

The Game Awards

Mehr Werbeshow als Preisverleihung

Der Männer-TV-Sender Spike hat jahrelang die peinlichste Preisverleihung der Spielebranche auf die Beine gestellt. Mit The Game Awards wagt der Moderator Geoff Keighley einen Neustart. Unser Autor Dennis Kogel war in Las Vegas dabei und erlebte – eine Werbeveranstaltung.



Dennis Kogel, Freier Redakteur

GEDACHT

Weltpremiere! #worldpremiere! Exklusiv, exklusiv, exklusiv, ganz neu und hier und heute zum ersten Mal! Wenn die Oscars wie die Game Awards wären, dann liefen dort nur Teaser-Trailer für alle Marvel-Superheldenfilme der nächsten fünf Jahre. Über drei Stunden lang hat der Moderator Geoff Keighley eine Show präsentiert, die Spiele auszeichnen soll, ihr Publikum dann aber vor allem mit neuen Trailern beschoss. Die Preise selbst waren Nebensache. Dabei verfolgte Keighley mit seinen Game Awards ein nobles Ziel: die Spiele-Preisverleihungen aus der Trash-TV-Tonne zu fischen. Das ist nötig. Der Vorläufer der Show hieß Video Game Awards (VGAs) und war eine Witzveranstaltung, die niemand in der Spieleindustrie ernst nehmen konnte, aber jeder gerne nutzte, um Trailer im Fernsehen auszustrahlen, genauer gesagt: auf dem Männersender Spike, irgendwo zwischen Reality-Shows über tolle Polizisten und Preisverleihungen an Sandra Bullock für »ein Jahrzehnt Hotness«. Moderiert wurden die VGAs von einem stets irgendwie deplatziert wirkenden Keighley und gelangweilten Stars wie Samuel L. Jackson.

Der Tiefpunkt kam letztes Jahr: Weil die Quoten niedrig waren, wurde der Award umbenannt. Von VGA zu VGX (weil ein »X« alles extremer, frischer, jugendlicher machtx!). Durch die Show führte Joel McHale (bekannt aus der TV-Serie »Community«), der nicht nur lustlos wirkte, sondern sich auch über die gesamte Preisverleihung lustig machte und den mitmoderierenden Keighley zu einem stammelnden Ver-

sager degradierte. Für die Spielebranche waren die Video Game Awards keine gute Imagepflege, vom Glamour und der Bedeutung einer Oscar-Verleihung ungefähr so weit entfernt wie Uschis Pommesbude vom Sternerestaurant. Mit Spielen werden weltweit Milliarden verdient. Dennoch hat es die Industrie bislang nicht geschafft, sich angemessen und würdevoll zu feiern. Dieses Jahr will es Keighley besser machen, fast in Eigenregie hat er die neuen Game Awards konzipiert und finanziert. Und mal ehrlich, es konnte ja nur besser werden.

Gamer, alles Gamer

Und, ja, es wurde besser. Die Game Awards sind eine professionell produzierte Show, die zeigt: Games-Kultur ist Mainstream. Über den Abend verteilt stellt der Late-Night-Superheld Conan O'Brien die Nominierten für den »Spiel des Jahres«-Award in kurzen, humorvollen Einspielern vor. Der 24-Star und Solid-Snake-Sprecher Kiefer Sutherland plaudert auf der Bühne mit Verehrung über seinen »Big Boss« Hideo Kojima und deutet an: Hollywood schaut auf Spieleentwickler. Mit Neid. Dan Reynolds, Frontmann der Chartband Imagine Dragons, erzählt wie Atari die Kindheit geprägt und League of Legends die Aufnahmen zum neuen Album torpediert hat – und spielt dann gemeinsam mit seiner Band und der Videospielmusik-Ikone Kōji Kondō (Super Mario Bros., The Legend of Zelda) »It's Time« auf der Bühne. »Normalerweise geht es hier um eine Sache ... um die Stars, die bezahlt werden, um ein paar Minuten lang so zu tun, als ob sie sich für Spiele interessieren«, scherzt Tim Schafer, Chef von Double Fine und gern gesehener Industrie-Event-Moderator, bei der Preisverleihung für die beste Schauspieler-Performance in einem Spiel, »aber nicht dieses Jahr! Dieses Jahr ist alles echt und Ihr bekommt Moderatoren wie mich! Vielleicht nicht so hübsch, aber viel, viel ... wie war das Wort noch mal? Billiger!«

