

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Gegenseitiger Respekt ist die Basis für ein gutes Gespräch.

Im Netz ist das alles andere als selbstverständlich.

Und woher zur Hölle willst du das wissen?

So eine vorlote Bitch wie dich sollte man an den Herd fesseln, dir dein Handy wegnehmen und...

Und wir feiern dich dafür, dass du dich als Frau nicht unterkriegen lässt.

Keine Angst, du bist hier nicht allein.

Wir alle entscheiden, ob wir das Netz dem Hass überlassen.

Werde Teil der Telekom-Initiative gegen Hass im Netz und setze ein Zeichen.

Telekom.

Ich lese oft in Kommentaren auf GameStar.de, auf YouTube, auf Reddit.

Überall einfach, dass ihr euch Innovation wünscht.

Von Spielen und vor allem von den großen Publischem, von Electronic Arts, von Activision, von Ubisoft und so weiter.

Ihr vermisst den Mut, dass dort wirklich mal wieder etwas Neues entsteht, etwas Frisches und Kreatives.

Und ja, mir geht es genauso.

Aber ich fürchte Innovation ist gar nicht so einfach, vor allem für große Unternehmen.

Und dann kann man ja auch nie so richtig greifen, wie weit Innovation überhaupt gehen darf, ohne dass man Leute schon wieder abschreckt, weil etwas zu neu ist.

Ich hoffe, da kann mein Gast heute ein wenig Licht ins Dunkel bringen,

denn er hat die Innovation quasi zu seinem Beruf gemacht.

Außerdem hat er in letzter Zeit über 40 Stunden in Dave the Diver versenkt.

Und darüber müssen wir unbedingt reden, denn auch das ist ein sehr interessantes Beispiel.

Er ist Unternehmensberater bei 1789 Innovations.

Da steckt es schon im Namen und Podcast dabei, Corporate Therapy und Critical Infinity.

Herzlich willkommen, Humana Gaffi.

Guten Tag.

Ja, schön, dass du da bist.

Wir erleben hier unsere persönliche Innovation, denn das ist erst unser zweiter Videopodcast.

Alleine das ...

Darf man das überhaupt so nennen, aber wahrscheinlich, ne? Videocast.

Widcast. Videopodcast mit Gesicht, sagen wir einfach bei uns bei der GameStar.

Und ich würde sagen, dann tauchen wir doch direkt ins Thema ein.

Wie innovativ ist Dave the Diver?

Oh Gott, ich weiß es gar nicht.

Wahrscheinlich sehr innovativ.

Also mindestens, ich habe erfahren, es gibt mindestens zwei Formen von Innovation.

Als ich es gespielt hatte, habe ich so ein bisschen das Gefühl,

Dave the Diver hat es geschafft, diese ganzen Mobile-Game-Dinger umzuwidmen,

dass man daraus ein Full-Price-Game macht.

Aber irgendwie stecken dort überall diese Kleinigkeiten,

wenn man mal ein Mobile-Game spielt, stecken da irgendwie alle mit drin.

Diese ganzen Suchtmechanik, nur dass ich jetzt kein Micro-Transaction mit sah muss.

Und ich habe davon dir erfahren, da steckt ja mindestens eine Marketing-Innovation mit drin.

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Denn ein großes Studio oder ein großes Unternehmen dahinter verkauft es als Indie.
Ich würde sagen, Indie scheint wohl jetzt die neue Marketing-Innovation zu sein,
um das nochmal in die Breite zu streuen.

Das ist wirklich so.

Ich wusste es auch nicht, als ich angefangen habe, es zu spielen,
obwohl es gleich im Hauptmenü steht, aber manchmal bin ich auch ein bisschen blind.
Nexon stammt von einem Team namens Mint Rocket.

Und Mint Rocket ist eine Unterabteilung der Nexon Corporation.

Und die Nexon Corporation ist einer der größten südkoreanischen Publisher.

Die haben über 2,5 Milliarden Euro oder ungefähr 2,5 Milliarden Euro Umsatz im Jahr
zum Vergleich Ubisoft hat 1,8 Milliarden Euro jetzt gemacht im letzten Jahr.

Und Nexon ist eigentlich, wenn ich sie so nennen darf, böse.

Oh Gott.

Denn sie sind, nein, sie sind nicht böse, aber sie sind einer der Pioniere des Free-to-Play-Modells.

Also die betreiben beispielsweise MapleStory.

MapleStory hat man bestimmt schon mal gesehen, es sind schon sehr lange laufendes MMO
so in 2D mit Pixel-Grafik, also sieht gar nicht MMO typisch aus,

ist aber wahnsinnig erfolgreich und schon wahnsinnig lange auf dem Markt.

Und die betreiben Dungeon Fighter Online, eines der ertragreichsten Free-to-Play-Spiele,
so ein Action-Rollenspiel, Action-Multiplayer-Rollenspiel, die es gibt

und sogar eine der eines der erfolgreichsten Entertainment-Produkte aller Zeiten.

Über 20 Milliarden Dollar haben die schon mit Dungeon Fighter Online eingenommen.

So, und dann haben sie sich an irgendeinen Punkt gedacht, Mensch,

wir müssen uns irgendwie noch so eine Unterabteilung geben für kleine, kreative Spiele.

Und da hat, ich hoffe, ich spreche es richtig aus, Kim Day One,

der Vizepräsident der Entwicklungsabteilung von Nexon Korea, gesagt,

Mint Rocket ist eine Untermarke, die sich auf Spaß konzentriert und neue Dinge versucht.

Also ich frage mich, was machen dann die vielen anderen Nexon-Beschäftigten,
nicht dich auf den Spaß konzentriert?

Das, was schon der Bobi Kotik wollte, den Spaß aus dem Spiel rausbeprühen.

Ja, die anderen kümmern sich ums Geld.

Und bei Dave the Divert hat auch die 2-3 Euro gemacht, habe ich gehört.

Ja, das hatte ja schon kurz nach Release die Million Verkäufe geknackt.

Und es ist ja auch wundervoll, es ist so ein schönes Spiel.

Und ich finde es spannend, auch diese Beobachtung, dass es auf diesen Mobile-Mechanismen
basiert,

denn das war auch genau mein Gefühl, als ich es gespielt habe.

Du hast ein Handy in dem Teil des Spiels, du steuerst im Grunde alles über ein Mobile-Phone.

Und alle Mechanismen da drin sind ja so was wie, bezahl hier fünf Rubine,

damit die Zeit schneller rumgeht, damit du das andere schneller abbauen kannst,
nur es gibt halt die fünf Rubine nicht.

Genau, genau. Aber da merkst du einfach, das ist irgendwo Nexon, das da drin steckt,

aber irgendwie eine vielleicht auch experimentell neue Herangehensweise

halt an Spielerentwicklung, die sie in diesem neuen Team versuchen wollen.

Die haben auch noch zwei andere Projekte, an denen sie gerade arbeiten.
Das eine ist so ein postapokalyptisches, isometrisches Top-Down-Team-Battle-Action-Spiel.
Ja, ich meine, hier ist schon ein Bass-World-Bingo so ein bisschen.
Und das zweite ist ein Zombie-Survival-Spiel, an dem sie gerade sitzen.
Auch immer innovativ.
Ja, das haben wir noch nie gesehen.
So was, da würde ich sagen, ist Dave The Diver dann doch mit Abstand das Schamanteste.
Und was es halt so erfolgreich macht, glaube ich,
ist neben dieser subversiven Sucht-Ibene,
denn also wirklich, es sind ja diese Mechanismen.
Du hast ja dann nicht nur auf dieses, du hast dieses Restaurant,
dass du dich kümmern musst und da, die sich füllenden Balken,
wieviel Umsatz du gemacht hast.
Du hast die Fischfarm, wo du neue Fische züchtest,
die den Bauernhof für irgendwie neue Zutaten und so was nicht nur das,
sondern was es halt sehr gut macht, ist ein bisschen fast schon so eine Rückbesinnung
in die gute alte Zeit, weil das auch so überraschend und verspielt und charmant ist.
Mit diesem 2,5 D-Look und mit dem, was alles drinsteckt, was man nicht erwartet.
Ja, und überall kommen kleine Minigeschichten, Minispiele hoch und so weiter.
Und die Story ist natürlich auch super schön.
Also ich finde auch das Spiel ist echt top.
Also ich hatte super viel Spaß damit.
Aber also ich finde, für mich ist das ein super interessantes, positiv Beispiel,
dass man so diese ganzen Spiele, die diese ganzen Suchtspiele auch mal in eine Form kippen kann.
Und man sagt, naja, das kann auch echt cool sein,
ohne dass ich mich danach dreckig fühle, wenn ich das spiele.
Oder wie auch immer. Und es hat ein Ende, das ist vielleicht auch ganz interessant.
Also es hört ja auch mal auf.
Das ist ja bei den anderen Spielen auch so ein bisschen problematisch.
Sie enden ja nicht, sondern die gehen immer und immer weiter.
Aber auch vielleicht mal diese Dark-Design-Partanz genommen und mal gesagt,
okay, lasst mal das Geld, den Geldteil weg.
Und trotzdem noch sehr schön gebaut.
Also es war echt Spaß gemacht, wirklich tolles Spiel.
Glaubst du, Nexon hat dieses Mint-Rocket gegründet, gerade um
halt solche, ich weiß ja jetzt zum Beispiel nicht mehr, wie sieht man dieses Spiel bei Nexon?
Natürlich gucken sie auf den Umsatz und sagen, hey, die Verkäufe sind gut.
Aber ich glaube nicht, dass es ihr eigentliches Ziel ist mit den Dingen,
sondern ich wette, sie benutzen das halt.
Sie sagen ja selbst, sie sollen es sollen neue Dinge versuchen.
Sie benutzen es, um, weiß ich nicht, Konzepte auszuprobieren,
vielleicht irgendwie zu gucken, okay, wie reagieren Leute auf bestimmte Elemente,
wie gut funktionieren bestimmte Elemente, um dann daraus zu lernen,
für künftige Spiele.

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Also glaubst du, dieses Mint-Rocket ist so eine Art kleines Innovationslabor, was sie sich da angehängt haben?

Also man kann das, glaube ich, auf zwei Perspektiven nehmen.

Man könnte das mal sagen, das ist so ein Inkubationsding, dass man dann dort Sachen ausprobiert und dann sich in einem anderen Bereich überlegt, okay, wie können wir das jetzt größer machen?

Man kann das auch aus einer anderen Perspektive betrachten.

Wenn zum Beispiel dieses Unternehmen sich sehr stark fokussiert auf dem Mobile-Bereich und dort merkt, was irgendwann kommt, ist es eine Sättigung.

Also man merkt so, der Grenzümsatz ist nur noch marginal oder ist nicht mehr so wie früher.

Dann muss man sich ja irgendwann mal die Frage stellen, gibt es auch andere Kundensegmente, die wir bespielen können?

Und wenn man sozusagen ein gutes Liquiditäts- oder Investmentpuffer aufgebaut hat, dann wäre es mal sinnvoll, zu sagen, okay, wir sind in diesem Bereich voll gut, aber wem Stauben, welcher Spieler verlieren wir oder gewinnen wir nicht damit?

Dann haben wir vielleicht Leute wie mich oder wie dich, die sagen, na ja, Mobile Games ist für uns komplett uninteressant, aber so ein schönes 2D-Pixel, was irgendwie auch so in so einer Art bestimmte Core-Gamer-Schicht fällt und so weiter.

