



Game on

Kaum jemand spricht über Videospiele, dabei zocken inzwischen drei Milliarden Menschen. Wie konnte dieses einst belächelte Phänomen bloß so erfolgreich werden? Über die größte Unterhaltungsform der Gegenwart – und der Zukunft

Von Philipp Bovermann und Hannes Vollmuth, Süddeutsche Zeitung,
26.02.2022

Erik „Gronkh“ Range, 44, deutscher Gaming-Influencer: Gaming ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Ob du jetzt einen Banker vor dir hast oder einen zwölfjährigen Schüler – beide spielen vielleicht unterschiedliche Sachen, aber sie spielen.

Heiko Gogolin, 47, Geschäftsführer des deutschen Games-Senders Rocket Beans TV: So wie Filme gucken, Romane lesen, ins Theater gehen, werden Games einfach Alltag werden.

Christian Huberts, 39, deutscher Kulturwissenschaftler: Irgendwann wird man gar nicht mehr darüber reden, dass Games spannend sind, weil alle damit aufgewachsen sind.

Melanie Fritsch, 41, Professorin für Game Studies an der Universität Düsseldorf: Eine Frage, die sich aktuell stellt, ist: Sind wir auf dem Weg in eine Gaming-Gesellschaft, in eine spielende Gesellschaft?



Level 1: Spielanleitung

Dieser Text handelt von einem öffentlichen Geheimnis, von einer verborgenen Welt unter der sichtbaren, wie es hier jemand ausdrücken wird, von fast drei Milliarden Menschen, die etwas tun, das im öffentlichen Leben nur selten zur Sprache kommt, zumindest in Deutschland. Von einer Form der Unterhaltung, die alle anderen längst überflügelt hat, spätestens seit Beginn der Pandemie. Es geht um Computer- und Videospiele, es geht um Games.

In den Achtzigerjahren noch als Hobby verhaltensauffälliger Jungs belächelt, die „Tetris“-Balken in Quaderlandschaften versenkten oder Pixel-Raumschiffe auf dem Mars landeten. In den Neunzigern dann von Eltern verdammt, als die Ballergeräusche der sogenannten Ego-Shooter aus den Jugendzimmern drangen. Dann irritiert beäugt, als die Fantasiewelten immer detailversessener wurden, mit Feen, Waldläufern, Drachen und Orks. Als süchtig machende Nerd-Leidenschaft verurteilt, wenn Spieler ganze Turnhallen für eskapistische LAN-Partys anmieteten – Meere flirrender Bildschirme, auf denen sie bis zum Morgengrauen virtuelle Armeen aufeinanderhetzten. Bis schließlich die globale Party begann, das Online-Gaming.

Viele Texte, die in den vergangenen vier Jahrzehnten über Videospiele veröffentlicht wurden, handeln von falschen Klischees und echten Problemen. Dieser Artikel soll einer anderen Frage nachgehen – wie konnte ein Nischenprodukt zum größten Massenphänomen aufsteigen, über das diese Masse jedoch kaum spricht?

Heute spielen Pendler in der S-Bahn die Fußballsimulation „Fifa“, Ministerpräsidenten in Konferenzen „Candy Crush“, die erste Gamer-Generation ist heute erwachsen, und der Klassiker „Super Mario“ wird bereits zum dritten Mal verfilmt.

58 Prozent der Deutschen zwischen sechs und 69 Jahren spielen laut Branchenverband Game schon. Auf Konsolen, auf Computern, zwischendurch auf



dem Handy, allein oder gegen andere. Es ist die größte Unterhaltungsform, die es gibt: 180 Milliarden Dollar wurden nach Angaben der Analysefirma IDC im Jahr 2020 weltweit damit umgesetzt. Das entspricht der Summe, die mit Kinofilmen und physischen sowie digitalen Musikverkäufen zusammen eingenommen wird – mal drei.

Die Süddeutsche Zeitung hat mehr als 30 Menschen für diesen Text interviewt: Game-Designer, Spielerinnen, Schriftsteller, Wissenschaftlerinnen, Investoren, Politiker und einen Weltraumtyrannen.

