



Der Steam-Exodus

MAL DAMPF ABLASSEN?

PC-Spiele ohne Steam? Noch vor wenigen Jahren undenkbar. EA, Activision Blizzard, Ubisoft und demnächst Bethesda sehen das mittlerweile offenbar anders. Erfolgreiche Einzelspiele wie Fortnite auch. Gibt es einen Steam-Exodus? Und wenn ja, ist das eine gute Sache? Von Benjamin Kegel

Power is nothing without control – so titelte es einst ein großer Reifenhersteller zusammen mit dem Leichtathletik-Superstar Carl Lewis. Und was für ein geniales Motiv das war: Da stand der Sprint-Olympiasieger abgebildet in einem Startblock, mit Stöckel- statt Laufschuhen an den Füßen und einem »WTF«-Ausdruck auf dem Gesicht. Eben »Power is nothing without control« – soll heißen: Du kannst so stark sein, wie du willst – wenn du

über deine Leistung keine Kontrolle hast, wird dich diese Leistung nicht weit bringen. Warum soll euch ein Werbespot für Auto-Pneus jetzt bitte als Computerspieler interessieren?! Nun ...

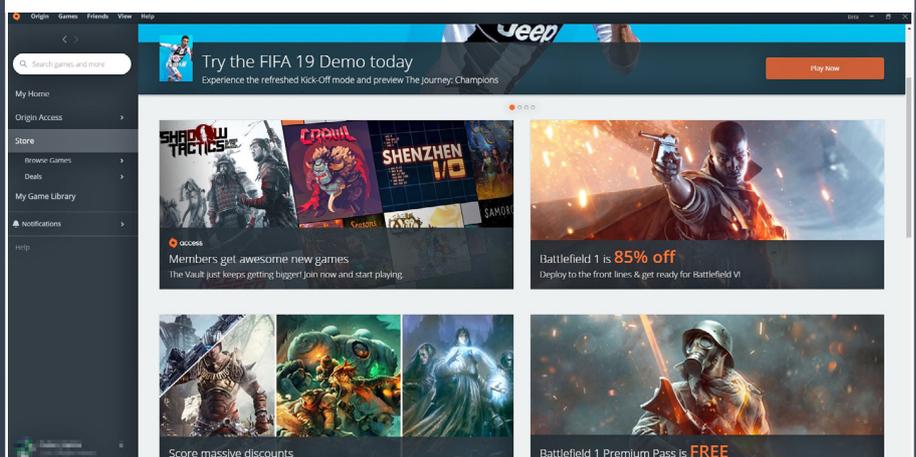
Dicke Fische suchen Teich

Sezieren wir den Spruch zunächst mal in seine Bestandteile: Power und Control. Mit »Power« fangen wir an. Es gibt viele



Das tut weh: Mit Fallout 76 verlässt demnächst eine der populärsten Spieleserien der Welt Steam.

Die wohl bekannteste digitale Community- und Distributionsplattform neben Steam ist Origin. Selbst an die in letzter Zeit bröckelnde Kundenzufriedenheit von Steam kommt EAs Haus- und Hofservice jedoch nicht ran. Das Credo unter Fans in Richtung Origin ist oft: »Ich installiere es, weil ich leider keine andere Wahl habe.«



Möglichkeiten dafür, den virtuellen Bizeps eines Unterhaltungssoftware-Herstellers zu messen. Die wichtigste ist aber sicherlich die finanzielle Marktmacht. Als da wären, Umsatzzahlen für Fiskaljahre! Activision Blizzard: 7,02 Milliarden Dollar im Jahr 2017. Electronic Arts: 5,15 Milliarden Dollar im Jahr 2018. Ubisoft: 2,01 Milliarden Dollar im Jahr 2018. Das ist ganz schön viel Geld.

Drei der größten Videospieldistributor der Welt also, ausgerüstet mit einigen der bekanntesten Gaming-Marken und Zehntausenden Mitarbeitern. Und die drei haben noch etwas gemeinsam. Jeder einzelne von ihnen verfügt selbst über einen digitalen Distributionsdienst für seine eigenen Computerspiele: Battle.net, Origin und Uplay.

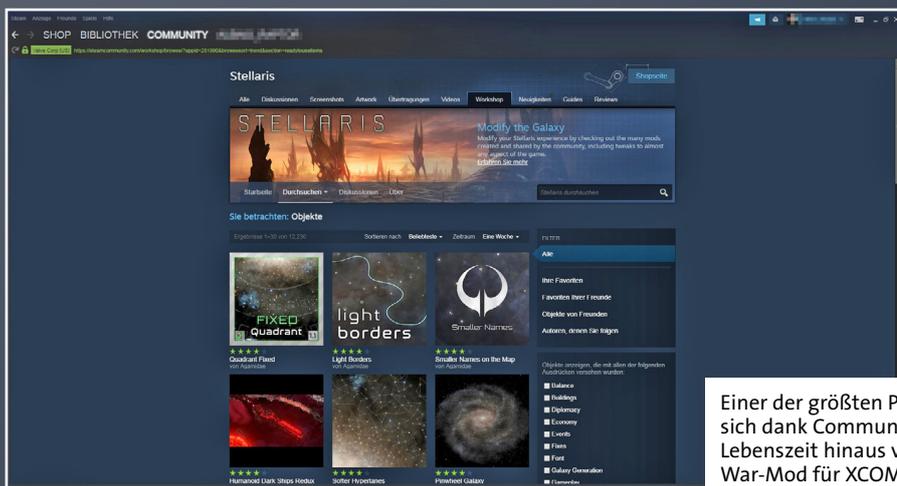
Und noch jemand gesellt sich demnächst zu diesem illustren Do-it-yourself-Kreis: Bethesda will Fallout 76 im Alleingang digital veröffentlichen – was uns zum zweiten Teil unseres Webespruchs bringt: »Control«. Die Kontrolle hat hier letztendlich derjenige, der die Spiele in den virtuellen Laden stellt. Und da gibt es trotz GOG.com, Microsoft Store und etlichen kleinen Anbietern nur einen klaren PC-Champion: Steam. An dem 2003 von Valve gegründeten Platzhirsch führt bis heute kein Weg vorbei. Oder doch?

