



GameDev-Profi.de
Praxiswissen für Indie-Entwickler

Strategieplan für erfolgreiche Spiele-Entwicklung



Dr. René Bühling
rene@gamedev-profi.de

Gut zu wissen

Lieber Spiele-Entwickler!

Ich freue mich, dass Du dieses eBook heruntergeladen hast und ich hoffe, dass ich Dir mit meiner Erfahrung bei der Erstellung Deines eigenen Games helfen kann.

Damit es Dein Spiel bis in die Veröffentlichung schafft und **nicht auf halber Strecke in einer Schublade verschwindet**, besteht Deine erste Aufgabe darin, einen Arbeitsplan zu erstellen. Vielleicht gehörst Du eher zu den Bastlern und möchtest jetzt lieber sofort mit der Produktion loslegen anstatt Theorien und Zahlen zu wälzen. Vielleicht bist Du ein einzelner Entwickler und glaubst, dass es genügen würde, wenn Du einen ungefähren Plan im Kopf hast. Oder vielleicht vermeidest Du die Planung aktiv, weil Du Angst hast, dass sich beim Planen herausstellen könnte, dass das Projekt nicht machbar ist und damit Dein Traum zerplatzt? Mir geht es oft ähnlich und ich kann diese Gedanken gut nachvollziehen. Aber **eine gute Planung ist keine Last, sondern wird sich später als wertvolle Hilfe für Dich selbst herausstellen**, wenn das Projekt in eine schwierige Phase kommt und Du über das Aufgeben nachdenkst.

Frage Dich zu Beginn des Projekts: Wie ernst ist es Dir? Du solltest Dir - zumindest für Dich selbst - klar darüber sein, welche Rolle das Projekt in Deinem Leben spielt und warum Du überhaupt ein Spiel entwickeln möchtest. Ist es nur ein Hobbyprojekt? Soll dies Dein einziges Spiel werden oder planst Du weitere? Strebst Du eine Karriere in der Spieleindustrie an oder willst Du nur mal reinschnuppern? Wünschst Du Dir, dass Spiele-Entwicklung Deinen Lebensunterhalt finanziert?

Für Spiele-Entwickler war die Evolution des Internets Segen und Fluch zugleich. Jeder kann sich heute Wissen in beliebigem Umfang zu beliebigen Themen aneignen. Entwicklungssysteme sind kostenlos online erhältlich und die Erstellungswerkzeuge decken technische Details ab, so dass man schnell und einfach Spiele realisieren kann. Zudem kann jeder eigene Inhalte und Produkte veröffentlichen. Doch dadurch verwässerte der Markt und für qualitativ hochwertige Spiele ist sehr schwierig, in der Flut von Billigprodukten **überhaupt sichtbar zu werden**.



Ich habe vor kurzem gelesen, dass jeden Tag weltweit ca. 600 neue Spiele auf den Markt kommen. Das bedeutet, dass Dein Spiel am Tag der Veröffentlichung irgendwo zwischen 599 anderen auftaucht. Wie kannst Du erreichen, dass die Spieler genau Dein Spiel spielen und nicht eines der vielen anderen?

Noch vor wenigen Jahren lies sich ein sauber produziertes Game einigermaßen gut veröffentlichen und vermarkten. Heute ist Spieleproduktion dagegen ein großes unternehmerisches Risiko. Die Software-Industrie bietet zahlreiche einfachere Wege, um Geld zu verdienen. Um so wichtiger ist es, dass **Du innerlich absolut motiviert bist ein Spiel zu machen**. Nur so wirst Du genug Energie haben, um den steinigen Weg zu Deinem eigenen Titel durchzuhalten. Und das ist auch der Grund, warum Du mit einer Planung beginnen musst. Nur wenn Du Deine Absichten und Möglichkeiten kennst, hast Du einen Kompass zur Hand, der Dir hilft, das Ziel anzusteuern und zu erreichen.

