

Scheinheilige Kritiker

Fast 70 Millionen Dollar hat Chris Roberts mittlerweile für sein Weltraumspiel Star Citizen eingenommen – und mit jeder Million werden die Kritiker lauter. Zu Recht? Autor Benjamin Danneberg findet: Nein!



Benjamin Danneberg
Freier Redakteur
redaktion@gamestar.de

Es war einmal ein Typ namens Chris. Der liebte Weltraumspiele und hatte selbst auch schon ein paar entwickelt. Irgendwann kam er auf die Idee, nochmal so eine kosmische Simulation auf die Beine zu stellen, und zwar größer und schöner als alle anderen zuvor – und exklusiv für den PC. Chris trug sein Konzept ein paar großen Publishern vor. Aber die lächelten nur mitleidig: »Weißt du denn nicht, dass sich niemand mehr für sowas interessiert? Space-Sims sind tot!« Chris aber war ein Sturkopf. Er wollte nicht glauben, dass das Weltraumgenre tot sei. Also ging er hin und legte sein Projekt Star Citizen den Spielern direkt vor, er griff zur Schwarmfinanzierung von Projekten über Kickstarter und die eigene Webseite. Die Spieler bissen an und schoben nicht bloß ein paar Millionen rüber, nein, bis heute haben knapp 720.000 Unterstützer fast 70 Millionen Dollar investiert.

Doch mit dem alleinigen Sitz im Crowdfunding-Olymp wächst auch die Kritik. Hatte die internationale Spielepresse das Phänomen Chris Roberts anfangs noch bestaunt und Star Citizen als zukunftsweisend gefeiert, nimmt sie heute eine Vorreiterrolle darin ein, den Fokus ausschließlich auf das Geld zu lenken, das Projekt selbst aber stiefmütterlich zu behandeln. Kaum noch eine Kommentarsektion spricht über die Fortschritte des Spiels, die Diskussion ums Geld grassiert wie Vogelgrippe in einem Hühnerstall. Völlig daneben, finde ich – denn das Spiel Star Citizen hat jede Menge sachliche Aufmerksamkeit verdient.

Scheinheilige Diskussion am Ziel vorbei

Die Diskussion über die Finanzierung wird vor allem durch mangelnde Information bestimmt und zeugt von Doppelmoral. Wo etwa waren die Kritiker als für Star Wars: The Old Republic wahnsinnige 250 Millionen Dollar Entwicklungskosten taxiert wurden, das Online-Abenteuer am Ende aber außer Vollvertonung nur alten Brei aufkochte? Wer hinterfragte die monströse Investition von einer halben Milliarde Dollar für Destiny – das bei Testern und Spielern aber nur äußerst mittelmäßig abschnitt? Anders im Falle Star Citizen. »Der hat genug Geld, um das Spiel dreimal zu entwickeln«, liest man empörte Kommentare. »Das ist doch nur noch blanker Konsum«, tönt es von Journalisten. Und die beliebteste »Argumentation« in Troll-Kreisen: »Jetzt schon reines Pay2Win!« Weil man ja Raumschiffe kaufen kann, ist klar. Warum ist die Kritik so unverhältnismäßig? Auf der einen Seite ein 500-Millionen-Dollar-Projekt, das über die Mittelmäßigkeit nicht hinauskommt, und hier

70 Spendenmillionen, die die Schlagzeilen beherrschen, als ginge es um einen neuen Wall-Street-Skandal?

Der Grund liegt darin, dass Spieleindustrie und -berichterstattung nur schwer aus alten Denkmustern herauskommen. Das klassische Publishermodell wird trotz Kickstarter immer noch als Standard hingenommen. Leicht nachzubetende PR von Großkonzernen steht einer nahezu gläsernen Entwicklung von Star Citizen gegenüber – da beschränkt man sich gern auf Zählbares. »Außer ständig neuen Schiffen im Shop, die man noch nicht mal alle fliegen kann, gibt's doch auch nichts zu sehen!«, heißt es da oft. Doch das ist falsch. Die Vorstellung, Star Citizen bestehe nur aus einem ausbeuterischen Shop, resultiert aus stark einseitiger Berichterstattung. Wurde wieder eine Million geknackt? Dann gibt's die klicktrachtige News. Wurde wieder ein Commercial zu einem neuen, im Shop verfügbaren Schiff veröffentlicht? Das Video klebt ganz oben in den Top-News. Denn es geht doch immer nur ums Geld – oder nicht?

