

Teil 1: Ausstattung, Preispolitik

Servicewüste Deutschland

Wer hat sich nicht schon über mangelhafte Produkte und den Service der Spiele-Hersteller geärgert? Wir untersuchen in einer umfangreichen Serie alle Aspekte des Themas.

Zum Thema »Schlechter Service« erreichten uns zahlreiche Zuschriften von Spielern aus ganz Deutschland. Wir konstruieren daraus mal rasch ein fiktives Bei-

spiel: Stefan Meisterspieler erwirbt in einem Kaufhaus das PC-Spiel XYZ für knapp 90 Mark. Zuhause reißt er die Packung (im DVD-Format) auf und findet neben einer dünnen, 16seitigen Anleitung eine CD und eine Werbepostkarte. Er schiebt die Silberscheibe in sein Laufwerk und installiert das Programm. Beim ersten Start stürzt das Spiel mit der Meldung »Internal Error« ab. Ein Blick in die Anleitung verrät die Nummer der technischen Hotline, die mit der extrateuren 0190 beginnt. Anruf, zwei Minuten Warteschleife, drei Minuten Ge-

spräch, auflegen: Stefan ist gut 15 Mark ärmer und hat keine Hilfe bekommen außer dem Ratschlag, »die neuesten Treiber zu verwenden«. Unverdrossen geht er online und sucht die Webseite des Herstellers. Zwischen Werbetexten und Bannern entdeckt er zwar keinen Patch, aber immerhin ein FAQ (Liste mit häufig gestellten Fragen). Darin steht viel über die Charaktere, die im Spiel vorkommen, aber nichts, was Stefan weiterhilft. Im Forum der Webseite findet sich mehr: Bereits sechs weitere Käufer hatten das gleiche Problem. Ein Forum-

Service-Report

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

Moderator hat auch schon geantwortet: »Habt ihr die neuesten Grafikkartentreiber aufgespielt?«. Stefan schreibt ins Forum, dass er das getan habe und das Spiel dennoch abstürze. Eine weitere Antwort des Moderators erfolgt nicht. Drei Tage später ist das Forum plötzlich geschlossen. Auf Emails an die Support-Adresse kommt keine Antwort. Stefan will das Spiel umtauschen, doch der Händler nimmt es nicht zurück, weil die Packung geöffnet ist.

Teure Bugs

Obiges Beispiel ist ein fiktiver Extremfall, aber schlechte Erfahrungen mit dem Support von Spiele-Herstellern haben schon viele Käufer gemacht. Und dass, obwohl der bei PC-Spielen bitter nötig ist: Nur 18 Prozent unserer Leser haben noch nie Bugs entdeckt (Umfrage in Ausgabe 7/01). Dazu kommt, dass die Titel nicht billiger werden (man denke an den 120 Mark teuren **Train Simulator**), die Packungsausstattungen dafür immer schlechter. Und die kleinen DVD-Boxen beschleunigen offenbar den Trend zur kurzen Anleitung. Dabei präsentieren sich die US-Versionen viel besser ausgestattet: Aufwändige Pappschachteln mit Klapp-Cover und ringgebundener Anleitung sind keine Seltenheit. Um Packungen und Preise soll es in der ersten Folge unserer Service-Serie hauptsächlich gehen; den Themen Hotlines, Webseiten und Produkt-Unterstützung (Veröffentlichung neuer Levels, Goodies, Editoren) widmen wir uns in den nächsten Ausgaben.

Das Ende der Euro-Box

Im Herbst 2000 begann die Euro-Box, die Standard-Pappschachtel, als Spiele-Verpackung zu sterben: Branchenriesen wie EA und Infogrames stellten ihre Produktpalette auf DVD-Boxen um. Zunächst waren es nur wenige Titel, mittlerweile sind die kleinen Packungen überall stark vertreten: von den 30 Spielen aus den Media-Control-Charts vom Juli 2001 sind nur noch 16 in Pappe verpackt. Die Meinungen unserer Leser dazu sind geteilt; während sich manche

über die Platzersparnis im Regal freuen, ärgern sich viele andere. Jens Allroth aus Oldenburg: »Die Pappschachteln sehen einfach besser aus – und bieten mehr Platz für dicke Anleitungen.« Allerdings ist auch eine beleibte Schachtel kein Garant für Handbuchqualität mehr, wie Microsoft bewies. Der **Train Simulator** kommt in einem schönen Karton, hat aber das – unbedingt nötige – Handbuch nur auf CD zum Selberausdrucken. Fast nur noch bei Rollenspielen gibt es zuweilen erfreuliche Überraschungen wie **Ultima 9** oder **Baldur's Gate 2**. Obwohl bei Letzterem trotz schicker Karte auch nicht alles Gold ist, was glänzt: Die Anleitung der deutschen Version schrumpfte, bei gleichem Inhalt, im Vergleich zur US-Variante von 266 auf 152 Seiten – den Optiker wird's freuen. Nette Goodies (beliebiges T-Shirt, Mauspad, Schlüsselanhänger, Karten, Tastaturschablonen) sind mittlerweile nahezu gänzlich ausgestorben.

