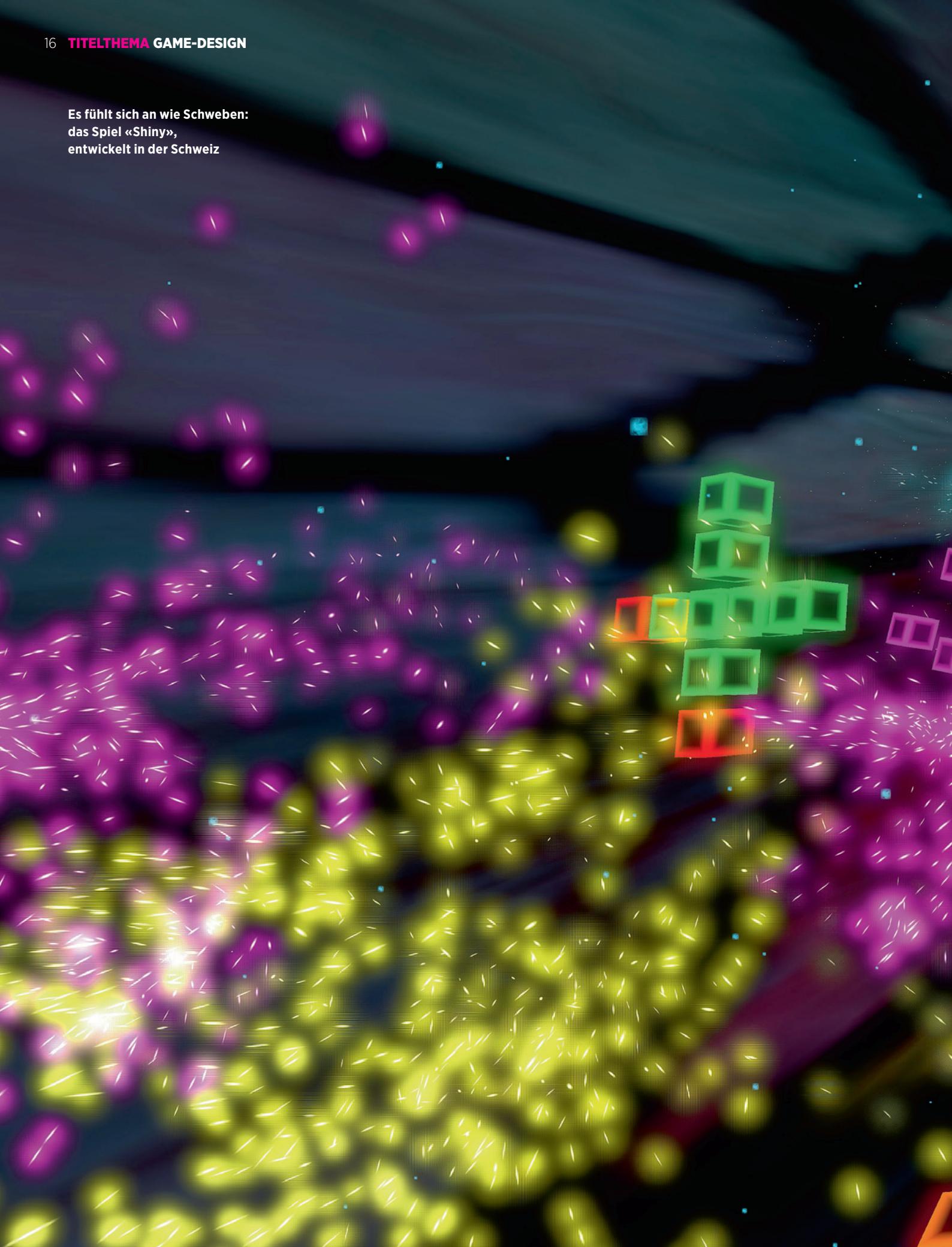


Es fühlt sich an wie Schweben:
das Spiel «Shiny»,
entwickelt in der Schweiz



Gut im Spiel

Schweizer Game-Designer könnten weit vorn im internationalen Milliardenmarkt mitspielen. Staat und Investoren sind gefragt.

