

SAE Institute Frankfurt am Main

Facharbeit

Social Casual Games - Spiele im Internet

fertiggestellt am 10.08.2011

Alexander Triesch
SAE Institute Frankfurt
Webdesign and Development
WDDF910

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	Seite 1
2. Browsergames	Seite 3
2.1 Entwicklung von Browsergames	Seite 5
3. Casual Games	Seite 9
3.1 Entwicklung von Casual Games	Seite 14
3.2 Vertriebswege	Seite 17
4. Soziale Netzwerke	Seite 20
4.1 Facebook	Seite 21
4.2 VZ Netzwerke	Seite 22
4.3 MySpace	Seite 22
5. Social Games	Seite 24
5.1 Entwicklung von Social Games	Seite 29
5.2 Tutorials in Social Games	Seite 34
6. Monetarisierung von Social Games	Seite 39
6.1 Möglichkeiten der Monetarisierung	Seite 43
7. Resümee	Seite 47

Vorwort

Hiermit versichere ich, dass die Arbeit eigenständig angefertigt wurde und keine anderen Quellen, als die in der Facharbeit angegebenen verwendet wurden.

Stellen der Facharbeit, die im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt aus anderen Werken übernommen wurden, habe ich durch genaue Quellenangabe kenntlich gemacht.

Verwendete Online Quellen werden ebenfalls vollständig nachgewiesen.

Name: _____

Ort, Datum, Unterschrift: _____

Glossar entsprechende Wörter im Text sind bei erstem Vorkommen mit einem * gekennzeichnet

Plugin <http://de.wikipedia.org/wiki/Plug-in>

Ein Plugin ist ein Computerprogramm, das in ein anderes Softwareprodukt „eingeklinkt“ wird und damit dessen Funktionalität erweitert.

statische HTML Seiten http://www.i-con.de/statische_html_seiten.html

Als statische HTML-Seiten werden Webseiten bezeichnet, deren Inhalte für die Anzeige nicht aus einer Online-Datenbank gelesen und vom Webserver zur sichtbaren Seite zusammengesetzt werden müssen. Es sind ganz normale HTML-Dateien.

CSS Stylesheets <http://de.wikipedia.org/wiki/Stylesheet>

Ein Stylesheet ist am ehesten mit einer Formatvorlage zu vergleichen. Grundidee hierbei ist die Trennung von Information (Daten) und Darstellung. Das Stylesheet interpretiert die zugewiesenen Daten (Text, Tabellen, Grafiken etc.) und formatiert sie (z. B. für die Bildschirmausgabe) entsprechend den vorgegebenen Regeln. Mit Stylesheets ist in höherem Maße eine Arbeitsteilung möglich, als das früher z. B. bei HTML und eingebetteten Formatierungsbefehlen möglich war.

DHTML http://de.wikipedia.org/wiki/Dynamic_HTML

Die Begriffe DHTML, dynamisches HTML (engl. dynamic HTML) oder auch DOM-Scripting bezeichnen bestimmte Webdesign-Methoden, bei denen während der Anzeige einer Webseite diese selbst, ausgelöst durch Benutzereingaben, verändert wird.

AJAX http://de.wikipedia.org/wiki/Ajax_%28Programmierung%29

Ajax ist ein Apronym für die Wortfolge „Asynchronous JavaScript and XML“. Es bezeichnet ein Konzept der asynchronen Datenübertragung zwischen einem Browser und dem Server. Dieses ermöglicht es, HTTP-Anfragen durchzuführen, während eine HTML-Seite angezeigt wird, und die Seite zu verändern, ohne sie komplett neu zu laden.

Applet <http://lexikon.martinvogel.de/applet.html>

Verniedlichungsform des Wortes "Applikation". Applets sind kleine Programmchen, die, oft in HTML-Seiten eingebunden, eng umgrenzte Aufgaben erfüllen, zum Beispiel kleinere Berechnungen anstellen, Diagramme zeichnen oder Formulare auswerten.

Applets sind üblicherweise in der Sprache Java geschrieben. Risikofreudige Anwender lassen auch ActiveX-Applets auf ihre Computer los.

