



Wie spielen Asiaten?

WARUM JAPANER KEINE ZEIT FÜR JRPGS HABEN

China ist der größte Spielmarkt, in Südostasien floriert die Indie-Sparte, und in Japan hat man keine Zeit zum Spielen. Für unseren Report sprachen wir mit asiatischen Entwicklern über Unterschiede zur westlichen Spielkultur – und räumen mit einigen Klischees auf. Von Michael Cherdchupan

Menschen auf der ganzen Welt lieben Spiele. Aber die Lebensumstände bestimmen, auf welche Art sie sich ihrem Lieblingshobby widmen. Manche dieser Einflüsse sind kultureller, andere wirtschaftlicher Natur. Besonders zwischen westlichen und östlichen Ländern gibt es bei Spielgewohnheiten große Unterschiede. Um mehr über sie herauszufinden, haben wir mit einer Reihe von

Spielentwicklern aus asiatischen Ländern gesprochen. Dabei sind zwei Dinge ins Auge gefallen: die Popularität von Smartphone-Spielen und die damit verbundene Akzeptanz von zeitintensiven Grind-Mechaniken. Und obwohl wir in Europa beidem eher kritisch gegenüberstehen, gibt es viele Aspekte an Spielen, die uns mit Menschen im Fernen Osten verbinden.

Das Land der aufgehenden Konsolen

Spiele aus Japan sind präsent. Schon mit dem bloßen Auge lässt sich ihr historischer Einfluss deutlich erkennen, denn Nintendo und Sega haben ganze Generationen geprägt: Mario und Sonic kennt schließlich jeder. Auch Serien wie Final Fantasy formen die Spielelandschaft maßgeblich mit. Davon haben japanische Spieler selbst aber gar



Yaiba: Ninja Gaiden Z hat zwar einen ausdrucksstarken Comic-Stil, aber blieb spielerisch weit hinter der Ninja Gaiden-Hauptserie zurück.



Songbird Symphony setzt auf die Magie von Musik. Rätsel und Probleme löst man hier, indem man singt oder sich Tanzwettbewerbe liefert.

nicht so viel, wie man vielleicht glauben mag: »In großen Städten wie Tokio ist es üblich, bis in die Spätstunden zu arbeiten und in voll besetzten Zügen heimzufahren«, erzählt uns Nihongo Gamer. Er ist ein YouTuber aus Japan und beschäftigt sich mit der hiesigen Fighting Game Community.

Erwachsene haben generell wenig Zeit für Spiele, aber die Kinder spielen doch bestimmt viel? Die Realität sieht anders aus: Nach der Schule zusätzliche Nachhilfestunden zu nehmen, ist schon fast ein Muss. Sonst hat man im harten Wettbewerb um eine Festanstellung nicht den Hauch einer Chance. »Schüler werden dazu ermutigt, zusätzlichen Privatunterricht zu nehmen oder Mitglieder in Clubs zu werden. Sie kommen deshalb sehr viel später nach Hause als Kinder im Westen«, so Nihongo Gamer. Der Leistungsdruck in Japan ist enorm. Das Schulsystem gilt als eines der härtesten der Welt. Schon die Ergebnisse im Kindergarten bestimmen über das restliche Leben – aus unserer Sicht kaum vorstellbar. »Da bleibt wenig Zeit für Spielkonsolen daheim.«

Drahtseilakt der Designphilosophien

Japan allein reicht als Absatzmarkt für japanische Spiele also nicht aus. Um mit Konsolenspielen erfolgreich zu sein, müssen Fir-

men wie Square Enix oder Bandai Namco auch mit dem Blick nach Westen produzieren. Dabei versuchen Entwickler, eine Balance zwischen ihrer Designphilosophie und westlicher Vermarktbarkeit zu finden. Während der siebten Konsolengeneration (Xbox 360, PlayStation 3 und Wii) lief es aus dem Ruder: Capcom und Konami lagerten großflächig Produktionen an Übersee-Studios aus. Dabei verwischte das einzigartige Flair und langjährige Serien verloren ihre Identität. Ein Beispiel ist Yaiba: Ninja Gaiden Z (2014) des Entwicklers Spark aus Kalifornien. Es sieht zwar stylisch aus, aber widmet dem Gameplay nicht genügend Aufmerksamkeit. Die Ninja-Gaiden-Serie ist eigentlich bekannt für anspruchsvolle Kämpfe mit eingehender Steuerung, aber davon ist im Ableger nichts zu spüren.

Spark entwickelte auch Lost Planet 3 (2013), das die riesigen Monster der Vorgänger gegen eine geerdete wirkende Menschheit tauscht. Bionic Commando (2009) von Grin und Silent Hill: Homecoming (2008) seien hier ebenfalls erwähnt.

Aber pauschalisiert man da nicht? Kann man überhaupt einen Unterschied zwischen östlicher und westlicher Design-Philosophie ausmachen? Dazu haben wir Mohammed Hanif Bin Ghazali aus Singapur gefragt. Er

ist einer der drei Mitglieder von Joystick Studios, die mit dem musikalischen Metrovania Songbird Symphony im Sommer 2019 ihr erstes Spiel veröffentlicht haben.

»Sicher, asiatische Spiele fühlen sich anders an. Viele Aspekte tragen dazu bei. Vielleicht ist es ein anderes Steuerungsschema, vielleicht lassen sich ein paar kulturelle Aspekte nicht richtig übersetzen. Vielleicht ist es auch die Art, mit der die Ästhetiken gestaltet werden. Oder das Studio hatte einfach nicht die Erfahrung, das Budget oder die Besetzung, um die Qualität eines westlichen AAA-Studios zu erreichen. Allgemein gefasst haben asiatische Entwickler Zugang zu anderen Ressourcen als westliche Entwickler.« Dafür hat Mohammed ein konkretes Beispiel: »Es ist schwierig, ein Dev-Kit für eine Konsole hier [in Singapur] zu bekommen. Für manche wäre das eine große Errungenschaft, denn die Spieleindustrie ist in Ländern wie Indonesien oder den Philippinen noch sehr jung.« Es fehlt außerdem an Mentoren, die Erfahrungswerte bei Entwicklung und Publishing vermitteln können.

