaler Teil meines Medienalltags,

dass ich an der Busseite stelle,  
anstatt eine zu rauchen oder auf dem Boden zu gucken,  
halt kurz, kein Ahnung, ein kleines Geschicklichkeitsspiel,  
am Ende die Spiele, das gefühlt, macht mich das noch nicht zum Gamer vielleicht,  
aber natürlich bin ich es trotzdem auch in diesen Zahlen.

Ja, definitiv.

Das Durchschnittsalter liegt bei 37,9 Jahren,  
das hieß ich inzwischen an mit 40, das heißt, da fühle ich mich wohl,  
aber auch da, ne, Gamerinnen und Gamer in Deutschland werden immer älter,  
das ist wieder dieses Phänomen, was wir gerade hatten.

Und 78% von uns sind mindestens 18 Jahre alt,  
also dieses alte Vorurteil, ne, spielen das nur für Kinder?

Ne, das ist für alle.

Ja, diese Zahlen haben wir zum ersten Mal mit reingegeben,  
weil ich einfach das schön konter finde, wenn auch eine Diskussion,  
wir sind zum Glück, du hast es am Anfang angesprochen,  
über die Killerspieldebatte zum Glück weit hinweg,  
aber manchmal erlebe ich auch im politischen Diskussion,  
dass dann doch irgendwie ein Konnex gemacht wird zwischen Games und Kindern.

Und dazu sagen, ja, klar spielen auch Kinder Spiele,  
aber 80% derjenigen, die Spiele spielen, die sind volljährig,  
da geht es um Erwachsenenunterhaltung,  
die sind im Schnitt 37, 9,9, also fast 38 Jahre alt.

Wir finden eine schöne Zahl, um da ein bisschen zu schütteln und zu sagen,  
das ist ein Phänomen, was sich anders darstellt,  
als manche Vorurteile dann doch immer noch ein bisschen vermuten.

Ja, aber pro Vorurteil gibt es eigentlich nach Geschlechtern  
unterschiedliche Vorlieben beim Spielen,  
weil es gibt ja zum Beispiel auch die alte Meer davon,  
dass irgendwie, na, Frauen spielen ja keine Shooter.

Also erfasst ihr das auch oder forscht ihr da auch nach?

Ja, gibt es auch Ergebnisse.

Und da zeigt sich, dass es gar nicht so Stereotyp,  
der eine spielt das, die andere spielt das gibt.

Es mischt sich schon, aber klar, so ein paar Vorlieben gibt es schon.  
Also gerade Action, wozu auch Shooter gehören, Action, lastige Spiele.

Das ist dann tendenziell eher männlich.

Die Sachen, die eher Strategie, beispielsweise Rollenspiel,  
aber gerade auch Strategie angehen, das ist dann eher weiblich.

Aber da muss man echt vorsichtig sein,  
weil gerade nicht den Superfans den Frauen auf die Füße zu treten,  
die bis in die besten Klassen im Shooter-Genre reussieren  
und gleichzeitig die, weiß ich, in den Sims oder weiß ich was,  
auch als Männer, ganz viel Spaß haben.

Das ist eine große Vielfalt und nicht so sinnvoll, glaube ich, da Geschlechterunterschiede voranzustellen.

Ja, ich hatte auch mal eine Statistik gesehen von Call of Duty Mobile zum Beispiel. Das ist ein überraschend hohen Anteil von Spielerinnen da in der Community gab, wo du ja denkst so Call of Duty, klassisch männliches Spiel.

Also bin ganz bei dir lieber keine Vorurteile, sondern einfach Zusammenspielen und Spaß haben.

Was spielen wir eigentlich hier bei uns?

Zumindest wenn es um neu erschienene PC- und Konsolenspiele geht und auch da.

Also wir haben die Verkaufscharts, die ja auch vom Game regelmäßig veröffentlicht werden und dann nochmal auch zusammenfassend auf das ganze Jahr.

Hier sieht man die Top 20 des Jahres 2020.

Das enthält digitale und physische Verkäufe, also als Download und als Schachtel, sozusagen, aber nur die Spiele, die in dem Jahr tatsächlich auch erschienen sind.

Also alles, was älter ist, sich aber immer noch gut verkauft, ist jetzt hier in dieser Tabelle nicht drin.

Und was steht ganz vorne? FIFA 23.

FIFA ist unkaputtbar.

Fußball geht immer, das überrascht mich aber auch nicht so sehr.

Was mich eher überrascht hat, ist das Elden Ring, was ja letztes Jahr als ja quasi wahnsinnig erfolgreich war und auch sehr prominent war.

Das steht nur auf Platz 3 und dazwischen nisten sich noch die Pokémon ein mit Pokémon-Legenden Arceus.

Und dann auf Platz 4 kommt sogar erst Call of Duty Modern Warfare 2.

Das fand ich überraschend.

Also Pokémon überschätzt man vielleicht auch oft, wenn man so aus dem PC-Gaming kommt, wie riesig diese Entertainment-Marke einfach ist. Weltweit kennen und lieben Leute Pokémon.

Und auch die Nintendo Switch hat ja schon ein paar Jahre auf dem Buckel und trotzdem, wenn ein neues Pokémon-Spiel rauskommt, aber Mensch wollen das alle haben.

