

Der bunte Rebell

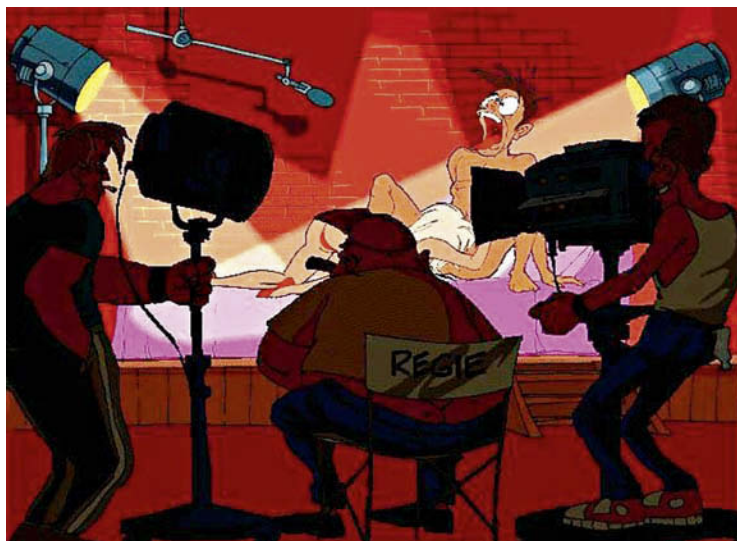
Die CDV-Story

Von Shareware, Sex-CDs und Sudden Strike: Als kleines badisches Unternehmen entwickelte sich CDV vom Diskettenvertrieb zeitweise zum größten deutschen Spiele-Publisher. Ihr Schmuttelimage wurde die ebenso abenteuerlustige wie ungewöhnliche Firma nie ganz los, inzwischen ist sie pleite. Ein Rückblick.

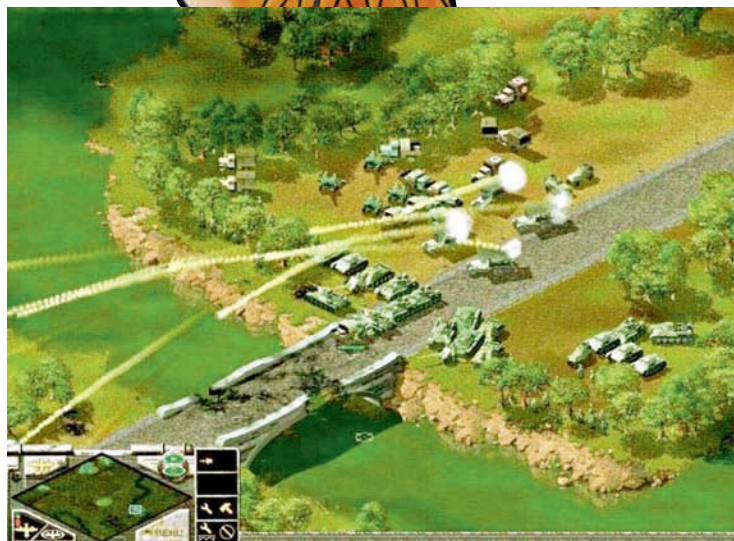
Als Wolfgang Gäbler und Christina Oppermann 1989 in Karlsruhe ihr Unternehmen mit dem sperrigen Namen »Computerdiskettenvertrieb« gründen, hat in Deutschland kaum jemand Internet, und in den Läden stehen nur Spiele von großen Anbietern. Kleine Entwickler und Hobbyprogrammierer setzen dagegen auf das Shareware-Konzept: Einen Teil der Software gibt's kostenlos, nach einer Probefrist muss der Rest bezahlt werden. Gäbler und Oppermann speichern solche Shareware auf Disketten und schicken Sie mit der Post durch die Republik, auf Katalogbestellung und gegen Gebühr. So beginnt die Geschichte von CDV. Der Diskettenversand ist für Gäbler eigentlich nur ein Nebenverdienst während seines Physikstudiums. Aber das Geschäftsmodell erweist sich als so erfolgreich, dass sich die Weiterführung lohnt. Weil CDVs Kundenkartei wächst und Mitte der 90er die CD als neues Medium auftaucht, lohnt sich bald ein weiterer Geschäftszweig: der Vertrieb erotischer Bildersammlungen. Lange vor dem Aufkommen der Internetpornografie ist das ein lukrativer Markt. Schon in jenen Tagen

zeichnet sich CDV durch eine Firmenphilosophie aus, die untrennbar mit dem Erfolg der Firma verbunden bleiben wird, aber auch mit ihren Fehlritten: Das kleine Unternehmen kennt keine Berührungssängste, nimmt alles ins Programm, was Potenzial besitzt. Das Portfolio erstreckt sich von Shareware über Sexbildchen bis hin zu Lernsoftware.

