

PS4 and PlayStation are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PS4" is a trademark of the same company.

IGM

International Games Magazine
new business



**Best Hardware
incl. Peripheral**
winner is
PlayStation 4
Sony Computer Entertainment
Deutschland GmbH



Western von Gestern

Das neue Geschäft
mit alten (Revolver)Helden

Sie sind alt, pixelig und nicht mal 3D, aber sie schießen so scharf wie eh und je: Die Hauden des Wilden Spiele-Westens wurden in der Wüste verbuddelt, bevor sie richtig tot waren. Jetzt werden die Dinosaurier mit viel Aufwand ausgegraben, restauriert und wieder verkauft. IGM über Veteranen, die noch immer für ein Duell gut sind.

Ohne Gedächtnis geht nix: Erinnerungen geben unserer Umgebung Form, Farbe, Zusammenhalt und Sinn. Ohne Erinnerungsvermögen wären wir ungefähr so produktiv und verständlich wie ein Pantoffeltierchen: Einfach durch die Zellsuppe stiefeln und dabei nix Böses denken – na ja, hat vermutlich auch seinen Reiz. Eine Faustregel der Evolution geht angeblich so: Je höher entwickelt ein Lebewesen, desto weniger angeborene Instinkte hat es und desto mehr muss es mühsam erlernen. Doch dafür braucht es vor allem eins: genug Zeit, um ein gut funktionierendes Gedächtnis zu füllen. Darum lebt der durchschnittliche Homo Sapiens auch länger als eine Schmuskatze und die wiederum

länger als eine leckere Maus. Kaum verwunderlich, dass dieses Gedächtnis gelegentlich skurrile Blüten treibt: Man erinnert sich viel und man erinnert sich gerne, darum ist das Gestern Kult und das Morgen furchteinflößend. Was dabei alles zum „Kult“ erklärt wird, kann schon mal erstaunen: Vom Wackeldackel und Aufzieh-Roboter bis hin zum kitschigen Duschvorhang mit Blümchen ist auf einmal alles cool. Ebenso wie ein altes Atari 2600 mit Holz-Furnier und Spielmodulen. Wer sich mit den Begriffen „Retro“ und „Games“ an Google versucht, bekommt einen ungefähren Eindruck davon, wie gigantisch und nahezu lückenlos die Berichterstattung über den Zock von

gestern ist. Und obwohl die Archivierung bzw. Reflexion des retrospektiven Daddelismus vor allem von Fans lebendig gehalten wird, hat ihn die Industrie längst als Einnahme-Quelle entdeckt: Die Neuaufbereitung und Wiederveröffentlichung antiker Spiele-Marken ist zwar ebenso wenig neu wie die Klassiker selber, doch erst die Etablierung

**"EISKALTER
KRIEG FÜR
COOLE
TAKTIKER"
IGM**

digitaler Vertriebsplattformen hat die Retro-Schleusen endgültig geöffnet. Nintendo z.B. kramt die Oldies aus seiner Veröffentlichungs-reichen Vergangenheit regelmäßig aus der Mottenkiste, pflöpft sie auf die Retro-Oberfläche „Virtual Console“ und bietet sie dann für WiiU oder 3DS erfolgreich zum Kauf an: Junge und jung gebliebene Gamer flattern auf diese Weise mit „Kid Icarus“ über den Pixel-Horizont, erforschen die Katakomben des ersten 8Bit-„Metroid“ oder erleben das fantastische Super-Nes-Rollenspiel „Earthbound“.

