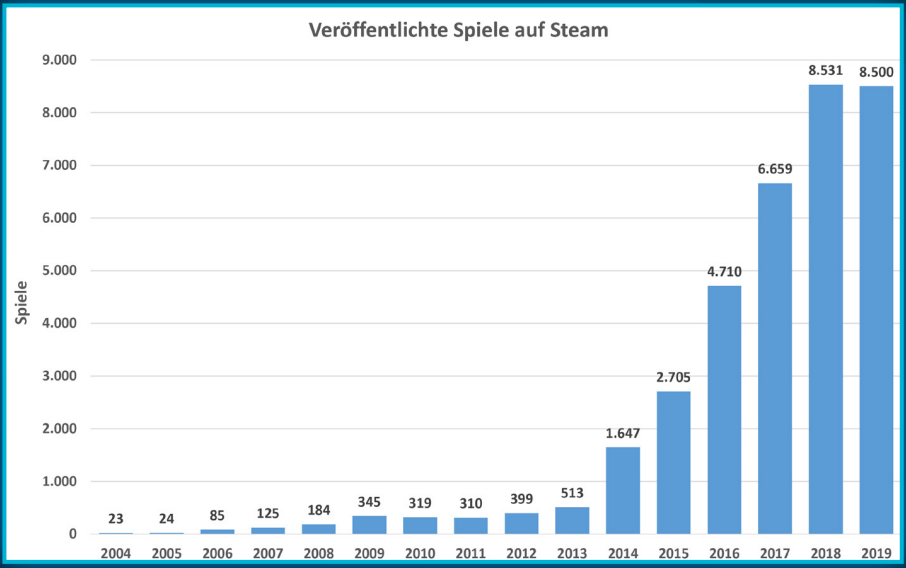
Valve geht neue Wege

STEAM vs. EPIC

Knapp ein Jahr ist seit unserem letzten Steam-Megafeature vergangen – und es ist schon fast eine Unverschämtheit, wie viel im digitalen PC-Distributionsmarkt seitdem passiert ist. Epic hat eingeschlagen wie eine Bombe und dabei keine Gefangenen gemacht. Einige Publisher haben sich von Steam emanzipiert, manche kehren nun schon wieder zurück. Und jetzt rutscht auch noch GOG aus dem Nichts mit einer galaktischen Blutgrätsche in jedermanns Plan. Zeit für ein Update! Von Benjamin Kegel

»Wir freuen uns, EAs Abo-Service im nächsten Frühjahr auf Steam zu starten und den Spielern dort wieder Zugriff auf das EA-Games-Angebot zu ermöglichen.« Moment. Was?! Kollege Peter Bathge und ich schauen einander an: Haben wir das gerade richtig gelesen? Die verblüffende Antwort von EA auf unsere Anfrage geht noch weiter, und der richtig gute Stoff kommt jetzt erst: »Es wird uns eine Freude sein, unsere Spiele nach acht Jahren Absenz wieder auf den Steam-Store zurückzubringen. Gleichzeitig werden wir mit Herzblut daran arbeiten, für unsere Spieler auch auf Origin eine leistungsstarke Plattform aufzubauen. Steam und Origin sind zwei mögliche Wege für Kunden, um an die Spiele zu kommen, die sie spielen wollen – Communities inklusive. Wir möchten unseren Kunden die Wahl lassen, was sie spielen wollen und wo sie es spielen wollen. Dadurch, dass wir auf sie zugehen, hoffen wir, stärkere Fangemeinschaften aufzubauen, diese zu kombinieren, und unsere Spiele sowie unsere Abo-Angebote auf Steam zu etablieren.«

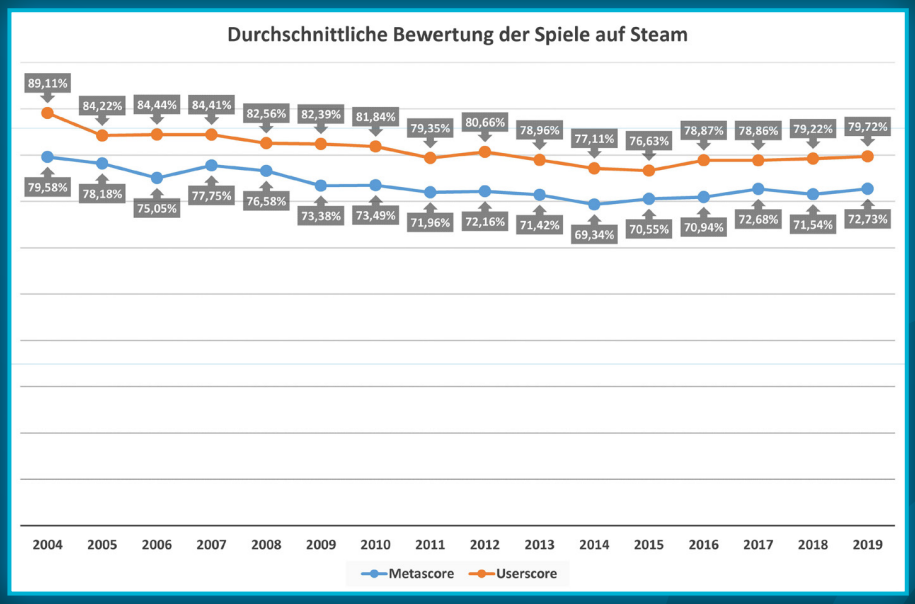
Tja. State of the Platform, verehrte Damen und Herren! Diese überraschende Entscheidung vonseiten EAs zur Rückkehr auf Steam ergibt aber absolut Sinn. Denn das halbe Internet schreit, dass es Steam liebt/hasst, die andere Hälfte schreit, dass es den Epic Games Store liebt/hasst, und kein Mensch sagt irgendwas zu Origin. Der Markt für digitalen Games-Transport ist aktuell so chaotisch wie nie zuvor – aber seine zwei Zugpferde hat er sicherlich gefunden. Die Lage ist bereits für Kunden knifflig zu überblicken, noch deutlich schwieriger dürften dann die Entscheidungen für diejenigen sein, die ihre Inhalte auf den digitalen Plattformen veröffentlichen … und für die daran gerne mal die Existenz der eigenen Firma hängen kann. Weniger Geld hier, mehr Komfort dort, Exklusivdeals, Sonderverträge, gut gehütete Zahlen aufseiten der digitalen Distributoren – bei einem so geladenen Thema halten wir es für wichtig, auch die Betroffenen zu Wort kommen zu lassen. Wir haben daher während unserer Recherche zu diesem Artikel fünf Spielefirmen angeschrieben: Valve, Epic und GOG als die drei aktuell wichtigsten Namen im grassierenden Launcher/Storefront-Krieg. Und dazu noch zwei große deutsche Computerspielproduzenten, die genau wissen, wovon sie reden: Deck13 aus Hamburg (The Surge 1 & 2) und King Art (Die Zwerge, Iron Harvest).



Alle Spiele, die Steam bisher veröffentlicht hat, sortiert nach Jahren. Die Anzahl der von 2017 bis 2019 erschienenen Games ist einfach nur lächerlich hoch. Ebenfalls wichtig: Am 26. November 2019 warf Valve knapp 1.000 Spiele aufgrund von Vertragsverstößen wieder aus dem Store. Als zunächst veröffentlicht gelten sie in dieser Statistik aber natürlich trotzdem. *Quelle: SteamSpy*

Mehrspielermodus: go!

Von Valve haben wir leider nichts gehört. Das kennen wir so aber schon, generell erweist sich eine tiefgreifende PR-Kommunikation mit Steam unserer Erfahrung nach als zäh bis unmöglich. Epic Games hat tatsächlich als Erstes auf unsere Interviewanfrage geantwortet, allerdings nur mit der freundlichen, aber bestimmten Auskunft, dass man gegenwärtig keine Interviews gibt. Das hal-



Die durchschnittliche User- und Metascore-Bewertung aller Spiele auf Steam pro Jahr. Zwei Eigenschaften fallen deutlich auf. Erstens: Die Nutzer bewerten generell besser als die Fachpresse. Und, zweitens: Die Wertungsqualität ist relativ konstant sinkend, aber absolut immer noch auf einem hohen Niveau. *Quelle: SteamSpy*

ten wir, ganz ehrlich, für die richtige Entscheidung: In der derzeit so aufgeheizten Stimmung könnte Epic wohl sagen, was sie wollten, es würde ihnen stets irgendein Strick daraus gedreht werden. Insofern freuen wir uns sehr, euch unsere Gesprächspartner vorstellen zu dürfen: Für GOG.com (interessant vor allem aufgrund von Galaxy 2.0) spricht mit uns Christoph Pardey, Head of Partnerships und DACH-Chef (DACH im Sinne von Deutschland, Österreich und der Schweiz – nicht im Sinne von Hausdach).

