

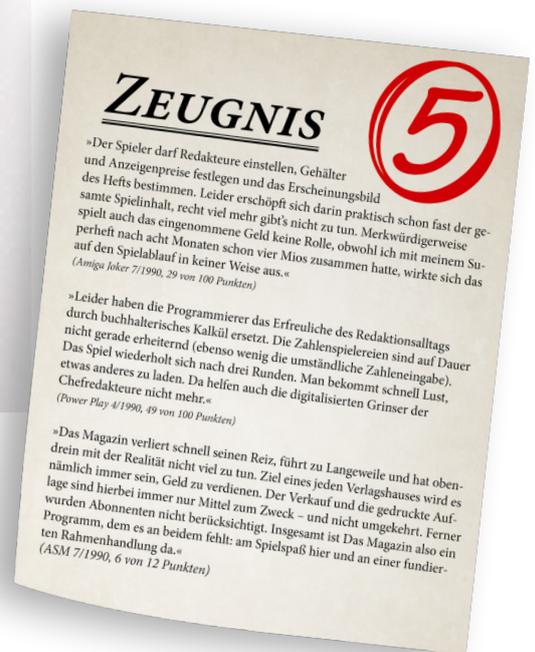
Legendär schlecht: Das Magazin

COMPUTERMAGAZINE SIND LANGWEILIG



Heinrich Lenhardt

Heinrich Lenhardt berichtet seit 1984 über Computerspiele und hat neben legendären Klassikern auch so manches merkwürdige Software-Machwerk erlebt. Dröge Zahlenabfrage-Schlafmittel fürchtet er schon seit Kaiser-Zeiten und spielt lieber spaßige Oldie-WiSims wie M.U.L.E. oder den Football Manager.



Wir machen uns unsere eigene GameStar, mit Listings zum Abtippen, Kleinanzeigen und Commodore-Sonderteil! Nur schade, dass der Traum Beruf des Computermagazin-Verlagsleiters hier zur Schlaforschungsstudie verkommt.

Von Heinrich Lenhardt

Soldat mit Knarre? Barbar mit Schwert? Nein, auf dieser Spielepackung ist Detlef »Teddy« Seehausen der Blickfang. Der Mitarbeiter vom Druckhaus Dierichs in Kassel hat nur Augen für das druckfrische Spielmagazin in seinen Händen. Gehört sein kritischer Blick zur Qualitätskontrolle? Oder ist er wie so viele andere Leser über die Bewertungskriterien von ASM-Spieletests verwirrt? Denn die Zeitschrift, die Detlef mit über-schaubarem Enthusiasmus studiert, ist Aus-

gabe 03/1990 des klassischen Kult-Spielmagazins vom Tronic-Verlag. Allzu viele Sympathiepunkte hat dieses Cover-Motiv nicht geerntet: Konkurrent Amiga Joker vermutet »Schleichwerbung« und selbst der ASM-Tester ist empört, weil der Fotograf dieses aktionsgeladenen Packshots nicht im Handbuch genannt wird. Doch das ist noch eines der kleineren Probleme der Wirtschaftssimulation Das Magazin, die uns in die raue Verlagsbranche entführt.

Von Activision zum Kaiser

Der Medienkonzern Bertelsmann steigt schon 1982 in den Videospielevertrieb ein. Während dessen Plattenlabel Ariola die Deutschen mit Scheiben von Peter Alexander versorgt, bringt der neue Ableger Ariolasoft die VCS-Module der jungen US-Spielefirma Activision unters Volk. Bald widmet man sich dem boomenden Heimcomputermarkt und erweitert das Repertoire auch um Eigenproduktionen. Erstaunliche Erfolge ge-

