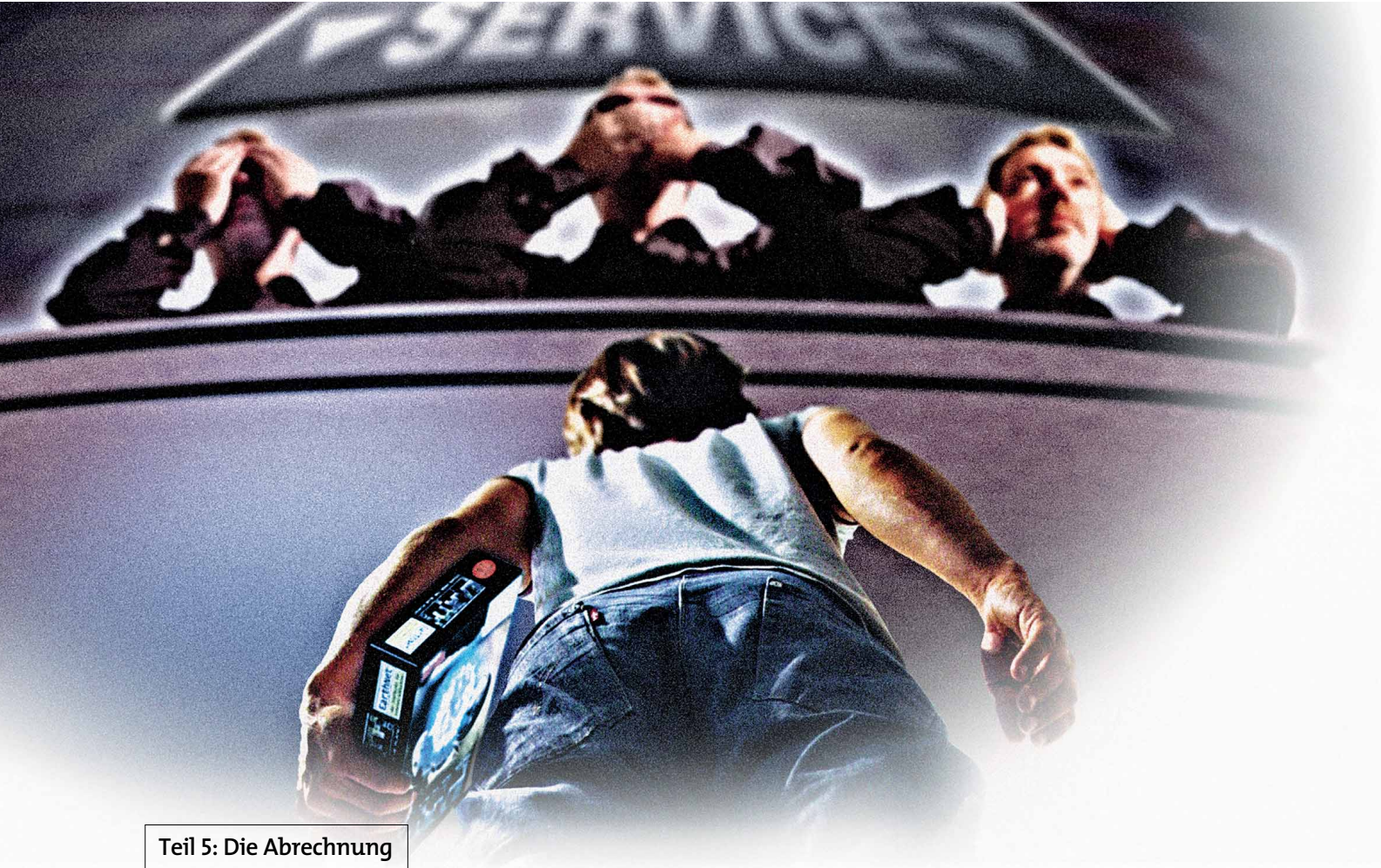




Teil 5: Die Abrechnung

SERVICEWÜSTE DEUTSCHLAND

In einer großen Serie haben wir in den vergangenen Ausgaben den Service von Spieleherstellern untersucht. Zum Abschluss ziehen wir ein Fazit und lassen Leser sowie Spielefirmen zu Wort kommen.