Von Deck13 dürfen wir PR- und Marketing-Manager Michael Hoss begrüßen. Und für King Art möchte Firmengründer und Creative Director Jan Theysen höchstselbst mit uns sprechen. Wir lassen unsere Experten im Laufe unseres Artikels gleich mehrfach bei besonders kritischen Fragen zu Wort kommen. Fangen wir doch gleich mal mit der ersten an: PC-Spieleregale in den Läden werden immer kleiner, PC-Systeme verzichten mittlerweile regelmäßig auf optische Laufwerke. Gibt es überhaupt noch eine Zukunft für Physical-Copy-Märkte im PC-Bereich? Steuern wir auf eine Digital-Only-Zukunft zu, in der die Marktanteile der Zukunft deswegen so brachial ausgekämpft werden?

Christoph Pardey (GOG): *»Einen Markt für Collector's oder Special Editions wird es vermutlich auch in Zukunft noch so geben. Sammler und Sammlerinnen, für die das heimische Regal mit physischen Spielen, Figuren und Extras zum Hobby dazu gehört, wird es auch in einem immer stärker digitalen Spielemarkt geben. Natürlich verschiebt sich das Gleichgewicht seit geraumer Zeit und wird es auch noch weiter. Aber so wie sich bei Musik oder Filmen das Verhältnis von physisch/Handel zu digital geändert hat, ohne dass der physische Handel dabei ausstirbt (Stichwort Vinyl-Revival!), so geschieht es gerade auch bei Spielen.«*

Jan Theysen (King Art): *»Ich denke schon, dass es insgesamt in Richtung digital und vielleicht auch in Richtung Abo geht. Letzterem stehen wir als Entwickler sehr kritisch gegenüber. Abo-Anbieter in anderen Bereichen, zum Beispiel Netflix oder Spotify, arbeiten entweder nicht kostendeckend und/oder bieten fürchterliche Konditionen für Künstler. Das führt zwar kurzfristig zu viel günstigem Content für Konsumenten, kann langfristig aber nicht funktionieren und macht es schwerer, große und risikoreiche Projekte anzustoßen. Physische Games werden nie ganz verschwinden. Insbesondere für hochwertige Collector's Editions für Liebhaber sehe ich weiter einen Markt.«*

Michael Hoss (Deck13): *»Es wird in Zukunft auch weiterhin einen Retail-Markt geben, allerdings wohl nicht mehr in seiner heutigen Form. Es wird aber auch weiterhin Spiele geben, die im Retail-Markt gut funktionieren dürften, ich denke hier zum Beispiel an den Landwirtschaftssimulator oder FIFA. Ansonsten dürfte sich das Geschäft in Richtung Sammlereditionen bewegen. Firmen wie Limited Run oder Strictly Limited und First Press Games sind auf dem Vormarsch und bedienen diese speziellen Bedürfnisse.«*

Es ist Zahltag

Na, dann überprüfen wir die Statements unserer drei Fachleute doch mal anhand der aktuellen Zahlen! Jeder echte Diagramm-Gott weiß: Die erste Aussage zu statistischer Bewertung erhält man schon bei dem Versuch, überhaupt erst mal Daten zu organisieren. Denn bereits darin, wie schwer man sich hierbei tut, liegt eine Erkenntnis der Recherche. Tatsächlich kommt man an verlässliche, neutrale und vor allem aktuelle Zahlen

Metro Exodus – der dritte Teil der fantastischen postapokalyptischen Shooter-Serie. Er wird nicht nur als ein klasse Actiontitel in die Geschichte der Videospiele eingehen, sondern auch als die Mutter und Blaupause aller Steam-vs-Epic-Shitstorms zum Thema Exklusivdeals.

rund um den Epic Games Store nur sehr schwer ran. Die verlässlichsten Infos stammen von einer Epic-Präsentation im Rahmen der Game Developers Conference in San Francisco Ende März 2019. Demnach hatte der Epic Games Store damals insgesamt 85 Millionen Nutzer (wichtig dabei: insgesamt, nicht gleichzeitig aktiv). Nun, knapp zehn Monate später, dürfte diese Zahl bereits deutlich höher sein, wenn man bedenkt, dass Epics Fortnite allein von November 2018 bis März 2019 knapp 50 Millionen neue Spieler rekrutiert hat.

40 Prozent der Epic-Games-Store-Nutzer haben laut einer Umfrage Steam nicht installiert – wobei gerade dieser Wert mit Vorsicht zu genießen ist, hat ihn Epic doch selbst unter seinen Nutzern in Erfahrung gebracht. Ganz klar ist aber: Das Battle-Royale-Monstrum Fortnite sollte Epic Games mittlerweile über fünf Milliarden Dollar eingebracht haben – mit dieser digitalen Geldruckmaschine im Haus dürfte Epic nicht so schnell die Munition ausgehen, die sie für ihr Duell mit Steam brauchen.

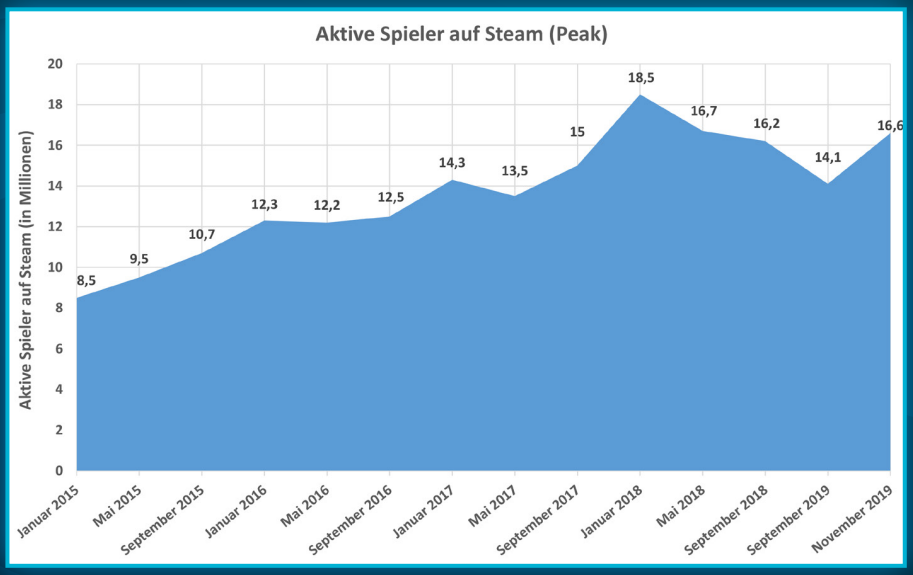
Apropos Steam: Der Altmeister hält sich beim Thema Zahlen nicht ganz so bedeckt. Zusammen mit der Tracking-Webseite Steamspy, ein bisschen Sitzfleisch und einer innigen Zuneigung zur Mathematik kann man hier einige interessante Ergebnisse herleiten. Zunächst mal: Herzlichen Glückwunsch an den Account-Inhaber des Steam-Profils »amusedsilentdragonfly« – du bist Steam-ID Nummer 1.000.000.000.

Ja, Steam hat seit dem 28. April 2019 tatsächlich über eine Milliarde registrierte Accounts. Das passt auch zum Rest der Daten, die wir seit Oktober 2018 sammeln konnten. Demnach loggten sich pro Monat mehr als 90 Millionen Nutzer gleichzeitig (also eben nicht insgesamt) bei Steam ein – das sind über 23 Millionen mehr als noch Ende 2017.

