



Treffpunkt für Raumschiffpiloten im Computerspiel „Star Citizen“ (Konzeptzeichnung)

Der 49-Millionen-Dollar-Mann

Unterhaltung Der Amerikaner Chris Roberts gilt als Pionier der Computerspiele-Branche. Nun hat er per Crowdfunding eine Rekordsumme eingesammelt. Damit entwickelt er eine Weltraumsimulation, in der sich die Spieler fühlen sollen wie Luke Skywalker.

Die südkalifornische Sonne haben sie einfach ausgesperrt, wozu gibt es schließlich Jalousien. Rechner surren, Tasten klackern, eine Klimaanlage hat den Raum auf 22 Grad Celsius heruntergekühlt. Es sind einige Nerd-Klischees zu besichtigen, hier im Hauptsitz des Computerspiele-Entwicklers Cloud Imperium Games: blasse Männer in Comic-T-Shirts, auf den Schreibtischen thronen Super-Mario-Figürchen und Fantasy-Miniaturen.

Es ist eine abgeschottete Welt, die sich das Team um den Computerspiele-Designer Chris Roberts, 46, in einem Hinter-

hofbüro mitten in der Fußgängerzone von Santa Monica nahe Los Angeles errichtet hat. Eine Welt, in der Wörter umherfliegen, die für Außenstehende so verständlich sind wie Klingonisch für Erdbewohner; und in der die Frage, ob man Konsolen- oder PC-Spiele bevorzugt, so lebensentscheidend ist wie die Wahl zwischen Beatles und Stones.

Hier also werkeln Programmierer, Grafiker und Autoren an einem ambitionierten Projekt: einer Weltraumsimulation für den PC, angesiedelt in einer fernen Zukunft, in der Spieler per Raumschiff durch

hundert Sonnensysteme navigieren, Außerirdische bekämpfen, Planeten entdecken. „Star Citizen“ heißt das Spiel, Sternbürger. Ende nächsten Jahres soll es fertig sein. Es ist der Jungstraum schlechthin: einmal Luke Skywalker sein.

Roberts, breite Oberarme, kleines Bächlein, sitzt an seinem Schreibtisch, vor sich zwei riesige Bildschirme und eine neongrün leuchtende Tastatur. Er sieht aus wie ein Raumschiffkapitän.

Auch Roberts ist ein Nerd. Als er später für den Fotografen posiert, lässt seine Hand ein Raumschiffmodell durch die Luft



gleiten, das einem Phallus ähnelt. Dabei gibt er Schussgeräusche von sich. Einmal verlor Roberts eine Wette gegen einen Kollegen. Sie hatten darüber gestritten, wie viele Exemplare eines Spiels sie verkaufen würden. Der Wetteinsatz: Roberts' Porsche.

Das neue Vorhaben des Amerikaners ist auch deshalb kühn, weil es versucht, das wirtschaftliche Machtgefüge innerhalb der Spieleindustrie umzukrempeln und die Branchengrößen zu attackieren.

Die Entwicklung des Spiels finanzieren ausschließlich die Fans. Rund 500 000 Menschen haben Roberts' Firma einen Vorschuss gegeben, manche 30, einige mehrere Hunderttausend Dollar. Im Gegenzug können die Anhänger Teile des Spiels herunterladen, noch bevor es vollständig fertig ist, und im Raumschiff ihrer Wahl darin herumfliegen. 49 Millionen Dollar hat „Star Citizen“ bislang innerhalb von knapp zwei Jahren eingesammelt, so viel wie kein anderes Crowdfunding-Projekt zuvor. Und ein Ende ist nicht in Sicht.

Videospiele sind längst zu einem Massenmedium avanciert – und die Hersteller und Vermarkter zu mächtigen Akteuren der Unterhaltungsindustrie. 102 Milliarden Dollar soll die Branche in diesem Jahr laut einer Prognose des Marktforschungsunternehmens Gartner weltweit umsetzen, mehr als die Filmwirtschaft. Die Filme „Avatar“ und „Titanic“ haben zwar insgesamt mehr eingespielt als jedes Videospiel, doch die Spieleindustrie holt auf: Das Konsolenspiel „Grand Theft Auto V“ setzte im vergangenen Jahr eine Milliarde Dollar um – in den ersten drei Tagen.