Sie alle treiben dieselben Fragen um: Ist Gaming dabei, sich in die dominierende Unterhaltungsform des 21. Jahrhunderts zu verwandeln, so wie es bewegte Bilder im 20. Jahrhundert und Romane im 19. Jahrhundert waren? Und wenn ja: Wie verändert sich eine Gesellschaft, die spielt?

Level 2: Das Geheimnis

Im vergangenen Sommer findet eines der größten Konzerte der Welt statt. Mitten in einer Pandemie singt die US-amerikanische Popsängerin Ariana Grande auf einer Millionenbühne. Die 14-jährige Erin O’Luanaigh und ihr Vater Patrick aus Camberley in Südengland sind dabei.

Erin, 14: Mein persönlicher Höhepunkt des Konzerts war, als die Spieler in Seifenblasen durch den Himmel schwebten, während Ariana „Be Alright“ sang. Es hat sich wirklich angefühlt wie in einem magischen Land.

Patrick, 47, VR-Entwickler: Als sei man Teil von etwas Großem.

Ariana Grande tritt nicht in einer echten Konzerthalle auf, sondern in der bunten Cartoonwelt des Online-Spiels „Fortnite“. Die Spieler wählen sich ein und finden sich wieder auf einem Ufo über der Spielwelt. Dort warten sie, bereit zum Sprung durch das Wurmloch, das sich öffnet, nachdem der angezeigte Countdown abgelaufen ist.



Erin: Der Nachthimmel füllte sich mit Sternen, Ariana Grande erschien und begann zu singen.

Patrick: Ariana Grandes Gesang und ihre Bewegungen waren vorher aufgezeichnet worden. Aber weil all die anderen Leute da waren und mit uns diese Erfahrung machten, fühlte es sich live an.

Erin: Am Ende schwang Ariana einen gigantischen Hammer, und als er auf den Boden traf, wurden wir zurück in die Realität versetzt, das Konzert war vorbei.

Patrick: Mir hat am meisten Spaß gemacht, Zeit mit meiner Tochter zu verbringen. Erin hat ihre Nintendo Switch benutzt, ich war an einer Playstation 4.

Fortnite, das Patrick und Erin hier beschreiben, ist eigentlich ein sogenannter Battle Royal Shooter mit mehr als 350 Millionen registrierten Nutzern. Die Spieler schießen auf einer verlassenen Insel mit bunten Cartoonwaffen aufeinander. Aber Fortnite entwickelt sich weiter, so wie die Welt der Games insgesamt. Ende 2019 tweetete Tim Sweeney, der Chef von Epic Games, das Fortnite betreibt: „Fortnite ist ein Spiel. Aber fragen Sie mich das noch mal in zwölf Monaten.“

Zwölf Monate später befindet sich die Welt in der Corona-Starre, die Schulen, Kantinen und Bars sind geschlossen – und aus dem Spiel Fortnite ist ein digitaler Spielplatz geworden, auf dem man ballern, aber auch Filme gucken, Konzerte besuchen und vieles mehr tun kann. In den Welten von Online-Games finden die einzigen Abenteuer statt, die man noch gemeinsam erleben darf.

Plötzlich begreifen viele Eltern, dass Computerspielen keineswegs eine einsame Tätigkeit ist. Manche kramen die alten Konsolen und die angestaubten Controller aus den Kellern, um in die pixeligen Fantasiewelten ihrer Kindheit zu reisen – oder lassen sich von ihren Kindern in neue Welten mitnehmen.



Linda Breitlauch, 56, Professorin für Game-Design an der Hochschule Trier: Das Durchschnittsalter aller Spieler liegt aktuell bei 37. Auch viele Senioren spielen inzwischen.

Robin Hunicke, 48, US-Videospiel-Designerin: Die inzwischen größte Gruppe sind die Handyspieler, aber die sehen sich selbst nicht als Gamer.

Etwas ist in Bewegung, das nicht nur mit den immer neuen Rekordzahlen der Branche zu tun hat. Klar ist erst mal nur: Gaming ist groß, und es wird immer größer. „It’s bigger than Hollywood“, raunen sich seit Jahren gegenseitig Investoren zu.

