

## Epic Games Store vs. Steam



VS



# DIE NÄCHSTE RUNDE

Der Kampf zwischen Epic Games und Valve geht in die vierte Runde – wie steht's 2022? Wir vergleichen Zahlen, wälzen Statistiken und sprechen mit Entwicklern. Von Michael Sonntag

15 Jahre. So lang war Valve mit seinem Steam-Shop nahezu konkurrenzlos. Bis zum Dezember 2018, als Epic Games den Marktführer mit einem eigenen Shop herauszufordern begann. 88 Prozent Umsatzbeteiligung für Entwickler, Gratisspiele und exklusive Neuveröffentlichungen – der Epic Games Store setzte Steam an mehreren Fronten unter Druck und machte sich gleichzeitig daran, die Standards der gesamten Branche gehörig umzukrempeln. 2022 befinden wir uns im vierten Jahr dieses Wettbewerbs der Spiele-Shops. Haben die beiden mittlerweile ein Gleichgewicht erreicht? Wie sehr hat sich die Branche durch die Beteiligungs-, Exklusiv- und Gratispielstrategien von Epic verändert? Und was bringt die Zukunft?

Um Antworten zu finden, haben wir dutzende Statistiken und Berichte ausgewertet sowie mit Entwicklern gesprochen. Die schnelle Antwort: Epic Games kann nach drei Jahren tatsächlich einen Sieg für sich verbuchen. Der ist zwar vergleichsweise klein, kann aber noch viel bewirken.

## Die wichtigsten Zahlen

Die Erfahrung der vergangenen Jahre bestätigte sich ein weiteres Mal: Sowohl Valve als auch Epic Games stehen für tiefgehende Interviews nicht zur Verfügung. Allerdings gibt es ja die öffentlich einsehbaren Jahresberichte der beiden Unternehmen. Und die zeigen zwar Epics ständiges Wachstum, aber auch dass der Fortnite-Schöpfer weiterhin

einen »David gegen Goliath«-Kampf gegen Steam führt. Einen direkten Vergleich aufzustellen, ist etwas knifflig und erfordert Recherche: Zum einen werden in den Berichten beider Unternehmen nicht immer alle Zahlen aufgeführt, zum anderen ist in manchen Fällen gar kein Vergleich möglich. Im Falle von Einnahmen beispielsweise erwähnt Valve nur Prozente und keine konkreten Zahlen.

Stellen wir also doch so weit als möglich gegenüber, wie sich der Epic Games Store und Steam im Jahr 2021 in den unterschiedlichen Kategorien geschlagen haben. Hierbei ist ein Muster schnell erkennbar: Valve hat in vielen Fällen einen Vorsprung von mehr als 100 Prozent.

• **Über den Shop angemeldete User:** Epic erreicht 194 Millionen PC-User, Steam macht

hier keine Angabe, aber feierte 2019 bereits eine Milliarde Nutzer – eine riesige Distanz, aber dennoch: Epic konnte in drei Jahren ein Fünftel von dem erreichen, wofür Steam 15 Jahre gebraucht hat.

- **Täglich aktive User:** Epic verzeichnet täglich 31,1 Millionen aktive User, bei Steam sind es allerdings satte 69 Millionen Spieler – etwas mehr als das Doppelte!
- **Gleichzeitig aktive User:** Im Epic Games Store sind »bis zu« 13,2 Millionen User gleichzeitig unterwegs, Steam gibt hier einen Höchstwert von 27,4 Millionen Spielern an – erneut das Doppelte!
- **Spieler pro Monat:** Epic gibt hier nur den Höchstwert preis: 62 Millionen Spieler im

## UNSERE EXPERTEN



Jan Theysen, Creative Director, King Art Games (Iron Harvest, Book of Unwritten Tales 2)



Johannes Roth, Gründer und Managing Director, Mimimi Games (Desperados 3)



Luca Langenberg, Gründer und Game Designer, Toukana Interactive (Dorfromantik)

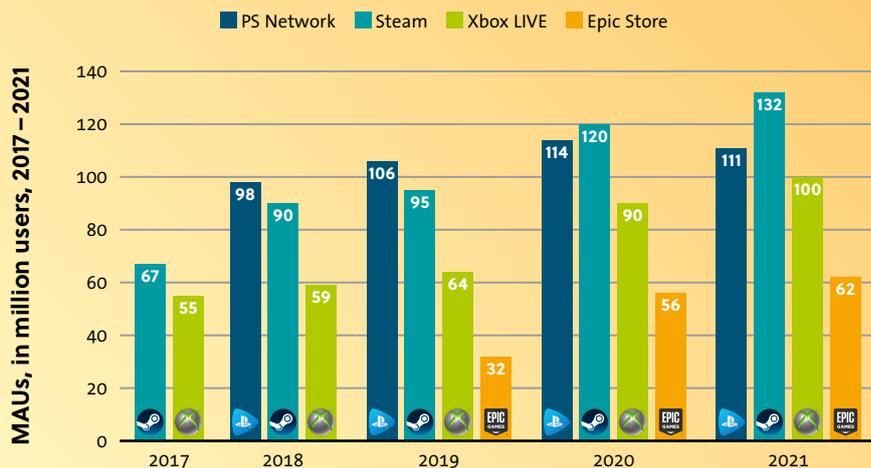
Monat. In einem Update von August 2021 sprach Epic im Allgemeinen von 58 Millionen Spielern pro Monat. Auf Steam sind es 132 Millionen Spieler im Monat.