CDV profitierte wie kaum eine andere Firma davon, dass der Software-Markt der Neunziger etwas von einem Abenteuer-spielplatz hatte, auf dem der Mutige hochklettern konnte. »Die Jahre '96 bis '98 waren die spannendste Zeit«, erinnert sich Claudia Rieflin, anfangs persönliche Assistentin des CDV-Chefs Wolfgang Gäbler, später



CDVs erster Auftritt als Publisher: die frivole Wirtschaftssimulation **Wet: The Sexy Empire** (1997).



Im Jahr des Börsengangs landet CDV mit **Sudden Strike** einen gewaltigen Verkaufserfolg.

Pressesprecherin des Unternehmens. Da ist CDV bereits einige Zeit als Publisher im Spiele-sektor aktiv, wieder mit einem glücklichen Händchen in einer vermeintlichen Nische: Die Firma hatte sich den Deutschland-Vertrieb der beiden id-Software-Shooter **Doom** und **Doom 2** sowie von **Duke Nukem 3D** (1996) gesichert, die aus der Shareware-Ecke kamen und den Massenmarkt aufrollten. Der Duke katapultiert die Karlsruher schließlich ins Rampenlicht. Ist man zuvor oft als Shareware-Klitsche verschrien und nicht selten belächelt worden, macht CDV nun von sich reden. Und lotet nebenbei noch die Grenzen des Jugendschutzes aus: Alle drei Shooter werden in Deutschland bald nach Erscheinen indiziert.

Aufbruchsstimmung

Trotz des wachsenden Erfolgs ändert sich am Charakter der Firma zunächst wenig, das Arbeitsklima bleibt familiär, die Hierarchien flach. Die Mitarbeiter hängen an der Firma. Allerdings hinkt die Professionalisierung der Geschäftsentwicklung hinterher, 1995 steckt die Pressearbeit bei CDV noch in Kinderschuhen. Als man dann beginnt, sich aktiv um Kontakte zu den Fachmedien zu kümmern, tut man es dafür umso intensiver. Ob IFA, ECTS, Frankfurter Buchmesse oder Cebit – die Karlsruher sind überall vertreten, wenn auch oft mit bescheidenen Mitteln. Auf der ersten E3 mit eigenem Stand, 1997, quetscht sich CDV in die letzte Ecke des Kellers. Um nicht ganz in der Masse zu versinken, schmuggeln die Mitarbeiter verbotenerweise eine Flasche mit Helium ins Messegebäude, um mit einem Ballon auf sich aufmerksam zu machen. Die unorthodoxe Arbeitsweise mit einem Hauch von Rebellion entspricht noch dem Lebensgefühl der Branche, in der Verträge schon mal mit einem Smiley unterschrieben werden. »Der Erfolg lag wohl daran, dass die Chemie stimmte zwischen den T-Shirt-Trägern von Epic Megagames, Apogee und CDV«, erinnert sich Claudia Rieflin. »Das waren kleine Garagenfirmen, irgendwelche Typen, die da in ihren ungewaschenen Klamotten saßen und deren Autos

Die Entwicklung der CDV-Aktie



größer als ihre Büros waren. Das hat irgendwie gepasst. Es war ein bisschen anarchisch.«

Lula

Anarchisch geht es weiter. Hat sich CDV bis dato auf den Vertrieb von Erotiksoftware beschränkt, so tritt die Firma 1997 mit der in der Pornobranche angesiedelten Wirtschaftssimulation **Wet: The Sexy Empire** erstmals als Publisher auf. Das Spiel begründet eine ganze Reihe von Titeln um die Klischeeblondine Lula, die um die Jahrhundertwende zu einer der Ikonen des deutschen Spielemarkts aufstieg. Dass man sich an die leicht anrühige Thematik überhaupt herantraut, liegt an der Hartnäckigkeit des Firmengründers. Wolfgang Gäbler ist überzeugt vom Potenzial des Titels und boxt das Projekt durch – gegen die Sorgen mancher Kollegen, man könnte sich mit **Wet** ins Abseits manövrieren, ja lächerlich machen. Tatsächlich gibt es hässliche Reaktionen. Andererseits schafft es CDVs virtuelles Busenwunder sogar in das Magazin Stern, in dem ein Redakteur Einblicke in seine Gefühlswelt bezüglich der Desktop-Schönheit gibt. Mit ihrer Freizügigkeit sorgt die **Lula**-Reihe darüber hinaus für internationale Publicity. Vor

allem nordamerikanische Medien zeigen großes Interesse am spielerischen Tabubruch.

