

Die neue Macht Let's Play

Stellen Sie sich vor, Sie spielen - und Millionen schauen zu. Eine absurde Vorstellung? Nicht für die wachsende Zahl von Spielern, die das Aufzeichnen ihrer Erlebnisse zum Hobby und Beruf machen. Ein Blick auf das Youtube-Phänomen »Let's Play«.

Von Christof Zurschmitt



T

est, Test, Test, okay. Hier spricht slowbeef. Ich möchte ein Experiment mit The Immortal wagen ...« Ein Mikrofon, ein Spiel, ein Rechner mit Aufnahmesoftware: Michael »slowbeef«

Sawyer zeichnet seine Stimme anno 2007 beim Spielen eines Action-Adventures aus den 90ern auf - und hat keine Ahnung, dass er damit einen Meilenstein erschafft. »Dies ist ein Spielerkommentar«, fährt Sawyer fort, während der Titelbildschirm des Mega-Drive-Abenteuers über den Monitor flackert. »Habt ihr mal eine DVD angeschaut? Dort gibt's Regiekommentare und solches Zeug. Und nun stellt euch vor, dass irgendein Vollidiot, der mit der Entstehung des Films nicht das Geringste zu tun hatte, Kommentare darüber abgibt, wie der Film so ist. Ungefähr darum soll es hier gehen.« Um ein durchgehend kommentiertes Spielvideo also. Fünf Jahre später hat das Experiment zahllose Nachahmer gefunden, Millionen Fans, Aufmerksamkeit weit über die Kreise der Hardcore-Spieler hinaus und mit slowbeef selbst einen gefeierten Urvater. Vor allem aber hat es einen Namen: »Let's Play«. Die kommentierten Spielvideos sind in aller Munde, sprechende Spieler längst vom Nischen- zum Massenphänomen geworden.

Am absoluten Nullpunkt startet allerdings auch Sawyer nicht. Heute gibt er zu, eher etwas aufgegriffen zu haben, das sowieso in der Luft lag: »»Erfinder« klingt arrogant. Wenn man mir schon einen Titel verleihen

möchte, dann besser »Pionier«. Schließlich habe ich nicht mal den Begriff »Let's Play« geprägt.« Tatsächlich lässt sich die Vorgeschichte des Let's Plays noch weiter zurückverfolgen. Die Nähe zur Live-Sportberichterstattung ist ebenso offensichtlich wie die zu den von Sawyer explizit genannten Regiekommentaren auf Film-DVDs. Doch auch bei Spielen hat das gefilmte Let's Play seine Ahnen. So lässt sich eine Verwandtschaft zu den »After Action Reports« beobachten, eine militärische Bezeichnung für die Analyse geschlagener Schlachten. Diesen Begriff übernahmen begeisterte Strategiespieler für die oft detaillierten und erzählerisch

ausgeschmückten Berichte über ihre am Küchentisch ausgefochtenen Plastikfiguren-Manöver, die schriftlichen Let's Plays gleichen. Auch Sawyer griff nicht gleich zum Mikrofon: »Ich hab 2004 einen schriftlichen Leitfaden zum Konsolentitel Metal Gear 2: Solid Snake auf meine Website gestellt, in dem Leute später eine Art Proto-Let's-Play erkannten. Damals kannte ich die Bezeichnung »Let's Play« noch gar nicht.«

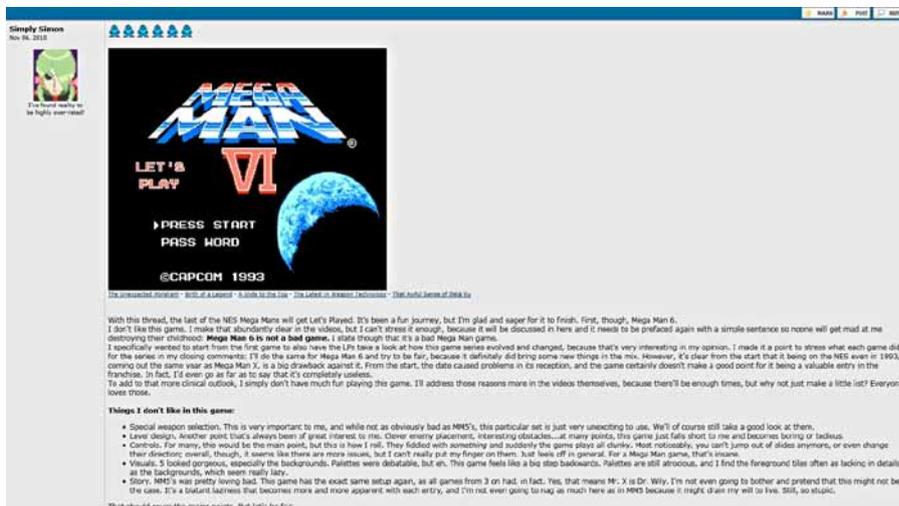
In den drei Jahren zwischen diesem textlichen Proto-Let's-Play und dem Immortal-Video, das Sawyer seine Vorreiterrolle einbringen sollte, verbreitete sich der Begriff

