

Warum alte Spiele neu erscheinen

REMAKES UND REMASTER

Die Neuauflagen alter Spiele werden millionenfach gekauft, das Wiederauflegen bekannter Marken ist ein profitables Geschäft. Und es erfreut auch die Fans. Meistens. Von Martin Dietrich

Selbst Shakespeare braucht mal ein Remaster. Fehler- und lückenhaft war die erste niedergeschriebene Version seines Theaterstücks »Romeo und Julia«, weil sie mutmaßlich von Schauspielern und Schauspielerinnen aus dem Gedächtnis heraus aufgeschrieben und als eine Art Raubkopie weiterverkauft wurde. 1599 bekam deswegen die um ein Fünftel längere zweite Ausgabe den Untertitel »Neu korrigiert, erweitert und berichtigt« (auf Englisch: »Newly corrected, augmented, and amended«). In den Jahren danach erschienen noch drei weitere Drucke mit jeweils eigenen Änderungen.

Mehr als 400 Jahre später ist diese Praxis noch immer beliebt. Auch viele Videospiele werden heutzutage nicht einfach veröffentlicht und dann nie wieder angerührt. Sie werden nachträglich auf eine andere Hard-

ware übersetzt oder technisch soweit angepasst, dass Hersteller den Remaster-Stempel draufpappen können. Wenn die Nachjustierungen weiter gehen und den Kern des Spiels betreffen, Grafik wie Gameplay aufwendig an moderne Standards angleichen, dann spricht man von einem Remake.

Will man heute als Unternehmen mit halbwegs langer Verweildauer in der Branche erfolgreich sein, lohnt sich ein Blick zurück in die greise Vergangenheit, um die Kassen der Gegenwart klingeln zu lassen: Das Remake zu Resident Evil 2 verkaufte sich bisher über 6,5 Millionen Mal. In den ersten drei Tagen nach Release lösten 3,5 Millionen Interessierte das Ticket nach Midgar, um das Final Fantasy 7 Remake zu erleben. Über vier Millionen Zelda-Fans schlugen bei der Switch-Umsetzung von Link's Awakening zu. Selbst

die eigentlich komatöse Echtzeitstrategie zeigt ihren Lebenswillen, wenn mal ein Klassiker des Genres am Krankenhausbett vorbeischaudert. Nur zwei Stunden nach Veröffentlichung hatte die Command & Conquer Remastered Collection rund 42.000 gleichzeitig aktive Strategen auf Steam.

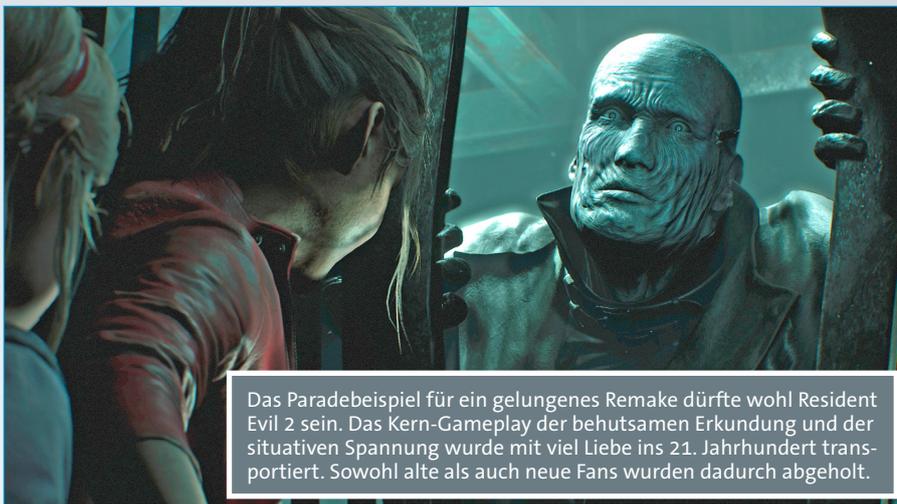
Für die nächsten Monate haben sich andere Rückkehrer wie Prince of Persia sowie die Age of Empires 3 Definitive Edition angekündigt und wollen ihren alten Wein in neue Schläuche füllen. Wahrscheinlich werden auch hier die Absatzzahlen den Herstellern Recht geben. Die Gründe für die grassierende Nostalgiewelle liegen aber nicht nur in kommerziellen Überlegungen. Dahinter stecken auch unsere Komfortsehnsüchte und ein langsam älter werdendes Medium, das zur richtigen Zeit am richtigen Ort war.

