

Über 100 neue Spiele von nur einer Firma

# PLAYWHO?

Der polnische Publisher PlayWay finanziert über 100 Spiele – und avancierte so zu einem der größten Publisher Polens. Was hat es mit dem Unternehmen auf sich und woher kommt der Erfolg auf dem Spielmarkt und an der Börse? Wir haben mit dem Gründer gesprochen. Von Natalie Schermann



»Huch, wer ist denn das?«, fragen wir uns, als fast täglich PR-Meldungen zu unterschiedlichen Spielen vom Publisher PlayWay in der GameStar-Redaktion eintrudeln. Umso erstaunter sind wir, als sich herausstellt, dass es sich dabei neben CD Projekt um einen der größten Spielepublisher Polens handelt. Denn das Unternehmen unterstützt über 100 Entwicklerteams – das sind mehr Studios als bei EA und Ubisoft zusammen –, arbeitet mit über 70 Tochtergesellschaften zusammen und bringt jährlich mehrere Dutzend Spiele auf den Markt. Neben den vielen Simulationen wie House Flipper, das sich bereits über eine Million Mal verkauft hat, schaffen es aktuell immer mehr Aufbaustrategiespiele wie Builders of Egypt, Builders of Greece oder Aztec Empire auf den Radar der Spieler. Builders of Egypt, das versucht, den alten Charme von Spielen wie Pharaon aufzugreifen, gelingt sogar der Sprung in die Top 30 der meist gewünschten Steam-Titel – obwohl es mit AAA-Spielen wie Cyberpunk 2077 konkurrieren muss.



House Flipper wurde 2018 veröffentlicht und verkaufte sich bis heute über eine Million Mal.

Doch was ist das Geheimnis des Publishers, der einen solch großen Teil der polnischen Spielereislandschaft ausmacht? Wie erreicht PlayWay einen Firmenwert von 891,7 Millio-

nen Euro mit Low-Budget-Produktionen von kuriosen Nischentiteln? Wir haben mit dem Gründer Krzysztof Kostowski gesprochen und schnell gemerkt: Neben der Liebe und Leidenschaft zu Videospiele steht vor allem eine sehr klare Businessstrategie im Fokus des Unternehmens.

## Wer ist PlayWay?

Gegründet wird das Unternehmen 2011, doch seine Entstehungsgeschichte reicht zurück bis in die 90er Jahre, wie uns der PlayWay-Gründer Krzysztof Kostowski im Interview verrät: »Mein Bruder und ich haben damals beschlossen, uns mit dem Vertrieb von kostenlosen Spielen und Demoversionen zu beschäftigen.«

Das neu gegründete Unternehmen Play ist mit seinem Geschäft recht erfolgreich. Ihren größten Umsatz machen die Brüder Kostowski über Magazine, denen auch CDs mit Computerspielen und Software beiliegen. »Vor etwa zehn Jahren begann der Markt, sich drastisch zu verändern, und mein Bruder und ich gingen verschiedene Wege«, sagt Krzysztof Kostowski. 2011 wird dann PlayWay aus der Taufe gehoben.



Das Aufbaustrategiespiel Builders of Egypt lockt Fans des Impressions-Klassikers Pharaon und landet deshalb schnell in der Top 30 von Steams Wishlist-Titeln.



Der Psycho-Horror Agony erhielt auf Steam überwiegend negative Wertungen, wir vergaben im Test lediglich 62 Punkte. Durch die Marketingstrategie PlayWays verkaufte sich das Spiel dennoch über 150.000 Mal seit Release im Jahr 2018.

Das Unternehmen beginnt mit der Entwicklung von eigenen Spielen, ist heutzutage aber in erster Linie als Publisher tätig. Dabei konzentriert sich PlayWay nicht wie sein polnischer Kollege CD Projekt auf einen AAA-Titel, in den viel Zeit und Geld fließt. Stattdessen arbeitet das Unternehmen stets nach der Devise: je mehr, desto besser. Denn PlayWay finanziert über 100 Entwicklerteams, die mit einem kleinen bis mittleren Budget Spiele sowohl für Mobile-Geräte und Konsolen als auch den PC entwickeln.

