



SCHLISSFACH
So finden Nutzer ihre
letzte Ruhe im Internet

SEITE 82

WÜHLMAUS
Bing ist Microsofts
Antwort auf Google

SEITE 83

Neue Welt Seite 83

Navigationsprofi TomTom
entdeckt die Frauen

Neue Namen Seite 83

Für das neue Handy
von Sony Ericsson braucht
es vor allem Fantasie

Alte Idee Seite 83

Swisscom restauriert alte
PCs – der Umwelt zuliebe

81

«Wir würden alle ruhiger schlafen»

Gameexperte **Bruno Beusch** erklärt, warum Spieledesigner die besseren Banker wären

VON SIMONE LUCHETTA (TEXT)
UND KAI JÜNEMANN (FOTO)

Eigentlich hätte der Mann mit dem unergründlichen Lächeln das Interview lieber per E-Mail geführt. Gewiss aus Zeitgründen, denn der Terminkalender des umtriebigen Bruno Beusch ist randvoll. Wohl mehr aber noch, um seine Antworten so gut als möglich zu designen. Beusch ist ein Perfektionist, der nichts dem Zufall überlässt. So bahnte er sich konsequent seinen Weg vom Medienkünstler zum international gefragten Experten für interaktive Unterhaltung. Als Mitgründer der Event-Reihe Gamehotel, wo er seit 2003 Grössen der Gaming-Welt präsentiert, machte er sich selbst einen Namen in der Industrie. Er beleuchtet seit langem die Rolle von Games als Impulsgeber in unserer Konsumwelt, leitet Workshops für Kaderleute und wirkt als Berater.

Wir konnten Beusch, der so schnell denkt wie spricht, dennoch zum Lunch in Paris überreden, wo er studierte und seit 20 Jahren lebt. Die Lässigkeit der Pariser hatte es dem Berner «Giel» ange-tan. Er reservierte einen Tisch im Le Fumoir beim Louvre, kam fast pünktlich und bat nur um «wenige Minuten für ein Telefon».

Wie sähe die Welt aus, wenn Game-Designer in den Banken das Sagen hätten?

Wir würden heute alle ruhiger schlafen! Die globalen Finanzregulierungsinstanzen haben in der Vergangenheit ignoriert, dass der Mensch gern spielt und dabei trickst. Was ist passiert? Jeder hat versucht, das Maximum herauszuholen, bis das System zusammenbrach. Game-Designer hingegen hätten die Regelsysteme so gestaltet, dass nicht alles crasht, wenn jeder gewinnen will.

Unterhaltungsexperte

Bruno Beusch, 45, ist Geschäftsführer der 1995 in Paris gegründeten Agentur TNC Network. Der Branchenkenner und Medienprofi spricht an Kongressen weltweit zu Trends in interaktiver Unterhaltung und neuen Kommunikationstechnologien. Er berät Kunden in Wirtschaft und Industrie und leitet Innovations-Workshops zum Nutzen interaktiver Medien in Erlebnis- und Konsumwelten. Gemeinsam mit Tina Cassani führt der Schweizer die Eventreihe Gamehotel, die in Paris, Kalifornien, Zürich und neu auch in Köln stattfindet. Beusch lebt in Paris und ist verheiratet.
www.gamehotel.net



Bruno Beusch: «Game-Designer hätten das Finanzsystem so gestaltet, dass nicht alles crasht, wenn jeder gewinnen will»

Game-Mechanismen kommen immer mehr auch ausserhalb von eigentlichen Spielen zur Anwendung.

Gerade im Web 2.0 werden sie häufig eingesetzt. So kann man Ebay etwa als «Echtzeit-Shopping-Game» sehen: Schnappt man einem anderen die Ware vor der Nase weg, ist das ein Kick, wie wenn ich die Prinzessin aus den Klauen des Monsters befreie.

Sie analysieren seit längerem, wie Mechanismen aus Games in unseren Konsumwelten genutzt werden können.

Ja, vor dem Hintergrund, dass Generationen, die mit interaktiver Unterhaltung aufwachsen, Erwartungen an Produkte- und Service-design entwickeln, bei denen aktive Partizipation zunehmend eine Rolle spielt. Daher beziehen immer mehr Firmen Impulse aus Games.

Erstmals haben grosse Videospielehersteller mit Verkaufsrückgängen zu kämpfen, während das Geschäft kleiner Entwickler floriert. Warum?

Vor allem die so genannten Casual Games haben die Branche umgekrempelt. Es sind kurze Spiele für zwischendurch, die jeder sofort spielen kann. Man erreicht damit ein breiteres Publikum. Zu Beginn hat die japanische Spielefirma Nintendo diesem Markt mit der Wii-Konsole viel Schub verliehen. Im Moment besetzen immer mehr junge Start-ups das Segment.

Derzeit ordnet sich durch die Gravitationskraft des Internets auch die Game-Branche neu. Gesucht sind neue Businessmodelle.

Neben dem lukrativen Abo-Modell mit monatlichen Beträgen gibt es verschiedene werbefinanzierte Ansätze. Beim dritten Modell namens Free2Play kommt man gratis ins Spiel, zahlt aber mit Mikrotransaktionen für virtuelle Waren wie Einrichtungsgegenstände winzige Geldbeträge.

In Südkorea zählt das Gratis-Online-Rollenspiel Maple Story 87 Millionen Nutzer, die jährlich für 250 Millionen Dollar virtuelle Items kaufen.

Das Potenzial ist enorm. Man weiss, dass neun von zehn Spielern eines Free2Play-Games gratis spielen, jeder zehnte gibt dafür im Durchschnitt 45 Dollar pro Monat aus. Das Gratis-Modell ist übrigens nicht zufällig in Asien entstanden. Man versuchte damit, der Piraterie das Handwerk zu legen.

Jetzt probt Marktführer Electronic Arts den Eintritt im Westen mit einer kostenlosen Online-Version

FORTSETZUNG AUF SEITE 82