



Wie Videospiele euer Gehirn austricksen

IST DAS MANIPULATION?

Spiele müssen uns motivieren. Manchmal sind sie darin so gut, dass wir einfach nicht aufhören können.

Von Martin Dietrich

Bis zu 3.000 Euro im Monat soll der ehemalige österreichische Vizekanzler Heinz-Christian Strache für das Mobile-Spiel Clash of Clans ausgegeben haben. Der im Zuge der Ibiza-Affäre geschasste Ex-FPÖ-Chef sei laut einem vertrauten Anwalt süchtig und soll seine Abhängigkeit sogar mit Geldern aus der Parteikasse bezahlt haben. Nachweisen konnte man Strache die Sucht und Veruntreuung aber nicht, auch weil die Behörden nicht weiter ermittelten. Dennoch scheint es nicht weit hergeholt, dass ein Spiel jemanden so vereinnahmt, ihn einfach nicht loslässt und schließlich solche Handlungen begünstigt. Das weiß man nicht erst, seitdem die Weltgesundheitsorganisation WHO Videospielsucht (engl. Gaming Disorder) offiziell als Krankheitsbild anerkannt hat. Geschichten darüber, wie World of Warcraft Familien auseinandergetrieben hat oder Spieler viel zu viel Geld in Free2Play-Spielen ausgeben haben, gibt es zur Genüge.

Die Gründe dafür sind vielfältig und nicht allein auf die Spiele zu reduzieren. Die Gaming Disorder tritt meistens mit anderen Erkrankungen wie Depression auf. Trotzdem haben Spiele einen Anteil daran. Sie schaffen es, schiebt man mal die Debatte um die WHO-Entscheidung beiseite, uns immer wieder Brotkrumen vor die Füße zu legen. Hinter der viel beschworenen Suchtspirale steckt aber nicht nur ein durchdachtes, be-

lohnendes Spieldesign, sondern auch ganz bewusste Beeinflussung. Teut Weidemann, einer der Pioniere der deutschen Entwicklerzene und Lead Designer bei Die Siedler Online, sagte einmal während eines Vortrags auf der Entwicklermesse GDC, dass erfolgreiche Free2Play-Spiele menschliche Schwächen wie Ungeduld und Neid gezielt ausnützen müssen: »Wir müssen die Spieler zu uns holen, sie süchtig halten und sie dazu bringen, weiterzuspielen.« Aber nicht nur der

Freemium-Markt hat dieses Mantra verinnerlicht. Früher fesselten uns Spiele in Arcade-Hallen, heute sind es Services-Spiele und Open-World-Giganten wie Destiny, The Division oder Red Dead Redemption 2. Sie alle wollen über Hunderte Stunden Unterhaltung bieten, für manche Menschen sogar mehr.

Mythos Skinner-Box: Spieler in Käfigen

Im Gegensatz zur manchmal unbittlichen Realität bieten Videospiele einen sicheren



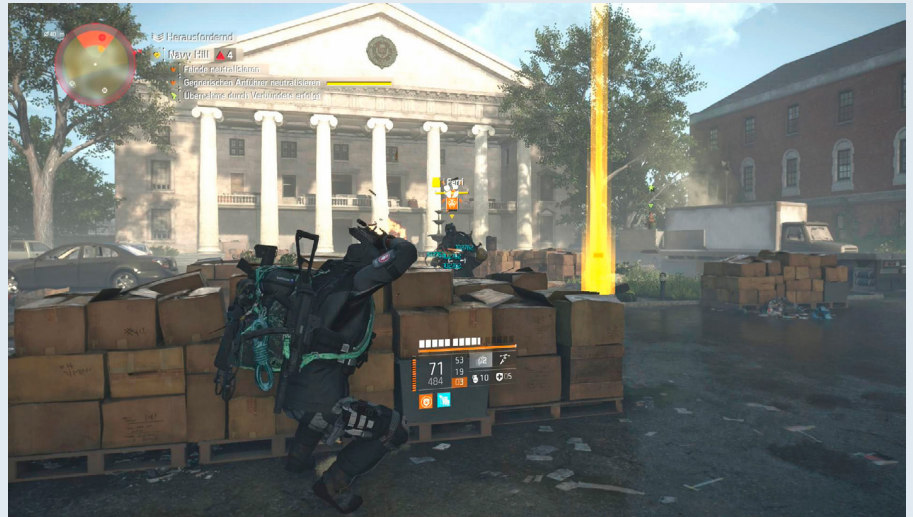
Das »Nur noch eine Runde«-Phänomen in Civilization und anderen, ähnlichen Titeln funktioniert auch deshalb, weil wir in jeder Runde irgendetwas freischalten oder einer neuen Technologie näherkommen. Die Benutzeroberfläche zeigt diesen Fortschritt auch jederzeit an.

