



Kooperative Beziehungen im spielerischen virtuellen Umfeld umgehen traditionelle Machtbeziehungen und territoriale Zugehörigkeiten - aber sie erschaffen auch neue

von **BIRGIT PESTAL**

World of Warcraft

Vignetten aus einem virtuellen Wunderland

Massive(ly) Multiplayer Online Role-Playing Games (MMORPGs), also Online-Rollenspiele, sind ein besonderes mediales und soziales Phänomen unserer Zeit und verzeichnen einen massiven Zuwachs an SpielerInnen. *World of Warcraft* (kurz: WOW) ist mit rund 9 Millionen AbonentInnen (Stand vom 24. Juli 2007) das meistgespielte Onlinerollenspiel der Welt. Ebenso viele Forschungsfragen eröffnen sich bei einem Rundgang durch diese atmosphärische Spielwelt. Ein kurzer Blick auf den Forschungsstand zeigt, dass MUDs (Multi User Dungeons), die Vorgänger der MMORPGs, noch immer besser untersucht zu sein scheinen, als diese weitaus komplexeren Spielwelten des neuen Jahrtausends. Dieser Artikel will ein sehr spannendes und junges Forschungsfeld skizzieren – ohne sich in den faszinierenden Details dieses phantasievollen Online-Universums zu verlieren.



Wer WOW verstehen will, muss es selbst spielen. Also zunächst einmal einen Charakter erschaffen. Ihn entwickeln, „skillen“ und „hochleveln“. Aufgaben und Rätsel lösen. Berufe erlernen. Gilddenmitglied werden. Das Auktionshaus verwenden. Einer Schlachtgruppe beitreten. Rufpunkte sammeln. Wahrhaft epische Rüstungsgegenstände und Waffen erwerben. *Addons* (externe Applikationen) installieren. *Makros* programmieren. Kommunikationskanäle benutzen. Kontakte pflegen. Strategien besprechen. Und es geht immer so weiter.

Wenn das Ziel des Spiels sein soll, den gesamten *Content* (Spiel-Inhalt) zu ergünden, wird dieses Unterfangen von der Hersteller-Firma *Blizzard* erfolgreich sabotiert. Immer neue Gebiete und Spielvarianten werden zu der bestehenden Welt hinzugefügt. *World of Warcraft* wächst und expandiert kontinuierlich. Das letzte *Addon* erschien am 17. Jänner 2007. Eine buchstäblich neue Welt tat sich punkt Mitternacht auf. Die Begeisterung unter den SpielerInnen war grenzenlos und die Spielerweiterung in vielen Geschäften schnell ausverkauft. Mit nahezu 3,5 Millionen verkauften Exemplaren im ersten Monat, brach das *Addon* in Nordamerika und Europa sämtliche Verkaufsrekorde für PC-Spiele. WOW ist zweifellos der *Harry Potter* unter den Onlinespielen.

In diesem Spiel lassen sich mühelos Tage, Wochen und sogar Jahre verbringen. Die Atmosphäre der virtuellen dreidimensionalen Welt will buchstäblich eingeatmet werden. Das Online-Rollenspiel ist auf hochspezialisierte Kampfaktionen in einem *Herr der Ringe*-ähnlichen Umfeld ausgerichtet (Freigegeben ist es ab 12 Jahren). Gemeinsam überwinden die SpielerInnen hier verschiedene Herausforderungen oder Gegner (d.h. NPCs, also *Non Player Character*, das sind vorprogrammierte Figuren, die nicht von anderen Menschen gespielt werden). Daneben können die SpielerInnen auch in verschiedenen Spielmodi gegeneinander antreten, z.B. in „Duellen“, in der „Arena“ oder auf „Schlachtfeldern“. Dieses *Player vs. Player*-spielen (PVP) schafft für viele WOW-Gamer einen besonderen Anreiz. Ein anderer Motivationsfaktor, der die SpielerInnen jahrelang an das Spiel bindet, ist das Spielen in großen Stammgruppen, die in beschränkten Bereichen der Spielwelt (Instanzen) mächtige „Endbosse“ (z.B. Drachen) überwinden.

Unkonventionelle soziale Vernetzung

Die Mitgliedschaft in einer „Gilde“ oder Stammgruppe, also einer Vereinigung innerhalb des Spiels, fördert erwiesenermaßen den Spielkonsum. Laut einer Studie von Olgierd Cypra gaben insgesamt 9226 Befragte an, Mitglied einer Gilde zu sein, dies sind 80,6% des Gesamt-samples. Außerdem zeigt die Studie: Die Anzahl der durch das Spielen gefundenen Freundschaften erhöht den Spielkonsum. Und: Der Spielkonsum unter den Gildenmitgliedern fällt vor allem dann hoch aus, wenn die dortigen Kontakte als qualitativ hochwertig (den realweltlichen Kontakten mindestens ebenbürtig) angesehen werden. Die Anonymität ermöglicht demokratische und offene Kommunikation im Chat oder im „Teamspeak“ (Gruppen-Online-Telefonie). Das kann z.B. bedeuten: Ein deutscher Mathelehrer spielt inkognito mit seinen eigenen Schülern. Oder: Ein erwachsener Familienvater ordnet sich im Gruppenspiel einem 16-jährigen unter, in manchen Fällen ohne es überhaupt zu wissen. „Das wäre vielleicht im echten Leben auch manchmal nicht so schlecht“, meint dazu ein 36-jähriger Psychologe und erfahrener WOW-Spieler.

