



1. April 2009

MUNICH GAMING 2009 vom 1. bis 3. April
Panel 1.3 Faszination Browser Games

Browser Games brauchen starke Communities

Vision einer Endgerät unabhängigen Spielwelt, Wachstumspotenziale durch Community-Managing ausschöpfen, Qualität der Browser Games wächst stetig

München, 1. April 2009 – Nach einem Patentrezept gefragt, auf dessen Basis die Entwickler und Publisher von Browser Games dauerhaft erfolgreich sein könnten, zeigten sich die Podiumsteilnehmer des Panels „Faszination Browser Games“ während des diesjährigen Fachkongresses im Rahmen der „Munich Gaming“ einig: Neben einer überzeugenden Spielidee ist die Community entscheidend. Vor allem die Spieler, die sich über das Game untereinander vernetzen, es spielen und damit weiterentwickeln seien es, die über die Akzeptanz und die Weiterverbreitung entscheiden würden. Wanderte eine Community zu einem anderen Portal und Spieleanbieter, sei das alte quasi am Ende.

Zuvor hatten die Gäste des Panels unterschiedliche Konzepte der Browser basierten Spiele diskutiert und deren Stärken herausgearbeitet. Sie umrissen dabei insbesondere die Art von Spielen, die direkt über einen gängigen Internet-Browser gestartet werden könnten, geringe Systemanforderungen stellten und in der Regel einen kostenlosen Zugang ermöglichten. Diese Voraussetzungen und die Möglichkeit, dass mehrere Tausend Spieler, die über die ganze Welt verteilt sind, diese Games gleichzeitig und gegeneinander spielen könnten, stellte einen wesentlichen Reiz dieses Spieltyps dar. Heiko Hubertz, Managing Director Bigpoint, sieht deshalb auch weitere Zielgruppenpotenziale in Ländern, in denen die durchschnittliche Konfiguration und Kapazität von PCs eher gering sei – Osteuropa oder die Türkei stünden deshalb vor einem wahren Boom der Browser Games.

Im Vergleich zu den Client Games, d. h. auf PCs und Konsolen fest installierter Spielesoftware, würden die Browser Games derzeit jeden Nachfragerkord brechen betonte Patrick Streppel, Vorstand Gamigo. Der Zugang und die Basisspielvarianten seien zwar kostenlos, das Erlösmodell aller Browser Games liege aber im Verkauf von speziellen Items, durch die das Spiel spannender und gewinnbringender für den Spieler werde. So könne man sich beispielsweise in Piratenspielen durch den Zukauf eines schnelleren Schiffs Vorteile gegenüber anderen Mitspielern sichern. Geld gegen Zeit, lautete in diesem Zusammenhang das Motto. Könnte man sonst ein höheres Level oder eine bessere Ausstattung im normalen Spielverlauf nur durch eine lange Spieldauer erreichen, würde das Item Selling eine Art Abkürzung zum Ziel darstellen.

Nach diesem Prinzip erwirtschaftete zwar auch Travian Games, dessen Geschäftsführer Siegfried Müller ebenfalls Teilnehmer des Panels war, seine Gewinne, man müsse aber vorsichtig agieren, damit die Balance zwischen Spielern, die viel Zeit aber wenig Geld investierten und denen, die eher Geld als Zeit ausgeben würden, gewahrt bliebe. „Wenn jemand ohne Skills nur aufgrund seines Geldes ein Spiel gewinnt, ist das frustrierend für die anderen und sie wandern ab.“ Travian und Travianer zählen zu den reichweitenstärksten

Browser Games in Deutschland, die sich gleichermaßen an Männer und Frauen wenden. Frauen kauften im Item Shop von Travianer sogar Gegenstände, die den Spielverlauf gar nicht beeinflussen würden, sondern nur zur Dekoration dienten. Das belege, dass die Spiele mit einem relativ geringen technischen Aufwand gute Renditen erzielen könnten.

Dem stimmte auch Jasmin Orthbandt, CEO pixeltamer.net, zu. Ihr Studio würde derzeit von vielen Publishern angefragt, weil man in der Branche erkannt hätte, dass sich neben dem Client Gaming mit den Browser Games ein zweites wichtiges Standbein entwickeln würde. Gleichzeitig würden die technischen Möglichkeiten, die Browser Games heute bieten können – etwa eine volle 3D-Darstellung – hohe Anforderungen an die Entwickler und Designer stellen: „Bei der Qualität eines Browser Spiels legen die User heute vergleichbare Maßstäbe wie an PC- oder Konsolenspiele. Und man muss wissen, wer diese Spiele tatsächlich spielt, um durch Customizing deren Bedürfnisse nach Individualisierung möglichst exakt bedienen zu können.“

Probleme gäbe es nach Ansicht aller Podiumsteilnehmer mitunter bei den derzeit verfügbaren Micropayment-Systemen. Sie seien zwar für den User grundsätzlich sicher im Sinne der Verhinderung von Missbrauch durch Dritte – Spieler würden aber oft von Anbietern kostenpflichtige Items erschleichen. Daran wie an der Weiterentwicklung der Spiele selbst arbeite man aber unablässig.

Die Zukunft beurteilten alle Gäste des Panels durchweg positiv. Sowohl die weiter wachsende Qualität und Vielfalt der Browser Games als auch die zunehmende Konvergenz zwischen Client- und Browser Games könne mittelfristig zum Zusammenwachsen der beiden Bereiche führen. In diesem Sinne ist es schon keine Utopie mehr, dass ein Spieler ein Game auf seinem PC beginnt, unterwegs in der U-Bahn auf seinem iPhone das gleiche Spiel fortsetzt und es schließlich auf seiner Konsole zu Ende spielt. Das Endgerät und der Verbreitungsweg seien dann völlig irrelevant und der Spieler könne sich auf den Inhalt konzentrieren und müsse nicht die vorhandene technische Infrastruktur im Blick haben.

Weitere Informationen unter www.munich-gaming.com