Schutz vor Suchtmechaniken

Ihr wollt euch nicht so stark beeinflussen lassen? Wir geben fünf Tipps, wie ihr euch vor dem Effekt von Suchtmechaniken besser schützen könnt:

- Informiert euch im Vorfeld darüber, wie stark das Spiel auf Progressionssysteme setzt. Liegt der Reiz für viele Leute nur darin, im Level aufzusteigen oder Einheiten mit höheren Schadenswerten ausbilden zu können? Sonst gibt es eigentlich keine Motivation weiterzuspielen? Dann spart euch vielleicht gleich den Download und sucht Spiele, die durch ihre spielerische Qualität auch in anderen Bereichen überzeugen.
- Besonders bei den beliebten Handyspielen wie Candy Crush oder Clash of Clans ist es ratsam, die Benachrichtigungen im Optionsmenü des Handys ausschalten. Wer nicht ständig daran erinnert wird, dass etwas Neues freigeschaltet wurde, spielt am Ende womöglich weniger.
- Innerhalb der Anno-Serie ist es üblich, dass ein Sprecher uns direkt anspricht und eine Pause empfiehlt, wenn wir mehrere Stunden gespielt haben. So etwas wäre auch bei anderen Spielen denkbar. Ein entsprechender Countdown lässt sich einfach über PC und dem Smartphone einstellen.
- Manchmal bieten Spiele die Option, die Map zu individualisieren und bestimmte Aktivitäten zu verstecken. Stellt ihr fest, dass eine Aufgabenart nur aus ödem Sammelkram besteht, deaktiviert sie vielleicht lieber und konzentriert euch dadurch besser auf andere Quests.
- Hinterfragt den Wert von Items, die man auch oder nur über Echtgeld bekommt. Inwieweit wird dadurch euer Spielerlebnis positiv beeinflusst? Oder geht es nur darum, das Item einfach zu besitzen?

Rückzugsort mit Belohnungsgarantie. Für jede investierte Minute bekommen Spieler irgendetwas im Gegenzug: Einen neuen Levelabschnitt, einen spannenden Dialog, eine actiongeladene Szenerie oder einfach nur eine Lederarmschiene der zwölften Stufe. Daraus könnte man jetzt schlussfolgern, dass Videospiele nur halbwegs belohnend sein müssen und schon sind wir ihnen hoffnungslos verfallen. Ganz so einfach ist es nicht. »Letztlich ist alles, was wir über den Spieler mutmaßen, eine Hypothese«, sagt Helge Thiemann. Er ist Professor für Psychologie an der Evangelischen Hochschule Bochum. Zusammen mit dem ehemaligen GameStar-Redakteur André Peschke wendet er im Podcast The Pod regelmäßig seine Psychologiekennntnisse auf Videospiele an. »Man nimmt Erkenntnisse, die man aus Tierexperimenten gewonnen hat, und überträgt sie auf Menschen.« Zu den bekanntesten Tierversuchen gehört eine Untersuchung des US-Psychologen Burrhus Frederic Skinner. Seine später nach ihm benannte Skinner-Box zeigte, dass Ratten sehr schnell durch Belohnungen neue Verhaltensweisen erlernen können. Alles was es dazu brauch-



The Division 2 unterhält auch deshalb Dutzende Stunden, weil wir in eine Tretmühle der Verbesserung geraten. Fast jeder Aspekt des Charakters lässt sich irgendwie aufwerten.



Klassische Free2Play-Spiele wie Clash of Clans sind nicht umsonst Aufbaustrategiespiele. Sie lassen sich sehr leicht monetarisieren, indem sich einzelne Einheiten und Gebäude immer weiter aufwerten lassen. Wer zahlt, macht mehr und schneller Fortschritt.

te, war ein kleiner präparierter Käfig. An einer Seite wurde ein Hebel angebracht, der mit der Futterausgabe verbunden war. Sehr schnell wusste der Nager, was zu tun war. Hebel bedeutet Futter. Und Futter ist gut.