JOGL <http://de.wikipedia.org/wiki/JOGL>

Java Bindings for OpenGL (JOGL) ist ein im Jahr 2003 durch die Zusammenarbeit von Sun Microsystems und SGI geschaffenes Open-Source Projekt. Ursprünglich wurde es von Kenneth Russell und Chris Kline begonnen. Ziel von JOGL war es, dass so die Spielindustrie auf die Programmiersprache Java bei Spielentwicklungen zugreift, da es vorher keine Unterstützung für OpenGL gab. OpenGL stellt einen Standard für die Umsetzung von 2D und 3D Applikationen dar. Mithilfe von JOGL können die Javaprogrammierer nun auf alle Funktionen von OpenGL und OpenGL ES, sowie deren Erweiterungen zugreifen.

OpenGL <http://de.wikipedia.org/wiki/OpenGL>

OpenGL (Open Graphics Library) ist eine Spezifikation für eine plattform- und programmiersprachenunabhängige Programmierschnittstelle zur Entwicklung von 2D- und 3D-Computergrafik. Der OpenGL-Standard beschreibt etwa 250 Befehle, die die Darstellung komplexer 3D-Szenen in Echtzeit erlauben.

.Net Umgebung <http://de.wikipedia.org/wiki/.NET>

.NET bezeichnet eine von Microsoft entwickelte Software-Plattform zur Entwicklung und Ausführung von Anwendungsprogrammen. Eine zunehmende Anzahl von Programmen benötigt .NET als Unterbau, um überhaupt ausgeführt werden zu können. .NET besteht aus einer Laufzeitumgebung (in der die Programme ausgeführt werden) sowie einer Sammlung von Klassenbibliotheken, Programmierschnittstellen und Dienstprogrammen (*Services*). Es bietet dem Programmierer viele Lösungen für Standard-Aufgaben an, so dass er nur noch die eigentlichen Programmfunktionen erstellen muss.

Publisher <http://de.wikipedia.org/wiki/Publisher>

Ein ist ein Unternehmen, das Computerspiele oder Computerprogramme veröffentlicht und vertreibt.

virale Kanäle http://de.wikipedia.org/wiki/Virales_Marketing

Virales Marketing ist eine Marketingform, die soziale Netzwerke und Medien nutzt, um mit einer meist ungewöhnlichen oder hintergründigen Nachricht auf eine Marke, ein Produkt oder eine Kampagne aufmerksam zu machen.

Roadmap <http://de.wikipedia.org/wiki/Roadmap>

Die Roadmap ist ein populäres Synonym für eine Strategie oder einen Projektplan.

API <http://de.wikipedia.org/wiki/Programmierschnittstelle>

Eine Programmierschnittstelle (englisch *application programming interface (API)*, deutsch „*Schnittstelle zur Anwendungsprogrammierung*“) ist ein Programmteil, der von einem Softwaresystem anderen Programmen zur Anbindung an das System zur Verfügung gestellt wird.

htaccess <http://de.wikipedia.org/wiki/Htaccess>

.htaccess (engl. *hypertext access* „Hypertext-Zugriff“) ist eine Konfigurationsdatei, in der verzeichnisspezifische Einstellungen auf NCSA-kompatiblen Webservern (z. B. Apache) vorgenommen werden können.

Funnel <http://de.wikipedia.org/wiki/Funnel>

Trichterwolke

Conversion Rate http://de.wikipedia.org/wiki/Konversion_%28Marketing%29

Konversion oder auch eingedeutscht Conversion ist ein Fachausdruck im Marketing und bezeichnet die messbare Erreichung des Ziels der Marketingmaßnahme.

Cross Promotion <http://de.wikipedia.org/wiki/Cross-Promotion>

Cross-Promotion ist eine Sonderform der Promotion, bei der mindestens zwei Werbetreibende gemeinsam Kommunikationsmaßnahmen durchführen und eine einheitliche Botschaft an eine für beide bzw. alle interessante Zielgruppe transportieren. Auf diesem Weg lassen sich Werbekosten teilen, bzw. es kann ein größeres Werbevolumen realisiert werden und man profitiert von dem Image des bzw. der anderen Werbetreibenden.

Revenue-Share Modell http://de.wikipedia.org/wiki/Affiliate_%28Partnerprogramm%29

Affiliate-Systeme sind eine internetbasierte Vertriebslösung, bei der meistens ein kommerzieller Anbieter seine Vertriebspartner erfolgsorientiert durch eine Provision vergütet. Der Produkthanbieter stellt hierbei seine Werbemittel zur Verfügung, die der *Affiliate* auf seinen Seiten zur Bewerbung der Angebote des Kooperationspartners verwenden oder über andere Kanäle (z. B. Keyword-Advertising, E-Mail-Marketing) einsetzen kann.

