

# Die Ubisoft-Formel

Eine lebendige Spielwelt und mathematische Formeln - ein Gegensatz. Ubisoft bastelt daraus aber ein erfolgreiches Open-World-Spiel nach dem anderen. Wir fragen die Entwickler, warum und wie sie das machen. Von Dimitry Halley und Jochen Gebauer

**M**it Vorurteilen ist das so eine Sache. Stellen Sie mal sich vor, Sie sollten die Karikatur einer typischen Führungspersonlichkeit eines großen Publishers entwerfen. Welche Merkmale tanzen jetzt vor ihrem Kopf? Maßgeschneiderter Anzug? Perfekte Föhnfrisur mit Drei-Wetter-Taft? Dollarzeichen in den Augen? Folgt man der Argumentation mancher Beobachter, dann ist das keine Karikatur, sondern nackte, profitorientierte Realität. Doch dann trifft man Menschen wie Tommy Francois, der so überhaupt nicht in diese Schublade passen will. Als Director of New IP bei Ubisoft ist er für die kreative Ausrichtung der Unternehmensmarken (»Intellectual Properties«) des französischen Publishers verantwortlich. Das beinhaltet künftige Spiele etablierter Reihen

wie Assassin's Creed oder Watch Dogs, aber auch neue Projekte wie The Division. Francois sitzt also in der Publisher-Chefetage. Und trotzdem sieht man ihn so gut wie nie im Anzug. Stattdessen trägt er auf manchen Bildern einen schottischen Kilt, hat eine feuerrot gefärbte Sturmfrisur. Im Gespräch gibt er sich betont ungezwungen, schwärmt von den Möglichkeiten offener

Erzählung. Und der Spieler kann sich aussuchen, ob er zuhört, oder es sich runterlädt aufs Smartphone.« Er klingt aufrichtig, ehrlich begeistert. »Da gibt's so viele Möglichkeiten, wir können tausende Geschichten erzählen, Hunderte von Gesichtern modellieren. Ich kann's kaum erwarten, in fünf Jahren unsere eigenen Welten oder die von der Konkurrenz zu spielen – das wird uns total aus den Socken hauen ... stoppt mich, wenn ich zu viel rede, bei sowas werde ich leidenschaftlich.« Wir lassen ihn natürlich weiterreden, bis wir über folgende Worte stolpern: »Innovation ist super. Alle bei Ubisoft lieben Innovation.«

**»Stoppt mich, wenn ich zu viel rede«**

Spielwelten: »Stellt euch mal ein Assassin's Creed während der spanischen Inquisition vor, und da steht ein Typ vor einer Kirche in Salamanca und trägt Don Quijote genau so vor, wie es damals gedacht war, als mündli-

Alle bei Ubisoft lieben Innovation? Bei knapp 9.000 Mitarbeitern müsste dann ja jedes neue Spiel eine grenzenlos innovative Offenbarung sein. In den Ohren mancher Spieler dürfte das eher nach Peter Molyneux



Ubisofts Helden sind entweder charmante Weiberhelden, die sich nichts befahlen lassen, so wie Piratensprössling Edward Kenway.



Oder sie sind mürrische Außenseiter, die nicht nach den Regeln spielen, so wie Profihacker Aiden Pearce aus Watch Dogs.

klingen – und nach einem seiner legendären leeren Versprechen. Kein Wunder, dass sich viele Reaktionen zu Assassin's Creed 4 oder dem neuen Ableger Unity ganz anders lesen: »Das x-te mal der gleiche Aufguss«, schreibt ein Nutzer in unserem Online-Kommentarbereich. »Ubisoft soll mal einen neuen Weg einschlagen, neue Elementen

