



Servicewüste Deutschland, Teil 4

Produkt-Unterstützung

Das Spiel ist durch, und ein neues gibt das Budget nicht her? Kein Problem, wenn der Hersteller kostenlos neue Extras oder Levels hinterherschleibt. Wir wollten wissen, welche Publisher ihre Titel auch nach der Veröffentlichung noch pflegen.

Service-Report

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

Da sitzt Kevin (18), stolzer Besitzer von **Metal Gear Solid**, unglücklich vor seinem PC: Zwar hat das Durchspielen Spaß gemacht, aber ein Multiplayer-Modus fehlt, und auf einen zweiten Durchgang hat er keine Lust. Also landet die teure Schachtel im Schrank, wird an den kleinen Bruder verschenkt oder bringt – im günstigsten Fall – noch ein paar Mark bei Ebay. Wer hingegen sein Herz vor Jahren an **Half-Life** verlor, hat dank Mods und Fanlevels auch heute noch viel Spaß mit dem Programm.

In der vierten Folge unserer Serie **Servicewüste Deutschland** sind wir der Frage nachgegangen, was die Publisher für ihre Spiele nach der Veröffentlichung tun. In den bisherigen Teilen ging es um Hotlines, Webseiten und Packungen. Die Artikelreihe soll schwarze Schafe enttarnen, aber auch positive Beispiele hervorheben.

Glücksfall: Mod-Szene

Der stärkste Lebensverlängerer für ein Spiel ist eine aktive Fan-Szene, die auf eigene Faust Levels, Kampagnen und Mods bastelt. Allerdings kommt das nicht von ungefähr – nur bei wirklich guten Spielen haben die

Hobby-Programmierer überhaupt Interesse daran, und nur mit einem vernünftigen Editor können sie überhaupt ans Werk gehen. Valve, die Macher von **Half-Life**, haben sehr früh die Bedeutung der Mods erkannt und beispielhaft Unterstützung geleistet. Die Folge: massenhaft hochqualitative Mods, von denen **Counterstrike** und **Gunman** sogar den Sprung in die Laden-Regale geschafft haben. Dazu kommt intensives Engagement durch die Valve-Programmierer direkt: Überraschend erschien Mitte 2001 die kostenlose Multiplayer-Erweiterung **Deathmatch Classics** für **Half-Life**. Aber auch Epic, die Macher von **UT**, engagieren sich stark bei den Mod-Machern.

Die Kür: Bonus-Levels

Besonders gut finden wir, wenn Hersteller entweder per vernünftig dokumentiertem Editor Fans zum Level-Basteln anregen oder gleich selber welche herausbringen. Codemasters und Bohemia Interactive beispielsweise pflegen **Operation Flashpoint** geradezu vorbildlich: Neben zahlreichen Updates mit neuen Fahrzeugen und Waffen gibt es auch massenhaft Fan-Szenarios im Inter-

net. Blizzard hat anfangs wöchentlich neue Karten für **StarCraft** veröffentlicht; mittlerweile ist die Frequenz nur noch monatlich – aber wie viele Spiele aus dem Jahr 1998 kennen Sie, die so intensiv (oder überhaupt noch) unterstützt werden?

Manche Firmen lassen in die veröffentlichten Patches Anregungen der Fans einfließen – oder bauen gleich noch ein paar Extra-Waffen oder Szenarios ein. Lionhead hat da bei **Black & White** gute Arbeit geleistet. Mittlerweile gibt es zwei Extras (das Fußball- und das Musik-Addon) zum Herunterladen, dazu sehr umfangreiche Patches und mehrere Multiplayer-Karten. Weitere Goodies sind angekündigt. Allerdings waren sowohl Fußball- als auch Musik-Addon

Nachtrag Webseiten

Der Eintrag für die **Jowood-Webseite** wurde in der letzten Ausgabe vergessen. Mit der Endwertung 7,3 landet der österreichische Publisher auf Platz 3. Die Seiten der Firma **Modern Games** wurden erst kurz vor Redaktionsschluss testbar, nach skandalösen sieben Wochen Offline-Zeit. Die Wertung: 4,6 (Platz 16)



Half-Life: Das vom Hersteller am besten gepflegte Spiel überhaupt – und auch das beliebteste.

schon für die Verkaufsversion eingeplant, wurden aber im letzten Moment gekickt.

Wie wichtig für weiter gehende Unterstützung allerdings kommerzieller Erfolg ist, zeigt das Beispiel **Dark Reign 2**: Anfangs kamen im Wochentakt Extras und Levels heraus; als sich schlechte Verkaufszahlen abzeichneten, stellte Activision das schnell ein.

Die Pflicht: Patches

Patches sind die Minimum-Anstrengung, die ein Publisher für ein neues Spiel unternehmen muss. In einer idealen Welt wäre das zwar nicht nötig, aber real sieht es so aus, dass derzeit kaum ein Titel fehlerfrei auf den Markt kommt. Der Käufer wird häufig als Betatester missbraucht. Dann geht es darum, möglichst rasch ein Update bereitzustellen. Zuweilen schaffen Hersteller nicht einmal das: Auf den einst hoch und heilig versprochenen KI-Patch zu **F1 Racing Championship** etwa warten die Käufer noch heute. Dasselbe gilt für das Update zu **Shogun**, das die von Fans schmerzlich vermisste Multiplayer-Kampagne nachliefern sollte. Ganz anders die Mini-Spieleschmiede Big Time: Das zunächst nur im Internet vertriebene **Combat Mission** wurde zigfach gepatcht, wobei auch Anregungen von Fans einfließen und sogar Texturen verbessert wurden. Käufer der später erschienenen deutschen Fassung kamen dann gleich in den Genuss der verbesserten Version.

