

## Sebastian Ring: gamescom 2010

Beitrag aus Heft »2010/05: Partizipation und Medien«

Die gamescom ist ja nun schon eine ganze Weile her und alle Besucherinnen und Besucher haben sich wieder in alle Winde zerstreut. Was bleibt von der Messe, die sich als Motto „celebrate the games“ auf die Fahnen schrieb? Über eine Viertelmillion Menschen, die mit und von den Games leben, waren dort und haben sich während der fünf Tage in den kühlen Messehallen getummelt. Zuallererst sind das natürlich die vielen Gamerinnen und Gamer selbst. Besser gesagt, es sind die vielen Gamer und wenigen Gamerinnen, denn Jungs dominieren nach wie vor deutlich das Bild. Die gamescom ist aber ein wichtiges soziales Ereignis. Unter all denen, die sich in den ersten Minuten nach der Öffnung an den Besuchertagen gierig auf die Spiele stürzen, lassen sich viele kleine Freundesgrüppchen ausmachen, darunter auch Pärchen, die gemeinsam und Händchen haltend die Messe und ihre Neuheiten erkunden und großen Spaß daran haben: Stundenlanges Anstellen für knappe 15 Minuten Spielspaß, etwa das neue Add-on Cataclysm für World of Warcraft, wird locker in Kauf genommen für einen Blick auf ein lang erwartetes Spiel. Es ist das spannende und unterhaltsame Gefühl, dabei zu sein, einer der ersten zu sein und stolz darüber zu twittern, sich im Chaos der vier Messehallen, der Gänge und Outdoor-Area zu verlieren, um Giveaways aller Art – T-Shirts, Gaming-Mäuse, Software und vieles andere mehr – zu erhaschen, sich wie die Spielhelden und -heldinnen zu verkleiden, die Spiele und die Spielbegeisterung zu inszenieren und zu feiern. „Celebrate the games“ – die Rechnung geht auf. Manche Eltern, die ihre Kids lieber zum Spektakel begleiten (oder sie als Vorwand für den eigenen Messebesuch vorschieben?) staunen selbst nicht schlecht und posieren für das Familienfoto neben Darth Vader oder Lara Croft. Die Messe funktioniert nach wie vor als Riesenrummel und abgesehen von Games wartete sie auch heuer wieder mit Beachball, Konzerten, Massaggeständen, Gastronomie, ESL-Meisterschaften und vielen anderen Dingen mehr auf.

Alles nur Spiel?

Auch für die Spieleindustrie – die Spieleproduzenten, -entwickler und -vertriebsleute, Beschäftigte von Spielezeitschriften, Hardwarehersteller et cetera – ist die Messe ein wichtiger und internationaler Treffpunkt geworden. Nicht nur für große Fische, auch für die kleinen ist die gamescom eine wichtige Kontaktbörse und so findet sich immer ein kleiner Slot für Gespräche und Networking. Der Games Convention in Leipzig scheint nun endgültig der Rang abgelaufen und die Luft ausgegangen zu sein, auch wenn viele nach wie vor von der intimeren und weit über die Messehallen hinaus in die Stadt und urbane Kultur hinein greifende Atmosphäre schwärmen. Schade für den Standort Leipzig, denn eines ist klar: Die Spielemesse ist kommerziell nicht ohne. Das gilt natürlich auch für die vielen Menschen, die an den Ständen Promotion machen. Das scheinen auf den ersten Blick allerdings nach wie vor hauptsächlich Frauen zu sein, möglichst jung und blond, möglichst kess und kontaktfreudig, von Games oder den Dingen, die sie dort darstellen und promoten, haben sie meist keine Ahnung. Es ist Showbusiness. Die Bundeswehr setzte an ihrem Stand für diese Aufgabe eher auf smarte, junge und uniformierte Herren. Sie verzichtete auf den Panzer, der noch im Vorjahr den Stand schmückte, und verteilte stattdessen Popcorn.

Spätestens mit einem Blick auf das Plakat des Standnachbarn der Bundeswehr, der das (Kriegs-)Strategiespiel R.U.S.E mit dem Politikerzitat „Die Wahrheit ist das erste Opfer des Krieges“ präsentiert, wird man auf einmal damit

