



Porträt: Quantumfrog GmbH, Oldenburg

Spielerisch auf Erfolgskurs gesteuert

Versteckt liegen die Büroräume in einem unscheinbaren Gebäude im Oldenburger Stadtteil Osterburg. „In unserem Tätigkeitsbereich kommt es weniger auf den direkten Kundenverkehr an“, erklärt Torsten Lüders, einer der drei Geschäftsführer der Quantumfrog GmbH. Das im April 2011 gegründete IT-Unternehmen entwickelt Weblösungen, mobile Applikationen, Individualsoftware und Spiele.

Torsten Lüders und Dennis Gravel gehören zum 3er-Team der Geschäftsführer. Begeisterte „Zocker“ waren alle drei schon als Schüler. Nicht verwunderlich, dass sie Informatik und Medientechnik studierten. Ihre Leidenschaft hat dann auch eine kühne Idee aus der Studentenzeit zum Brennen gebracht. „So etwa 2004/05 waren die ersten Browser-Spiele auf dem Markt, unter anderem von den bekannten Firmen Gameforge und Bigpoint. Die haben richtig Spaß gemacht – und wa-

ren erfolgreich“, erinnert sich Torsten Lüders. Er und sein Freund Dennis Gravel waren absolut fasziniert von den neuen Spielen. „So ein Spiel selbst zu entwickeln, das wär’s!“, fanden sie und holten im Oktober 2009 ihren Freund Hendrik Rump mit ins Boot.

Ehrgeiziges Pilotprojekt realisiert

Von Anfang an sei die Idee, ein eigenes Spiel zu entwickeln, ein ernstes Vorhaben gewesen, so Rump. Die drei jungen Männer setzten alle notwendigen Hebel in Bewegung, ihren Plan in die Tat umzusetzen. Das Pilotprojekt stand schon fest. „Nanofights sollte unser erstes Spiel heißen“, erläutert Gravel. Ein Sammelkartenspiel, das im August 2011 auf den Markt kam und sich dort inzwischen einen festen Platz gesichert hat. Im August 2011 mit dem „Gamesphere Silver Award“ ausgezeichnet, wurde das Spiel für das „Browsergame of the year 2012“ nomi-

nirt – eine Art „Grammy für Browser-Spiele“.

Doch der Weg war zwischendurch immer wieder steinig. Vor allem die Finanzierung bereitete Schwierigkeiten. „Ein Spiel zu entwickeln, ist extrem teuer und zeitaufwendig. Die Kosten entstehen hauptsächlich durch Personal und Zeit. Ohne Förderung ist das kaum realisierbar“, weiß Rump. Unumgänglich seien daher professionell erstellte, fundierte Förderanträge. Detailliert müssen für ein neues Spiel ausgereifte Spielekonzepte dargelegt, Marktfähigkeits- und Risikoanalysen, Statistiken und Umsatzprognosen erstellt werden. Betriebswirtschaftliches Know-how sei hier ein Muss. „Das habe ich mir im Studium und in der Praxis angeeignet“, so Rump.

Learning-by-doing sei ein großes Thema, Erfahrungen zu sammeln gehöre einfach dazu. Rückblickend auf die oft haarige erste Zeit meint Rump:

