kultur·kompetenz·bildung

KONZEPTION KULTURELLE BILDUNG

März – April 2007 | Regelmäßige Beilage zu politik & kultur | Ausgabe 9

„Was ist das?" Werbung für einen Pong Clone, Interton Video 3000, ca. 1977. Bildnachweis: Scan Jens Brinkmann.

Zensur oder öffentliche Förderung?

Olaf Zimmermann und Gabriele Schulz

Computerspiele in der Diskussion

Im Januar 1775 verbot die Stadt Leipzig die Verbreitung des Buches „Die Leiden des jungen Werther" von Johann Wolfgang Goethe. Die Stadt begründete diesen Schritt damit, dass das Buch eine Empfehlung zum Selbstmord und mitverantwortlich für die steigende Zahl an Selbsttötungen junger Männer sei. Erst im Jahr 1825 wurde in Leipzig das Verbreitungsverbot aufgehoben. Heute gehört das Werk unbestritten zum Kanon deutscher Literatur. Es ist eines der maßgeblichen Werke der deutschen Sturm-und-Drang-Literatur. In einigen Bundesländern gehört es zur Pflichtlektüre im Deutschunterricht. In den Leiden des jungen W. von Ulrich Plenzdorf fand das Werk eine zeitgenössische Verarbeitung.

Kunst ist gefährlich. Wie gefährlich sie ist, hängt von der gesellschaftlichen Bewertung ab. Zu denken ist etwa an Gustave Flauberts Madame Bovary deren Ehebruch mit dem „Lesen von Romanen" begründet wurde, zu denken ist an den Film „Spur der Steine" von Frank Beyer, der in den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts von der DEFA gedreht und dann direkt in deren Archiven verschwand, weil er politisch zu brisant war, zu denken ist an die jeweils zeitabhängige Klassikerrezeption. Georg Ruppelt hat in *politik und kultur* 2/2006 geschildert, wie je nach politischer Lage Schillers Tell von den Nationalsozialisten erst als Pflichtlektüre verbreitet und danach verboten wurde, zu denken ist an die „Feldausgaben" der deutschen Klassiker im ersten Weltkrieg, deren Lektüre den deutschen Soldaten innere Stärke im Kampf gegen den Feind verleihen sollten, zu denken ist... Es ließen sich noch viele weitere Beispiele finden.

Gewalt ist ein zentrales Thema in der Kunst. Angefangen von der Bibel, Homers Ilias, der Orestie des Aischylos, dem Nibelungenlied und vielen anderen Werken der Literatur ist die Auseinandersetzung mit Gewalt ein zentrales Thema in der Literatur, die wir heute zum Kanon zählen. Wer sich einmal durch den zweiten Teil des Nibelungenliedes „gequält" hat, weiß, in welchen glühenden Farben beschrieben werden kann, wie Köpfe abgeschlagen werden, wie das Blut nur so spritzt, wie die gesamte Szenerie sich in ein einziges Blutbad verwandelt. Wie entsetzlich ist es, wenn Medea ihre Kinder schlachtet, nachdem sie von Jason schmählich betrogen wurde. Wie erschütternd in Shakespeares Schauspiel Titus Andronicus, in dem Gewalt, Mord und Vergewaltigung die bestimmenden Themen sind. Gewalt ist genauso ein Thema der Bildenden Kunst und zwar nicht nur in den Darstellungen großer Schlachten. Ein beliebtes Motiv der Barockkunst ist Salome mit dem Haupt Johannes des Täufers auf dem Teller, ein ähnliches Motiv ist Judith mit dem Kopf des Holofernes. Es ist eine Frage, ob diese Darstellungen immer jugendfrei sind.

Was zur Kunst gezählt wird, ist immer ein Aushandlungsprozess, der einem stetigen Wandel unterliegt. Johann Wolfgang von Goethe war in seiner Zeit ein geachteter Autor, wesentlich häufiger wurden allerdings die Stücke von Iffland und Kotzebue gespielt, die heute allenfalls in historischer Perspektive von Interesse sind. Comics zählten noch vor 30 Jahren in Deutschland zur „Schundliteratur", heute werden dem Comic Universitätsseminare gewidmet, der Comiczeichner Hergè wird geehrt und es gibt Ausstellungen zu Comics. In den fünfziger Jahren des letzten Jahrhunderts wurde Popmusik als äußerst jugendgefährdend erachtet und die Jugend sollte vor diesen Auswüchsen speziell den damit verbundenen Tanzsitten bewahrt werden. Im letzten Jahr bewilligte der Deutsche Bundestag eine Million Euro, um damit die „Initiative Musik" auf den Weg bringen, die in Zusammenarbeit mit der deutschen Musikwirtschaft den Musikexport und die Integration über Musik fördern soll. Damit ist gewiss nicht nur die so genannte ernste Musik gemeint, sondern im Gegenteil eher die Popmusik. Diese Beispiele belegen, dass sich die Rezeption von Kunst und Kultur stetig im Wandel befindet.

Genauso wie Popmusik inzwischen allgemein anerkannt ist, werden es in einigen Jahren die Computerspiele sein. Computerspiele werden heute vor allem von jüngeren Menschen gespielt. Wer über 40 Jahre alt ist, hat seine Mediensozialisation mit dem Kassettenrecorder und einem Fernsehprogramm mit zumeist drei zur Auswahl stehenden Programmen erfahren. Der Computer ist ein Arbeitsmittel, welches zwar beherrscht, aber von der Mehrzahl der Nutzerinnen und Nutzer nicht zum Spielen genutzt wird. Wer jünger als 40 ist, hat eine andere Mediensozialisation und spielt mit einer großen Selbstverständlichkeit Computer- und Videospiele. Diese Spiele werden immer anspruchsvoller und interessanter und dieses nicht nur in technischer Hinsicht, sondern vor allem auch in Hinblick auf die ästhetische Gestaltung. Es hat sich längst ein Wechselspiel zwischen Film und Spielen etabliert. Spie-

→ Seite 2

pong.mythos – Bilder einer Ausstellung in Stuttgart

Die Computerspielkultur hat in den letzten Jahren einen sehr hohen Stellenwert erlangt. Dies bezeugen nicht nur der große Erfolg der „Games Convention" auf der Leipziger Messe, sondern auch die wachsenden Umsatzzahlen und damit der steigende Stellenwert innerhalb der Kulturwirtschaft. Grund genug für *politik und kultur* sich dem Thema Computerspiele zu widmen und einmal zu beleuchten, was es mit diesem neuen Kulturmedium tatsächlich auf sich hat. Ein schon zum Mythos gewordenes Computerspiel ist *Pong*, das schwarz-weiße Tennisspiel, das 1972 den Beginn einer neuen Freizeitkultur markierte. Die von Andreas Lange, Direktor des Computerspiele Museums Berlin, kuratierte und von der Kulturstiftung des Bundes geförderte Ausstellung pong.mythos, die Anfang 2006 im Württembergischen Kunstverein in Stuttgart Premiere hatte und bereits auf der Games Convention 2006 und im Museum für Kommunikation Frankfurt/ Main zu sehen war, zeigt über 20 internationale Künstlerinnen und Künstler, die das Spiel *Pong* und dessen Mythos direkt aufgegriffen haben. Besonders der ästhetische Minimalismus, den dieses Spiel ausstrahlt, scheint die Künstlerinnen und Künstler angeregt zu haben. Unsere Bilderreihe zeigt einige Fotos aus dem Ausstellungskatalog, die uns Andreas Lange mit freundlicher Unterstützung zur Verfügung gestellt hat. Zu sehen sind neben einzelnen Kunstwerken, wie die *Pong Clock* der Designer vom Buro Vormkrijgers und *BioPong* von Sebastian Hanig und Gordan Savicic, Werbeplakate aus den 70er Jahren und *Pong*-Spieleautomaten. ■

Fortsetzung von Seite 1

Zensur oder Förderung?

le wie Lara Croft: Tomb Raider werden verfilmt, in manchen Spielen wird der Spieler zum Regisseur und bestimmt, wie die weitere Handlung abläuft.
Die Entwicklung von Computerspielen erfolgt rasant. Über das Spiel „Pong" – heute museumsreif – können junge „Gamer", wie sie genannt werden, nur müde lächeln. Die Anforderungen an die technische Ausstattung wachsen so schnell, dass es finanziell kaum gelingt, die entsprechende Hardware zeitnah zu beschaffen. Dieser dynamische Markt ist ein zunehmend wichtigerer Faktor der gesamten Kultur- und Medienwirtschaft. Anlässlich des informellen EU-Kulturministerratstreffen in Berlin am 12. und 13. Februar dieses Jahres stellten Kulturstaatsminister Bernd Neumann und EU-Kulturkommissar Jan Figel vor, welche wirtschaftliche Bedeutung die Kultur- und Medienwirtschaft in Europa hat. EU-Kulturkommissar Jan Figel sprach davon, dass Europa in der Kultur eine Supermacht ist. Grundlage dieser Aussage ist die im November 2006 erschienene Studie zur Kulturwirtschaft in Europa. In dieser Studie wird zwischen dem kulturellen Sektor und dem kreativen Sektor unterschieden. Dem kulturellen Sektor gehören neben den traditionellen Kunstgattungen Bildende Kunst, Darstellende Kunst sowie dem kulturellen Erbe selbstverständlich auch Film und Video, Fernsehen und Rundfunk, Videospiele, Musik, Bücher und Presse an. Zum kreativen Sektor werden Design, Architektur und Werbung gezählt. Zusammen erzielten der kulturelle und der kreative Sektor in Europa im Jahr 2003 einen Umsatz von über 654 Mrd. Euro, die Autoherstellung hatte einen Umsatz von 271 Mrd. Euro (2001), der Umsatz in der Herstellung von Informations- und Kommunikationstechnologieprodukten lag im Jahr 2003 bei 541 Mrd. Euro. Der Anteil des kulturellen und kreativen Sektors am Bruttoinlandsprodukt betrug im Jahr 2003 2,6%, der Beitrag der Immobilienbranche 2,1%, der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakbranche 1,9%, der Textilindustrie 0,5%, der Chemikalien, Gummi- und Plasteerzeugnisse 2,3%. Der kulturelle und kreative Sektor sind also Europas Wachstumsbranchen. Nicht umsonst hat daher der EU-Kulturministerrat beschlossen, dem Thema stärkere Aufmerksamkeit zu schenken und gegenüber den anderen Fachressorts in der EU die Bedeutung dieser Branchen deutlicher zu machen. Stärker als bisher sollen der kulturelle und kreative Sektor in die Lissabon-Strategie eingebunden werden, die dazu dienen soll, die EU bis 2010 *„zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt zu machen"*. Es soll darauf gedrungen werden, dass in anderen Politikfeldern stärker als bisher die Spezifik dieser Branchen berücksichtigt werden.