konfrontiert, wie nah Spiel und Ernst des Lebens beieinander liegen können. Militärspiele stehen nach wie vor hoch im Kurs. Im September erscheint der Nachfolger des Kassenschlagers Call of Duty – Modern Warfare II mit dem Titel Call of Duty: Black Ops. Auch die Präsentation von Medal of Honor, jenem Spiel, das heftig diskutiert wird, weil man darin im Afghanistankrieg auch in das Gewand der Taliban schlüpfen kann, durch den Sänger von Linkin Park offenbarte eine beklemmende Nähe zwischen Computerspielinszenierung und Videoaufnahmen aus dem Irakkrieg, die Wikileaks Anfang dieses Jahres veröffentlichte, so berichtete Chris Stöck von Spiegel Online ([www.spiegel.de/netzwelt/games/0,1518,713257,00.html](http://www.spiegel.de/netzwelt/games/0,1518,713257,00.html)). „Celebrate the games“ bekommt da dann eher einen schalen Beigeschmack. Und so wäre es wünschenswert, dass auf der gamescom Spiele nicht eben nur einfach glorifiziert und gefeiert werden, sondern auch über die gesellschaftlichen und politischen Implikationen diskutiert wird. Es macht Sinn, dass sich politische Parteien dort präsentieren und ist zu kritisieren, dass die einzigen, die sich dort der Diskussion mit einem Stand stellten, die Jungen Piraten und die Junge Union waren.

#### Päd & Play: Aktionen, Ausstellungen und Prädikate

Es macht auch Sinn, dass sich Institutionen, Projekte und Initiativen der Medienpädagogik und des Jugendschutzes präsentieren. Viele waren dort zu finden: Die Bundeszentrale für politische Bildung, das Jugendforum NRW, Jugend online, die Initiative Creative Gaming, das Institut Spielraum und der Spieleratgeber NRW, das Münchner Netzwerk Inter@ktiv, klicksafe, die Kommission für Jugendmedienschutz, die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle und viele andere mehr. Für sie ist die gamescom auch ein wichtiger bundesweiter ‚Branchentreffpunkt‘ geworden, auf der Kontakte geknüpft, Ideen und Ansätze ausgetauscht und diskutiert und gemeinsame Aktivitäten geplant werden. Einen im wahrsten Sinne des Wortes auch schönen Ansatz präsentierte das Institut für Computerspiel Spawnpoint. Neben einem Workshop wurden die Ergebnisse des Artwork Contest – pic your game life! ([www.artworks-contest.de](http://www.artworks-contest.de)) für Spielerinnen und Spieler gezeigt, in dem eine kreative Auseinandersetzung mit den und dem Computerspielen stattfand und durch den auch die Sichtweisen der daran Teilnehmenden vermittelt wurden. Jugend online mit der Aktion watch your game, der Multimediawettbewerb MB21 und der Handyclipwettbewerb Ohrenblick mal! präsentierten sich passend zur Messe spielerisch, zum einen mit der Schreibbox, in die neben 4.000 Besucherinnen und Besucher auch einige Star Wars Krieger und Nasguls ihren Weg fanden (siehe [www.netzcheckers.de/p1975404185\\_545.html](http://www.netzcheckers.de/p1975404185_545.html)).

Zum anderen mit einer QR-Code Rallye zu Games und Jugendschutz, die mit dem Smartphone gespielt wurde und über mehrere über das Messegelände verteilte Stationen führte. Am Stand der Initiative Creative Gaming konnten etwa Filme mit den Sims 2 gedreht werden (siehe [www.youtube.com/user/InsideCreativeGaming](http://www.youtube.com/user/InsideCreativeGaming)). Auf der gamescom wurde zudem das Gütesiegel pädagogisch wertvoll ([www.games-wertvoll.de](http://www.games-wertvoll.de)) präsentiert. Es soll Konsumentinnen und Konsumenten bei der Auswahl von Videospiele für in erster Linie Sechs- bis Zwölfjährige helfen. Im Gegensatz zur Kennzeichnung durch die USK, die den Schutz der Spielenden vor Schaden im Blick hat, geht es bei dieser Positivprädikatisierung darum, Eltern Hinweise für die Auswahl von Spielen zu geben, die einen pädagogischen Mehrwert bieten. Hersteller können ihre Spiele zur Prüfung einreichen und entsprechend der Prüfkriterien durch ein pädagogisches Gremium Label in den Kategorien soziales Verhalten, Kreativität, Bewegung, Wissensvermittlung, für die Jüngsten, strategisches Denken, Gedächtnistraining, logisches Denken oder Lernprogramm erhalten. Veranstalter ist die HSG Handels-Servicegesellschaft mbH, ideale Träger des Gütesiegels sind das ComputerProjekt Köln e. V. und der Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e. V. (BVS). Eine entsprechende pädagogisch fundierte Orientierungshilfe wäre überaus zu begrüßen und kann für Eltern bei ihrer

Auswahl durchaus nützlich sein, denn oft fehlt im (Medien-) Erziehungsalltag schlichtweg die Zeit, sich fundiert mit Computerspielen zu beschäftigen.

