

Quo Vadis, Blizzard?

Blizzard steht vor einem Wandel, auf der Blizzcon kursiert vor allem das Schlagwort Free2Play. Wir analysieren, was dahinter steckt. Von Michael Graf

Wer ein Unternehmen wirklich verstehen will, darf nicht auf seine Versprechen hören, nicht auf die Lobeshymnen und Klagelieder seiner Fans. Nein, wer ein Unternehmen – also auch ein Entwicklerstudio – wirklich verstehen will, muss seine Geschäftsberichte lesen. Denn letztlich geht es in jeder Branche vor allem darum? Genau, ums Geld. Nun ist das Lesen von Geschäftsberichten bekanntlich so spannend wie Malen nach Zahlen ohne Stift, weil sie von Leuten und für Leute geschrieben werden, die gedanklich bereits die Kosten für Kindererziehung und Hausbau überschlagen, noch bevor sie in der Kneipe eine Frau überhaupt ansprechen. Deshalb haben wir das für Sie erledigt (das Lesen der Berichte natürlich, um Haus und Kinder kümmern Sie sich schön selbst!), um herauszufinden, wie es derzeit eigentlich um Blizzard steht, um einen der traditions-

reichsten Entwickler. Das Ergebnis unserer Schmökersession: Blizzard muss sich wandeln. Dringend. Denn so wie in den letzten Jahren kann es in Irvine nicht weitergehen.

Diesen Wandel hat die Blizzcon deutlich gezeigt. Denn dort stand plötzlich ein Schlagwort im Rampenlicht, das die **Warcraft**-, **Starcraft**- und **Diablo**-Entwickler bislang höchstens mal in Interviews genuschelt hatten: Free2Play. Mit dem Sammelkartenspiel **Hearthstone** und dem **Dota**-Ableger **Heroes of the Storm** macht Blizzard Dampf auf dem Gratismarkt, zu dem darf man mit der kostenlosen Trial-Version von **Starcraft 2** künftig alle im Marketplace verfügbaren Mods und Karten spielen, ohne Einschränkungen – der erste Schritt zum Free2Play-Client. **World of Warcraft** soll in nächster Zeit nicht auf den Gratisbetrieb umgestellt werden, sondern nach dem nun enthüllten **Warlords of Draenor** noch mindestens zwei weitere Addons bekommen – und zwar jeweils im Abstand

von einem Jahr. Blizzard will die Frequenz für neue Inhalte also verdoppeln, bislang gab's alle zwei Jahre ein Azeroth-Addon. Zugleich bringt **Warlords of Draenor** als erste Erweiterung keine frischen Klassen und Völker, sondern ausschließlich Endgame-Inhalte, was man durchaus als Indiz für eine spätere Free2Play-Umstellung deuten kann. Warum? Erklären wir gleich, vorher stellen wir noch fest: Von **Legacy of the Void**, dem Abschlusskapitel der **Starcraft 2**-Trilogie, gab's auf der Blizzcon nichts zu sehen, auch das hat seine Gründe. Was treibt Blizzard also um, was steckt hinter den Blizzcon-Nachrichten? Die Zahlenspiele sind eröffnet.

Seit der Fusion des Blizzard-Eigentümers Vivendi Games mit Activision im Juli 2008 gehört Blizzard zum weltgrößten Publisher Activision Blizzard, der sich dank seiner absurd erfolgreichen Dauerbrenner **Call of Duty** und **Skylanders** regelmäßig neue goldene Wasserhähne anschaffen kann, falls die alten verkalken. Zum Zeitpunkt der Unternehmenshochzeit ist **Skylanders** allerdings noch Zukunftsmusik, und **Call of Duty** nimmt mit

Blizzard muss sich wandeln

Blizzard-Quartalsgewinn (in Mio. Dollar)





Sowohl das Sammelkartenspiel **Hearthstone** (links) als auch der Dota-Ableger **Heroes of the Storm** erscheinen als Free2Play-Titel – ein Kulturwandel?