Ich habe selbst schon alle Schritte der Produktion bei meinen eigenen Titeln durchlaufen und kenne daher die Prozesse. Einen Großteil dieses Wissen musste ich mir selbst zusammensammeln, recherchieren und durch ausprobieren erlernen. Zwar kann weder ich, noch ein anderer, Dir die Notwendigkeit des Sammelns eigener Erfahrungen abnehmen, aber ich kann meine Erkenntnisse mit Dir teilen. Um Dir den Einstieg zu erleichtern, habe ich einen **Strategieplan für Dein Projekt** zusammengestellt. Erweitere diese Liste und passe sie an Deine Bedürfnisse an.

Ein Projekt-Plan ist kein unveränderliches Gesetz! Du kannst ihn später jederzeit anpassen, wenn sich neue Bedingungen und Erkenntnisse einstellen. Der Sinn besteht vielmehr darin, dass Du Dir im Vorfeld bewusst wirst, welche **Schritte und Ressourcen** nötig sind. Zudem kannst Du daraus einen **Zeitplan** entwickeln, der Dir hilft, Ziele zu erreichen und den Fortschritt jederzeit zu überprüfen.

Viel Erfolg!

RENÉ



Strategie

für Deinen Projekt-Plan

Trage das Datum ein, an dem Du den Punkt abgeschlossen hast.

01 Entwicklung der Vision

Skizziere die wichtigsten Eigenschaften des Spiels in Form von Zeichnungen und Stichpunkt-Listen.

01a Essenz finden

Versuche die Essenz Deines Spiels in 2-3 Worten zu formulieren. Worum geht es? Zum Beispiel: Autos waschen auf Zeit, Vögel ins Ziel schießen, 3-Gewinnt mit Früchten, ...

01b Thema und Stimmung definieren

Was für einen Stil soll das Spiel haben? Bunt und Comic-artig? Düster und realistisch? Diese Frage ist wichtig, um Deine Zielgruppe zu finden. Das Design muss die Zielgruppe ansprechen!

01c Technische Vorbereitung und Prototyp

Setze einen ersten Prototyp oder eine Demo um. Wenn Dir Fachwissen fehlt, beschaffe Dir dieses, so dass Du eine erste Version des Spiels bauen kannst. Diese muss nicht perfekt sein, sollte aber die essentiellen Eigenschaften wiedergeben. Aus dem Prototyp solltest Du schließen können, wie schnell Du voran kommst, bzw. wie viel Zeit die Entwicklung in Anspruch nimmt.

01d Ziel formulieren

Schreibe auf, was das Ziel ist. Sei möglichst genau, aber fasse Dich möglichst kurz, damit es übersichtlich bleibt. Zum Beispiel: Veröffentlichung von fünf Episoden. Implementieren von 100 Levels.

01e Game-Design-Dokument zusammenstellen

Dies ist eine Erweiterung und Verfeinerung der Zielformulierung. Ein Game-Design-Dokument (GDD) ist ein Konzeptpapier, das das Spiel mit allen essentiellen Funktionen beschreibt. Bei Spielen mit einer Handlung sollte diese zumindest in den groben Zügen hier schon klar sein. Je größer Dein Team ist, um so wichtiger ist ein GDD, damit alle das gleiche Ziel vor Augen haben. Wenn Du Fördergelder beantragen willst, wird ein GDD häufig zur Beguachtung verlangt.

01f Prioritäten setzen

Stelle fest, welche Ideen in Deinem Spielkonzept unbedingt nötig sind, um das Spiel in der minimalsten Form fertig zu stellen. Markiere dann die Features und Funktionen, die zweitrangig sind und die im schlimmsten Fall nicht oder später eingebaut werden können.



02 Ressourcen-Planung

Aus der Vision kannst Du jetzt die Bedürfnisse des Projekts ableiten.

02a Aufgaben benennen

Schreibe eine Liste oder Tabelle mit allen Schritten, die zur Realisierung des Ziels nötig sind. Beginne mit groben Oberbegriffen und verfeinere die Details in Unterpunkten. Denke nicht nur an die Entwicklung selbst, sondern auch an weitere nötige Aufgaben, wie zum Beispiel Öffentlichkeitsarbeit und Marketing!

02b Partner finden

Was kannst Du selbst erledigen, wofür brauchst Du Hilfe? Besonders kritisch sind Aufgaben, die Du nicht selbst erledigen kannst und bei denen der Fortschritt des Projekts an Dritten hängt. Schätze den Aufwand realistisch ein. Suche Partner, die dir aushelfen können und stelle ein Team zusammen, soweit erforderlich.