Eigentlich hatte THQ Nordic das Action-Adventure Destroy All Humans! ohne viele Anpassungen für die PS4 veröffentlicht. Der Re-Release kam so gut an, dass ein aufwendiges Remake die Folge war. Nicht bei jeder alten Marke ist im Vorfeld klar, ob sich eine Neuinterpretation lohnt.



Das Aufbauspiel Pharaoh konnte sich 1999 zwar ordentlich verkaufen, zu einem richtigen Franchise durfte es allerdings nicht heranwachsen. Vielleicht hat das Remake da bessere Karten.





Das Paradebeispiel für ein gelungenes Remake dürfte wohl Resident Evil 2 sein. Das Kern-Gameplay der behutsamen Erkundung und der situativen Spannung wurde mit viel Liebe ins 21. Jahrhundert transportiert. Sowohl alte als auch neue Fans wurden dadurch abgeholt.

Definitionssache

- **HD-Patch:** Die simpelste Version der Neuauflage ist ein kostenloses Update, das die Grafikauflösung anhebt. Das gibt es auch auf Konsolen, etwa bei den 4K-Upgrades für ältere Xbox-One-Spiele auf der Xbox One X. Beispiel: hübschere Texturen für The Witcher 3.
- **Remaster:** Überarbeitete Version des Spiels, die aber meist auf derselben Engine basiert, den Großteil des ursprünglichen Programmcodes übernimmt und sich weitgehend gleich spielt. Bietet im Idealfall aber eine höhere Auflösung, eine bessere Soundqualität und eine komfortablere Steuerung. Beispiel: Crisis Remastered.
- **Remake:** Von Grund auf neu entwickelte Version eines alten Spiels, die neben der Technik auch die Spielinhalte ändern kann – beispielsweise gibt es ein neues Kampfsystem. Die Story bleibt meist die alte. Beispiel: Gothic Remake oder aktuell die Mafia: Definitive Edition.

Die Marke steht an erster Stelle

Trotz Absatzzahlen in Millionenhöhe startet nicht jede Neuauflage unter den gleichen Bedingungen. Final Fantasy ist keine vergessene Spielereihe, die erst zurück ins popkulturelle Gedächtnis befördert werden muss. Ein Remake oder Remaster bedient sich bei einer eh schon global präsenten Spielreihe und hilft dabei, die Lücke bis zur nächsten großen Fortsetzung zu schließen. Dementsprechend hoch können die Verkäufe ausfallen, womit sich wiederum eine hohe Investition in die Qualität des Spiels lohnt. Branchenexperten schätzen, dass das Final Fantasy 7 Remake stolze 140 Millionen US-Dollar gekostet hat. An der Entwicklung der modernen Neuinterpretation von Resident Evil 2 waren laut Capcom 800 Angestellte beteiligt. Rein finanziell sind Blockbuster-

Remakes kaum billiger als eine komplette Neuproduktion. Remaster-Versionen, die lediglich Grafik und Steuerung aufpolieren, sind da natürlich deutlich günstiger – und können mit ein wenig Geschick und Glück der erste Schritt sein, der ein stillgelegtes Franchise aus dem Dornröschenschlaf küssst. Die Crash Bandicoot N. Sane Trilogy donnerte die ersten drei Teile des PlayStation-Klassikers mit deutlich besseren Texturen auf und konnte so über zehn Millionen Kunden finden. Nach diesem Erfolg kündigte Activision Blizzard im Februar 2020 an, in Zukunft mehr alte Marken zurückbringen zu wollen. Wenige Zeit später enthüllten sie Crash 4 und eine Runderneuerung für die ersten Teile von Tony Hawk's Pro Skater.

