

Auf dem Weg zum Massenmarkt?

Spiele für Millionen

Computerspiele boomen, doch hinter den Kulissen der Industrie

brodelt es. Kultprogrammierer verlassen die Konzerne, neue Firmen

entstehen – Gefahr oder Chance für die Branche?

Da mögen Spiele-Gruftis noch so schluchzen – die Ära des einsamen Programmierers ist vorbei. Abgeschildert vom Rest der Menschheit saß so ein Einzelkämpfer einst in dunklen Kellerräumen, blickte monatelang trüben Auges auf den Monitor und tippte Zeile um Zeile Code in die Tastatur. Dann trat er eines schönen Tages vor die Tür und präsentierte dem staunenden Publikum sein neues Meisterwerk. Viele legendäre Software-Schmieden wie Origin oder Bullfrog, in grauer Spielesteinzeit als Ein- oder Zweimann-Freizeitspaß gedacht, sind so entstanden. Die Hobbyklitschen wurden von Großunternehmen wie Electronic Arts schon vor Jahren aufgekauft. Inzwischen existiert eine

schiedenen Konsolensysteme. PC-Spiele sind längst der Freak-Ecke entwachsen und salonfähig geworden. Nicht nur Kids zocken sich durch Fantasywelten voller Monster und böser Orks oder heben mit realistisch umgesetzten Flugzeugen ab. Inzwischen findet wohl jeder Besitzer eines Spiel Ladens reichlich erwachsene Mitbürger unter seiner Stammkundschaft. Nach einer amerikanischen Untersuchung liegen Computerspiele auf Platz zwei der liebsten Freizeitbeschäftigungen – nur knapp geschlagen vom Fernsehen.

Kapitale Pleiten

Trotz aller Erfolge befindet sich die Welt der bunten Bits derzeit im Umbruch,

amerikanische Telefonunternehmen GTE oder die Filmfirmen Time-Warner und Viacom (Paramount/StarTrek), holte sich im Spielesektor schon eine blutige Nase. Alle drei gaben mittlerweile nach größeren finanziellen Verlusten auf. Die Spieleabteilung von Warner schluckte der »Blood & Gore«-Spezialist GT Interactive. Wenig verwunderlich, daß sich auch bei den Multis die Einsicht durchsetzt: Wer mit dem Spaß am PC richtig Geld verdienen möchte, der muß die Regeln des Marktes kennen. Und die lassen sich weder aus dem Verlags-, Film- oder dem verwandten Konsolengeschäft herleiten. Wer an der Kundschaft vorbei programmiert, den drückt die Konkurrenz gnadenlos an die Wand.



Sid Meier arbeitet derzeit am Bürgerkriegs-Strategiespiel »Gettysburg«.

Industrie, die den Kinderschuhen entwachsen ist und höchst professionell arbeitet. Spiele im Wert von etwa 15 Milliarden Mark verkaufen die Hersteller jährlich, und die Kurve zeigt weiter nach oben. Rund 40 Prozent dieses Umsatzes entfällt auf PCs, der Rest auf die ver-

denn eines hat sich gezeigt: Kommerzielle Kassenschlager lassen sich nicht am Reißbrett planen. So mancher im Spielbereich unerfahrene Konzern, wie das

Filmen statt Spielen

Selbst erfahrene Hersteller wie Electronic Arts sind nicht vor kostspieligen Fehlern gefeit. So erlag etwa die EA-Tochter Origin der Versuchung, ihrer Weltraumsaga »Wing Commander 4« aufwendige Filmsequenzen samt teurer Hollywood-Sternchen zu spendieren. Kosten der interaktiven Space-Opera: Satte 18 Millionen Mark. Zwar überzeugte das Programm in spielerischer Hinsicht weitgehend und wanderte allein

hierzulande rund 240.000 mal über die Ladentheken, tauchte bei derart horrenden Kosten aber trotzdem als Verlust in den texanischen Bilanzen auf. Kein Wunder also, daß Origin für den nächsten Seriensproß auf längere Filmgimmicks verzichtet und sich auf vernünftige Missionen und Spielspaß konzentriert



Sid Meier (Firaxis): »Wir konzentrieren uns auf das, was wir wirklich beherrschen.«

– zum Wohle des Kontostandes wie der Fans. Inzwischen geht die Branche zum überwiegenden Teil wieder auf Distanz zum Kinogeschäft, bereits im April letzten Jahres mahnte Virgin-Chef Tim Chaney im englischen Branchenblatt CTW: »Mit interaktiven Filmen läßt sich kein Geld verdienen. Punkt.« Freilich kennt auch er nicht die Antwort auf die Frage, die nach wie vor die Herstellergemüter bewegt: Wie lassen sich neue Käufergruppen gewinnen, ohne daß der Vermarktungsaufwand – Filmstars, teure Dreharbeiten – die Firmen langfristig in den Ruin treibt?

Ein Adventure wie »Ripper« mit Christopher Walken in der Hauptrolle weckt die Neugier von Zeitungen und Nicht-Computer-Magazinen, aber nach allen bisherigen Erfahrungen schlägt sich das kaum in höheren Verkaufszahlen nieder.