Was die Kernfrage betrifft, sieht es Mohammed gelassener: »Bei Designphilosophien sind die Unterschiede eher subtiler. Entwickler sind mit einer großen Zahl unterschiedlicher Spiele konfrontiert worden, so-



Joysteam Studios ist ein sehr junges Team aus Singapur. Ihr erstes Spiel ist das süße Metrodvania Songbird Symphony. Mohammed ist der junge Mann rechts.

dass einige davon Inspiration, Einflüsse oder manchmal sogar einen Leitfaden für ihre eigene Gestaltungsphilosophie bieten können.« Entwickler inspirieren sich also gegenseitig, über Ländergrenzen hinaus.

Die Popularität des Smartphones in Japan

Allgemein sind Smartphone-Spiele sehr erfolgreich in Asien. Schauen wir noch einmal auf Japan: Die meisten haben wegen ihrer Lebensumstände keine Zeit für stundenlanges Spielen zu Hause. »Lootboxen und Grind-lastige Spiele funktionieren sehr gut während Zugfahrten«, sagt Nihongo Gamer. Das sind Begriffe, die hierzulande eher ein Seufzen entlocken, aber hier spielen die meisten auch eher in den eigenen vier Wänden als unterwegs. Ewig auf höhere Erfah-

rungsstufen hinarbeiten? Das kommt einem am Schreibtisch oder auf der Couch rasch monoton vor. Aufgrund der langen Fahrtzeiten mit Bus und Bahn hat man in asiatischen Gefilden aber mehr Geduld. Ingame-Käufe wiegen auch nicht so schwer, wenn es die einzige spielebezogene Investition im Monat ist. Free2Play hat daher auf der anderen Seite der Welt längst nicht so einen schlechten Ruf wie hier im Westen.

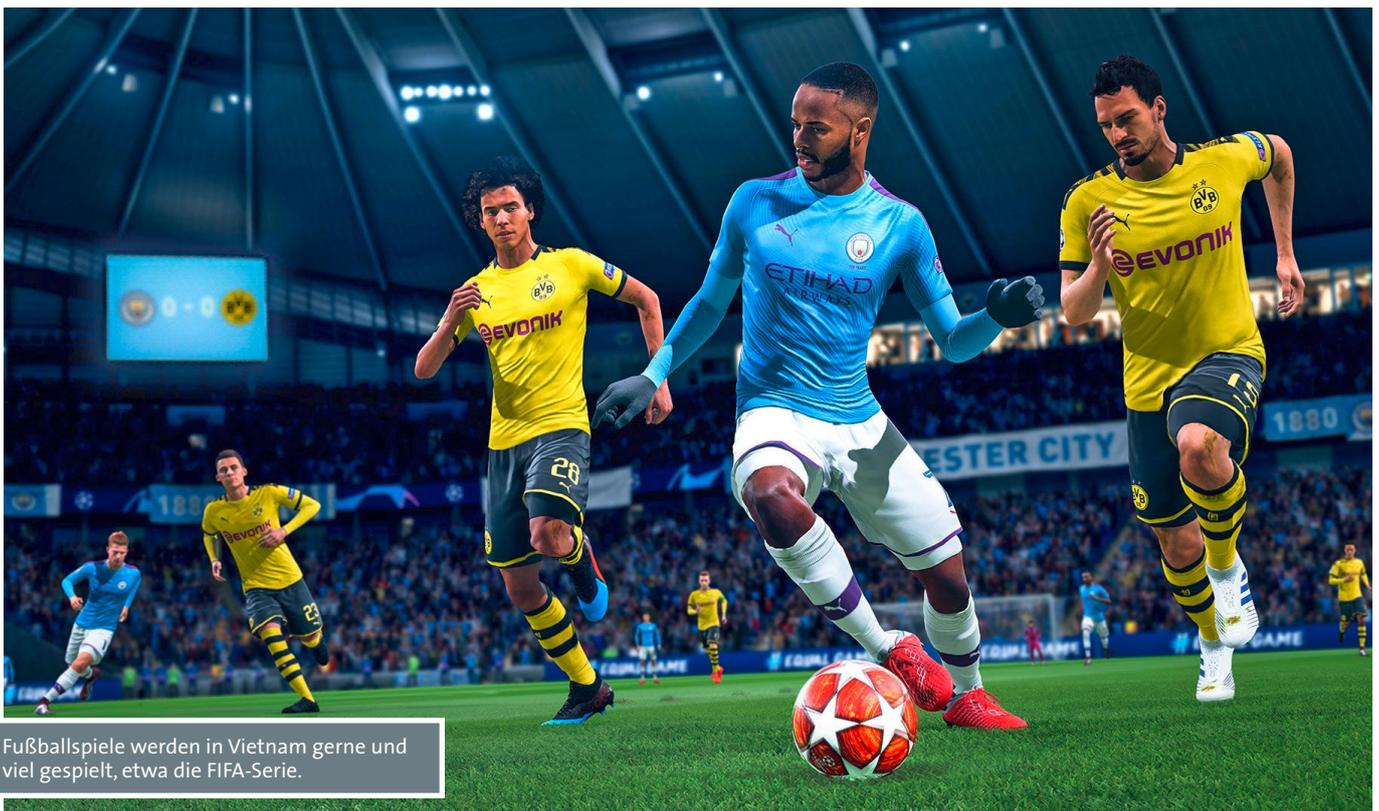
Nihongo Gamer führt noch ein Argument für die Popularität an: »Smartphone-Spiele sind auch deshalb für unterwegs beliebt, weil man sie einhändig spielen kann. Das sieht man besonders an Nintendos Super Mario Run. Bei der Ankündigung hat der Konzern damit geworben, dass man das Spiel mit nur einer Hand bedienen kann, während man mit der anderen einen Burger isst.« Nicht einmal ein traditionell Konsolen-

