

Leipzig. Ein Spiel. Runde drei!



G|C im Stehen, Sitzen und Liegen: PlayStation®-Portable-Nutzer bei Sony Computer Entertainment.

Foto: Leipziger Messe/Uwe Frauendorf

Die Games Convention, G|C, ist eine internationale Ordermesse für ein deutschsprachiges Publikum: zum Ballern und Kuschneln, zum Austesten und Abzocken, zum Anmachen und Outchillen. Ein „must“ für alle Gamer – und solche, die es noch werden wollen. Der 100.000ste Besucher war ein 11-jähriger Leipziger Junge in Begleitung seines Vaters, beide waren schon zum zweiten Mal gekommen.

„Wir sind bestrebt, neue Zielgruppen erreichen“, so der Nintendo-Deutschland-Chef: Die Mädchen und jungen Frauen, die männlichen Newcomer, die Bestager – und die schon bestehende internationale Spielgemeinde sollen natürlich auch weiter gepflegt werden. Mit neuen Geräten, neuen Spielen und neuer Technologie.

Spielen soll nicht nur technisch anspruchsvoller werden, sondern auch noch witziger, noch mitreißender, noch fesselnder. Horizonte sollen erweitert werden und Grenzen niedergerissen. Jegliche bisher noch geltende Definition soll aufgehoben und neu bestimmt werden – sogar die des Spiels selber.

Die Games Convention lebt wie kaum eine andere Messe von ihren Sprüchen – und Ansprüchen. Die 280 Anbieter sind mit angeblich 98 Weltneuheiten und 52 Deutsch-

landpremierern aufgetreten. Und das zumeist jugendliche Fachpublikum weiß, was es will, lässt sich begeistern, aber kaum hinteres Licht führen. Selbst wenn die Veranstalter bestrebt sind, auch die Fachbesucher und Berichterstatter am Vortag des eigentlichen Messebeginns – eine dringend notwendige und erfreuliche Veränderung in diesem Jahr – nicht allzu sehr hinter die Kulissen schauen zu lassen, so wird doch jeder Patzer und Kratzer am Lack einer jeglichen Schau unerbittlich bemerkt, aber auch verziehen.

Viele der vorggeführten Präsentationen beziehen sich auf Material, das sich noch in statu nascendi befindet, dabei ist, noch entwickelt zu werden, gerade einmal als Pre-release vorliegt und noch lange nicht den Status des „Golden Master“ erreicht hat. Keine einzige der ersten fünf an diesem Tag erlebten Shows, bei denen es nicht zumindest eine Panne gegeben hätte: Bei Electronic Arts, EA, konnte der Abschlussclip nicht gezeigt werden, bei Nintendo wurde während des Multiplayer-Games ein „Communication-Error“ signalisiert, bei Deep Silver musste das Spiel „Paraworld“ neu hochgefahren werden, bei Microsoft wurde der erste Trailer ohne Ton angefahren und bei Ubisoft konnte „King-Kong“ erst nach einem

Reload dem T-Rex die Stirne bieten. Dass darüber nicht berichtet wird, ist fair und nachvollziehbar. An diesem Presse- und Fachbesuchertag gab es einen echten Insiderblick von Leuten aus und für die Branche.

Aber dann gibt es noch einen ganz anderen Grund, warum das im „off“ frank und frei Kommentierte schlussendlich doch nicht publiziert wird: „Sehen sie“, sagt ein Redakteur der einzigen Spielzeitschrift in Österreich, „wir blicken hier ganz genau durch und wissen, wer welchen Bock geschossen hat. Aber was wir dann davon auch unseren Lesern offenbaren, das ist noch eine ganz andere Geschichte. Wir wollen schließlich noch einige Jahre auf dem Markt bleiben – wenn Sie verstehen, was ich meine.“