Persistent http://de.wikipedia.org/wiki/Persistente_Welt

Eine persistente Welt ist eine **virtuelle** Welt, die in gewissen Teilen an eine reale Welt angelehnt ist und dauerhaft, zu jeder Zeit (zumindest prinzipiell), für den Spieler zugänglich ist.

Abstract

Mit Beginn des Internetzeitalters entwickelten Hobby Entwickler die ersten Browsergames. Mithilfe fortschreitender technologischer Mittel, entwickelten sich aus den Browsergames die Casual Games, die besonders Gelegenheitsspieler ansprechen sollen. Mit dem rasanten Aufstieg von Facebook, dessen Nutzerzahlen immer weiter in die Höhe schnellen, entwickelten sich die Social Games. Diese Spiele werden sogar von sonst Nichtspielern gespielt und haben eine rasante Entwicklung genommen, welche die Entwicklung neuer Spielkonzepte und Monetarisierungsmethoden unausweichlich macht.

1. Einleitung

Das Spiel als solches, wie man es seit den Anfangstagen von „Pong“ kennt, hat sich bis heute, wo so erfolgreiche Blockbuster wie „GTA4“ oder „Need for Speed“ mit Spielen verbunden werden, drastisch verändert.

Waren es zu Beginn einst die Heimcomputer, folgten im Anschluss die ersten Heimkonsolen, die der heutigen Generation, bestehend aus der Wii von Nintendo, Sonys Playstation 3 und Microsofts Xbox 360, vorausgingen.

Das Internet hat sicher einen Großteil dazu beigetragen Spielen zu mehr Aufmerksamkeit zu verhelfen. Neue Arten von Spielen sind zum Teil mit bahnbrechendem Erfolg daraus hervorgegangen.

Das Ziel mit dieser Facharbeit zum Thema „ Social Casual Games – Spiele im Internet“ ist es, die Entwicklung von Spielen von den Anfangstagen der Browsergames bis zur Gegenwart zu beleuchten, zurück zu blicken und herauszufinden, was verschiedene Arten von Spielen voneinander unterscheidet.

Zu Beginn der Hauptthematik stehen Browserspiele und deren Entwicklung im Fokus. Was macht ein Browserspiel aus, wie kommt man als Spieler an solche und von wem werden sie mit welchen Technologien entwickelt?

Der folgende Abschnitt widmet sich Gelegenheitsspielen, auch Casual Games genannt, die sich innerhalb einer recht kurzen Zeitspanne als fester Bestandteil innerhalb der Spielelandschaft etablieren konnten. Doch was sind diese Spiele für jedermann und worin unterscheidet sich deren Spielmechanik im Gegensatz zu anderen Spielen?

Da soziale Netzwerke immer öfter auch für den spielerischen Zeitvertreib genutzt werden, stelle ich einige Ableger dieser Gattung vor und gehe kurz auf die Erfolgsfaktoren dieses neuen Trends im Internet ein.

Der neuste Trend sind Social Games, die innerhalb der sozialen Netzwerke mittlerweile von Millionen Nutzern gespielt werden.

Im Abschnitt über Social Games, geht es um den Unterschied dieser neuen Form von Spielen auf der einen, sowie „klassischen“ oder Casual Games auf der anderen Seite. Was macht diese neue Form des Spielens auch bei sonst zum Großteil Nichtspielern so populär und erfolgreich?

Zum Schluss widme ich mich den Fragen wie sich der Erfolg von Social Games, im Rahmen der Monetarisierung zu Geld machen lässt und welche Zielgruppe Social Games eigentlich ansprechen.

2. Browser Games¹

Wie viele andere Technologien, begannen auch die Browsergames als Experiment einiger Hobby Entwickler und konnten sich mit der Zeit zu einem handfesten Geschäftsfeld entwickeln.

Mit der zunehmenden Verbreitung von Web Browsern und dynamischem Content, entwickelte sich das Internet Mitte der neunziger Jahre zu einer interessanten Plattform für Spiele.

Als erstes Browserspiel wird SOL (www.freeport.de/Sol)² angesehen.

An Animationen oder Javascript (Vgl. 2.1 Entwicklung von Browser Games) war damals noch nicht zu denken.

So richtig in Fahrt kamen Browsergames dann ab der Jahrtausendwende. Immer mehr Hobby Entwickler wurden auf PHP (Vgl. 2.1 Entwicklung von Browser Games) aufmerksam und entwickelten damit ihre Spiele.