Minecraft und Let's Plays

Es scheint kaum übertrieben, in **Minecraft** den Grund für den Ende 2009 plötzlichen einsetzenden Interessenschub am Let's Play zu sehen: Die Würfelwelt ist das ideale Let's-Play-Spiel: sperrig genug, dass Anfänger im Web Hilfe suchen, aber zugleich offen für die Fantasie und Tausende von Geschichten. Sowohl für den Yogscast als auch für Gronkh waren **Minecraft**-Videos der Schlüssel zu Erfolg. Oder war es umgekehrt? Diese Frage war der Ausgangspunkt eines Streits zwischen dem **Minecraft**-Entwickler Notch und den Yogscastern, die ausgerechnet



auf der **Minecraft**-Messe MineCon verkündeten, das Spiel verdanke seinen Erfolg eigentlich ihren Videos. Notch wiederum sieht den Erfolgsgrund natürlich in der Qualität des Spiels. Die Wahrheit liegt wohl irgendwo dazwischen: Das Interesse an **Minecraft** weckte das Interesse an Let's Plays und umgekehrt – eine symbiotische Beziehung.



Im Forum der Comedy-Website Something Awful gibt es noch immer viele Text-Let's-Plays.

allmählich. Allerdings bezeichnete er zunächst nicht Videos, sondern Screenshots, die im Spielverlauf geknipst und mit unterhaltsamen Kommentaren online gestellt wurden. Beinahe wäre das Ur-Let's Play ebenfalls diesen Weg gegangen: »Die Immortal-Geschichte war ursprünglich als reines Bilder-Let's-Play geplant«, erinnert sich Sawyer. »Ich hab dann aber ein Video aufgenommen, das ich fortlaufend kommentierte. Eigentlich war das nur als eine Art Bonus gedacht. Nur haben die Leute es lieber gemocht als die Screenshot-Variante – und ich entschied mich, das Ganze in Videoform fortzusetzen.« Ein Phänomen war geboren.

Sein historisches Erstlingswerk veröffentlichte Michael Sawyer allerdings nicht auf der Plattform, die heutzutage zum Inbegriff des Let's Plays geworden ist – Youtube –, sondern im Forum der amerikanischen Comedy-Website Something Awful, für das er nach wie vor als Moderator tätig ist. Das Forum ist berühmt-berüchtigt für seine elitären Tendenzen (das Logo ist eine Handgranate, die Zahl der verbannten Nutzer eine Art Ehrenmal), aber auch für sein Potenzial, Witze hervorzubringen, die sich rasch über das gesamte Web verbreiten. Die Entwicklung des Let's Plays ließ sich ein wenig mehr Zeit. Wenn man die Zahl der Google-Suchergebnisse für den Begriff »Let's Play« als Gradmesser nimmt, zeigt sich, dass seine Popularität in den ersten Jahren langsam, aber stetig zunahm – bis im Jahr 2009 plötzlich ein Wachstumsschub einsetzte, dank dem die kommentierten Videos auch in Deutschland Fuß fassten.

