



Sevicewüste Deutschland, 5. Teil

Die Abrechnung

GameStar hat in einer großen Serie den Service der Spielehersteller untersucht – jetzt folgt das Fazit mit Publisher-Statements und Leser-Feedback.

Unsere Artikelserie zum Thema Service schlug ein wie eine Bombe: Viel Lob kam von unseren Lesern, zusammen mit zahlreichen Beispielen für eigene (positive und negative) Erlebnisse mit dem Service der Spielehersteller. Einzelne Schreiber baten sogar, die Berichterstattung auf Hardware- und vor allem Telekommunikations-Unternehmen auszudehnen. Doch auch viele Publisher, obwohl teils harsch kritisiert, nahmen die Reports positiv auf. Zwar herrschte oft »Zum Glück hat's uns nicht erwischt«-Mentalität vor, doch gab es von der Industrie kaum Kritik. Ausnahmen bestätigen die Regel: »Klar, dass ihr euch auf die Seite eurer Leser schlägt und die Publisher als geldgeile und menschenfeindliche Abzocker abstempelt. Passt zu euch!«, schrieb uns ein erbotener Marketingmann.

Packungen & Handbücher

Ist der Siegeszug der DVD-Packung noch aufzuhalten? Bei unseren Lesern scheint die Abwehrhaltung langsam aufzuweichen: Nur noch 43 Prozent fanden in unserer Umfrage eine Eurobox unverzichtbar. Laut Marcus Behrens von Eidos ein Zeichen, dass »die Industrie auf dem richtigen Weg ist«. Doch was die Käufer keineswegs tolerieren, ist das damit oft einhergehende Schrumpfen der Handbücher. Nur zehn Prozent unserer Leser halten eine gedruckte Anleitung für entbehrlich. Sunflowers, die unter der Flagge von Distributor Elec-

tronic Arts **Anno 1503** in DVD-Hülle bringen wollte, hat sich übrigens nach eigenem Bekunden wegen unseres Reports zur stabilen Pappschachtel entschlossen. Jürgen Reußwig, Managing Director bei Sunflowers, sagt dazu: »Die Studie von GameStar hat uns in der Entscheidung bestärkt, unseren kommenden Aufbaustrategie-Hit **Anno 1503** in einer wertigen Eurobox zu veröffentlichen. Wir legen sehr viel Wert auf das Feedback der Spieler; Berichte dieser Art sind daher für uns von größtem Interesse.«

Zu unserer neuen Politik, komplexe Spiele bei fehlendem Handbuch abzuwerten, äußerte sich denn auch die überwältigende Mehrheit der Leserbriefschreiber positiv. Carsten Schröder etwa schrieb: »Bei **Sub Command** hätte ich sogar 50 Prozent abgezogen, da ein Spiel ohne Anleitung nur ein halbes ist.« Dennoch versuchen Publisher vermehrt, mit Minimalausstattung den einen oder anderen Euro zu sparen. Im aktuellen Heft ist es mit **F/A-18** von Xicat ausgerechnet wieder eine Simulation, die sich damit einen Wertungsabzug von zehn Punkten »verdient« hat.

Um so mehr fallen positive Beispiele auf: Die schöne Eurobox von Vivendi Universals **Empire Earth** (mit 230-Seiten-Handbuch, Technologie-Baum als Poster, Mini-Heft über die Weltgeschichte und Tastaturschablone) führte zu begeisterten Reaktionen – siehe auch die Leserbriefe in diesem Heft. So sollte es immer sein!

Service-Report

Thema	Ausgabe
Packungen, Preisgestaltung	10/01
Hersteller-Hotlines	11/01
Hersteller-Webseiten	12/01
Produkt-Unterstützung	1/02
Die Abrechnung	2/02

Werden Spiele teurer?