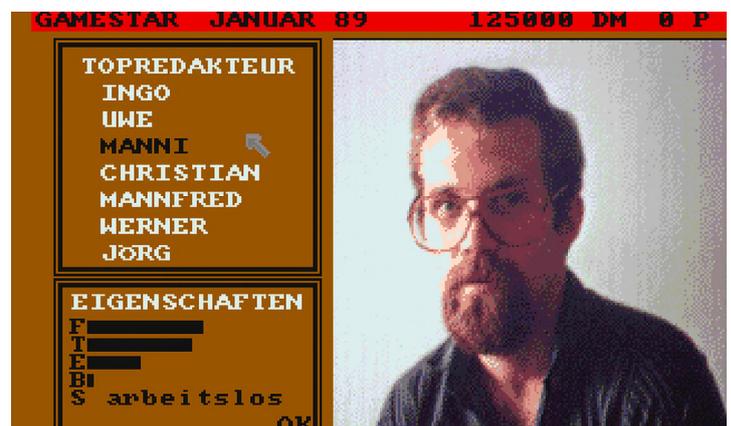
lingen mit simplen Handelsspielen wie Kaiser und Hanse, den Auslösern des deutschen Wirtschaftsspielwunders. Immer mehr Anbieter wetteifern bald darum, alle möglichen Branchen spielerisch umzusetzen. An C64, Amiga & Co. können wir uns zum Beispiel als Reeder, Winzer oder Ölmagnat versuchen. Das Entwicklerteam Honey Design kommt bereits 1988 auf die Idee, sich der schillernden Welt der Computerzeitschriften zu widmen. Ariolasoft veröffentlicht Das Magazin zunächst für den C64, doch Tests in den gängigen Spielezeitschriften erscheinen erst 1990, als Umsetzungen für Amiga und Atari ST erhältlich sind. Und die »echten« Redakteure registrieren dankbar, dass ihr Arbeitsalltag nicht gar so freudlos, umständlich und eintönig ist wie die im Spiel simulierte Verlagsbranche.

GameStar 1989

Bei Das Magazin ringen bis zu vier Teilnehmer um Marktanteile auf dem Zeitschriften-



Jeden Monat wird der Redaktionsplan neu festgelegt, der Heftumfang ergibt sich aus der Anzahl der Redakteure. Wird sich GameStar wohl durchsetzen? Und warum muss jede Ziffer auf dem Software-Keypad angeklickt werden?



Digitalisierte Fotos, eine grafische Sensation! Ob und wie sich die Eigenschaften der Chefredakteure auf den Spielverlauf auswirken, ist unklar; stellen wir also den Bewerber mit dem attraktivsten Lichtbild ein.

Genre: Wirtschaftssimulation

Publisher: Ariolasoft

Entwickler: Honey Design

Veröffentlichung: 1988-1990

Legendär, weil: ... wir schon immer wissen wollten, »wieviel Arbeit und Überlegung hinter den Kulissen stattfinden, bevor eine Computerzeitschrift im Zeitschriftenregal steht«. Hofft zumindest die Packungsrückseite.

Schlecht, weil: ... den Entwicklern zu diesem schillernden Thema nur eine öde, abstrakte und unrealistische Zahlenschuberei eingefallen ist, deren Bedienung selbst nach damaligen deutschen WiSim-Maßstäben außergewöhnlich umständlich ist.

Fazit: Hexcode-Listings abzutippen, ist unterhaltsamer, als sich in diesem spaßbefreiten Spiel als Verlagsleiter über die Runden zu langweilen. Vom kreativen Chaos der Computermagazin-Branche in den 80ern ist bei Das Magazin nichts zu spüren.

Computerartenvielfalt herrschte. Liegt unser redaktioneller Schwerpunkt auf Commodore-, Atari- oder Schneider-Hardware? Gönnen wir sogar dem PC ein paar Seiten, obwohl doch kaum jemand auf diesen Ungetümen spielen will? Der Heftplan bietet ein Wiedersehen mit längst obsoleten Rubriken wie den privaten Kleinanzeigen oder Programmistings zum Abtippen. Ein separater Spieleteil ist bei Das Magazin nicht vorgesehen, aber wir gönnen einfach der Rubrik »Software« viele Seiten und hoffen, dass unsere Redakteure nicht nur über Datenbanken und Memory Manager schreiben.