Um potenzielle Remake-Kandidaten zu finden, können Publisher auf eine Vielzahl

von Parametern zurückgreifen. Auf eine E-Mail-Anfrage teilt uns Dotemu, die Entwickler hinter den Remaster-Versionen von Wonder Boy und Final Fantasy 8 mit, dass sie unter anderem YouTube, Facebook, verschiedene Fanseiten und Piraterie-Statistiken im Blick haben würden. Geschäftsführer Cyrille Imbert ergänzt: »Und wir testen alle unsere Ideen, weil wir manchmal wirklich an einem Spiel arbeiten wollen, aber feststellen, dass die Fangemeinde zu klein und damit die Risiken zu hoch sind. Aber manchmal glauben wir einfach, dass die Spiele sehr unterschätzt sind und damals ihre Chance verpasst haben.« Mit Pharaos: A New Era hievte Dotemu im nächsten Jahr einen Aufbaustrategieklassiker in die Moderne.

THQ testet das Wasser

Zu den eifrigsten Nachturern der Branche gehört THQ Nordic. Im Gespräch mit uns beschreiben sie ihre Herangehensweise als »Asset Care«. Ihr prall gefüllter Katalog an Marken wie Darksiders, Kingdoms of Amalur und Saints Row solle gepflegt und wenn möglich auch auf anderen Plattformen zugänglich gemacht werden, um das Wasser für eventuelle Fortsetzungen zu testen: »Das ist ein Weg, den man gehen kann. Um mit Remaster oder Remakes auszuprobieren, ob die Marke noch sehr gut bei den Spielern ankommt, und mit der Community direkt in Kontakt zu treten.« Als sie die weitestgehend vergessene Action-Blödelei Destroy All Humans! für die PS4 portierten, sei das Echo auf Seiten der Presse und Kundschaft auch zur Überraschung des Publishers vergleichsweise groß gewesen. Also habe man ein komplettes Remake in Auftrag gegeben, um den Hunger zu stillen. Weil THQ Nordic vor allem in die Breite gehe und viele kleine bis mittelgroße Entwicklerstudios betreue, müssten solche Neuauflagen keine Chartstürmer sein: »Wir sind nicht von radikal hohen Zahlen abhängig wie manch großer Mitbewerber. Wenn bei uns ein Spiel nicht fünf Millionen Einheiten verkauft, ist das bei uns kein Misserfolg.«

Gerade für Studios, die zum ersten Mal an einer bestehenden Marke arbeiten, seien Neuauflagen eine sinnvolle Strategie, erklärt



Mit einem dreistelligen Millionenbudget war das Final Fantasy 7 Remake sehr kostspielig. Dafür bildet die Neuauflage nur einen Teil des Originalspiels ab. Das Sequel ist bereits in der Mache und dürfte Square Enix wieder einen Hit garantieren. Selbst ein Remake ist der Logik einer Fortsetzungsmaschinerie unterworfen.

Die Remaster-Versionen der Vorgänger waren für die Entwickler sozusagen die Generalprobe für Darksiders 3.



Zur Veröffentlichung konnte das Remake Das Schwarze Auge: Schicksalsklinge aufgrund eines sehr unfertigen Zustands nicht begeistern. Die Entwickler standen während und nach der Entwicklung im engen Kontakt mit der Community, um das richtige Maß an Altbewährtem und modernen Zugeständnissen zu finden.

