

# Auf dem fliegenden Teppich in die Welt?

Spieleentwicklung und Spielmarkt im Iran. *Von Stefan Piasecki*

Unter den weltweit bedeutenden Märkten für Computer- und Videospiele erscheint die Islamische Republik Iran nicht unmittelbar einen bedeutenden Rang einzunehmen, auch als Entwicklungsstandort gilt er nicht als allererste Adresse. Die Spuren, die die iranische Spieleindustrie auf internationalem Parkett hinterlässt, sind auf den ersten Blick schwach und undeutlich. In den Game Studies, die sich wissenschaftlich mit Entwicklung und Analyse von Computer- und Videospiele befassen, stellen iranische Autoren und Wissenschaftler eine Minderheit dar. Dennoch gibt es auch im Iran, ähnlich wie im Westen, eine ganze Reihe von Untersuchungen zu Auswirkungen von Computerspielen auf jugendliche Spieler oder Kinder. Das Thema ist dort demnach in vielen Bereichen präsent. Bei näherer Beschäftigung mit dem Iran als Markt und Standort werden bald auch Details deutlich, die eine gänzlich andere Sprache sprechen als die bislang noch eher unscheinbaren Auftritte des 2008 gegründeten iranischen Spieleverbandes Iran Computer & Video Games Foundation (IRCG) auf internationalen Großevents wie der Kölner Gamescom vermuten lassen. Schon die Auslage der überall in Teheran zu findenden und herrlich anachronistisch anmutenden Zeitungsstände zeigt neben Technik- oder Multimediagemagazinen zielgruppenorientierte Spielepublikationen, von denen das „Bazinama Magazine“ (bazinama.com) mit einer Auflage von rund 30 000 Exemplaren die bedeutendste ist.

Ein Besuch im Februar 2016 bei der IRCG in Teheran machte dann auch schnell deutlich, dass hier auf Weltniveau gedacht, geplant und entwickelt werden soll. Mehrdad Ashtiani vom Spieleverband IRCG und Reza Ahmadi, Leiter der 2009 gegründeten Entertainment Software Rating Association (ESRA), der

*Prof. Dr. Stefan Piasecki ist Professor für Soziale Arbeit an der CVJM-Hochschule Kassel sowie Jugendmedienschutzprüfer der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).*

iranischen Organisation, die die Altersfreigabe für Videospiele festlegt, verdeutlichten die Bemühungen der letzten Jahre, die Publishingaktivitäten im Iran zu bündeln, die Spieleentwicklung zu professionalisieren und durch ein Altersfreigabesystem das öffentliche Ansehen von Computerspielen zu verbessern. Das iranische System kann sich jedoch nicht auf ein Vorbild wie die deutsche Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) stützen, denn eine Filmprüfung findet im Iran wohl hinsichtlich moralischer und sozialer Desorientierung statt, eine Kennzeichnung erfolgt jedoch nicht.

Von Bedeutung ist das durchaus schon aus innerpersischen Gründen. Unter den 80 Millionen Einwohnern, von denen 38,5 Millionen aktive Internetnutzer sind, befinden sich 18 Millionen Gamer. Mit *cafebazar.ir* existiert eine lokale Plattform für die Verbreitung und den Verkauf von Inhalten. Bekanntere Spiele wie „Shadow Blade“ oder „Epics of Kings“ sind darüber hinaus mittlerweile auch auf iTunes oder in den Android-Playstores zu finden. International bekannt gewordene Titel sind „Rooster Wars“ oder „Garshasp“ – für den weltweiten Vertrieb gilt auch Steam als erfolgreiche Distributionsplattform. Der IRCG vertritt gegenwärtig 120 Entwicklungsstudios und vier Publisher. Die Entwicklungsteams bestehen meistens aus 10 bis 15 Personen und agieren in den allermeisten Fällen im Bereich des Mobile Entertainment, also der Produktion von Spielen, die auf tragbaren Endgeräten wie Tablets oder Mobiltelefonen abrufbar und spielbar sind. Weniger als zehn Studios konzentrieren sich ausschließlich auf klassische Computerspiele. Pro Jahr werden im Iran etwa 80 Spiele entwickelt, 90 Prozent davon für mobile Plattformen. Etwa 20 Prozent aller Beschäftigten in der iranischen Spieleindustrie sind Frauen, in einigen Firmen stellen sie sogar die Mehrheit.