Jetzt braucht es keine allzu große Vorstellungskraft, um diese Ergebnisse auf den Menschen zu übertragen. Sind Videospiele denn nicht irgendwie der Hebel und wir die Ratten, die gierig unentwegt den Hebel betätigen? Glaubt man dem Volksmund, dann wird durch Belohnungen das Glückshormon Dopamin im Körper ausgeschüttet. Wir fühlen uns gut und wollen wie bei einer Droge mehr. Den nächsten Kick. Wissenschaftliche Untersuchungen zeichnen jedoch ein anderes Bild. »Heute würde man eher sagen, Dopamin ist nicht das, was dich glücklich macht. Sondern Dopamin ist das, was dich antreibt«, sagt Thiemann. »Also letztlich die Erwartung von Belohnung.«

Zwar belegen Studien, dass beim Computerspielen entsprechende Hirnareale mit Dopamin aktiv werden, ein hundertprozentiger Nachweis ist das aber noch nicht. Es könnten noch andere Botenstoffe involviert sein. Dopamin ist zudem nicht nur für die Motiva-

tion wichtig. Für das Gedächtnis, Immunsystem und die Bewegung spielt es auch eine Rolle. Viele Forscher gehen deshalb davon aus, dass die Beziehung zwischen Motivation, Belohnung und Sucht im Körper deutlich komplexer ist und nicht nur auf einige wenige Glückshormone zurückzuführen ist.

Die Kunst der Belohnung

Wie auch immer im Körper letztendlich mit Belohnungen im Detail umgegangen wird: Sie funktionieren! Psychologen unterscheiden dabei intrinsische von extrinsischen Belohnungen. Intrinsisch bedeutet in diesem Kontext, dass Spieler aus eigenem Antrieb heraus das Spiel an sich als belohnend empfinden. Extrinsisch betrifft wiederum alle äußeren Reize, die Entwickler implementieren, um Spielern einen Grund zum Weiterspielen zu geben. Das kann das nächste Level-up in einem Rollenspiel oder eine neue Stufe in Civilization sein.

»Es gibt viele Leute, die verteufeln extrinsische Motivation. Die sagen, da fängt Manipulation schon an«, sagt uns ein Entwickler mit langjähriger Erfahrung im Free2Play-Markt. Für diesen Artikel bat er um Anonymi-



Die Gedanken vieler RPG-Fans kreisen um Loot, also um die von Gegnern fallen gelassene Beute. Obwohl manchmal nur Werte minimal steigen, geht von ihnen ein großer Reiz aus.



Forge of Empires ist das mit Abstand erfolgreichste Free2Play-Spiel des deutschen Entwicklers InnoGames und als Aufbauspiel gut geeignet für diese Art der Monetarisierung.

tät, um offen über seine Zeit als Game Designer beim Hamburger Mobile- und Browser-Spiel-Entwickler InnoGames zu sprechen. »Jeder vernünftigen Free2Play-Produktion wird bewusst sein: Am Anfang brauchen wir ein Spiel, das eine gewisse Kapazität hat, Leute längerfristig mit Belohnungen an der Stange halten zu können. Sonst bringt es gar nichts. Deswegen ist das schon am Anfang so: Wie macht man ein Spiel, was jemanden zwei Jahre lang motivieren kann? Das kann intrinsisch sein, muss aber auch zu einem gewissen Grad extrinsisch sein, weil sich das eben monetarisieren lässt.«

Es sei schon vorgekommen, dass Bezahlitems eingeführt wurden, um der Community den schnellen Motivationsschub zu geben, erzählt uns ein anderer Entwickler. Er hat beim Browser-Spiel-Spezialisten BigPoint an Drakensang Online gearbeitet und will auch anonym bleiben. »Es gab schon Momente, wo man sich eher wie ein Basarhändler fühlte und nicht wie ein Game Designer«, sagt er. »Das wird schon ausgenutzt. Aber das ist die unschöne Variante, weil es sehr direkt ist. Es ist natürlich schöner mit einem Con-

tent-Update oder einer neuen Mechanik.« Häufig sind gerade Free2Play-Spiele am Anfang sehr einsteigerfreundlich, um Spieler an einen Belohnungsrhythmus zu gewöhnen. Wenn es später nur noch beschwerlich weitergeht, dann braucht es nur ein paar Euro, und schon läuft es wieder. Deshalb setzen auch viele erfolgreiche Mobile-Spiele auf dasselbe Aufbaustrategiekonzept wie Clash of Clans: Siedlung aufbauen, verteidigen und Gegner angreifen. Da lassen sich an jeder Ecke verschiedenste, auf Steigerung basierende Progressionssysteme einbauen: Zu Spielbeginn verfügt Einheit A noch über 100 Lebenspunkte und Gebäude B über 150. Wer schnell die Zahlen steigen sehen will, zückt die Kreditkarte. Alle anderen müssen länger warten. Auf die Frage, ob sie mal mit Psychologen zusammengearbeitet haben, antwortet einer der Entwickler: »Die Psychologen sind wir Game Designer.«

Was steckt in der Kiste?

