



Microsoft, Electronic Arts und Co. werden zu mächtig

# DIE ENDBOSSE

Sie scheffeln Milliarden, tricksen bei den Steuern und verhindern fairen Wettbewerb. Publisher sind auf dem Weg zum Monopol. Noch profitieren wir davon. Von Martin Dietrich

Die Ankündigung kam aus dem Nichts und war doch keine Überraschung. Dass Microsoft zukünftig der Publisher von Spielreihen wie Fallout, The Elder Scrolls oder Doom sein wird, hatten wohl selbst die kühnsten Marktanalysen Anfang des Jahres nicht auf dem Schirm. Die 7,5 Milliarden US-Dollar schwere Übernahme von Bethesda-Mutter ZeniMax Media vor einigen Wochen ist aber im Kontext der aktuellen Geschäftsstrategie des Windows-Herstellers nur die nächste logische Konsequenz. Schon kurz nach Bekanntgabe des Deals wurden Stimmen laut, dass vor allem Microsofts Game Pass der große Gewinner sei und als Netflix-Äquivalent immer attraktiver werde. Das dürfte ein triftiger Grund gewesen sein, wie die Zahlen beweisen. Abonnierten im April 2020 noch zehn Millionen Leute den Service, sind es jetzt schon über 15 Millionen.

Hinter der Akquisition steht aber auch eine Strategie, die fast alle Techkonzerne verfolgen, egal wie unterschiedlich sie auf den ersten Blick erscheinen. Sukzessive arbeiten sie an ihrer technischen wie gesellschaftlichen Unausweichlichkeit. Wer heute am digitalen Leben teilhaben will, kommt an Google, Amazon oder Facebook kaum mehr vorbei. Die Firmen haben Infrastrukturen aufgebaut, die eine Nicht-Teilnahme seitens der Kundschaft nur unter großem Aufwand möglich machen. So kümmert sich der Ama-

zon Web Service (AWS) um 30 Prozent der globalen Cloud-Nachfragen. Dienste wie Dropbox, Spotify oder Netflix nutzen ihn und machen damit Amazon noch integraler fürs alltägliche Leben. Google kopiert ungefragt Webseiten und Datenbanken Dritter, um ihre Suchmaschine weiter essenziell zu halten. Die gigantische Marktmacht der Internet-Leitunternehmen beruht auf aggressiver Ex-

pansion und einer strukturellen Benachteiligung derer, die es wagen, sich ihnen in den Weg zu stellen. Vor Kurzem schaute sich der US-Kongress das Silicon Valley in einer monatelangen Untersuchung genauer an, wozu er auch die Männer an der Spitze zum Rapport einlud und mehr als 1,3 Millionen Dokumente sichtete. Im von den Demokraten verfassten Bericht kommen die Abgeordneten



Half-Life 2 war die langersehnte Fortsetzung eines Shooter-Meilensteins und der Wegbereiter für Valves hauseigenen Online-Distributionskanal Steam, der lange Zeit unangefochten existierte. Die bequeme Art und Weise, Spiele online zu kaufen und zu managen, machte Valve-Chef Gabe Newell zum Milliardär und revolutionierte den Spielemarkt.



Auch Nintendo versuchte in der Vergangenheit immer mal wieder, monopolistische Strukturen durchzudrücken und Konkurrenten unsanft beiseite zu schieben. Staatliche Institutionen können dann Unternehmen abstrafen oder sogar zerschlagen.



Hinter vielen erfolgreichen Sportsimulationen steht Electronic Arts, die dank exklusiver Lizenzrechte reale Sportvereine und Spielernamen benutzen dürfen. Konkurrenzprodukte ohne solche Deals haben einen erheblichen Nachteil gegenüber EAs Lizenzpower.

zu dem Schluss, dass wettbewerbsverzerrende Monopole entstanden seien, »wie es sie zuletzt im Zeitalter der Ölbarone und Eisenbahn-Tycoons gab«. Inzwischen bereitet die US-Regierung sogar eine Klage gegen Google wegen Ausnutzung seiner Monopolstellung bei Suchmaschinen vor.

