

Wie entsteht ein Spiel?

A. Die Arbeitsschritte beim Autor

- **Am Anfang steht die Idee:** Dabei kann es sich um ein bestimmtes Thema oder um einen neuen Mechanismus handeln. Ist die Idee ein Thema, dann wird ein passender Spielmechanismus gesucht. Ist die Idee ein Spielmechanismus, dann wird ein passendes Thema gesucht – dieses sollte aber auch wirklich dazu passen.
- **Recherche zum Spielmechanismus:** Gibt es bereits Spiele mit diesem Mechanismus? Die Recherche zum „Mechanismus“ ist erwiesenermaßen schwierig. Hier können eigene Spielpraxis oder der Erfahrungsschatz Anderer viel helfen. Eine große Datenbank zu Spielen finden Sie unter Luding. Wer die Zeit hat, dem sei auch ein Besuch im Deutschen Spielearchiv in Marburg empfohlen. Weitere Links und Literatur zum Thema finden Sie auf den Webseiten der Spieleautorenzunft SAZ, der Zeitschrift Spielbox und von PROJEKT SPIEL.
- **Recherche zum Thema:** Bücher, Zeitschriften, Filme, Vorträge, beim Spielwarenfachhandel am Ort bzw. im Internet. Der Zeitaufwand für das Thema kann erheblich sein. Mitunter muss man sich in umfangreiche Literatur einarbeiten, natürlich hilft auch Google im Internet. Trends setzen oder früh erkennen ist besser, als ihnen nachzulaufen. Wichtig sind auch eine wirklich breite Akzeptanz und Attraktivität des Themas.
- **Konzept:** Entwicklung des Spielablaufs im Kopf mit ersten Notizen. Erstellen eines schriftlichen Konzepts mit Skizzen. Dazu ein Tipp: Heben Sie sich alle Entwicklungsschritte, Statistiken und Testergebnisse auf, dies kann zu einem späteren Zeitpunkt hilfreich sein.
- **Komposition der Spielelemente:** Zum Beispiel Glück, Taktik, Strategie, Gedächtnis, Kreativität, Geschicklichkeit, Wissen, Kombinatorik. Was kann Interaktion, Kommunikation und Emotionen auslösen? Wie verläuft die Spannungskurve während des Spiels?
- **Abstimmung der Spielmechanismen:** Zum Beispiel die Mechanismen zum Bewegen, Schlagen, Erobern, Werten; aber auch für Start, Reihenfolge (Wartezeiten?) und Sieg.
- **Erstes skizzenhaftes Muster:** Erstellen eines einfachen, noch primitiven Spielmusters. Spielerisches Ausprobieren des Grundmechanismus.
- **Erstellen eines Prototyps:** Basteln des gesamten Spielmaterials. Spielregel schreiben mit Skizzen.
- **Spielregeln:** Geben Sie Ihren Spielregeln eine klare Struktur: Titel, Angabe zu Spieleranzahl, Altersempfehlung und Spieldauer, Verzeichnis des Spielzubehörs, Spielziel, Spielvorbereitung, Spielablauf im Detail, Spielende und Ermittlung des Gewinners. Ein Tipp: Beispiele – insbesondere Abbildungen – können manchmal viel zum Verständnis beitragen, sollten aber kein Ersatz für klare Formulierungen in der Regel sein. Fügen Sie deshalb erst Beispiele ein, wenn der Grundtext für andere klar verständlich ist. Nehmen Sie eine klare Schrift wie „Arial“, thematische Spielereien mit der Typographie stören nur die Lesbarkeit.
- **Testen:** Eigentests und erste Tests mit Anderen. Ausprobieren von Varianten. Verändern der Spielregeln, Tests mit der Familie, Freunden, Bekannten – vor allem aber mit neutralen Personen! Verändern der Spielregeln usw. Prinzip: Versuch und Irrtum. Beobachten Sie, welche Fragen auftauchen. So können Sie Ihre Spielanleitung Schritt für Schritt optimieren. Die Tests werden solange durchgeführt, bis die Resultate und vor allem der Wiederspielreiz sehr gut sind. Dies können durchaus 50 und mehr Tests sein! Ein Spiele-Testbogen (> Projekt Spiel/FAQ/Downloads) kann dabei gute Dienste leisten.

