





# Zweierbeziehung

Mit James Camerons Science-Fiction-Spektakel „Avatar“ wurden erstmals Film und Videospiel konsequent gemeinsam entwickelt. Entsteht nun ein neues Unterhaltungsmedium?

VON CARSTEN GÖRIG

Figur eines Na'vi aus „Avatar: Das Spiel“



*„Wir haben James Cameron die richtigen Fragen gestellt.“*

**Für einen der einflussreichsten Männer Hollywoods** hat Jon Landau bescheidene Wünsche: Ihm genügt es, einige Tage in einem engen, stickigen und überfüllten Raum auf der Videospielemesse E3 in Los Angeles zu stehen und ein Videospiel zu präsentieren. „Es ist ein Traum, den ich mir erfüllt habe“, sagt Landau. „Ich bin ein großer Fan von Videospielen, und die Gelegenheit, endlich auf der E3 aufzutreten, konnte ich mir nicht entgehen lassen.“ So viel Demut, so viel Fan-Begeisterung? Vielleicht sollte man seinen Auftritt besser als Zeichen lesen, denn Landau ist der Mitproduzent von „Titanic“ und Oscar-Preisträger: Hollywood hat erkannt, dass Videospiele zum milliarden-schweren Markt geworden sind, an dem man gern ein paar Anteile haben möchte.

Landau, 49, zeigt das Spiel zu „Avatar“, dem neuen Film, den er zusammen mit dem Regisseur James Cameron gemacht hat. Es ist der erste Kinofilm Camerons seit zwölf Jahren, seit dem Welt-hit „Titanic“, der über 1,8 Milliarden Dollar einspielte. Entsprechend hoch sind die Erwartungen, entsprechend hoch das Budget. Mindestens 300 Millionen Dollar soll „Avatar“ nach Schätzungen kosten, von der ersten Skizze bis zum fertigen Film hat es 15 Jahre gedauert, Cameron hat eine neue Kamera entwickelt, um den Film vollständig in 3D drehen zu können: Atemlos werden Superlative aufgezählt, sobald es um „Avatar“ geht.

Doch auch mit dem Videospiel zu „Avatar“ werden neue Wege beschritten. Schon deshalb ist Landau sehr bestrebt, die Bedeutung des Spiels herauszustellen: „Es ist eines der ersten Beispiele dafür, wie Hollywood und die Spieleindustrie anders als bisher zusammenarbeiten können.“

Denn bisher war das Verhältnis beider Medien von Unverständnis geprägt. Regisseure dachten nur selten darüber nach, ob ein Spiel zu ihrem Film passen könnte, die Rechte wurden erst spät vergeben. Deshalb waren Spieleentwickler unter großem Zeitdruck, wenn sie ein Spiel zum selben Zeitpunkt wie den Film veröffentlichen wollten, dem aus wirtschaftlicher Sicht einzig sinn-

vollen Verkaufsstart. Die Produktion eines großen Spiels dauert gern drei Jahre, aber drei Jahre vor Fertigstellung ist ein Filmprojekt meistens in einer frühen Konzeptionsphase, in der offenbar niemand an Nebenprodukte denkt. Herausgekommen sind deshalb oft lieblose Lizenzprodukte, welche die Handlung des Filmes mehr schlecht als recht nacherzählen und mit Actionszenen garnieren. „James Bond“ zum Beispiel oder „Herr der Ringe“. Sie waren für Filmfans gemacht, nicht für Spieler. Das soll sich bei „Avatar“ ändern, das Spiel ist schließlich schon drei Jahre in der Entwicklung. Es soll Filmfans und Spielern einen anderen Blick auf die Welt von „Avatar“ ermöglichen.

