

PANZER  
ELITE



Geiles Spiel zu verkaufen



# Geiles Spiel zu verkaufen

Teut Weidemann



- Der Vortrag dient dazu, dem Entwickler den komplexen Prozess zwischen Ihm und dem Publisher aufzuzeigen
- Wofür?

# Wer isn des?

## PANZER ELITE

**Produktions Erfahrung  
seit 1987:**

Katakis, Denaris

R-Type, Spherical

M.U.D.S., X-Out, Strike  
Base, Kellogs Spiel

u.v.m. (25+ Titel)

Fertiggestellt: Panzer Elite, release October 22nd

Gamestar: 84% // PC Action: 86% // Neue  
Referenz der Panzer Simulationen



# Verhältnis Entwickler-Publisher

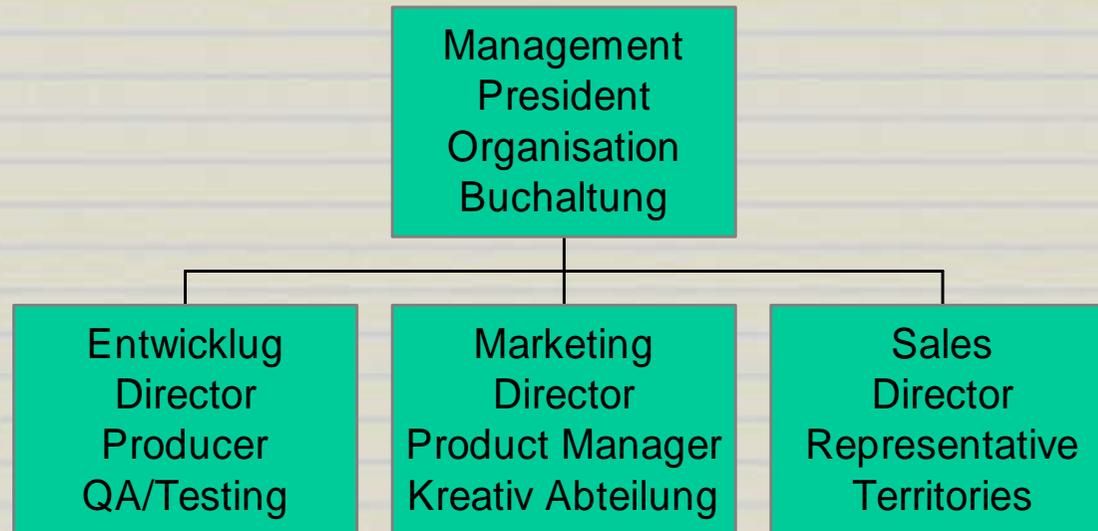
- Als Auftragnehmer
  - Konvertierung, Umsetzung einer Lizenz
- Als Lizenzgeber
  - „Licensed by“, shared copyright
- Als Co-Publisher
  - Eigenes Kapital

# Die Abhängigkeit

- Geld (Advances, Milestones, Lizenzen)
- Support (QA, Code, Development Systems)
- Release (Gebiete, Zeitpunkt, Aufwand)
- Marketing (Budget, Kreativität)
- Sales (Territories, Salesforce, Special Deals)
- Rechte & Lizenzen (Hintbooks, Comics, Film...)
- Formate (Konvertierungen...)

# Aufbau eines Publishers (vereinfacht)

## AccIEAMicroGames



Da bin Ich!-->

# Der Komplexe Aufbau



Repeat for x countries

Ein langer Weg!

# Was daraus zu lernen ist: Verkauf

- Mein Held, der Producer
- Seine Motivation?
- Seine Wirkung innerhalb des Publishers?
- Wie lange bleibt er?
- Verkauf dauert 6 Monate +

# Was daraus zu lernen ist: Andere Einflusspersonen

- Testing/QA → Wertung
- Marketing → Sales Forecast
- „Director“ → Subjektiv/Vorlieben
- Der Unsichtbare → Unknown

## **Das einzige was die sehen ist Konzept und Demo!**

- Erste Seite wichtig: Salespoints, Zielgruppen, Kontakt
- Für jeden etwas: Director, Marketing, Sales, Tester!
- Mehr als 4-8 Seiten werden nicht gelesen! Weniger ist mehr!
- Ansprechendes Design, Layout, Farbe, Bilder
- Selbstlaufende, einfach zu installierende Demo, manuell optional, EINFACHST zu bedienen (kann's deine Mutter?)