Die sich verschlechternde Ausstattung geht einher mit tendenziell steigenden Spielepreisen. Es ist ein offenes Geheimnis, dass

Endabrechnung

Spitzengruppe

Vivendi Universal	
Ubi Soft	
CDV	
THQ	

Mittelfeld

Jowood	
Activision	
Virgin Interactive	
Eidos	
Infogrames	
Software 2000	
Electronic Arts	
Take 2	

Schlusslichter

Koch Media	
Fishtank Interactive	
Modern Games	
Microsoft Games	
Codemasters	

Das sagen GameStar-Leser

»Ich finde eure Berichte zum Thema ›Servicewüste‹ sehr gut. Dass Spielen wie FS 2002 und Sub Command keine Handbücher beiliegen, ist eine Frechheit.«
Klaus Fleerkötter

»Mal ausnahmsweise ein Lob: Ascarons Webseite und Forum sind sehr gut. Bislang wurde jede meiner Fragen beantwortet, und die ›Ascarnies‹ berücksichtigen auch Spielerwünsche in ihren Patches und Addons.«
Martin Schmitz

»Wer schon mal mit dem Sprachcomputer von Vivendi telefoniert hat,

weiß, wie viel Nerven das kostet. Daher suche ich mir Hilfe lieber von Freunden. Eine raffinierte Art, Kunden von zu aufwändigen Anfragen abzuhalten.«
Urs Schweizer

»Eines der selteneren positiven Beispiele ist Call to Power von Activision. Obwohl das Spiel als Budget-Version nur rund 15 Euro gekostet hat, lag ein vollständiges, ungekürztes Handbuch (immerhin 92 Seiten) bei. Dazu ein Farbposter mit Technologiebaum und eine Karte fürs PC-Dash. Davon können sich viele Voll-

preisprodukte eine Scheibe abschneiden.«
Dirk Schlüter

»Wegen dem ›Hotline-Horror‹: Ihr müsst auch mal sehen, dass die Leute, die da sitzen und Produktsupport liefern, ein Heidengeld kosten. Es gibt auch sehr viele Leute, die dort anrufen, anstatt vorher mal schnell ins Handbuch zu schauen.«

Stefan Postany

»Kürzlich habe ich mir das Adventure Liath von Modern Games zugelegt. Was für eine Enttäuschung: In der Papppackung lag nur eine CD,

kein Handbuch. Auch bei billigen Spielen habe ich doch ein Recht auf eine Anleitung, oder?«

Caroline Weigert

»Was die Preisgestaltung angeht, ist das Verhalten von Electronic Arts für mich nicht tragbar und wird von mir mit Höchststrafe geahndet: Überzogene Preise bei populären Titeln und Vollpreis-Updates (EA Sports) haben mich dazu gebracht, alle ganz einfach Titel von Electronic Arts links liegen zu lassen.«

Christian Dickert

viele Publisher lieber heute als morgen die Preise nach oben korrigieren würden. Die unverbindlichen Preisempfehlungen liegen schon seit Monaten bei 99,90 Mark oder 49,90 Euro. Auf einer Party verriet uns ein



Empire Earth: Seit langer Zeit mal wieder ein Spiel mit schöner Packung und guter Ausstattung.

hochrangiger Manager eines Publishers unter der Hand, dass er einen Euro-Preis von 54,99 (DM 107,50), mindestens aber 52,99 (DM 103,60) anstrebe. Das durchzusetzen dürfte bei der harten Konkurrenz der Publisher aber schwierig werden. Und auch große Handelsketten nutzen die Ware PC-Spiel zuweilen für Preiskämpfe. Anders im Konsolenlager: Die marktbeherrschenden Firmen wie Sony und Nintendo legen den Preis fest und drohen Händlern, die ihn unterbieten, schon mal mit Lieferstopp.

Hotlines

Wir haben angeprangert, dass sich einige Hersteller mit 0190-Nummern den für viele Spiele nötigen Support von Kunden auch noch bezahlen lassen – obwohl die mit dem

Kauf des Spiels schon genug Geld ausgehen. Ein Anruf kann sich leicht auf zehn Euro summieren und löst möglicherweise nicht mal das Problem. Trotz unserer Kritik (und teilweise vehementen Leser-Reaktionen) hat sich die Praxis nicht gebessert. Viele Publisher scheinen Support für eine unangenehme Pflichtübung zu halten, die möglichst kostenneutral zu sein hat. Der einzige Publisher mit einer 0800-Nummer, AK Tronic, hat sie mittlerweile eingestellt. Angeblich, weil sich weniger als 5 Prozent der Anrufe tatsächlich um Support drehen.

