Auch diese Schlacht ist geschlagen

Das russische Game «World of Tanks» war an der Spielemesse E3 in Los Angeles der Publikumsmagnet

VON SIMONE LUCHETTA

Los Angeles, E3, die grösste Spielemesse der Welt: Victor Kislyi sitzt im weissen Ledersessel am Sitzungstisch, die Hände auf die Tischplatte gelegt, und studiert die riesige Weltkarte, die auf die Wand gemalt ist. Rot eingezeichnet sind die weltweit fünfzehn Niederlassungen seiner Firma Wargaming.net. «Wir brauchen noch Südamerika und den Mittleren Osten, dann geht die Sonne in unserem Unternehmen nie unter», sagt er, ohne mit der hellblonden Wimper zu zucken. Ganz so, als wärs ein Spiel.

Aber es ist ernst. Victor, 37, im Ansatz beleibt, aus dem russischen Minsk stammend, ist mit dem simplen Onlinegame «World of Tanks» (WOT) gerade dabei, den Weltmarkt zu erobern. Das Computerspiel zählt 60 Millionen registrierte Spieler, erzielte letztes Jahr gegen 270 Millionen Franken Umsatz und brachte der Firma rund 7,5 Millionen Franken Gewinn – und das als Gratistitel. Geld verdient Victor mit virtuellen Panzern und anderen Gütern, die er im Game verkauft.

Der Konsolenmarkt ist seit Jahren rückläufig

Free-to-Play nennt sich dieses Businessmodell, und Victor ist an die Spielemesse nach L. A. gekommen, um es auf der Konsole, genauer auf der Xbox 360, einzuführen; 67 Millionen solche sind weltweit installiert. Bisher war WOT ausschliesslich ein PC-Spiel. «Die US-Gamer wollen WOT auf der Konsole spielen, also geben wir ihnen, was sie wollen», sagt er. Er weiss, dass das ein hartes Stück Arbeit wird, weil viele Konsolenspieler dem Modell aus Asien skeptisch gegenüberstehen. Aber in der digitalen Distribution liege die Zukunft: «Wer zahlt 90 Franken für ein Game, wenn er gratis spielen kann?»

Darüber müssen sich auch die Grossen der Branche Gedanken machen. Denn dieses Jahr ist ein Schicksalsjahr. Neue Konsolen kommen zum Jahresende auf den Markt, und die grossen Spielefirmen haben viel Geld in neue Titel investiert. Wenn die Xbox One und Playstation 4 aber so langsam über den Ladentisch gehen wie Nintendos Wii U, müssen neue Geschäftsmodelle her. Der Konsolenmarkt ist seit Jahren rückläufig; auch in der Schweiz schrumpfte der Umsatz 2012 gegenüber dem Vorjahr um 22 Prozent. Dafür boomt das Geschäft mit Games für Tablets und Smartphones. Auch von WOT ist deshalb eine mobile Version in der Entwicklung.

Der Lärm am überfüllten Stand von Wargaming.net ist ohrenbetäubend. Mit 930 Quadratmetern ist er gleich gross wie derjenige des Unterhaltungskonzerns Warner Bros. nebenan. Auf drei Riesenleinwänden liefern sich Panzer in Einöden und Schneelandschaften Feuergefechte. Nebenan stehen Journalisten Schlange, um den Titel anzuspielen.

Das Game ist banal, die Grafik absoluter Durchschnitt. Man loggt sich ein, wählt einen historisch nachgebildeten Panzer aus den 1930er- bis 50er-Jahren und wird dann von einem Algorithmus in ein Team gesteckt, das aus 15 Spielern besteht, jeder mit eigenem Stahlkoloss. Gemeinsam tritt man gegen 15 andere an. Das Team, das alle gegnerischen Panzer abschiesst oder deren Basis erobert, gewinnt; die Sieger erhalten Münzen, um bessere Panzer zu kaufen.

Gespielt und geliebt wird «World of Tanks» von grossen und kleinen Jungs zwischen 14 und 55 Jahren, die Masse liegt bei 30 plus. «Es ist ein Jungenspielzeug», sagt Tom Putzki, der seit zwei Jahren die deutsche Niederlassung in Berlin leitet.

Free-to-Play-Games sind nicht neu, aber kaum eines konnte sich so durchsetzen wie dieses. Das hat verschiedene Gründe: «Unser Spiel ist gut», sagt Victor. Es erreicht einen Spielumfang, den man sonst nur bei Bezahl-Spielen kennt. Dazu kommt, dass sich niemand mit Geld Vorteile erkaufen kann. Das Einzige, was man sich kaufen kann, ist Zeitersparnis. Statt sich in vielen Stunden den besten Panzer zu erspielen, ersteht man ihn für 30 Franken.

Dieses «Free-to-Win»-Modell, wie es Victor nennt, wird von den Nutzern als fair empfunden: «Ich finde es gut, dass jeder die gleichen Chancen hat», sagt der 38-jährige Kevin, der für ein Spielchen ansteht und täglich etwa drei Stunden auf dem virtuellen Schlachtfeld verbringt.

Das Spieltempo ist bedächtig, die Überlebenschancen sind gut

Aber auch Familienväter wie Ofir, 30, die beschränkt Zeit haben, sind in «World of Tanks» am richtigen Ort. Ein Match dauert höchstens 15 Minuten. Putzki: «Wenn die Frau sagt, in fünf Minuten sei sie für den Ausgang bereit, liegen mindestens noch drei Spielchen drin.» Zudem ist das durch die Panzer vorgegebene Spieltempo so bedächtig, dass grosse Buben mit geringerer Reaktionsfähigkeit auch Überlebenschancen haben.