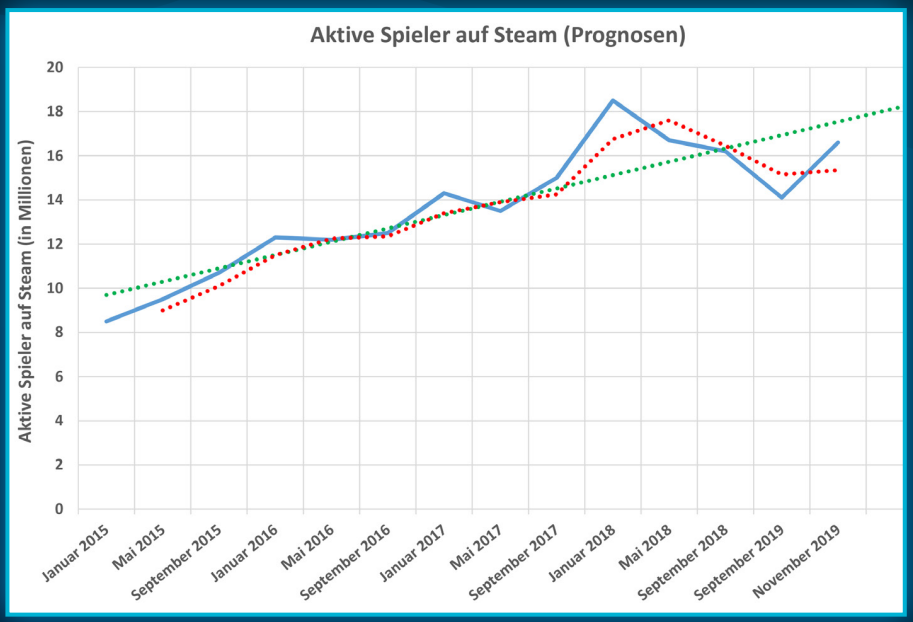
Laut Steamspy hat der durchschnittliche Steam-Nutzer 54 Spiele in seinem Account und spielt pro Woche etwas mehr als 27 Stunden. Insgesamt kommen alle Steam-Profile zusammengerechnet damit zum Jahreswechsel 2019/2020 auf eine Gesamtspielzeit von knapp 92 Millionen Jahren. So sieht's aus, Freunde – Computerspiele sind ein abendfüllendes Hobby.

Gaben ist seliger denn Nehmen

Und natürlich gibt es noch eine weitere entscheidende Zahl für Publisher und Spielentwickler: die Provision, die pro Spielverkauf



Hier seht ihr ein Flächendiagramm der aktiven Spieler auf Steam zu Peak-Zeiten – also die höchste Spieleranzahl des jeweiligen Monats. Nach einem kleinen Durchhänger zwischen September 2018 und September 2019 hat Steam am 25. November 2019 mit 16,6 Mio. gleichzeitigen Spielern locker das drittbeste Ergebnis seiner Laufzeit eingefahren und fast das zweitbeste geknackt *Quelle: Steam*



Hier zwei Hochrechnungen zur zukünftigen Entwicklung der Spielerzahlen auf Steam. Die grüne Linie symbolisiert eine linear berechnete Prognose – das sieht gut aus bei Valve! Die rote Linie ist ein sogenannter gleitender Durchschnitt, also quasi das periodische mittlere Wachstum. Ignoriert man hier den Ausschlag und Abfall von Januar 2018 bis September 2019, ist auch das fast eine konstante Linie. *Quelle: SteamSpy*

Die Top-Spiele

Nach wie vor eines der Top-3-Spiele auf Steam, wenn man die reine Spielerzahl pro Tag misst: Playerunknown's Battlegrounds lockt in einem 24-Stunden-Zeitraum immer noch deutlich über 600.000 Spieler gleichzeitig an die Tastatur. Mit 3,2 Millionen aktiven Logins ist es auch bis heute mit Abstand der Rekordhalter für die meisten gleichzeitigen Spieler auf Steam. Auf Rang 2 ...

... folgt das nach wie vor sehr populäre Counter Strike: Global Offensive (kurz CS:GO), das zwar bereits seit über sieben Jahren auf dem PC unterwegs ist, aber ebenfalls noch knapp über 600.000 Spieler pro 24-Stunden-Periode auf Steam packt. Sein absoluter Spielerrekord von 0,8 Millionen aktiven Logins reicht aber weder an PUBG ran noch an Rang 3, das wäre ...

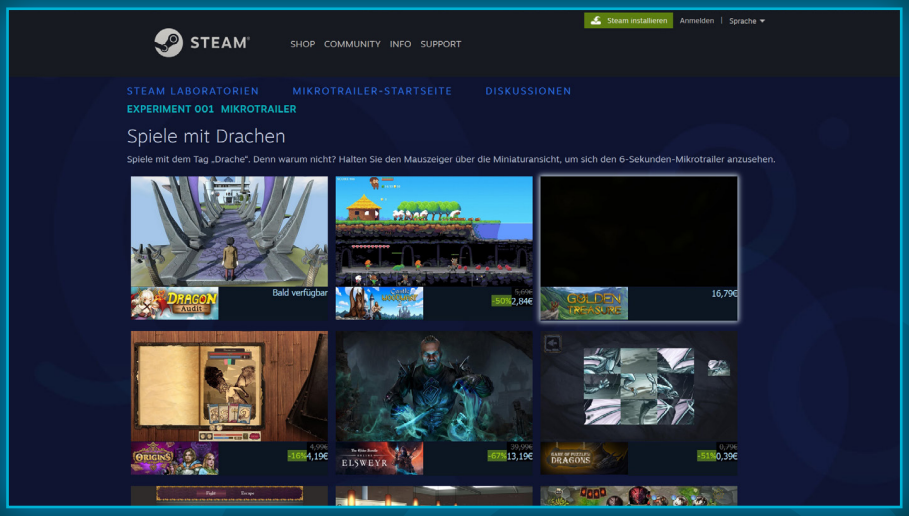
... mit aktuell leicht über 500.000 Spielern pro Tag, aber einem Login-Rekord von 1,29 Millionen Teilnehmern nämlich Dota 2. Wir fassen zusammen: Auf Steam regieren als Triumvirat unangefochten ein sieben Jahre alter Shooter und zwei getunte Ex-Community-Mods. Tja.

an den Plattformbetreiber fällig wird. Wir haben dazu in der Vergangenheit schon öfter Spielentwickler angesprochen – die halten sich aber verständlicherweise bedeckt, weil die genauen Zahlungsmodalitäten der vertraglichen Schweigepflicht unterliegen.

Nach unserem Kenntnisstand verhält sich das Provisionsmodell bei Steam und Epic aktuell wie folgt: Seit dem 1. Oktober 2018 zahlt ein Spiele-Publisher/Entwickler auf Steam zunächst 30 Prozent der Verkaufserlöse als Provision an Valve. Sobald das Spiel insgesamt zehn Millionen Dollar Umsatz generiert, wird dieser Satz auf 25 Prozent verringert. Schafft ein Spiel gar 50 Millionen Dollar Umsatz, fällt der Provisionssatz auf Steam sogar auf 20 Prozent. Das ist super für richtige Blockbuster und dürfte gerade die AAA-Studios überzeugen, weiterhin auf Steam zu setzen. Die Justierung mag sicher auch etwas damit zu tun haben, dass EA nun seine glorreiche Rückkehr auf Steam feiert – und ist garantiert eine der wichtigsten Änderungen bei Valve im Kampf um seine Vormachtstellung am Markt.

Um Ubisoft zu halten, hat das jedoch nicht gereicht: Die Franzosen haben Ende August 2019 mit den Worten »Valves gegenwärtiges Geschäftsmodell ist unrealistisch« Steam den Rücken gekehrt, sich stattdessen dem Epic Games Store zugewandt und damit noch einmal richtig Öl ins sowieso schon außer Kontrolle geratene Feuer gegossen.

»Unrealistisch« könnten Steams neues Provisionssystem auch kleine Studios und Indie-Entwickler finden. Deren Spiele schaffen es meist nicht zu Umsatzgrößen in zweistelliger Millionenhöhe – und zahlen damit die fetteste Rechnung. Ganz besonders bescheuert wird es dann, wenn man auch noch die Lizenzgebühren für die populäre Unreal Engine 4 mit einrechnet. Dieses Software-Powerhouse gehört nämlich Epic Games. Und die Kollegen verlangen für die Nutzung ihrer Engine auf Steam zusätzlich einen Provisionsanteil von fünf Prozent. Im schlechtesten Fall veröffentlicht man als Entwickler also ein mit der Unreal Engine 4 konstruiertes Spiel auf Steam, bleibt dabei unter zehn Millionen Dollar Umsatz und muss dann insgesamt 35 Prozent der eigenen Einkünfte an Valve und Epic Games abdrücken.



Steam Labs, Experiment 001: Mikrotrailer. Wer sich schnell einen ganz groben Überblick über alle nur erdenklichen Spiele mit einem bestimmten Merkmal auf Steam verschaffen möchte, findet mit den Sechs-Sekunden-Trailern ein tatsächlich überraschend nützliches Werkzeug.