Anders als bei „klassischen Spielen“ oder Client-basierten Online Spielen (Vgl. 2.1 Entwicklung von Browser Games), ist bei Browsergames weder der Kauf des Datenträgers noch ein Download erforderlich. Die Spiele können direkt im Internetbrowser gespielt werden.

Besonders zu Beginn der Browsergames-Ära führte dies zu einem größtenteils kostenlosen Angebot.

Der Markt der Browsergames ist im Vergleich zu Vollpreis PC Titeln viel weiter gestreut. Vom ein-Mann-Hobby-Projekt, bis hin zu Projekten, an denen mehr als 50 Entwickler beteiligt sind, ist nahezu alles vertreten.

Einige Entwickler wie etwa Gameforge (<http://www.gameforge.de>), haben sich auf dem Markt der Browsergames etabliert und unterhalten in mehreren Spielwelten wie z.B. „oGame“, (das sogar auf Zeitweise 2 Millionen registrierte Spieler brachte⁴) einige hunderttausend Spieler.

In neue Verbreitungsdimensionen vorgestoßen, sind Browsergames mit dem Start von Bigpoints Spiele-Portal (<http://www.bigpoint.de>), das mit über 211³ Millionen registrierten Benutzern ein wesentlich breiteres Feld abdeckt, als die meisten ähnlichen Seiten.

Darüber hinaus tummeln sich zahlreiche Spiele freier Entwickler im Netz, unter denen sich neben den Klonen erfolgreicher Klassiker auch immer mal wieder der ein oder andere Geheimtipp wiederfindet.

Browsergames haben sich aus der Nische, aus der sie gekommen sind, zu einer ernst zu nehmenden Alternative entwickelt, mit denen man Geld sparen und trotzdem durchaus gut unterhalten werden kann.

Außerdem kann man sie als die Vorgänger von Casual und Social Games bezeichnen, auf die im späteren Verlauf dieser Facharbeit näher eingegangen wird.

¹ Vgl. dazu auch Orthbandt, GameStar/dev Ausgabe: 04/2007, S. 20 ff.

² Vgl. dazu auch http://de.wikipedia.org/wiki/Freeport.de_SOL

³ Vgl. dazu auch <http://www.bigpoint.de>

⁴ Vgl. dazu auch <http://de.wikipedia.org/wiki/OGame>

3. Casual Games

Fragt man verschiedene Entwickler nach Ihrer Definition eines Casual Games, erhält man unterschiedliche Aussagen, hier einige Beispiele:

⁶ „Casual Games sind familienfreundliche Spiele, die eine riesige Zielgruppe ansprechen, nämlich jeden. Im Allgemeinen unterteilen wir Casual Games in vier Kategorien: Puzzle, Wortbildungsspiele (im Stil von Scrabble), Quiz Spiele und simple Actionspiele. Jeder muss ein Casual Game sofort verstehen und spielen können, unabhängig von seinen Computer- oder Spiele-Kenntnissen.“

Cathy Orr European PR Director bei PopCap

⁷ „Casual Spiele sind für uns unabhängig von Ort und Zeit spielbar. Die Welt, in der sich der Spieler bewegt, ist persistent, mit Hunderttausenden von anderen Spielern bevölkert und „dreht“ sich in Echtzeit. Der Zeitaufwand ist von der persönlichen Spielleidenschaft abhängig, oft reicht schon eine Dosis von ein paar Minuten täglich.“

Klaas Kersting, CEO der Gameforge AG

⁸ „Ein Casual Game bietet einen schnellen Einstieg in ein einfaches Spielgeschehen. Der Verkaufspreis eines Casual Games ist wesentlich niedriger als der eines Vollpreisspiels. Ein Casual Game sollte auch auf einem Älteren Rechner laufen. Die Systemvoraussetzungen sind somit relativ niedrig.“

Frauke Petri, Lead Game Designer bei Kritzelkratz 3000

⁹ „Alle Spiele, die kein großes Zeit-Investment benötigen – sowohl beim Lernen und Verstehen als auch beim Spielen selbst.“

Brian Reynolds, CEO und Creative Director bei Big Huge Games

Man kann also festhalten: Casual Games sind kurzweilige Spiele für jedermann, die niedrige Anforderungen an die Hardware stellen und das Portmonee des Spielers nicht allzu stark belasten. Der Spieler braucht nicht über Vorkenntnisse zu verfügen und die Spiele eignen sich sowohl für eine kurze Runde zwischendurch als auch zum ausgiebigen Zeitvertreib am Wochenende.

