

Spiele für eine bessere Welt

Manchmal wollen Spieler die Welt verbessern. Manchmal sollen das sogar die Spiele selbst schaffen. In den letzten Jahren hat sich das zu einer großen Bewegung entwickelt. Woran liegt's? Und was bringt's? Von Jan Bojaryn

Eric Jannot denkt viel über Spiele nach. Der Mitgründer von waza! games sitzt in einem sportlichen Jackett auf der engen Bühne der Berliner Bar »Privatclub«, angestrahlt von einer Leiste aufdringlicher LED-Spotlights. Die Diskussion dreht sich gerade um die Wirkung von Spielen, als Jannot eine überraschende Frage äußert: »Super Mario – wo ist da die Botschaft?« Die Kneipe bricht in Gelächter aus. Aber Jannot meint es ernst. Er macht keinen Witz darüber, dass Super Mario keine große Botschaft habe. Es geht ihm auch nicht um die tiefere Bedeutung

einer Geschichte, in der ein Klempner die Prinzessin rettet. Es geht ihm darum, was man sich in dem Spiel antrainiert. Zielstrebigkeit, ganz bestimmte Reflexe, die auch Jahrzehnte später noch in den Daumen stecken. Es geht ihm darum, dass Spiele uns immer etwas beibringen. Freunde von ihm, erzählt Jannot, hätten sich in World of Warcraft zu Gilden zusammengeschlossen, gemeinsam Raids bestritten. Und eines Tages festgestellt, dass sie dabei viel über Organisation und Teamwork gelernt haben.

Spiele erschöpfen sich nicht in Unterhaltung, Spiele können lehren, etwas bewegen. Diese Überzeugung hat Jannot und seinen Kollegen André Schmitz fortgetrieben vom Demonicon-Entwickler Noumena Studios und hin zur Gründung des Zwei-Mann-Teams waza! games. Die beiden machen jetzt Newsgames, schnell entwickelte Spiele zu aktuellen Gesellschaftsthemen. Zur Fertigstellung des Anti-Mobbing-Spiels

Luca und ein geheimnisvoller Sommer veranstalten sie mit der Deutschen Kinderhilfe eine Charity-Party im »Privatclub«. Das einfache RPG-Maker-Spielchen läuft auf Anspielstationen in der Szenebar. Aber nicht alle sind begeistert. Luca geht mit simplen Sammelquests, kleinen Rätseln und Multiple-Choice-Dialogen durch den Sommer. Ein junger Mann am Bildschirm nippt an seinem Bier und zuckt mit den Achseln: »Da gibt's gar keinen ›Fail State‹, oder?« Wenn er nicht scheitern kann, dann ist ihm offenbar auch der Erfolg nichts wert. Immerhin trinkt der Skeptiker für einen guten Zweck. Die Verkäufe von Getränken, Losen, T-Shirts und CDs der auftretenden Musiker kommen allesamt der Deutschen Kinderhilfe zugute. Das muss man gut finden, oder?



Bei Games Done Quick kämpfen sich Runner mit verbundenen Augen durch Spiele (links Zelda: Ocarina of Time) oder quälen sich durch legendäre Nieten wie das grausame Burger-King-Werbespiel Sneak King (rechts) – für den guten Zweck, versteht sich.

So funktioniert Wohltätigkeit nun mal. Irgendein Produkt vom Rockkonzert bis zur Bratwurst wird verkauft, irgendein Teil des Erlöses gespendet. Im Falle der Wurst wissen alle, dass das Produkt selbst nichts mit dem guten Zweck zu tun hat. Aber was ist mit Games? Warum mehrten sich seit Jahren Aktionen, die Videospiele mehr oder weniger direkt mit einem guten Zweck verbinden? Haben Spieler mehr Mitgefühl? Diesen Fragen wollen wir auf den Grund gehen.

Bessere Nachrichten

Eine der ältesten Wohltätigkeitsorganisationen im Umfeld von Videospielen war eine direkte Gegenreaktion. 2003 war die lästige Debatte um »schädliche« Videospiele noch längst nicht ausgestanden. Wann immer ein junger Mann in den USA gewalttätig wurde, fragten Medien: Was haben Videospiele damit zu tun? Die Grand-Theft-Auto-Serie war schon damals der ewige Buhmann. Als zwei

einfache Botschaft senden: »Wir sind ganz normale Leute.« Er wollte sich nicht als besonders gut oder moralisch hinstellen, er wollte einfach ein Gegengewicht zur medialen Hetze bilden. »Lasst uns den Zeitungen eine andere Geschichte über Spieler geben«, schlug Krahulik vor. Und die Spieler folgten.