- **Urheberrechtsschutz in Deutschland:** Spiele genießen grundsätzlich Urheberrechtsschutz, der sich normalerweise auf das konkrete Spielregelwerk bezieht. Einen Schutz für Spielsysteme gibt es leider nicht. Patente können Sie nur für technische Entwicklungen beantragen, Gebrauchsmuster helfen wenig. Zum Glück können Sie den meisten Spielverlagen und Agenturen absolut vertrauen, da die Branche vom Zugang zu neuen Ideen lebt und „schwarze Schafe“ schnell am Pranger ständen.
Wem dies zu wenig ist, kann seine Idee beim Deutschen Spielearchiv in Nürnberg, beim Bayerischen Spiele-Archiv in Haar bei München oder bei einem Notar gegen eine Gebühr hinterlegen. So können Sie dokumentieren, dass Sie diese Idee zu einem bestimmten Zeitpunkt erstellt haben. Dies mag die Nerven von Branchenunserfahrenen beruhigen – notwendig darauf zurückzugreifen, war es aber unseres Wissens noch nie.
- **Fertigstellen des Prototyps für den Verlag:** Etwas Liebe im Detail und eine halbwegs ansprechende Optik können durchaus hilfreich für die Lust am Ausprobieren und für die Beurteilung sein. Auch Redakteure sind nur Menschen. Ein professionelles Design wird aber nicht erwartet.
- **Welcher Verlag ist der richtige?** Nicht immer der mit dem Ihnen sympathischsten Redakteur! Und nicht immer der größte Verlag! Die Analyse der Verlagsprogramme und – falls möglich – regelmäßige Kontakte, um den Bedarf zu ermitteln, sind unerlässlich.
- **Auch die Wahl einer Lizenzagentur,** wie z.B. PROJEKT SPIEL, kann eine gute Alternative für diejenigen sein, die sich lieber auf den kreativen Teil beschränken und die Vermarktung von vorneherein in professionelle Hände legen wollen.
- **Präsentation des Spiels beim Verlag oder bei einer Agentur:** Meist wird das Spiel per Post eingeschickt oder während einer Messe vorgestellt. Eine Ankündigung per Mail bzw. eine vorherige Terminvereinbarung empfiehlt sich in jedem Fall. Bei einigen Verlagen, wie z.B. Ravensburger, ist der Zugang nur über eine Agentur möglich, falls Sie in diesem Verlag noch kein Spiel veröffentlicht haben.
- **Mit Ablehnungen umgehen:** Die meisten Spiele werden leider abgelehnt. Bei der Flut der Einsendungen (zum Teil über 1.000 pro Jahr und Verlag) haben nur wenige eine Chance. Auch das muss verkraftet und analysiert werden! Passt es nur bei diesem Verlag nicht oder gibt es grundsätzliche Kritik an dem Spiel?
- **Die Vertragsverhandlung:** Ist ein Spiel angenommen, wird ein Lizenzvertrag vereinbart. Meist haben die Verlage Standardverträge. Doch auch da lohnt es sich natürlich, auf Details zu achten und ggf. zu verhandeln. Die Honorare bewegen sich zwischen 3–6% vom Nettoabgabepreis an den Handel.
Folgendes Rechenbeispiel als grobe Orientierung: Ladenpreis € 20,00; der Nettoabgabepreis beträgt dann ca. € 10,00; 5% von € 10,00 = € 0,50 Lizenzertlös pro verkauftem Spiel.
Geben Sie Ihr Spiel an eine Lizenzagentur, schließen Sie mit dieser einen Agenturvertrag ab. Im Erfolgsfall werden die Erlöse meist im Verhältnis von 60% für den Autor und 40% für die Agentur geteilt. Einige Agenturen nehmen auch einen höheren Anteil.
- **Begleitung der Entwicklung:** Die meisten Verlage lassen den Autor an der Entwicklung teilhaben und stimmen die einzelnen Schritte und Veränderungen mit ihm ab. Zum Einen ist dies sinnvoll, um Fehler zu vermeiden, zum Anderen ist es das Recht des Urheber.
- **Nach Erscheinen des Spiels:** Die Freude am ersten fertigen Exemplar. Evtl. Interviews mit der Presse, insbesondere dann, wenn das Spiel ein Erfolg wird. Neugier auf die Lizenzabrechnungen und hoffentlich Zufriedenheit über die entsprechenden Abrechnungen und Zahlungen.