SERVICE-REPORT

Ausgabe	Thema
11/05	Packungen, Preisgestaltung
12/05	Hersteller-Hotlines
1/06	Hersteller-Webseiten
2/06	Produktunterstützung
3/06	Leser-Feedback

Vier Ausgaben lang haben wir uns mit dem Service der wichtigsten Spielehersteller auseinandergesetzt. Dabei sind wir auf die Verpackungen und die Preispolitik, die Hersteller-Webseiten, Support-Hotlines und die langfristige Produktunterstützung eingegangen. Nun folgt die Abrechnung, in der wir alle Ergebnisse zusammenfassen und aktuelle Trends ableiten. Zum Ende unserer fünfteiligen Serie nehmen auch die Hersteller selbst noch einmal Stellung. Trotz teils harscher Kritik am Service der Firmen ernteten wir bei den Publishern viel Lob für unsere Artikelserie. Auch unsere Leser kommen mit ihren eigenen Erfahrungen zu Wort.

ENDABRECHNUNG

Publisher	Packungen	Hotline	Webseiten	Produktunterstützung	PUNKTE	Kurzfasit
Ubisoft	3	2	3	2	10	Webseite und Support sehr gut. Produktunterstützung befriedigend.
Take 2	3	2	2	3	10	Schöne Spielverpackungen. Akzeptabler Support.
Deep Silver	3	2	2	3	10	Sehr gute Produktunterstützung. E-Mail-Support über Koch Media gut.
THQ	2	3	2	2	9	Herausragende Hotline. Webseite aber nicht vollkommend zufriedenstellend.
Jowood	2	3	3	1	9	Bester Support in unserem Test. Langfristige Produktunterstützung mangelhaft.
CDV	1	3	3	2	9	Webseite mit vielen Inhalten. Guter Support. Verpackungen teils enttäuschend.
Frogster	2	2	2	2	8	Konstant durchschnittliche Testergebnisse in allen Service-Bereichen.
Eidos	2	2	3	1	8	Sehr guter Support. Produktunterstützung mangelhaft. Sonst Durchschnitt.
EA	1	3	2	2	8	Beste Hotline im Test. Support okay. Packungen meist schlecht ausgestattet.
Codemasters	2	1	3	2	8	Ausgezeichneter E-Mail-Support. Hotline mangelhaft.
Activision	2	3	1	2	8	Wenige Inhalte auf der Webseite. E-Mail-Support dürftig. Hotline gut.
Vivendi	1	2	2	2	7	Support nur mäßig. Langfristige Produktunterstützung noch akzeptabel.
Dtp	3	2	1	1	7	Internetseite nicht für Spieler ausgelegt. Support ungenügend. Gute Packungen.
Dreamcatcher	2	2	1	2	7	Nur englischsprachige Internetseite. Keine Antworten auf Support-Mails.
Microsoft	2	1	1	2	6	Support ab einem bestimmten Zeitpunkt kostenpflichtig. Hotline mangelhaft.

Kaufpreis und Spielpackungen

Während wir bereits 2002 den Siegeszug der DVD-Packung kritisierten, sind heute kaum noch Euro-Boxen mit üppiger Ausstattung in den Händlerregalen zu finden.

Dabei stellt eine ansprechende Verpackung für unsere Leser durchaus einen Kaufanreiz dar. »Eine schöne Verpackung hat Stil. Und Poster hänge ich mir gerne an die Wand«, schreibt etwa Daniel Sachs. Wir konnten in dieser Kategorie nur wenig

Lob an die Hersteller aussprechen. Einzig Deep Silver und Dtp gehören zu jenen Herstellern, die ihren Spielen zumindest eine ordentliche Pappbox und oft auch Extras spendieren. Mit mageren Inhalten muss man sich dagegen bei Sportspielen von Electronic Arts zufrieden geben. Mehr als ein dünnes Handbuch liegt in den DVD-Schachteln des großen Publishers nämlich selten. Trotz abnehmender Qualität der Spielepackungen und den Umstieg auf kostensparende DVDs sind die Verkaufspreise während und nach der Euro-Umstellung zum größten Teil stabil geblieben. Immerhin: Von steigenden Preisen blieben die PC-Spieler in den letzten Jahren verschont.