Ein Beispiel für solche Spiele stellt der Allzeitklassiker Tetris dar, das sich seit seiner Veröffentlichung 1988 zu einem Allzeit Hit entwickelt hat und das für nahezu jede Plattform in irgendeiner Art und Weise erhältlich ist.¹⁰

Auch das Spiel „Bust-A-Move“ ist ein gutes Beispiel, das 1994 von Taito erstmals für Heimkonsolen veröffentlichte Spielkonzept, feiert ganz aktuell in Form des Spiels „Bubble Island“ auf Facebook mit monatlich 8,7 Millionen Spielern eine Art Auferstehung.¹¹

^{67 89} Vgl. dazu auch /GameStar/dev Magazin, 04/2007, S. 14 ff.

¹⁰ Vgl. dazu auch <http://de.wikipedia.org/wiki/Tetris>

¹¹ Vgl. dazu auch http://en.wikipedia.org/wiki/Puzzle_Bobble &
<http://www.browsergamespielen.de/news/37-wooga-social-games-erfolgreicher-electronic-arts.html>

Das vorangegangene Beispiel zeigt es schon, Casual Games findet man in den verschiedensten Formen.

Während manche Entwickler Ihre Spiele zuerst in einer kostenlosen Version auf ihrer Webseite zum Download bereit stellen, um dem Spieler im Anschluss hieran die Vollversion schmackhaft zu machen, gehen andere Entwickler einen komplett anderen Weg.

Denn ebenfalls zur Riege der Casual und Browsergames, zählen Free-to-Play MMO RPG's also frei spielbare Online Rollenspiele, die spielerisch stark an „World of Warcraft“, erinnern. In diesen können viele Spieler als Teil einer großen Welt gemeinsam spielen. Hierfür ist jedoch meist der Download eines Spiel Clients auf den eigenen PC erforderlich.

Zudem findet man etliche von Hobby Entwicklern ins Netz gestellte Casual Games, aus denen zuweilen auch mal der ein oder andere Independent Hit hervorsticht.

Und nicht nur für den PC sind Casual Games erhältlich, auch auf Sonys Playstation3, Microsofts Xbox360 sowie auf Nintendos Wii, stehen in den Plattform Exklusiven Online Stores etliche Casual Games den Spielern zum Download bereit.

Durch die von Nintendo mit der Wii eingeführte und von Microsoft (Kinect) und Sony (Playstation Move) für ihre Plattformen übernommene Bewegungssteuerung finden Spiele für Gelegenheitsspieler inzwischen auch immer häufiger Ihren Weg in die Regale der Händler.

Auch im aktuell boomenden Smartphone Markt spielen Casual Games unter anderem in Apples „App Store“ eine wichtige Rolle.

Das PopCap Spiel „Plants vs. Zombies“ beispielsweise wurde auf Apples iPhone in den ersten 9 Tagen 300.000 mal heruntergeladen, zu einem Preis von 2.39 €.¹²

Auch das Spiel „Angry Birds“ (iPhone, iPad, Android) zeigt mit 10 Million Downloads innerhalb von 10 Monaten, zeigt welche Stellung Casual Games im Mobile Markt genießen¹³

Casual Games haben sich mittlerweile in allen Bereichen, sei es auf dem PC, auf Konsolen, Mobilien Plattformen oder auch in sozialen Netzwerken als ein fester Bestandteil innerhalb der riesigen Spielelandschaft etabliert.

¹² Vgl. dazu auch <http://www.app-store-apps.de/allgemein/plants-vs-zombies-300-000-mal-verkauft/>

¹³ Vgl. dazu auch http://de.wikipedia.org/wiki/Angry_Birds

Bis 2009 betrug das Wachstum im Bereich der Casual Games 25 %, worin Mobile Games, iPhone Apps und Spiele auf Facebook schon mit eingerechnet sind. Dabei entfiel auf mobile Geräte fast ein Drittel des Umsatzes (Tendenz steigend). Ein weiteres Drittel steuerten Free-to-Play Titel, vor allem aus dem asiatischen Markt bei, sodass der Umsatz mit dem Geschäft klassischer Casual Spiele auf PC und Konsolen eher recht bescheiden ausfällt.¹⁴

Jedoch kann auch festgestellt werden, dass Casual Games Neuerscheinungen auf dem PC sich allzu häufig denselben Spielmechaniken widmen. Click Management Spiele wie „Diner Dash“ sowie immer mehr Karten oder Wortbildspiele prägen das Bild von Social Games.

