



Der Sony-Stand ähnelte in diesem Jahr wieder einer Lounge. Hier können Gamer die neuen Titel in angenehmer Atmosphäre anspielen

Game on

Keine Frage: Die gamescom in Köln ist das Messehighlight des Jahres für die Gaming-Industrie. Während große Player wie gewohnt auf bombastischen Messeständen ihre Muskeln spielen ließen, konnten auch in diesem Jahr kleine Entwicklerstudios mit Innovationen und frischen Ideen die Massen begeistern.

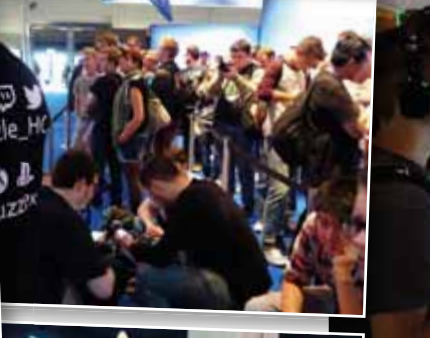
Mittwoch, zehn Uhr, Köln, auf dem PlayStation-Stand der gamescom 2014: Hier tummeln sich bereits hunderte Menschen um sich die neuesten Spiele und Entwicklungen des Tech-Riesen anzuschauen. Wuselnde Promoter, aufgeregte Journalisten mit Kameras und Notizbüchern sowie einige skurril verkleidete Besucher, sogenannte „Cosplayer“, trifft man hier an. Nach einem Gang über die Messe bestätigt sich der erste Eindruck: Das Interesse und die Begeisterung an digitaler Unterhaltung ist nicht nur ungebrochen, es wächst mit jeder gamescom.

Das zeigt sich auch an der Entwicklung der Aussteller- und Besucherzahlen. Beeindruckende 700 Aussteller (+ 10 %) aus 47 Ländern präsentierten in diesem Jahr in Köln der Weltöffentlichkeit ihre Neuheiten. Kein Wunder: Denn mit mehr als 335.000 Besuchern – darunter 31.500 Fachbesucher (+ 6 %) mehr als im Vorjahr – war die Messe ein echter Publikums-magnet. Das gilt gleichermaßen für Fach- wie für Privatbesucher. Zusätzlicher Beleg: Bereits 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn waren alle Tagestickets für Privatbesucher im Vorverkauf vergriffen.

Das Publikum besteht dabei längst nicht mehr nur aus den typischen blasshäutigen Jungs mit dicker Brille, sondern auch immer mehr Frauen und Familien finden den Weg zur gamescom. Denn die Hersteller zielen mittlerweile nicht mehr nur auf „Core-Gamer“ ab – also auf sehr ambitionierte Spieler – sondern sie entwickeln Spiele für die Masse. Den Grundstein hierfür legten Mobile Games und Browser-Spiele. Und so findet man auf der gamescom eine Vielfalt verschiedener Spiele, die vor ein paar Jahren nicht vorhersehbar war.

STICHWORT SAISONGESCHÄFT

Das Jahr 2014 ist ein gutes Jahr für Spieler. Besonders zum Weihnachtsgeschäft erwartet eifrige Zocker eine Flut von neuen Titeln. Vorgestellt wurden sie alle auf der gamescom. Großer Beliebtheit erfreuen sich aktuell besonders die grafisch beeindruckenden Titel für die neue Konsolengeneration. Entsprechend imposant waren auf der Messe die Stände von Electronics Arts, Ubisoft, Microsoft und Co. Groß promotete Spiele wie der Shooter „Destiny“ oder das neue „FIFA“ waren die Hauptdarsteller, wie zu erwarten. Wer den Controller dafür in die



Hände bekommen wollte, musste nicht selten Warteschlangen von bis zu vier Stunden in Kauf nehmen. Dafür hatten die Besucher allerdings wie jedes Jahr das Privileg, die Spiele zum ersten Mal selbst ausprobieren zu dürfen. Denn die gamescom ist eben keine reine Fachbesuchermesse wie die „E3“ in Los Angeles. Auch und besonders dadurch, wächst die Bedeutung der Messe für die Entwickler immer weiter.

GUTE GESCHÄFTE

Während die Besucher eifrig in den Hallen der Entertainment Area ihre Lieblingstitel ausprobieren konnten, ging es in der Business Area etwas anders zu. Schon die Kleidung verrät auf den ersten Blick, dass hier Geschäfte gemacht werden: Bedruckte T-Shirts und kurze Hosen weichen im Business Bereich Anzug und Krawatte. Und die Terminkalender der Unternehmen sind in diesen Tagen prall gefüllt. „Die Branche geht nach der gamescom sehr zuversichtlich in das zweite Halbjahr 2014“, resümiert Dr. Maximilian Schenk, Geschäftsführer des BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware.

Zurück im Ausstellungsbereich für „Normalsterbliche“, abseits der großen Hersteller: Sogenannte „Indie“-Games (Independent Games) sind zahlreich wie nie auf der gamescom vertreten. Mit smarten Spielkonzepten und viel Liebe zum Detail gewinnen sie in den letzten Jahren mehr und mehr die Gunst der breiten Masse. Geschicklichkeitsspiele wie „Mercury Shift“ oder das Adven-

ture-Spiel „Rime“ erfreuen sich mittlerweile auch immer größerer Beliebtheit. Daher sind es auch viele Frauen, die den Weg an diese Stände finden. Denn spätestens seit dem enormen Erfolg von „Minecraft“ haben Indie-Games in der Branche einen Fuß in der Türe.

Mittwoch, halb sechs, Köln, die Messehallen leeren sich. Eilig hasten die restlichen Besucher noch einmal durch die Hallen, um doch noch einen Blick auf ihre Lieblingstitel werfen zu können. Viele der Fachbesucher verlassen die Messe Richtung Bahnhof Deutz oder einen der Parkplätze. Ein hektischer Messetag neigt sich dem Ende zu. Auch in diesem Jahr hat die gamescom einmal mehr eindrucksvoll bewiesen, wie groß das mediale und allgemeine Interesse an Videospielen in Deutschland ist. Hinter verschlossenen Türen laufen bereits die Vorbereitungen auf die gamescom 2015 auf Hochtouren. Der Handel geht mit jeder Menge Impulsen vom Messegelände – nicht nur, aber ganz besonders für das Saisonsgeschäft. ■



Die sympathische und einladende Stimmung bei Nintendo verlockte dazu, sich für eine Weile mit dem „3DS“ am Stand niederzulassen



Konkurrent Microsoft lässt die Muskeln spielen: Prominente Titel wie „Halo“ waren auch in diesem Jahr Publikumsmagneten