Das ist ja dann ein Kundensegment, was man vielleicht noch gar nicht angefasst hat.

Und da könnte man sagen, die wollen wir auch noch abschöpfen, weil die Fähigkeiten haben wir, was sind denn die großen Herausforderungen, auch große Spiele zu bauen?

Haben wir die Struktur, haben wir die Tools, haben wir die Erfahrungen, die Teams und so weiter, wenn wir die alle doch haben, warum gehen wir nicht dahin und versuchen da auch dort auch ein bisschen abzuschöpfen?

Als Sie es gegründet haben oder zumindest offiziell kommuniziert,

dass es gegründet wird mit Rocket, das war 2022,

haben Sie gesagt, dieses Studio steht für, ich zitiere,

Benutzer freundliche Entwicklung, bei der ein kleines Entwicklungsteam

auf der Grundlage einer Bottom-up-Kommunikationsstruktur

schnell auf Marktveränderungen reagiert und durch eine schnelle Markteinführung,

und das ist ja, Dave the Diver erschien ungefähr ein Jahr,

nachdem Sie halt angekündigt haben, was mit Rocket gegründet wurde,

durch eine schnelle Markteinführung eng mit den Benutzern kommuniziert.

Haben ja auch einen Discord-Server zum Beispiel dafür.

Ja, ich runde, was Sie beschreiben, also,

was Sie beschreiben, ist eine agile Software-Entwicklung und zwar mit hohem Kundenfokus.

Und ich würde sagen, prinzipiell ist es ja erst mal eine ganz charmante Sache, das zu tun.

Das Problem, wenn man aber, also das Ding ist,

das kann man nicht nur mit einem einzigen Unternehmen machen.

Also sozusagen, wenn man das strategisch machen möchte,

also wenn man sagt, das ist ein relevantes, also in dem Sinne, Innovation zu machen,

marktorientierte oder nutzerorientierte Innovation zu machen, dann kann man entweder Glück haben, vielleicht haben die Glück gehabt, oder man muss eigentlich eine sogenannte Portfolio-Strategie setzen. So zu sagen, wir brauchen eigentlich 20 davon, drei, drei werden es schaffen, aber diese drei werden die anderen überfinanzieren, sozusagen. Das kann man vielleicht sozusagen eher aus dieser Start-up und Tech-Welt, wie Venture Capital funktioniert, Wagner ist Kapital, wo Kapitalgeber in den Markt gehen und sozusagen Geld streuen bei vielen Unternehmen, 90 Prozent scheitern, aber vielleicht ist ja das eine Facebook dabei. Deswegen ist es interessant, dass sie das schreiben und das ist auch super cool, aber da steckt auch so ein bisschen eine romantische Vorstellung da drin. Aber die Wahrheit ist ja, Zufall ist eine unglaublich große Komponente und es muss halt, die Dinge müssen einfach nur sinnvoll zusammenfallen, dann kann es klappen. Das Problem bei Innovationen ist schon direkt beim Thema, das Problem bei Innovationen, rückblickend. Kann nicht Innovationen immer, ist so what you see, what you get. Also wenn du siehst, dann weißt du, es ist innovativ. Ich kann sogar rückwärtsgehen und sagen, oh, die Schritte, wie es zu Innovationen gekommen sind, kann ich perfekt analysieren. Das Problem ist nur, vorwärts geht nicht. Ich könnte den perfekten Innovationsprozess malen und so weiter und so weiter alles nach dem Buch machen, aber 9 von 10 werden trotzdem scheitern. Ja, wie machst du das dann? Das ist ja exakt richtig, also wenn du kannst natürlich sagen, Minecraft war total innovativ, auch bei seinem Geschäftsmodell. Eine Early Access, ein unfertiges Spiel zu verkaufen und damit die Entwicklung zu finanzieren, das ist ja genial. Ja, wissen wir jetzt hinterher, hätte genauso sein können, dass Markus Persson veröffentlicht das Ding und alle sagen, so, hey, du willst 10 Dollar dafür? Geh fischen. So ungefähr. Also klar ist man hinterher immer schlauer. Wie machst du das denn? Also wenn ich vereinfache jetzt sehr stark deinem Beruf Vorsicht, du darfst mich gar nicht schelten dafür. Aber wenn jetzt ein Unternehmen zu dir kommt und sagt, also das Unternehmen sagt bestimmt nicht, Hummern, wir wären gerne innovativ, aber es sagt Hummern, wir würden gerne mehr Geld verdienen. Meistens. Ja, wie macht man das denn? Also gibt es bestimmte Dinge, die man so einem, auch wenn man jetzt in die Spielebranche guckt, die man so einem Unternehmen raten kann, um in der Richtung wieder flexibler und kreativer zu werden? Also das ist natürlich eine sehr große Frage, also wie macht man das? Also ich als Berater bin natürlich in der komfortablen Position, ich lass mich bezahlen und dann bin es kapst oder nicht, sorry.

Na jetzt mal ernsthaft, bitte beauftragen, wir sind supergute Beratungen, keine Sorge, nein, jetzt ernsthaft.

Also Innovation ist natürlich immer ein Prozess der Erkenntnisschaffung im Nachhinein oder man könnte jetzt Hege ranziehen und sagen, die Eule der Minerva sozusagen nimmt erst bei Dämmerung ihren Flug. Also erst wenn es dämmt, dann sind wir schlauer, vorher nicht.

Das bedeutet, wir sind in einem Erkenntnisprozess, also wenn ein Unternehmen dieses Thema Innovation sehr ernst nimmt, dann ist erstmal die fundamentale Situation ist, schaffen wir es, eine Plattform oder eine Basis zu bauen, eine technische Basis, worauf man dann im Grunde, worauf Leute aufsetzen kann.

Also es gibt Unternehmen, die sagen, ey, wir wollen auf jeden Fall deutlich innovativer werden.

Und da wäre ja die Frage, wie schaffst du denn eine Grundlage, dass Teams zum Beispiel die richtigen Tools, also es gibt so eine Art Grundlage, die muss halt gegeben sein. Tools sind da, Skalierbarkeit ist möglich. Ubisoft ist eigentlich ein Beispiel dafür.

Ich glaube, die haben in den Mitte 2000 dann sehr viel da reingesteckt, dass sie diese Idee hatten, ey, wir wollen Leute befähigen, sozusagen innovativ zu sein.

Und die haben ja auch viele innovative Sachen gemacht.

Aber dafür müssen wir so eine Art, um das sozusagen auf einem großen, skalierbaren Ebene zu machen, müssen wir erstmal diese Basis schaffen.

Und dann kommt aber bei Innovation nach ganz viele Dinge hinzu.

So was wie, habe ich eine Portfolio Perspektive auf meine Projekte.

Also schau ich mir nicht jedes einzelne Projekt an und versuche jedes einzelne Projekt optimal zu gestalten.

Sondern sage, na ja, ich gucke mal auf meine Projekte und dann macht so eine Art, ich sage mal Abschichtung. So was wie, na ja, 70 Prozent meines Umsatzes.

Habe ich so eine Art Brot- und Buttergeschäft, das sichert ein Teil 20 Prozent.

Schauen wir mal, dass wir in bestimmten Dingen besser werden.

Und 10 Prozent meiner, ich sage mal, Investments meiner Projekte.

Da mache ich das, was die Kollegen gerade gemacht haben mit, die sollen Spaß haben bei der Entwicklung und so weiter.

Oder Nutzer orientiert die Entwicklung.

Und ich glaube, strategisch muss man Portfolio orientiert rangehen.

Das bedeutet aber gleichzeitig, wie ich es dir erkläre, dafür brauchst du schon ein Kapital.

Also dafür brauchst du schon so ein Fundament, dass du sagen kannst, ich habe X-Projekte im Jahr.

Und wenn wir uns das angucken, würde ich behaupten, dass wahrscheinlich die großen AAA Publisher schon so eine Strategie fahren.

Die haben oder auch immer mehr diese fahren, dass die sagen, na ja, wir haben unser Brot- und Buttergeschäft und hier und da haben wir ein paar Investments in diese kleinen Projekte.

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Aber wenn vielleicht einer von denen mal Minecraft werden kann, wäre auch nicht schlecht. Stimmt. Ja, das immer wieder zitierte EA Originals zum Beispiel. Das Indie-Programm von EA, fast jeder Publisher hat heute ein Indie-Programm, inklusive Microsoft natürlich mit ID, Xbox und so was. Aber ja, EA hat damit solche Sachen finanziert, wie It Takes Two, die Haze-Light-Spiele. Oder jetzt Immortals of Aweium. Es ist ein schlimmer Titel, finde ich. Also das Zauber-Egoshoooter-Spiel. Ja, was externe Projekte sind. Also die entstehen nicht bei EA selbst. EA hat keinen Mint-Rocket, keinen eigenen Inkubator dafür. Aber sie benutzen halt diese externe Abteilung, um so ein bisschen Streu-Investment zu betreiben bei kreativen Projekten. Und 2K macht das genauso mit Private Division, beispielsweise. Die ja Patrice Desilet, dem ursprünglichen Erfinder von Assassin's Creed, Geld gegeben haben, um Ancestors The Human Kind Odyssey zu machen. Wir erinnern uns alle, das Affenspiel. Ganz abgefahrene Spielidee. Aber 2K sagt, okay, ja, gucken wir halt mal. Das ist immerhin der Typ, der Assassin's Creed federführend damals mitgemacht hat. Mal gucken, vielleicht wird was draus. Und die Publischen, das wusste ich selber nicht, bis ich recherchiert habe jetzt für diesen Podcast, die Publischen auch bei Private Division das nächste Spiel von Game Freak. Game Freak sind die, die ganz viele Pokémonsiege gemacht haben. Und jetzt haben sie gesagt, die machen jetzt gerade kein Pokémon. Also mal gucken, was als nächstes bei denen rüber wandert und wir sind jetzt deren Geldgeber quasi. Und wer weiß, vielleicht klappt's? Ja, aber ich glaube, wenn man und ich das ist so ein bisschen glaube ich, die Herausforderung in den Konzernstrukturen ist ja natürlich am Ende hast du ja ganz viel Management da drin. Und dann ist immer die Frage, was sind die individuellen Zielsetzungen? Und eine Sache, die ich in Innovationsprozessen wahrnehme, ist eigentlich müsste man sich auf eine gewisse Unsicherheit einlassen. Und vielleicht ist das auch eine Strategie, die man manchmal beobachtet, dass manchmal so große Publisher erst mal sagen, ach, das kriegen wir doch alle selber hin. Das ist günstiger. Und dann haben wir es in der Hand. Dann ziehen die sozusagen ganz viele Entwicklungskapazitäten zu sich. Und dann merken so, oh, unsere großen Strukturen und Management Prozesse und so sind nicht wirklich förderlich. Wir sind null innovativ. Und was hier dann machen ist, die Games wieder raus und sagen so,