TEXT: MARKUS FÖHN, ANDREA HAEFELY UND DANIEL BENZ; FOTOS: LUXWERK

Es fühlt sich an wie Schweben. Gleichmässiges Schweben durch eine Art Röhre. Die Wände schimmern bunt, helle Punkte rauschen vorbei wie Sternschnuppen. Von unten kommen bunte Würfel angeflogen. Wenn der Blick ihnen lange genug folgt, zerspringen sie. Am besten bringt man gleich ganze Würfelformationen zum Platzen, das gibt Gutschriften an Spielzeit. Zeit, um länger durch diese psychedelische Welt zu schweben, begleitet von sphärischen Klängen.

Von weit weg fragt eine Stimme: «Alles okay?»

Ein Griff an dieses Ding, das einem vor den Augen klebt wie eine überdimensionierte Skibrille. Vorsichtig zieht man es vom Kopf, ist zurück in einem kühl beleuchteten Raum, spär-

lich eingerichtet, weiter vorn ein paar Leute um die 30 vor ihren Computerbildschirmen. Gegenüber sitzt Janina Woods, sie lächelt, sie sagt: «Shiny» ist kein Spiel, das man stundenlang spielt. Eher etwas, um zwischendurch abzuschalten.»

«Shiny» ist aber mehr: ziemlich sicher die nahe Zukunft des Computerspiels. Es braucht keine Konsole, keinen Monitor, keinen Joystick. Nur diese Brille, vorn ein Handy reingesteckt, auf dem das Spiel läuft. «Shiny» wurde in Zürich entwickelt, von Janina Woods, 29-jährig. 2013 hat sie eine eigene Firma gegründet, Aeto, zusammen mit Sebastian Tobler, mit dem sie an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) Game-Design studiert hat. Die zwei erarbeiten Messeauftritte in Virtual Reality, die das

Publikum mit einer Brille vor dem Kopf selber erkunden kann, für Firmen, die ihre Produkte nicht mehr nur mit Videoclips und Powerpoint vorstellen wollen (siehe «Die Welt der digitalen Spiele», Seite 20). Daneben experimentieren Woods und Tobler auf eigene Rechnung mit Computerspielen, loten aus, was sich mit dieser virtuellen Realität sonst noch alles anstellen lässt.

So ist auch «Shiny» entstanden, über drei Jahre hinweg. Diesen Sommer kommt das Spiel auf den Markt, und so aussergewöhnlich es aussehen mag: Vieles an ihm ist typisch für «Swiss made»-Games. Auch die meisten anderen Schweizer Spiele stammen von jungen Enthusiasten, die an Kunsthochschulen in Zürich, Genf und Lausanne ausgebildet wurden und danach mit Studienfreunden eine eigene Firma gründeten, weil es hierzulande keine angestammte Spieleindustrie mit grossen Studios gibt. Allein im letzten Jahr sind rund 60 solcher Start-ups entstanden, Teams mit durchschnittlich fünf Angestellten.

Viele von ihnen machen international von sich reden. Wo immer an Game-Festivals Preise verliehen werden, räumen Schweizer Kreationen in schöner Regelmässigkeit ab. Der Ruf der hiesigen Entwickler ist weltweit hervorragend. Sie machen mit ihren preisgekrönten Produktionen teils sogar richtig Kasse.

Der Landwirtschaftssimulator der Firma Giants Software aus Schlieren ZH zum Beispiel hat sich über sieben Millionen Mal verkauft. Das Spiel, bereits in 16 Sprachen übersetzt, gilt als das erfolgreichste europäische PC-Game überhaupt und beackert nun mit der neuen Version den Markt für mobile Geräte. Bemerkenswert erfolgreich ist auch die Game-App «First Strike» des Zürcher Studios Blindflug. 2014 entwickelt, verkauft sich das Spiel um einen nuklearen Krieg 3000- bis 4000-mal monatlich.

Das Wachstum ist atemberaubend

Zwei Leuchtturm-Projekte, die zeigen: Die kleine Schweiz ist gut positioniert, um mit Computerspielen einen ernst zunehmenden Wirtschaftszweig aufzubauen. Es lockt ein Stück eines wachsenden Kuchens mit atemberaubenden Kennzahlen. 2016 werden mit Games weltweit 100 Milliarden Dollar

99,6 Milliarden Dollar

trägt der weltweite Umsatz mit Games, der für das laufende Jahr erwartet wird. 2011 waren es erst 56 Milliarden Dollar.