Stephen Totilo, 45, US-Gaming-Journalist: Es ist eine Unterhaltungsform, die ausnahmsweise mal nicht von Nordamerika dominiert wird. Die Wurzeln liegen in Japan, wir haben Spieleentwickler in Europa, wir haben Strömungen in Afrika und im Nahen Osten. China ist jetzt auf dem Vormarsch. Es ist ein globales Medium. Jeder tut es, aber niemand spricht darüber.

Level 3: Die Spieler

Stephen Totilo, der vielleicht einflussreichste Gaming-Journalist der USA, hat recht. Es ist nach wie vor keineswegs selbstverständlich, sich dazu zu bekennen, sich abends lieber in der Action-Spielwelt „Grand Theft Auto Online“ zu treffen statt den Fernseher oder Netflix anzumachen.

Wie kann das sein? Wo doch derzeit eine Generation auf die gesellschaftlichen Machtpositionen vorrückt, die mit Videospielen häufig positive Erinnerungen verbindet. Vielleicht liegt es daran, dass es in diesen Erinnerungen auch Eltern gab. Die waren oft davon überzeugt, dass Videospiele brutal, dick und dumm machen.

Juan S. Guse, 33, deutscher Schriftsteller: Erste Klasse, die Neunziger, mein Freund Martin hat eine Nintendo 64 bekommen. Bei dem sitzen wir im Wohnzimmer auf dem Boden und verstehen nicht, was wir da tun, kommen nicht voran. Und ab und



zu kommen die Eltern rein und sagen, okay, jetzt reicht es, jetzt müsst ihr mal raus, auf irgendeinen Baum klettern.

1989 erscheint der Gameboy, eine Spielekonsole für die Jackentasche, die bezeichnenderweise nicht „Gamegirl“ heißt. Eine männlich geprägte Gaming-Kultur entsteht, noch ist es eine Subkultur.

Sie feiert das Abtauchen in der „virtuellen Realität“, so lautet ein damals andächtig verwendeter Begriff. Aus dieser Ära stammen die Vorbehalte vieler Eltern: Wo gehen diese jungen Menschen hin, wenn sie in ihren Bildschirmen versinken – und werden sie je wieder ganz zurückkehren in das, was (damals) als Realität gilt?

Juan S. Guse: Es gibt bis heute diese Annahme, dass manche Aktivitäten Zeitverschwendung sind. Lebensverlängernde Aktivitäten wie Sport sind okay, das kann man auch in den Lebenslauf schreiben. Videospiele nicht.

1993 erscheint „Doom“, der erste Teil einer bis heute erfolgreichen Shooter-Serie. Das Spielprinzip ist einfach: Mit Maschinengewehren und Raketenwerfern Dämonen töten. Oder mit der Kettensäge. „Doom“ öffnet buchstäblich ein Portal in die Hölle und lässt Monster auf die Wirklichkeit los, so jedenfalls erzählt es die Handlung des Spiels. Kritiker sind alarmiert, sprechen von einer „Massenmordsimulation“ – es ist der frühe Höhepunkt der Killerspiel-Debatte. John Romero ist leitender Entwickler von „Doom“.

John Romero, 54, US-Gamedesigner: Die Debatte hat sich ziemlich beruhigt. Auch weil die Spiele weniger explizit Gewalt zeigen. Übermäßige Brutalität stößt Spieler ab, umso mehr, seit die Grafiken besser und realistischer geworden sind. Man will das nicht so detailliert sehen.

Ein Jahr nach „Doom“ kommt die Playstation auf den Markt, zwei weitere Jahre später der Nintendo 64. Es sind die ersten Spielekonsolen für den Massenmarkt, die



dreidimensionale Grafiken darstellen können. Damit verlagert sich Gaming endgültig von den Spielhallen in die Wohnzimmer.