Dominiert wird der Markt von einer Handvoll sogenannter Publisher, vergleichbar mit Filmproduzenten, die ein Spiel finanzieren und vertreiben. Konzerne wie Electronic Arts („Fifa“-Reihe) oder Activision („Call of Duty“) geben Spiele in Auftrag, sie besitzen die Rechte – und sie kassieren einen Großteil der Erlöse. Konzeption und Umsetzung eines Spiels übernehmen hingegen in der Regel eigenständige Entwicklerfirmen, deren Überleben vom Wohlwollen der Publisher abhängt.

Weil Produktion und Marketing eines Spiels mitunter mehrere Hundert Millionen Dollar verschlingen, sind die Studios vorsichtig geworden. Statt zu experimentieren, setzen sie auf Fortsetzungen bewährter Spiele – ähnlich wie Hollywood-Studios, die auch lieber den siebten Teil der „X-Men“-Reihe drehen als ein neues Sozialdrama.

An diesen Regeln rüttelt Roberts nun heftig. Das Geld seiner Anhänger hat ihn unabhängig gemacht, auch wenn er mit seinem Budget noch immer ein Underdog ist. Spiele werden zudem nicht mehr nur im Handel verkauft, sondern größtenteils digital. Das ermöglicht den „Star Citizen“-Machern, ihr Spiel ohne Zwischenmakler im Netz zu vertreiben.

Auch andere Entwickler hat die Macht des Schwarms beflügelt. Tim Schafer, wie Roberts ein Branchenveteran, hat mehr als drei Millionen Dollar für eine Idee eingesammelt, für die große Studios ihn ausgelacht hätten, wie er sagt. Die kleine Bremer Firma King Art Games hat für zwei Projekte immerhin über 400 000 Dollar von ihren Anhängern bekommen.

Aber „Star Citizen“ hat alle abgehängt. Das Spiel zielt auf Fans ab, die seit Langem zocken und nun die finanziellen Mittel haben, sich das Spiel ihrer Träume bauen zu lassen, sagt Heiko Klinge, Chefredakteur des Fachmagazins *Making Games*. Tatsächlich sind die überwiegend männlichen Unterstützer mehrheitlich zwischen 25 und 35 Jahren alt.

Doch ohne Roberts, Kopf des Projekts und Identifikationsfigur, hätten wohl nicht so viele ihr Geld gegeben.

In Roberts' Büro hängen gerahmte Plakate seines Frühwerks. Anfang der Neun-

zigerjahre kreierte er die Reihe „Wing Commander“, in der es katzenartige Aliens vom Volk der Kilrathi abzuschießen galt. Aus heutiger Sicht wirkt die Grafik so fortschrittlich wie ein Scheibentelefon, doch damals kauften viele eigens dafür einen leistungsstärkeren PC. Seine Fans halten Roberts für das Genre des Science-Fiction-Computerspiels so prägend wie Bram Stoker für den Vampirroman.

Der Verkauf der Entwicklerfirma Origin Systems, an der Roberts Anteile besaß, und seiner Rechte an „Wing Commander“ machten ihn reich. Später versuchte er sich als Regisseur und Produzent in Hollywood, unauffällig bis erfolglos. Seine Verfilmung von „Wing Commander“ floppte. Die Bösewichte „sehen aus wie Figuren aus ‚Cats‘, die man mit einer schleimigen, grünen Kunstlederhaut bezogen hat“, lästerte das Branchenblatt *Variety* damals.