„ Hat die Retro-Schleuse endgültig geöffnet: der Digital-Vertrieb

MODELL-WELTEN

Eine eher ungewöhnliche Art, die eigene, digitale Vergangenheit zu „bewältigen“, hat der Schweizer Künstler Matthias Zimmermann für sich entdeckt: Bereits während seines Studiums in Musik, Game-Design und Art Education hat Zimmermann einen skurrilen, aber faszinierenden Malerei-Stil geschaffen, der Retro-Grafik nicht einfach abbildet, sondern vielmehr neu interpretiert und mit der echten Welt verquickt. Im Bildband „Modell-Welten“ schildert ein Dozent des Künstlers die Idee hinter dessen Bildern: „In der Regel verhält sich ein Modell als Entwurf einer Idee, die in die Realität übersetzt wird. Matthias Zimmermann kehrt diese Logik um, indem er aus seiner Wahrnehmung der Realität Modell-Welten abstrahiert. Eine Vielzahl von Eindrücken übersetzt er in eine Formensprache und setzt diese im Sinne eines Baukastens zusammen.“

Zugegeben: Das hört sich ganz schön hochgestochen an, hat dem von Kunst-Szene und Presse gefeierten Digital-Pinsler aber immerhin einige Ausstellungen eingebracht, eine davon im Berliner Computerspielmuseum. Dass Videospiele und „History of Games“ endlich als fester Bestandteil der Popkultur begriffen werden, beweisen aber nicht nur die zahlreichen Sonder-Ausstellungen des Museums. Auch die Event-Buchungen, die ihm zusätzliche Einkünfte bescheren, lassen einen klaren Trend erkennen: Spielefirmen und Vereine, aber ebenso private Veranstalter mieten die Räume der Berliner Dauer-Ausstellung, um ihre Feiern und Präsentationen vor einer geschichtsträchtigen Kulisse zu begehen, die „Digital Natives“ ebenso fasziniert wie diejenigen, die den Aufbau der digitalen Welt hautnah miterlebt haben.

Zu letzteren gehören auch Museums-Direktor Andreas Lange und sein Kollege Peter Gerstenberger, der für Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit des „CSM“ verantwortlich ist. In einem Gespräch er-

klärt uns Gerstenberger, wie es die wertvollen Exponate des Museums raus aus dem Keller und rein in eine ordentliche Dauer-Ausstellung geschafft haben: „Das Computerspielmuseum eröffnete 1997 in Berlin die weltweit erste ständige Ausstellung zur digitalen, interaktiven Unterhaltungskultur – eine Zeit, in der Games aus der Gesellschaft zwar nicht mehr wegzudenken waren, doch im kollektiven Bewusstsein noch lange nicht als „Kulturgut“ wahrgenommen wurden. Ab 2000 war das Museum für über 30 nationale und internationale Ausstellungen verantwortlich, darunter das von der Kulturstiftung des Bundes geförderte Projekt „pong.mythos“, Deutschlands erfolgreichste Wanderausstellung zur Geschichte des Computerspiels, die über 470.000 Besucher gesehen haben. Nach dieser Erfolgsgeschichte wurden dann eine repräsentative Fläche und eine Anschubfinanzierung für die Einrichtung einer neuen, ständigen Ausstellung gesucht. Wir hatten seit 2008 im Kultursenat eine große Aufgeschlossenheit für das neue Medium, das auch die Buchdruckkunst des 21. Jahrhunderts verkörpert. Seit Eröffnung im Januar 2001 haben wir es vor allem den Besuchern zu verdanken, dass wir eine Erfolgsgeschichte schreiben, denn als privat finanziertes Museum sind wir nun mal vom Ticketverkauf abhängig.“

DAS MUSEUM ALS ERKLÄRBÄR

Wenn Gerstenberger die 70.000 Besucher beobachtet, die das Museum jährlich anzieht (von denen jeder acht bzw. fünf Euro da lässt), dann glaubt er außerdem eine zunehmende Sensibilisierung für das digitale Erbe zu erkennen: „Ich staune immer wieder, wie selbstverständlich Kinder und Jugendliche bei unseren speziellen Retro-Reihen „Spiel die Originale“ mit den Controllern der historischen Konsolen umgehen. Zugleich finden sie die Grafik aber in der Regel miserabel. Sie haben handwerklich also intuitiv eine Rückbindung, die ihnen vermutlich gar nicht bewusst ist. Zugleich wissen sie altersgerecht nicht viel darüber, wie dieses Jahrhundertmedium in unsere Welt kam. Aber genau dafür ist unsere Ausstellung schließlich da. Wir sind also auch ein „Erklärbar“. Und die Fragen zum digital-verspielten Erbe wird es nun auf Dauer geben. Wir reden von über 60 Jahren Mediengeschichte der Games, und das hat Wirkungen auf mittlerweile alle Altersgruppen. Ich glaube, dass „Retro“ bald so wenig zeitgeistlich ist wie es Oldtimer sind.“