## »Um die Cashcow zu melken«

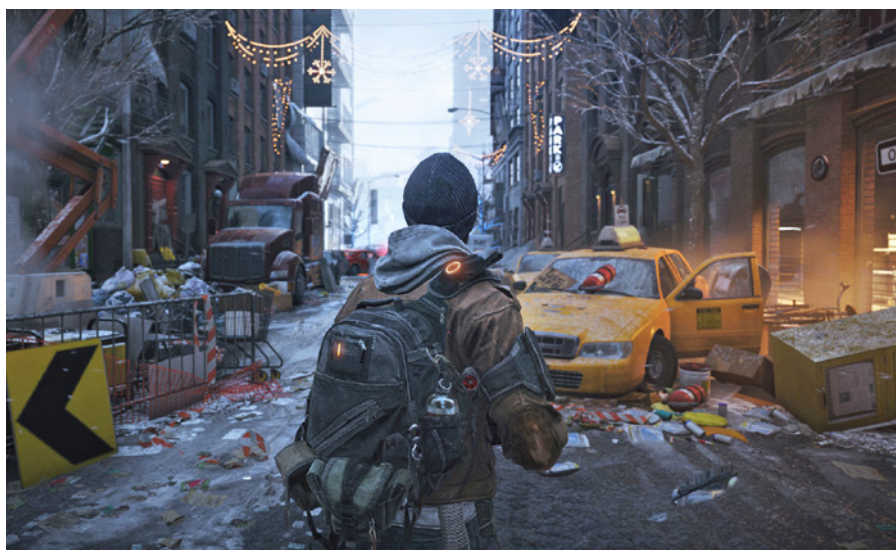
te reinbringen«, schreibt ein anderer. Und ein dritter fasst diese Haltung so zusammen: »Ubisoft bringt doch jedes Jahr einen neuen Teil mit genau dem gleichen Spielprinzip raus, um die Cashcow zu melken, nix neues!« Als Destillat dieser kritischen Perspektive kursiert im Netz seit einiger Zeit der Begriff »Ubisoft-Formel« – die Vorstellung einer mathematischen Gleichung, nach der die Entwickler ihre Spiele zusammenrechnen. Wie passt das zusammen mit Tommy Francois' Enthusiasmus für Innovation und Fortschritt? Was ist dran an Ubisofts Open-World-Formel, und warum funktioniert sie offenbar so gut, dass sich die Assassin's-Creed-Reihe mittlerweile knapp 73 Millionen Mal verkauft hat? Malt

der große Publisher absichtlich nach Zahlen? Und wenn ja, warum eigentlich?

Alles beginnt mit dem ersten Assassin's Creed: eine offene Spielwelt, die in freischaltbare Sektoren untergliedert ist, Aussichtspunkte zum Hochklettern, der Fokus auf Parkour-Bewegungen, jede Menge harmlose Feinde, die mit anspruchsvolleren »Brutes« (schwer gepanzerten Gegnern) durchmischt werden – Spielmechaniken, die man seitdem in jedem Assassin's Creed, Far Cry oder auch in Watch Dogs findet. Eine wirklich greifbare Kontur bekommt das alles aber erst im zweiten Teil sowie in Assassin's Creed: Brotherhood. Jetzt platzt die Mini-Karte förmlich vor kleinen und größeren Aufträgen, man erobert Festungen, erwirbt stärkere Waffen und errichtet eine Infrastruktur. Nahezu all diese Elemente sind mittlerweile Standard in Ubisofts Open-World-Spielen. Wollten wir die Besonderheiten dieser Spielwelten auf einen Begriff reduzieren, dann wäre das wohl das englische Wort »Clearing«; das sukzessive Abarbeiten von Aufgaben, um Bereiche der Spielwelt für uns und unsere Fraktion zu gewinnen, zu befrieden oder zu befestigen. Aber es ist eben nicht nur eine Besonderheit, es ist ein Bündel von Mechaniken, die den neuen Spielen ein gleichbleibendes Strukturgerüst verleihen; in Assassin's Creed

