



Leserbriefe

In aller Ausführlichkeit

► Ich muss dem Leserbrief von Peter Peinelt in Ausgabe 08/2012 mit Nachdruck widersprechen. Gerade die ausführlichen und detaillierten Artikel sind meiner Meinung nach wichtig! Zum einen kann man so schon Monate vor dem Erscheinen des Spieles relativ sicher einschätzen, ob es einem die 30 bis 60 Euro wert ist. Und zum anderen steigert es bei den großen Berichten (wie etwa Diablo 3, Skyrim oder Anno 2070) die Vorfreude auf das Spiel um 200 Prozent. Also hört bitte bloß nicht auf mit euren großartigen, ausführlichen Artikeln!

Georg Hofmann

Gewalt in Spielen Immer mehr Effekthascherei

► Mir ist aufgefallen, dass Gewalt immer mehr als Effekthascherei und »Feature« eingesetzt wird. Man hat regelrecht das Gefühl, dass ganz konkret eine Zielgruppe von Jungs so um die 15 Jahre angesprochen werden soll, die sich in Spielen abregieren wollen. Irgendwie finde ich diese Entwicklung bedenklich. Schließlich besteht der kommerzielle Markt von Actiontiteln ja nicht nur aus Jugendlichen, und mich persönlich stört solch extreme Gewaltdarstellung. Warum werde ich als Käufer also ignoriert? In seinem Vorwort zu den Titeln der E3 erwähnt Michael Graf das Thema Gewalt kurz als eben jene Effekthascherei. Aber: Nach dieser Aussage relativiert er sofort und stellt sicher, dass bloß niemand denkt, er habe etwas gegen Gewaltdarstellung. Warum? Ist es peinlich, ungewöhnlich, lächerlich oder zu »soft«, wenn man keine Gewaltexzesse sehen möchte, sondern wenn einem schlichtere Sterbesequenzen reichen?

Christian Kupsch

◀ Es ist weder peinlich noch lächerlich, es ist einfach Geschmackssache. Ich persönlich mag ebenfalls keine Splatter-Filme und -Spiele, bin mir aber durchaus bewusst, dass sie viele Fans haben. Und das ist auch durchaus okay, Gewaltdarstellung kann und darf ein Teil von Erwachsenenunterhaltung sein. Was etwa wäre die Matrix-Trilogie ohne ihre Zeitlupen-Schießereien, die letztlich auch nichts anderes sind als ästhetisierte Gewalt? Was mich auf der diesjährigen E3 gestört hat, ist das stumpfe Blutkonzert, mit dem die Entwickler von ihrer Innovationsarmut ablenken wollen. Sie reduzieren das eigene kreative Können vielfach auf immer effektvollere Kopfschüsse. Und das ist erbärmlich.

Michael Graf

Artikellängen

Kürzere Artikel, dafür mehr

► Auf eure Nachfrage in der letzten Ausgabe hin spreche ich mich klar für kürzere Preview-Artikel aus. Selbst wenn es ein Spiel ist, auf das ich mich seit Jahren freue, finde ich die Artikel teilweise zu lang. Warum nicht auch kleineren, unbekannteren Spielen und Tests mehr Text spendieren?

Daniel Zehner

Zu viel des Guten

► Meiner Meinung nach sollten Previews kurz und prägnant sein, um eben den Preview-Charakter und damit auch den etwas »mystischen« Teil der Spielvorstellung zu unterstreichen. Zumal ich glaube, dass man auch die Leserschaft eher zufrieden stellt, wenn man als Spielmagazin nicht jeden noch so kurzen Call-of-Duty-Trailer zu einem zehneitigen Analyseartikel aufbläst.