# Was daraus zu lernen ist: Entwicklung

- Milestones: Abgabe, Abnahme, Bezahlung
- Point of no Return
- Refinanzierung, mehr Geld
- Testing/QA

# Was daraus zu lernen ist: Marketing

- Internes Marketing, häh?
  - Was der Salesman in Südafrika nicht weiß..
- Marketing: Was habe ich damit zu tun?
  - Alles
- Was der Publisher nicht weiss
  - Boh ey, sind die dumm
  - Woher wenn's Ihr nicht kommuniziert

# Was daraus zu lernen ist, Zusammenfassung:

- „Verhäschtelt“ den Producer. Geht saufen
- Ohne saugutes Englisch keine Chance, Kommunikation ist alles
- Konzept:
  - Erste Seite wichtig: Salespoints, Zielgruppen, Kontakt
  - Für jeden etwas: Director, Marketing, Sales, Tester!
  - Mehr als 4-8 Seiten werden nicht gelesen! Weniger ist mehr!
  - Ansprechendes Design, Layout, Farbe, Bilder
  - Selbstlaufende, einfach zu installierende Demo, manuell optional, EINFACHST zu bedienen (kann's deine Mutter?)
- Milestones
  - Plant gestaffelt, habt zwei schon fertig bei Vertragsunterzeichnung, aber nicht gleich abgeben!
  - Rechnet mit 60 Tage Zahlungsziel, d.h. Vorrauszahlung MUSS drei Monate finanzieren können!
  - Deren Tester sind euer bestes Feedback: Seit nett, gibt denen support!
- Marketing
  - Screenshots jeden Monat mit Beschreibung
  - Infoblätter: Sales Points, Features, Unitlisten, Unitpics, Datasheets, Highres Renderings
  - Stellt direkten Kontakt her, fragt was sie wann brauchen!
  - Merke: Nur das was Ihr gebt stellt die Basis dessen her was die auf die Beine stellen: Basis klein, Marketing noch kleiner.

# Was Schief gehen wird: Verspätung des Entwicklers

- Milestones
- Ripple Effekt: Aufholen unmöglich
- Staffelung der Milestones: Code, Grafik, Misc, Code, Grafik, Misc....
- Mehr Zeit=mehr Kosten=mehr Geld=neue Verhandlung=mehr Zeit=.....

# Was Schief gehen wird: Verspätung des Publishers

- Deal dauert 6 Monate und länger
- Abnahme des Milestones
- Geld
  - 30 Tage Minimum, eher 60
- Support
  - Dev Kits, Tools, copy Protection, SDK's
- Informationen
  - Umstellung der Entwicklung, Interne Restrukturierung, Wechsel von Personal
- Release

# Was Schief gehen wird

- Wechsel des Producers
  - Automatisch 1-2 Monate Delay, „Newbies“
- Verkauf des Publishers
  - 6 Monate „Erstarrung“, 6 Monate „Selbstfindung“
- Wechsel der Firmenphilosophie
  - „Oh, wir machen keine PC Games mehr“
- Wechsel des Marktes
  - „PC sucks“, „Gameboy rocks“, „Massive Online is the future“

# Was tun wenns Schief geht

- Vertragsregelungen
  - Welcher Vertrag?
  - Anwälte kennen eines nicht: Termine
  - Vertrag ist immer nur Notstandsregelung, d.h. während der Entwicklung geht viel per Handschlag
- Neuer Publisher
  - Alles von vorne
  - Rauskaufen?
- Neues Geld?
  - Verhandlungsspielraum: Nur Royalties
- Dann noch Exklusivität?
- Folgerung: Seit bereit alles auch notfalls selbst zu machen

# Warum es nicht anders geht

- Anzahl der Territories: 20+
- Knowhow der „Territories“
- Kulturen und Länder
- PR, Distribution und Menschen („Deals“)
- Märkte, und was wir nicht wissen
  - Beispiel: PC Markt USA

# PC Markt USA

- Durchschnittsalter:
- 35!
- Average PC Knowhow:
- Low!
- „Techlevel“
- Weite Bandbreite low to high
- Informiert?
- US Magazine gleich viel Leser trotz 3x Bevölkerung
- Internet immer bedeutender als Informationsträger

# PC Markt USA Folgerungen

- Einfachste Installation, Standard nutzen! (Installshield, Wise Installmaker)
- Basis Hardware konservativer (wenn auch optional)
- Älter heisst mehr Interesse an Spieltiefe
- Bedienung einfachst, Tutorial
- Einfacher Zugang trotz hoher Komplexität
- Standard Keylayouts/Mausbelegung aus Windows/Anderen Spielen/Gewohnheiten (Alt-Drag?)
- Kaufentscheidung oft vor Ort (Händler): Spiel muss sich durch Screenshots und Info auf der Verpackung verkaufen
- Websupport