na ja, so ist das eine Sicherheitsbarriere wieder gegeben.
Dass draußen gewisse, dann haben die Leute mehr Freiheit und so weiter und so weiter.
Denn das große Problem ist ja und das ist die große Herausforderung
bei Innovation ist, dass man oft in Unternehmen denken nach quantitativen Loghecken.
Das bedeutet, sie wollen versuchen, wo sie können Risiko zu minimieren.
Ich würde sogar sagen, die größte Bewegung, die man in Unternehmen beobachtet,
ist nicht nur wie maximiere ich Profit.
Ich würde sagen, das ist ein Thema, aber nicht ein zentrales Thema.
Anders ist tatsächlich Risikominimierung.
Ich kann dir nicht erzählen, wie viel Meeting ich saß, wo wirklich da sitzen,
Führungskräfte oder Forscher und sagen, wir wollen investieren, hier ist das Geld.
Aber wir müssen logische Argumente haben, Risiken, Analysen, Bewertungen,
vielleicht auch mal ein bisschen erklären, wo das schon mal gemacht.
Und dann landet man ganz schön in so einem Feld, wo man dabei Best Practice landet.
Und dann merkt man vielleicht in einigen Bereichen,
oh, obwohl sie innovativ sein sollen, wiederholen sich immer nur diese Muster,
weil in diesen Entscheidungsmeetings Leute Argumente finden müssen und sagen,
ja, aber da, die haben es auch gut gemacht, das sollten wir doch auch vielleicht übernehmen.
Und dort erlebt man in großen Strukturen, weil sie sehr risikominimierend
ranken oder Risiko avers sind, dass dann man nicht sozusagen,
also auf der einen Seite man Muster wiederholt findet.
Auf der anderen Seite, das ist auch ganz auf den Unternehmen, die es eigentlich ganz lustig ist.
Es gibt so Momente, wo ein Unternehmen sagt, aber jetzt sind wir wirklich mutig.
Scheiße auf Risiko, wir schmeißen jetzt 10 Millionen auf Projekt X.
Das Projekt scheitert, weil es halt so ist, Zufall.
Wenn wir innovativ sein wollen, wird es auch scheitern und sagen wir,
jetzt haben wir ausprobiert, hat nicht geklappt, funktioniert eh nichts sozusagen.
Und das ist dann, aber auf der anderen Seite gibt es ja Innovationen.
Wir beobachten ja ganz viele innovative Dinge am Markt und vielleicht noch ein Gedanke noch,
bevor du das ganze Ding noch mal perspektieren kannst,
vielleicht muss man sich überlegen, was ist überhaupt Innovation?
Und wo findet sie statt?
Also ich glaube, auf der einen Seite könnte man Innovationen in Genres sehen oder in Spielarten
oder, keine Ahnung, in Plattformen, in Technologie, Grafikkarten,
Middleware, in der Entwicklung, in den Prozessen, in den Geschäftsmodellen.
Da gab es ja viel Innovationen in den letzten Jahren.
Also ich glaube, oder hier agile Softwareentwicklung und so weiter.
Das heißt, Innovation ist, glaube ich, für den Endverbraucher.
Es gibt so ein paar sichtbare Innovationen, Grafik, Inhalte und so weiter.
Aber hinter den Kulissen gibt es, glaube ich, permanent unglaublich viel Innovation,
die wir vielleicht gar nicht mitbekommen.
Ja, davon gehe ich fest aus.
Auch gerade, wenn man über Tools und Prozesse redet.
Wir wissen ja auch gerade in der Gaming-Branche,

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

wie wichtig einfach das richtige Werkzeug ist.

Also die richtigen, was CD Projekt gelitten hat mit seiner Red Engine, weil sie einfach ein sterisches Beast ist.

Deswegen sind sie zur Unreal Engine 5 jetzt gewechselt, weil die weniger sterisch ist und wenn sie sterisch ist, hilft Epic.

Also es ist wahnsinnig wichtig, den Leuten die richtigen Tools zu geben.

Und ich glaube, da passiert ständig irgendwas hinter den Kulissen, was wir weder kennen noch wissen.

Aber was mega wichtig ist, damit Spiele einfach fertig werden.

Ich meine, wie hat Larian jetzt so ein Spiel zustande gebracht, wie Baldur Skate 3?

Naja, indem sie über die komplette Firmengeschichte und Divinity Original Sin hinweg

ihr Verständnis dieser Engine und die Werkzeuge, mit denen sie an dieser Engine arbeiten, immer weiter verfeinert haben, bis sie jetzt an einem Punkt sind, wo sie halt auch so eine Produktion stemmen können und eines der besten Rollenspiele, die ihr letzten Jahre mindestens rausbringen können.

Und da musst du ja erst mal hinkommen

und das erfordert ja ständige Veränderungen und Weiterentwicklungen.

Ja, es erfordert ständige Veränderungen und Weiterentwicklungen und gleich und zusätzlich, was wir auch sehen und also in meiner Welt würde man das ja auch ein als ein innovativen Prozess bezeichnen, ist, dass ja die Industrie sich selbst professionellisiert.

Es gibt dann Weiterentbildungen, Leute bekommen neue Fähigkeiten, die Art und Weise.

Ich meine, ich würde behaupten, dass Computerspieleentwicklungen heute

versus zwar 10, 20, 30 Jahren, also wenn ich mir manchmal so Stay Forever Interviews anhöre, was die Situationen wie die Spiele entwickelt haben, wo die denkst, da waren zehn Leute in dem Raum, haben ein Jahr lang sich von, weiß ich nicht, was ernährt und dann kamen Spiele hinten raus.

Und heute ist es ja ein ganz anderer Extreme-Liter-Prozess deutlich effizienter und so weiter und so weiter.

Und das alles ermöglicht uns aber gleichzeitig auch Spiele, also Spiele in gewisser Qualität oder Größe zu sehen.

Ich meine, wir hatten ja, du hast mich auch angeschrieben und das Ding war auch in diesen Kommentaren, kann Triple-L heute überhaupt noch Innovationen erzeugen?

Und ich glaube, die Frage ist, na ja, es kommt darauf an, welche Art von Innovation, inhaltliche Innovation? I don't know.

Aber ich glaube, da passiert hinter den Kulissen ganz viel innovative, auch so, ich sag mal, Research and Development, Forschung, Entwicklungsthematiken, denn wie können wir Grafik vielleicht ein bisschen weiter pushen und so weiter?

Und andere Art von Innovation findet vielleicht ganz woanders statt, also was wie Computer-Spiele, Genres oder Form, so was wie Stadio Valley, Minecraft und so weiter.

Ich glaube, sowas schwierig zu erwarten oder Wahlheim,

schwierig zu erwarten von dem Triple-A, aber die findet man dann im Grunde in der Indies-Szene.

Ja, und die Indies-Szene ist ja, du hast das Freund schon gesagt, ist halt sehr zufallsabhängig oder Zufall ist vielleicht ein sehr, ein gemeinsames Wort. Aber es gibt einfach ganz viele Indie-Studios, die Spiele machen und ein gewisser kleiner Prozentsatz davon wird geil. Ein sehr großer Prozentsatz davon scheitert und wir werden nie wieder was davon hören. Ich meine, der der Medien an Verkaufszahlen auf Steam ist, rat mal, was der Medien wird ist, ist nicht viel. Boah, ich weiß es nicht. Zwei Tausend. Okay, also der... Ich weiß ziemlich wenig. Ja, das heißt... Da kann man kein Spiel finanzieren. Nein, eben genau, das heißt, die Hälfte der Spiele auf Steam verkauften mehr als 2000, die andere Hälfte verkauft weniger als 2000. Und ja, alleine daran kann man schon, ich meine, 2000 ist ein Witz. Damit kannst du kein Team ernähren. Damit kannst du nicht mal selber über die Runden kommen als Solist, wenn du irgendwie ein Spiel machst. Also ganz viele Indies scheitern. Aber weil sie so eine riesige Masse haben, entstehen dann halt solche Sachen, wie ein Wahlheim. Lustigerweise, Wahlheim kommt ja auch nicht von einem reinen Indie-Studio, sondern ist ja reingeboren worden in diese Embracer-Familie über CoffeeStain Publishing in Schweden, das zu Embracer gehört. Embracer, die Mutterfirma von TH Geonordic und Kochmedia, bzw. PlayOn, wie es jetzt heißt. Ich spreche es auch richtig aus. PlayOn, nicht PlayOn, wie man denken würde, PlayOn, heißt es, das ehemalige Kochmedia, die selbst selber, also zu dienen gehört CoffeeStain Publishing und die haben dieses kleine Uniteam, das Wahlheim entwickelt hat, bei sich unter Vertrag als Indie-Team. Und es ist natürlich ein großer Erfolg gewesen für Embracer dann als Gruppe insgesamt und hat sich toll verkauft und war ein tolles Spiel. Aber planen kannst du sowas überhaupt nicht? Ja, also man kann es halt wirklich nur über Wahrscheinlichkeiten planen. Also man müsste wirklich da rangehen und sagen, was ist die Wahrscheinlichkeit von einem Erfolg am Markt? Was, wie viel, wie viel müssen wir eigentlich Ausfall rechnen? Und wie viel, wie viel, wie viel der Portfolio-Items muss ich haben, damit ich sagen kann und dann im Grunde das ganze Ding in so eine Pipeline. Also es ist super analytisch, wie ich jetzt da rangehe. Aber wenn man es ganz analytisch macht, sagt man, das ist mein Investmentbudget. Das ist, das ist der Teil, wo ich sagen will, damit will ich gerne so wirklich so grundlegende Marktinnovation.

Also ich will so was wie Minecraft oder ich will so was wie Wahlheim.
Dann ist wirklich die Frage, wie viel Investment nehme ich in meine Hand?
Dann muss ich auch eine Organisationsstruktur haben, die das ja ermöglicht.
Also ich muss ja dann Menschen eine gewisse, sozusagen Freiraum geben.
Wenn man ganz Ökonomisch sagen würde, dann muss man auch gleichzeitig eine Incentivstruktur finden, also eine Art der Belohnungsstruktur,
wenn man sozusagen konkret sagen will, dass die Leute dran bleiben und sagen, ich habe Bock drauf und auch diese, ich sage mal, diese in der Beraterwelt mal ownership, so eine Art, wie würde man es auf Deutsch nennen?
So eine Motivation?
Ich weiß nicht, das ownership auf Deutsch.
Also so eine, man übernimmt halt die Verantwortung, so unternehmerische Verantwortung.
Genau, unternehmerische Verantwortung.
So hat ein unternehmerisches Gefühl entwickelt und das muss ja alles da sein.
Damit das funktioniert, brauchst du dieses unternehmerische Gefühl.
Du brauchst ein Team, das superengen zusammenarbeitet.
Sie brauchen ein Investment.
Aber gleichzeitig, und jetzt kommen wir sozusagen, musst du Mechanismen einbauen, dass das Scheitern schneller läuft.
Also ganz brutal gesagt, man darf nicht unternehmen, zu lange laufen lassen und hoffen, dass es irgendwann funktioniert, sondern irgendwann muss man sagen, man muss Zyklen finden des schnellen Scheiterns.
Denn die Scheiternquote ist ja dann ein Proxy dafür, dass eins davon irgendwann hochrutscht.
Und das kann man analytisch machen.
Aber auf der anderen Seite würde sich ja so ein großes Unternehmen, müsste sie jetzt hier die folgende Frage stellen, soll ich dieses Geld investieren?
Oder beobachte ich den Indie-Markt und wenn ich merke, oh, da kommt gerade was hoch, dann schnapp ich sie mir schnell, weil dann investiere ich ja weniger.
Also ich picke mir sozusagen dann die Rosin aus, muss natürlich dann vielleicht ein bisschen mehr Geld zahlen für das eine Studio.
Aber wie viel Investment müsste ich denn tätigen, um überhaupt diese eine Rosine zu finden?
Und das ist ja die Gegenstrategie, die wir ganz aufsehen, dass in dem Moment, wo Studio ist, man merkt, oh, da ist was dran, die haben Potenzial oder das Spiel hat Potenzial.
Dann hast du ja ganz, also Embrace hat eine riesen M&A Abteilung, die die ganze Zeit schaut nur, wo können wir diese Rosinen finden und sie integrieren in das große Portfolio?
Ja, jetzt vielleicht eine kleinere M&A Abteilung, also für Übernahmen, weil ja auch Embrace Entlassungswellen hatte, nachdem Sie gesagt haben, es ist einerseits bei den Finanzern anfangen.
Ja, genau, es ist eine Übernahme schiefgegangen, die Sie geplant hatten.
Und Embrace ist sehr stark gewachsen, auch wie viele Tech-Konzerne durch die Pandemie, durch den Boom, den es da gab.

