

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung	1
Odile Limpach	
Literatur	9
2 Überblick über den Indie-PC- und Konsolenmarkt	11
Imaad Manzar	
2.1 Ein Blick auf die regionalen Unterschiede	12
2.2 Überblick über Genres	14
2.3 Plattformen verstehen	16
Literatur	22
3 Was bedeutet Publishing?	25
Odile Limpach	
3.1 Keine „One size fits all“-Definition	26
3.2 Detaillierte Struktur der Veröffentlichung	28
3.2.1 Distribution	28
3.2.2 Finanzierung	29
3.2.3 Entwicklung	35
3.2.4 Unterstützungsleistungen	38
3.2.5 Kommunikation	44
3.3 Wer sind die Publisher?	52
3.3.1 First-Party-Publisher	52
3.3.2 Online-/Streaming-Vertriebsplattformen	53
3.3.3 Entwickler-Publisher	54
3.3.4 Medienunternehmen	55

3.3.5	Publisher mit kleinen oder mittleren Entwicklungs-Teams	55
3.3.6	Reine mobile Publisher	56
3.3.7	Publisher mit Investmenthintergrund	56
3.3.8	Boutique-Publisher	56
3.4	Ein genauerer Blick auf die Boutique-Publisher	56
3.5	Vertriebslandschaft für Online-Shops	60
3.6	Alles dreht sich um den Aufbau und die Pflege von Communitys	69
	Literatur	78
4	Der Wahl Ihrer Publishing-Strategie	81
	Odile Limpach, Thierry Baujard, Konstantin Ewald, Søren Lass und Zoran Roso	
4.1	Checkliste zur Prüfung externer Publishing-Möglichkeiten	83
4.2	Warum Publishing und Finanzierung eng miteinander verknüpft sind	109
4.3	Spiel-Publishing-Vertrag – das juristische Endspiel	123
4.4	Erfahrungsberichte von Publishing-Experten	130
4.4.1	Management von Partnerschaften im Publishing	130
4.4.2	Wie und wann man die richtigen strategischen Entscheidungen für das Marketing trifft	139
4.5	Fallstudie – Veröffentlichung von Vectronom durch Ludopium und ARTE	153
	Literatur	180
5	Tools für die Veröffentlichung	183
	Odile Limpach, Julian Broich und Pierre Schlömp	
5.1	Allgemeine Empfehlungen	183
5.2	Liste der aktuellen Publisher	186
5.3	Liste mit nützlichen Werkzeugen für PR, Kommunikation und Community-Management	213
	Literatur	220
6	Fazit	221
	Odile Limpach	
	Literatur	224