Börsengang

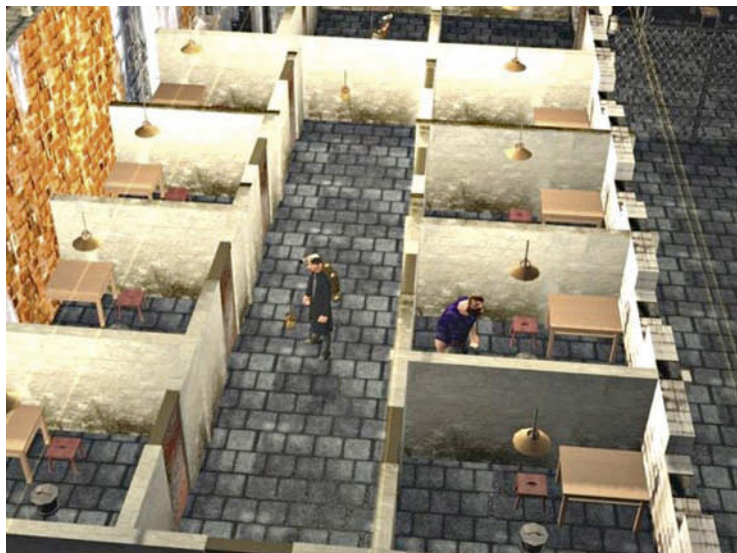
Nicht nur CDV setzt gegen Ende der Neunziger seinen Erfolg fort, der gesamte Datenbereich boomt, die Deutsche Börse führt 1997 mit dem Neuen Markt sogar ein eigenes Segment für Informationstechnologie und weitere »Zukunftstechnologien« ein. Dort lockt eine Menge Kapital. Es ist eine Zeit, in der viele mittelgroße Softwarefirmen in Deutschland einen Börsengang erwägen, so auch CDV. Die Geschäftsleitung zögert, innerhalb der Firmenführung gibt es heiße Diskussionen. Wolfgang Gäbler fürchtet den Kontrollverlust, den eine Aktionärsbeteiligung unweigerlich nach sich zieht, er will die Unabhängigkeit der Firma bewahren. Doch zum einen besteht die Gefahr, dass die Konkurrenz an die Börse geht und mit dem gestiegenen Kapital interessante Titel besetzt. Zum anderen erscheint das Portfolio vielversprechend. Bei CDV ist man sich sicher, mit dem Strategiespiel **Sudden Strike** einen Hit auf der Pfanne zu haben (was sich als richtig erweist); dass dazu mit **Cossacks: European Wars** ein Überraschungserfolg kommen wird,



Das Echtzeit-Strategiespiel **Cossacks: European Wars** ist der zweite große Erfolg des Jahres 2000.



Das sperrige Online-Rollenspiel **Neocron** kann sich 2002 trotz insgesamt guter Qualität nicht durchsetzen.



Partys, Lizenzchickhack, aber kein Spiel: **Escape from Alcatraz** erscheint nie, der Entwickler schließt 2004.



Strategie funktioniert immer: Mit **Blitzkrieg** setzt CDV im Krisenjahr 2003 seinen Erfolg im Genre fort.

ahnt aber noch niemand. Am 17. April 2000 wagt CDV schließlich den Schritt an die Börse, letztendlich als eine von doch nur einer Handvoll deutscher Spielefirmen. Der Emissionspreis der Aktie liegt bei 45 Euro. Vorbereitet hat den Börsengang maßgeblich Christoph Gerlinger, heute Geschäftsführer bei Frogster, dem Publisher von **Runes of Magic**.

Hand in Hand mit dem Börsengang geht ein Strategiewechsel: Die CDV Software Entertainment AG verfügt nun über genügend Kapital, um den Unternehmensschwerpunkt auf die Eigenproduktion von Spielen zu verlagern. Diese Entscheidung beruht nicht nur auf den guten Marktchancen für Unterhaltungssoftware, sondern auch auf der Passion Gäblers. »Die Firma war so breit aufgestellt, man könnte auch sagen: verzettelt, dass er mit dem Börsengang in alle möglichen Richtungen hätte gehen können«, beschreibt Martin Löhlein, damals Entwicklungsleiter bei CDV.