- Spielstunden aller Spieler pro Jahr:** Hier drückt sich Epic etwas schwammig aus: »Wenn ihr 2021 ein Spiel aus dem Epic Games Store gespielt habt, wart ihr Teil einer Community, die 6,2 Milliarden Stunden im Spiel verbracht hat.« Steam erreicht dagegen mit der rund sechsfachen Menge an Gesamtnutzern 38 Milliarden Stunden pro Jahr. Dass Epic hier nur ein Sechstel der Spielstunden erreicht, könnte zeigen, dass sich seine Store-User in der Regel nicht lange auf der Plattform aufhalten.
- Ausgaben:** Im Jahr 2021 haben User 840 Millionen US-Dollar im Epic Games Store ausgegeben. Mehr als 300 Millionen (36 Prozent) wurden hierbei durch die Verkäufe von Nicht-Epic-Games-Spielen verdient, die restlichen 64 Prozent stemmt höchstwahrscheinlich der Goldesel Fortnite alleine. Steam gibt hier lediglich einen Zuwachs von 27 Prozent zum Vorjahr an, mit 2,6 Millionen Erstkäufern im Monat.

Branchenanalyst Derek Strickland von TweakTown fasste im März 2022 das Wettrennen zwischen den größten Plattformbetreibern in einer Grafik zusammen, die ein deutliches Bild vermittelt. Hierbei wurden die monatlich aktiven Spieler in den Blick genommen. Nachdem Epic zur Eröffnung des Epic Games Stores ein Drittel von Steams Kraft erreichte, konnte Steam in den vergangenen zwei Jahren stets das Doppelte an monatlichen Spielern verbuchen.

Im Vergleich zu 2020 baut Valve nun außerdem Abstand zu Sony auf, nachdem die Half-Life-Erfinder im Pandemiejahr erstmals mehr monatlich aktive Nutzer auf ihrer Plattform hatten als das PlayStation Network. Um Verwirrungen vorzubeugen: Strickland weist darauf hin, dass Sony 2017 keine Spieler-

## MONATLICH AKTIVE NUTZER PRO SPIELEPLATTFORM



Wer hat monatlich die meisten Spieler? In der Pandemie überholte Valve sogar Sony, Epic Games liegt weit hinten, hat aber innerhalb kürzester Zeit mehr als 50 Prozent der jeweiligen Xbox- und PlayStation-Nutzerzahlen erreicht.

Quelle: Derek Strickland

zahlen veröffentlicht habe. Xbox hält sich an dritter Stelle, rückte aber 2021 gefährlich nah an Sony heran. Nintendo hat hierzu keine Daten veröffentlicht.

Im Vergleich zu 2020 hat sich das Wachstum des Epic Games Stores 2021 deutlich verlangsamt. Gleichzeitig gewinnen die anderen Unternehmen immer mehr Abstand und kämpfen um die Spitze. Auf dieser Zahlenebene scheint Steam aktuell für Epic noch in unerreichbarer Ferne zu sein. Aber wer weiß, vielleicht kann sich das noch ändern? Wenn uns die Civilization-Reihe eines gelehrt hat, dann, dass man auf verschiedenen Ebenen siegen kann. Was uns zu der Frage führt: Wie viel Erfolg hatte Epic eigentlich mit seinem Plan, die Gaming-Branche komplett umzukrempeln?

lich, den gesamten Wettbewerb mit allen Faktoren und Instanzen gänzlich abzubilden, geschweige denn jede Auswirkung genau zurückzuerfolgen oder ihren Einfluss punktgenau zuzuordnen.

Daher beziehen wir uns nur auf das wirklich Belegbare und konzentrieren uns gleichzeitig nur auf die wichtigsten Punkte in jedem Bereich. Und selbst wenn unsere unendliche Weisheit (ähem) nicht weiterweisen sollte, haben wir zum Glück ja immer noch unsere weisen Entwickler, die mit uns aufs Spielbrett schauen.

