

Juhani Tynjälä

Ennakkotilaaminen peliteollisuudessa

GameStop[®]
would you like to pre-order?

Insinööri (AMK),

tietotekniikka

Kevät 2018



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tiivistelmä

Tekijä(t): Tynjälä Juhani

Työn nimi: Ennakkotilaaminen peliteollisuudessa

Tutkintonimike: Insinööri (AMK), tietotekniikka

Asiasanat: ennakkotilaus, joukkorahoitus, early access, season pass

Ennakkotilaaminen on lähes aina ollut osana peliteollisuutta, vaikkakin ei aina samassa muodossa. Pelistudioiden alkaessa painostamaan asiakkaita ennakkotilauksiin yhä enemmän ovat kuluttajat alkaneet olla hyvin äänekkäitä heidän vastustuksessaan tätä muutosta vastaan.

Ennakkotilaustapojen muuttuessa on alkanut ilmetä uusia mahdollisuuksia yrityksille ja yksityisille henkilöille, mutta samalla on tullut esille enemmän asioita, joista kuluttajat ovat huolissaan.

Työn tavoitteena oli selvittää, kuinka ennakkotilaaminen on vaikuttanut peliteollisuuteen ja kuinka se on muuttunut vuosien varrella. Osana tätä on myös paneutuminen siihen, miten tämä vaikuttaa asiakkaisiin ja erikokoisiin pelinkeittäjiin.

Tutkiessa kävi ilmi, että ennakkotilausten vaikutus on hyvin vaihtelevaa tilanne kohtaisesti. Pelinkeittäjät pystyvät vaikuttamaan ihmisten reagointiin niiden suhteen, mutta tämä ei tarkoita, että he pystyisivät aina ennakoimaan asiakkaiden suhtautumista niihin.

Ennakkotilaus näyttäisi olevan hyvin negatiivinen asia asiakkaiden näkökulmasta monessa tapauksessa. Tämä käy ilmi varsinkin, kun ennakkotilausbonukset ovat isoja osia, jotka on leikattu suoraan irti lopullisesta tuotteesta. Poikkeuksena tähän on kuitenkin ennakkotilaaminen, jonka tavoitteena on tukea pelinkeitystä. Kun kyseessä on tuote jota ei tehtäisi ilman asiakkaiden rahoitusta, se kerää puoleensa ne kuluttajat, jotka ovat kiinnostuneet kehittäjän tuotteesta.

Abstract

Author(s): Tynjälä Juhani

Title of the Publication: Preordering in Game Industry

Degree Title: Bachelor of Engineering, Information Technology

Keywords: preordering- pre-order, crowdfunding, early access, season pass

Preordering has almost always been part of game industry, if not always in same form. When game studios started to pressure customers more with preorders, many have started to protest these practices in loud manner.

While the preordering practices have been changing, this has provided new opportunities to companies and private developers, but at the same time this has risen new things for the customers to be worried about.

This work's goal is to research into how pre ordering has affected game industry and how it has changed over the years. Part of this is to examine how this affects customers and game developers of various sizes.

While researching this subject, it became clear that the effect of pre orders vary widely from case to case. The game developers can affect reaction to them, but can't always predict their reception to them.

Pre ordering seems to be viewed under negative light in most situations. This can be seen more prominently when the pre ordering bonuses are big chunks taken straight out from the finished product. Exception to this is when the pre ordering goes into supporting the games development. When it is about a product that might not exist without customer funding, it attracts the people who are interested in the product that the developers want to make.

Alkusanat

Työn tavoitteena oli tutkia ennakkotilaamisen muuttumista peliteollisuudessa vuosien varrella ja kuinka se vaikuttaa pelialaan tänä päivänä. Tämä toivottavasti saa lukijat miettimään ennakkotilaamisen kannattavuutta kriittisessä valossa ja mahdollisesti havainnollistamaan, kuinka asiakasta voi kannustaa ennakkotilaamiseen ilman että siitä aiheutuu heille harmia.

Tässä työssä myös paneudutaan eri yhtiöiden palautuspolitiikkoihin ennakkotilausten ja normaaliostojen kanssa.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Historia.....	2
	2.1 Jälleenmyyjät	2
	2.2 Verkkokaupat	2
	2.3 Digitaalinen myynti	3
3	Teoria.....	5
4	Laki.....	7
	4.1 Suomi.....	7
	4.2 Eurooppa	8
	4.3 Palautusoikeus.....	8
5	Ennakkotilaaminen toimintatapana.....	10
	5.1 Ennakkotilaamisen erot fyysisissä ja digitaalisissa tuotteissa	12
	5.2 Kuinka ihmisiä houkutellaan	12
	5.3 Palveluntarjoajat.....	13
6	Ennakkotilaamisen hyödyt ja haitat	14
	6.1 Isot studiot.....	14
	6.2 Pienet studiot	15
	6.3 Independent Developers (Indie)	15
	6.4 Asiakkaat	15
	6.5 Ennakkotilaamisen osa myynneistä.....	16
7	Ennakkotilaamisen muut muodot ja tavat	17
	7.1 Joukkorahoitus.....	17
	7.2 Early Access	20
	7.3 Season Pass.....	21
8	Kiistanalaisuudet	23
	8.1 Mainostus.....	23
	8.2 Tuotteen tila	24
9	Yhteenveto.....	25
	Lähteet.....	26

1 Johdanto

Valitsin kyseisen aiheen insinööriyötäni varten, koska olin jo aikaisemmin tutustunut ennakkotilaamiseen peliteollisuudessa ja asiasta on noussut yhä enemmän puhetta viime vuosien aikana.

Työn tarkoituksena on tutkia, miten ennakkotilaus on muuttunut vuosien varrella, miten se on vaikuttanut pelialaan, onko se hyödyllinen taikka haitallinen alalle, ja jos siitä on hyötyä, niin millaisessa tilanteessa.

Tarkoituksena on myös tutustua lähemmin eri ennakkotilaustapoihin, kuten joukkorahoitus ja Early Access, ja selvittää niiden eroavaisuudet, kun kyseessä on ennakkotilaaminen ja miten se vaikuttaa eri tavalla kyseisiin tapoihin.

Työ lähestyy ennakkotilaamista kriittiseltä kannalta, mutta sen tarkoituksena on selvittää, milloin ennakkotilaaminen on suotavaa eikä haitallista kuluttajille, joita ilman koko alaa ei edes olisi.

Ennakkotilaamisen lisäksi tulen käsittelemään joukkorahoitusta, early accessia ja season passia. Vaikka ne eroavat ennakkotilaamisesta omalla tavallaan, ne ovat kuitenkin pohjimmiltaan hyvin lähellä sitä, mitä ennakkotilaaminen on kiteytettynä.

2 Historia

Pelien ennakkotilaamisen historiaa ei ole kovin paljoa arkistoitu taikka kirjoitettu ylös, jonka takia siitä on vaikea, ellei jopa lähes mahdoton, löytää referenssejä. Tämän takia iso osa tästä aiheesta on omien kokemusten ja tiedon perusteella kirjoitettua.

2.1 Jälleenmyyjät

Ennakkotilaaminen alkoi ilmaantua toimintatapana, kun yritykset huomasivat, että jotkin tuotteet olivat vaikeasti saatavilla suuren kysynnän takia tietyissä kaupungeissa ja maissa. Tähän vastauksena ilmaantui ennakkotilaaminen, joten asiakkaat pystyivät varaamaan tuotteen itsellensä etukäteen. Tästä syntyi valtava menestys toimintatapana ja sen takia se jatkuu yhä.