B. Was passiert im Verlag?

Auswahl- und Marketingkriterien

- Spielspass und Originalität, Spannung und Emotion
- Ähnliche Spielsysteme / Themen im eigenen Programm und bei den Wettbewerbern / Trends
- Technische und kalkulatorische Machbarkeit, marktgerechter Preis
- Zielgruppe (z.B. Kinder, Jugendliche, Familien, Erwachsene, Senioren)
- Programmplatz, Anzahl der möglichen Neuheiten
- Eignet sich das Spiel für TV-Werbung? Welche anderen Werbemaßnahmen sind möglich?
- Kann ein Kooperationspartner (z.B. eine Elternzeitschrift bei einer Kinderspielserie oder eine Bank bei einem Börsenspiel) für die Vermarktung hilfreich sein?

Die Schritte von der Idee zum Produkt

1. Thema und Titel

- Die zur Spielidee und Zielgruppe stimmige Wahl eines Themas und des dazu passenden Titels sind entscheidende Faktoren für den Erfolg. Hierzu gibt es oft die kontroversesten Diskussionen, aber natürlich auch Tests. Dabei kommt es häufig vor, dass das vom Autor eingereichte Thema verändert wird, wenn sich der Verlag davon bessere Marktchancen verspricht oder das alternative Thema einfach besser zum Spielsystem passt. Dies geschieht natürlich in Abstimmung mit dem Autor.

2. Kriterien für die Ausstattung

- Zielgruppe (z.B. Kinder, Jugendliche, Familien, Erwachsene, Senioren)
- Preisgruppe, Sortimentsgruppe
- Materialentscheidungen (z.B. Pappe, Holz, Kunststoff, 3-D-Elemente)
- Farbfestlegungen
- Verpackungsdetails
- CE-gerechte Ausführung (EU-Norm für Sicherheit bei Spielzeug)

3. Die Kalkulation

- Tüfteln bei Ausstattungsdetails, um die letzten Cents feilschen, wieder ändern, verzweifeln, Spiele doch noch sterben lassen, nochmals kreativ werden, viele Meetings ... das ist der oft mühsame Alltag hinter den Kulissen in einem Spieleverlag, bis die Kalkulation dann stimmt! Aber daran hängt auch der wirtschaftliche Erfolg des Spiels und damit des Unternehmens.
- Die Beteiligten: Redaktion, technische Produktentwicklung, Herstellung, Marketing, Controlling, Vertrieb, der „Boss“.

4. Das Design

- Über Geschmack lässt sich nicht streiten!? – OH JA – aber sehr! Oft zum Leidwesen der unmittelbaren Macher. Leid und Leidenschaft liegen hier eng beieinander. Aber die Wahl des passenden Designs kann absolut entscheidend für den Erfolg bzw. Misserfolg sein und ist eng mit der Wahl des richtigen Themas verknüpft.
- Die Auswahl der geeigneten Illustratoren, Fotografen und Grafik-Designer fällt somit nicht immer leicht.
- In besonderen Fällen wird das Instrumentarium der Marktforschung eingesetzt, um Design, Themen und Titel z.B. in Fokusgruppen der anvisierten Zielgruppe zu testen.

5. Schritte zur Produktion

- Meetings mit Produktion, Vertrieb, Absatzplanung, Marketing, PR-Abteilung ...
- Sortimentslisten, Stücklisten, Konfektionsanweisungen ...
- Vergabe von Artikelnummern, Teilenummern ...
- Einteilung der Produktion im Haus bzw. Vergabe der Produktion an externe Lieferanten ...
- Terminplanung für alle Schritte ...
- Qualitätskontrolle und Freigabe der einzelnen Produktionsstufen

Links

Projekt Spiel + Projekt Spiel Lizenzagentur: www.projekt-spiel.de

Spielbox: www.spielbox.de

Spiele-Autoren-Zunft e.V. (SAZ): www.spieleautorenzunft.de

Deutsches Spielearchiv: www.museen.nuernberg.de/spielearchiv/index.html

Bayerisches Spielearchiv: www.spiele-archiv.de