„Make Love not Warcraft“

Kurz gesagt sei es ein „Ultrawahnsinnsspiel“, so meint er im Teamspeak während des Spielens. Besonders spannend findet er z.B. die Sachlage, dass viele Frauen männliche *Avatare* (Charaktere) erschaffen und umgekehrt. „Vielleicht will man nur etwas anderes ausprobieren, vielleicht wird aber auch irgendetwas kompensiert.“ Möglicherweise will eine Frau aber auch nicht unbedingt, dass sie im Spiel gleich als Frau identifiziert wird. „Einmal als Frau erkannt, ist man in dem Spiel bereits Freiwild und wird oft angeflirtet“, meint dazu die lang-jährige Spielerin und Stammgruppenleiterin namens Swiby, die auch schon im wahren Leben mit dem Namen ihres *WOW-Avatars* angesprochen wird. Ihr Lebenspartner und *WOW-Spielgefährte* Jebbie ergänzt: „Und vielleicht schaut man als Mann, wenn man schon so viele Stunden vor dem PC verbringt, ganz einfach lieber einer weiblichen, wohlgeformten Nachtelfe beim interagieren zu, als z.B. einem männlichen Avatar.“ Tatsächlich ist der Anteil weiblicher Nachtelfen bei *WOW* bemerkenswert groß. Und jener der männlichen *WOW-Spieler* ist immer noch signifikant. Die beiden Schweizer spielen seit der Betaphase (2005) und organisieren heute regelmäßig große Spielevents mit 25 bis 40 SpielerInnen. Der soziale Aspekt ist mittlerweile für die beiden die Hauptantriebsfeder weiterzuspielen.

„In *WOW* ist es egal, ob jemand groß oder klein oder dick oder dünn ist, oder Pickel hat. Wir haben ein gemeinsames Hobby und eine gleiche Wellenlänge und

darauf kommt es an. Die Menschen lernen sich *ingame* [im Spiel, Anm.] kennen. Da gibt es keine Vorurteile. Menschen, die sich im wahren Leben schwer tun Freunde zu finden, werden hier respektiert. Bei LAN-Parties kann man dann beobachten, wie diese Menschen ganz normal integriert werden“, meint Swiby. In *WOW* gibt es hohe moralische Werte, Ritterlichkeit und Fairplay. Ideale also, die wir nicht immer im wahren Leben finden. Dazu Jebbie: „*WOW* ist schon irgendwie eine Metapher für unsere Welt, wenn man sich z.B. die Mythologie anschaut. Es gibt ‚Rassen‘, die sich bekriegen. Das ist eigentlich brutal. Aber es stört mich sehr, wenn Außenstehende *WOW* mit Ego-shootern [Schießspielen, Anm.] in einen Topf werfen und als gewaltverherrlichend abtun.“

WOW ist tatsächlich vergleichsweise steril. Es gibt keine kämpferischen Blutgemetzel. In China wird die Grafik außerdem noch zusätzlich an einen gewissen kulturellen Ländercode angepasst, da manche Grafiken als morbide empfunden werden: Hier gibt es z.B. keine Leichen (von besiegten Gegnern) oder Untote (Skelette) zu sehen, die Texturen werden aufwendig verändert. Das letzte *Addon* kam (u.a.) daher auch mit einem halben Jahr Verspätung nach China. Die Spielserver sind übrigens grundsätzlich in Sprachgebiete unterteilt, aber es ist technisch möglich auch auf ausländischen Servern zu spielen. Ein relativ bekanntes Phänomen sind z.B. ChinesInnen, die auf ausländischen Servern spielen, die so genannten *Chinafarmer*.

Echtes Geld wert

WOW hat China schon lange erobert. Ein besonderes Phänomen ergibt sich aus der Sachlage, dass es außerhalb Chinas SpielerInnen gibt, die nicht erst selbst



einen Charakter auf Level 70 spielen wollen, sondern sich nur für das *Raiden*, also das Spielen in großen Highlevel-Schlachtgruppen interessieren. Für reales Geld wollen sie einen hochgelevelten Charakter unter anderem via *eBay* erwerben. Dasselbe gilt auch für virtuelle Gegenstände (*Items*), wie z.B. Waffen. Das Geschäft wird über *eBay* abgewickelt – die *Items* werden *ingame* übergeben. In China ist eine Debatte um das so genannte *farmen* (d.h. das Erwerben von virtuellem Gold oder Gegenständen) entstanden. Eine unüberschaubare Zahl (geschätzte 100.000, vgl. Geiges 2006) jugendlicher verdient so heute bereits echtes Geld. Eine ganze Berufsparte inkl. Gesetzgebung ist in China entstanden. Hier gibt es nicht nur Zensur und Versuche den Zugang zum Spiel einzuschränken, sondern auch offenbar eine echte Angst, dass Jugendliche vom Land, die eigentlich die reale Ernte von den Feldern einbringen sollten, lieber ihre Zeit in der Online-Welt verbringen, um für einen ungefähren Monatslohn von 800 Yuan (vgl. Geiges 2006) virtuell zu farmen. Die Abnehmer für die gefarmten Items sind, so könnte man zumindest leicht vermuten, vorwiegend in Europa oder den USA zuhause. Sie haben mehr Interesse am ausgereiften Gruppenspiel als am „mühsamen“ hochleveln der Spielfiguren.