Aber auch innerhalb des Spielesegments herrscht weiterhin buntes Treiben. Einerseits bestätigt **Wet: The Empire Cums Back** 1999 das leicht schmutzige Image von CDV, an-

dererseits überrascht **Sudden Strike** die Branche mit seiner hohen Qualität. Das vor allem international erfolgreiche Strategiespiel ist nicht nur wirtschaftlich ein Meilenstein, sondern belegt auch erneut CDVs Bereitschaft, Grenzen zu überschreiten. Zum ersten Mal können Spieler im Zweiten Weltkrieg die deutsche Seite steuern – und gewinnen. Das bringt die Jugendschützer auf den Plan, der Hersteller muss seinen Titel in einer Anhörung vor der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften (der heutigen BPjM) verteidigen.

Die Bilanz des Börsengangs fällt durchweg positiv aus: Im Jahr 2000 verdoppelt sich der Umsatz von 1999 auf gut 14 Millionen Euro, das folgende Jahr setzt den Erfolg fort – und das, obwohl bereits im März 2000 die Dot-com-Blase platzt und Dutzende deutsche Software-Unternehmen in den Untergang reißt. Im Geschäftsbericht 2000 darf sich die CDV AG größter deutscher Publisher im Vollpreissegment nennen. Die Gründung einer amerikanischen Tochtergesellschaft unterstreicht den internationalen Anspruch des Konzerns, für deutsche Spielefirmen bis heute

ein ebenso symbolträchtiger wie riskanter Schritt. CDV hat seinen Zenit erreicht.

Viele Köche ...

Mit dem Börsengang kommt das Kapital der Aktionäre, aber auch der Druck, so viele Titel wie möglich zu produzieren. Man will schnell wachsen. Der Markt ist dabei das geringste Problem, denn auch mit Top-20-Titeln lässt sich im starken deutschen PC-Segment gutes Geld verdienen. Allerdings fehlt es an Entwicklern, um die Projekte umzusetzen, und an erfahrenen Produzenten, um sie zu betreuen. Da die meisten bekannten Studios bereits bei großen Publishern unter Vertrag sind, arbeitet CDV mit kleineren osteuropäischen Entwicklern zusammen. So wird **Cossacks** von GSC Gameworld entwickelt, lange bevor das Studio mit der **Stalker**-Reihe Bekanntheit erlangt. Noch kniffliger ist die Lage bei den Produzenten. Es gibt nur wenige erfahrene Kandidaten, der Arbeitsmarkt ist leergefischt. Für internationales Personal ist Deutschland nicht attraktiv, weil kaum Gelegenheit besteht, mit namhaften Teams zusammenzuarbeiten.



Der Ego-Shooter **Breed** ist ein ambitioniertes Projekt, leidet aber unter internen Querelen beim Entwickler.



Die Reihe **Codename: Panzers** trägt 2004 und 2005 mit dazu bei, CDV in den schwarzen Zahlen zu halten.

CDV hat zwar das Kapital, aber nicht die personellen Kapazitäten, um es optimal einzusetzen. Also weniger Projekte starten? Das müsste der Vorstand vor den Aktionären rechtfertigen. So kommen schließlich auf einen Produzenten fünf bis sechs Titel. Die Mentalität, möglichst viele interessante Titel ins Programm aufzunehmen, bleibt auch der Aktiengesellschaft CDV erhalten. »Das Problem war wahrscheinlich, dass sich die Firma mit dem Börsengang zu wenig verändert hat. Es blieb immer noch sehr lange das Gefühl eines mittelständischen, ja eines Familienbetriebes«, erläutert Martin Löhlein. »Man hätte sich auf weniger Titel beschränken müssen und nicht alles machen sollen, was Potenzial hat, sondern nur so viele Produkte, wie man stemmen kann. Und zwar nicht nur finanziell, sondern vor allem personell.« In den Jahren nach dem Börsengang hat CDV zwar ständig weit über ein Dutzend Spiele in Arbeit, viele erscheinen jedoch mit großer Verzögerung oder werden überhaupt nicht fertig. »Von sechs Ankündigungen sind fünf im Sande verlaufen. Ich habe große Pressepartys gemacht für Spiele, die nie rauskamen, zum Beispiel **Escape from Alcatraz**«, erzählt Claudia Rieflin.

