

Unterhaltung

Videospiele überholen Musik und Filme

Von Holger Schmidt



Vor allem spricht Nintendo auch "Nichtspieler" an

28. April 2008 Knapp 1,4 Milliarden Euro haben die Deutschen im vergangenen Jahr für Computer- und Videospiele ausgegeben - so viel wie nie zuvor und erstmals sogar mehr als für Musik oder Filme. „In diesem Jahr werden Spiele ihren Vorsprung ausbauen“, sagte Bernd Fakesch, Deutschland-Geschäftsführer des japanischen Spieleherstellers Nintendo, dieser Zeitung.

Er muss es wissen. Denn den Zuwachs um 21 Prozent im vergangenen Jahr hat die Spielebranche vor allem seinem Unternehmen zu verdanken. „Nintendo hat im vergangenen Jahr rund 1,8 Millionen Mal seine mobile Konsole Nintendo DS und 700000 Wii-Konsolen verkauft“, sagte Fakesch.

Damit hat Nintendo sowohl im Markt der stationären Konsolen, in dem das Unternehmen mit seiner Konsole Wii mit Sonys Playstation 3 und Microsofts Xbox 360

konkurriert, als auch mit der mobilen Konsole DS die Wettbewerber deklassiert und wird es in diesem Jahr wohl nochmals tun.

Nintendo DS ist treibende Plattform

Dabei hat die ganze Branche vor ein paar Jahren keinen Pfifferling mehr auf Nintendo gegeben. Über die Ankündigung, künftig mit neuen Spielkonzepten statt Hochleistungstechnik zu punkten, wurde in der Branche nur milde gelächelt. Damals galten möglichst schnelle Prozessoren und ausgeklügelte Grafiken als Erfolgsgaranten in der jungen, meist männlichen Zielgruppe. Doch der Markt hat sich gedreht. Gefragt sind heute vorwiegend Gelegenheitsspiele für Mädchen und Spieler jenseits der 35. Spiele wie „Dr. Kawashimas Gehirnjogging“ führen die Verkaufslisten an.

Zum Thema

Microsoft senkt Preise für Spielekonsole Xbox

Nintendo erzielt Rekordergebnis

Neue Konsolen bringen Spielebranche Umsatzschub

Computerspiele: Alle wollen die Games Convention

Videospiele: Schlangestehen für Halo 3

Viele Kunden seien mit Gehirnjogging eingestiegen und kauften jetzt weitere Spiele - wie die Trainingsspiele für die Augen, für Mathematik oder Englisch. „2007 wurden erstmals mehr Spiele für die Nintendo DS verkauft als für die Playstation 2. Das heißt: Die Nintendo DS ist jetzt die treibende Spielplattform“, sagte Fakesch. Zwei Drittel aller 3,7 Millionen verkauften Geräte stammten 2007 von Nintendo. Jede zweite Konsole war eine DS. In den Jahren zuvor war Sony mit der zweiten Generation seiner Playstation das Maß aller Dinge auf dem Spielmarkt.

Wii Fit soll Sportmuffel ansprechen

Jetzt legen die Japaner nach und bringen Wii Fit auf den Markt. Das Gerät sieht aus wie eine Waage, ist aber mit Sensoren vollgestopft, um die Bewegungen der Spieler zu erfassen. Das Board ersetzt das Steuerungsgerät, das die Bewegungen der Spieler bei der normalen Wii erfasst. „Wir wollen die Sportmuffel ansprechen, die das Wohnzimmer nicht verlassen möchten, um Sport zu treiben. Wir sehen Wii Fit als persönlichen Trainer, der Menschen über das Videospiele hinaus interessieren wird. Die Menschen können Yoga-Übungen machen, ihre Muskeln trainieren oder Gleichgewichtsübungen absolvieren“, sagte Fakesch.

In Japan hat Nintendo seit dem Verkaufsbeginn im Dezember nach Angaben von Marktforschern schon zwei Millionen Exemplare verkauft - oft an Frauen, die bisher kein Interesse an Videospiele gezeigt haben. „Das wird den Markt noch einmal erweitern. In Japan haben wir gesehen, dass Wii Fit für viele Menschen der Grund ist, sich überhaupt eine Wii zuzulegen“, sagte Fakesch.