2,1 Milliarden Spieler

nutzen regelmässig oder ab und zu Computerspiele. Das sind zwei Drittel der 3,4 Milliarden Menschen, die Internetzugang haben.

1 Milliarde Stunden

verbringen Spieler jeden Tag mit Computergames – das Fünffache der Zeit, die für Youtube aufgewendet wird.

389 Millionen Dollar

betrug der Umsatz mit Computergames in der Schweiz im laufenden Jahr bisher. Weltweit ist das Platz 25.

32 Jahre

alt ist «Tetris», das mit Abstand erfolgreichste Game der Welt. Es wurde seit dem Start 1984 rund eine halbe Milliarde Mal kopiert oder heruntergeladen.

umgesetzt, schätzt das niederländische Branchenportal Newzoo; bei weiter stabilem Wachstum sollen es 2019 120 Milliarden Dollar sein. Im laufenden Jahr wurde erstmals mehr Geld mit Spielen für Tablet und Smartphone verdient als mit solchen für PC oder Konsole. Gut für die Schweizer Anbieter, denn bei den mobilen Anwendungen sind sie mit ihren schlanken Strukturen besonders stark.

Um die Chance zu nutzen, ist die junge Kreativbranche allerdings auf Flankenschutz angewiesen. «Game-Entwicklung ist ein globales Geschäft. Und wenn man will, dass die Produkte hier entstehen, braucht es bessere Rahmenbedingungen», sagt Matthias Sala, Präsident des Dachverbands Swiss Game Developers Association (siehe Interview, Seite 22). Und das möglichst bald, fügt er bei. Der Markt sei in Bewegung, die Konkurrenz gross. Der Schnellzug des multimedialen Spielens könnte also ohne unser Land abfahren, auch wenn wir momentan noch vorn am Perron stehen.

Die Politik wird hellhörig

Das ist auch der nationalen Politik nicht entgangen. Ein Postulat der früheren SP-Nationalrätin und heutigen Zürcher Regierungsrätin Jacqueline Fehr fordert den Bundesrat zu einer umfassenden Analyse der hiesigen Spieleindustrie auf. Beantwortet werden soll insbesondere die Frage, wie die Schweiz «ihr Potenzial als international führender Standort für Game-Entwicklung ausschöpfen» kann und welche Fördermassnahmen es dazu braucht.

Diesbezüglich gibt es erst zarte Pflänzchen in einzelnen Kantonen. Die beiden Basel betreiben seit Anfang 2016 ein neues Fördermodell für Crossmedia-Projekte. Und im Kanton Zürich hat die Gruppierung «Zürich für den Film» soeben die Volksinitiative für ein neues Film- und Medienförderungsgesetz eingereicht, das auch interaktive Werke einschliessen soll.

Die Politik setzt sich also neuerdings ernsthaft mit Computerspielen auseinander, nachdem die Branche vor kurzem noch belächelt worden ist. Pro Helvetia allerdings erkannte das Potenzial des Genres schon früher. Von 2010 bis 2012 steckte die Stiftung, die im Auftrag des Bundes das kulturelle Schaffen in der Schweiz fördert,



1,5 Millionen Franken in ihr Programm «GameCulture». Unterstützte gelungene Spiel-Prototypen, um ihre Weiterentwicklung zu fördern, ermöglichte Game-Designern die Teilnahme an internationalen Messen.

Pro Helvetia anerkannte Computerspiele damit als Kulturgut und als künstlerische Disziplin, gewissermaßen ein Ritterschlag für alle, die in muffigen Büros vor dem Computer sassen und Spiele austüftelten.

Auch künftig wird die Stiftung an der Game-Industrie dranbleiben: In der Kulturbotschaft des Bundes für die Jahre 2016 bis 2020 hat sie den Auftrag bekommen, die Game-Förderung zu thematisieren und mit den Akteuren der Wirtschafts- und Innovationsförderung zu koordinieren. Klar ist dabei eins: Die Schweiz wird nie konkurrieren können mit den Studios in den USA, Kanada oder Japan, wo Teams mit über 200 Leuten während fünf Jah-

ren ein Spiel entwickeln. Das muss sie aber auch gar nicht. «Es gibt genügend Raum jenseits der grossen Akteure», sagt der britische Game-Designer Chris Solarski, der in Zürich lebt. Die Spieleproduktion sei demokratischer geworden, seit es Plattformen gebe, auf denen Entwickler ihre Produkte unabhängig von den Big Players zum Herunterladen anbieten können.