Schmuddelkind – trotz großer wirtschaftlicher Bedeutung

Trotz der großen wirtschaftlichen Bedeutung und obwohl in den letzten Jahren Ausbildungsgänge an staatlichen Hochschulen für die Spielebranche eingerichtet wurden, haftet dieser Branche das Image des Schmuddelkinds an. Angefangen davon, dass geklagt wird, dass Kinder und Jugendliche auf Grund zu häufigen Computer- und Videospielens zu keinen anderen Aktivitäten kommen bis hin zur aktuellen Debatte um die so genannten Killerspiele.
Zunächst ist festzustellen, dass das Klagen über Freizeitaktivitäten von Jugendlichen nichts Neues ist. Jede Jugendgeneration macht etwas anderes als ihre Eltern und jede Elterngeneration beklagt in schöner Regelmäßigkeit in Verklärung der eigenen Jugendzeit den Verlust an „ordentlichem" Zeitvertreib bei der Jugend. – Dieses gilt zumindest seit dem Zeitpunkt, seit von einem eigenen Jugendalter ausgegangen werden kann.
Von größerer Bedeutung ist die Debatte um die so genannten Killerspiele. Festzuhalten ist, es gibt solche Shooter-Spiele, deren Spielinhalt es ist, Spielgestalten teilweise bestialisch zu töten. Diese Spiele sind geschmacklos und Schund. Sie sind für Kinder und Jugendliche nicht geeignet. Sie sind für Kinder und Jugendliche aber auch nicht freigegeben. Wer diese Spiele Kindern und Jugendlichen zugänglich macht, macht sich strafbar und muss entsprechend strafrechtlich verfolgt werden.
Wie Filme müssen auch Computerspiele die freiwillige Selbstkontrolle durchlaufen. Laut § 14 Jugendschutzgesetz müssen Filme und Film- und Spielprogramme gekennzeichnet werden. Diese Kennzeichnung erfolgt durch die obersten Landesjugendbehörden, sie können sich dafür aber auch der freiwilligen Selbstkontrolle bedienen.
Laut Jugendschutzgesetz dürfen Computer- und Videospiele nur dann an Kinder und Jugendliche abgegeben werden, wenn sie ein entsprechendes Prüfzeichen der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) haben. Im Beirat der USK sind u.a. die Länder, die Kirchen, Verbände der Spielehersteller, Wissenschaftler und Medienpädagogen vertreten. Die USK nimmt gemäß § 14 Jugendschutzgesetz Kennzeichnungen in fünf Kategorien vor (siehe Kasten). Auf jeder Spieleverpackung und in der Regel auch auf jedem Datenträger befindet sich die Alterskennzeichnung der USK.
Im Jahr 2006 wurden von der USK 2607 Spiele geprüft. Davon wurden 45,7% ohne Altersfreigabe freigegeben, 12,7% ab 6 Jahre, 20,1% ab 12 Jahre, 15,6% ab 16 Jahre, keine Jugendfreigabe erhielten 4,0% und keine Kennzeichnung 1,8%. D.h. der größte Teil der geprüften Spiele (58,4%) erhielt eine Freigabe unterhalb 12 Jahre. Keine Freigabe für Jugendliche bzw. keine Kennzeichnung erhielten lediglich 5,8% der Spiele. D.h. der weitaus größte Teil der Computer- und Videospiele ist für Kinder und Jugendliche unproblematisch und nur ein kleiner Teil auf Grund seiner Gewaltdarstellungen für Kinder und Jugendliche nicht geeignet. Diese Daten sollte sich jeder vor Augen halten, der ein Verbot dieser Spiele fordert. Es handelt sich bei den so genannten Killerspielen um Spiele, die ausschließlich Erwachsenen zugänglich sein sollen und es handelt sich offensichtlich um Spiele, die als nicht so gewalttätig angesehen werden, dass sie gemäß § 131 Strafgesetzbuch verboten werden können. Denn hier steht: *„Wer Schriften (§11 Abs. 3), die grausame oder sonst unmenschliche Gewalttätigkeiten gegen Menschen oder menschenähnliche Wesen in einer Art schildern, die eine Verherrlichung oder Verharmlosung solcher Gewalttätigkeiten ausdrückt oder die das Grausame oder Unmenschliche des Vorgangs in einer die Menschenwürde verletzenden Weise darstellt, 1. verbreitet, 2. öffentlich ausstellt, anschlägt, vorführt oder sonst zugänglich macht, 3. einer Person unter achtzehn Jahren anbietet, überläßt oder zugänglich macht oder 4. herstellt, bezieht, liefert, vorrätig hält, anbietet, ankündigt, anpreist, einzuführen oder auszuführen unternimmt, um sie oder aus ihnen gewonnene Stücke im Sinne der Nummern 1 bis 3 zu verwenden oder einem anderen eine solche Verwendung zu ermöglichen, wird mit einer Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft."* Unter Schriften werden Ton- und Bildträger, Datenspeicher, Abbildungen und andere Darstellungen gefasst.
D.h. sowohl im Strafgesetzbuch als auch im Jugendschutzgesetz finden sich Regelungen, die Kinder und Jugendliche vor solchen Spielen schützen sollen. Dabei gelten zumindest hinsichtlich des Jugendschutzgesetzes die bestehenden

Killerspiele sind kein Masterplan für Amokläufe

gesetzlichen Definitionen des Jugendalters. Mit dem 18. Geburtstag endet das Jugendalter. Junge Erwachsene haben das aktive und passive Wahlrecht. Die jüngste Bundestagsabgeordnete im 16. Deutschen Bundestag wurde am 14.06.1983 geboren, ist also gegenwärtig 23 Jahre alt. Sie entscheidet über den Bundeswehreinsatz im Ausland mit, sie bestimmt über den Bundeshaushalt mit, über die Gesundheitsreform, Verfassungsänderungen und jedes weitere Gesetz. Ginge es nach dem Willen des bayerischen Innenministers Günter Beckstein dürfte sie aber keine so genannten Killerspiele spielen, da er die Altersgruppe der 18- bis 25jährigen für besonders gefährdet hält. Entscheidungen über Bundeswehreinsätze, also implizit auch über den möglichen Tod von Soldaten ja, die Freiheit Killerspiele zu spielen nein.
Dass Killerspiele keine besonders zu fördernde Erscheinung im Medienmarkt sind, darüber lässt sich sicherlich schnell Einigkeit erzielen. Ebenso ist anzunehmen, dass sie anders als Goethes Werther wahrscheinlich ist 250 Jahren noch ebenso wenig zur zu tradierenden Kunst gezählt werden können wie heute. Doch genauso wenig wie Goethes Werther ein Anleitung oder Aufforderung zum Suizid war, sind so genannte Killerspiele ein Masterplan für Amokläufe für Jugendliche. Dass diese Amokläufe grauenvoll sind, dass sie Kindern, Jugendlichen und Eltern entsetzliches Leid zufügen, dass mit pädagogischen Mitteln versucht werden muss, dieses zu verhindern, bedarf keiner Diskussion.
Es wäre aber ein Trugschluss zu meinen, das Verbot von so genannten Killerspielen würde das Problem lösen. Dazu ist das Problem viel zu komplex. Wo soll die Grenze gezogen werden, heute werden Killerspiele verboten und morgen Bücher mit Gewaltdarstellungen, Filme oder Bilder. Die Kunstfreiheit ist ein hohes Gut. Sie gehört zu

Ein Pong Automat von Atari aus dem Jahr 1972. Bildnachweis: John Robertson.

unseren Grundrechten. Die Kunstfreiheit ist nicht an Qualität eines Kunstwerks gebunden und Erwachsene dürfen sich selbstverständlich im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen Geschmacklosigkeiten und Schund ansehen, lesen oder spielen. Kinder und Jugendliche dürfen jedoch zu jugendgefährdenden Medien keinen Zugang haben.
Statt nach Verboten zu rufen, sollten eher, wie von einigen Politikern gefordert, die bestehenden Möglichkeiten zum Schutz von Kindern und Jugendlichen besser ausgeschöpft werden. Und sowohl Bund und Länder hätten die Möglichkeiten, mit einer groß angelegten Kampagne die Medienkompetenz von Kindern zu fördern, über Computer- und Videospiele zu informieren und Preise auszuloben, mit denen besonders empfehlenswerte Spiele ausgezeichnet werden. Warum nicht auch mal einen roten Teppich für Spieleentwickler ausrollen, die besonders interessante Spiele entwickelt haben? Warum soll es nicht eine öffentliche Förderung für die Entwicklung solcher Spiele geben, die weniger marktgängig sind? In anderen Branchen gibt es das doch auch. Der Kassenschlager braucht keine öffentliche Förderung, ebenso wenig wie der bei Bastei-Lübbe oder anderen Verlagen erscheinende Arztroman, der volkstümliche Schlager oder das „Kaufhausbild". Förderung brauchen jene kulturellen Ausdrucksformen, die noch keinen Markt haben, die experimentell sind und eben nicht den breiten Massengeschmack bedienen. Bund und Länder hätten ein breites Betätigungsfeld, gemeinsam Farbe zu bekennen bei diesem Thema und damit sowohl eine Wachstumsbranche zu unterstützen als auch die positive Entwicklung dieses Genres voranzutreiben. Computerspiele brauchen öffentliche Förderung und keine Zensur.

OLAF ZIMMERMANN IST GESCHÄFTSFÜHRER DES DEUTSCHEN KULTURRATES. GABRIELE SCHULZ IST WISSENSCHAFTLICHE MITARBEITERIN DES DEUTSCHEN KULTURRATES. ■

Die fünf Kennzeichnungen der USK

Die Alterseinstufungen der USK finden sich auf jeder Spieleverpackung und in der Regel auf jedem Datenträger. Auch in einem seriösen Online-Shop wird immer auf die USKKennzeichen verwiesen.

Freigegeben ohne Altersbeschränkung gemäß § 14 JuSchG.
Spiele mit diesem Siegel sind aus der Sicht des Jugendschutzes für Kinder jeden Alters unbedenklich. Sie sind aber nicht zwangsläufig schon für jüngere Kinder verständlich oder gar komplex beherrschbar.

Freigegeben ab 6 Jahren gemäß § 14 JuSchG.
Die Spiele wirken abstrakt-symbolisch, comicartig oder in anderer Weise unwirklich. Spielangebote versetzen den Spieler möglicherweise in etwas unheimliche Spielräume oder scheinen durch Aufgabenstellung oder Geschwindigkeit zu belastend für Kinder unter sechs Jahren.

Freigegeben ab 12 Jahren gemäß § 14 JuSchG.
Kampfbetonte Grundmuster in der Lösung von Spielaufgaben. Zum Beispiel setzen die Spielkonzepte auf Technikfaszination (historische Militärgerätschaft oder Science-Fiction-Welt) oder auch auf die Motivation, tapfere Rollen in komplexen Sagen und Mythenwelten zu spielen. Gewalt ist nicht in alltagsrelevante Szenarien eingebunden.

Freigegeben ab 16 Jahren gemäß § 14 JuSchG.
Rasante bewaffnete Action, mitunter gegen menschenähnliche Spielfiguren, sowie Spielkonzepte, die fiktive oder historische kriegerische Auseinandersetzungen atmosphärisch nachvollziehen lassen. Die Inhalte lassen eine bestimmte Reife des sozialen Urteilsvermögens und die Fähigkeit zur kritischen Reflektion der interaktiven Beteiligung am Spiel erforderlich erscheinen.

Keine Jugendfreigabe gemäß § 14 JuSchG.
In allen Spielelementen reine Erwachsenenprodukte. Der Titel darf nur an Erwachsene abgegeben werden. Bei Verstoß drohen Ordnungsstrafen bis 50.000 Euro. Der Inhalt ist geeignet, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen. Voraussetzung für die Kennzeichnung ist, dass §14JuSchG Abs.4 und §15 JuSchG Abs.2 und 3 (»Jugendgefährdung«) nicht erfüllt sind.

Computerspiele und kulturelle Kontrolle

Klaus Spieler

Jugendschutz, Kultur und Kulturwirtschaft am Beispiel einer kulturellen Schlüsseltechnologie

1. Jugendschutz im Medium Computerspiel: Die gesetzlichen Regelungen sind ausreichend, es geht um die „kulturelle Kontrolle“

In der aktuellen Diskussion um Jugendschutz und Computerspiele geht es im Kern um die kulturelle Bewertung des Mediums. Handelt es sich um ein im Wesentlichen sozialschädliches Unterhaltungsmittel, das ähnlich wie Alkohol, Tabak oder Glückspiel aus dem Leben von Kindern und Jugendlichen verbannt werden muss? Oder handelt es sich um eine kulturelle Schlüsseltechnologie, auf die die Gesellschaften des 21. Jahrhunderts ebenso wenig verzichten können wie auf die Schrift- und Lesekultur?

Entsprechend stehen sich zurzeit zwei unterschiedliche Strategien des Jugendschutzes entgegen: Auf der einen Seite die Anhänger von Aufklärungskampagnen über die schädlichen sozialen Auswirkungen und Suchtgefahren sowie einer Verbannung der Bildschirmgeräte aus Kindergärten, Kinderzimmern und Schulen. Auf der anderen Seite steht die Idee einer kulturellen Kontrolle des Mediums, die den gesetzlichen Jugendschutz notwendig ergänzen muss.