Spielemacher Roberts

Seine neue Idee verfolgt Roberts mit großer Entschlossenheit. Ständig läuft er zwischen seinem Büro und den Schreibtischen der Mitarbeiter hin und her. Zwischendurch konferiert er mit den Außenbüros, er ist Chef von mehr als 200 Mitarbeitern. Wie viel er arbeite? „In Frankreich würden sie mich ins Gefängnis stecken.“

Mit einer „Star Citizen“-Tasse in der Hand baut sich Roberts vor dem Arbeitsplatz des Chefautors auf, der einen kurzen Film abspielt: eine Mondlandschaft. Ein Rudel Außerirdischer schlägt mit einem länglichen Steinwerkzeug auf einen Riesenkrebs ein. Im Hintergrund dröhnen Bläser und donnern Pauken. Das Werkzeug fliegt durch die Luft, es dreht sich und verwandelt sich in ein Raumschiff. Eine Parodie des Science-Fiction-Klassikers „2001: Odyssee im Weltraum“. Roberts' Blick klebt am Bildschirm, er freut sich wie ein kleiner Junge.

Das Video ist ein Internetwerbespot für ein Raumschiffmodell, spezialisiert auf Erkundungsmissionen im All. Noch ist der Clip nicht veröffentlicht, doch wenn es so



Mitarbeiter des Spieleentwicklers Cloud Imperium Games in Santa Monica

Blockbuster Budgets der bislang teuersten Videospiele*

Destiny Sept. 2014

500
Millionen Dollar

* inkl. Entwicklung und Marketing
Quelle: Schätzungen von
Branchenkennern

*Grand Theft
Auto V* 2013

265
Millionen
Dollar

*Call of Duty:
Modern
Warfare 2* 2009

mehr als
200
Millionen
Dollar

*Star Wars:
The Old
Republic* 2011

bis zu
200
Millionen
Dollar

*Final
Fantasy VII*
1997

145
Millionen
Dollar

läuft wie meistens, dann werden Tausende Fans ihn auf dem YouTube-Kanal des Unternehmens anschauen. Er wird sich im Netz verbreiten und die Begehrlichkeit weiter anheizen.

Die sozialen Medien sind für Spieleentwickler ein gleichsam wichtiges wie kostengünstiges Marketinginstrument: Die Fans machen im Netz Werbung für ein Spiel, umsonst und getrieben von ihrer Begeisterung.

Besonders viele Nutzer lockt die Streaming-Plattform Twitch an, die Google angeblich für eine Milliarde Dollar übernehmen will. Auf Twitch gucken Menschen anderen Menschen per Livestream dabei zu, wie sie am Computer spielen. Das klingt öde, doch große Spieleturniere erreichen dort mehr als 100 000 Zuschauer.

Der Werbespot soll später außerdem im Spiel zu sehen sein, als Fiktion innerhalb der Fiktion. Die Macher haben ein Konstrukt um „Star Citizen“ herumgebaut, das darauf abzielt, die Fans zu einer verschworenen Gemeinschaft zusammenzuschweißen, den Bewohnern des „United Empire of Earth“.

Jedem Unterstützer wird eine Karte geschickt, mit der er sich als Bürger des „Vereinigten Erd-Imperiums“ ausweisen kann. Hersteller der Raumschiffe ist unter anderem die fiktive Firma Roberts Space Industries, die laut Eigendarstellung „im frühen 22. Jahrhundert“ gegründet wurde.

„Ich möchte, dass die Spieler sich fühlen, als würden sie tatsächlich in dieser Welt leben“, sagt Roberts. Ein Mitarbeiter tüfelt beispielsweise daran, dass die Raum-

schiffe halbwegs den Gesetzen der Physik gehorchen – sich etwa die Flugeigenschaften eines Gefährts verändern, wenn es im Kampf ein Triebwerk verliert. Der Mann hat Fluglenkungstechnik studiert, er könnte auch in der Satellitenindustrie arbeiten.

Für ungeübte Spieler sind jene Teile von „Star Citizen“, die schon fertig sind, allerdings kein Vergnügen. Im Raumschiff sitzend soll man feindliche Alien-Schwärme abschießen und dabei Kollisionen mit Asteroiden und Weltraumschrott vermeiden. Tatsächlich gleicht der Flug einer Autofahrt im trunkenen Zustand. Schon nach ein paar Minuten hat man das eigene Schiff so zerstört, dass es sich kein Stück mehr bewegen lässt.