»2009 war das Ganze hierzulande noch ziemlich neu«, erinnert sich Kai »k4Zz« Rienow, der schon früh seine Kommentare auf Deutsch einsprach. »Die Community war zu diesem Zeitpunkt wesentlich klei-

ner.« Kleiner und verstreuter: Im Gegensatz zu den USA fehlte den deutschen Let's Playern anfangs eine zentrale Anlaufstelle zum Austausch untereinander. Rienow erkannte den Wert einer solchen Plattform unmittelbar nach seinen ersten Experimenten mit den kommentierten Videos: »Am 7. Oktober 2009 lancierte ich gemeinsam mit einem Freund die Plattform Letsplayforum.de und fragte bei den wenigen damals aktiven Let's Playern an, ob sie nicht Interesse hätten,

»Das erste Let's-Play-Video war nur ein Bonus«

sich im Forum anzumelden.« Sie hatten Interesse. »Das Forum wuchs rasch; innerhalb der ersten sechs Monate stieg die Mitgliederzahl auf 1.000 und die Beitragszahl auf beinahe 50.000.« Heute dient das Forum als Ort des Austausches für alte Hasen, aber auch als Anlaufstelle für neue Let's Player. Und das Wachstum ist ungebrochen: »Nach nun bald drei Jahren können wir uns über mehr als 12.000 Mitglieder und 600.000 Beiträge freuen«, resümiert Rienow.



Frühe Let's Plays bestanden aus möglichst unterhaltsam kommentierten Bildern.

Diese Zahlen beeindrucken – und verblasen dennoch angesichts der entsprechenden Zuschauermassen: Der Youtube-Kanal der Briten Lewis Brindley und Simon Lane etwa, der »Yogscast«, hat über anderthalb Millionen Abonnenten und über 800 Millionen Videoaufrufe – er gehört zu den erfolgreichsten Youtube-Kanälen überhaupt. Auch Deutschland führt mit Erik »Gronkh«

»Unsere Zuschauer sind junge Männer«

Range ein Let's-Play-Schwergewicht ins Feld, das über 400.000 Abonnenten und 260 Millionen Aufrufe vorweisen kann.

Doch wer sind diese Millionen Zuschauer, und weshalb schauen sie sich Aufzeichnungen von Spielen an, statt selber zur Maus oder zum Controller zu greifen? »Ich habe noch nie einen Zuschauer getroffen, des-

The Immortal

Das Action-Adventure **The Immortal**, in dem ein Zauberer aus isometrischer Perspektive ein Labyrinth durchquert, ist eines der letzten Spiele des Designers Will Harvey, bekannt vor allem für das Murmel-Spiel **Marble Madness**. Ursprünglich (1990) für den Heimcomputer Apple IIGS erschienen wurde das Spiel in der Folge auf zahlreiche Plattformen übertragen. Während bei einigen Konsolenversionen die für damalige Verhältnisse drastische Gewaltdarstellung entschärft wurde, blieb der brutale Schwierigkeitsgrad in allen Versionen erhalten – deshalb haftet das Spiel bis heute im kollektiven Gedächtnis.



halb ist es schwer, sich ein Bild zu machen«, erklärt Peter Smits, einer der Gründer des populären Let's-Play-Kanals »Piet Smiet & Co.«. »Die Youtube-Statistiken verraten mir immerhin, dass unsere Zuschauer zu 90% männlich und zu einem Großteil zwischen 13 und 17 Jahren alt sind.« Diese Einschätzung wird von den meisten Let's Playern geteilt. Doch auch wenn das Publikum statistisch gesehen einheitlich ist, sind die Motive für das Anschauen der Videos vielfältig. »Der eigene Rechner kann das Spiel nicht stemmen, man besitzt die Konsole nicht, man hat keine Lust selber zu spielen, möchte aber die Geschichte erleben – und so weiter«, zählt Smits auf. Der ebenfalls beliebte Let's Player Valentin »sarazar« Rahmel ergänzt: »Manche Fans möchten einfach ein wenig abschalten bei einem kleinen Gameplay-Video, wo man selber nicht viel machen muss. Den meisten Zuschauern geht es aber um den Unterhaltungswert.«

Das erstaunt nicht; schließlich sind die Kommentare und darin durchscheinende Persönlichkeit des Let's Players das eigentlich Neue, das diese Videos von älteren, weniger erfolgreichen Formen wie dem stummen Walkthrough abhebt. Die besten Let's Plays verstehen es, zu unterhalten, ohne