PIXEL-ART

Doch während Museen vor allem den verstaubten Teil der Vergangenheit präsentieren, halten die Gamer von heute die Tradition längst selber lebendig: So hat sich Pixelgrafik mit retrospektiver Polung gerade bei kleineren Studios als Grafikstandard etabliert, der auch bei solchen Spielen Verwendung findet, die nicht nur für alte Herren gedacht sind. Vor allem Vertriebswege wie Steam, AppStore und Googles PlayStore sind wie für die verpixelten Kunstwerke geschaffen.

Auf der beliebten Cartoon- und Games-Plattform Penny Arcade erklärt der Entwickler Zeboyd Games

(„Cthulhu Saves The World“), warum er auf Pixel-Optik setzt: „Als kleines Indie-Studio sollte man Zeit und Talent so effizient wie möglich einsetzen. Darum haben wir uns schon früh dafür entschieden, nicht mit den modernen Grafiken der großen Studios zu konkurrieren, sondern stattdessen auf altmodischen Retro-Look zu setzen und uns in dieser Disziplin kontinuierlich zu verbessern.“

„ Wirkung auf alle Altersgruppen: 60 Jahre-Games-Geschichte

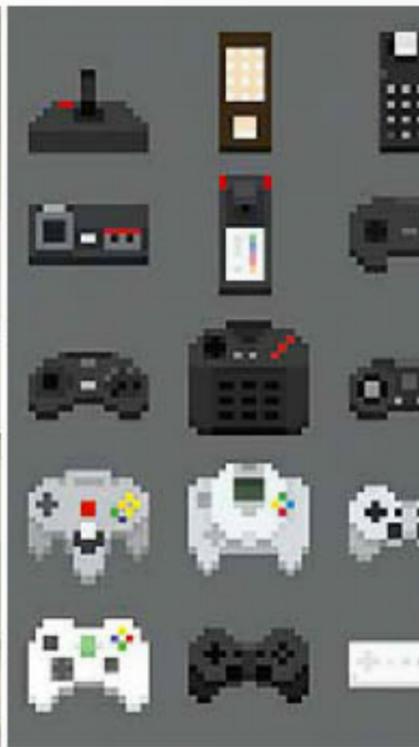
Retro ist also nicht nur eine ästhetische Entscheidung, sondern außerdem ein Modell für effizientes Ressourcen-Management. Zumindest dann, wenn man weiß, wie man Grafiken gekonnt pixelt. Denn was während der 8Bit- und 16Bit-Zeit Standard war, das muss heute neu erlernt werden. Ein Lied davon singen kann z.B. die Hamburger Illustratorin Melanie Miklitz: Bevor die Fantasy-begeisterte Diplom-Künstlerin damit begonnen hat, als Freiberuflerin Cover für Blauvalet-Romane zu pinseln, hat sie z.B. für die Mobile-Abteilung von Disney den virtuellen Pinsel geschwungen. „Bei Pixelart kommt es vor allem auf Abstraktion und Reduktion an“, erklärt die Grafikerin. „Man soll z.B. auf kleinem Raum mit wenigen Quadraten glaubwürdige Charaktere darstellen. Daher muss man zwangsläufig Eigenheiten der Figur übertreiben. Wichtig ist hierbei vor allem, dass man sich den Charakter immer wieder in der Größe ansieht, die er im fertigen Spiel auf dem Display einnimmt. Denn bei der Auflösung kann ein einziger Pixel bereits eine Nase oder die halbe Hand sein.“ Über die Disziplin „Retro-Animation“ weiß Melanie Ähnliches zu berichten: „Um einer Pixelfigur Leben einzuhauchen, sollte man die Animationen noch stärker übertreiben als es z.B. bei Trickfilmen der Fall ist. Je kleiner so ein Männlein ist, desto mehr muss man die Animationsgesetze überstrapazieren, damit man erkennt, was das Kerlchen da eigentlich macht.“