Fazit: durchwachsen

Wir haben uns sämtliche in GameStar 1/01, also vor genau einem Jahr getesteten Spiele noch mal vorgeknöpft. Ergebnis: Extras wie Editoren, Maps, Zusatz-Autos et cetera gibt es zu genau fünf (von 55). Allerdings eignet

sich auch nur ein Teil aller Spiele für eine solche Unterstützung – ein **Monkey Island 4**-Käufer ist mit seinem Spiel sicher auch ohne Level-Editor oder Mod glücklich. Insgesamt sieht die Situation aber gar nicht so schlecht aus: Große Strategie- und Actiontitel werden – bei kommerziellem Erfolg – meist gut unterstützt; auch Sportspieler und Hobbyflieger haben dank aktiver Fans und teilweise aufgeschlossener Hersteller Chancen auf ein paar Extras. Freunde des gepflegten Rollen- und Abenteuerspiels schauen allerdings zumeist in die Röhre. Im nächsten Teil von **Servicewüste Deutschland** kommen Sie zu Wort: Schreiben Sie uns Ihre Meinung zum Thema unter dem Stichwort »Service Report«!

GUN

3-Klassen-Gesellschaft

Spitzengruppe

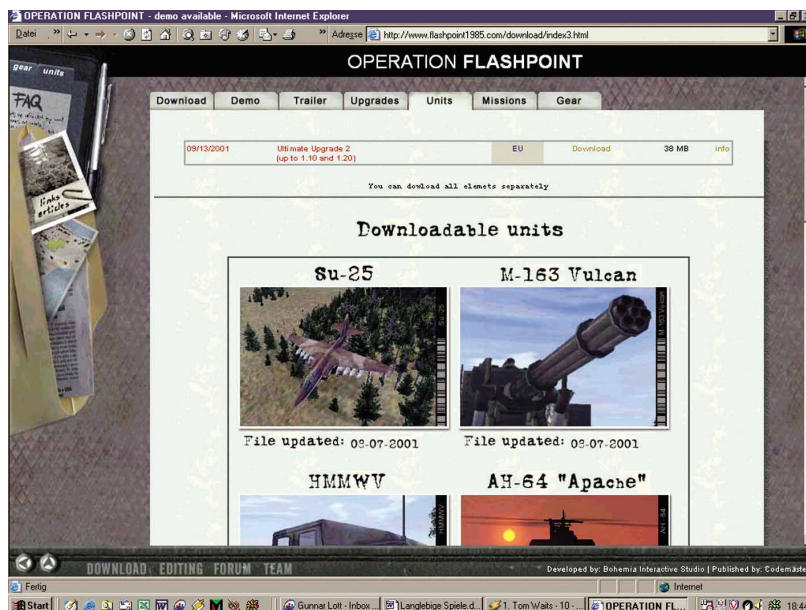
Vivendi	Sehr gute Arbeit bei Half-Life (durch Valve), gute Community-Unterstützung durch Tochter Blizzard, ansonsten wenig bis auf einige Levels.
Electronic Arts	Gute Unterstützung der Fifa-Fans; großes Engagement durch Töchter wie Westwood oder Maxis.
CDV	Bei Cossacks und Sudden Strike gute Unterstützung der Level-Bastler.

Mittelfeld

Ubi Soft	Vorbildliche Unterstützung der Blue-Byte-Spiele, besonders Siedler 4. Ansonsten wenig.
Take 2	Engagement nur bei einigen Titeln: Maps für Tropico, Editor für Serious Sam, Zusatzburgen und Mini-Kampagne für Stronghold (geplant).
Jowood	Teilweise vorbildlich (kostenloses Addon zu Die Völker 2), gute Unterstützung der Fans von Panzer Elite, ansonsten nichts Besonderes.
Codemasters	Leuchtendes Beispiel bei Operation Flashpoint, ansonsten beinahe überall Fehlanzeige.
Infogrames	Mittelmäßig: Gut bei Patches und Goodies wenig Fan-Support.
Microsoft	Eigentlich gute Unterstützung, leider nur auf der US-Webseite. Deutsche Spieler ohne Englisch-Kenntnisse bleiben außen vor.
Activision	Bei einigen Spielen sehr engagiert (ST Armada, Dark Reign 2), bei anderen nicht.
Eidos	Vereinzelte Levels zum Download, bei Tomb Raider 5 Beratung von Mod-Teams.

Schwarze Schafe

Virgin	International etwas Engagement, hierzulande Fehlanzeige bei Extras.
Koch Media	Fehlanzeige bei Extras.
Fishtank	Fehlanzeige bei Extras.
Modern Games	Fehlanzeige bei Extras.



Auf der schönen Webseite von **Operation Flashpoint** gibt's massenhaft Goodies zum Download.