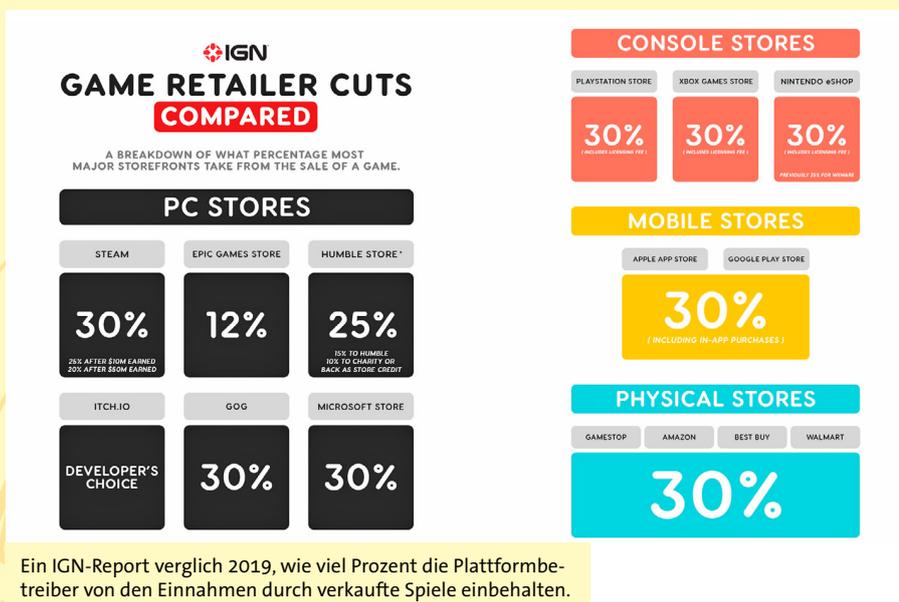
Am 6. Dezember 2018 eröffnete Epic seinen digitalen Games Store – und das mit einem für Entwickler sehr attraktiven Angebot: »Es gibt keinen Haken – die Umsatzbeteiligung von 88 Prozent für den Entwickler gilt dauerhaft. Epic erhält einen Anteil von zwölf Prozent, der die Betriebskosten des Stores und unseren Profit abdeckt.«

Ein Novum in einer Branche, in der eiserne 30-Prozent-Abgaben das Gesetz sind, die laut Epic-CEO Tim Sweeney das »Problem Nr. 1 für PC-Entwickler« ausmachen. »Wir sind entschlossen, das Problem zu lösen, und dies ist der einzige Ansatz, der einen großen Wandel bewirken wird«, verkündete er 2019 auf Twitter.

In einem Analysevideo aus dem Dezember 2018 bezeichneten wir den Epic Games Store als »die erste echte Konkurrenz für Valve«. Fünf Tage vor der Eröffnung des neuen Shops – interessanter Zufall oder erste Gegenmaßnahme? – passte Valve seine eigenen Beteiligungsregelungen rückwirkend für den Oktober an – vor allem zugunsten der erfolgreichsten Entwickler. Valve damals: »Ab dem 1. Oktober 2018 (sprich: Einnahmen vor diesem Datum sind nicht mit inbegriffen), wird der Einnahmeanteil für Anwendungen, die mehr als zehn Millionen US-Dollar auf Steam einnehmen, für alle Einnahmen ab zehn Millionen US-Dollar auf 75 Prozent bzw. 25 Prozent angepasst.« Es bleibt das einzige Entgegenkommen für lan-

## Die Umsatzbeteiligung

Lasst uns also auf das Spielbrett der Gaming-Landschaft und aller Mitspieler schauen. Dabei fällt schnell auf: Es ist nahezu unmög-



Ein IGN-Report verglich 2019, wie viel Prozent die Plattformbetreiber von den Einnahmen durch verkaufte Spiele einbehalten.

ge Zeit, ein Ansporn für die Elite. Nun sind drei Jahre vergangen: Konnte Epic Einfluss auf die Branche nehmen und mehr Shops dazu bewegen, ihre Umsatzbeteiligung anzupassen? Oder ist der Plan gescheitert?

In einem Gerichtsverfahren mit dem Indie-Entwickler Wolfire Games im Juli 2021 äußerte sich Valve zum gegenwärtigen Stand (Gerichtsprotokoll, S.8): »Tatsächlich sind 30 Prozent zum ›Branchenstandard‹ geworden, während Valve mit einigen der größten Unternehmen der Branche konkurriert, darunter Microsoft, Epic Games und Amazon.«

Auch wenn Valve häufiger für seine Regelungen kritisiert wird, ist das Verhalten des Unternehmens kein Einzelfall. Wie ein Bericht von IGN aus dem August 2019 zeigt, ist der 30-Prozent-Standard auch jenseits des PC-Marktes bei Größen wie Microsoft, Sony, Nintendo, Apple und Google anzutreffen. Lediglich der Humble Store bildet eine Ausnahme.