Tämä tietenkin ilmaantui myös pelien myynnissä ja tavaratalot ja erikoistuneet videopeli-liikkeet alkoivat tarjota mahdollisuutta varata tai jopa ostaa tuotteen etukäteen. Tietenkin tämä johti siihen, että tuotteita ei silti välttämättä ollut tarpeeksi tietyn tuotteen julkaisussa, mutta kaupat pystyivät näkemään kysynnän määrän ja tilaamaan lisää nopeammin, kun ne tiesivät, kuinka monta niiltä oli jo tilattu etukäteen tai mahdollisesti varaamaan lisää kappaleita niiden tilausta varten, jos tuotteita ei ollut vielä lähetetty.

Koska pelien tuominen kauppojen hyllyille oli täysin pakollista ennen digitaalista myyntiä, joitakin pelejä julkaistiin paljon pienemmissä määrissä, jos niiden myyntimäärään ei luotettu. Tämän takia joitakin pelejä oli mahdoton saada käsiinsä, ellei varannut omaansa etukäteen. [1.]

Osa liikkeistä 2000-luvun alussa peri pienen rahallisen määrän ennakkotilauksen pitämisestä, yleensä noin 5-10 euroa, jolloin asiakkaan ei tarvinnut maksaa koko tuotteesta etukäteen ja he saivat tuotteen itselleen maksaessaan puuttuvan osuuden siitä.

2.2 Verkkokaupat

Kun tuotteiden ja pelien tilaaminen siirtyi internetin puolelle 2000-luvulla, niin oli vain ajan kysymys, milloin ennakkotilaaminen siirtyisi perässä. Varsinkin Suomen kohdalla pelien

tilaaminen verkon kautta oli jopa välttämätöntä, jos halusi saada käsiinsä vähemmän tunnettuja pelejä, joita ei välttämättä edes tulnaisi julkaisemaan Suomessa. Ja vaikka joku päättäisikin tuoda niitä Suomeen, se yleensä tarkoitti, että kyseessä oli jokin erikoistunut liike. Jos ei asunut isoimmissa kaupungeissa, eivät asiakkaat välttämättä tienneet asiasta tai pystyneet käymään kyseisissä liikkeissä.

Ennakkotilaaminen tässäkin yhteydessä eli samalla periaatteella, ostat tuotteesi etukäteen, niin sinun ei tarvitse olla huolissasi, ehditkö saada omaa kopiota julkaisun yhteydessä. Tietenkin riippuen kyseisen liikkeen sijainnista toimitus saattoi kestää jonkin aikaa, jonka takia jotkut saattoivat nähdä netistä tilaamisen huonona ideana, koska he halusivat päästä pelaamaan heitä kiinnostavaa peliä heti julkaisun yhteydessä.

2.3 Digitaalinen myynti

Lopulta pelien tilaaminen pääsi sen nykyiseen olomuotoon 2010 luvun alussa. Palvelut alkoivat tarjota täysin virtuaalisia kopioita peleistä, joten pelin ostamista varten ei tarvinnut mennä edes kauppaan asti. Melkein kaikki pelit on mahdollista ostaa suoraan netistä eri palvelun tarjoajien, kuten Steam, UPlay, Origin tai GoG, kautta. Tämä on myös tullut yleiseksi käytännöksi pelikonsoleille, kuten Xbox:ille ja Playstation:ille, joiden kautta pystyy ostamaan ja lataamaan haluamansa pelin verkon yli sen sijaan että ostaisi fyysisen kopion.

Steam, joka on Valven perustama digitaalinen verkkokauppa peleille, toimi ensimmäisenä iltana alustana täysin digitaalisten pelien myynnille palvelunsa kautta. Steam kehitettiin vuonna 2003, jolloin se toimi pelkästään Valven pelien myyntiä ja pelaamista varten, mutta jo 2005 vuonna alkoivat he lisätä muidenkin pelinkehittäjien pelejä valikoimaansa, kun tämä alusta todettiin menestyväksi. Steam alkoi myös tarjota ennakkotilaamiseen mahdollisuuksia, kun sen valikoima alkoi kasvaa uusien pelinkehittäjien ja julkaisijoiden lisätessä heidän tuotteitaan Steamiin myyntiin. Tässä yhteydessä alkoi myös ilmaantumaan ennakkotilausbonuksia, jotka saattoivat olla esimerkiksi kosmeettisia tavaroita pelistudioihin tai yhteistyökumppanin peleihin. Yksi ensimmäisiä esimerkkejä näistä kosmeettisista esineistä on vuonna 2010 julkaistun Alien Swarmin mukana tullut Team Fortress peliin saatava esine "Alien Swarm Parasite".

Nykypäivänä ennakkotilaaminen kaupoista on harvinaista, ellei jopa olematonta, lukuun ottamatta erikoistuneita liikkeitä kuten GameStop, joka tarjoaa samalla tavalla ennakkotilaamiseen mahdollisuuden ja jopa joissakin tapauksissa omia ennakkotilausbonuksiaan peleihin, joiden kanssa se on tehnyt sopimuksen sen julkaisijan tai kehittäjän kanssa.

Internetin kautta fyysisen kopion ennakkotilaaminen on vieläkin suosittua, varsinkin kun viime aikoina on yleistynyt pelin toimitus perille julkaisupäivänä, jolloin asiakas ei joudu odottamaan ylimääräistä ja saa tuotteen varmemmin itselleen, jos postituksessa ei tule viivästyksiä.

Konsolipelien kanssa kyseinen toiminta on paljon yleisempää, koska kaikkia pelejä ei voi ennakkotilata konsolin omien palvelujen kautta, sen lataaminen voi olla hyvin hidasta kais-tannopeudesta riippuen ja koska konsoleissa on yleensä hyvin rajoitettu kiintolevytila, jos sitä ei vaihda uuteen.

Vaikka ennakkotilaaminen on vuosien varrella yleistynyt tietokoneella olevien palvelun tarjoajien kautta, eivät kuitenkaan kaikki pelinkehittäjät laita pelejään ennakkotilattavaksi, vaikka suurimmat julkaisijat tekevätkin niin kaikille uusille peleilleen.

3 Teoria

Kun puhutaan pelien tilaamisesta taikka ostamisesta, on olemassa muutamia eri toimintamalleja, joita pelistudiot käyttävät. Vaikkakin jotkin pelit olisivat ilmaisia ladata esimerkiksi puhelimeen, voivat ne käyttää vaihtoehtoisia tapoja, joilla ne saavat tuottoja.

Tässä kappaleessa selvennän myös vaihtoehtoisia rahoitus- ja jakelutapoja, joita eri pelinkehittäjät käyttävät. Tähän en sisällä ennakkotilaamisen muita muotoja, jotka käyn läpi toisessa luvussa.

Freeware eli ilmaisohjelma on sovellus, josta käyttäjän ei tarvitse maksaa mitään ja se on julkaistu ilmaisjakeluun. On hyvin yleistä, että kyseisten ohjelmien uudelleenjakelu, muokkaaminen ja takaisinmallinnus (reverse-engineering) on sallittua, mutta tämä on tietenkin hyvin kehittäjäkohtaista, sillä jokainen kehittäjä tekee omat käyttöehtonsa ilmaisjakeluohjelmiin.

Shareware eli jakeluohjelma on termi, joka kattaa monenlaisia ohjelmia. Yhtenevä tekijä näillä on, että ohjelmaa rohkaistaan kopioimaan ja jakamaan eteenpäin. Kyseisen jakelumenetelmän tarkoituksena on levittää tietoa ohjelmasta ja mahdollisesti saada ihmiset kiinnostumaan tarpeeksi, että he ostaisivat valmiin version ohjelmasta tai tukisivat kehittäjää jollakin toisella tavalla, jos he pitävät ohjelmasta.

Adware, jota ei pidä tässä yhteydessä sekoittaa samalla kutsumanimellä toimiviin haittaohjelmiin, on ohjelma, joka saa tuottoja mainostuloista. Ohjelma itsessään on täysin ilmainen, mutta sen käyttöliittymässä taikka asennuksen yhteydessä voi ilmaantua mainoksia.

