



Die Welt kuppert

## RAUBKOPIEN INTERNATIONAL

In der letzten Ausgabe durchleuchteten wir das Raubkopierer-Problem in Deutschland. Doch Software-Piraten gehen auch in anderen Ländern auf Beutefahrt – mit ganz anderen Konsequenzen.

**E**s wird Zeit, dass störende Kopierschutzmechanismen verschwinden!«, so schrieb Tony Leier, der Designer von **Caesar 4**, im Mai auf unseren E3-Umfragebogen. Bei einem Besuch in Boston fragen wir nach. »Ich will doch spielen, statt mich mit störrischen DVDs oder umständlichen Internet-Aktivierungen herumzuschlagen«, schimpft Tony. »Ich wer-

de keine Spiele mit Starforce mehr kaufen. Zum Glück hat Ubisoft bei meinem Liebling Heroes 5 drauf verzichtet!« Leier hat gut reden. Denn in seinem Heimatland USA ist die Raubkopier-Quote traditionell niedrig. Eine aktuelle Studie des Firmenkonsortiums Business Software Alliance (BSA) zeigt, dass sich 25 Prozent aller spielenden Jugendlichen in Amerika Raubko-

pien besorgen; 2004 waren es noch 32 Prozent. Die Studie nennt auch die Gründe: Die meisten Spieler haben Angst vor Viren (63%) oder Spyware (52%), schon an dritter Stelle steht jedoch die Furcht vor Strafverfolgung (49%). Und immerhin 38 Prozent der User sind der Meinung, dass Raubkopien schlicht unfair gegenüber dem Entwickler sind. Diese noble Einstellung beschert den Vereinigten Staaten die weltweit niedrigste Pirateriequote von 21 Prozent – von solchen Zahlen kann man am anderen Ende der Welt nur träumen.

### Gelbe Gefahr?

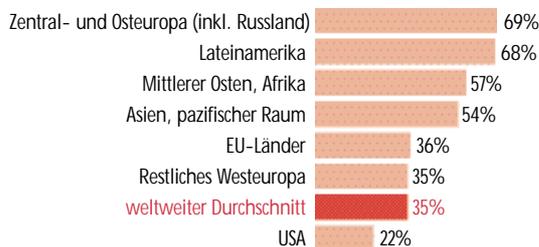
Für Asien-Urlauber ein bekanntes Bild: Auf Märkten in Thailand oder Malaysia gibt es jeden aktuellen Kinofilm auf DVD, jede neue Musik-CD und jedes einigermaßen brauchbare PC-Spiel – natürlich als Raubkopie. Eine Anleitung fehlt meist, und der Händler hat oft nicht mal eine vernünftige Hülle für den Datenträger, dafür kostet der Spaß auch nicht mehr als ein paar Euro. Laut einer BSA-Studie von 2005 lag die Software-Pirateriequote (verkaufte Programme im Verhältnis zu verkauften PCs) in Asien (China, Malaysia, Vietnam, Thailand, Indien etc.) bei 54 Prozent, also deutlich über dem Weltdurchschnitt von 35 Prozent. Darin sind – wie bei allen BSA-Da-



Die Versandzentrale von Buka in Moskau verschickt die meisten Titel in schmucklosen CD-Hüllen.

**RAUBKOPIERER-QUOTEN WELTWEIT IM JAHR 2005**

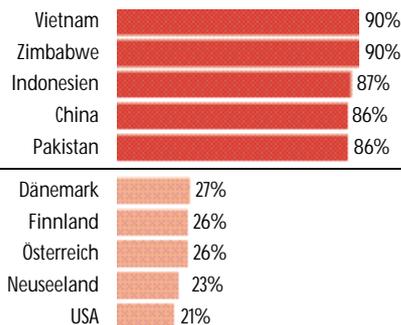
Die Daten stammen aus der Piraterie-Studie der BSA und des Marktfor- schungs-Unternehmens IDC aus dem Jahr 2005. Der weltweite Schnitt wird durch die starke Gewichtung der USA als größter Software-Markt nach unten gezogen.



Quelle: www.bsa.org

**RAUBKOPIERER-HITLISTE**

Die fünf Länder mit der höchsten und der niedrigsten Raubkopien-Quote.



Quelle: www.bsa.org

ten – zwar auch Anwendungsprogramme enthalten, doch die Zahl lässt auch Rück- schlüsse auf den Spielmarkt zu. Noch er- heblich mehr kopiert wird in Südamerika (68 Prozent) oder in Osteuropa (inklusive Russland) mit 69 Prozent. Viele Publisher haben sogar Angst davor, Magazin-Redak- tionen in diesen Ländern mit Preview-Fas- sungen ihrer Spiele zu versorgen. »Wenn eine russische Zeitschrift vorab über ein Spiel berichten will, geht das nur bei ei- nem Besuch«, erklärt Tanja Hohmann von Vivendi. »Die Version nehmen wir dann wieder mit.« Das Risiko eines Lecks ist für die Hersteller einfach zu groß.