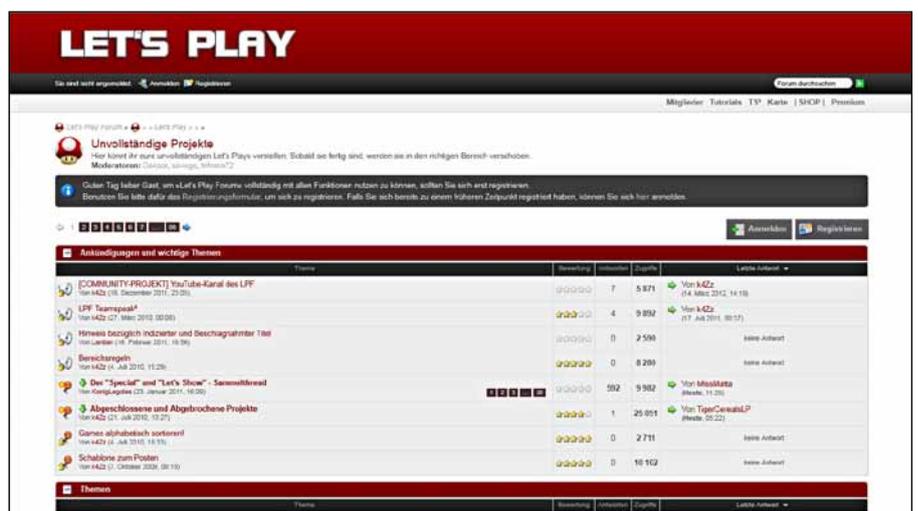
Retsupurae

Michael »slowbeef« Sawyer ist in der Let's-Play-Community nicht nur berühmt für seine Pionierrolle – er ist auch gefürchtet. Mit seinem Let's-Play-Kollegen »diabetes« betreibt er den Youtube-Kanal Retsupurae (eine pseudo-japanische Schreibweise für den Begriff »Let's Play«), auf dem er sich über stümpferhafte Let's Plays lustig macht. Sawyer relativiert aber, dass es ihm nicht um fehlende technische Fertigkeiten gehe, sondern um die falsche Einstellung: »Wenn du ein Let's Play machst, weil du denkst: »Hey, ich kann damit berühmt werden!«, dann solltest du vermutlich am besten gleich wieder aufhören. Aber wenn du Let's Plays wirklich magst und gute Ideen hast, dann würde ich sagen ... nun ja, jeder macht mal Fehler.« Seit September 2011 verkaufen slowbeef & Co. sogar Merchandise wie T-Shirts und Notebook-Sticker mit dem Retsupurae-Logo (Bild unten).



sich auf Insider-Scherze für Hardcore-Spieler zu beschränken: Ein Yogscast-Video etwa wirkt oft wie die Neuauflage einer geradezu klassischen Comedy-Formel, mit Lane als ungeschicktem Trottel und Brindley als dessen besonnenem Gegenpart. Dass die Nummer in einer Spielwelt statt auf der Bühne aufgeführt wird, schrumpft zur Nebensache. Und auch die Wahl des kommentierten Spiels erscheint gelegentlich zweitrangig.

Andererseits kann das Interesse an einem bestimmten Programm auch überhaupt erst zum Video führen. Peter Smits fand auf diesem Weg zum Let's Play: »Ich hörte von diesem Indie-Titel namens Minecraft und konnte mir absolut nichts darunter vor-



Auf Letsplayforum.de tauschen sich deutsche Let's Player aus.



Daedalic bewarb sein Adventure **Deponia** auch mit Let's Plays – und ist sehr zufrieden.

stellen. Durch eine flotte Suche bei Youtube bin ich bei einem Video von Gronkh gelangt. Kein noch so nett geschriebener Artikel hätte mir das damals noch recht unerforschte Phänomen Minecraft in der kurzen Zeit so gut nahe bringen und mich dabei auch noch unterhalten können.« Let's Plays unterhalten also nicht nur, sie informieren auch und ergänzen damit die klassischen

»Let's Plays können unkontrollierte, aber kostenlose Werbung sein«

Test-Videos. Denn wo diese nach Kompaktheit und Objektivität streben, bieten Let's Play die Gelegenheit, durch die Augen eines Normalos ein unbekanntes Spiel in voller Länge zu erleben.