Gegen Raubkopien

Der Trend zur Spar-Ausstattung geht weiter – die DVD-Boxen sind ebenfalls ein Weg, Kosten zu reduzieren, da sie leichter zu lagern sind und weniger Regalplatz brauchen. Gleichzeitig versuchen einige Firmen, höhere Preise durchzusetzen: EA mit **Black & White** sowie **C&C 3** (knapp 100 Mark), Microsoft mit dem **Train Simulator** (120 Mark) und Vivendi mit **Diablo 2: Lord of Destruction** (65 Mark für ein Add-on) sind da Vorreiter. Da wundert es kaum, wenn Käufer über die lieblos verpackten Programme verärgert sind. Zumal sich nicht wenige Leute noch an früher erinnern können, als Pappaufsteller mit der Tastaturbelegung, Produktionstabellen, Poster oder Landkarten Usus waren. Ärgerlich ist das vor allem, weil deren Produktion nur einen Bruchteil der Gesamtkosten ausmacht: Eine normale Schachtel mit 100seitigem Handbuch und CD im Jewelcase kostet (bei 100.000 Auflage) knapp drei Mark. Gerade im Raubkopiererland Deutschland wäre eine aufwändigere Ausstattung ein Grund für viele, sich statt der gebrannten Kopie das Original zuzulegen. Zumal viele Leute wie unser Leser Frank Happert denken: »Ich könnte jedes Spiel aus dem Internet ziehen, aber tolle Titel wie **Max Payne** kaufe ich – aus Solidarität mit der Entwicklerfirma.« Anstatt diese Einstellung zu belohnen, schauen die Publisher oft auf den letzten Pfennig. Zu kurz

Beispielrechnung

Ein kleiner Publisher macht ein Rennspiel, Verkaufsziel: 50.000 Stück auf dem deutschen Markt.

Verkaufspreis	89,00 Mark
Abzüglich Mehrwertsteuer	14,24 Mark
Abzüglich Händlermarge	21,00 Mark
Abzüglich Distributormarge	9,00 Mark
Bleiben	44,76 Mark
Mal 50.000 Stück ergibt das Einnahmen von	2.238.000,00 Mark
Abzüglich Entwicklungskosten	1.000.000,00 Mark
Abzüglich CD- und Packungskosten	150.000,00 Mark
Abzüglich Marketing, PR, Packungsdesign etc.	300.000,00 Mark
Abzüglich Personalkosten (anteilig)	150.000,00 Mark
Abzüglich sonstiger Kosten (Anwälte etc.)	20.000,00 Mark
Abzüglich Kapitalkosten (Entwicklungsgelder müssen vorgestreckt werden)	120.000,00 Mark
Abzüglich Supportkosten (Patches, Hotline)	100.000,00 Mark
Bleiben	398.000,00 Mark

Verkauft der Publisher statt der angestrebten 50.000 nur 25.000, steht allerdings plötzlich ein Verlust von **727.000 Mark** zu Buche. Um 50.000 Stück zu verkaufen, muss man in Deutschland normalerweise bereits in die Top 5 der Charts kommen – nur wenige Spiele schaffen derzeit diese Marke. Gelingt der Verkauf von 100.000 Stück, kann der Gewinn auf über **2 Millionen Mark** steigen – allerdings sind dann in der Regel Bonuszahlungen an den Entwickler fällig. Zusätzliche Gewinnchancen entstehen durch Budget-Veröffentlichungen oder Verkauf der Aus-



Die deutsche Version von **Ultima 9** mit allem, was in der Packung lag.

Checkliste

Was sollte in einem Handbuch stehen?

1. Installation
2. Konfiguration (mit Bildschirmfotos)
3. Steuerung (möglichst mit Kurzübersicht auf Extra-Blatt)
4. allgemeine Spielbeschreibung
5. Vorstellung der handelnden Personen
6. Background (Story, historischer Hintergrund)
7. Tipps für die ersten Missionen
8. Problembehandlung (technisch und spielerisch)
9. Tabellen (abhängig vom Genre: Einheitswerte, Gebäudekosten, Truppentyp-Werte, etc.)

gedacht: Wenn man den Käufern faktisch genauso viel bietet wie der Raubkopierer, nämlich im Grunde nur eine schlichte CD, wertet man das verkaufte Produkt ab.