Mit den zuvor angesprochenen Software-Riesen machen einige der größten Player ja bereits jetzt ihr eigenes digitales Ding – Destiny 2 sucht man auf Steam ebenso vergebens wie FIFA 19 oder Battlefield. Fündig wird man nur im Battle.net beziehungsweise auf Origin. Woran liegt das?

Weshalb kümmern sich die größten PC-Spiele-Hersteller lieber direkt selbst um ihre digitale Distribution? Warum überschlagen sich Indie-Entwickler wie Team Meat (Super Meat Boy) oder Red Hook Studios (Darkest Dungeon) in den letzten Monaten immer wieder mit Lob für die virtuellen Verkäufe auf Nintendos Switch, während der Tenor zu Steam oft lautet »Ist ganz okay, war aber früher schon mal besser«?

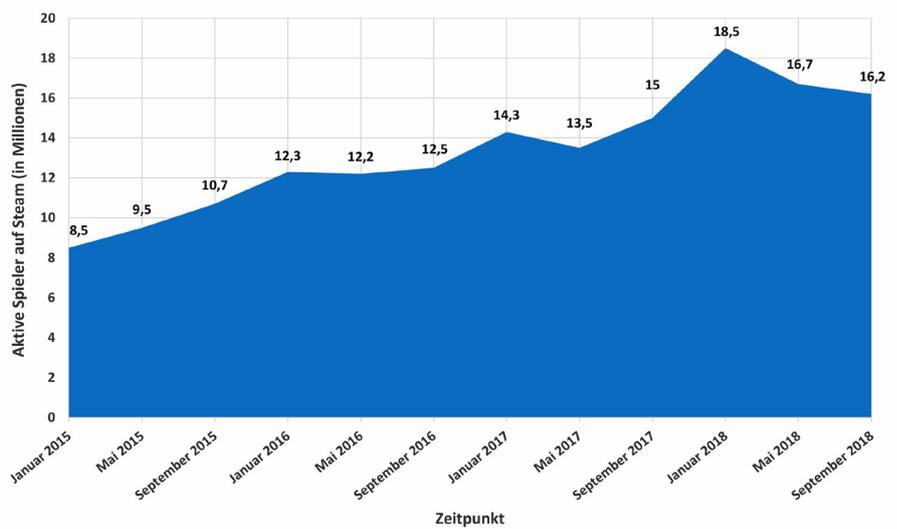
Geht's noch?

Fragt man Bethesda zu ihrer Entscheidung, Steam mit Fallout 76 den Rücken zu kehren und sich selbst um die Verteilung des Spiels zu kümmern, erhält man vor allem zwei Begründungen:



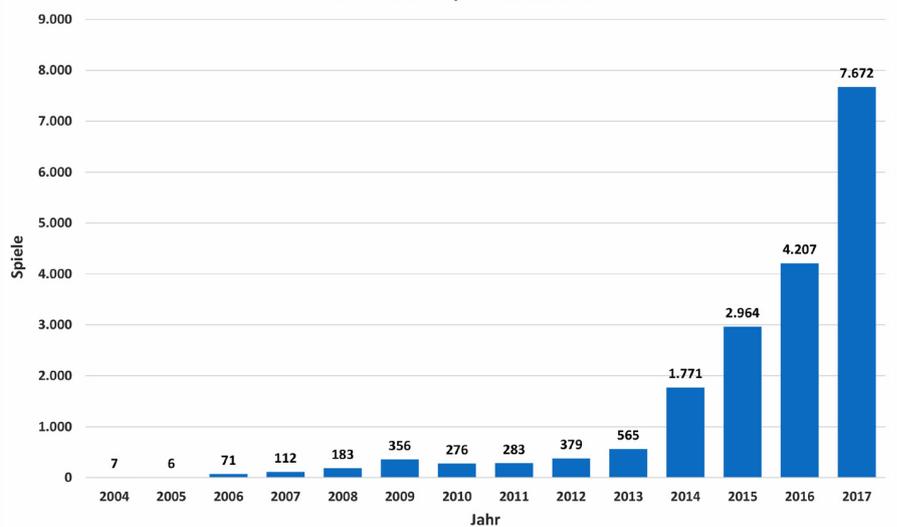
Einer der größten Pluspunkte für Steam: der Workshop. Hier lassen sich dank Community-Mods Spiele oft weit über ihre natürliche Lebenszeit hinaus verlängern. Man denke nur an das geniale Long-War-Mod für XCOM: Enemy Unknown.

Aktive Spieler auf Steam (Peak)



Das Flächendiagramm zeigt die aktiven Spieler auf Steam zu Peak-Zeiten – also die höchste Spieleranzahl des Monats. Der Trend geht glasklar nach oben, nach Januar folgt regelmäßig ein Einbruch. Die Aussage, Steam würde Spieler verlieren, ist statistisch also einfach falsch.

Veröffentlichte Spiele auf Steam



Alle Spiele, die Steam bisher veröffentlicht hat, sortiert nach Veröffentlichungen pro Jahr. Wie ihr sehen könnt, sind die Releases in den letzten vier Jahren regelrecht explodiert. 2017 und 2018 zusammengenommen hat Steam fast doppelt so viele Spiele in sein Programm integriert als in allen Jahren vorher insgesamt, nämlich fast 12.000 Titel.

Man wolle einen engeren Kontakt zu den eigenen Fans pflegen – ohne Steam-Mittelsmann. Und man möchte schneller und direkter Software-Bugs ausfindig machen und reparieren können – ebenfalls ohne Steam-Mittelsmann. Es geht aber auch um Daten, denn durch die Kundenbindung an den eigenen Client bekommt Bethesda auch uneingeschränkten Zugriff auf deren Daten, die sie anschließend für Werbezwecke weiterverwenden können. Damit wären wir wieder beim Thema »Kontrolle«.