PR ist PR ist PR?

Klar, auch der Chris aus unserer Geschichte sich kann gut verkaufen. Seine Werbefilmchen für Raumschiffe vermitteln Lust aufs Fliegen – weshalb der Geldregen nach der Veröffentlichung eines solchen Commercials regelmäßig in einen Geldmonsun ausartet. »Ha! Erwischt: Der macht also auch nur PR!«, tönt es da. Ja und nein. Denn man muss hier zwei Arten von PR unterscheiden: einerseits jene, die im Vorfeld Dinge schöner redet, als sie in Wirklichkeit sind – wie zuletzt Bioware bei der PC-Umsetzung von Dragon Age: Inquisition. Auf der anderen Seite steht eine Marketingstrategie, die den Geldfluss anregen soll, um etwas bereits Vorhandenes auszubauen und es schöner, besser, umfangreicher zu machen. Das ist ein feiner, aber entscheidender Unterschied, denn hier geht es um Glaubwürdigkeit. Im Falle Star Citizen kann man diese Glaubwürdigkeit direkt am Projekt nachvollziehen.

Mangel an echter Information

Dagegen sucht man im Rauschen der Textwälder fast vergeblich nach informativen Artikeln über den eigentlichen Stand des Projekts, obwohl es schon jetzt tonnenweise spannende Infos gäbe. Es überrascht nörgelnde Kritiker, wenn sie erfahren, dass mittlerweile 300 Entwickler an Star Citizen arbeiten. Dass es ein sehr gutes Dogfight-Modul gibt, in dem man schon weit über ein Dutzend Schiffe fliegen kann – mit atemberaubender Grafik, zahllosen Details und enormer Dynamik. Da gibt es seitenweise Hintergründe zum Universum sowie ein regelmäßig erscheinendes E-Paper namens »Jump Point« für diejenigen, die zusätzlich jeden Monat fünf Dollar spenden. Videoformate wie »Around the Verse« oder »Ten for the Chairman« lassen interessierte Unterstützer hautnah an der Entwicklung und der Planung des Spiels teilhaben. Jede Woche nehmen sich die Teammitglieder eine Stunde Zeit, um Fragen im offiziellen Forum zu beantworten. Und welcher Entwickler sonst zeigt wöchentlich die Behebung eines Bugs direkt beim Programmierer? Monatliche Berichte über den Stand der Arbeiten aus allen beteiligten Teilstudios erlauben Einblicke in den Entwicklungsprozess, wie man sie bei publishergesteuerten Titeln niemals bekommen würde. In den



Projektgründer Chris Roberts während der Vorstellung von Star Citizen auf der GDC 2013.



Planeten und Städte in Star Citizen: Konzeptzeichnung von Terras Hauptstadt Prime.



Ende Dezember wurde das Dogfight-Modul »Arena Commander 1.0« veröffentlicht.



Greyboxing für Squadron 42: Die Fortschritte der Solo-Kampagne werden regelmäßig präsentiert.



Cargo-Deck der Idris-Fregatte: Screenshots der Fortschritte im Schiffsdesign »in engine«.

Foren diskutieren Entwickler mit den Spielern, sammeln Ideen und setzen sogar Arbeiten von Fans direkt im Spiel um.

Doch darüber hört man selten etwas auf öffentlichen Kanälen. Die Spielepresse – national wie international – verwurmt den Neujahrsartikel von Chris Roberts lieber mit einem Zitat, das den Projektgründer arrogant wirken lässt (»Chris Roberts kann sich einen Flop nicht vorstellen«), anstatt auf den Kern des Schreibens einzugehen, der sich darum dreht, warum er von einem Erfolg überzeugt ist: Weil schon jetzt eine extrem engagierte Community hinter Star Citizen steht, die das klar definierte Ziel unterstützt, ein komplettes Spieluniversum Wirklichkeit werden zu lassen.