Auch die EU-Kommission moniert die absolutistische Stellung der Firmen und arbeitet derzeit an Gesetzen, um den Internet-Königen die Krone ein wenig zurechtzustutzen. Schaut man sich jetzt unter diesen Gesichtspunkten die Videospelbranche an, werden einige Gemeinsamkeiten deutlich – auch wenn es noch nicht so akut ist.

#### **Publisher werden immer mächtiger**

Im Videospelbusiness sind es vor allem Microsoft, Sony, Valve und Nintendo, die relativ widerspruchsfrei ihr Reich regieren können und anderen ihre Regeln aufdrücken. Schließlich muss jeder, der auf der Konsole ein Spiel veröffentlichen will, den Plattformbesitzern gehorchen. Und auf dem PC konnten es sich lange Zeit nur die wenigsten leisten, nicht auf Steam zu erscheinen. Zwar profitierte die Kundschaft bisher davon, dass nur einige wenige Unternehmen an der Spitze stehen. Ihre immer stärker werdende Marktdurchdringung mithilfe eigener Ökosysteme steht jedoch im krassen Gegensatz zum freien Wettbewerb, den unser Wirtschaftssystem eigentlich verspricht. Langfristig kann diese Machtkonzentration erhebliche Nachteile mit sich bringen, wenn ein ganzes Medium unter der Ägide der gleichen Unternehmen steht.

Monopolvorwürfe sind für die Branche nichts Neues. Anfang der 90er-Jahre kontrollierte Nintendo über 80 Prozent des US-amerikanischen Videospelmarktes, nachdem dieser ein paar Jahre zuvor zusammenbrach. Aus der Asche des Videospelcrashes stieg das Nintendo Entertainment System empor. Die Folge: NES-Spiele

wurden auch Jahre nach Release nicht billiger. Der damals größte Spielzeugverkäufer Toys "R" Us stellte nur Cartridges in die Regale, die von Nintendo abgesehen wurden und an denen sie mitverdienten. Der Händler war vom japanischen Unternehmen abhängig. 50 Prozent seines Jahresumsatzes machte Toys "R" Us mit Nintendo-Produkten. Konkurrenzunternehmen wie Tengen oder American Video Entertainment, die nicht-lizenzierte NES-Spiele produzierten, schauten in die Röhre. In einem Fernsehbeitrag wurde einmal Howard Lincoln, Senior President bei Nintendo of America, auf diese Benachteiligung angesprochen. Laut Lincoln hatte sich Nintendo dieses Recht verdient: »Wir haben uns entschieden, ein Videospelssystem mit hochwertigen Spielen zu entwickeln. Wir sind ein Risiko eingegangen und jetzt ist es, denke ich angemessen, wenn wir die Belohnung für dieses Risiko ernten. Das ist Kapitalismus.« Das sah nicht jeder so. Im April 1991 stimmte Nintendo einer Ausgleichszahlung von 25 Millionen Dollar zu, um eine Klage zu verhindern. Die Bundeshandelskommission FTC sah es als erwiesen an, dass Nintendo Händler unter Druck setzte, um die Preise kontrollieren zu können. Eine Lehre war das den Mario-Machern allerdings nicht.

2002 verurteilte die EU-Kommission Nintendo und mehrere Vertriebs Händler zu einer Gesamtstrafe von 168 Millionen Euro, weil sie ein Kartell zwischen 1991 und 1998 aufgebaut hatten, um Importe aus EU-Ländern mit niedrigeren Preisen zu unterbinden. Die Strafzahlung wurde jedoch später reduziert, weil die Verkäufer bei der Aufklärung kooperierten. Derzeit läuft auch noch eine weitere europäische Untersuchung, die die Praktik des Geoblockings näher unter die Lupe nimmt. Valve mit ihrer Verkaufsplattform Steam sowie den Publishern Bandai Namco, Capcom, Focus Home, Koch Media und ZeniMax wird vorgeworfen, bila-

terale Absprachen getroffen zu haben, »um Verbraucher daran zu hindern, PC-Videospiele, die nicht in ihrem Wohnsitzland erworben wurden, zu nutzen«.

