

GAMESBRANCHE PRO JAHR ENTSTEHEN 200 NEUE JOBS IN HAMBURG

Spielend zum Erfolg



„Damals saßen die Menschen am Feuer, heute erzählen wir die Story mit unseren technischen Möglichkeiten“, sagt Spiele-Entwickler Dieter Eichert. In dem von ihm und seinem Team entwickelten Mystery-Abenteuer „Odessa Twins“ wird ein Mädchen zur Weltretterin. FOTOS: WALLOCHA/MONTAGE: AHLF

Die Initiative Gamecity Hamburg soll den Boommarkt der digitalen Unterhaltung hier verankern.

Birgit Reuther
Hamburg

So ganz ohne reale Welt lässt sich dann doch keine virtuelle schaffen. Zumindest den Notizen und Skizzen nach zu urteilen, die an der Wand des knapp 20 Quadratmeter großen Hamburger Büros von Twintime hängen. Was da wie ein ausgelagertes Gehirn Ideen und Figuren verknüpft, ist der Entwurf für „Odessa Twins“. „Eine Marke, aus der ein Comic, ein Film, ein Computerspiel entstehen kann“, erklärt Geschäftsführer und Spiele-Entwickler Dieter Eichert – und verrät: „Odessa Twins ist ein Mystery-Abenteuer kombiniert mit Action.“

Geheimniskrämerei gehört zum Handwerk. Denn die Gamesbranche ist zwar die am schnellsten wachsende in der Kreativwirtschaft – allein in Hamburg kommen jährlich bis zu 200 Jobs dazu. Aber zugleich kostet es im Schnitt drei Jahre und an die 200 000 Euro, um überhaupt einen Prototypen zu produzieren – die Demo-Version einer interaktiven Geschichte für Konsole oder Rechner. Da wollen sich die Macher ungern von der Konkurrenz in die Karten gucken lassen.

„Derzeit“, erzählt Eichert, „sind wir in Verhandlungen mit Publishern“, also mit Verlagen, die das Programm veröffentlichen. Die Spieleschmiede, zu der neben Eichert noch Computerspezialist Lars Hodum, Filmregisseur Stefan Bronneke und

Software-Architekt Michael Molkenhuth zählen, ist in vielerlei Hinsicht exemplarisch für das Fördersystem von Gamecity Hamburg. Mit der Initiative, mittlerweile angedockt an die Behörde für Kultur, Sport und Medien, möchte die Stadt den Boommarkt der digitalen Unterhaltung fest an Elbe und Alster verankern.

Kennengelernt hat sich das interdisziplinäre Twintime-Team auf einem der Netzwerk-Treffen, die Gamecity seit 2003 veranstaltet – zwanglose Meetings, bei denen Entwickler, Grafiker, Programmierer, Werber, Musiker und Filmleute zusammenkommen. „Damals hatte noch kein Bundesland die Spielebranche auf dem Zettel“, sagt Achim Quinke, Geschäftsführer der Agentur Quinke Networks, der Gamecity Hamburg zusammen mit Stefan Klein von der Initiative Hamburg@work als Public-Private-Partnership leitet. Der Norden kann im Vergleich zu anderen Städten vor allem durch Vielseitigkeit punkten, während Berlin ein großes Plus bei den Entwicklern, München bei den Publishern vorweisen kann. Und Frankfurt kommt in diesem globalisierten Gewerbe schlicht der internationale Flughafen zugute.

Hauptmodul, um Hamburger Spiele-Entwickler in der oft schwierigen Frühphase zu unterstützen, ist die Prototypenförderung. Derzeit nutzen fünf Startups das zinslose Darlehen von bis zu 100 000 Euro, um eine Idee zu realisieren – so auch Twintime. Die 2007 gegründete Agentur, die mittlerweile auch EU-Mittel erhält, versteht sich als „moderner Geschichtenerzähler“. „Damals saßen die Menschen am Feuer, heute erzählen wir die Story mit unseren technischen Möglichkeiten“, sagt Eichert. Die Fördergelder helfen, das Epos „Odessa Twins“ zum Leben zu erwecken –

ein Mädchen, das mit seinen großen Augen an japanische Manga erinnert, rettet die Welt.

Für den studierten Stadtplaner Quinke zählen Games zu den Massenmedien der Zukunft. Die Branche, befeuert durch Top-Seller wie „Grand Theft Auto“, macht mittlerweile mehr Umsatz als die Kinokassen. Quinke räumt auch mit dem gängigen Klischee vom „pickeligen 16-Jährigen“ auf, der stundenlang vor sich hin ballert: „Viele Spieler haben eine hohe Mediennutzung“, die Syner-



Achim Quinke,
Chef von Quinke Networks.



Twintime-Geschäftsführer
Dieter Eichert.

gieeffekte zu Musik, Film und Presse seien besonders ausgeprägt – und aggressive Ego-shooter von der Förderung ohnehin ausgeschlossen. Für ihn stellt sich jedoch die dringende Frage: „Wollen wir die kulturellen Inhalte nur aus Asien oder den USA importieren oder auch selbst herstellen?“

Mittlerweile ist das Netzwerk von Gamecity nicht nur von 70 Unternehmen auf 400 angestiegen, von denen 170 Firmen ihren Sitz in Hamburg haben. Die Initiative erleichtert den 1500 Menschen, die hier in der Branche arbeiten, auch den Markteinstieg mithilfe von Messeständen. Und die Metropolregion wird – etwa

bei der Gamesconvention in Leipzig, in Korea oder Singapur – zugleich als Standort vermarktet.

Schwachstellen sieht Quinke in Hamburg vor allem beim Thema Nachwuchs. „Es gibt noch keinen offiziellen Hochschulstudiengang für Gamesdesign“, bemängelt der Experte. Daher hat er mit der Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften das GamecityLab gegründet – ein Experimentierfeld für Praktiker und Studierende. Zudem startet im Herbst zum vierten Mal eine Ringvorlesung für Branchenferne wie BWLer, Soziologen oder Juristen, die in der Games-Industrie ebenfalls gesucht werden.

Und damit die virtuellen Tüftler auch ganz real in der Stadt verankert sind, hat die Initiative zusammen mit der Stadtentwicklungsgesellschaft einen ehemaligen Gewerbehof auf St. Pauli zum Gamecity Port umgewandelt.

Noch riecht das Parkett neu in dem Gründerhaus, wo 13 Büros auf 465 Quadratmetern bereits ihre Mieter gefunden haben – darunter der Dienstleister Meta-versians und das Entwicklerstudio Ticking Bomb Games. Auch bei Twintime, die als Erste in die Lerchenstraße 28 zogen, sorgen unter der Decke hängende Telefonkabel noch für provisorisches Flair. Dafür bieten günstige Nettokaltmiete (6,60 Euro/m²) und einmonatige Kündigungsfrist flexible Bedingungen für Neueinsteiger. Und ähnlich wie beim Musikhaus Karostar existiert mit Küche und Konferenzraum eine gemeinsame Infrastruktur. Direkt hinter Eicherts Bürotür liegt zwischen Sesseln und Bildschirm das, was früher mal Joystick hieß und heute Gamepad genannt wird. Ein Steuerknüppel, um von der Wirklichkeit wieder abzutauchen. Ins Spiel.