fokussierter Konzern wie Nintendo kann den Mobile-Trend ignorieren. Die Switch wirkt beinahe symbolisch: Man kann sie zwar auch stationär nutzen, aber selbst diese Funktion fällt bei der aktuellen Lite-Fassung einfach weg. Wir haben bei unseren Besuchen in Japan bisher nur ein einziges Mal einen Menschen im Zug gesehen, der mit einer Switch gespielt hat – über einen Gesamtzeitraum von fünf Wochen. Das allgegenwärtige Bild in Tokio und Osaka sind Smartphone-Nutzer, die sich mit Casual-Spielen beschäftigen. Oder Manga lesen.

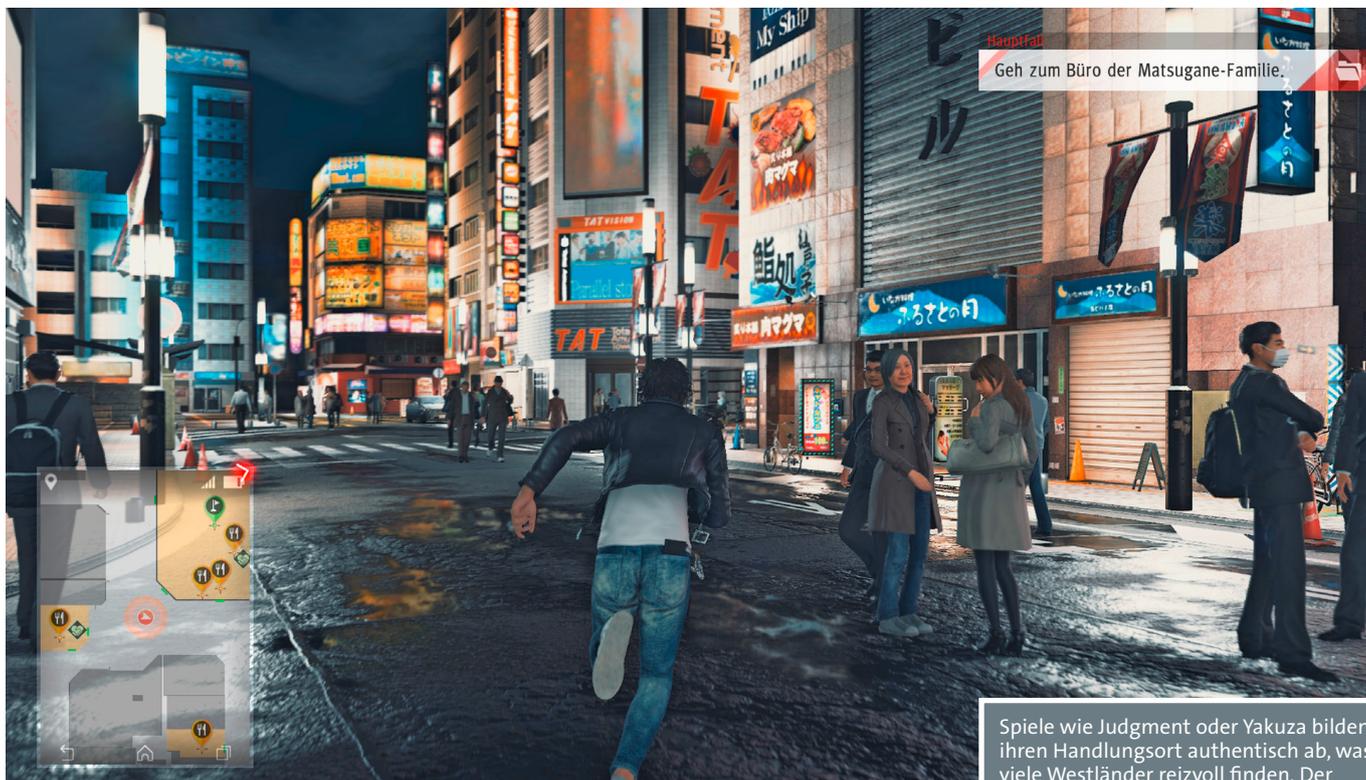
Aufgestaute Spielzeit in Thailand

Verbreitet sind Smartphone-Spiele auch im südostasiatischen Raum, etwa in Thailand. »Sie sind leicht zugänglich und man kann jederzeit und überall spielen, zumal jeder hier sein eigenes Gerät hat«, meint Marketing-Managerin Natthayatorn Chinthanatsitthi von Yggdrasil Group. Das sind die Entwickler des thailändischen VR-Horrorspiels Home Sweet Home. »Darüber hinaus sind die meisten Spiele gut optimiert, weshalb selbst Leute mit einem Low-Spec-Mobilgerät diese spielen können. Bei einem PC ist die Hardware wesentlich gewichtiger. Nur wenn man zum Beispiel bei Overwatch gerade so die Mindestanforderungen erfüllt, heißt das nicht unbedingt, dass das Spielerlebnis besonders angenehm wird.«

Titel mit aufwendiger 3D-Grafik voll irrer Effekte finden sich nur in geringer Zahl in den Online-Stores. Sie werden dann explizit als »konsolenartige« Erlebnisse vermarktet, wie es der Hersteller Gameloft zum Beispiel tut. Wer sein Spiel an eine breite Masse verkaufen möchte, entwickelt mit Rücksicht auf ältere Hardware-Generationen. Und es lohnt



Fußballspiele werden in Vietnam gerne und viel gespielt, etwa die FIFA-Serie.



