ALLES FLIESST

Stadia ist da, und wenn es nach Google, Amazon, Sony oder Microsoft geht, kommen Spiele in Zukunft nur noch aus der Cloud. Uns geht das mit dieser Streamerei aber alles noch nicht weit genug! Von Markus Schwerdtel

Im Flow dank Flow

Was ist neben einer ständigen Versorgung mit Spielen wichtig? Genau, die ständige Versorgung mit Flüssigkeit. Schließlich sieht man gar nicht gut aus, wenn man vor dem Rechner vor sich hin dehydriert. Überall diese Runzeln, die pergamentene Haut, der Zwetschgenmännchen-Look, bäh! Zum Glück hilft hier »Flow«, der innovative Getränke-Streaming-Service. Je nach Nährstoffbedarf und Vorliebe holt ihr euch zum Beispiel das Kaffee-Abo (Milchschaum kostet extra), den ständigen Energy-Drink-Fluss oder einen konstanten Zuckerpegel mit der Softdrink-Flatrate. Technisch läuft das Ganze problemlos über die bereits vorhandenen Wasserleitungen, das Getränk eurer Wahl kommt dann einfach aus dem Hahn. Normales Trink-, Bade-, Dusch- und Waschwasser gibt's dann freilich nicht mehr, aber ein paar Opfer kann man für den Fortschritt schon bringen. Zum Start bietet »Flow« übrigens ausschließlich antialkoholische Getränke an, man arbeitet jedoch bereits gemeinsam mit der USK an einer wirksamen Wasserhahn-Alterskontrolle für die Alko-Cloud.

Lecker wie gedruckt

Google Stadia braucht einen Controller und ein Chromecast Ultra, um zu laufen, »Stream-A-Slice« braucht einen lebensmitteltauglichen 3D-Drucker. Mit dem Abschluss des Abos bekommt ihr von »Stream-A-Slice« ein solches Hochleistungsgerät gestellt, komplett mit einem 500 Liter großen, randvoll mit gräulicher Proteinmasse gefüllten Rohstoff-Tank. Der soll euch ein Jahr lang ersparen, zum Pizzaboten-Reinlassen extra aufstehen und zur Wohnungstür gehen zu müssen. Dank »Stream-A-Slice« druckt ihr euch komplette Pizzen direkt am Rechner, ein wöchentlich rotierendes Rezeptangebot sorgt für Abwechslung. Klassiker wie Quattro Stagione oder Salami (keine Sorge, Maurice!) sind jedoch immer zu haben. Aber Vorsicht: »Stream-A-Slice« ist keine Flatrate! Nutzt deshalb unbedingt Angebote und Gratiswochenenden, um euch nicht mit Trüffelpizzen und Riesenscheiben zu ruinieren. Wer einen guten, großen Kühlschrank hat, schlägt im Stream-Sale ordentlich zu und baut sich einen Pile of Pizza. Voraussetzung ist allerdings eine gute Internetverbindung. Bei langsamen Datenraten kommen nur roher Hefeteig und ganze Tomaten aus der Düse.

Schnaufen macht Spaß!

Ihr kennt das: Wenn man nach einem fordernden Bosskampf in Dark Souls & Co. zum ersten Mal wieder Luft holt, tut dieser Atemzug so richtig, richtig gut in den Lungen. Denn, Überraschung, auch beim Spielen muss der Körper ständig mit Sauerstoff versorgt werden. In diese Marktlücke springt nun die Firma NSBF (Natural Sauerstoff Breath Factory) mit ihrem Oxygen-Streaming-Service »Open Window«. Das Frischluft-Abo gibt es in den zwei (etwas seltsam benannten) Varianten »Kipp« und »Auf«. Erstere sorgt für eine ständige Grundversorgung mit Sauerstoff, zweitere flutet eure Zockerbude mit köstlicher, frischer Luft. Der Clou: Ihr könnt jederzeit mit einem praktischen Hebel zwischen den beiden Abos wechseln. Ein kleiner Sensor misst die jeweilige Nutzungsdauer und berechnet dann 1,99 Euro bzw. 3,99 pro Stunde. »Open Window« ist für NSBF übrigens ein völlig neuer Versuch, in der Geschäftswelt Fuß zu fassen. Zuvor verkaufte der Firmengründer (angeblich ein plötzlich zu Geld gekommener nigerianischer Prinz) in Alaska Kühlschränke sowie Grundstücke auf dem Mars.

Number One & Number Two

Wo ständig Cola, Kaffee und Pizza reinstreamt, streamt auch ordentlich was raus. Diesen Umstand macht sich die Stadt München zu Nutze, um als Vorreiter ins Streaming-Geschäft einzusteigen. Sie nutzt die vorhandene Infrastruktur aus Abflüssen und Kanalrohren, um bei uns Spielern für Erleichterung zu sorgen. Sobald ihr das Abo »Number One« gebucht habt, dürft ihr so oft ihr wollt »klein« aufs Klo, sozusagen eine Pinkel-Flatrate. Die Marketing-Experten der Stadt empfehlen, doch auch gleich für einen geringen Aufpreis »Number Two« dazuzubuchen, das hätte bisher kein Kunde bereut. Ihr denkt, die gebotenen Services gibt es doch schon lange? Und günstiger? Wir haben die Macher mit diesem Vorwurf konfrontiert und folgende Antwort bekommen: »Wir waren schon seit 1811 im Offwater-Streaming-Geschäft, da waren Google & Co noch gar nicht im Business. Seit dieser Zeit challengen wir stetig unsere Services und improven sie ständig. Das aufwändige Rebranding unseres Angebots ist das Ergebnis.« Und klar, das muss natürlich bezahlt werden.