Spiele aus dem Internet?

Statt von Preiserhöhungen kann man sogar von Preissenkungen sprechen – zumindest, wenn man die Möglichkeit in Betracht zieht, Spiele über Dienstleister wie Steam oder Gamesload im Internet herunterzuladen. Die Preisersparnis beträgt aber nur in Ausnahmen bis zu 50%. Der aktuelle Ubisoft-Titel **King Kong** kostet bei Gamesload zum Beispiel stolze 39 Euro. Durchgesetzt hat sich diese Variante des Spielekaufs noch lange nicht. Dies bestätigt auch eine Umfrage auf GameStar.de, nach der nur ein Prozent der Befragten bereits Games on Demand im Internet kaufen. Den meisten Spielern ist das Angebot an aktuellen PC-Titeln zu gering. Zudem kommt berechnete Skepsis hinzu – geht bei einem Datenverlust auch das Spiel unwiederbringlich verloren? Auf eine Verpackung mit Handbuch oder gar Extras muss man obendrein komplett verzichten.

Verlagerung ins Internet

Während sich Games on Demand noch nicht durchsetzen konnte, hält sich der Durchschnittsspieler immer häufiger im Internet auf. Der Grund hierfür dürfte neben der zunehmenden Verbreitung des Breitband-Internets auch die steigende Lebensdauer von erfolgreichen Multiplayer-Spielen sein. Vor allem die Multiplayer- und Mod-Communitys sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Damit einhergehend suchen immer mehr Spieler Hilfe auf den Webseiten der Hersteller. Während Hotlines im Jahr 2002 noch von großer Bedeutung waren, wird ein Großteil des Supports heute über Fragelisten oder E-Mails abgewickelt. Voraussetzung dafür ist, dass jeder Hersteller über eine übersichtliche und technisch aktuelle Internetseite verfügt. Außer Microsoft, Dreamcatcher und Dtp glänzen alle Hersteller mit einem großem inhaltlichen Angebot und ausführlichen Hilfe-Bereichen. Publisher wie Ubisoft oder Electronic Arts lagern ihren Support sogar in eigene

FIRMEN-FEEDBACK

Jowood

Wir freuen uns über diese große Anerkennung für unseren Web- und E-Mail-Support. Uns ist durchaus bewusst, dass in der Vergangenheit Spiele mit Bugs ausgeliefert wurden. Deshalb arbeiten wir verstärkt mit größeren Qualitätsprüfungen. Darüber hinaus werden auch Betatests nun frühzeitiger veranstaltet – bestes Beispiel hierzu ist der Closed Beta Test zu Spellforce 2. Für Söldner: Secret Wars bieten wir zusammen mit der Firma Project Zero über ein Jahr nach Release noch immer Patches an, die das Spiel auch mit neuen Waffen & Fahrzeugen erweitern. Wir haben also aus unseren Fehlern gelernt.
Tamara Berger, PR Manager



Eidos

In erster Linie möchten wir unseren Kunden schnell und unkompliziert helfen. Wir freuen uns sehr über die Bestätigung durch das gute Abschneiden im GameStar-Test. Unsere Hotlinekosten ergeben sich aus der überdurchschnittlich hohen Erreichbarkeit, der Qualität und dem Servicegrad der Hotlines und liegen deutlich unter unserem Selbstkostenpreis. Dieser Qualitätsstandard wäre bei niedrigeren Gebühren nicht möglich.
Ralf Bauer, Hotline-Manager