In PlayWays Repertoire von über 100 Spielen finden sich besonders viele Simulationen, die auf den ersten Blick nur kleine Nischeninteressen zu bedienen scheinen. Die Hausrenovierungssimulation House Flipper erweist sich nach dem Release 2018 aller-

dings als große Überraschung: Besonders YouTuber und Twitch-Streamer schlüpfen gerne in Malerhosen, um Wände zu tapezieren und Wohnungen zu renovieren. So gewinnt House Flipper schnell an Popularität und wird über eine Million Mal verkauft. Zum Vergleich: Seit Veröffentlichung im Jahr 2015 schafft es The Witcher 3: Wild Hunt auf über 28 Millionen Versionen. PlayWays Businessstrategie scheint also aufzugehen: Der polnische Publisher scheint gar nicht den Anspruch zu haben, AAA-Titel zu produzieren und die besten Bewertungen von Presse und Spielern abzusahnen. Stattdessen produziert PlayWay viele Spiele mit kleinem Budget, verhindert so einen großen kommerziellen Flop und macht besonders mit Überraschungshits wie House Flipper großen Umsatz.

Dass negative Reviews für PlayWay nicht unbedingt mit einem Flop gleichzusetzen sind, zeigt das Beispiel Agony. Obwohl der 2018 erschienene Horrortitel überwiegend negative Bewertungen erhält, verkauft sich das Spiel über 150.000 Mal. Der Entwickler Madmind Studios arbeitet bereits an seinem nächsten Projekt Succubus.

»Weil wir an vielen Titeln gleichzeitig arbeiten, erhöhen wir damit unsere Chance, Erfolg auf dem Spielmarkt zu haben«, sagt Kostowski über die PlayWay-Strategie. »Darüber hinaus gelingt es uns dadurch, eine effektive Kooperation der Entwicklerteams herzustellen.« Die Entwicklerteams von PlayWay tauschen ihre Expertise untereinander aus und unterstützen sich gegenseitig durch Cross-Promotion und Marketing bei Releases, Crowdfunding-Kampagnen oder Branchenevents.

Doch zu PlayWay gehören nicht nur unzählige Entwicklerteams, sondern auch 70 Schwester- und Tochtergesellschaften. Darunter die Publisher Creativeforce Games (Builders of Egypt), Madmind Studio (Agony), Games Operators (Rustler) oder Movie Games (Lust from Beyond). Mit dieser Businessstrategie schaffte es PlayWay, sich als zweitgrößter Produzent und Publisher für Videospiele in Polen zu etablieren.

#### Die Entwickler der PlayWay-Familie

Über 100 Entwicklerteams werden von PlayWay finanziert und so bei ihren Vorhaben unterstützt. Doch wer sind diese Entwickler und nach welchem Prinzip wählt der Publisher seine Schützlinge aus? »Wir beobachten den Markt«, sagt Kostowski. »Und wir heißen immer Entwicklerteams willkommen, die eine spannende Idee haben, aber noch



Spiele wie der Space Mechanic Simulator sollen spezielle Nischeninteressen der Spieler befriedigen.

## PlayWay S.A. Bearer SHS Chart



## CD Projekt Red S.A. Chart



Der Aktienwert von PlayWay (oben) hat sich seit Anfang des Jahres 2020 verdoppelt. Zum Vergleich der Aktienkurs von CD Projekt (unten) für den gleichen Zeitraum – ohne den tiefen Fall, der gleich nach dem Release von Cyberpunk 2077 folgte. (Quelle: finanzen.net)