Kreative Kündigung

Während die Manager noch immer grübeln, haben die Kreativen längst ihre eigene Antwort gefunden. Und die sah auf den ersten Blick nach Verweigerung aus: In kürzester Zeit reichte eine ganze Reihe der bekanntesten Spieldesigner die Kündigung ein und machte sich selbständig. Sid Meier ließ seinen Vertrag bei Microprose auslaufen und gründete Firaxis, der sich vor kurzem auch »Command&Conquer«-Producer Ed Castillo, eben von Westwood geschieden, anschloß. Peter Molyneux läßt Bullfrog das dritte »Populous« alleine entwickeln – immerhin die Firma, die er einst gegründet hatte und dann an Electronic Arts verkaufte. John Romero trennte sich von id Software und wirbelt seither unter dem Namen Ion Storm Staub auf. Warren Spector, neben Richard Garriott bekanntester Produzent bei Origin und verantwortlich für Klassiker wie die »Ultima Underworld«-Reihe, wechselte über zur verhältnis-

mäßig kleinen Firma Looking Glass. Und auch Chris Roberts brach mit seiner ehemaligen Heimstatt Origin, um sich gemeinsam mit Bruder Erin als Digital Anvil unter der Obhut von Microsoft selbständig zu machen. Allen gemein: Sie hatten genug davon, in ihren Positionen als leitende Manager vor allem über Budgetplanungen und Verwaltungsanträgen zu brüten. Ein Peter Molyneux, Vice President von Electronic Arts, der nicht mehr programmiert, sondern Investitionspläne erstellt? Allein die Vorstellung er-

die jährlichen Sequels entwickeln. »Ich habe kein Interesse daran, Wing Commander 328 zu produzieren«, erklärt Roberts heute kurz und bündig. Die Devise heißt: Endlich unabhängig sein von den Vorgaben der Marketingabteilungen und den Budgetplanungen der Buchhalter.

Neue Teams

Trotz allem sind die Spielestars nicht schlecht auf ihre ehemaligen Konzernherren zu sprechen, sondern nutzen sehr gezielt deren Vorteile. Molyneux unterschrieb erst kürzlich einen Vertriebsvertrag mit der gleichen Firma Electronic Arts, die er gerade verlassen hatte. Auch Sid Meier greift gerne auf die bewährten Strukturen von EA zurück. Doch sobald es ums Kreative geht, kann den neuen



Chris Roberts, Chef von Digital Anvil: »Ich habe kein Interesse daran, WC 328 zu produzieren.«



»Wing Commander 4«: Bis heute eines der **teuersten** Computerspiele.

scheint absurd: Da beschäftigten sich die besten Köpfe der Branche statt mit neuen Spielen vor allem mit Managementarbeiten! Außerdem wollten die führenden Designer-Persönlichkeiten nicht nur von längst eingeführten Programmen

Independents niemand mehr ins Handwerk pfuschen. Wenn Molyneux will, werkelt er an seinem nächsten Geniestreich fröhlich bis in alle Ewigkeit. Die Arbeitsbedingungen gleichen sich weitgehend; John Romeros neue Com-

pany hat beispielsweise drei kleine Teams mit rund sieben festen Mitgliedern gebildet, die jeweils ein Projekt bis zur Fertigstellung entwickeln. Dazu kommen je nach Bedarf weitere freie Mitarbeiter. Sobald die Spiele fertig sind, werden sie an Eidos Interactive übergeben, die sich dann um alles weitere wie Marketing, Werbung und den weltweiten Vertrieb zu kümmern haben. Diese Art der Arbeitsteilung ist mittlerweile typisch in der Spielebranche: Un-

Soviel verdienen die Entwickler

Für ein PC-Spiel legen Sie 80 Mark auf die Ladentheke – aber wieviel davon erreicht den Programmierer? Eine kleine Umfrage in der Branche zeigt es deutlich: Für die eigentlichen Entwickler bleiben keine Unsummen übrig.

Bitte beachten: Je nach den konkreten Verträgen können die einzelnen Beträge deutlich schwanken, die Zahlen geben aber typische Größenordnungen wieder.

Ladenpreis	80 Mark
Mehrwertsteuer	- 12 Mark
Einzelhändler (enthält: Ladenmiete, Personal)	- 15 Mark
Großhändler (enthält: Lagerkosten, Porto, Personal)	- 25 Mark
Distributor (enthält: Personal, Marketing)	- 9 Mark
Herstellungskosten für Verpackung und CD-ROMs	- 6 Mark
für eventuelle Film- oder Sportlizenzen	- 3 Mark
Den Entwicklern verbleiben brutto	10 Mark



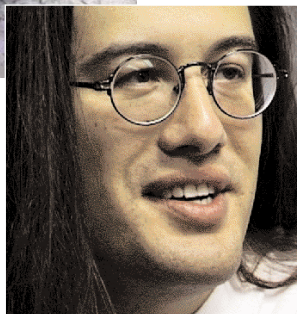
»Daikatana«, das aktuelle Action-Projekt von Romero und Ion Storm.

abhängige und verhältnismäßig kleine Firmen mit Topentwicklern, die sich voll auf das konzentrieren, was sie am besten können. Den Rest übernehmen Konzerne wie Eidos oder Activision, die im Gegenzug die attraktivsten Programme im Angebot haben und ordentlich am Vertrieb verdienen.