Aus dieser Stimmung, diesem Streben nach einem positiv besetzten Spielerbild entstand Child's Play. Kristin Lindsay arbeitet heute für die Organisation und kann erzählen, wie aus der einmaligen Spendenaktion für ein Kinderkrankenhaus in Seattle ein millionenschweres Unternehmen entstand: »In drei Wochen haben Mike Krahulik und sein Partner Jerry Holkins damals Spielzeug im Wert von 250.000 Dollar für das

Krankenhaus gesammelt; alles gestiftet von Mitgliedern der Community.« Unter dem Zuspruch brach die Spendenaktion fast zusammen. Die Organisation, der Weiterverkauf, das Bestücken einer Amazon-Wunschliste: Krahulik und Holkins merkten, dass sie das zu zweit kaum stemmen konnten. Sie erkannten aber auch, dass in ihrer Idee mehr steckte. »Mit dem Erfolg im Rücken bauten die beiden Child's Play zu einem jährlichen Event aus. Heute haben wir ein Netzwerk von über 100 Krankenhäusern weltweit und unterstützen auch andere Initiativen.« Spenden gesammelt werden heute mit allerlei Aktionen vom Benefizdinner bis zum Golfturnier. Im Jahr 2014 erreichte Child's Play eine Spendensumme von 8,43

»Spiele können mehr sein als Call of Duty.«

Eric Jannot, waza! games

14- und 16-jährige Stiefbrüder in Tennessee mit einem Gewehr wahllos auf eine Autobahn feuerten, konnten sie nachher behaupten, GTA 3 habe sie zu der Tat inspiriert. Statt großem Gelächter lösten sie damit eine Medienlawine aus. Die Gefahren von GTA waren plötzlich interessanter, als die Frage, warum die beiden ein Spiel ab 17 Jahren gespielt hatten. Oder warum die Familie erstens ein Gewehr besaß und es zweitens nicht besser von den Kindern fernhielt. Wirklich schrill wurde der Ton, als der berühmte Anwalt Jack Thompson sich einschaltete. GTA-Spiele waren für ihn »Mordsimulatoren«. Ein 18-jähriger unter Mordanklage behauptete unter Thompsons Verteidigung, GTA 3 habe ihn für die Tat »trainiert«.

Für Spieler war das schwer zu ertragen. »Die Medien wollen unbedingt an dem Märchen festhalten, Spieler seien tickende Zeitbomben«, schrieb Mike Krahulik damals. Er ist die zeichnende Hälfte des Webcartoon-Duos Penny Arcade. Seine Webseite erreichte damals eine der größten Spieler-Communities. Mit dieser Macht wollte Krahulik eine



Auf der Charity-Party in Berlin diskutiert Kulturwissenschaftler Christian Huberts mit Eric Jannot (oben). In geselliger Runde feiert man den Launch von Luca und ein geheimnisvoller Sommer.





So schön, und doch ein Spiel mit Botschaft: Never Alone vermischt Plattform-Hüpferei und alaskische Ureinwohner-Doku.



Millionen Dollar. Seit der Gründung wurden über 47 Millionen Dollar gesammelt. Das sind keine kleinen Fische.

Bescheidene Millionen

Dennoch ist Child's Play heute wohl nicht mehr die bekannteste Verknüpfung aus Spielen und Wohltätigkeit. Was noch besser funktioniert als der gute Zweck allein, ist nämlich die Verbindung von Wohltat und Eigennutz. Meisterhaft verquickt werden die beiden im Humble Bundle. Nur am Rande bemerken die Scharen der Schnäppchenjäger, welche Wohltätigkeitsorganisation sie jetzt schon wieder unterstützen. Ist es das Rote Kreuz? Oder die Electronic Frontier Foundation, die sich für Datenschutz im Internet einsetzt? Egal, Hauptsache, man kann mal wieder zwölf Spiele für ein paar Euro kaufen. Und davon höchstens zwei irgendwann mal spielen, vielleicht. Dafür darf man aber auch den Preis selbst bestimmen. Und damit die Höhe der Spende.