etwas Unterstützung benötigen, um sie zu realisieren.« Der Vorsitzende von PlayWay erklärt, dass er auf viele talentierte und ehrgeizige Entwickler treffe, denen es an Marketing und Finanzierung mangle. »Dies können wir ihnen bieten«, fährt er fort. »Wenn sie unserer Entwicklerfamilie beitreten, bekommen sie nicht nur unsere Unterstützung, sondern auch die anderer Studios.« Allzu viel einmischen möchte sich der Publisher in die Arbeit der Studios allerdings nicht: Krzysztof Kostowski betont, wie wichtig es für PlayWay sei, dass jeder Entwickler für sein eigenes Projekt verantwortlich sei und die volle Kontrolle über die Entwicklung seines Spiels habe. »Es ist für uns wichtig, dass sie verstehen, wie man Probleme löst und wie man sich realistische Ziele setzt«, erklärt der PlayWay-Gründer.

PlayWay hat den Spielmarkt stets im Auge und versucht, neue Zielgruppen zu erschließen. »Wir haben mit Simulationen angefangen, aber wir versuchen auch regelmäßig, uns in neuen Bereichen zu behaupten«, sagt Kostowski. So sehen wir zum Beispiel immer mehr Aufbaustrategiespiele aus dem Hause PlayWay – etwa Aztec Empire, Builders of

Egypt oder El Dorado: The Golden City Builder. Das Erstlingswerk des Entwicklerstudios Strategy Labs, Builders of Egypt, schafft es sogar auf Platz 29 der am meisten gewünschten Spiele auf Steam (Stand 2.12.2020). Auf Platz 1 thront selbstverständlich Cyberpunk 2077, gefolgt von Dying Light 2 auf dem Vizeplatz. Doch wie gelingt es dem Publisher, kleine Low-Budget-Spiele von unbekanntem Entwicklern an die Leute zu bringen?

»Am wichtigsten ist die Cross-Promotion mit PlayWays erfolgreichen Titeln«, erklärt uns Kostowski. »So können wir auch abschätzen, wie viel Interesse an einer Spielidee besteht.« Mit über 100 internen Entwicklerteams und über 70 Tochterunternehmen hat PlayWay sich eine solide Basis geschaffen, um seine Entwickler und Spiele zu vermarkten. PlayWay als Publisher steht dabei meist im Hintergrund, weshalb viele Spieler den Namen wohl auch noch nie gehört hätten, vermutet Kostowski.

Bislang beherbergt die PlayWay-Familie nur kleine Entwickler aus Polen, verkauft ihre Spiele aber auf internationalen Plattformen wie Steam oder GOG. Ganze 60 Prozent ihres Umsatzes machen laut eigenen

Angaben die Verkäufe in den USA, China und Deutschland aus. Immer wieder betont Kostowski im Interview, wie wichtig ihm eine originelle und einzigartige Idee sei: »Viele Leute sind gespannt auf große Action- und Rollenspiele, und das ist toll. Aber es gibt gleichzeitig so viele Spieler mit speziellen Hobbys oder Interessen.« Diese Interessen greifen die Entwickler der PlayWay-Gruppe auf und erstellen Spiele für diese Nischen: In UBOAT könnt ihr ein U-Boot steuern, in Thief Simulator könnt ihr eure kleptomaniische Seite ausleben, und im Space Mechanic Simulator erfahrt ihr, wie es ist, ein Mechaniker im Weltraum zu sein. »Die Steam-Wishlist ist die Stimme der Spieler und für uns der wichtigste Indikator dafür, welche zukünftigen Projekte sie interessieren könnten«, erzählt der PlayWay-Gründer.

### Erfolg an der Warschauer Börse

Mit seiner einzigartigen Businessstrategie schafft es PlayWay nicht nur, seine Spiele auf die Wunschlisten der Spieler zu katapultieren, sondern hat auch großen Erfolg an der Börse. »Wir sind 2016 an die Börse gegangen«, erzählt Kostowski, der Gründer