THQ Nordic. So sei es nicht besonders wirtschaftlich, einen Entwickler für ein paar Monate zu bezahlen, damit er erstmal eine ihm unbekannt Marke kennenlernt und den Stil verinnerlicht. Sinnvoller sei, dass diese Arbeit gleich auf ein verkaufbares Produkt hinauslaufe: »Wenn dabei aber ein schönes Remaster herauskommt, ist das ein Win-Win für Fans und die Hersteller.«

Ein Beispiel für diese Philosophie wäre die Darksiders-Reihe, die ursprünglich von Vigil Games konzipiert wurde. Bevor Gunfire Games in Darksiders 3 den dritten Reiter der Apokalypse losschickten, kümmerten sie sich erstmal um die technische und inhaltliche Verbesserung von Darksiders 2 für die Deathinitive Edition, um Erfahrung mit der Marke zu sammeln. THQ Nordic bringt es auf den Punkt: »Damit waren die komplett auf Darksiders eingestimmt.«

So »züchtet« sich THQ Nordic neue Studios heran, die sich mit den alten Marken auskennen – denn deren Entwickler sind oft in alle Winde zerstreut oder gar nicht mehr in der Spielebranche tätig. So kann THQ die alten Serien im Erfolgsfall schrittweise weiter ausbauen. Auf das Remaster zu Kingdoms of Amalur wird 2021 eine neue Erweiterung namens Fatesworn folgen. Und wenn die sich zufriedenstellend verkauft, stehen

die Chancen auf ein Kingdoms of Amalur 2 vielleicht gar nicht schlecht.

Nicht umsonst hoffen viele Action-Rollenspieler auf ein richtiges Titan Quest 2. Auf die modernisierte Titan Quest: Anniversary Edition folgten die neuen Erweiterungen Ragnarök und Atlantis; aktuell wird die Anniversary Edition von bis zu 1.100 Steam-Spielern gleichzeitig gespielt.

Das sind zwar weniger als bei Grim Dawn, das neue Spiel der ehemaligen Titan-Quest-Entwickler verzeichnet bis zu 4.200 gleichzeitig aktive Spieler. Die Anniversary Edition liegt aber immerhin über Wolcen (ca. 470) und Torchlight 2 (530). Eine gewisse Fanbasis für Titan Quest wäre also vorhanden. Falls THQ das als Erfolg wertet, wäre eine Fortsetzung der nächste logische Schritt.

Verliebt und verkürt

Dass gerade viele Spiele aus den 90er- und frühen 2000er-Jahren so häufig eine zweite Chance bekommen, liegt auch an der Zusammensetzung der angepeilten Zielgruppe. Einer Studie des britischen Meinungsforschungsinstituts YouGov zufolge ist besonders die Altersgruppe der 31- bis 50-Jährigen videospieldaffin. Im Vergleich zum Durchschnittsbriten ist bei ihnen die Wahrscheinlichkeit, eine aktuelle Spielkonsole zu besit-

zen, um bis zu 47 Prozent höher. Noch wahrscheinlicher (69 Prozent) ist es, dass sie in der Woche 21 bis 28 Stunden mit Videospiele verbringen. In Deutschland beträgt das Durchschnittsalter von Spielenden 37 Jahre. Die Titel, die sie als Kinder und Jugendliche konsumierten, haben häufig einen bleibenden Eindruck hinterlassen und ihren Spielgeschmack geprägt. Der Medienwissenschaftler Manuel Menke beschäftigt sich mit dem Phänomen der Nostalgie und untersucht, welche Rolle dabei Medien als Träger nostalgischer Erlebnisse spielen können. Neben dem Medium oder dem Spiel an sich empfinden Menschen gerade dann eine Sehnsucht nach vergangenen Zeiten, wenn darin die Beziehung zu Anderen eine Rolle spielten: »Nostalgisches Zurückerinnern bedeutet auch, sich zu erinnern an die Zeit, die ich mit Freunden und Freundinnen vor einer Konsole verbracht habe. Diese soziale Komponente ist eben auch das, was die emotionale Dimension von Nostalgie so stark macht.« Da verwundert es auch nicht, dass Spiele wie MMOs, die von vornherein den Austausch mit Gleichgesinnten ermöglichen, ein enormes Nostalgiepotenzial innehaben. Jahrelang sträubte sich Blizzard dagegen, World of Warcraft mit einer Classic-Variante auszustatten, die der ursprüngli-



Addons für Remaster-Versionen (hier Titan Quest: Atlantis) gehören fest zur Firmenstrategie von THQ Nordic.