Daraus resultiert die Tatsache, dass sich immer mehr Casual Games sowohl was die Spielmechanismen, als auch den Stil angeht, extrem ähneln.

Casual Games von kleinen unabhängigen Entwicklern, die Clevere Ideen austesten wollen, werden in den seltensten Fällen groß beworben. Und wenn man solche Spiele findet, dann eher abseits des etablierten Casual Marktes, auf dem sich mit der Zeit Mechanismen etabliert haben, die klar durchstrukturiert sind und von einem Großteil der Entwickler angewendet werden.

Welche Mechanismen das sind und welche Besonderheiten es bei der Entwicklung von Casual Games gibt, davon handelt der kommende Abschnitt.

¹⁴ Vgl. dazu auch Lassmann, Making Games Ausgabe: 04/2010, S. 51 ff.

5. Social Games

Durch den Erfolg von Facebook hat sich das Nutzerverhalten im Internet innerhalb kürzester Zeit drastisch verändert. Waren mit Spielen früher durchweg Hardcore Titel auf dem PC und Konsolen gemeint, welche den Spieler durch Ihre komplexen Spielmechanismen Tage oder gar Wochen in Ihren Bann zogen, ist dies seit Facebook Vergangenheit.

Spiele auf Facebook bringen alle Menschen zum Spielen.

Wie bereits zuvor erwähnt (vgl. 4.1 Facebook) nutzen die 750 Millionen bei Facebook registrierten Nutzer rund 20 Millionen Apps pro Tag, wovon ein großer Teil auf Spiele entfällt. Rund 53 % der auf Facebook angemeldeten Benutzer spielen auch Spiele und 20 % haben schon für Inhalte in Spielen bezahlt.²¹

Der Erfolg von Social Games ist so enorm, das auch etablierte Größen aus der „klassischen“ Spieleentwicklung auf den Zug mit aufspringen, um einen Teil des Kuchens abzubekommen.

So übernahm Electronic Arts (EA) im September 2009 für 400 Millionen US-Dollar den britischen Social Games Hersteller Playfish und katapultierte sich mit diesem Zukauf auf einen Schlag auf Platz zwei unter den Top Entwicklern auf Facebook.²²

Im Juli 2011 sorgte EA mit der Übernahme von PopCap für 750 Millionen Dollar erneut für Aufsehen, nachdem EA mit 32 Millionen Spielern im Juni 2011 hinter Zynga (262 Millionen) und Wooga (33 Millionen) nur noch den dritten Platz unter den Entwicklern auf Facebook belegte.²³

Durch den Kauf von Pop Cap verfügt man bei EA nun über so begehrte Lizenzen wie die der „Bejeweled“ Reihe oder „Plants vs. Zombies“.

Im Juli lag EA mit über 29 Millionen Spielern sogar nur noch auf Platz sieben, für ein Unternehmen wie Electronic Arts, das im Bereich der klassischen Spieleentwicklung eine Spitzenposition (unter anderem mit den erfolgreichen Vertretern ihrer Sport Spiele wie „Fifa“) einnimmt, kann dies natürlich nicht der Anspruch sein.²⁴

Dies zeigt jedoch auch, wie schwer es selbst für Branchengrößen aus der „klassischen“ Spieleentwicklung ist, sich auf Facebook zu behaupten.

²¹ Vgl. dazu auch <http://www.pcgames.de/Facebook-Firma-215528/News/Facebook-927000000-Stunden-Spielzeit-pro-Monat-Social-Gaming-Statistik-erschiene-795027/galerie/1448331/?fullsize>

²² Vgl. dazu auch Bergmann, Making Games Ausgabe: 04/2010, S. 10

²³ Vgl. dazu auch <http://www.spiegel.de/netzwelt/games/0,1518,774105,00.html>

²⁴ Vgl. dazu auch <http://appdata.com/>

Aber was macht diese Spiele auf Facebook so besonders, das selbst Branchengrößen aus der „klassischen Spieleentwicklung“ in den Markt drängen und was unterscheidet Sie von „klassischen Spielen“ oder Casual- und Browser Games?

Wichtig ist zu Beginn einmal die Unterscheidung zwischen Casual Games (z.B. „Bejeweled“) und Social Apps (z.B. „Friends for sale“) auf der einen Seite und „komplexeren“ Spielen wie beispielsweise „Farmville“ oder „Mafia Wars“ auf der anderen Seite.

Eines der größten Vorurteile gegenüber Facebook Spielen lautet noch immer: „Casual Games sind gar keine echten Spiele“.