#### **Aus Rebellen werden Monopolisten**

Nicht nur Nintendo stand Drittherstellern lange Zeit sehr skeptisch gegenüber. Auch Sega stellte vor der Jahrtausendwende externen Entwicklerstudios, die für das Genesis-System Spiele herausbringen wollten, heftige Lizenzgebühren in Rechnung. Zudem kam es vor, dass Entwickler bei Sega einen Publishervertrag unterschreiben mussten, damit sie ihre Spiele bloß nicht zusätzlich noch bei Nintendo herausbrachten. Entwickler Accolade wurde das irgendwann zu viel und umging einfach die technischen Hürden, die Sega gegen nicht-lizenzierte Software auf der Konsole installiert hatte. Den darauffolgenden Gerichtsstreit konnte Accolade für sich entscheiden und stärkte damit nachhaltig die Rechte aller Entwickler und Publisher, die auf fremden Plattformen veröffentlichten wollten.

Einer der Nutznießer dieser gerichtlichen Entscheidung war Electronic Arts. Als Verbund von Systemrebellengehörte das Unternehmen zu den ersten, die ohne eigene Konsole trotzdem riesige Gewinne einfuhren. Zu EAs erfolgreichsten Spielen gehören bis heute Sportsimulationen. Dank eines di-



Obwohl GTA 5 eines der profitabelsten Spiele der Welt ist, hat Rockstar Edinburgh Steuererleichterungen in Millionenhöhe geltend gemacht.

cken, exklusiven Lizenzpakets kann nur EA den Großteil der echten Vereinsnamen und die Ebenbilder realer Sportstars verwenden. Die Mitbewerber stehen natürlich deutlich schlechter da, wenn statt Lionel Messi ein unbekannter argentinischer Ballkünstler namens Mionel Lessi das Cover ziert. 2005 gab das Unternehmen bekannt, dass 63 Prozent aller verkauften Sportsimulationen aus dem Hause EA Sports kämen.

Gegen diesen monopolartigen Zustand klagten 2012 zwei US-Amerikaner im Kontext von EAs Football-Spielen. Der Publisher verteidigte sich mit dem Argument, dass die Lizenzinhaber selbst die Exklusivrechte angeboten hätten, einigte sich dann aber mit den Klägern auf eine Vergleichszahlung von 27 Millionen US-Dollar. Diese wurde unter allen Käufern eines Spiels aus der Reihe Madden, NCAA Football oder Arena Football aufgeteilt. Die »Entschädigung« belief sich auf zwei bis sieben Dollar pro Spiel, das zwischen 2005 und 2012 gekauft wurde.

Die Zahlungen dürften Electronic Arts nur wenig geschadet haben, denn die Masche funktioniert prächtig. Neben ihrer Fußballsimulation FIFA mit allen erdenklichen Vereinen gibt es als einzige Alternative nur noch Konamis Pro-Evolution-Soccer-Reihe, die mit einem deutlich kleineren Lizenzangebot daherkommt. Zumindest wenn man nicht auf der Switch spielt. Hier rollt das Leder nämlich ausschließlich für EAs Kickerspiel. FIFA 21 ist auf der Switch dazu noch auf demselben technischen wie inhaltlichen Stand wie FIFA 19. Nur der Kader wird netterweise zum Vollpreis von 50 Euro auf die neue Saison aktualisiert. Der Publisher kann es sich aufgrund seiner unangefochtenen Marktstellung schlicht und ergreifend erlauben, ein

solch dreistes Angebot zu machen. Ganz getreu dem Motto: Friss oder stirb!