Bauer Play gegen DATA-Held

Die Planung einer Ausgabe klingt erheblich vergnüglicher, als sie ist, denn das »komplexe Strategiespiel« entpuppt sich als Zahlenabfrage-Schlafmittel in Kaiser-Tradition. Dabei dürfen wir die Werte nicht geschwind eintippen, sondern müssen einzelne Ziffern mit der Maus anklicken. Können wir die Druckerei nicht bezahlen, weil zu viel Kohle für Luxus wie Auslandskorrespondenten oder Hochglanzpapier verbraten wird, muss das umständliche Zahlengedölk wiederholt werden.

Ist eine Ausgabe schließlich fertig, bekommen wir nicht einmal ein Titelbild zu sehen, sondern nur die Verkaufsrangliste in all ihrer Textpracht. Hier konkurriert unser Magazin mit Verballhornungen zeitgenössischer Zeitschriften: »Bauer Play« und »ASMA« dürfen nicht fehlen, ganz oben stehen zunächst »84er« und »Chips«. Dabei wagen sich ein paar Takte Musik aus dem Lautsprecher, ansonsten erinnert die Soundkulisse eher an ein Zen-Kloster als eine Redaktion. Die Stille wird nur von ein paar Sekunden Rattern der Druckpresse unterbrochen, wenn eine Ausgabe in Produktion geht.

Mit 300 Baud in den Knoten

Runde für Runde können wir unter Berücksichtigung von Kapital und Marktgeschehen unser Magazin ausbauen, die Papierqualität ändern oder eine Leserumfrage starten. Als Hauptmenü dient ein unrealistisch aufgerichteter Redakteurschreibtisch, der auch Zugriff auf modernste Akustikkopplertechnologie verheißt: »Die Informationen wer-

den über das Datex-P-Netz der Deutschen Bundespost gestellt.« Dummerweise meinten die Entwickler, daraus ein Puzzle mit Handbuchabfrage machen zu müssen. Um das Kommunikationsnetzwerk anzuzapfen, ist zunächst die Eingabe einer Nummer für den 300-Baud-Knoten erforderlich. Dann braucht es nur noch die zweiteilige NUI, die Mailbox-NUA, gefolgt vom Identifikationswort und einem Passwort, zu dem die Anleitung nur vage Hinweise bereithält. Bei der Einwahl in insgesamt zehn Schritten aber nicht trödeln, sonst droht ein Time-out. Und erwähnt man sich die zur Interpretation der Informationen notwendige Entschlüsselungstabelle? So war das damals eben!

Was Leser wollen

Der monotone Spielablauf ist weder spaßig noch realistisch. Der ASM-Tester berichtet vom Markterfolg durch ständiges Wechseln zwischen teuren Hochglanzausgaben und Billigpapierheften. Die Berücksichtigung von Wünschen aus teuren Leserumfragen zeigen dagegen so gut wie keine Wirkung. Auf dem Aktienmarkt können wir zwar Anteile an den ungeliebten Mitbewerbern kaufen, aber keinen Einfluss auf ihre Zeitschriften nehmen. Wer keine Skrupel vor der Ausbeutung seiner Redakteure hat, ordnet ein gelegentliches Sonderheft an, weitere Magazine lassen sich aber nicht starten. Und während echte Spielehefte dieser Zeit die Personality der Redakteure stärker betonen, sind sie hier nur anonyme Schreibmaschinen.