Umtausch von Spielen

Ein wesentliches Thema ist der Umtausch von Spielen. Die Publisher haben darauf wenig Einfluss, in strittigen Fällen müssen

Stellungnahme der Hersteller

Wir haben diejenigen Publisher, die in unserer Serie konkret kritisiert wurden oder in einzelnen Bereichen schlecht abgeschnitten haben, um ein Statement gebeten.

Microsoft »Microsoft bedauert, mit den aktuellen Produkten nur noch Kurzanleitungen anbieten zu können. Während das bei den meisten Spielen sicher kein Problem darstellt, ist uns bewusst, dass bei Produkten wie Flight Simulator einige Kunden ein umfangreiches ausgedrucktes Handbuch vermissen. Im Handel setzt sich immer mehr durch, PC Spiele nur noch in so genannten DVD-Verpackungen anzubieten. Diesem Trend kann sich Microsoft nicht widersetzen; deswegen sind unsere Produkte schon heute vorbereitet, auch in DVD-Verpackung ausgeliefert zu werden. In dieser kleinen Schachtel ist natürlich kein Handbuch mit mehr als 64 dünnen Seiten unterzubringen. Daraus resultiert auch, das

wir für Produkte, die noch einige Jahre verfügbar sind, schon auf elektronische Handbücher umstellen müssen. Wir haben nach dem Train Simulator die Kritik der Käufer entgegengenommen und für den Flight Simulator 2002 die Handbücher auf CD neu gestaltet. Sie sind jetzt in das Programm integriert und optimal für eine Darstellung am Bildschirm formatiert; ein Ausdruck ist also eigentlich nicht notwendig.«

*Boris Schneider-Johne,
PR-Manager Spiele*

Electronic Arts »Zum Thema Verpackung: Anno 1503 ist mit seiner Eurobox eine Ausnahme, die wir mit Sunflowers so abgestimmt haben. Electronic Arts hat sich schon vor einem Jahr maßgeblich für die DVD-Verpackung eingesetzt und nach den uns vorliegenden Informationen von Handelspartnern und Verbrauchern wird diese Verpackung auch gut angenommen.

Inzwischen setzen die meisten Publisher ebenso wie wir auf die sogenannte Slimcase.

Zum Thema zukünftige Preisgestaltung: Wir sind der Meinung, dass eine Preisschwelle von 50 Euro auf absehbare Zeit das Maximum für PC-Vollpreistitel darstellt.«

*Frank Hermann,
PR Leiter*

Eidos »Die Betrachtungsweise, den Publisher als Sündenbock darzustellen und für alle möglichen und erdenklichen Fehler verantwortlich zu machen, ist sehr eindimensional. Wie GameStar sicherlich bekannt ist, gibt es sogar ein Gerichtsurteil hinsichtlich ›fehlerhafter‹ Software. Aber das will ich gar nicht zitieren, um uns von der Verantwortung freizusprechen, fehlerfreie Software herzustellen. Die Menge an Hardwarekomponenten und deren Kombinationsmöglichkeiten schließt eine 100%-Funktionalität auf allen Geräten theoretisch und praktisch aus.

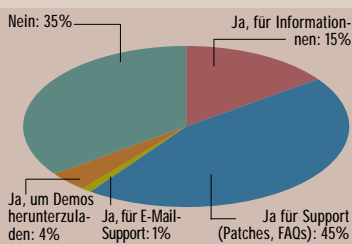
Die Probleme, die mit Commandos 2 auftraten, hatten maßgeblich mit dem Kopierschutz zu tun, der auf diversen Laufwerken Fehler verursacht hat. Wir würden gern auf den Kopierschutz verzichten, um solche Probleme gänzlich zu vermeiden, müssen aber wegen der zunehmenden Piraterie solche Maßnahmen ergreifen.