Was erst mal nach Milchmädchenrechnung klingt (Wer bezahlt schon freiwillig mehr, als er muss?), ist überaus erfolgreich. Mehr noch, das Humble Bundle ist den Betreibern der Seite fast schon über den Kopf gewachsen. Sie bleiben nicht die einzigen, die über mehrere Wochen keinen Interviewtermin auf die Beine stellen können. Das Pressteam will sich bei uns zurückmelden, »sobald es die Möglichkeit sieht« – die vage Ankündigung bleibt das letzte Lebens-

zeichen. Das ist schade. So baut man kein Vertrauen auf, dass hinter den Kulissen professionell gearbeitet wird. Auch einige Entwickler, die mit ihren Spielen im Humble Bundle landeten, sind mit der Kommunikation unzufrieden. Vielleicht ist das bescheidene Bündel einfach zu schnell gewachsen? Der Aufstieg der Verkaufsaktion seit 2010 ist jedenfalls kometenhaft. Schon das erste Humble Bundle nahm über eine Million Dollar ein. Bis heute wurden mehr als 100

»Wir wollen Spiele machen, die nicht nur Spieler interessieren.«

Andrew Stein, E-Line Media

Millionen Dollar an Entwickler ausgeschüttet, stolze 50 Millionen gingen an über 50 unterschiedliche Wohltätigkeitsorganisationen – Humble Bundle hat Child's Play in wenigen Jahren überholt. Die Mischung aus gutem Zweck und gutem Angebot macht's. Hier profitieren alle.

Die Macht der kleinen Fische

Die größten Gaming-Spendenorganisationen sammeln zweistellige Millionenbeträge. Da ist noch Platz für viele kleinere: Mehr und mehr Initiativen sind in den letzten Jahren aufgetaucht, viele davon eilen von Rekord zu Rekord. Oft geben Youtube- oder Twitch-

Stars die Schirmherren, der schwedische Video-Guru Felix »PewDiePie« Kjellberg etwa wollte anno 2013 250.000 Dollar für den Brunnenbau in Afrika sammeln. Seine Fans gaben über 446.000. Ganz uneigennützig war die Aktion freilich nicht, Kjellberg promotete damit auch seinen eigenen Twitch-Kanal, der gerade auf 10.000 Abonnenten angeschwollen war. Auch Twitch selbst beteiligte sich an der Aktion und schoss 5.000 Dollar zu. Charity ist eben stets auch eine gute Gelegenheit fürs eigene Marketing. Deshalb veranstalten auch namhafte Hersteller gerne Wohltätigkeitsaktionen. Zum Launch des PS4-Actiontitels Bloodborne etwa organisierte Sony in Kopenhagen etwas Besonderes: Wer Blut spendete, bekam das Spiel umsonst. Klar, das ist in erster Linie Werbung – aber warum auch nicht, wenn es zugleich Menschen hilft? Immer noch sinnvoller, als zigtausende Dollar in todschicke Realfilm-Trailer zu investieren, neben denen das eigentliche Spiel dann ausschaut wie die C64-Version.

Stetig gewachsen ist auch Games Done Quick, das live gestreamte Speedruns à la »Wie schnell können wir Zelda: Ocarina of Time mit verbundenen Augen durchspielen?« am schnellsten durchspielen?« mit Spendenaktionen verbindet. Die letzte Aktion in diesem Februar brachte über 1,5 Millionen Dollar. Doch auch hier ist die Personaldecke offensichtlich dünn: Ein Interview scheitert, als die Kontaktperson krank wird. Initiativen wie Games Done Quick mögen oft klein sein, ihre Arbeit hemdsärmelig – Gutes zu tun, wird dennoch schnell zur bürokrati-

Organisationen und Adressen

Viele Organisationen wollen spielerisch Gutes tun. Ein kleiner Überblick.

Child's Play seeks to improve the lives of children in hospitals and domestic violence shelters through the generosity and kindness of the video game industry and the power of play.

We've raised **\$48,000,354** since 2003.

Child's Play

Mission: »Child's Play will das Leben von Kindern in Krankenhäusern und Schutzhäusern durch die Großzügigkeit und Güte der Spielebranche verbessern.«

childisplaycharity.org

Games Done Quick is a series of charity video game marathons. These events feature high-level play by speedrunners raising money for charity. Games Done Quick has teamed up with several charities in its five year history, such as Doctors Without Borders and the President Cancer Foundation.

Games Done Quick

Mission: »Games Done Quick ist eine Reihe wohlthätiger Videospielmarathons. Speedrunner spielen auf höchstem Niveau, um Geld für wohlthätige Zwecke einzusammeln.«

gamesdonequick.com

Game Over Hate is a community-driven initiative to combat hate in online gaming communities. We aim to create a safe and welcoming environment for all gamers.