Die Neugierde auf unbekannte Spiele hat aber auch eine Kehrseite: den Reiz des Verbotenen. Wenn Let's Plays minderjährigen Zuschauern als Ersatz für eine Spielerfahrung dienen, die ihnen aus finanziellen Gründen verwehrt bleibt – warum dann nicht auch für eine Spielerfahrung, die ihnen aus gesetzlichen Gründen verwehrt bleibt? Let's Plays eines indizierten Spiels anzusehen, ist zweifelsohne einfacher, als sich dieses zu beschaffen. »Das ist nicht auszuschließen«, bestätigt Peter Smits. »Es kommt wohl vor, dass Minderjährige mit möglicherweise jugendgefährdenden Inhalten konfrontiert werden. Und das ist ein Problem. Ich sehe hier aber eher auf Seiten von Youtube Handlungsbedarf. Wer Videos hochlädt, bekommt ja nicht mal die Möglichkeit, diese nur volljährigen Zuschauern zugänglich zu machen.«

Die Frage, wer die Verantwortung für den Jugendschutz übernehmen soll, wurde bislang erstaunlich wenig diskutiert – ganz im Gegensatz zu einem anderen Aspekt der Let's Plays, der sie ins rechtliche Zwielficht rückt: Let's Play-Videos verletzen strenggenommen das Urheberrecht. Schließlich zeigen sie geschützte Bilder und Töne; in der Regel, ohne vorher die Nutzungsrechte abzuklären. Als das US-Repräsentantenhaus Anfang 2012

den »Stop Online Piracy Act« diskutierte, der ein restriktives Vorgehen gegen die unerlaubte Verwendung audio-visueller Inhalte ermöglicht hätte, sahen sich viele Let's Player in ihrer Existenz bedroht. Diese Furcht wird allerdings dadurch gemildert, dass sich kaum ein Entwickler oder Publisher offen gegen Let's Plays ausspricht. Im Gegenteil wächst das Bewusstsein dafür, dass diese Videos viel

Aufmerksamkeit für die kommentierten Spiele generieren – und dies in der Regel auch noch im Guten. »Da Let's Player ihre Spiele meist nach persön-

lichen Vorlieben auswählen, werden sie auch tendenziell positiv dargestellt«, meint Peter Smits. Let's Plays sind aus Sicht der Industrie also im Idealfall Werbung – unkontrolliert, aber kostenlos. Einige Entwickler gehen sogar einen Schritt über die stillschweigende Duldung hinaus und beziehen Let's Player direkt in das Marketing von Spielen ein.

So etwa der Adventure-Hersteller Daedalic, der Gronkh in die Promotion von **Deponia** einspannte. Der Daedalic-Geschäftsführer Carsten Fichtelmann erklärt: »Für die restriktive Verfolgung von Copyright-Verletzungen habe ich vollstes Verständnis. Wir verteidigen unsere Rechte auch. Bezüglich Let's Plays

habe ich aber eine andere Sichtweise, denn sie helfen uns dabei, neue Spielerschaften zu erschließen. Der Mehrwert beim Verkauf von Spielen wiegt schwerer als der Verlust einiger Leute, die sich das Spiel womöglich nicht mehr kaufen, weil sie ein Let's Play gesehen haben.« Das erstaunt auf den ersten Blick, scheinen doch gerade die verhältnismäßig wenig interaktiven Adventures durch einen »Film« bedroht, der die gesamte Handlung zeigt. Schließlich bleibt fast nichts mehr zum Erleben übrig, wenn man erstmal die Story gesehen hat. Fichtelmann sieht dies anders: »Die Let's Plays verwandeln unsere Adventures in Fernsehserien oder in Episoden unterteilte Spielfilme. Leute, die skeptisch sind, ob solche Spiele etwas für sie sind, lassen sich da schon mit wenigen Folgen überzeugen.« Mit Gronkhs Let's Plays hat sich Daedalic eine jüngere Käuferschicht erschlossen, die sich bislang kaum für Adventures interessiert hatte. Fichtelmann zieht zufrieden Bilanz: »Das Experiment hat sich gelohnt und wird auch bald fortgesetzt.«

Dieser Eilmarsch des Let's Plays vom abgeschotteten Comedy-Forum hin zum festen Platz in der Spieleindustrie ist faszinierend. Nicht weniger faszinierend, wenn auch auf andere Weise, ist die gegenüberliegende Seite des Spektrums: Quasi als Zerrbild der Spieltest-Profis, die den Spaß im technischen Know-How erden, öffnet sich hier eine Welt der »Ähs« und »Ohs«, des Stotterns und der hallenden Mikros, der peinlichen Pausen und der zitternden Bilder. Die Faszinationskraft der amateurhaften Videos entspringt jenen Momenten, in denen die Kommentare plötzlich die Welt des Spiels hinter sich lassen: Da erfährt man etwas vom frustrierenden Berufsalltag des Spielers oder kann im – an eine zaghafte weibliche Stimme gewandten – »Sag auch mal was!« eine Beziehung samt Krise erahnen. Nirgendwo sonst ähneln Let's Plays mehr einer Gegenwartsform des Spielens im Wohnzimmer oder der Ausweitung des Schulhofs auf den digitalen Raum – Freundschaftsbekundungen und Rangeleien inklusive. Und nirgendwo sonst wird deutlicher, dass die Charakterisierung von Let's Plays als »Fernsehen der Youtube-Generation« nicht ausreicht. Zwar sind sie zweifels-