*Etwa 20 Prozent aller Beschäftigten in der iranischen Spieleindustrie sind Frauen, in einigen Firmen stellen sie sogar die Mehrheit.*

Der Fokus auf die mobilen Plattformen ist bemerkenswert. So wie osteuropäische Spieleentwickler nach dem Fall des Eisernen Vorhangs die Ära der Heimcomputer übersprangen und gleich auf dem PC ins Geschäft kamen, wobei sie sehr schnell als Werkbank westeuropäischer Studios große Bedeutung erlangten und einige von ihnen mit ihren Spielen sogar weltweite Bekanntheit erringen konnten, überspringt auch die iranische Spieleindustrie gleich mehrere Generationen von Computern oder Spielekonsolen und drängt auf den mobilen Markt. Dies ist aus mehreren Gründen sinnvoll: Einerseits sind die Absatzzahlen mobiler Inhalte nach wie vor hoch. In Deutschland ist der

Umsatz mit virtuellen Inhalten und Mikrotransaktionen unter Umgehung der klassischen Ladengeschäfte bspw. von 2013 auf 2014 von 209 Millionen Euro auf 477 Millionen Euro gestiegen (BIU Jahresreport 2014, S. 7). Andererseits lassen sich Inhalte über diverse Onlineplattformen auch ungeachtet aller Beschränkungen, Embargos oder politischer Konflikte erstellen und verbreiten. Reza Ahmadi bestätigt, dass Spiele junge Leute beeinflussen, kulturelle Inhalte vermitteln und zudem große Umsätze und Gewinne ermöglichen – dies sei mit ein Grund, warum auch in hochrangigen Gesprächen zwischen Kultur- und Technologiebehörden mittlerweile die Spieleindustrie neben anderen Technologien größere Aufmerksamkeit genießt. Als ein weiterer Grund könnte gelten, dass aufgrund der internationalen Sanktionen in den letzten Jahren etwa 100 Milliarden US-Dollar international eingefroren waren und weitere inneriranisch gebun-

*Iranische Spieler unterscheiden sich in ihrem Geschmack kaum von westlichen Spielern. Am beliebtesten sind Casual Games, Action Games und Sportspiele.*

kerte Milliarden das Land als Investitionsmasse nicht verlassen konnten. Private Firmen wie Sarava Investment beginnen daher gerade, entsprechende Investitionsprogramme aufzulegen. Die iranische Spieleindustrie als profitträchtiges Gewerbe, das im Jahr 2015 Gesamteinnahmen von fast 186 Millionen US-Dollar verzeichnen konnte, mag so einen Teil des bislang zwangsweise geparkten Geldes aufgesogen haben.

Am beliebtesten im Iran sind die Genres der Casual Games und der Action Games gefolgt von Sportspielen. Iranische Spieler unterscheiden sich in ihrem Geschmack nicht wesentlich von westlichen Spielern. Allerdings erlaubt eine nationale Spieleproduktion die Verarbeitung eigener Stoffe aus einer mehr als 6000-jährigen Zivilisationsgeschichte, die in westlichen Produktionen keinen Widerhall findet. Historische Themen und Personen der islamischen und vorislamischen Epochen stellen somit wie im Fall des Spiels „Garshasp“ wichtige Sujets von Hintergrundgeschichten und Handlungen dar. Spiele wie „Glory Days“ arbeiten Ereignisse des Iran-Irak-Krieges der 1980er Jahre auf und gestatten so einen Blick in die jüngere iranische Geschichte aus Sicht der Betroffenen selbst. Auch im Iran sind Spiele demnach wichtige Träger kollektiver Deutungsmuster. Die Bedeutung iranischer Lyrik, die in der Gesellschaft insgesamt eine hohe Akzeptanz besitzt, findet sich in Titeln wie „Hate the Sin, Love the Sinner“ wieder, doch auch „Garshasp“ oder „Epic of Kings“ basieren auf den epischen Erzählungen wichtiger persischer Poeten.