Das bedeutet allerdings nicht, dass die Branche diesen Standard gutheißt: Im April 2021 veröffentlichte die Game Developers Conference eine Umfrage, laut der 97 Prozent aller befragten Entwickler das 30/70-Modell nicht gerechtfertigt finden. Und kurz darauf passte Microsoft seine Beteiligung an! Seit dem 1. August 2021 verlangt das Unternehmen nur noch zwölf Prozent Abgaben von allen Entwicklern, die PC-Spiele im Windows Store anbieten (eine klare Orientierung an Epic Games). Die Abgaben von 30 Prozent bei Xbox-Spielen und Apps bleiben allerdings weiterhin bestehen. Jason Beaumont, Partner Director bei Microsoft, sagte im April 2021 hierzu: »Diese Änderung ist an keinerlei Bedingungen geknüpft. Das ist Teil unseres Einsatzes dafür, Entwickler von PC-Spielen zu stärken, und ist eine Folge von Feedback, das wir bekommen haben.«

Wir haben deutsche Entwickler gefragt, wie sie den Wettbewerb zwischen dem Epic Games Store und Steam sowie die Situation der Beteiligung einschätzen .

**Jan Theysen:** »Grundsätzlich ist der Wettbewerb immer eine gute Sache, egal ob oder wie zufrieden man mit dem aktuellen Angebot ist. Wettbewerb führt zu mehr Konkur-



Durch Exklusivverträge mit Ubisoft: PC-Spieler können Far Cry 6 nur im Epic Games Store oder im Ubisoft Store herunterladen.

Welt verlängert, außer in den Vereinigten Staaten.

renz, besseren Preisen und mehr Service für die Spieler. Wir sind Steam-Fans, aber man fragt sich als Entwickler zum Beispiel schon, was den seit Jahrzehnten unangetasteten Steam-Anteil von 30 Prozent an den Verkäufen rechtfertigen soll.«

**Johannes Roth:** »Durch die Einführung des Epic Games Stores musste sich Valve umschauen und nachdenken. Nein, es hat nicht so viel verändert wie erhofft. Was aber passiert ist: Valve musste sich klarmachen, wie sie die 30 Prozent erklären. Nämlich mit dem, was sie den Entwicklern bieten können und Epic eben nicht. Das ist der Preis, und dieses Paket bekommt ihr dafür. Jetzt gibt es eine klare Antwort darauf. Natürlich würde ich mir trotzdem wünschen, dass die Abgaben geringer werden. Wenn man nämlich genau auf eine Abrechnung schaut, dann klingen 30 Prozent erst mal nach einem guten Deal. Aber es ist eben fast die Hälfte von dem, was man selbst bekommt. Das fühlt sich dann anders an, und dann schaut man noch, was an Kosten noch dazukommt. Ja, darüber sollte man diskutieren.«

## Die Exklusivspiele

Den PC-Spielern Spiele zu bieten, die Steam nicht hat – eine effektive Taktik seitens Epic Games, um Valve Spieler abzugewinnen und

gleichzeitig Entwicklern bessere Deals anzubieten. Und das angeblich alles, um eine Branche zum Besseren zu verändern. »Die Shop-Steuer von 30 Prozent übersteigt in der Regel den gesamten Gewinn des Entwicklers, der das verkaufte Spiel entwickelt hat. Dies ist eine katastrophale Situation für Entwickler und Verleger gleichermaßen, weshalb ich glaube, dass die Strategie der Exklusivtitel dem Problem angemessen ist«, sagte Tim Sweeney 2019 auf Twitter. Die Kampfansage war zugleich mit einem Friedensangebot verknüpft: Sollte Valve Abstand von seinen 30 Prozent Provision nehmen, werde Epic keine Exklusivspiele mehr aufnehmen, so Sweeney via Twitter.

Die Exklusivitätsstrategie fordert einen hohen Preis, allein 2019 soll Epic (laut einem Gerichtsdokument) mehr als eine Milliarde Dollar für seine Exklusivspiele ausgegeben haben. Die Exklusivitätswelle hat über die Zeit häufiger Kritik seitens der Spieler auf sich gezogen und kam auch nicht ohne Kontroversen aus, wie der Fall Metro Exodus zeigt. Viele Titel waren allerdings nur zeitlich exklusiv und erschienen später auch bei Steam, andere Spiele dagegen gelten sogar als lebenslang exklusiv.