Wir sind natürlich stets bemüht, dem Spieler Zusatzkomponenten zu bieten. Bei einigen Spielen bietet sich das an, wie etwa Tomb Raider oder Deus Ex. Bei Commandos 2 ist es technisch leider nicht möglich, Karten durch die Fangemeinde erstellen zu lassen, ohne die gesamte Engine zu veröffentlichen. Gedruckte Handbücher findet der Käufer in jedem unserer Vollpreisprodukte und auch in unserer Premier Collection.«

*Markus Behrens,
Marketing Manager*

Nutzung von Webseiten

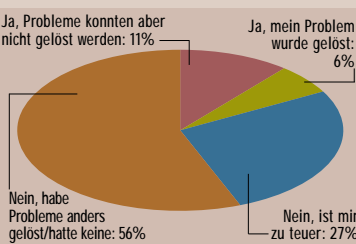
Nutzen Sie die Webseite der Spiele-Hersteller? (infogrames.de; eidos.de etc.)



Fazit: Knapp zwei Drittel der Teilnehmer surfen zuweilen die Hersteller-Seiten an, davon die Mehrheit wegen Patches. Email-Support nutzt nur eine sehr kleine Gruppe.

Nutzung von Hotlines

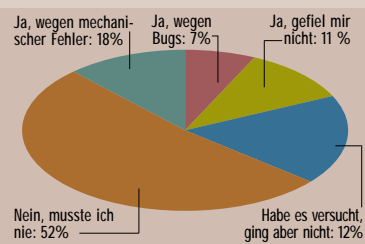
Haben Sie schon mal bei einer Spiele-Support-Hotline angerufen?



Fazit: Nur 17 Prozent der Umfrage-Teilnehmer haben Erfahrungen mit Hersteller-Hotlines gemacht, davon die meisten negative. Über 80 Prozent verzichten auf diese Art des Supports.

Umtausch von Spielen

Haben Sie schon mal ein Spiel umgetauscht?



Fazit: Fast die Hälfte der Teilnehmer hat schon (meist erfolgreich) versucht, ein Spiel umzutauschen, darunter die meisten wegen mechanischer Fehler (CD zerkratzt etc.).

Sie auf die Kulanz des Einzelhändlers hoffen. Bei großen Ketten geht das meist problemlos, Saturn in München etwa tauscht innerhalb der ersten zwei Wochen nach Kauf fast immer um, wenn der Kunde nicht jemand ist, der »dreimal in der Woche mit Umtausch-Wünschen kommt«. Kleinere Fachhändler haben beim Großhandel meist schlechtere Rückgabe-Konditionen und versuchen oft, den Käufer den Umtausch auszureden. Insgesamt scheinen aber die Spielekäufer trotz Bugs so unzufrieden gar nicht zu sein: PC Fun in München spricht von einer Reklamation pro 100 Spiele; Saturn München schätzt die Zahl der Umtausche zwischen 2 und 3 Prozent der Gesamtverkäufe. Wobei es immer Einzelfälle gibt, die

höhere Quoten erreichen: Probleme gibt's derzeit laut Angabe von Saturn vor allem mit **Empire Earth**, das auf einigen Rechnern mit Windows ME nicht richtig läuft. Eine aktuelle Umfrage auf www.gamestar.de spricht allerdings eine andere Sprache: Demnach haben nur knapp über die Hälfte der User noch nie umgetauscht, fast 20 Prozent haben mindestens einmal in ihrer Spieler-Karriere ein Programm wegen eines defekten Mediums zurückgegeben.

Fazit

In allen getesteten Bereichen mussten wir teilweise grobe Mängel feststellen. Ein Trend zur Besserung ist noch nicht zu erkennen, auch wenn uns ein Teil der Her-

steller-Stellungnahmen hoffnungsvoll stimmen. Ein Teil klingt freilich schlicht borniert. Sicherheit gibt es keine, denn auch wenn uns einige Firmen positiv aufgefallen sind (namentlich Vivendi und Ubi Soft) und andere negativ (Koch Media, Microsoft), schwankt die Service-Güte von Produkt zu Produkt. Zudem scheint der Support stark vom Entwickler abzuhängen. Ubi Soft etwa, die sonst sehr gut dastehen, haben auch nach Monaten den längst versprochenen KI-Patch zu **F1RC** noch nicht geliefert.