Also das verkauft sich dann auch entsprechend wie geschnitten Brot.

Auf Platz 5, da muss ich auch sagen, als jemand, der hier von der Wand voller LEGO Star Wars Raumschiffe sitzt, mit LEGO Star Wars die Skywalker Saga, vielleicht nicht das beste LEGO Star Wars, aber auch das ist halt immer eine sichere Bank, weil das auch ein Spiel ist,

was natürlich auch gerne irgendwie Verwandte für Kinder kaufen.

Man sagt, hey, LEGO Star Wars ist witzig, also auch da keine Überraschung in dem Sinne.

Aber ich würde sagen, ich hab trotzdem nicht gedacht, dass es so weit vorne steht in der Liste, was will ich mein?

Also Platz 5 für LEGO Star Wars Skywalker Saga finde ich schon recht hoch, aber das ist in dieser Liste vorkommt auf jeden Fall wenig überraschend.

Ja, also ich glaube, das zeigt so ein bisschen die Stärke der Marken und gerade weil du ansprichst, Nintendo wirklich ja auf vielen Plätzen auch vertreten und manchmal nicht die Sache, die dann in den Gaming Magazinen als größte Hype besprochen werden, aber trotzdem total stabil und total stark immer in dem Ranking enthalten, wo man natürlich auch sagen muss, das Ranking bezieht sich ja vor allen Dingen auf die Verkaufspreise und auf den Umsatz an der Stelle.

Und manche Spiele von denen sind viel stärker im In-Game-Bereich und andere sind stärker im Verkaufsbereich innerhalb von der kurzen Zeit, also das sind ja auch Effekte, die man da noch mit rein rechnen muss, ist dann doch, wenn man es genau wissen will und du scheinst mir jemand zu sein, der genau hinguckt, dann wird es dann schnell komplexer, aber wenn man hier tiefer mal rein geht, das vielleicht so als kleiner Disclaim.

Ja, das stärkste Sony-Exklusivspiel, was wir hinterlisten sehen, ist Gran Turismo 7, noch vor Horizon Forbidden West und God of War Ragnarök. Gran Turismo steht auf Platz 6, Horizon dann auf 8 und God of War auf der 10. Falle ja auch überraschend, aber das vielleicht eher aus einer persönlichen Warte, weil ich einfach nicht so der große Rennspieler bin.

Und dann sind noch zwar mal Pokémon drin, um zu untermauern, was ich gerade auch über die Marke gesagt habe, auf Platz 11 Pokémon Pur Pur und auf Platz 13 Pokémon Karmesien.

Also, um Pokémon führt kein Weg herum, dominiert wird trotzdem dieses Jahreschart von FIFA 23.

Und jetzt gucken wir mal, wie das aussieht, wenn man es auf den Monat runter bricht. Das sind nämlich die Verkaufscharts für PC- und Konsolenspiele im April 2023.

Und na klar, da schichtet sich ein bisschen was um, weil neue Spiele dazu gekommen sind. Und weil jetzt auch hier in diesen Charts, und das finde ich eigentlich spannender, ältere Spiele mit dabei sind.

Also, nicht nur diejenigen, die jetzt im April auf den Markt gekommen sind, sondern das sind Charts aller Spiele, die sich verkauft haben, digital und physisch.

Und da steht jetzt Star Wars Shadow Survivor, ganz vorne, ein neues Star Wars Spiel. Dann kommt FIFA 23, also knapp auf den zweiten Platz verwiesen FIFA, aber immer noch wahnsinnig stark.

Dann kommt Dead Island 2 auf Platz 3, und dann aber auf Platz 4 GTA 5.

GTA 5 dieser alte Besen, also das ist auch da wieder Service Game.

Ganz viele Leute spielen GTA Online, sehen vielleicht GTA Online in dem Stream oder eben bei Influencerinnen und Influencerinnen und sagen, Mensch, das will ich auch ausprobieren.

Zack, steht es, 10 Jahre nach Release.

Das ist aus dem Jahr 2013, das ist ja die ursprüngliche Version von GTA 5 erschienen.

Sie ist immer noch so weit vorne in den Charts.

Wahnsinn, oder auch Red Dead Redemption, Minecraft, also wirklich Titel, die immer wieder auftauchen,

einfach so ein Blockbuster über Jahre sind.



Das ist schon faszinierend.

Auf Platz 11 Mario Kart 8 Deluxe.

Wenn das nicht dem Mario Film geschuldet ist, dann weiß ich auch nicht, dass sich das da wieder reingemogelt hat mit der Mario Kart Szene, weil auch da Mario Kart 8 ist ja damals fast parallel mit der Switch erschienen, und das ist auch schon ein paar Jährchen hier.

Also da sieht man auch dann die Effekte, die natürlich irgendwie ein neuer Film haben kann auf Gaming

und wie sich das gegenseitig befruchtet sozusagen.

So, hier vielleicht nochmal ein bisschen zur Übersicht.