„Die Zeit ist eine Ausrede“, sagt Landau, wenn man ihn darauf anspricht, dass „Avatar: Das Spiel“ von der langen Produktionszeit des Films profitiert habe. „Kein Film wird innerhalb eines Jahres fertiggestellt. Gedreht ja, aber die ganzen Vorarbeiten, die Abstimmung des Drehbuchs, das Casting dauern viel länger.“ Bei „Avatar“ wurden die Spieldesigner lange vor dem Filmdreh ins Boot geholt. „Das ist bei fast allen größeren Filmproduktionen möglich“, sagt Landau, „man muss es nur wollen.“ Landau und Cameron wollten.

„Wir haben die richtigen Fragen gestellt, als wir uns mit James Cameron getroffen haben“, sagt Yannis Mallat, Leiter des Ubisoft-Studios in Montreal, wo „Avatar: Das Spiel“ entwickelt wurde. „Wir wollten von ihm etwas über die Welt von ‚Avatar‘ erfahren, wissen, wie der Film aussieht, welche Atmosphäre er hat.“

Dazu mussten sie den Planeten Pandora verstehen, auf dem der Film zu großen Teilen spielt, zum Beispiel den Konflikt zwischen Menschen und Na'vi: die Siedler, die den für sie lebensfeindlichen Planeten kolonisieren wollen, auf der einen Seite, und die blauen, groß gewachsenen Eingeborenen, die ihre Welt verteidigen, auf der anderen. „Wir wollten herausfinden, was für eine Art Spiel wir machen können. Und dafür ist der Hintergrund wichtig, die Welt, in der sich das Spiel bewegen soll, die physikalischen Gegebenheiten. Nicht zwangsläufig die Geschichte des Films,



Filmfigur aus „Avatar – Aufbruch nach Pandora“: Eine neue Welt erleben

denn die wollen wir nicht nacherzählen.“ Die Romanze, ohne die kein Hollywood-Werk auskommt, die fehlt im Spiel.

Und so ist das Spiel zeitlich vor dem Film angesiedelt. Es erzählt von einem der ersten Konflikte zwischen Menschen und Na'vi, führt in die Welt von Pandora ein und gibt die Möglichkeit, beide Seiten kennenzulernen. Spieler müssen sich entscheiden, auf welcher Seite sie stehen, und entweder mit Hightech-Waffen gegen Na'vi antreten oder mit Unterstützung der Natur von Pandora die Siedler bekämpfen. Trotz des umfangreichen Waffenarsenals glauben Entwickler und Filmleute, dass das Spiel in die Welt von Pandora einführt, die Psychologie beider Seiten erklärt und eine Grundlage für den Film legt. Deshalb erscheint das Spiel auch zwei Wochen vor dem „Avatar“-Kinostart.

Das kreative Potential des Mediums Videospiele ist Landau aufgefallen, als ihm seine Kinder nicht mehr davon berichteten, was sie bei einem Spiel machen, sondern wie der Protagonist agiert. Wie er denkt, warum er wie handelt. „In Spielen haben wir in zwischen Charaktere, die etwas von der Welt erzählen, in der sie sich bewegen. Spieler können eine Welt viel intensiver wahrnehmen und erforschen als im Film.“

Jemand, der das Spiel kennt, wird den Film ganz anders sehen. Und irgendwann werden die Menschen nicht mehr fragen: „Hast du das Spiel gespielt?“ oder „Hast du den Film gesehen?“ Die Frage wird sein: „Hast du ‚Avatar‘ erlebt?“ Jedenfalls ist das Landaus Vision. Doch er spricht nicht von heute, zu viele Zuschauer spielen keine Spiele. Aber gerade bei den Generationen, die jetzt heranwachsen, vermischt sich die Mediennutzung. Spiel und Film sind für sie Teil eines Ganzen – und das ist eine große Chance für beide Medien. Wenn Yannis Mallat von seiner Zusammenarbeit mit Cameron und Landau erzählt, redet er von gegenseitigem Respekt, von dem Willen, voneinander zu lernen. Mallat sitzt in seinem Büro im Ubisoft Studio Montreal. In einer ehemaligen Textilfabrik der frankokanadischen Großstadt arbeiten rund 2000 Menschen daran, Spiele zu entwickeln, „Assassin's Creed“, „Prince of Persia“ oder „Splinter Cell“ heißen die Millionenseller des Studios. Mallat leitet das Studio seit drei Jahren. Er kommt aus der Spieleentwicklung, weiß, was ein Spiel gut macht. Und er denkt weiter, will über den nächsten Hit hinaus das Medium weiterentwickeln.