Spiele wie Judgment oder Yakuza bilden ihren Handlungsort authentisch ab, was viele Westländer reizvoll finden. Der Stadtteil hier ist zwar fiktiv, aber stark an das echte Tokio angelehnt.

sich: »Hier in Thailand pendeln wir sehr lange wegen Staus im Verkehr«, erklärt Chinthanatsitthi. »Menschen verbringen dort ein bis vier Stunden pro Tag auf dem Weg zur Schule oder zur Arbeit.« Das ergeben auch die Statistiken. Die US-Firma Inrix, die sich auf die Analyse von öffentlichen Verkehrsmitteln spezialisiert hat, hat in der Global-Traffic-Scorecard-Umfrage 2018 herausgefunden: Der durchschnittliche Thailänder verschwendet 56 Stunden im Jahr in Verkehrsstaus. Es sind die am stärksten ausgelasteten Straßen weltweit, was natürlich auch Busse und Bahnen betrifft. Für Chinthanatsitthi liegt auf der Hand: »Die Menschen suchen etwas, um ihre Zeit totzuschlagen. Und die meisten spielen deshalb auf ihrem Smartphone.«

Fußball und Mobile Games in Vietnam

In weiteren Gesprächen fanden wir heraus: In China, der Sonderverwaltungszone Hongkong, Indonesien oder Taiwan ist die Verteilung der Spielerschaft sehr ähnlich. Man spielt dort eher auf einem Smartphone als auf einem PC, geschweige denn auf einer Konsole. So auch in Vietnam: »Ich kenne kaum jemanden, der eine PlayStation 4 besitzt«, erzählt uns Koyo. Sie ist Illustratorin, hat in Deutschland beim Cologne Games Lab studiert und hilft seitdem verschiedenen Projekten in ihrem Heimatland. »Ich glaube, die meisten gehen hier eher in einen Laden oder einen anderen Ort mit einer öffentlich zugänglichen PlayStation, um etwas Pro Evolution Soccer mit ihren Freunden zu spielen. Die Casual Gamer bleiben bei ihren Mobiltelefonen.«

Das hat unweigerlich Auswirkungen auf die angebotenen Genres. Komplizierte Mechaniken sind bei einem Smartphone-Spiel

eher hinderlich. Die Verbreitung von Hidden Objects Games, Solitär oder Candy Crush ist also kein Wunder. »Die Spielkultur hier in Vietnam unterscheidet sich aber sehr von Europa und Japan«, merkt Koyo an. »Ich habe nicht den Eindruck, dass Rollenspiele hier besonders populär sind. Auch spielen nicht viele so etwas wie Assassin's Creed. Am beliebtesten sind wohl Fußballspiele wie FIFA oder Pro Evolution Soccer. Auch Dota, Ego-Shooter und vielleicht das eine oder andere zufällige MMORPG. Solche Sachen spielen hier in Taiwan die Gamer.« Das ist auch stark vom sozialen Umfeld abhängig. »Wenn ich so darüber nachdenke, spielen die meisten wegen ihres Freundeskreises, nicht wegen des Spiels an sich«, meint Koyo. »Vietnamesen sind sehr soziale Personen und insofern leicht von gleichaltrigen Menschen beeinflussbar.« Das macht vor allem Brett- und Kartenspiele beliebt.

»Die Werwölfe von Dusterwald« ist zum Beispiel recht bekannt dort. In diesem Spiel bekommt man entweder die Rolle als Werwolf oder als Dorfbewohner zugewiesen. Im Anschluss gilt es herauszufinden, wer das Monster ist. »Ich persönlich verstehe Brettspiele aber nicht«, lacht Koyo. »Für mich sind sie super langweilig. Wenn ich mich mit Freunden treffe, quatsche ich einfach mit denen. Aber wir haben hier einige Brettspiel-Cafés. Ein paar Freunde von mir treffen sich mindestens einmal die Woche dort, um Tabletop zu spielen.«

Koyos Eindrücke bestätigt auch Andreas Betsche vom Blog »Virtual SEA«. Dort stellt er zusammen mit seinem Autorenteam Spiele aus Südostasien vor. Für Betsche steht ebenfalls die soziale Komponente im Vordergrund: »Viele der Gesellschaften im südostasiatischen Raum sind stark durch den

sozialen Austausch in Familien und mit Freunden/Fremden geprägt. Hiermit lässt sich vielleicht auch erklären, warum insbesondere Online-Games und MOBAs wie Mobile Legends so angesagt sind: Sie ermöglichen das gemeinsame Spielen.«

Südkorea: Der PC dominiert dank Massenhysterie

Digitaler, aber nicht weniger gesellschaftlich geht es in Südkorea zu. Dort sind sogenannte »PC-Bangs« weit verbreitet, die man als fortgeschrittene Internet-Cafés bezeichnen könnte. Die Kundschaft kommt aber nicht zum Surfen, sondern zum Spielen. Ungefähr ein Euro kostet eine Stunde. Das ist so günstig, dass viele gar nicht die Notwendigkeit sehen, sich einen eigenen Computer zu kaufen. Über die Bildschirme flimmern Online-Spiele, allen voran E-Sport-taugliche Titel. Der Boom kam mit Lineage und Starcraft. Während es 1997 vielleicht 100 PC-Bangs gab, ist die Zahl nach der Veröffentlichung beider Spiele explodiert: Die Reporterin Anne Schneppe schrieb 2007 in einem Artikel für die Frankfurter Allgemeine Zeitung, dass in diesem Jahr über 25.000 PC-Bangs in Südkorea aktiv waren.