Auf Belohnungen, die irgendeine Leiste füllen, arbeiten Spieler meistens hin. Sie wissen schon im Vorfeld, dass sie bald den

nächsten Level oder die nächste Rangliste erreichen werden. Neben solchen beständigen, kalkulierbaren Leckerlis haben Entwickler auch eine Fülle an zufälligen Spielmechanismen entworfen. »Wenn man monetarisieren möchte, möchte man nicht draufschreiben: Das kostet 400 Euro, sondern man möchte draufschreiben, das kostet Frazezeichen«, sagt einer der Entwickler. »Da können wir am ehesten verschleiern, wie lange es eigentlich braucht, bist du das, was du willst, genau erreicht hast.«

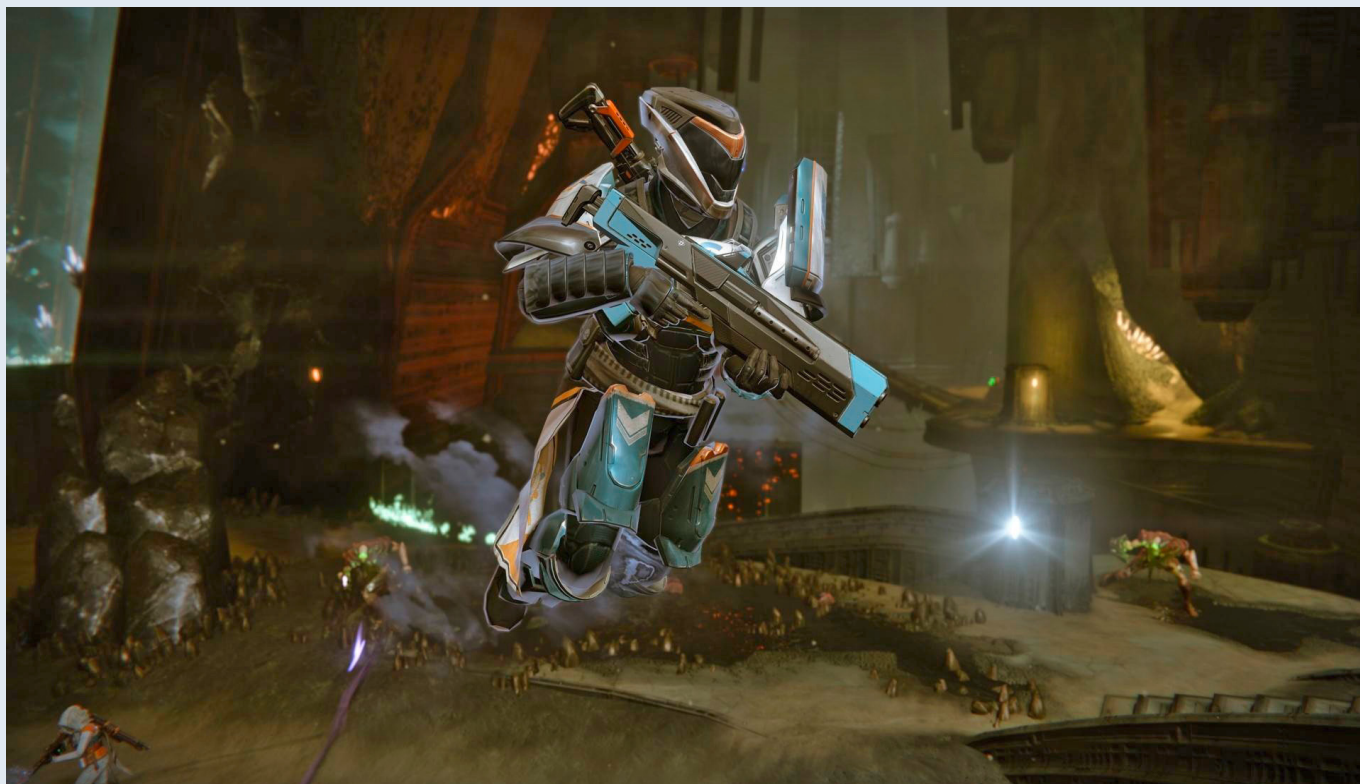
Zufälle sind bestens dazu geeignet, uns zu täuschen. »Der Spieler muss das Gefühl haben, das habe ich im Griff, beziehungsweise ich habe die Kontrolle über den Erfolg«, erklärt Psychologie-Professor Thiemann im Gespräch. Diese wichtige Illusion von Kontrolle beherrschen eben Spiele wie Candy Crush in Perfektion. Das generelle Spielprinzip und die einsetzbaren Booster gaukeln uns vor, wir könnten das Ergebnis beeinflussen, obwohl es völliger Zufall ist, welche Süßigkeit ins Rastermuster herunterfällt. Wenn wir einen Level nicht schaffen, glauben wir, es lag eher an unseren Fähigkeiten und nicht am fehlenden Glück.