Game vergibt auch so Sales Awards für besonders hohe Verkaufszahlen und der Multi-Platin Award für über 600.000 Verkäufe ging unter anderem an Call of Duty Modern Warfare 2,

an FIFA 23 natürlich, den Tabellenkönig schlechthin,

an, ich hatte fast Wii Sports gesagt, Switch Sports sozusagen, hier in der Mitte,

an Gran Turismo 7, Doppelplatin mit über 400.000 Verkäufe

und Mario und die Rabbids, ein Klein-Oat, möchte man fast sagen,

für Nintendo Switch ist immerhin auf 100.000 Verkäufe schon gekommen,

das sind die Zahlen aus dem Januar 2023.

Hier noch ein bisschen weiter zum Vergleich,

God of War Ragnarok im Dezember ausgezeichnet mit Platin für über 200.000 Verkäufe.

Gleiches für EA Sports F1 23 müsste es dann sein.

Mein Gott, ich komme immer bei den Jahreszahlen durcheinander, also Formel 1 und so weiter.

Schaut euch die restlichen Zahlen an.

Ich finde es immer ganz spannend, da reinzugucken, einfach, um Gefühl dafür zu kriegen.

Wie groß sind Spiele wirklich?

Wie viele Leute kaufen sich denn dann wirklich auch diese neuen Spiele gerade auf dem deutschen Markt?

Man sieht hier noch Elden Ring hat letztes Jahr den Sonderpreis bekommen für über 500.000 Verkäufe, also auch natürlich sehr erfolgreich gewesen.

Wir haben Lego Skywalker Saga mit über 200.000, damals stand April 2022

und der gute alte Kirby ist auch noch da mit 100.000.

Das Spiel, das dieses Jahr sehr vieles überschattet hat in den Verkaufscharts, bislang zumindest ist Hogwarts Legacy.

Man muss dazusagen bei allen Kontroversen um J.K. Rowling,

Harry Potter ist eine der größten Entertainment-Marken der Welt.

Man darf nicht unterschätzen, wie populär diese Marke einfach international

und auch in Deutschland immer noch ist und da stand schon im Februar.

Also kurz nach Release dieses Spiel auf dem deutschen Markt der Multiplatin Award mit über 600.000 Verkäufen.

Also das hat bisher zumindest dieses Jahr deutlich dominiert, Hogwarts Legacy.

Tja, und was fällt uns auf, wenn wir diese ganzen Zahlen sehen?

Kaum ein deutsches Spiel oder kein deutsches Spiel dabei.

Was ist los?

Ja, ich sage dir, da müssen wir dran arbeiten, denn konkurrieren können wir natürlich im AAA-Bereich einfach noch nicht mit einer kleinen und mittelständischen Branche in Deutschland, aber dazu kommen wir vielleicht auch gleich.

Aber ich finde, auch immer schön zu sehen, oder wenn wir diese ganzen Spiele sehen, auch die Perspektive zu haben, woher kommen die Spiele und was spielen wir da und warum könnte da nicht auch ein deutsches Spiel dabei sein, wenn Polen es mit einem CD Projekt Red und einem Cyberpunk und einem Möttschei auch irgendwie hinzukriegen scheint.

Aber egal, das muss jetzt mal raus, weil das natürlich was ist, was mich hier auch im Verband sehr beschäftigt.

Ja, natürlich.

Lass uns gleich noch vielleicht ein paar Takte mehr darüber reden, auch was Förderung angeht von Gaming und Spielerentwicklung in Deutschland. Was ich vorher noch kurz anschauen würde, ist die andere Seite des Marktes, nämlich der Mobile-Markt und da die Spieler-Apps nach Umsatz geordnet auch hier und da sind viele bekannte Namen mit drin.

Wir sehen Genshin Impact, wir sehen Candy Crush Saga, wir sehen Gardenscapes von Playricks beliebtes Spiel, Clash of Clans ist immer noch da, Pokémon Go auch da, PUBG Mobile, also die gibt es auch schon ein paar Jahre, alle Roblox auch mit dabei, bei Kindern besonders beliebt, aber Felix.

Da zum Beispiel, Junes Journey auf Platz 19, Junes Journey hier in Berlin von Wuga, ein produziertes Spiel.

Das ist schon mal eins, was mir hier gleich ins Auge spreche.

Definitiv. Was mir aber ins Auge springt, ist Platz 1 und da steht Coin Master, Mensch Coin Master. Was soll ich da noch sagen?

Es ist für alle, die es nicht kennen, das ist so ein Fantasy-Universum-Spiel, in dem man sich so ein Dörfchen baut und teilweise, oder man braucht dann neue Ressourcen, so Hammer und so was und die zieht man aus einem einarmigen Banditen im Spiel und da hast du natürlich eine gewisse Menge an kostenlosen Versuchen und dann purzeln da die Belohnungen raus, aber du hast natürlich irgendwann auch keine mehr und es gab auch schon Berichte unter anderem in der Süddeutschen, die dann gesagt haben oder im Spiel vorgeworfen haben, gerade wenn es jüngere Menschen spielen, dann senkt es oder kann es durchaus auch die Schwelle zu realem Glücksspiel senken.

Wie ist das denn bei euch im Game?

Wie geht ihr denn mit dieser Glücksspiel-Thematik und mit Glücksspielelementen in Spielen um als Verband?