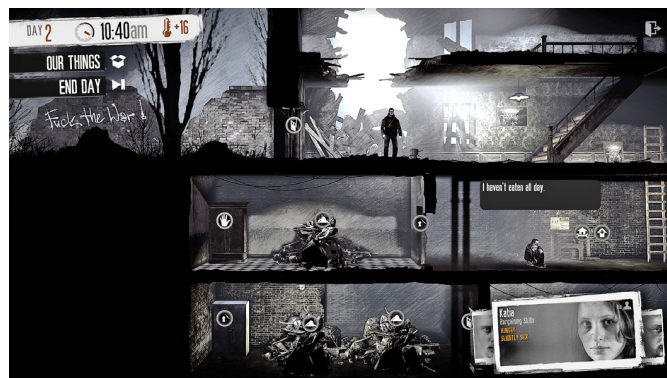
Game Over Hate

Mission: »Game Over Hate ist eine Initiative, um Hass in Online-Gaming-Communitys zu bekämpfen und sie einladender zu gestalten.«

gameoverhate.tumblr.com



RPG Maker trifft Drei Fragezeichen: Luca und ein geheimnisvoller Sommer ist ein Lehrspiel zum Thema Mobbing.



Geht näher als jedes Zombiespiel: das beklemmende Anti-Kriegsspiel This War of Mine, in dem wir eine Gruppe von Überlebenden versorgen.



In Papers, Please lassen wir als Grenzkontrolleur eines diktatorischen Regimes Einreisende verhaften. Und wechseln später die Seiten.

schen Herausforderung. Jeder gemeinnützige Verband in den USA muss jährlich der Steuerbehörde detailliert Bericht erstatten. Andere Non-Profit-Organisationen wie GuideStar sammeln diese Berichte und erstellen eine Art Wohltätigkeits-Rangliste. Teure unabhängige Rechnungsprüfungen sind nötig, um in größere Spendenprogramme aufgenommen zu werden – Child's Play konnte sich so eine Prüfung erst vor kurzem leisten, erzählt Kristin Lindsay. Das mag auch daran liegen, dass selbst die größten Gaming-Aktionen im nationalen Maßstab kleine Fische sind. Insgesamt 335 Milliarden Dollar haben im Jahre 2013 allein die Privathaushalte in den USA gespendet. Was sind da schon ein paar Millionen mehr oder weniger von Spielern? Eine zynische Frage; schließlich zählt jeder einzelne Mensch, der Hilfe bekommt. Und wenn Spieler kranken Kindern

Handhelds spenden oder Spezialcontroller für körperbehinderte Spieler finanzieren, dann ist das ein Beitrag, den man mit Geld nicht beziffern kann. Aber vielleicht ist Geld ohnehin der falsche Maßstab? Vielleicht können Spiele selbst die Welt verbessern?

»Ich weiß, dass Spieler gute Menschen sind.«

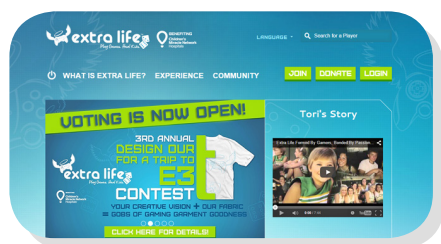
Mike Krahulik, Penny Arcade

Vorsicht, ernste Spiele

Wenn sie »Serious Game« hören, nehmen viele Spieler Reißaus. Sollen Spiele nicht unterhalten? Wie unterhaltsam wird wohl ein »ernstes« Spiel sein? Tatsächlich ist allein schon das Wort »Serious« unglücklich ge-

wählt. Das klingt so, als wolle man sich von dem abgrenzen, was Spiele ausmacht – dass sie Spaß machen, dass sie spielerisch sind. Dass man mit Spielen aber auch etwas lernen kann, ist ja nichts Neues. Das muss man im Simulatorenland Deutschland auch keinem mehr erklären. Aber um Serious Games hat sich eine Art Parallelgesellschaft entwickelt. Serious Games haben ihre eigenen Entwicklertreffen, ihr eigenes Publikum, ihre eigenen Geschäftsmodelle. Und ihr eigenes Klischee: Niemand will das wirklich spielen. Lehrer oder Eltern zwingen Schüler dazu. Diese Spiele werden nie kritisch beurteilt. Sie müssen sich nicht verkaufen, sie werden ja gefördert. Deswegen sind sie schlecht. So sehen es viele Spieler. Aber stimmt das?