Der nächste Schritt ist der entscheidende, die wohl wichtigste Revolution in der Entwicklungsgeschichte des Gamings. 1997 startet die erste anspruchsvolle Spielewelt für ein Massenpublikum, die nicht mehr auf einer Konsole oder einem Computer stattfindet, sondern auf Servern im Internet: „Ultima Online“. Zeitweise bevölkern damals schon mehr als 12000 Spieler gleichzeitig die mittelalterliche Fantasy-Welt, kämpfen und handeln miteinander, rangeln um virtuelle Goldstücke.

Der Journalist Andrew Groen beschäftigt sich mit den sozialen Dynamiken und der Geschichte von Online-Spielewelten.

Andrew Groen, Journalist: Viele der Leute, die in dieser Zeit an Onlinespielen gearbeitet haben, gingen dann zu Unternehmen wie Facebook. Soziale Medien ermöglichen eine andere Art des Rollenspiels. Anstatt eines Orks in einer Fantasy-Welt spielt man sozusagen sein Online-Ich. Auf Twitter, zum Beispiel, machst du Punkte, indem du Leute hinter dich scharst, die dich retweeten und deine Reichweite verstärken.

Die zuvor einsam in fremden Welten versinkenden Spieler tauchen nun gemeinsam in geteilte Fantasiewelten ab. Dadurch werden diese Welten realer, lebensweltlicher. Es geht weniger um Punktezahlen, mehr um Zwischenmenschliches, um Gefühle und Interaktionen. Immer deutlicher zeichnet sich ab, dass klassische Levels zu absolvieren gar keine notwendigen Bestandteile eines Spiels sind.

Juan S. Guse, Schriftsteller: Bei mir war das erste Spiel, das so krass mit meinen bisherigen Erwartungen gebrochen hat, „Shadow of the Colossus“ auf der Playstation 2. Wie alt war ich da? 15 oder so. Weil es eben ganz viel auslöst, was ich als gesetzt gesehen hatte.



Guse hat 2019 den von der Kritik gefeierten Roman „Miami Punk“ veröffentlicht. Darin erzählt er von Alligatoren, die sich in den Straßen breitmachen, der Atlantik ist verschwunden, und eine Gruppe deutscher Gamer reist nach Miami zum letzten Turnier des Taktik-Shooters „Counter Strike“, bei dem Terroristen gegen Antiterror-Spezialeinheiten antreten.

Eine Welt, die sich fantastisch und real gleichzeitig anfühlt – wie ein Videospiel.

Juan S. Guse: Man hat in „Shadow of the Colossus“ zwar eine Richtung, in die man geht, aber da ist einfach nichts, man reitet und ist unfassbar mit sich selbst beschäftigt und diesem Pferd, mit dieser weiten und leeren Landschaft, bis du dich dann irgendwann anfängst zu fragen: Warum ist die eigentlich so leer? Es gibt auch nur 16 Gegner, die tötest du, weil du jemand anderen wiederbeleben willst. Und du fragst dich die ganze Zeit: Warum töte ich eigentlich diese Gegner? Und am Ende wirst du selbst das Böse, weil diese Wesen welterhaltend waren. Das ist Umkehr der klassischen Erzählung.

Es gibt heute Games, die nahezu ohne lineare Erzählung auskommen, die Spieler erkunden einfach eine Welt. Manche verzichten weitgehend auf Herausforderungen und funktionieren fast wie Filme. Es gibt Kulturspieler, die anspruchsvolle Arthouse-Titel spielen. Es gibt E-Sportler für das Strategie-Spiel „League of Legends“, dessen wichtigstes Turnier 2018 mehr Zuschauer hatte als der Super Bowl.

Es gibt Menschen, die in Onlinespielen nach virtuellen Wertgegenständen jagen, um sie für echtes Geld zu verkaufen. Es gibt den Milliardenmarkt der Handyspiele wie „Candy Crush“, mit denen man die Zeit totschrägt, andere wiederum enthalten mehr Text als ein ganzer Stapel Romane.

Gaming-Elemente breiten sich auch in anderen Sphären aus. Etwa in Fitness-Apps, die Punkte vergeben („nur noch 250 Meter bis zum nächsten Level“) oder über Kopfhörer Geräusche näherkommender Zombies einspielen, wenn ein Sprint ansteht. Sind das schon Computerspiele?



