



Daten, Fakten, Hintergründe

Marktführer im deutschsprachigen Raum

INTENIUM baut durch kontinuierlich neue Produktentwicklungen seine Marktführerschaft im deutschsprachigen Raum weiter aus und entwickelt sich zu einem der erfolgreichsten Publisher von Casual Games in Europa. Dabei kann INTENIUM auf eigene Entwicklungsstudios für den PC-, Online- und Konsolenbereich zurückgreifen und verfügt über direkte Vertriebswege im Handel und Internet. Allen voran die INTENIUM-Spiele-Plattformen www.deutschland-spielt.de und www.screenseven.com. Jährlich veröffentlicht das Unternehmen insgesamt über 200 neue Produkte, darunter eine große Zahl von Eigenentwicklungen, aber auch ausgewählte Lizenzprodukte anderer Entwickler.

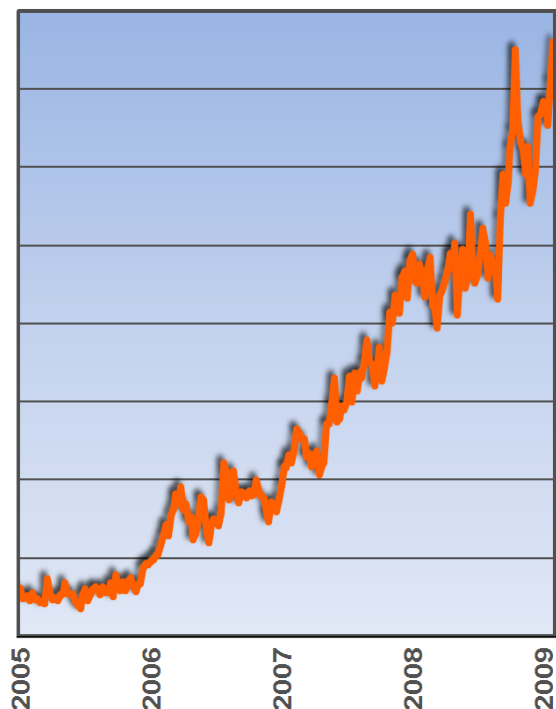
Neuestes Projekt von INTENIUM ist Gamepoint.de, eine innovative Social Community Gaming Plattform, die Online-Multiplayer-Spiele mit ausgeprägten Community-Elementen kombiniert. Dem User werden bekannte Gesellschaftsspiele wie Montagsmaler, Rommée, Solitaire, Schach und Sudoku geboten, die er gemeinsam mit anderen online spielen kann. Darüber hinaus werden Ausbau des Konsolengeschäftes, sowie die Gründung ausländischer Niederlassungen zur Stärkung des Vertriebs auf europäischer Ebene vorangetrieben. Der Launch von „Wickie und die starken Männer“ für den Nintendo DS© ist für das 2. Halbjahr 2009 vorgesehen.

Erfolgskonzept

Der strategische Vorteil von INTENIUM ist die *Verbindung von Produktentwicklung, Marketing und Vertriebsstruktur* unter einem Dach. Marktinformationen fließen unmittelbar in die Game-Entwicklung ein, um für die Internet- wie Retailvermarktung neue Produktkonzepte gezielt umsetzen zu können. INTENIUM genießt so einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil vor reinen Distributoren oder Entwicklern.

Deutschland-spielt.de ist die größte *unabhängige Spiele-Plattform* für Casual Games im deutschsprachigen Raum mit mehreren Millionen treuer Kunden. Die Seite verzeichnet pro Monat siebenstellige Downloadzahlen und verdoppelt die Zahl der heruntergeladenen Spiele etwa alle sechs Monate. Die innovative *GameCenter-Technologie* ermöglicht eine einmalige Kombination von Online- und Retailgeschäft, von dem auch viele der Partner profitieren. Zu den *Vertriebspartnern* von INTENIUM gehören reichweitenstarke Internet-Plattformen wie Bild.de, Sat1.de, [Avanquest](http://Avanquest.com), [PC Advisor](http://PCAdvisor.com), [Gamesload](http://Gamesload.com), [T-Pay](http://T-Pay.com), Computerbild.de, sowie die großen Retailer wie z.B. [Saturn](http://Saturn.de), [Blokker](http://Blokker.de), [Bart Smit](http://BartSmit.de), [MediaMarkt](http://MediaMarkt.de) und [Weltbild](http://Weltbild.de).

Downloads national



Durchschnittliche Wachstumsrate in den letzten vier Jahren beträgt: **+71,4 % p.a.**





Background Casual Games

Was ist das Besondere an Casual Games?