Seitenschwund

Doch nicht nur an Goodies sparen die Hersteller, weit ärgerlicher ist die Schwindsucht der Handbücher. Unserer Meinung nach sollte ein gutes Handbuch Installation und Steuerung erklären, die handelnden Figuren (oder Truppentypen) detailliert vorstellen, die Hintergrundgeschichte beleuchten und zudem nett geschrieben sein. Leuchtende Vorbilder waren da etwa **Fallout** oder **Anno 1602**, zu den lieblosen Exemplaren ihrer Gattung gehören die Beipackzettel von

Ausstattung: Tops und Flops

Top:

- | | |
|---|--|
| 1. Ultima 9
(Electronic Arts) | feste Schachtel, 2 Handbücher, Stoffkarte, 8 Schicksalskarten, Pappe mit Tastaturbelegung |
| 2. Arcanum
(Vivendi Universal) | Eurobox, 200seitiges sehr gutes Handbuch, Karte der Spielwelt |
| 3. Patrizier 2
(Ascaron) | feste Schachtel, 150seitiges Handbuch, Farbkarte der Ostsee |
| 4. Baldur's Gate 2
(Interplay) | feste Schachtel, 150seitiges Handbuch, Farbkarte von Amn |
| 5. Operation Flashpoint
(Codemasters) | Eurobox, CD zusätzlich in DVD-Hülle, annehmbares Handbuch (38 Seiten), Pappaufsteller mit Tastaturbelegung |

Flop:

- | | |
|---|--|
| 1. Train Simulator
(Microsoft) | Eurobox, kein Handbuch |
| 2. Alone in the Dark
(Infogrames) | DVD-Hülle, Mini-Handbuch (16 Seiten) |
| 3. Fifa 2001
(Electronic Arts) | DVD-Hülle, Mini-Handbuch (16 Seiten) |
| 4. Blizzard Anthology
(Vivendi Universal) | schöne feste Schachtel, aber keine Handbücher oder Patches |
| 5. Black & White
(Electronic Arts) | DVD-Hülle, mäßiges Handbuch (54 Seiten) |

Aufwändige US-Verpackungen. Besonders zu beachten: Omikron und Thief in der schicken Trapez-Schachtel, Planescape mit Roman und Anno 1602 (!) als Klappbox.



Alone in the Dark 4 oder den meisten Electronic Arts-Sports-Titeln. Während früher 120 vom Projektleiter persönlich geschriebene Seiten keine Seltenheit waren, haben wir bei einer Stichprobe (25 aktuelle DVD-Box-Spiele) einen Schnitt von 35,63 Seiten ermittelt. Und die erklären häufig nicht mal ansatzweise alle Spielelemente. EA hält es etwa bei **NHL 2001** nicht für nötig, die Eishockey-Regeln oder zumindest die in zahlreichen Tabellen verwendeten Abkürzungen zu erläutern. Obendrein sind die DVD-Anleitungen nicht nur dünner, sondern auch kleiner und somit wegen Mini-Schrift schwerer zu lesen. Und die verwendete Sprache würde meist keinen Deutschlehrer entzücken.