dem ersten **Modern Warfare** gerade erst Anlauf für die Verkaufsrekorde der Nachfolger. So ist Activision der Juniorpartner mit mickrigen 272 Millionen Dollar Umsatz im Jahr 2007; Blizzard macht im selben Zeitraum 1,1 Milliarden. Womit? Mit **World of Warcraft** natürlich, die Online-Gelddruckmaschine hat damals gerade die Marke von zehn Millionen Abonnenten übersprungen, bis 2010 steigt die Zahl auf zwölf Millionen. In jenem Jahr verdankt Activision Blizzard dem MMO alleine 28 Prozent seines Gesamtumsatzes, satte 1,2 Milliarden Dollar wirft Azeroth binnen zwölf Monaten ab – und das bei jährlichen Entwicklungs- und Betriebskosten von 240 Millionen Dollar. **WoW** macht folglich eine knappe Milliarde Dollar Gewinn. Pro! Jahr! Zwar muss Blizzard mit den MMO-Einnahmen noch andere Projekte finanzieren, dennoch hat das Studio keinen Grund, etwas zu überstürzen: An **Starcraft 2** arbeitet man letztlich sieben, an **Diablo 3** sogar elf Jahre. Und falls **World of Warcraft** mal nicht mehr läuft, werkelt man ja schon heimlich am nächsten MMO-Erfolg, Arbeitstitel **Titan**.

Nebenher tröpfeln auch **Diablo 2** und das erste **Starcraft** weiterhin über die weltweiten Ladentheken. Letzteres vor allem in Südkorea, fast die Hälfte der 11 Millionen verkauften Exemplare entfallen auf die Heimat von Taekwondo und Kimchi. Dank des **Starcraft 2**-Auftritts **Wings of Liberty**, der sich bis Jahresende fast 4,5 Millionen Mal verkauft, und dem dritten **WoW**-Addon **Cataclysm**, das in nur einer Woche 4,7 Millionen Käufer findet, erlebt Blizzard anno 2010 überdies das profitabelste Jahr unter der Schirmherrschaft von Activision Blizzard, 850 Millionen Dollar überweist Irvine schließlich aufs gemeinsa-

me Sparbuch. Eitler kann der Sonnenschein kaum werden – und wird er auch nicht, das Folgejahr bringt die Trendwende. Die zwölf Millionen Abonnenten hält **WoW** nur kurz, Ende 2011 sind's noch knapp über zehn Millionen. Der Jahresgewinn schrumpft auf 496 Millionen, das vierte Quartal und damit das Weihnachtsgeschäft tragen lediglich 70 Millionen dazu bei – das bis dahin schwächste Blizzard-Quartalsergebnis seit der Activision-Fusion. Natürlich auch, weil das Studio 2011 kein einziges Spiel veröffentlicht, das zweite **Starcraft 2**-Kapitel **Heart of the Swarm** lässt ebenso auf sich warten wie das nächste **WoW**-Addon und **Diablo 3**.

Nachdem das Jahr 2012 mit 89 Millionen Dollar Gewinn im ersten Quartal ähnlich schlapp anfängt, wie das vorige geendet hat, bringt **Diablo 3** den nötigen Erfolg – und den höchsten Quartalsgewinn der jüngeren Blizzard-Geschichte: 371 Millionen Dollar verdienen die Entwickler alleine zwischen März und Mai. Denn **Diablo 3**, das am 15. Mai erscheint, verkauft sich innerhalb der ersten Woche sagenhafte 6,3 Millionen Mal, bis Ende des Jahres sogar knapp 14 Millionen Mal. Zweifellos ein unfassbarer Erfolg, aber kein nachhaltiger: Die Blizzard-Gewinne flauen schnell wieder ab, die vierte **WoW**-Erweiterung **Mists of Pandaria** enttäuscht im September 2012 mit vergleichsweise schwachen 2,7 Millionen Verkäufen innerhalb der ersten Woche. Im darauffolgenden Quartal erwirtschaftet Blizzard lediglich 88 Millionen Dollar – das Panda-Addon gibt keinen echten Aufwind, die Abonnentenzahl klettert nur kurz wieder auf über zehn Millionen. Auch

das Jahr 2013 beginnt schwach. Zwar erscheint im März **Starcraft 2: Heart of the Swarm**, das sich in den ersten 48 Stunden 1,1 Millionen Mal verkauft. Zwischen Januar und März macht Blizzard dennoch nur 135 Millionen Dollar Gewinn, das bis dato schlechteste Ergebnis in einem Quartal, in dem man ein neues Spiel veröffentlicht.