Im Epic Games Store sieht das dagegen anders aus. Hier werden nach unserem Wissen aktuell zwölf Prozent Provision unabhängig vom Umsatz fällig. Und als besonderes Schmankerl verzichtet Epic Games hier bei Spielen, die mit der Unreal Engine 4 produziert wurden, sogar noch auf die Zusatzprovision von fünf Prozent für die Lizenzierung der hauseigenen Softwarebasis.

Natürlich gibt es im Epic Games Store aktuell noch ein im Vergleich zum Platzhirsch Steam weit kleineres absolutes Publikum – aber diese relativen Provisionszahlen sind trotzdem eine echte Ansage! Vor allem für kleine Studios, für die jeder Cent zählt.

Holla für 'nen Dollar!

Gibt es neben finanziellen Interessen für Spielentwickler/Publisher aber noch andere Gründe gerade für Exklusivdeals? Steckt da vielleicht auch einfach weniger Arbeit dahinter, wenn man sich nur um die Community/Technik eines Stores statt mehrerer Stores kümmern muss? Zumal ja Community-Management mittlerweile eine verdammt arbeits- und nervenintensive Aufgabe geworden ist. Zeit für unsere zweite Runde des Spiels »Frag den Experten«.

Christoph Pardey (GOG): *»Da wir in erster Linie Plattformanbieter und nicht Entwickler bzw. Publisher sind, können wir schwer über die Motive urteilen. Man sieht allerdings anhand einiger öffentlicher Aussagen von (Indie-)Entwicklern, dass finanzielle Sicherheit und Planbarkeit die Hauptgründe zu sein scheinen. Und ich glaube auch nicht, dass Community-Management eine Rolle bei der Entscheidung spielt, sich exklusiv an einen Store zu binden. Die Community befindet sich ja auf etlichen plattformunabhängigen Portalen (Reddit, Discord, Twitter), und dann dort den Exklusiv-Deal rechtfertigen zu müssen, macht Community Management sicher nicht weniger arbeitsintensiv oder nervenaufreibend.«*

Jan Theysen (King Art): *»Je mehr Features eine Plattform bietet, die man unterstützen will oder muss, desto mehr Arbeit ist es für den Entwickler. Allerdings ist der Gesamtaufwand im Vergleich gering zu dem, was die Entwicklung des Spiels verschlingt. Auf Publisher-Seite steigt der Aufwand fürs Management der Shops, fürs Rechnungswesen, fürs Marketing und so weiter. Das sind die Gründe, warum Shops eine gewisse Größe erreichen müssen, um überhaupt eine sinnvolle Option zu sein. Ich könnte mir vorstellen, dass einige größere Publisher auch mal exklusive Deals gemacht haben, um ihren bestehenden Partnern zu signalisieren: Wir könnten auch anders, vielleicht solltet ihr mal über eure Konditionen nachdenken?«*

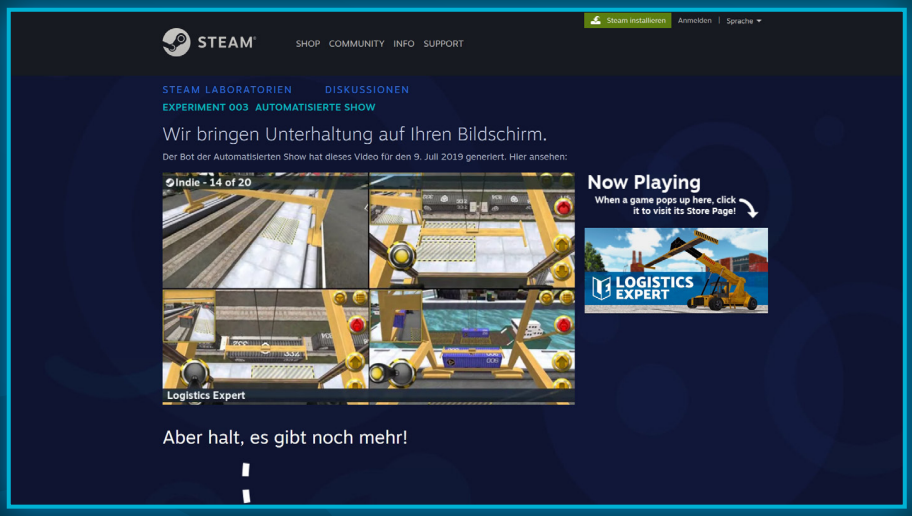
Michael Hoss (Deck13): *»Ob man nun ein Forum betreut oder mehrere, fällt bei so einer Entscheidung kaum ins Gewicht. Finanzielle Interessen dürften in den meisten Fällen den Ausschlag geben. Allerdings ist auch Sichtbarkeit ein Thema: Bei manchen Plattformen werden täglich so viele Spiele veröffentlicht, dass ein Herausstechen schwer geworden ist – an anderer Stelle hat man die*

Steam Labs, Experiment 002: Interaktiver Empfehlungsgeber. Die Tatsache, dass Steam mittlerweile ein KI-gestütztes, maschinenlernfähiges personalisiertes Spielempfehlungssystem gebrauchen kann, ist auch ein deutliches Statement über die schiere Menge an Spielen auf Valves Plattform.

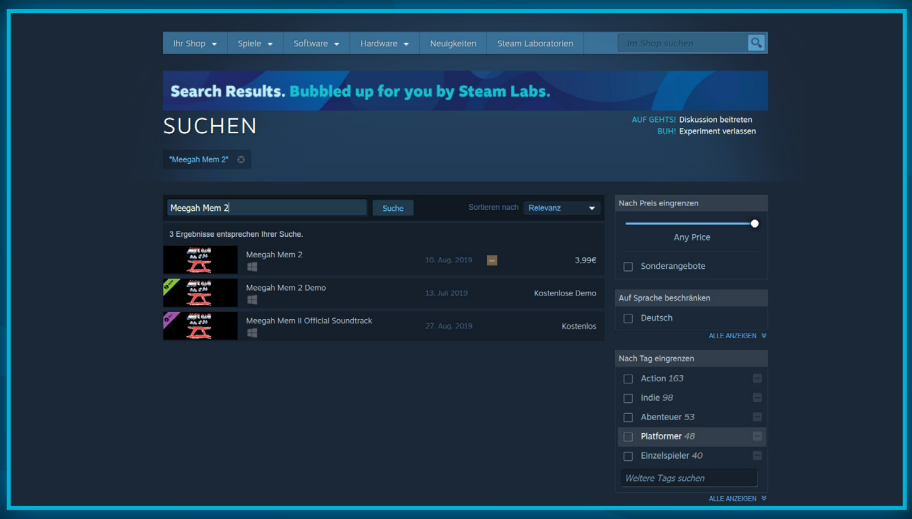
volle Aufmerksamkeit. Und eventuell sogar eine gänzlich andere Zielgruppe. Nehmen wir den Epic Store und Steam: Die ursprüngliche Überschneidung der Kunden war zwar gegeben, aber dennoch brachte Epic seine eigenen Kunden mit.«

Shitstorm-Shelter?

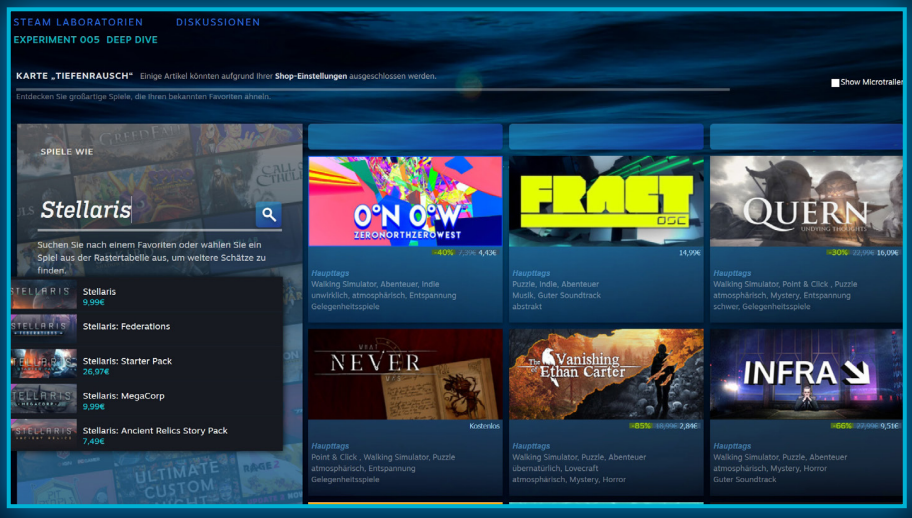
Die Community im grassierenden Storefront-Krieg zu ignorieren und auf das Beste – will heißen: auf Stille – zu hoffen, ist auf jeden Fall eine blöde Idee. Das vielleicht beste Beispiel aus jüngster Zeit dazu: Fallout 76.