Dreieinhalb Jahre nach Eröffnung des Shops hat der Epic Games Store über 100 Exklusivspiele an Bord geholt. Das nächste große Exklusivspiel ist Saints Row von Deep Silver im August 2022. Karten auf den Tisch: Konnte die Exklusivitätsstrategie das Kräfteverhältnis der Branche ändern? Wir haben geschaut, welcher Publisher auf wessen Seite steht.

## Ubisoft

Nach drei Jahren bleibt Ubisoft der bekannteste und treueste Publisher-Verbündete des Epic Games Stores. Angefangen mit Tom Clancy's The Division 2 im Jahr 2019 veröffentlichte Ubisoft über die Jahre all seine PC-Versionen parallel im Epic Games Store und im hauseigenen Ubisoft-Store, darunter große Titel wie Anno 1800, Assassin's Creed: Valhalla und Far Cry 6.

»Eine geschäftliche Entscheidung«, wie ein Ubisoft-Sprecher August 2019 gegenüber GameSpot erklärte. »Ubisoft unterstützt Epic und sein Drittanbieter-Vertriebsmodell voll



Star Wars Jedi: Fallen Order bewies, dass Singleplayer-Spiele sehr wohl erfolgreich sein können. Das Actionspiel stellte für Electronic Arts gleichzeitig ein Steam-Comeback dar.



und ganz, das langfristig sowohl für große als auch für Indie-Publisher und die Video-spielindustrie von Vorteil ist. Wir hoffen, dass diese Partnerschaft dazu beiträgt, das Modell zu validieren und weiterzuentwickeln.«

Es ist unklar, ob dieses Bündnis ewig bestehen bleibt. Der SteamDB-Gründer Pavel Djundik entdeckte im November 2021, dass der Client von Ubisoft Connect dem Steam-Standardpaket hinzugefügt worden ist und alle Accounts Zugriff darauf haben. Es lässt sich also nicht ausschließen, dass Ubisoft für die Zukunft plant, auch wieder Spiele bei Steam zu veröffentlichen.

### Electronic Arts

Nach acht Jahren Distanz kehrte Electronic Arts im November 2019 wieder zu Steam zurück, und zwar mit Star Wars Jedi: Fallen Order als Startschuss. Damit waren auch viele andere Spielereihen wie Need for Speed, Mass Effect, Dragon Age oder Battlefield wieder bei Steam verfügbar.

Wie EAs Senior Vice President Mike Blank im Oktober 2019 erklärte, ging es vor allem darum, mehr Reichweite für Electronic-Arts-Spiele zu bekommen und die Community weniger zu zersplittern: »Ich denke, dass wir uns ein bisschen im Wilden Westen befinden aktuell, wo ständig neue Aboservices auftauchen. Aber in der Realität abonniert nicht jeder Spieler jeden Service, und nicht jeder Abodienst setzt sich durch. Die, die übrig bleiben, werden die beste Spielerfahrung bieten, das reibungsloseste Spielerlebnis und die bequemste Möglichkeit zu spielen sowie die größte Verbindung zwischen Spielern und der Plattform, auf der sie spielen wollen.«

EA und Valve gingen im August 2020 sogar noch einen Schritt weiter: So konnten Spieler nun auch über Steam ein »EA Play«-Abo abschließen, das früher noch Origins hieß. Auf Epics Seite gab es abgesehen von EA-Spiele-Sales und EA-Glatis-Spielen keine aufsehenerregenden Exklusivverträge.

### Microsoft

Ähnlich wie EA kehrte auch Microsoft im Dezember 2019 zu Steam zurück – angefangen mit Halo: The Master Chief Collection. Über die Zeit kamen dann auch Age of Empires, Sea of Thieves, Forza Horizon und Gears of War für Steam heraus. Xbox-Chef Phil Spencer schrieb hierzu im Mai 2019 in einem Blogpost: »Wir wissen, dass Millionen von PC-Spielern Steam als großartige Quelle für den Kauf von PC-Spielen vertrauen, und wir haben das Feedback gehört, dass PC-Spieler sich eine Auswahl wünschen. Wir wissen auch, dass es andere Stores auf dem PC gibt, und wir arbeiten daran, dass ihr in Zukunft mehr Auswahl habt, in welchem Store ihr unsere Xbox-Game-Studios-Titel finden könnt.«

Schaut man sich Microsofts neue Pläne an, sieht es danach aus, dass das Unternehmen sich breit aufstellen will. Zum einen sagte Valve-Chef Gabe Newell im Februar 2022, dass er gerne mit Microsoft den Xbox Game Pass auf Steam bringen möchte. Im März 2022 veröffentlichte Microsoft dann eine Beta-Version für das Steam Deck, mit der Xbox Cloud Gaming und der Xbox Game Pass nutzbar sind. Zum anderen öffnete Microsoft aber auch im September 2021 seinen Store auf Windows 10 und 11 für Drittanbieter. Epic Games gehörte hierbei zu den ersten Partnern. Darüber hinaus gab es keine Exklusivverträge mit Microsoft.