#### Steuern? Will ich nicht

So wie viele Leitunternehmen haben auch die Videospieldriesen die Ressourcen, ihre finanzstarke Position durch die Vermeidung von Steuerzahlungen weiter auszubauen. Die unabhängige Investigativplattform Tax-Watch UK deckte auf, dass Activision Blizzard ein kompliziertes Netz aus Subunternehmen aufgebaut hat, um die Vorzüge einer Steueroase in Anspruch zu nehmen. Sämtliche Rechte an Marken und Franchises werden an eine Firma auf den Bermudas und Barbados verkauft. Diese Firmen lizenzieren die Rechte wiederum an Activision Blizzard International B.V. in den Niederlanden. Activision Blizzard spart dadurch Milli-

onen, weil auf die so anfallenden Lizenzgebühren aus Inselstaaten wie Barbados deutlich weniger oder gar keine Steuern verrechnet werden und der Nettogewinn künstlich klein gehalten wird.

Laut TaxWatch UK zahlte zudem Rockstar North aus Edinburgh in den letzten zehn Jahren keine Unternehmenssteuer und griff auch ordentlich bei britischen Steuerzuschüssen zu, die eigentlich kleinen bis mittelgroßen Videospelstudios unter die Arme greifen sollen. Rund 46 Millionen Euro nahmen die GTA-5-Entwickler über die Subventionsmaßnahmen zwischen 2015 und 2017 ein. Das sind 19 Prozent aller jemals bewilligten Gelder seit der Einführung der Zuschüsse im Jahr 2014. Und das obwohl Grand Theft Auto 5 mit über 135 Millionen verkauften Exemplaren zu den erfolgreichs-



2007 schluckte EA die Entwicklerstudios Pandemic und Bioware für mehr als 800 Millionen US-Dollar. In den folgenden Jahren mussten sich die Mass-Effect-Macher immer wieder anhören, dass sie nach der Übernahme nicht mehr die Gleichen waren und an Qualität eingebüßt hätten.



Microsofts Portfolio wächst und wächst. Neuerdings vereinen sie unter ihrem Dach auch id Software mit Titeln wie Doom Eternal. In Zukunft dürfen noch so einige weitere Entwickler folgen, denn als Plattformanbieter muss Microsoft in die Breite gehen.

ten Spielen aller Zeiten gehört und der Hauptsitz von Rockstar in den USA liegt. Warner Media, Sony und Sega sagten ebenfalls nicht nein zur laschen britischen Steuerpolitik, um bei der Unternehmenssteuer zu sparen und gleichzeitig Zuschüsse in Millionenhöhe zu erhalten.

Electronic Arts nutzte einem Bericht der New York Times zufolge zwischen 2006 und 2011 eine Lücke im US-Steuergesetz aus, wodurch sie trotz eines selbst angegebenen Gesamtprofits von 1,2 Milliarden Dollar nur 98 Millionen Dollar an Unternehmenssteuern zahlen mussten. Das sind insgesamt 8,17 Prozent – eigentlich hätte Electronic Arts im US-Bundesstaat Kalifornien aber 8,84 Prozent auf ihren Gewinn zahlen müssen, pro Jahr! Das so gesparte Geld können

die Publisher in teure Übernahmen investieren. In den letzten zwei Jahren wurden etwa 140 Entwicklerstudios von größeren Unternehmen aufgekauft. Hervé Hoerd, Senior Vice President in der Marketingabteilung bei Bandai Namco, beschwerte sich in einem Interview mit gamesindustry.biz, dass es für sie immer schwieriger werde, unabhängige Entwickler zu finden, die langfristig mit Bandai zusammenarbeiten wollen: »Wie lange werden wir akzeptieren, dass wir zu ihrem Erfolg beitragen, und dann verkaufen diese Leute ihre Firma?«

Microsoft gab seit der Einführung der ersten Xbox über zehn Milliarden US-Dollar für Übernahmen von Entwicklern und nun auch Publishern aus. Ein Ende ist nicht in Sicht. CEO Satya Nadella kündigte nach dem Kauf

von ZeniMax an, dass sie auch in Zukunft weiter im Gaming-Sektor shoppen würden.