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Jetzt sind die Zahlen wieder ein bisschen zurückgegangen und Sie haben gemerkt, oh, vielleicht sind wir zu stark gewachsen.
Das sehen wir momentan auch überall in der Gaming-Branche, dass es dann leider Entlassungen gibt und Umstrukturierungen und Co. Sehr schade.
Aber was du sagst, um es nochmal auf seine Bure Kalthärzigkeit runterzuberechnen. Heute sind wir sehr kalthärzig.
Ja, total, oder?
Total, so die Zahlen, Mensch, total.
Ja, wir machen jetzt mal eine Akkentasche auf und hier sind erfolgreiche Indie-Spiele.
Ja, aber so ein bisschen ist es ja, ne?
Die, du musst halt sehr schnell ein Gefühl dafür entwickeln und erkennen können, wo kommt gerade was hoch? Und natürlich ist auch ein Wettbewerb dann da, wenn irgendwie ein Indie-Team besonders erfolgreich ist und besonders gut und fähig.
Da zu sagen, okay, die schnappe ich mir irgendwie mal.
Das beste Beispiel dafür ist Subset Games.
Ich liebe Subset Games.
Das ist eines, darf ich das sagen, als Redakteur?
Ich glaube, ist egal, ich bin Video-Host an der Stelle.
Ich liebe alle meine Kinder gleich.
Aber Subset Games liebe ich besonders, weil das sind die, das ist Entwicklerstudio hinter FTL und Into the Breach.
Und beides sind überragend gute Spiele.
Und Subset Games wurde also, ist, glaube ich, immer noch mehr oder weniger unabhängig, aber wurde ja geangelt dann von Netflix für die Mobile-Version von Into the Breach.
Und ich wette, das hätten auch andere gerne gemacht.
Also ich wette, da gibt es auch durchaus Interessenten hinter den Kulissen, die das Studio schon gefragt haben, hey, willst du nicht?
Und das ist dann halt ein Heifespucken, in dem man in dem man da schwimmt.
Ja, aber gleichzeitig, um jetzt mal ein bisschen die Kalthärzigkeit mal zur Seite zu legen und die Quantität, das Quantitativ und so weiter.
Innovation funktioniert aber wirklich, wenn Leute Möglichkeiten haben.
Und wenn sie gewisse, ich sag mal, Standards oder angenommenen Wahrheiten brechen wollen, dass man sagt, warum machen wir das immer so?
Lass uns das doch mal anders versuchen.
Und das ist ja das Herzstück von Innovation.
Das kann ja überall sein.
Das kann ja sein bei Spiele-Genres, wo man anfängt zu mixen.
Oder als ihr irgendwann gesagt habt, warum nicht Pixel?
Kann auch nice sein.
Oder was auch immer diese Person damals gesagt hat.
Oder es kann bis zur technischen Innovation gehen, zu sagen so.
Keine Ahnung, ich glaube, damals als No Man's Sky rauskam,

war das auch eine technische Sache, die sie da gemacht haben mit der Prozeduralen-Generierung und so weiter.
Ich weiß, das Ergebnis war am Anfang jetzt nicht so ganz töpfe.
Aber trotzdem, also da steckt ja auch eine gewisse Motivation, etwas anders zu machen als es ist oder die Grenzen der Erkenntnis zu pushen.
Und irgendwo ist es ja auch wichtig, dass es passiert.
Weil sonst drehen wir uns ja immer nur einen Kreis.
Ja, und du hast es vorhin auch schon erwähnt.
Ubisoft war da früher richtig gut drin.
Einerseits geprägt von den Erfahrungen, die sie schon früh in ihrer Firmengeschichte gemacht haben.
Vielleicht nicht mal innovativ zu sein, aber einfach mutig zu sein.
Ich meine, die haben damals für die PlayStation 1 einen 2D-Champion-Run rausgebracht.
Rayman, was durch die Decke gegangen ist und Klassiker geworden ist.
Sie haben man dafür überhaupt nie vergessen, wie innovativ eigentlich Assassin's Creed mal war oder wie frisch und kreativ es sich zumindest angefühlt hat.
Sich durch diese Stadt zu bewegen, Leute anzurempeln, in der Menge dich, in der Menge zu verstecken, auf Türme klettern mit Parkour.
Das war mal neu.
Nur was Ubisoft dann leider daraus gemacht hat, ist halt eine Standardisierung.
Auch ein bisschen das Risiko Minimierung.
Okay, wir haben eine Best Practice gefunden.
Jetzt machen wir eine Formel draus.
Dann ist auf Türme klettern jetzt halt immer gesetzt.
Und es gibt immer zwei Gegnertypen, einen leichten und einen schweren mit Rüstung, auf dem man öfter draufhauen muss und solche Sachen.
Also, ja, das ist überhaupt die Scheiss du.
Wenn es um Ubisoft geht, bin ich schwer zu bremsen, weil ich finde, sie haben einfach diesen Geist gewisserweise verloren über die Jahre.
Ubisoft waren ja auch diejenigen, die interne Inkubatoren hatten, die ihren Team selbst gesagt haben, hey, macht gerne kleine Spiele, erprobt Spielkonzepte, spielt also versucht Dinge ein bisschen halt Dave the Diver mäßig.
So sind ja dann Spiele entstanden wie Valiant Hearts, das Erster Weltkrieg Adventure oder from das dieses Terraforming Spiel oder Child of Light.
Dieses, was ja war das nicht sogar für Kinect irgendwie.
Das ist auch noch eine Art von Innovationen, um mal gleich drüber reden müssen.
Du musst mal vielleicht definieren, was ist keine Innovation.
Das ist ein weites Feld für dich leider, gerade wenn man technische Innovationen immer guckt. Aber ja, Ubisoft hatte diese

diesen Willen aus sich heraus, neue Dinge auszuprobieren.
Und vielleicht haben sie immer noch ein bisschen in dem Bereich, der für uns
aber eher schon ins Obskure hinüberkleidet, nämlich bei Free to Play Multiplayer
Action Experimenten, die es zu betreiben.
Sie X Defiance, Sie Ghost Recon.
Ich vergesse immer wie die eingestellten Spiele heißen Ghost Recon.
Nicht Frontlines, das andere ist ja wurscht, aber ihr wisst, was ich meine.
All diese Spiele, die sie halt einfach machen
oder Hyperscape, der Twitch Shooter, also sollte der Twitch Shooter werden,
ein Shooter zum Zuschauen und spielen, hat auch nicht so gut gezündet.
Dass sie eher versuchen, da aktiv zu sein, in diesem Free to Play Bereich,
statt sich weiter auf so kleine, indiatige Projekte zu fokussieren.
Es war ja auch durchaus wahrscheinlich ein bewusster Strategiewechsel,
dass sie gesagt haben. Wir gucken mehr in die Richtung.
Und ich würde ja behaupten, dass sogar da, wo man argumentieren würde,
da hat Ubisoft Innovationskraft verloren,
man vielleicht gar nicht sieht, dass sie woanders Innovationskraft gewonnen haben.
Also ich sage mal, diese Idee,
eine globale Entwicklungswertschöpfungskette aufzubauen,
über mehrere Länder hinweg, es zu schaffen, Tausend Menschen zu koordinieren.
Und gleichzeitig dort Freiräume zu ermöglichen, die aber leider dann
am Ende dazu geführt haben, dass wir sehr viele Ubisoft-Formelspieler erleben.
Aber das selbst, diese Form der Entwicklung alleine,
ist ja eine Organisationellenprozessuale Innovation, die überhaupt erlaubt hat.
Spiele wahrscheinlich in der Kategorie und in der Größe,
wie Assassin's Creed Odyssey und so weiter, überhaupt zu ermöglichen.
Und da drin selbst steckt ja auch Innovation.
Und ich glaube, dass der Begriff Innovation
ist halt ein super schwammiger Begriff oder ein super schwerer zu packender Begriff.
Deswegen würde ich mal so ein bisschen Definition,
aber vielleicht ein bisschen Definition, so was ist Innovation, was ist sie vielleicht nicht?
Du hast gerade Kinect angesprochen, ist Kinect eine Innovation?
Also jetzt aus der ökonomischen Perspektive betrachtet man Innovation
als eine Idee, ein Verfahren, eine Dienstleistung, was auch immer,
die neuartig ist, eine neuartige Idee, bla, bla, bla, bla.
Das reicht aber nicht aus.
Also die Neuartigkeit ist nicht das Kriterium von Innovation.
Das Kriterium ist, es ist am Markt erfolgreich.
Deswegen könnten wir bei Kinect sagen, es ist technisch vielleicht neu.
Es hat eine Neuartigkeit.
Es benutzt Technologien auf eine neue Art und Weise.
Es hat eine coole Idee.
Aber in dem Moment, wo ein Innovation am Markt scheitert,
da ist schon der Fehler von mir gewesen, ist es keine Innovation.

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Da war es eine coole Idee, ein Versuch und was auch immer.
Und Innovation, also das ist so einmal, wie man auf Innovation schaut,
ist ohne Markterfolg war es eine coole Idee, aber es ist keine Innovation.
Aber zusätzlich müssen wir Innovationen splitten und sagen es oder dreifachen sogar.
Es gibt Innovationen einmal inkrementell.
Das bedeutet so, was wie Anno 1800 ist wahrscheinlich inkrementell innovativ.
Wir werden uns da Dinge angucken, wo sie gewisse Mechaniken genommen
und sie weiterentwickelt haben und neu gedacht oder weitergedacht haben,
als wir das vielleicht kannten.
Das ist eine inkrementelle Innovation oder ist sie radikal?
Also, keine Ahnung, so was haben wir nicht.
Wahrscheinlich ganz ein Roguelike-Spiele, die jetzt hochgekommen sind.
Das sind wahrscheinlich Leute, mit denen wir streiten.
Das ist wirklich radikal innovativ.
Aber ich glaube, wir werden Spiele finden, wo man sagt,
na, guck mal, das Minecraft vielleicht oder sowas.
Es gibt schon so radikal neue, oder die Switch oder so.
Also, wenn wir so ein bisschen überlegen,
radikal Innovation ist natürlich etwas, was man eher selten findet.
Vielleicht Pokémon Go oder uns weiter.
Wenn man ein bisschen nach, dann kommt vielleicht ein paar Ideen hoch.
Man sagt, okay, das ist wirklich komplett neu gedacht.
Nur dieses radikal innovative ist eher selten der Fall.
Und dann seltener gibt es das Konzept der sogenannten disruptiven Innovationen.
Das heißt, eine Innovation, die kommt und sozusagen ein ganzes Marketing wegkickt.
So was wie die Konsolen haben, die Arcade-Dinger weggehauen und so weiter und so weiter.
Da gibt es ganz seltene Beispiele, wo man sagt, da kommt etwas,
das wirklich wüscht das weg.
Und das ist nur, wenn wir auf den Begriff Innovationen drehen.
Und dann gibt es noch die Ebene Produkt-Innovation,
Prozess-Innovation, Geschäftsmodell-Innovation,
organisationelle Innovationen.
Das heißt, auf welcher Ebene bewerten wir auch noch Innovationen.
Und ich glaube, wenn wir sozusagen da dieses Werkzeug schärfen,
wenn wir merken, es gibt mehr Innovationen an vielen Stellen, wo wir das denken,
als es sie vielleicht gibt.
Oder wir haben unseren Begriff limitiert und sagen,
innovativ ist nur das, was ich vorher noch nicht gesehen habe,
in den Inhalten zum Beispiel.
Ja, das ist halt, ich glaube, das ist der plakativste Begriff von Innovationen,
den wir auch oft haben, wenn wir den Begriff verwenden.
Natürlich wollen wir immer das allergrößte,
neue und denken immer an die radikalsten oder disruptivsten Innovationen überhaupt.
Genau, die Ware wird gemessen.