Diese Kritik bezog sich – an dieser Stelle sei es ruhig gesagt – auf die Präsentation von Sony Computer Entertainment. Mit großer Sorgfalt vorbereitet und auf einem voll besetzten Stand vorgetragen, der im Vergleich zum Vorjahr fast um das Doppelte vergrößert bzw. nur noch auf einer Ebene ausgebreitet worden war, so war die Resonanz doch kaum mehr als mau. Von den vielen Kritikpunkten war vielleicht der schwerwiegendste, dass der Herr Commercial Director ganz augenscheinlich nicht immer



G|C-Eröffnungs-Pressekonferenz am 17.08.2004 (v.l.n.r.): Olaf Wolters, Geschäftsführer des Bundesverbandes Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU); Angela Schierholz, Projektleiterin der G|C; Josef Rahmen, Geschäftsführer der Leipziger Messe GmbH; Dirk Höschen, Medienreferent des Deutschen Kinderhilfswerkes; Susanne Heusler, Pressereferentin der G|C.

wisse, worüber er gerade sprach. Dieser Mann las Text vom Blatt und die Szene las nichts von dem, was er sagte, in seinem Herzen: Im geradezu frappanten Gegensatz zur Microsoft-Präsentation mit einer Projektion im HD-Format auf einer eigenen Showbühne und mit kompetenten Gästen aus den USA und Japan, die frei und präzise vorzutragen in der Lage waren, was wirklich „ihr Ding“ war, so wirkte diese One-Man-Show letztendlich „wie von der Stange“. Selbst ein Avatar, so eine Stimme beim anschließenden Buffet aus dem fachkundigen Publikum, hätte es vermocht, mit mehr Empathie einen besseren Bezug zu den vorgestellten Produkten und Features herzustellen.

So ein Satz tut weh. Zumal das Beste an der ganzen Veranstaltung in der Tat dann das wirklich gut zubereitete und mit vielen Varianten reichhaltig ausgestattete Buffet war. Wenn es doch auch nur vorher gelungen wäre, mit etwas mehr Sinn für die Sachen und Sinnlichkeit für die Details aufzutreten! An diesem Tage hat das Rennen um die Gunst des Fachpublikums auf jeden Fall das Partner-Team aus dem Hause Microsoft mit seiner Xbox 360 gemacht, samt integriertem iPod und PSP-Player. Die Chance, gerade die Potenziale des Marktes für mobile Anwendun-

gen exemplarisch aufzuzeigen und nachhaltig zu demonstrieren, hat Sony – an diesem Tag zumindest – vertan.

Gewonnen dagegen haben, das sei hier zwischendrin eingeblendet, da wir gerade noch beim Buffet sind: die Leipziger in toto! Ein Beispiel von vielen: Als in dem Gedrängel vor den Speisen einiges Brot zu Boden gefallen war, machte sich die Chefin selbst daran, dieses aufzusammeln und meinte, daraufhin angesprochen: „Wissen Sie, hier ist sich niemand zu schade dafür, das zu tun, was gerade gemacht werden muss.“ Und eine ihrer Mitarbeiterinnen fand sogar einen Weg, auf besonderen Wunsch hin, nach den wundervollen Süßspeisen auch noch eine Tasse heißen Kaffee zu organisieren.

Es geht hier nicht darum, „amerikanische Verhältnisse“ einführen zu wollen, die sich eh’ auch auf der G|C mehr und mehr durchzusetzen beginnen – und damit die allzeitige Verfügbarkeit von Kaffee zu fordern –, es geht um eine Haltung und um eine „Stimmung“, die die Voraussetzungen sind für gute Geschäfte, gerade auch in dieser Branche. Wenn es möglich ist, davon etwas im Kleinen erleben zu können, dann ist das eine gute Voraussetzung für das Gelingen im Großen. Und da ist es mehr als eine nur klammheimliche Freude

zu sehen, wie die Mitarbeiterinnen aus dem Catering-Service-Team untereinander reagieren, sich bei dem wahrlich in diesen Stressminuten nicht einfachen Job gegenseitig bei Laune halten, oder wie die jungen Damen an den Schaltern für die Presseregistrierung die Ruhe bewahren und den Überblick behalten, gerade in den Morgenstunden, in denen sich lange Schlangen vor ihren Schaltern bilden.

