

Pflicht oder Wahrheit?

Zwischen Lag-Skandal und Milliardenumsätzen: Aller Kritik zum Trotz zementiert Advanced Warfare die dominante Stellung von Call of Duty – auch im (semi-professionellen) E-Sports-Segment. Wieso eigentlich? Eine Spurensuche. Von Thorsten Küchler

Die modernen Gladiatoren sitzen in Glaskästen, sie tragen Namen wie Gun-Elite oder KraQz. Über die riesige Leinwand flimmern rasante Shooter-Gefechte, für die Epilepsie-Warnungen einst erfunden wurden. Das Publikum starrt teils gebannt gen Bühne, teils lässig auf die allgegenwärtigen Smartphones. Nach einstündigem Dauerfeuer verkünden zwei festlich gekleidete Kommentatoren das Resultat: Fab Games gewinnt das innerdeutsche Duell mit 3:0 gegen Team Nextgen – und darf somit zum großen Finale nach Los Angeles reisen. Wir sind zu Gast auf der Call of Duty Championship 2015 im notorisch verregneten London, hier streiten sich Europas E-Sports-Größen um die Qualifikation zur offiziellen Weltmeisterschaft – dort wird dann um ein Preisgeld in der absurden Gesamthöhe von einer Million US-Dollar geschossen. Aber warum spielen die hier eigentlich alle Call of Duty: Advanced Warfare? Sind denen Server-Probleme und lästige Lag-Kompensation egal? Wir forschen nach.

Liebe, Hass – und Erfolg

4,5 von 10 Punkten: Das ist die durchschnittliche User-Bewertung von Call of Duty: Advanced Warfare auf der Wertungswebsite



Die glücklichen Gewinner der diesjährigen Call-of-Duty-Weltmeisterschaft: Das US-Team Denial und der Siegerscheck über sagenhafte 400.000 Dollar.

Metacritic. Okay, User-Wertungen sind immer mit Vorsicht zu genießen und oft geprägt von Vorurteilen – dennoch ein erbärmliches Ergebnis. Und doch hat sich dieser vermeintlich so miserable Shooter laut Analysten bislang über 18 Millionen Mal weltweit verkauft. Damit hat Advanced Warfare zwar bislang die von Activision anvisierte 20-Millionen-Marke verfehlt, dennoch stößt

Call of Duty alljährlich in Verkaufssphären vor, von denen die meisten Spieleserien nur träumen können. Zum Vergleich: Skyrim hat sich zwar sogar über 20 Millionen Mal verkauft – aber in vier Jahren, nicht in vier Monaten. Kolportierter Gesamtumsatz von Advanced Warfare: über eine Milliarde US-Dollar. Obwohl es traditionell erst im November erscheint, steht jedes neue Call of Duty weit





Zwei der besten deutschen Call-of-Duty-Spieler im E-Sports-Bereich: Nick aka KraQz (links) und Massi aka GunElite (rechts) von Fab Games.

vorne in den Branchen-Hitlisten, mit 5,8 Millionen verkauften Exemplaren dominierte Advanced Warfare auch die US-Charts des Jahres 2014 – deutlich vor Destiny (3,8 Millionen) und GTA 5 (3,3 Millionen).

Die alten Glanztage der stets neuen Verkaufsgasmassen sind jedoch passé, das 2012 veröffentlichte Black Ops 2 verkaufte sich noch rund 30 (!) Millionen Mal und markierte mit einer Milliarde Dollar Umsatz binnen 16 Tagen einen Verkaufsrekord, den bislang nur GTA 5 knacken konnte – das für die Milliarde lediglich drei Tage brauchte. Bei den beiden letzten Serienteilen Advanced Warfare und Ghosts hielt sich Activision hingegen mit derartigen Rekordmeldungen zurück. Das kann man als Hinweis darauf deuten, dass die Shooterserie stagniert und die Verkaufszahlen allmählich sinken – was auch Analysten so sehen. Michael Olson von der Investmentbank Piper Jaffray etwa bescheinigte Call of Duty im November 2014 »rückläufige Umsatzzahlen«. Ghosts missfiel zudem vielen E-Sports-Zuschauern, weil es die beliebten Spielmodi Capture the Flag und Hardpoint durch die weniger spannenden Domination und Blitz ersetzte und zudem Bugs mitbrachte. Beispielsweise ließ sich die Bombe auf Search & Destroy-Karten nach einem fehlerhaften Update zeitweilig nicht mehr legen oder entschärfen.