Ubisoft

Das Ubisoft Solution-Center bietet eine große Anzahl an speziellen Support-Services an. Wir helfen bei technischen Fragen und unterstützen über FAQs die Selbsthilfe der Spieler. Die Ergebnisse des GameStar-Servicereports bestätigen dies ja auch. Unser Support-Team arbeitet stets an lokalen Lösungen und ist in einem internationalen Support-Team vernetzt. Davon profitiert letztendlich der Kunde.
Benedikt Schüler, Marketing Director



Codemasters

Mit unserer Website, unserer Community und unserem Online-Support ist es uns möglich, mit den Spielern in persönlichen Kontakt zu treten und ihnen so Tipps und Hilfestellungen geben. Das Feedback unserer Spieler auf unseren Service ist uns dabei außerordentlich wichtig. Wir nehmen Kritikpunkte hier sehr ernst und verbessern unser Angebot ständig. Diese Form des Service ist eine Ergänzung des einmaligen Spielerlebnisses, für das Codemasters steht – und auch in Zukunft stehen wird.
Matthias Mirlach, PR Manager



Frogster

Dem Frogster-Team ist die technische und inhaltliche Unterstützung unserer Kunden ein wichtiges Anliegen. Insofern



haben wir das Ergebnis der Tests mit großem Interesse gelesen. Wir sehen darin Bestätigung und Ansporn zugleich – die Bestätigung, dass wir uns mit unseren Bemühungen auf dem rechten Wege befinden, sowie den Ansporn, die Arbeit in den positiven Bereichen fortzuführen und die Anstrengungen in den kritisierten Bereichen noch zu verstärken.
Frogster Interactive Pictures AG

Electronic Arts

Über die positiven Ergebnisse der GameStar-Serie haben wir uns sehr gefreut. Das gute Abschneiden beim E-Mail- und Web-Support und vor allem bei der Hotline war eine schöne Bestätigung unserer Arbeit. Bei der Produktunterstützung lagen wir nur im Mittelfeld, was mit den kostenpflichtigen Addons zu Die Sims 2 begründet wurde. Wir glauben aber dennoch, dass wir damit den Nerv der Fans treffen, denn bei diesen Erweiterungen werden stets die Wünsche der Spieler berücksichtigt, und die Addons werden entsprechend nachgefragt.
Martin Lorber, PR-Leiter



THQ

Wir freuen uns natürlich sehr über das hervorragende Abschneiden unserer Serviceleistungen, wurden sie doch durch eine unabhängige und objektiv kritische Redaktion getestet. Besonders die deutliche Verbesserung im Vergleich zu den Testergebnissen von 2002 zeigen, dass unsere Bemühungen erfolgreich sind, den Kunden den bestmöglichen Support zukommen zu lassen. Wir wollen den Spieler nicht nur eine »Ware« verkaufen und ihn danach wieder vergessen. Kleinere Schwächen, die im Report genannt wurden, spornen uns an, diese erstklassige Qualität nicht nur beizubehalten, sondern weiter zu verbessern.
Axel Herr, Geschäftsführer



Vivendi

Als traditioneller PC-Spiele-Publisher sind wir schon immer auf einen umfassenden Endkunden-Support bedacht. Aus diesem Grund freut uns das überdurchschnittlich gute Abschneiden bei der Produktunterstützung sehr und bestätigt unsere Bemühungen auf diesem Gebiet. Verbesserungen in Sachen E-Mail und Web-Support haben wir bereits in Angriff genommen. So freuen wir uns, unseren Kunden in Kürze ein komplett überarbeitetes Internetportal mit verbesserter Supportfunktion anbieten zu können.
Vivendi Universal Games



Deep Silver

Wir bei Deep Silver freuen uns über die äußerst positive Wahrnehmung bei den Kunden und Fans unserer Ga-



mes. Auch in Zukunft liegt unser Augenmerk bei den Spielen auf dem Faktor Spielspaß, aufwändigen Verpackungen mit Extras sowie dem Support der Communitys. Zudem werden wir den Foren-Bereich auf unserer Webseite noch ausbauen.
Mario Gerhold, Marketing Manager