Yogscast

Simon Lanes und Lewis Brindleys erstes kommentiertes Video erschien 2008: bewusst nutzlos, aber umso unterhaltsamere Tipps für **World of Warcraft: Wrath of The Lich King**. Dieser Comedy-Einschlag ist bis heute das Markenzeichen des Yogscast, der zu einem offiziellen Unternehmen



gewachsen ist: Neben täglich veröffentlichten Videos (die zum größten Teil, aber nicht ausschließlich aus Let's Plays bestehen) umfasst der Yogscast auch einen Podcast, ein Forum und eine Plattform für die Fan-Community. Brindleys Freundin Hannah Rutherford ist mittlerweile das offizielle dritte Mitglied des Yogscast-Teams.

ohne Teil einer größeren Abwanderung von den vorgegebenen Programmstrukturen des traditionellen Fernsehens – aber sie erschöpfen sich eben nicht im Anschauen. In den Amateurvideos zeigt sich, dass es nicht zuletzt auch darum geht, sich selbst mitzuteilen und mit anderen auszutauschen.

Michael Sawyer befürchtet allerdings, dass diese Seite des Let's Plays auf dem Weg zur Professionalisierung auf der Strecke bleiben könnte: »Es gab früher mehr Interaktion mit dem Publikum. Bei meinem Immortal-Let's-Play wollte ein Zuschauer wissen, ob sich ein Rätsel auf eine bestimmte Art lösen lässt. Anstatt ihm zurückzuschreiben, habe ich ein Video für ihn gemacht. Andere Leute wollten begrüßt werden, also hab ich sie in einem Video begrüßt. Ich finde, diese Dinge wurden in den letzten Jahren zu häufig aufgegeben; es gibt mittlerweile eine klare Trennung zwischen Zuschauern und Kommentatoren.«

Auch durch die Community der Let's Player zieht sich ein Graben. Die oft so enthusiastischen wie stümperhaften Videos der Amateure unterscheiden sich deutlich von den routinierteren Produktionen der Profis. Kai Rienow bestätigt, dass dies auch der Wahrnehmung der Let's Player entspricht: »Sie empfinden sich nicht zwingend als Teil einer einzigen Community. Das liegt aber einfach daran, dass die Let's Player aus unterschiedlichen Motivationen heraus Videos machen. Einige wollen schnellen Erfolg und geben schnell wieder auf, wenn dieser ausbleibt. Andere wiederum sind auch mit ihren zwölf Youtube-Abonnenten glücklich und machen es nur zum Spaß. Und dann gibt es noch die großen Let's Player, die meistens recht professionell an die Sache herangehen. Diese Personen werden häufig als Vorbild genommen, allerdings sollten sich die Neulinge immer fragen, ob sie tatsächlich die Zeit und Expertise aufbringen können, um regelmäßig solche guten Videos zu liefern.«

Diese Frage geht leicht unter im Streben nach dem Erfolg, der sich, wie rasch deutlich wird, nicht immer auf den so flüchtigen wie abstrakten Internet-Ruhm beschränkt. In einem Moment der unerwarteten Offenheit

erklärt ein Let's Player, dass sich Mitschüler über seine ersten Videos lustig gemacht haben und er gemobbt worden sei – aber mittlerweile stehe er drüber, weil er schließlich mit seinen Videos »richtig viel Kohle« verdiene. Ob das stimmt, sei dahingestellt – fest steht, dass einige wenige mit Let's-Play-Videos gutes Geld verdienen können. Um welche Summen es geht, weiß niemand so genau – über das »wie« lässt sich allerdings etwas sagen: Einen Youtube-Kanal einzurichten und sporadisch Videos hochzuladen, genügt nämlich nicht. Die größeren Let's Player sind allesamt Partnerschaften eingegangen. In Deutschland etwa kooperiert das GameStar-Medienhaus IDG mit dem »Play-Massive«-Netzwerk. Dazu gehören u.a. Gronkh.de und die dort untergebrachten Let's-Play-Kanäle. Nur die erfolgreichsten Let's Player ergattern jedoch den begehrten Status eines Youtube-Partners, der direkte Anteile an den Werbeeinnahmen garantiert und damit die Voraussetzung dafür ist, mit Youtube-Videos ernsthaft Geld zu verdienen.