Antonio Günther

Weniger Previews, mehr Tests

► In bin klar für mehr, dafür kleinere Tests. Insbesondere in einer Zeit, in der die Anzahl erscheinender PC-Spiele gefühlt stark zurückgeht, finde ich es wichtig, möglichst über alle Titel zumindest kurz informiert zu werden. Der Hauptgrund, warum ich GameStar abonniert habe, ist, immer über das aktuelle Angebot an Titeln Bescheid zu wissen. Ich spiele auch gerne etwas exotische Spiele, was aber nur geht, wenn ich von ihrer Existenz weiß.

Roman Vetter

Immer weniger Zeit

► In Zeiten von Micro-Blogging und Twitter sind es die Menschen gewohnt, eher kurze Texte zu lesen als Zehn-seitige Berichte. Ich verfolge eure Zeitschrift schon seit über zwölf Jahren, erst als Schüler, dann als Student und nun als Berufstätiger. Meine Freizeit ist dabei kontinuierlich weniger geworden. Für 10-Seiten-Artikel fehlt mir schlicht die Zeit. Eine halbe, ganze oder zwei Seiten kann man immer mal zwischenschieben, für zehn muss man sich die Zeit aber explizit nehmen.

Michael Döpjohann

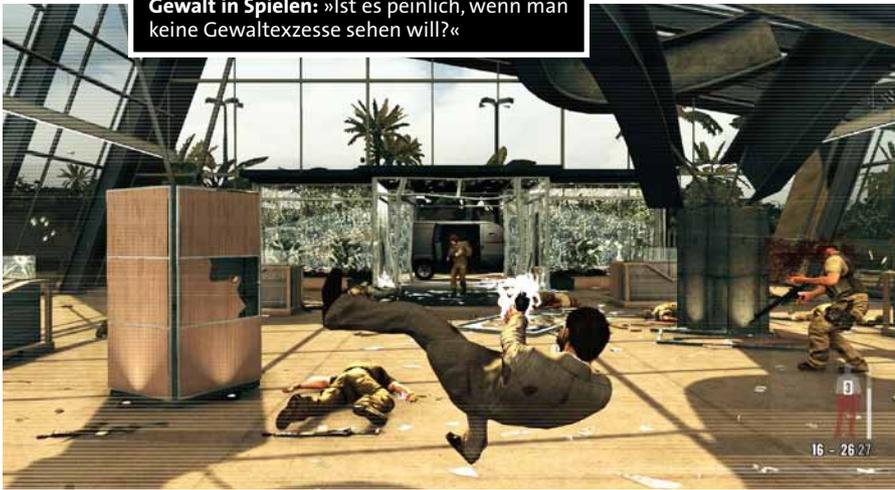
Spiele-Distribution Spiele als Service?

Was an Steam ist denn bitte einfacher und bequemer als der alte Weg: CD rein, installieren, spielen? Ich möchte nicht von einem Online-Dienst abhängig sein, um mein Single-Player-Offline-Spiel zu spielen. Und ich möchte meine Spiele(lizenz) auch wieder verkaufen können, wenn ich sie nicht mehr will. Ein weiterer Schritt in der Entwicklung der Computerspiele ist das jedenfalls nicht. Wenn ich das im Editorial lese, kann ich nur mit dem Kopf schütteln. Die Käufer laufen den Firmen weg, weil sie nicht derartige Hindernisse beim Spielen wollen. Doch das Einzige, was den Publishern einfällt, ist noch mehr solcher Gängelungen einzubauen. Ich möchte keine Spiele als Services. Ich möchte Spiele haben, die ich auch spielen kann, ohne vorher einen Lebenslauf auszufüllen oder meine Netzleitung aufzurüsten und dann zu hoffen, dass die Server funktionieren. Ich denke, wenn es wieder mehr Spiele à la »Verpacken und 45 Euro draufschreiben« gäbe, hätte der PC-Spiele-Markt eher eine Zukunft als mit den aktuellen Modellen.