Das Medium dekonstruiert sich selbst, während es erwachsen wird – und erreicht dadurch immer mehr Menschen. Etwa die Hälfte der Gamer in Deutschland ist inzwischen weiblich. Zunehmend unklar wird bei all dieser schwindelerregenden Vielfalt aber immer mehr, was Games im Kern ausmacht – was Games überhaupt sind.

Im September 2021 endet in San Francisco ein Prozess um App-Store-Gebühren zwischen Apple und Epic Games. Im Urteil schreibt die Richterin verwundert, dass weder Apple noch Epic Games ihr eine Definition des Begriffs „Videospiele“ vorlegen konnten. Sie benötigt anderthalb Seiten, um es selbst zu versuchen: Ein Videospiele ist demnach etwas, das „ein gewisses Maß an Interaktivität“ aufweist.

Aber welche der großen Internetplattformen hätte kein „gewisses Maß an Interaktivität“?

Level 4: Das Virus

Das ist die Ausgangslage zu Beginn des Jahres 2020: Gaming ist nahezu überall. Im Museum of Modern Art in New York genauso wie in Altersheimen. In Bibliotheken und in Form von Lernspielen in der Schule.

Dann kommt die Pandemie.

Heiko Gogolin, Rocket Beans TV: Nehmen wir nur „Animal Crossing“, ein Spiel, in dem man in eine zuckersüße, bonbonfarbene Welt eintaucht. Dorthin haben sich Leute während der Pandemie geflüchtet.

Juan S. Guse, Schriftsteller: Es gab diese schöne Phase, der ich ein bisschen nachtrauere, im harten Lockdown, in dem man mehrmals die Woche mit Freunden „Among Us“ gespielt hat. Das war fast schon rituell.



Die Menschen gärtnern und bauen an ihren Häusern in „Animal Crossing“, stellen dort während des US-Wahlkampfs Schilder ihres präferierten Kandidaten auf, sichtbar für andere Spieler. Sie meucheln sich hinterrücks gegenseitig in „Among Us“ und diskutieren anschließend miteinander, wer die Mörder sind.

Die Gaming-Euphorie reißt auch nicht ab, als die Menschen nach dem ersten Shutdown wieder nach draußen strömen, in die Cafés, Biergärten und Kinos. Der Economist schreibt von einem „sticky habit“, von einer Gewohnheit, die bleibt – im Gegensatz zu anderen Lockdown-Routinen.

Wem es zuvor noch merkwürdig erschienen ist, sich in Onlinewelten zu begeben, merkt in Zeiten von Home-Office und Videokonferenzen: Gerade tun wir das ja alle. Nur spielen wir die falschen Games: Facebook, Instagram, Twitter und Zoom. Immer mehr Menschen gucken sich nach Alternativen um, und werden fündig.

Als Ausweg aus der Zoom Fatigue, der Zoom-Müdigkeit, verlegen sie ihre Treffen in virtuelle Welten, die dafür konzipiert sind, Spaß zu machen.

Linda Breitlauch, Professorin für Game-Design: Als die Schulen alle zuhatten, hat ein Schüler vorgeschlagen, einen „Minecraft“-Server aufzusetzen. Nicht, um Schulstoff zu vermitteln, sondern um ein Gemeinschaftsgefühl aufzubauen. Die Lehrerin erzählte mir, dass so auch neue Schüler in die Klasse integriert worden seien, auch Migrant*innen-Kinder.

Juan S. Guse, Schriftsteller: Irgendwann ist diese Videospiele-Chatgruppe auch dazu übergegangen, Alltagsthemen zu diskutieren.

Menschen spielen nicht nur, um den Alltag zu vergessen und sich zu zerstreuen. Games bieten Raum für alle möglichen Gefühle. Auch für die bitteren, mit denen Menschen wegen der Kontaktbeschränkungen sonst allein gewesen wären.