Die Zahl ist seitdem nicht gesunken und Prämiensysteme binden die Besucher. Für Gilden geben PC-Bangs zum Beispiel einen Rabatt, wenn die Gruppe sich regelmäßig dort trifft. Alle Umsätze zusammengezählt ergeben eine gigantische Zahl. Im Jahre 2000 lag diese laut Wired bei über fünf Milliarden Euro. Online-Spiele profitieren auch von der hohen Internet-Geschwindigkeit: 100 Mbit/s sind der Standard und die Regierung setzt derzeit Leitungen mit 1 GB/s um.

Der eigenwillige, fast scheren-schnittartige Stil von Detention trägt zur Gruselatmosphäre bei.



Südkorea hat das schnellste Internet der Welt. Die Vorherrschaft des PCs hat historische Gründe. Schon 1993 gab es für Spielekonsolen einen heftigen Schlag, als die Medien quasi eine Massenhysterie auslösten: Zeitungen, Radio und TV-Sendungen verbreiteten die Nachricht, dass Videospiele Epilepsie auslösen können. Selbst nachdem Experten mit deeskalierenden Worten an die Öffentlichkeit traten, hörten die Massenmedien nicht mit den Hiobsbotschaften auf.

Samsung und Hyundai übernahmen damals den Vertrieb von japanischen Videospielprodukten in Südkorea und verzeichneten einen erheblichen Umsatzeinbruch von bis zu 70 Prozent. Bevor der Markt sich richtig erholen konnte, entschied das Ministerium für Kultur und Sport noch im gleichen Jahr, dass fortan alle Spiele auf Datenträgern vom sogenannten »Korea Public Performance Ethics Committee« geprüft werden müssten. In den 90ern galt es als eines der strengsten Komitees des Landes und war eine Hürde, die viele Entwickler nicht anzugehen wagten. Der PC blieb also die primäre Plattform, da die Distribution auch digital erfolgte. Als nach der Jahrtausendwende Spiele wie Ragnarok Online oder Lineage 2 erschienen, stieg die Popularität nur weiter an. Durch ein Wechselspiel von PC-Bangs, kompetitiven Multiplayer-Spielen, dem sozialen Aspekt und besonderen Talenten wuchs eine große E-Sport-Szene, die bis heute ihresgleichen sucht. Turniere sind hier nicht von klassischen Sportveranstaltungen zu unterscheiden, sie werden wie hierzulande Fußball im Fernsehen übertragen. Viele Jugendliche träumen von einer professionellen E-Sport-Karriere. Nämlich so sehr, dass sich sogar Privatschulen dafür lohnen.

Der größte Spielmarkt hatte Angst vor Konsolen

Der PC und das Smartphone sind auch in China die am weitesten verbreiteten Plattformen. Das verrät uns Xuan-Li, einer der Gründer des Indie-Teams Zodiac Interactive. »Die chinesische Spieleindustrie wurde vom Westen ignoriert«, erklärt er. »Vielleicht wegen der Historie oder wegen kultureller Unterschiede, aber es wirkt schon ein wenig lächerlich, wenn man die Zahlen liest und sieht, wie beeindruckend sich die Spielwirtschaft Chinas im Stillen entwickelt hat.« Xuan-Li nennt die offiziellen Zahlen von Niko Partners: Etwa eine halbe Milliarde Spieler gibt es in China im Jahre 2018. Das ist mehr

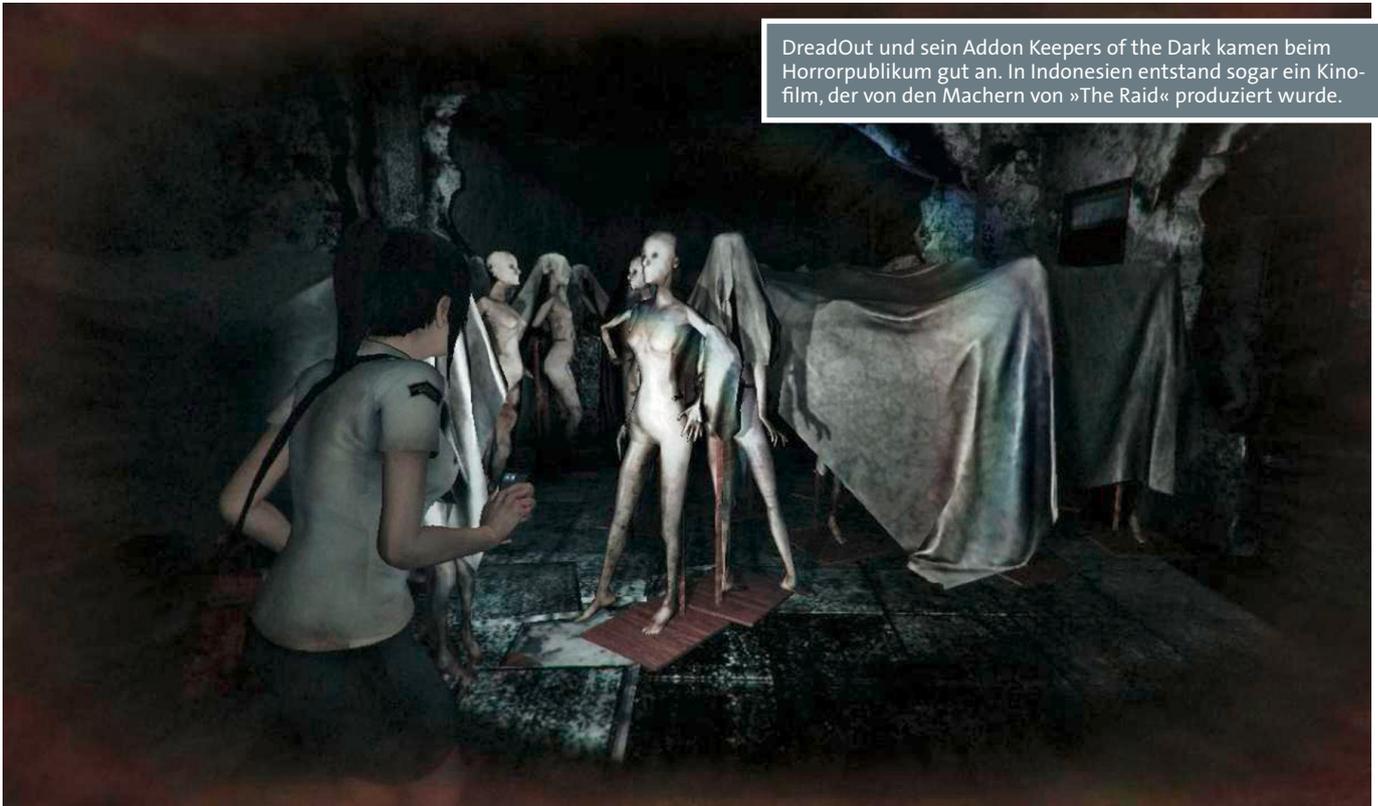
als die Gesamtpopulation von Japan und Indonesien zusammen. Der Gesamtumsatz von Januar bis April 2019 liegt bei ungefähr 34 Milliarden Euro. Rund 60 Prozent davon machen Mobile Games aus, etwa 38 Prozent gehen auf die PC-Spiele.

