

Betatest von Destiny 2

DAS IST NICHT SINN DER SACHE!

Wo Betatest draufsteht, ist immer häufiger kein Betatest mehr drin. Sondern nur noch ein Marketing-Instrument oder ein Vorbesteller-Köder. Ein gefährlicher Trend, findet GameStar-Chefredakteur Heiko Klinge.



Der Autor Heikos intensivste, aber auch unfreiwilligste »Betatest«-Erfahrung hatte er beim Test von Stronghold 2. Die Verkaufsversion enthielt derart viele Bugs, dass Publisher Take 2 auf Basis seines Testfeedbacks den Release-Termin um eine Woche verschob, um eine Patch-CD produzieren und in sämtliche Packungen legen zu können.

Es ist aktuell eine der häufigsten Google-Fragen zum Online-Shooter Destiny 2: »Wie komme ich in die Beta?« Die Antwort findet sich einen Klick später auf der Produktseite von Publisher Activision. Wobei es sich dabei zumindest grammatikalisch gesehen um keine Antwort handelt, sondern um eine weitere Frage. Groß und fett steht da: »Schon vorbestellt?« Und etwas kleiner gleich darunter: »Bestelle Destiny 2 vor und du erhältst Vorabzugang zu unserer Beta, bevor sie für Nicht-Vorbesteller verfügbar ist.« Und ich frage mich: Was genau hat das jetzt noch mit dem Sinn und Zweck eines Betatests zu tun?

Nur wer zahlt, darf in die Beta

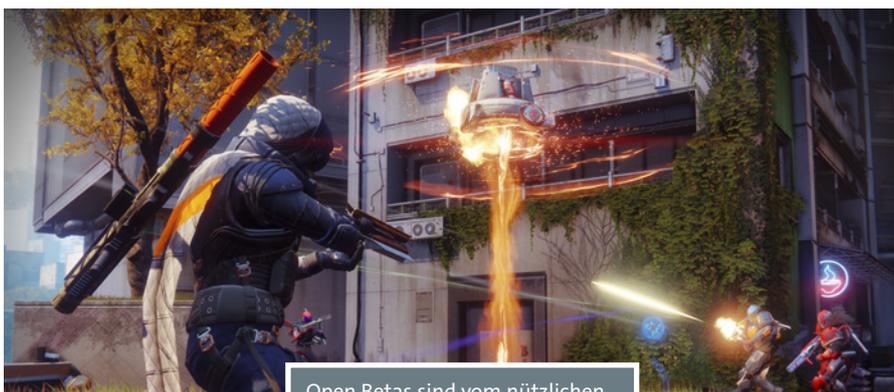
Gut, zumindest macht Activision keinen Hehl daraus, worum es ihnen bei der Betatest-Ankündigung von Destiny 2 eigentlich geht. Nämlich so viele Vorbestellungen wie möglich einzusammeln. Und nein, sie sind mit dieser Praxis beileibe nicht die einzigen. Inzwischen gilt gefühlt für jeden zweiten Multiplayer-Blockbuster, dass ihn diejenigen als erstes »testen« dürfen, die dafür be-

zahlen. Im zweiten Schritt wird aus der exklusiven Beta für Vorbesteller dann ein paar Wochen oder Monate später das große Open-Beta-Wochenende für alle, selbstverständlich begleitet mit jeder Menge Werbe-Tamtam und einem kürzest möglichen Weg zum Kauf der finalen Version. Rein wirtschaftlich gesehen mag das für die Publisher Sinn ergeben. Mit dem eigentlichen Zweck eines Betatests, nämlich sein Spiel auf technische Fehler, Bugs und Balancing-Probleme abzuklopfen, hat das aber nur noch am Rande etwas zu tun. Und das finde ich gefährlich.

Je weniger Test, desto größer die Gefahr

Denn wenn der Marketing-Aspekt bei einem Betatest immer mehr im Mittelpunkt steht, dann werden Publisher und Entwickler auch immer mehr daransetzen, dass sich die Beta so rund wie möglich anfühlt. Alles, was noch Ecken und Kanten hat oder noch nicht 100%ig fertig ist, wird im Zweifel weggelassen, um ja keinen potenziellen Käufer zu verschrecken. Dabei gibt es doch schon seit Jahren ein Werbeinstrument, bei dem ich dieses Vorgehen für völlig legitim halte. Und das nennt sich Demo! Aber beim Betatest geht es eben nicht darum, ein möglichst rundes Spiel zu präsentieren, sondern dieses Spiel rund zu machen. Weil man eben nicht nur einen PvP-Modus testet, sondern alle. Weil der Betatest nicht nur von Samstag bis Sonntag dauert, sondern bei Onlinespielen mehrere Wochen, damit Balancingmängel im Endgame nicht erst dann auffallen, wenn die ent-

täuschten Kunden die Server verlassen. Ich würde mir wünschen, dass sich mehr Publisher daran erinnern, wofür Betatests mal gedacht waren. Aber dazu müssten sich erstmal weniger Spieler davon ködern lassen. Und das ist äußerst unwahrscheinlich. Leider. ★



Open Betas sind vom nützlichen Testtool zum kalkulierten Marketinginstrument geworden.

