

FEEDBACK



brief@gamestar.de



@GameStar_de



GameStar.de



facebook.com/GameStar.de



Mehr Meinung

WWW

Ich habe mir soeben das Test-Video zu Act of Aggression angesehen. Und ich muss jetzt mal einen Kommentar loswerden. So geht es nicht mehr. Dieses Test-Video ist einfach eine Aufzählung von Features, genauso wie ihr es die letzten 20 Jahre gemacht habt. Völlig zahnlos wird da aufgelistet, was man in diesem Spiel so tun kann. Ich habe es kaum geschafft, mir das ganze Video anzuschauen. Ihr müsst uns sagen, ob das Spiel was taugt oder nicht! Ihr müsst Position beziehen, und zwar bereits nach 20 Sekunden im Video. Ich schaue mir mittlerweile lieber so Youtube-Kanäle wie »Worth A Buy« an. Weil die mir, wenn auch oft auf etwas harte und unschöne Art, mitteilen, ob das Ding was taugt. Selbst wenn auf solchen Channels auf den ersten Blick oft etwas auf den Putz gehauen wird, auch die müssen das Vertrauen ihrer Leserschaft pflegen. Und dann wird deutlich, dass die gar nicht so polemisch sind, sondern ehrlich gerade heraus.

WeissNix

Ich zitiere mich mal selbst: »Die magere Inszenierung macht das Spiel auch nicht mit

einer spannend geschriebenen Story wett. Erzählerisch ist Act of Aggression eine langweilige Enttäuschung.« Oder: »Die Kampagnen führen uns mehr schlecht als recht an die Völker heran.« Act of Aggression ist für mich ein gutes Beispiel für einen Titel, den man im Test auf jeden Fall aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten muss. Manchen Leuten ist bei Echtzeitstrategie die Kampagne am wichtigsten, diese werden wissen wollen, dass der Solopart von Act of Aggression nicht sonderlich gelungen ist. Andere sehen die Kampagne sowieso nur als Aufwärmübung für den Multiplayer oder Skirmish, diesen dürfte das Spiel viel besser gefallen. Aber wenn ich einfach nur sage, dass das Spiel richtig klasse ist, ist keiner dieser beiden Gruppen gedient (und die Singleplayfans würden sich durch meine Kaufempfehlung zurecht betrogen fühlen). Das heißt aber natürlich nicht, dass ein Test keine klare Stellung beziehen kann oder soll. Die verschiedenen Aspekte des Spiels müssen ja nicht nur erwähnt, sondern auch bewertet werden. Ich wollte zum Beispiel so klar wie möglich machen, dass die Story ein kompletter Reifall ist, das sollte man wissen, wenn man an dem Spiel interessiert ist. Aber mit dieser Aussage werden die Zuschauer unter-

schiedlich umgehen, manche werden sagen: »Macht nichts, Story ist mir eh egal«. Das Ziel eines Videos ist, dass der Zuschauer am Ende ein möglichst gutes Bild von den Stärken und Schwächen eines Spiels hat. Ganz ohne Polemik.

Maurice Weber

Zu viele Previews?

WWW

Die Ausgabe 09/15 ist in großer Rückschritt im Vergleich zu der vorherigen Entwicklung von GameStar. Es wurde mehrmals erwähnt und war eigentlich Konsens bei den Rückmeldungen an die GameStar, dass der Preview-Teil radikal gekürzt werden sollte. Mehr als drei bis vier Previews braucht die Printausgabe nicht. Dafür sollte der Test- und insbesondere der Magazineil erweitert werden. Zuletzt hat GameStar genau diese Redaktionspolitik auch gelebt. Bei dieser Ausgabe nimmt jedoch die Preview-Rubrik mehr als die Hälfte der Zeitschrift ein. Selbst unter der Einbeziehung der Gamescom ist das viel zu viel. Auch der Magazineil ist gelinde gesagt so lala. Der Hintergrundartikel zu Markenrechten ist OK. Bei dieser Ausgabe kam aber wieder die Frage: »Wozu brauche ich überhaupt das Abo, bei solch einem Content?«. Hoffe, es handelt sich um einen einmaligen Ausrutscher und nicht einen langfristigen Trend (ausgelöst durch den neuen Eigner?).