Der aufsteigende Ast

Call of Duty ist zudem nicht das beliebteste E-Sports-Spiel. Diese Ehre dürfte League of Legends gebühren, dessen WM-Finale im November 2014 über elf Millionen Twitch-Zuschauer verfolgten – gleichzeitig. Das liegt auch daran, dass League of Legends in Asien unschlagbar beliebt ist. Außerdem dürfte sich Activision mit dem Jahresrhythmus der Serie selbst im Weg stehen: Weil bereits nach zwölf Monaten der Nachfolger erscheint, hat ein neues Call of Duty kaum Zeit, sich im E-Sports-Segment zu etablieren. Counter-Strike etwa blickt auf eine viel längere und vor allem ungebrochene Tradition zurück, das Spielgefühl blieb über alle Serienteile hinweg erhalten – seit rund 15 Jahren! Entsprechend beliebt ist der Terroristen-gegen-Polizisten-Shooter, nicht um-

sonst sahen jüngst bis zu eine Million Fans dem ESL-Finale von Counter-Strike: Global Offensive zu. Im Zuge des generellen E-Sport-Booms ist allerdings auch Call of Duty auf dem aufsteigenden Ast, zumindest im Westen: Eine Studie der Marktforscher von Newzoo und Superdata kam im April 2014 zu dem Schluss, dass bis zu 44 Prozent der europäischen und nordamerikanischen E-Sports-Zuschauer Call of Duty verfolgen, jedoch nur 42 Prozent League of Legends. Zudem sollen bis zu 56 Prozent aller aktiven westlichen E-Sportler Call of Duty spielen, auch hier verzeichnet LoL nur 42 Prozent.

Auch wenn sich diese Zahlen stetig wandeln, belegen sie doch, dass Call of Duty nach wie vor riesig ist. Am Erfolg der Shooter-Reihe gibt's wenig zu rütteln, lautstarke Kritik hin oder her. »Wir haben die größte Fanbase der Welt! Aber einige dieser Menschen können ihre Liebe nicht richtig artikulieren«, witzelt Michael Condrey, der Mitbegründer des Entwicklers Sledgehammer, im Rahmen des CoD-Turniers über die massive Onlinekritik. Tatsächlich hat der Mehrspieler-Modus von Advanced Warfare eklatante Schwächen. Besonders die Hybridlösung aus Dedicated Servern und Peer2Peer-Verbindungen sorgt auf allen Plattformen für Lags und (vor allem im PC-Lager) für Cheat-Anfälligkeit, ein Kardinalfehler im Online-Shooter-Segment. Bei großen E-Sports-Turnieren fallen diese Probleme jedoch flach: GunElite & Co. treten schließlich vor Ort per Direktverbindung gegeneinander an. Für Latenzen oder Pings interessiert sich auch auf Nachfrage keiner der Teilnehmer. Das liegt vor allem daran, dass nicht auf dem PC gespielt wird, sondern – auf der Konsole.

PC? Das war gestern!