Also generell ein wichtiges Thema, weil wir auch in unserer Satzung sagen, wir nehmen alle Unternehmen auf, aber einen Bereich ist ganz klar ausgeschlossen des Glücksspiels, einfach weil wir sehen, dass die Glücksspiel-Unternehmen, die jetzt so klassisch aus der Glücksspiel-Hölle einarmige Banditen, die da herkommen, sich so langsam versuchen, auch an den Games-Bereich zu robben,

weil der Games-Bereich ist inzwischen nicht mehr der verrufene Bereich, sondern anerkannt, geschätzt sogar politisch für den kulturellen Impact, für die Wirtschaftskraft, für die Innovationskraft und der schlechte Ruf, den die Glücksspiel-Leute da haben. Da versucht man sich ein bisschen ran zu robben an Games und ist natürlich gefährlich, weil wir also erst mal gibt es ganz klare Unterschiede zwischen Glücksspiel, wo man irgendwie um Geld spielt, wo man versucht, wo man eigentlich keinen Skill hat, wo man nichts hat, wo man das beeinflussen kann.

Das Spielergebnis, wo man wirklich rein vom Glück abtänkt, wo es immer um Geld-Einsatz, um wieder größeren Geld gönne, hoffentlich rauszukriegen, wo es um so was geht, und Games funktionieren einfach komplett anders.

Da suchen wir da sehr deutlich eine Trennung zu machen, aber natürlich gibt es Bereiche, wenn dann irgendwie eine Drehscheibe, die vor dem Baumarkt steht, wo ich irgendwie ein Glücksrad habe,

wenn sowas im Spiel auftaucht und so.

Es gibt Bereiche, wo es sich mischt und da gucken wir auch mit unseren Mitgliedern sehr genau hin, weil Games sind nicht Glücksspiel und deswegen sind wir da sehr vorsichtig bei den Bereichen, wo sich das anfängt zu mischen, weil das tut uns nicht gut und das wollen wir eigentlich nicht.

Glaubst du, da wieder vielleicht in die Glaskugel gefragt, aber auch aus euren Gesprächen, dann mit der Politik und was ihr so an Signalen bekommt, glaubst du, es wird in Deutschland in Zukunft noch mehr Regulierung geben in dem Bereich, auch was Gaming betrifft?

Also ich glaube nicht im Bereich Glücksspiel, weil das ist eben klar getrennt.

Also es gibt ja zum Beispiel auch die Diskussion, sind Lootboxen eigentlich Glücksspiel?

Nee, das ist nicht, weil Lootboxen funktionieren anders.

Man kann gerne der Meinung sein, ich finde Lootboxen blöd und dann kann man darüber diskutieren,

aber Lootboxen mit Glücksspiel gleichzusetzen ist aus diesen Faktoren.

Es geht nicht um Geldgewinne, es geht nicht darum, dass ich meinen Vorankommen im Spiel maßgeblich nur von Glück abhängt, sondern natürlich auch Faktoren hat, die von Können und Geschick abhängen,

dass das sind so ein paar Effekte, die ihr da eben den Unterschied bringt.

Wir sind natürlich auch unser Job als Verband, regelmäßig dabei mit der Politik zu reden, wo es es sinnvoll auch zu regulieren, also einheitliche Standards zu verankern.

Das war aber zum Beispiel mit der USK die ganze Zeit und die USK hat vor, ich glaube, zwei Jahren oder zweieinhalb Jahren zum Beispiel entschieden,

dass solche Spiele wie Coinmaster beispielsweise die Glücksspiel darstellen, selbst wenn es nicht um Geldauszahlung geht,

aber die sozusagen dieses Glücksspiel-Thema sehr prominent nach oben ziehen,

dass die in den USK 16 kriegen und da die Freigabe angepasst.

Also das ist ein Beispiel von verschiedenen Bereichen, wo wir ein eigenes Interesse haben, dass das Spielumfeld so sicher ist, dass es auch normalerweise einfach ein Vergnügen für die ganze Familie sein kann.