von PlayWay. »Die Hauptstütze unseres Erfolgs ist die Arbeit an zahlreichen simultanen Projekten, die uns und unseren Aktionären großen Umsatz bringen«, fährt er fort. »Unser Businessmodell, bei dem wir und unsere Partner uns gegenseitig unterstützen, erlaubt es uns, sehr aktiv auf dem Spielmarkt zu sein. Und so bekommen wir die Aufmerksamkeit der Spieler.« Das Interesse der Investoren steige durch die besonders guten Platzierungen auf den Wunschlisten der Spieler und durch die jährlichen Finanzreports, so Kostowski. »Wir machen jedes Jahr mehr und mehr Umsatz.« Und das Jahr 2020 bildet keine Ausnahme. Laut des Berichts zu PlayWay des polnischen Analysten Krzysztof Tkosz übertraf das zweite Quartal 2020 alle Erwartungen und stellte einen neuen Umsatzrekord des Unternehmens auf. Der Analyst schließt nicht aus, dass auch die aktuelle Pandemie dem polnischen Publisher in die Hände gespielt habe. »Während des größten Teils des zweiten Quartals 2020 hatten wir eine viel größere Anzahl von Spielern bei Steam, was mit dem globalen Lockdown durch die Covid-19-Pandemie zu tun hatte«, schreibt der Analyst in seinem Bericht. Das hat sich selbstverständlich auch in den Umsätzen von PlayWay bemerkbar gemacht. In diesem Zeitraum wurden laut Bericht Einnahmen in Höhe von 66,6 Millionen PLN (14,9 Millionen Euro) erzielt. Für das gesamte Jahr 2020 erwartet der Analyst einen Umsatz von 211,9 Millionen PLN (47,3 Millionen Euro). Zum Vergleich: Im letzten Jahr machte das Unternehmen 131,2 Millionen PLN Umsatz (29,3 Millionen Euro), 2018 waren es noch 78,9 Millionen PLN (17,6 Millionen Euro).

Seinen größten Umsatz erzielt PlayWay durch das ständige Angebot, das sich um zahlreiche Titel erweitert. 2020 brachte der Publisher mehrere Dutzend Spiele auf den Markt und plant auch, das in Zukunft fortzuführen. Viele erfolgreiche Spiele bekommen zudem eine Konsolenportierung – dieses Jahr etwa Thief Simulator für die PS4 und Cooking Simulator für die Xbox One. Außerdem tastet PlayWay immer wieder den Markt ab und veröffentlicht kleine Demoversionen oder Prologe von aktuellen Projekten, die die Aufmerksamkeit der Spieler auf sich ziehen. Und dieser Erfolg zieht auch Aktionäre an.

Über die sogenannte DCF-Methode ermittelte Analyst Krzysztof Tkosz einen Unternehmenswert von 4,0 Milliarden PLN (891,7 Millionen Euro). Bei Eintritt an die Warschauer Börse 2016 wurde der Aktienwert des Unternehmens auf 52 PLN (11,60 Euro) geschätzt. Aktuell liegt der Aktienpreis bei etwa 585 PLN (118 Euro, Stand 2.12.2020). Allein seit Januar 2020 verdoppelte sich dieser.

Der polnische AAA-Publisher CD Projekt hat im Vergleich dazu einen Firmenwert von 29,7 Milliarden PLN (6,7 Milliarden Euro) – und ist damit der zweitgrößte Videospieldewickler Europas – und aktuell einen Aktienpreis von 412 PLN (95 Euro). Durch Cyberpunk 2077 sollten die Umsätze des Unternehmens nochmal beträchtlich in die Höhe schießen.