02c Zeitplan aufstellen

Schreibe einen Zeitplan. Wie viel Zeit benötigt jeder Punkt der Aufgabenliste? Definiere Meilensteine: bis wann soll welches Ziel erreicht werden? Kalkuliere großzügige Puffer ein, damit das Projekt nicht sofort aus dem Ruder läuft, wenn es zu Verzögerungen kommt.

02d Zeitplan korrigieren

Multipliziere den Zeitplan mit dem Faktor 2,5 und überlege was passieren würde, wenn das Projekt so lange dauern würde. Es erscheint in der Planung etwas übertrieben, aber in der Praxis kann eine solche Verzögerung schnell eintreten, vor allem bei Aufgaben, bei denen keine konkreten Erfahrungswerte vorliegen.

02e Kosten kalkulieren

Berechne die Kosten, die die Aufgaben über den Zeitraum hinweg verursachen. Dazu gehören Gehälter oder Honorare von Dritten, Lizenzgebühren (Software, Grafik, Music, Store-Gebühren, ...), aber auch schlichte Alltagskosten wie Miete, Nebenkosten und Versicherungen. Kalkuliere lieber zu viel als zu wenig.

02f Monetarisierungsmodell aufsetzen

Wie soll Deine Software Geld einbringen? Möglicherweise hast Du diesen Punkt bereits im GDD berücksichtigt. Denke jetzt nochmal darüber nach. Wird das Spiel mit einer Einmalzahlung verkauft? Kann es kostenlos gespielt und durch kostenpflichtige Käufe im Spiel erweitert werden? Wird Werbung geschaltet? Wie viele Spieler/Verkäufe brauchst Du, um die Entwicklungskosten wieder einzuspielen?

02g Finanzierung sicherstellen

Überlege, wie sich die Kosten decken lassen. Wieviel kannst Du selbst aus Ersparnissen beisteuern? Helfen Dir vielleicht Familienmitglieder/Freunde? Welche Summe benötigst Du aus Fördergeldern? Welche Förderprogramme gibt es, auf die Du Dich mit Deinem Projekt bewerben könntest?

02h Rechtsform festlegen

Wie wird das Projekt arbeitsrechtlich eingestuft? Wahrscheinlich musst Du zumindest als Einzelunternehmer ein Gewerbe anmelden, damit Du später Zahlungen bekommst und richtig versteuerst. Kläre die Formalitäten dazu!



03 Produktion

Wenn alle Punkte aus 01 und 02 geklärt sind, geht die Produktion los.

03a Meilensteine erreichen

Die genauen Unterpunkte ergeben sich aus Deiner eigenen Projektplanung.

Typische Schritte sind:

- Erstellung von Grafik und Artwork
- Erstellung von Soundeffekten und Musik
- Programmierung
- Zusammenführung von Gestaltung und Technik
- Anbindung von Rahmendiensten, wie zum Beispiel Steam oder Google Play

Arbeite Dich von Meilenstein zu Meilenstein voran. Mach nicht zu viele Dinge gleichzeitig, konzentriere Dich auf Zwischenziele und die wichtigsten Elemente. Markiere die Aufgaben, an denen Du arbeitest sowie schon fertige Punkte farbig. Mach Dir die erreichten Ziele bewusst und schätze die kleinen Erfolge!

03b Testen und verbessern

Lass Testspieler immer wieder Versionen Deines Spiels spielen. Beginne mit Freunden und Verwandten. Tester finden sich auch in Entwicklergruppen auf Facebook & Co (vergiss bitte nicht, dass du dabei eventuell vertrauliche Infos an Fremde gibst). Wenn Du genug Geld hast, kannst Du Dich auch an professionelle Dienstleister wenden, die das Spiel testen. Korrigiere gefundene Fehler so früh wie möglich.

TIPP Mach unbedingt einen „Labor-Test“: setze Dich neben einen Testspieler und lass ihn spielen, ohne dass Du etwas kommentierst oder eingreifst. Beobachte (und notiere) aus dem Hintergrund, was der Spieler macht und wo sein Verhalten von dem vorgesehenen Spielerverhalten abweicht. Du wirst erstaunt sein, welche Fehler Du findest. Dieser Test ist wichtig, da er viele Probleme offenbart, die kaum ein Spieler selbst berichten würde, deren Bearbeitung aber wichtig ist.