Spieleentwicklung ist für Publisher ein Vorschussgeschäft, sie frisst beständig Kapital. Je länger sich ein Titel verzögert, desto teurer wird er. Die Interessen von Publisher und Entwickler sind dabei oft unterschiedlich. Während der Publisher einfach ein Produkt will, das er planbar vermarkten kann, ist dem Entwickler daran gelegen, sich mit einem möglichst guten Spiel für die internationalen Konzerne zu qualifizieren. Dazu kommt nach der Jahrtausendwende ein insgesamt härter werdender Wettbewerb. Unter die Top 20 zu gelangen, reicht schon bald nicht mehr aus, es sollten schon die Top 10 sein.

Vor diesem Hintergrund gerät CDV 2003 erstmals in große finanzielle Schwierigkeiten. In der Bilanz stehen elf Millionen Euro Verlust, die ersten betriebsbedingten Kündigungen folgen. Dabei hatte man zwischen 2000 und 2002 noch im großen Stil eingestellt und die

Mitarbeiteranzahl in diesem Zeitraum auf knapp 160 mehr als verdoppelt. Nun müssen einige Dutzend Mitarbeiter wieder gehen. Der Umgang mit den Angestellten ist dabei nicht immer korrekt. Manch ein Mitarbeiter findet nach der Zigarettenpause die Kündigung kommentarlos auf dem Schreibtisch. Das Betriebsklima verschlechtert sich insgesamt.

Ganz normaler Wahnsinn

Strukturelle Probleme erschweren währenddessen weiterhin die alltägliche Arbeit. Es gibt Kommunikationsschwierigkeiten mit den Entwicklern, man redet oft aneinander vorbei. Im Fall von **Lula 3D** ist lange nicht klar, wohin die Reise genau gehen soll: Adventure, oder doch lieber **Tomb Raider** in nackt? Die Unternehmensführung formuliert ihre Erwartungen nicht deutlich, es geht ihr oft mehr um Details als um grundsätzliche spielerische Fragen. Zudem verwendet das unterbesetzte Entwicklerteam mit der Vulpine-Engine ein zwar leistungsfähiges, aber noch nicht marktreifes Grafikgerüst. Als **Lula 3D** 2005 erscheint, kann es spielerisch nicht überzeugen. Und es kommt zu spät: Die Zeiten, in denen nackte Tatsachen für großes Publikum gesorgt haben, sind längst vorbei.

Auch ein weiteres großes Projekt scheitert, wenngleich aus anderen Gründen. Ein Jahr zuvor hat sich CDV mit dem Ego-Shooter **Breed** ins millionenschwere Action-Geschäft vorgekämpft, allerdings ohne die nötige Entschlossenheit. »Wenn man in die Blockbuster-Schiene will, muss man bereit sein, es mit aller Konsequenz zu tun. Das kostet richtig viel Geld«, urteilt der Entwicklungsleiter Martin Löhlein. »Da reicht es dann nicht, wenn der Entwickler sagt, es kostet so und so viel, und der Publisher pocht dann darauf, dass der Rahmen eingehalten wird. Man muss im Zweifelsfall Leute selbst vor Ort einsetzen, man muss bereit sein, draufzulegen.« Interne Schwierigkeiten beim Entwickler Brat Designs sorgen dafür, dass das ambitionierte Projekt letztlich unfertig veröffentlicht wird. Der **Halo**-Killer in spe geht trotz innovativer Ansätze im Markt unter. Einen Produzenten hatte der Publisher nur sporadisch

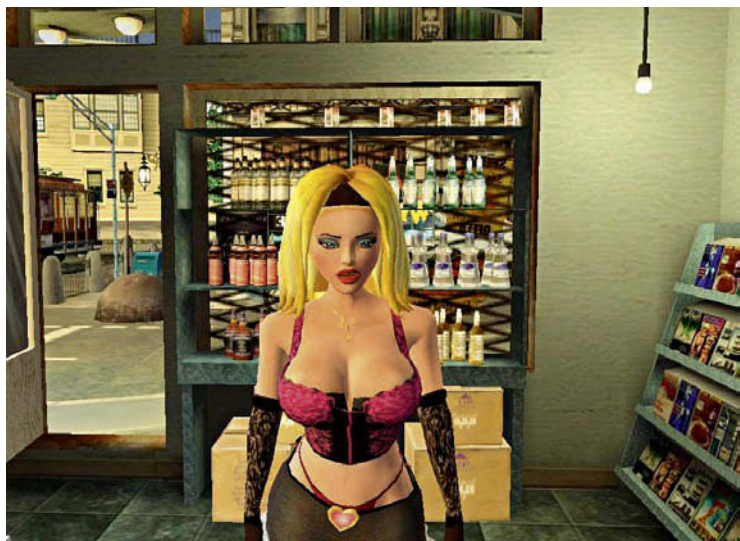
vor Ort, die Betreuung war unzureichend. Auch **Cossacks 2** kann die hohen Erwartungen nicht erfüllen. Dennoch muss CDV 2004 und 2005 keinen Verlust ausweisen und kann mit der **Codename: Panzers**-Reihe sogar eine recht erfolgreiche Strategieserie etablieren.