Am 9. April 2020 erscheint ein Post in einer Facebook-Gruppe für „Final Fantasy XIV: A Realm Reborn“, ein Online-Game, in dem die Spieler in die Rollen



einander bekriegender fantastischer Wesen schlüpfen. Es ist eine Einladung, an einem Trauermarsch für eine an Covid-19 verstorbene Mitspielerin teilzunehmen, in dem Spiel. Die Verstorbene nannte sich Ferne Le'roy und spielte eine Heilerin.

Milano Cookies, 25, US-Gamer: Ich kannte sie im echten Leben nicht, aber abgesehen von ihrem Partner war ich derjenige, der ihr am nächsten stand. Sie hat mir am Tag nach ihrem Geburtstag erzählt, dass sie krank ist, das ging mir ziemlich nah. Als sie gestorben ist, habe ich 30 Minuten danach davon erfahren. Ihr Partner spielt auch, er hat es mir erzählt.

Am 12. April setzt sich die Gruppe der Avatare zur verabredeten Zeit in Bewegung. Nach etwa einer halben Stunde erreicht die Gruppe den heiligen Baum. Ihre Trauerreden tippen die Anwesenden in die Chatfunktion des Spiels.

Sorull Skyage: Ich bin bestürzt wegen eures Verlusts, aber es ist schön zu sehen, dass alle hierfür zusammengekommen sind. Wir werden ein Heilmittel finden.

Diuke Kahanartyson: Aufrichtiges Beileid aus Hawaii.

Nach etwa einer Stunde endet die Feier. Einer der Teilnehmer erinnert sich.

Roke Leonas: Es war ein sehr inniger, herzlicher Moment.

Level 5: Die Plattformen

Wenn die Pandemie eine Lektion über Games bereitgehalten hat, dann diese: Wir spielen, weil wir sozial sein wollen. Weil wir nicht allein sein wollen. Wir spielen, aber vor allem spielen wir miteinander.

Stephen Totilo, Gaming-Journalist: Onlinespiele erfüllen die gleiche Funktion wie beispielsweise Golf. Man tut es nicht unbedingt, weil man es nicht erwarten kann, mal wieder einen Schläger zu schwingen. Man tut es, weil man auf dem Golfplatz seine Freunde treffen kann.



Heiko Gogolin, Rocket Beans TV: Im Englischen gibt es den Unterschied zwischen Game und Play: Game ist „Mensch ärger Dich nicht“ mit klaren Regeln. Play ist das freie Spiel, wenn du zu Hause mit deinen Legofiguren spielst. Der Play-Aspekt von Videospiele, dass du nicht nur Münzen sammelst und Level schaffst, sondern mit anderen Leuten in virtuellen Räumen abhängst, Spaß hast, dich unterhältst, kreativ bist, Videos davon hochlädst – das wird gerade erheblich größer.

Milano Cookies, US-Gamer: Ich bin 25 und habe immer noch Kontakt zu Leuten, die ich mit 13 durchs Gaming kennengelernt habe. Sie waren da, wenn ich mit niemandem im echten Leben reden konnte. Wie Brüder und Schwestern.

Vor allem Fortnite hat sich als eine Art virtueller Schulhof des Internets etabliert – mit allem Schönen, aber auch mit allem Hässlichen, was ebenso auf realen Schulhöfen passiert: Beleidigungen aller Art, Grenzüberschreitungen, Kriminalität, Mobbing, Sucht.

„Animal Crossing“ hingegen ist so was wie der virtuelle Gartenzaun im Netz: Dort treffen sich Spieler, die es gemächlicher angehen wollen, nachdem sie sich um ihre kleine, von knuffigen Tieren bewohnte Insel gekümmert haben. Und dann gibt es noch „Roblox“, einen digitalen Modellbaukasten: In Roblox können die Nutzer eigene Welten und sogar eigene Mini-Games bauen. Sie können ihre Freunde dorthin einladen oder mit ihnen gemeinsam durch die Welten anderer Nutzer bummeln.

Robin Hunicke, Videospiel-Designerin: Mich erinnert das an Besuche als Teenager in der Mall. Du hängst mit Freunden ab und schlenderst herum, kaufst Dinge. Der Unterschied ist aber der: Die Kinder bauen sich in Roblox ihre eigene Welt. Man kann an Tanzkursen teilnehmen oder an einem Snowboard-Wettbewerb.