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Ja, genau.

Also, wenn, dann sage ich das Smartphone.

Das Smartphone hat nicht nur die Welt verändert,
weil wir alle das Internet in der Hosentasche haben.

Ich sage nicht zum Besseren verändert, bitte, das ist nicht.

Ein Teil noch.

Es hat sich verändert.

Und es hat das Gaming verändert.

Der Smartphone-Markt ist riesig geworden.

Er hat das Gaming verändert in Richtung Free-to-Play.

Auf dem Smartphone gibt es so gut wie keine Bezahlspiele mehr,
aber das hat Free-to-Play zu Milliarden Erfolg gemacht,
dieses Ding, was ihr in der Tasche tragt.

Und genauso kennt man es ja aus anderen Branchen.

Das Flugzeug.

Das Flugzeug hat das Reisen komplett verändert.

Der Kühlschrank oder die Kühltruhe hat komplett verändert,
wie wir uns ernähren, weil er verfallige,
so verdäbliche ist das Wort.

Ich muss mehr Sims spielen,

weil er verdäbliche Lebensmittel halt das ganze Jahr über verfügbar macht,
sozusagen, oder länger haltbar macht, zumindest.

Das klassische Beispiel, um vielleicht mal diese drei Ebenen
sehr deutlich plakativ zu machen,

ist, man würde sagen, die Pferdekutsche.

Und dann immer eine inkrementelle Verbesserung einer Pferdekutsche.
Pferde.

Whatever, ein schöneres Pferd.

Die revolutionäre Innovation, an der Stelle, war das Auto.

Das Auto war sozusagen die Revolution gegenüber der Pferdekutsche.

Aber wenn man sich das in der Geschichte anguckt,
hat das Auto nicht die Pferdekutsche ersetzt.

Die haben sozusagen marktseitig gemeinsam funktioniert.

Die disruptive Innovation beim Auto war nicht das Auto selbst,
sondern das Ford-T-Modell und die Produktion,
wie Ford, ein Massenprodukt aus dem Auto gemacht hat.

Das ist da reden wir über die organisatorische
und daraus die Finanzierungs- und so weiter, die gekommen ist,
die dann wirklich Pferdekutschen aus dem Markt gedrängt hat.

Das heißt, da hat die Disruption ja an einer ganz anderen Stelle.

Das heißt, die Art und Weise, wie produziert wird und wie verkauft wird,
war die Disruption der Pferdekutschen.

Und wer ist Ford? Wer ist Ford im Gaming?

Uh-oh.

Ubisoft.

Nicht.

Ubisoft.

Naja, Ubisoft ist die Massenproduktion der Open World.

Ja, natürlich kann Bethesda für Skyrim und Oblivion
und wie sonst was, acht Jahre brauchen jeweils.

Ubisoft hat es zumindest früher geschafft,
leider halt dann auf Basis einer Formel,
jedes Jahr eine Open World, zwei Open Worlds rauszuhauen
in sehr guter Qualität.

Also, es war jetzt auch nicht der totale Copy-Paste-Schrott,
jeweils ein neues Assassin's Creed,
sondern es waren ja immer gute bis sehr gute Spiele.

Also, eigentlich waren sie Ford,
nur haben sie das Elektroauto verpennt.

Okay, die Analogie führt vielleicht zu weit, ich weiß es nicht.

Aber...

Bescheinlich.

Ja, ich glaube.

Aber dieses...

Aber nicht bei... Ja, wir verstehen schon die Bild.

Dieses Serialisieren und Standardisieren
von neu aufgestellten Paradigmen,
die Open World funktioniert.

Es ist was, was Leute fasziniert.

Es zieht Leute rein.

Wir wollen das.

Also, man sieht, die wollen es haben.

Man kauft sich ja nicht 20 Millionen Mal Skyrim
aus Masochismus, sondern weil es geil ist,
so Welten zu erforschen.

Also, können wir jetzt gucken, wie wir dieses Prinzip Open World
auf einen größeren Markt übertragen können.

Und Blizzard hat jahrelang auch nichts anderes gemacht.

Blizzard hat ja auch geguckt.

Okay, vielleicht ganz am Anfang noch nicht.

Also, Diablo kam zwar auch dann aus Nethack,
aber da würde ich nicht sagen, dass sie gesagt haben,
okay, wie machen wir das Prinzip Nethack massenmarktauglicher.
Aber wo sie es auf jeden Fall gemacht haben, ist World of Warcraft.

Da haben sie geguckt, okay.

Es gibt diese MMUs und die scheinen,
okay zu laufen, aber in so einer Nische,
Dark Age of Camelot, Ultima Online und so was.

Warum machen wir daraus nicht ein massentaugliches Produkt?
Wir haben die disruptive Innovationen am Ende rausgehauen.
Die Spiele lebten so ein bisschen nebenbei,
aber nicht so wirklich signifikant.
Und die haben dann das Ding richtig gepusht.
Und es geschafft, groß zu machen.
Ja, aber blutet dir nicht dein Herz,
jetzt dein Gaming-Herz zumindest, wenn du sagen musst,
Innovation, also erfolgreiche Innovationen,
definiert sich durch den Massenmarkt?
Also ich würde sagen, Massenmarkt ist nicht die Kategorie,
sondern ökonomische Erfolg ist die Kategorie.
Und wir müssen die ganze Zeit natürlich hier auf dem Schirm haben,
wir reden über ökonomische Innovationen.
Es gibt auch künstlerische Innovationen und so weiter.
Deswegen Menschen, die aus einem künstlerischen Kontext sagen,
packen sich an den Kopf und sagen, oh mein Gott,
die wollen nur Geld verdienen.
Wir analysieren natürlich hier aus der ökonomischen Kategorien,
wie leider der Markt deckt.
Aber ja, das ist halt, ich würde argumentieren,
heute stehen wir so vor dem Punkt,
dass ganze gute Spiele produziert werden.
Wir nicht mal das mitbekommen, die das Potenzial haben,
Markt erfolgreich zu sein.
Aber was sie eigentlich brauchen,
ist wahrscheinlich eine Marketing-Innovation an der Stelle.
Weil überleg mal, Steam war die Innovation, das Ding,
das hat ja wirklich, das hat dir den Markt komplett disrupted.
Das hat plötzlich Tor, Tür und was noch immer man öffnen kann,
geöffnet, dass der Markt überhaupt mit den Indies funktioniert.
Früher, wir haben ja in der Steam-Folge darüber detailliert gesprochen,
früher mussten die Leute ja wirklich in den Store kommen.
Da mussten sie mit Storemenschen reden,
die wiederum anderen Leuten geredet haben und so weiter.
Wie viel Geld da noch mal zwischen weggefallen ist,
wo Leute mitverdient haben.
Aber heute ist natürlich die große Herausforderung,
hören die Leute überhaupt von meinem Spiel.
Oder noch viel schlimmer, haben sie überhaupt Zeit?
Sogar, wie sie davon gehört haben.
Haben sie überhaupt Zeit,
dass zwischen Baldur's Gate und Starfeed irgendwie noch rein zu quetschen?
Das sind ja die großen Herausforderungen.

Vielleicht noch ein Gedanke, das hat mir durch den Kopf gegangen.
Du weißt schon, wer eine der krassesten Innovationen rausgehauen hat,
aber selbst davon null profitiert hat.
Ich sag mal, Bethesda und Pferderüstung.
Oh, der DLC!
Der DLC, ja?
Da haben die's nicht geschafft,
Cosmetics so krass zu monetarisieren, wie andere's geschafft haben.
Das ist korrekt.
Richtig, ja, das Cosmetics.
Pioniere, aber die Pioniere sind ja nicht die,
die am Ende meistens das große Geld mitmachen.
Ja, vielleicht versuchen sie es jetzt von Neuem.
Wer weiß, was sie mit Starfield treiben
und den Cosmetics, die es darin gibt.
Aber du hast recht, oh mein Gott, wie Todd Howard das Herz bluten muss,
wenn er Fortnite zieht.
Oder Call of Duty Vowelsone oder sowas.
Also die Cosmetics-Monsteren da draußen.
Call of Duty.
Da gucken sie mal in die Bilanz von Call of Duty und sag,
hätten wir das mal geschafft.
Es sind nur die Cosmetics machen, diese Spiele.
So erfolgreich.
Jetzt wollte ich gerade anknüpfen an das, was du gesagt hast
und habe vergessen, was ich sagen wollte.
Deswegen sage ich das anderes.
Einfach.
So läuft's, ne? So funktioniert dieser Podcast.
Ein Strom an Gedanken.
Einfach.
Nee, genau, du hast ... Ah, jetzt genau.
Weil natürlich ist das Problem die Sichtbarkeit.
Wie falle ich auf?
Das erleben wir auch ständig mit Indie-Teams,
die sagen, in diesem Boost auf Steam kannst du nicht sichtbar werden.
Selbst wenn du so Geriat-Marketing machst auf Reddit und Co.
wirst du heutzutage nicht mehr sichtbar, weil das macht ja auch jeder.
Also wie kann ich überhaupt irgendwo wahrgenommen werden?
Und selbst wenn ich wahrgenommen werde?
Und das ist ja auch immer unsere Herausforderung bei GameStar.
Wie kann ich den Leuten dann kommunizieren,
und zwar in angemessener Kürze, warum ich cool bin?
Und mir blutet selbst das Herz,

wenn ich immer sehe,
wie relativ wenig Leute sich für Homeworld interessieren.
Was ist das?
Ja, jetzt hier.
Ich kann hier abschalten, das weißt du.
Homeworld, für alle, die es nicht kennen,
ist ein 3D-Weltraumstrategiespiel.
Also 3D im Sinne von, man kann wirklich die Kamera
dreidimensional drehen und auch die Raumschiffe
dreidimensional bewegen in den Raumschlachten,
die man da kommandiert.
Ich liebe es, es ist für mich das beste Spiel,
was jemals entwickelt wurde.
Es entsteht gerade der dritte Teil.
Und immer, wenn wir drüber berichten, ist es so,
ja, kein winzig kleines Thema,
aber es geht jetzt auch nicht durch die Decke.
Wenn ich jetzt nur irgendwie, weiß ich nicht,
Call of Duty sage,
sofort alle Leute sagen, ah, was ist denn das,
Call of Duty? Oder so.
Aber Homeworld ist immer so, ja,
es ist halt so ein Liebhaber-Ding,
was ich wahnsinnig schade finde.
Wir finden Nostalgie steckt da drin, frag ich mich bei dir.
Wir finden Nostalgie steckt da drin, so.
Der junge Micha, der damals Homeworld zum ersten Mal gespielt hat.
Ich glaube, Nostalgie ist tatsächlich ein wichtiger Faktor
für so ein persönliches Qualitätsempfinden.
Aber bei Homeworld würde ich trotzdem sagen,
auch mal fern ab jeder Subjektivität,
das ist ja einzigartig.
Also, so ein 3D-Echtzeit-Strategiespiel wie Homeworld,
ja, es gab ein paar Versuche, das zu kopieren.
Ich weiß schon, dass es auch Orb und wie sie alle hießen, da gab.
Aber das findest du halt nicht oft.
Und alleine, das ist ja schon ein Merkmal,
hey, du hast hier eine Spielerfahrung,
die du wirklich woanders nicht bekommst,
aber scheinbar erreicht sie die Leute nicht so richtig.
Und das Herzblut übt mir noch mehr bei einem Spiel aus den 90ern,
was fast keiner mehr kennt, nämlich bei Battlezone.
Kennst du Battlezone?
Battlezone war das nicht so ein Echtzeit-Strategieding?