Aber geht es wirklich nur darum? Spielt nicht auch das Geld eine Rolle? Immerhin soll Steam von allen verkauften Spielen um die 30 Prozent als Gebühr einbehalten – nur der Rest landet beim Entwickler oder Publisher. Und ja, auf den ersten Blick muss man bei diesen Zahlen erst mal nach Luft schnappen: »Warum soll ich das bitte be-rappen?!«, denkt man. »Da sitzt Steam mit



Steam muss sich bereits seit geraumer Zeit reichlich Kritik gefallen lassen, wenn es um Kundenservice und Qualitätsüberwachung geht – beispielsweise während des Slaughtering-Grounds-Debakels Anfang 2016. Angesichts der Milliardenumsätze des Unternehmens sind die Argumente der Fans, die keine Lust mehr auf Schrrott-»Spiele« und Asset Flips haben, sehr gut nachvollziehbar.

seinem breiten Arsch mitten in meinem Vertriebsweg, macht nicht mehr, als meine Spiele den letzten Meter zu meinen Käufern weiterzureichen, und hält dann auch noch frech die Hand auf, wo ich ein knappes Drittel meiner sauer verdienten Einnahmen reinlegen darf? Geht's noch?!

»Ja, das geht noch«, meint Swen Vincke, seines Zeichens Firmenchef der belgischen Larian Studios und damit Mastermind hinter der grandiosen Divinity: Original Sin-Serie und seit 1996 passionierter Videospieldentwickler. »Verglichen mit den alten Distributionswegen, also den Einzel- und Fachhändlern, ist Steam für Entwickler unendlich viel rentabler. Da muss man eigentlich gar nicht erst zu rechnen anfangen.«

Fast eine Stunde fachsimpeln wir mit dem Belgier über zwei Dekaden Geschichte des PC-Spiele-Vertriebs und entdecken: Swen und der Autor dieser Zeilen sind beide seit 20 Jahren im Geschäft. Wir haben dabei denselben Markt aus aufregend unterschiedlichen Perspektiven beobachtet. Er als Softwareentwickler, ich als Gaming-Journalist. Über den Nachmittag hinweg werden mit viel Herzblut die Standpunkte ausgetauscht – das komplette Interview findet ihr am Ende unseres Artikels.

Vorsicht, Milchrutsche

Warum geht die Rechnung auf? Weil sie wirklich ganz einfach ist. Die vermeintlichen 30 Prozent Steam-Zoll lohnen sich für Entwickler, wenn sie über Steam so viele Kunden erreichen, dass sie in der Bilanz den Break-even-Point zum selbstgebauten Software-Shop überspringen. Will heißen: 70 Prozent von 1.000 Euro auf Steam sind mehr als 100 Prozent von 300 Euro aus dem eigenen Exklusiv-Laden. Klingt logisch, oder?

Und es gibt eben nirgendwo auf der Welt mehr potenzielle Kunden in irgendeinem digitalen Unterhaltungsangebot als auf Steam. Auch wenn dort seit Anfang des Jahres die aktiven Spielerzahlen sinken, so sinken diese eben nur von »göttlich viele« auf »unfassbar viele« – aktuell um die 16 Millionen, plus/minus Sommerloch, plus/minus Steam Sales. Dazu kommt, dass die Aussage, Steam würde Spieler verlieren, aus statistischer Sicht zumindest diskussionswürdig ist. Der kleine Knick zu Jahresbeginn ist normal, der Trend zeigt dagegen nach oben.

Mehrere digitale Plattformen, die letztendlich denselben Service bieten? Das kennen PC-Nutzer bereits von den Instant Messengern. Zu Blütezeiten der Gesprächsvielfalt gab es hier ICQ, AIM, Yahoo Messenger, Skype, MSN und noch viele mehr. Sich in alle einzuloggen, war nervig. Die Lösung boten Login-Manager wie Trillian oder Pidgin. Gut möglich, dass sich für digitale Spieledistributoren ähnliche Lösungen etablieren.

Mit einer Nutzerbasis von etwas mehr als 50 Millionen Spielern ist der Klassiker Team Fortress 2 der populärste Titel auf Steam. Mit etwa 46 Millionen Spielern folgen das immer noch heiße Counter-Strike: Global Offensive und dann mit ca. 36 Millionen Spielern bereits Playerunknown's Battlegrounds.

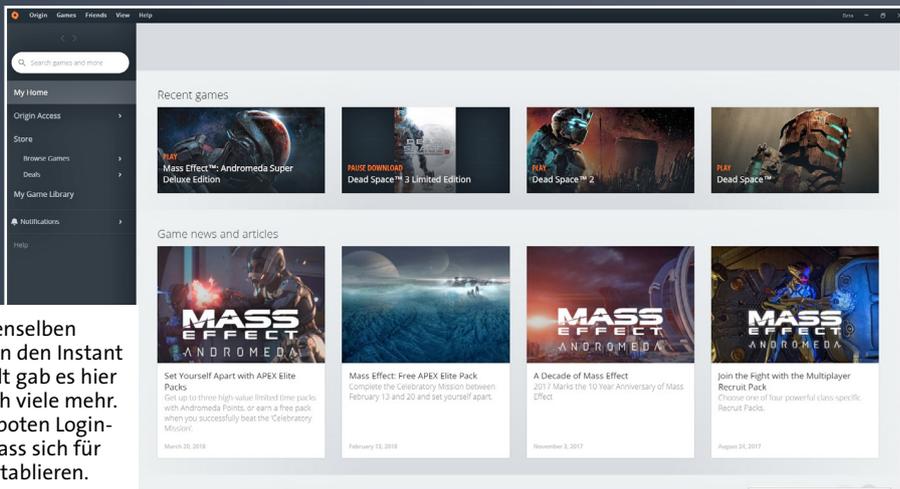


An der Stelle sollte man daher Vorsicht walten lassen. Die Gefahr, hier in eine Milchmädchenrechnung abzurutschen, ist nicht ganz ohne. Für die abgegebenen 30 Prozent erhalten Entwickler einen realen Gegenwert. Schließlich kümmert sich Steam um die Pflege der digitalen Distributionsplattform. Als Entwickler spart man sich die Kosten für den Aufbau und die Wartung eines eigenen Software-Shops.

