

Greentube AG

Pressespiegel

26. Januar 2009

1 Schlagzeile



CLIP Mediaservice GmbH

Taubstummengasse 4 A-1040 Wien
Tel +43(1) 503 25 35 Fax +43(1) 503 25 35-20
www.clip.at kundencenter@clip.at

Inhaltsverzeichnis

Fast live auf der Streif

Quelle: Salzburger Nachrichten 24.01.2009 Seite 21
Greentube

Seite 3

Thema: Greentube

Autor: Helmut Kretzl

Fast live auf der Streif

Hahnenkamm. Eine Wiener Firma mischt mit ihrem PC-Spiel ordentlich mit.

HELMUT KRETZL

WIEN (SN). Am Wochenende steht das Kitzbüheler Hahnenkammrennen auf dem Programm – und auf unzähligen Schreibtischen des Landes wird schon intensiv trainiert. Es sind weniger Athleten als vielmehr Schüler, Hausfrauen und andere Normalsterbliche, die den Nervenkitzel des Abfahrtsklassikers am PC erleben wollen.

Bereits zum fünften Mal bietet die Wiener Softwarefirma Greentube ihr virtuelles Skispektakel im Internet an, und heuer werden so viele Spieler teilnehmen wie nie zuvor. Greentube-Chef Eberhard Dürrschmid rechnet mit bis zu vier Millionen Downloads der kostenlosen „Ski Challenge 2009“ (www.skichallenge09.com).

Für die über Tastatur gesteuerten „PC-Rennläufer“ ist die Teil-

nahme kostenlos. Die Einnahmen erfolgen durch Werbung beim virtuellen Skirennen, am Starthäuschen, auf den Trikots, am Pistenrand – vergleichbar jener im Fernsehen. „Die Teilnehmer empfinden die Werbung nicht als störend, es hat sich vielmehr gezeigt, dass sie beim Skirennen einfach dazugehört“, erzählt Dürrschmid, der diese Art der Werbung erstmals in Spiele integriert hat. Dieses „In Game Advertising“ ermöglicht die kostenlose Nutzung, analog zur Internetsuchmaschine Google.

Greentube auch in den USA

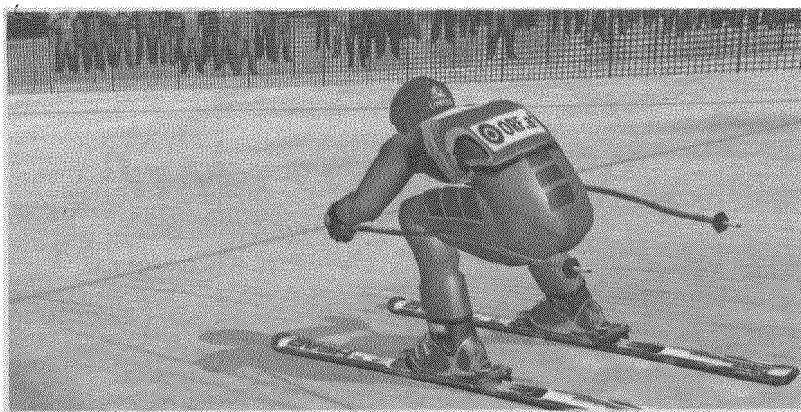
Greentube verkauft die Ski Challenge samt Werbeflächen im Paket an nationale Fernsehstationen, außer dem ORF noch einem knappen Dutzend weiterer Stationen europaweit. Die Skiabfahrt ist

zwar „das beste Pferd im Stall“, aber nicht das einzige Greentube-Produkt. Auch andere Sportereignisse werden angeboten, wie etwa die Fußball Challenge, die im Vorjahr anlässlich der Europameisterschaft auf den Markt kam. „Das Ganze soll mehr sein als ein Spiel, nämlich ein Event“, sagt Dürrschmid. Nur so seien Wachstumsraten von 50 und 100 Prozent bei Umsatz und Nutzern erklärbar.

Im Geschäftsjahr 2008/09 (per Ende Juni) will Greentube eine Umsatzsteigerung von sieben auf zehn Mill. Euro einspielen, seit Jahren schreibt man schwarze Zahlen. Diese Entwicklung ist nur möglich dank Expansion ins Ausland. Die Exportquote liegt bereits bei 75 Prozent, insgesamt gibt es bereits 15 Mill. Nutzer weltweit. Außerhalb Europas sind Greentube-Spiele auch in den

Thema: Greentube

Autor: Helmut Kretzl



Realitätsnahe Onlinespiele wie Skirennen bietet das Wiener Softwareunternehmen Greentube weltweit an.

Bild: SN

USA und in Kanada herunterzuladen. In den nächsten Jahren sollen Südamerika, Indien und andere Länder Asiens folgen.

Begonnen hat das 1997 gegründete Unternehmen mit „2D-Spielen“ wie Schnapsen, Backgammon, Domino oder Solitaire. Noch heute entfällt rund die Hälfte der Umsätze auf Karten- und Brettspiele. Hohe Werbeeinnahmen sind hier nicht möglich, auch die Wachstumsmöglichkeiten sind begrenzt. Diese klassischen Spiele sprechen eher ältere Spieler an, Einnahmen kommen nicht aus der Werbung, sondern Greentube be-

hält einen Teil der Spielsumme ein. Entwickelt wird nur in Österreich. Rund 80 Mitarbeiter sind in der Zentrale in der Wiener Mariahilfer Straße beschäftigt, davon gut die Hälfte in der Entwicklung. Man habe sich gegen Auslagerungen entschieden, „das erleichtert die Kommunikation und macht schnellere Entscheidungen möglich“, sagt Dürschmid.

Aktualität ist oberstes Prinzip. Für das Hahnenkammrennen wird sogar das Wetter kurzfristig eingespielt, um die Illusion möglichst realitätsnahe zu machen. Inklusive vereister Piste.