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Ja, es war ein Echtzeit-Strategiespiel.
Aber ich war so auf dem Boden,
da müsste es rumlaufen und die Dinger bauen, oder?
Genau, man hat eine Basis gebaut
und war gleichzeitig, konnte halt auf dem Boden rumlaufen
und ein Fahrzeug selber steuern oder ein Flugzeug in dieser Welt.
Und das war großartig.
Es gibt mehrere YouTube-Videos,
vielleicht drei oder vier,
die sagen, das ist das beste Spiel aller Zeiten
und ihr alle ignoriert ist.
Wie viele davon sind von dir?
Oh, ich würde lieben gerne mal ein reines Battlezone-Video machen.
Nur eine Stunde lang,
einfach euch erzählen, wie toll Battlezone war
und warum es sowas geben müsste, wiedergeben müsste.
Aber es war natürlich legendär, erfolglos.
Es gibt ja kein Podcast,
wo du eine Stunde lang den Leuten über Skylines City Mods erzählst.
Über City Skylines könnte ich tagelang sprechen.
Das ist definitiv richtig.
Aber du siehst halt, es gibt Gameplay Innovationen
oder Gameplay Ideen,
die frisch sind, die kreativ sind, die neu sind
und trotzdem zünden sie einfach nicht.
Weil, das wäre zumindest mein These,
die Leute immer noch etwas suchen,
was möglichst in dem Wurzel, mit dem sie vertraut sind.
Also, man sagt nicht,
ich will was, was die komplette Welt umkrepelt
oder mein Verständnis von Entertainment,
sondern ich möchte etwas,
vielleicht gerade so aus der Zeit,
mit der ich eh aufgewachsen bin,
ich möchte mal wieder ein Echtzeitstrategiespiel,
so wie Command & Conquer,
aber halt mit einem Twist,
mit Zeitreisen und Dinosauriern oder so.
Blöd jetzt aber,
dass man halt auf jeden Fall etwas,
dass es nicht zu innovativ sein darf,
nicht zu unbekannt, weil sonst ist es eher abschreckend.
Aber es ist eine interessante Perspektive.
Also, ich habe zwei Fragen, die ähnliche Richtung gehen.

Ich fahre mal mit dem einfachen vielleicht an.
Denkst du aus deiner Erfahrung,
funktioniert das,
dass man sozusagen das bespielt,
im Sinne von, also ich frage mich da gerade,
das ist sehr klassiker.
Wenn ich die Leute fragen, was sie wollen,
mit dem Pferd,
wollen sie eine nur schnelle Pferde und keine Autos.
Ich habe das Beispiel voll schlecht gebracht.
Wenn ich Menschen die Pferde habe und frage,
was sie wollen, sagen die nicht Autos,
eine nur schnelle Pferde.
Ich freu mich so aus wie Age of Empires 4.
Wenn ich die Age of Empires Fans frage,
was sie wollen, dann wollen sie Age of Empires 2 besser.
Ja.
Was besser bedeutet,
ich hoffe, die könnten sagen Age of Empires 2
aber besser, ohne zu erklären, was besser ist.
Und so haben wir Age of Empires 4 bekommen.
So, wie ich verstanden habe,
aber ja ein gutes Spiel ist.
Aber nicht wahrscheinlich,
oder I don't know, das musst du mir sagen,
die Ambition, die es hatte,
erfüllt das?
Es ist immer schwer zu sagen bei Microsoft,
weil die ja ihren Game Pass-Katalog auch einfach gerne füllen.
Es ist aber halt nicht,
es ist kein, also ich würde sagen,
es ist keine neue Evolutionsstufe
für diese Serie.
Du guckst es an und es ist
wirklich sehr gut gemacht.
Aber es ist kein Spiel,
das ist, würde ich jetzt sagen, nicht frisch
und kreativ.
Es ist grundsolide Age of Empires.
Ja.
Es ist auf den Stand der heutigen Zeit gebracht, könnte man sagen.
Genau.
Aber das wäre nicht innovativ für mich.
Es ist einfach halt ein bisschen,

das gibt es ja viele,
dieses Tempest Rising, was THQ macht,
das Spiel, wie Command & Conquer,
würde ich jetzt auch sagen,
nicht innovativ, aber nette Nostalgie für mich.
So ein bisschen für Leute,
die halt C und C lieben.
Oder Pioneers of Pagonia, was Volker Wertig jetzt macht,
der Siedler-Erfinder.
Ein Siedlerspiel wie früher,
wie bisschen so mit Siedler 2-Vibes,
ja, es sieht anders aus, aber es geht in die Richtung.
Aber dann kommt ja die große Frage,
wenn man das ist das letzte Mal,
wo du da saßst und dachtest mir,
okay, das ist innovativ.
Ich muss dich eigentlich fragen,
weil das so schwer zu beantworten ist.
Ich kann es dir aber beantworten.
Und zwar mit zwei Dingen gleich.
Und eines davon ist nur wenige Tage alt.
Das erste,
wo ich das Gefühl hatte,
das ist wirklich innovativ,
war das erste Mal Virtual Reality.
Und zwar auf der GDC
in den USA,
als das noch so
mit Klebeband zusammen gedängelte Brillen waren,
ungefähr.
Und wir, die zum ersten Mal ausprobieren konnten,
oder ich sie zumindest zum ersten Mal ausprobieren konnte,
und ich dachte mir,
wow,
weil das eine komplett andere Spielerfahrung ist.
Wenig später
habe ich dann auch zum ersten Mal
selber auf einer Brille
bei uns in der Redaktion
Minecraft ausprobiert.
Diese Minecraft-VR-Version.
Und ich war komplett weggeblasen.
Einfach.
Ich fand es nicht optimal,

weil ich mir dachte,
Minecraft kann ich auch am PC spielen.
Und ich habe Höhenangst, leider.
Und wenn man dann durch diese Welt läuft
und dann darunter guckt,
ist es nicht ideal für mich,
mit VR zu spielen.
Aber es ist eine komplett neue,
auch technische,
Spielerfahrung, die man so vorher noch nicht hatte.
Und eine, die kleben bleibt.
Also auch Half-Life Alyx zu spielen,
war echt
ein neues Erlebnis
mit einem Schutter.
Aber es ist halt ein Schutter um mich rum.
Mit meiner Waffe
als Hand.
Wie früher in Trespasser,
nur jetzt richtig,
in Half-Life Alyx.
Das ist das eine, das ist Virtual Reality.
Es gäbe noch andere, die es versucht haben,
an diese Tür zu klopfen,
was technische Innovation angeht,
das gute alte Kinect.
Ich weiß nicht, ob du dich erinnerst,
als Peter Molyneux
war.
Das war verrückt.
Der über Kinect,
über diesen Microsoft-Sensor
reagieren soll,
auf deinen Gesichtsausdruck
und deine Tonlage, wie du mit ihm sprichst.
Also cooles Experiment,
Gedankenexperiment ist natürlich nie ein Spiel draus geworden.
Aber wo man so das Gefühl hatte,
okay, die versuchen etwas Neues,
auch mit der Bewegungssteuerung bei Kinect
hat sich aber nicht durchgesetzt.
Ich habe gelesen, heute wird Kinect
Variante genutzt,
um die Grenze zwischen Nord- und Südkorea

zu überwachen.
Weil Kinect kann unterscheiden
zwischen den Bewegungen von Menschen und Tieren.
Und wenn ein Tieren Fuchs
oder so die Grenze überquert, sagt Kinect, cool.
Wenn es ein Mensch wäre, würde Kinect sagen,
da müssen wir Peter Molyneux
benachrichtigen.
Das war Kinect, 3D-Fernseher wäre so eine Sache.
Ich weiß noch, wie ich auf der E3
saß
mit den Yerli-Brüdern
und sie super stolz waren,
dass ich Crisis 2
glaube ich
2 oder 3, ich glaube es war 2
spielen konnte auf einem 3D-Fernseher.
Ja, von der Sache
haben wir auch nicht mehr viel gehört.
Leider nicht.
Hat sich auch nicht durchgesetzt.
Was aber jetzt, die wenige Tage alte Geschichte
eine sehr spannende Innovation ist,
eher in die Zukunft gedacht,
ist KI
und da habe ich etwas ausprobiert,
was gerade frisch auf Steam ist,
nämlich In-World Origins heißt das.
Das ist ein
Detektiv-Abenteuer, kann man sagen.
Eigentlich ist es ein Tech-Demo
für In-World AI.
In-World AI ist eine Unternehmen, die machen so
KI-Engines
für Charaktere in Spielen, also für immersive Charaktere,
die sich an Dialoge erinnern,
die Dialoge generieren
passend zum Setting, in denen sie sich befinden.
Also zum Beispiel so mittelalterliche Bauern
und dann kannst du da hingehen und sagen,
das ist die Ernte und sie sagen,
oh, der Hagel oder was auch immer.
Und das alles generiert von KI,
der du halt dann dieses Setting

und diese Parameter vorgibst.
Und diese Demo, die sie da gebaut haben,
spielt in einer Stadt der Zukunft,
in der es eine Explosion gab
in einem Roboter-Labor
und ich spiele einen Detektiv,
der das untersuchen soll,
indem er Zeugen befragt
und diese Zeugen,
das sind Menschen und Roboter,
die sich in diesen Spalten basierend auf KI.
Und ich habe einen kleinen Schnipsel davon,
wenn ihr uns als Video zuschaut,
dann seht ihr das jetzt als Video.
Wenn ihr uns im Podcast zuhört, dann hört ihr es jetzt.
Ich habe einen kleinen Schnipsel davon mitgebracht,
wo ich einen wütenden,
verwirrten Roboter
befrage und ich befrage ihn
durch Spracheingabe in meinem Mikrofon.
Auf Englisch, also ihr hört auch mein schlechtes Englisch jetzt.
Manchmal versteht es mich auch nicht richtig,
aber das liegt glaube ich an mir,
weil ich undeutlich rede oder so.
Schaut mal rein, hört es euch mal an und dann reden wir weiter.
Ich habe mich selbst verloren.
Ich habe mich selbst verloren zu diesem Chaos.
Dieser Englisch, der mich besuchst.
Der Protokoll.
Es ist jetzt nötig.
Ich bin nötig.
Bist du mit einem Virus infekktiv?
Infektiv.
Oh nein, nein, nein.
Ich kann nicht infekktiv sein.
Ich bin nicht so.
Ich weiß meine Formen, die in der Laboratory sind.
Ich bin nicht.
Ich kann nicht infekktiv sein.
Ich bin nicht.
Ich bin nicht.
Ich weiß meine Formen, die in der Laboratory sind.
Ich kann nicht infekktiv sein.
Wir sind nicht.