legion_ix

WWW

Kann nur zustimmen, durch die E3 und Gamescom gab es in letzter Zeit zu viele Previews. Auch die Reportbereiche fand ich oft verschenkt, das kann von mir aus viel öfter ins Künstlerische gehen, in die Vermittlung von dem, was Spiele ausdrücken können und was ihre Faszination ausmacht. Da ist der Bericht über Loose Cannon auch wieder viel zu sehr eine Feature-Schlacht. Das Ding sollte so und so viele Quadratmeter haben, mit Raketenwer-



Act of Aggression: »Dieses Test-Video ist einfach eine Aufzählung von Features.«

fer, und Autos und Schießen in Autos, fünf verschiedene Lösungswege, zehn Felgenfarben. Das liest sich wie eine Preview über ein Spiel, das nicht mal erschienen ist. Solche Berichte und Previews öden mich nur noch an. Das kann man vielleicht einmal machen, um zu zeigen, wieso ein Spiel gescheitert ist, aber bitte nicht zu oft. **Naitomea**

Schade, dass euch die Ausgabe nicht gefallen hat. Das geht aber ganz allein auf die Kappe der Redaktion, der neue Eigentümer hat damit nichts zu tun. Wobei ich – natürlich – der Meinung bin, dass wir angesichts der Umstände ein mehr als ordentliches Heft auf die Beine gestellt haben. Es war halt schlicht ein ganz schwacher Testmonat, was um diese Jahreszeit nichts Ungewöhnliches ist. Dafür war Gamescom. Und da ist es halt schon so, dass unserer Meinung nach eine Preview zu Mafia 3 mehr Leser interessiert als der Test eines unbekannten Indie-Spiels, das wir aus dem Steam-Hut zaubern. Zu den Reports zähle ich im Übrigen auch den BPjM-Artikel. Den fand ich bloß direkt im Anschluss an den Mortal Kombat X-Test schöner. An der redaktionellen Ausrichtung hat sich also nichts geändert. Die Chancen stehen deshalb gut, dass euch diese Ausgabe wieder besser gefällt. **Heiko Klinge**

www Angesichts der Gamescom ist es meiner Meinung nach völlig legitim, eine Sommerloch-Ausgabe mit mehr Previews zu füllen als üblich. Inhaltlich hat die Ausgabe also wie immer völlig gestimmt. Ein weiteres tolles Heft, und außerdem: Das Cover ist herrlich! **Melchiah**

Battlefront vs. Battlefield

@ Es wundert mich, dass Dice mit Battlefront ständig nur negative Schlagzeilen bringt. Quasi jede News zu Battlefront ist für Fans erstmal ein Dämpfer. Ich frage mich, ob Dice das nicht geschickter verpacken könnte, die haben doch sicher auch eine Marketingabteilung? Aber es scheint es sie gar nicht zu interessieren, wie in den Medien über Battlefront berichtet wird. Natürlich meldet sich auch mal einer von den Jungs zu Wort, beschwichtigt ein wenig, wenn der Shitstorm droht, zu laut zu werden. Aber so wirklich kann ich ihnen nicht abkaufen, dass sie mit Herzblut an der Sache arbeiten. Ihr könnt euch sicher noch an den vorletzten Medal-of-Honor-Teil erinnern? Den Multiplayerpart hatte auch Dice zu verantworten. Für mich das Ergebnis einer typischen Auftragsarbeit: Alle Punkte auf der Liste wurden brav abgehakt – kein Auftraggeber konnte ihnen etwas vorwerfen, aber wirklich Spaß gemacht hat der Multiplayer nicht. Nun hat Dice seit Jahren Erfahrung mit eben dieser Art von Spielen, warum passiert