Okay, Blizzard nagt nicht am Hungertuch. Oder wenn doch, dann ist dieses Hungertuch mit Goldfäden gewoben und mit Diamanten besetzt, schließlich haben die Kalifornier in den letzten neun Monaten 282 Millionen Dollar verdient. Manch Publisher wäre froh, wenn er in diese Gewinnregionen vorstieße – etwa Konami, das fürs ganze letzte Geschäftsjahr 130 Millionen Dollar Profit vermeldet. Zugleich dümpelt Blizzard weit entfernt von früheren Rekordmargen.

Woran liegt's? Erstens:

Der Markt kriselt. Für das Nischen-Genre Strategie auf der Nischen-Plattform PC sind die Verkäufe von **Heart of the Swarm** überaus respektabel. Zweitens, und viel wichtiger: Blizzards Goldesel lahmt. **World of Warcraft** hat seine sonigsten Zeiten hinter sich, verzeichnet derzeit noch rund 7,7 Millionen Abonnenten. Zweifellos immer noch viele, doch die Tendenz zeigt abwärts. »Wenn die Nachfrage nach **World of Warcraft** weiter sinkt und wir keine neuen MMORPG-Produkte einführen, könnte unsere Finanzlage leiden«, warnt Activision Blizzard im Geschäftsbericht – als börsennotiertes Unternehmen muss man Investoren über Risiken aufklären. Das ist zugleich eine Warnung an Blizzard: Wenn **WoW** nicht mehr läuft, brauchen wir etwas

Der Goldesel lahmt

Die dritte **WoW**-Erweiterung **Cataclysm** (7.12.2010) verkauft sich in einer Woche 4,7 Millionen Mal.

Auch 2011 veröffentlicht Blizzard nichts. Und weil die **WoW**-Abozahlen sinken, schmelzen auch die Gewinne.

Diablo 3 (15.5.2012) wandert alleine in der ersten Woche 6,3 Millionen Mal über die realen und digitalen Ladentheken – ein riesiger Erfolg.

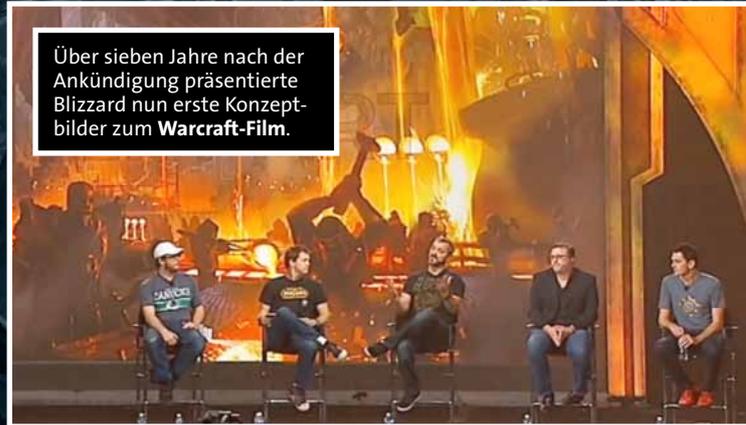
Vom vierten **WoW**-Addon **Mists of Pandaria** (25.9.2012) verkauft Blizzard binnen einer Woche 2,7 Millionen Exemplare, es bringt aber keinen echten Aufschwung.

Starcraft 2: Heart of the Swarm (12.3.2013) verkauft sich in zwei Tagen »nur« 1,1 Millionen Mal.





Blizzard größter Trumpf sind seine beliebten Spiele-Universen, und deren Fans, die sich auf der **Blizzcon** wieder in Cosplay-Schale werfen.



Über sieben Jahre nach der Ankündigung präsentierte Blizzard nun erste Konzeptbilder zum **Warcraft-Film**.