Online-Shooter erfordern höchste Präzision sowie feilschnelle Reflexe – deshalb ist man mit Maus und Tastatur klar im Vorteil, sagen die PC-Spieler. »Call of Duty ist ein Konsolenspiel, auf dem PC sollte man Counter-Strike spielen«, sagt indes Paul Kent von Gfinity. Die englische Firma ist der offizielle Veranstalter der Call-of-Duty-Europameister-



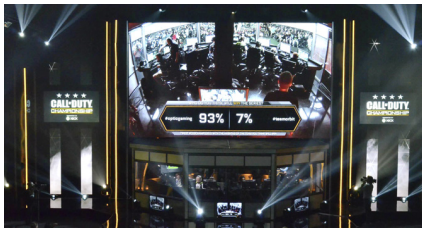
»Call of Duty ist ein globales Phänomen, es gibt kein vergleichbares Konkurrenzprodukt«, Michael Condrey ist nicht direkt bescheiden.

schaft, Paul ihr Leiter in Sachen E-Sports. Tatsächlich werden alle Turniermatches auf der Xbox One ausgetragen, individuell veränderte Controller sind erlaubt, mausähnliches Zubehör ist verboten. Microsoft tritt gar als Sponsor von Gfinity auf – geht es also wieder mal nur ums schöne Geld? Nicht nur. Denn Call of Duty auf dem PC, das ist nicht nur »ein ganz anderes Genre« (Paul Kent), sondern eine abgekühlte Liebesbeziehung, die man höchstens noch als Zweckehe bezeichnen kann. In den Steam-Spielerstatistiken taucht Advanced Warfare erst im grauen Mittelfeld auf, irgendwo hinter dem Euro Truck Simulator 2 (Stand: 13. März 2015). Nur wenige Tausend Menschen nehmen an Onlinepartien teil. Selbst zum Release im November ballerten sich maximal 35.000 PC-Besitzer gleichzeitig durch den Shooter. Kein Wunder, machen die PC-Verkäufe doch bloß lächerliche zwei bis drei Prozent der Gesamterlöse von Advanced Warfare aus (Quellen: Vgchartz.com und Steam).

Entsprechend vielsagend antwortet Michael Condrey von Sledgehammer auf unsere Frage nach der Bedeutung des PC-Marktes: »Früher hat man versucht, vor allem in diesem Bereich Fortschritte zu machen.«

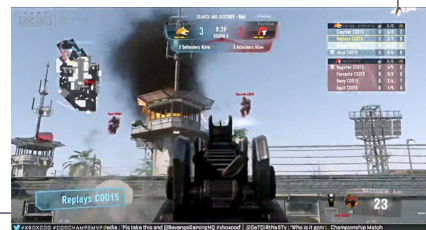


Die europäische Qualifikation fand im altherwürdigen Royal Opera House zu London statt – allerdings nur im wenig festlichen Kellersaal.



Die Weltmeisterschaft

Ende März veranstaltet Activision jedes Jahr das Finale des Call of Duty Championship in Los Angeles, gesponsert wird die Show von Microsoft, auf dessen Xbox One die 32 Teilnehmerteams um den Weltmeistertitel ringen. Dabei geht es um Preisgeld von insgesamt einer Million US-Dollar, das unter den Erstplatzierten aufgeteilt werden. In diesem Jahr gewann das US-Team Denial und strich 400.000 Dollar ein. Auch die Plätze zwei bis acht gingen an US-Amerikaner – sowie eine einzelne australische Mannschaft. Die deutschen Teilnehmer UX Gaming und Fab Games schieden bereits am ersten der drei Wettkampftage aus, überhaupt überstanden nur drei nicht-amerikanische Teams den Turnierauftritt. Ein Beleg dafür, dass die CoD-Spieler im englischen Sprachraum inzwischen viel professioneller aufgestellt sind als in der alten Welt. Hinter dem Spektakel stecken natürlich knallharte Werbeinteressen: Für Microsoft ist das Turnier eine dringend nötige Gelegenheit, seine Xbox One zu bewerben – laut den Marktforschern der NPD Group liegen die US-Verkaufszahlen der Konsole weiter hinter denen der PlayStation 4. Und auch Activision drückt mit der professionell inszenierten und moderierten Show aufs Marketing-Gaspedal.