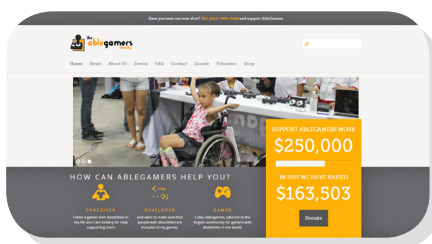
Ob man nun von Serious Games redet, von Newsgames, von Lernspielen oder von was auch immer – schon immer gab es Spiele,



Extra Life

Mission: »Extra Life ist ein Gaming-Event, das die Krankenhäuser des Children's-Miracle-Network unterstützt.

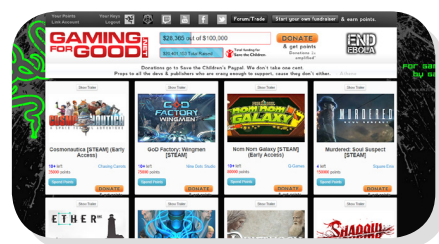
extra-life.org



AbleGamers

Mission: »AbleGamers will die Lebensqualität von Menschen mit Behinderungen durch die Kraft der Videospiele verbessern.«

ablegamers.com



Gaming for Good

Mission: »GamingForGood.net ist eine Plattform, auf der du Spiele für wohltätige Spenden bekommen kannst.«

gamingforgood.net

die nicht vorrangig unterhalten wollten. Wer Spiele als Selbstzweck liebt, der musste solche Spiele hassen. Aus Prinzip. Wer glaubt, er könne sich mit einem nützlichen Spiel von der Masse abheben, der unterstellt ja der ganzen Spielelandschaft Nutzlosigkeit. Aber die Trennung zwischen ernsten und »unernten« Spielen weicht immer stärker auf. Luca und ein geheimnisvoller Sommer mag wirklich nur für Kinder eines bestimmten Alters interessant sein. Aber beispielsweise das bedrückende Grenzkontroll- und Stempelspiel Papers, Please? Das bekam von GameStar immerhin 80 Punkte und wurde für seinen »glaubwürdigen Diktatur-Alltag« gelobt. Auch das harte Brot eines Einzelhändlers in Cart Life, die Nöte einer rebellischen Teenagerin in Gone Home waren Indie-Hits. Entwickler mit kleineren Budgets sind in einer besonderen Lage. Großproduktionen müssen jedes kreative Risiko lange abwägen. Kleine Spiele müssen dagegen um jeden Preis auffallen. Da kann es helfen, eine neue Perspektive einzunehmen. Diese neuen Spiele ignorieren die Trennung zwischen Spaß und Ernst einfach. In den letzten Jahren wirkt es, als würden viele Entwickler den Graben lieber zuschütten.

Das ist normal

Tatsächlich gibt es heute viele Entwickler, die Spiele mit Botschaft machen, und die sich damit nicht in einer besonderen Nische sehen. »Wir freuen uns, wenn Never Alone dazu beiträgt, Spiele als ein größeres Medium mit mehr Potenzial zu zeigen«, sagt zum Beispiel Andrew Stein vom Entwickler E-Line Media. Er will ein neues Publikum ansprechen, aber das alte nicht vergraulen. Das starke Echo auf seinen Plattformen Never Alone hat ihn aber überrascht, der Plot klingt ja eher sperrig. Denn das Spiel geht auf eine Legende der Ureinwohner Alaskas zurück. Selbst die dokumentarischen Videoschnipsel im Spiel wurden häufig dafür gelobt, dass sie den Spielern die Kultur und die Probleme der Polbewohner näherbringen. Es ist wie Freitagabend auf Arte, nur verpackt in ein Spiel. Fast schon genervt reagiert Pawel Miechowski von den 11 bit studios auf die Diskussion. Er hat das tieftraurige Antikriegsspiel This War of Mine entwickelt. Ob er sich mit seinem Spiel in einer Sonderrolle



Interview mit Eric Jannot

Eric Jannot hat als Head of Design bei den Noumena Studios an Das Schwarze Auge: Demonicon mitgearbeitet. Dann ist er ausgestiegen. Heute entwickelt er als eine Hälfte von waza! games kleine Spielchen mit guter Absicht.

GameStar Eric, was hat dich zu waza! games getrieben?