Free to play, eli pelit joiden pelaaminen on ilmaista, yleensä pitävät sisällään jotain rahaa vastaavaa valuuttaa, jolla pelaajat voivat joko nopeuttaa heidän pelin sisäistä edistymistään tai ostaa erilaisia kosmeettisia esineitä. Kyseinen toimintamalli on levinnyt viime vuosina, ja on hyvin suosittua, että kyseiset pelit tarjoavat kaiken pääsisältönsä täysin ilmaiseksi, mutta tarjoavat joko lisäsisältöä taikka "oikoteitä" oikeaa rahaa vastaan.

Free to play-peleistä ei yleensä löydy fyysisiä kopioita niiden luonteen takia ja niiden hankkiminen vaatii kyseisen pelin lataamista netin kautta.

Ennakkotilaus on tilaus, joka on asetettu tuotteelle, jota ei ole vielä julkaistu ja ei mahdollisesti ole vielä valmis. Ennakkotilaus voi olla luonteeltaan etukäteen maksettu taikka varaus tuotteesta, josta maksetaan samalla kun tuote saadaan, mutta etukäteen maksaminen on kaikista yleisin muoto ja monet jälleenmyyjät eivät edes tarjoa tuotteen varausta mahdollisuutena ja tämä koskee vain fyysisten kopioiden myyntiä.

Ennakkotilaamiseen usein houkutellessa lisäämällä ennakkotilausbonuksia tuotteiden mukaan. Tästä on tullut hyvin yleinen markkinointitaktiikka, joka näkyy nykyään hyvin laajasti peliteollisuudessa. Syyt tähän voivat tietenkin vaihdella, mutta yleisiä syitä ovat myyntinumeroiden nostaminen julkaisussa ja arvosteluja tai alennuksia normaalisti odottavien asiakkaiden houkuttelu tuotteen ostamiseen.

Kyseiset bonukset saattavat olla niinkin yksinkertaisia kuin hinnan alennus ennakkotilauksen yhteydessä, kosmeettisia esineitä peliin tai lisäsisältöä peliin.

Joissakin tilanteissa ennakkotilausbonukset eivät ole saatavilla niille, jotka eivät tilaa tuotetta etukäteen tai ne saattavat olla ostettavissa erikseen julkaisun yhteydessä tai sen jälkeen.

4 Laki

Lakiasioiden kanssa voi olla hyvin paljon ongelmia, kun kyseessä on pelien ennakkotilaaminen. Tämä johtuu siitä, että palvelun tarjoajat saattavat toimia eri maassa kuin missä kuluttaja asuu. Lain säädännöt Euroopan sisällä toimivat suurin piirtein samalla tavalla jokaisessa valtiossa ennakkotilaamisen kannalta, mutta tilanne voi olla hyvin erilainen, kun kuluttaja ostaa tuotteen esimerkiksi Amerikasta tai Kiinasta. Tämän takia kannattaa varmistaa omat palautusoikeutensa, kun asioi eri palvelun tarjoajien ja jälleenmyyjien kanssa, jotka toimivat eri valtiossa.

4.1 Suomi

Tuotteen ostaminen merkitsee sopimuksen tekemistä, eikä kumpikaan osapuoli pysty sitä yksinään muuttamaan. Alennuksella myytäviä tuotteita koskevat samat säännöt kuin normaalihintaisia tuotteita. [2.]

Ostoksen voi palauttaa vain silloin, jos yritys on myöntänyt tuotteelle palautusoikeuden. Tällaisen oikeuden myöntäminen on liikkeelle vapaaehtoista, joten se voi määritellä palautuksen ehdot. Etämyynneissä, joihin verkon kautta tapahtuvat myynnit kuuluvat, on lakisääteinen 14 päivän kaupan peruutusoikeus. Perumisoikeus ei tosin koske tietokoneohjelmia, joiden sinetti on avattu. [2.]

Suomen lain mukaan tilauksen pystyy perumaan, jos tilattua tuotetta ei ole vielä toimitettu. Peruminen voi kuitenkin olla sopimusrikkomus, minkä vuoksi myyjällä voi olla oikeus vahingonkorvaukseen siinä tapauksessa. [2.]

Suomessa kuluttajansuojalain valvontaa toteuttaa kuluttaja-asiamies. Tämä laki kuuluu kauppaoikeuden piiriin tai velvoiteoikeuden piiriin. [3.]

Lain mukaan markkinoinnissa ei saa käyttää hyvän tavan vastaista tai muutoin kuluttajien kannalta sopimatonta menettelyä, kuten harhaanjohtavaa mainontaa tai antaa virheellistä informaatiota tuotteen ominaisuuksista. Myyjä ei myöskään saa toimittaa tuotetta kuluttajalle markkinoinnin yhteydessä, ellei tuotetta ole nimenomaisesti tilattu. [3.]

Sopimusehto, joka poikkeaa ostajan vahingoksi, on mitätön. Takuuajan rajoittaminen ei ole mahdollista, vaan kuluttajalla on oikeus vedota tavarassa ostohetkellä olleeseen virheeseen kohtuullisen ajan kuluessa ostohetkestä lukien. [3.]

4.2 Eurooppa

Euroopan lain mukaan yrityksen pitää korjata, korvata, alentaa hintaa tai palauttaa maksu, jos kuluttajan ostama tuote on viallinen tai ei näytä taikka toimi kuten sitä oli mainostettu. [4.]

Kuten Suomen lain mukaan, verkon kautta ostetuissa tuotteissa on myös peruutusoikeus, joka on 14 päivää. Peruutukseen ei tarvitse olla mitään syytä. Tämä peruutusoikeus tosin peruuntuu, jos verkossa olevan digitaalisen sisällön lataaminen on jo aloitettu tai sitä on alettu suoratoistamaan. [4.]

4.3 Palautusoikeus

Vaikka asiat ovat selvästi menossa parempaan suuntaan palautusoikeuksien ja muiden seikkojen kannalta, oli pitkään hyvin normaalia, että digitaalisesti ostettuja tuotteita ei pystynyt palauttamaan taikka se vaati pitkän prosessin, josta ei ollut varmuutta, että saako tuotteen palautettua vai ei. Myöskin joukkorahoitukset ovat olleet iso puheenaihe, koska monet ovat nähneet, että projektin kehittäjät ovat päässeet kuin koira veräjältä. Vaikka nämä projektit epäonnistuisivat ja he eivät lähettäisi tukijoilleen heidän "tilaamaansa" tuotetta tai jos tuote ei ollut sitä mitä luvattiin, heillä ei ollut mitään mahdollisuutta vaikuttaa asiaan.

Valve muutti palautuspolitiikkaansa 2015 vuonna, tehden siitä enemmän kuluttajaystävällisen. Muutosten jälkeen kuluttaja pystyy vapaasti palauttamaan pelin, jota on pelattu alle kaksi tuntia, jos sen ostosta ei ole kulunut yli 14 päivää. Poikkeuksena tähän toimii ennakkotilatut pelit, joiden kanssa 14 päivän raja alkaa sen julkaisusta. Ennen julkaisua pelin voi palauttaa milloin vain. [5.]

Ubisoftilla ei tällä hetkellä ole yleistä palautusmahdollisuutta digitaalisesti ostetuille peleille. Fyysisen kopion pystyy palauttamaan 45 päivän sisällä toimituksesta, jos pelin pakkausta ei ole avattu. [6.]

EA tarjoaa täyden palautusoikeuden digitaalisiin peleihinsä, kunhan palautus on tehty 24 tunnin sisällä ensimmäisestä käynnistyksestä tai 7 päivän sisällä ostoksesta tai julkaisusta, jos kyseessä on ennakkotilaus. [7.]

CD Projektin GoG-palvelu tarjoaa 30 päivän palautusmahdollisuuden, jos ostettu tuote ei toimi ja he eivät saa korjattua ongelmaa. Ennakkotilauksen voi perua ennen pelin julkaisua. [8.]