Tatsächlich wirkt niemand, als müsse er da sein, als werde er gezwungen. Alle wollen, weil sie Spiele tatsächlich mögen. Geoff Keighley hat die Awards aus eigener Tasche finanziert, da gab's eben kein Budget für Samuel L. Jackson. Das ist okay.



Mehr noch: Das ist toll! Klar, die Bekundungen jedes Moderators zum Spielertum (»Bevor ich erfolgreicher Schauspieler wurde, war ich ... ein Gamer!«) hatten etwas von einem konspirativen Treffen eines dunklen Kults: Yeah, wir sind Gamer, auch wenn wir's sonst nicht offen sagen. Es ist aber immerhin ein Fortschritt gegenüber Preisverleihungen, in denen die Moderatoren sich für das Medium Spiel offensichtlich nicht interessieren (Hallo, Deutscher Computerspielepreis!).

Preise ohne Begründung

Der Rahmen und der Ton der Game Awards stimmen also. Bleiben bloß: die Preise. Die sind nach wie vor ein Witz. Nur wenige Trophäen werden überhaupt auf der Bühne, der Rest unzeremoniell abseits vergeben, sodass das Publikum fast nichts mitbekommt. »Eine Sache, die ich noch erwähnen wollte, Reggie«, sagt Keighley zum amerikanischen Nintendo-Boss Reggie Fils-Aime, nachdem Hearthstone als bestes Mobile Game ausgezeichnet wurde. »Ihr habt übrigens noch den Preis gewonnen fürs beste Kampfspiel mit Super Smash Bros. U. Und noch was: Bester Entwickler seid Ihr auch.« Der Preis für den besten Entwickler des Jahres! An Nintendo! Was für ein Zeichen der Jury! Was für ein diskussionswürdiger Moment! Abgehandelt in einem Nebensatz. Keighley hätte loben können, dass Nintendo bei aller Todgesagtheit angesichts der schlechten Wii-U-Verkäufe immer noch ein Hort der Kreativität ist, ein Zauberland der bunten Ideen, die uns zurückversetzen in die eigene Kindheit, als wir mit großen Augen das neue Starfox über die Anspielstationen im Kaufhaus flimmern sahen. Beispielsweise. Doch stattdessen geschieht was? Reggie dankt, Keighley holt noch den Hearthstone-Entwickler Eric Dodds zum Danken zu sich, und gleich darauf läuft schon der Trailer für das neue 3DS-Taktik-Spiel Codename S.T.E.A.M. Hallo?

Die fehlende Diskussion ist eine vertane Chance, weil die Preise eigentlich von einer hochkarätigen Jury prominenter, internationaler Journalisten verliehen werden. Die werden ja wohl ihre Gründe gehabt haben. Bloß: Niemanden kümmert das. Selbst interessante Kategorien wie »Games for Change«, in der Spiele wie This War of Mine nominiert waren und UbiSofts Erster-Weltkrieg-Drama Valiant Hearts gewann, werden nur ganz kurz angerissen. Stattdessen: Trailer. #worldpremiere. Wie früher sind die Preise, die ausgezeichneten Spiele, die besonderen Menschen – unwichtig. Wichtig ist das, was noch kommt. Denn nur das verkauft sich, nur das interessiert die Spieler. Scheint man in der Industrie zumindest zu denken.