Zufallsfaktoren finden sich natürlich in fast jedem Spiel. Loot in Titeln wie *Path of Exile*, *Wolven und Co.* ist nicht vorbestimmt, sondern wird bei jedem Monstertod, bei jeder geöffneten Truhe neu ausgewürfelt. Sammelkartenspiele wie *Hearthstone* nutzen den Zufall, damit bestimmte Karteneffekte nicht zu mächtig sind und manchmal weniger Schaden anrichten als üblich. Im Nintendo-Switch-Titel *Animal Crossing: New Horizons* weiß man im Vorfeld nie ganz genau, welcher Fisch denn genau an der Angel und welches Fossil im Boden verbuddelt ist. Nicht vergessen darf man die viel diskutierten Lootboxen, die vielen Kritikern zufolge die Grenze zum Glücksspiel überschreiten.

Süchtig nach Zufall

Man könnte meinen, wir Menschen sind geradezu zufallsversessen. »Obwohl unser Gehirn sehr komplex ist, funktioniert es doch auch nach sehr basalen Säugetier-Gehirnmechanismen«, sagt Professor Dr. Christian Montag von der Universität Ulm. Professor Montag ist einer der international erfahrensten Forscher auf dem Gebiet der Computerspielsucht. Er erklärt, dass zufällige Belohnungen besonders wichtig sind fürs Lernen neuer Verhaltensweisen und danach viel schwerer zu verlernen sind: »So ein neuartiger Reiz, auch in einem Computerspiel, ist erstmal evolutionär gesehen deutlich interessanter als etwas, das ich genau vorhersagen kann. Wenn ich einen Sachverhalt aber perfekt vorhersagen kann, muss ich weniger kognitive Ressourcen darauf verschwenden. Mein Gehirn kann die gewonnene Energie im Falle der eingeplanten Belohnung auf etwas anderes verwenden, was vielleicht bedeutsamer ist.«

Das ist übrigens auch einer der diskutierten Gründe in der Fachliteratur, warum Fake



Die zwischenzeitlich beliebte »Loot Cave« in Destiny zeigt, welche große Anziehung von zufälligem Loot ausgeht.

News funktionieren, sagt Montag. Es handelt sich meist um eine überraschende und sensationsheischende Nachricht, die im Gegensatz zur erwartbaren Nachrichtenlage einen besonders hohen Neuigkeitsgehalt bringt. Zufallsbelohnungen in Videospielen bedienen ebenfalls dieses Bedürfnis nach Aussetzern in andernfalls fast schon langweilig berechenbaren Systemen.

In einem GDC-Vortrag von 2015 sprach Bungies damaliger hauseigener Psychologe John Hopson über die berühmte »Loot Cave«. Bevor die Entwickler das Problem behoben, war es im ersten Destiny eine beliebte Strategie, stundenlang in den Eingang einer Höhle zu schießen. Da dort nur niedrigstufige Gegner in relativ kurzen Intervallen erschienen, war das Spielerinventar schnell proppenvoll. Oft waren es nur schlechte Ge-

genstände. Zwischen dem Meer aus unnützen Items hat sich ab und zu aber eine besonders wertvolle Waffe verirrt. Eigentlich ein schlechter Deal. »Aber Spieler haben so nicht gerechnet. Sie schauten nicht auf den Loot pro Stunde, sondern Loot pro Anstrengung. Und die Höhle war ein so geringer Aufwand, dass es sich wie unbegrenzter Loot anfühlte«, sagt Hopson.

Bungie dachte im Vorfeld, dass Spieler sich eher über Händler und sammelbare Tokens mit guter Ausrüstung eindecken würden. Also Gegenstände, auf die sie hinarbeiten. »Der Zufall war so allgegenwärtig in den Köpfen der Spieler. Obwohl es ein sehr kleiner Teil der tatsächlichen Beute ist, die man darüber bekommt, dominierte es die Vorstellungskraft auf eine Weise, von der ich glaube, dass wir sie nicht erwartet hatten.«

Effektstärken

Unser Unterbewusstsein lässt sich aber noch anders austricksen. Die Psychologie hat in der Vergangenheit viele Beobachtungen gemacht, die sich schlüssig auf Videospiele übertragen lassen. Dazu gehört unter anderem der Zeigarnik-Effekt, benannt nach der sowjetischen Psychologin Bljuma Wulfowna Zeigarnik. Sie stieß Ende der 1920er-Jahre darauf, dass Kellner sich sehr viel besser an Bestellungen erinnern konnten, wenn noch nicht alle Gäste bezahlt hatten. Zeigarnik erklärte diesen Umstand damit, dass wir uns an unerledigte, unterbrochene Aufgaben besser erinnern können. Es baut sich eine Spannung auf, die erst abklingt, wenn die Aufgabe abgeschlossen ist.