Medieninhalte können die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu einer „eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit“ beeinträchtigen oder gefährden. Anderseits ist die Nutzung der interaktiven Medien für diese, sowohl im „Kinder- und Jugendhilfegesetz“ (KJHG) als auch im „Jugendschutzgesetz“ (JuschG) angestrebte Entwicklung erwünscht. Wir würden unsere Kinder im globalen Wettbewerb benachteiligen, wenn wir den Forderungen folgten, Jugendmedienschutz mit dem herausgezogenen Stecker zu praktizieren. Jugendmedienschutz unterstützt die Bildung und Entwicklung der Heranwachsenden. Durch seine Alterskennzeichen setzt er Grenzen und Orientierungspunke, deren Einhaltung ausschließen sollte, dass Inhalte der Entwicklung abträglich sein können. Jugendgefährdende Medien werden in die Liste der „Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien“ (BPjM) eingetragen. Das bedeutet, dass diese Medien in der Öffentlichkeit für Kinder und Jugendliche „unsichtbar“ sein müssen. Die Abgabe indizierter Medien an Kinder und Jugendliche ist eine Strafftat.

Die Gremien der „Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft“ (FSK) und der „Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle“ (USK) geben der Alterskennzeichnung durch die Jugendministerien der Länder die Entscheidungsgrundlage. Sie müssen ihre gutachterlichen Empfehlungen nicht unbedingt durch pädagogische und entwicklungspsychologische Einsichten sowie durch Ergebnisse der Wirkungsforschung legitimieren. Das gilt ebenso für die Gremien der BPjM. Denn eigentlich leisten sie eine kulturelle Grenzziehung, die sich vor allem auf den gesellschaftlichen Diskurs über Werte stützt. Daher ist der gesetzliche Jugendschutz in Deutschland geprägt von einem korporatistischen Modell, in dem Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammen – und nicht gegeneinander wirken. Die Gremien dieser Einrichtungen repräsentieren auch die Zivilgesellschaft. Das versetzt sie in die Lage, sich am gesellschaftlichen Diskurs über das Schützenswerte zu beteiligen und den Konsens mit dem Wertebewusstsein der Gesellschaft zu suchen.

Der gesetzliche Jugendmedienschutz in Deutschland verfügt im öffentlichen Raum über ausreichende Rechtsmittel, um Kinder und Jugendliche vor Beeinträchtigungen (Altersfreigaben) und Gefährdungen (Listen der BPjM) zu schützen. Darüber hinaus bietet das Strafgesetz die Möglichkeit, Inhalte, die weder Minderjährigen noch Erwachsenen zugemutet werden sollen, zu sanktionieren. Der § 131 schützt allerdings nicht allgemein vor Gewalt-Darstellungen. Er schützt ein Verfassungsgut, die Menschenwürde, und bestraft deren Verletzung. (Der private Besitz von Mediendarstellungen ist derzeit nur im Bereich der Kinderpornografie strafbar, vor allem weil die Darstellung hier unmittelbar mit Straftaten gegen Menschen verbunden ist.). Ein darüber hinausgehender Zugang zum privaten Raum wäre an Eingriffe in grundlegende Verfassungsgüter, nicht nur in die Kunstfreiheit, sondern auch in Elternrechte gebunden. Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Beschluss vom 27.11.1990 (AZ.: 1 BvR 402/87 – Josefine Mutzenbacher) deutlich gemacht, dass immer im konkreten Einzelfall zwischen diesen unterschiedlichen Gütern abzuwägen ist.

Deutschland verfügt schon jetzt über den verbindlichsten und wirksamsten Jugendschutz unter den demokratischen Rechtsstaaten der Welt. Das heißt aber auch, dass mehr Schutz für Kinder und Jugendliche nur durch die stärkere Entfaltung der kulturellen Kontrolle gewährleistet werden kann: Eltern müssen ihre Verantwortung für die Medienerziehung ihrer Kinder deutlicher erkennen, so wie sie diese beispielsweise bei der Verkehrserziehung auch mehrheitlich wahrnehmen. Erzieher/innen in den Kindertagesstätten und Lehrer/innen in den Bildungseinrichtungen müssen befähigt werden, die Potentiale des Mediums in ihrer pädagogischen Arbeit aufzugreifen. Damit können sie auch Ansprechpartner für die Eltern und älteren Geschwister in Fragen der positiven und beeinträchtigenden Wirkungen des Mediums sein. Die Massenmedien sollten die Entwicklung von Kompetenzen stärker unterstützen. Sie könnten hier eine ähnliche Rolle spielen wie bei der Gestaltung „kultureller Kontrolle“ gegenüber Literatur, Film und den anderen Künsten. Wenn wir uns Sorgen darüber machen, dass unsere Kinder Medien „lesen“, die wir nicht verstehen, müssen wir uns alphabetisieren.

Die Entwicklung der „kulturellen Kontrolle“ über ein neues Medium bedeutet auch, dass Gesellschaften lernen, ihre zivilisatorischen Standards gegenüber dem geltend zu machen, was das Medium kann. Es kann immer mehr, als die Gesellschaft sich zumuten lassen möchte. Wir beobachten das an der Kulturgeschichte der Bücher, der Fotografie und des Films. Im Allgemeinen ist die Integration eines Mediums in die Institutionen der Kultur und Bildung ein Indikator für diese gelungene Kontrolle.

Die Diskussion zum Verhältnis der ethischen und kulturellen Werte einer Gesellschaft und den Darstellungen, die der interaktiv Spielende hervorbringt, ist nicht auf Deutschland beschränkt. Unsere deutsche Gesellschaft ist allerdings besonders sensibilisiert gegenüber den Darstellungen von Krieg und Gewalt sowie dem Umgang mit dem Gut Menschenwürde. Und es ist richtig zu fragen, ob die kulturelle Kraft des Mediums Computerspiel neue Herausforderungen für den Schutz vor ethischer Desorientierung stellt. Der Spielende, der seine Spielfigur steuert, ist an deren Handlungen beteiligt. Er leiht ihr seine „Seele“ und muss in vielen neuen Spielen mit ihren verzweigten Handlungsmöglichkeiten entscheiden, was gut oder böse ist. Hier liegt die Verantwortung der Erziehenden, Überforderungen der Seele ebenso wie den Beschädigungen durch die mögliche Lust am Bösen entgegenzutreten.

Dass wir Deutschen dies so ernst nehmen, könnte im Bereich der Computerspiele ein Wettbewerbsvorteil sein, denn dieses Medium weitet sich global vom Medium der jungen Männer zum Medium der ganzen Gesellschaft aus. Wenn es daher neue gesellschaftliche Akzeptanz finden soll, muss es sich weiter zivilisieren. Die USK, die in Deutschland für die Verbindung von wirksamen Jugendschutz und Respekt vor einem kulturellen Medium steht, könnte dabei eine Rolle spielen. Mit den beim Träger der USK, dem Förderverein für Jugend und Sozialarbeit e.V. (fjs) aufgebauten Beständen des Computerspielmuseums Berlin sowie dem Softwarearchiv verfügt Deutschland über die größten europäischen Sammlungen von Hard- und Software. Die ebenfalls im fjs entwickelte Datenbank www.zavatar.de stellt nicht nur ein Instrument des Jugendschutzes dar. Sie ermöglicht etwas, das es in vergleichbarer Weise nur im Buchhandel gibt, die inhaltliche Identifizierung von Medien aus den Bereichen des Entertainment und Edutainment.

2. Computerspiele sind weit mehr als ein Unterhaltungsmittel

Sie sind der entscheidende Motor für die Entwicklung der Computer- und Konsolenhardware gewesen und werden das bleiben. Das Kapital und das know how für die Entwicklung immer leistungsfähigerer Hardware wurden im Wesentlichen über die Vermarktung als „Spielmaschinen“ aufgebracht. Sie simulieren den beruflichen Arbeitsplatz der Informationsgesellschaft. Spielend erlernen junge Menschen den Umgang mit der Maus, mit Computer- und Kommunikationstechnologien. Aber darüber hinaus erlernen sie auch neuartige Formen der Wahrnehmung komplexer Zusammenhänge, schnelle strategische Entscheidungen, diszipliniertes und konzentriertes Tätigsein und Teamfähigkeit. Die Basistechnologien der Computerspiele sind der Schlüssel für die digitale Welt von morgen. Die Engines der Spiele werden Bildungsprozesse vereinfachen und verstärken. Spiele sind ein ideales Medium für das lebenslange Lernen, weil sie im Unterschied zu den herkömmlichen Selbstlerntechnologien wesentlich stärkere Motivierungsmittel einsetzen können. Ein neuer Trend zeigt sich u.a. in dem Spiel „The Movies“ von Peter Molyneux. Der Spielende steuert ein Filmstudio und produziert dabei Filme. Er verfügt dabei über ein intuitives Interface, das die Filmproduktion wesentlich leichter macht als die handelsüblichen „Movie-Maker“ – Programme. Hier zeigt sich, dass Spieloberflächen komplexe Steuerungsprozesse einfacher und nutzerfreundlicher zugänglich machen können.

Computerspiele erbringen weltweit mehr Umsatz als der Film in den Kinos. Die Branche gehört zu den wenigen Branchen mit erwartbaren jährlichen Umsatzerhöhungen. Bei ca. 90 % des Umsatzes mit Computerspielen in Deutschland sind aber einheimische Entwickler und Publisher derzeit nicht an der Wertschöpfung beteiligt. Die Stärke der deutschen Entwickler liegt vor allem im Genre der Strategiespiele (Siedler „X“, anno „X“) in denen der Spieler komplexe Wirtschaftssimulationen steuert. Eine Ausnahme in mehrfacher Hinsicht stellt das Ego-shooter-Spiel Far Cry (2004) dar, das nicht nur an die Spitze der globalen Charts gelangte, sondern durch seine Physik-Engine und den Sandbox–Editor auch eine technologische Innovation darstellte. Dieses Spiel wurde in der Originalversion indiziert. Unter den Preisträgern des Deutschen Entwicklerpreises 2006 war kein gewaltbetontes Spiel. Wir sind aber in dieser neuen Kulturtechnik eher ein Entwicklungsland als ein Entwicklerland. Deutschlands Platz in der „Gutenberg – Galaxis“ war dadurch definiert, dass sich in Wittenberg und Umgebung die besten Buchdruckereien der Welt befanden. Wie stünde es in diesem Vergleich um Deutschlands Platz in der Informationsgesellschaft? Dieser Rückstand stellt in mehrfacher Hinsicht ein Problem für unsere Zukunft dar, auch für den Jugendschutz in Deutschland. Allein schon in Europa zeigt ein Vergleich der Werte, die durch den Jugendschutz geschützt werden sollen, dass Jugendschutz nationalkulturell verankert ist: Kartenspiele, grobe Worte, sexuelle Bezüge, Gewalt und Kriegsverherrlichung werden sehr unterschiedlich behandelt. Ein Land ohne größere eigene Potentiale zur Spieleentwicklung ist nicht ausreichend in der Lage, seine kulturelle Eigenständigkeit auch im Sinne des spezifisch „Schutzwürdigen“ zu behaupten. Das sollte nicht nur die Jugendschützer besorgt machen.

DER VERFASSER IST GESCHÄFTSFÜHRER DER UNTERHALTUNGSSOFTWARE SELBSTKONTROLLE (USK) ■

Pong Automat in einer klassischen amerikanischen Spielhalle, 1973. Bildnachweis: SS Billiards.