Dass Let's Plays auch harte Arbeit und Geschäft sein können, geht im ansteckend enthusiastischen Ton der Videos ebenso leicht unter wie die Tatsache, dass mit zunehmender Popularität und Professionalität auch der Druck auf die Let's Player steigt. Im Hinblick auf die Qualität wie auch Quantität des Outputs – aber auch im Hinblick darauf, dass eine zunehmend paradoxe Situation erwächst. Die nämlich, auf möglichst professionelle Weise den Anschein des Unprofessionellen zu erwecken, von dem das Let's Play nach wie vor lebt. Der Anspruch, einerseits ein professionelles Produkt abzuliefern und andererseits wie der Kumpel von nebenan zu wirken, ist eine Herausforderung. Sie führt dazu, dass man an sprachlichen Eigenheiten wie der »Wir«-Form festhält, auch wenn die Fans bereits so zahlreich geworden sind, dass man kaum mit allen Kontakt halten kann. Dass die Let's Player ihren Fans trotzdem nahe sein wollen, dürfte auch der Grund dafür sein, dass der monetäre Aspekt des Phänomens als offenes

GameTube

Unsere Kollegen Michael Obermeier, Christian Schneider, Martin Le und Daniel Feith betreiben einen eigenen Let's-Play-Kanal namens GameTube. Schauen Sie mal rein!



Geheimnis behandelt wird. Und wie alles, das offen und verborgen zugleich ist, schürt es die Fantasie: Der Berufswunsch »Let's Player« klingt für viele verlockend – auch wenn es nur eine Handvoll Let's Player gibt, die wirklich von ihren Videos leben können, und selbst viele bekanntere Kommentatoren für ihren Lebensunterhalt auf andere Einkünfte angewiesen sind.

Die zunehmende Professionalisierung hat aber auch ihre positiven Seiten. Michael »slowbeef« Sawyer etwa begrüßt, dass von Let's Playern mittlerweile ein Mindestmaß von Sorgfalt erwartet wird und man »nicht mehr einfach nur eine Kamera schräg Rich-

»Es gibt eine klare Trennung zwischen Zuschauern und Kommentatoren«

tung Bildschirm halten kann«. Zugleich jedoch befürchtet Sawyer, dass die ursprünglichen Werte verloren gehen: »Ich habe früher wirklich das Gefühl gehabt, dass es bei Let's Plays darum ging, aufregende Spiele zu zeigen – und nicht so sehr darum, selbst berühmt zu werden. Zudem finde ich, dass der Name »Let's Play«, also »Lass uns zusammen spielen«, ernst genommen werden sollte. Es sollte wirklich das Ziel sein, eine Gemeinschaft zu bilden und mit anderen Leuten zusammen zu arbeiten.«

Tatsache ist, dass diese Gemeinschaft schon jetzt vielfältiger ist, als der Ausdruck »Let's-Play-Community« vermuten lässt. Denn es gibt keine einheitliche Community, sondern große und kleine, professionelle und amateurhafte Let's Player, die mal mehr, mal weniger mit ihren Fans kommunizieren. Ob der Abstand zwischen den passionierten Amateuren und den aus diesen Kreisen entwachsenen »Großen« schrumpfen oder wachsen wird, und ob dabei wie von Michael Sawyer befürchtet etwas auf der Strecke bleibt – das wird sich zeigen. Immerhin: Dass der Spaß an der Sache durch alle Schichten hindurch spürbar bleibt, lässt zuversichtlich in die Zukunft blicken. »Leute behaupten schon seit Jahren, Let's Plays seien eine Modeerscheinung«, schmunzelt Sawyer. »Ich würde also sagen, dass sie noch eine Weile existieren werden.« Christof Zurschmitt / GR



Der von Eric »Gronkh« Range betriebene Let's-Play-Kanal ist einer der größten Deutschlands.