Craig Donato, Chief Business Officer von Roblox: Ich, zum Beispiel, höre mit meinen Freunden gern gemeinsam Musik und gehe zu Konzerten, oder wir gucken Filme. Um mal den Vergleich mit Instagram zu machen: Anstatt Fotos zu teilen, teilt man auf Roblox Erfahrungen.



Die Roblox-Nutzer können Eintritt für ihre Welten verlangen. Und dort selbstgebaute virtuelle Gegenstände verkaufen.

Craig Donato, Chief Business Officer von Roblox: Die Leute von Gucci machen jedes Jahr eine Mode-Show in Florenz, an der nur ein paar Tausend Leute teilnehmen können. Aber sie haben eine digitale Version in Roblox gebaut und jetzt können Millionen Leute dabei sein. Die virtuelle Handtasche, die sie dort verkauft haben, hat im Weiterverkauf mehr eingebracht als die physische Tasche.

Kyasia Watson ist eine Modedesignerin in Roblox. Sie hat für Gucci gearbeitet.

Kyasia Watson, 20, Roblox-Nutzerin aus den USA: Ich habe mit 16 damit angefangen, mit Roblox Geld zu verdienen, um mir Kleidung und so kaufen. Jetzt ist es mein Nebenjob – oder eigentlich mein Hauptberuf, weil ich damit meine Rechnungen bezahle.

Craig Donato, Chief Business Officer von Roblox: Es ist eine Generation, die mit 3-D-Erfahrungen aufgewachsen ist und die Realität anders sieht. Wenn ich mir meinen Sohn anschau, der ist 18 und für ihn gibt es einen fließenden Übergang zwischen dem Digitalen und dem Physischen. Er ist immer in der echten Welt und immer online mit seinen Freunden.

Kyasia Watson, Roblox-Nutzerin: Klamotten sind superwichtig in Roblox, um sich mit seiner Spielfigur auszudrücken. Es ist ein bisschen wie Puppenspielen. Nur dass du die Puppe bist.

Das sind Onlinespiele heute: soziale Plattformen. Aber möglicherweise ist das erst der Anfang.

Wer über die Zukunft von Video- und Computerspielen nachdenken will, gerät früher oder später an Matthew Ball. Ball war Chefstrategie der Amazon Studios, der Filmproduktionssparte des Amazon-Konzerns, heute ist er ein gut vernetzter Risikokapitalgeber und Tech-Essayist.



In die Projekte, über die er schreibt, investiert er auch, deshalb ist sein Rat nicht uneigennützig. Weil seine Analysen aber bestechend scharf sind, ist sein Rat in den Chefetagen der großen Tech- und Medienkonzerne trotzdem gefragt. Im Videocall wirkt er hoch konzentriert, lässt jede Frage ein paar Sekunden wirken, dann antwortet er druckreif, wie eine Essay-Maschine.

Es geht um die, wie er sagt, „nächste Generation des Internets“. Wer die suche, solle sich Games angucken, „this is where it would start“, dort gehe es los.

Level 6: Endgegner

Matthew Ball schreibt seit Jahren über das „Metaverse“. Die Theorie, an die er und viele andere im Silicon Valley glauben, geht so: Dreidimensionale virtuelle Räume werden nach und nach die heutigen zweidimensionalen Websites ablösen. Die Gesamtheit dieser Räume bildet das Metaversum, so wie alle heutigen digitalen Verbindungen das Internet bilden. Ball glaubt, die besten Teile dieses Metaversums sind schon da: Games.

Matthew Ball: Die Technologie, 3-D-Umgebungen live darzustellen, hatte bislang nur ein Anwendungsgebiet: Videospiele. Deshalb geht auf diesen Plattformen die Entwicklung zum Metaversum los. Viele Leute sagen, dass auf den heutigen Social-Media-Plattformen negative Gefühle dominieren. Games bringen aber eine andere Philosophie mit. Wir spielen Computerspiele, weil sie uns fröhlicher machen. Die nächste Generation des Internets könnte deshalb auf gesünderen Prinzipien fußen als dem von Algorithmen getriebenen Teilen von Inhalten.

