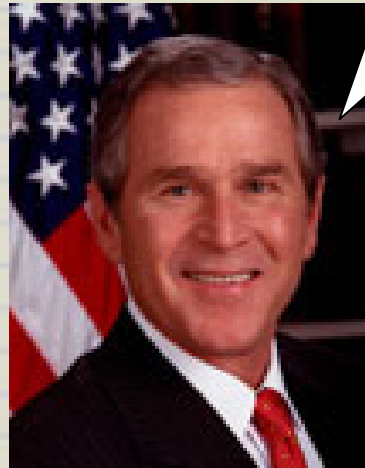


I love to bomb
Bagdad.
And it's so real!



Der Amerikanische PC Spieler

Oder wie verkaufe ich „Die Siedler“ in USA

(Hinweis: Diese Seite wurde 6 Monate vor dem Anschlag erstellt und dient nicht der
Geschmacklosigkeit)



By Teut Weidemann



Durchschnitts Alter 35...

- Erwachseneres denken (ja, es gibt Ausnahmen)
- Zahlender Kunde = Weniger Raubkopien
- Weniger Action, mehr Denken
- Reifere Spiele, wollen mehr Spieltiefe. Experimentieren gerne
- Realitätsanspruch bei Themen (The Sims, Rollercoaster Tycoon)
- Kultur: Mehr Fantasy&SF als bei uns, #2 der gelesenen Bücher
- Aber: Fantasy&SF ist dort ernsthafte Literatur, somit wird die Verniedlichung von F&SF meist abgelehnt
- Anderes Fernsehen, andere Lebenskultur -> Vorsicht bei Humor und Referenzen, vor allem bei Amerikanischen Themen (wie Fantasy...)
- Beispiel Kultur:
 - Amerikaner sehen sich KEINE synchronisierten Kinofilme an (Originale werden mit Untertiteln gesehen!)
 - Xena war sehr erfolgreich in USA ☹ und lief zur besten Sendezeit
 - Xena/Star Trek Voyager/Next Gen/etc als „Charakter Filme“

Average PC Knowhow: niedrig!

- Dienstleistungsgesellschaft: 80% aller PC User lassen Speichererweiterungen durch Service installieren
- Installation und Konfiguration MUSS einfach sein. Andere Installer neben Wise und Installshield MEIDEN
- Mit Treiberupdates tun sich PC User schwer -> eher konservativ sein in Featurefreakness
- Fehleranalyse: Konfiguration abfragen und UNBEDINGT User darüber informieren mit Lösungsvorschlägen
- Andere Konfigs: PC's bleiben meist in der Saleskonfiguration und sind Komplettsysteme: Multimediakarten + MidiSoundkarte + TV in/out = Treiberprobleme bei 3D vorprogrammiert
- Kaum Verständnis für Standardprobleme, daher Techsupport kommunizieren: Web, Forum, Chat, Telefonnummern MÜSSEN ins Manual bzw. als Links ins Spiel, FaQ!
- Technik Schere weit offen, P2-266 mit TNT sind noch Käufer!
- Folge der Hardware Unterschiede: Unbedingt US Konfigurationen von PC's testen lassen. Unterscheiden sich im Schnitt erheblich.

Spielknowhow geringer...

- Im Durchschnitt geringere „Bildung“ (ist aber auch positiv zusehen)
- Spiel-Knowhow geringer (!), daher nicht davon ausgehen das der Spieler „das doch wissen muß“
- Daher: Interaktives Tutorial wichtig(!), neue Features dort einführen und erklären
- Bedienungs-Standards von Hits verwenden
- Standard Keylayouts/Mausbelegung aus Windows/anderen Spielen/Gewohnheiten, aber bitte nicht verunstalten! (Alt-Click?)
- Zugang zum Spiel muss einfach sein trotz Spieltiefe (Schritt für Schritt Features einführen (Paradebeispiel Zelda SNES))
- Komplexe Steuerung vermeiden, Amerikaner sind keine Joystick/Tasten Akrobaten

Design Considerations...

