

Dreiste Geldmacherei

EIGENTLICH DARF CALL OF DUTY DAMIT NICHT DURCHKOMMEN

Das neue Call of Duty: Modern Warfare 3 spielt sich bereits in der Beta absolut fantastisch. Aber es ist auch ein Konglomerat ziemlich fieser Tricks, findet Dimi.



Dimitry Halley

Kein anderes Spiel hat GameStar-Redaktionsleiter Dimi Halley in den vergangenen zwölf Monaten so viele launige Abende beschert wie Call of Duty: Modern Warfare 2. Er hat sich taktisch mit Kumpels im Ranked-Modus bewährt, in Shipment über das wilde Chaos gelacht, in DMZ den Kopf ausgeschaltet und im regulären Multiplayer hunderten Kontrahenten Sticky-Granaten an die Fersen gepappt. Dimi liebt Call of Duty. Aber er verteuft Activisions dreistes Vorgehen.

Call of Duty: Modern Warfare 3 stellt mich vor ein Dilemma. Es räumt nahezu jedes Problem des Vorgängers aus der Welt, es spielt sich fantastisch, bietet grandioses Mapdesign und zieht mich schon vor Release so in den Bann, wie es das verbuggte Modern Warfare 2 erst nach zig Monaten hinbekam. Aber Modern Warfare 3 ist auch heimtückisch. In diesem Spiel tummeln sich so ziemlich alle schäbigen Praktiken, auf die große Publisher in den letzten Jahren heimlich hingearbeitet haben. Call of Duty täuscht und trickst, es kaschiert, bauscht auf und manipuliert seine Zielgruppe, damit sie unredlich viel Geld ausgibt. Eigentlich dürfte Call of Duty damit nicht durchkommen. Aber Menschen sind kompliziert – und das gilt auch für mich.

Das Mikrotransaktionspatent

Als vor ein paar Jahren EA und Co. einfach plump Glücksspiel-Lootboxen in die eigenen Spiele klatschten, war der Aufschrei der Community groß: »Ihr könnt uns doch nicht so offen das Geld aus der Tasche ziehen!« Und Publisher wie Activision haben sich gesagt: »Völlig richtig, das machen wir dann in Zukunft lieber heimlich.« So begann die aktuelle Ära: Große Service-Spiele sind nach außen hin deutlich fairer, Lootboxen weitgehend verschwunden, Mikrotransaktionen beziehen sich fast ausschließlich auf kosmetische Upgrades, jede Season bringt kostenlose neue Inhalte. Wären da nicht die eher unsichtbaren Praktiken. Zum Beispiel hat Activision schon vor Jahren ein

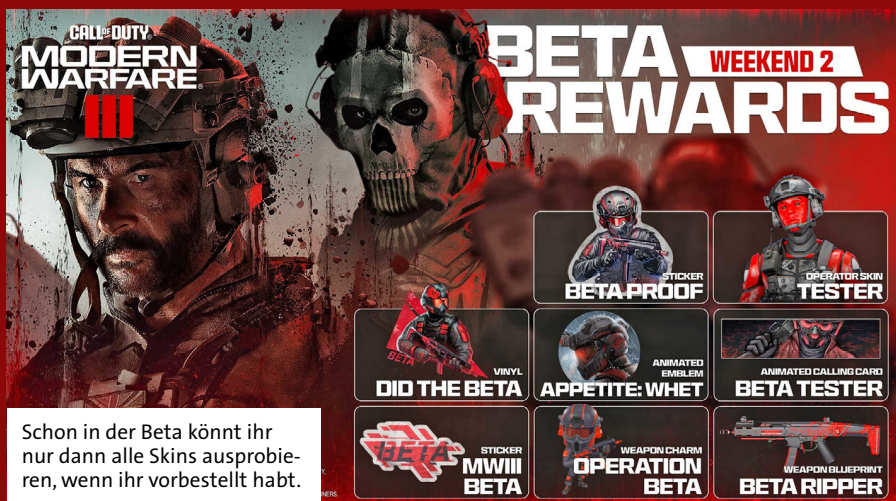


Modern Warfare 3 spielt sich in der Beta traumhaft, aber da ist dieser üble Nachgeschmack.



In Dimis Lobbys laufen unzählige Nicki Minajs herum. Zufall? Oder Algorithmus?

Matchmaking-Patent registriert, in dem sich folgende Passage befindet: »Das System könnte beispielsweise eine Mikrotransaktions-Engine beinhalten, die Matches so beeinflusst, dass daraus Käufe resultieren. Zum Beispiel würde die Engine einen erfahrenen Spieler mit einem unerfahrenen Spieler matchen, um den Neuling zu motivieren, Waffen und andere In-Game-Gegenstände zu kaufen, die der Profi benutzt. (...) Die Mikrotransaktions-Engine könnte ebenso analysieren, welche Items Profis nutzen – und falls diese Items im Shop rabattiert angeboten werden, diese Profis bewusst mit Leuten matchen, die die Gegenstände noch nicht gekauft haben. (...) Alternativ könnte die Engine einen Neuling mit einem Profi auf Basis des Spielerprofils matchen. Als Beispiel: Ein Spieler möchte ein guter Sniper werden, also matchen wir ihn mit einem sehr guten Scharfschützen, um den Neuling zu bekräftigen, Geld für das Equipment des Erfahrenen auszugeben.« Nur weil ein Patent existiert, wird es nicht automatisch verwendet. Gerade Tech-Unternehmen patentieren dauernd irgendeinen Bumms, um sich die Option offenzuhalten, auf diesen Ideen später mal aufzubauen. Auch Activision hat über die Jahre immer wieder dementiert, dass das Matchmaking-Patent zum Einsatz kommt, obwohl man es weiter updatet. Aber: Solche Ideen lassen tief blicken.