### Bethesda

Im März 2019 beruhigte der Fallout-Entwickler seine Fans noch, dass Fallout 76 auch für Steam erscheine, und deutete damit gleichzeitig an, dass es keine Exklusiv-Deals mit dem Epic Games Store geben werde. Im September 2020 wurde Publisher Zenimax (und damit auch Bethesda) von Microsoft übernommen. Über die Jahre kam es zu kleineren



Trotz temporärer Epic-Exklusivität: Red Dead Redemption 2 schnitt auf Steam deutlich besser ab.

Kooperationen zwischen Bethesda und Epic Games: Nachdem beispielsweise im Februar 2021 Rage 2 als Gratispiel im Epic Games Store angeboten wurde, erschienen im September 2021 erstmals zwei Wolfenstein-Spiele, Dishonored und Prey auch im Epic Games Store. 2022 verkündete Bethesda, dass der hauseigene Bethesda-Launcher Mitte Mai eingestellt werde und dass alle Spiele zu Steam wechseln werden.

### Square Enix

Auch wenn Square Enix mit Epic Games zusammenarbeitet, hat der Publisher weder seine Entscheidung begründet noch sich zur Situation in der Branche geäußert. Im Februar 2021 gab das japanische Unternehmen bekannt, dass die gesamte Kingdom-Hearts-Reihe nun endlich auch für den PC erscheinen werde, das aber exklusiv im Epic Games Store. Es ist unbekannt, ob die Exklusivität zeitlich begrenzt ist. Darüber hinaus erschien auch Final Fantasy 7 Remake: Intergrade exklusiv im Epic Games Store, auch wenn in den Daten bereits Hinweise aufgetaucht sind, dass das Remake später auch für Steam kommen könnte. Die älteren Final-Fantasy-Teile jedenfalls sind dort seit langer Zeit verfügbar.

### Take Two Interactive

Für den Release von Red Dead Redemption 2 konnte Epic Games dank eines Deals mit Rockstar das Spiel einen Monat vor Steam anbieten. Aber viele Spieler blieben offenbar geduldig und schlugen das Angebot aus. Während im November 2019 laut Hexus nur 408.000 Einheiten über den Epic Games Store verkauft wurden, konnte Steam ab Dezember laut Super Data dann mehr als eine Million Einheiten an die Spieler bringen. Zusätzlich wurde es zum Steam-Spiel des Jahres 2019 gekürt. Aber Rockstar kann auch entschieden anders: Bei der Veröffentlichung der GTA-Trilogie: The Definitive Edition vergangenes Jahr entschied sich der Entwickler (via Twitter) dafür, die PC-Version nur in seinem eigenen Launcher anzubieten. Epic Games und Valve gingen damit beide leer aus.

Desperados 3: Mimimi Studios veröffentlichten den Gewinner des Deutschen Computerspielpreises von 2021 sowohl auf Steam als auch im Epic Games Store.



Für Indie-Studio Springloaded scheint sich der Release ihres Spiels Let's Build a Zoo im Epic Games Store nicht gelohnt zu haben. 99 Prozent ihrer Verkäufe stammen von Steam, wie die Entwickler auf Twitter verraten.

### Indie-Entwickler

Lohnt sich eine Veröffentlichung im Epic Games Store auch ohne einen Exklusiv-Deal? Das Indie-Studio Springloaded äußerte sich im November 2021 hierzu. Ihr Spiel Let's Build a Zoo erschien auf Steam und im Epic Games Store. Auf Twitter fragte ein Spieler den Entwickler Mike Rose, wie viel das Studio prozentual auf Steam und im Epic Games Store verkauft habe. »Bei Epic war es ein Prozent«, antwortete er. »Wenn ich ganz ehrlich bin, hat sich für uns kein PC-Shop außerhalb von Steam jemals gelohnt. Deshalb haben wir viele von ihnen (z.B. GOG) im Laufe der Jahre aufgegeben – der Aufwand, sie weiterhin mit Updates zu versorgen, während die Verkäufe unweigerlich zurückgehen, ist ätzend.«

Wir haben unsere Entwickler gefragt, wie sie die Exklusivitätsstrategie bewerten:

**Jan Theysen:** »Zwar hat Epic natürlich das Geld, um exklusive Spiele zu Erfolgen zu machen, aber für normale Spiele, die auf allen Plattformen veröffentlicht werden, ist Steam immer noch der mit Abstand wichtigste Partner. Aktuell können Exklusiv-Deals für Entwickler sinnvoll sein und sind manchmal eine Möglichkeit, Entwicklungen ›über den Berg‹ zu helfen: Es geht um eine Menge Geld, die man für ein unveröffentlichtes Spiel bekommt. Für die nächste Zeit wird das noch so bleiben, weil es genug Konkurrenz zwischen den verschiedenen Anbietern gibt. Prinzipiell sind wir keine großen

