

Wenn Fans aufgeben

FEEL FREE2PAY

World of Warships ist für Wargaming ein riesiger kommerzieller Erfolg. Doch in den Augen empörter Fans hat das Free2Play-Spiel nur noch ihren Geldbeutel im Blick. Von Dom Schott

Die vielleicht wichtigste Währung eines jeden Free2Play-Spiels sind nicht etwa Silberkristalle oder Goldmünzen, sondern Vertrauen. World of Warships hat dieses so wichtige Vertrauen seiner Fans in den vergangenen Monaten erschüttert. Der angerichtete Schaden ist groß, manch einer hat enttäuscht die Server verlassen, darunter auch einige der berühmtesten Content Creators des Kriegsspiels. Die Kritik ist laut, von einem Exodus zu sprechen, lässt sich aber

nicht rechtfertigen. Denn die Spielerzahlen auf EU-Servern und World of Warships' Platzierung in den Steam-Charts blieben trotz der hitzig geführten Diskussionen stets stabil, mit »immer noch über sechs Millionen aktiven Spielern« im Jahr 2021, sagt Wargaming. Doch selbst jene Spieler, die geblieben sind, fühlen sich zunehmend ignoriert.

GameStar zeichnet den Verlauf der Ereignisse nach, die die Community von World of Warships derart ins Wanken bringen.

Erfolgreicher Stapellauf

Als Wargaming vor zehn Jahren World of Warships – damals noch World of Battleships – ankündigt, hat sich das weißrussische Entwicklerteam längst erfolgreich einen Platz im Free2Play-Genre erobert: Die Panzersimulation World of Tanks ist zu diesem Zeitpunkt erst ein Jahr alt, aber begeistert bereits Hunderttausende von Fans. Das Erfolgsgeheimnis sind die liebevoll gestalteten Panzermodelle, die sich stark an



Der Zorn entlädt sich in einem Shitstorm um die USS Missouri – GameStar hat die Hintergründe recherchiert.



ihren historischen Vorbildern orientieren. Aber auch das Spielprinzip ist damals erfrischend neu: Statt Hochgeschwindigkeitskämpfen stehen die langsam rollenden Panzer im Vordergrund, die nur alle paar Sekunden einen Schuss abgeben können. Und dann muss ein erfolgreicher Panzergeneral natürlich auch noch das Terrain der Spielwelt selbst berücksichtigen.

Der Eintritt für dieses Spielerlebnis: null Euro. Niemand muss Geld bezahlen, um World of Tanks spielen zu können. Stattdessen freiwillige Mikrotransaktionen, Mini-Investments, die allerdings je nach Kaufobjekt gar nicht mehr so »mini« sind. So können beispielsweise zwar alle Panzer gratis freigespielt werden, doch dauert dieser Prozess auch mal mehrere Monate. Viel bequemer ist es da, die Fahrzeuge direkt zu kaufen – für bis zu 100 Euro pro Modell. Außerdem im Shop: Skins, diverse Booster für gesammelte Erfahrungspunkte und sogar ein Upgrade zum Premium-Account, der unter anderem erlaubt, zu Beginn eines Multiplayer-Matches nicht nur eine, sondern zwei Karten zu bannen – ein riesiger Vorteil für kompetitive Matches auf höherem Niveau. Da aber dennoch das Grundspiel komplett gratis spielbar ist, akzeptiert die Community diese Form der Monetarisierung und flutet in Rekordzahlen die Server. Und ein Großteil von ihnen investiert tatsächlich auch Geld. Viel Geld. So spielt World of Tanks 2013, drei Jahre nach Release, mit 372 Millionen Euro mehr Geld ein als der MMO-Gigant World of Warcraft im gleichen Jahr.