Exotische Welten, direkt vor der Haustür

Birgit Wolf

Elektronische Spiele – ein Einordnungsversuch

Experimenteller Tanz, zeitgenössische Musik, expressive Lyrik, aktuelle Kunst, provokante Filme, all' das gehört zu meinem Leben. All' dies gehört zum klassischen Bildungskanon. Ebenso selbstredend reise ich in die Welt. In entfernten Ländern begegne ich offen und voller Neugierde fremden Sprachen, unbekannten Kulturen, andersartigen Künsten. Und daheim, hier gleich nebenan bei meinen Kindern und deren Freunden oder bei meinem Nachbar, existiert eine Welt, zu der mir (noch) der selbstverständliche Zugang fehlt: Die Welt der elektronischen Spiele.

Elektronische Spiele – was ist das für ein Phänomen, das sich in den vergangenen Jahren rasant zu einer (Jugend)Kultur entwickelte? Bei „Dark Age of Camelot – Labyrinth of the Minoraur" oder „World of Warcraft" bekommen Teenies leuchtende Augen, sitzen stundenlang fasziniert vor dem Computer, wo sie sich sonst zu so wenig zu begeistern scheinen, oder geben Konfirmanden ihr Geld für eine PlayStation aus und selbst Mitt-dreißiger schwärmen.
Es scheint einen Riss durch die Gesellschaft zu geben: Zwischen denjenigen, die vor der Generation Gameboy und denjenigen, die mit dem Gameboy und seinen unzähligen, sich ständig weiterentwickelnden Nachfolgern am Computer, aufgewachsen sind. Diese Generation hat selbstredend den Umgang mit der Technik und seinen Möglichkeiten gelernt. Für das Gros der Gesellschaft sind diese Medien jedoch verschlüsselt und deren Schlüssel scheint schwer auffindbar zu sein. Voraussetzung dafür ist nicht nur die Ausstattung mit der notwendigen Technik und die mühsame Aneignung in der Anwendung, um diese zu beherrschen. Dazu hat sich noch eine eigene Sprache - nicht nur Englisch, die die Spieler weltumgreifend verbindet – sondern eine eigene Symbol- und Zeichenwelt entwickelt, die nach eigenen Gesetzen funktioniert. Das führt zum paradoxen Schluss, dass unsere Kinder in dieser Beziehung gewandeter sind als wir, die Generation vor dem Gameboy. Wir lernen von unseren Kindern, wo es doch sonst meist umgekehrt ist. Außerhalb der Kultur mit ihren Förderprogrammen entwickelte sich eine Kultur, die selbstverständlich zur jungen Generation gehört. Und selbst die Macher reflektieren selten, inwieweit sie die Alltagskultur einer Generation verändert haben und bestimmen.
Wachgerüttelt wurde ich 2006 auf der Leipziger Games Convention, DER Messe für elektronische Spiele in Deutschland. Zwischen den Ständen schoben sich tausende Besucher – zu 80 % Jungen und junge Männer im Alter zwischen 16 und 25 Jahren. Trotz des Verhängnis', wegen des Ansturms nicht an die gewünschten Stände und somit zum Test der aktuellsten Spiele zu kommen, begegnete mir eine vergnügte, zufriedene Schar junger Leute. Sie spürten Gemeinschaft, sahen ihre Stars der Szene, die Redakteure der Spielezeitschriften, konnten sich über Trends und Aktuelles informieren. Selten sah ich Besucher über 30, selten junge Frauen. Als Mutter mit Tochter zählten wir zur Ausnahme. Was ich da erlebte, änderte meinen Blick.
Die Games Convention entwickelte sich im 5. Jahr ihres Bestehens zum Highlight der Leipziger Messe. 180.000 Besucher zählte diese 2006 an vier Messetagen und übertraf somit die Besucherzahl der Automesse, sonst der Deutschen liebstes Kind.
In den anschließenden Gesprächen begegnete ich immer wieder dem eingangs beschriebenen Riss durch die Gesellschaft. Für die Jugendlichen gehören Computerspiele selbstredend zum Alltag, zu ihrer Alltagskultur. Die von der Politik in Bezug auf Killerspiele beschriene Gefahr oder die von Kritikern beschriebene Vereinzelung war nicht spürbar. Ganz anders reagierte meine Generation plus. Da tönten mir die aus den Medien bekannten Töne entgegen, da war die Games Convention purer Kommerz. Doch schreckt man nicht vor dem großen Unbekannten zurück?
Transformiere ich die Games Convention auf die in Leipzig jährliche stattfindende Buchmesse, werden die Parallelen deutlich. Zur Buchmesse pilgern tausende von Leselustigen, um die neusten Publikationen ihrer Autoren, Bildbände mit einladenden Motiven oder graphische Kostbarkeiten, in den Händen zu halten, „ihre" Autoren zu sehen, zu hören, zu erleben. Sie sind fasziniert von der Schar der Gleichgesonnenen, Bibliophilen, Intellektuellen. Buch ist ein Kulturgut, Literatur ist Kunst und Buchgestalter Künstler. Somit sind Verlage Vermittler, Autoren das Gewissen der Gesellschaft und die Besucher Liebhaber. Von Kommerz ist kaum die Rede, eher von Lesungen, Literaturförderung, Vielfalt, Literatur als Vermittler zwischen den Nationen und Kulturen oder Urheberrecht.
Was unterscheidet die Literatur von den elektronischen Spielen? Auf den ersten Blick vielleicht viel, doch auf den zweiten Blick nichts, nur das Medium. Auch Bücher liest man allein. Bücher eröffnen Welten, wecken Phantasien, bilden. Der Autor versetzt den Leser in eine Welt der Worte. Jeder Leser entschlüsselt sein ureigenstes Bild, Bilderfolge, Phantasiewelt. Dafür recherchiert der

Channel F in deutscher Version als Saba Videoplay. Foto: Michael Panckow ©: Computerspiele Museum Berlin

Autor und versucht seine Gedanken in (s)einen Bilder- und Wörterkosmos zu verwandeln.
Und Computerspiele? Bei CivCity Rom beispielsweise taucht der Spieler in das antike Rom ein. Er begibt sich in die Zeit vor 2000 Jahren und kann Rom erbauen, die Geschicke der Stadt lenken und nebenbei erhält er Informationen und Einblicke in den römischen Alltag und Handel. Für den Autor, die Autoren heißt das, recherchieren und inszenieren. Neben den historischen Fakten werden Details zum Alltagsleben, zur Architektur, Kultur und Künsten, zur Kleidung etc. in Bilder und Szene(n) gesetzt und vermittelt. Bildwelten entstehen auf dem Bildschirm. Sind diese Macher Künstler? Was lernen Kinder und Jugendliche, wenn sie dieses Spiel spielen? An Informationen vergleichbar viel wie beim Lesen eines entsprechenden Buches. Vielleicht gar etwas mehr. Denn sie sind nicht nur Rezipient oder „Konsument", sondern sie können selber aktiv werden. Sie verfolgen entsprechend ihrer Intention ihrem Wissensgebiet. Sie lernen spielerisch. Es gibt sie – die Kriegs-, Killer-, Actionspiele ebenso wie es die Krimis, Thriller, Kriegs- und Horrorbücher gibt. Doch wie beim Lesen kommt es auch bei Computerspielen auf die Dosis UND das soziale Umfeld an.
Die Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (BKJ) e.V. initiierte und entwickelte den Kompetenznachweis Kultur (KNK). Dieser Kompetenznachweis Kultur, ein Bildungspass für Jugendliche, zeigt diesen ihre Stärken auf. Er beschreibt Schlüsselkompetenzen, die Jugendliche in der kulturellen Bildung erwerben. Bildung bedeutet nicht nur Wissen, sondern heißt auch das Bewusstsein über die eigenen Stärken und das Vertrauen in die eigene Kraft zu haben, Verantwortung für sich und andere zu übernehmen. Derzeit existiert noch kein Tableau zu elektronischen- bzw. Computerspielen. Würde man es entwickeln, so könnte man Selbst-, Sozial- und Kulturelle Kompetenzen, bei Kreativspielen wie zum Beispiel Musiklernprogramme oder -spiele auch künstlerische Kompetenzen zuschreiben. Flexibilität, Übersetzungs-, Konflikt- und Entscheidungsfähigkeit sind beim Spieler genau so gefragt wie Durchhaltevermögen, Empathie, Offenheit, Nachahmung, Phantasie, Spiel-, Lern-, Problemlöse- und Reflexionsfähigkeit.
Deutschland Weltmeister? Deutsche Computerspieler sind Weltmeister. Dennis Schellhase holte bei der World Cyber Games 2006 den Titel für FIFA Soccer und ist somit FIFA Cyber-Game-Weltmeister. Kurioser Weise sehen sich Computerspieler dem Sport verwandter als der Kultur. Sie nennen es eSport. Schach gehört auch zum Sport. Indes gibt es weltweit professionelle Spieler, die ihren Lebensunterhalt durch Wettkämpfe bestreiten. Sind sie Sportler oder Lebenskünstler?
Die Szene der Spieleentwickler, Gamesdesigner, Tongestalter, Publisher und Computerspieler ist jung. Aus eigenem Antrieb oder Passion entwickelten sie eine spielerisch neue Lebenswelt. Die Frage der Verortung eröffnet sich ebenso wie die Frage der Öffnung für die Generation vor dem Gameboy. Die neuen elektronischen Spiele treten mehr und mehr aus ihrem Zirkel heraus und werden unser Kulturleben in einem noch unbekannten Ausmaß mitbestimmen.
Indes mache ich mich auf – auf zu neuen Spielen. Generationsübergreifend auf andere Weise. Und es bereichert. Also, Avanti populo!

Blip ist der Versuch des Spielzeugherstellers Tomy mit einer mechanischen Taschenspielumsetzung von Pong den Boom der Heimvideospiele-Konsolen zu nutzen. Bildnachweis: Scan Jens Brinkmann.

DIE VERFASSERIN IST MUSEOLOGIN SOWIE BILDUNGSREFERENTIN BEI DER LANDESVEREINIGUNG KULTURELLE KINDER- UND JUGENDBILDUNG (LKJ) SACHSEN E.V. ■

Die Gamer Generation

Josef Rahmen

Zur heimlichen Kulturrevolution im Kinderzimmer

In den vergangenen Jahrzehnten haben Computer- und Videospiele eine heimliche Kulturrevolution ausgelöst. Ende der 50-er Jahre als launiger Zeitvertreib von Programmierern und Wissenschaftlern entstanden, eroberten sie die Kinderzimmer. Der spielerische Zugang zur Technik beschleunigte den Siegeszug der Computer, trieb die Digitalisierung des gesamten Lebens voran. Pac-Man, Super Mario, Donkey Kong oder Lara Croft zählen zu den Ikonen dieser Medienwelt, die erst am Anfang steht. Europas führende Computerspielemesse GC in Leipzig zeigt, wohin sich die Spielwelten entwickeln.

Das Odyssee aus dem Jahr 1972, hergestellt von dem Unterhaltungselektronikhersteller Magnavox, ist die erste Heimvideospiel-Konosole.
Foto: Scan Computerspiele Museum Berlin.

Bereits vor rund sieben Jahren erkannte die Leipziger Messe das Potenzial einer Milliardenindustrie, die zum Sprung in die Massenunterhaltung ansetzte. Als die erste Games Convention im August 2002 ihre Pforten öffnete, entsprachen die 80.000 Besucher noch weitgehend dem Klischee des Computerspielers: Die meisten waren männliche Teenager. Doch inzwischen steht in jedem dritten deutschen Haushalt eine Spielkonsole und in jedem zweiten ein PC, fast ein Drittel der Deutschen spielt bereits Digitalspiele. Es sind längst nicht mehr nur die Jungen und ganz jungen, die dem Reiz der Computer- und Videospiele erlegen sind. Eine große Zahl der „Gamer" gehört heute zu den älteren Semestern. Schon, weil die erste Spielergeneration mit ihren Spielen erwachsen geworden ist. Nicht zuletzt ist die explodierende Besucherzahl der GC Indikator dafür, dass Spiele eine immer breitere Zielgruppe erreichen: Schon 2004 überschritt sie die 100.000-er Grenze, 134.000 Spielbegeisterte kamen 2005 nach Leipzig und im vergangenen Jahr erreichte die GC einen Rekord von 183.000 Besuchern. Dass auch der Altersdurchschnitt steigt, erbrachten Umfragen des IM Instituts für Marktforschung: 2006 waren 42 Prozent der GC-Besucher älter als 20 Jahre, im Jahr davor traf dies auf nur 36 Prozent zu.