Das sind ein ganzes Viertel. Und vor allem beachtlich, wenn man bedenkt: Spiele sind gesellschaftlich nicht einmal besonders akzeptiert. »Gaming war zwar schon immer wichtig für die Chinesen, egal unter welchen Umständen«, erklärt Xuan-Li. »Allerdings ist die öffentliche Wahrnehmung gemischt. China hat eine sehr kompetitive Gesellschaft. Spiele sah man deshalb eher als Zeitverschwendung. Erst als es der chinesischen

Red Candle Games haben bei Horrorfans mit ihrem ersten Spiel Detention für Begeisterung gesorgt. Mit Devotion sind sie aber in das Fadenkreuz der chinesischen Regierung geraten.



DreadOut und sein Addon Keepers of the Dark kamen beim Horrorpublikum gut an. In Indonesien entstand sogar ein Kinofilm, der von den Machern von »The Raid« produziert wurde.



Wirtschaft besser ging, haben mehr Leute angefangen, Videospiele als eine tolle Form der Unterhaltung zu sehen. So ähnlich wie Musik oder Filme.«

Ebenso interessant: Spielekonsolen sind erst seit 2015 wieder erlaubt. Sie machen nur 1,6 Prozent des Gesamtumsatzes aus, auch wenn das umgerechnet immerhin fünf Millionen Nutzer bedeutet. Die Regierung hatte Spielekonsolen im Jahre 2000 verboten, weil sie einen schlechten Einfluss auf Kinder befürchtete. Selbst heute ist sie die Bedenken nicht losgeworden, denn Spiele müssen für den chinesischen Markt angepasst werden. Kulturell nicht akzeptiert sind zum Beispiel Darstellungen von Leichen, die

von den Toten wieder auferstehen. Zombies sind damit vom Tisch und lebendige Skelette müssen überarbeitet werden. Da der chinesische Spielmarkt gigantisch ist, gehen Entwickler kein Risiko ein und machen freiwillig Anpassungen – in World of Warcraft wurden aus Knochen- etwa Erdhaufen.

Wenn freie Meinungsäußerung zum Verhängnis wird

Die chinesische Regierung hat eine lange Historie mit Zensuren und Kontrolle von Medien. Freie Meinungsäußerung zu politischen Themen ist praktisch unmöglich. Das gilt auch für Satire, wie der taiwanesischer Entwickler Red Candle Games schmerzlich

feststellen musste: Im Frühjahr 2019 veröffentlichte das Indie-Team sein Horrorspiel Devotion auf Steam. Darin gab es ein gut verstecktes Easter Egg: ein Plakat, auf dem der chinesische Staatspräsident Xi Jinping beleidigt wird. Und zwar ganz indirekt mit einem Hinweis auf ein Winnie-Pooh-Meme. Nutzer im Internet entschieden nämlich eines Tages, dass Xi Jinping Ähnlichkeiten mit dem Bären aus dem Kinderbuch habe. Das fand das Staatsoberhaupt aber überhaupt nicht lustig und verbot 2017 landesweit die Darstellung der Zeichentrickfigur.

Vor dem Hintergrund des Taiwan-Konflikts, bei dem die Insel um ihre politische Selbstbestimmung kämpft, ist ein Hinweis

Zodiac Interactive ist ein internationales Team, das u.a. von Xuan-Li (dritte stehende Person von rechts) gegründet wurde. Hierzulande sind ihre Spiele Candleman und Tales of the Neon Sea am bekanntesten.



Starcraft und Südkorea, das ist eine alte Liebesgeschichte.



Samstagabend, völlig erschöpft von einer Woche gamescom 2019: Rachmad Imron von Digital Happiness und Autor Michael treffen sich persönlich. Im Hintergrund ist das kommende DreadOut 2 zu sehen.