Der Sprung ins kalte Wasser

Und Wargaming will mehr. Das Studio kündigt 2011 zwei Ableger von World of Tanks an: World of Warplanes, das den historischen Luftkampf in den Vordergrund rückt, und eben World of Warships. Doch nicht nur geschichtsinteressierte Kriegsschiffenthusi-

asten freuen sich über diese Ankündigung. Auch Hardcore-Fans, die davor World of Tanks gespielt haben, planen den Wechsel auf die sieben Weltmeere – allerdings nicht wegen des neuen Schauplatzes, sondern wegen ihrer Unzufriedenheit mit einem Entwicklerteam, das in ihren Augen längst zu gierig auf die Geldbeutel seiner Community schielt. Zu der gehört auch ein User, der 2015 mit der Mobile-Game-Umsetzung World of Tanks Blitz die Wargaming-Welt für sich entdeckt. Er gibt uns ein ausführliches Interview, bittet allerdings um Anonymisierung, da er viel, viel Geld in das Spiel investiert hat – dazu später mehr.

Wir nennen ihn Max. Max machte seine ersten Schritte in der Wargaming-Welt also mit World of Tanks Blitz: Im Kern die gleiche Spielerfahrung, doch mit weniger Funktionen, weniger Umfang, weniger Tiefgang. Blitz gilt in der Community als Vorbereitung und Einstieg für den großen Bruder World of Tanks. »Mein Bruder zeigte mir das auf dem iPad, und ich war sofort angefixt«, erzählt uns Max. Er liebt dem Mobile Game treu, beginnt kompetitiv zu spielen, einem Clan

beizutreten. Geld aber investiert er in das kostenlose Spiel nur sehr zurückhaltend und bemüht sich stattdessen, neue Panzer und andere Inhalte mit reiner Spielzeit freizuschalten. Aber dann bekommt Max zunehmend das Gefühl, immer häufiger und aufdringlicher zur Kasse gebeten zu werden.

Nach einigen Updates wird es für Spieler wie ihn schier unmöglich, allein in ihrer Freizeit die begehrten Extra-Inhalte freizuspielen. Max hat die Nase voll und verabschiedet sich von den Panzerschlächtern. Aber World of Warships weckt sein Interesse, und das aus einem ungewöhnlichen Grund: »Ich bin zwar durchaus an Geschichte interessiert, aber kein Schiffs-Nerd. Was mich aber heiß machte, war das Entwicklerteam von World of Warships. Die brachten einen richtigen Indie-Spirit mit.«

Die »kreativen Wilden«

Das Team, das diesen »Indie-Spirit« verspricht, heißt Lesta Studio: ein Traditionsteam aus Russland mit Sitz in St. Petersburg, das 1991 gegründet wird und Ende der 1990er Jahre zu einem der führenden Stu-



WIE LEGT WARGAMING SEINE IN-GAME-PREISE FEST?

Skins, Booster und Schiffe sind allesamt sehr unterschiedlich in den In-Game-Stores der Wargaming-Spiele bepreist. Wie kommen diese Preise aber überhaupt zustande? Wir fragten beim Entwicklerteam nach, das sich zumindest ein wenig in die Karten blicken lässt. Christian Bergmann, Publishing Producer von World of Warships Europe, antwortet uns via Mail: »Bei der ersten Bestimmung des Wertes beziehen wir uns auf spezielle Preismatrizen, die es uns ermöglichen, den Wert auf der Grundlage der Eigenschaften des Gegenstandes und der Verkaufsbedingungen zu berechnen, oder auf den Wert vergleichbarer ähnlicher Gegenstände.« Weiterhin sei es eine Ausnahme, dass sich Preise für In-Game-Gegenstände über die Jahre hinweg ändern. Das könne nur passieren, wenn sich nach einem Patch oder Update Eigenschaften eines Items ändern, sodass der Preis je nach den Änderungen nach oben oder unten korrigiert werde.