Neues! Das Projekt **Titan** jedoch zerbröckelt zum Fiasko, als bekannt wird, dass Blizzard es von Grund auf umbauen und auf – frühestens – 2016 verschieben muss. Der wohl als Abo-MMO geplante Titel ist im Free2Play-Zeitalter nicht mehr zeitgemäß.

Es hilft nichts, Blizzard braucht regelmäßige Geldquellen, sonst schrillt bei Activision die Bilanz-Alarmglocke. Nicht umsonst kurz seit Jahren das Branchen-Mantra, dass Spiele zu Dienstleistungen werden müssen, die fortwährend Einnahmen abwerfen, weil sie sich auf das Feedback der Fans hin weiterentwickeln und damit zahlende Kundenschaft binden. Nur durch Einzelverkäufe lassen sich die Kosten von Multiplayer-Servern & Co. kaum noch decken – ganz zu schweigen von mehrjährigen Entwicklungszeiten, die zwei- oder gar dreistellige Millionenbeträge verschlingen. Wohl deshalb verpasst Blizzard **Diablo 3** ein Echtgeld-Auktionshaus, das quasi nebenher Einnahmen erzeugen soll, sich aber als Schuss in den Image-Ofen entpuppt. Nun haben die Kalifornier also 14 Millionen **Diablo 3**-Käufer – und schaffen es nicht, weiter Geld mit ihnen zu verdienen. Also muss ein Addon her, oder besser: mehrere Addons. **Reaper of Souls** dürfte nicht die letzte Erweiterung bleiben, dafür ist die **Diablo 3**-Spielerbasis zu wertvoll: Wenn sich ein PC-Spiel im heutigen Krisenmarkt derart außergewöhnlich gut verkauft, dann muss Blizzard zwangsläufig versuchen, den Käufern, salopp gesagt, weiteres Geld aus den Taschen zu ziehen. Dieser Blickwinkel missfällt uns Spielern natürlich, für Blizzard aber wäre alles andere wirtschaftlich unvernünftig. Bevor die **Diablo 3**-Spieler bereitwillig mehr Geld in die Teufelshatz stecken, muss Blizzard jedoch sein angekratztes Image aufpolieren, das unselige Echtgeld-Auktionshaus abschalten und zeigen, dass man wieder auf die Wünsche der Community hört. Beides geschieht gerade.

Dass **Legacy of the Void** auf der Blizzcon fehlte, mag daran liegen, dass es noch nicht vorzeigbar ist. Zugleich aber dürften die Entwickler derzeit fieberhaft grübeln, wie zur Hölle sie mit der Marke **Starcraft 2** neues Geld verdienen sollen. Denn auch hier haben die lange Entwicklungszeit und der

Battlenet-Betrieb viel Geld gekostet, sodass es sich kaum rechnet, nur alle zwei Jahre ein Addon zu veröffentlichen, das sich schleppend verkauft. Möglicherweise erlaubt Blizzard künftig Kartenbastlern, ihre Mods über den Marketplace zu verkaufen – die Entwickler haben bereits angedeutet, dies sei denkbar. An den Verkäufen könnte Blizzard mitverdienen, auch bei Besitzern der Trial-Version von **Starcraft 2**. Die stellt gewissermaßen die Vorstufe zum Free2Play-Client dar: Ein Gratisgerüst, das man mit gekauften Mods und Addons erweitern kann – eine mögliche Zukunft für **Starcraft 2**.