lernt man Kirchtürme als erklimmbare Aussichtspunkte kennen, mit denen sich Teile der Karte freischalten lassen. Spielt man danach Far Cry 3, weiß man beinahe instinktiv, dass die Radiotürme genauso funktionieren. Und spätestens bei Middle-earth: Mordor Schatten hat der Spieler diesen Mechanismus so nachhaltig verinnerlicht, dass er keine Erklärung mehr benötigt – obwohl das Spiel gar nicht von Ubisoft stammt. Dass es dieses Gerüst aus formelhaften Elementen gibt, lässt sich also genauso wenig leugnen wie der Umstand, dass die Spieler auf ein ganz spezielles Verhalten in der offenen Spielwelt konditioniert werden, ein Verhalten, das sich in nahezu jedem Open-World-Titel von Ubisoft wiederholt.

»Natürlich sind wir uns dessen bewusst,« sagt Tommy Francois, »und intern kämpfen wir dagegen an. Es ist definitiv nicht unsere Absicht, den Spieler immer auf das gleiche Spielerlebnis abzurichten. Das wäre langweilig. Schließlich sind wir selbst Spieler.«



Wir sind gespannt, wie viele Aspekte der Formel ihren Weg in The Division finden werden.



Auf Anfrage sendet Ubisoft uns dieses offizielle Bild von Tommy Francois. Definitiv nicht der Schlips- und Anzug-Typ.

Warum also die ganzen Standards? Wir haken nach. Wenn Ubisoft die Idee einer Formel selbst bekämpft, warum nutzt man sie dann immer wieder? »In jedem Spiel versuchen wir uns an Dutzenden von großen Neuerungen, beispielsweise in der Art, wie man die Spielwelt freischaltet. Aber am Ende geht's um den Spieler. Wir testen unsere Spiele, unsere neuen Strukturen, aber wenn es dem Spieler schwerfällt, sie zu verstehen, dann machen wir was falsch.« Ein Beispiel für so eine gescheiterte Neuerung will Francois uns nicht verraten, dabei wüssten wir gerne, welche diesbezüglichen Mechaniken im internen Testlabor auf der Strecke geblieben sind. Das sei Ubisofts geheime Zutat, man müsse schließlich an die Konkurrenz denken. Stattdessen nennt Francois noch weitere Hindernisse wie den Zeitdruck, mit dem alle Entwickler zu kämpfen haben: »Das ist, als wolle man mit dem Rauchen aufhören, da mangelt es im Zweifelsfall nicht an der Willenskraft, aber wenn man unter Druck gerät, fängt man doch wieder damit an. Leider ist das bei der Spieleentwicklung genauso. Entwickler bemühen sich, neue Sachen auszuprobieren, die Herangehensweise zu ändern, aber am Ende des Tages müssen sie rechtzeitig ein Produkt abliefern, das den Spielern gefällt. Sobald es stressig wird, besinnen sich Entwickler des-



XIII: bis heute ein Paradebeispiel für ein innovatives, aber gescheitertes Spiel von Ubisoft.

halb auf Mechaniken, von denen sie wissen, dass sie da draußen funktionieren.«

Die Metapher mit den Zigaretten greifen wir auf. Wir fragen, ob man den Publisher dann nicht mit der Tabakindustrie vergleichen kann, die Raucher bewusst auf das Sucht-Verhalten konditioniert. Schließlich

ist es wie mit dem Huhn und dem Ei: Wenn Ubisoft sich gezwungen sieht, eine Erwartungshaltung zu befriedigen, die es selbst geschaffen hat, warum dann nicht die Rezeptur ändern? Tommy Francois bleibt diplomatisch, erzählt uns, dass Spielerführung und Konditionierung unerlässlich seien, wenn man einen Standard etablieren wolle – und den brauche man, um viele Spieler zu erreichen. Das ist Ubisoft mit Assassin's Creed 2 gelungen. Gereift durch die zahlreichen Schwächen des Vorgängers ist der Ausflug in die italienische Renaissance rund um Meuchler-Jüngling Ezio der erste Bombenerfolg der Ubisoft-Formel. Wo der erste



Bis heute sehnen viele Fans den Nachfolger von Ubisofts Beyond Good & Evil herbei, damals war es trotz oder gerade wegen des kreativen Szenarios aber ein Ladenhüter.