Steam Labs, Experiment 003: Automatisierte Show. »But wait, thereeee's mooooore!« Bei seinem automatisierten Spiele-Zusammenschnitt hat sich Valve von Teleshopping-Kanälen inspirieren lassen. Quasi Steam-TV mit Game-Empfehlungen.



Steam Labs, Experiment 004: Suche. Klingt harmlos, ist bei über 30.000 Spielen auf einer exponentiell schnell wachsenden Games-Plattform aber technisch nicht einfach zu lösen. Solche … Perlen wie Meegah Mem 2 findet man eben nicht so einfach.



Steam Labs, Experiment 005: Tiefenrausch. Hier stand das Konzept des Wikipedia-Binges Pate – will heißen: das Folgen einer Brotkrümelnavigation von Link zu Link, um mit dem originalen Suchbegriff verwandte Themen (hier also: Spiele) zu entdecken. Auch das klappt gut!

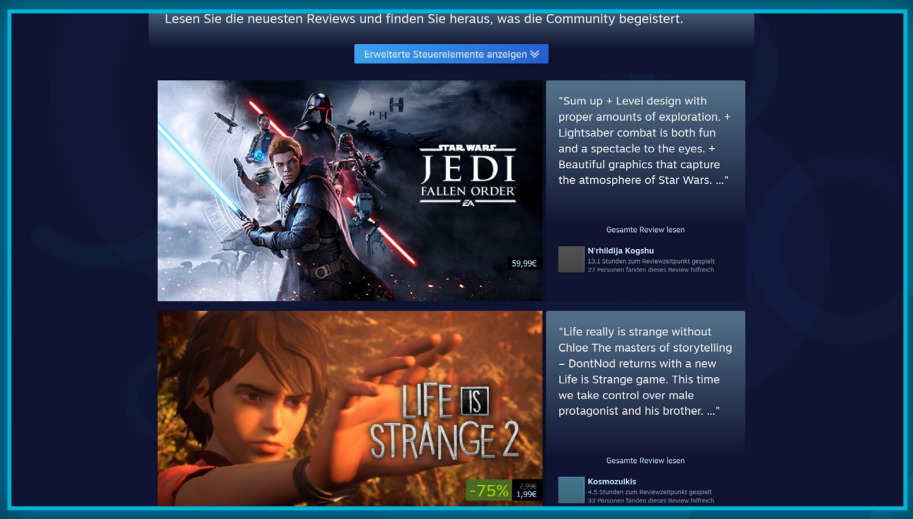
Das Spiel erschien zu seinem Release exklusiv für den Bethesda Launcher, auf dem der Publisher Bethesda den Titel direkt selbst anbieten und damit Provisionszahlungen an Steam oder Epic Games komplett vermeiden konnte. Dieselbe Motivation also, die auch die anderen großen Studios dazu bringt, ihre eigenen Distributionsplattformen auf- oder auszubauen. Am 25. März 2019 gab Bethesda zwar bekannt, dass die aktuellen Spiele auf Steam zurückkehren werden (Rage 2, die Wolfensteins und zum Beispiel Doom Eternal sind alle bereits auf Valves Plattform), Fallout 76 lässt aber zum Redaktionsschluss dieses Reports weiterhin auf sich warten. Vor allem aber war Bethesdas erstes Online-Fallout zu Beginn auf sich allein gestellt, da eben nur über den Bethesda Launcher zu haben. Und das hat auch bedeutet: Bethesda musste allein die Fallout-76-Community handhaben.

Die bisherige Karriere des jüngsten Mitglieds der populären Serie war … nun, sagen wir mal, etwas problematisch: Server-Crashes. Falsche Taschen in der Sammler-Edition. Schlechter Rum in schlechten Flaschen als Merch. Erhöhtes Grinding, um die Boost-Angebote des Atomic Shops verlockender zu machen. Massive Login-Probleme. Verlorene Charaktere und Spielzeit. Geknackte Devrooms, dort gestohlene Gegenstände und daraus die Entwicklung eines Schwarzmarkts. Und natürlich brutalere Bugs als im Burgkeller von Resident Evil 4.

Die Fallout-76-Community war bekanntermaßen not amused. Und da Fallout 76 eben exklusiv auf Bethesdas Plattform erhältlich war, machten die Fans auch genau dort ihrem Ärger Luft. Die Betreuer von Bethesda reagierten darauf zu oft schleppend und viel zu grob. Die Community fühlte sich in ihrem Ärger nicht ernstgenommen, auf Bethesdas Foren eingeengt – und so schwappte die Wut über auf den Rest des Internets: Shitstorm auf Reddit, Review Bombs (also das Niedrigbewerten anderer Spiele desselben Herstellers aus Protest) auf Steam, Rant-Gruppen auf Discord. Ja, das hat sich gelohnt. Und bis heute noch nicht beruhigt.

Kanal für das Fäkal

Man kann eine aufgebrachte Online-Community nicht ignorieren. Man muss mit ihr richtig umzugehen wissen. Vor allem dann, wenn sie einen unerwartet trifft. Und dafür gibt es im Duell Steam vs. Epic Games Store wohl kein besseres Beispiel als den Release von Metro Exodus. Die Geschichte dürften die meisten Menschen kennen, daher die Kurzfassung: Metro Exodus war bereits für Steam angekündigt, machte dann aber knapp zwei Wochen vor Release den Schwenk rüber zu einem Ein-Jahr-Exklusivvertrag bei Epic Games. Das Timing war derart schlecht, dass auf einigen Metro-Exodus-Spielverpackungen sogar bereits aufgedruckte Steam-Logos überklebt werden mussten. Valve veröffentlichte auf seiner nun verwaisten Store-Seite zu Metro Exodus



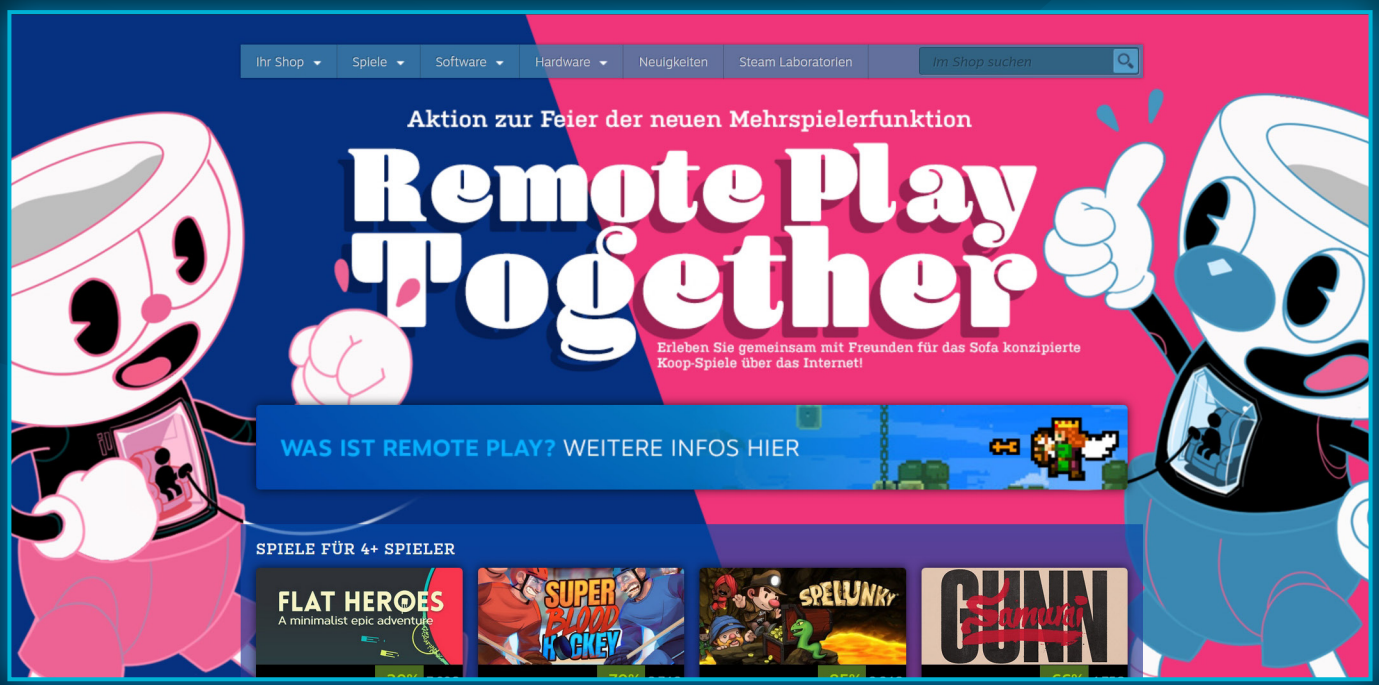
Steam Labs, Experiment 006: In aller Munde. Quasi ein Community-Hub, in dem Steam-Nutzer auf einen Blick bequem herausfinden können, was momentan heiß diskutiert wird. Damit der Trip zu Reddit nicht mehr ganz so verlockend wirkt.