5 Ennakkotilaaminen toimintatapana

Vaikka suurin osa ennakkotilausbonuksista on yleensä kosmeettisia asioita, jotka eivät ole paljoa pois muilta ostajilta, ne kuitenkin luovat omistaa- ja ei omista-tilanteen, joka jättää tunteen menetyksestä ja että heidän pelistään puuttuu jotain, jos heillä ei ole sitä extra-hahmoa tai asetta. Tässä on myös hieman totuutta, sillä peli ei ole varsinaisesti kokonainen, koska siitä on kaiverrettu osa irti ennakkotilauksia varten. Vielä pahempaa on, jos ennakkotilaussisältö on vielä enemmän peliä lisäävää sisältöä, kuten lisätehtäviä peliin.

Tietenkin tästä on vielä erikseen jälleenmyyjäkohtaiset ennakkotilausbonukset, käytäntö, joka on pikkuhiljaa kuollut pois vuosien varrella. Julkaisijat jakoivat eri bonuksia eri jälleenmyyjille, ja asiakkaiden on valittava, minkä he näistä haluavat tai jopa ostettava kyseinen peli jokaiselta näistä jälleenmyyjöistä, jos he haluavat kaiken lisäsisällön.

Mutta asiat ovat joidenkin mielestä vain pahentuneet siitä, kun jälleenmyyjäbonukset olivat niiden huipulla. Season Passit ilmestyivät kuvaan ja julkaisijat odottavat pelaajien maksavan lisäsisällöstäkin etukäteen, ja pahimmassa tilanteessa ostajilla ei ole minkäänlaista tietoa sisällöstä oston yhteydessä. [9.]

Vaikka ennakkotilaamisella saattaa olla jonkinlaisia asiayhteyteen liittyviä syitä, kulttuurisen ympärillä on muuttunut haitalliseksi ja sille pitäisi tehdä jotain. Se vaikuttaa suoraan peleihin ja rohkaisee epärehellisyyteen ”hysten” nostamiseksi, se antaa enemmän valtaa julkaisijoille ja jälleenmyyjöille kuin heillä jo on, se varjostaa pelien julkaisua itseään ja suuntaa resursseja pois pelinkehityksestä ennakkotilausbonuksien tekoa varten. Vielä tärkeämmin, se on haitallista asiakkaille ja pelille itselleen, varastaen alalta sen arvokkuuden ja muuttaen taiteen muodon inhottavaksi taloudellisuuden ruumiillistumaksi. [9.]

Muutama esimerkki erilaisista ennakkotilausmenetelmistä, joita julkaisijat ovat käyttäneet, löytyy Assassin's Creed: Unitystä ja Deus Ex: Mankind Dividedista.

Assassin's Creed: Unity tarjosi ennakkotilaamisesta muutaman pyöräytyksen viikossa digitaalisessa lottokoneessa, josta oli mahdollisuus voittaa jotain. Ja tämä oli puoli vuotta ennen julkaisupäivää.

Deus Ex: Mankind Dividedin julkaisussa käytettiin elementtejä joukkorahoituksesta. Mitä enemmän ihmiset ennakkotilasivat, sitä enemmän bonuksia kaikki ennakkotilaajat saivat.

Asiakkaat närkästyivät kyseisestä yrityksestä ja pelin julkaisija, Square Enix, poisti kyseisen ennakkotilausmekaniikan massiivisen negatiivisen palautteen myötä.

Yksi näistä ennakkotilausbonuksista olisi ollut neljän päivän aikaisempi julkaisu, mutta ironisesti Deus Ex: Mankind Divided:in julkaisua jouduttiin viivästyttämään jopa heidän alkuperäisestä julkaisupäivästään.

The image is a promotional graphic for the pre-order of Deus Ex: Mankind Divided. At the top, the game title 'DEUS EX MANKIND DIVIDED' is on the left and 'AUGMENT YOUR PRE-ORDER' is on the right. Below this, the text 'PRE-ORDER TODAY' is centered, followed by 'TO HELP UNLOCK TIERS AND CHOOSE YOUR OWN REWARDS' and 'EARN UP TO 4 REWARDS + EARLY RELEASE OF THE GAME!'. A progress bar shows five tiers: Tier 1 (100% complete), Tier 2 (25%), Tier 3 (50%), Tier 4 (75%), and Tier 5 (100%). Below the bar, there are images of three characters, a smartphone with a mission icon, a tablet with a mission icon, a skyscraper, a tablet with a mission icon, and a stopwatch. The text 'EXTRA IN-GAME MISSION' is next to the skyscraper, and '4 DAY EARLY RELEASE!' is next to the stopwatch. At the bottom, it says 'AVAILABLE 02.23.16'.

Kuva 1 Deus Ex: Mankind Dividedin ennakkotilaussuunnitelma

Mutta miksi nämä ennakkotilaamisbonukset ovat alkaneet vain yleistyä enemmän ja enemmän? Koska ihmiset jatkavat ennakkotilauksien tekemistä, jonka takia julkaisijoilla ja pelin kehittäjillä ei ole mitään tarvetta lopettaa tätä käytäntöä.

Pelikauppojen, kuten Gamestop, kohdalla ennakkotilaaminen on myös eräänlainen psykologinen taktiikka. Koska he perivät ennakkotilaamisesta esimerkiksi 5 dollaria, tämä suoraan vähentää tunnetta isosta sijoituksesta. Asiakas on jo sijoittanut ostokseensa ja vaikka hän voikin perua tilauksen jättäen kyseisen rahan käytettäväksi johonkin muuhun samassa liikkeessä, heillä on jo suunnitelma siitä, että kuinka he ovat aikoneet käyttää rahansa ja he eivät halua välttämättä mielellään poiketa tästä suunnitelmasta siinä vaiheessa. [10.]

5.1 Ennakkotilaamisen erot fyysisissä ja digitaalisissa tuotteissa

Ennakkotilaamisessa ei aina välttämättä ole eroa digitaalisesti ostetun ja kaupasta ostetun kappaleen välillä. Mutta on kuitenkin hyvin yleistä, että niistä löytyy eroavaisuuksia esimerkiksi ennakkotilausbonuksien muodossa. Riippuen julkaisijoiden käytännöstä, ennakkotilausbonukset saattavat olla täysin digitaaliselle ostolle yksinomaisen tai ne voivat olla yksinomaisia tietyille jälleenmyyjälle.

Niin sanottujen deluxe editioneiden kanssa tilanne on tosin täysin vastapäiväinen. Deluxe editionit ovat kalliimpia versioita pelistä ja hyvin monessa tapauksessa sisältävät erilaisia fyysisiä peliin liittyviä esineitä. Nämä esineet voivat olla patsaita pelin hahmoista, pelikortteja, paitoja tai jotain vastaavaa. Vaikka kyseiset esineet eivät ole ennakkotilaamiselle yksinomaisia, näiden deluxe editioneiden saatavuus on aina rajattu ja joissakin tapauksissa ne on ennakkotilattu loppuun ennen kuin ne pääsevät edes kaupan hyllylle asti.

5.2 Kuinka ihmisiä houkutellaan

Vuosien aikana on yleistynyt, että kuluttajia houkutellaan ennakkotilaamiseen tekemällä heidän ostosta enemmän kannattavaa rahallisesti. Tämä saattaa olla jotain niinkin pientä kuin hinnan alentaminen kymmenellä prosentilla ennakkotilaajille, mutta eri houkutus tapoja on useita. Muita houkutteita on muun muassa:

- Digitaalinen lisäsisältö, joka voi olla esimerkiksi muutama lisätehtävä peliin taikka vaihtoehtoinen asu pelihahmolle
- Digitaalinen oheissisältö, joita on esimerkiksi pelin virallinen ääniraita.
- Samalta julkaisijalta tai kehittäjältä oleva aikaisempi peli kylkiäiseksi
- Virtuaalisia esineitä toisiin peleihin kuten Team Fortress 2:seen, johon on tullut useita esineitä jotka ovat olleet saatavilla pelien ennakkotilaamisesta
- Hinnan alentaminen niille, jotka ennakkotilaavat. Tämä hinnan alennus on yleensä 10-15%, mutta varsinkin Early Access-pelien kanssa tämä hinta ero saattaa olla hyvin paljon isompi.