Battlefront: »Dice will verhindern, dass die Marke Battlefront mehr Strahlkraft hat als Battlefield.«

ihnen so etwas? Und warum trifft man gerade bei einem Titel wie Battlefront so viele unpopuläre Entscheidungen? Mich beschleicht das Gefühl, dass man der eigenen Marke Battlefield keine ernste Konkurrenz machen möchte. Dice hält nur die Rechte an der Battlefield Marke, nicht aber an der Star-Wars-Lizenz. Und wenn Disney den nächsten Battlefront-Teil bei einem anderen Studio entwickeln lassen sollte, schaut Dice in die Röhre – vor allem dann, wenn man kurz vor der Veröffentlichung eines neuen Battlefields steht. Also will man verhindern, dass die Marke Battlefront mehr Strahlkraft hat als die eigene. So erfüllt man seinen Auftrag, steckt sich das Geld in die Tasche und sorgt gleichzeitig dafür, dass viele Fans schon wieder ungeduldig auf den nächsten Battlefield-Teil warten. Denn Battlefront ist eben doch kein Battlefield. **Mark Stephanides**

Oh, da hast du offensichtlich etwas wechselt. Aber für den Fall, dass noch mehr Leser annehmen, Dice würde Battlefront im Auftrag von Disney produzieren, hier eine kleine Richtigstellung. Electronic Arts hat bereits 2013 mit der Walt Disney Company ein exklusives und mehrjähriges Lizenzabkommen über die Star-Wars-Marke abgeschlossen. Das bedeutet, dass EA für die kommenden Jahre einziger Lieferant für Spiele mit Lichtschwertern und AT-ATs sein wird. Dice hingegen ist seit 2006 eine hundertprozentige Tochter von Electronic Arts. Ergo gehören sowohl Battlefield als auch Battlefront in letzter Instanz Electronic Arts. Die Gefahr, dass Dice Battlefront absichtlich lieblos umsetzt, um Battlefield nicht zu schwächen, ist folglich sehr gering. Vielmehr dürften der negative Eindruck, den Battlefront bisher in einigen Aspekten hinterlassen hat, der Mischung aus hohen Erwartungen auf Spielerseite und einigen recht unpopulären Entscheidungen auf Entwickler-Publisher-Seite zu verdanken sein. Dass man sich auf dem PC keine Freunde macht, den Serverbrowser zu streichen, müssten auch EA und Dice wissen. **Petra Schmitz**

Report: Mit der Lizenz zum Spielen

www Der Artikel zu Lizenzgebühren hat mir sehr gut gefallen! Gut recherchiert und gut geschrieben. Bin etwas blauäugig gewesen und hab mir das alles nicht so kompliziert vorgestellt, also dass man gewisse Dinge lizenzieren muss natürlich (Autos, Marken etc.), aber dass man sogar Gebäude lizenzieren muss, da wäre ich jetzt nicht drauf gekommen. Mehr in diese Richtung! Spannend! **theurbanite**

www Toller Artikel! Und als wichtiger Hinweis: Wenn ihr bei Heckler & Koch Deutschland anfragt, kann es durchaus sein, dass die sagen: »Wir haben keine Lizenzen vergeben.« Denn im Falle von Medal of Honor: Warfighter haben das Heckler & Koch USA gemacht, und die sind ein Stück weit eigenständig. **bloody_mclane**

www Interessanter Artikel, gut geschrieben! Meine Meinung: Dass man sogar Gebäude und Bauwerke lizenzieren muss, finde ich echt bescheuert. Gerade Städte sollten doch immer realitätsnah dargestellt werden und solche Gebäude wie der Burj Khalifa gehören zum Stadtbild von Dubai einfach dazu. Dass dann ein Architekt Lizenzgebühren verlangt, finde ich einfach dämlich. In dieser Hinsicht sollten Lizenzgebühren einfach wegfallen. Gesetzlich natürlich. Aber ich weiß schon: Das ist nicht so einfach. **AssassinsCreedFan**

www Das wirklich Traurige daran ist, dass große Publisher wie Electronic Arts mit der dicken Brieftasche einkaufen gehen und exklusive Lizenzdeals über Jahre abschließen. Und kleinere Entwicklerstudios mit knappen Budgets (wie beispielsweise die ebenfalls im Artikel erwähnten Sector 3 Studios) schauen hier in die Röhre, weil sie sich das nicht leisten können. **-eRNIe-**