Beobachter online

Einen Einblick in die Welt von «Shiny» und anderen Digitalspielen finden Sie auf www.beobachter.ch/games

«Da hat sich weltweit eine innovative Szene entwickelt, die Dinge ausprobier, an die sich die grossen Studios gar nicht wagen», sagt der 37-Jährige. Solarski, Verfasser eines Standardwerks zu Game-Art, ist überzeugt: «In diesen Nischen liegen die Chancen der Schweizer Entwickler.»

Finnland verdient an Games Millionen

Wie lukrativ diese Independent-Spiele sein können, zeigt «Firewatch», ein Game, in dem man in die Rolle eines Parkwächters im Yellowstone-Nationalpark schlüpft. Schon einen Monat nach der Veröffentlichung im Februar wurde es über eine halbe Million Mal zu einem Preis von knapp 20 Franken heruntergeladen. Man rechne. Hinter dem Spiel steckt eine junge Firma in San Francisco mit elf Angestellten.

Dass sich nicht nur in Asien und Nordamerika, sondern auch in kleineren Märkten mit Computerspielen viel Geld verdienen lässt, beweist die finnische Spieleschmiede Supercell. 2010 dank einem staatlichen Kredit von 400 000 Euro gegründet, erwirtschaftete sie im letzten Jahr 848 Millionen Euro Gewinn. Die Investition des Staats hat sich mehr als ausgezahlt: Supercell hat ihm in Form von Steuern mittlerweile mehrere hundert Millionen Euro zurückgestattet.

Das Beispiel könnte ein Muster zur Nachahmung sein, auch für private Investoren. Doch in der Schweiz hapert es damit: Was nach Spiel und Spass klingt, scheint suspekt zu sein im Land von zwar potenteren, aber wenig experimentierfreudigen Geldgebern. Eine aktuelle Erhebung des Schweizer Dachverbands Swiss Game

Developers Association bei hiesigen Entwicklerfirmen zeigt: Nur zwei Prozent der Gelder kommen von Investoren. Die Mittel, um die Studios am Laufen zu halten, stammen zu 25 Prozent aus Kundenprojekten und zu 40 Prozent aus dem Sack der Firmeninhaber, die sich ihren Traum vom erfolgreichen Computerspiel über Erspartes und Nebenjobs querfinanzieren.

Solange sich nicht in grösserem Stil Geldgeber finden lassen, die an die Zukunftsbranche glauben, liegt das Risiko daher bei den meist jungen Pionieren, mit entsprechenden Konsequenzen. «Wir konnten uns monatelang keinen Lohn auszahlen», sagt etwa Fabian Troxler.

Immerhin scheint der Mitinhaber der 2015 gegründeten Zürcher Firma Somniacs mit dieser Gratisarbeit aufs richtige Pferd gesetzt zu haben. Auf eines, das fliegt. Somniacs entwickelte den bahnbrechenden Flugsimulator «Birdly», von dem bereits einige Stück «zum Preis eines guten Sportwagens» verkauft worden sind.

Für viele frisch ausgebildete Spieleentwickler bleibt neben dem Wagnis

Start-up derzeit nur der Gang ins Ausland. Vor allem auf Games spezialisierte ETH-Absolventen finden fast ausschliesslich in der Fremde eine passende Stelle. Denn anders als die Studenten der Zürcher Hochschule der Künste bringen sie meist nur mässig ausgeprägte gestalterische Fähigkeiten mit. Die braucht es aber zwingend, um ein erfolgreiches Spiel zu kreieren.

«Wir konnten uns monatelang keinen Lohn auszahlen.»