## »Als wolle man mit dem Rauchen aufhören«

Teil noch erheblich unter seiner mangelnden Abwechslung leidet, bietet Ezios Abenteuer eine weit lebendigere Welt mit vielseitigen Beschäftigungen. Und die sind wegweisend für alle folgenden Open-World-Spiele. Francois betont die Relevanz solcher Standards, wenn man bei so großen Produktionen an Innovation denken will. Mehr als einmal verwendet er das Bild des Erwachsenwerdens: Eine Marke müsse reifen, Schritt für Schritt neue Dinge ausprobieren, damit man nicht voreilig auf die Nase falle. So sieht er auch Watch Dogs als ersten Schritt eines Neugeborenen, das bei seinen frühen Gehversuchen lieber auf Nummer sicher geht und erst mit zukünftigen Ablegern seine Formel erweitern will.

Bei großen Publishern ist diese konservative Haltung üblich: maximaler Erfolg mit minimalem Risiko, Altbewährtes festigen und nur gemächlich erweitern. Man schaue sich etwa EAs Sportserien oder – als besonders kontroverses Beispiel – Activisions Call of Duty-Reihe an. Innovationen mögen das Medium als Ganzes weiterentwickeln, sie sind aber auch unvorhersehbare Wagnisse.



Watch Dogs wirkt an einigen Stellen schon zu formelhaft und überflutet uns mit Beschäftigungen.



**TÜRME**

Hohe Punkte erklimmen und die Spielwelt enthüllen. Gibt es jüngst auch in Mordors Schatten. Und wohl auch in Far Cry 4.



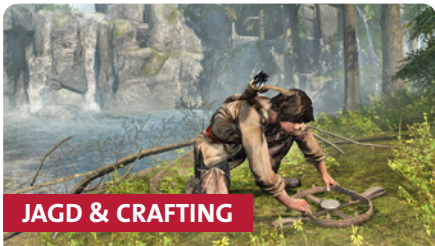
**BRUTES**

Normale Gegner sind nur in der Masse gefährlich, Taktik brauchen wir lediglich bei den gepanzerten Brutes.



**STRONGHOLDS**

Seit Brotherhood gibt's feindliche Festungen einzunehmen, auf deren Asche wir unsere eigenen Lager errichten.



**JAGD & CRAFTING**

Wildtiere jagen, Waffen basteln, Schiffe verbessern – eine Nebenbeschäftigung, die uns mit exklusiver Ausrüstung versorgt.

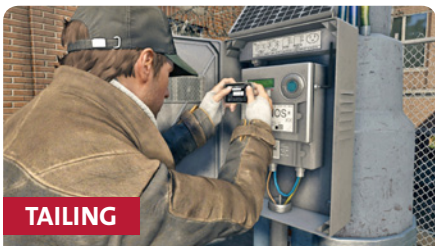


**Die Ubisoft-Formel**



**SEKTOREN**

Sektor für Sektor arbeiten wir Aufgaben ab und befrieden die Weltkarte, um am Ende in Ressourcen zu schwimmen.



**TAILING**

Auch die Missionstypen werden formelhaft – ganz prominent die Abhörmissionen, in denen man einen NPC heimlich belauscht.



**PARKOUR & KLETTERN**

Seit Assassin's Creed ein Muss: jeder Held ist Akrobat und Killermaschine zugleich und überwindet mühelos jedes Hindernis.



**NEBENFIGUREN**

Bei den Helden geht Ubisoft selten ein Wagnis ein, dafür gibt's in jedem Spiel mindestens eine sehr exzentrische Nebenfigur.