Die Werwölfe von Dusterwald ist ein Karten- und Gesellschaftsspiel, das in Vietnam große Popularität genießt.

auf dieses Meme durchaus brisant. Das hatte Folgen: Das Spiel wurde von chinesischen Spielern auf Steam mit negativen Reviews zugebombt und musste entfernt werden. Ein paar Wochen später wurde dem chinesischen Publisher Indieevent sogar von der Regierung die Handelslizenz entzogen. Der hatte von dem Easter Egg keine Ahnung. Devotion hat es seitdem nicht zu einer Neuveröffentlichung geschafft. Es ist fraglich, ob sich noch jemand daran die Finger verbrennen möchte. In einer auf Twitter veröffentlichten offiziellen Entschuldigung erklärt das Entwicklerteam, dass man erst einmal Gras darüber wachsen lassen möchte.

Fehlende Erfahrung und wirtschaftliche Strukturen

Gerade einmal drei Tage bevor es zu der Kontroverse um Devotion kam, führten wir ein Interview mit Tiff Liu von Red Candle Games. Sie ist dort PR Director. Zu dem Fall um Xi Jinping wollte sie uns später kein Statement geben, doch vor dem Skandal konnten wir ihr Fragen zur Spieleindustrie in Taiwan stellen. Red Candle Games ist eine der wenigen Ausnahmen im Land: Die meisten Firmen konzentrieren sich auf Mobile

Games. Red Candle hat allerdings bisher Singleplayer-Spiele für den PC entwickelt. »Die taiwanische Gaming-Community wächst stetig, aber sie ist auch ziemlich gespalten«, sagt Tiff. »Das heißt: Spieler bleiben meistens bei einer bestimmten Art von Spiel, die sie besonders mögen, und probieren nur ungern Neues aus. Einer der Gründe ist die Einführung von Smartphone-Spielen, allen voran Casual-Titeln wie Pokémon Go oder Candy Crush. Sie haben viele nicht-traditionelle Spieler angesprochen (was Leute über 40 oder sogar 50 Jahre einschließt). Dazu gibt es noch eine große Gruppe an jungen Spielern, die sich ausschließlich auf kompetitiven Multiplayer konzentrieren.« Was auf der einen Seite eine begrüßenswerte Entwicklung ist, ist auf der anderen Seite ironischerweise die Krux. »Da diese neuen Spieler zuvor noch nie einer großen Auswahl an Genres ausgesetzt waren, braucht es Zeit, bis sie sich angewöhnen, auch einmal neue Titel zu testen.«

In anderen asiatischen Ländern, wo Spiele so langsam Teil der Gesellschaft werden, kann man ein ähnliches Phänomen beobachten. Rachmad Imron aus Indonesien bestätigt die Aussagen von Liu. Er ist einer der

Gründer von Digital Happiness, die das Horrorspiel DreadOut entwickelt haben. Ihm fällt der Kontrast zu Europa und den USA auf. »Die westliche Spielelandschaft ist ziemlich breit aufgestellt«, meint er. »Klar, es gibt einen großen Batzen an Call-of-Duty-Spielern, aber viele Westländer sind sehr offen gegenüber anderen Arten von Spielen. Das macht Sinn, denn das gesamte wirtschaftliche System ist sehr viel fortgeschrittener als bei uns. Meiner Meinung nach akzeptieren westliche Spieler neue Genres schneller als Asiaten. Ganz besonders Indonesier.« War denn der Story-fokussierte Survival Horror DreadOut überhaupt ein Erfolg im eigenen Land, angesichts der vorherrschenden Mobile Games? Rachmad lacht: »Na ja, Indonesier lieben Horror. Du kannst einen total schlechten Low-Budget-Horrorfilm machen und trotzdem noch mit Gewinn rausgehen. Aber irgendwie ist das Ergebnis bei Horrorspielen trotzdem anders.«

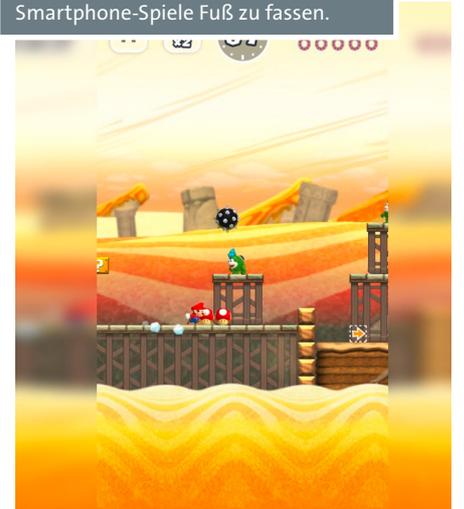
Spiele als kultureller Export

Im Westen sind viele Menschen von asiatischen Spielen fasziniert, wenn sie die Orte dort authentisch wiedergeben. Reviews zu DreadOut betonen den spannenden Einfluss

Devotion ist am Releasetag von der Fachpresse mit positiven Kritiken überschüttet worden, doch nur ein paar Stunden später nahm Steam das Spiel aus dem Angebot.



Super Mario Run war Nintendos erster ernsthafter Versuch, im Markt der Smartphone-Spiele Fuß zu fassen.



Grind: Das sagt der Psychologe

Grind, vor allem in Free2Play-Spielen, gehört in Asien zur Norm. Westliche Spieler beäugten die Praxis schon länger skeptisch. Aber das ändert sich zunehmend, auch Titel aus dem amerikanisch geprägten Raum wie Warframe, Destiny oder The Division (und natürlich World of Warcraft und Diablo) setzen stark auf die Wiederholung der immer gleichen Abläufe. Wir sprachen mit Psychologe Benjamin Strobel vom Grimme Institut über die Faszination am Grind.

