

«Die Game-Szene ist zwischen Stuhl und Bank»

Dominik Marosi über das Potenzial von Schweizer Games, die Kreativwirtschaft und programmierbare Roboter

Am Donnerstag startet auf dem Kasernenareal das Zürich-Game-Festival Ludicious. Die Veranstaltung soll ein Treffpunkt für innovative Nachwuchstalente im Bereich Computerspiele werden. Festivalleiter Dominik Marosi erklärt die Hintergründe.

Dominik Marosi, warum braucht Zürich ein Game-Festival?

In Zürich sind schon viele Faktoren vorhanden, die eine erfolgreiche Game-Industrie ausmachen, und eigentlich hätte ein nächster Schritt schon stattfinden müssen. Mit Ludicious wollen wir als Katalysator funktionieren und diese nächste Phase einleiten helfen.

Was zeichnet denn Zürich aus Gamer-Sicht aus?

Unsere Stadt verfügt mit der ETH und der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) über zwei erstklassige Ausbildungsstätten, aber auch auf einer technischen Ebene hat Zürich mit Firmen wie Google, Microsoft oder IBM Unternehmen, die im Bereich der Entwicklung und Programmation eine international tragende Rolle spielen. In diesem Umfeld ist eine kleine Game-Industrie herangewachsen, die über grosses Potenzial verfügt.

Mit dem Landwirtschaftsimulator hat die Schweiz auch einen internationalen Bestseller, was wichtig ist als Vorbild.

Richtig, wie gesagt: Die Grundsubstanz ist vorhanden. Nun suchen wir den nächsten grossen Erfolg. Mit Ludicious wollen wir die verschiedenen Akteure, insbesondere auch aus dem Bereich des Venture-Capitals, zusammenbringen, um die Entwicklung weiter vorwärtszutreiben.

Wo besteht der grösste Handlungsbedarf?

Zurzeit ist der Arbeitsmarkt für Abgänger der Hochschulen und der ETH noch zu klein. Sie wandern entweder ab ins Ausland, womit nebst dem Talent auch viel Geld, welches vom Staat in die Ausbildung gesteckt wurde, verloren geht. Oder sie gründen ein Startup und kommen schnell in Geldnöte, weil ihnen das Business-Know-how fehlt.

Aber es gibt doch genügend Förderinstrumente für Startups.

Die bestehenden Förderinstrumente sind nicht auf Game-Studios ausgerichtet. Game-Entwickler können als technische Startups verstanden werden oder als Teil der Kreativwirtschaft. Das mag ein Vorteil sein, weil man bei verschiedenen Türen anklopfen kann, aber derzeit fühlt sich niemand zuständig, und die Game-Szene findet sich zwischen Stuhl und Bank wieder.

Aber es hat noch nie so viele Gamer gegeben wie heute. Alle Leute spielen auf ihren Handys, auf dem Tablet... Müsstent die lokalen Entwickler nicht mit offenen Armen empfangen werden?

Eigentlich schon, aber hier zeigt sich bereits die nächste Herausforderung: Visibilität. Jeden Monat erscheinen Tausende neuer Games allein im iTunes-Store. Wie wird man wahrgenommen? Das Marketing wird immer wichtiger. Wir leben in einer Aufmerksamkeitsökonomie.

Hinzu kommt, dass viele Leute sich mit Games als Medium schwertun.

Die Problematisierung im Rahmen der Gewaltdebatte ist in den Hintergrund gerückt, aber für die Schweizer Entwickler stellt sich ein anderes Wahrnehmungsproblem.

Welches?

Viele Leute haben die Bilder und Animationen der sogenannten AAA-Titel wie Halo, Assassin's Creed oder Call of Duty vor Augen, die sich mit Spielfilmen vergleichen lassen. Sehen sie nun eine kleine Independent-Produktion, die mit weit einfacherer Grafik auskommt, sind sie aufgrund ihrer Erwartungen möglicherweise enttäuscht.

Aber bei Videospiele geht es nur in zweiter Linie um die visuelle Oberfläche. Genau, entscheidend ist vielmehr die Spielidee, die Kreativität dahinter – aber das ist schwierig zu vermitteln.

Bietet denn Ludicious auch die Möglichkeit, besagte Games anzuspielden?

Selbstverständlich kann man die Spiele ausprobieren. Bei den meisten Titeln werden auch deren Entwickler vor Ort sein. So bietet sich die Möglichkeit, die Leute hinter den Games kennenzulernen, mit ihnen zu diskutieren. Sie haben

viel zu erzählen, oft haben sie Jahre ihres Lebens in die Entwicklung gesteckt.

Es gibt zwei Wettbewerbe, einen für Studenten und einen internationalen. Warum keine Schweizer Ausschreibung?

Für Letzteres gibt es bereits die Auszeichnung der Swiss Game Developers Association (SGDA). Mit ihrer Award-Gala eröffnen wir am 18. September auch das Festival. Das freut uns sehr.

Es ist nicht die einzige Zusammenarbeit. Das GameZ-Festival unter der Federführung der ZHdK, das bereits im vergangenen Jahr erstmals stattfand, wird parallel durchgeführt.

Auch darauf sind wir stolz, dass wir gemeinsam mit GameZ die verschiedenen Aspekte des Gaming abdecken können. Unsere Programme ergänzen sich gut. Unser Ziel ist es, die verschiedenen Akteure aus der Schweiz an einem Ort zusammenzubringen.

Worauf fokussiert das GameZ-Festival?

Das Motto lautet «Play together», im Zentrum stehen Multi-Player-Games, also solche, die gemeinsam gespielt werden. Sie werden diese Spielart auf verschiedene Art und Weise beleuchten.

Das klingt etwas nach Insider-Veranstaltung. Gibt es auch Populäreres?

Zum einen wird es bei Ludicious Ausstellungen mit den nominierten Spielen der beiden Wettbewerbe geben, die alle anspielbar sind. Zum anderen präsentiert die SGDA in einem Showcase Schweizer Game-Schaffen, und auch bei GameZ gibt es eine grosse spielbare Ausstellung mit historischen Exponaten. Ein Workshop wendet sich an Jugendliche, die sich für Game-Design interessieren, dort erste Gehversuche machen können, und im Thymio-Roboter-Workshop kann man mit einer visuellen Oberfläche Programmieren lernen. Das funktioniert auch für Jüngere.

Im Vorfeld des Ludicious-Festivals fand ein Hackathon statt. Was muss man darunter verstehen?

Das ist eine Art Game-Entwickler-Marathon, bei dem 50 Studierende der ETH, der ZHdK und der Haute Ecole d'Art (HEAD), Lausanne, in gemischten Teams Mini-Spiele programmieren. Während und nach dem Festival können die Mini-Games in einer Ludicious-App

für Android und IOS kostenlos heruntergeladen werden.

Das Festival wird hauptsächlich von der Pro Helvetia und der Stadtentwicklung Zürich getragen. Warum?

Game Design ist Teil der Kreativwirtschaft, des wichtigsten Zürcher Wirtschaftszweigs nach dem Finanzsektor. Rund 13 000 Leute arbeiten in Zürich in der Game- und Software-Industrie. Ihnen gilt es eine Plattform zu geben. Sie sichtbar zu machen und Berührungsängste gegenüber Games abzubauen.

Interview: Marc Bodmer