Fabian Troxler, Mitgründer von Somniacs

Hier will Bob Sumner, Professor für Game-Technology an der ETH Zürich, Abhilfe schaffen. «Wir unterrichten zwar bereits seit zehn Jahren Game-Technology als Modul des Informatikstudiums. Doch das ist rein auf unsere Informatikstudenten zugeschnitten.» Deshalb wurde letztes Jahr in Zürich das Game Technology Center gegründet, eine Plattform, auf der Absolventen von ZHdK und ETH an gemein-

samen Projekten arbeiten. Dabei müssen unterschiedliche Kulturen zusammenwachsen. An der Kunsthochschule wird das Kreative grossgeschrieben: In den Schulzimmern stehen ein Flipperkasten, eine Playmobil-Burg oder eine 30-jährige Ur-Spielkonsole. «Bei uns an der ETH findet man so etwas nicht», lacht Sumner.

Programmieren in der Primarschule

Die Vorstellungen des Game-Professors gehen noch weiter: «Das Ziel ist, der Wirtschaft beizubringen, dass Spiele nichts Unnützes sind.» Geplant ist, Firmen gegen Entgelt Kurse in Spieleentwicklung anzubieten, damit Games in deren Marketing oder Schullung einfließen können. Wichtig wäre auch Frühbildung in Sachen Computer und Programmieren. Wobei es nicht gleich so weit gehen muss wie im norwegischen Bergen, wo «Computer-spiele» demnächst ein eigenes Schulfach wird.

«Wir würden es begrüssen, wenn Kinder schon an der Primarschule mit Programmieren konfrontiert würden», sagt Bob Sumner. Es gehe dabei nicht darum, den perfekten Code zu schrei-

Die Welt der digitalen Spiele – ein unvollständiges Glossar

Allgemeine Begriffe

Apps Relativ kleine Programme für Smartphones, Pads oder Computer. Sie sind eine der Nischen, die sich für die Schweizer Spieleindustrie eignen, da sie relativ rasch produziert und damit in der Herstellung günstig sind.

Augmented Reality (AR) Eine Überlagerung von Realität und digitaler Welt. Zum Beispiel: Auf dem Handy-Display erscheint der Hinweis, dass in der Strasse, die man entlanggeht, ein Kollege wohnt. Oder eine Information zum Café um die Ecke oder ein Inserat für eine Wohnung im Haus, vor dem man gerade steht.

AR-Brille Wird auch Datenbrille genannt. Sie zeigt dem Anwender Internetseiten oder Hologramme an, während er die Umwelt nach wie vor wahrnimmt.

Edutainment Wissen und Information werden spielerisch vermittelt. Das gilt nicht nur für die digitale, sondern auch für die reale Welt.

Gamification Wird ein seriöses Programm mit spieletypischen Elementen versehen, spricht man von Gamification. Ranglisten, virtuelle Güter oder Fortschrittsbalken, wie man sie aus Spielen kennt, sollen den Anwender animieren, seine monotone Arbeit motivierter und effizienter zu verrichten.

Mixed Reality (MR) **Bumble Bee** der Zürcher Spieleschmiede Gbanga ist ein typisches Beispiel für MR. Bei dieser App geht es darum, als Biene Honigwaben zu sammeln, die auf dem Spielfeld verstreut sind. Die Bewegungen des Insekts



werden aber nicht durch das Bedienen von Tasten oder des Touchscreens gesteuert, sondern durch das Umhergehen des Spielers. Dazu ist eine hindernisfreie Fläche von rund fünf Quadratmetern nötig.

Virtual Reality (VR) Darstellung einer digitalen Welt, die sich so stark an die Realität samt ihren physikalischen Gegebenheiten anlehnt, dass sie die Illusion des Eintauchens in diese künstliche Welt bestmöglich aufleben lässt.



VR kommt im wissenschaftlichen Bereich etwa in der Medizin vor wie auch im Unterhaltungsbereich, wo sie das physische Erleben eines Autorennens erlaubt. Ein Schweizer Beispiel ist **Birdly** von Somniacs, ein Flugsimulator, der dem Benutzer ein weitreichendes Vogelflug-erlebnis bietet.

VR-Brille Spezielle Brille für Virtual-Reality-Spiele oder -Anwendungen, die den 3-D-Effekt ermöglicht. Einige Modelle lassen sich an den Computer anschliessen (etwa Oculus), in andere lässt sich das Smartphone einlegen, was einfacher und billiger ist.

ben. «Programmieren ist letztlich nichts anderes, als Lösungen für Probleme zu finden. Und diese Art zu denken kann man lernen.» Von Sumners 27 ETH-Studierenden im Bereich Game-Development sind sieben Frauen. Vielleicht Anzeichen einer Trendwende; gegenwärtig ist die Szene männerlastig. Allerdings, so «Shiny»-Entwicklerin Woods, sei die Sparte jung und sehr klein. «Sie wächst mit den Studienabgängern zwar jedes Jahr, aber praktisch alle kennen sich.»