Ob es so kommt, ist keineswegs sicher. Auch der Konzern hinter Facebook und Instagram möchte am Metaversum mitbauen – am liebsten das Metaversum ganz allein bauen und kontrollieren, deshalb hat er sich kürzlich umbenannt: von Facebook in Meta. Wahrscheinlich werden auf den Plattformen Gaming-Elemente eine große Rolle spielen. Wenn sie aber fehlen, fühlen sich digitale Räume häufig leer und



bedrückend an, wenn man nur auf die Avatare seiner Freunde starrt – und nicht gerade zufällig ein Livekonzert stattfindet.

Craig Donato, Chief Business Officer von Roblox: Du kannst Leute nicht einfach in einen digitalen Raum hineinwerfen, ohne ihnen etwas zu tun zu geben. Erst wenn sie auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten, oder wenn sie gegeneinander antreten, entsteht ein Kontext, der ihnen erlaubt, miteinander in Kontakt zu treten.

Einen Vorgeschmack kann man jetzt schon besichtigen: „Horizon Worlds“, eine Onlinewelt des Meta-Konzerns, die man über Virtual-Reality-Brillen betritt, ist im Dezember in den USA und Kanada gestartet. Facebook-Nutzer können dort mit einem fliegenden Besen herumdüsen oder gegen ihre Freunde Lasertag spielen.

Wikipedia listet Horizon Worlds, die Zukunft von Facebook, als „Online-Videospiel mit integriertem Spielebausystem“. Wie Roblox. Irgendwann sollen die Menschen in der virtuellen Realität von Meta aber nicht mehr nur spielen, sondern sich dort auch für Arbeitsbesprechungen treffen, mit Freunden plaudern, in ihrem virtuellen Wohnzimmer ins virtuelle Kaminfeuer gucken. Sie sollen am besten gar nicht mehr offline gehen. Ein gigantischer virtueller Freizeit- und Arbeitspark für alle. Unendlicher Spaß im Internet?

Patrick O’Luanaigh, VR-Entwickler: Ich glaube, Meta wird zusammen mit anderen Unternehmen die Standards für das Metaversum setzen, transparente Datenbrillen für den Alltag und Virtual-Reality-Brillen für zu Hause herstellen, und damit Handys in die Museen verbannen. So wie Kassetten, iPods und Faxgeräte.

Wahrscheinlich hat Meta keine andere Wahl als die Flucht nach vorne ins Metaversum. Das Kerngeschäft mit der blauen Facebook-App ist womöglich bereits angezählt.



Erin O’Luanaigh, 14 Jahre alt: Die meisten Leute aus meiner Generation nutzen andere soziale Medien. Ich persönlich glaube, Facebook wird in zehn Jahren nicht mehr so groß sein wie heute.

Anfang Februar meldet Meta, dass Facebook erstmals in seiner Geschichte Nutzer verloren statt weitere hinzugewonnen hat. Der Börsenkurs von Meta bricht innerhalb eines Tages um sagenhafte 230 Milliarden US-Dollar ein. Das soziale Netzwerk, vielleicht gar die Ära sozialer Medien insgesamt habe den Zenit überschritten, schreiben zahlreiche Experten.

Der Konzern hat zu diesem Zeitpunkt längst begonnen, im großen Stil Personal und Budgets in Richtung der Metaverse-Entwicklung umzuschichten. Ebenso Microsoft: Im Januar verkündet das Unternehmen, den Gaming-Konzern Activision Blizzard für rund 69 Milliarden US-Dollar kaufen zu wollen, es soll der größte Tech-Deal der Geschichte werden, wenn die amerikanischen Wettbewerbshüter keinen Einspruch erheben. Einer der wertvollsten Titel von Activision Blizzard heißt „Candy Crush“.

Ist das die Zukunft?

Nein, nicht die Zukunft. Einfach die Gegenwart.