Auf diese „Nebensächlichkeiten“ wird hier einen Moment eingegangen, da diese umso wichtiger werden, wenn man einen Moment lang bedenkt, was da eigentlich wirklich auf dieser Show an diesem ersten Presse- und Fachbesuchertag gezeigt und mit bewusstem Kalkül von den jeweiligen Ausstellern für die Pressedemos ausgewählt wurde. Das, was an diesem Tage in massiver Form mit allen nur denkbaren multimedialen und selbst darüber hinausgehenden Mitteln dem multiplizierenden Publikum vorgestellt wurde, war alles andere als das, was die jungen Damen auf ihren Kuschelkissen mit ihren Spielen zwischen den Fingern zu signalisieren schienen – bei Vivendi Universal Games war sogar auf leerer Szene ein riesiges in cremeweißen Farben bezogenes eisernes Doppelbett aufgestellt: Es ging um

die als Spiel getarnte Organisation von Maßnahmen, um den auf den Screens signalisierten Bedrohungen des ins Spiel versenkten eigenen Lebens zu entkommen. Und das immer und immer und immer wieder.

„Play it again, Sam“: Nur, dass seit der „Tripple E“ in Los Angeles, nun auch auf der G|C in Leipzig der Geschichtenerzähler nicht mehr Woody Allen heißt und sein heimlicher Protagonist nicht mehr Humphrey Bogart. Die neuen Freunde stellen sich vor als Crash, Clank und Jak und der jugendliche Held der Kinder der Gamesgeneration, selbst am hei-

matlichen TV-Sreen, heißt Harry Potter. Die Aufgabe all dieser Gestalten ist es, schon in jungen Jahren jene Affinität zu wecken zu jenen dominierenden Szenarien der Freuden des Kampfes. Allein oder mit Freunden und Verbündeten, gegen den oder die „Bösen“ zu Lande, im Wasser und in der Luft und mit immer dem gleichen Ziel: sie ins „Jenseits“ zu befördern, ohne dabei Schaden zu nehmen am eigenen Leben.

Aufgrund des ausnehmenden Charmes und der pragmatischen Kompetenz der Leipziger Setups gelingt es, all diese Zumutungen noch ertragen zu können. Nicht

nur, dass der Spieler am Ende die Chance hat zu gewinnen, es könnte auch sein, dass die Stadt und der Veranstalter gewinnen, sich dieser gewaltigen Herausforderungen aus den USA aber auch aus Asien zu stellen, solange man stark und selbstbewusst ist, dem etwas Eigenes entgegenzusetzen, das trotz aller multi-medialen Gewalt stärker ist und versöhnlicher als all das Schlachtengetümmel und die Lust am ständigen Drauf- und Dreinschlagen.

Man tut den Veranstaltern sicherlich Unrecht, wenn man den Erfolg der Show auf das Niveau einer War Games Convention herunterfahren will, aber es bleibt nach einem Besuch frappierenden Erlebnis zu sehen, wie in der 20-Uhr-Ausgabe der Tagesschau ganz ähnliche Bilder in einem ganz anderen Zusammenhang zur Schau gestellt werden. Nur, dass es dieses Mal nicht Heerscharen von Kids vor ihren Computern sind, sondern „echte“ chinesische und russische Heeresführer, die sich auf diese Art und Weise interaktiv an der von ihnen inszenierten Kriegsführung beteiligen.

Als im Verlauf der neuen Xbox-360-Präsentation von den vielen Beispielen einen Moment lang auch ein Szenarium gezeigt wurde, in dem sich die virtuelle Heldin in eine wandelnde Blume verwand-



Xbox-360-Pressekonferenz am 17.8.2005: Blumige Worte und „Flower Power“ mit (v.l.n.r.): Simon Marks, Global PR-Manager Microsoft, und Scott Henson, Director, Xbox Advanced Technology Group.