ich habe mich so weggedreht, dass irgendwie meine Stimme zu leise war oder so. Also irgendwas ist mit der Aufnahme schief gelaufen. Ich habe mir gedacht, ich fange immer wieder an mit der Frage, wie heißt du? Und irgendwann hat er gesagt, warum fragst du mich das ständig? Reicht es dir nicht aus, was ich sage? Sind wir Roboter überhaupt nicht in der Lage, euch Menschen überhaupt mal zufrieden zu stellen? Und so, wie geil, wie cool ist das denn? Das ist ja das Spannende mit Menschen zu reden. Das ist das Spannende in der Sociologie, das ist das Konzept der doppelten Kontingenz. Also wenn ich dir was sage, weiß ich ja nicht, was zurückkommt. Diese Unsicherheit der Kommunikation. Und das geht ja in den Computerspielen komplett verloren, weil das ja alles irgendjemand

geschrieben haben muss und es kann ja nicht auf unterschiedliche Dinge reagieren und so weiter und so weiter. Aber in dem Moment, wo ich ja was frage und die Art, wie es zurückkommt und so weiter, dass das eine Unsicherheit in sich hat. Ich hoffe, wir sind nicht so weit weg davon, aber wenn das irgendwann kommt, äh, Alastor 6 könnte ja sein, dass du dann wirklich mit den Leuten Gespräche führen kannst, wo du sagst, keine Ahnung, woher sich das entwickelt. Das ist, das wird wahrscheinlich ziemlich gaming noch mal als Erlebnis auf nächstes Level hiefen. Ich muss ehrlichweise sagen, ich benutze sehr viel ChatGPT und ich glaube, ich habe eine parasoziale Beziehung langsam angefangen, aber es ist schon sehr interessant. Also wenn ChatGPT klappt, dann wird es auf jeden Fall im Gaming-Klapp. Ja, so wie in Hör. Oh ne Scheiß, ja, das ist ein Film, wo die KI immer so ein Siri-Ding im Ohr hat und mit einem redet und man verliebt sich, ja, ja, warum? Also ich würde sagen, es ist nicht unrealistisch, was passiert. Hey, wer weiß, vielleicht machen wir irgendwann, vielleicht machen wir beide überhaupt kein Podcast, sondern wir haben hier zwei KI's, die einfach auf uns programmiert sind so ein bisschen und dann gucken wir halt mal, was sie zustande bringen. Ein Freund von mir ist, arbeitet im Audio-Kontext,

der hat auch schon eine Stimmen-Synthese von mir gemacht. Oh, der wird's gruselig. Wer weiß, ob ich das überhaupt bin. Keine Bild-Synthese, nur die Stimme. Wobei die Stimmen-Synthese, die er gemacht hat, die ist so eine Art Mittelwert von meiner Stimme. Das Problem ist halt, ich bin oft in den Extremen mit meiner Stimme und man merkt so, das ist so voll ruhig und so mittig. Das ist quasi du als Data. Anscheinend. Ja, Wahnsinn. Und ich denke mir halt auch, gerade wenn man

sich diese KI-Möglichkeiten anguckt, heißt ja auch nicht, dass das am Ende geil werden muss, also vielleicht funktioniert es nicht richtig gut, vielleicht dauert es auch noch 20 Jahre bis dann auch Charaktere dabei rauskommen, wo wir sagen, okay, also mit denen habe ich auch Spaß, mich zu unterhalten und die sind richtig cool für ein Spiel oder so. Aber es ist auf jeden Fall für mich auch persönlich so viel spannender und so viel positiver als Innovation, als wenn ich gucke Richtung Blockchain und Pay to Earn. Was ja auch eine Innovation ist. Deiner ist keine Innovation.

Falls ihr nicht wisst, wo das jetzt herkommt, Humann und ich haben schon ganz viele Podcasts gemacht über die Blockchain-Thematik, das Metaverse und all die Schrecklichkeiten, die damit zusammenhängen. Für alle, die nicht wissen, was Pay to Earn ist. Pay to Earn bedeutet, dass du ein Spiel spielst und damit Geld verdienst, indem du hauptsächlich Dinge, die du im Spiel erzeugt hast, an andere Spielerinnen und Spieler verkaufst. Unser Beispiel oder ein Beispiel, das vielleicht man ein bisschen kennt, ist Cryptokitties. Cryptokitties ist ein Spiel, da züchtest du Kätzchen. Und jedes dieser Kätzchen hat einzigartige Eigenschaften und kann

immer nur einen Besitzer haben und diese Besitzverhältnisse werden halt abgesichert auf Basis der Blockchain. Ich glaube auf Basis von Ethereum, wenn ich mich recht erinnere. Und das Problem aber

an solchen Spielen und da gibt es ja ganz viele von, ist, das funktioniert nur so lange, dieses Play to Earn, wie jemand da ist, der das auch kaufen möchte. Also du musst ja diese Katzen verkaufen können, sonst verdienst du kein Geld damit und machst nichts anderes, als einfach nur Katzen züchten. Und deswegen haben diese Play to Earn-Spiele eine gewisse Ähnlichkeit zu Schneeballsystemen, weil du damit nur Geld verdienen kannst, solange sie wachsen. Ich wollte gerade sagen,

wenn wir jedes Schneeballsystem, was irgendwie gamified ist, jetzt als Innovation definieren würden, wäre ich sehr vorsichtig. Was würde ich sagen, die sind ja alle zusammengebrochen. Also ob das ökonomisch nachhaltig war, was da gemacht wurde, weiß ich nicht. Deswegen erfüllte es jetzt mindestens das zweite Kriterium nicht. Und beim ersten Kriterium würde ich sagen, naja, der innovative Charakter ist das Schneeballsystem digitalisiert. Und skalierbar. Das haben Sie gemacht. Skalierbare digitale Schneeballsysteme. Ja, wollen wir trotzdem nicht unbedingt haben.

Genau. Und sonst, ja, ich meine, es ist schwer da jetzt eine Schleife drum zu machen, weil es einfach sehr viel Innovationstheorie ist. Aber ich würde die Frage gerne mal an dich zurückgeben. Was würdest

du denn sagen, ist das Innovativste, was du je gespielt hast? Ich habe das Glück im Vergleich zu dir vielleicht nicht so viele Spiele zu spielen, ob das Glück ist, lass mal reingestellt. Und ich würde sagen, eigentlich ist es das am Gaming, was mich dranhält, ist, dass ich eigentlich permanent dieses Gefühl habe, ich erlebe was Neues oder und nicht nur das Erlebnis an sich, sondern auf ganz vielen unterschiedlichen Ebenen. Sei es auf einer technologischen Ebene, so was wie, wie Grafik funktioniert oder die Hardware, die ich benutze oder wie die Communities funktionieren. Das ist zum Beispiel für mich ganz... Früher im Podcast habe ich ja mal erzählt, ich habe so 2000, weil nicht zwölf, aufgehört mit Gaming, weil ich plötzlich arbeiten musste und ich habe das voll vergessen und so 2018, 19 wieder angefangen. Aber ich habe diese gesamte Mitte verpasst und dann bin ich in diese Gaming-Welt gekommen und manche so, oh Gott, jetzt hat sich ja alles verändern.

Das ganze Logik mit Communities und Steam kannte ich gar nicht in der Form und so mit Leuten sich über Dinge austauschen. Überhaupt diese gesamte Content-Welt, Podcast ist eine, aber auch auf YouTube und so weiter. Und ich habe das Gefühl, das Spannende an dieser Industrie ist, dass das permanent Dinge verändert. Sei es auch für mich so, ich bin permanent überrascht. Sei es so was wie Content, also was, ich weiß noch, ich habe ja relativ spät so was wie, wie hieß dieses Spiel, What Remains of Edith Finch und dann diese Szene in der Fischfabrik und wo ich mir dachte so, oh mein Gott, wir haben sie diese beiden Welten zurückgebracht und dann Ausdrucksformen

gefunden, die ich niemals schaffe, anders rüberzubringen. Also es ist eine Form der Kommunikation gewesen, die nur da möglich war. Und ich bin da vom Stuhl gefallen, so was das Medium an künstlerischer Innovation ausdrücken kann. Aber auch auf der anderen Seite Geschäftsmodell, Innovation, ich habe mal gesagt, positiv könnte man sowas wie, keine Ahnung, von den Grinding Gear Games Leuten dieses Path of Exile, wo ich mir dachte so cool, als ich noch 16, 15, 14 war und man hätte mir so ein Spiel gegeben und das ist kostenlos. Ja, ich hätte einfach gesagt,

