

Im Rausch der Marktzahlen

Nachdem GamesMarkt in der letzten Ausgabe den „Games Markt Revenue Report 2011“ von Newzoo augenzwinkernd kommentiert hatte, kam es zu Verspannungen in der deutsch-niederländischen Freundschaft. GamesMarkt hakte zwar nach, die Skepsis aber blieb.

In schöner Regelmäßigkeit veröffentlicht Newzoo Zahlen für diverse Gamesmärkte, so auch für Deutschland. Am 13. Juli war es wieder so weit. Eine Mitteilung informierte darüber, dass Newzoo in seiner aktuellen Studie „Games Markt Revenue Report 2011“ dem deutschen Spielmarkt für 2011 Einnahmen in Höhe von 4,6 Mrd. Euro prognostizierte. Wie kann das sein?, fragte sich GamesMarkt, schließlich hatten GfK/BIU erst wenige Wochen zuvor deutsche Marktzahlen für 2010 vorgelegt, die neben Umsätzen aus Datenträgern und Downloads erstmals auch Gebühren aus Client- und Browsergames sowie Umsätze aus virtuellen Zusatzinhalten beinhalteten und einen Gesamtumsatz von 1,808 Mrd. Euro auswiesen. Die Differenz zwischen GfK/BIU IST 2010 und Newzoo Plan (= Prognose 2011) betrug demnach 2,743 Mrd. Euro. Somit wäre Deutschland der größte Gamesmarkt Europas und läge noch vor UK. In seiner Kommentierung verwies GamesMarkt (Ausgabe 15, S. 42) auf zwei Unterschiede in der Erhebungsmethodik von Newzoo und GfK. Ein Unterschied betraf die Größe der Stichprobe (GfK befragt 25.000 Personen, Newzoo 1500), ein weiterer die abgedeckten Altersgruppen, wobei dieser nicht zutraf, da beide – Newzoo und GfK – alle Altersgruppen zwischen zehn und 65 Jahren coverten. Der Kommentar bediente sich humorvoller Formulierungen („Ja, spinnen denn die Niederländer?“ und „Coffeeshops“), die bei Newzoo auf wenig Gegenliebe stießen und Peter Warman, den CEO von Newzoo, zu einer Stellung-

nahme („German Market Data: GfK/BIU and Newzoo“ auf www.newzoo.com) veranlassten: „At Newzoo, we are also known for our humour, but not when it comes to our core business, which is providing the best market data, specifically for the international games industry.“

Hornberger Schießen

So zu verfahren war natürlich Warmans gutes Recht, wenngleich er in der „main conclusion“ des GamesMarkt-Kommentars („that we, at Newzoo, had visited too many of Amsterdams' coffeeshops“) irrt, denn diese zielte darauf ab, dass GamesMarkt ein abschließendes Urteil von weiteren Recherchen abhängig machen wollte, um die gewaltige Diskrepanz, die zwischen GfK/BIU und Newzoo bestand, nicht besser, sondern überhaupt zu verstehen. Um das Ergebnis unserer Nachforschungen vorwegzunehmen: Sie gingen aus wie das Hornberger Schießen. Denn auch wenn kleinere Stichproben größere Schwankungsbreiten aufweisen als größere Samples, wenn rein computergestützte Webbefragungen in manchen Altersgruppen das Problem der Repräsentativität der Onlinebevölkerung haben, wenn GfK in seiner Datenermittlung anders als Newzoo keine Umsätze aus Social Media und Gebrauchsgütern berücksichtigt – eine nachvollziehbare Erklärung für den breiten Graben zwischen den beiden Marktvolumen fand GamesMarkt nicht. Auffällig war indes, dass beide Seiten unab-

hängig voneinander betonten, dass den Fragestellungen in diesen Erhebungen eine besondere Bedeutung zukommt (Wie haben sie gefragt?). Da aber beide Seiten keine detaillierten Informationen über die Erhebungsmethodik des anderen haben, wie sich auf Nachfrage zeigte, können sie die jeweils andere und ihre Ergebnisse auch weder be- noch widerlegen. Auch die von Newzoo vorgetragenen Argumente, dass die Games-MaFo der GfK vom BIU, der die größten Publisher vertritt, getrieben sei und deswegen an Glaubwürdigkeit verliere (analog zur NPD Group in USA), oder dass das Gamesbusiness und seine Umsätze (= Verbraucherausgaben) längst kein lokales Business mehr sei, überzeugen letztlich nicht. Fazit: GamesMarkt bezweifelt zwar die Ernsthaftigkeit des Unterfangens von Newzoo nicht, hält aber an der Validität der GfK-Zahlen fest. So gern GamesMarkt auch aus nationaler Perspektive den UK-Markt umsatzmäßig im Rückspiegel sehen würde ...

Harald Hesse

Newzoo-Prognose 2011

PC/Mac download	580 Mio €
PC/Mac boxed	1.060 Mio €
Console games	1.540 Mrd €
MMO games	470 Mio €
Mobile devices	350 Mio €
Casual websites	370 Mio €
Social networks	200 Mio €
Total	4,6 Mrd €