

UBI SOFT ENTERTAINMENT

Eine erfolgreiche Strategie

EIN INTERNATIONALER KONZERN

Der Hersteller, Publisher und Distributor von interaktiver Unterhaltungs-Software-Programmen Ubi Soft beschäftigt mehr als **1400 Mitarbeiter in 16 Ländern. Seine Produkte werden in 55 Ländern vertrieben.** Das 1986 gegründete Unternehmen gehört nunmehr zu den **20 weltweit führenden Publishern.**

GUTE TRÜMPFE IN DER HAND

- *Teams mit Fachleuten*

Ubi Soft beherrscht sämtliche Stufen der Multimedia-Kreation: Entwicklung, Produktion, Distribution. **Das ständige Ziel** der Drehbuchautoren, Illustratoren, 3D-Modellierer, Filmtechniker, Game-Designer, Ingenieure und anderer Experten **heißt Qualität.** Sie vereinen Kreativität, Genauigkeit, Wagemut, Humor und ihren Sinn für Poesie, um dem Publikum Freude, Staunen und Emotionen zu vermitteln.

- *Technologisches Know-how*

Ubi Soft setzt systematisch die neuesten technischen PC- und Konsolen-Kapazitäten ein, um den Spielern die bestmöglichen Produkte **in allen Formaten** anzubieten: PC, CD-ROM, DVD-ROM, DVD-Video, Nintendo 64, Deramcast®, Game Boy® Color, Playstation™ und PlayStation™ der neuen Generation. All diese Produkte sind völlig **neu**, was Idee, Bildbearbeitung, Bewegungsfluß, Gameplay etc. betrifft.

Der Konzern geht **Partnerschaften mit führenden Unternehmen der Branche** ein. Als einer der ersten Publisher setzte Ubi Soft die MMX™-Technik von Intel (POD), Pentium® II AGP (Tonic Trouble) ein und führte erste kürzlich zwei für Pentium® III optimierte Titel mit PLAYMOBIL®-Lizenz ein.

Die Flexibilität und hohe Anpassungsfähigkeit der Organisation ermöglicht es dem Unternehmen Ubi Soft, sich auf **neuen Marktsegmenten** zu positionieren und **neue Expansionsmöglichkeiten** umzusetzen:

- **Internet:** sämtliche von Ubi Soft hergestellten Software-Programme besitzen **On-line-Anbindung.** Alle Rennspiele besitzen darüber hinaus eine Multiplayer-Option.
- **DVD-Video:** Ubi Soft hat eine DVD-Video-Produktreihe herausgebracht.
- **Trickfilmserie:** Dank des Know-hows in den Bereichen 3D-Modeling und 3D-Film mit kinoreifer Qualität konnte Ubi Soft dieses Jahr die Produktion einer kompletten 3D-Trickfilmserie starten: **Rayman TV Series.**

Dieses Know-how ermöglicht es Ubi Soft, seine Ansprüche ständig zu erhöhen und die Qualität im Bereich Grafik und Game-Design immer weiter zu verbessern.

- *Eine hohe Produktionskapazität auf internationaler Ebene*

Ubi Soft verfügt über **eine der bedeutendsten integrierten Produktionsstrukturen. Mehr als 1000 Mitarbeitern sind weltweit mit der Entwicklung und Produktion der Software-Programme von Morgen beschäftigt.** Die Projekte werden anhand der in den verschiedenen Ländern vorhandenen Produktionsstrukturen realisiert. Somit kann die kulturelle Vielfalt von Ubi Soft genutzt werden, um die Erwartungen der Kunden der jeweiligen Kontinente zu erfüllen.

- *Ein weites, direktes Verteilernetz ermöglicht eine verstärkte Positionierung auf allen Märkten*

Ubi Soft setzt seine Politik der direkten Niederlassung auf allen großen Märkten fort. Aufgrund der guten Kenntnis der verschiedenen geographischen Märkte und einer starken Präsenz, sowie des ständig wachsenden Know-hows in den Bereichen Lokalisierung, Marketing und Distribution kann **Ubi Soft darüber hinaus die Produkte von rund 50 anderen Publishern** wie LucasArts Entertainment™, Europress, The 3DO Company®, GT Interactive etc. vertreiben.

- *Ein breites Markenangebot: faszinierende Figuren und Welten in verschiedenen Formaten*

Ubi Soft verfolgt bei seiner Programmpolitik zwei Linien: Spiele (Rennen und Abenteuer) und pädagogische Software-Programme (Vorschule, Schule, Kunsterziehung).

Der Konzern entwickelt Spielkonzepte, die ständig weiterentwickelt, erweitert, verändert werden und somit immer zeitgemäß sind. Ubi Soft stützt sich dabei auf anerkannte Lizenzen wie **Playmobil®**, **Batman®** etc.

Um ein breiteres Publikum anzusprechen, paßt Ubi Soft seine Software-Programme allen Formaten an. Die Arbeits-Teams berücksichtigen dabei die Erwartungen der Spieler, die je nach Format unterschiedlich ausfallen.

ERGEBNISSE

- Umsatz 1998/99: **896.7 Mio. Franc** mit einer Steigerung von **37.6 %**.
- Seit Juli 1996 auf dem Sekundärmarkt der Pariser Börse.
Börsenkaptalisierung: 258 Mio. EURO am 15.02.1999
- Bestseller:
 - **RAYMAN**: 3,5 Mio. Exemplare seit Dezember 1995 verkauft.
 - **POD**: 3,5 Mio. Exemplare seit Februar 1997.
 - **F1 Racing Simulation**: 1,5 Mio. Exemplare seit November 1997.
 - **Tonic Trouble**: 1,1 Mio. Exemplare (Bundle) seit Juni 1998.

WACHSTUMSPOLITIK FÜR DIE ZUKUNFT

Ubi Soft hat sich auf einem **sehr dynamischen Markt** positioniert, der im kommenden Jahrzehnt eine Wachstumsrate von jährlich 30 % verspricht. **Ziel des Unternehmens ist es, im Jahr 2006 zu den 10 weltweit führenden Publishern zu zählen.** In diesem Sinne bekräftigt Ubi Soft die Wahl seiner Strategie, d. h. die Schaffung starker Marken, die

Internationalisierung und die Entwicklung von Produktions- und Distributionsstrukturen, die bereits seit mehreren Jahren verfolgt wird.

Die Zielsetzung von Ubi Soft: die Schaffung spielerischer, attraktiver und emotionsgeladener Konzepte; die Vermittlung neuer Empfindungen; den Kunden durch die qualitativ hochwertige, realitätsnahe und phantasievolle Titel zu beeindrucken ...

Zusätzliche Informationen erhalten Sie über <http://www.ubisoft.com>