Es sei denn, es sind Spiele, die für eine ältere Zielgruppe gedacht sind,

Schuter sind halt dann in der Regel für Volljährige, aber ansonsten soll es ein gutes Umfeld sein, wo ich und zwar zusammen mit meiner ganzen Familie Spaß daran haben kann. Und da gehört natürlich auch, gehören diese Standards einfach dazu, wo wir in den verschiedenen Bereichen Datenschutz, Jugendschutz, Verbraucherschutz immer wieder im Gespräch sind und auch gucken, nicht nur, weil die Politik bei uns anklopft und sagt, ihr müsst, sondern auch aus einem eigenen Interesse, da vorangehen. Jugendschutz ist ein gutes Beispiel, noch lange bevor es in Deutschland im Jugendschutzgesetz irgendwo drin stand, haben die Konsolen Jugendschutzsysteme gehabt, die man wirklich gut einstellen kann. Du merkst, ich kenne da lange drüber reden, weil ich auch, wie vor ich beim, hast du am Anfang gesagt, bevor ich beim Verband war bei der USK, war mich um Jugendschutz kümmert hab und toll finde, dass wir da vorne dran sind bei diesen Themen als Branche und uns den Kopf machen, noch bevor irgendwer kommt und sagt, das funktioniert so aber nicht. Es gibt auch bei GameStar einen Podcast mit der Elisabeth Zecker, der USK-Chefin, also deiner Nachfolgerin bei der USK, wo sie uns auch ganz genau erklärt, welche Veränderungen es da jetzt erst kürzlich gab und was neue Kennzeichnungspflichten sind bei Spielen. Der wird direkt hier verlinkt und in den Show-Notes verlinkt, dass ihr euch den mal anschauen und anhören könnt. Was diese Glücksspielthematik angeht, um das kurz abzuschließen, aus meiner Perspektive, ich glaube, da reden wir noch viel drüber. Also nicht nur, wenn man sich anguckt, welche zum Teil Gerichtsurteile in anderen Ländern getroffen werden, was Lootboxen angeht, was Zufallselemente angeht, was irgendwie die Offenlegung auch von Gewinnchancen angeht in Spielen und so eine Suchtwirkung auch von solchen Elementen. Ich glaube, das wird noch Teil einer Diskussion sein, vielleicht eher bezogen dann auf Jugendschutz, was kann man auch tun, um solche Apps von Kindern fernzuhalten. Es gibt ein paar Apps, die machen mehr, es gibt auch ein paar, die machen weniger, wo du dann am Anfang einfach nur gefragt wirst, bist du eigentlich 18 Jahre alt und du sagst dann, klar, aber es wollen halt kein Ausweis sehen oder so, das kann jeder einfach draufklicken und das ist halt dann kein Jugendschutz, kein Effektiver in meinen Augen. Also ich glaube schon, dass wir da in den nächsten Jahren durchaus noch die ein oder andere Diskussion sehen werden, ein Feld, in dem ich eigentlich gehofft hatte, keine Diskussion mehr führen zu müssen, weil es vorangeht, auch vorangegangen ist, in den letzten Jahren

ist die Gamesförderung in Deutschland.  
Also die Förderung für kleine Studios, auch größere Studios,  
für neue Spieleprojekte,  
das hat sich gefühlt deutlich verbessert in den letzten Jahren  
und das sehen wir hier auch auf unserem letzten Chart.  
Wir haben 12 Prozent mehr Mitarbeiterinnen  
und Mitarbeitern bei Spielentwicklern und Publishern  
seit 2020 gewonnen in Deutschland.  
Es gibt 26 Prozent mehr Gaming-Unternehmen in Deutschland  
seit 2020, aber würdest du sagen,  
dass die Industrie in Deutschland wirklich vorankommt,  
auch gerade, was die Produktion von AAA-Games angeht,  
wenn wir z.B. schauen beim deutschen Gebüterspielepreis,  
waren die drei Nominierten für das beste Spiel, drei Indie-Games,  
Beholder 3, Chained Echoes und Signales,  
sind alles drei tolle Spiele  
und Chained Echoes hat absolut verdient gewonnen  
und so eine wundervolle Umarmung an das JRPG großartig.  
Alle, die es nicht gespielt haben, sofort nachholen,  
die beiden anderen natürlich, Beholder 3 und Signales, auch toll.  
Also tolle Sachen, die hier entstehen,  
aber Chained Echoes ist halt von einer Person entwickelt,  
von Matthias Linder.  
Also was dieses AAA-Gaming angeht,  
da hinten wird immer noch hinterher international, oder?  
Ja, also erst mal auch die Nominierten,  
nicht nur Gewinner, aber die Nominierten waren Sinn,  
auch wenn man die Metascore sich anguckt,  
da würden sich einige AAA-Titel die Finger nachlecken.  
Also wirklich tolle Spiele, aber du hast recht,  
wir sind halt noch klein bis mittelständisch geprägt in Deutschland  
und bloß weil wir jetzt seit ein paar Jahren die Förderung haben,  
ist das nicht sofort anders, weil ganz viele,  
also die wenigsten DCP-Nominierten sind schon geförderte Spiele,  
weil das natürlich einfach in der Produktionsdauer  
so lange Zeit in Anspruch nimmt, bis ich von der Planung eines Spiels,  
bis es kann auf dem Markt, es brauche,  
da reichen uns nicht drei, vier Jahre,  
sondern da müssen wir wirklich lange Atem haben.  
Und ich glaube aber, weil du gerade gefragt hast,  
haben wir eine Chance, ja, die haben wir.  
Und das sehen wir genau hier auch in den Zahlen,  
12 Prozent mehr Mitarbeitende, 26 Prozent mehr Unternehmen,  
das heißt diejenigen, die, weiß ich, Game Design studiert haben