Um den Nachwuchs zu fördern, bildet der IRCG mit dem hauseigenen Iran Game Development Institute eigenen Nachwuchs aus. Die 2011 gegründete Abteilung bietet drei Ausbildungsgänge mit einer Dauer von je vier Semestern an: Art, Design und Programming. Diese sind nicht kombinierbar, Interessenten müssen sich demnach für einen der Ausbildungsgänge entscheiden. Daneben werden Workshops angeboten. Als Ausbilder fungieren hier nach eigenen Angaben Entwickler und Künstler der führenden Spieleentwickler. Die sich formierende iranische Spieleindustrie schult und formt somit ihren eigenen Nachwuchs.

Im Rahmen von „Game Jams“, die 24 bis 48 Stunden dauern können, setzen sich Entwickler in einem begrenzten Zeitraum einer Neuentwicklung aus und stellen ihre Fähigkeiten auf die Probe. Internationale Lehrbücher werden angeschafft und zur Verfügung gestellt, bisweilen sogar auf Farsi übersetzt. Es bleibt zunächst unklar, inwieweit es sich hierbei um autorisierte Übersetzungen handelt. Bei Lokalisierungen von Spielen jedenfalls werden bisweilen potenziell anstößige Teile durch Eingriffe in den Programmcode entfernt, wie der IRCG freimütig einräumt, denn sonst ließen sich diese Spiele auf dem iranischen Markt nicht verkaufen. Die Genehmigung der Rechteinhaber würde hierfür ebenso wenig eingeholt wie man Lizenzzahlungen leiste – es handelt sich demnach um Raubkopien. So wird in den nächsten Jahren zu beobachten sein, inwiefern diese im Nahen Osten und Asien insgesamt verbreitete und wohl im Iran durch die internationale Abschottung des Landes begünstigte Situation schrittweise abgebaut und geheilt wird. Der IRCG hofft jedenfalls darauf.

Ein wichtiges Mittel, um national und international Aufmerksamkeit zu erringen, sind Ausstellungen und Messen. Neben der Teilnahme an ausländischen Messen sind es insbesondere die inländische Tehran Game Expo und das Tehran Game Festival, die seit 2011 vom IRCG durchgeführt werden (bis 2013 gemeinsam) und nach eigenen Angaben kontinuierliche Zuwachsraten erzielen konnten: von 150 000 Besuchern im Jahr 2011 bis über eine Million im Jahr 2015. Es handelt sich um die größten Messen dieser Art im Nahen Osten. Als Aussteller treten vor allem Spielefirmen auf. Ein wichtiges Ziel ist die Förderung und internationale Vernetzung des Nachwuchses – dieser präsentiert sich insbesondere im Rahmen des Game Festivals.

*Der iranische Spielmarkt befindet sich im internationalen Vergleich auf Platz 38 der 100 einnahmestärksten Länder.*



*Abb.1:*  
*Action game*  
*„Shadow Blade“,*  
*ausgezeichnet als*  
*Irans bestes Spiel*  
*des Jahres 2015*

Als Preise werden Teilnahmemöglichkeiten an internationalen Konferenzen und Finanzspritzen für Werbemaßnahmen ausgeteilt. Einige Universitäten wie die Iran University of Science and Technology verfügen über Game Research Labs. Auch das Wissenschaftsministerium plant die Einführung formeller Spieleausbildungen, aber aufgrund fehlenden wissenschaftlichen Personals sind hier noch keine offiziellen Programme gestartet worden. Wettbewerbe und Preisverleihungen machen Nachwuchsproduktionen und talentierte Jungentwickler zudem unmittelbar einem größeren Publikum bekannt. Der iranische Spielmarkt befindet sich heute im internationalen Vergleich auf Platz 38 der 100 einnahmestärksten Länder (vgl. newzoo 2015). In 10 Jahren, so Mehrdad Ashtiani, will man sich unter die ersten 20 vorgearbeitet haben.

## Literatur

- BIU Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (Hg.) (2015): *Jahresreport der Computer- und Videospiegelbranche in Deutschland 2014*. Berlin.
- IRCG (Hg.) (o.J): *Iran Game Market Survey*. Teheran.
- Newzoo (Hg.) (2015): *Top 100 Countries by Game Revenues*. <https://newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues/> (zuletzt aufgerufen am 18.2.2016).