- „Feature Creep“, laaaaangsam, nicht alles auf einmal
- „Spielkasten“ eher als „Scripting“
- Themen Amerikanisieren: Wings macht z.B. nur „CNN Kompatible Spiele“
- Wenn Fantasy dann „seriös“->US Bestseller Listen lesen!
- Easy control: Interface auf Spielerfolge in USA(!) basieren lassen
- Sprache: Amerikanisch, NICHT Amerikaner in Europa oder Engländer!
- Installer: Wise oder Installshield, aber keine Custom Kopierfunktionen!
Kein Kopierschutz abfragen im Installer!
- Wenn Tabellenlastig dann bereitet euch drauf vor diese zu veröffentlichen->Folgen für Gameplay
- Low System Specs unterstützen, nicht „cheaten“ auf der Packung
- Denkt an den Gelegenheitsspieler und sein „Walmart PC“
- Amerikanische Kultur studieren, Shoptesting, Kunden befragen

Wo informieren sich Amerikaner

- Lesen weniger Magazine* (Stand 1999)
- Magazine haben meist veraltete Tests & Reviews wegen Druckvorlagen Zeit -> 3 Monate!
- Kaufentscheidung #1: Mundpropaganda. Daher verkaufen sich in USA auch Spiele, welche sich gut spielen aber scheisse aussehen eher als in Europa
- Internet dient als Beschleuniger der Mundpropaganda: gesundes Mißtrauen gegenüber Reviews, Meinungen in Foren/Chats wichtiger
- Re: Reviews. Amerikaner kennen meistens den Reviewer bzw. seine Historie und beurteilen danach den Gehalt des Reviews.
- Kaufentscheidung #2: Im Laden! „Shopping Experience“
- Daher Packung und die Information darauf lebenswichtig fürs Spiel.

Three Friends...

You have three friends and each one is looking for a new game. What do you recommend?

(by Brian Rucker)

- The **newbie** is someone who barely is comfortable with computers and has no history of serious gaming IRL. He, or she, is curious about computer games though but has no idea what to get started with. You ask what they might like and the response is "I dunno. What's good?" What's a good game for this friend and why? (If you think sex makes a difference recommend two titles, one for a male and one for a female).

Friend Number 2

- The **hardcore gamer** has seen it all and done it all, all except one game you can't believe they've never heard of. What is this game and why would a hardcore gamer love it? This is most likely a title that's not extremely over exposed but one you've played as much or more than any other game.

Friend Number 3

- The **philosopher** is a friend who appreciates theory and ideas more than practice. He, or she, has played some computer games but thinks they're pretty stupid and shallow. What title would prove this friend wrong? This doesn't have to be a game with finely honed gameplay but it should have a complex theme, thought provoking design, or an interesting treatment of a real world subject.

„Die Packung in der Hand...“

- Packungen meist größer, schwerer, GROSSE screenshots, Flipcover, bessere Manuals (teilw. farbig), viel Packungsbeilagen
- Amerikaner LESEN Manuals. Daher Tutorial, Inhaltsverzeichnis, Index (!), Fremdwörterklärungen (Glossar), Referenzen, Tabellen mit ALLEN Daten etc. etc.
- Achtung: Einfach schreiben, USA mag 3 Wortsätze und Inhalt in 3 Sätzen (!). „Deutsche“ Schachtelsätze vermeiden
- Kaufinfo 1: Rückgaberecht (!!!!!!!)
- Kaufinfo 2: Amerikaner kaufen auch „alte“ Spiele. Marktdurchsättigung dauert lange (bis zu einem Jahr...)
- Kaufinfo 3: Im Gegensatz zum Deutschen Kunden heißt „billiger“ nicht gleich „schlechter“
- Folgerung: Info auf Packung soll kauffördernd sein, und nicht manipulierende Werbung