Die Freizeitspieler erobern den Markt

Das Klischee vom pickeligen, stundenlang einsam vor der Mattscheibe hockenden jungen Mann ist definitiv von Gestern – wenn es denn jemals gestimmt haben sollte. Mit 54 Prozent gehören mehr als die Hälfte der deutschen Spieler ab 14 Jahre zur Gruppe der gelegentlichen „Freizeitspieler", heißt es in der Studie „Spielplatz Deutschland" der Agentur Jung von Matt, des GEE Magazins und des Spieleherstellers Electronic Arts. Der Altersdurchschnitt liegt mit 44 Jahren erstaunlich hoch, das Verhältnis von Männern und Frauen ist ausgewogen. Der Freizeitspieler greift vor allem zu Renn- und Sporttiteln, zu Fun- oder Geschicklichkeitsspielen, weil er für komplexe Spielszenarien einfach keine Zeit hat. Er möchte vor allem schnellen Spaß, Entspannung und Zeitvertreib. Dauerspieler – so genannte Zocker – stellen dagegen mit fünf Prozent nur eine Randgruppe dar.

Wie sich die Zielgruppen verschieben, zeigt sich auch an zwei gegenläufigen Trends, die in den vergangenen Jahren auf der GC zu beobachten waren: Auf der einen Seite entwickeln Spieleprogrammierer Paralleluniversen, schaffen eindrucksvolle, hyperrealistische Grafik und aufwändiges Spieldesign. Auf der anderen Seite erleben die einfachen Spiele „für zwischendurch" wie Backgammon, Solitär oder die Klassiker der 70er und 80er Jahre wie „Tetris" ein Revival. Neben Nostalgikern möchte die Industrie ältere Spielanfänger und weibliche Gelegenheitsspieler gewinnen, die sich zum Beispiel einst vom „Moorhuhn" verzaubern ließen.

Die Tür zu einer neuen Kultur

Doch „Vorreiter" der älteren Generation der GC-Besucher waren Eltern und Pädagogen, die gemeinsam mit ihren computerspielbesessenen Teenagern auf die GC kamen. Sie wollten erfahren, wie diese neue Spielkultur aussieht – und was ihre Kinder daran reizt, sich stundenlang hinter Monitoren zu verschanzen. Doch bis heute haben viele Eltern und Lehrer nicht wirklich durchschaut, was die Kinder eigentlich spielen und fürchten, sich mit „peinlichen" Fragen zu blamieren. Um Älteren die Tür zum Verständnis digitaler Spielkultur zu öffnen, startete 2003 der Bereich GC family, betreut vom Fachbereich Medienpädagogik der Universität Leipzig: Hier probieren Eltern, Großeltern und Lehrer im „geschützten" Umfeld ungestört neue Spiele, informieren sich über Genres und Jugendschutz oder üben sich im Wettkampf mit ihren Kindern. Die Begeisterung an der Eroberung der digitalen Welt ist dabei auf so manchen Erwachsenen übergesprungen.

Das wachsende Angebot an „Edutainment-Programmen", also Software zum spielerischen Lernen, zog auch immer jüngere Kinder in Begleitung ihrer Eltern oder Erzieher an – im vergangenen Jahr vor allem Grundschüler und Kindergartenkinder. Denn für die Generation der heute 6 bis 13-Jährigen ist der Zugang zu digitalen Spielen bereits selbstverständlich, laut KIM-Studie 2005 des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest besitzen zum Beispiel 44 Prozent dieser Gruppe einen Gameboy, 35 Prozent eine eigene Spielkonsole.

Mit der GC family hat die Leipziger Messe der Spieleindustrie geholfen, das Image von Computer- und Videospielen zu verbessern und Digitalspiele auch als Lernmedien zu begreifen. Damit hat die GC einen Trend zum neuen Verständnis von Computerspielen aufgegriffen, der auch international zu beobachten ist: Wer mit Computer- und Videospielen aufwächst, sei sozialer, entwickle ein größeres Verständnis für strategisches Denken sowie Managementfähigkeiten, schreiben zum Beispiel die US-Autoren Mitchell Wade und John C. Beck in „The Kids Are Alright: How the Gamer Generation is Changing the Workplace". Gamer seien kreativer, ließen sich von Fehlern nicht so schnell entmutigen und betrachteten Rückschläge als Chance, es noch einmal zu versuchen. Sie seien flexibler bei Veränderungen und entwickelten bessere Fähigkeiten, Probleme zu lösen. Wer in Leipzig einmal beobachtet hat, wie konzentriert selbst kleine Kinder im Computerspiel Aufgaben lösen, ihre Helden mit Tastatur und Maus begeistert zum Ziel führen, ist geneigt, dem zuzustimmen.

Nicht isoliert und unbeweglich

Spiel ist nur ein Teil des Gamer-Lebens, das zeigen die auf der GC von Jahr zu Jahr wachsenden Unterhaltungs- und Sportangebote: Andrang herrscht bei Auftritten von Popstars oder Bühnenshows wie The Dome, genauso wie beim bewegungsintensiveren Fun-Sport von Beach Volleyball bis Skateboard oder Kartrennen. Der Trend zum „verspielten" Unterhaltungserlebnis setzt sich auch auf der Ausstellungsfläche der GC fort, die sich zwischen 2002 und 2006 von 30.000 auf 90.000 Quadratmeter verdreifachte: Die Hersteller statten ihre Stände zu Showarenen aus – mit Riesenbildschirmen in kinoähnlichem Ambiente und Entspannungsoasen zum Zusammensitzen und -spielen. Denn auch wer viel spielt, spielt nicht allein: Die Gamer treffen sich in „Clans" genannten e-Sport-Vereinen und tragen Wettkämpfe aus. Allein in der Electronic Sports League ESL sind fast 270.000 Teams registriert. Sogar die Anerkennung als olympische Disziplin streben die e-Sportler an.

Und selbst wer allein vor Computer oder Konsole sitzt, trifft sich vielleicht online mit Freunden und Fremden zum Spielen. Das Spiel „World Of Warcraft" zum Beispiel vernetzt acht Millionen zahlende Abonnenten weltweit, die durch die Phantasiewelt von Azeroth streifen. Die drei Millionen „Bewohner" der Onlinewelt „Second Life" schaffen sich eine Umwelt nach ihren Wünschen und wandeln als Monster oder Superfrau durch 3D-Gefilde. Sie „vermieten" Phantasie-Immobilien, können aber virtuelles Land für harte Währung „kaufen".

Lange Verabredungen sind nicht nötig, um im Internet Spielpartner zu treffen. Eine schnelle Runde „Formel 1", eine Partie Poker – Gelegenheitsspieler vom Manager bis zur Sekretärin, die sich im realen Leben vielleicht nie begegnen würden, kommen völlig unkompliziert zum Spielen im Netz zusammen. Neue Eingabemöglichkeiten ersetzen die Tastatur und begeistern Party- oder Geselligkeitsspieler: Die Spieler beeinflussen das Geschehen auf dem Monitor mit ihren Bewegungen, schwingen ihr Eingabegerät wie einen Golfschläger, ein Tennis-Racket oder eine Bowlingkugel.

Neue Zielgruppe: Mädchen und Senioren

Pinkfarbene Konsolen für junge Mädchen, ältere Herrschaften, die sich Wettbewerbe beim „Gehirnjogging" mit elektronischem Spielgerät lieferten: Bei welchen Zielgruppen sich die Spieleindustrie in den nächsten Jahren besonders große Zuwächse erhofft, ließ sich auf der GC 2006 gut beobachten. Denn bisher sind Frauen und junge Mädchen mit 25 Prozent in der Gamergemeinde unterrepräsentiert. Die „Silver Gamer" oder „Grey Gamer" genannten Senioren wiederum haben oft Scheu vor der Technik und sind mit komplexen Spieldesigns meist nicht zu erreichen. Mit Gehirntraining und kleinen „Casual Games" umwarb die Spielewirtschaft auf der GC 2006 deshalb die Neueinsteiger aus der Seniorengeneration. Spiele, die nicht vordergründig auf Macht und Auseinandersetzung zielen, sondern Kommunikation, Kreativität, Emotion und soziale Interaktion fordern, sollten vor allem Frauen und Mädchen begeistern. Erfolgreich, denn der Anteil weiblicher GC-Besucher stieg 2006 auf 17 Prozent – vier Prozent mehr als im Jahr zuvor.

Große Hoffnung setzt die Industrie ebenfalls auf den schnell wachsenden Sektor der mobilen Spiele. Rund zehn Prozent der Handybesitzer spielen, Marktbeobachter rechnen mit einem Zuwachs auf 20 bis 25 Prozent. Und im Gegensatz zu PC oder Konsole sind die Hälfte der Mobilspieler Frauen.

Vom Turnschuh zum Anzug – Imagewandel der Spieleindustrie

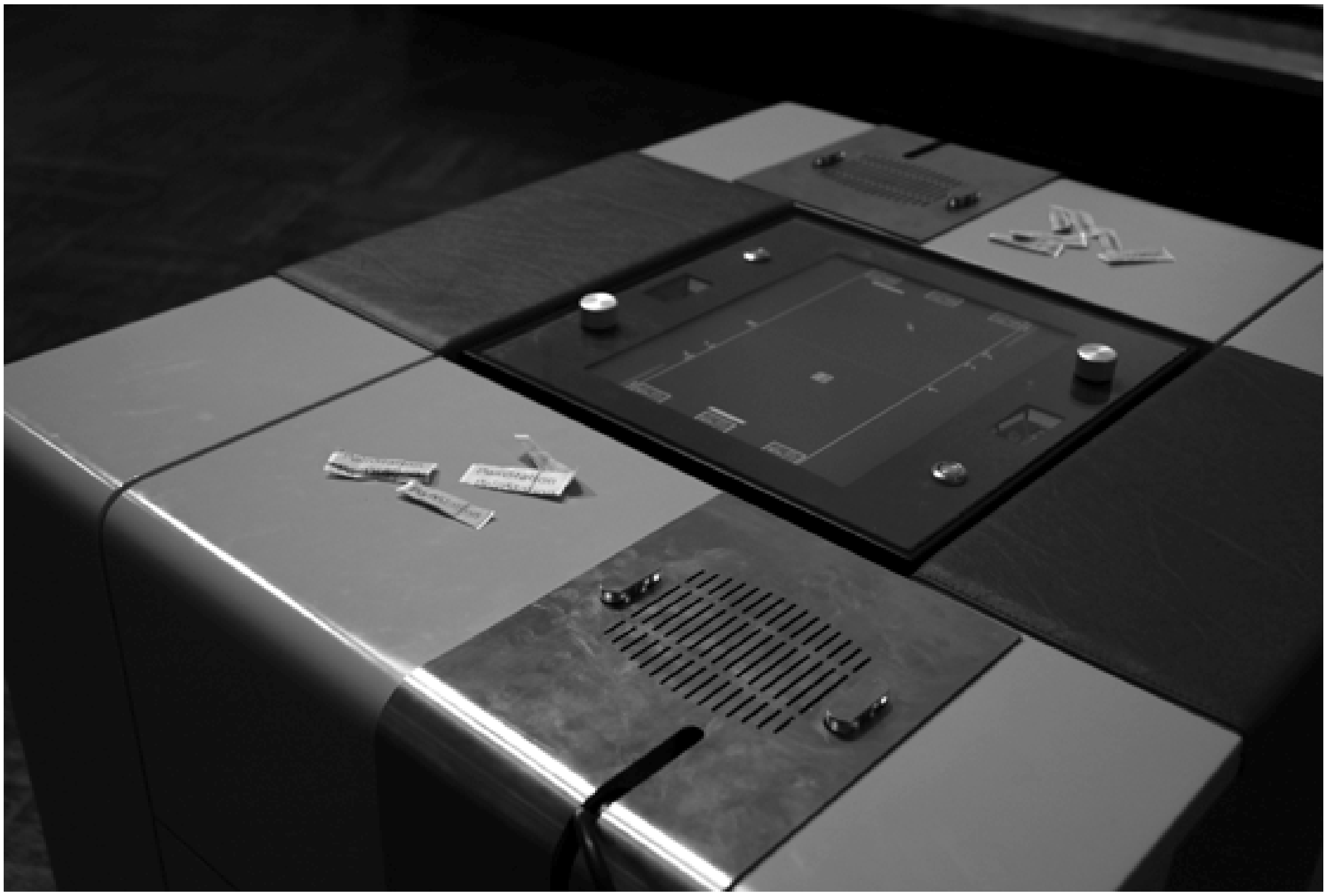
Nicht nur die Zielgruppen haben sich erweitert, auch die Computerspieleindustrie selbst hat sich in den letzten Jahren verändert. Aus einer T-Shirt- und Turnschuhbranche entwickelte sich eine Milliardenindustrie. Ihre Manager dirigieren Millionenbudgets, große Produktionen verfügen mit zehn Millionen Euro oder mehr über das Budget von Hollywoodfilmen. Die erfolgreichsten Titel sind Millionenseller, interaktive Spielwelten bringen heute mehr Geld ein als Kinokarten. Rund 1,28 Milliarden Euro Umsatz erzielten Computer- und Videospiele im vergangenen Jahr allein in Deutschland – und das Ende des Wachstums ist nicht in Sicht: Bis 2009 soll sich der Umsatz auf 2,9 Milliarden Euro mehr als verdoppeln.