und früher nach dem Studium gesagt hätten,  
boah, das ist mir zu heikel, das ist mir zu risiko behaftet,  
ich gehe zu Siemens oder SAP und mach da lieber im Backend um was.  
Die trauen sich jetzt stärker ihr Studio zu gründen  
und natürlich gründen die ersten mal, machen die erste Spiel,  
das vielleicht ein Flop des zweiten Spiels wird schon besser,  
das dritte Spiel wird ein Hit, dann wachsen sie,  
dann werden sie größer, dann machen sie große Titel  
und diese, alle warten jetzt auf den AAA-Titel,  
aber dafür haben andere Länder, Kanada, England beispielsweise,  
sie haben lange dafür gebraucht  
und strategisch die Standortfaktoren so verbessert,  
dass sich was ansiedelt, dass da mehr entsteht  
und dann entstehen auch diese AAA-Titel irgendwann,  
die natürlich schön sind, weil die große sind Highlights  
und die kann man dann in so besten Listen zeigen und so weiter,  
aber auch die Spiele beim DC-Period, die wir dieses Jahr sehen  
und die führen dazu, dass in der ganzen Welt begeistert  
ganz viele hunderttausende Millionen Spielerinnen und Spieler,  
die Spieler aus Deutschland spielen, also auch das hat schon einen riesen Wert.  
In diesem Jahr haben vielleicht auch ein bisschen die Sachen gefehlt,  
die sonst üblicherweise in Anno oder solche Sachen,  
die dann auch an den Feuern schon abgeräumt haben,  
muss man auch ein bisschen auf den Jahrgang gucken,  
aber wie gesagt, wir brauchen einen langen Atem,  
da kann man nicht erwarten, dass innerhalb von ein paar Jahren was passiert.  
Das bedeutet aber auch, Politik muss aktiv was dafür tun,  
und zwar nicht nur für drei, vier Jahre, sondern nachhaltig  
und da sind wir gerade im Gespräch, weil das hinkt ein bisschen  
und hart ein bisschen und da muss die Bundesregierung,  
die Koalition jetzt echt ein paar Schritte tun,  
ansonsten ist so ein bisschen so ein Stroheffekt,  
das ist dann ganz nett, aber nachhaltig ist das noch nicht.  
Da müssen wir schon dranbleiben, aber das Potenzial ist riesig.  
Wenn ich will, dass hier die Spiele entstehen,  
dass unsere Geschichten aus Deutschland erzählt werden,  
dass wir an den 10 Milliarden Euro auch partizipieren  
und nicht diese 10 Milliarden Euro Umsatz in Deutschland,  
alle an ausländische Unternehmen weitergehen  
und wenn wir wollen, dass die Innovationen,  
VR, künstliche Intelligenz, XR, Gamification, 3D Simulation,  
wenn wir wollen, dass die hier auch in Deutschland sind  
und andere Industrien darauf zugreifen können auf die Unternehmen,  
dann müssen wir halt, dann sollten wir was dafür tun.

Ja, was du auch gerade angesprochen hast, was gerade irgendwie nicht so gute Signale sind aus dieser Förderung und aus der Politik, waren ja die Antragsstopp im Oktober 2022, wo sie es, ja jetzt können leider keine neuen Fördergelder mehr beantragt werden, weil sie sind alle und es gibt ja jetzt schon die Befürchtung, dass es 2023, also dieses Jahr und auch nächstes Jahr wieder zu solchen Antragsstopps führen und kommen könnte und das dann halt insbesondere kleine Teams leer ausgehen. Ist nicht nur eine Befürchtung, ist schon der Fall, die haben gerade gesagt, es ist jetzt so weit, das heißt, ab sofort ist jeder, der ein Spiel entwickeln will in Deutschland, wieder auf sich alleine gestellt und kann nicht konkurrieren. Führt dazu, dass ich, wenn ich in Augsburg sitze oder in einer anderen Stadt nicht weit von Frankreich oder England entfernt, mein Spiel 30% mehr kostet, als wenn ich es in Frankreich oder England produzieren würde, einfach weil die Rahmenbedingungen und Förderbedingungen haben, mit denen wir nicht mithalten können. Das ist ein total fieser Wettbewerbsnachteil, den ich gar nicht ausgleichen kann, wenn ich ein Studio habe. Und deswegen sagen wir, diese Antragsstopp ist eine total schwierige Situation, weil die Bundesregierung eigentlich, die haben sogar eine Gamesstrategie, da stehen total schlaue Sachen drin. Und es steht drin, es ist das Ziel der Bundesregierung zum Leitmarkt, sich zu entwickeln im internationalen Vergleich. So ein Leitmarkt, wenn wir andere Leitmärkte uns angucken, das ist ein Weg, den man da gehen muss. Und da muss man auch einiges für tun, um das zu erreichen. Und genau das fordern wir jetzt ein. Dazu kommt noch die schwierige Situation. Viele der Studie, das haben sich darauf eingestellt, dass sie sich jetzt mit der Förderung rechnen können, haben also schon Projekte entwickelt, haben mit Partnern aus dem Ausland gesprochen, schon Verträge vorverhandelt. Und jetzt plötzlich müssen sie denen sagen, nee, also ist leider doch nicht, weil ist jetzt das Geld alle für die nächsten 1,5 Jahre. Das, damit verspielen wir natürlich auch Vertrauen

einfach im Ausland.