die verschnupfte Nachricht, dass »diese Entscheidung den Steam-Kunden gegenüber unfair« sei. Die Enttäuschung unter den Spielern war riesengroß, viele fühlten sich gegängelt. All das entlud sich in dem zwar nicht ersten, bis heute aber wahrscheinlich größten Shitstorm aller Epic-Exklusivankündigungen. Weniger bekannt und im Rahmen unseres Artikels fast noch interessanter ist aber, was danach passiert ist: Ende August 2019 zeigte Valve in Seattle den Prototyp des neuen Steam-Store-Designs (dazu später mehr). Klar, dass da auch das Thema Metro Exodus angesprochen wurde. Im Interview mit den Kollegen bei Kotaku sagte Steam-Marketingexperte Nathaniel Blue: »Ich glaube nicht, dass wir die Spieler aufstacheln wollten. So war das Wort unfair damals nicht gedacht. Uns ging es da eher um das Timing. Metro Exodus war kurz vor dem Launch, und dann war es plötzlich exklusiv auf Epic. Das anzusprechen, war unser einziges Ziel. Was sich dann daraus entwickelt hat, hatten wir so nicht auf dem Schirm. Unser Statement war nicht als Blitzableiter gedacht. Ich meine, wenn wir in die Vergangenheit reisen könnten, würden wir es deshalb nicht unbedingt anders machen. Aber ich kann auf jeden Fall sagen, dass wir solche Probleme in Zukunft ruhiger angehen werden. Unser Ziel ist es schließlich nicht, die Community zur Weißglut zu treiben oder einen Angriff auf irgendwen zu starten. Wir wollen uns darauf konzentrieren, Entwickler und Spieler zusammenzubringen und eine super Plattform zum Spielen anzubieten.«

Müssen wir da durch?

Tatsächlich hat sich Steam seit der Metro-Erfahrung sehr ruhig verhalten und dabei hoffentlich mitgeholfen, Shitstorms, Review Bombs und vor allen Dingen völlig indiskutable persönliche Beleidigungen oder gar Drohungen an Spielentwickler und Publisher zu reduzieren. Mehr als ein Reduzieren ist aber offenbar leider nicht drin. Als die Oddworld-Entwickler Mitte August 2019 ankündigten, dass der neue Teil Soulstorm aus sehr nachvollziehbaren finanziellen Gründen auf dem Epic Games Store erscheinen würde, entschuldigte sich der Oddworld-Erfinder Lorne Lanning dafür regelrecht auf Twitter, um vorsorglich das Gift aus der anstehenden Diskussion herauszunehmen. Das hat nur bedingt funktioniert, die Fackeln und Mistgabeln liegen bei vielen Spielern einfach zu nah an den Tastaturen. Daher die nächste geladene Frage an unsere Experten: Gibt es überhaupt ein wirksames Gegenmittel, um solchen Angriffen bei Exklusiv-Store-Ankündigungen vorzubeugen, oder muss man diese Wachstumsschmerzen des sich wandelnden Digitalmarkts jetzt als Spielentwickler/Publisher/Plattformbetreiber einfach aushalten können?

Christoph Pardey (GOG): *»Grundsätzlich gibt es auch einige Spiele, die nur bei GOG.com erhältlich sind. Dies hängt aber nicht mit Exklusivdeals, sondern mit den Anfängen unserer Firma zusammen. Wir arbeiten verlorene oder vergessene Klassiker selbst mit unserem Technik-Team auf, machen sie auf modernen Betriebssystemen spielbar und bieten sie dann auch zum Kauf an. Wir verstehen allerdings auch die Beweggründe hinter dem aktuellen Trend der Exklusivdeals. Sie sind aber rein geschäftlich begründet und bieten leider keine Vorteile für Spieler/innen. Deshalb ist unsere Antwort als Anbieter – und das bereits seit mehr als elf Jahren – Wahlfreiheit zu bieten. Sei es durch Spiele, die wir ohne Online-Abfragen und Kopierschutz verkaufen, oder dass unser optionaler Client in seiner neuesten Version ein*



Dass es ein Interesse daran gibt, eigentlich als lokale Koop-Games gedachte Titel auch über das Internet in großer Entfernung zwischen den Teilnehmern zu spielen, weiß jeder, der schon einmal AD&D oder DSA über Discord gezockt hat. Steams Remote Play Together greift die Idee auf – und realisiert Couch-Koop-Computerspiele online. Mit Chats, Streams und allem, was das Herz begehrt.

Die Flut von Spielen auf Steam führt dazu, dass hochklassige Titel wie Supraland sozusagen »im Rauschen« untergehen, Steam hat ganz offenbar ein Sichtbarkeitsproblem. In dieser Ausgabe testen wir übrigens etliche der Spiele nach, die im letzten Jahr zu wenig Aufmerksamkeit bekommen haben.

zentraler Ort ist, an dem man alle Spiele, Freunde, Erfolge und mehr von den verschiedenen Anbietern bündeln kann. Wir können nicht verhindern, dass es (momentan) vermehrt zu Exklusivdeals kommt, aber wir haben überlegt, wie wir den Umgang mit dieser Situation angenehmer machen können. GOG Galaxy 2.0 ist unsere Antwort darauf. Übrigens stehen ja nicht nur wir von GOG, sondern auch unsere Schwesterfirma CD Projekt Red für diese Werte. So wird beispielsweise das kommende Spiel Cyberpunk 2077 nicht exklusiv über unsere hauseigenen Kanäle vertrieben, sondern wir überlassen den Käufern die Wahlfreiheit, auf welcher Plattform sie kaufen möchten.«

Jan Theysen (King Art): *»Für Entwickler ist es natürlich sehr bitter, wenn ihr vielleicht gutes Spiel schlechte Reviews bekommt, weil vom Publisher ein Exklusivdeal mit einer Plattform abgeschlossen wurde. Wir lassen uns in unseren Verträgen ein Mitspracherecht in solchen Dingen einräumen, aber das kann sich nicht jeder erlauben. Wir begrüßen grundsätzlich, dass Steam Konkurrenz bekommt und im Fall des Epic Stores mehr Geld bei den Anbietern landet. Die Plattformanteile von häufig 30 Prozent sind in der Regel nicht gerechtfertigt. Unser Ziel ist immer, unsere Spiele auf möglichst vielen Plattformen zu veröffentlichen.«*

Michael Hoss (Deck13): *»Nutzer reagieren primär allergisch auf Exklusivdeals im Epic Store. Die Gewohnheit diktiert, alle Spiele in einem Launcher zu sammeln, in diesem Falle Steam. Als mögliches Gegenmittel gegen diesen Unmut bietet sich Aufklärung an: Manchen Spielern fehlt schlichtweg ein Bewusstsein dafür, wieso sich Entwickler auf diese Limitierung einlassen. Eine garantierte Mindestabnahme für Spiele, wie beispielsweise vom Epic Store in manchen Fällen angeboten, bietet Entwicklern nicht nur eine Existenzgrundlage. Sie ist ebenso eine Möglichkeit, visionäre Ideen und nischige Genres vermehrt in den Vordergrund zu stellen, da Verkaufszahlen nicht mehr primäres Ziel sind. Wer dieses Bewusstsein fördern muss und ob dies überhaupt für Spieler nachvollziehbar ist, bleibt fraglich. Es wird auch in Zukunft die Shitstorms geben, doch sie dürften wohl weniger werden. Ich denke zum Beispiel zurück an die Zeit, als Steam eingeführt wurde – damals war Steam das Feindbild der Spieler.«*

Ubisoft sagt: »Tschüss, und danke für den Fisch!« Die Franzosen haben Steam den Rücken gekehrt und sich stattdessen ebenfalls exklusiv (vom eigenen Uplay abgesehen) dem Epic Games Store zugewandt. Steams Provisionskonzept sei in der heutigen Zeit einfach »unrealistisch«, so Ubisoft.