Take 2

Die Langlebigkeit unserer Spiele verdanken wir besonders den Fans, weshalb es immer unser Anliegen ist, die Spiele mit Editoren und anderen Tools auszustatten. An der Verfügbarkeit unserer Hotlines wird momentan gearbeitet. Sobald die Umstellung auf die neuen Hotline-Nummern abgeschlossen ist, werden diese auch wie gewohnt eine Erreichbarkeit von mehr als 95% haben. Darüber hinaus wird in den nächsten Wochen ein Support-Forum entwickelt, welches von Spezialisten moderiert wird, um allen Kunden eine weitere, schnelle Hilfe-Plattform anbieten zu können.
Markus Wilding, PR Manager



Microsoft

Wir wollen den besten Kundensupport in der Branche bieten. Deswegen freuen wir uns natürlich über die generell guten Bewertungen bei der Produktunterstützung der einzelnen Spiele. Im Bereich des telefonischen Supports sind wir in einem kontinuierlichen Prozess, um uns zu verbessern – gerade deswegen ist ein solches, eher kritisches Feedback sehr wichtig. Unsere E-Mail-Hilfe ab einem bestimmten Zeitpunkt kostenpflichtig zu machen, ist eine bewusste Entscheidung, zu der wir stehen. Sie garantiert ein hohes Servicelevel und übt natürlich auch eine gewisse Filterfunktion aus, so dass wir unsere Ressourcen auf die komplexen Fälle konzentrieren können.
Martin Bachmayer, Head of Marketing



Dtp / Anaconda

Wir bedauern das schlechte Abschneiden in den GameStar-Vergleichstests. Es ist allerdings in vieler Hinsicht der besonderen Position Dtps im Spielemarkt zu verdanken. Als Publisher von Adventures sind kostenlose Spielerweiterungen beispielsweise nicht sinnvoll. Dtp ist außerdem erst auf einem steilen Weg in die Spielebranche, ursprünglich waren wir ja ganz anders aufgestellt. Deshalb verfügen wir noch nicht über die nötigen Support-Strukturen, sind aber momentan dabei, diese aufzubauen.
Christopher Kellner, PR Manager



Von den Publishern Activision, CDV und Dreamcatcher ging bis zum Redaktionsschluss keine Stellungnahme auf unsere Anfrage ein.

LESER-FEEDBACK

Verpackung / Download

Ja, ich will noch richtig schöne Verpackungen mit Postern, Stickern und weiß der Teufel was. Es ist einfach schön, so etwas im Regal stehen zu haben, das hat Stil. Und Poster hänge ich mir gern an die Wand.

Daniel Sachs

Ich gehe manchmal in einen Laden, um einfach nur zu stöbern. Und ich habe häufig schon Perlen gefunden, auf die ich nur durch eine hübsche Verpackung gestoßen bin.

Thilo Klawonn

Ich möchte nicht von einer Online-Plattform abhängig sein. Ich möchte einen Datenträger in der Hand haben, am besten noch eine schöne Verpackung. Vielleicht sogar nette Extras.

Mathias Schwörer

Packungen verschwenden nur Platz. Download ist meine bevorzugte Variante, wenn sie angeboten wird.

Christian Seitz

Preis

Es gibt Spiele, bei denen man das Gefühl hat, das Geld dafür ist berechtigt, denn diese Titel bieten Spielspaß von über 100 Stunden. Da kann man

sagen: Die Entwickler haben das Geld verdient, denn aufwändige Arbeit soll auch angemessen belohnt werden.

Thilo Klawonn

Für ein gutes Spiel mit tollen Multiplayer-Modi, die ich über Monate oder vielleicht sogar Jahre spiele, würde ich auch 100 Euro zahlen.

Martin Müller

Support

Wirklich nett fand ich den Service von Take 2, die mir einen relativ kleinen Patch tatsächlich per Post auf einer CD zugesandt haben, da ich zu der Zeit nur mit einem ziemlich langsamen 56k-Modem ins Internet kam.