DER VERFASSER IST GESCHÄFTSFÜHRER DER LEIPZIGER MESSE GMBH ■

Das neue Kulturmedium

Ruth Lemmen

Im medienpolitischen Spannungsfeld zwischen Politik und Kultur



Ausstellungsansicht pong.mythos im Württembergischen Kunstverein Stuttgart. Das Bid zeigt die *„Painstation"* der Künstler Tilmann Reiff und Volker Morawe. Verpasst ein Spieler einen Ball, wird er von einer von drei möglichen körperlichen Strafen (Hitze, Stromschlag, Peitsche) malträtiert. Entfernt der Spieler seine Hand, so hat er verloren. Die Painstation konfrontiert den Spieler somit mit der Frage, wie viel Schmerz ein Sieg wert ist. Foto: Marc Grimm.

Die in Deutschland sehr stark ausgeprägte Trennung von Unterhaltungs- und ernster Kultur macht es Kritikern leicht: Computer- und Videospiele sind Teil der Populärkultur und daher eindeutig der ersten Kategorie zuzuordnen. Entsprechend wird auch den „Gamern" – die es per definitionem nicht geben kann, denn in Deutschland wird in allen Gesellschaftsschichten und Altersklassen gespielt – und ihrer Freizeitbeschäftigung wenig Anerkennung entgegengebracht.

Für die Spieler unter uns Deutschen hat dies weit reichende Konsequenzen, denn im Zuge der tragischen Ereignisse von Emsdetten werden politische Stimmen laut, die ein Verbot von so genannten „Killerspielen" fordern. Bayern hat im Februar 2007 einen entsprechenden Entwurf einer Gesetzesinitiative (Gesetz zur Verbesserung des Jugendschutzes) in den Bundesrat eingebracht. Obwohl das Wort bereits in aller Munde ist, gibt es bislang noch keine eindeutige Definition zu dem Begriff der „Killerspiele", daher steht hier zunächst die ganze deutsche Spielergemeinschaft unter Generalverdacht. Das Thema ist jedoch sehr viel komplexer:

Millionen von Spielern tummeln sich mittlerweile in ihrer Freizeit in den diversen Online-Welten, ob sie nun „Second Life" oder „World of Warcraft" (bei „World of Warcraft" sind derzeit 700.000 deutsche Spieler registriert) heißen. Das Spielen in Gilden, die Zugehörigkeit zu einer spieleigenen Community, die ihren festen Regeln und Hierarchien unterworfen ist, ist mittlerweile Alltag zahlreicher Jugendlicher und junger Erwachsener – der Altersdurchschnitt bei den Gamern liegt hierzulande derzeit bei etwa 29 Jahren. Für viele Spieler und Spielerinnen, denn gerade in den Online-Welten tummeln sich auch viele Frauen, ist der soziale Faktor, den die Online-Community bietet, dabei der wichtigste Aspekt. Hier tauscht man sich aus, größere Aufgaben werden in den Gilden gemeinsam in Angriff genommen, und es entwickeln sich Freundschaften über die Kontinente hinweg, die häufig ins reale Leben hereinreichen.

Genauso ist der eSport („Electronic Sport") ein Phänomen, das aus dem Alltag vieler Spieler nicht mehr wegzudenken ist. Das wettbewerbsmäßige Spielen von Computer- oder Videospielen im Einzel- oder Mehrspielermodus wird in Deutschland bereits von 1,5 Mio. Spielern, die in zirka 40.000 so genannten Clans (eSport-Teams) organisiert sind, regelmäßig als Freizeitbeschäftigung betrieben. Es existieren inzwischen für fast jedes online spielbare Spiel Turniere und Ligen, bei denen die Spieler und Clans in den Wettbewerb treten können und um Preisgelder kämpfen, mit denen sich so mancher Student dann sein Studium finanziert.

Daneben gibt es zahlreiche weitere Spielgenres und entsprechend unterschiedliche Vorlieben unter den Spielern: Rollenspiele, Lernspiele oder

Computerspiel als Alltagskultur. Stoff für den „homo ludens"

Action-Adventures, Aufbaustrategiespiele, Quiz- und Rätselspiele oder Wirtschaftssimulationen – letztere stehen gerade in Deutschland hoch im Kurs. Im letzten Jahr haben sich vor allen Dingen auch generationsübergreifende Familienspiele durchgesetzt, die durch ihre einfache Bedienbarkeit auf der neuen Generation der Konsolen bestechen: Karaoke-Singen, Trommeln oder Golf – im Wohnzimmer spielt die ganze Familie.

Sind Computer- und Videospiele daher wirklich nur ein Teil der Jugendkultur oder haben sie nicht schon längst Einzug in unsere Alltagskultur genommen?

Differenziertere Stimmen forderten nach den tragischen Ereignissen in Emsdetten dann auch die konsequente Förderung von Medienkompetenz in Deutschland. Viel zu lange sind diese Rufe mehr oder minder ungehört verhallt, denn bereits der PISA-Schock im Jahr 2000 hatte uns doch deutlich gezeigt, dass die Medienkompetenz hierzulande dringend befördert werden sollte. Der so genannte „Digital Gap" der unsere Gesellschaft in die „Digital Natives", diejenigen, die mit den neuen Medien aufgewachsenen sind und sich selbstverständlich mit den neuesten Technologien auskennen und den „Digital Immigrants", den weniger medien-affinen älteren Semestern, die ihrerseits wie das Kaninchen vor der Schlange vor den neuen Online-Welten sitzen, zieht sich durch unsere Gesellschaft. Wer lässt sich schon gerne von seinen Knirpsen in die digitalen Welten einführen?

Auch die Bildung muss mitziehen: Eine weitere digitale Kluft zieht sich nämlich durch den Alltag unserer Kinder und Jugendlichen. Vormittags sind sie in der Schule Frontalunterricht aus der Kaiserzeit ausgesetzt und nachmittags bewegen sie sich selbstverständlich im Internet, in digitalen Online-Welten oder treffen sich mit Freunden zum Spielen von Computer- und Videospielen. Dabei sollte Medienkompetenzvermittlung nicht nur das Lernen mit den digitalen Medien, sondern auch das Lernen über die Medien umfassen und einen Teil des Unterrichts ausmachen. Der kritische Umgang mit den Medien, auch über ihre Risiken und Gefahren bei exzessiver Nutzung sollte auf den Lehrplänen stehen und ausgebaut werden. Einige unserer europäischen Nachbarn – bei der Vermittlung von Medienkompetenz an den Schulen sind vor allen Dingen die skandinavischen Länder und Großbritannien zu nennen – machen es uns vor.

Der Blick über den Tellerrand zeigt uns, dass in vielen unserer Nachbarländer ein sehr viel selbstverständlicherer Umgang mit den neuen Medien, auch mit den Computer- und Videospielen an den Tag gelegt wird. Studien belegen, dass beim Thema Computer- und Videospiele in Deutschland sehr viel weniger der Fokus auf dem reinen Unterhaltungs- und Entspannungswert liegt, als beispielsweise in Großbritannien. Dass Lernen durchaus auch mit Spaß und Unterhaltung in Verbindung steht und möglicherweise so sogar sehr viel effektiver ist, scheint sich im Land der Dichter und Denker noch nicht durchgesetzt zu haben. Die Deutschen scheinen dafür aber andererseits – auch dies belegen Umfragen – sehr viel überzeugter davon zu sein, dass durch Computer- und Videospiele der Umgang mit neuen Technologien und Medien erleichtert wird, als ihre europäischen Nachbarn. Dennoch tun sich vor allem die Briten aber auch die Franzosen sehr viel leichter mit der Vermittlung von Medienkompetenz im Unterricht; diese erfolgt in Großbritannien auch bereits durch und über Computer- und Videospiele.

Endlich hat die EU-Kommission im letzten Jahr einen Konsultationsprozess angestrengt, der bestenfalls in eine Empfehlung an die EU-Mitgliedsstaaten münden und möglicherweise auch auf die diversen Förderprogramme der EU-Kommission Einfluss haben wird. In einem ersten Schritt wurden Best-Practice-Beispiele aus allen EU-Mitgliedsstaaten gesammelt, die die Vermittlung von Medienkompetenz in der Bildung vor allen Dingen für junge Leute, aber auch für ältere Semester im Zuge des Lifelong-Learnings befördern. Auch die EU tut sich mit diesem Thema schwer, da Bildung und Kultur der Verantwortung der Nationen unterliegen und der politische Einfluss der Kommission sich dabei in Grenzen hält. Die deutsche Stimme klingt auf dem europäischen Parkett dann auch gar nicht unisono, vielmehr verfolgen 16 Bundesländer – der halbherzigen Föderalismusreform vom vergangenen Sommer sei es gedankt – unterschiedliche Ansätze und Methoden. Der Weg zu mehr Medienkompetenz in unserer Gesellschaft ist noch weit, aber viele Initiativen und Projekte weisen durchaus in die richtige Richtung. Aufklärung sowie der Abbau von Berührungsängsten tun dabei Not. Ein erster Schritt wäre schon gemacht, wenn das Spielen von Computer- und Videospielen nicht nur als Hobby von einigen Eigenbrötlern abgetan würde, sondern man diesem Unterhaltungsmedium in angemessener Form begegnen würde. Der „homo ludens" weilt schließlich unter uns, denn Computer- und Videospiele sind längst Teil unserer Alltagskultur.

DIE VERFASSERIN IST REFERENTIN FÜR MEDIENKOMPETENZ DES BUNDESVERBAND INTERAKTIVE UNTERHALTUNGSSOFTWARE ■

Fördern statt verbieten

Malte Behrmann

Eine falsche Diskussion: Thesen zur aktuellen Killerspieldebatte

Sebastian Hanig und Gordan Savicic stellen mit Bio Pong die Frage, was passiert, wenn man die Maschinenintelligenz durch eine lebendig ersetzt.