dios für 3D-Modellierung aufsteigt. Anfang der 2000er Jahre verlagert Lesta dann seinen Fokus auf die Entwicklung von Computerspielen, vorwiegend historische Kriegssimulationen. 2005 veröffentlicht Lesta den Kriegsschiffsimulator Pacific Storm, der damals technisch zwar durchaus beeindruckend ist, aber von Spielern wegen des geringen Umfangs mit Desinteresse gestraft wird. Nach einigen weiteren, nur mittelmäßig erfolgreichen Produktionen kauft Wargaming schließlich 2011 das Studio auf und setzt es auf sein neues Projekt World of Warships an. Lesta wächst von einem überschaubaren Team auf 150 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen an, die Arbeitsweise professionalisiert sich, die Budgets werden größer. Aber eines behält das russische Team bei: die enge Zusammenarbeit mit der Community, die für ein Indie-Team so wichtig für den Erfolg ist. Und genau das meint Max, wenn er von dem »Indie-Spirit« spricht: direkter Kontakt mit den Fans. »World of Warships wirkte wahnsinnig nah an der Community dran, während World of Tanks wie ein anonymer Block auftrat: Man hat da nie einen Entwickler oder Community Manager zu greifen bekommen. Stattdessen hieß es nur: Hier ist das neueste Update, das hier

ändern wir alles, und jetzt viel Spaß damit.« Diese Nähe zur Community steigert das Vertrauen der Fans in das Entwicklerteam ungemain – und damit auch die Umsätze, die das Studio mit Mikrotransaktionen erzielt. Max erzählt: »Ich habe pro Jahr etwa 3.000 Euro investiert. Ich verdiene im echten Leben gut, und dieses Spiel war für mich ein Hobby. Ein teures Hobby.«

Während er in World of Tanks Blitz noch seine wertvolle Freizeit investieren muss, um neue Panzer freizuspüren, geht er jetzt den bequemeren Weg – ermuntert durch das Vertrauen in das Entwicklerteam: »Wenn du ein neues Schiff willst, kannst du dir eben überlegen: Will ich das jetzt zwei Wochen lang grinden oder nehme ich einmal Geld in die Hand?« Mit jedem Kauf stellt sich bei Max eine Art Gewöhnungseffekt ein, wie er uns weiter beschreibt: »Das Geldausgeben wird irgendwann normal. Die Hemmschwelle sinkt immer weiter.« Das besorgt den Fan, aber es ist etwas anderes, das World of Warships in seiner Gunst sinken lässt.