Heißt im Klartext: Heute und in Zukunft sieht man Call of Duty als Serie, die zuallererst Konsolenspieler begeistern soll. Und so sehen das auch die deutschen E-Sports-Größen: »Einst war die CoD-Szene auch auf dem PC groß, heute ist Xbox Live die erste Anlaufstelle für E-Sports-Teams, selbst die PS4 kann da trotz großer Spielerzahlen nicht mithalten,« erklärt uns Nick alias KraQz von Fab Games die Lage. Wenig überraschend also, dass Sledgehammer weiterhin um die Cheater-Problematik herumieiert – denn die betrifft ja vorwiegend den für

die Call-of-Duty-Macher unspannend gewordenen PC-Markt. Eine bittere Pille für Computerspieler, für Activision jedoch offensichtliche Firmenmaxime.

Das Zauberwort: Community

Clever designte Maps, spannende Spielmodi, adäquates Trefferfeedback: Diese Elemente werden anno 2015 im Online-Shooter-Bereich vorausgesetzt – wer einen E-Sports-Hit landen will, der muss aber vor allem eines: die Community mit ins Boot holen. »Call of Duty ist mehr als ein Spiel, es ist eine sozia-

le Plattform, ein eigenes Ökosystem«, fasst Michael Condrey die Bedeutung der ebenso berühmten wie umstrittenen Serie zusammen. Ergo zielen zahlreiche Marketingmaßnahmen von Activision darauf ab, die Fanbasis bei Laune zu halten. Unvergessen die Megamesse Call of Duty Experience im Jahr 2011, bei der man Anhänger aus aller Welt in Los Angeles zu einer Art Massengottesdienst im Namen des Shooter-Herrn versammelte – inklusive militaristisch-absurdem Rahmenprogramm, darunter eine Paintball-Arena, die genauso aufgebaut war wie der Multiplayer-Level Scrapyard aus Modern Warfare 2. Außerdem konnten Besucher einen Jeep durch einen Hinderniskurs lenken und das Militärtraining aus der Solokampagne von Modern Warfare 2 absolvieren.

»Typisch amerikanisch«, werden da viele sagen und damit gar nicht mal so falsch liegen. Denn Call of Duty ist US-Kulturgut: Spätestens seit Modern Warfare hat die Serie einen patriotisch gefärbten Weg eingeschlagen, der unmittelbar mit der Heimat der Entwickler zusammenhängt. Egal ob Black Ops 2 oder Advanced Warfare – knapp 50 Prozent der Gesamtverkäufe einer jeden Call-of-Duty-Episode entfallen auf den nordamerikanischen Markt. Und dort sitzt eben auch die Major League Gaming, der weltweit größte E-Sports-Anbieter mit neun Millionen registrierten Usern. Im Portfolio der MLG ist Call of Duty das wichtigste Zugpferd – Konkurrenztitel wie Evolve oder Titanfall fristen ein Schattendasein. Entsprechend haben es einige professionelle CoD-Cracks bereits zu erstaunlicher Berühmtheit gebracht: Matt »Nadeshot« Haag verdiente im Jahr 2014 über 700.000 US-Dollar – alleine durch das Live-Streaming von Call-of-Duty-Sessions! »Das Verhältnis von Zuschauern zu Spielern ist im E-Sports-Bereich 10 zu 1«, erklärt Paul Kent von Gfinity die enorme Zugkraft einzelner Stars. Doch während nordamerikanische Spieler hauptberuflich ihre Shooter-Skills präsentieren, sieht die Lage diesseits des



Die Marcel Reifs des E-Sports: Zwei Kommentatoren geben wissenswerte Anekdoten zu den Teams und weniger wissenswertes Gebrüll der Marke »Toller Schuss!« zum Besten.



Paul Kent von Gfinity organisiert das Turnier, spielt aber privat (typisch Schotte!) lieber Fußball.



