



Die Flughalle **Barker Hangar** war Anlaufstelle zum stressfreien Anspielen der meisten Titel.



Heiko Klinge und **Mark Rein**, Chef von Epic Games (UT 3).



Richard Garriott präsentierte auf der E3 Tabula Rasa – komplett in der albernen Uniform seines Spielcharakters.

Die neue E3

Die einst größte Spielmesse der Welt hat sich radikal verkleinert: Statt in Riesenhallen trifft sich die Branche nun in Hotelzimmern. Auf der neuen E3 hat man wieder Zeit für Spiele – zumindest für die der großen Hersteller.



Im Fairmont-Hotel fanden die **Pressekonferenzen** statt.

Auf 71.000 Quadratmetern, der Fläche von acht Fußballfeldern, reihen sich dicht an dicht die Buden der Spielehersteller, in den größten davon kann man sich verlaufen. Riesige Leinwände spannen sich über poppig-bunte Aufbauten, Tausende von Monitoren flimmern an Videowänden und Spielstationen. Auf den Bühnen tanzen Teenie-Formationen, TV-Sternchen tauchen zu Autogrammstunden auf. Der Lärm der Menschenmassen, die sich durch die Gänge schieben, geht unter im Duell der Musikanlagen auf den Ständen. Mehr als zwölf Millionen Dollar lassen sich die Hersteller allein die Standmiete kosten; dazu kommen Millionen für die Unterbringung der Mitarbeiter in der Stadt Los Angeles. Mehr als 60.000 Fachbesucher strömen aus der ganzen Welt herbei, um dem Spektakel beizuwohnen.

Messe ohne Firmen

Vorbei, alles vorbei. Die weltgrößte Computerspiele-Messe E3, die seit 1995 jährlich im Mai in Los

Angeles stattfindet, hat 2006 das letzte Mal solche Dimensionen erreicht. Nach der zwölften E3 zogen die großen Spielefirmen der Glitzershow den Stecker raus. Dass die Kosten des Budenkriegs zuletzt explodierten, dürfte dabei nicht der einzige Grund gewesen sein. Vor allem erfüllte die aufgeblähte Branchenmesse ihren Zweck nicht mehr. Die Zusammenkunft war einst als Austauschbörse mit den Medien und Geschäftspartnern gedacht. Trotz der Beschränkung auf Fachbesucher (Otto Normalspieler bleibt draußen) schwoll der Menschenstrom in den letzten Jahren so massiv an, dass die Aussteller mit Präsentationen »hinter geschlossenen Türen« die Spreu vom Weizen trennten – ein absurder Trend in einer Veranstaltung, die an sich bereits geschlossen ist. Zum anderen hat die Spielebranche ihre gesellschaftliche Akzeptanz in den letzten zehn Jahren so massiv verbreitert, dass sich die Image-Gewinne durch die bombastische Selbstbeweihräucherung in Gren-

zen halten. Prestige lässt sich auf publikumsoffenen Messen wie der Leipziger Games Convention weitaus besser sammeln.

So kündigte eine Phalanx aus Branchengrößen der amerikanischen Entertainment Software Association (ESA), die die E3 ausgerichtet, die Unterstützung für das Großspektakel auf. Die Messe wurde nach den Wünschen der Goliaths umgeschneidert: kleiner, günstiger und vor allem exklusiver solle das Treffen werden. »Wir brauchen ein intimeres Programm und mehr persönlichen Dialog«, fasste der damalige ESA-Präsident Doug Lowenstein die neue Ausrichtung zusammen.