## Die aktuellen Bestseller von PlayWay

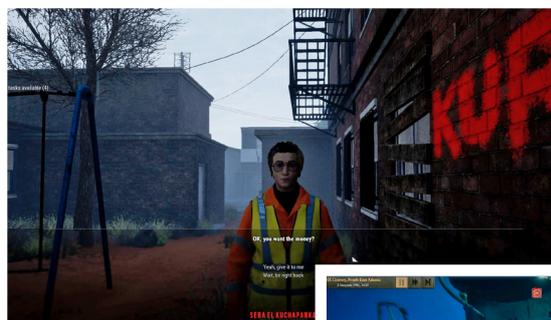
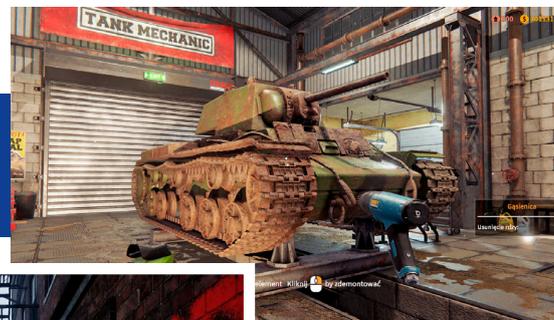


### Car Mechanic Simulator:

Wir schrauben an Autos.

### Tank Mechanic Simulator:

Wir schrauben an Panzern.

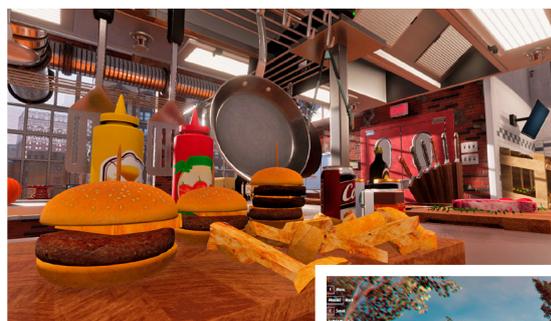


### Drug Dealer Simulator:

Wir verticken Drogen.

### UBOAT:

Wir fahren und verwalten ein U-Boot.

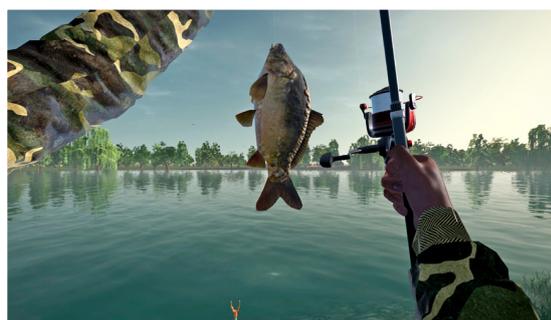


### Cooking Simulator:

Wir kochen im Akkord.

### Thief Simulator:

Wir räumen anderen die Bude aus.



### Ultimate Fishing Simulator:

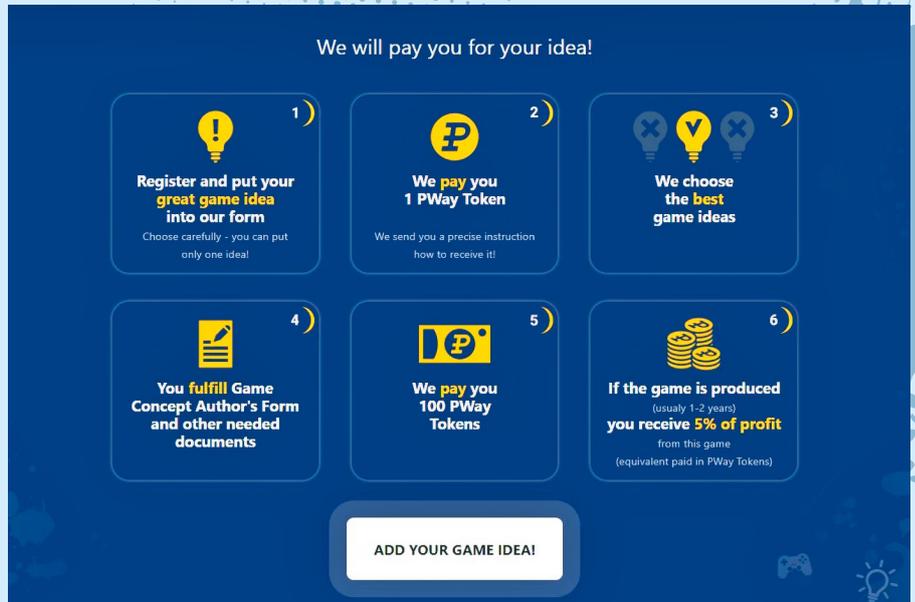
Wir angeln die dicksten Karpfen.