Obendrauf gibt es eine extrem starke Community-Plattform, deren Tests, Foren und Workshops ein Spiel massiv pushen können – und das noch lange nach seiner natürlichen Lebenszeit am Markt. Gerade deshalb wird aber für die größten Publisher der Abschied von Steam am einfachsten. Wer Milliarden Dollar im Jahr umsetzt, kommt mit den Do-it-yourself-Kosten deutlich leichter klar als die Kollegen im Mittelstand.

Beispiel Epic Games: Der anhaltende Erfolg des Battle-Royale-Shooters Fortnite hat die Unreal-Engine-Experten so reich und bekannt gemacht, dass sie beim Android-Release von Fortnite einfach mal den allmächtig erscheinenden Google Play Store umgehen. Denn wie Valve streicht Google dem Vernehmen nach 30 Prozent des Preises jedes verkauften Spiels ein – diese 30 Prozent ist Epic anscheinend nicht mehr gewillt zu zahlen.

Die PC-Version läuft bereits jetzt nicht über Steam, sondern über Epic Games' eigenen Shop. Aber Moment: Seine Kunden dazu verpflichtet, auf ihrem PC manuell ein neues Programm zu installieren? Kein Problem! Aber es ist meilenweit mehr verlangt, dasselbe abseits des komfortablen Google Play Stores auf Android zu tun. Viele Nutzer dürften davor zurückschrecken oder gar überfordert sein. Wir glauben nicht, dass Epic Games so jemals mehr Geld umsetzen kann, als das über Googles Smartphone-Shop möglich wäre – trotz Android-Gebühren.





Hat man die Spieler von Titeln wie Call of Duty: Black Ops 4 erst einmal auf die eigene Plattform (in diesem Fall Battle.net) gelockt, kann man seinen bestehenden Kundenstamm mit deutlich geringerem Aufwand für andere Titel aus dem Portfolio interessieren.

Die Entwickler von Super Meat Boy, Team Meat, fühlen sich auf der Nintendo Switch sichtlich wohl.



Macht macht unabhängig

Warum Epic sich das erlauben kann? Weil sie mit Fortnite einen der zugstärksten Namen im Videospiegelgeschäft haben. Es ist der gleiche Fall mit Fallout, Destiny, Battlefield oder World of Warcraft: Wenn die Marken eine bestimmte kritische Masse erreichen, lohnt sich ein Ausstieg bei Steam für die Publisher, denn dann sind sie nicht mehr von der Präsenz auf Steam abhängig, um neue Käufer zu erreichen – nein, dann ist es die magische Anziehungskraft der Marke, die Käufer zur eigenen Plattform und von Steam weg strömen lässt.

Das lässt sich wie ein Wachstumsprozess beschreiben oder wie ein Kind, das irgendwann mal zu groß für die Krippe geworden ist: Activision, Bethesda oder Electronic Arts haben sich von Mutter Steam abgenabelt, sie stehen auf eigenen Beinen – gestützt von milliardenschweren Umsätzen und einem exzellenten Ruf ihrer Marken. Sie brauchen Steam schlicht nicht mehr, sie treten teils sogar in direkte Konkurrenz.

So bietet unter anderem Origin schon längst Spiele zum Verkauf an, die nicht von Electronic Arts vertrieben werden, womit der Store einen Schritt weg von der firmenexklusiven Werbeplattform hin zu einem vollwertigen Steam-Ersatz gemacht hat.

Und Ubisoft? Der französische Publisher verkauft zwar auch Millionen Exemplare seiner Spiele, 2018 dürfte etwa Assassin's Creed: Odyssey ein Verkaufsschlager werden. Aber die Ubisoft-Plattform Uplay existiert trotzdem friedlich parallel zu Steam statt in direkter Konkurrenz. Uplay ist kein exklusiver Shop; Spiele wie Anno 1800 können weiterhin über Steam gekauft werden – allerdings ist eine Verknüpfung mit dem Uplay-Store unabdingbar, womit auch Ubisoft letztlich die Kontrolle hat.

Doch bislang verzichtet das Unternehmen hinter Titeln wie The Division 2 noch darauf, den letzten Schritt zu gehen und

Steam und seiner 30 Prozent-Marge komplett den Rücken zu kehren. Das so verlorene Geld scheint Ubisoft egal – vielleicht auch, weil die inzwischen enorm profitablen (kosmetischen) Mikrotransaktionen in Ubisofts Spielen ausschließlich über Uplay laufen und man dafür eben keinen wie auch immer gearteten Prozentsatz an Steam und Valve abdrücken muss.

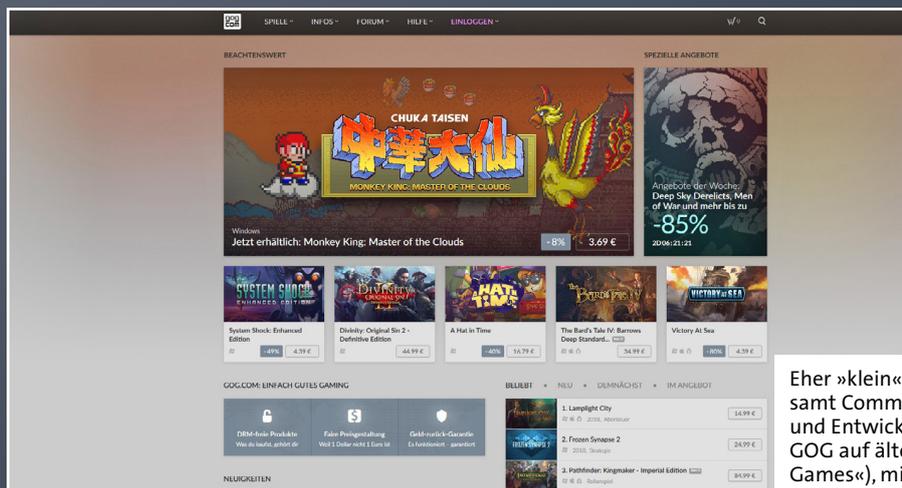
Warum gehen die Großen?