Neustart ohne Ballast

Das Ergebnis ließ sich nun vom 11. bis 13. Juli 2007 begutachten. Aus dem großen Convention Center von Los Angeles ist die Messe rund 50 Kilometer weiter ins beschaulichere Küstenstädtchen Santa Monica gezogen. Dort verteilen sich die Firmen auf insgesamt sieben Hotels entlang der

Strandpromenade – statt in Riesenhallen trifft man sich in Tagungsräumen und in Suiten. Der Branchenriese Electronic Arts quetscht den Gutteil seines Angebots in einen Raum der Größe eines Wohnzimmers; die Spieler an den Wii-Konsolen müssen aufpassen, nicht schon mit kleineren Bewegungen den vorbeifließenden Kollegenstrom zu erschlagen. Activision lotst Besucher durch vier Hotelzimmer, Codemasters empfängt im schwülheißen Gartenpavillon. Zwischen den Hotels pendeln Shuttle-Busse, die zudem auch die Verbindung zum sechs Kilometer entfernten Barker Hangar herstellen. In der alten Flughalle sind Stationen aufgebaut, an denen man die meisten der auf der Messe gezeigten Spiele ausprobieren kann. Nur bei den »Pressekonferenzen« genannten Überblick-Shows der Publisher pferchen sich noch Menschenmassen zusammen, bei den Einzelpräsentationen und im Hangar verläuft sich die ausgedünnte Schar der



MEDIA & BUSINESS SUMMIT

Fachbesucher dagegen weiträumig. Grund dafür sind vor allem die restriktiven Teilnahmebeschränkungen; auf rund 3.000 hat die ESA die Besucherzahl heruntergefahren, wer eingeladen wird, bestimmen die Publisher. Statt sich wie gewohnt selbst anzumelden, werden die GameStar-Redakteure von Herstellern auf die Liste gesetzt. Der exklusive Kreis der Geladenen trifft sich denn auch nicht mehr zur »Trade Show« (Fachmesse), sondern zum »Media and Business Summit«, wie die E3 nun heißt – zum Mediengipfel.

Spiele ohne Stress

Die Entschlackung hat dem Grundgedanken des Branchentreffens gut getan. Reiheten sich auf der E3 2006 atemlose Fließband-Präsentationen im Viertelstundentakt aneinander, bleibt nun häufig Zeit für eine vertiefte Diskussion der neuen Spiele. Zwar folgen die meisten Publisher immer noch einem klaren Zeitplan. Aber Zeit für Folgefragen ist immer, und sei es bei einem zweiten Besuch, der allerorten umstandslos angeboten wird. Im Barker Hangar trifft man an den Firmenständen entspannte Designer auf einen Plausch – auf der alten E3 schier unvorstellbar. Weil kein Showprogramm dröhnt,

müssen sich Gesprächspartner nicht mehr gegenseitig ins Gesicht schreien. Bei so deutlich gesunkenem Stressniveau nehmen die Besucher auch in Kauf, dass die Streuung auf teils kilometerweit entfernte Schauplätze neuen Ärger schafft. Der Shuttle-Service bricht am ersten Messtags zeitweilig zusammen, einige der Mini-Busse werden eilig umgeleitet. Kommunikationsprobleme sorgen zudem für Verwirrung. Weil etwa Activision in zwei Hoteltanks ausstellt, aber nur eines im offiziellen Messeplan auftaucht, stehen die Gäste reihenweise am falschen Ort.

Familie ohne Vielfalt

Die Exklusivität gilt freilich nicht nur für die Gäste, sie gilt auch für die Aussteller. Die neue E3 ist zum großen Teil ein Treffen der Branchengrößen. Kleinere und vor allem nationale Publisher sind nicht vor Ort; so zählen schon die Osteuropa-Flaggschiffe Akella und 1C zu den Exoten. Mit der Vielfalt der teils bizarren Kleinfirmer, die der alten E3 ihr Kolorit verliehen, verliert sich auch der einstige Wundertüten-Charme des Spielbasars. An Überraschungen ist die E3 2007 arm. Bethesda zeigte zum ersten Mal offiziell **Fallout 3**. Der junge Publisher Gamecock,

der sich gern als *Enfant Terrible* der Branche profilieren würde, richtet im kleinen Hotel California eine »Gegen-E3« aus und enthüllt zwei Spiele (**Sabotage** und **Legendary**) – solcher Natur sind die Höhepunkte des Unerwarteten.