Das Half-Life-Remake Black Mesa orientiert sich sehr genau am Shooter-Meilenstein. Der letzte Abschnitt auf dem Alienplaneten Xen wurde aber umfangreich überarbeitet. Das Beispiel zeigt, dass Neuauflagen auch eklatante Schwachpunkte der Vorlage ausmerzen und eine angepasste Spielerfahrung bieten können.



Outcast: Second Contact modernisiert zwar den Open-World-Vorreiter, das grundlegende Gameplay wurde aber in Teilen angefasst. Das freut Puristen, lässt aber das Spiel sehr altbacken wirken.

chen, deutlich sperrigeren Spielerfahrung von 2004 und 2005 nahekomm. Nachdem jedoch zahlreiche fanbetriebene Server deren Beliebtheit bewiesen, lenkte das Unternehmen ein. Das Ergebnis: Blizzards Einnahmen durch WoW-Abonnements stiegen im Veröffentlichungsmonat von Classic um 223 Prozent, ermittelte die Analysefirma Superdata. Ein voller Erfolg, wie auch Menke beobachtet: »Durch die neuen Medien und Online-Kommunikation hat das Ausmaß, in dem wir gemeinsam nostalgisch sein können, also kollektive Nostalgie, nochmal zugenommen.«

Durch das Internet ist es leichter denn je geworden, sich mit anderen Menschen zu verbinden und gemeinsam an einer Vision der Vergangenheit festzuhalten. Dabei hilft auch der sogenannte Fading Affect Bias, gemeinhin auch als rosarote Brille bekannt. Dieser psychologische Effekt beschreibt das Phänomen, dass Menschen negative Erinnerungen deutlich schneller vergessen als positive Erinnerungen. So werden aus eigentlich verkrusteten Spielen der letzten Dekade plötzliche Heilsbringer, besonders wenn sich eine Überarbeitung der schiefen Erinnerung nähert. Das kann aber auch nach hinten losgehen, wie im Falle der Remakes von Outcast, Medieval und Flashback. Die Anpas-

sungen an moderne Seh- und Spielgewohnheiten waren entweder zu lasch und boten trotzdem nur eine altbackene Erfahrung, oder sie waren so stark, dass sie kaum mehr ans Original erinnerten.

In einem Interview mit Gamesindustry.biz warnte Entwicklergestein und Fallout-Mitfinder Brian Fargo auch davor, sich zu sehr auf die Nostalgie als Verkaufsargument zu versteifen. Remakes oder Fortsetzungen alter Klassiker könnten nur schwer an die Gefühle und Emotionen von damals heranreichen. Fargo erklärt: »Ich könnte [das Gefühl von damals] nie wiederbeleben, weil die Spieler jetzt vielleicht Rechnungen bezahlen müssen, Kinder füttern müssen und nicht mehr die gleiche Unbeschwertheit haben.«

Wir spielen also vielleicht dieselben Spiele wie damals, um uns an unsere unbeschwertere Kindheit oder Jugend zu erinnern und um die gleichen Gefühle wie damals wiederaufleben zu lassen. Zugleich ist uns aber klar, dass diese Kindheit oder Jugend ein für allemal vorbei ist und wir morgen früh wieder zum anstrengenden Job antreten oder mit einem krummen Rücken zum Arzt kriechen müssen. Ein Spiel kann eine Zeitreise für den Kopf sein, aber unter anderen Rahmenbedingungen als damals – und leider ist der Effekt nur vorübergehend.