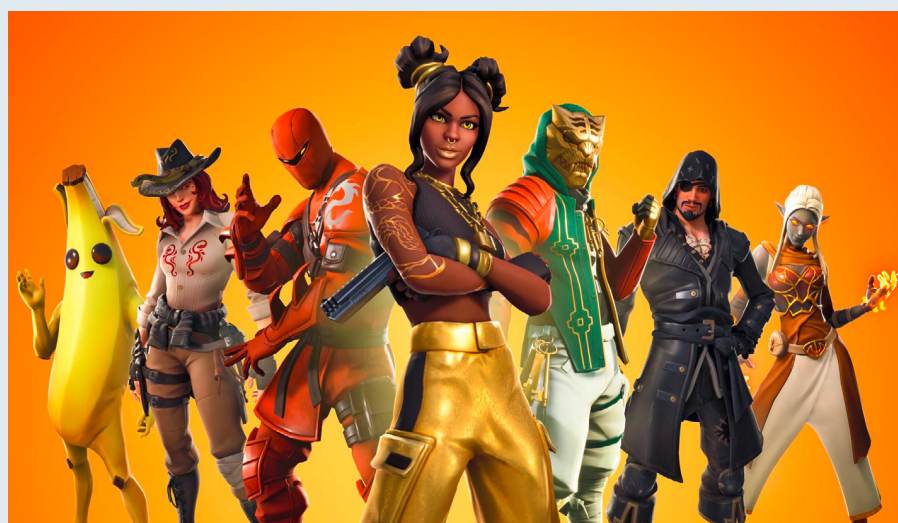
Die hohe Motivation von einigen Spielern, in MMOs und Open-World-Spielen sämtliche Sammelaufgaben und Fragezeichen auf der Karte abzugrasen, scheint ein hervorragender Nährboden für den Zeigarnik-Effekt zu sein. Manche können gar nicht anders, weil sie eine innere Unruhe verspüren und die unerledigte »Sammele alle Flaggen«-Quest so lange im Hinterkopf behalten, bis die Spielstatistik endlich 100 Prozent anzeigt. Solche konstruierten Belohnungen reichen manchmal schon aus, damit die leckere Karotte vor der Nase funktioniert. Der amerikanische Ökonom Thorstein Veblen beschrieb Ende des 19. Jahrhunderts das Phänomen, dass die Nachfrage nach Gütern trotz Preiserhöhung stieg. Menschen kauften sie, um ihren gesellschaftlichen Status gegenüber ihren Mitmenschen zu betonen. Anders gesagt: Wer wohlhabend sein will, muss auch so aussehen, und kauft Produkte wie Schmuck, Pelzmäntel oder teure Uhren. Die braucht natürlich niemand zum Überleben,



Die große Begehrlichkeit von Lootboxen hat schon Gesetzgeber unterschiedlichster Länder auf den Plan gerufen, etwa in Belgien. Die starke Ähnlichkeit mit professionellem Glücksspiel könnte vielleicht in Zukunft staatliche Regulierungen zur Folge haben.



Eine Karte voller Fragezeichen sieht vielleicht nicht schön aus, kann aber ein großer Motivator sein, auch wirklich jeder Aufgabe im Spiel nachzugehen.



Die Beliebtheit von Fortnite erklärt sich auch damit, dass Epic sehr clever die Bedürfnisse von Spielern nach Individualität anspricht. Skins können dafür hervorragende Motivatoren sein und eine Community für lange Zeit beschäftigen. Spieler wollen sich von anderen abgrenzen.

aber man fühlt sich besser als der durchschnittliche Discounter-Kunde.

Skins in Fortnite, Counter-Strike: Global Offensive oder Apex Legends sind genau solche Veblen-Güter. Völlig irrelevant für den Spielablauf, aber vielen Spielern düstert es nach einer feschen Waffentarnung oder einem schneien Outfit. Schließlich will man nicht wie der Pöbel aussehen mit seinen schlichten Farben, die zeigen, dass da einer bestimmt noch Spielanfänger ist.

Der Veblen-Effekt ist auch ein sich selbst steigernder Zyklus. Irgendwann hat schließlich der ärmliche Plebs ebenfalls prächtige Skins freigeschaltet. Das kann die Bourgeoisie aber nicht auf sich sitzen lassen und muss mit mehr Prunk und Exklusivität kontern. Deswegen können Entwickler immer mehr Skins nachschieben, die Spieler entweder mit Echtgeld bezahlen oder aber durch genügend Spielzeit freischalten.