Wir stellen also eine spannende Tatsache fest: Sieht man sich die Gründe an, warum die großen Hersteller Steam den Rücken kehren, oder fragt man sie wie unlängst Bethesda direkt danach, scheint das gesparte Geld nicht so wichtig zu sein.

Die Motivation muss also anderswo liegen. Vielleicht ja einfach bei den Nutzerdaten? Wer Spiele entwickeln möchte, die sich möglichst gut verkaufen sollen, hat mit einem eigenen Shop ein perfektes Marktforschungswerkzeug an der Hand. Wer seine Top-Titel von Weltformat außerdem (nur) auf seinem eigenen Marktplatz veröffentlicht, nötigt die Spieler mit sanfterm Druck, regelmäßig mit der Plattform des Entwicklers in Kontakt zu treten, und das ist gut für das Geschäft. Origin, Uplay, Bethesda und eben Fortnite lassen schön grüßen.

Die großen AAA-Publisher geben jedes Jahr zig Millionen für Werbung und Marketing aus, um ihre flüchtigen Kunden zu erreichen. Das geht deutlich günstiger und effektiver, wenn der Kunde ob der Exklusivtitel keine andere »Wahl« hat, als selbst im hauseigenen Shop vorbeizukommen.

Letztendlich ist es auch tatsächlich so, wie Bethesda es sagt: Ohne Steam kann man noch schneller, noch direkter auf seine Spieler reagieren, Trends aufgreifen und enger kommunizieren. Kurzum: »Power is nothing without control« – und wer es sich leisten kann, will einfach selbst die Kontrolle behalten.



Worum geht's in Zukunft?

Dieser Trend wird in Zukunft nur noch stärker werden, weil die Gründe für diese Entwicklung ebenfalls an Bedeutung gewinnen. Die Produktion von Spielen wird teurer – das Risiko, einen Flop zu landen, wiegt damit immer schwerer. Das Paradebeispiel: Titanfall 2. Ein Klasse Titel – der aber schlecht platziert und kommuniziert wurde.

Das Ergebnis war ein Spitzenspiel, das bei den Verkäufen komplett durchgefallen

Eher »klein«, aber fein: GOG.com. Der digitale Webshop samt Community gehört zu CD Projekt – also dem Publisher und Entwickler der Witcher-Games. Früher beschränkte sich GOG auf ältere Spiele (daher auch das Akronym »Good Old Games«), mittlerweile tummeln sich hier auch aktuelle Titel.



Interview: 20 Jahre Spielvertrieb bei Larian

Wir treffen uns mit Swen Vincke, Gründer und seit über 20 Jahren Chef der Larian Studios. Zusammen mit dem belgischen PC-Spiele-Veteranen fachsimpeln wir über die letzten zwei Dekaden Games-Distribution mit und ohne Steam.

Der Markt wird sich selbst reinigen.

GameStar: Hallo, Swen! Vielen Dank, dass du dir Zeit für unser kleines Special nimmst.

Swen Vincke: Gerne! Du wolltest dich mit mir über das spannende Thema Steam unterhalten, richtig?

Ganz genau – und zwar gerade mit dir, weil du mit deiner eigenen Firma schon PC-Spiele veröffentlicht hast, lange bevor es Steam gegeben hat. Tatsächlich wurden Larian und Valve im selben Jahr gegründet – 1996. Dein erster Publishing-Deal galt damals, 1997, einem Projekt namens L.E.D. Wars. 2002 folgte dann euer nächster Titel und mit ihm die Premiere des Rollenspiel-Universums, in dem ihr heute Welterfolge feiert: Divine Divinity. Das unsere Leser und ich als Divinity: The Sword of Lies im Gedächtnis behalten wollen. Sorry nochmal, dass unsere Landsleute von CDV euch damals zu dem schlimmen Namenswechsel genötigt haben.

Ja, das stimmt alles.

Der allererste Third-Party-Titel, den Valve auf Steam veröffentlicht hat, war 2005 ein Spiel namens Rag Doll Kung Fu. Du hast die für unser Thema enorm wertvolle Perspektive des Chefs eines erfolgreichen Weltklasse-Entwicklerstudios. Du hast in den letzten 20 Jahren alles selbst in Auftrag gegeben: klassische Verteilung über Fach- und Einzelhändler, den Release Larians erster Titel während der Gründerzeit von Steam und jetzt die Veröffentlichung eures bisher größten Erfolgs, Divinity: Original Sin 2, während Steam in Schrottspielen ersäuft. Mit all deiner Erfahrung würden wir gerne wissen, wie sich die Distribution von PC-Spielen in diesen zwei Jahrzehnten verändert hat.

Das ist erstaunlicherweise exakt das Thema meiner D.I.C.E.-Rede in diesem Jahr. Für uns bei Larian ist der größte Unterschied der, dass wir nicht mehr so sehr auf einen Publisher angewiesen sind. Generell braucht man 2018 weniger Mittelsmänner als noch vor fünf oder zehn Jahren. Für mich war schon immer wichtig, dass wir beim Spieldesign an die Spieler denken – und nicht an irgendwelche Anzugträger, die im Hinterzimmer eines Publishers darüber

entscheiden, was veröffentlicht wird und was nicht. Das ist eigentlich, was mir an der Zersplitterung digitaler Distributionsplattformen am meisten Sorgen macht. Wenn Steam als neutrale Plattform an Marktmacht einbüßt, fließt diese noch stärker an die Publisher zurück. Das ist nicht gut für die kreative Freiheit der Entwickler. Du bist ja auch schon lange Spielejournalist, richtig?

Im Oktober 2019 werden es 20 Jahre. Warum denn?

Erinnerst du dich an die PC-CD-ROM-Flut zum Jahrtausendwechsel? Als selbst Kleinzeug unbedingt auf CD erscheinen musste?