Interviews, Kameras, Moderatoren, Sponsorenbanner: E-Sports-Veranstaltungen orientieren sich ganz klar an Sportübertragungen aus dem klassischen Fernsehen.



Die jeweils spielenden Viererteams sitzen auf der Bühne in aquariummähnlichen Glaskästen. Immer mit dabei: Smartphones und Energydrinks.

großen Teichs ganz anders aus: »Es wäre ein Traum, von den E-Sports-Einnahmen leben zu können. Aber das geht in Deutschland noch lange nicht,« gibt Massi alias GunElite etwas traurig zu. Bitter, wenn man bedenkt, dass die Teammitglieder von Fab Games viermal pro Woche jeweils knapp fünf Stunden trainieren, um konkurrenzfähig zu bleiben. Und so setzt sich das Feld bei der europäischen Call of Duty Championship vor allem aus Schülern und Studenten zusammen – bei einigen muss man sich gar fragen, ob sie den Shooter gemäß seiner USK-Freigabe überhaupt offiziell spielen dürften.

Die einfachste aller Antworten

Bei allem Drumherum sollte man niemals vergessen, dass Call of Duty nicht nur Marketing-Maschine und Goldesel ist, sondern eben vor allem eines: ein Spiel. Und dieses Spiel bereitet Millionen von Menschen Spaß. Klar, für diese Binsenweisheit braucht es keine wissenschaftliche Abhandlung, keine Recherche und auch kein Superhirn – aber Advanced Warfare funktioniert nach einer Formel, die Modern Warfare einst so genial etabliert hat. Der (wieder mal) zu kurze Einzelspielermodus mit seiner an Nötigung grenzenden Linearität ist dabei nur die Kehrseite der Medaille – die Onlinekomponenten samt E-Sports-Tauglichkeit sind die eigentlichen Erfolgsgaranten! Dass (laut Achieve-

ment-Statistiken) gerade einmal die Hälfte aller Advanced-Warfare-Spieler überhaupt die erste Solomission durchgespielt hat, ist kein Zufall und auch kein Beweis für die Unfähigkeit des Publikums. Nein, viele Käufer erwerben die Titel der Serie eben ausschließlich wegen des Multiplayerparts.

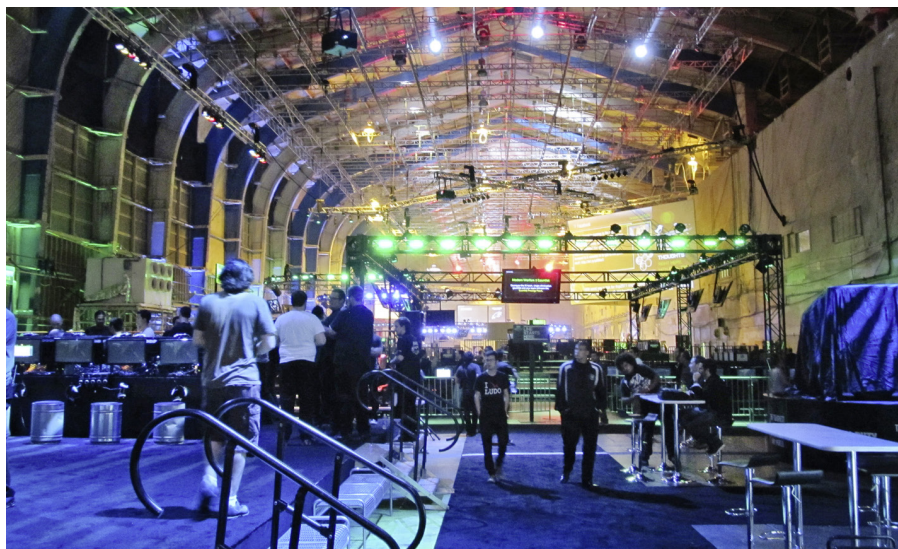
Letzterer zieht seine Faszination aus ebenso simplen wie traditionellen Zutaten: 60 Bilder pro Sekunde (vor allem auf den Konsolen keine Selbstverständlichkeit), motivierendes Levelsystem, wie geölt flutschendes Waffen-Handling. Taktik spielt online durchaus eine Rolle, vor allem bei aktivierten E-Sports-Einstellungen: »Es gab schon Truppen, die aus egoistischen Maschinen bestanden – die hatten aber keine Chance. Harmonisches Teamplay ist im Turnierbereich viel wichtiger als pure Skills«, erklärt Massi den Schlüssel zum Erfolg. Für den Außenstehenden ist das im Eifer des Gefechts aber nur schwer zu erkennen: Während die kuriose Football- oder Bombing-Run-Variante Uplink noch an klassischen TV-Sport erinnert, sehen Matches der anderen Modi zumeist aus wie das chaotische Aufeinandertreffen hyperaktiver Soldaten. Was da genau beim hektischen Herumschauen und -schießen passiert, und was das mit Taktik zu tun hat, erschließt sich dem Zuschauer nicht auf den ersten Blick.

