

Einleitung

Spätestens seit dem erstaunlichen Siegeszug des *Massively Multiplayer Online Role-Playing Games (MMORPG) World of Warcraft (Blizzard, 2005)*, welches mehrere Millionen von internationalen Usern zur Kontaktaufnahme in einer synthetischen Spielwelt motivierte, wird in der Wissenschaft über Chancen und Risiken solcher virtueller Spielergruppen gestritten. Doch nur selten geht der Erkenntnisgewinn aus solchen Diskussionen über den Kontext des eigentlichen Spiels hinaus. So werden etwa größere Zusammenhänge zum vielschichtigen Feld der Communityforschung kaum beachtet.¹ Dies ist deshalb bedauerndswert, da gerade die Communitybildung eine sehr aktuelle und zugleich äußerst interessante Medienentwicklung darstellt, welcher sich mit unterschiedlichen Sichtweisen angenähert werden kann. Einige fachkundige Autoren sehen die Bildung von Communities bei Spielkonsolen sogar als Mittel zum Zweck der Geräte an, weil das Spielen vermehrt in Online-Gemeinschaften geschieht.² Dennoch bleibt eine umfassendere Betrachtung dieses Umstands weitestgehend aus.

In der vorliegenden Publikation wird daher der Versuch unternommen, eine ausführliche Analyse von Spielergemeinschaften umzusetzen, welche die Bedeutung von Communities für Spieler und Produzenten gleichermaßen berücksichtigt. Hierzu erscheint gerade die Hinwendung zu „Next-Gen“-Spielkonsolen, wie etwa der *Playstation 3* oder der *Xbox360*, als äußerst lohnenswert. Zum einen, weil

1 Anm.: Dementsprechend beschränkt sich die Untersuchungsabsicht meistens nur auf einen bestimmten Teilbereich wie etwa die sozialen Konsequenzen solcher Communities.

2 Vgl. Daniel J. Eicker, *Brand Communities. Lösungen für eine effektivere Markenkommunikation*. Hamburg: Diplomica Verlag 2008. S. 35.

diese hinter dem PC die beliebteste Spielplattform in Deutschland darstellen, zum anderen, weil für alle Spiele auf diesen Systemen einheitliche Strukturen zum Einsatz kommen, wodurch Gemeinsamkeiten in der Umsetzung von bestimmten Funktionen leichter erkannt werden können.³

Leider sind aktuell keine fundierten Abhandlungen vorhanden, welche explizit und detailliert die Communities bei Spielkonsolen thematisieren. Es gibt zwar Analysen zum allgemeinen Gebiet der Communities, in diesen wird jedoch den Computerspielstrukturen kaum Beachtung geschenkt. Aus diesem Grund werden in der vorliegenden Veröffentlichung Befunde aus dem Bereich der Communityforschung herangezogen und mit Ergebnissen aus dem Feld der *Game Studies* zu einem schlüssigen Gesamtbild komplettiert. In diesem Zusammenhang wird auch auf Erkenntnisse aus dem Feld der Onlinespiele zurückgegriffen. Dieses Vorgehen stützt sich auf die Einschätzungen des Spielforschers Jürgen Fritz, welcher die Auffassung vertritt, dass Onlinespiele im Allgemeinen als virtuelle Netzwerke anzusehen sind, die ihren Nutzern eine gemeinsame Interaktion ermöglichen.⁴ Auch Spielkonsolen stellen für ihre User solche Netzwerke dar, jedoch mit dem Unterschied, dass über diese nicht nur die Nutzung eines einzelnen Spiels, sondern mehrerer Titel möglich ist. Diesbezüglich muss jedoch berücksichtigt werden, dass sich der Interessenfokus dieser Publikation auf das Herausarbeiten und Offenlegen von Communitystrategien und –strukturen konzentriert und vom Verfasser somit keine kritische Hinterfragung dieser Erkenntnisse angestrebt wird. Die erlangten Befunde können allerdings als Grundlage für neue (kritische) Untersuchungsansätze in diesem Forschungsgebiet eingesetzt werden.

Ferner wird in der Untersuchung keine grundsätzliche Abtrennung zwischen Konsolen- oder Computerspielen betrieben, da sich beide Gattungen in den vergangenen Jahren stark angenähert haben.

3 Vgl. BIU (2010) Marktzahlen Computer- und Videospiele 1. Quartal 2010. URL: http://www.biu-online.de/fileadmin/user/dateien/1_Q_2010_BIU_Marktzahlen.pdf (Zugriff 03.06.2010).

4 Vgl. Jürgen Fritz, Spielen in virtuellen Gemeinschaften. In: Thorsten Quandt/ Jeffrey Wimmer/Jens Wolling (Hg.), *Die Computerspieler. Studien zur Nutzung von Computergames*. Wiesbaden: VS Verlag 2008. S. 136f.