5.3 Palveluntarjoajat

Suurimpia palveluntarjoajia peliteollisuudessa ovat Valven Steam, Electronic Artsin Origin, Ubisoftin Uplay, Blizzard ja CD Projektin GoG. Nämä kaikki myyvät pelejä digitaalisten ostopaikkojensa kautta, jotka toimivat nettisivun, erillisen sovelluksen tai molempien kautta. Tällä hetkellä Steam ja GoG on näistä ainoat, jotka tarjoavat asiakkaille pelejä ulkopuolisilta pelinkehittäjiltä ilman sen isompaa sopimusta. Muut myyvät lähinnä heidän omien pelistudioiden kehittämiä pelejä.

Ennakkotilaamisesta on tullut niin suosittua, että kaikki digitaaliset palveluntarjoajat antavat siihen mahdollisuuden. Ja koska siinä ei ole isoja haitta puolia, sitä yleensä tarjotaan jokaiselle julkaistavalle pelille, ellei pelinkehittäjä erikseen halua, ettei sitä voi ennakkotilata.

On täysin yritys kohtaista, kuinka paljon ne panostavat ennakkotilausten mainostamiseen ja siihen houkuttelemiseen. Yleensä pienet yritykset ja yksityiset pelinkehittäjät eivät vauvu ennakkotilauksen houkuttelemiseen, sillä heillä ei ole samanlaisia resursseja tai aikavaroja kuin isoilla kehittäjillä. Ennakkotilaamista on myöskin katsottu hyvin pahalla monissa tapauksissa, joka voi toimia myös erään sortin pelotteena pienemmille pelinkehittäjille.

6 Ennakkotilaamisen hyödyt ja haitat

Ennakkotilaamisella on vaikutuksia pelialaan, vaikka sitä ei kuluttaja sen enempää huomaisikaan. Ennakkotilauksen vaikutukset ovat yleensä hyvin samanlaisia pelinkehittäjän koosta huolimatta, mutta niiden vaikutuksen määrä muuttuu hyvin suuresti.

6.1 Isot studiot

Isojen pelistudioiden hyödyt ennakkotilaamisesta ei ole yleensä niin merkittävät kuin pienemmillä studioilla, mutta ennakkotilauksajan yhteydessä he pystyvät käyttämään monia eri taktiikoita houkutellakseen kuluttajia, jotka saattavat epäröidä ostopäätöksestä. Tällaisten houkutus taktiikoiden kanssa on tosin oltava varovainen, sillä ne saattavat hyvin nopeasti muuttua negatiiviseksi huomioksi, kuten kävi Total War: Warhammerin kanssa. Kun kuluttaja tuntee, että pelistä on leikattu jotain pois vain, että sen ennakkotilaaminen olisi kannattavampaa, hän voi tuntea pelinkehittäjän yrittävän huijata häntä antamaan rahansa ennen kuin tietää että onko tuote ostamisen arvoinen. Creative Assembly lopulta muutti tämän ennakkotilaus dlc:n olemaan ilmainen ensimmäisen viikon ajan julkaisusta, kun he saivat hyvin paljon negatiivista huomiota uutissivustoilla ja asiakkailta. [11.]



Kuva 2 Creative Assembly reagoi hyvin nopeasti palautteeseen ja muutti dlc:n olemaan ilmainen vielä ennakkotilaamisen jälkeenkin

6.2 Pienet studiot

Ennakkotilaukset voivat olla hyvin merkittäviä pienille kehittäjille, sillä niiden avulla pystytään mittaamaan kiinnostusta heidän projektiin ja nähdä että kuinka kunnianhimoisia sen kanssa kannattaa olla. Tämän ei tosin pitäisi vaikuttaa projektin valmistumiseen, jos studio ei halua vaarantaa mainettaan venyttämällä suunniteltua julkaisupäivää tai julkaisemalla keskeneräisen tuntuista peliä.

6.3 Independent Developers (Indie)

Itsenäisille pelinkehittäjille ennakkotilauksista saatavat rahat voivat olla ero pelin valmistumisen tai keskeneräiseksi jäämisen välillä. Early Access ja joukkorahoitus on antanut monelle yksityiselle henkilölle tai ryhmälle mahdollisuuden päästä osaksi pelialaa, antamalla heille tarvittavan rahoituksen ilman isoa julkaisijaa tai studiota.

Ennakkotilaamisessa ei ole isompia haittoja yksityisille pelinkehittäjille, lähinnä vain hyviä puolia rahallisessa mielessä. Ainoa ongelma on, jos heidän kehittämä peli ei vastaa odotuksia tai lupauksia, joka voi tuhota maineen pysyvästi ja täten varmistaa, ettei toista mahdollisuutta tule.

6.4 Asiakkaat

Ennakkotilaamiseen suurin vaikuttava asia on asiakkaat. Ilman heidän jatkuvaa ennakkotilaamista, ei tämän ympärille tehtäisi isoja markkinointi temppuja ja ennakkotilausbonuksia. Jos ennakkotilausten määrä olisi lähes mitätön, ei näiden houkutteiden tekemien olisi kannattavaan pelistudioille.

Hyödyt joita asiakkaat saavat ennakkotilaamisesta ovat nykyään hyvin pienet. Ellei kyseessä ole jonkin pelin fyysinen keräilijäversio, jää sen hyödyt pelkästään mahdollisiin ennakkotilausbonuksiin ja esiasennukseen, jolloin asiakas pääsee pelaamaan peliä heti sen julkaistaessa.

Haittoja voi olla asiakkaille useita, sillä peli voi olla viallinen julkaisussa tai jotain muuta mitä asiakas odotti.

6.5 Ennakkotilaamisen osa myynneistä

On hyvin vaikea arvioida, kuinka iso määrä myynneistä on ennakkotilattuja, koska pelistudiot harvoin antavat ilmi tällaisia numeroita ja lähimmäksi mitä yleensä pääsee maailmanlaajuisia statistiikkoja, on eri kehittäjien epämääräinen lausunto, joka antaa osviittaa pettymyksestä tai tyytyväisyydestä ennakkotilausten määrään.

Selvää kuitenkin on, että ennakkomyyntien määrät voivat nousta kymmenistä satoihin tuhansiin kappaleisiin pelistä riippuen. Esimerkiksi Activisionin Destiny 2 möi yli kaksisataa tuhatta kappaletta ennakkoon USA:ssa arvioiden mukaan. [12.]

7 Ennakkotilaamisen muut muodot ja tavat

Yleensä kun puhutaan ennakkotilaamisesta peliteollisuuden yhteydessä, tarkoitetaan sillä pelkästään perus ennakkotilaamista, joka on pelin etukäteen ostaminen ennen julkaisua. Joukkorahoitus, Early Access ja Season Pass yleensä eritellään omaksi asiakseen, vaikka pohjimmiltaan nämä kaikki ovat vain eri tapoja tai muotoja ennakkotilaamiselle.

7.1 Joukkorahoitus

Crowd Funding eli joukkorahoitus, on viimevuosina ilmaantunut tapa jolla henkilöt pystyvät tekemään projektin ja esitellä heidän ideaansa ja ihmiset jotka ovat kiinnostuneita siitä voivat antaa hänelle rahaa hänen projektia varten. Näissä projekteissa on yleensä eri palkintotasoja ja riippuen henkilön antamasta raha määrästä hän saattaa saada projektista tulevan tuotteen lisäksi esimerkiksi paidan taikka julisteen ja joissakin peliprojekteissa mahdollisuus suunnitella jotain peliin lisättävää. On myös hyvin yleistä, että kehittäjät lisäävät tavoite paaluja rahoitus määrässä, jotka sisältävät erilaisia lisäyksiä heidän projektiinsa, jos kyseinen määrä saavutetaan. Peliprojekteissa nämä voivat olla melkein mitä tahansa, lisäsisällöstä kuuluisien tarinan kirjoittajien palkkaukseen.