Chefe7 (via GameStar.de)



Gewalt in Spielen: »Ist es peinlich, wenn man keine Gewaltexzesse sehen will?«



Kontobindung Nun auch bei Adventures

► Ich habe von Edna bricht aus bis Deponia alle Adventures von Daedalic sofort nach Erscheinen gekauft. Zum einen weil die Spiele wirklich genial sind und mir viel Freude bereiten. Zum anderen waren es noch einige der wenigen Titel, die kein DRM hatten. Mit Satinavs Ketten geht diese Tradition zu Ende. Es ist das erste Adventure von Daedalic, das ich mir nicht kaufen werde. Der Grund ist die Bindung an Steam. Wahrscheinlich ist das heute unumgänglich, um Erfolg bei einem Spiel zu erzielen. Doch ich sehe es nicht ein, viel Geld für ein Spiel auszugeben und es dann an ein Konto zu binden. Bei Nichtgefallen oder technischen Problemen ist mir der Weiterverkauf nicht mehr möglich. Naja, das Ganze hat natürlich auch eine positive Seite: Ich spare viel Geld, weil ich kaum noch Spiele kaufe.

Andreas Möller

Werbung Ireführendes Layout

► Ich bin ein langjähriger Leser eures Magazins und es ist mir immer eine besondere Freude, wenn ich eure Zeitschrift in meinem Briefkasten finde. In letzter Zeit finde ich allerdings immer häufiger Werbung, die in ih-

rer Aufmachung stark an eure Tests angelehnt ist. So habt ihr zum Beispiel in der Ausgabe 07/2012 eine doppelseitige Anzeige für Aion (Seite 46/47), die in ihrem Layout sowie der Schreibweise beinahe als Test daher kommt (inklusive GameStar typischer, leicht humoristischer Überschriften). Der Sinn dieser Aufmachung ist offensichtlich, einem unaufmerksamen Leser vorzugaukeln, es handele sich hierbei um einen legitimen GameStar-Artikel. Nun ist mir natürlich klar, dass Werbung zur Finanzierung des Heftes notwendig ist. Allerdings geht solch vorsätzlich irreführende Werbung meiner Meinung nach einen Schritt zu weit und hat in einem seriösen Magazin nichts zu suchen.

Markus Sommer

◀ Die genannte Aion-Werbung ist als Anzeige gekennzeichnet und weicht gestalterisch deutlich von einem GameStar-Artikel ab – von der anderen Schriftart über das Spiellogo als Überschrift bis hin zu den fehlenden Meinungs- und Wertungskästen. Es ist also klar erkennbar, dass es sich nicht um einen redaktionellen Beitrag handelt. Diese Werbeform ist in seriösen Zeitungen und Magazinen übrigens bereits seit langem üblich, beispielsweise auch im Spiegel und in der Zeit.

Michael Trier

So erreichen Sie uns

- Per Post: IDG Entertainment Media GmbH, GameStar-Leserbrief, Lyonel-Feining-Str. 26, 80807 München
- Oder per E-Mail an: brief@gamestar.de Bitte achten Sie darauf, bei Briefen und E-Mails Ihren vollständigen Namen und Ihre Postadresse anzugeben.
- Bei Fragen zur GameStar-DVD schreiben Sie bitte an dvd@gamestar.de
- Beschädigte DVDs werden unter folgender Adresse umgetauscht: GameStar Leserservice, Tel.: 0711/7252-275, Fax: 0711/7252-377, E-Mail: shop@gamestar.de. Dort können Sie auch formlos ältere GameStar-Ausgaben nachbestellen – einfach die Ausgaben-Nummer angeben und die Rechnung abwarten.

Die Redaktion Hamburger Bier in München

► Ich lege heute meine DVD der aktuellen GameStar-Ausgabe rein und denke mir: »Hey, ich schaue mir mal die neue Redaktions-Folge an.« Dann ab Minute 0:57 sehe ich es: Es ist klein, es ist rot, es sieht zum Anbeißen lecker aus. Stand da wirklich eine Astra-Rotlicht-Bierflasche auf dem Schreibtisch hinterm Monitor? Bei euch in München ein Kult-Getränk aus Hamburg? Wenn das stimmt, steigt ihr bei mir im Ansehen nochmal eine Stufe auf! Das Bier ist das Leckerste, was ich je getrunken habe.