Dass sich überhaupt eine Szene bilden konnte, liegt vor allem am Engagement der Kulturstiftung Pro Helvetia. Zuvor hätten die meisten Entwickler allein vor sich hin gewerkelt, sagt Szenekenner Chris Solarski. «Erst als sie über Pro Helvetia entdeckten, dass sie nicht allein sind, begannen sie sich zu vernetzen.» Das immer unter der Marke «SwissGames».

«Als Einzelkämpfer schaffen es ein paar Schweizer vielleicht zu lokaler Bekanntheit, aber niemals auf den internationalen Markt», sagt Sylvain Gardel, bei Pro Helvetia zuständig für «GameCulture» und das Nachfolgeprogramm «Mobile». «SwissGames»

soll ein Label werden, unter dessen Dach eine Generation von Game-Designern den Durchbruch schafft.

Die Gilde ist eher von Zusammengehörigkeitsgefühl geprägt als von Rivalität. «Die Game-Designer unterstützen sich gegenseitig, denn sie haben ein Interesse daran, dass gute Spiele auf den Markt kommen», sagt Solarski. «Wenn sich Schweizer Games etablieren, haben alle etwas davon.»

«Programmieren ist nichts anderes, als Lösungen zu finden.»

Bob Sumner, Professor an der ETH Zürich

Der Plan könnte aufgehen. «Das internationale Echo zeigt, dass Schweizer Game-Designer gerade im Bereich von Virtual Reality an der Spitze sind», sagt Sylvain Gardel von Pro Helvetia. Schweizer Entwicklungen seien bekannt für technische Ausgereiftheit wie für inhaltliche Stärke. Das macht selbst die Filmszene neugierig: In Cannes und beim Sundance Film Fes-

tival waren Schweizer Delegationen an Veranstaltungen eingeladen, in denen neue Formate und neue Formen des filmischen Geschichtenerzählens diskutiert wurden.

Pioniere in der virtuellen Welt

Es ist also einiges in Bewegung. Auch bei Janina Woods, die sich mit ihrem «Shiny» zuweilen vorkommt wie auf einem Ritt durch den Wilden Westen. «Jeder, der etwas für Virtual Reality entwickelt, ist ein Pionier», sagt sie. «Wir müssen das Medium alle noch erlernen.» Erst langsam entwickelten sich Designregeln, welche Farbgebung funktioniere, welche Effekte man einbauen könne – es soll ja niemandem übel werden, wenn er mit der VR-Brille in die virtuelle Welt eintaucht. «Es sind so viele Dinge, die man da zusammenbringen muss. Darum ist Game-Design für mich die Königsdisziplin des Entertainments.»

Dann muss Janina Woods los: Der neuste Prototyp von «Shiny» wartet auf die nächste Überarbeitung. ■

Lesen Sie zum Thema auch das Interview auf den nächsten Seiten.

Genres

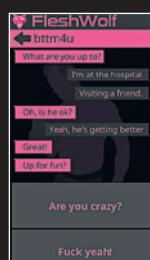
Adventure-Games Basieren (fast) immer auf einer Story und einer dazugehörigen Welt. Die Spieler müssen Aufgaben und Rätsel lösen oder Kämpfe austragen. Ein Schweizer Beispiel ist **Meantime**.



Niedecken und der Firma Koboldgames etwa soll bewegungsscheuen Kindern auf die Sprünge helfen.



Chat-Spiele Textbasierte Rollenspiele. Je nach Konversation ändert sich der Verlauf. Bei **Fleshwolf**



geht es darum, in einem Schwulenchat möglichst viel Sex zu bekommen. Der variable Verlauf will unterschwellig bewusst machen, dass es neben Sex eine Beziehungs-ebene gibt.

Persuasive Games Sie sollen Spieler zum Kauf einer Dienstleistung oder Ware animieren.

Puzzle-Games Etwa **Tetris** oder **Minesweeper**. Deutlich experimenteller ist **City of Shades**, das mit optischen Täuschungen arbeitet.