Kyseinen rahoitus malli on noussut suureen suosioon joidenkin pelinkehittäjien keskuudessa vaihtoehtoisena rahoitus tapana, jolla pystytään välttämään riskiä siitä, että peli-idea tai projekti ei olisi kannattava, sillä he pystyvät asettamaan heidän rahoitus tavoitteensa jonka saavuttaessaan he ovat valmiina tekemään pelin ilman niin suurta riskiä tappiosta, riippuen heidän arvioidun budjetin tarkkuudesta.

Hyötyjä kyseisessä rahoitusmallissa on useita. Hyvin esitelty ja järjestetty projekti voi tuoda hyvin paljon huomiota ja kiinnostusta. Onnistui projekti tai ei se myös tarjoaa hyvää palautetta siitä, että kuinka paljon kiinnostusta sen kaltaisiin projekteihin on. Joukkorahoituksen ohella pystyy myös saamaan palautetta asiakkailta ja näkemään heidän kiinnostuksia, ideoita ja huolia ja näiden avulla parantamaan projektia.

Joukkorahoitus ei tosin ole myöskään täysin riskitön. Jos joukkorahoitusta varten pystytetty projekti jollakin tavalla epäonnistuu, oli se esimerkiksi budjetin väärin laskun takia taikka tuotteen laadun kehnous asiakkaiden odotuksiin verrattuna, voi se johtaa huonoon maineeseen joka voi pysyvästi vahingoittaa mahdollisuuksia uusiin projekteihin tai työhön samalla alalla. Koska joukkorahoituksessa on esiteltävä tuote, joka on mahdollisesti vielä

hyvin keskeneräinen, on siinä riski, että toinen yritys voi yrittää kopioida idean ja alkaa kilpailla sillä. Liiallinen joukkorahoitukseen luottaminen voi myös johtaa siihen, että rahoittajat menettävät kiinnostuksensa ja lopettavat antamasta rahaa, jotkut näkevät varsinkin peliprojektien kohdalla, että joukkorahoituksesta ja myynneistä saadut rahat pitäisi riittää yrityksen seuraavaan projektiin ilman tarvetta pyytää rahoitusta muilta. Myöskin varsinkin vähemmän tunnettujen ja uusien projektien tekijöiden kanssa on pelko siitä, että he yrittävät huijata tai väärinkäyttää varojansa. Muutamassa tapauksessa projekteista on kuulunut hyvin vähän uutisia ja lopulta on käynyt ilmi, että projekti ei tule koskaan valmistumaan erinäisten ongelmien takia.

Yksi esimerkki epäonnistuneista joukkorahoitus kampanjoissa on viime ajan katastrofi, *Unsung Story*. Kampanjassaan *Unsung Story* keräsi 660,000 dollaria vuonna 2014 ja se on yksi isoimpia joukkorahoitus epäonnistumisia tähän asti. Vuoden 2017 elokuun alussa pelin kehittäjä, Playdek, ilmoitti lopettavansa pelin kehityksen ja antoi kaikki sen oikeudet toiselle kehittäjälle. Siihen päättyi Playdekin vuosien epäilyttävä käytös ja lupauksien rikkominen.

Syyskuussa 2013, *Final Fantasy Tactics*ia tekemässä ollut Yasumi Matsuno ilmoitti tekevänsä kahta peliä Playdekin kanssa. Playdek ilmoitti lehdistötilaisuudessa molempien pelien julkaistavan 2014 vuoden loppu puolella. [13.]

Tammikuussa 2014, Playdek ilmoitti joukkorahoitus kampanjastaan, jonka tavoitteena oli nostaa 600,000 dollaria. Pelin oli tarkoitus olla uudelleen katsomus klassiseen genreen ja tässä vaiheessa ei ollut mitään mainintaa digitaalisesta korttipelistä taikka monin pelistä. Arvioitu julkaisupäivä tässä vaiheessa oli heinäkuu 2015. [13.]

Maaliskuussa 2014, tehdyssä ilmoituksessa puhuttiin 2013 vuonna mainitusta digitaalisesta korttipelistä. *Unsung Story*n kampanjassa oli puhuttu *Final Fantasy Tactics*in henkisestä jatkajasta, ei korttipelistä. [13.]

Helmikuu 2015. Fanit olivat alkaneet ihmetellä, että miksi mitään uutisia ei ollut kuulunut, sillä viimeisin päivitys projektin etenemisestä oli marraskuussa edellisenä vuonna. Vieläkään ei ollut saatu minkäänlaista peli kuvaa vuosi oli jo kulunut kampanjasta, mutta Playdek vihdoinkin teki uuden päivitys ilmoituksen projektin etenemisestä, jossa oli mukana muutama kuvakaappaus. [13.]

Toukokuu 2015. Alkuperäinen julkaisupäivä oli vain parin kuukauden päässä, ja Playdek ilmoitti kertovansa kehitysaikataulun kesän aikana. Valitettavasti seuraavaan kolmeen kuukauteen ei kuulunut mitään uutisia projektin etenemisestä. [13.]

Syyskuussa 2015, Playdekin toimitusjohtaja, Joel Goodman, ilmoitti projektin edenneen hitaammin kuin hän olisi toivonut. Hän myös sanoi Playdekin kärsivän rahallisista ongelmista ja että he etsivät ulkopuolista julkaisijaa jonka kanssa työskennellä. Goodman myös ilmoitti ohimenneen pelin PvP, eli player versus player taikka suomeksi pelaaja vastaan pelaaja, beta julkaisusta joka tapahtuisi 2016 kesällä. Tämä oli hälyttävää projektin tukijoille, sillä tämä oli ensimmäinen kerta, kun PvP:tä oli edes mainittu. Julkaisua siirrettiin myös 2016 vuoden puolelle. [13.]

Lokakuussa 2015, traileri jossa näytetään peliä, julkaistaan. Monet fanit eivät ole tyytyväisiä näkemäänsä. Playdek myös ilmoitti, että ensi kuussa tulisi video jossa käydään tarkemmin läpi pelin taistelusysteemiä. [13.]

Seuraavaan kolmeen kuukauteen ei ole päivityksiä projektin etenemisestä. [13.]

Helmikuussa 2016, Playdek ilmoittaa olevansa pahoillaan viivästyksistä ja ilmoittaa taas olevansa rahallisissa ongelmassa. Kaikkien yllätykseksi he ilmoittavat myös laittavansa projektin paussille keskittyäkseen muihin projekteihin. Playdek myöskin sanoo etsivänsä ulkopuolista kehitys apua projektiin. [13.]

Myöhemmin samassa kuussa tulee ilmoitus, että he ovat onnistuneet saamaan rahoitusta projektin jatkamiseksi ja että uutisia tulisi maaliskuussa lisää. Näin ei kuitenkaan tapahdu. [13.]

Huhtikuu 2016. Tavoitteena on saada julkaistua PvP beta syksyn aikana ja lisää uutisia olisi mahdollisesti luvassa toukokuussa. Toukokuussa ei tule päivityksiä. [13.]

Kesäkuu 2016. Playdek jälleen pahoittelee uutisten puutteesta ja lupaa uutisia heinäkuussa. Heinäkuu menee ja uutisista ei kuulu myöskään seuraavassa kuussa. [13.]

Syyskuu 2016. Playdek ilmoittaa tehneensä sopimuksen toisen yhtiön kanssa joka hoitaisi Unsong Storyn kehityksen. [13.]

Joulukuu 2016. Jälleen kerran Playdek pahoittelee päivityksien puutetta ja lupaa pitää tukijat informoituna säännöllisin välein.