Oh ja! 5-Euro-Wühltische mit billigen Spielen überall. Sogar im Supermarkt in der Ecke, zwischen den Chips und den reduzierten Kalendern des Vorjahrs.

Ganz genau. Exakt denselben Zustand haben wir jetzt ebenfalls, nur eben digital statt in CD-ROM-Form. Und wir haben diesen Zustand auch wieder aus demselben Grund – der Markt ist sehr gesund. Die Spieler sind interessiert. Es ist extrem viel leistungsstarke Hardware im Umlauf. Damals hatten wir mit den neuartigen Scheiben eine analoge Revolution der Software, heute ist es eine ohne Datenträger. Und ich denke auch, dass die Geschichte wie damals enden wird. Der überfrachtete Markt wird sich selbst reinigen und zum Schluss werden wir mit etwas dastehen, das besser ist als das, was wir vorher hatten.

Von L.E.D. Wars abgesehen sind alle Spiele deines Unternehmens auf Steam. Ihr veröffentlicht Divinity: Original Sin 2 aber nicht nur dort digital, sondern auch auf CD. Projekts sehr beliebter Verkaufsplattform GOG.com. Ist es schwierig, ein Spiel auf zwei PC-Distributionskanälen gleichzeitig zu vertreiben und zu pflegen? Hat jemals Steam oder GOG versucht, euch dazu zu bringen, exklusiv nur auf einer Plattform zu laufen?

Nein. Nicht mal ansatzweise. Sowohl Steam als auch GOG sind extrem liberal, was das angeht, das war nicht mal ein Thema. Beiden Plattformen ist es aber wichtig, dass alle fair behandelt werden – wir Entwickler ebenso wie die Plattformbetreiber.

Welchen Prozentsatz eurer Einkünfte bezahlt ihr denn genau an Steam beziehungsweise GOG?



Auch 2019 hält Ubisoft Steam die Treue: Anno 1800 ist auf Valves Online-Plattform vorbestellbar, zum Spielen wird aber auch Ubisofts Client Uplay benötigt.

ist. Die klassischen Methoden der Kundenbindung werden ineffizienter, denn das Überangebot an Spielen und Werbung macht die Kunden weniger empfänglich für beides. Eben deswegen gewinnen Youtube und Influencer ja immer mehr Marktmacht – beide erreichen die Spieler. Für die Entwickler gibt es nichts Wichtigeres, denn noch härter als ums Geld kämpfen die Hersteller mittlerweile um Aufmerksamkeit.

Die schlechte Nachricht für uns Spieler: Wir werden in Zukunft mit der immer weiter voranschreitenden Zersplitterung unserer Community rechnen müssen. Viele einzelne statt ein riesiger Marktplatz bedeutet, dass wir uns alle hier und da in Fachgeschäften über den Weg laufen – nicht mehr bequem in einem großen Einkaufszentrum.

Wenn wir aber bereits etwas bewiesen haben, dann dass wir verdammt gut darin sind, uns plattform- und shopunabhängig zu

Das darf ich nicht sagen, da stehe ich tatsächlich unter strengen NDAs. Was ich aber sagen kann, ist, dass immer mehr kleine Plattformen auftauchen, die Steam zu unterbieten versuchen. Der Trend wird auf jeden Fall stärker.

Dann frage ich anders. Lohnt sich der digitale Verkauf für euch verglichen mit den klassischen Distributionswegen im Einzel- und Fachhandel, auch wenn ihr x Prozent eurer Einkünfte an Steam und GOG abgeben müsst?

Oh ja! Das ist noch nicht einmal ein Vergleich. Verkäufe auf Steam und GOG sind für uns in jedem Fall meilenweit rentabler als die »maginalen« Verkäufe im Einzelhandel.

Larian geht extrem gut mit der Crowdfunding-Webseite Kickstarter zusammen. Ihr habt über Kickstarter Divinity: Original Sin und Original Sin 2 sehr erfolgreich finanziert und beide Male dann auch absolute Spitzenergebnisse abgeliefert. Ihr habt ganz klar den Zuspruch der Spieler. Die Community gibt euch Millionen von Dollar, damit ihr starke Games entwickeln könnt. Angesichts eures sehr guten Standes im Internet, habt ihr euch einmal überlegt, auf Steam zu verzichten und eure digitale Distribution selbst zu übernehmen? Ganz ohne Gebühren an eine Drittfirma?

Wir hatten mit Larian Vault ja sogar mal einen eigenen Online-Shop – aber der Kollege, den wir für die Programmierung und Wartung unseres Webshops eingestellt hatten, wurde dann quasi von unserem Entwicklerteam assimiliert. Seitdem ist der Vault lediglich ein Steam-Link. Wir machen leidenschaftlich gerne Spiele, das steckt wohl an. Irgendwann sollten wir das noch einmal versuchen, aber wahrscheinlich würde es dann wieder so laufen. Wir brauchen wohl einen Drittanbieter außer Haus. Das ist für uns auch in Ordnung, Steam kümmert sich sehr gut um uns und ist sein Geld (also seinen Umsatzanteil) wert. Die ganzen Nebenschauplätze liegen uns selbst nicht so – sorry nochmal an alle, die so lange auf ihre Divinity-Hoodies warten mussten.

Nehmen wir einmal an, ich wäre ein Ein-Mann-Studio, das wirklich schöne, kleine Computerspiele entwickelt. Einfache Titel, keine Frage, aber ehrlich unterhaltsam und kein Free2Play-Schrott. Ich würde dich anrufen und sagen: »Ich weiß nicht, ob ich für meine Spiele wirklich Steam verwenden möchte. Ich will eigentlich keine Gebühren für meine Arbeit bezahlen. Vielleicht sollte ich meine Spiele selbst zu vertreiben versuchen?« Welchen Ratschlag würdest du mir als aufstrebendem Indie geben?