Victors Ziel ist klar: Er will das Free-to-play-Modell auf der ganzen Welt auf allen Plattformen – von iPhone bis Blackberry, PC bis Linux – etablieren und gibt Vollgas. Die Firma wächst entsprechend schnell: Vor zwei Jahren waren es 80 Leute, heute sind es weltweit 1600 Angestellte. Die Hälfte davon kümmert sich um Serviceleistungen.

Auch zwei neue Games stellte Wargaming.net an der E3 in Aussicht: die historische Flugsimulation «World of Warplanes» und «World of Warships», das Pendant mit Kriegsschiffen. Bereits heute spielbar ist eine Browserversion des Erfolgstitels «WOT: Generals». Angst, dass die Blase platzen könnte, hat Victor keine: «Ich bin zwar Physiker, aber ich spiele seit 20 Jahren das Strategiespiel ‹Sid Meiers's Civilization› – das ist mein MBA.»

Also doch ein Spiel.

Werbung für «World of Tanks» in L. A.: Sein Erfinder ist gerade dabei, damit den Weltmarkt zu erobern FOTO: GETTY IMAGES

Die Computerversion hat 60 Millionen registrierte Spieler; jetzt soll das Game auf die Konsolen

Von Meuchelmördern über Rennfahrer bis zu Donkey Kong

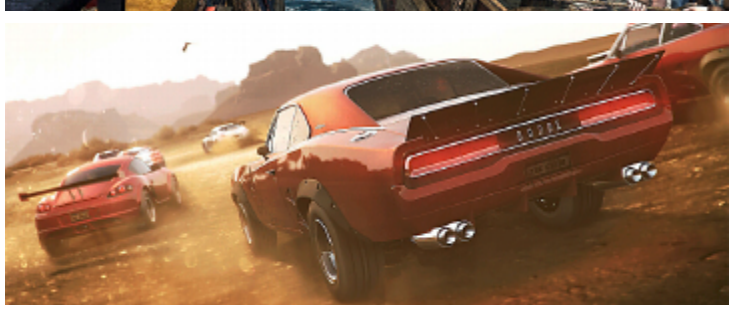
210 Spiele-Entwickler waren an der E3 in L. A. Diese fünf Games sind uns besonders aufgefallen

Dieses Jahr stand die E3 im Zeichen der nächsten Konsolen-Generation, für die jede Menge neue Spiele angekündigt wurden, die meisten davon Folgen von Blockbustern. Auch ungewohnt viele neue Marken wurden vorgestellt. Sony hat fünf für die PS4 versprochen, Microsoft acht für die Xbox. Unsere Auswahl:

«THE CREW» (UBISOFT)
Der Trailer des Action-Rennspiels macht Lust auf mehr. Der Spieler erfährt diese gigantische offene Online-Spielewelt im Auto. Er entscheidet, ob er alleine spielen will, welches seine Kontrahenten sind oder mit wem er sich zu einer Crew verbündet, um Herausforderungen gemeinsam zu meistern.
► Ab Frühling 2014 für Xbox One, PS4, PC, iOS, Android, ab 12 J.

«DISNEY INFINITY»
Dieses Spiel bringt Disney- und Pixar-Studio-Figuren zusammen. Dabei platzieren die Spieler reale Figuren auf einem Spielbrett und schalten diese so im Computer-Spiel frei.
► Ab Sommer 2013 für Xbox 360, PS3, Wii U, Wii. Nintendo 3DS, keine Altersangaben

«ASSASSINS CREED IV: BLACK FLAG»
Die «Assassin's Creed»-Reihe ist nicht mehr taufrisch. Dieser Teil hat es uns aber wegen des Handlungsortes angetan: Wir segeln im 18. Jahrhundert durch die Karibik. Der Held heisst Edward Kenway und ist ein unzimperlicher Haudegen. Er wird Pirat und findet sich in einem Krieg zwischen Assassinen und Templern wieder. Nichts für Zartbesaitete.
► Ab Herbst für PS4, Wii U, Xbox 360, PS3, PC, Xbox One, ab 18 J.



«Assassins Creed IV: Black Flag» (o.), «The Crew»

«ICYCLE: ON THIN ICE» (EA/CHILLINGO)
In dieser Tablet- und Handy-App lässt man einen Velofahrer durch Welten radeln. Die Tablet-Steuerung beschränkt sich auf die Daumen: Mit dem linken lässt man nach links und rechts fahren, mit dem rechten springen. Simpel – und so entspannend.
► Ab Sommer für iOS, ab 3 J.

«DONKEY KONG COUNTRY: TROPICALFREEZE» (NINTENDO)
«Donkey Kong» für die Wii U präsentiert sich als abwechslungsreiches Jump-'n'-Run-Spiel und lässt sich nicht nur alleine, sondern auch zu zweit spielen. Die Kongs haben unterschiedliche Fähigkeiten und können sich gegenseitig helfen. Erstmals können sich die Charaktere auch unter Wasser fortbewegen.

Die HD-Qualität macht kleinste Details sichtbar, etwa Donkey Kongs Fellhaare, wovon wir uns beim Anspielen des Titels überzeugen konnten.
► Ab November 2013 für Wii U, ab 3 J.

SIMONE LUCHETTA