Ende und Insolvenz

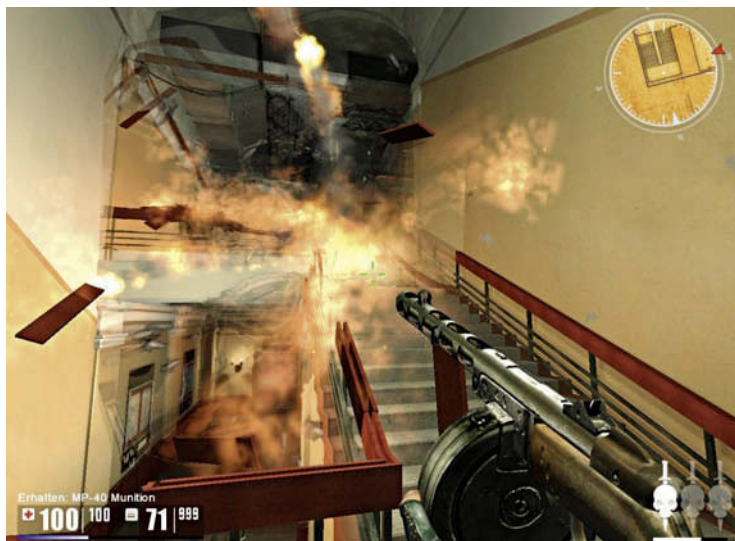
2006, drei Jahre nach der ersten Krise, folgt dann ein erneuter Absturz. Weder der provokante, durchschnittliche Shooter **Übersoldier** noch das Aufbauspiel **Die Römer** kann die Erwartungen erfüllen, andere Spiele verschieben sich – die alten Probleme. CDV macht wieder Verlust, gut 8 Millionen Euro sind es diesmal. Das Unternehmen ist überschuldet, kann dies jedoch durch ein Nachrangdarlehen ausgleichen. Zuvor hat man bereits die Rechte an den vielversprechenden Titeln **Panzer Tactics**, **Warfront: Turning Point** sowie **Jack Keane** auf die GDD Games Development and Distribution GmbH übertragen. 2007 sinkt das Grundkapital von CDV auf ein Achtel des Ursprungswerts – der ehemals größte deutsche Publisher ist nur noch ein Schatten seiner selbst. Er zieht sich endgültig in den Vertriebs zurück. Als Spieleproduzent ist CDV damit bereits Geschichte, man verdient sein Geld wieder mit dem Etikettieren von Datenträgern.

Zwar kann sich das zurechtgestutzte Unternehmen in den Jahren darauf kurzzeitig erholen und ausgerechnet mit der Konsolenfassung von **Sacred 2**, dem Sargnagel des 2009 geschlossenen Konkurrenten Ascaron, einen Erfolg feiern. Mit der kreativen Arbeit früherer Tage hat das neue CDV jedoch nicht mehr viel gemein. Nachdem es 2009 mit **Cryostasis**, **Necrovision** und **Men of War** gute, aber wenig erfolgreiche Titel auf den deutschen Markt brachte, wird es schließlich von der Vergangenheit eingeholt. Der US-Publisher Southpeak Interactive hat Forderungen gegen CDV erworben, um damit eigene Verpflichtungen, die 2009 Gegenstand eines Rechtsstreits mit CDV waren, auszugleichen. Am 12. April 2010, nach 21 Jahren, meldet CDV Insolvenz an. Die Aktie liegt bei 50 Cent.

SD



Bei **Lula 3D** verhindern immer neue Änderungswünsche und Abstimmungsschwierigkeiten einen Erfolg.



Wieder Zweiter Weltkrieg, diesmal als Shooter: **Übersoldier** bleibt 2006 hinter den Erwartungen zurück.