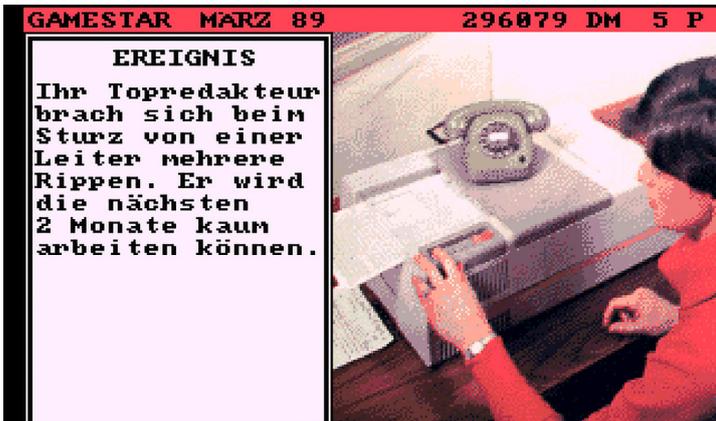
Mag-Nachschlag

Die lieblose Zahlenclickorgie Das Magazin wird 1990 weitgehend ignoriert, doch das Nischengenre der Computerzeitschriften-Wirtschaftssimulationen meldet sich 1996 zurück. Mag! von Greenwood bietet neben besserer Bedienung und Präsentation auch Feinheiten wie Layoutwahl oder editierbare Redakteursnamen. Und sogar die ASM wird hier noch einmal gewürdigt, denn rund 250 eingescannte Tests der mittlerweile eingestellten Spieleschrift sind enthalten. Nur den strengen Druckerei-Detlef muss man sich denken, der bleibt ein Alleinstellungsmerkmal des Covers von Das Magazin. ★

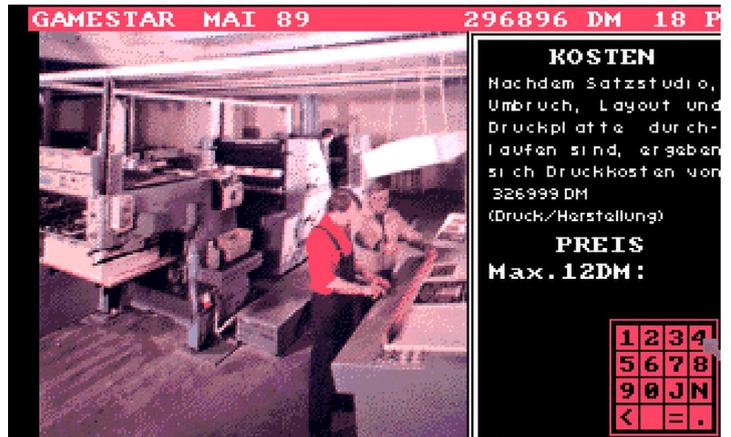
markt. Die Anleitung verspricht »ein komplexes, realbezogenes Strategiespiel für dynamische, entschlossene und ehrgeizige Manager«. Wir erhalten 125.000 Mark (!) Startkapital, um eine neue Computerzeitschrift aufzubauen. Redaktionsräume sind schon vorhanden, unsere erste Entscheidung ist die für den passenden Chefredakteur. Sieben Kandidaten stehen zur Wahl, deren digitalisierte Fotos so etwas wie der grafische Höhepunkt des Programms sind. Wählen wir Manni mit dem betretenen Blick, auch wenn dessen »Beliebtheit«-Wert bedenklich niedrig ist? Oder doch den Jörg, der Fleiß und Teamgeist verspricht? Alle Anwärter auf den Chefposten bekommen das gleiche Startgehalt, bei der Anstellung der Redakteure legen wir die Bezahlung selbst fest.

Wer braucht schon einen Spieleteil?

Die Heftplanung orientiert sich an den redaktionellen Realitäten der Achtzigerjahre – jener mystischen Periode, als noch Dinosaurier auf Erden wandelten und eine enorme



Kommen wir zwei Monate mit verminderter Arbeitsleistung des »Topredakteurs« aus? Oder lieber durch einen Prakti ersetzen? Und kopiert das Ding wirklich schneller, wenn man ein Telefon draufstellt?



Immer diese Herstellungskosten! Fehlt nur noch der Verkaufspreis, dann kann die neue Ausgabe gedruckt werden.