04 Marketing

Je nachdem, ob Du alleine oder im Team arbeitest, sind Marketing-Aktivitäten evtl. bereits Teil der Produktion.

ACHTUNG Wäge sorgfältig ab, ob Du Marketing und Veröffentlichung selbst machst oder ob Dein Projekt zum Beispiel von einem Publisher vertrieben werden soll. Sobald Dein Projekt veröffentlicht wurde, gibt es kein Zurück. Man hat nur einmal die Gelegenheit sein Projekt erstmals zu präsentieren und Aufmerksamkeit durch den *Reiz des Neuen* zu gewinnen.

04a Webseite erstellen

Erstelle eine einfache Landingpage für Dein Spiel, das alle wichtigen Infos zusammenfasst.

04b Developer-Blog in Betracht ziehen

Überlege, ob es für Dein Projekt Sinn macht, einen Developer-Blog in der Webseite zu erstellen, in dem Du schon während der Entwicklung regelmäßig über den Fortschritt, Herausforderungen den Projektstatus schreibst. Ein solcher Blog erfordert eine frühzeitige Veröffentlichung, kann aber gerade für Einzelentwickler eine gute Möglichkeit darstellen, um eine bessere Platzierung in Netzwerken, Interessengruppen und Suchmaschinen zu erreichen.

04c Profile in sozialen Netzen erstellen

Lege eine Seite bzw. einen Account für Dein „Studio“ und/oder Dein Spiel bei Facebook und Twitter an und poste dort regelmäßig News zum Projekt. Erwarte nicht zu viel von diesen Profilen, sie verbessern lediglich die Außenwirkung Deines Auftritts und helfen manchmal dein Projekt bekannter zu machen.

04d Biete evtl. eine Mailingliste an

Für manche Spiele werden Mailinglisten angeboten, in die sich Spieler eintragen können, um News über das Projekt zu erhalten. Es ist immernoch eine Standard-Praxis, aber der Aufwand eine solche Liste zu betreiben lohnt sich nicht immer und es ist schwierig Abonnenten für die Liste zu gewinnen. Beachte außerdem, dass im europäischen Rechtsraum strenge Datenschutzvorgaben beim Sammeln von E-Mail-Adressen zu beachten sind!

04e Werde Mitglied in Entwicklergruppen

Auf Facebook, Reddit, Webseiten und Foren gibt es zahlreiche Gruppen von und für Spiele-Entwickler. Viele davon sind auf Englisch, aber es gibt auch deutschsprachige Gruppen. Werde Mitglied in diesen Gruppen und lerne von den Beiträgen anderer. Poste und diskutiere auch den Fortschritt Deines eigenen Projekts und erhalte dabei wertvolles Feedback.

04f Recherchiere Pressekontakte

Suche im Internet (und/oder frage andere Entwickler) nach Kontakten zu Presse und Youtubern, die Du auf Dein Spiel (später) aufmerksam machen kannst.



05 Veröffentlichen

Dein Spiel ist fertig und kann jetzt in den Verkauf gehen. Wenn Du mit einem Publisher zusammen arbeitest, übernimmt dieser viele der hier aufgeführten Punkte. Wenn Du selbst veröffentlichst, musst Du alles selber machen, hast aber auch den meisten Einfluss.

05a In den Verkauf stellen

Registriere Dich bei den Stores in denen Du das Spiel verkaufen willst, zum Beispiel Steam, App Store oder Google Play. Lege das Projekt und die dazugehörige Store-Beschreibungsseite an, lade Dein Spiel hoch und stelle es zum Verkauf bereit.

ACHTUNG Die Anmeldung an Verkaufsportalen kann einige Zeit und Arbeit in Anspruch nehmen. Es müssen Registrierungs- und Verifikationsverfahren durchlaufen, teils auch Anmeldegebühren gezahlt werden. Je nach Unternehmenssitz kann es sein, dass internationale Geschäftsverhältnisse entstehen und Du zum Beispiel eine Steuernummer in den USA beantragen musst, damit Du den maximalen Gewinn der Verkäufe ausgezahlt bekommst. Rechne auf jeden Fall damit, dass alles länger dauert als zunächst erwartet.