GameStar: Grind lässt Spieler in einer Gameplay-Schleife immer den gleichen Vorgang bewältigen, damit diese höhere Levels oder Loot erhalten. Wie lässt es sich erklären, dass eine Routine so verlockend sein kann?

Benjamin Strobel: Warum wir gerne grinden, lässt sich am besten durch operante Konditionierung erklären. Im Grunde funktioniert ein Level in Diablo oder Borderlands wie eine Skinner-Box: Bei bestimmten Reizen (Gegner) erhält man für bestimmte Reaktionen (besiegen) eine Belohnung (Loot). Schon [Psychologe B.R., Anm. d. Red.] Skinner hat im frühen 20. Jahrhundert herausgefunden, dass Belohnungen dann besonders effektiv sind, wenn sie nicht auf jede Reaktion folgen und zusätzlich auch noch unvorhersehbar sind. Genau davon machen viele Spiele Gebrauch.

Wie kann ein Belohnungseffekt bei Spielern ausgelöst werden? Gibt es visuelle, akustische oder mechanische Effekte, die dieses Belohnungsgefühl erzeugen können?

Erfolge müssen nicht unbedingt besonders hart erarbeitet werden, um ihren Belohnungseffekt zu entfalten. Wichtig ist aber schon, dass wir die Belohnung irgendwie auf unser eigenes Verhalten zurückführen können. Hätten wir das Gefühl, die Spielwelt reagiert überhaupt nicht auf das, was wir tun, wäre das buchstäblich deprimierend. Sind die Erfolgserlebnisse mit akustischen oder visuellen Signalen verknüpft, können diese Signale nach kurzer Zeit schon ausreichen, um ein Glücksgefühl auszulösen – so ähnlich wie das

»Ähnlich wie die Glocke bei Pawlows Hund ...«



Erklingen einer Glocke bei Pawlows Hund schon den Speichelfluss auslöste. Das funktioniert am besten, wenn die Signale (räumlich und zeitlich) möglichst nah an der Belohnung sind. Wenn also dort Licht aufblitzt, wo auch das Loot erscheint, oder wenn das Geräusch genau im richtigen Moment ertönt anstatt Sekunden später. Auch eine inhaltliche Passung kann womöglich dazu beitragen, wie etwa bei dem Kassengeräusch in Fallout.

Kann Grinden und Looten einen Suchteffekt auslösen?

Die Mechanismen hinter Lootboxen und anderen zufallsbasierten Belohnungen in Spielen haben große Gemeinsamkeiten mit klassischen Glücksspielmechanismen. Es ist also denkbar, dass Looten und Grinden auf einige Menschen auch ähnliche Effekte haben können. Die Forschung zu Computerspielabhängigkeit steckt aber noch in den Kinderschuhen und vermutlich spielen eine Reihe von Faktoren dabei eine Rolle. Mechanismen, die Spielaktionen zeitlich limitieren oder anders verknappen, verlangen von uns einen ständigen Belohnungsaufschub. Personen sind unterschiedlich gut darin, aber für uns alle bedeutet das ein hohes Maß an kognitiver Kontrolle – das ist anstrengend! In diesem Sinne ist es ein perfider Trick solcher Free2Play-Entwickler, diese psychische Anstrengung auszunutzen und den Spielerinnen und Spielern eine schnelle Erleichterung zu verschaffen – gegen Geld.

indonesischer Kultur. Ähnliches liest man auch zu der Yakuza-Reihe, die Japan ziemlich gut abbildet, oder dem Klassiker Shenmue 2, der in Hongkong spielt.

Red Candles Erstlingswerk Detention ist tief in der taiwanesischen Historie verwurzelt. Es behandelt auf künstlerische Art die sogenannte »White Terror«-Phase, in der über einen Zeitraum von über 38 Jahren zahlreiche politische Dissidenten verhaftet und exekutiert wurden. Detention arbeitet die traumatischen Geschehnisse auf und verwebt sie mit Geistergestalten aus der Folklore. Asiatischer Horror wirkt auf westliche Spieler fremdartig und deshalb unberechen-

bar. Gleichzeitig geben Spiele wie Detention oder DreadOut einen kulturellen Einblick.

Tiff Liu glaubt darüber hinaus, dass alle Spieler auf der Welt weit mehr gemeinsam haben, als sie glauben. Es ist etwas, das über Spielmechaniken, Geschäftsmodelle oder technische Präsentation hinaus geht: »Im Falle von unserem Spiel Detention empfinden Westländer es wegen der regionalen Unterschiede sicher etwas anders, aber am Ende bleibt der Kern der Erfahrung. Ich glaube, dass viele Ideologien, wie etwa das Streben nach Freiheit wie in Detention, bei allen

Spielern Anklang finden – egal, aus welchem Teil der Welt sie stammen.«

Sind anders herum Asiaten fasziniert von westlichen Darstellungen in Spielen? Können sie etwas mit Burgen, Kathedralen, Cowboys oder Rittern anfangen? Für Muhammed von Joystek Studios ist das keine Frage: »Das geschieht definitiv auch anders herum, ja. Videospiele sind eine Art kultureller Export. Vielleicht ist sogar eine Form von Eskapismus involviert, wenn Spieler sich Werke vornehmen, die sich mit einer anderen Kultur beschäftigen. Fiktional wie non-fiktional.« ★

Das unverkennbare Klimpern, wenn in Diablo 3 ein einzigartiger Gegenstand auf den Boden fällt, löst bereits ein Glücksgefühl im Spieler aus - auch wenn er noch gar nicht weiß, ob er das Unique-Item gebrauchen kann.



Koyo hat in Köln beim Cologne Games Lab studiert und ist seitdem wieder in ihrem Heimatland Vietnam. Dort verdient sie als Illustratorin ihren Lebensunterhalt.