Freunde von Exklusivität. Wer eines unserer Spiele spielen möchte, sollte die Möglichkeit dazu haben, egal auf welcher Plattform.«

**Johannes Roth:** »Pragmatisch muss man das als Hilfe betrachten. Einige Studios haben da signifikant Geld bekommen und wurden gerettet. Das halte ich für positiv, auch wenn ich privat kein Fan davon bin. Zugänglichkeit ist besser. Aber es ändert auch nichts daran, dass wir Spiele machen. Es ist ein harter Markt. Es braucht diese Deals, damit weitere Werke entstehen können. Ich sage: Lieber ein exklusiver Titel als gar kein Titel.«

### Die Gratisspiele

Um Spieler auf seine Plattform zu locken, hat der Epic Games Store in den vergangenen Jahren eine Fülle an Gratisspielen verschenkt. Wie aus einem Gerichtsdokument aus dem Mai 2021 hervorgeht, zahlte Epic dafür 2019 allein über 11,6 Millionen Dollar. Bis zum heutigen Tag verschenkte Epic 285 Spiele (2019: 66, 2020: 103, 2021: 89, 2022: bisher 22). Im Jahr 2020 wurden 749 Millionen mal Gratisspiele heruntergeladen, die den einzelnen Spieler normalerweise 2.407 US-Dollar gekostet hätten. Im Jahr 2021 stieg die Download-Zahl auf 765 Millionen, der Wert der verschenkten Spiele entsprach 2.120 US-Dollar. Konnte Epic Games damit die Spielebranche beeinflussen?

So viel steht fest: Die Gratisspiele konnten zumindest vielen Marken neue Glanzzeiten verschaffen. So gewann GTA 5 als Epic-Gratispiel im Mai 2020 245 Prozent an Spielern dazu. Ähnlich erging es auch Civilization 6 mit einem Spielernanstieg von 477 Prozent. Als Star Wars: Battlefront 2 im Januar 2021 verschenkt wurde, erreichte es einen Rekord von 19 Millionen Spielern, den die Server nicht verkrafteten. Aber wie bewerten unsere Entwickler Epics Gratispielstrategie? Ist sie eine Erfolgstaktik und wirkt sie sich im gleichen Zug auch auf das Preisniveau von Spielen aus?

**Luca Langenberg:** »Für mich persönlich ist das Spielen eines neuen Spiels auch immer etwas Besonderes, und ich überlege etwas länger, für welche Spiele ich mich entscheide, weil ich diesen dann auch etwas Zeit widmen möchte. Deswegen greife ich dann eher

zu Spielen, für die ich mich aktiv entscheide und für die ich dann gerne Geld ausbebe. Ich habe nicht so sehr das Interesse daran, ein Spiel zu spielen, weil es mir geschenkt wird. Grundsätzlich glaube ich auch nicht, dass die Gratis-Spielstrategie von Epic eine große Auswirkung auf die generelle Preisgestaltung von PC-Spielen hat, weil der Markt einfach viel zu riesig ist, um sich davon stark beeinflussen zu lassen. Grundsätzlich ist schon bemerkbar, dass viele Entwickler und Entwicklerinnen mit niedrigen Preisen locken und sich unter ihrem vermeintlichen Wert verkaufen, allerdings hat das meiner Meinung nach andere Gründe wie zum Beispiel den Mobile-Markt oder das generell ansteigende Angebot an guten PC-Spielen.«

**Jan Theysen:** »Es geht vor allem um die Wahrnehmung, was ein Spiel wert ist. Da spielt der Epic Games Store mit seinen Gratis-Spielen eine untergeordnete Rolle. Wichtiger sind da schnelle und hohe Preisnachlässe nach Release und die Abomodelle. Es wird zunehmend schwieriger Spieler zu überzeugen, 60 Euro für ein Spiel zu bezahlen, wenn sie gewohnt sind, dass sie es in zwei Monaten für 30 Euro bekommen oder wenn es im Game Pass zu bekommen ist. Das Problem ist: Die Kosten für die Entwicklung steigen. Wenn die Einnahmen pro verkaufter Einheit sinken, müsste mindestens im selben Maße die Menge der verkauften Einheiten steigen. Das sehe ich momentan nicht, weswegen ich glaube, dass die ›Billig, billig‹-Strategie zu Problemen führen wird.«