A Trillian things to go wrong

Christoph spricht da ein Thema an: Wie reagiert eigentlich der digitale Distributionsmarkt für Computerspiele auf die aktuelle Situation? Was machen Steam, Epic, Ubisoft, Bethesda und Konsorten? Wie man die Sache bei GOG.com sieht, hat Christoph ja bereits angerissen: Galaxy 2.0 ist auf einem sehr guten Weg, ein leistungsstarker Multi-Plattform-Launcher zu werden, der Store-übergreifend alle eure Spiele egal bei welchem Anbieter verwalten und starten kann. So ein System ist als Konzept nicht unbedingt neu – es gab bisher nur keine Notwendigkeit, ein derartiges Produkt für digital vertriebene Computerspiele herzustellen.

Ein passender Vergleich sind hier Internet-Messenger. Heute läuft alles über WhatsApp, Telegram und Discord. Aber vor nur wenigen Jahren verteilten sich die Online-Gesprächspartner vieler Nutzer noch auf Dienste wie ICQ, AIM, Yahoo, MSN, Skype und viele andere. Wollte man also mit all seinen Freunden und Kollegen sprechen, hätte man auf seinem Rechner fünf oder mehr separate Messanger-Programme installieren und vor allem auch aktiv nutzen müssen. Multi-Plattform-Messenger wie Pidgin oder Trillian erkannten das Problem und fassten alle diese Dienste unter einem Sammelprogramm zusammen. Messenger sind

übrigens auch ein gutes Beispiel dafür, wo es für einen Markt hingehen kann, wenn er unter der Vielzahl seiner Angebote zusammenbricht. Ihr könnt ja einfach mal recherchieren, wer von ICQ, AIM, Yahoo und MSN heute noch lebt – Trillian und Pidgin gibt es immer noch, so viel nur als Hinweis.

Zu viel Dampf in der Leitung

Der wichtigste Entscheidungsträger ist natürlich Steam. Der Epic Games Store mag seit seiner Gründung am 6. Dezember 2018 schon viel Boden gutgemacht haben, Valves Altmeister ist dem Jungspund aber in allen statistisch messbaren Bereichen haushoch überlegen. Die Stellschrauben, die Steam in Richtung der Spielentwickler und Publisher justieren kann, haben wir euch im Laufe dieses Reports ja bereits vorgestellt: Hier geht es vor allem ums Geld. Aus diesem Grund (und weil man gleichzeitig seine eigene Plattform Uplay weiter nutzen kann), hat sich Ubisoft jetzt erst mal in Richtung Epic Games Store verabschiedet. Gleichzeitig kommen Bethesda und Electronic Arts aber wieder zurück – die neuen Provisionsstrukturen dürften bei dieser Entscheidung auch eine Rolle gespielt haben. Bei den Spieleproduzenten neues Interesse zu wecken, ist also relativ einfach. Doch damit versorgt Valve nur eine Hälfte eben jener gemeinsamen Plattform, von der Nathaniel Blue gesprochen hat. Die andere Hälfte sind die verärgerten Spieler. Denn es gibt schon einiges, worüber man sich bei Steam ärgern kann: Der Komfort und die technischen Innovationen fühlten sich hier in letzter Zeit doch sehr in die Jahre gekommen an, dasselbe gilt für die Präsentation der Spiele.

Vor allem aber mit einer Sache hat Valves Plattform zu kämpfen: Steam ersäuft in Software! Ende November 2019 befanden sich auf Steam 33.503 Spiele. Über 17.000 davon sind allein in den Jahren 2018 und 2019 erschienen. Wer Steam nutzt, hätte in den letzten zwei Jahren also jeden einzelnen Tag 46 (!) Spiele ausprobieren müssen, um alles an Software kennenzulernen, was auf Valves

Mit Fallout 76 wagte sich Bethesda über den hauseigenen Launcher an eine Digitaldistribution ganz ohne Steam. Wie der Kraftakt ausgegangen ist, wissen wir ja. Nun schaufeln die Kollegen langsam, aber sehr sicher ihre Titel zurück auf Valves Plattform.

Store veröffentlicht wird. Bei der Qualitätssicherung setzt Steam dabei weiterhin auf Computeralgorithmen statt auf menschliche Überprüfung, was leider ein echtes Problem sein kann. Natürlich ist es irgendwo charmant, dass millionenschwere AAA-Produktionen milliardenschwerer Publisher auf derselben Plattform Hand in Hand mit kleinen Indie-Softwareperlen stehen, die nur darauf warten, von digitalen Schatzjägern ausgegraben und entdeckt zu werden. Das Problem ist nur: Diese Schatzjäger müssen sich aktuell meist durch einen riesigen Berg an Software-Rotz buddeln, um die Perlen zu finden – Steam hat ein Filterproblem.

Grüne Koop-Drachen mit Controller

Genau deswegen drehen sich die Neuerungen im Steam-Frontend (also vor allem den Bibliothek-, Community- und Spielseiten) auch alle um das Thema Nutzerfreundlichkeit. Die bei Steams überwältigender Spielanzahl wichtigen Games-Empfehlungen orientieren sich jetzt weniger am Takt, den Valve vorgibt, sondern mehr an den Interessen eurer Freunde, beliebter Entwickler oder euren eigenen Neigungstendenzen.

Dabei geht es eben explizit nicht um vergangene oder aktuelle Aktivitäten eurer Steam-Buddies, sondern um deren gesamten Interessenbereich. Eure eigenen Spiele lassen sich nun als hervorragend modifizierbare Icon-Bibliothek darstellen. Stellt euch vor, ihr würdet alle eure PC-Spiele in physischer Datenträgerform inklusive Verpackung kaufen und hättet ein extra Zimmer im Haus mit mehreren Regalen, die ihr mit bestimmten Stichworten versehen könnt. »Action« zum Beispiel, »Koop«, »Horror«, »Drachen« oder auch »Controller-kompatibel«. Jedes neu gekaufte Spiel könnt ihr dann schön übersichtlich mit der Front nach vorne in einem Regal abstellen und habt so eine klare, thematisch erstklassig strukturierte Leinwand an Games vor euch. Noch besser: Jedes Spiel, das ihr neu einkauft und das mit einem bestimmten Stichwort ausgestattet ist, wandert automatisch in das passende Regal. Ziemlich genau so funktioniert die neue Bibliothek auf Steam. Alles schön aufgeräumt und auf einen Blick ersichtlich.

Experiment 626 zerstört alles

Ganz der Maxime »schneller Überblick« verschreiben sich auch die jüngsten Neuerungen der Steam Labs. Dabei handelt es sich um ein Mittelding aus Think Tank und Übungsplatz für Prototyp-Funktionen auf Steam, eingeteilt in »Experimente«.

Experiment 001 ist zum Beispiel der Mikrotrailer – quasi audiovisuelles Speed-Dating mit sechs Sekunden langen Filmchen zu jedem Spiel, dessen Stichwortsammlung euch interessiert. Einfach mit der Maus drüberfahren und schon erhaltet ihr einen ersten Eindruck vom Inhalt.

Experiment 004 mit dem schlichten Namen »Suche« stellt euch ein unfassbar präzises steuerbares Filterangebot zur Verfügung, mit dem ihr auf den Pixel genau nach euren Wunschtiteln suchen könnt. Und falls ihr eben gar nicht wisst, was eure Wunschtitel sein könnten, empfehlen sich die Experimente 002 (»Interaktiver Empfehlungsgeber«, ein Vergleichssystem basierend auf

Press Space to create a controversy: Das herrliche Untitled Goose Game hat sich auf dem PC ebenfalls für einen Exklusivdeal mit dem Epic Games Store entschieden. Gerade für kleine Entwickler sind die deutlich geringeren Provisionsabgaben offenbar ein Existenzkriterium.

einer lernfähigen KI) und 005 (»Tiefenrausch«, ein Nachbarschaftssuchsystem basierend auf von euch vorgeschlagenen Wunschspielen). Richtig klasse finden wir auch die Ende November gestartete Remote-Play-Together-Funktion. Die simuliert Couch-Koop für alle dazu passenden Multiplayer-Titel, ganz bequem über das Internet. Einfach das gewünschte Spiel in eurer Steam-Bibliothek auswählen, Rechtsklick, Remote-Play-Einladung an einen Freund schicken (der das Spiel noch nicht mal selbst installiert haben muss!), und schon geht der Koop- oder Versus-Spaß los. Inklusive Chat, versteht sich. Und wenn dann noch etwas an den Gerüchten dran sein sollte, dass Valve an einem Streaming-Konkurrenzprodukt zu Google Stadia arbeitet, hat Steam für die nächsten Monate ein paar heiße Eisen im Feuer – oder schon fertig geschmiedet.