Fotos: Leipziger Messe/Uwe Frauendorf



„War Games Convention“-Screenshots: russische und chinesische Heeresführer vor ihren Rechnern. Bilder vom chinesischen Staatsfernsehen CCTV in der ARD-Tagesschau am Sonnabend, dem 19.8.2005.

Foto „shooting“ für einen Besucher mit Lara Croft und dem „Hitman Blood Money“ von EIDOS.



deln konnte, um in dieser Gestalt unter einer eisernen Eingangspforte durchschlüpfen zu können, und als der Tonpegel einen längeren Moment lang unter die 100-db-Grenze abgefallen war, gab einer der US-Kollegen auf der Bühne den Satz zum Besten: „I’m getting bored. I want to hit things again.“ Diese „Mir-wird-das-langweilig-hier-und-ich-brauche-wieder-was-zum-Draufhauen“-Forderung ist wirklich das wohl nicht nur heimliche Motto der meisten der Vorführungen, die für die Presse-Demos dieses Messe-Vortages ausgesucht worden waren. Vielleicht ist es falsch zu sagen, dass nicht die Freude am Leben, sondern die Freude am Kampf im Vordergrund der Dramaturgien stand, die in allerlei Facetten und multimedialen Verkleidungen daherkam. Vielleicht kann man ja auch sagen, dass sich heute die Freude am Leben nur noch als Freude am Überleben zum Ausdruck bringen lässt. Und so gesehen, all diese „Spiele“ in keiner Weise so lebensverneinend sind wie die statistische Anzahl der Leichen und Kadaver, die die Spieler begleiten, die sich auf die Erkundung dieser Welten eingelassen haben. Vielleicht geht es ja doch nicht um die Lust am Töten, sondern um die dahinter versteckte Sehnsucht, weiterleben zu können.

Ja, vielleicht sogar mehrere Leben zu haben. Ja, vielleicht ist es sogar alles andere als ein Zufall, dass der Papst in Köln und die Play-Stationen in Leipzig zwei Seiten der gleichen großen Medaille darstellen. Auf jeden Fall war der Sonderzug zur Games Convention, der um drei Uhr morgens Köln in Richtung Leipzig verließ, der erste, der vollständig ausverkauft war. „Wir haben die G|C in diesem Jahr zu neuen Höhen geführt, trotz Papstbesuchs“, so der Electronic Arts Deutschland-Chef. Die Wege des Herren sind unergründlich. Und vielleicht ist ja auch das Videospiel zum „Herr der Ringe“ – in Leipzig sogar sitzend auf einer EA-Drehbühne mit Surroundsound und 360 Grad Projektion zu erleben – ein Stück weit Verkündung von den Versprechungen einer anderen Welt, die uns dann am Weihnachtsabend auf dem Gabentisch als CD zum Geschenk gemacht werden könnte.

wolf.siegert@iris-media.com

Fotos: Leipziger Messe GmbH, Uwe Frauendorf, Wolf Siegert

SHARP

UND PLÖTZLICH IST MEHR ZU SEHEN.

MEHR AUSDRUCK IN DEN GESCHICKTEN FINGERN EINES PIANISTEN. MEHR FLIESENDE KRAFT IN EINEM HAUTE-COUTURE-DESIGN. DURCH DEN BRILLANTEN SOUND DES 1-BIT-AUDIO-VERSTÄRKERS* UND DIE LEBENSECHTEN FARBEN DES AQUOS ERLEBEN SIE DIE WIRKLICHE HDTV*-WELT, IN DER IMMER MEHR ZU SEHEN IST. DER FASZINIERENDE AQUOS LCD-TV VON SHARP. MORETOSEE.COM



*Nicht alle Funktionen in allen Modellen erhältlich.

AQUOS
THERE'S MORE TO SEE