

Digitales | Essay: Über den Reiz von ›World of Tanks‹

Rechnet man die Kampfpanzer im Dienst der Armeen weltweit zusammen, dann kommt man auf die Zahl von 110.250 aktiven Panzern. Geht man davon aus, dass ein solcher Panzer im Schnitt vier Mann Besatzung hat, dann gibt es derzeit ca. 441.000 Soldaten, die hauptberuflich Panzer fahren. Mit Ausbildern und Reservecrews kommt man dann vielleicht auf eine halbe Million Panzerfahrer. Das klingt viel, ist aber kein Vergleich zur Anzahl der virtuellen Panzerfahrer.

Ein Essay von **JULIAN KÖCK**.

Vergangenen Sommer waren allein bei ›World of Tanks‹ über 60 Millionen Spieler registriert. 2013 konnte Wargaming.net damit einen Umsatz von 372 Millionen Euro erwirtschaften. Mit ›War Thunder: Ground Forces‹ gibt es bereits einen ernsthaften Konkurrenten. Auch die Rollenspielexperten von Obsidian entwickeln mit ›Armored Warfare‹ ein vergleichbares Panzerspiel, das zur Zeit des Kalten Kriegs spielen wird. Noch dazu machte vor Kurzem ein chinesischer ›World of Tanks‹-Klon mit dem Namen ›Project Tank‹ Schlagzeilen.



Panzer-Simulatoren wie ›M1-Tank-Platoon‹ oder das extrem komplexe ›SteelBeasts‹ gab es schon einige. Der »Alltag« einer Panzerbesatzung sollte darin mehr oder weniger realistisch abgebildet werden. Entsprechend musste der Spieler zwischen den Rollen des Kommandanten, Fahrers oder Schützen wechseln. Anders ist das bei ›World of Tanks‹. Hier spielt man den Panzer selbst. Die Besatzung hat eine rein statistische Funktion und ist selbst bei den offenen Selbstfahrlafetten, den Artillerieeinheiten des Spiels, nicht einmal grafisch umgesetzt. ›World of Tanks‹ ist keine Simulation, sondern ein Shooter. Und, betrachtet man die Grundeigenschaften des Spiels, nicht einmal ein guter: Es ist langsam, es gibt keine wirkliche Waffenvielfalt, die Spielmodi sind nahezu identisch. Und wenn man stirbt, muss man das Ende der Runde abwarten oder auf einen anderen Panzer umsteigen, um weiterspielen zu können. Es gibt keine einstürzenden Staudämme, keine besonders eindrucksvollen Explosionen und selbst das Schießen ist untypisch: Ob man trifft oder nicht, hängt bis zu einem gewissen Grad von einem Zufallsfaktor ab, was frustrierend sein kann. Und dann wäre da noch das »Grinden«, also das mühsame Sammeln von Erfahrungspunkten und Credits. Beides braucht man nur für den Kauf von neuen und besseren Panzern sowie deren Aufrüstung. Ab einem gewissen Tier lassen sich die Panzer ohne verbesserte Module kaum noch sinnvoll spielen.

So wenig überzeugend dies alles klingen mag, für den durchschnittlichen ›World of Tanks‹-Spieler macht es

den Reiz des Spiels aus. Der CEO von Wargaming.net Victor Kislyi betont, dass eine große Anzahl von ›World of Tanks‹-Spielern berufstätige Familienväter in ihren 30ern oder 40ern sind. Ein, zwei der maximal 15 Minuten langen Runden lassen sich auch nach einem langen Arbeitstag und trotz familiärer Verpflichtungen spielen. Wer in Spielen wie ›Counter Strike‹ und ›Battlefield‹ die Erfahrung gemacht hat, dass Jugendliche mit viel Übung und guten Reflexen fast unbesiegbar werden, weiß den Zufallsfaktor und die langsame Schussfolge in ›World of Tanks‹ zu schätzen.

Aber auch das erklärt den Erfolg des Panzershooters nicht vollständig. Um dem Erfolgsrezept seiner Macher auf die Spur zu kommen, bietet sich ein Blick auf ein Genre an, das sich ebenfalls bewusst auf ein älteres Publikum konzentriert: die Landwirtschaftssimulatoren. Millionen Menschen gehen nach der Arbeit nach Hause, um dort auf dem virtuellen Trecker Platz zu nehmen und ein Feld umzupflügen. ›World of Tanks‹ funktioniert nach der gleichen Logik: Jedes ›World of Tanks‹-Match bringt Erfahrung (im Sinne von Experience) und meist auch Geld, unabhängig vom Spielspaß in der einzelnen Runde. Nicht einmal Erfolg ist nötig, denn man gewinnt auch in einem schlechten Spiel noch an Erfahrung. Arbeit, nicht Spaß steht im Mittelpunkt des Spielerlebnisses.

Damit stellt ›World of Tanks‹ eine Simulation von dem dar, was die berufliche Arbeit ausmachen soll: einen sinnvollen Prozess mit einer stetigen und zielgerichteten Entwicklung. Den berufstätigen Spielern geht es weniger um den unmittelbaren und darum auch immer unsteten Spielspaß, als um das Gefühl, etwas Sinnvolles mit der raren Freizeit anzufangen. Wenn es zutrifft, dass eine der großen Entwicklungen der Moderne darin besteht, dass Arbeit nicht länger eine unerfreuliche Notwendigkeit des Überlebens darstellt, sondern nun die Größe ist, über die sich das Individuum definiert, dann wäre der Erfolg ›World of Tanks‹ nur folgerichtig: Der Mensch macht auch in der Freizeit das, was er kennt: Arbeiten.