Die großen Firmen lassen schon deshalb keine Bombenplatzen, weil sie bessere Gelegenheiten dafür haben als die E3. Praktisch alle wichtigen Spieler im Markt richten ihre eigenen Veranstaltungen aus. Id Software und Blizzard geben mit Quakecon und Blizzcon Hausmessen, Ubisoft lud im Mai zu den Ubi Days nach Paris, Electronic Arts bat zwei Wochen vor Santa Monica zur EA3. Gezeigt wurde den Medienbesuchern schon dort alles, was es später auf der E3 zu sehen gab, nur ohne lästige Ablenkung durch die Konkurrenz. Wenn Neuheiten enthüllt werden, dann im Rahmen der Firmenfeiern; etwa **Starcraft 2** bei Blizzards Invitational in Seoul Ende Mai. Für die E3 bleibt ein neuer Blick auf Altbekanntes.

E3 mit Konkurrenz

Die bislang internationale, weltweite E3 war in ihrer neuen Form vor allem eines: ein lokales Medien-Update für den US-Markt. Dazu gehört auch, dass der PC als Plattform nur eine Randerscheinung war – in den USA wird fast ausschließlich auf Playstation & Co gespielt. Das Ziel einer intimen, lokaleren, im Wesentlichen auf das kommende Weihnachtsgeschäft ausgerichteten Messe ist mit dem Umbau der E3 erfüllt. Für die Rolle der neuen Weltmesse indes steht bereits die Konkurrenz in den Startlöchern. Die europäischen Hersteller konzentrieren sich auf die Games Convention, die einen Monat nach

Messtrends

Ego-Shooter

Trend: Das mit Abstand dominierende Genre der Messe waren die Ego-Shooter, sowohl mit Solo-Schwerpunkt (Crysis, Call of Duty 4, Medal of Honor: Airborne) als auch als Multiplayer-Spiel (Unreal Tournament 3, Enemy Territory: Quake Wars, Frontlines: Fuel of War).

Analyse: Das Grafik- und Atmosphäre-Wettrennen auf Next-Gen-Konsolen lässt sich derzeit am besten in Actionspielen austragen. Zudem experimentieren viele Entwickler mit filmhaften Spielerfahrungen, für die sich dramatische Schlachtszenen besonders eignen.

DirectX 10

Trend: Die meisten PC-Spiele, die 2008 erscheinen, werden DirectX-10-Effekte nutzen.

Analyse: Die Grafikschnittstelle von Vista wird von den Herstellern akzeptiert, wenn auch ohne Enthusiasmus. DirectX-10-Effekte sieht man derzeit eher als Werbeelement denn als Technologiebasis: Unter Vista sehen manche Spiele halt ein bisschen besser aus.

Blut und Morde

Trend: Die Darstellung von Gewalt ist zunehmend drastisch. Call of Duty 4 oder Medal of Honor: Airborne inszenieren wie am Fließband das realistische Sterben von Menschen, in Fallout 3 zerplatzen Köpfe in Zeitlupe, in Stranglehold werden Gurgeln durchlöchert, in Timeshift müssen Sie Unbewaffnete erschießen.

Analyse: Was geht, wird gemacht. Das Simulieren von realistischem Leiden und Sterben dient vielen Entwicklern als Demonstration der Leistungsfähigkeit ihrer Technologie. Zudem sieht diese Gruppe die Brutalität als wichtigen Teil der Spielatmosphäre.

der E3 in Leipzig stattfindet; für die deutsche Messe ist schon jetzt ein Schwung von Enthüllungen und Erstpräsentationen angekündigt. Im Oktober soll zudem mit der E für All ein neues publikums-offenes US-Pendant zur GC die Pforten öffnen – auf den 71.000 Quadratmetern des Convention Centers in Los Angeles, die einst mal der E3 gehörten. **CS**



Die meisten **Spielpräsentationen** fanden in Hotelräumen und Suite-Ecken statt.



Hotels in Santa Monica wie hier das Loews waren die Schauplätze der E3.