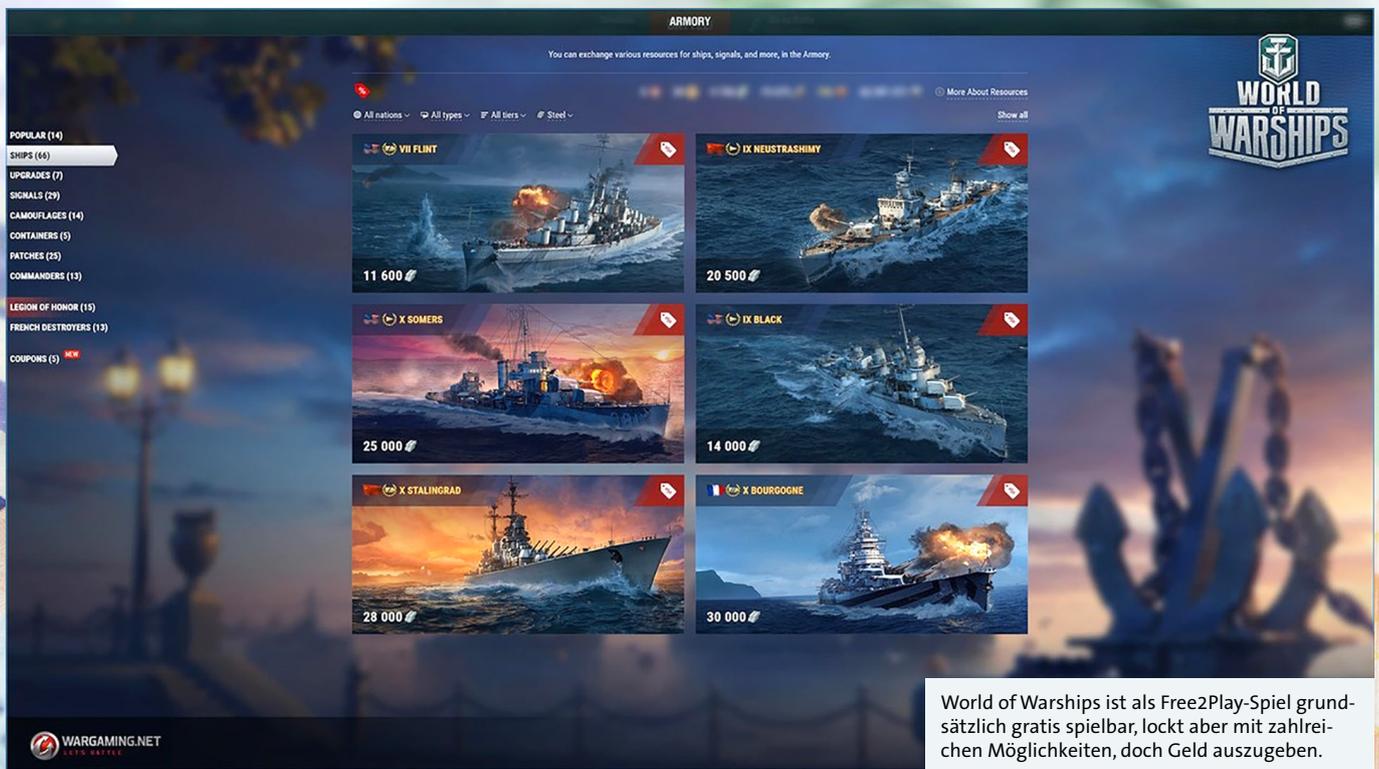
Vertrauensverlust

Für Max beginnt das Ende seiner Liebe für die virtuellen Kriegsschiffe, als das Entwicklerteam ein Alleinstellungsmerkmal des

Spils über Bord wirft und eine umstrittene Neuerung einführt: die sogenannten »Paper Ships«. Ursprünglich sollten alle Kriegsschiffe im Spiel nach historischen Kriegsschiffen modelliert sein. Ähnlich wie bei World of Tanks lockt der Simulator mit dem Versprechen, echte Schiffe in die digitale Schlacht zu führen, viele Spieler auf die Server. Um das Jahr 2018 herum, drei Jahre nach Release, genügen dem Entwicklerteam die historischen Blaupausen aber nicht mehr. Stattdessen fügen sie dem Spiel nun auch Schiffe hinzu, die in der Geschichte nur auf Blaupausen existieren, experimentelle Prototypen oder komplett frei erfunden sind. Diese »Paper Ships« sollen die Auswahl an Kriegsschiffen erweitern und abrunden, doch einige Fans stören sich ungemein an der neuen Designphilosophie des Entwicklerteams. Nicht nur aus Gründen der Immersion, sondern auch weil einige dieser Paper Ships das fein abgestimmte Balancing auf den Schlachtfeldern immer wieder mächtig ins Wanken bringen. So zum Beispiel die Smolensk, ein russischer leichter Kreuzer, der im August 2019 als neuestes Paper Ship vorgestellt wird und schnell in den Verdacht gerät, viel zu stark zu sein: Die Smolensk vereint nämlich hohe Feuerrate mit Nebel und einer schwer zu treffenden Zitadelle, was sie zu einem frustrierenden Gegner macht. Wer die Smolensk selbst in die Schlacht führen und ihre Stärken ausnutzen will, kann sie zwar gratis erspielen – doch der Grind dafür ist lang. Für einige Fans wirkt das wie ein Kalkül des Entwicklerteams, Mikrotransaktionen attraktiver erscheinen zu lassen. Momente wie dieser sollen kein Einzelfall bleiben und rauben Max allmählich jeglichen Spaß. Denn das ist noch lange nicht das berühmte Ende der Fahnenstange: Beim traditionellen Summer



Die abgespeckte Blitz-Variante von World of Warships bringt viele Spieler dazu, später auf den großen PC-Bruder umzusatteln.



World of Warships ist als Free2Play-Spiel grundsätzlich gratis spielbar, lockt aber mit zahlreichen Möglichkeiten, doch Geld auszugeben.