### Mein Markt, meine Regeln

Die ungleich verteilte Macht in der Videospielebranche ist insbesondere auf Seiten der Plattformbetreiber sehr schief. Microsoft, Sony, Nintendo und Valve haben jeweils eigene Distributionskanäle, die im Falle der Konsolenhersteller auch nur zusammen mit der dazu passenden Hardware funktionieren. Der Soziologe Professor Philipp Staab spricht in seinem Werk »Digitaler Kapitalismus« davon, dass die Leitunternehmen des kommerziellen Internets wie Apple, Google und Amazon sogenannte proprietäre Märkte aufgebaut hätten – also Märkte, die ein geschlossenes technisches System darstellen und sich im Besitz eines einzigen Unternehmens befinden würden. Ziel ist nicht mehr die maximale Produktion, sondern die Kapitalisierung eigentlich unknappbarer Güter. Denn ob Apples Appstore nun 1.000 Apps anbietet oder 100.000, bedeutet zwar eine stärkere Serverbelastung. Die Kosten sind aber verschwindend gering im Vergleich zum Aufwand, den ein Automobilhersteller bei einer derartigen Nachfragesteigerung meistern müsste. »Klassische Monopolunternehmen agieren auf Märkten, die Leitunternehmen des digitalen Kapitalismus sind Märkte«, schreibt Staab. Sie kümmern sich darum, dass die Produzenten ihr Publikum finden, und belegen jede Transaktion mit einer Gebühr. Die so aufgebauten Ökosysteme sollen »reizvolle Komplettangebote« bieten, die es schwer machen, diese Systeme wieder zu verlassen. Ganz ähnlich verhält es sich bei Steam oder den digitalen



Der Start der Streaming-Plattform Stadia verlief alles andere als optimal. Allzu sehr ärgern dürfte das Google aber nicht. Sie brauchen keinen sofortigen Erfolg. Bei der Eroberung neuer Märkte kommt es besonders darauf an, wer den längsten Atem hat.



Vom reinen Nettovermögen ist Tencent der größte Spielepublisher der Welt, obwohl das kaum jemand im Westen mitbekommt. Das Unternehmen feiert besonders in Asien riesige Erfolge im Mobile-Bereich und besitzt mit Riot Games die Entwickler hinter dem E-Sport-Dauerbrenner League of Legends. Tencent ist außerdem an Epic Games (Fortnite) beteiligt.

Stores von Microsoft, Sony und Nintendo. Je beliebter ein Markt wird, desto mehr Produzenten zieht er auch an, womit wieder mehr Menschen den Markt nutzen wollen. Eine Machtkonzentration ist die Folge. Lange Zeit galt das für Valve, die fast den gesamten Online-Distributionsmarkt für PC, Mac und Linux kontrollierten. Valve belegte jeden Kauf über Steam mit einer Steuer von 30 Prozent und bestimmte, welche Spiele auf der Startseite beworben wurden und welche nicht.

An Steams Vormachtstellung konnten auch die Stores von EA, Ubisoft und Blizzard nur wenig ändern. Erst mit dem Epic Games Store trat ein neuer Konkurrent auf, der mit seiner forschenden Art Steam nötigte, einige Kompromisse einzugehen und die Gebühr von 30 Prozent zumindest für besonders erfolgreiche Spiele zu reduzieren.