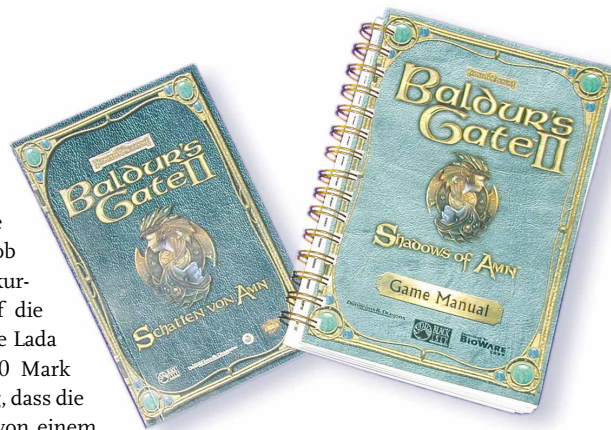
Spiele werden teurer

Auch eine flexiblere Preisgestaltung wird von den GameStar-Lesern immer wieder gefordert, denn noch immer kosten die meisten Spiele gleich viel, egal ob gut oder schlecht, ob lange oder kurze Spieldauer. Übertragen auf die Autowelt wäre das so, als würde Lada einen Kleinwagen für 100.000 Mark herausbringen in der Hoffnung, dass die Käufer es nicht schaffen, ihn von einem Porsche zu unterscheiden. Nur wenige Firmen wagen zuweilen Experimente und bringen einzelne Spiele zu moderateren Preisen heraus, zuletzt Vivendi **Nascar 4** oder Take 2 den Egoshooter **Serious Sam**. »Serious Sam war ein sehr kurzes Spiel – es ist Teil unserer Strategie, die Käufer als Partner zu sehen und nicht als Melkkuh. Viele Gamer haben ein sehr gutes Gespür für Abzock-Aktionen«, meint dazu Take-2-Pressesprecher Markus Wilding. Das ist allerdings eine Ausnahme, allgemein scheint sich der Durchschnittspreis beim Erscheinen eher in Richtung 100-Mark-Grenze zu bewegen. Und vermutlich werden die Preise im Zuge der Euro-Umstellung noch steigen. Wie das aussieht, konnten wir Ende August

live im Kaufhof München beobachten: Alle Etiketten wurden auf Euro umgestellt, mit zum Teil heftigen Aufschlägen. **No One Lives Forever** etwa sprang von 89,95 Mark auf 97,69 (49,90 Euro), **Black & White** von 99,95 auf 103,56 Mark, **Dune 3: Emperor** auf stolze 107,47 Mark. Dabei hat der Hauptverband des Einzelhandels hoch und heilig versprochen, dass die Euro-Umstellung keine versteckten Preiserhöhungen mit sich bringen wird.

Steigende Entwicklungskosten

Allerdings: Spiele sind in der Entwicklung mittlerweile so teuer, dass mit jeder Produktion ein enormes finanzielles Risiko verbunden ist – siehe dazu auch die Beispielrechnung im Kasten auf Seite 59. Viele Publisher, die vor einigen Jahren noch gut dastanden, sind mittlerweile in der Verlustzone, pleite oder wurden aufgekauft. Häufig gibt es neben erfolgreichen Programmen immer wieder Totalflops, die weniger als 10.000 Stück verkaufen. Solche Ausfälle müssen durch Bestseller kompensiert werden; wer mal ein Quartal lang keinen hat, gerät leicht in die Bredouille. Da ist ein bisschen wie in der Musik-Industrie,



Vergleich: Links das deutsche Handbuch von **Baldur's Gate 2** (152 Seiten), rechts die US-Version (266 Seiten) als stabiles Ringbuch.

wo ein Nummer-1-Hit diverse Debütalben und Nischenproduktionen mitfinanziert.

Dennoch zeigt die Rechnung auch deutlich, dass die Herstellungskosten für die Verpackung ein Mini-Posten sind – wenn die Publisher da klotzen würden, anstatt zu kleckern, könnte sich das auch positiv auf die Verkäufe auswirken. Und unvollständige Handbücher sind bei einer Ware, die 90 Mark kostet, gar nicht zu tolerieren: Wir werden uns in Zukunft diesem Aspekt verstärkt annehmen und vor schlechten Anleitungen warnen. **GUN**

DVD Box: Pro und Contra

Pro

»Die Entscheidung seitens der Firma Infogrames, Spiele in DVD-Boxen auszuliefern, ist die Reaktion auf die Wünsche unserer Handelspartner. Bei der steigenden Titelflut stellt sich irgendwann schlicht und einfach die Platzfrage – sowohl in den Regalen im Handel als auch in den Zentrallagern. Eine Eurobox ist ungefähr so breit wie drei DVD-Boxen zusammen. Mittlerweile scheint die DVD-Box für Spiele auch beim Kunden gut anzukommen. Von daher wird Infogrames – wie alle großen Publisher – bei der Umstellung bleiben.«

Felix Krause, PR Manager Infogrames



Contra

»Für Vivendi Universal gilt trotz des allgemeinen Trends bei allen Vollpreis-Veröffentlichungen die Eurobox als Verpackungsstandard. Wir versuchen zudem, wie gerade bei Arcanum geschehen, die Spezialausstattung mancher US-Versionen aufzugreifen. Bei Budget-Titeln hingegen spielt der Preis die entscheidende Rolle – hier ermöglicht uns die günstigere DVD-Hülle, den Verkaufspreis gering zu halten. Unserer Meinung nach schlagen dabei selten klassische Sammler zu, und für den Gelegenheitsspieler mag die platzsparende DVD-Box tatsächlich die passendere Wahl sein.«

Frank Matzke, Marketing Director Vivendi Universal