RETRO-GAMES ALS VERSUCHSOBJEKT

Eine Lektion übrigens, die auch Nachwuchs-Grafiker schon früh machen – wie Mike Hommel von der Games Academy, der uns über die Bedeutung von Retro-Spielen an der verspielten Fakultät berichtet: „Der Stellenwert auf das komplette Studium bezogen ist nicht so hoch, tatsächlich wird der Stoff an wenigen Unterrichtstagen abgehandelt. Aber es kommt natürlich auf den Schwerpunkt des jeweiligen Dozenten an. Einige, wie z.B. Thomas Nickel, lassen den Retro-Komplex sehr stark in ihren Unterricht einfließen, andere wiederum nehmen lieber Bezug auf aktuelle Titel. Im ersten



Transportiert verspielte Geschichte:
Das Computerspielmuseum in Berlin



Gepixelte Fan-Kunst:
Die Joypad-Evolution



Hat mit seinen GA-Kommitonen ein Retro-Projekt entwickelt: Mike Hommel



Professionelle Pixlerin: Die Hamburger Grafikerin Melanie Miklitz



Hat seinen alten Amiga lieb:
Retro-Experte Jörg Langer

► Semester aber wird sowieso auf kleiner Flamme gekocht, daher kann es hier auch öfter mal passieren, dass man sich an einem Retro-Titel versucht. Geht es dann aber in die höheren Semester, so wird schnell in den 3D-Bereich gewechselt und daran gearbeitet, etwas mit mehr „Anspruch“ zu produzieren. Die meisten, die sich auch intensiv mit der Retro-Materie beschäftigen, kommen eher aus dem Game-Design, denn von den alten Klassikern kann man viel lernen.“ So geschehen beim Projekt von Hommels Team: Ihr pixeliges Grusel-Abenteuer „Lucy“ soll bald für Windows-8-Plattformen erscheinen.

„ Nicht von allen GA-Studenten geschätzt: Retro-Games “

NUR EINE MODEERSCHENUNG?

Obwohl also nicht jeder die Relevanz der Klassiker erkennt, so gibt es doch eine Stammkundschaft, die kleine Studios am Leben erhält. Um zu erfahren, wie beständig und treu die „ewig Gestrigen“ sind, haben wir mit Jörg Langer und Chris Böhme gesprochen. Der eine erstellt mit seinem „Gamers Global“-Team die deutsche Version des Traditions-Magazins „Retro Gamer“, der andere setzt mit seinem Münchener Ladenlokal „Nippon Dreams“ immer stärker auf Retro-Ware.

Über die Ursprünge der aktuellen Retro-Bewegung sagt der Journalist schlicht: „Die Retro-Welle gibt es schon lange, früher nannte man das Nostalgie. Im Spielbereich kommt hinzu, dass Retro-Gamer „damals“, also meist in den 80ern, zu den Pionieren einer völlig neuen Populärkultur gehörten. Das

