

Wickie und die starken Männer – Teil 2



Mit „Wickie und die starken Männer“ gelang Intenium 2009 ein beachtlicher Erfolg. Nun erscheint im Vorfeld des nächsten Kinofilms der zweite Teil.



VÖ: 15.08.2011

Plattform: NDS

Genre: Jump'n'Run

Publisher: Intenium

Vetrieb: Koch Media

Entwickler:

exozet games

Mit „Wickie und die starken Männer“ für Nintendo DS landete Intenium im September 2009 einen Achtungserfolg. Der Titel hielt sich mehrere Wochen in den Top 20 der NDS-Charts und konnte sich in Deutschland, Österreich und der Schweiz mehr als 60.000 Mal verkaufen. Sicherlich profitierte der Titel vom damals im Kino laufenden „Wickie“-Film von Michael Bully Herbig, auch wenn das NDS-Modul kein Spiel zum Film war, sondern sich an der Zeichentrickserie aus den 70ern orientiert. Am 29. September

kommt „Wickie auf großer Fahrt“ in die Lichtspielhäuser – ohne Bully, dafür in 3D. Bereits am 15. August erscheint das zweite Spiel mit dem Untertitel „Wiedersehen in Flake“. Für die Vermarktung plant Intenium einige Kooperationen u. a. mit der Filmverleihfirma. Wie schon beim Vorgänger erwartet den Spieler auch hier ein klassisches 2D-Jump'n'Run. Der Umfang wurde etwas aufgebohrt: Die vier Welten umfassen je sieben Level; wer alle in einer Welt verteilten Medizinfläschchen entdeckt, schaltet einen Bonusabschnitt. Wer schon mal ein Jump'n'Run gespielt hat, wird sich flott zurechtfinden. Gegner bekämpft Wickie etwa dadurch, dass er ihnen auf den Kopf springt oder sie mit seiner Schleuder abschießt.

Die Story ist schnell erzählt: Wickies Freundin Ylvi ist krank, und der Nachwuchswikingen macht sich gegen den Willen seines Vaters Halvar in die weite Welt auf, die nötigen Zutaten für die heilende Arznei zu finden. Entsprechend unterscheiden sich die Motive und Hintergründe der Level. Der relativ einfache Schwierigkeitsgrad ist klar auf die Zielgruppe abgestimmt, in späteren Abschnitten aber findet man die eine oder andere fiese Stelle. Manche Level lassen sich auf unterschiedlichem Wege meistern, sodass sich auch ein gewisser Wiederpielwert ergibt.

Verkaufsargumente

- Bekannte Marke
- Klassisches Jump'n'Run
- Kindgerechter Schwierigkeitsgrad