Und bei, sagen wir mal hier,  
eins der PlayStation Studios,  
eins der Microsoft Studios oder andere große Studios,  
überlegen, nach Deutschland zu kommen,  
hier ein richtig großes Studio aufzumachen, was toll wäre,  
weil davon sich ja dann wieder kleine Ausgründen  
und einfach eine Kompetenz auch ins Land kommt,  
die bei uns zum Teil noch fehlt in dem Bereich AAA.  
Die überlegen ja nicht, ich mach mein nächstes Jahr  
für ein paar Monate ein Studio auf,  
sondern wenn die sagen, gehen an den Standort,  
sorgen hier dafür, dass 200 Leute  
ein super Team zusammenwächst.  
Das größte Kapital der Spieleentwicklung ist das Team.  
80% der Kosten von der Spieleentwicklung sind Personalkosten.  
Das heißt, wenn ich schaffe,  
wenn ich schaffe,  
wenn ich schaffe,  
einen super Team zusammenzustellen,  
dann halte ich das ganz lange an dem Standort,  
dann entwickelt ich nur einspielsammlere ganz viele.  
Da muss ich mich also darauf verlassen können,  
da ich dann die gleichen Standortbedingungen für Jahre habe.  
Da müssen wir dann arbeiten,  
zusammen Folgtien auch die Politik  
da noch ins Bild zu setzen  
dass da eine Langfristigkeit braucht,  
sonst kann man da nicht reösieren.  
Das Potenzial ist aber riesig.  
Also kann man echt was gewinnen,  
Lass mich das unterstreichen. Das Potenzial und das Talent ist absolut da. Wir haben so einen  
Überraschungshit gesehen, wie Dorfromantik mit dem niemand gerechnet hätte, von einem ganz  
kleinen Team von Studenten und international bekannt und erfolgreich geworden.  
Keen Games wurde vor sechs Jahren mit dem deutschen Hüterspielpreis ausgezeichnet, für Portal  
Knights auch international erfolgreich geworden.  
Das Spiel ist mit einem Spiel wie Desparados 3 im Prinzip zum Weltmarktführer geworden für  
Echtzeit-Taktik-Spiele oder Stealth-Strategy, wie Mimimi selber sagt.  
Wir haben die Ubisoft Studios in Düsseldorf und in Berlin, die jetzt, na klar, Anno gemacht haben,  
aber auch selber beteiligt sind an großen AAA-Projekten von Ubisoft wie jetzt im Avatar-Spiel.  
Also die Leute sind da und auch natürlich jetzt die Spieler, die beim DCP gewonnen haben oder  
nominiert waren.  
Und auf die Entwicklung an Mimimi hast du gerade angesprochen, München ist ein schönes  
Beispiel. Die haben erst quasi klassisch mit einem Publisher-Vertrag gearbeitet.



Inzwischen haben sie gesagt, hey, die Förderung ermöglicht uns nicht nur noch größere Spiele zu machen, sondern ermöglicht uns auch selber das Spiel zu vertreiben und selber noch stärker an der IP auch zu partizipieren und das nachhaltig für uns als Studio aufzubauen.

Das ist ja genau der Weg, den wir auch haben wollen, dass man quasi nicht um eine Finanzierung abzuschließen, immer stärker darauf gedrängt wird entweder die IP, die Rechte an der IP mit abzugeben oder auch einfach vielleicht Studioanteile dann verkaufen zu müssen.

Fertig legitim, wenn man das machen will, weil es strategisch sinnvoll ist, aber man sollte nicht gezwungen sein dazu, dann haben wir Milchnachteile wiederum gegenüber anderen Ländern, wo so eine Basisförderung einfach dafür sorgt, dass ich resistenter Studios aufbauen kann, wo ich auch selber am Ruder bin.

Der Umsatzanteil hatten deutsche Spiele, an dem insgesamt Spieleumsatz, der gemacht wurde.

Damit man sich das vorstellen kann, 100 Euro, die in Deutschland für Spiele ausgegeben werden, davon landen nur 5 Euro, weniger als 5 Euro in den Taschen von deutschen Entwicklern, weil die meisten 95 Euro gehen an ausländische Entwicklungsstudios, weil wir deren Spiele spielen.

Und das ist nur Deutschland, weltweit reden wir ja noch gar nicht. Das ist deutlich unter dem Potenzial, was wir haben, selbst bei Filmen, Büchern, Musik, da ist der Anteil deutlich höher.

Und das hat damit zu tun, wie viel wird eigentlich hier aus Deutschland heraus produziert.

Und wie gesagt, kulturell habe ich da ganz viele Argumente, warum das nicht so sein sollte, sondern wir unsere Geschichten erzählen sollten.

Polen ist total stolz, die Politik hat mal in Polen gesagt, polnische Kultur haben sie mit The Witcher mehr in die Welt getragen, als mit jedem Film, als mit jeder Musik oder jedem Buch der polnischen Kultur.

Das ist nur der kulturelle Bereich, der wirtschaftliche Bereich.

Wir wollen auch hier die Gelder erwirtschaften, warum sollen die nicht auch in Deutschland bleiben und natürlich der Innovationsaspekt kommt auch dazu.

Zum Beispiel, wenn wir an ein Studio wie Crytek denken, die da auch im Engine-Bereich einfach stark sind, aber leider oft allein auch weiter flur, wenn es ins Daumen diese Bereiche geht, weil dann tolle Innovationen, die hier entstehen und entstehen können, manchmal dann schneller weggekauft sind ins Ausland, weil hier die Finanzierungstecke nicht groß genug ist, als uns liebt.

