



FEEDBACK

Editorial

Ich fand den Bericht über Crimson Desert recht gut. Umso überraschter war ich über dieses ängstliche Editorial in der Ausgabe 03/21: »Oh! Mein Gott, wir haben nicht über einen Blockbuster berichtet, hoffentlich sind da nicht zwei Kunden abgesprungen!« Ist das nicht eigentlich das, was man von einer (guten) Spielezeitschrift erwartet? Informationsblasen gibt es eh schon genug, und zu Blockbustern wird man sowieso mit Infos und Werbung zugeschmissen, da braucht man sich nicht extra eine Zeitschrift dafür zu kaufen. Seid ihr (analog zum TV) lieber RTL oder CNN? Ich lese jedenfalls lieber was über interessante Spiele, die man nicht unbedingt kennt. Von Crimson Desert hatte ich jedenfalls noch nie vorher gehört, klingt aber recht gut. **Gerhard Gruber**

Da Markus Schwerdtel im Vorwort explizit um Feedback gebeten hat, hier meine Antwort: Ja! Bitte bringt uns weiter unbekannte Spiele und auch vergessene Perlen – ich freue mich jedes Mal, wenn ich auf dem Cover etwas Neues sehe und nicht das gleiche Bild wie auf allen Gaming-Portalen im Netz. Natürlich schätze ich auch eure Tests zu den großen, bekannten Titeln. Aber gerade Spiele zu entdecken, die ich nicht überall sonst sehe, macht für mich die GameStar zu der wertigen Lektüre, die sie ist. **Falco**

Sofern es die Verkäufe erlauben, finde ich eine Platzierung von unbekannteren Spielen auf der Titelseite sehr spannend. Im Allgemeinen ist eine Mischung wahrscheinlich am schönsten. **Dominik Ralf Winkler**

Launch-Drama Cyberpunk 2077

Sorry Peter, ich fühle mich nicht von dir angesprochen, und ich habe nicht gehypt. Ich kann abwarten. Und das mache ich bei den meisten Spielen und vor allem bei Krachern wie Cyberpunk. Seit vielen Jahren schreiben euch Leser, dass man nicht sofort zugreifen soll, denn sonst wird man enttäuscht, und man sollte am besten die ersten Patches abwarten. Ich habe mir das Spiel dann Ende Januar geholt und bin restlos begeistert von

der Atmosphäre. Die paar Bugs, die nach wie vor da sind, stören mich kaum bis gar nicht.

Erwin Vonhas

So sehr ich diesen Artikel für die ehrlichen Worte und die Selbstkritik loben möchte, möchte ich doch ganz klar betonen: Kein einziges Magazin in Deutschland hat so ausführlich über Cyberpunk 2077 berichtet wie ihr. [...] Ihr habt den Marketingdemos einen unglaublichen Raum gegeben, und ihr habt euch dazu entschieden, das in der Länge zu tun, ihr habt Dutzende von Seiten veröffentlicht über Dinge, von denen man nicht wusste, ob sie in der Form jemals im Spiel sein werden. Wie gesagt: Guter Text, steht viel Wahres drin, aber mir fehlt einfach die Betrachtung der schier Menge an Inhalten, die ihr veröffentlicht habt. **Dadrian**

Die Intention dahinter war, Interesse zu bedienen: Wir haben gesehen, dass alles, was wir zum Thema berichten, aufgesaugt wird. Die Demo haben auch andere Magazine nacherzählt, aber das ist ja nicht dein Punkt und auch nicht wichtig: Die Idee war, etwas nachzuerzählen, weil ihr es selbst nicht sehen konntet. Denn die Demos gab es nur hinter verschlossenen Türen. Also wollten wir vermitteln, was es darin zu sehen gab. Das nur zur Erklärung, warum wir das getan haben. Dass dadurch der Hype weiter angekurbelt wurde, ist völlig klar. Ich weiß nur nicht so recht, was die Alternative gewesen wäre. Wenn wir auf die Artikel verzichten, büßen wir Reichweite ein. **Michael Graf**