Computerspiele sind kulturell ein zunehmender Faktor, und daher ist es wichtig, dass in Deutschland mehr Computerspiele produziert werden. Die in Deutschland hergestellten Computerspiele sind in der Regel nicht gewalttätig. Trotzdem leiden gerade die deutschen Spieleentwickler besonders unter so genannten „Killerspieledebatte". Sie legt sich wie Mehltau über eine Diskussion, deren Zentrum in anderen Ländern in der Frage gesehen wird, wie man die Spieleindustrie unterstützen kann. Konkret engagieren sich mittlerweile viele europäische und außereuropäische Länder in der Entwicklungsförderung für Computerspiele. Neben technologischen und wirtschaftlichen Aspekten stehen hier immer auch kulturelle Fragestellungen im Fokus: Wie andere kulturelle Medien, transportieren auch Computerspiele Bilder und Geschichten ihres Landes, die ihre Macher geprägt haben. Spiele sind damit ein wesentlicher Bestandteil des kulturellen Austauschs.

Die „Killerspieledebatte" erreicht gerade einen neuen Gipfelpunkt: Bayern hat nunmehr einen außerordentlich scharfen Gesetzesvorschlag in den Bundesrat eingebracht, der neben dem Versuch einer Definition auch ein Herstellungsverbot enthält. Diese Debatte schadet dem Aufbau einer soliden Spieleindustrie hierzulande – letztlich werden noch mehr importierte Spiele, die vollkommen außerhalb unserer Kontrolle liegen, die Nutznießer sein. Unsere Verbandsmitglieder wären in der Tat nur in sehr geringem Ausmaß von einem solchen Verbot betroffen, denn in Deutschland werden im Wesentlichen keine besonders gewalttätigen Spiele hergestellt (einige wenige Ausnahmen bestätigen die Regel).

Trotzdem halten wir die Diskussion für nicht richtig, weil sie an der falschen Stelle ansetzt. Zunächst ist sie nicht wirksam, sondern symbolische Politik. Verwechselt werden Medium auf der einen Seite und Inhalte auf der anderen. Das Fernsehen an sich ist auch nicht für Gewaltvideos insgesamt verantwortlich. Zu beachten ist auch, dass im Strafgesetzbuch bereits Strafvorschriften verankert sind, die sich auf die Gewaltverherrlichung beziehen. Insgesamt stellen wir fest, dass Spiele in der Diskussion zum Sündenbock für eine viel breitere Problematik gestempelt werden. Letztlich ist es Populismus im Umgang mit einer verunsicherten Gesellschaft. Ein Unterschichtproblem ist es weniger: In Ländern mit höherem PISA-Ranking wie Finnland oder Korea ist der Stellenwert des Computerspiels viel höher angesiedelt. Spiele sind Kulturgut und können so auch verfassungsrechtliche Privilegien in Anspruch nehmen.

Die Diskussion ist das Ergebnis einer Geisteshaltung, die die Realität ausblendet: Computerspiele sind ein Kulturgut, in der Tat sind Spiele an sich wohl eine der ältesten Kulturtraditionen überhaupt. Sie beeinflussen unser Bewusstsein – genau dafür werden sie gemacht. Sie verändern unsere Sprache, unsere Denkweise und Bendingen die Visualisierung von Verständnisprozessen. Diese Kulturtechnik stößt häufig auf Unverständnis. Daher auch die große Ablehnung. Der Vorstoß aus Bayern greift genau diese Bedenken auf – Bedenken von Menschen, die genauso ratlos vor den computerspielenden Jugendlichen stehen und sie „nicht verstehen" wie ihre Eltern ihre Jugendkultur der *Beatles* und *Vespas* nicht verstanden. Nur das ihre Eltern einsahen, dass es eben Dinge gibt, die sie nicht verstehen wollen, und die die nächste Generation trotzdem umtreibt – während dies hier nicht der Fall ist.

Computerspiele können sogar die deutsche Kultur wiederspiegeln. So gibt es spezielle Aufbaustrategiespiele, die sich vor allem an Deutsche richten und auch nur hier gespielt werden. Auch spezielle Farben und Formen, sowie spezielle Fragen des *Interface Designs* sind auf uns eingerichtet. Spiele aus Deutschland sollten unsere Bilder und Geschichten transportieren und sich mit Themen unserer Gesellschaft auseinandersetzen. Insgesamt muss man in einer Demokratie einen dynamischen Kulturbegriff vertreten, der offen ist für Veränderungen in Bezug auf technische und gesellschaftliche Veränderungen. Dabei kann man nicht im Elfenbeinturm sitzen und entscheiden was Kultur ist – nein, man muss sich die Menschen ansehen. Computerspiele können im interaktiven Zeitalter sogar dem Fernsehen als audiovisuellem Leitmedium mittelfristig Konkurrenz machen.

Zwar sind Computerspiele aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken, mangels öffentlicher Förderung gibt es jedoch mitunter zu wenig kulturelle Vielfalt. Auf europäischer Ebene wird die Frage, ob Computerspiele Kultur sind oder nicht, in der nächsten Zeit in der Generaldirektion Wettbewerb diskutiert: Das geplante französische Steuerzuschussmodell für die Entwicklung von Computerspielen ist nur beihilferechtlich genehmigungsfähig, wenn es unter die sogenannte „kulturelle Ausnahme" fällt.

Im technologischen Bereich sind die Förderschwerpunkte regelmäßig mit der besonderen Bedeutung der Spieleindustrie für die Visualisierungstechnologie insgesamt begründet. Dabei wird das Potential dieser Technologien außerhalb des reinen Unterhaltungssektors zunehmend erkannt (sog. *Serious Games*).

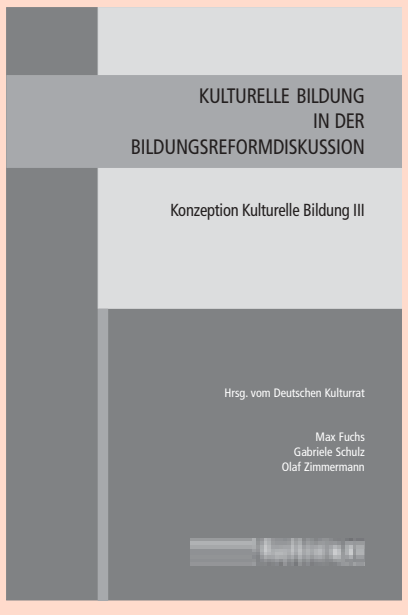
Im ökonomischen Bereich gilt es zunächst zu erkennen, dass im Bereich von Kulturwirtschaftsgütern die ökonomischen Fragen nur schwerlich von den kulturellen Fragen getrennt werden können. Sie beeinflussen sich gegenseitig (wie letztlich auch der technologische Bereich starke Wechselwirkungen hat). Aber es ist sicherlich richtig, dass der Spielebereich ein Wachstumssektor ist. Trotzdem wird im globalen Umfeld mit ähnlichen Problemen gekämpft wie in der Filmindustrie: *The winner takes it all*-Phänomene gelten genauso wie Rückkopplungs- und Netzwerkeffekte, die es enorm schwer machen, in einem Territorium zu konkurrieren, dass keinen großen und homogenen Heimatmarkt hat. Zugleich bestehen auch Rückkopplungseffekte inhaltlicher Art, die auf eine große Genrebezogenheit ausgerichtet sind und die mit den hohen Risiken – v.a. auch für die Publisher zusammenhängen. Ein Herstellungsverbot, wie es der Entwurf aus Bayern vorsieht, ist absurd: Waffen darf man in Deutschland herstellen, virtuelle Spiele soll man nicht herstellen dürfen.

DER VERFASSER IST GESCHÄFTSFÜHRER BEREICH POLITIK VON G.A.M.E., BUNDESVERBAND DER ENTWICKLER VON COMPUTERSPIELEN E.V. UND GENERALSEKRETÄR DES EGDF. ■

KULTURELLE BILDUNG IN DER BILDUNGSREFORMDISKUSSION –

Konzeption Kulturelle Bildung III

Hg. v. Deutschen Kulturrat
Max Fuchs
Gabriele Schulz
Olaf Zimmermann
480 Seiten, 22,80 Euro



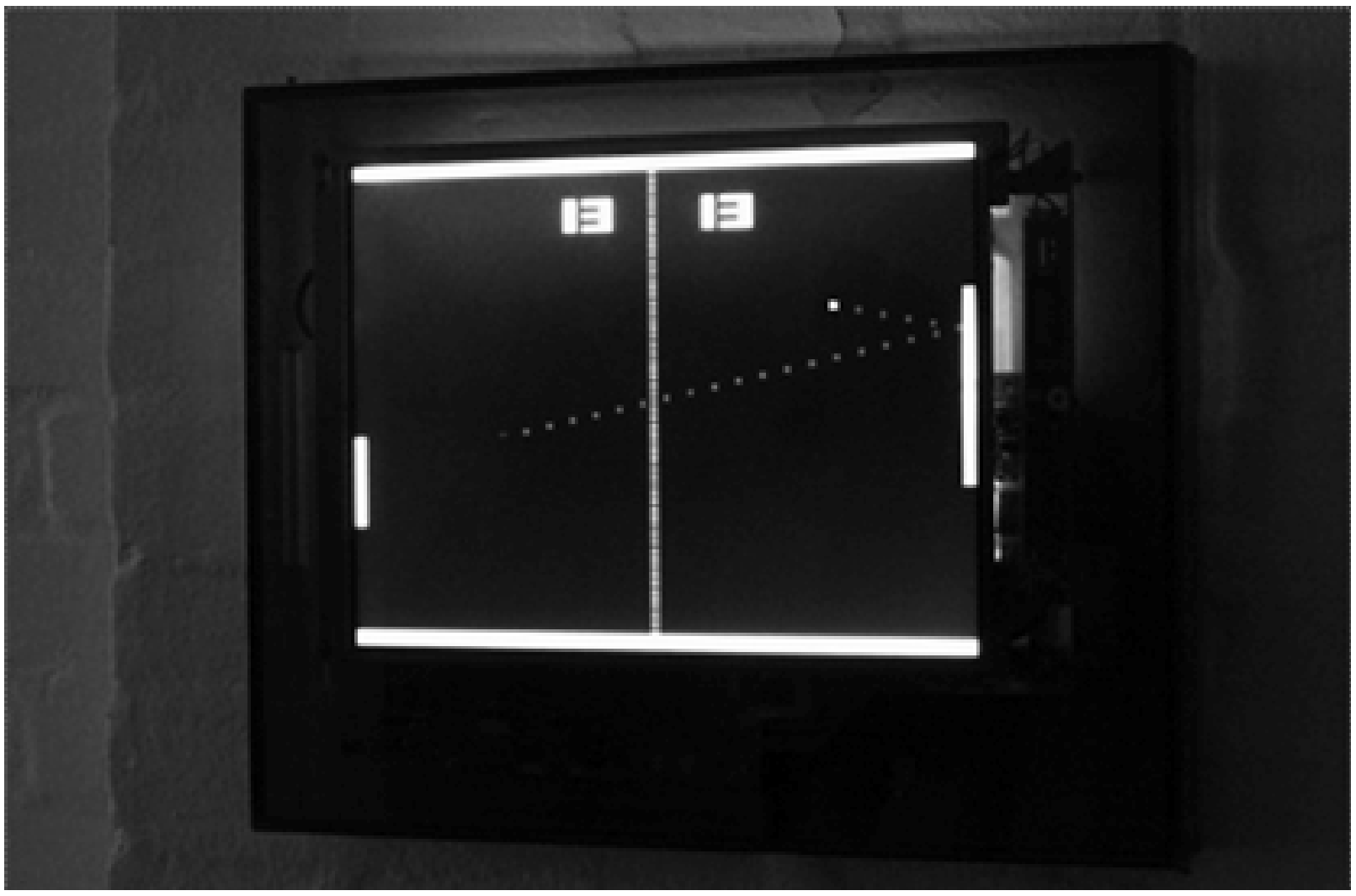
Bestelladresse:
Deutscher Kulturrat,
Chausseestraße 103,
10115 Berlin
Fax: 030/24 72 12 45,
E-Mail: post@kulturrat.de

Zwischen Rentabilität und Kulturmedium

Jörg Müller-Lietzkow

Digitale Spiele – Weit mehr als eine rational-ökonomische Rentabilitätsrechnung

Computer- und Videospiele – es gibt kaum ein Medium, welches in den letzten Monaten kontroverser diskutiert wurde. Dabei stehen heute im Rahmen der Forschung primär Wirkungsfragen im Vordergrund. Hier aber soll ein kurzer Blick auf eine stetig wachsende Kulturindustrie geworfen werden.