„Avatar‘ ist wichtig, weil wir hier zeigen können, wie die Medien zusammenwachsen. Konvergenz nennen wir das.“ Gemeinsamkeiten finden und benutzen. „Natürlich ist das wirtschaftlich interessant“, sagt er und stimmt dabei mit Landau überein. Genauso wie der Hollywood-Mann glaubt er, dass beide Welten enger zusammenwachsen müssen. Denn neben dem Marketing eröffnen sich auch kreative Möglichkeiten. „Wir können Spielkulissen im Film verwenden und umgekehrt, wir können uns gegenseitig Ideen geben.“ Bei „Avatar“ ist das geschehen. Einige Fahrzeuge und Kreaturen im Film sind Erfindungen von Spieleentwicklern. „Für das Spiel mussten wir Dinge erfinden, die es im Film nicht gab“, sagt Mallat, „Cameron hat sie gesehen und übernommen.“

Um zu sehen, wie so ein Austausch funktioniert, muss man nach Piedmont fahren, ein kleines Dorf in den Bergen, eine Autostunde nördlich von Montreal. Hier versteckt sich das an ein Skihotel erinnernde Holzhaus von Hybride Technologies, ein Visual-Effects-Studio, das an Filmen wie „Sin City“ oder „300“ gearbeitet hat. Seit mehr als einem Jahr gehört die Firma Ubisoft. Hier entstehen neben einigen Spezialeffekten für „Avatar“ im Moment auch drei Kurzfilme zu „Assassin's Creed 2“, dem neben „Avatar“ zweiten wichtigen Spiel für Ubisoft Montreal in diesem Weihnachtsgeschäft. Bei „Assassin's Creed 2“ wird der Spielfuß umgedreht. Die Kurzfilme erzählen hier die Vorgeschichte des Spiels.

„Genau wie bei ‚Avatar‘ tauschen wir Objekte zwischen beiden Medien aus“, sagt Pierre Raymond, Mitbegründer von Hybride. Nur sind es nicht nur Fahrzeuge oder Monster, sondern komplette Städte. „Die Kurzfilme sind ein Versuch“, sagt Raymond, während am Bildschirm hinter ihm aus künstlichen Welten und echten Schauspielern ein Film komponiert wird. Für einen Versuch sind die Filme sehr professionell gemacht, meilenweit entfernt von den üblichen Trailern, die Spiele begleiten. Sie lassen ahnen, dass die vielbeschworene Konvergenz in einigen Jahren den Umweg über Hollywood nicht mehr nötig hätte. Anders gesagt: dass Spielstudios Kinofilme produzieren werden. Mallat bleibt bescheiden: „Natürlich denken wir in die Zukunft, deshalb haben wir Hybride gekauft. Doch zurzeit sind es Experimente, die wir hier veranstalten. Experimente, mit denen wir sehr zufrieden sind.“

Genauso entspannt bleibt Landau in Hollywood. „Es sind großartige kreative Möglichkeiten, die ich in Videospiele sehe, aber zur Not können wir auch ohne sie überleben“, sagt er, „Filme sind so oft totgesagt worden, dass ich weiter an ihre Zukunft glaube.“ Und in einem werden sie immer überlegen bleiben: „Sie sind das beste Medium, um eine gute Geschichte zu erzählen. Das werden Videospiele nie können.“

Aber sie werden es versuchen.

„Avatar: Das Spiel“ (Ubisoft), ab 3.12., ab ca. 50 Euro; Kinostart „Avatar – Aufbruch nach Pandora“ am 17.12.