Casual Games sind schnell zu erlernende, besonders leicht zu bedienende Spiele für Jedermann, die den Spielspaß in den Vordergrund stellen. Spielsessions von einigen Minuten sind ebenso möglich wie ausgedehnte Spielrunden von mehreren Stunden Dauer. Größtenteils handelt es sich um Logik-, Puzzle-, Jump'n'Run- und so genannte Wimmelbild-Spiele, aber auch um Umsetzungen bekannter TV-Shows wie zum Beispiel „Das Quiz mit Jörg Pilawa“. Als Urväter der Casual Games gelten Spiele wie Tetris oder Microsofts Solitaire. Aktuell erfreuen sich auch Konsolentitel wie „Dr. Kawashimas Gehirnjogging“ großer Beliebtheit. Der Spaß am Spiel, verknüpft mit schnellen Erfolgserlebnissen, steht bei Casual Games im Vordergrund. Weltweit einheitlich im Internetvertrieb ist das „Try-Before-Buy-Modell“, das Spielern die Möglichkeit bietet, die Games herunterzuladen und zunächst für eine bestimmte Dauer kostenfrei zu testen. Der typische Preisrahmen für Casual Games liegt zwischen 10 und 20 Euro.

Wer spielt Casual Games?

Auffällig ist der besonders hohe Anteil von Frauen über 35: Sie stellen mit einem Anteil von über 60 Prozent die deutliche Mehrheit der Spieler. Weltweit spielen über 200 Millionen Menschen regelmäßig Casual Games. Damit gibt es deutlich mehr Casual Gamer als Haushalte, die mit einer Spielkonsole ausgestattet sind. Die durchschnittliche Spieldauer beträgt nach einer US-Studie (AOL DMS Survey) bei 9 Stunden wöchentlich. Entspannung, Ablenkung und Stressbewältigung werden als häufigstes Nutzungsmotiv genannt.

Wie entwickelt sich der Markt?

Casual Games haben sich zum Zugpferd der gesamten Spiele-Industrie entwickelt. Allein in den USA hat der Casual-Games-Markt 2008 ein Umsatzvolumen von mehr als 2 Milliarden US-Dollar erreicht. Nach Einschätzung der Marktforscher steht den Casual Games aufgrund ihrer enormen Reichweite und der schnell breiter werdenden Zielgruppe eine weit größere Zukunft bevor als den Core Games. Zukünftige Erlöspotenziale sehen Experten in der Verknüpfung von Casual Games mit Communities und Mehrspieleroptionen, neuen Vertriebsformen wie Flatrates, sowie in der Integration von Werbung in Spielen.

Hamburg, 2009

Management-Team



Thorsten Kolisch begann 1997 als Projektleiter bei der Me, Myself & Eye Entertainment GmbH. Bei der Unternehmensberatung A-HEAD/Valtech war er von 1999–2001 als General Manager tätig. Im Anschluss verantwortete er als Executive Producer die Online-Aktivitäten der MME AG. Seit 2003 ist Thorsten Kolisch Gesellschafter und Managing Partner der INTENIUM GmbH und verantwortet die Bereiche Business-Development Online und US Markt.



Konstantin Nikulin gründete 1998 eine Software-Entwicklungsfirma in Kaliningrad und legte einige Jahre später den Grundstein der INTENIUM GmbH in Hamburg. Konstantin Nikulin ist ausgebildeter Ingenieur für Luft- und Raumfahrt, war Entwicklungsleiter bei Gazprom und begann Ende der 90er Jahre seine Karriere in Deutschland in den Bereichen Medien und IT. Als Gesellschafter und Managing Partner verantwortet Konstantin Nikulin heute die Bereiche strategische Partnerschaften und Produktentwicklung.



Klaus Schmidt leitete sechs Jahre lang den Bereich Controlling&Logistik bei der FIELMANN AG, bevor er von 1992 bis 2002 Geschäftsführer der Ganske Verlagsgruppe (u.a. Jahreszeiten Verlag, Hoffmann und Campe) wurde. Danach verantwortete er als CEO die intan media group mit Schwerpunkt im Direktmarketing. Seit 2005 ist Klaus Schmidt Managing Partner der INTENIUM GmbH und für die Bereiche Business-Development Retail & Console, sowie die Internationalisierung innerhalb Europas verantwortlich.



Nils Wriedt begann seine berufliche Laufbahn 1997 in der Delton-Gruppe und wurde 2001 Leiter Controlling/Treasury der Microlog Logistics AG mit den Schwerpunkten Unternehmensfinanzierung und Mergers & Akquisition. 2003 wechselte er in die Geschäftsführung der Microlog-Gruppe. Seit 2005 ist Nils Wriedt Gesellschafter und Managing Partner der INTENIUM GmbH und verantwortet die Bereiche Finance, Human Resources und Legal Affairs.

Pressekontakt: Frank Plümer, plümer)communications
Tel. +49 (0)40 35 70 13 50, E-Mail: fp@pluemercommunications.de