Die Dallas-Szene

Auch die Spieleindustrie arbeitet allmählich so, wie es im Film- und Plattengeschäft schon lange bewährt ist. Das Studiomodell Hollywoodscher Prägung zeichnet sich aus durch eine Handvoll relativ großer Firmen, die Spiele finanzieren und vertreiben, aber nur gelegentlich eigene Projekte entwickeln. Vor allem bringen sie die fertigen Titel unabhängiger Firmen an den Mann. Besonders auffällig wird dies am Beispiel der von Insidern »Dallas Inc.« genannten 3D-Ballerszene. Im Umkreis der texanischen Hauptstadt hat sich ein ganzes Nest kleinerer Firmen um die Kultprogrammierer von id Software herum angesiedelt. Obwohl Ritual Entertainment, Ion Storm oder Crack-dot-Com strenggenommen erbitterte Konkurrenten sind, arbeiten fast alle mit der gleichen Quake-Technik, sind teilweise bei den gleichen Majors unter Vertrag, helfen sich untereinander bei Problemen und stehen auch privat in engem Kontakt. Einer der Programmierer mit dem Online-Namen »Levelord« drückt es so aus: »Es ist wie auf dem Fußball-

platz: Erst spielen wir gegeneinander, dann gehen wir gemeinsam einen trinken«. Wenn es darauf ankommt, hält »Dallas Inc.« wie jede gute Familie zusammen. Ausgeprägten Mut zum Risiko kann sich allerdings keiner der neuen Hersteller leisten. Wer setzt schon freiwillig durch unnötige Experimente ein frisch gegründetes Unternehmen aufs Spiel? »Nur ein erfolgreiches Spiel ist ein gutes Spiel« erklärt Romero seine schlichte Philosophie. Folglich setzt er wie die Kollegen auf seine langjährige Erfahrung in einem ganz bestimmten Genre. Seine Spiele reichert er nur spärlich mit gänzlich neuen Ideen an, bedient sich aber ungeniert bewährter Elemente aus Rollenspielen oder Adventures.



John Romero (Ion Storm): »Nur erfolgreiche Spiele sind gute Spiele«.

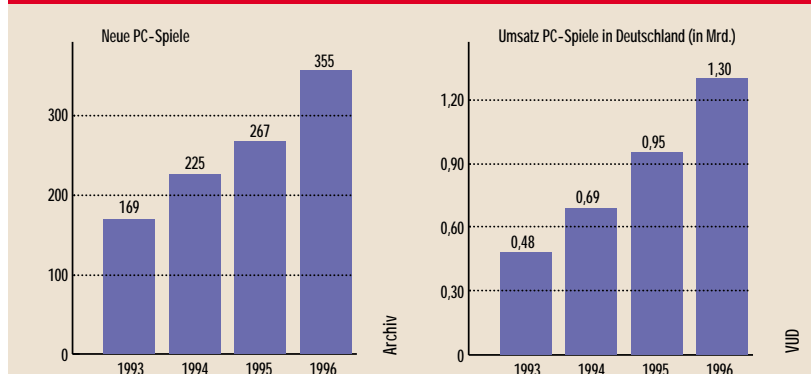
Schöne Aussichten

Die Sturm- und Drangzeit der PC-Spielehersteller scheint fürs erste vorbei. Die Companies sorgen nach dem übersteigerten Wachstum der letzten Jahre wieder für Ordnung in den Firmenbilanzen. Insgesamt tut diese Konsolidierung auf hohem Niveau der Branche gut, allerdings dürfte sie einige kleine, nicht wettbewerbsfähige Firmen vom Markt verdrängen. Wer den Schrott kennt, der immer noch zwischen den echten Perlen in vielen Händlerregalen auf ahnungslose Käufer lauert, kann sich darüber nur freuen. Die Vordenker der Branche setzen verstärkt auf Wachstum durch Spielwitz, und nicht durch publicityträchtige, aber leere Versprechungen. Auch der Wettlauf um neueste Techniken, Ursache für Grafikexzesse mit immer gleichem Spielprinzip, hat deutlich an Tempo verloren. Die Umstellung auf 3D-Beschleunigerkarten ist

zumindest in den Köpfen der Branchen-Insider längst vollzogen. Online- und Internetfunktionen bleiben weiterhin heiß diskutierte Themen. Allerdings dürfte spätestens nach den Protestwellen in Internet-Newsgroups, die LucasArts mit dem einseitig auf Multiplayer zugeschnittenen »X-Wing vs. TIE Fighter« heraufbeschwor, so manchem Hersteller eines wieder einfallen: Die große Mehrheit der Spielgemeinde interessiert sich nach wie vor für überzeugende Solomodi.

ps

Zahlen: Der deutsche Markt



Im kurzen Zeitraum von nur vier Jahren hat sich sowohl die Zahl der Neuerscheinungen als auch der Umsatz bei den PC-Spielen **mehr als verdoppelt**.