05b Pressematerial erstellen

Spätestens jetzt solltest Du Posts, E-Mails und Bildmaterial für Pressemitteilungen vorbereiten.

05c Release planen und publizieren

Plane genau wann und wie die Veröffentlichung stattfinden soll. Vermeide Erscheinungstermine von großen Konkurrenzprodukten sowie Zeiträume in denen Sonderaktionen wie große Sales stattfinden. Plane einen Einführungsrabatt. Poste Ankündigungen 1-2 Wochen vor dem Release in Deinen Marketingkanälen (siehe 04).

05d Launch-Event durchführen

Stelle das Spiel öffentlich in den Verkauf. Sende Pressemitteilungen an Deine Pressekontaktliste und Youtuber, biete kostenlosen Zugang zu Deinem Spiel im Tausch gegen Berichterstattung an. Beantworte Rückfragen und Schlüsselanfragen zeitnah.

TIPP Eventuell bietet es sich an, die Presse (also Redakteure und Blogger, die Artikel über Dein Spiel schreiben) bereits etwas früher über Dein Spiel zu informieren, so dass Artikel parallel zum Release Deines Spiels erscheinen. Das erhöht die Sichtbarkeit und verbessert Deine Verkaufs-Chancen.



06 Cooldown-Phase und Langzeitpflege

In den ersten Tagen und Wochen nach Veröffentlichung braucht das Projekt noch einiges an Pflege.

06a Sei wachsam

Sobald Du mit Deinem Spiel an die Öffentlichkeit gehst, wirst Du unzählige Anfragen per E-Mail von Leuten bekommen, die behaupten, dass sie Youtuber, Blogger oder Redakteure wären. Viele dieser Anfragen sind aber gefälscht und lediglich drauf ausgerichtet einen kostenlosen Lizenzschlüssel zu bekommen, der im schlimmsten Fall dann auf dem Schwarzmarkt verkauft wird. Dabei verdient ausschließlich der Dieb an Deiner Arbeit!

06b Leiste Support

Kümmere Dich um E-Mail-Anfragen und Foren-Beiträge. Beantworte alle Anfragen freundlich und sachlich. Lass Dich nicht provozieren oder zu unsachlichen Diskussionen hinreißen - so provokativ ein Post auch ist. Negative Kritik und unschöne Kommentare sind unvermeidlich und gehören dazu. Du musst nicht auf alles eingehen.

TIPP Es ist gut, wenn Du Dir ein Bild davon machst, wie Dein Spiel allgemein ankommt. Verzichte aber darauf, jeden einzelnen Kommentar im Internet zu lesen und gedanklich zu bewerten. Eine gewisse Distanz ist für Deine seelische Gesundheit wichtig und berechtigt.

06c Akzeptiere das Unvermeidliche

Dein Spiel wird in illegalen Tauschbörsen auftauchen. Du kannst nichts dagegen tun. Jeder Kopierschutz wird umgangen werden. Sieh es als Kompliment für die Attraktivität Deines Produkts und vertraue in ehrliche Käufer.

06d Plane die Zukunft

Plane Rabattaktionen in den nächsten Monaten, um weitere Spieler zum Kauf zu motivieren.

06e Besuche Messen und Events

Recherchiere, wo Du Dein Projekt ausstellen und der Öffentlichkeit persönlich vorstellen kannst, um an Sichtbarkeit zu gewinnen und Kontakte zu knüpfen.

06f Reflektiere Deine Erkenntnisse

Was hast Du in diesem Projekt gelernt? Was hat sich bewährt? Was solltest Du im nächsten Projekt anders machen?





GameDev-Profi.de
Praxiswissen für Indie-Entwickler

Du möchtest noch mehr
über das Thema erfahren
und Dein Wissen vertiefen?

Schau Dir meinen neuesten Kurs an:

Viel Erfolg mit Deinem Spiel!



Dr.-Ing. René Bühling
Schubertstr. 27a
89423 Gundelfingen a. d. Donau
Deutschland
e-Mail: rene@gamedev-profi.de