Der Analyst Torsten Tiedt vermutet übrigens, dass CD Projekt bis Ende 2020 den Umsatz des vergangenen Jahres (Oktober 2019 bis September 2020) von 683 Millionen PLN (152 Millionen Euro) auf knapp drei Milliarden PLN (satte 669 Millionen Euro) durch die Veröffentlichung des lang erwarteten Rollenspiels erhöhen könne.

### Mit Low-Budget und Nischenthemen in die Zukunft?

PlayWay macht gerade sowohl auf dem Spielmarkt und in den Steam-Wishlists als auch an der Börse eine gute Figur. Doch wie sieht die Zukunft des Unternehmens aus? Hat Kostowski Pläne, sich auch an größere Produktionen mit mehr Budget heranzutragen, um die Sicherheit auf dem Markt zu garantieren? »Tatsächlich haben wir großes Vertrauen in unser aktuelles Business-Modell«, sagt Kostowski. »Wir haben keine Angst davor, ein Risiko einzugehen, wenn es um die Planung unserer nächsten Projekte geht.« Auf der eigenen Website verkündet PlayWay sein großes Ziel für die kommenden Jahre: Etwa 20 neue Releases sollen jährlich auf dem Markt erscheinen. »Zu unseren Zielen gehört aber nicht nur die Veröffentlichung von Spielen, sondern auch das Wachstum unserer Entwicklerteams«, ergänzt Kostowski. »Wir haben außerdem einen großen Einfluss auf die Spieleindustrie. So können Teams, die mit uns zusammenarbeiten, ihre Strukturen erweitern und so noch mehr Arbeitsplätze schaffen für Leute, die gerne Spiele entwickeln würden.«

Doch auch die Spieler sollen nicht zu kurz kommen: Der Publisher führte ein neues Programm mit dem Namen »Need For Game Idea« ein. »Mit diesem Projekt wollen wir unterstreichen, welche wichtige Rolle die Spieler für uns einnehmen«, kommentiert Kostowski das Projekt. Wer sich auf der Website registriert, kann eigene Spieleideen und -konzepte einreichen und erhält im Gegen-



»Need For Game Idea« ist ein neues Projekt von PlayWay, bei dem Spieler eigene Ideen und Konzepte vorstellen können und bei Umsetzung am Erfolg beteiligt werden.

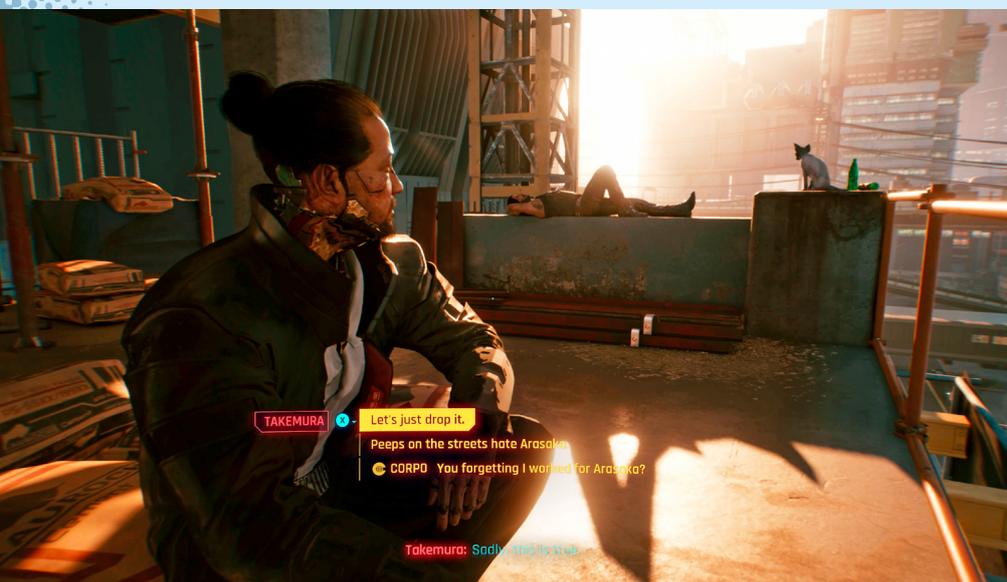
zug dazu sogenannte PWay-Token, eine digitale Währung des Publishers. Sollte die Spielidee tatsächlich umgesetzt und ein Spiel entwickelt werden, erhält der Autor des Konzepts fünf Prozent des Profits, der mit dem Spiel gemacht wird. »Wir wollen damit etwas Neues ausprobieren und unsere Wertschätzung auf eine kreative Weise ausdrücken«, fährt der PlayWay-CEO fort. »Von nun an können unsere Fans nicht nur Teil der Community, sondern sogar Teil des Entwicklungsprozesses sein.«