**Alles von Hand**

Anders als in Westeuropa spielt das Inter- net in Südamerika oder Russland als Ver- breitungsmittel kaum eine Rolle. Die Kopien werden hauptsächlich auf ge- brannten DVDs unters Volk gebracht. Alle drei Territorien – Asien, Südamerika, Ost- europa – haben ähnliche Voraussetzungen: Es gibt riesige Städte, in denen sich Millionen von Menschen ballen. Das er- leichtert den Vertrieb von Raubkopien auf Märkten oder (je nach Rechtslage) gar in Läden. Das heißt aber auch: Potenzielle Spielekäufer wären genug da. Man muss sie nur dazu bewegen, Originale zu kaufen.

**Kopiert die Kopierer!**

Einer, der sich mit solchen schwierigen Ge- gebenheiten auskennt, ist Maxim Mikha- lev, Manager beim russischen Publisher Buka, für den er auch eine (vor kurzem allerdings wieder geschlossene) Vertretung in China aufgebaut hat. »Egal ob Russland, China oder Brasilien, die Situa- tion ist überall gleich«, erklärt Mikhalev. »Es gibt Hunderttausende von Leuten, die für möglichst wenig Geld möglichst viel spielen wollen.« Wenig Geld – darin liegt für Firmen wie Buka die Lösung des Pro- blems. »Es ist ganz einfach: Ein Original darf nicht teurer als eine Kopie sein und muss dabei möglichst mehr bieten.« Zum

Beispiel eine brauchbare Lokalisation, denn die meisten geklauten Spiele sind in Englisch – für viele Russen eine große Hür- de. »Gerade bei komplexeren Titeln wie Rollenspielen wirkt auch eine vernünftige, übersetzte Anleitung Wunder«, weiß Ma- xim. Mit diesem Rezept hat Buka etwa etli- che Teile der **Heroes**-Reihe erfolgreich in Russland auf den Markt gebracht.

**Sparta-Edition**

Optisch machen die russischen Originale aufgrund des Preiskampfes mit den Pira- ten freilich wenig her: In einem Software- Laden in St. Petersburg haben wir zum Bei- spiel vor zwei Jahren für rund 12 Euro das damals aktuelle **Star Wars: Battlefront 2** ge- sehen, auf einer von Hand gebrannten DVD mit einem farbkopierten Handbuch. Dafür gab's aber immerhin einen offiziel- len, funktionierenden CD-Key; das bietet die Raubkopie nicht. Weniger prominente oder ältere Spiele kosten oft nur drei bis fünf Euro. Maxim ist stolz: »Selbst von mittelmäßigen Titeln verkaufen wir min- destens 50.000 Stück. Bei den Zahlen rech- net sich für uns auch der geringe Erlös.« Die niedrigen Preise führen mitunter zu kuriosen Hamsterkäufen. »Es gibt Leute, die wollen einfach mal wieder ein Rollen- spiel«, schildert Mikhalev. »Also besorgen Sie sich einfach alle aktuellen Titel.« In Russland funktioniert offenbar die Kombi- nation aus niedrigerem Preis und Mehrwert gegen das Piratenproblem – ein Rezept auch für Deutschland?

**Erfassungsproblem**

Genau wie in Westeuropa haben die Pu- blisher auch im Rest der Welt das Problem, eine in Studien mehr oder weniger genau ermittelte Kopiererquote in reale Verluste umzurechnen. Denn auch in China oder Russland gilt: Nicht jeder, der sich eine Raub- kopie besorgt, hätte die Software gekauft.

In den USA ist es für die Hersteller durchaus wichtig, wie viel Geld ihnen durch Piraterie durch die Lappen geht.



Caesar-4-Designer Tony Leier: »Ein wirklich gutes Spiel wird sich immer auch gut verkaufen – egal in welchem Land!«



Beweis für Tony Leiers These: Oblivion steht in vielen Tauschbö- sen zum Download, Publisher 2K Games ist trotzdem zufrieden.

Schließlich ist Nordamerika für viele Fir- men der wichtigste Markt, und die Ent- wicklungskosten entstehen meist dort. To- ny Leier allerdings zweifelt an den Klagen der Industrie: »Weißt du, mir fehlt einfach der Beweis, dass Raubkopien an niedrigen Absatzzahlen schuld sind. Und ein wirk- lich gutes Spiel wird sich immer auch gut verkaufen – egal in welchem Land!« **MS**

**WEBSITES ZUM THEMA**

- BSA [WWW.GAMESTAR.DE QUICKLINK: F63](#)
- GVU [WWW.GAMESTAR.DE QUICKLINK: F64](#)
- Kampagne »Raubkopierer sind Verbrecher« [WWW.GAMESTAR.DE QUICKLINK: F65](#)
- IDC (Marktforschung) [WWW.GAMESTAR.DE QUICKLINK: F66](#)