Trailer statt Reflexion

Die Game Awards sind symptomatisch dafür, wie wir über Spiele denken und sprechen. Spiele sind Business, Spiele sind das nächste große Ding, sie sind irgendwie Kultur, aber nur, so lange sie Geld und Jobs bringen. Sie sind so lange wichtig, bis sie tatsächlich erscheinen, irgendjemandem viel Geld einbringen oder floppen und viele Menschen den Job kosten. Es sei denn, sie sind League of Legends. Darüber zu sprechen, warum

Dragon Age: Inquisition so viel Liebe für seine Charaktere bekommt, oder wie Valiant Hearts die Welt verändern sollte und ob das gelungen ist, dafür ist kein Platz. Oder zumindest: dafür bleibt lediglich zwischen zwei Trailern Platz.

Umso absurder ist, dass weder ein geldgeiler Keighley noch ein dämlicher Männersender diesen Rhythmus diktieren. Es sind die Entwickler selbst! Auf der Bühne dürfen sie sagen, was sie wollen. Und meist ist das eben: »Danke, liebe Fans, hier ist unser neuer Trailer.« Man stelle sich vor, Alfonso Cuarón hätte bei der Entgegennahme seines Regie-Oscars (für Gravity) einen Trailer zu seiner Fernsehserie Believe gezeigt – absurd! Im Gespräch mit einem Entwickler, der auf der Show eine #worldpremiere gezeigt hat, fällt einen Tag später der Satz: »Das war ein schöner Abend, es hat sich gar nicht nach Werbung angefühlt.« Doch! Hat es! Keighley hat die Preisverleihung nicht neu ausgerichtet, der Grund liegt auf der Hand: Das System funktioniert. Reflexion und Rückschau, gefühlvolle Designer, die beim Gedanken an die stressige Entwicklungszeit in Tränen ausbrechen und ihren Familien danken – das bringt doch keinen Hype, weder für AAA-Entwickler, deren explodierende Budgets nur noch massive Hits zulassen, noch für Indies, die um jedes bisschen Aufmerksamkeit kämpfen müssen. Dafür wurde diese Award Show geschaffen: um Presse und Fans ein weiteres Event zu geben, aus dem sich im traditionell ruhigen Dezember wieder Hype, News und Artikel schaffen lassen. Und klar, warum nicht? Jeder profitiert davon, Journalisten, Publisher, Entwickler, Geoff Keighley, Imagine Dragons und Kiefer Sutherland. Nur eine echte Auszeichnung ist es nicht, sondern Teil der Tretmühle.

Der Sierra-Lichtblick

Ein Lichtblick: Der »Industry Icon Award«, die Auszeichnung fürs Lebenswerk, ging an Ken und Roberta Williams, die Gründer von Sierra On-Line und die Entwickler, die wie kaum ein anderer das Geschichtenerzählen in Spielen geprägt haben. In einem überraschend langen, überraschend bewegenden Video werden die Leistungen des Ehepaars gewürdigt. Roberta Williams überreicht den Hut des King's-Quest-Helden Graham an zwei Mitarbeiter des Studios Odd Gentlemen, das gemeinsam mit Activision ein neues King's Quest entwickelt. Ein Brückenschlag zwischen den Generationen und ein schöner Moment, der einfach echt wirkt – und zugleich völlig deplatziert in einer großen Trailershow. »Ich wertschätze das wirklich sehr«, sagt Roberta Williams in das Mikro, das viel zu hoch eingestellt ist und ihr ganzes Gesicht verdeckt. »Und wir schätzen dich!«, brüllt es irgendwo aus dem Publikum.

Wir brauchen mehr davon. Mehr solcher Momente, mehr Gespräche darüber, wie Entwickler die Kultur prägen. Mehr Reflexion, mehr Rückblick, mehr Gefühl. Eine bessere Werbung für die Industrie könnte es doch gar nicht geben: Sie bewegt Menschen! Und vielleicht, wirklich nur vielleicht und nur, wenn Geoff Keighley, die Publisher und Kiefer Sutherland mitspielen, bräuchte man dann auch weniger Trailer.