Was Spieler lernen können: Unternehmen sind nicht unsere Freunde. Auch nicht CD Projekt Red. **meieiro**

Vielen Dank für diesen Artikel. Toll geschrieben und beleuchtet alle drei Aspekte. Denn ihr habt völlig recht: Auch wir Spieler müssen uns selbstkritisch dem Thema Hype und unseren Erwartungshaltungen stellen. **yrax**

Erstmal großes Lob an Peter für den sehr gut geschriebenen Artikel! Ich erkenne mich in großen Teilen durchaus wieder. Als leidenschaftlicher Spieler einerseits, als großer Star-Wars-Fan andererseits sehne ich mich immer wieder nach dem nächsten großen Ding. Von dem man insgeheim hofft, dass es die ultimative Erfahrung wird. Wir lassen uns durch das Medium Videospiele doch allzu gern aus unserer manchmal tristen Welt herausziehen. Wir möchten fantastische Dinge erleben, uns mächtig fühlen oder einfach mal in einer anderen Welt sein. Ich denke, vielen ist der Sinn von Werbung, also die Wirkung, die diese erzielen soll, insgeheim bewusst. Aber man verdrängt es so leicht, weil man doch die Hoffnung auf mehr hat.

Immer wieder sagt man sich, dieses Mal wird es nicht so sein. Dieses Mal werden sie mich nicht enttäuschen. Ich glaube auch nicht, dass sich daran in naher Zukunft etwas ändern wird. Am Beispiel Cyberpunk 2077 gab es so viele (digitale) Vorbestellungen wie noch nie. Dabei hat jeder von uns auch die Möglichkeit, geduldig bis zum Release des Spiels zu warten, sich auch erste Wertungen durchzulesen und sich dann sein Exemplar zu holen. Kaum noch jemand muss hierzu noch in irgendeinen Laden. Es gibt genauso wenig nur eine begrenzte Stückzahl, sodass man nicht befürchten muss, ab einem gewissen Zeitpunkt kein Spiel mehr zu bekommen. Trotzdem wird mit diversen Boni geworben, dass zum Release genügend Absatz da ist. Denn unter dem Strich möchte der Publisher sein Produkt verkaufen, und wir Konsumenten hoffen auch nur wieder auf das nächste große Ding. **SilentGhost87**

Gothic analysiert

Wieder ein toller Artikel zu einem Meisterwerk! Dieser Artikel zeigt die Dialoge aus einer sprachwissenschaftlichen Perspektive, was echt mal interessant ist. Auch bestätigt dieser Artikel nur wieder, dass Gothic damals ein Meisterwerk war und es heute immer noch ist. Es war seiner Zeit voraus, und leider ist es auch heute noch seiner Zeit voraus. Heute sogar mehr denn je. Schade, dass die wenigsten Spieleentwickler sich an Gothic ein Beispiel nehmen und sich daran orientieren, was viele Elemente betrifft, die Gothic besser macht als die meisten Spiele von damals bis heute. **raven1286**

Vielen Dank für die interessante Analyse. Es ist immer wieder sehr spannend, umfassend über bestimmte Themenbereiche zu lesen, hören oder sich visuell zu informieren und die Sichtweise von Experten zu erfassen. Ich könnte mir vorstellen, dass analoge Ausführungen im Vergleich zu Gothic über andere Genrevertreter ebenfalls sehr interessant und lesenswert sind. **H3rr7w3rg**

Klasse Analyse! Von der sprachlichen Seite habe ich das noch nie betrachtet. Wenn man darüber nachdenkt, fallen einem tatsächlich noch mehr Beispiele ein. Etwa die Gardisten im Alten Lager: »Mach dir keine Sorgen, solange du hier im Lager bist. Wir passen auf dich auf!« Heißt: Solange du regelmäßig dein Schutzgeld zahlst, ist alles gut, ansonsten bekommst du Ärger! Egal von welcher Seite man Gothic oder Gothic 2 beleuchtet: Die Spiele haben schon damals viel richtig gemacht und werden zu Recht als Meisterwerke betrachtet. **RobinSword**