Sale von World of Warships konnten in der Vergangenheit besonders seltene und wertige Schiffe rabattiert direkt im Shop gekauft werden. Doch seit einigen Jahren ist alles anders: Nun sollen Fans Dublonen kaufen, eine In-Game-Währung, mit denen dann die Summer Bundles erworben werden können. Diese Bundles enthalten Marken, die wiederum gegen Lootboxen eingetauscht werden können. In diesen Lootboxen: möglicherweise Skins oder gleich ganze Schiffe. Das Kalkül des Entwicklerteams scheint offensichtlich: Die Spieler sollen nach und nach das Gefühl für die Menge an Echtgeld verlieren, die sie in die Lootboxen investieren. Und dann kommt es zum eigentlichen PR-Desaster. Die USS Missouri ist ein Juwel der modernen Kriegsschiffgeschichte: Sie war nicht nur an vielen wichtigen Schlachten des Zweiten Weltkriegs im Pazifik beteiligt, auf ihrem Deck wurde außerdem 1945 die Kapitulation Japans unterschrieben. Ein Must Have also für die Schiffssammlung von Veteranen und Geschichtsfans.

Ursprünglich wird die USS Missouri schon 2016 zum Verkauf im In-Game-Shop angeboten. Es ist ein im Vergleich durchschnittlich starkes Schiff ohne herausragende Stärken

und Schwächen, das neben seiner historischen Bedeutung aber mit einer besonderen Eigenschaft lockt: ein passiver Bonus, der jedem Missouri-Spieler Extraressourcen nach einer Schlacht schenkt. Als mehr und mehr Spieler diese überaus wertvolle Eigenschaft auszunutzen beginnen und sich im Grind statt im eigenen Geldbeutel verirren, entfernt Wargaming die USS Missouri aus dem Shop. Künftig ist sie nur noch im Rahmen besonderer Events und auch nur als Zufallsinhalt in speziellen Bundles verfügbar. Dann aber kommt das Jahr 2021: Wargaming kündigt stolz die Rückkehr der USS Missouri an, die nun gegen Dublonen, die In-Game-Währung des Spiels, gekauft werden kann. Der Ressourcenbonus ist weiterhin als passive Eigenschaft Teil des Schiffs, nur ein wenig schwächer als im Original. Das freut die Community. Bis Wargaming im offiziellen Entwickler-Blog die Bedingungen für den Kauf der Missouri kurz vor ihrer Wiedereinführung noch einmal ändert. Nun heißt es: Wer das Schiff haben wolle, kann es nur in Bundles mit zufälligen Inhalten finden – und die müssen mit Dublonen gekauft werden. Mit anderen Worten: Die Fans müssen so lange Geld für die Zufalls-Bundles ausge-

ben, bis sie endlich Glück haben und die Missouri erhalten.

Das lässt die Spieler nicht nur im Unklaren, wie viel Geld sie letztendlich für das begehrte Schiff ausgeben müssen, sondern nutzt außerdem den psychologischen Effekt der »Sunk Cost Fallacy« aus: Wer bereits viel Geld investiert hat, neigt dazu, noch mehr Geld zu investieren, um an seine Belohnung zu kommen, statt die Investitionen zu beenden. Die Community tobt. 22 von 200 »Community Contributors«, die Bindeglieder zwischen Fans und Entwicklerteam, geben ihre hervor gehobene Stellung auf und kritisieren das Entwicklerteam öffentlich. Ein symbolisches Abreißen der Brücken zwischen Wargaming und Community. Ein PR-Fiasko für das Entwicklerteam, das auf Nachfrage von GameStar Besserung gelobt und Konsequenzen aus dem Vorfall ziehen will: »Bereits im November haben wir bei allen Behältern, die neu im Spiel veröffentlicht werden, die kompletten Wahrscheinlichkeiten veröffentlicht. Darüber hinaus werden wir auch für alle bereits verfügbaren Container und Zufallspakete bis April 2022 diese Information veröffentlichen. Zusätzlich haben wir noch zwei weitere Initiativen, deren Implementierung



Hinter World of Warships steckt das einstmalige kleine Lesta Studio.



Die USS Missouri ist nicht nur für Geschichtsfans ein faszinierendes Schiff.



wir versprochen haben: eine Warnung über die Zufälligkeit und zusätzlicher Schutz für Kinder. Wir suchen auch nach anderen Alternativen der Monetarisierung für unser Spiel, um weniger Zufallsmechaniken zu nutzen.