Rollenspiele Der Verlauf des Spiels kann sich ändern, je nachdem, welche Charaktere der Spieler erschafft und mit welchen Eigenschaften er sie ausstattet.

Exergames Steigern die Fitness, weil man sich beim Spielen bewegen muss.

Plunder Planet von Anna Lisa Martin-

Bier- und Weinflaschen. Wenn er Alkohol trinkt, wird die Sicht trüber, der Gang wackliger. Gesponsert vom Bundesamt für Gesundheit, soll das Spiel über Alkohol aufklären. Serious Games sind eine valable Nische für den Schweizer Spielemarkt.

Shooter Ballerspiele. Meist arbeiten Hunderte Programmierer mehrere Jahre daran. **America's Army** etwa wurde vom US-Militär in Auftrag gegeben und kostete 33 Millionen Dollar. Für die junge Schweizer Spieleindustrie sind Shooter in der Herstellung zu aufwendig.

Simulationsspiele Von wirtschaftlichen Simulationen wie **Simcity** bis zu Flugsimulationen und Sportspielen. Das bislang erfolgreichste Schweizer Game, der **Farming Simulator**, dreht sich um Landwirtschaft.

Strategiespiele Ähnlich wie Simulationspiele, aber mit einem militärischen/kriegerischen Hintergrund.

Förderung

«Computerspiele passen

Die Game-Industrie kann in der Schweiz Arbeitsplätze schaffen, sagt Matthias Sala, Präsident des Dachverbands der Computerspiel-Entwickler. Dazu braucht es private Investoren und den Staat.

INTERVIEW: DANIEL BENZ

Beobachter: Bei Wachstumsbranchen denkt man in der Schweiz an Pharma-industrie oder Medizintechnik, aber kaum an Computerspiele. Warum sollte jemand in Spiele investieren?

Matthias Sala: Weil wir eine Gesellschaft sind, die immer mehr Unterhaltung konsumiert, das gilt insbesondere für Games. Und weil man ein Computerspiel vergleichsweise günstig produzieren und weltweit absetzen kann. Die meisten Produkte, die wir hier in der Schweiz entwickeln, skalieren, das heißt: Mit überblickbaren Fixkosten für die Herstellung kann man grundsätzlich immer mehr verkaufen. Der Markt ist nach oben offen.

Rosige Aussichten. Stehen die Geldgeber Schlange?

Leider nein. Die Schweizer Game-Firmen sind heute zu zwei Dritteln selbstfinanziert beziehungsweise auf Kundenaufträge angewiesen. Nur für einen Bruchteil der Projekte stehen Investorengelder zur Verfügung.

Woran liegt das?

Es gibt in der Schweiz keine ausgeprägte Unterhaltungsindustrie. Deshalb gibt es kaum jemanden, der als Investor damit Geld verdient hat und als Vorbild dienen könnte. Eine Hemmschwelle.

Wofür genau braucht die Branche mehr Geld?

In erster Linie für die Vermarktung. Jeden Tag kommen weltweit über 1000 neue Spiele auf den Markt. Erfolg hat nur, wer aus dieser Masse heraussticht. Die Spieler da draussen auf ein Game aufmerksam zu machen ist aufwendig und teuer. Es braucht gute

Werbung und viel Netzwerkarbeit an Messen und Konferenzen.

Dank einem Postulat der damaligen Zürcher Nationalrätin Jacqueline Fehr ist die Game-Industrie jetzt auch in der nationalen Politik angekommen.

Wieso soll der Staat Einfluss nehmen? Computerspiele passen zum Werkplatz Schweiz. Die Herstellung ist hightech und interdisziplinär, verschiedene Berufe können einen Beitrag leisten. Das ist etwas, was wir schon immer gemacht haben, darin sind wir gut. Deshalb glauben wir, dass nicht nur private Investoren diese neue Sparte fördern sollten, sondern auch der Staat. Game-Entwicklung ist

«Die Branche braucht Geld für die Vermarktung neuer Spiele.»

ein globales Geschäft, und wenn man will, dass die Produkte hier entstehen, braucht es bessere Rahmenbedingungen – bessere statt gar keine, wie es bei uns die Realität ist.

Sie malen schwarz.