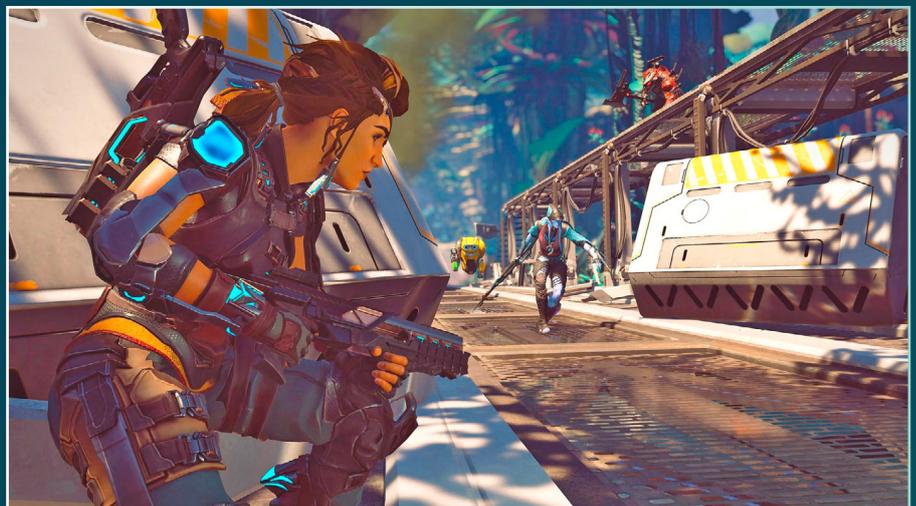
»Die große Stärke von proprietären Märkten liegt darin, dass sie sehr effektiv potenzielle Konsummärkte auffindbar machen«, schreibt Staab weiter. Wir finden zum Beispiel durch einen Empfehlungsalgorithmus, clever platzierte Sales oder personalisierte Werbung Produkte, die wir andernfalls übersehen hätten. Das begünstigt eine »Intensivierung des Konsums«, die uns Phänomene wie eine ewig lange Liste an gekauften, aber nie gespielten Spielen beschert (umgangssprachlich Pile of Shame genannt). Abonnenten und Abonnentinnen des Xbox Game Pass verbringen laut Microsoft allerdings 20 Prozent mehr Zeit mit einem Spiel als Nicht-Abonnenten, probieren häufiger verschiedene Genres aus und haben somit eine insgesamt um 40 Prozent höhere Bandbreite an von ihnen gespielten Titeln.

#### Weit gestreut

Bei allen hier angedeuteten Katastrophenszenarien muss man der Branche aber ihre regelmäßigen Überraschungsmomente zugutehalten. Ein lebendiger Indie-Markt und die Existenz von vergleichsweise vielen mittelständischen Entwicklern sowie Publishern garantieren immer wieder Spieleperlen abseits vorsichtiger Blockbuster-Produktionen. Auch wenn man über das Verhältnis selbstverständlich streiten kann. Ebenso wie über die Macht der zahlenden Kundschaft, die am Ende immer noch entscheiden kann, ob sie Unternehmen die Treue schwört oder ihnen das Vertrauen entzieht. Selbst Microsoft musste dies schon spüren.

Als sie zur Vorstellung der Xbox One ankündigten, dass gebrauchte Spiele nicht mehr wiederverkauft werden könnten, war der Aufschrei groß. Um den Anschluss an die PS4 nicht schon zum Start zu verlieren, rüdete Microsoft zurück.

Und die Erfolgsgeschichte von Epic Games, die Steam tatsächlich gefährlich werden, ist grundsätzlich zu begrüßen. Mit Apples iOS Store hat sich Epic mittlerweile sogar einen weiteren, weitaus mächtigeren Feind gesucht. Hinter der Fehde zwischen den Milliardenkonzernen steht aber nicht nur ein edler Anti-Monopolfeldzug. Es ist auch ein Kampf der Plattformen, die Marktanteile mit immer aggressiveren Mitteln er-



Trotz scheinbar unerschöpflicher Geldreserven zieht Amazon als Spieleentwickler und Publisher bisher den Kürzeren. Titel wie Crucible (oben) sind gefloppt und konnten die hohen Erwartungen der Aktionäre nicht erfüllen. Das MMO New World wurde auf nächstes Jahr verschoben. Sich einfach Talent einzukaufen und Geld auf ein Spiel zu werfen, ist noch keine Garantie für einen Hit.