Auf der anderen Seite ist die Bewertung nach kompetenzförderlichen Potenzialen überaus schwierig, weil sie ja nicht nur abhängig vom Produkt, sondern auch von den Spielhandlungen der Spielenden selbst ist. Inwieweit die dann auf dem Produkt notwendigerweise recht reduzierte Darstellung im Stile von „3x pädagogisch wertvoll“ dem Sachverhalt gerecht ist, wird auch die Praxis zeigen. Man darf gespannt sein, wie sich dieses Label entwickeln wird, wie es einerseits von der Spieleindustrie und andererseits von den Käuferinnen und Käufern angenommen wird.

Und was gibt es Neues in der Welt der Spiele?

Zunächst gab es mal viel zu entdecken und schon Bekanntes wieder neu zu entdecken, auszuprobieren oder Einblicke in noch zu erscheinende Titel zu gewinnen. Jede Menge Fortsetzungen oder Add-ons erfolgreicher Spiele, aber auch Neuentwicklungen fanden ihre Fans. Neben den schon genannten World of Warcraft Cataclysm und Call of Duty: Black Ops weitere wie etwa Star Wars: The Old Republic, Guild Wars 2, Diablo III, Mafia II und vieles andere mehr. Die Bereiche Online und Social Gaming, die nicht zuletzt wegen inadäquater Jugendschutzmechanismen, Fragen des Datenschutzes und intransparenter Finanzierungsmodelle eine Herausforderung für die Pädagogik darstellen, fanden auch auf der gamescom ihre Präsentationsfläche. Bigpoints Poisonville, ein 3D-Action Online Rollenspiel, das von der USK mit der Altersfreigabe ab 16 Jahren eingestuft wurde, tritt in die Fußstapfen großer Vorbilder wie Rockstars Grand Theft Auto IV. Der große Trend liegt aber in neuen Steuerungsgeräten. Die von Microsoft für die Xbox 360 entwickelte Hardware Kinect verzichtet komplett auf ein herkömmliches Gamepad zur Steuerung. Spielende können sich so frei vor dem Bildschirm bewegen. Ihre Bewegungen werden gefilmt und als Steuerung der Figur in das Spiel übertragen. So kann man beispielsweise auf dem Crossboard 7 an Wettrennen teilnehmen, mit Michael Jackson – The Game oder bei Kung Fu Live das Bein schwingen.

Bei letzterem wird gleich der komplette Spieler per Kamera in das Spiel übertragen. Auch Sony präsentierte die Playstation Move, einen bewegungsempfindlichen Controller für die Hand, der in seiner Bedienung an die Wii Remote erinnert, allerdings um ein bunt leuchtendes Element an seiner Spitze erweitert ist. Beides ist als Antwort auf die äußerst erfolgreiche Entwicklung und Vermarktung der Wii zu verstehen, die auch in deren Akzeptanz als bewegungsorientiertes Spielgerät für die ganze Familie begründet ist. Ein weiterer Trend sind Spiele in 3D. Auf der IFA in Berlin wurde das für den Bereich Fernsehen und Video überaus deutlich, bei Computerspielen war dies allerdings praktisch noch nicht so recht sichtbar. Nintendo präsentierte etwa seine mobile Spielkonsole 3DS, die ohne Brille funktioniert und neben Spielen auch Filme in 3D darstellen kann. Das Feld bleibt insgesamt dynamisch, im Bereich der Hardwareentwicklung, der Entwicklung der Grafiken und – wenn auch vielleicht nicht ganz so rasant – im Bereich der Entwicklung neuer Spielgeschichten. Dies hier ist selbstverständlich nur ein kleiner Ausschnitt aus den vielen Angeboten, Highlights und Aktionen der Spielemesse.

Es lohnt sich, im nächsten Jahr selbst einen Fuß auf das Gelände zu setzen oder einen Blick in die Fülle von medialen Berichten, Blogbeiträgen oder Tweets zu werfen. Ein Tag auf der gamescom ist anregend und anstrengend zugleich. Fein, dass es da eine ganze Reihe von (auch Open Air) Ablenkungs- und Verköstigungsmöglichkeiten gibt. Ebenso fein, dass man sich an anderer Stelle gleich wieder in die Menschenmassen stürzen und zwischen den Ständen hindurch schlängeln kann, dieses ausprobierend, jenes

beobachtend, ein E-Sport-Match verfolgend und sich wundernd und freuend – über die Computerspiele und auch auf die nächste gamescom vom 17. bis 21. August 2011.