Wer hätte das gedacht: EA feiert seine glorreiche Rückkehr auf Steam. Origin wird aber weiterlaufen. Klar ist das erst mal eine schöne Sache, vor allem dürfte der Publisher-Gigant aber daran interessiert sein, für seinen Abo-Dienst EA Access ein möglichst großes Kundenfeld in einem ziemlich kniffligen Markt zu generieren. Schauen wir mal, was daraus wird.

Ära der Einzelgänger?

Und was machen all die anderen Hersteller? Über die meisten großen Namen haben wir uns im Laufe unserer Reportage ja schon unterhalten. Ubisoft: Erst mal weg zu Epic, dazu mit Uplay noch ein eigenes, wenn auch schwerfälliges und wenig geliebtes Digitalding am Start. Electronic Arts: Fährt weiter Origin, kommt aber jetzt mit aller Macht zurück zu Steam. Das liegt wohl vor allem auch an den hauseigenen Plänen, den Abo-Service EA Access auf Valves Plattform zu etablieren. Im Gespräch mit den Kollegen von Gamesindustry.biz sagte Michael Blank, Vizepräsident und General Manager für Origin/EA Access: »Wir werden letztendlich einen Marktzustand erreichen, bei dem nicht alle Spieler an allen Abo-Systemen teilnehmen können. Die Angebote, die überleben wollen, müssen die beste und komfortabelste Möglichkeit bieten, mit seinen Freunden zu spielen. Ich glaube, hier kann EA Access mit seinem starken, plattformübergreifenden Games-Lineup etwas Großartiges leisten!« Bethesda hat mit Fallout 76 einen denkbar schlechten Kandidaten für einen eigenen Launcher-Lauf erkoren und ist auch (fast) wieder ganz zurück bei Steam. Vor allem EA und Bethesda dürften wohl auch von Steams umsatzgestaffelten Provisionsänderungen überzeugt worden sein.

Ganz neu im DIY-Geschäft dazugekommen ist Rockstar mit seinem hauseigenen Rockstar Games Launcher. Geht Hand in Hand mit Rockstars Social Club, drängt sich als Zwangsmittelsmann ungefragt auch auf die Epic-Games- und Steam-Version von Red Dead Redemption 2 und hat so ganz nebenbei einen kuriosen Valve-Vertrag aufgedeckt, der angeblich vorschreibt, dass ein auf Steam gelistetes Spiel maximal einen Monat nach Release auf anderen PC-Plattformen auch in Valves Store erscheinen muss. Eventuell ist das der Grund für die Mini-Exklusivfrist von eben nur einem Monat für RDR2 auf dem Epic Games Store.

Und Epic höchstpersönlich? So wenig populär einige ihrer Aktionen auch sein mögen, betriebswirtschaftlich sind sie einfach genau richtig. Für das Duell mit Steam braucht es einen dicken Geldbeutel, viel Geduld und vor allem keine Angst davor, den Markt mit einer dreckigen Brechstange aufzuhebeln. Das letztgenannte Werkzeug bekommen eben auch wir Spieler zu spüren. Natürlich kann man sich darüber aufregen – was man aber nicht kann, ist sich gleichzeitig darüber zu beschweren, dass der Epic

Red Dead Redemption 2 erschien auf Steam einen Monat später als auf dem Epic Games Store. Das mag nicht nach einem großen Zeitunterschied klingen, bei absoluten Sucht-Hype-Spielen von einem Hersteller wie Rockstar könnten es aber genauso fünf Jahre sein. Auf dem nagelneuen Rockstar Launcher gab es Red Dead Redemption 2 natürlich sofort.

Hier seht ihr den vielleicht größten Goldesel der Videospielgeschichte: Fortnite. Ein milliardenschweres Monstrum. Das gute Stück hat seinem Eigentümer Epic quasi im Alleingang die nötigen Werkzeuge (sprich: Spieler, Interesse und Geld) an die Hand gegeben, um sich selbst mit einem Giganten wie Steam anlegen zu können. Entsprechend großzügig gibt sich Epic Entwicklern gegenüber.

Games Store zu wenige Spiele im Angebot hat und brachial versucht, mehr Spiele (exklusiv) auf seine Plattform zu hieven. Ein Monstrum wie Steam bekämpft man nicht im Kuschelkurs.

Ergebnis: Emotionen

Zum Schluss unseres Reports müssen wir daher noch eine unangenehme Frage stellen, die ein echtes Problem für all die Anstrengungen der Digitalstores bedeuten könnte: Ist der immer noch hochkochende Ärger der Kunden tatsächlich überhaupt noch objektiv mit einem Mangel an Komfort und technischen Lösungen der Plattformen begründet? Oder ist der Streit mittlerweile auf einem rein emotionalen Level angekommen, der praktischen Antworten kaum mehr zugänglich ist? Geht es weniger um Lösungen, sondern nur noch ums Rechthaben?

Christoph Pardey (GOG): *»Auch wenn die Diskussion teilweise emotional wird, suchen die Nutzer mit Sicherheit die beste Lösung für ihr persönliches Spieleverhalten. Das muss nicht für alle dieselbe Lösung sein. Und dass es mehr Anbieter gibt beziehungsweise die bestehenden Anbieter stärker um die Gunst der Spielerschaft buhlen, ist ja erstmal positiv. Natürlich haben wir als einer der Anbieter auch eine Meinung und Lösung, von der wir überzeugt sind, dass sie eine Antwort auf die Fragen, Probleme oder Wünsche vieler Spieler sein kann. Das ist zum einen GOG selbst, als komplett kopierschutzfreier und möglichst nutzerfreundlicher Anbieter von digitalen Spielen. Zum anderen unsere neue Version unseres Clients, GOG Galaxy 2.0, mit dem man alle Spiele und Freunde an einem Ort vereinen kann.«*

Jan Theysen (King Art): *»Grundsätzlich ist es meiner Meinung nach für Spieler und Entwickler gut, wenn es mehr Orte gibt, an denen man Spiele kaufen kann. Quasi-Monopole helfen niemandem außer den Monopolisten. Ich kann aber gut nachvollziehen, dass Spieler sich gegängelt fühlen, wenn Spiele exklusiv auf bestimmten Plattformen angeboten werden. Für mich wäre der richtige Weg, wenn Spiele auf vielen Plattformen angeboten werden und die Plattformen sich durch Dienstleistungen, Features und Preis – aber nicht Exklusivität – voneinander unterscheiden.«*

Michael Hoss (Deck13): *»Um dem Kern des Problems auf den Grund zu gehen, muss man sich zunächst anschauen, wo diese Diskussionen stattfinden. Vermehrt wird der Ärger über die Plattformen via Social Media geteilt. Gerade in den letzten Jahren ist die Diskussionskultur dort weg von Fakten, hin zu emotionalen, impulsiven und meinungsgefärbten Beiträgen gerutscht. Der Unmut der Spieler basiert auf einem nachvollziehbaren Kern – fehlende Features, welche sie als grundlegend erachten. Dennoch entwickelt sich durch die Eigendynamik von Social Media eine Meinungswelle, die in ihrer Ausprägung auf den ersten Blick deutlich stärker erscheint, als sie eigentlich ist. Schaut man sich nüchtern die Verkaufszahlen an, die Exklusivtitel im Moment erreichen, dann zeigt sich ein gänzlich anderes Bild. Die Mehrheit der Nutzer scheint sich nicht an den Diskussionen auf Social Media zu beteiligen, sondern sie kaufen die Spiele, auch wenn sie exklusiv auf einer Plattform sind.«*

In diesem Sinne, besten Dank von uns hier aus der Redaktion! An Christoph, Jan und Michael für ihre Insider-Statements. An euch für das Lesen unseres mächtigen Reports. Und allen Grabenkämpfen zum Trotz an alle Publisher, Entwickler und Plattformbetreiber für eure Arbeit an einem Hobby, das uns seit 92 Millionen Jahren begeistert. ★

Die Unreal Engine 4 gehört ebenfalls Epic Games, auch für deren Nutzung zahlen Entwickler Gebühren. Auf Steam, zum Beispiel, werden fünf Prozent der Verkaufseinnahmen fällig. Auf dem Epic Games Store verzichten die Engine-Experten jedoch auf diesen Obolus. Clevere Doppelstrategie!