Es blinkt und blitzt

Von kosmetischen Gütern in Videospielen geht daher eine hohe Faszination aus, die häufig viel Spielzeit zur Folge hat. Oder aber das Bankkonto der Eltern belastet. »Ein Ju-

gendlicher, der selbst noch kein Geld verdient, der hat nur ein eingeschränktes Gefühl für den Wert von Geld. Aber sehr wohl ein Gefühl dafür, wie toll es ist, einen bestimmten Fortnite-Tanz zu bekommen oder einen Ronaldo in FIFA Ultimate Team freizuschalten. Das ist das Erste, was er auf dem Schulhof erzählt«, meint Dr. David Mikusky.

Mikusky ist Arzt an der Universitätsklinik für Psychiatrie und Psychotherapie in Ulm und beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit dem Krankheitsbild der Gaming Disorder. »Diese Begehrlichkeit von Ingame-Items wird noch total unterschätzt.« Verstärkt wird die Begierde nach virtuellen Gütern durch eine meist effektvolle Präsentation. Wer in Ultimate Team einen wertvollen Spieler bekommt, sieht ein Feuerwerk. Jeder Levelaufstieg in Assassin's Creed: Odyssey wird von einem goldenen Lichtstrahl begleitet. »Das allein sorgt schon dafür, dass mein Belohnungssystem eine gewisse Erwartungshaltung entwickelt«, sagt Dr. Mikusky.

Wissenschaftlichen Befragungen zufolge verbinden Menschen vor allem Weiß, Grün, Gelb und Blau mit positiven Gefühlen wie Freude oder Vertrauen, während Schwarz,

Rot, Braun und Grau eher mit Negativem assoziiert wird. In Verbindung mit schon aus dem Alltag positiv besetzten Dingen wie Feuerwerk und Gold wird eine Belohnung noch anziehender: »Am Anfang packt es mich, dadurch dass es viel Aufmerksamkeit bei mir erregt und sehr aufwendig ist, und später werden genau diese Sachen zu den Hinweisreizen, die dafür sorgen, dass ich mich wieder dem Spiel zuwende.«

Im Gespräch verrät uns einer der Entwickler, dass Candy Crush für ihn in diesem Aspekt zur absoluten Oberklasse gehört. »Aus einer gestalterischen Perspektive ist das eine unglaublich geile Leistung. Wer hätte gedacht, dass es sich so gut anfühlt, Süßigkeiten kaputt zu machen? Da stimmen der Sound, die Effekte und die Animationen – das ist fantastisch.« Allein durch die Präsentation sei Candy Crush schon seinen biederen Klonen überlegen, die mit dem gleichen Spielprinzip den Erfolg wiederholen wollen. »Wenn es einem Spiel gelingt, sowohl durch die Motorik, Musik als auch den visuellen Input, also durch unterschiedliche Sinne, das Belohnungssystem zu stimulieren, kann man davon ausgehen, dass dann eine besonders starke Wirkung einsetzt«, sagt Psychologie-Professor Montag.

Die Macht der Daten

Zwar sind die genannten Effekte und Mechanismen unter Entwicklern alle wohl bekannt, trotzdem wird dadurch nicht jedes Spiel automatisch zum Erfolg. »InnoGames hat seit Jahren kein erfolgreiches Spiel rausgebracht, das auch nur annähernd irgendwo in die Richtung von Forge of Empires kommt. So geht es aber vielen Free2Play-Firmen in Deutschland. Die haben einen Hit gemacht und haben jetzt Probleme, das wieder zu reproduzieren«, meint einer der Entwickler. Es fehle im Vergleich zu Ländern wie den USA schlicht das Know-how, um beständig neue Spiele rauszubringen, in der alle Mechaniken auf intrinsischer und extrinsischer Ebene ineinandergreifen. Häufig sei dann der Blick zur Konkurrenz nötig, sagt der Entwickler. »Da entsteht so ein Inzest unter den Spielern, wie sie sich gegenseitig befruchten in ihren Ideen. Das kommt aus einer Verzweiflung heraus, weil man nicht mehr weiß, wie es sonst funktionieren soll.«

Eine weitere gängige Optimierungsmethode sind sogenannte A/B-Tests, auf die auch Unternehmen wie Facebook oder Google setzen. Hierbei wird ein Aspekt des Spiels verändert, zum Beispiel die Darstellung einer noch laufenden Quest auf der Benutzeroberfläche. Nicht bei allen Nutzern wird diese Änderung umgesetzt. So können die Entwickler später nachschauen, ob die Nutzerzahlen, die Spieldauer und weitere Kennziffern im Vergleich zur Kontrollgruppe gestiegen oder gesunken sind. »Mit A/B-Tests hat sich InnoGames in Forge of Empires hochgearbeitet«, weiß einer der Entwickler.