Pong Clock von Buro Vormkrijgers. Die Pong Clock benutzt das Spiel Pong, um die aktuelle Uhrzeit anzuzeigen, die sich aus dem Punktestand ergibt.
Foto: Buro Vormkrijgers.

Der Markt für Computer- und Videospiele

Mit der Gründung von Atari 1972 hat die Kommerzialisierung der Computer- und Videospiele (PC, Konsole) eingesetzt. Waren die ersten Spiele noch Entwicklungen an US-amerikanischen Spitzenuniversitäten (da nur dort Computer zur Verfügung standen), hat sich mit dem Siegeszug der digitalen Spiele in die Wohn- und Kinderzimmer ein globaler Massenmarkt eröffnet. Die Entwicklung ist aus einer ökonomischen Perspektive geradezu als explosionsartig zu beschreiben. Waren die weltweiten Umsätze mit Spielesoftware noch Anfang der 80er Jahre weit unter einer Milliarde Euro p.a. anzusetzen, liegen heutige Jahresumsatzschätzungen im Bereich um die 30 Mrd. Euro. Damit hat die Spieleindustrie Hollywood zumindest an der Kinokasse überholt und auch die Musikindustrie, die seit Jahren durch den illegalen Musiktausch in ihrer Umsatzstärke deutlich geschwächt ist, eingeholt. Aus einer ökonomischen Perspektive könnte man formulieren, dass die Computer- und Videospiele zum Leitmedium in der Zielgruppe der unter 40-Jährigen bei den Unterhaltungsmedien aufgestiegen sind. Die Wachstumsraten dieser Industrie können seit Jahren als konstant wachsend beschrieben werden und liegen im Durchschnitt global wie national bei 5-15% p.a. Die Anzahl der Spieler nimmt ebenfalls deutlich zu. Waren noch in den 80er Jahren primär männliche Jugendliche in „dunklen Kinderzimmern" das vorherrschende Bild, hat sich diese Vorstellung deutlich gewandelt. Einige Studien (z. B. BBC-Gamerstudie 2005, „Spielplatz-Deutschland" (EA, Jung von Matt, Gee, 2006)) belegen, dass es inzwischen ein nahezu alle Bevölkerungsschichten umfassendes Phänomen ist. Auch mit dem Vorurteil, dass es sich um ein rein männliches Thema handelt, muss vor allem in Zeiten von Singstar, Second Life und sonstigen hoch kommunikativen Spielen aufgehört werden. Man kann davon ausgehen, dass ca. 20-25 Mio. Menschen mehr oder weniger regelmäßig in Deutschland Computer- und Videospiele nutzen (vgl. Infratest-Umfrage 5/2006). Die durchschnittlichen Produktionskosten für Erfolgsprojekte sind dabei von (Konsolen-/Grafikkarten-)Generation zu Generation kontinuierlich angestiegen. Vor allem werden heute wesentlich mehr Entwickler für international konkurrenzfähig Produkte benötigt. Dies hängt mit der Erwartungshaltung der Spieler zusammen und bedeutet entsprechend mehr finanzielles Risiko für die Produzenten.

Diese Betrachtung der Marktseite beleuchtet aber nur einen international relevanten Ausschnitt. Vor dem Hintergrund, dass Computer- und Videospiele auch als nationales Kulturgut verstanden werden (Griefahn, 2004) stellen sich einige zentrale Fragen: 1) Wie ist die tatsächliche Produktion in Deutschland organisiert? 2) Welche ökonomische Bedeutung hat die nationale Spieleproduktion? 3) Welchen Einfluss hat das nationale Kulturverständnis auf die Produktion des Unterhaltungsmediums Computer- und Videospiel jenseits einer primär rentabilitätsorientierten Betrachtung? Auf diese drei Fragen soll im Folgenden kurz versucht werden Antwort zu geben, wobei gerade die dritte Frage nicht ganz losgelöst von der aktuellen Diskussion über „Killerspiele" beantwortet werden kann und soll.

Organisation der Spieleprodukuion

Die Spieleproduktion untergliedert sich im Wesentlichen in „Developer" und „Publisher". Publisher sind die Verleger der Spiele, deren Kernkompetenz in Marketing und Finanzierung zu sehen sind. Developer sind diejenigen Unternehmen, die die Programmierung und inhaltliche Entwicklung von Computer- und Videospielen vornehmen. Die vermeintliche Zweiteilung dieser beiden Akteure ist dabei allerdings häufig längst nicht so eindeutig, wie dies zu vermuten wäre. Heute handelt es sich häufig um Hybridunternehmen, die sowohl eine Eigenproduktion als auch eine Fremdproduktion haben. Die „pure players" sind insbesondere bei den Branchengiganten auf dem Rückzug. Electronic Arts oder auch andere produzieren heute schon z.T. über 70 Prozent global in Eigenregie oder in Tochterunternehmen. In Deutschland gibt es allerdings auf der Entwicklerseite eine ganze Reihe von mehr oder weniger unabhängigen Studios, die entweder in Eigenregie entwickeln oder Auftragsproduktionen herstellen. Erfolgreiche Studios beschäftigen im Schnitt in Deutschland nach einigen erfolgreichen Projekten zwischen 20 und 50 festen Mitarbeitern. Nur wenige Studios haben aber für internationale Tripple A-Projekte (höchste Investitionsklasse mit bis zu 30 Mio. Euro) relevante Mitarbeiterzahlen (über 50), was vor allem im Bereich der Konsolenspiele zu einem erheblichen Nachteil in Deutschland führt. Auch gibt es nur relativ wenige spezielle Ausbildungsinstitute (wie z. B. die Games Academy, Berlin), die qualifiziertes Fachpersonal für den deutschen Markt ausbilden.

Ökonomische Bedeutung der Spieleindustrie

National werden nach GFK-Schätzungen ca. 1,2 - 1,3 Mrd. Euro jährlich an Spielesoftware umgesetzt, welches sich auf ca. 2200-2300 jährlich neu erscheinende sowie ältere Produkte verteilt. Zieht man Handelsmargen und Steuern ab, verbleiben ca. 40 % innerhalb der Industrie. Nun muss man sehen, womit die Hauptumsätze gemacht werden. Schätzt man aufgrund der Spielecharts den Anteil deutscher Blockbusterproduktionen, so beläuft sich dieser Anteil auf weit unter 20 %, national und international ist es innerhalb der letzten Jahre nur wenigen Spielen gelungen, Bedeutung zu erlangen. Dies bedeutet, dass nur sehr wenige deutsche Entwicklungsstudios international konkurrenzfähige Produktionsbudgets erhalten. Damit stellt sich aber die Frage, wie Tripple-A Spiele finanziert werden. Auch wenn keine „offiziellen Zahlen" vorliegen, weiß man ungefähr aus Branchenkreisen, dass eine Spielproduktion den Entwicklungsstudios eine Grundrendite bringen muss, mit Hilfe derer diese dann auch eine Brückenzeit bis zu einer weiteren Produktion vorfinanzieren können. Als Faustregel von erfolgreichen Studios gilt dabei, dass eine Rendite von ca. 25-30 % auf die gesamte Vertriebszeit benötigt wird. Nicht erfasst bei dieser Art von Betrachtung sind allerdings die Entwickler von Handyspielen, die eine andere Kalkulationsgrundlage wählen, da die Vertriebskanäle eine längerfristige Vermarktung erlauben. Dennoch gaben in Interviews Experten an, dass auch hier die Renditen bei ca. 10-20 % auf die gesamte Vertriebslaufzeit liegen müssen. Zentral ist dabei der Vertriebskanal. Generell verwenden Entwicklungsstudios Überschüsse zumeist für a) die Entwicklung von Prototypen neuer Spiele, b) die Finanzierung von Übergangszeiten oder c) die Pflege und Wartung der am Markt befindlichen Produkte. Vielfach ist der Unternehmergewinn deutscher Entwicklungsstudios, verglichen mit der internationalen Konkurrenz (USA, Asien), insgesamt nicht sehr hoch.

Einfluss des Kulturverständnisses

Computer- und Videospiele sind Unterhaltungsmedien – ebenso wie Fernsehen oder Kino. Und ebenso sind Computer- und Videospiele kulturelle Medienprodukte. Es stellt sich aber die Frage, ob bei der Entwicklung von Spielen in Deutschland Rentabilität immer an erster Stelle steht. Wie in der Beantwortung der zweiten Frage gezeigt hat, arbeiten deutsche Studios nicht selten– verglichen mit deren internationaler Konkurrenz – mit relativ geringen Renditen bzw. Investitionsvolumen. Nicht gerade förderlich ist die stark emotional und kulturell geprägte Debatte um die vom Bayerischen Innenminister Beckstein genannten „Killerspiele". Internationale Investoren gewinnen dabei den Eindruck, dass Deutschland nicht offen sei, sich dem Kulturprodukt Computer- und Videospiel zu stellen, wobei nach heutigem Stand lediglich sehr wenige dieser Spiele überhaupt in Deutschland entwickelt werden. Somit sind die deutschen Entwickler nicht selten ausschließlich auf die wenigen deutschen Publisher und damit den Heimatmarkt und begrenzte finanzielle Ressourcen gebunden. Es fehlt an international konkurrenzfähigen Budgets, aber auch Kontakten und Vertriebskräften. Umso erfreulicher ist dabei, dass die Studios dennoch Spiele kreieren, die eine kulturelle Identität beinhalten. Ein populäres Beispiel sind die „Siedler", ursprünglich von BlueByte und heute von Ubisoft/BlueByte sowie Fanatics erfolgreich weiterentwickelt.

Abgeleitete Konsequenzen für die Kulturproduktion in Deutschland

Deutsche Computer- und Videospiele stellen heute schon einen erheblichen Anteil eines wachsenden neuen digitalen Kulturstocks dar. Die unsachgemäße und emotional aufgeladene Diskussion über actionlastige, gewalthaltige Spiele verdeckt teilweise diese Tatsache. Dabei wäre ein wichtiges Signal, dass es jenseits hiervon eine deutsche Spielkultur gibt, die neben rein monetären Interessen vor allem inhaltlich neue und interessante Akzente in dieser globalen Industrie setzen kann. Aus politischer Sicht erscheint es klug und sinnvoll anderen Medienförderungsmodellen folgend, hier zumindest bei anspruchsvollen Projekten auch mit finanziellen Unterstützungsmaßnahmen zu arbeiten – nicht um der Renditen willen, sondern um nicht in wenigen Jahren große Versäumnisse feststellen zu müssen. Es geht um nicht weniger als das kulturelle Unterhaltungsleitmedium der Zukunft.

DER VERFASSER IST WISSENSCHAFTLICHER ASSISTENT AN DER FRIEDRICH-SCHILLER-UNIVERSITÄT JENA UND PROFESSUR FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT MIT DEM SCHWERPUNKT ÖKONOMIE UND ORGANISATION DER MEDIEN ■

Impressum

kultur · kompetenz · bildung

kultur · kompetenz · bildung erscheint als regelmäßige Beilage zur Zeitung politik & kultur, herausgegeben von Olaf Zimmermann und Theo Geißler

Deutscher Kulturrat
Chausseestraße 103
10115 Berlin
Tel: 030/24 72 80 14
Fax: 030/24 72 12 45
Internet: www.kulturrat.de
E-Mail: post@kulturrat.de

Redaktion
Olaf Zimmermann (verantwortlich),
Gabriele Schulz, Andreas Kolb
Kristin Bäßler

Verlag
ConBrio Verlagsgesellschaft mbH
Brunnstraße 23
93053 Regensburg
Internet: www.conbrio.de
E-Mail: conbrio@conbrio.de

Herstellung, Layout:
ConBrio Verlagsgesellschaft
Petra Pfaffenheuser

Gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung