VIDEOSPIELE WERDEN GLOBAL

Computerspiele Jenova Chen hat mit „Journey" und „Flower" bewiesen, dass Videospiele auch komplexe Emotionen erzeugen können.

Foto: Getty Images

Die Spieleindustrie wird in den kommenden zehn Jahren völlig im Zeichen der Globalisierung stehen. Das Internet hat einen globalen Arbeitsmarkt geschaffen und Spielergemeinschaften auf der ganzen Welt miteinander verbunden. In den letzten Jahren haben sich populäre Spiele bereits 10, 20, 30 Millionen Mal verkauft. Heute werden sie von bis zu 100 Millionen Menschen gespielt. Der Megaerfolg der Zukunft wird ein Game sein, das auf der ganzen Welt gespielt werden wird. Das werden wir schon bald erleben.

Diese Entwicklung ist maßgeblich auf ein einschneidendes Ereignis zurückzuführen: den Aufstieg des Internets. Es hat die Art und Weise verändert, wie Spiele verbreitet werden, und die Geschäftsmodelle von Grund auf umgekrempelt. Die Spieleindustrie verfügt nun über einen sehr breiten und günstigen Distributionskanal. Heute ist theoretisch jeder in der Lage, zu Hause ein Spiel zu entwerfen, es über das Netz zu verbreiten und damit Erfolg zu haben. Das macht Spiele mit kleinerem Budget möglich, was wiederum Einfluss auf den Inhalt hat.

Aber dem Internet haben wir noch mehr zu verdanken. Für viele Spieleentwickler, mich eingeschlossen, ist es zu einem unverzichtbaren Werkzeug geworden. Mein Beruf erfordert viel Recherche, man benötigt eine Menge Informationen, Zugriff auf historische Quellen und seltene Dokumente über das Leben berühmter Leute – nur so sind wir in der Lage, historische Dramen zu erschaffen und Spielewelten glaubwürdiger zu machen. Historische Fakten sind aber auch wichtig, um sich in die Sichtweise und die Philosophie des Helden hineinversetzen zu können. Das geht nur, wenn man auch die Welt um ihn herum versteht.

Ohne diese Fülle an Informationen wären wir gar nicht in der Lage, die Spiele zu machen, die wir heute haben. Es heißt oft, dass wir die Generation „Remix" seien, bereits Bestehendes also nur neu zusammensetzen. Mag sein. Aber um etwas remixen zu können, muss man erst einmal Zugang zum Original haben.

In der Unterhaltungselektronik haben neue Technologien wie 3D oder die Google Glass Einzug gehalten. Werden sie unsere Spiele und unser Spielverhalten grundlegend verändern? Ich glaube nicht, jedenfalls nicht drastisch. Es wird nicht so sein, dass der eine auf der Google Glass nur noch entspannte Reisespiele spielen wird und der andere auf 3D-Screens nur noch Egoshooter. Wir haben eine große Artenvielfalt von Spielen, die – je nach Alter und Geschlecht – immer und überall ihre Nutzer finden werden. Schon bald werden noch weitere Technologien hinzukommen: Head-up-Displays werden virtuelle Realitäten erzeugen, Neuro- und Bewegungssensoren sind jetzt schon in einem Stadium, dass davon auszugehen ist, dass sie innerhalb der nächsten fünf Jahre auf dem Massenmarkt ankommen werden.

Dennoch: Obwohl die Technik komplexer wird, heißt das nicht zwangsläufig, dass auch die Spiele immer komplizierter werden müssen. Sie werden aber vielfältiger. Früher gab es eigentlich nur zwei Pole: Hardcore-Gamer und Gelegenheitsspieler. Heute haben wir Hardcore, Midcore, Gelegenheitsspieler, soziale Spieler. Ich glaube, in Zukunft werden wir eine größere Spielerschaft insgesamt haben und noch mehr Genres.

Spiele werden dann auch ein generationenübergreifendes Phänomen sein. Heute haben wir große Hits, die eine bestimmte Community erreichen. Das wird sich ändern. Meine Generation wuchs mit Videospielen auf. Wir sind nun in einem Alter, in dem wir selbst Eltern sind. Wir werden Spiele entwickeln, die meine und die nachfolgenden Generationen zusammen spielen werden.

Videospiele werden damit emotionaler und intellektueller, feiner nuanciert und reifer. Auf diese Weise werden sie in der Lage sein, eine breitere Nutzerschaft anzusprechen. Dann werden Videospiele vielleicht zu einer Kunstform, über die unsere ganze Gesellschaft interagiert. PROTOKOLL: JENS LUBBADEH

© Copyright by Heise Zeitschriften Verlag