Polen, wo du es gerade erwähnt hast, hat natürlich auch eine fantastische Indie-Szene mit den beispielsweise 11-Bit Studios, die This Or Off Mine gemacht haben oder Frostpunk, also neben The Witcher noch sehr viel mehr los auch dort.

Bist du manchmal, das ist ein bisschen, meine letzte Frage ist ein bisschen gemein, aber bist du manchmal neidisch ein bisschen auf andere Länder, auch wenn man jetzt guckt zum Beispiel auf den Schweden, wo OK AAA Entwicklung vielleicht mit Battlefield stattfindet, wenn es mal wieder ein gutes gibt,

aber wo es ja auch so viele kleine Early Access-Erfolge gibt, wie ein Satisfactory von den Coffee Stain Studios oder wie ein Wahlheim, was ja auch Coffee Stain gepublished hat, also bei dieser Indie-Talenz-Zuche, da auch mitbeteiligt war.

Bist du manchmal ein bisschen neidisch, wenn du so auf andere Länder guckst und glaubst du, wir haben tatsächlich, weil dieses Thema Förderung ja überhaupt erst in den letzten Jahren mehr Bewegung bekommen hat in Deutschland.

Wir haben auch zu viel verschlafen, so dass beispielsweise so ein kleiner oder so klein sind sie gar

nicht, so ein Indie-Förderer, so ein lokaler Publisher, wie ein Coffee Stain bei uns einfach nicht entstehen konnte, weil so viele lokale kleine Indie-Publisher in Deutschland, die ja vielleicht auch mal kleine Teams fördern und damit von staatlichen Förderungen unabhängiger machen könnten, das haben wir ja auch nicht mehr so in dieser Größe.

Glaubst du, wir haben zu viel verpennt?

Also weder neid noch zurückgekommen liegen in meinem Naturele.

Das heißt, ich fühle mich eher motiviert durch die Situation, weil die natürlich auch das beste Beispiel dafür ist, guckt mal, wie es da funktionieren kann.

Ich war jetzt letzte Woche gerade in Kanada und habe mir wieder die Studios da angeschaut und werbe eigentlich, sage jeder Politikerin, jeden Politiker, ihr müsst eigentlich mal dahin fahren und guckt euch doch mal an, wie es da ist, weil dann wissen wir, was hat gut funktioniert und was können wir hier eigentlich auch machen?

Es gibt ja Bereiche, als ich eine Suchmaschine beispielsweise in Konkurrenten zu Google oder Bing aufzubauen, das braucht man nicht mehr machen, da ist der Zug abgefahren.

Aber im Gaming-Bereich ist ständig so viel Innovation und so viel Dynamik drin, dass wenn ich heute ein Gaming-Studio eröffne, dann kann in zehn Jahren an der Weltspitze mitmachen, da spricht überhaupt nichts dagegen.

Das heißt, wir können da noch einsteigen ins Rennen und können uns motivieren lassen durch die anderen Beispiele, die es gibt.

Und auch durch die tollen Beispiele, die es in Deutschland schon gibt, weil es gibt fantastische Spiele, das sehen wir beim Deutschen Computerspielpreis.

Und das sollte uns motivieren, jetzt die richtigen Weichen zu stellen, damit wir dann auch in AAA-Bereich irgendwann, aber vor allen Dingen auch im gesamten Ökosystem, im gesamten Games-Universum, einfach noch viel mehr unseren Fußabdruck auch hinterlassen.

Ich finde, da sollten wir nicht neidisch, sondern selbstbewusst sein, dass wir als Deutschland auch in dem Bereich ordentlich mitspielen wollen, warum sollten wir uns abhängen lassen von anderen und den Anspruch aufgeben, damit zu spielen.

Das ist ein sehr schönes und motivierendes Schlusswort.

Ich bin sehr gespannt auf Crisis 4.

Das ist so das nächste Ding, von dem ich sagen würde, das könnte so AAA sein, ist aber noch weit weg.

Also da reden wir dann auch in 10 Jahren erst drüber, dann wahrscheinlich.

Nichtsdestotrotz Felix.

Ich sage vielen, vielen Dank, dass du dir die Zeit genommen hast, um mit uns durch diese vielen Zahlen dich zu wühlen und sie zu erklären.

Ich fand das wahnsinnig aufschlussreich und wahnsinnig lehrreich, um auch ein bisschen besser zu verstehen, was um uns herum in diesem Gaming-Kosmos, auf diesem Gaming-Markt in Deutschland eigentlich alles passiert.

Und wenn euch das auch gefallen hat und euch generell interessiert, dann lasst doch mal ein paar Kommentare da, schreibt, was euch da noch vielleicht im Detail besonders interessieren würde, schreibt, welche Themen ihr spannend findet, auch wenn man sich so einen Games-Markt anguckt oder auch die Spielerentwicklung in Deutschland an sich.

Lasst ein Like da, lasst ein Abo da, wenn ihr mögt, was ihr bei uns bekommt.

Und in diesem Sinne, bis zum nächsten Mal, macht's gut, tschüss.

Ciao.