

GameStar^t!

Willkommen im neuen Jahr! Die Geheimnisse der Heftproduktion bringen es mit sich, dass viele von Ihnen diese Zeilen noch im alten Jahr lesen. In diesem Fall einfach das Editorial bis 1.1. überblättern. Allerdings könnten Sie so eine spannende Chance verpassen: den deutschen Spieleherstellern einmal richtig Ihre Meinung zu deren Produkten zu sagen – positiv wie negativ. Gerade läuft nämlich wieder die jährliche **Brand Awareness** von GameStar, eine Spielemarkt-Studie, deren oftmals verblüffende Ergebnisse wir Entscheidungsträgern in der Industrie präsentieren werden.

Klugheit siegt. Schon zum zweiten Mal (nach **Halo**) haben wir auf dem aktuellen Cover ein Hit-Spiel, das zuerst für Xbox erschienen ist. Doch während die PC-Version von **Halo** weiterhin auf sich warten lässt (im März sollen wir sie erstmals anspielen können), steht die Veröffentlichung von **Splinter Cell** kurz bevor. Das Schöne: Auf dem PC wird die hochklassige, kluges Vorgehen belohnende Agenten-Action definitiv noch besser – dank höherer Auflösung, Maussteuerung und Speicherfunktion. Drei weitere Highlights dieser Ausgabe: Die großen Previews zu **Tropico 2**, **Deus Ex 2** und dem schon totesagten **Freelancer**. Verpassen Sie außerdem nicht die Leserwahl zum **Spiel des Jahres 2003** – unter den Teilnehmern verlosen wir u. a. einen Tag in der Redaktion und die Teilnahme am Preis-Event Anfang Februar.

Viel Spaß beim Lesen und Spielen,

Ihr GameStar-Team

Spiele-Studie 2003



Auf unserer CD/DVD sowie auf www.gamestar.de finden Sie das Umfrageprogramm zur **Brand Awareness Spiele 2003**. Diese Umfrage führt ein unabhängiges Institut im Auftrag von GameStar durch, um die Einschätzung unserer Leser zu wichtigen Spielen zu erfahren. Wer mitmacht, kann nicht nur der Industrie seine Meinung vermitteln, sondern auch eines von 70 Spielen gewinnen.