Sony setzt bisher im Gegensatz zu Microsoft auf eine deutlich konventionellere Wachstumsstrategie. Vor allem aufwändig produzierte Exklusivtitel wie Spider-Man: Miles Morales sollen neue Konsolen verkaufen. Aber auch Sony investiert in Cloud-Technologie, Streaming-Angebote und künstliche Intelligenzen. Und neuerdings dürfen manche ehemaligen PlayStation-Exklusivtitel auch auf dem PC erscheinen.

obern oder verteidigen. Fraglich ist zudem, ob Epics Engagement gegen Apple und deren Bedeutung für den mobilen Sektor nicht auch von ihrem größten Investor Tencent angeleiert wurde. Das Techunternehmen ist dank des chinesischen Staatskapitalismus eine Institution mit enormen Ressourcen und Know-how. Allein in der ersten Jahreshälfte 2020 beläuft sich Tencents Umsatz auf 31 Milliarden US-Dollar. Ein Drittel davon erwirtschaftete Tencent mit Mobile-Titeln wie PUBG Mobile, Call of Duty Mobile oder Honor of Kings. Daneben gehören dem Unternehmen auch Riot Games (League of Legends) und Supercell (Clash of Clans). Insgesamt besitzt Tencent 17 Spielerserien mit

mehr als zehn Millionen täglich aktiven Spielern und Spielerinnen.

Vor kurzem gründete Tencent ein Entwicklerstudio in Los Angeles, das aus ehemaligem Rockstar-, Respawn- und Insomniac-Personal besteht und an einem Open-World-Shooter im Triple-A-Format arbeitet. Darüber hinaus investiert Tencent in Cloud-Technologie, künstliche Intelligenzen, Live-Streaming-Plattformen und 5G-Infrastruktur. Auch Tencents Wurzelwerk wird immer dicker und verästelter. Derartige Investitionen sichern ihnen einen Platz in gleich mehreren Wachstumsbranchen und machen sie krisenfester. Ähnliches lässt sich auch bei der Konkurrenz beobachten, die untereinander

sogar Allianzen schmiedet. Microsoft hat mit Azure einen eigenen Cloud-Service und kündigte jüngst eine Partnerschaft mit GameStop an. Der Spielehändler wird die Microsoft-Produkte in seinen Läden besonders bewerben. Sony pumpte 250 Millionen Dollar in Epic Games für einen 1,4-prozentigen Unternehmensanteil. Als Google seinen Cloud-Dienst Stadia vorstellte, folgte kurz darauf die Bekanntgabe einer Kooperation zwischen Sony und Microsoft, um gegen den neuen Mitbewerber gewappnet zu sein. Ob diese sicherlich opportunistischen, flüchtigen Zusammenarbeiten den Weg zu einem Quasi-Monopol oder zumindest Oligopol verlangsamen, darf man wohl bezweifeln – eher noch verfestigen sich dadurch Machtstrukturen. Denn die weniger Privilegierten dürften lange auf solche Chancen warten.

Uns dürften solche Ränkespiele egal sein. Wir können komfortabel konsumieren, wenn es nur einige wenige Plattformen gibt, die den Großteil der begehrten Güter unter sich vereinen. Die dick gefüllten Geldspeicher der Konzerne garantieren, dass sie lange rote Zahlen mit günstigen Einstiegspreisen schreiben können. Erst wenn die zahlende Kundschaft groß genug ist und alle potenziellen Konkurrenten so gut es geht verdrängt wurden, wird Profit gemacht.

Wir müssen uns jedoch die Frage stellen, inwieweit wir privaten Unternehmen diese Macht geben wollen und ob das auch im Sinne der Entwicklerstudios ist, die vielleicht in Zukunft nur noch die Wahl zwischen ein paar wenigen Arbeitgebern haben. Ölbarone und Eisenbahn-Tycoons sollen ja nicht gerade die besten Chefs gewesen sein. ★



Plattformen sind in der digitalen Ökonomie extrem wichtig. Fortnite wurde zwar als Battle Royale bekannt, entwickelte sich jedoch Stück für Stück zu einer Art virtueller Begegnungsstätte mit Live-Konzerten und Leinwandpräsentationen. Die deutsche Band »Die Screenshots« hat das Video zu »Die Welt geht noch nicht unter« komplett in Fortnite aufgenommen.