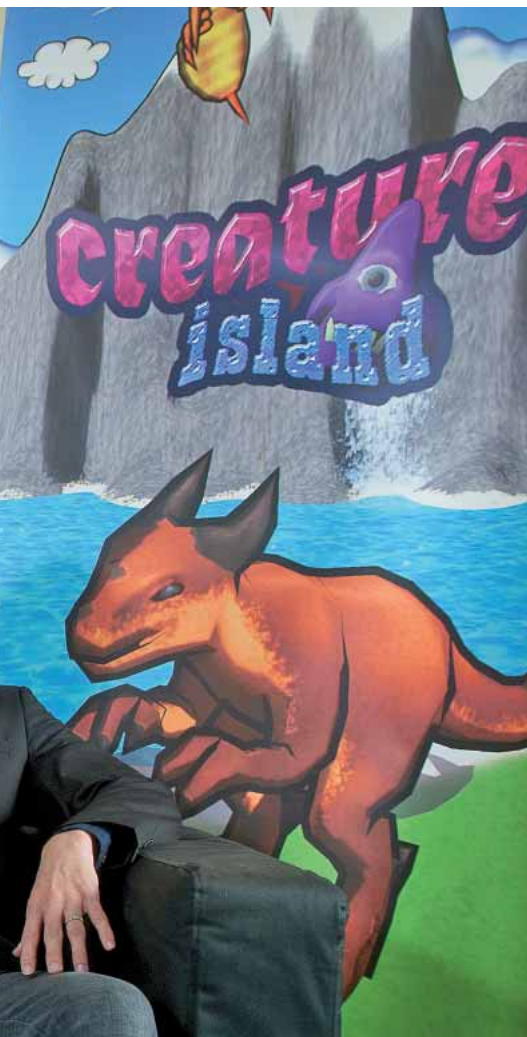


Foto: Peter Duddiek

Kreativität und ein ausgeprägter Spürsinn für Spielertrends sind die Grundlagen für ihren Erfolg: Unternehmer Hendrik Rump, Torsten Lüders und Dennis Gravel (v. l.).

„Nanofights war zu groß für den Anfang. Mit einem so großen Projekt zu starten, das würd' ich auf gar keinen Fall wieder machen.“

Um das Unternehmen aufrecht halten zu können, mussten sich die drei

Gründer etwas einfallen lassen. So sind mittlerweile drei weitere Geschäftsfelder als Standbeine hinzugekommen. Über Dienstleistungen wie Web-Lösungen, mobile Applikationen sowie Individualsoftware wurde die Entwicklung neuer Spiele finanzierbar. Die Film- und Mediengesellschaft Nordmedia förderte mehrfach Konzepte, Prototypen und Spiele des Unternehmens. „Sehr gefragt sind derzeit Incentive Games“, holt Rump aus. „Das sind Mini-Games für Unternehmen, eine Art Marketing-Tool.“ Unternehmen können darin ihre Firma oder Marke im Zusammenhang mit einem individuell von Quantumfrog entwickelten Spiel bewerben. Individuell erstellte Software oder Apps sind heute das Hauptgeschäft des Unternehmens. Auch eine App auf den Markt zu bringen, sei für Quantumfrog eine große Herausforderung. „Allein Apple bietet rund 1,2 Millionen Apps in seinem Store an, Google 1,4 Millionen. 10 Prozent der App-Entwickler teilen sich nahezu den gesamten Umsatz“, führt Rump aus. Erfolg sei da schwer kalkulierbar. Marketing hingegen das A & O. Bei seinen Spielen legt das Team Wert darauf, eine gute Mischung im Angebot zu haben. „In unseren Spielen gibt es kein Blut und keine Gewalt an menschlichen Figuren wie bei ‚Counterstrike‘ oder ‚GTA‘. Gerade die

Casual Games sind lustig und sollen einfach nur Spaß machen. Unser ‚Pep-perz‘ zum Beispiel kommt im April auf den Markt. Das spielen Leute von 8 bis 40 Jahre“, erzählt Rump. Würde er seine Tochter auch ausgiebig am Computer spielen lassen? Lüders zuckt die Achseln: „Mir hat's ja auch nicht geschadet.“

Ohne Vernetzung läuft nichts

Das Start-Up hat einen respektablen Erfolg zu verzeichnen. Neun Mitarbeiter beschäftigt es inzwischen, davon zwei feste in Vollzeitstellung, die anderen sind freie Mitarbeiter, Werkstudenten und Studium- oder Schülerpraktikanten. Die Unternehmer sind gut vernetzt, kooperieren mit Firmen und Agenturen in ganz Deutschland und Designern weltweit. So bestehen etwa zu renommierten Spieleentwicklern aus der „Game-City“ Hamburg beste Verbindungen.

Bei Quantumfrog hält man Zukunftspläne mit einer möglichen Niederlassung in einer größeren Stadt für nicht unrealistisch. Rump ist sich sicher: „Dort wäre die Vernetzung vor Ort noch fruchtbarer. Und davon würden wir auf jeden Fall profitieren.“ Ihren Oldenburger Wurzeln wollen die Spielermacher aber auf jeden Fall noch lange treu bleiben. (Karen Köster-Knop) |



Bei meinem neuen Büro habe ich vorher alles ausprobieren können!



Büromöbel



Besuchen Sie unsere Werksausstellungen in Bösel und Bremen
 fm Büromöbel · www.fm-bueroemobel.de
 Gläb'dorfer Str. 18 · 24 · 26219 Bösel · Tel.: 04494 · 92 50 · 0
 Konsul-Smidt-Str. 8d / Speicher 1 · 28217 Bremen · Tel.: 0421 · 460 559 · 0