Beispielsweise haben wir in Update 0.10.9 die Auktionsmechanik benutzt, um Vorabzugang zum neuen deutschen Schlachtschiff der Stufe X, Schlieffen, zu verkaufen, statt Zufallspakete oder Container zu nutzen. Dieser Inhalt ist völlig optional und kann mit Update 0.10.11 ganz normal über den Forschungsbaum gratis erforscht werden.«

Abschied

Einer der Community Creators, die ihre hervorgehobene Stellung aufgaben, ist Paul Charlton, ein ehemaliger Navy-Soldat und Warships-Influencer, der mit seinem YouTube-Kanal »The Mighty Jingles« mittlerweile fast 700.000 Abonnenten hinter sich versammelt hat. Seine Einschätzungen und Analysen haben in der Community Gewicht. Im GameStar-Interview erzählt er, dass er vor sechs Jahren mit World of Warships begonnen habe, als das Spiel noch in der Beta steckte. Er habe bis heute über 1.000 Euro im

In-Game-Shop investiert, spiele täglich stundenlang – jetzt sind es nur noch ein paar Stunden pro Woche. Der Grund: der Frust, den so viele andere Fans spätestens seit Sommer 2021 verspüren: »Dieses verbissene, zunehmend aggressivere Monetarisieren von allem, was nicht bei drei auf den Bäumen ist, und die schlechte Kommunikation mit der Community, all das frustrierte mich sehr.«

Über die Jahre hinweg habe es immer wieder Konflikte zwischen Fans und Entwicklerteam gegeben, aber diese hätten in den letzten Monaten zugenommen und seien in immer kürzeren Abständen aufgetreten. »Und dann sind einige der größten Community Creators schließlich gegangen. Einschließlich mir. Als Protest.« Seitdem hat sich Wargaming in den offiziellen Foren für die vielen Fehlritte immer wieder entschuldigt, Besserung gelobt. Auch Paul erkennt diese Einsicht an, aber bleibt skeptisch: »Ich verstehe ja, dass ein Gratispiel irgendwie Geld einspielen muss. Aber Wargaming betreibt einfach schändliche Geschäftspraktiken, die erst zurückgenommen werden, wenn die Community Druck macht, und schiebt es dann auf Formulierungsfehler

oder schmeißt als Sündenbock irgendwelche Mitarbeiter aus dem Team. Die Zeit wird zeigen, wie ernst sie es wirklich mit ihren Besserungsversprechen meinen.«

Die nächste Enttäuschung

Hier könnte dieser Unfallbericht mit einer vorsichtig optimistischen Note enden. Doch am Horizont nähert sich der Community schon die nächste Enttäuschung: U-Boote. Paul Charlton erläutert das Problem, das diese komplett neue Schiffsklasse im Schlepptau hat: »Wargaming hat versprochen, dass sie die U-Boote aus dem Spiel entfernen, wenn sie sich nicht gut ins Gameplay einfügen. Ich bin überzeugt, dass das eine Lüge war.«

2018 veranstaltet Wargaming das »Terror of the Seas«-Event, in dessen Rahmen der Entwickler erstmals U-Boote als neue spielbare Schiffsklasse vorstellt. In einem speziellen Spielmodus treten hier diese neuen Schiffe ausschließlich gegeneinander an. Der Modus ist beliebt. Nun aber sollen sie auch im Verbund mit Kriegsschiffen und Flugzeugträgern auftauchen. Das besorgt Veteranen wie Charlton in Hinblick auf das sensible Balancing. »Und weil das Team nun schon so viel Zeit und Geld investiert hat, werden sie auch nicht mehr von dieser Idee ablassen. Wargaming wird dafür sorgen, dass sich die U-Boote »einfügen« werden. Laut ihrer Definition bedeutet das nämlich lediglich, dass ein gewisser Prozentsatz diese neuen Schiffe spielt. Egal, ob sie das Balancing zerstören oder nicht.«

