merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Johannes Rockstuhl: Spiele, (für) groß und klein

Beitrag aus Heft »2018/05 Digitale Bildung?«

Dienstag, den 21. August 2018, 9 Uhr in der Messe Köln. Die Tore öffnen sich und die Hallen beginnen sich langsam zu füllen. Noch sind die vielen Bildschirme der zehn Hallen mit rund 200.000 Quadratmetern leer und man kann sich ohne Mühe von Stand zu Stand der über 1.000 Aussteller bewegen. Am nächsten Tag um diese Zeit sollte das jedoch bereits ganz anders aussehen. Am Mittwoch startete nämlich zum zehnten Mal die alljährliche gamescom in Köln. Rund 370.000 leidenschaftliche Gamerinnen und Gamer feierten hier frei nach dem diesjährigen Motto „Vielfalt gewinnt".

Vieles hat sich in den letzten zehn Jahren nicht verändert. Zwar haben sich sowohl Fläche als auch Ticketpreis verdoppelt, doch bereits damals reisten schon rund 235.000 Besucherinnen und Besucher aus aller Welt an, um die neuesten Spiele höchst persönlich zu testen. Die altbekannten Spielereihen waren bereits 2009 zu sehen. Während sich Fans zu dieser Zeit auf Fifa 10 und den zweiten Teil der Assasin's Creed-Reihe stürzten, gab es in diesem Jahr die Möglichkeit, Fifa 19 und Assassin's Creed Odyssey anzuspielen. Letzteres versetzte die Spielerin bzw. den Spieler in das antike Griechenland. Nach dem stark umstrittenen Teil Assassin's Creed Syndicate hat sich das Team von Ubisoft zurückgezogen und Zeit genommen, um das grundlegende Spielkonzept zu überarbeiten und landete 2017 mit Origins einen sowohl von Fans, als auch von Kritikerinnen und Kritikern gelobten Hit. Nun kehrt Ubisoft mit Odyssey zurück und präsentiert ein Spiel, das, das fast ohne Grafikfehler und Ingame-Einkäufe auskommt. Ebenso kritisch beäugt wird Bethesdas neuer Ableger der Fallout-Reihe. Die postapokalyptischen Open-World-Singleplayer-Spiele werden nun mit einem Multiplayerspiel (Fallout 76) fortgesetzt, in dem jeder Charakter eine echte Person ist. Die Skepsis steigerte sich vor Ort jedoch noch weiter, denn Bethesda stellte das Spiel auf der Messe nicht zum Anspielen bereit. Lediglich ein paar Trailer konnten angesehen und angehört werden. Dies solle jedoch, wie der Direktor Todd Howard den Fans versicherte, das Spielerlebnis in keiner Weise hemmen.

Auf der Messe vertreten waren aber nicht nur AAA-Titel der großen Studios. Wenn man es einmal geschafft hatte, sich aus den überfüllten Hallen neun und sechs herauszuquetschen und einen Blick in Halle zehn zu werfen, traf man viele kleine, charmante Indie-Spiele an, wodurch auch die kleinsten Spielestudios die Chance erhalten sollten, ihre Games unter die Leute zu bringen. Diese sogenannte Indie Arena Booth hat sich nun schon seit ein paar Jahren etabliert, doch war sie in diesem Jahr größer denn je. Hier bestand die Möglichkeit, sich direkt mit den Entwicklerinnen und Entwicklern auszutauschen und die herrlich unkonventionellen Spiele auszuprobieren. In Felix the Reaper spielt man zum Beispiel ein Skelett, das sich nur tanzend bewegt und nicht aus dem Schatten hervortreten darf. Supermarket Shriek war wiederum ein Rennspiel, in dem ein Einkaufswagen gesteuert werden muss, mit dem man sich – beladen mit Mensch und Hund – durch diverse Supermärkte kämpft.

Ein Stockwerk darüber schlugen andere Herzen höher: Nämlich die der Retrospiele-Fans. In der Halle 10.2 bot sich eine Zeitreise durch vier Jahrzehnte Games-Geschichte. Für das freie Ausprobieren standen hier alte Pinball-Tische und liebevoll erhaltene alte oder auf alt gemachte Konsolen und C64-Computer bereit. An diversen Tischen durfte in die frühen Anfänge des Videospiels eingetaucht und alte Klassiker wie Pong, Space Invaders oder Moorhuhn wiederentdeckt werden. Hier trafen sich Jung und Alt, um sowohl nostalgische Gefühle als auch Neugier sprühen zu lassen. Praktisch hierbei war: Die Family & Friends-Area befand sich direkt nebenan

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

und ermöglichte es auch den kleinsten Videospielbegeisterten, ihren Spielspaß ausleben zu können. Natürlich waren altbekannte Spiele wie Minecraft und Mario Kart anzutreffen, allerdings stand das Lernspiel klar im Fokus. Ubisoft baute zum Beispiel in seinem aktuellen Assassin's Creed-Ableger Origins einen Lernmodus ein. Darin können Fans des alten Ägypten ohne Zeitdruck und (Überlebens-)Wettkampf die Landschaft erkunden und viel über die Kultur, Architektur und Lebensweisen der Ägypterinnen und Ägypter lernen.

Nicht nur vor den Bildschirmen stehend

Seit einigen Jahren ist die gamescom nicht mehr nur eine Messe für Gamerinnen und Gamer. Schon seit einiger Zeit scheint es viel mehr im Vordergrund zu stehen, die sich bietende einzigartige Chance zu ergreifen, in einer der Hallen sein großes Idol zu treffen. Gemeint sind hier nicht die Spieleentwicklerinnen und -entwickler, sondern die eigentlichen Stars der heutigen Zeit: YouTuberinnen und YouTuber. Es gab sogar eine eigene signing area, in der die Möglichkeit bestand, ein Foto und eine Unterschrift von diversen Let's Playerinnen und Let's Playern (z. B. Sarazar) oder Musikerinnen und Musikern (z. B. Rockstah) zu ergattern. An jeder Ecke fanden Events statt, die von YouTube-Stars moderiert wurden, bei denen E-Sport-Wettkämpfe geführt oder Livestreams eingeblendet wurden. Neben dem hautnahen Erleben der neuen ‚Popstars' präsentierte sich die gamescom aber auch gewohnt offen für ein ‚Nerdtum'. Cosplayerinnen und Cosplayer, verkörpert als ihre Lieblingscharaktere, hatten beispielsweise Gelegenheit, in Halle fünf fündig zu werden – auch und vor allem ohne ein Kleidungsstück selbst zu nähen. Hier war der Ort, sein Geld liegen zu lassen! Man konnte T-Shirts seiner Lieblings-YouTuberin oder seines Lieblings-YouTubers kaufen oder Plakate zu Games und sogar Vinylplatten mit dem Soundtrack einzelner Spiele erwerben.

Die Vielfalt der Messe reichte jedoch nicht nur bis zu den Hallentoren. Auch wer mit Videospielen nichts am Hut hatte, konnte sich dem gamescom-Fieber nicht entziehen. Ganz Köln stand im Zeichen der Spielemesse und wurde durch Werbeplakate für diverse Spiele dekoriert. Selbst eine Brücke wurde vollkommen in die Farben von Nordrhein-Westfalen getaucht. Darüber hinaus wurde auf Werbeplakaten für diverse Spiele geworben und das alljährliche gamescom city festival angeboten.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de