Durch die ständige Iteration ist es möglich, so lange am Spiel rumzudoktern, bis je-

der Bereich auf maximale Spielerbindung getrimmt ist. Für solche und andere Analysen haben viele Spielefirmen eigens eine Abteilung. Bei InnoGames sind das ungefähr 40 Männer und Frauen, erzählt man uns. »Das sind Leute, die sich nur damit beschäftigen, dass Zahlen transparent werden und wir ein Gefühl dafür bekommen, wie sich unsere Spieler eigentlich verhalten.«

Es reiche aber nicht, einfach auf die Analysen zu hören und schon steigen die aktiven Nutzer wieder. Beide anonymen Entwickler sagen im Gespräch, dass sie die Zahlen eher als Ratgeber denn als Handlungsanweisung benutzen. »Es ist ein bisschen wie Kaffeesatzlesen. Es sind ja immer Vermutungen, warum die Leute was machen in dem Augenblick. Dementsprechend muss man viel Erfahrung mitbringen.« Kritiker wie Professor Christian Montag bemängeln jedoch, dass vielen Nutzern gar nicht klar gemacht wird, wenn sie an einem solchen Test teilnehmen oder teilgenommen haben. Denkbar wäre nämlich sogar, dass dadurch irgendwann für jeden einzelnen Spieler die perfekte Mischung aus »Aufmerksamkeitsheischern« und »Geldziehern« zusammengebraut wird, wie es Professor Montag in einem Aufsatz schreibt. Gerade Kinder und Jugendliche müssten vor solchen Mechanismen besser geschützt werden, sagt Montag und appelliert an die Verantwortung der Spielestudios. »Die Spieleindustrie hat schon ihres dazu getan, dass wir sowas wie eine Gaming Disorder beobachten können.«

Die große Versuchung

Letztendlich kombinieren Videospiele auf effektive Weise unterschiedliche Reize und Mechanismen, die viele Menschen als fesselnd empfinden. Das unterscheidet sich je nach Spielertyp. Schließlich haben wir alle unterschiedliche Vorlieben, was Genres, Geschichten oder visuelle Designs angeht. Da können dann noch so gute »Suchtmechaniken« implementiert sein. Wer keine MMOs mag, wird nicht durch visuell ansprechenden Zufalls-Loot bekehrt.

Die beiden Entwickler, die viele Jahre im Free2Play-Bereich gearbeitet haben, betonen, dass sie Free2Play weder verteufeln noch in den Himmel loben wollen. »Die Elemente für sich sind erstmal nicht böse. Die Absicht, die sich irgendwann abzeichnet, die kann man dann bewerten«, fasst es einer der beiden zusammen. Es sei eine spannende, erfüllende Arbeitserfahrung gewesen. Man dürfe sich Entwickler nicht als James-Bond-Bösewichte vorstellen, die Spieler in eine minutiös geplante Falle locken und ihnen dann die Taschen leeren würden, sagen sie. Es gebe auch richtig gute kostenlose Spiele, bei denen Spieler allein aufgrund der Qualität Geld ausgeben wollen, um die Entwickler zu unterstützen.

Trotzdem betrifft Computerspielsucht einen Teil der Spielergemeinschaft. Frühe Studien gehen davon aus, dass ein bis zehn Prozent der europäischen und nordamerika-

nischen Bevölkerung das Krankheitsbild der Gaming Disorder erfüllen. Verlässlichere Zahlen wird es aber sehr wahrscheinlich erst in Zukunft geben, wenn die Forschung weitere Fortschritte gemacht hat.

Die Spieleindustrie hat sich bisher auch erfolgreich dagegen gewehrt, das Thema mit offenen Armen anzugehen. Eine Repräsen-

tantin von Publisher Electronic Arts verglich während einer Anhörung im britischen Parlament Lootboxen mit »Überraschungsmechaniken« in Ü-Eiern. Lootboxen seien laut EA moralisch einwandfrei und würden den Leuten sehr viel Spaß bereiten. Dass sie uns sehr viel Spaß machen, dafür haben Entwickler wie Publisher auch gesorgt. ★



Es muss nicht immer das legendäre Mondschild sein, um ein Weiterspielen zu rechtfertigen. Disco Elysium erzählt seine spannende Geschichte mithilfe von geschliffenen Dialogen und einer Reihe von schrägen Charakteren, auch hiervon will man mehr.



Wertvolle Spieler wandern in FIFA Ultimate Team mit großen Fanfaren in das Spielerinventar. Die pompöse Präsentation spricht ganz bewusst unser Belohnungssystem an.



Die Präsentation von Candy Crush spricht viele Sinne gleichzeitig an. Süßigkeiten explodieren, eine Zahl steigt auf, ein Sprecher sagt uns noch dazu, wie gut wir sind.