Mitään uusia uutisia ei kuulu ennen elokuuta 2017 jolloin he ilmoittivat pelin kehityksen siirtyvän Little Orbit nimiselle yhtiölle. Little Orbit ilmoittaa aloittavansa puhtaalta pöydältä käyttäen Matsunon alkuperäisiä suunnitelmia ja tehden siitä yksinpelin kuten alkuperäisesti oltiin suunniteltu. [13.]



Kuva 3 Unsong Storyn pelikuvat eivät vastanneet asiakkaiden odotuksia

Kuten tästä huomataan, joukkorahoitus projektienkin on mahdollista epäonnistua, vaikka kuinka tunnettuja ihmisiä olisi sen takana ja oli heidän alkuperäinen projekti esittely kuinka lupaavan näköinen tahansa.

7.2 Early Access

Early Access, termi jolle ei ole vielä kelvollista suomennosta, on termi, joka tulee Steamillä vuonna 2013 alkaneesta julkaisu ja rahoitus mahdollisuudesta joka antoi pelinkehittäjille mahdollisuuden myydä keskeneräistä peliään jota pelaajat pystyvät testaamaan ennen sen virallista valmista julkaisua. Vaikka kyseinen myyntitapa ei virallisesti ole sidoksissa ennakkotilaukseen, se kuitenkin toimii hyvin pitkälti samalla periaatteella koska asiakas ei saa valmista tuotetta ennen kuin se julkaistaan virallisesti joka johtaa siihen, että asiakas on maksanut tuotteesta etukäteen, piti hän lopullisesta tuotteesta tai ei.

Early Access toimii muutamallakin tavalla pelinkehittäjän eduksi. Sen avulla pystytään saamaan isompi testaja kunta pelin kehityksen yhteydessä ja heidän palautteestaan he voivat muovata peliä enemmän asiakkaiden mieltymyksiin. Tämä toimii myöskin tapana jolla vähemmän varakkaat pelin kehittäjät voivat panostaa enemmän aikaansa pelin kehitykseen koska he saavat ainakin osan kustannuksistaan takaisin ennen kuin peli on edes valmis. Myös tämän avulla pystytään kartoittamaan kiinnostusta peliin ja mahdollisesti laajentamaan alkuperäisiä pelin kehitys suunnitelmia asiakkaiden määrän ja palautteen pohjalta.

Yksi ensimmäisistä esimerkeistä, joita tiedetään, on Minecraft, jonka Markus Persson loi aluksi nettiselaimessa toimivaksi peliksi vuonna 2009 ja jota hän kehitti oman työnsä ohella. Kyseinen peli osoittautui niin suosituksi, että Persson pystyi lopettamaan työnsä ja tekemään Minecraftia koko päiväisesti. Yli 1,8 miljoonaa ihmistä osti pelin sen ollessa alpha- ja beta-vaiheessa tuottaen 23 miljoonaa euroa sen kehityksen aikana. Minecraftin suosion ansiosta kyseinen julkaisu tapa yleistyi indie kehittäjien keskuudessa. [14.]

On myös jonkin verran yleistä että joukkorahoitetuissa peliprojekteissa tarjotaan mahdollisuus Early Access:iin myöhemmässä vaiheessa, kun peli on sellaisessa vaiheessa, niille asiakkaille jotka eivät osallistuneet joukkorahoitus vaiheeseen.

7.3 Season Pass

Season Pass, eli kausikortti karkeasti suomennettuna, on termi, joka on yleistynyt peliteollisuudessa ja se on simppelisti selitettynä pelinlisäsisällön ennakkotilaus. Se yleensä tarkoittaa, että kun ostat Season Passin, saat kaikki tai jotkin tietyt ennalta määritetyt peliin julkaistavat lisäsisällöt, kun ne julkaistaan ja ostaessasi Season Passin säästät jonkin summan rahaa verrattuna siihen, jos ostaisit kaiken lisäsisällön erikseen. Julkaisijasta riippuen Season Passissa voi olla tieto siitä mitä sisältöä se tulee tuomaan mukanaan tai se voi olla täysi mysteeri, että mitä se lopulta on. Jos lisäsisällöstä on kerrottu tietoa, tämäkin tieto saattaa olla ilmaistuna niinkin simppelisti kuin että mukana tulee kaksi uutta karttaa taikka uusia pelattavia hahmoja. Season Pass on yleensä ostettavissa suoraan pelinjulkaisun aikaan, ellei jopa etukäteen ja sen mukana tuleva lisäsisältö tulee julkaisun jälkeen kuukausien varrella.

Joissakin tapauksissa on myös mahdollista, että Season Pass on halvempi ennen kuin lisäsisältöä on julkaistu ja tämän jälkeen sen hintaa nostetaan. Tätä käytetään lisäämään asiakkaiden houkutusta ostamaan Season Pass.

Toinen muunnelmä tästä on episodiset pelit, eli jaksoihin jaetut pelit kuten Life is Strange ja Telltale'n The Walking Dead, jotka julkaistaan episodi kerrallaan. Nämä tarjoavat pelin ostettavaksi episodi kerrallaan mutta myös kokonaisuutena jolloin hinta on hieman alempi kuin yksittäisinä ostettuna.

Kyseistä bisnesmallia käytti ensimmäisenä Rockstar heidän vuonna 2011 julkaistussa pelissään L.A Noiressa ja sitä myytiin nimellä Rockstar Pass. Se antoi pääsyn käsiksi neljään uuteen tehtävään, kahteen uuteen hahmon pukuun ja badge pursuit-haaste pelimuotoon. [15.]

Season Passeja on joissakin tapauksessa kritisoitu siitä, että ne eivät sisällä kaikkea pelin lisäsisältöä, vaikka ostajat ovat näin luulleet ja tämä Season Passista erillinen sisältö on pitänyt ostaa erikseen. Myöskin näräisyyttä on aiheutunut Season Passin kehnosta sisällystä.

8 Kiistanalaisuudet

Peliteollisuudessa on sen kasvaessa tullut esille enemmän ja enemmän kiistanalaisuuksia. Suuri osa näistä on enemmän tai vähemmän kytköksissä ennakkotilauksiin tavalla tai toisella. Ennakkotilaamisesta on tullut standardi isojen julkaisijoiden keskuudessa, niinkin paljon että on odotettavissa, että kaikki isot julkaisut ovat ennakkotilattavissa jopa elektronisessa muodossa.

Vuosien varrella on myös tullut tilanteita joissa pelaajat ovat tunteneet itsensä niin huijatuksi, että pelinkehittäjää on yritetty viedä oikeuteen valheellisesta mainostamisesta.

Ennakkotilaaminen ei myöskään olisi niin iso ongelma, jos pelin julkaisijat eivät pidättelisi arvosteluja julkaisuun tai melkein julkaisuun asti, täten estäen arvostelijoita informoimasta potentiaalisia asiakkaita.

Aliens: Colonial Marines on yksi varoittava esimerkki tästä. Monet ostivat kyseisen pelin ennen kuin mitään arvosteluita oli vielä tullut julki ja monet joutuivat pettymään siihen, kuinka Aliens: Colonial Marines ei ollut sen veroinen kuin mainostus oli antanut kuvan. Jopa melkein kaikki arvostelijat jakoivat mielipiteen siitä, kuinka keho peli oikeasti oli.

Jotkut jopa epäilevät, että pelin kehittäjät tiesivät, että se ei tulisi olemaan yhtä hyvä kuin oltiin annettu ymmärtää ja tämän takia siitä ei haluttu antaa informaatiota julki ennen julkaisua. Tätä tuki fakta siitä, että lehdistön pelaama demo ei edes ollut oikeasti osa peliä ja se ei ollenkaan edustanut peliä koska se oli hyvin raskaasti ennalta "käsikirjoitettu". [16.]