So wie beispielsweise Ubisofts Cel-Shading-Experiment XIII oder das erste Deus Ex, das heute als Meisterwerk gilt, sich damals aber nur schleppend verkauft. Für Tommy Francois manifestiert sich dieses Risiko bei Open-World-Titeln vor allem in der Zugänglichkeit der Spielwelt: »Da hat einmal ein Kollege ein neues Rennspiel bei mir vorgestellt und einer der Kniffe war, dass er die Ampelfarben durch Gelb und Violett ersetzt hat. Es war ein tolles Spiel, aber ich habe jedes Mal den Start verpasst, weil ich nicht wusste, dass Violett das Startlicht ist. Das ist einfach kein Code, der bei jedem funktioniert.« Für ihn ist Gamedesign eine Sprache, die man so sprechen muss, dass möglichst viele Menschen sie verstehen. Und darum geht es schließlich: Reichweite. »Uns ist ein leicht zugängliches System wichtiger als irgendwelche Mechaniken, die zwar innovativ sind, aber bestimmte Spieler nicht erreichen, weil sie unverständlich sind.«

Wir glauben Francois, dass er in erster Linie auf der kreativen Seite seiner Produktionen steht, aber spätestens hier lässt sich die finanzielle Gewalt hinter den großen Produktionen auch nicht verleugnen. An kei-

ner Stelle spricht er mit uns über Gewinne, Verkaufszahlen oder Geld, doch letztlich beschreibt er stets ökonomische Abwägungen: Wie viel Innovation kann ich als Publisher riskieren, bevor mir ein zu großer Anteil der Spieler abspringt? Zugänglichkeit, gemächliches Reifen, Konditionierung von Spielerverhalten – das sind Strategien, mit

**»Ich habe jedes Mal den Start verpasst«**

denen man Massen ansprechen und möglichst viele Spieler gewinnen will. Die Ubisoft-Formel mag für Francois ein etablierter Standard sein, mit dem sich funktionierende Spielwelten kreieren lassen, aber gerade deshalb ist sie auch ein Rezept, mit dem man Verkaufszahlen stabilisiert und kalkuliert. Das erste Assassin's Creed ist noch ein Wagnis, spätestens nach dem dritten Ableger dürfte die Frage aber nicht mehr gewesen sein: Wie entwickeln wir die Serie innovativ weiter? Sondern: Wie lange funktioniert unsere Spielmechanik noch, bevor sich die Leu-

te langweilen? Aus der Suche nach einer sinnvollen Spielerführung in offenen Welten ist der Kampf gegen die eigenen Standards geworden. Bis hierhin verstehen wir das kreative Dilemma von Tommy Francois, denn hinter den großen Ubisoft-Marken stehen Kosten, die keine Fehler und keine Verluste erlauben (allein Assassin's Creed 4: Black Flag verschlingt über 100 Millionen Dollar Produktionskosten). Das muss man selbst als Kritiker anerkennen.

Problematisch wird die Ubisoft-Formel aber dann, wenn man sich die kreativen Aspekte eines Spiels vergegenwärtigt, die Kunst hinter der Formel. Denn die Frage nach den Auswirkungen des Formelhaften auf die kreative Gestaltung von Spielwelt, Atmosphäre und Story ist brisant. »Was die rein kreative Seite der Entwicklung betrifft, halte ich den Vorwurf mit der Formel für unbegründet,« sagt Francois. »Wenn du Assassin's Creed spielst, erlebst du Geschichte. Bei The Division landest du in einem dystopischen New York. In Far Cry 4 im fiktiven Königreich Kyrat.« Klar, da mag er recht haben – und gleichzeitig einen Erklärungsansatz liefern, warum die Ubisoft-



Schurke nach Formel: Far Cry 3 hatte einen charismatischen Bösewicht, also braucht der Nachfolger das auch.