Überblick PC Markt USA

- Durchschnittsalter der Spieler: >35!
- Average PC Knowhow: Low!
- Spiel Knowhow: Low!
- „Techlevel“ der PC's weitverteilt: low to high
- Informiert? US Spiel Magazine gleich viel Leser wie Deutschland, trotz 3-facher Bevölkerung!
- Daher Kaufentscheidung anders: Mundpropaganda, Impulskäufe im Laden, „Shopping“
- Internet bedeutender: mehr Amerikaner surfen als Deutsche
- Games gelten als Gesellschaftlich ok

PC Markt USA Folgerungen

Siedler in USA wäre:

- Ernste Fantasy: kein Knuddel, oder gar kein Fantasy: Historisch
- Kampf wäre taktischer (Seitenangriffe, mehr Units, Reiter)
- Aufbau bzw. wirtschaftliche Zusammenhänge wären einfacher
- Kein Ctrl oder Alt Click für Standardfunktionen (Pioneer)
- Tutorial wäre interaktiver und gesprochen
- Manual wäre 3x so dick mit allen Daten und Tabellen, ausführliches Tutorial (Siedler 3 u. 4 Manual geht von Knowhow des Vorgängers aus)
- Auf gut Deutsch: Age of Empires

Gametyp: Unterschiede Sales

- Rollenspiele:
 - USA: Massenmarkt (Rollenspiel mit größter Anerkennung: Daggerfall)
 - D: Special Interest Markt (da meist Fantasy)
- Militärische Spiele:
 - USA: Massenmarkt, vom Thema her, generelles Interesse an Militär/Waffen
 - D: Nur wenn Spiel an sich den Spieler anspricht (Operation Flashpoint, im Gegensatz zu Rainbow Six oder SoF)
- Strategie:
 - USA: Massenmarkt, Thema SF (SC), Fantasy (WC), Real besser (Rollercoaster T, AoE, Pharao, SimCity)
 - D: Massenmarkt, aber fast nur reale Themen. Im Vergleich zu USA hat sich Starcraft wenig verkauft. Warcraft verkaufte sich im Verhältnis zu C&C in USA besser, in D umgekehrt!
- Simulationen:
 - USA: Massenmarkt
 - D: Nischenmarkt (außer konventionelle Flightsimulator)

US Marktzahlen 98

Top 20 PC Titles USA 1998

	Title	Publisher	Category	Units
1	Starcraft	Havas	Strategy	597091
2	Deer Hunter*	GT Interactive	Sports	496709
3	Myst*	Learning Co.	Adv/RPG	431695
4	MS Flight Sim	Microsoft	Simulation	407138
5	Deer Hunter II 3D*	GT Interactive	Sports	376611
6	Titanic: Adventure of Time*	Havas	Adv/RPG	348939
7	Lego Island*	Learning Co.	Child	323885
8	Age of Empires	Microsoft	Strategy	293715
9	Frogger*	Hasbro	Action	290206
10	Riven: Sequel to Myst	Learning Co.	Adv/RPG	283967
11	Diablo	Havas	Adv/RPG	283298
12	Cabelas Big Game Hunter	Activision	Sports	280792
13	Unreal	GT Interactive	Action	233038
14	Barbies Riding Club	Mattel	Child	230704
15	Quake II	Activision	Action	223628
16	Monopoly Game	Hasbro	Family	219147
17	Police Quest V: SWAT	Havas	Adv/RPG	202500
18	Deer Hunter: Extended Season	GT Interactive	Sports	196795
19	Lords of the Realm 2	Havas	Strategy	196258
20	Rocky Mountain Trophy Hunter	GT Interactive	Sports	193684
28	Rainbow Six	Red Storm Ent.	Strategy	174545
29	Half Life	Havas	Action	169738
46	Need for Speed 3	Electronic Arts	Simulation	140313
55	Starcraft:Broodwar	Havas	Strategy	128124