Spiele auf Facebook sind generell einfach gestrickt sowohl was die Grafik als auch das Spielprinzip anbelangt.

Spielen ist ein Grundbedürfnis, das in jedem Menschen verankert ist, somit besteht auch ein Bedarf an Spielen für Gelegenheitsspieler die nicht regelmäßig Hardcoretitel wie „GTA4“ spielen und genau diesen Bedarf wollen Casual Games decken, was Ihnen auch auf beachtliche Weise gelingt.

Monat für Monat Spielen auf Facebook in etwa so viele Spieler Social Games wie es verkaufte Konsolen von Playstation 1,2,3, Nintendo Wii, Xbox und Xbox360 zusammen gibt.²⁵

Im Juli 2011 erreichten alleine die beiden Top Titel („CityVille“ und Empires & Allies beide von Zynga) auf Facebook eine Zahl von 122 939 602 Spielern.²⁶

Die beliebtesten Spiele auf Facebook wie etwa das Farming Spiel „Farmville“ vom Entwickler Zynga oder das Spiel „CityVille“ vom selben Entwickler nutzen ein recht einfaches und leicht verständliches Spielprinzip.

Im Spiel "Farmville" baut der Spieler beispielsweise etwas auf seiner Farm an, wartet dann eine gewisse Zeit und holt sich später seine Erträge ab. Diese Erträge können im Anschluss daran dazu genutzt werden, um die eigene Farm auszubauen oder um Upgrades, besondere Items oder Dekorationen zu erhalten.

Dieses kurzweilige Spielprinzip stellt so gut wie keine Ansprüche an den Spieler, erfordert wenig Zeit und lässt sich somit auch gut in den Alltag integrieren.

²⁵ Vgl. dazu auch Bergmann, Making Games Ausgabe: 04/2010, S. 10

²⁶ Vgl. dazu auch <http://appdata.com/>

Da ein Großteil der Spieler von Social Games weiblich ist, gilt es auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe ganz besonders einzugehen.

Eine beliebte Möglichkeit auf diese Zielgruppe einzugehen ist es dem Spieler bzw. der Spielerin Individualisierungsmöglichkeiten innerhalb des Spiels zu geben. Das heißt, gewisse Spielelemente oder spezielle Items anzubieten, mit denen man seine eigene kleine individuelle Welt erschaffen kann, die sich von der Welt einer Freundin oder der Nachbarin unterscheidet.

In Spielen wie „Petville“, welches ebenfalls vom Entwickler Zynga stammt ist das Ziel des Spiels beispielsweise ein kleines Wesen zu pflegen, es zu versorgen und ihm ein schönes Zuhause mit immer neuen Items aus dem virtuellen Shop zu schaffen.

Häufig wird der Spieler durch Charaktere innerhalb des Spiels emotional an dieses gebunden, Spielfiguren die den Spieler durch das gesamte Spiel begleiten, können zuweilen zu einer engen persönlichen Bindung zu dem jeweiligen Spiel führen.

Auch die viralen Kanäle* auf Facebook sind wie geschaffen, um Spiele zu verbreiten und in den Köpfen der Spieler zu verankern. Der Spieler soll dazu angeregt werden, Einladungen an Freunde zu verschicken, ihnen Erfolge im Spiel mitzuteilen und in diesem Verhalten einen Nutzen zu sehen, das Spiel belohnt den Spieler oft für virale Aktivitäten, beispielsweise mit virtuellen Gegenständen.

All das zeigt, Social Games haben das Spielen grundlegend verändert und begeistern auf Facebook sogar Zielgruppen, die sonst nicht zu den klassischen Spielern zählen.

Im nächsten Abschnitt dreht sich nun alles um die Entwicklung und den damit einhergehenden Herausforderungen, die diese an die Entwickler stellt.

Informationen basieren auf: Bergmann, Making Games Ausgabe: 04/2010, S. 10

Schmidt, Making Games Ausgabe: 04/2010, S. 51 ff.

7. Resümee

In der vorangegangenen Facharbeit zum Thema Social Casual Games habe ich die Entwicklung des Browser Spiels, von den Anfängen bis zur Gegenwart, in der Social Games in sozialen Netzwerken wie Facebook der letzte Schrei sind, beleuchtet.

Mit Erscheinen der ersten Browsergames, begann sich das Spielen langsam zu wandeln. Kleine Spiele im Internet, oft auch von Hobby-Entwicklern, erfuhren eine steigende Aufmerksamkeit und aus den kleinen Browsergames entwickelte sich ein ernsthaftes Geschäftsfeld.