Organisation, Dynamik und Innovation

Gilden oder Stammgruppen verhalten sich wie lernende Organisationen. Sie betreiben Aktivität auf Dauer, haben gemeinsame Ziele, sie interagieren arbeitsteilig, es gibt Mitgliedschaftsregeln und Kompetenzverteilung, ein Logo (Gildenwappen), eigene Kommunikationsnetze, Systeme die Anreize schaffen (z.B. Ehren-Punktesysteme) und gezielte Problemlösungsprozesse bzw. Konsensfindung. Eine lernende Organisation ist idealerweise ein System, welches sich ständig in Bewegung befindet. Gewisse Ereignisse werden als Anregung aufgefasst und für Entwicklungsprozesse genutzt, um die Wissensbasis und Handlungsspielräume an die neuen Erfordernisse anzupassen. Dem zugrunde liegt eine offene und von Individualität geprägte Organisation, die ein innovatives Lösen von Problemen erlaubt und unterstützt. All das lässt sich in einer WOW-Stammgruppe erleben. Jede WOW-Gruppe erfindet dabei eigene Methoden und Wege das Spiel zu meistern. Bestimmte Gruppen sind besonders erfolgreich, wie z.B. *Nihilum*, die so gut wie jeden „Endboss“ als erstes besiegt haben. In vielen Fan-Foren wird die Frage diskutiert, ob diese SpielerInnen überhaupt noch ein Privatleben haben. Bei *Jebbie* und *Swibys* sehr erfolgreicher Stammgruppe *Unmatched* spielen persönliche Kontakte

allerdings eine wichtige Rolle. Die SpielerInnen treffen sich auch im wahren Leben und unternehmen gemeinsame Offline-Aktivitäten. Im Spiel selbst wird auch viel Privates ausgetauscht. Es wird über Musikvorlieben oder Tages-Politik geplaudert. Der Feierabend wird gemeinsam zelebriert. Und auch Geschehnisse aus dem wahren Leben wie z.B. Hochzeiten oder Todesfälle werden *ingame* reproduziert und ausgelebt. Die Kulturwissenschaftlerin und Spieltheoretikerin Adamowsky meinte dazu, dass persönliche Beziehungen im *Cyberspace* möglich sind, sie funktionieren anders, doch das heißt nicht, dass sie weniger intensiv sind. Man kann also durchaus den Wunsch erkennen, ein soziales Band zu schaffen, das „sich nicht auf territoriale Zugehörigkeiten, institutionelle Beziehungen oder Machtbeziehungen gründet, sondern auf die Vereinigung durch gemeinsame Interessen, auf einen spielerischen Umgang, die Mitteilung des Wissens, auf einen kooperativen Lernprozess und auf offene Prozesse der Zusammenarbeit.“ ■

„Im wahren Leben bin ich nur ein einfacher Geologe, aber HIER bin ich FALCON, Verteidiger der Allianz. Jäger der Stufe 2.“

(Zitat aus *South Park*)

Birgit Pestal, geboren 1980, hat KSA und Publizistik studiert und ist heute als freie Journalistin tätig. Sie ist derzeit Lehrbeauftragte am Institut für KSA. Schwerpunkt: Medien, Kulturaustausch, Fankulturen, Bollywood.

Literatur

Adamowsky, Natascha. Spielfiguren in virtuellen Welten, Frankfurt/New York, 2000

Cypra, Olgierd. Warum spielen Menschen in virtuellen Welten? Eine empirische Untersuchung zu Online-Rollenspielen und ihren Nutzern. <http://www.mmorpg-research.de>. Diplomarbeit. Mainz 2005

Geiges, Adrian. Goldtausch in Azeroth. In: Stern 19/2006

Götzenbrucker, Gerit. Integrationspotentiale neuer Technologie am Beispiel von Multi User Dimensions. Eine empirische Analyse gemeinschaftsbildender Prozesse in kollaborativen Spielwelten. Dissertation. Wien 2001

Interview mit den WOW-Stammspielern *Jebbie* und *Swiby* in Wien am 19.10.07. Link: <http://www.unmatched-guild.com>

„Make Love not Warcraft“: Unter diesem Titel kam im Oktober 2006 eine Folge der berühmten Comic-Serie „South Park“ heraus. Die Episode karikierte, unterstützt von Blizzard, die Klischees mit denen WOW-SpielerInnen immer wieder konfrontiert werden. Siehe hier: <http://www.youtube.com/watch?v=xAEMVwb6Y5k>