US Marktzahlen 99

Top 20 PC Titles USA 1999

	Title	Publisher	Category	Units
1	Roller C. Tycoon	Hasbro	Strategy	575628
2	Sim City 3000	Electronic Arts	Strategy	516038
3	Who w ants tba Millionaire*	Disney	Family	474124
4	Age of Empires II	Microsoft	Strategy	375501
5	Half Life	Havas	Action	356097
6	C&C 2: tiberan Sun	Electronic Arts	Strategy	335626
7	MS Flight Sim	Microsoft	Simu	316531
8	Frogger*	Havas	Action	313077
9	Baldurs Gate	Interplay	Adv/RPG	281291
10	Deer Avenger*	Havas	Sports	278841
11	Cabelas Big Game Hunter 2	Activision	Sports	272080
12	Rainbow Six gold Edition	Red Storm Ent.	Strategy	257072
13	Wheel of Fortune	Hasbro	Family	252456
14	Starcraft: Broodw ars	Havas	Strategy	248555
15	Lego Island	Mattel	Child	247758
16	Need for Speed 3	Electronic Arts	Simulation	221393
17	Titanic: Adventure of Time	Havas	Adv/RPG	215860
18	Deer Hunter 3	GT Interactive	Sports	215013
19	Deer Hunter II 3D	GT Interactive	Sports	212816
20	Star Wars Episode I	LucasArts	Action	201318
22	Rainbow six: Rogue Spear	Red Storm Ent.	Strategy	192402
24	Diablo	Havas	Adv/RPG	185395
31	Starcraft/Battlechest Bundle	Havas	Strategy	172341
40	Starcraft	Havas	Strategy	155104
43	Quake III Arena	Activision	Action	151683
45	Lords of the Realm 2	Havas	Strategy	148045

US Marktzahlen im Vergleich 98/99

Top 20 PC Titles USA 1998

Title	Category	Units
1 Starcraft	Strategy	597091
2 Deer Hunter*	Sports	496709
3 Myst*	Adv/RPG	431695
4 MS Flight Sim	Simulation	407138
5 Deer Hunter II 3D*	Sports	376611
6 Titanic: Adventure of Time*	Adv/RPG	348939
7 Lego Island*	Child	323885
8 Age of Empires	Strategy	293715
9 Frogger*	Action	290206
10 Riven: Sequel to Myst	Adv/RPG	283967
11 Diablo	Adv/RPG	283298
12 Cabelas Big Game Hunter	Sports	280792
13 Unreal	Action	233038
14 Barbies Riding Club	Child	230704
15 Quake II	Action	223628
16 Monopoly Game	Family	219147
17 Police Quest V: SWAT	Adv/RPG	202500
18 Deer Hunter: Extended Season	Sports	196795
19 Lords of the Realm 2	Strategy	196258
20 Rocky Mountain Trophy Hunter	Sports	193684

Top 20 PC Titles USA 1999

Title	Category	Units
1 Roller C. Tycoon	Strategy	575628
2 Sim City 3000	Strategy	516038
3 Who w ants tba Millionaire*	Family	474124
4 Age of Empires II	Strategy	375501
5 Half Life	Action	356097
6 C&C 2: tiberan Sun	Strategy	335626
7 MS Flight Sim	Simu	316531
8 Frogger*	Action	313077
9 Baldurs Gate	Adv/RPG	281291
10 Deer Avenger*	Sports	278841
11 Cabelas Big Game Hunter 2	Sports	272080
12 Rainbow Six gold Edition	Strategy	257072
13 Wheel of Fortune	Family	252456
14 Starcraft: Broodw ars	Strategy	248555
15 Lego Island	Child	247758
16 Need for Speed 3	Simulation	221393
17 Titanic: Adventure of Time	Adv/RPG	215860
18 Deer Hunter 3	Sports	215013
19 Deer Hunter II 3D	Sports	212816
20 Star Wars Episode I	Action	201318

28 Rainbow Six	Strategy	174545
29 Half Life	Action	169738
46 Need for Speed 3	Simulation	140313
55 Starcraft:Broodw ar	Strategy	128124

22 Rainbow six: Rogue Spear	Strategy	192402
24 Diablo	Adv/RPG	185395
31 Starcraft/Battlechest Bundle	Strategy	172341
40 Starcraft	Strategy	155104
43 Quake III Arena	Action	151683
45 Lords of the Realm 2	Strategy	148045