

Die Größte ihrer Zunft - LZonline



16. Mai 2015 Kommentare deaktiviert für Die Größte ihrer Zunft

mm Lüneburg. 13 Uhr, Leuphana Universität, Auftakt zur weltweit größten Spieleforscherkonferenz: der DiGRA 2015. Rund 250 Besucher sind gekommen. Viele von weit her: Etwa aus den USA, Brasilien, Indien oder Australien, manche haben bis zu 310 Euro für ein Ticket bezahlt. Es wird Englisch gesprochen. Nach Städten wie London, Tokyo oder Melbourne macht der Veranstalter, die Digital Games Research Association (DiGRA), das erste Mal hierzulande Station. Bis Sonntag diskutieren die Gäste in Lüneburg vor allem eines: Wie digitale Spiele die Welt durchdringen und immer mehr Nutzer gewinnen.

Eröffnung: Professor Mathias Fuchs hat vor dem Publikum im Hörsaal sein Sakko abgelegt, schiebt es mit dem Fuß unter das Rednerpult, präsentiert stolz sein weißes T-Shirt. „Vancouver 2005“ steht darauf, die Stadt war Tagungsort der dritten DiGRA-Konferenz. Zehn Jahre später hat Professor Fuchs als Leiter des Gamification Lab am Institut für Digitale Kulturen der Leuphana Universität die DiGRA nach Lüneburg geholt. Eines stört ihn allerdings am ersten Tag, er stellt fest: „Das Wetter in der virtuellen Welt ist besser als in der realen.“ Die virtuelle Welt ist auf einer Leinwand hinter Fuchs zu sehen, zeigt den Platz Am Sande zu Zeiten des Mittelalters. Es ist ein Spiel: Lüneburg in 3D, das am Gamification Lab entwickelt wurde und nun erstmals bei der Konferenz präsentiert wird.

„Black like me“, „Schwarz wie ich“, heißt das Spiel von Lindsay Grace, er kommt aus den USA, arbeitet an der Universität in Washington. Konferenz-Besucher finden den Spieledesigner bei der Ausstellung zu experimentellen Spielen. Was er mit seinem Spiel zeigen möchte, ist, „dass Menschen nicht nach ihrer Hautfarbe, sondern ihrem Verhalten beurteilt werden sollen“. Es sei eine Botschaft, „um nicht in Stereotypen zu denken“. Spiele, die Botschaften transportieren, zählen zu den „Serious Games“, den ernsthaften Spielen eine Wachstumsbranche, die auch durch Förderprogramme von der EU finanziell unterstützt wird.

Doch nicht nur die „Serious Games“ sind im Auftrieb, der Gesamtmarkt für digitale Spiele ist ein riesiges Wachstumsfeld. Die Umsatz-Zahlen, allein für Deutschland, belegen das. So verdiente die Branche 2014 rund 2,7 Milliarden Euro, ein Wachstum von elf Prozent im Vergleich zu 2013. „Die Nutzerschicht hat sich stark ausgeweitet“, weiß Dr. Niklas Scharpe, Mitarbeiter am Gamification Lab. Er sagt: „Früher waren junge technisch versierte Männer die Computerspieler, heute geht die Nutzerschicht quer durch alle Altersklassen und Geschlechter.“

Knapp jeder zweite Deutsche spielt digitale Spiele, im Internet, auf dem Smartphone oder Tablet. Es gibt etwa gleich viele männliche und weibliche Spieler, Durchschnittsalter 34 Jahre, wobei bei den Älteren am meisten zocken. Spieler, die über 50 Jahre alt sind, gibt es in Deutschland rund acht Millionen, gefolgt von der Generation 40 bis 49 Jahre, erst dann kommen die Jüngeren, im Alter von zehn bis 19 Jahren, sie stellen sechs Millionen Spieler.

Eine Wissenschafts-Konferenz zu Spielen, wie die DiGRA, besitzt längst ihre Legitimation. In Vorträgen, Workshops, bei Diskussionen stellen die internationalen Gäste in Lüneburg dar, wie die Welt von digitalen Spielen durchdrungen wird. Das Phänomen trägt auch einen Namen: Gamification. Gemeint ist die Anwendung typischer Spielelemente wie Erfahrungspunkten, Fortschrittsbalken, Ranglisten, Belohnungen oder Auszeichnungen in eigentlich spielfremden Kontexten, etwa zur Lernmotivation in der Schule oder Universität.

Teilen