Aus den Browsergames gingen mit der Zeit die Casual Games hervor, Spiele für jedermann, die keinen großen Zeitaufwand verschlingen und unkomplizierten Spaß auch für unerfahrene Spieler bieten, Gelegenheitsspiele.

Im Gegensatz zu der Entwicklung klassischer Spiele, geht Casual Games eine deutlich kürzere Entwicklungszeit voraus und sie benötigen ein geringeres Budget. Dadurch haben die Entwickler mehr Raum für kreative Experimente, jedoch ist der Markt der Casual Games hart umkämpft.

Dieser Kampf findet seine Verbreitung häufig in der Digitalen Distribution im Internet, auch wenn immer noch eine große Anzahl von Casual Games in den Regalen der Händler zu finden ist.

Ebenfalls im Internet findet man soziale Netzwerke, sie verbinden Millionen von Menschen miteinander und besonders Facebook konnte in jüngerer Vergangenheit einen Siegeszug der seines gleichen sucht, verbuchen.

Auch zum großen Teil durch Facebook hat sich das Spielen ein weiteres Mal verändert. Social Games verstehen sich eher als Dienstleistung denn als Spiele und verbuchen immer neue Rekorde bei den Spielerzahlen.

Sogar große Entwickler aus der klassischen Spieleentwicklung drängen in den Markt, müssen jedoch einsehen, dass die Entwicklung auf Facebook etwas anderes ist als die Entwicklung eines klassischen Spiels.

Neben den besonderen Anforderungen, welche die Entwicklung eines Social Games in Sachen Gameplay erfordert, gibt es auch auf Plattformseite von Facebook Besonderheiten, die man als Entwickler beachten sollte.

Eine wichtige Rolle in Social Games nehmen die ersten fünf Minuten eines Spiels ein. Tutorials sollen den Spieler nicht nur in die Spielmechanik einführen und ihm einen Anreiz bieten das Spiel im Bestfall täglich zu spielen, sie sollen den Spieler auch an die Monetarisierung heranführen.

Die Monetarisierung in Social Games erfolgt zum Großteil durch so genannte Micro Transactions, Spieler kaufen Inhalte in Spielen für kleine Geldbeträge. Durch die Summe der Transaktionen welche die Spieler tätigen, verdienen die Entwickler von Social Games an ihren Spielen.

Social Games nutzen die sich Ihnen bietenden Möglichkeiten und schaffen das woran „klassische“ Spiele oft scheitern, neue Zielgruppen zu erschließen, die aus der Ecke der Nicht Spieler kommen.

Mit der Zeit haben sich Spiele immer wieder verändert, sie entstanden ursprünglich aus der Militärforschung der Nachkriegszeit, fanden danach zuerst den Weg über Automaten in die Spielhallen und setzten Ihren Siegeszug dann auf den Heimkonsolen und dem PC fort.

Mit der fortschreitenden Verbreitung des Internets entwickelten sich zu Beginn die ersten Browsergames, aus denen schließlich die Casual Games und daraufhin die Social Games das Spielen zu etwas anderem machten als man es zuvor kannte.

Spiele auf Facebook stehen noch ganz am Anfang, die Entwickler vertrauen auf etablierte Mechanismen, die sich bereits in vorherigen Spielen bewährt haben, weshalb sich viele Spiele auf Facebook ähnlich anfühlen.

So wie jede Konsolengeneration ihre Besonderheiten aufweist, entwickeln sich auch Spiele, die nicht den Anspruch haben, sich im Markt der „Hardcore“ Titel zu etablieren, immer weiter.

Durch Entwicklung und Etablierung neuer technologischer Standards wie HTML5 oder Unity3D, könnte die nächste Generation der Social Games schon bald kommen. Wie schnell sich Dinge in der Spieleentwicklung ändern können, hat uns die Vergangenheit bereits gezeigt: oder wer hätte im Jahr 2006 schon gedacht das Social Games im Jahr 2011 klassische Spiele anhand der Nutzerzahlen weit abgehängt haben?

Was die Zukunft bringt und wohin sich Spiele in den kommenden Jahren entwickeln, wird sich erst noch zeigen. Ausschließen sollte man nichts, denn Spielraum ist im Jahr 2011 sowohl auf dem PC Markt, den Konsolen und Handhelds, Online im Internet oder in Form Mobiler Plattformen, reichlich vorhanden.