Kein Allheilmittel

Die Macht der Nostalgie kann jedoch ein zweischneidiges Schwert sein. Christian Weinmüller, der Mitgründer der Crafty Studios, lernte diese Lektion auf die harte Tour. Der kleine Indie-Entwickler mit zwei Mitarbeitern bekam vom Publisher United Independent Entertainment das Angebot, ein Remake der Nordland-Trilogie zu übernehmen. Als Pen&Paper-Fans, die zuvor vor allem Browserspiele entwickelten, klang das nach einer tollen Gelegenheit, die drei isometrischen Oldie-Rollenspiele mit DSA-Lizenz (Das Schwarze Auge) in ein zeitgenössisches 3D-Gewand zu tauchen. Der erste Teil der Trilogie, Schicksalsklinge, erschien im Sommer 2013 jedoch in einem äußerst unfertigen Zustand. Bugs noch und nöcher erstickten jeglichen Spielspaß. Crafty Studios hatten nämlich die gleiche Strategie verfolgt, wie sie bei Browserspielen üblich ist. Zunächst erschien eine Art Beta, die dann sukzessive mit der Community weiterentwickelt wurde. Weinmüller erinnert sich: »Das war bei uns in Fleisch und Blut übergegangen. Uns kam nicht mal die Idee, dass das so nicht sein könnte. Völlige Fehleinschätzung zu diesem Zeitpunkt.«

Das wenige Monate zuvor Steam sein Early-Access-Programm genau für solche



World of Warcraft Classic belebte erfolgreich die Spielerfahrung von 2004 und 2005 wieder.

Das Remaster von Kingdoms of Amalur und dessen kommende Erweiterung könnten die Vorboten für ein Kingdoms of Amalur 2 sein – falls sie sich gut verkaufen.



Die Entwickler lernen dazu: Die zweite DSA-Neuaufgabe Sternenschweif verkaufte sich schleppender, war aber ausgereifter.



Fälle gestartet hatte, übersahen die Entwickler schlicht. Stattdessen erschien Schicksalsklinge wie jedes andere vollwertige Produkt über den Standard-Shop. Es folgten harte Monate für das Entwicklerduo: »Die nächsten sechs Monate waren dann eine sehr harte Lehrschule.« Insgesamt 29 Patches veröffentlichten er und sein Entwicklerkollege, um ihren »Bockmist« wiedergutzumachen. Viele 16-Stunden-Tage und ein reger Austausch mit der alles andere als glücklichen Kundschaft waren dazu nötig. Bereits während der knapp neunmonatigen Entwicklungszeit halfen DSA-Enthusiasten den Entwicklern aus, damit sie ein besseres Gefühl für die Gestaltung des Remakes bekommen. Weil sie nicht an den originalen Quellcode herankamen, bedienten sich die Crafty Studios zudem an Komplettlösungen im Internet und einem selbstgeschriebenen Programm, das jegliche Dialoge und Textschnipsel aus den Spieldateien zog. Dadurch, dass sie das Ur-Schicksalsklinge als Vorlage hatten, konnten sie überhaupt erst ein Rollenspiel mit über 50 Locations zu zweit in dieser Zeit stemmen.

Es wäre jedoch zu einfach gesagt, dass damit alle Probleme eines Remakes aus der Welt geschafft wären. Inwieweit eine Neuaufgabe an den richtigen Stellen nachjustiert, bleibt eine ewige Streitfrage. Weinmüller führt aus: »Es gibt eine Interessensbasis, wenn man mit einer bekannten Marke arbeitet, nicht eine Käuferbasis – das verwechselt man gerne. Zum Kauf überzeugen muss man die Basis noch immer. Das ist teilweise mit einer etablierten Marke schwieriger, als wenn du wirklich als komplett unbekannter Titel auf den Markt kommst.«

Sternenschweif, der zweite Teil der Nordland-Trilogie, verkaufte sich anfangs auch deutlich schleppender als noch Schicksalsklinge, obwohl diesmal ein Bug-Desaster ausblieb. Beide Titel haben aber mittlerweile etwas über 100.000 Kunden gefunden. Nach dem Abzug von Sales-Boni und dem Publisher-Anteil bleibt für die Crafty Studios allerdings nicht viel übrig. Aktuell zahlen sie ihre restlichen Schulden ab, den Trilogie-Abschluss werden sie nicht mehr entwickeln.