David Winitzki

Ich möchte den Support von Electronic Arts loben. Ich habe mir am Erscheinungstag Need for Speed Most Wanted zugelegt. Das machte aber unheilbare Zicken. Nach längerem Mailverkehr wurde mir mitgeteilt, dass man bei EA keine Lösung wisse. Ich bekam angeboten, Most Wanted gegen ein anderes Spiel meiner Wahl zu tauschen. Gestern überreichte mir der freundliche Postbote dann mein brandneues Austausch-Battlefield 2. Auch wenn es besser wäre, wenn

Need for Speed gleich funktioniert hätte, hat EA den Fall relativ schnell und zufriedenstellend gelöst.

Marcel Brüggerbors

Ich habe letzten Mittwoch Prince of Persia: The Two Thrones gekauft und hatte Probleme wegen meinem Dual-Core-Prozessor. Gut 30 Minuten nach meiner E-Mail-Anfrage antwortete der Ubisoft-Support und verwies mich auf einen Microsoft-Hotfix, der mein Technik-Problem gelöst hat.

Oliver Leins

Produktunterstützung

Die positivste Erfahrung ist für mich Blizzard, die immer noch Diablo 2 und StarCraft mit Patches versorgen. Das sorgt für einen guten Ruf und für Vertrauen in die Entwickler.

Jens Müller

Wenn Firmen Spiele auch bei Erfolg noch jahrelang mit Patches beliefern, finde ich das vorbildlich. Ebenso, wenn man kostenlose Updates veröffentlicht, wie etwa Trackmania Sunrise Extreme. Wenn allerdings versprochene Features wie damals der Multiplayer-Modus für Anno 1503 nicht kommen, wird das etwas peinlich.

Benjamin Jakobs

Solution-Center aus. »Unser Support-Team arbeitet stets an lokalen Lösungen und ist in einem internationalen Support-Team vernetzt«, erklärt zum Beispiel Benedikt Schüler, Marketing Director bei Ubisoft.

Krankheit Bugs

Während unser Vergleichstest zeigt, dass mehr als zwei Drittel der Spielehersteller über einen zufrieden stellenden oder gar besseren Support als 2002 verfügen hat sich die Fehlerfreiheit von Spielen nicht positiv entwickelt. Im Gegenteil – dass für aktuelle Spiele ein oder mehrere Patches entwickelt werden müssen, gehört zur Normalität. Das ärgert auch viele GameStar-Leser. »Die Entwickler sollten sich in Zukunft vor allem auf das Bugfixing konzentrieren, bevor das Spiel ins Presswerk gelangt, egal wie lange es dauert«, schimpft Aleyxis Klemmering. Im schlimmsten Fall werden sogar Patches aufgrund von Fehlerhaftigkeit zurückgezogen; so geschehen im Sommer 2005 bei **Battlefield 2**. Ein höherer Entwicklungsaufwand und längere Testphasen könnten aus der Misere helfen.

Langfristige Produktunterstützung

Eine sehr positive Entwicklung hat sich beim Langzeit-Support von Spielehits vollzogen. Fast jede Firma glänzt heute durch umfangreiche Download-Datenbanken, kostenlose Erweiterungen und Zusatzmaterial wie Karten und Editoren für ihre wichtigsten Spiele. Treibende Kraft sind

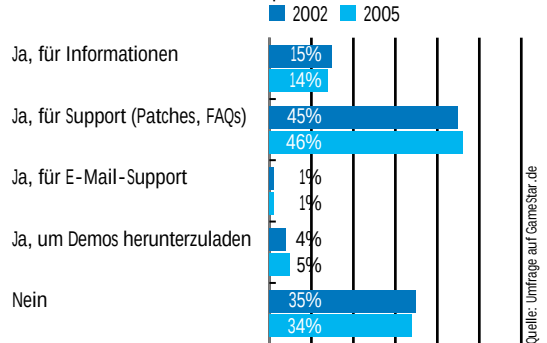
engagierte Entwickler – die Franzosen von Nadeo etwa, die ihren Fun-Racer **Trackmania** mit kostenlosen Riesen-Updates versorgen. Die großen Publisher wie Electronic Arts und Ubisoft kümmern sich ebenfalls hervorragend um ihre Spiele. Im Gegensatz zu unseren Tests vor vier Jahren besteht also nur noch bei wenigen Herstellern Handlungsbedarf. Wenn der Publisher ein Spiel aufgibt, wie bei Jowoods **Söldner** oder Troikas **Vampire 2** geschehen, kümmern sich oft Fans und Mod-Programmierer weiter darum. Der Vorteil: Selbst ohne Unterstützung von Herstellern bleiben Spiele am Leben; zudem wird so eine erfolgreiche Fortsetzung wahrscheinlicher.