Das wäre ganz einfach, ich würde sagen: »Warum nicht beides?« Du hast nichts zu verlieren. Steam ist, wie gesagt, sehr liberal und

einfach zu nutzen. Dein Problem als Entwickler ist, gesehen zu werden. Überall. So oft wie möglich. Auf allen Kanälen, die du kriegen kannst. Du musst den Schneeball ins Rollen bringen. Wenn genug Spieler auf dich aufmerksam werden und deine Arbeit überzeugt, dann blickt die Community hoffentlich auch in deine Richtung. Wenn das passiert, kommt als Nächstes die Presse auf dich zu. Marketing und Präsenz sind jetzt gerade das Nonplusultra. Qualität wird sich am Ende immer durchsetzen. Vielleicht nicht am Anfang. Aber am Ende ganz sicher.

Was uns exakt zur wichtigsten Frage bringt. Während der letzten zehn Jahre hat sich das Spieleangebot auf Steam mehr als verzehnfacht. 565 Titel erschienen auf Valves Plattform im Jahr 2013, kaum vier Jahre später waren es unfassbare 7.672. Ich denke: Das ist ein Problem für die Kunden, die unter schlechten Spielen begraben werden. Das ist ein Problem für Steam, weil es seinen Ruf als Qualitätsplattform verliert. Und das ist ein Problem für die Spielentwickler, weil sie immer mehr um Aufmerksamkeit in den virtuellen Regalen kämpfen müssen. Was denkst du?

Ich denke, dass Gabe Newell [der Firmenpräsident von Valve, Anm. d. Red.] mit Recht ein sehr reicher Mann ist. Für mich ist eine Antwort ganz wichtig: Steam ist nicht euer Feind. Steam ist offen, frei, fair und tut unglaublich viel für unser Hobby. Steam hat für die besten Preise gesorgt – für Spieler und Entwickler gleichermaßen. Das tut allen Bereichen des PC-Spielemarktes gut. Steam ist mitverantwortlich auch für Wachstum in vielen anderen Softwarebereichen, die man oft gar nicht so stark sieht – VR-Programme und -Präsentationen auf Messen, zum Beispiel.

Wir sind eine Unterhaltungsbranche und damit sehr schnell, agil und wechselhaft. Die Marktmodelle haben sich schon so oft gewandelt. Man muss sich anpassen können, weil es der Markt auf jeden Fall auch tut. Es ist aber trotzdem Platz für unglaubliche Vielfalt: Indies funktionieren, AAA-Spiele funktionieren, Kickstarter funktioniert. Es könnten sich ganz neue, thematische Digitalplattformen etablieren – etwa nur für bestimmte Genres. Dank Unity und Unreal wird Spieldesign immer einfacher. Unser Markt, unser Hobby ist so stark wie nie zuvor. Darauf müssen sich Teile des Marktes jetzt neu einstellen. Aber das hat er in der Vergangenheit immer geschafft. Er wird es auch diesmal schaffen.

Swen, besten Dank für deine fundierte Sicht der Dinge. Ich glaube, wenn wir als Spieler das gut machen und die aktuell etwas undurchsichtige Zeit sauber anpacken, können wir am Ende etwas wirklich Starkes schaffen.

Uns allen viel Spaß dabei!

organisieren. Electronic Arts hat seinerzeit zu Star Wars: Battlefront 2 nicht auf Origin eine Abreibung der von Lootboxen genervten Spieler abbekommen, sondern auf Reddit. Klar wird es für uns umständlicher, wenn wir Foren, Reviews und Mods nicht mehr alle aus einer Hand und auf einen Klick komfortabel bei Steam mitnehmen können. Aber eine Gemeinschaft, die sich von Reddit bis Youtube miteinander austauscht, die von Amazon über Steam bis GameStar eigene Tests schreibt, die sogar auf eigene Faust Server für längst eingestellte MMOs aufbaut, bringt man so schnell nicht auseinander. Spieler organisieren sich gerne thematisch – bei Valve oder eben anderswo.

Warum gehen die Kleinen?

Für die Indie- und mittelgroßen Entwickler ist das gesparte Geld durch den Verzicht auf Steam oft ebenfalls der kleinere Anreiz. Viel wichtiger für diejenigen, die keine Marke vom Schlage eines Fallout in der Hosentasche haben, ist ... die Sichtbarkeit.

Denn egal, wie viel Geld man auf Steam verdienen kann, egal, wie viele Spieler sich auf der digitalen Plattform tummeln: Wenn ein Spiel unentdeckt bleibt, landen Verdienst und Downloads bei derselben Ziffer: null. Und exakt dieses Sichtbarkeitspro-

blem ist im Moment die größte Plage, mit der sich Steam wohl jemals auseinandersetzen musste.

Dank der hervorragenden statistischen Arbeit der Webseite steamspy.com wissen wir: 2007 wurden auf Steam 112 Spiele veröffentlicht. 2013 waren es immer noch überschaubare 565 Titel. Und dann ist der Laden explodiert! 2014: 1.771 Spiele. 2015: 2.964 Spiele. 2016: 4.207 Spiele. 2017: unfassbare 7.672 Spiele – das sind mehr als 21 veröffentlichte Titel pro Tag. Und es geht momentan immer noch weiter aufwärts.

Blöde Sache nur: »Aufwärts« ist hier Auslegungssache. Denn der Schwall an Software gerade der letzten 18 Monate fügt der Definition »Shitstorm« eine neue Bedeutung zu. Die Menge an nichtswürdigem Schrott aus Asset Flips (aus bereits vorhandenen Texturen und Modellen zusammengeklöppelte Schundspiele) und kaum spielbaren Programmpaketen auf Steam war dermaßen überwältigend, dass ernst gemeinte Games inmitten der Brühe hoffnungslos abgesoffen sind.

Mancher »Entwickler« hat so innerhalb eines einzigen Jahres eine geradezu lächerliche Anzahl an Spielen auf Steam gerotzt. Bereits letzten Herbst packte Valve den firmeneigenen Banhammer aus und prügelte die 173 (!) Titel des Herstellers Silicon



Der aktuelle Champion im Battle-Royale-Ring heißt Fortnite. Der Megahit verzichtet im PC-Sektor bereits auf Steam. Für die Veröffentlichung auf Android wird der Entwickler Epic Games sogar noch frecher – und lässt den Google Play Store links liegen. Stattdessen wird Fortnite über einen Android-Launcher installiert. So spart sich Epic Games den Google-Zoll.