Mit seiner Prognose stützt sich Charlton auf die Erkenntnisse aus der Vergangenheit: Bereits bei der Einführung der Flugzeugträger habe Wargaming genau das Gleiche getan: Sie stärkten diese Schiffsklasse und schwächten gleichzeitig Flugabwehrschiffe, bis die Flugzeugträger schließlich so mächtig waren, dass kompetitive Spieler sie nicht mehr ignorieren konnten. »Der Prozentsatz



In Boxen wie diesen verkauft Wargaming während der Sommer Sales besondere In-Game-Artikel.

an Flugzeugträgern auf den Servern stieg – und Wargaming erklärte das Ganze zum großen Erfolg. Mit den U-Booten werden sie genau das Gleiche tun«, befürchtet Paul.

Auf unsere Anfrage hin betont Wargaming, dass sie sich bewusst seien, wie skeptisch ein Teil der Community auf die Einführung der U-Boote blickt. Christian Bergmann, Publishing Producer bei World of Warships Europe, beschreibt uns die Perspektive seines Unternehmens auf die neue Schiffsklasse und dass man von der Einführung der Flugzeugträger gelernt habe, die auch aus Sicht des Entwicklerteams zu übereilt geschehen sei: »Wir verstehen die Skepsis unserer Spieler bei einer so großen Änderung in unserem Spiel, daher gehen wir hier sehr vorsichtig, mit Geduld und Schritt für Schritt vor. Wir sind dabei auch in einem regen Austausch mit unserer Community und versuchen so viel Einsicht wie möglich in unsere Entscheidungen und den Entscheidungsprozess zu geben.« Außerdem verweist Bergmann auf die Bemühungen von Wargaming, das Feedback der Community und Fans in den Entwicklungsprozess miteinfließen zu lassen. Das Thema U-Boote beschäftigte die Entwickler bereits seit Jahren – im Sommer 2019 wurden sie auf der gamescom angekündigt, seitdem habe es mehrere Testphasen auf Closed Servern gegeben. Christian Bergmann führt dazu aus: »Nach vielen Änderungen, die wir explizit aufgrund von Spieler-Feedback vorgenommen haben, waren die U-Boote endlich in einem Stadium, wo es nun um das Feintuning der Klasse geht. Dies ist aber nur bedingt auf Test-Servern möglich, da das generelle Spielverhalten hier deutlich von unserem Live-Server abweicht. Wir sind daher sehr vorsichtig mit den nächsten Schritten vorgegangen und haben uns für einen Test in den gewerteten Gefechten im Sommer 2021 entschieden – eine kontrollierte Testumgebung mit vielen Spielern in einem PVP-Modus. Auch hierbei wurde nun wiederum viel Spieler-Feedback umgesetzt, bevor wir die U-Boote mit unserem Oktober-Update als Leihschiffe im Spiel zur Verfügung stellen, um möglichst viel Feedback zu sammeln. Dies gibt uns die Möglichkeit, schnell Anpassungen vornehmen zu können und bei Bedarf die Klasse im Spiel zu deaktivieren, falls sie zu Problemen führen sollte.«

»SCHAMLOS«: DIE LEUCHTTURM-AUKTIONEN

Wie – in den Augen der Community – »schamlos« Wargaming nach dem Geld seiner Fans greift, erzählt uns ein Warships-Spieler im Interview. Der Name des Spielers ist der Redaktion bekannt. Sein Unmut richtet sich gegen die sogenannten »Leuchtturm-Auktionen«, die das Entwicklerteam im Sommer 2021 erstmals veranstaltete: zeitlich befristete Auktionen, in denen besondere Skins oder Schiffe ersteigert werden können. Das Kontingent ist begrenzt, die wenigen Höchstbietenden gewinnen, alle anderen bekommen ihr eingesetztes Gebot zurück. In einer der Auktionen stellt Wargaming nun die Schlieffen zur Versteigerung, ein deutsches Forschungsschiff, das mit Zeitaufwand auch gratis freigespielt werden kann. Die Währung für diese Auktion: Dublonen, die zuvor mit echtem Geld gekauft werden müssen. Die Gewinner der Auktion boten je etwa 20.000 Dublonen, das sind umgerechnet über 65 Euro. Bei 1.000 Gewinnern sind das mehr als 65.000 Euro Umsatz für ein In-Game-Objekt, das eigentlich überhaupt nichts kostet. Fans wie unseren Interviewpartner ärgert diese Aktion maßlos, die zwar für alle Teilnehmer völlig freiwillig ist, aber ein schlechtes Licht auf das Entwicklerteam wirft. Wargaming wirke »schlichtweg gierig«.