Johannes Gierloff

◀ Gut gesehen, das ist tatsächlich eine Flasche Astra-Rotlicht-Bier, original mit dem roten Ankerherz auf dem Etikett. Dieses lokalpatriotische Getränk hat uns der Hamburger Publisher Dtp mal mitgebracht, als er uns in der Redaktion besucht hat. Mit dabei hatte das Team auch eine Portion Labskaus. In einer Konservendose. Anders als beim Bier haben wir uns da aber nicht getraut, sie zu öffnen.

Daniel Matschijewsky

Fehler!

Nach dem Aktenvernichtungs-Skandal im Bundesamt für Verfassungsschutz im Juli werden immer mehr Stimmen laut, die behaupten, dass es nun auch in der GameStar-Redaktion zu Vertuschungsaktionen gekommen sei. Branchen-Insider wollen erfahren haben, dass jede Menge fehlerhafter Artikel und Videos kurzerhand zerschreddert oder von den Redakteursfestplatten gelöscht worden sind. Nun hat man unabhängige Aufklärer beauftragt, die Täter auszumachen und ihre Fehler an brief@gamestar.de zu melden.

Es dauert nicht lange, bis Henner Schröder, knallharter Skandal-Aufdecker, eine hektisch hechelnde Petra Schmitz im Keller des IDG-Gebäudes ausmacht, als sie gerade die Hall of Fame zu Max Payne panisch durch den Aktenvernichter zu drücken versucht. Darin behauptet die Actionspezialistin nämlich, Remedys Klassiker von 2001 wäre das allererste Spiel überhaupt gewesen, das auf Zeitlupe-Ballereien setzt. In Wahrheit hatte aber der polnische Shooter The Devil Inside schon ein Jahr zuvor sogar stufenlos regelbare Bullet-Time erlaubt. Schröders Kollege Burkhardt von Klitzing setzt noch einen drauf und nennt Requiem: Avening Angel (1999) als den wahren Erfinder der gespielten Zeitlupe. Während die letzte Artikelseite durch den Shredder rattert, winkt Frau Schmitz blasiert ab: »Die beiden Spiele kennt doch nun wirklich keiner mehr.«

In der Küche wird Lukas Ferger fündig, der einen diabolisch gackernenden Michael Graf dabei ertappt, wie er seine Festplatte in der Mikrowelle grillt. Darauf befindet sich nämlich Michaels fehlerhafte Titelseite zu Skyrim: Dawnguard. Im »Vampire gegen Werwölfe«-Kasten reichte das Mitglied der Chefredaktion mit »Power oft he Grave« und »Was dieses Talent bwirkt, ...« nämlich gleich zwei bizarre Buchstaben-dreher aneinander. »Daran bin nicht ich, sondern ist die verflixte kabellose Tastatur schuld«, murmelt der GameStar-Mann und schiebt – nervös um sich schauend – sein »defektes« Keyboard gleich mit in die Röhre, wo es grell blitzend in Rauch aufgeht.

Zu guter Letzt erwischt Lars Naurath Fabian Siegismund dabei, wie er seinen Test zu Max Payne (in Zeitlupe) zu verspeisen versucht. Darin hat er nämlich im oberen Teil des Wertungskastens die Genre-Check-Kategorien vertauscht, was zu falschen Balkendiagrammen führte. Siegismund verweist zur Layout-Abteilung, doch dort ist man sich keiner Schuld bewusst und verweist zurück zum Täter, der den Fehler ja schon so im Rohtext fabriziert haben soll. Doch als der nicht eben für seine Schnelligkeit bekannte Naurath zum Überführten zurückkehrt, ist der schon längst über alle Berge (in Zeitlupe).