Wir hoffen, dazu beitragen zu können, dass die Kunden bessere Produkte erhalten. Sie können uns dabei helfen: Schreiben Sie uns, wann immer Ihnen Missstände auffallen, unter dem Stichwort »Service«. **GUN**

Stellungnahme der Hersteller

Codemasters »Zum Punkt Hotline: Man sieht ja, dass es für die gesamte Industrie sehr schwer ist. Dies liegt hauptsächlich an einem Mangel an guten Anbietern für so einen Service. Bei Firmen mittlerer Größe mit schlanker und gesunder Struktur muss man diesen Dienst »outsourcen«, da er inhouse aufgrund der erforderlichen Manpower nicht abzudecken ist. Zur Website: Codemasters hat im Headquarter seit einiger Zeit ein neues, starkes Online-Team am Start, das eifrig an einer Neugestaltung arbeitet.

Ansonsten: Codemasters-Produkte stehen für höchste Qualität und bestes Gameplay. Hier wird von Entwicklungsseite mit Herzblut an den Produkten gearbeitet, und nur ein absolut einwandfreies Produkt verlässt unser Haus, auch wenn dabei eine Verschiebung in Kauf genommen werden muss. So fällt das Thema Bug-Playe bei uns weg. Ein gedrucktes Handbuch gehört bei

Codemasters ausnahmslos zum Standard, und das wird auch in Zukunft so bleiben.

Codemasters' Ehrgeiz war es, ist es und wird es sein, dem Kunden das Beste für sein Geld zu bieten. Genauso versuchen das auch unsere Mitbewerber. Bei den hohen Anforderungen an moderne Spiele mit extrem gestiegenen Entwicklungskosten (im teilweise zweistelligen Millionenbereich) bei gleichzeitig ständigem Anstieg der Software-Piraterie ist dies wirklich kein einfaches Unterfangen.«

Stephan Hilgenberg,
PR Manager

Ubi Soft »Wir freuen uns, dass Ubi Soft in allen relevanten Bereichen der Service-Serie gut oder sehr gut abgeschnitten hat. Hier zählt sich aus, dass wir mit der Integration von Blue Byte Software den Bereich Kunden-Support stark ausgebaut haben. Natürlich

wissen wir auch, wie sehr uns der unzureichende Support bei F1 Racing Championship geschadet hat. Dies tut uns für alle Fans der Serie leid. Wir werden aber weiterhin die Herausforderung annehmen, für alle Produkte einen Service anzubieten, der auf einem ausreichend hohen Niveau ist.«

Benedikt Schuler,
Marketing Director

Modern Games »Wir haben uns das Ziel gesetzt, insbesondere vor dem Hintergrund einer wirtschaftlichen Rezession und der steigenden Produktvielfalt den Bedürfnissen des Kunden gerecht zu werden. Vor diesem Hintergrund bieten wir qualitativ hochwertige Produkte für die verschiedenen Plattformen in unterschiedlichen Preissegmenten an. Der Kunden- und Produktsupport wird zudem den Bedürfnissen des Endverbrauchers angepasst, und auch die Webseite

unterliegt ständigen endverbraucher-gerechten Updates.«

Susanne Deprieux,
Marketing Director

Koch Media »Da Koch Media zum größten Teil die Vermarktung oder Distribution diverser Software-Produkte innehat und nicht direkt an der Entwicklung beteiligt ist, werden von den jeweiligen Publishern und Entwicklern der Software Patches/FAQs/Updates direkt auf deren Produkt- oder Company-Websites zum Download bereitgestellt. Nur ein Beispiel: Beim Spiel Hostile Waters gibt es unter www.hostile-waters.de diverse Informationen sowie Patches.«

Alma Bauer, PR-Managerin

Von **Infogrames** war bis zum Redaktionsschluss keine Stellungnahme zu bekommen, obwohl sie klares Verbesserungspotenzial in Sachen Service hat: Die Firma landete nur im Mittelfeld.