Eric Jannot Ich war schon immer politisch engagiert. Aktivismus und Inhalte mit Spielentwicklung verbinden zu können, war ein Wunsch, den ich schon lange hatte.

► Du wolltest Spiele machen, die etwas bedeuten?

◀ Naja, jedes Spiel kommuniziert. Jede menschliche Kulturpraxis hat auch eine Botschaft. Da sind Spiele gleichwertig mit Filmen oder Büchern.

► Also machst du nur Newsgames, weil dir die Spieleentwicklung sowieso liegt?

◀ Schon deswegen. Aber jedes Medium ist auch anders. Spiele erlauben aktives Handeln und das Nachdenken darüber. Nimm etwa This War of Mine; das zu spielen fand ich richtig belastend. Das zeigt die Kraft, die ein Spiel entfalten kann.

► Ihr habt jetzt zwei RPG-Maker-Spiele gemacht. Wieso technisch so anspruchslos?

◀ Wir müssen uns bei jedem Projekt fragen: Wie können wir schnell entwickeln, aber der Idee auch gerecht werden? Ich kann für ein Newsgame ja nicht ein halbes Jahr brauchen. Und das Spiel darf auch nicht viel kosten. Wir wollen die kleinen Organisationen, die uns unterstützen,

nicht abschrecken. Aber wir werden jetzt nicht immer mit dem RPG Maker arbeiten.

► Und was sagst du zur Kritik, Luca sei zu einfach?

◀ Dass wir nicht die klassischen Gamer ansprechen, ist uns bewusst. Aber wir haben 9- bis 13-jährige Kinder als Tester genommen und in die Entwicklung einbezogen. Und wir würden zum Beispiel gern mal ein Spiel über Pegida machen, das könnte man mechanischer angehen. Da wären dann eher Gamer eine Zielgruppe.

► Aber sind solche gut gemeinten Spiele nicht ein Tropfen auf den heißen Stein?

◀ Alles ist immer ein Tropfen auf den heißen Stein. Die Frage ist halt, wie viele Tropfen zusammenkommen. Ich glaube an das Potenzial hartnäckiger, gut vernetzter Einzelpersonen, die etwas bewegen wollen.



Das Rollenspiel Demonicon, an dem Jannot mitgewirkt hat, erschien 2013. GameStar-Wertung: 73 Punkte.

sieht, weil es politisch ist? »Das ist doch heute nichts Besonderes mehr. Da kenne ich viele aktuelle Beispiele aus den USA, aus Italien, auch aus Deutschland.«

Spiele mit und ohne Botschaft, Spaßig oder ernst – die Trennung funktioniert nicht mehr, oder zumindest nicht mehr so klar wie früher. Ob die Unterhaltung im Vordergrund steht, ist oft eine Interpretationsfrage. So können Menschen auch Never Alone spielen, ohne die beigelegten Dokufilmchen zu schauen. Sie können Super Mario spielen

und der tieferen Bedeutung ihrer Erfahrung nachhören. Beides ist erlaubt. Das Medium wird erwachsen. Dass es da auch Entwickler gibt, die in ihren Spielen gesellschaftlich Stellung beziehen, ist normal. Dass es Entwickler gibt, die das nicht tun, auch. Und dass sich in der großen, kaufkräftigen Spielergemeinde auch eine Wohltätigkeits- und Spendenkultur entwickelt hat, wirkt so gesehen ganz natürlich. Da hatte Mike Krahulik schon Recht: Wir sind doch ganz normale Leute. Jan Bojaryn



Humble Bundle

Mission: »Bezahl, was du willst, und hilf einer wohltätigen Organisation.«

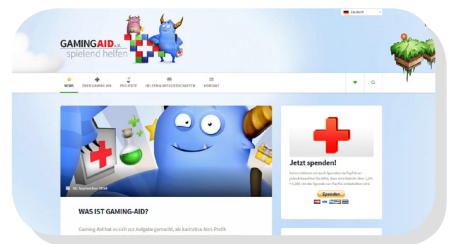
humblebundle.com



GamesAid

Mission: »GamesAid unterstützt eine Reihe kleinerer Charities, die benachteiligten und behinderten Kindern und jungen Menschen helfen.«

gamesaid.org



Gaming Aid

Mission: »Gaming-Aid hat es sich zur Aufgabe gemacht, als karitative Non-Profit-Organisation innerhalb der Spielebranche uneigennützig und unbürokratisch Gutes zu tun.«

gaming-aid.de