Schauen Sie nach Quebec: Die kanadische Provinz hat etwa gleich viele Einwohner wie die Schweiz. Dort gibt es gezielte Steuererleichterungen für Entwicklerfirmen, was die Region innerhalb Kürze zu einer Drehscheibe für Games gemacht hat. Und wenn ein Unternehmen eine neue Stelle schafft, bezahlt ihm der Staat eine weitere. Unsere Konkurrenz wird mitunter also mit sehr aggressiven Massnahmen gefördert. Für die Schweiz ist das ein erheblicher Standortnachteil.

Die hiesige Politik ist anders.

Wie könnte die Förderung aussehen?

Es mangelt allgemein an Anreizen, um zu investieren. Helfen würde schon, wenn Investitionen in Firmengründungen auf der Steuererklärung vorteilhafter gewichtet werden, als wenn jemand sein Geld einfach in irgendeinen ausländischen Hedgefonds steckt.

Die politischen Mühlen mahlen langsam.
Wie dringlich sind solche Anreize?

Sehr dringlich. Noch ist die Game-Entwicklung in der Schweiz in einer guten Ausgangsposition. Aber so schnell, wie sich diese Szene weltweit entwickelt, so schnell sind diese Chancen unter Umständen verspielt.

Wenn wir das Potenzial in Form neuer Arbeitsplätze ausdrücken wollen:
Wovon reden wir?

Nehmen wir Quebec: Dort sind in wenigen Jahren 10 000 neue Arbeitsplätze entstanden, allein in der Entwicklung von Spielen, indirekt noch mehr.

Ist das auch bei uns möglich?

Realistischerweise kaum. Die Provinz Quebec betreibt eine Standortförderung, die auf die Ansiedlung von Grossfirmen ausgerichtet ist. So entstehen schneller neue Jobs. In der Schweiz ist die Situation anders. Doch das Potenzial ist dank den Start-ups auch hier vorhanden. Für die Produktion eines Games braucht es 10 bis 50 Leute, und wir haben hier die nötigen Talente. Wenn es nur schon gelingt, durch Förderung zehn neue Spiele zu realisieren, hat man bis zu 500 Arbeitsplätze geschaffen. Dazu kommen alle daran angehängten Zulieferer. Und wenn einzelnen Titeln der wirtschaftliche Durchbruch gelingt, können diese Firmen wachsen.

zum Werkplatz Schweiz»



Nationalräte im fortgeschrittenen Alter sollen über die junge Game-Industrie reden. Kann das gutgehen?

Es gibt Erklärungsbedarf, aber das ist verständlich. Games sind sehr facettenreich. Sie sind Technik, Kunst, Film, Animation und Musik in einem. Oder sie sind einfach Innovation. Der Vorstoss auf die politische Bühne bietet die Gelegenheit, quasi auf offizieller Ebene all diese Aspekte genau anzuschauen. Und wir Entwickler können nun eine öffentliche Diskussion über Games führen.

Lange war Computerspiel gleich Ballern. Hat die Szene ein Imageproblem?

Es bessert sich. Als ich 2007 meine eigene Firma für Game-Entwicklung gründete, hiess es auf der Start-up-Förderstelle einer Grossbank: «Wo denken Sie hin? Solche Sachen machen wir nicht!» Spätestens mit dem Aufkommen der Smartphone-Apps setzt sich aber die Erkenntnis durch, dass das ein Zweig ist, mit dem sich Geld verdienen lässt.

Dennoch hat «Gamen» etwas Leichtfüssiges, das mehr mit Freizeit als mit seriöser Arbeit verbunden wird.

Es kommt häufig vor, dass das Endprodukt vermischt wird mit dem, was man dafür tut. Wie man bei einem Bierbrauer vielleicht denkt, dass er die ganze Zeit Bier trinkt, nimmt man bei uns oft an, wir seien professionelle Spieler. Dabei sind wir professionelle Macher von Spielen und setzen das Medium sinnvoll ein. Gerade die Sparte der Serious Games verwendet man ja auch in der Medizin, der Forschung oder der Bildung. ■

Matthias Sala, 35, studierte Informatik an der ETH Zürich. 2007 gründete er Gbanga, spezialisiert auf die Entwicklung von Mixed-Reality-Spielen. Sala ist Präsident des 2012 gegründeten Dachverbands Swiss Game Developers Association (SGDA).