Cheers, ich brauch nichts anderes mehr. Aber dann natürlich auch die anderen Ausdifferenzierungen mitbekommen, die jetzt auch negativ gehen kann. Aber nichtsdestotrotz, ich glaube, das Gaming auf ganz vielen unterschiedlichen Ebenen, auch sowas wie Pixel Games, Indie Games und so weiter, jetzt kontinuierlich schafft Sachen weiterzudenken. Ich glaube, das ist eine Industrie, die ist wirklich getrieben von Innovationen. Also wenn ich aus meiner Beratertätigkeit mir die unterschiedlichen Unternehmensformen angucke und in den Industrien anschau, würde ich sagen, keine Industrie hat Innovationen so sehr im Herzen und so sehr im Kern, dass man manchmal sich Sachen anguckt und dann denkt sich so, das ist ja gar nicht innovativ. Und eigentlich steckt da ganz viel Innovationen drin. Ich wüsste gar nicht, Pokemon Go, Guitar Hero, Dead Fails, also alle diese Spiele haben ja irgendwie jedes Mal passigst, dann sage ich, irgendwas ist da Spannendes dran oder auch die ganzen Geräte in der Switch, die Steam Deck und so weiter. Ich habe irgendwie das Gefühl, das cool an dieser Industrie ist, eigentlich ist man die ganze Zeit, sitzt man auf so ein Ride und irgendwann kommt immer so ein krasses Ding, wo man sagt, wow, das hätte ich gar nicht auf dem Schirm, in Minecraft oder was auch immer da ist. Ja, sehr schön gesagt. Wir sind nicht nur eiskalte Zahlenmenschen an der Stelle. Ja, wir sind auch Herzmenschen und ich möchte zum Abschluss dein Herz noch größer machen, mit Valve. Weil Valve ist nämlich, wir haben darüber schon mal vor ganz langer Zeit einen Podcast gemacht, den ihr bei GameStar Plus findet, aber es vielleicht nochmal zu wiederholen. Valve ist die Antithese zur AAA-Industrie, obwohl sie auch ein riesiges Unternehmen sind, also Valve verdient ja Milliarden mit Steam. Sieben bis zehn Milliarden Umsatz wahrscheinlich. Ja, und die klassische AAA-Industrie, ich habe es vorhin schon gesagt, Electronic Arts, Ubisoft Activision ist halt sehr bedacht auf Standardisierung und Best Practice. Wenn man ein Muster gefunden hat, was funktioniert, dann versucht man dieses Muster möglichst zu wiederholen, einfach um Risiken zu minimieren. Dass du sagst, okay, Free to Play scheint zu funktionieren. Lass uns mal gucken, ob wir in dem Bereich nicht aktiver werden können. FIFA Ultimate Team, die Leute scheinen irgendwie dieses Sammelkartenspiel gut zu finden. Schauen wir mal, wie wir das noch mehr monetarisieren könnten. Also, dass man bestehendes Battle Royale scheint, kam aus der Modding Szene, kam aus dem Modding von Arma 2, scheint wahnsinnig erfolgreich zu sein. Kopieren wir es doch einfach mit Call of Duty, auch sehr erfolgreich dann mit Call of Duty Warzone. Keine eigene Innovation natürlich, aber man nimmt ein erfolgreiches Muster, man nimmt Best Practice, die sich anderswo vielleicht entwickelt hat und ja, reitet es sozusagen, wie das fährt, über das wir schon häufiger gesprochen haben. So, und Valve ist aber nicht so. Valve macht einfach Projekte, auf die Valve Bock hat, um es mal sehr simpel auszudrücken, so wie das Steam Deck. Ich meine, es ist ja nicht nur das Steam Deck. Erinnert sich noch jemand an die Steam Machine, diese Steam-Konsole, die ist gnadenlos eingegangen, aber sie hatten Bock drauf. Der Steam Controller wurde eingestellt, hat da natürlich jetzt Dinge auch für Steam Deck wieder mitgebracht, wie diese Sensortouchpad-Sensor-Dinger-Kanal, wie es heißt. Die Bedienung vom Steam Deck hat einfach darauf basiert, was die mit dem Steam Controller ausprobiert haben. Valve hatte irgendwie ein Augmented Reality-Projekt, was aber eingestellt wurde, wo sie die Leute dann quasi rausgeworfen haben und

ihnen die Technologie mitgegeben und gesagt, okay, macht halt selber was draus, aber für uns ist nichts, für uns funktioniert es nicht. Aber sie, Valve hat eine Unternehmenskultur, die nicht darauf bedacht ist, in Serie zu produzieren, deswegen kriegen wir auch Half-Life 3 nicht. Ich würde gerade sagen, das wurde auch bestimmt schon mal eingestellt, das Projekt. Da gab es bestimmt schon 20 Iterationen und immer haben sie sich angeguckt und gesagt, nee, ist zu normal. Das ist einfach nur, was soll denn das hier, ist einfach nur ein sehr guter Shooter. Soll man damit nur Geld verdienen oder was? Ja, wir verdienen doch genug Geld. Was soll es denn? Aber kannst du vielleicht an der Stelle noch mal erklären, wie Valve so was macht? Oder warum sie sich es auch vielleicht leisten können und andere glauben, das nicht zu können? Genau, ich verweise an den Anfang dieses Gespräches. Was Valve macht, ist genau diese Logik, die ich am Anfang erklärt habe. Sie haben kleine Teams, sie haben eine Basis gebaut, worauf sie alle aufwenden, aufsetzen können. Also bei Valve gibt es ganz vieles von, wenn Teams, also wenn Leute entscheiden, wir haben Bock, ein Projekt anzugehen, dann haben alle Tische rollen, dann schieben sie ihre Tische zusammen und sitzen dann zwei Jahre im Raum und experimentieren, sind super, super nutzerorientiert in der Entwicklung und so weiter. Das ist aber das, was ich auch irgendwann meinte, dort wird schnell gescheitert. Deswegen sagen wir, es gibt wahrscheinlich zehn Versionen von Half-Life 3, das gescheitert ist und so weiter und so weiter. Valve hat aber ein Glücksfall, zwei Glücksfälle. Wahrscheinlich ist Gabe Newell einfach ein Glücksfall für Valve, weil er als Eigentümer einfach die Hand drauf halten kann und sagen kann, ey, mein Geld, meine Firma, ich habe Bock, dass es so läuft und wenn wir die ganze Firma, es gibt tatsächlich so ein, es gibt ja diesen Employee-Handbook, wo dann so steht, wie man da, wenn man bei Valve anfangen will, welche Regen da gibt es, es gibt eine Seite, da steht drin so was, so paraphrasiert, wenn wir gegen die Wand fahren, fahren wir alle zusammen gegen die Wand. Und ich sage mal, geh mal hin zu einem 10 Milliarden Umsatzunternehmen und sag das mal so, das macht man nicht. Und Valve ist halt in private Hand, also die haben keinen Shareholder-Druck oder Investor-Druck und so weiter. Und ich glaube, dadurch, dass sie auf der einen Seite ein Geschäftsmodell mit Steam haben, dass ihnen eine kontinuierlichen Strom an Sicherheit gibt auf der Liquiditätsseite, auf der anderen Seite so wie ich das wahrnehme, wirklich gute Leute reinholen. Und auch irgendwie so ein geschlossenes Ökosystem geworden sind, dass sie einfach diese Möglichkeit gibt. Also Valve ist wahrscheinlich ein Unternehmen, wie wir kaum ein zweites finden werden, weil einfach ganz vieles zusammenkommt, die Motivation das zu tun, die Ideen dieser Strukturen aufzusetzen, die Leute dazu zu bekommen, nach diesen Logiken zu arbeiten, man muss auch so arbeiten wollen überhaupt. Und dann noch die ökonomische Fundament zu haben, dass sie sagen, das kriegen wir auch nachhaltig hin. Da können auch 10 Spiele scheitern, solange Steam rennt, rennt der Laden weiter. Ja, das ist echt... Der malt das Portfolio. Und wenn was durchknallt, dann knallt es halt richtig. Sieht das Steam weg. Sieht das Steam weg, ja. Ich würde ja sagen, seit mehr wie Valve, aber nee, das funktioniert auch nicht, weil wenn ich Ubisoft sage, seit mehr

wie Valve, dann kriegen wir nie wieder ein neues Assassin's Creed. Und das ist auch nicht das richtige. Jetzt kriegen wir zu viel Assassin's Creed. Das ist auch nicht das richtige. Findet eine Mitte zwischen euch und Valve, würde ich sagen. Die Glaube als Beobachter oder Teilnehmer, als Konsument teilnehmende Person am Markt, würde ich sagen. Wie man merkt, die bewegen sich halt immer so in Zyklen. Und wir haben in den letzten zehn Jahren, glaube ich, ganz viel so Konsolidierung in die Richtung große Struktur gehabt. Dann ist diese Indie-Bubble mehr oder weniger gekommen. Dann ist wieder eine Konsolidierung gekommen. Und ich glaube, das sind so Zyklen, die wir erleben. Der Markt konsolidiert sich, dann ist ein bisschen weniger innovative Kraft. Und dann muss man ja wieder nach vorne sich hier entwickeln und überlegen, welche Lücken füllt man und so weiter. Und was ich wahrscheinlich jetzt in die Runde haben würde, wenn man als Konsument mehr Innovationen unterstützen möchte, würde ich sagen, der Blick in die Indie-Szene, da lohnt es sich. Da wird man wahrscheinlich auf der Inhalts-Ebene ganz viel. Ich meine, Divinity hat ja auch, Divinity sage ich hier, Lager hat ja auch, waren die nicht mal noch in Indie-Studio oder so? Genau, theoretisch sind sie immer noch in Indie-Studio, aber halt mit 400 Leuten. Es gibt kein Publisher für Baldas. Es gibt kein Publisher. Nee, das ist ja, ihr Geschäftsmodell ist ja der Early Access mehr oder weniger. Wir haben kein Publisher dazwischen, das Ding geht jetzt gerade so durch die Decke? Vielleicht sollten wir noch mal darüber eine eigene Folge machen. Boah, da würde ich mal gerne sehen, wie viel die, oh, interessant. Ja, das ist wahnsinnig spannend. Aber das ist das Special A-Level, was die da gerade verkauft? Doch, doch. Aber eben basierend, die werden sicherlich natürlich für das Studio in irgendeiner Form Investoren haben, aber sie haben keinen klassischen Publisher. Meine Hände geht schon in Richtung Google. Das ist ja noch mal noch, Larian, das ist ja jetzt... Also eine Larian-Analyse, schreibt sie in die Kommentare, aber um ehrlich zu sein, ist egal, was ihr in die Kommentare schreibt, wir machen das. Ich finde, Larian ist ein wahnsinnig spannendes Studio mit sehr spannenden Parallelen auch zu CD Projekt. Ich habe original ein CD Projekt gerade gedacht. Natürlich hat CD Projekt auch immer mit Publisher zusammengearbeitet bei der Witcher-Serie, aber was die Entwicklung des Studios angeht von so einem kleinen Nukleus und dann immer wirklich von Projekt zu Projekt größere Ambitionen, auch wachsendes Team, auch große Risiken. Man darf nicht vergessen, Larian ist an Divinity Original Sin 1 fast zugrunde gegangen. Also sie sagen zwar heute, ja, wir wussten immer, dass es ein Erfolg wird. Wir wussten immer, wir waren überhaupt nicht nervös. Wir haben Steuerzahlungen zurückgehalten damals, damit sie überleben konnten als Studio. Wahnsinnig spannende Geschichte und können wir uns gar nicht mal anschauen. Ja, was mich da vielleicht noch eingedehnt. Also das ist ja super spannend, dass man so ein Indie-Triple-A-Level-Entwickler jetzt noch einen weiteren in Europa hinkommt.

[Transcript] GameStar Podcast / Sind Activision, EA & Co. unfähig zur Innovation?

Das ist ja eine interessante Entwicklung. Aber wie haben Sie das denn gestemmt mit dem ganzen Marketing? Also Publisher ist ja auch super viel Investment im Marketing. Haben wir das jetzt selbst gestemmt? Alles sehr, sehr, sehr spannend. Ja, ja, also haben Sie, das ist tatsächlich eine wahnsinnig spannende, vielleicht sogar innovative Firma. Oh mein Gott. Wow, interessant. Ja, das bin ich gespannt auf diesen Podcast, der dem jetzt kommen soll. Ja, den machen wir dann. Da suchen wir uns einen Termin. An dieser Stelle soll es das gewesen sein zum Thema Innovation, die ein schwieriges Beast ist. Aber ich glaube, wir haben es ganz gut zu fassen gekriegt. An dieser Stelle schreibt uns da auch gerne in die Kommentare, was ihr von solchen Folgen haltet, ob ihr mehr auch solche bisschen, sehr eher eine Metadiskussion, die wir jetzt führen, nicht über ein konkretes Spiel, aber generell über diesen Innovationswunsch. Ich habe auf jeden Fall wieder wahnsinnig viel gelernt heute und sage deshalb, vielen Dank, human. Jedes Mal ein Kurs ist vergnügen. Danke, die Einladung hat mir Spaß gemacht. Und vielen Dank an alle, die uns auch diesmal wieder zugeschaut und zugehört haben. Bis zum nächsten Mal. Tschüss. Hi, Dias. Ciao.