Die wichtigste Einnahmequelle bleibt aber **World of Warcraft**. Dass **Warlords of Draenor** vorrangig Endgame-Inhalte bringt, zeigt, dass Blizzard die Hoffnung aufgegeben hat, neue Spieler anzulocken – die sind vermeintlich alle an Free2Play verloren. Also konzentriert man sich lieber darauf, die Veteranen zu halten oder verlorene Spieler zurückzuholen. Letztere müssen dann schnellstmöglich ins Endgame geschleust und so gebunden werden, bevor sie wieder abhauen – womöglich auf Nimmerwiedersehen. Um Zugangshürden abzubauen, haben die Entwickler **WoW** über die Jahre hinweg vereinfacht, etwa das Talentsystem. Dank dem Raid-Finder können auch Wenigspieler ohne Gilden-Anschluss hochstufige Dungeons erleben. Und mit **Warlords of Draenor** lässt sich ein Charakter per Klick zum 90er-Champion befördern, damit man sofort den neuen Kontinent erkunden kann. Damit bringt Blizzard zwar Veteranen auf die Palme, die sich ihren Fortschritt erarbeitet haben. Irgendwen stoßen die Entwickler aber immer vor den Kopf, und im Zweifel sind es eben ausgerechnet jene, die seit Jahren ihre Abo-Gebühr zahlen. Denn die werden das wahrscheinlich auch weiterhin tun. Und wenn Blizzard **WoW** dann doch mal auf Free2Play umstellt, stürmen dank der Vereinfachung auch Neulinge ruckzuck in die Endgame-Gebiete – die ihnen Blizzard dann wie bei **Herr der Ringe Online** einzeln verkaufen könnte. So würde der Gratis-Umbruch die Lebensdauer von Azeroth verlängern – bis **Titan** erscheint.

Nun gut, Zeit fürs Fazit. Blizzard hat sich zu lange auf dem Goldesel **World of Warcraft** ausgeruht. Hat die Arbeit an **Diablo 3** und

Starcraft 2 verschleppt, hat den Verfall des PC-Marktes unterschätzt, hat den Free2Play-Trend verpennt. Erst jetzt versuchen sie, mit **Hearthstone** und **Heroes of the Storm** einen Fuß in die Gratistür zu bekommen. Erst jetzt strecken sie mit der Konsolenversion von **Diablo 3** und der iPhone- sowie iPad-Fassung von **Hearthstone** zaghaft die Finger nach anderen Plattformen aus. Das Paradebeispiel für die Versäumnisse der Kalifornier heißt allerdings **Dota 2**. Nach allen Gesetzen der Branche hätte Blizzard dieses Spiel entwickeln müssen. Denn **Defense of the Ancients** erschien als Mod für **Warcraft 3**, die Millionen **Dota**-Spieler sind zugleich Blizzard-Fans. Und wer hat die Idee, einen Nachfolger zu entwerfen? Valve! Erst nach dessen **Dota 2**-Ankündigung wittert Blizzard die vertane Chance und bemüht ein Gerichtsverfahren um die Namensrechte an **Dota**. Valve und Blizzard einigen sich schließlich außergerichtlich: **Dota 2** darf **Dota 2** heißen, Blizzard den Namen **Dota** nur nicht-kommerziell nutzen. Um zumindest ein Stück vom Heldenhutz-Kuchen – um den ja auch **League of Legends**, **Heroes of Newerth** & Co. kämpfen – abzubekommen, stricken die Kalifornier **Blizzard Dota**, das nun **Heroes of the Storm** heißt.

Überhaupt hat Valve Blizzard geradezu vorgeführt, wenn es darum geht, sich als ehemals reiner PC-Entwickler neu aufzustellen. So betreibt Blizzard zwar bereits seit 1996, seit dem ersten **Starcraft** eine spieleübergreifende Online-Plattform: das Battlenet. Auf die Idee, dieses Pionier-Netzwerk zum digitalen Vertrieb zu nutzen, kommt Blizzard aber erst 2010 – da hat Valve mit Steam längst rechts überholt. Nun planen Gabe Newell & Co. mit den Steam Machines sogar eine eigene Hardware-Basis, während Blizzard mit seinen eigenen Versäumnissen hadert. Sind die Kalifornier also erledigt? Nein! Denn erstens ist **WoW** immer noch eines der ertragreichsten Online-Abenteuer. Zweitens hat Blizzard ein Ass im Ärmel: seine beliebten Universen **Warcraft**, **Starcraft** und **Diablo** mit ihren Millionen Fans. Aus diesem reichhaltigen Fundus schöpfen sowohl **Heroes of the Storm** als auch **Hearthstone** – und auch der **Warcraft-Film**, der seit seiner Ankündigung 2006 (!) mehrmals verschoben wurde, nun aber 2015 endlich starten soll. Nein, Blizzard ist alles andere als erledigt. Aber es wandelt sich. **GR**

Die Welten sind Trumpf