Die Endabrechnung

In unserer Service-Serie von 2002 haben wir in allen getesteten Bereichen grobe Mängel festgestellt. Umso mehr freut uns, dass sich der Service insgesamt verbessert hat. Vor allem der E-Mail-Support und die langfristige Produktunterstützung haben sich gut entwickelt, weil alle wichtigen Hersteller eigene Support-Abteilungen aufgebaut haben. Unsere Hinweise auf noch vorhandene Kritikpunkte (zum Beispiel eine komplizierte Webseiten-Navigation oder eine nur sporadisch erreichbare Service-Hotline) haben die meisten Firmen mit dem Versprechen angenommen, diese Scharten in Zukunft auszuwetzen. Auch Dtp, die bisher kein spielerfreundliches Internet-Portal zur Verfügung stellen, wol-

NUTZUNG VON WEBSEITEN

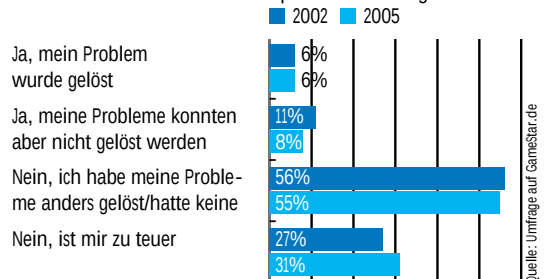
Nutzen Sie die Webseiten der Spiele-Hersteller?



Fazit: Die Verbreitung der DSL-Technologie hat sich kaum auf die Nutzung der Hersteller-Webseiten ausgewirkt.

NUTZUNG VON HOTLINES

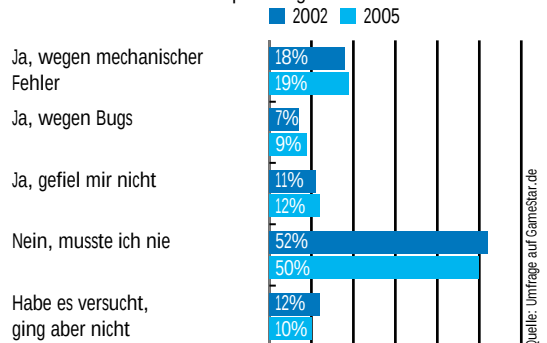
Haben Sie schon mal bei einer Spiele-Hotline angerufen?



Fazit: Während der geringe Prozentsatz der Spieler, die den Hotline-Service in Anspruch nehmen, gegenüber 2002 zufriedener sind, scheuen mehr Spieler die hohen Kosten.

UMTAUSCH VON SPIELEN

Haben Sie schon mal ein Spiel umgetauscht?



Fazit: Gegenüber 2002 werden Spiele etwas häufiger umgetauscht. Gleichzeitig sind Händler kulanter bei der Rücknahme.

len in naher Zukunft ein kundenfreundliches System aufbauen. Während sich die Spieleindustrie im Bereich Support und Langzeit-Unterstützung also einem hohen Qualitätsstandard nähert, ist bei der Ausstattung von Spielepackungen und der Fehlerfreiheit von Spielen weder kurz- noch langfristig eine Besserung in Sicht. Deshalb werden wir den Herstellern auch weiterhin auf die Finger schauen. Helfen Sie uns dabei und schreiben Sie uns, wenn Ihnen Service-Missstände auffallen.

Sebastian Weber / Benedikt Plass **CS**