Ein Problem, das nicht nur Call of Duty im E-Sports-Bereich lösen muss, um einen noch

größeren Markt zu erschließen, wie Paul Kent zugibt: »Unsere größte Aufgabe bei Gfinity ist es, das Spiel seinen Zuschauern noch klarer rüberzubringen, es besser zu erklären. Daher schulen wir auch unsere Kommentatoren immer intensiver.« Hält man sich jedoch an die Tipps der Experten (»Immer auf die Minimap achten!«), so setzt nach wenigen Partien ein Moment der Klarheit ein: Perfekt abgestimmte Teams stürmen nicht blind durch die Map, sondern verfolgen einen ausbaldowerten, deutlich erkennbaren Plan – wie eine Fußballmannschaft, die eingeübte Spielzüge abspult. Dass die Talente eines Einzelnen nur untergeordnet zum Tragen kommen, liegt am Regelwerk: Es werden ausschließlich teamwork-basierte Modi wie Capture the Flag oder Hardpoint gespielt, Deathmatches sind verpönt. Zudem sind alle Einstellungen – von den (erlaubten) Scorestreaks über die Exo-Talente bis hin zur Health-Regeneration – strikt vorgegeben. Dennoch sieht selbst ein Neuling schnell den Unterschied zwischen guten und exzellenten E-Sportlern: Einige Spieler erscheinen fast schon übermenschlich, treffen selbst bewegte Ziel aus größter Entfernung und unter Einberechnung der virtuellen Ballistik. Übung macht auch hier den Meister. Aber Spaß sollte das Ganze ja auch irgendwie bereiten.

Call of Duty – und sonst nichts?

»Was macht für dich die Faszination von Call of Duty im E-Sports-Bereich aus?«: Diese Kernfrage stellten wir im Rahmen unseres Turnierbesuchs immer wieder – Entwickeln, Zuschauern, Veranstalten und Spielern. Für den einen sind es »die Gänsehautmomente beim Zusehen«, für den anderen zählt »das Gefühl, von Fans angefeuert zu werden«. Eine befriedigende Antwort bekamen wir jedoch nicht. Aber gibt es sie überhaupt? Ist der Shooter von Activision nicht vielmehr eine Fläche, auf die jeder seine ganz eigene Meinung projizieren kann – die Kritiker ebenso wie die Millionen Fans? Die Neulinge ebenso wie die E-Sports-Experten? Wahrscheinlich hat Massi von Fab Games den Nagel auf den Kopf getroffen: »Es heißt nicht umsonst Call of Duty. Wenn du nichts anderes spielst, wird es zur lästigen Pflicht.« Sprach's und verschwand wieder im Glaskasten, der für E-Sportler die Welt bedeutet. Thorsten Küchler / GR



Höhepunkt der Call of Duty-Manie: 2011 veranstaltet Activision mit der Experience eine gigantische Messe, die sich nur um den Ego-Shooter und seine Fans dreht.