schweiß heute noch immer zusammen.“ Bei der Zielgruppe vermutet Langer Stabilität und Kaufkraft: „Die Retro-Spieler sind eine mittelgroße, feine Zielgruppe, die aufgrund ihrer Altersstruktur nicht auf den Cent schauen muss. Sie schaut eher auf ihr Zeit-Budget, und da erlaubt es ihnen z.B. Retro Gamer, jederzeit tief in die alten Zeiten abzutauchen, ohne selber einen geeigneten Emulator oder Röhrenfernseher finden zu müssen, an dem die alten Gerätschaften noch Anschluss finden.“ Chris Böhme dagegen treibt sich regelmäßig unter genau den Retronauten herum, die sich diese Sorte Stress gerne machen. Erst kürzlich hat der Ladeninhaber seinen gesamten Retro-Bestand zusammengepackt und auf die RetroBörse in Rosenheim gekarrt: Immerhin 30 Aussteller und über 300 Besucher wimmelten hier zwischen Tischen, konsolischem „Altmüll“ und Bergen aus antiken Disketten, Modulen oder CDs. Und längst nicht alle davon waren abgegriffen: So kauft Böhme für seinen regen Retro-Handel teils stattliche und noch jungfräulich verschweißte Restposten bei japanischen Händlern ein. „Gerade im Sommer ist es nicht ungewöhnlich, wenn ich auf einer Retro-Börse ein Mehrfaches dessen einnehme, was derselbe Tag in meinem Ladenlokal mit Neuware einbringt. Wer hier einkauft, der gibt z.B. gerne mehrere hundert Euro für alte Neo-Geo-Module aus: Für mich bedeutet das, dass statt der üblichen vier oder fünf auch mal 40 oder 50 Euro pro Spielverkauf hängen bleiben“, erklärt Böhme. Der führt die extreme Kauflust der „Börsianer“ aber nicht nur auf deren meist reifes Alter und einen gut gefüllten Geldbeutel zurück. „Wer eine Retro-Börse besucht, der bekundet bereits durch die Anreise eine klare Kaufabsicht. Die meisten Käufer sind ältere Semester, die sich damit Jugenderinnerungen zurückholen. Wer um die 40 ist und schon eine Familie hat, dem fehlt für engagiertes Spielen oft die Zeit. Also genießt er es stattdessen, sich mit Erinnerungsstücken zu umgeben.“ Damit nehmen alte Super-Nintendo-Perlen wie „Mario Kart“ oder „A Link to the Past“ also ungefähr denselben Stellenwert ein wie vergilbte

Familienfotos. Das Spiel wird zum Artefakt, das auch dann noch Erinnerungen speichert, wenn seine Daten und Spielstände längst erloschen sind.

DIE KLASSIKER VERSTEHEN

Doch über all die warmen Gefühle und das Gerede von kultureller Relevanz darf man nicht vergessen, wie das gefeierte „Phänomen“ entstand: Obwohl die von Jörg Langer benannte „Nostalgie“ schon immer ein Thema war, so ist die grassierende „Pixel-Seuche“ ein Produkt der jüngeren Vergangenheit. Denn die extreme Rückbesinnung auf das Gestrige tritt immer dann in Erscheinung, wenn die Retro-Päpste mit gemischten Gefühlen in die Zukunft blicken. So kommt es auch, dass ausgerechnet die Architekten dieser Veränderungen – nämlich AppStore, Steam und der übrige Digital-Handel – zum Schauplatz der von ihnen provozierten Rückbesinnung werden: Einerseits wünscht man sich die digitale Distribution zum Teufel, andererseits nutzt man sie dankbar, um Pixel-Spiele, per Kickstarter finanzierte Remakes, Klassiker-Kollektionen und Emulationen aus dem Netz zu schaufeln. Doch die aktuelle „Retrofizierung“ zeigt auch, dass es für viele Spieler der alten Schule zu wenig interessante Neuerungen gibt: Sie vermissen komplexe und verzweigte Spiele, schwere Spiele, gestandene Singleplayer-Erfahrungen und in vielen Fällen die ehemals klare Trennung von PC-Markt und Konsolismus. Wenn diese Zielgruppe lieber ein Computerspielmuseum besucht als ein Neuheitenregal, dann ist das für die kulturelle Akzeptanz des Mediums zwar der richtige, für seine wirtschaftliche Entwicklung jedoch der falsche Weg. Darum sollten Spielehersteller ihre Klassiker nicht nur neu auflegen, sondern sie vor allem VERSTEHEN. Heraus kommen dann nicht Spiele wie Ubisofts „FarCry 3: Blood Dragon“, das die Retro-Lust mit gezückter Brechstanke befriedigen will, sondern ein „Dark Souls“, das die Rezeptur der Oldies gekonnt destilliert und in eine neue, moderne Form gießt. Dann funktioniert es auch wieder mit den „alten Herren“ und ihrem prall gefüllten Geldbeutel. ■ (rb)