Trotz allem ...

Natürlich begegneten wir während unserer Recherchen auch Fans, die von all diesen Dingen ungerührt sind. Dabei handelt es sich vor allem die Spieler, die nicht kompetitiv oder täglich stundenlang ihre Kriegsschiffe in die Schlacht führen, sondern nur gelegentlich auf den Servern vorbeischaun und auch nur wenig Geld für In-Game-Gegenstände ausgeben. Diese Spielergruppe beschreibt World of Warships stattdessen als Treffpunkt für den Freundeskreis: Gemeinsames abhängen bei Teamspeak, ein paar gemütliche Runden auf den Weltmeeren, sich dabei über den Alltag austauschen. Wer aber tiefer in die Kriegsschiffsimulation einsteigt, wird vermutlich früher oder später wieder frustriert auftauchen: Zu aggressiv, zu übergriffig, zu dreist erscheinen zumindest einigen sehr vokalen Hardcore-Fans mittlerweile die Praktiken, mit denen Wargaming nach ihren Geldbeuteln greifen will. Diese Spieler müssen wohl darauf hoffen, dass das Entwicklerteam tatsächlich so selbstkritisch und lernwillig eingestellt ist, wie uns der Pressesprecher im Interview auf unsere Nachfrage hin versichert: »Unsere Bewertung ist sehr offen und ehrlich – wir haben viele Fehler gemacht und sehr stark an Änderungen intern gearbeitet.« Als direkte Reaktion darauf habe Wargaming inzwischen viele Verbesserungen am Shop und am eigentlichen Free2Play-Konzept vorgenommen. Publishing Producer Christian Bergmann erklärt: »Diese Änderungen kamen auch bisher sehr gut bei vielen unserer

Spieler an (siehe zum Beispiel die Änderungen für die Kompensation für permanente Tarnungen, für den Austausch des Großen Kurfürsten mit der Preußen, wo wir auch retroaktiv Spieler für eine Änderung der Moskva im Jahr 2020 nun retroaktiv mit Premiumwährung kompensiert haben) und wir werden unser Bestes tun, um das verlorene Vertrauen wiederzugewinnen.« Weiter heißt es: »Wir werden nicht immer jeden einzelnen Spieler glücklich machen können, da jeder Spieler eine andere Erwartungshaltung an unser Spiel hat und es sich stetig ändert. Aber wir geben unser Bestes und falls Spieler unglücklich über unsere Änderungen sind, versuchen wir ihnen zum einen die Möglichkeit zu geben, möglichst viele Vorabinformationen zu bekommen, um unseren Entscheidungsprozess nachvollziehen zu können und zum anderen uns ihr Feedback direkt senden zu können.«

Wenig erstaunlich in diesem ganzen Kontext jedoch: Trotz der schwelenden Unzufriedenheit gelang es bisher keinem der Spieler, mit denen wir in unseren Interviews sprachen, der endgültige Absprung von Wargaming's World of Warships: Sie alle haben schon zu viel Geld investiert, zu viele Dinge freigeschaltet, zu viel Zeit auf den Servern verbracht, zu viel Leben in dieses Spiel gesteckt, um ihm jetzt einfach den Rücken zuzukehren. Einer unserer Interviewpartner verleiht dieses Dilemma mit einer toxischen Beziehung: Eigentlich weiß man, dass man all das einfach hinter sich lassen sollte. Aber man kann es einfach nicht. ★



Auch in Star Citizen gibt es (Raum-)Schiffe zu kaufen, allerdings ohne Umwege über eine exklusive Premiumwährung und Lootboxen.



2018 veranstaltete Wargaming das »Terror of the Deep«-Event, in dem sie erstmals U-Boote als neue Schiffsklasse einführten.