Formel innerhalb der Community wesentlich nachsichtiger gehandhabt wird als beispielsweise die Call of Duty-Reihe. Wo letztere tatsächlich einer strengen Formel folgt (und das zuletzt mit schwindenden Absätzen bezahlt), setzen Ubisoft-Spiele in der Regel immerhin aufwändige kompo-

## »Offene Welten sind für mich wie Zwiebeln«

nierte historische Schauplätze und neue inhaltliche Schwerpunkte wie Watch Dogs' Überwachungsstaat oder die Seeschlachten aus Assassin's Creed 4. Das große »Aber« bei Francois' Erklärungsansatz sind aber die Auswirkungen auf die Geschichte und die Immersion des Spielers. So erschien im In-

ternet jüngst ein ironischer Spieletest zum »Ubisoft Game«, einem fiktiven Titel, der das generische Ergebnis der Ubisoft-Formel satirisch zur Schau stellen will: »Ubisoft Game ist die Geschichte von Hauptcharakter, einem frechen oder rebellischen Weißen, der ziemlich gut in Parkour und im Töten ist. Eine der wichtigsten Eigenschaften von Hauptcharakter ist die Art, wie er sich kleidet. Sein Outfit lässt ihn individuell aussehen und liefert einige prägnante Symbole, die sich gut als Merchandise vermarkten lassen.«

Wenn sich das Formelhafte in jede Pore eines Spiels einschleicht, dann gefährdet das die kreative Integrität der offenen Welt und der erzählten Geschichte. Kaum erreichen die Seeschlachten von Assassin's Creed 3 große Beliebtheit unter den Fans, schon drehen sich Nachfolger wie Black Flag und Rogue zentral um dieses Element. Far Cry 3-Schur-

ke Vaas Montenegro gehört zu den bemerkenswertesten Charakteren seit langer Zeit, also spinnt Far Cry 4 seine Handlung ebenfalls um einen charismatisch-wahnsinnigen Bösewicht. Sobald die Spieler merken, dass die offene Welt nicht mehr ist als ein Haufen kalkulierter Häppchen, die sie möglichst geschmeidig bei der Stange halten sollen, wird aus dem lebendigen Spiel ein mechanisches, formelhaftes Konstrukt – und die Community fühlt sich im schlimmsten Fall für dumm verkauft, manipuliert und enttäuscht. Deshalb ist die Angst vor seelenlosen Fortsetzungen bei den Spielern so präsent und nachvollziehbar. Trotzdem wirkt Tommy Francois Begeisterung für die Zukunft offener Spielwelten echt, er redet sich förmlich in einen Rausch, als wir ihn fragen, wohin die Reise dieses Genres künftig gehen soll. »Offene Welten sind für mich wie Zwiebeln mit unendlich vielen Schichten. In jede Schicht können wir Spielmechaniken oder Geschichten packen, da ist so viel möglich, und das wird sich in Zukunft noch erweitern«, sagt er. Francois träumt in dieser Zukunft von Welten, in denen der Spieler seine eigene Geschichte finden und erzählen kann, von einer künstlichen Intelligenz, die unabhängig von unseren Handlungen einen organischen Mikrokosmos simuliert. Ein Mikrokosmos, in dem der vermeintliche Bösewicht seinem eigenen Tagesablauf nachgeht und vielleicht sogar von einem anderen Bösewicht hinterrücks erschossen wird, wenn der Spieler die Hauptstory zu lange links liegen lässt. Die Ubisoft-Formel ist für Francois ein notwendiges Fundament, das diesen Weg bereitet und festigt. Es kann natürlich sein, dass er sich nach dem Gespräch trotzdem die Zigarre mit einem Hundert-Dollarschein anzündet und Quartalszahlen studiert. Aber mit Vorurteilen ist das eben so eine Sache. **DH / JG**



Gerade weil es von einem anderen Publisher ist, verdeutlicht Mordors Schatten mit seinen vielen Parallelen die Formelhaftigkeit von Ubisofts Spielwelten.