Wie sich diese Strategie in Zukunft auf den Erfolg von PlayWay auswirkt, bleibt abzuwarten. Zwar deckt der polnische Publisher einen großen Teil des heimischen Spielmarktes ab und ist damit in der Lage, schnell viele Spiele auf den Markt zu bringen, doch nicht immer ist die Leidenschaft für Videospiele, die Kostowski gerne betont, hinter den Titeln zu spüren. Viele der PlayWay-Spie-

le haben eine wenig ansprechende Grafik und banale sowie klobige Gameplay-Mechaniken und wirken, als könnten sie noch einen letzten Schliff vertragen. Der Survival-Horror Agony wurde beispielsweise für seine schwerfällige Bedienung, verschwommene Grafik, nicht ausgereiftes Gameplay und zahlreiche Bugs kritisiert.

PlayWay stützt sich zudem sehr auf seine Leuchtturm-Spiele wie etwa House Flipper, veröffentlicht immer mehr DLCs und Konsolenportierungen und macht diese zu einer Cashcow, die bis heute den Großteil des Umsatzes des Unternehmens ausmacht. Es ist aber wohl nur eine Frage der Zeit, bis auch hier das Interesse der Spieler nachlässt und nicht mehr viel aus der Simulation herauszuholen ist. Viele andere Fackelträger hat der Publisher allerdings noch nicht. Außerdem stellt sich natürlich die Frage, ob dem Publisher und den Entwicklerteams nicht irgendwann dann doch die Ideen ausgehen werden – und ob dies nicht schon jetzt passiert. Aztec Empire und El Dorado: The Golden City Builder: Beide Spiele kommen zwar aus unterschiedlichen Entwicklerteams, sehen aber aus wie ein und dasselbe Spiel. Greift PlayWay deshalb mit seinem neuen Projekt »Need for Game Idea« schon auf die Ideen seiner Fans zurück?

Ob die Low-Budget-Kuriositäten also auch in Zukunft mit AAA-Giganten wie CD Projekt mithalten können, wird sich zeigen. Denn der wettbewerbsintensive Markt erfordert es unter anderem auch, dass sich die Qualität der Spiele immer weiter verbessert. Wir haben schon jetzt eine Übersättigung des Marktes. Zwar spricht Kostowski im Interview an, dass PlayWay seine Entwicklerteams weiter ausbauen wolle, hält aber nach wie vor an seinem bisherigen Businesskonzept fest. Wir haben übrigens auch ein paar Entwickler der PlayWay-Gruppe angeschrieben und zu dem Publisher befragt, leider aber keinerlei Antwort erhalten. ★



PlayWay konkurriert unweigerlich mit seinen polnischen Kollegen CD Projekt. Ob das Unternehmen in Zukunft auch mit AAA-Titeln wie The Witcher 3 oder Cyberpunk 2077 mithalten kann, wird sich zeigen. Kostowski will aber auch weiterhin an seiner Businessstrategie festhalten.