Überambitioniert? Unbedingt!

Nun könnte sich der Chris aus unserer eingangs erzählten Geschichte ja beruhigt zurücklehnen und denken: »Wir brauchen kein Geld mehr, wir haben genug, um Star Citizen in einem gewissen Umfang fertigzustellen.« Aber würde ein Finanzierungsstopp Sinn ergeben? Ich finde nicht. Im Gegenteil: Ich bin der Meinung, dass der konstante Geldfluss aufgrund der gigantischen Ambitionen essenziell für das weitere Gelingen ist. Star Citizen ist auf viele Jahre Lebensdauer ausgelegt und es steht eben kein einzelner, zahlungskräftiger Publisher dahinter, der zur Not nochmal Kohle nachschießen kann. Der stetige Spendeneingang muss also schon jetzt für die Zukunft des Spiels eingeplant werden. Das Projekt ist in seinen langfristigen Einzelheiten und Details derartig ambitioniert, dass dem Laien die Knie schlottern. Und den in gefestigten Denkmustern gefangenen Spielern und Journalisten fällt dazu nichts anderes ein als: »Übernimmt er sich da nicht?«

Die gleichen Kritiker bescheinigen hoffnungslos überbudgetierten Titeln wie Destiny kreative Stagnation. Beschwerden sich darüber, dass jahrelange Serien nur ein Aufguss des ewig Alten sind. Dass die immer gleichen Spielmechaniken immer wieder kopiert und als neu (»Awesome!«) verkauft werden. Und wenn dann jemand mit echten Ambitionen und Innovationen kommt – dann kriegen alle plötzlich das Muffensausen? Wir müssen uns heute fragen: Wo sollen die neuen, frischen,

spannenden Spielkonzepte herkommen, wenn wir Visionäre kleinreden, ihnen das Scheitern prognostizieren, ihre Ambitionen als zu hoch verwerfen und großartige Ideen durch nörglerisches Gemoser zerreden?

Das Unmögliche wagen

Wer sich heutzutage über die festgefahrene Spielebranche aufregt, aber ambitionierten Projekten keine Chance gibt, ist ein Heuchler. Denn auch wenn solche Projekte am Ende nicht alle Erwartungen erfüllen können, leisten sie doch Pionierarbeit und liefern dringend benötigte frische Impulse. Dazu kommt: Jedwede Unterstützung ist freiwillig. Warum muss ich mir also vorwerfen lassen, 200 Euro in die Entwicklung eines Spiels investiert zu haben – und nichts anderes ist es, was man mit dem Kauf eines Schiffs für Star Citizen tut –, der Kauf einer teuren Hochglanzgurke wie Watch Dogs, die meine Erwartungen nicht ansatzweise erfüllen konnte, ist aber ganz normal? Bei Spielen wie Destiny kauft der Spieler etwas, von dem er eigentlich keinen Schimmer hat, er muss sich bis zum Release fast ausschließlich auf PR oder eingeschränkte Betaphasen verlassen. Bei Star Citizen dagegen kann ich mich jederzeit über den Stand der Dinge informieren und selbst bestimmen, was mir das wert ist.

Das ewige Kopieren von alten Konzepten fährt eine ganze Unterhaltungssparte langsam, aber sicher vor die Wand. Und diejenigen, die das nicht mehr wollen, müssen neue, manchmal risikoreiche Wege gehen. Chris Roberts hat das getan. Er hat hunderttausende Publisher gefunden, die aus Überzeugung die ambitionierte Entwicklung eines AAA-Titels finanzieren. Star Citizen wird von seinen Unterstützern nicht einfach als das nächste MMO gesehen. Es ist für sie – und auch für mich – eine Chance, dass die Spieleindustrie sich endlich komplett neu erfindet und in Zukunft noch mehr ambitionierte Projekte von Visionären den Weg in die Entwicklung finden. Und nein, das heißt nicht, dass man Star Citizen und Chris Roberts nicht kritisieren darf. Aber dann doch bitte im Rahmen einer inhaltlichen Auseinandersetzung, nicht oberflächlich für das Geschäftsmodell, das Roberts' Vision überhaupt erst ermöglicht.