

Social Gaming: Ein Trend wird zur Goldgrube

Von der Kommerzialisierung von Social Games profitieren alle Beteiligten

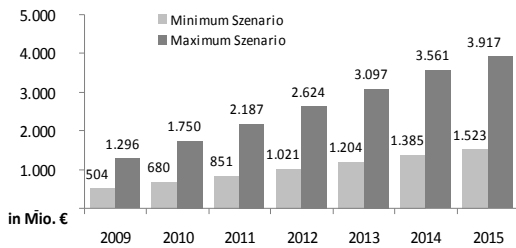
München, 20. April 2010 – Ob virtuelles Schweinezüchten auf der eigenen Farm oder Hobbykochen – Millionen von Usern verbringen ihre Zeit in sozialen Netzwerken mit Social Gaming. Ein Megatrend mit hohem Monetarisierungspotential: „Nicht nur die Gamesbranche und soziale Netzwerke können von der Kommerzialisierung des Social Gaming profitieren. Auch Payment Service Provider und die werbetreibende Industrie können sich diese Entwicklung zu Nutze machen. So kann beispielsweise der erwartete Umsatz der Item Sales durch Social Gaming auf Facebook von mindestens 680 Millionen Euro im Jahr 2010 auf 3,9 Milliarden Euro im Jahr 2015 steigen, wovon auch Bezahlplattformen profitieren“, so fasst Achim Himmelreich, Manager bei Mücke Sturm & Company die Ergebnisse der aktuellen Untersuchung der Münchener Unternehmensberatung zusammen.

Millionen spielen mit – andere machen spielend Millionen

Durch das Verknüpfen von sozialen Netzwerken mit der Spieleindustrie ist es erstmals gelungen, eine breite – bisher mit konventionellen Spielen nicht erreichte – Masse zu Onlinespielen zu bewegen. Das Geheimnis des Erfolges ist das so genannte Freemium-Konzept: Während die Mehrzahl der User kostenlos spielt, ist ein kleiner Teil bereit, Geld für zusätzlichen Premium-Content auszugeben. Durch diese zusätzlichen kostenpflichtigen Spielinhalte wird das Aufsteigen in höhere Level beschleunigt. „Dieses „Item Selling“ ist das Herzstück der Monetarisierung von Social Games“, so Achim Himmelreich. Rund 90 Prozent der Umsätze von Social Gaming werden dadurch generiert.

Mücke, Sturm & Company hat am Beispiel Facebook errechnet, welches Umsatzpotential Item Sales bieten: Beim konservativen Ansatz wurde von einem Anteil von 2 Prozent zahlenden Social Gamern ausgegangen, im optimistischen Szenario von 4

Prognostiziertes Umsatzwachstum von Item Sales durch Social Gaming auf Facebook



Quelle: Mücke, Sturm & Company

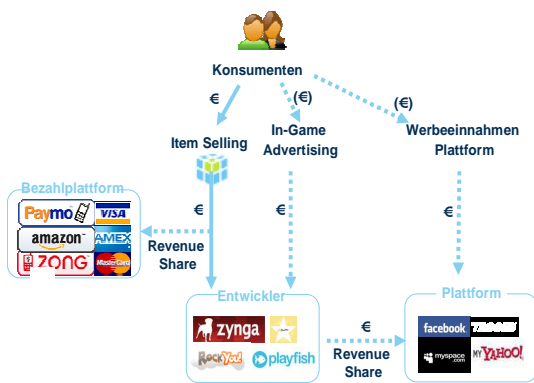
Plattformen, sondern auch Kreditkartenanbieter, PayPal, Paymo oder Zong, über die die Abrechnung der Item Sales läuft: Sie verdienen je nach Anbieter zwischen 3 und 20 Prozent an den Mikrotransaktionen. Auf den ersten Blick geringe Beträge laufen durch die Masse an Spielern zu hohen Summen auf.

Prozent.

Demnach beläuft sich der für 2010 erwartete Umsatz der Item Sales innerhalb von Social Games auf Facebook zwischen 680 Millionen und 1,7 Milliarden Euro.

Von Item Sales profitieren aber nicht nur die Spiele-Entwickler und die sozialen

Monetarisierung von Social Gaming



Quelle: Mücke, Sturm & Company

Auch andere Beteiligte gewinnen mit Social Gaming: In-Game Advertising eröffnet der werbetreibenden Industrie bisher ungenutzte Potentiale. So können ihre Produkte in die Spiele integriert werden oder sie entwickeln gleich ihre eigenen Games.

Zielgruppen gerichtetes Targeting, die Ausspielung von Werbebannern und Empfehlungen mit hoher Relevanz lässt die Kasse der sozialen Netzwerke klingeln.

Aufgrund des hohen Monetarisierungspotentials rechnet die Unternehmensberatung in den kommenden Monaten mit folgenden Entwicklungen bei Social Gaming:

- Öffnung weiterer Plattformen für Drittanbieter
- Aufbau sozialer Gaming Plattformen auf diversen Online-Portalen
- Wachsendes Interesse an mobilem Social Gaming
- Eintritt weiterer Big Player der Games- und Medienindustrie in die Social Gaming-Industrie

Mit Wachstumsraten von bis zu 35 Prozent in 2010 ist Social Gaming das derzeit am stärksten wachsende Segment der Spieleindustrie. „Wer also an der Erfolgsstory Social Gaming teilhaben möchte, der sollte sich beeilen – jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt dafür“, empfiehlt Achim Himmelreich.

**Mehr zu Mücke, Sturm & Company unter
www.muecke-sturm.de**

Pressekontakt
Bianca Frömer
Marketing & PR-Referentin
Mücke, Sturm & Company GmbH
Theresienhöhe 12 D-80339 München

Tel +49 (89) 46 13 99 135
Fax +49 (89) 46 13 99 777
Mobil +49 (151)58243360
E-Mail b.froemer@muecke-sturm.de

Über Mücke, Sturm & Company GmbH:

Telekommunikation, Informationstechnologie, Medien und Entertainment (TIME) gewinnen in Wirtschaft und Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Damit steigt auch die Nachfrage nach kompetenter Managementberatung mit ausgewiesenem Branchen-Know-How. Gegründet 2002 von ehemaligen Mitarbeitern der internationalen Top-Unternehmensberatung A.T. Kearney, hat sich Mücke, Sturm & Company (MS&C) aufgrund seiner Branchenexpertise und Erfahrung auf die TIME-Märkte spezialisiert. MS&C begleitet ihre Klienten von der Strategieentwicklung bis zur Umsetzung und entwickelt mit ihnen in partnerschaftlicher Zusammenarbeit individuelle Lösungen für komplexe Fragestellungen. Gemeinsames Ziel ist es, Wachstumschancen zu nutzen und die Leistungsfähigkeit der Klienten dauerhaft zu verbessern, so dass nachhaltige Wettbewerbsvorteile entstehen. Die hohe Ergebnisqualität gewährleisten hervorragend ausgebildete Mitarbeiter mit einem breiten Einsatzspektrum und langjähriger Erfahrung. MS&C zählt im deutschsprachigen Raum zu den führenden Unternehmensberatungen der TIME-Branche mit derzeit 55 Mitarbeitern und hohen zweistelligen Wachstumsraten. Zu den Klienten zählen die größten deutschen Unternehmen dieser Industriesektoren