Ein weiterer Grund für Wargamings Erfolg ist die Inszenierung von ›World of Tanks‹, die sich ebenfalls eher an ein älteres Publikum richtet. Der Zweite Weltkrieg weckt unmittelbar Bilder in den Köpfen der Spieler. Erfolgreiche Blockbuster wie ›Der Soldat James Ryan‹ oder ›Duell – Enemy at the Gates‹ haben eine Bildsprache entwickelt, der man sich nur schwer entziehen kann. Nicht ohne Grund haben die ersten Teile von ›Call of Duty‹ und ›Medal of Honor‹ ganze Stellen aus diesen Filmen kopiert und sich dadurch geradezu zu spielbaren Filmen entwickelt. Damit wurde eine Generation jüngerer Spieler angesprochen, für die »Action« eine entscheidende Größe ist. An dieser Inszenierungsweise orientieren sich erfolgreiche Ego-Shooter bis heute, auch wenn die ›Modern Warfare‹-Spiele oder die neueren ›Battlefield‹-Teile nicht mehr vor dem Hintergrund des Weltkriegs spielen. ›World of Tanks‹ folgt einem ganz anderen Ansatz. Im Mittelpunkt der Inszenierung steht hier nicht der Krieg, wie man ihn aus den Actionfilmen kennt, in denen der einzelne Mensch vor dem Hintergrund der aufeinandertreffenden Menschenmassen, Panzern, Flugzeugen, zerstörten Gebäuden und Explosionen kaum mehr zu erkennen ist. ›World of Tanks‹ setzt diesem Spektakel das Kriegsgerät in seiner abstrahierten Form entgegen: den Panzer an sich.

Keine dynamischen Elemente lenken ab, keine Fahrer springen von ihrem brennenden Panzer ab, keine Flugzeuge rauschen über die Türme hinweg und auch die zerstörbaren Häuser machen nicht viel her. Man bekommt nicht den Eindruck, dass hier Steine bersten und Stützbalken wie Streichhölzer einknicken. Eher denkt man an den Abriss eines Papppuppenhäuschens, mit dem die Kinder nicht mehr spielen wollen. Die kleinen Autos, die fahrerlos in der Landschaft stehen, und die unbeweglichen Bahnwaggons sehen wie Spielzeug aus. Der Spieler steuert seinen Panzer durch die virtuelle Abbildung einer Modell- und Miniaturlandschaft. Seine Wahrnehmung ist nicht die eines Panzerfahrers, der eine chaotische Schlacht durch die Sehschlitze oder das Teleskop seines Panzers sieht, sondern die des Modellbauers und Tabletopspielers,

der seine Figur von allen Seiten aus bestaunt und über das sterile Spielbrett schiebt. Die immer größer werdende Anzahl von spielbaren Panzern kommt der Sammlerleidenschaft der Spieler entgegen, die so ein Modell nach dem anderen in ihre virtuelle Glasvitrine stellen können. Virtuelle Glasvitrinen aber benötigen weit weniger Platz als echte, vom Zeitfaktor und den hochgezogenen Augenbrauen der Ehefrau ganz abgesehen.

›World of Tanks‹ ist mehr als »nur« ein Videospiel, es ist eine neue, vom Internetzeitalter geprägte Form eines traditionellen Hobbys. Das haben auch die Modellfigurenhersteller erkannt. Der Branchenführer Revell vertreibt mittlerweile Panzermodelle, denen die DVD-Version von ›World of Tanks‹ beigelegt ist. Zusätzlich erhält der Käufer einen ›World of Tanks‹-Premiumaccount und 450 Einheiten der Ingame-Währung. Wargaming.net wiederum legt großen Wert darauf, die eigenen Spiele für Militär-Begeisterte attraktiv zu machen. Darum lohnt es sich auch, mit Richard Cutland einen eigenen »European Military Specialist« anzustellen, der Aufsätze, Bilder und Videos über Panzer produziert. In den verschiedenen Veröffentlichungen des Unternehmens wird wieder und wieder betont, welcher Aufwand in die Gestaltung der Panzermodelle gesteckt wird, um einen möglichst hohen Grad an Authentizität zu erreichen. Immer wieder gibt es Artikel und Videos über Mitarbeiterexkursionen zu verschiedenen Museen mit erhaltenen Panzern, Flugzeugen und Schiffen aus dem Zweiten Weltkrieg.

Auf dem International Military Festival 2014 bildeten sich Schlangen vor den Wargaming-Mitarbeitern, die dort Werbegeschenke wie T-Shirts, Schlüsselanhänger und Gutscheincodes für neue Panzer verschenkten. Denkt man den Erfolg des englischen Osprey Verlags, der Bücher mit Titeln wie »Jagdpanther vs SU-100« oder »F4F Wildcat vs A6M Zero-Sen« verlegt, dann kann auch der Erfolg ›World of Tanks‹ nicht verwundern: Hier lässt sich selbst erleben, was vorher eine reine Gedankenspielerei war. Ein Blick in die Foren von Wargaming zeigt, dass es eine ganze Reihe von aktiven Spielern gibt, die sich mit den technischen Details der historischen Panzer sehr gut auskennen und entsprechend die Umsetzung im Spiel geradezu wissenschaftlich diskutieren.

Bis auf Weiteres scheint ›World of Tanks‹ das am besten auf den modernen Berufstätigen und sein Bedürfnis nach Arbeit und Hobby gleichermaßen abgestimmte Spiel zu sein.

| JULIAN KÖCK