

Pressemitteilung**Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.****Bianca Volk**

09.08.2022

<http://idw-online.de/de/news799575>Forschungs- / Wissenstransfer
Medien- und Kommunikationswissenschaften, Sportwissenschaft, Wirtschaft
überregional**Wird die digitale Spieleindustrie schrumpfen? VHB expert André Marchand zum wirtschaftlichen Ausblick**

Mit der Gamescom findet demnächst wieder die weltweit größte Messe für digitale Spiele statt. Die digitale Spieleindustrie erwartet für 2022 einen neuen Umsatzrekord von über 200 Milliarden US\$. Prof. Dr. André Marchand, geschäftsführender Direktor des Instituts für Service und Relationship Management an der Universität Leipzig, nennt Umsatzrückgänge bei den Smartphone-Spielen, während Abonnement-basierte Modelle und E-Sport weiter wachsen.

Digitale Spiele während der Corona-Pandemie

Die digitale Spielindustrie profitierte von pandemiebedingten Offline-Kontaktbeschränkungen und wuchs entsprechend in 2020 und 2021 enorm. Viele digitale Spiele ermöglichen bereits seit mehreren Jahrzehnten soziale Austauschprozesse zwischen Spieler*innen und virtuelle gemeinsame Erlebnisse.

Zurück zur Normalität?

In 2022 gibt es mehr Offline-Freizeitmöglichkeiten als in den beiden Jahren zuvor und somit mehr Konsum-Konkurrenz für digitale Spiele. Analysten erkennen bereits einen Nachfragerückgang auf Smartphones. Die verstärkte Home Office-Nutzung und eine mögliche Wirtschaftskrise könnte die Nutzung und Werbeeinnahmen für diese oft unterwegs genutzten Spiele negativ beeinflussen. Im Gegensatz dazu prognostizieren viele Analysen ein weiteres Nachfragewachstum für sogenannte AAA-Spiele mit hohem Entwicklungsbudget, ähnlich wie Blockbuster in der Filmindustrie.

Schrumpfender Spielemarkt?

Die Anzahl der Menschen mit geeigneter Spiele-Hardware und schnellen Internetzugängen wächst weiterhin signifikant. Hinzu kommen spannende Innovationen der Spielindustrie. Das in 2016 erschienene Virtual Reality Headset von Sony (PlayStation VR) hatte zwar trotz einer beeindruckenden Anzahl von über 600 VR-Spielen mit nur 5 Mio. Verkäufen keinen durchschlagenden Erfolg. Das könnte sich für Sonys zweite VR-Generation oder neue VR- und Augmented Reality (AR)-Angebote der Konkurrenz (z.B. Meta und Apple) in Zukunft ändern. Auch entdecken mehr Konsument*innen derzeit Abo-Modelle für Spiele (z.B. Xbox Game Pass). Dort können sie sich, ähnlich wie z.B. bei Netflix, einen Zugriff auf riesige Spiele-Bibliotheken freischalten, ohne diese Spiele separat kaufen zu müssen. Ein weiterer interessanter Trend ist die wachsende Begeisterung für E-Sport, also der sportliche Wettkampf innerhalb digitaler Spiele in Einzel- oder Mannschaftswettbewerben. Nachdem der jährliche Umsatz im professionellen E-Sport längst die Milliarden US\$-Grenze überschritten hat, nimmt auch die Relevanz für den Breitensport zu.

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Dr. André Marchand
Institut für Service und Relationship Management
Universität Leipzig
marchand@wifa.uni-leipzig.de

Originalpublikation:

https://vhbonline.org/fileadmin/user_upload/VHB_experts.Statement.Digitale.Spieleindustrie.pdf

URL zur Pressemitteilung: <https://vhbonline.org/vhb-experts>



Gaming Area in Waiblingen, Deutschland
Ella Don