Eine übersichtliche Definition der diversen Arten des digitalen Spielens kann jedoch in der Publikation „Die Zukunft der Computerspiele“ des Kommunikationswissenschaftlers Michael Matzenberger nachgelesen werden.⁵

Neben der Verdichtung von bestehenden Ergebnissen aus der Fachliteratur werden in der vorliegenden Abhandlung auch eigenständige Analysen zum Themengebiet betrieben, welche durch Beispiele aus dem Forschungsfeld (Communityportale, Forenbeiträge, Spielmagazinartikel sowie Experteneinschätzungen) belegt werden. Dieses Vorgehen soll einen umfassenden Einblick in die Strukturen und Wirkungsweisen von Communities gewähren, welche inner- und außerhalb der Konsolennetzwerke auftreten können. Wie bereits erwähnt wurde, soll erläutert werden, in welchem Kontext sowohl Konsumenten als auch Produzenten des Computerspielmarktes von solchen Spielergruppen profitieren bzw. beeinflusst werden. Das Ziel liegt in der Verdeutlichung, dass den Communities in der Disziplin der *Game Studies* eine ausführlichere Beachtung geschenkt werden sollte.

Die Ausarbeitung beginnt mit einer knappen Darstellung der Grundlagen von „NextGen“-Spielkonsolen. Hierdurch soll zum einen offen gelegt werden, welche technischen Entwicklungen auf dem Computerspielmarkt als wichtig zu erachten sind und welche wirtschaftlichen Aspekte die Hersteller solcher Konsolen beeinflussen. Hier findet bereits eine Fokussierung auf die *Playstation 3* statt, anhand welcher auf allgemeine Faktoren der aktuellen „NextGen“-Spielkonsolen geschlossen wird. Dieses Vorgehen ist notwendig, um später eine Analyse der internen Konsolenstrukturen zu ermöglichen, welche tiefer greift als eine oberflächliche Gegenüberstellung von allen erhältlichen Spielplattformen.

Anschließend wird verstärkt auf den Bereich der virtuellen Communities eingegangen, deren Grundstrukturen und -motivationen genauer erklärt werden, um ein allgemeines Themenbewusstsein auszubilden, welches für das weitere Analyseunterfangen nötig ist. Im weiteren Verlauf werden anhand von bestehenden Forschungser-

⁵ Vgl. Michael Matzenberger, *Die Zukunft der Computerspiele*. Marburg: Tectum 2008. S. 43.

kenntnissen vier verschiedene Communitygattungen abgeleitet, welche im Zusammenhang mit „NextGen“-Spielkonsolen als plausibel erscheinen: die *Social Community*, die *Brand Community*, die *Knowledge Community* und die *Ludische Community*. Hierbei werden die Besonderheiten der vier Typen herausgestellt und es wird überlegt, welche Bedeutung sie für die Konsumenten und Produzenten auf dem Computerspielmarkt darstellen können.

Der darauffolgende Abschnitt widmet sich der *sozialen Architektur* innerhalb und außerhalb der *Playstation 3*. Das Untersuchungsinteresse liegt dabei auf der Offenlegung der Beeinflussung von Communities sowohl durch die Kommunikationsstrukturen des *Playstation Network* als auch durch die Gefüge des *Web 2.0*. Anschließend wird eine grundsätzliche Einschätzung abgegeben, inwiefern Communitystrukturen die Kommunikation zwischen Produzenten und Usern verändern können. Hieran knüpft sich eine Darstellung von Geschäftsmodellen an, welche von der Communitybildung beeinflusst werden und somit durchaus einen Mehrwert für die Firmenseite darstellen. Im nachstehenden Teil werden jedoch auch Probleme angesprochen, welche das Potential besitzen, das reibungslose Funktionieren einer Community zu gefährden. Als Konsequenz dieser Bedrohung durch veränderte Kommunikationsstrukturen wird ein Blick auf das junge Arbeitsfeld des Community Managers geworfen und dessen besonderer Stellenwert skizziert.

Der vorletzte Punkt behandelt aktuelle Trends und mögliche Zukunftsprognosen, welche eine Verbindung zwischen den vorgestellten Communityaspekten bei „NextGen“-Spielkonsolen und dem generellen Computerspielmarkt herstellen sollen. Abschließend werden die wichtigsten herausgearbeiteten Befunde noch einmal knapp zusammengefasst und Schlüsse zu deren tatsächlicher Signifikanz gezogen.

Ergänzend muss in diesem Zusammenhang betont werden, dass die „NextGen“-Spielkonsolen einem ständigen Wandlungsprozess unterworfen sind, wodurch regelmäßig neue Funktionen hinzukommen und andere dafür verschwinden. Zudem sind durch das schnelllebige Internet auch kontinuierliche Veränderungen von bestehenden Communities möglich. Die vorliegende Publikation stellt somit eine Momentaufnahme der Systemstrukturen und Communities der *Play-*

station 3 dar, welche auf dem Stand Anfang Juli 2010 basieren. Dies ändert jedoch nichts an der Relevanz dieser Untersuchung, da ein Gespür für eine allgemeingültige Einschätzung von Formen und Strategien der Communitybildung evoziert werden soll, welches auch eine Einschätzung von zukünftigen Features erleichtert.

Aufgrund der Tatsache, dass in dieser Publikation einige Fachbegriffe aus der Computer- bzw. Videospieforschung benutzt werden, wird Neueinsteigern in dieses Thema das online frei zugängliche „Dictionary of Video Game Theory“ von Jesper Juul als Nachschlagewerk empfohlen (siehe <http://www.half-real.net/dictionary/>). Dort werden die wichtigsten Begriffe dieses Forschungsgebietes kurz und übersichtlich erklärt.