Spieler, die sich ähnlich ungeschickt anstellen, können ihr Gefährt vorsichtshalber mit Schnickschnack ausstatten, der es robuster macht. Aber die Extras kosten – ein in der Branche übliches Geschäftsmodell, so auch bei „Star Citizen“.

Für den Zugang zum Spiel ist ein einmaliger Betrag fällig. Wer jedoch Raumschiffe besitzen möchte, die genauer zielen oder mehr Fracht transportieren als andere, kann sie sich entweder mühsam während des Spiels verdienen oder hinzukaufen. Das Modell „Constellation“ etwa, das sich durch „seine außergewöhnliche Wendigkeit“ und sein „anpassungsfähiges Waffensystem“ auszeichnet, ist schon ab 225 Dollar zu haben.

Ums Geschäft kümmert sich bei Cloud Imperium Games ein Deutscher. Ortwin Freyermuth, 55, sitzt in einem feinen Restaurant mit Blick auf die Strandpromena-

de von Santa Monica. Freyermuth, kleine Statur, Haifischlachen, ist Anwalt und lebt seit 30 Jahren in Los Angeles. Er berät Filmproduzenten in rechtlichen Fragen und setzt Verträge mit Schauspielern auf. Roberts und er begegneten einander in Hollywood. Weil Freyermuth Science-Fiction-Fan ist, stieg er in Roberts' Firma ein.

Freyermuth versichert, dass jeder Cent der Fans in die Entwicklung des Spiels fließe und die Firma weit davon entfernt sei, Gewinn zu machen. Doch wenn das Spiel richtig gut werde, mache er sich ums Geldverdienen keine Sorgen, sagt er. Die Überlegung dahinter: Spiele wie „World of Warcraft“ oder „Eve Online“ entfalten solch einen Sog, dass die Nutzer auch Jahre nach dem Erscheinen für sie zahlen.

Es wäre untertrieben, die Anhänger von „Star Citizen“ völlig verrückt zu nennen. Kürzlich tauchte im Büro in Santa Monica ein Fan auf. Er war mit dem Auto 24 Stunden von Idaho im Norden der USA nach Südkalifornien gefahren. Der Mann wollte Roberts unbedingt ein Geschenk überreichen: ein handgeschmiedetes Messer. Roberts hat es auf einem Schränkchen hinter seinem Schreibtisch ausgestellt.

Kurz nach zwölf Uhr öffnet sich die Tür am Empfang des Firmensitzes. Ein Mann mit Ziegenbart und Cowboyhut schiebt seinen Rollstuhl über die Schwelle. Sein Name ist Fox Anderson – so heißt er wirklich – und er ist wohl einer der besessenen unter all den fanatischen „Star Citizen“-Anhängern. 20 000 Dollar hat Anderson, 36, für das Spiel gespendet. Nun hat er auch noch neun wagenradgroße Pizzen mitgebracht, weil er den Entwicklern danken möchte, wie er sagt.

Während die anderen Pizza essen, lässt Roberts auf sich warten, Anderson ist nervös. „Meine Freundin ist ein großer ‚Star Wars‘-Fan“, ruft er in den Raum hinein, „sie hat zuerst nicht kapiert, warum ich Chris so toll finde. Irgendwann hat sie gesagt: ‚Verstehe, Chris Roberts ist dein George Lucas.‘“

Später erzählt Anderson, er sei wohlhabend und habe auch andere teure Hobbys, doch mit „Star Citizen“ befasse er sich acht Stunden täglich. Wenn er einen Bug entdecke, einen Fehler, schaue er sofort im Fanforum nach, ob dieser schon jemandem aufgefallen sei. Er spricht davon wie von einem schwierigen Job.

Anderson erzählt, dass er vor neun Jahren angeschossen wurde. Weil eine Kugel seine Wirbelsäule traf, sitzt er im Rollstuhl. Anderson kann nicht mehr laufen, aber in „Star Citizen“, einem Computerspiel, kann er fliegen.

Ann-Kathrin Nezik



Video: Ein erster Einblick in „Star Citizen“

spiegel.de/app322014videogamer
oder in der App DER SPIEGEL