Trotzdem macht Nintendo mit der günstigeren Wii das Geschäft

Ein paar hunderttausend Geräte sollen in diesem Jahr in Deutschland über die Ladentheke gehen, wenn nicht Lieferengpässe das Geschäft bremsen. Inzwischen sind sogar Krankenhäuser und Therapeuten an dem Gerät interessiert und erforschen, welche Übungen für medizinische Zwecke nutzbar sind. Über den Internetanschluss der Wii lassen sich die Übungen auch aus der Ferne beobachten.



Nintendos Deutschland-Chef Bernd Fakesch beim Training mit Wii Fit in seinem Büro

Google-Kanal auf der Wii

Darüber hinaus will Nintendo in seine Konsole neue Internetfunktionen einbauen, setzt aber nicht allzu große Hoffnungen auf ein schnelles Geschäft. „Online-Spiele werden seit Jahren als großer Zukunftsmarkt gehandelt, aber die Zahlen im Videospielemarkt geben das noch nicht her. Unser Spielkonzept sieht anders aus: Wir wollen, dass die Menschen gemeinsam Spaß haben - und das geht besser, wenn sie sich dabei in die Augen schauen können“, sagte Fakesch, wohl wissend, dass seine Zielgruppe eher selten im Netz unterwegs ist.

„Trotzdem werden wir Internetfunktionen der Nintendo Wii ausbauen, zum Beispiel für das Herunterladen von Spielen, aber auch für das Surfen im Internet oder das Lesen der E-Mails am Fernsehschirm im Wohnzimmer. Auf der Wii lassen sich auch eigene Internetkanäle einrichten. Zum Beispiel gibt es in Japan schon einen Google-Kanal auf der Wii. Der Online-Markt kann durchaus relevant werden. Aber

wir werden den Handel weiterhin zwingend brauchen; die überwiegende Zahl der Spiele, vor allem der Gelegenheitsspiele, wird auch in Zukunft im stationären Handel gekauft“, sagte Fakesch.

Nintendo-Konsolen helfen kleinen Entwicklern

Der Verkaufserfolg der Nintendo-Konsolen hat auch die Chancen der unabhängigen Spieleentwickler erhöht, sich gegen die Branchengrößen wie Vivendi/Activision und Electronic Arts zu behaupten. „Viele Entwickler in Deutschland setzen verstärkt auf Nintendo DS und Wii, weil diese Spiele mit überschaubarem Aufwand hergestellt werden können, aber trotzdem genug Umsatz versprechen, da die installierte Basis groß ist. Daher wird der Anteil der Gelegenheitsspiele weiter zunehmen, die für die neuen Zielgruppen interessant sind“, sagte Fakesch.

Während die Produktion aufwendiger Spiele für die Playstation 3 oder die Xbox 360 bis zu 20 Millionen Dollar kosten kann, lassen sich die Gelegenheitsspiele für die Nintendo-Konsolen deutlich günstiger herstellen. Hier kommt es mehr auf piffige Spielideen an. „Es wird stark davon abhängen, ob einer dieser Entwickler auf das falsche Spiel setzt, das sich dann nicht verkauft. Das Risiko ist für kleine Entwickler hoch. Unter den großen Entwicklern erwarte ich eine weitere Konsolidierung, sonst hätte die EU die Übernahme von Activision durch Vivendi-Blizzard wohl nicht genehmigt“, sagte Fakesch.



Gute Figur: Bernd Fakesch treibt mit Wii Fit Sport in seinem Büro

„Entscheidung für Messestandort Köln ist richtig“

Den umstrittenen Wechsel der Spielemesse Games Convention unter dem neuen Namen Games Com von Leipzig nach Köln bezeichnet Fakesch als solide Entscheidung. „Leipzig hat die Messe sehr gut organisiert. Aber die Mehrheit der Mitglieder des Branchenverbandes BIU will versuchen, die Games Com zu einer europäischen Leitmesse zu machen. Unter dieser Voraussetzung gab es eine Mehrheitsentscheidung, dass Leipzig nicht mehr der ideale Standort und der August nicht mehr der beste Zeitpunkt ist. Im Hinblick darauf, dass die europäischen Hauptquartiere der Spielehersteller die Messe unterstützen, ist Köln die richtige Entscheidung“, sagte Fakesch.

Bildmaterial: AP, Holger Schmidt / F.A.Z.

[Beitrag kommentieren](#)

FAZ.NET-Bildschirmschoner

Schon getestet? Der FAZ.NET-Bildschirmschoner zum Herunterladen unter www.faz.net/bildschirmschoner.

F.A.Z. Electronic Media GmbH 2001 - 2008
Dies ist ein Ausdruck aus www.faz.net.