Wie Modern Warfare 3 trickst

Call of Duty: Modern Warfare 2 verschärft Season um Season seine Mikro- und Makrotransaktionen. Zum Release Ende 2022 gab es bloß kosmetische Skin-Bundles, mit der Zeit kamen Battle Passes dazu, doch dann der erste Meilenstein: Der neue Blackcell Battle Pass lässt sich nur für echtes Geld kaufen, kostet 30 Euro und beschert euch zusätzliche Skins, die es im normalen Battle Pass nicht gibt. Aus der Zweiteilung zwischen regulären CoD-Spielern und Battle-Pass-Besitzern wurde also über Nacht eine Dreiteilung – und die Rechnung geht auf. Jeder neue Blackcell Battle Pass landet in den Steam-Topsellern. Sollte das neue CoD wie der Vorgänger ebenfalls sechs Seasons bieten, dann gibt ein Fan, der alle Battle Passes samt Grundspiel besitzen will, bis Ende 2025 satte 250 Euro aus. Und Activisions Verkaufstaktiken werden mit jeder Season subtiler und aggressiver zugleich.

So ein heikler Cocktail gehört problematisiert. Ein Skin-Bundle mit Operatoren wie Lara Croft, Skeletor oder Snoop Dogg kostet mittlerweile fast 25 Euro. Skin-Bundles enthalten jetzt auch spielrelevante Vorteile für den Extraktions-Tarkov-Modus DMZ. Der ist den meisten Leuten nur so egal, dass die Entwickler keinen Shitstorm befürchten müssen.

Wie auch bei EAs Ultimate Team gilt: Hier gab es kein echtes Umdenken seitens der Publisher. Pay2Win taucht überall da auf, wo es geduldet wird. In jeder Season wurde irgendein Gimick eingeführt, um die Leute ins Spiel zu locken. Activision scheint von Tech-Riesen wie Meta oder Apple zu lernen. Engagement ist wichtiger als Spielspaß, denn jede Interaktion mit dem Spiel erhöht die Chance, dass ich was kaufe.

Die Mogelpackung Modern Warfare 3

Dabei ist Modern Warfare 3 ein ziemlich aggressives Produkt – und eine kleine Mogelpackung. Diverse Hinweise deuten darauf hin, dass das Spiel ursprünglich als DLC geplant war. Der Multiplayer recycelt fast ausschließlich alte Maps und den Großteil der Waffen aus Modern Warfare 2, aber statt das Ding wie Ubisoft mit Assassin's Creed Mirage für kleineres Geld anzubie-

ten, zahle ich Minimum 70 Euro. Activision kommuniziert dieses Recycling natürlich nicht als das, was es eigentlich ist. Aus der simplen Wiederverwertung wird eine groß angepriesene Rückkehr zu den Wurzeln. Schon wieder!

Und jetzt kommt das Dilemma an der Sache: Mogelpackung hin oder her, Modern Warfare 3 ist verdammt gut – zumindest in der Beta. Die recycelten Maps sind zwar alt, aber nicht ohne Grund zeitlose Klassiker. Die über 50 Waffen aus Modern Warfare 2 zusätzlich zu den neuen Schießprügeln im Nachfolger ergeben ein sensationelles Ensemble an Knarren. Mein Kollege Phil hat an einem Tag acht Stunden am Stück in der Beta verbracht, ich ebenso mehrere Abende, und nach Ablauf der Frist musste ich meine Finger quasi mit Heißluftföhn von der Tastatur lösen. Bei aller Manipulation ist Modern Warfare 3 eine Sache nicht: eine Luftnummer. Sämtliche Änderungen an der Time to Kill, dem Movement und Co. hätten auch per Patch erfolgen können. MW3 ist technisch schließlich identisch mit seinem Vorgänger. Aber das ändert nichts daran, dass diese Änderungen das Spielgefühl dramatisch verbessern.

Was also tun?

Wie sollen wir als Zielgruppe also handeln? Call of Duty boykottieren, um manipulative Mikrotransaktionspraktiken nicht weiter zu unterstützen? Dann entgeht mir als Shooter-Fan ein potenziell fantastisches Spiel; schon in MW2 hatte ich trotz aller Kritik weit über 200 Stunden Spielspaß. Und letztlich geht es ja nicht um Nuklearwaffen oder die Rettung der Welt, sondern um Videospiele. Auf der anderen Seite mache ich mir keine Illusion: Activisions Profitstreben kennt wie bei den meisten Unternehmen keinen Deckel. Solange sich Blackcell-Pässe verkaufen, solange zig Leute 25 Euro für Lara Croft auf den Tisch legen, rechne ich mit immer neuen Tricks, um in mir die Angst zu schüren, irgendwas zu verpassen, wenn ich nicht dauernd Geld ausbebe, dauernd Call of Duty spiele. Kann ich ein Spiel gleichzeitig lieben und verfluchen? Und falls ja: Was mache ich mit diesem Doppeldenk? Müssen wir letztlich akzeptieren, dass wir manchmal einfach simple Kreaturen sind, die sich austricksen lassen? ★