**Johannes Roth:** »Es könnte einen ungünstigen Effekt haben, dass Endkunden darauf trainiert werden, sich im Shop einzuloggen und dort ein Spiel zu claimen, ohne es je zu spielen. Wünschen sich Plattformen wirklich diesen Effekt? Andererseits muss man das auch so sehen, wie es auch bei den Serien ist: Amazon hat mehr davon, wenn du es jede Woche für eine neue Folge öffnest, anstatt alles auf einmal zu bekommen und danach lange Zeit überhaupt nicht mehr online

Star Wars: Battlefront 2 erlebte als Gratis-Spiel im Epic Games Store einen zweiten Frühling. Aber nicht alle verschenkten Titel konnten diese Hype-Welle mitnehmen.



zu kommen. Das könnte Epics Ansatz sein: Dass die Leute immer wieder kommen, sich auch umsehen und bleiben. Wenn Desperados 3 als Gratis-Spiel erscheinen würde? Entweder steckt ein guter Deal dahinter oder verschafft meinem Spiel einen Moment, in dem Millionen Spieler diese Marke sehen. Es geht um Reichweite und Bekanntheitsgrad. Es ist unglaublich schwer zu garantieren, dass Leute mein Spiel überhaupt wahrnehmen. Daher ist das Epic-Gratis-Spiel vielleicht einer der sichersten Wege, so viele Menschen zu erreichen. Aber ja, es ist ein zweischneidiges Schwert.«

## Fazit

Nein, Epic Games hat Valve noch nicht eingeholt und wird das vielleicht auch nie. Nichtsdestotrotz ist das Wachstum des Epic Games Stores in diesen drei Jahren mehr als beeindruckend. Darüber hinaus gelang es den Fortnite-Schöpfern tatsächlich, die Branche zu verändern – wenn auch nur ein wenig: Microsoft ist seinem Beispiel gefolgt und hat sich von den eisernen 30 Prozent Abgabe verabschiedet. Es fragt sich, wie viele Unternehmen diesem Beispiel noch folgen.

Den Erfolg der Exklusivitätsstrategie zu bewerten, ist eine Frage der Perspektive. Denn

im Gegensatz zur Umsatzbeteiligung ist sie in vielen Fällen nur zeitlich begrenzt. Mit Deep Silver (Metro Exodus, Saints Row), Ubisoft und Square Enix hat der Epic Games Store namhafte Verbündete, aber auf der Gegenseite kann Steam inzwischen auch das gesamte Sortiment von EA, Microsoft und Bethesda auffahren. Es sind pikanterweise eben Unternehmen, die mit ihren eigenen Shops nie das aufbauen konnten, was Valve geschaffen hat: die Heimat der PC-Spieler. Nichtsdestotrotz schimmert schon am Horizont Microsofts Markenstärke, die das Unternehmen nun mit Xbox, Activision, Blizzard und Bethesda aufgebaut hat. Welche Rolle wird Microsoft als dritter Player in den nächsten Jahren in diesem Wettstreit spielen?

Der Einfluss der Gratis-Spiele hält sich in Grenzen, sie bilden aber das attraktivste Lockmittel für Spieler, in den Epic Games Store zu kommen. Bei einem Sechstel der Spielstunden im Vergleich zu Steam stellt sich aber dann doch die Frage, ob die Gratis-Spiele auch wirklich gespielt und nicht nur heruntergeladen wurden. Darüber hinaus gibt es noch weitere Faktoren und Instanzen, auf die wir nicht eingehen können, aber sie zumindest erwähnen wollen. Sie zeigen, wie undurchschaubar und spannend das Spiel der Spiele ist.

Welche Rolle wird Gaming-Riese Tencent noch spielen, der 40 Prozent Anteile an Epic Games besitzt und zuletzt versucht hat, Fortnite auch nach China zu bringen, das als sehr starkes Steam-Land gilt? Welche Rolle wird Sony spielen? Wenn das Unternehmen laut einer neuen Stellenausschreibung planen sollte, alle PS-Spiele auch zeitnah für PC herauszubringen, sie aber sowohl Steam als auch Epic Games zur Verfügung stellt, wird der Punkt vermutlich aus Gewohnheitsgründen wieder an Steam gehen – wie bereits der Fall Red Dead Redemption 2 gezeigt hat. Andererseits investierte Sony nun im April 2022 eine Milliarde Dollar in Epic Games, alles für das sagenumwobene Meta-verse, das Gaming 3.0. Wird dieses Duell bald auf einer neuen Ebene weitergehen? Wir bleiben gespannt. Epics und Valves Kampf ist weder gewonnen noch verloren, weil er noch nicht vorbei ist. ★



Toukana Interactive veröffentlichte das beschauliche Aufbauspiel Dorfromantik. Zurzeit ist das Spiel nur auf Steam erhältlich, aber es ist auch ein Release im Epic Games Store geplant.