Wann endet der Hype?

Christian Weinmüller glaubt auch aufgrund seiner eigenen Erfahrungen, dass der Trend für kleine bis mittelständische Unternehmen erstmal vorbei sein könnte: »Weil es einfach zu viel Risiko ist, die Alten zu vergrauen und trotzdem jemanden Neues zu finden.« Es sei schwer gewesen, die Hardcore-DSA-Community mit einem gewöhnlichen, zugänglicheren Gamedesign zu umgarnen. Dazu komme, dass man sich die alten Fans nicht als monolithische Einheit mit denselben Wünschen vorstellen dürfe. Vielmehr sei es ein ständiges Abwägen. Egal wie man sich dann aber entscheide, alle Fans werde man nie zufriedenstellen.

Auch THQ Nordic steht bei jedem Remaster und jedem Remake vor der Frage, wie weit die Modernisierung eigentlich gehen soll: »Da eine Balance zu finden, ist der gleiche Prozess, den der Publisher bei Neuentwicklungen durchläuft.« Trotz der vielen Remakes und Remaster in ihrem Portfolio würden sie sich nicht als Publisher sehen, der zwingend jede liegengelassene Marke in der Mikrowelle nochmal aufwärmen muss: »Unser Kerngeschäft wird auch in Zukunft

nicht daraus bestehen, uns von einem Remake zum nächsten zu hangeln.«

Als wichtiges Standbein für Entwickler und Publisher wird es uns aber wohl noch länger begleiten. Dafür ist die Erfolgswahrscheinlichkeit und der vergleichsweise geringere Aufwand, ein bereits fertig gestelltes Spiel als Ausgangspunkt einer Neuveröffentlichung zu haben, zu verlockend. Gerade Hochglanz-Rekreationen vergangener und heutiger Blockbustertitel versprechen Millionenabsätze. Die Schnelligkeit, mit der sich technologische und spielerische Standards verändern und verbessern, werden Remakes und Remaster auch in Zukunft relevant halten. Das vermutet auch Cyrille Imbert vom Pharaon-Entwickler Dotemu: »Selbst die besten AAA-Spiele von heute werden auf den Plattformen der Zukunft zurückgebracht werden. So funktioniert unsere Branche nun einmal.« Erst recht, wenn in Zukunft Abo-Angebote wie der Xbox Game Pass oder EA Play immer wichtiger werden. Denn das Remake eines geliebten Spiels kann deren potenziellen Kundenstamm um Menschen erweitern, die dem Anbieter eigentlich längst den Rücken gekehrt haben. Wer etwa hätte Electronic Arts vor der Command & Conquer Remastered Collection zugetraut, jemals wieder Echtzeitstrategiespiele zu entwickeln – noch dazu in enger Abstimmung mit der C&C-Community? So kann eine Neuaufgabe dafür sorgen, dass ältere Menschen mal wieder vorbeischauchen, die vielleicht sogar längst nicht mehr spielen, ein Abo abschließen und auch andere EA-Titel ausprobieren. Und wer weiß, vielleicht ist unter diesen anderen Titeln ja auch bald schon ein superschickes Remaster von Mass Effect? ★

Wenn ein Hersteller ein heißgeliebtes Spiel zurückbringt, sind damit oft sehr hohe Erwartungen verknüpft. Bei der Vorstellung des Remakes zu Prince of Persia: The Sands of Time beschwerten sich viele Fans über den mageren Grafiksprung im Vergleich zum Original, der kaum mit anderen hochkarätigen Generalüberholungen mithalten könne.



Neuaufgaben wie die Command & Conquer Remastered Collection können auch Lockangebote für Spiele-Abos sein.