8.1 Mainostus

Mainostuksessa ei itsessään ole mitään ongelmaa, niin kauan kuin se on todenmukaista. Joissakin tapauksissa ihmiset ovat kokeneet mainontamateriaalin olevan harhaan johtavaa tarkoituksella, että ihmiset ostaisivat pelin etu käteen. Ubisoft varsinkin on saanut tästä pahan maineen, sillä he ovat näyttäneet kuvamateriaalia joka ei ole vastannut lopullista laatua. Watch Dogs ja Rainbow Six: Siege ovat esimerkkejä heidän E3-messuilla esitetyistä demo videoista, jotka olivat paljon graafisesti laadukkaampia ja mukaansatempaavia.

Joidenkin keskuudessa näree aiheuttaa myös pelien mainostuksen yhteydessä olevien ennako tilauksien ja season passien mainostus, jotka joissakin tapauksissa ilmaantuvat jo pelin julkistuksen yhteydessä.

Turtle Rockin Evolve on hyvä esimerkki siitä, kuinka ennakkotilaamisen mainostus voi olla huono asia. Evolvesta saatiin tietää sen ennakkotilausbonuksesta, Monster Expansion Packista, ennen kuin ketään varsinaisesti tiesi mitään kyseistä pelissä. Asiaa ei myöskään auttanut, että Turtle Rockin toinen perustajista, Chris Ashton, sanoi pelin olleen luotu alusta asti tukemaan maksullista lisäsisältöä. Tämä ei herättänyt hirveästi luottamusta potentiaalisissa asiakkaissa, sillä maksullinen lisäsisältö peleissä jotka eivät ole Free to Play, herättää näree joidenkin keskuudessa. [17.]

Evolve loppujenloputta muuttuikin Free to Play-peliksi pakon edessä heinäkuussa 2016-vuonna, vain hieman yli vuoden jälkeen sen julkaisusta, sillä sen asiakas ja pelaaja kunta oli alkanut kaikota hyvin nopeasti. [18.]

8.2 Tuotteen tila

Koska ennakkotilanneella henkilöllä yleensä ei ole mahdollisuutta testata ennakkotilaamaansa peliä etukäteen, on mahdollista, että kun hän saa pelin vihdoinkin pelattavakseen julkaisun jälkeen, hän voi pettyä karvaasti. Syinä voi olla pelin huono laatu, joko useiden ”bugien” tai performanssi ongelmien takia, taikka pelin huono toteutus ja se että peli ei tarjonnut sitä mitä oli luvattu.

Batman Arkham Knight, peli jonka Warner Bros julkaisi 2015 vuonna, sai hyvin paljon kritiikkiä sen PC-version kunnosta. Peliä ei oltu käännetty toimivaan hyvin eri tietokoneilla ja harvalla peli edes toimi siedettävästi. Tämä laukaisi valtavan pelin palautus aallon, joka pakotti Warner Brosin vetämään tuotteen pois PC-markkinoilta korjausta varten. Vasta kuukausia myöhemmin Batman Arkham Knight tuotiin takaisin myytäväksi, mutta senkin jälkeen asiakkaat valittivat sen toimivan huonosti ja kärsivän useista ”bugeista”. [19.]

9 Yhteenveto

Ennakkotilaaminen on toimintatapana nykyään hieman kyseenalainen kuluttajan näkökulmasta. Ellei kyseessä ole pieni pelinkehittäjä, ennakkotilaaminen ei ole millään tavalla tarpeellista, sillä isoilla julkaisijoilla on varaa julkaista ja kehittää pelinsä ilman etukäteen annettua rahoitusta. Pienien kehittäjien kohdalla on kyse täysin heidän tukemisesta ja se tosiaan auttaa rahoittamaan heidän projektia varsinkin, jos heillä ei ole isompaa pääomaa ja he eivät voi tehdä projektia täyspäiväisenä työnään.

Ennakkotilaaminen on jossakin määrin jopa haitallista, koska se rohkaisee isoja julkaisijoita palkitsemaan etukäteen heille maksavia kuluttajia aikaisemmin mainituilla tavoilla ja rankaisee niitä henkilöitä jotka eivät halua niin sanotusti ostaa sikaa säkissä. Ennakkotilatessaan asiakkaalla ei välttämättä ole tietoa siitä mitä he oikeasti saavat, varsinkin jos julkaisijat eivät ole jakaneet arvostelijoille arvostelu kopioita ennen julkaisua.

Kuluttajilla on täysi valta ennakkotilauksien suhteen. Kyseinen käytäntö tulee jatkumaan niin pitkään, kun kuluttajat tukevat sitä. Ennakkotilaaminen ei ole isoin paha peliteollisuudessa, mutta jos julkaisijat jatkavat kuluttajien kärsivällisyyden venyttämistä, voi tilanne muuttua.

Lähteet

- 1 Josh Bycer. Why the game industry is still pushing pre-orders. <http://game-wisdom.com/critical/pre-order2>
- 2 Your Europe. Guarantees and returns. https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_en.htm
- 2 Edilex. Hallituksen esitys eduskunnalle joukkorahoituslaiksi sekä eräksi siihen liittyviksi laeiksi. <https://www.edilex.fi/he/20160046>
- 3 Wikipedia. Kuluttajansuojalaki. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Kuluttajansuojalaki>
- 4 Your Europe. Guarantees and returns. https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_en.htm
- 5 Steam. Steam-hyvitykset. https://store.steampowered.com/steam_refunds/?l=finnish
- 6 Ubisoft support. Return & cancellations. <https://support.ubi.com/en-us/Faqs/000024857/Returns-Cancellations>
- 7 EA tuki. Hyvityksen saaminen EA-peleistä originin kautta. <https://help.ea.com/finn/help/account/returns-and-cancellations/>
- 8 GoG.com support center. Money back guarantee policy. <https://help.ea.com/finn/help/account/returns-and-cancellations/>
- 9 Jim Sterling. Content divided: death to pre-order culture. <https://www.youtube.com/watch?v=o7EI9YCsuBQ&t>
- 10 Jim Sterling. Mankind derided. <https://www.youtube.com/watch?v=9sBtkU2eJ4Y&t>
- 11 Shabana Arif. Total War: Warhammer DLC no longer a pre-order only bonus, to appease angry fans. <https://www.vg247.com/2016/04/29/total-war-warhammer-dlc-no-longer-a-pre-order-only-bonus-to-appease-angry-fans/>
- 12 VGChartz. USA Pre-order chart 02nd Sep 2017. <http://www.vgchartz.com/preorders/42981/USA/>

- 13 Jason Schreier. A timeline of Unsung Story, one of the biggest Kickstarter failures ever. <http://kotaku.com/a-timeline-of-unsung-story-one-of-the-biggest-kickstar-1797466457>
- 14 Kyle Orland. Minecraft draws over \$33 million in revenue from 1.8M paying customers. http://www.gamasutra.com/view/news/33961/Minecraft_Draws_Over_33_Million_In_Revenue_From_18M_Paying_Customers.php
- 15 Giantbomb. DLC season pass. <https://www.giantbomb.com/dlc-season-pass/3015-7186/>
- 16 Jim Sterling. Mankind derided. <https://www.youtube.com/watch?v=9sBtkU2eJ4Y&t>
- 17 Jim Sterling. How Evolve fell down the bullshit tree. <https://www.youtube.com/watch?v=vsgoD74vLlo>
- 18 Mike Futter. Evolve goes completely free on PC with significant gameplay changes. <http://www.gameinformer.com/b/features/archive/2016/07/06/evolve-goes-free-to-play-on-pc-today-with-significant-gameplay-changes.aspx?>
- 19 Brian Crecente. Wave of negative user reviews hit Batman: Arkham Knight, game sinks from view on Steam. <https://www.polygon.com/2015/6/24/8837633/wave-of-negative-reviews-hit-batman-arkham-knight-game-sinks-from/>

Liitteet