Echo Studios von der Bildfläche. Weil es dank Unity-Bausteinen und leicht zu programmierender Engines mittlerweile selbst für komplett talent- und ehrgeizlose Amateure ein Leichtes ist, gerade noch interaktive Software auf Steam einzustellen, nimmt auch die Menge an Schrott immer mehr zu. Ein paar Deppen werden den Schrott schon kaufen.

Die Strategie ist einfach. Man packe möglichst viele Spiele auf Valves Plattform und verlange pro Titel nur ein paar Cent. Einige Käufer greifen zu diesem Preis probeweise zu, immerhin hat man fast nichts zu verlieren. Multipliziert mit 5.000 rechnet sich das dann trotz des kleinen Geldes. Schließlich kostet die Produktion dieser Schrottware ja auch fast nichts.

Mehr noch: Mancher Entwickler macht gar keinen Hehl daraus, auf Steam bewusst unterhaltungsfreie Spiele anzubieten. Stattdessen produzieren sie Achievement-Minen, in denen Käufer quasi mit einem Mausclick Punkte für ihren Account verdienen können. Offenbar legt eine rentable Menge an Spielern viel Wert darauf, dass ihre eigene Steam-Frontpage den Eindruck eines erfahrenen Pro-Gamers mit vielen Achievements macht. Oder in diesem Fall wohl eher: simuliert.

Genau diese Flut an Schrottspielen ist aber der Hauptgrund, warum viele Indie-Hersteller gerade den Download-Store der Switch für sich entdecken. Dort ist man zwar ein kleiner Fisch in einem Planschbecken, bleibt dadurch aber vielleicht immer noch sichtbarer als ein Wal in einem versifften Ozean.

Die Riesen wie Electronic Arts dagegen haben millionenschwere Marketingsbudgets als Teil ihrer gigantischen Produktionskosten eingeplant, für sie ist Sichtbarkeit kein Problem, ob auf Steam oder sonstwo. Der Hype um Fallout 76 etwa ist bereits seit Monaten derart groß, dass die fehlende Steam-Unterstützung aller Voraussicht nach nur geringen Einfluss auf die erzielten PC-Verkaufszahlen nehmen wird.

Klar, die Diskussion im Internet wird leidenschaftlich geführt. Aber man denke nur mal in der Zeit zurück: Wie sehr haben sich damals, vor so vielen Jahren, die Leute über die Zwangsverbindung von Half-Life 2 und Steam aufgeregt? Hat das irgendetwas am finanziellen Erfolg der Plattform geändert? Verteidigen nicht vielleicht sogar einige der schärfsten Steam-Kritiker von damals heute ihren Valve'schen Lieblingsstore?

Sollten auch wir gehen?

Die heutzutage immer knappere Sichtbarkeit im Store ist für Steam dennoch eine Katastrophe, denn dieser Trend nagt an dem Hauptverkaufsargument, das Valve für seine saftigen Ge-

bühren ins Feld führt: »Wer seine Spiele bei uns einstellt, wird gesehen, wird angeklickt, wird gekauft!« Dieses Versprechen kann Steam nicht mehr so gut einlösen wie früher, und Schuld ist der eigene Erfolg.

Valves digitale Verkaufsplattform funktioniert dann am besten, wenn sie so populär ist, dass möglichst viele Spiele auf ihr veröffentlicht werden möchten, gleichzeitig aber auch so viel Platz bleibt, dass für jeden Titel ein vernünftig großes Stück der Käufer-Aufmerksamkeit übrig ist.

An dieser Balance schrammt Steam gerade weit vorbei. Was also tun? Die Hoffnung aufgeben, den eigenen PC verbrennen und die Maus verzweifelt am Floppy-Drive eines C64 anzuschließen versuchen?

Nein! Denn die Krankheit, die Steam im Moment so zu schaffen macht, ist eigentlich nur ein Symptom für einen hervorragend laufenden Markt. Wenn die Grenze für die Kreation von Software-Schrott aufgrund immer leichter zu handhabender Entwicklerwerkzeuge sinkt (und das tut sie angesichts der aktuellen Zahlen zweifellos), dann sinkt

eben auch die Grenze für das Erstellen richtig guter Games!

Wenn sich drei, demnächst vielleicht vier der weltgrößten Spielepublisher komplett vom digitalen Platzhirsch loslösen und dazu noch Titel wie Fortnite ihren Abgang von Steam feiern können, ohne dass Valve auch nur annähernd auf die 10-Millionen-Spieler-Grenze zu sinken droht, dann muss der PC-Markt unfassbar stabil und immer weiter im Wachstum sein.

Was Steam im Moment noch fehlt, sind wirkungsvolle Antikörper gegen die ganzen unappetitlichen Fresszellen, die ein dickes, saftiges Steak auf dem Tisch leider anlockt. Wenn sich Valve etwas vorwerfen muss, dann die viel zu lasche, viel zu langsame Reaktion auf die massive Gammel-Inflation.

Der Versuch von Steam, die Lösung in halbautomatischen Kontrollsystemen oder in der Community-Selbsthilfe zu suchen, war einfach eine blöde Idee – weil dem schieren Ansturm und der hässlichen Kreativität der Spammer einfach nicht gewachsen. Seit knapp einem Jahr fährt Steam nun härtere Geschütze gegen Fake-Games und Konsorten auf. Bis Valves virtueller Megastore allerdings wieder in der Balance ist, dürfte schon noch etwas Zeit ins Land gehen. Aber der größte Spieleladen der Welt hat es verdient, dass wir ihm diese Zeit geben. ★

Das irre Rag Doll Kung Fu zimmerte der Lionhead-Entwickler Mark Healey mit ein paar Kollegen zusammen. Es wurde am 12. Oktober 2005 auf Steam veröffentlicht – und war damit der erste Third-Party-Titel auf Valves virtuellem Marktplatz.

