

18.6	Indirekte Kontrolle – Methode Nr. 5: Charaktere	443
18.7	Indirekte Kontrolle – Methode Nr. 6: Musik	444
18.8	Geheime Absprache	446
18.9	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	452
19	Storys und Spiele finden in Welten statt	453
19.1	Transmediale Welten	454
19.2	Das Phänomen Pokémon	456
19.3	Die Eigenschaften von transmedialen Welten	458
	Transmediale Welten sind sehr effektiv	458
	Langlebige transmediale Welten	459
	Transmediale Welten entwickeln sich erst mit der Zeit	460
19.4	Die Gemeinsamkeiten erfolgreicher transmedialer Welten	461
20	Welten werden von Charakteren bevölkert	465
20.1	Das Wesen der Spielcharaktere	466
	Romanfiguren	466
	Filmcharaktere	466
	Spielcharaktere	466
20.2	Avatare	468
	Der ideale Charakter	469
	Das »unbeschriebene Blatt«	469
20.3	Mitreißende Spielcharaktere erschaffen	471
	Charakter-Tipp #1: Erstellen Sie eine Liste der Charakterfunktionen	471
	Charakter-Tipp #2: Definieren und nutzen Sie Charaktermerkmale	473
	Charakter-Tipp #3: Nutzen Sie den »Interpersonalen Circumplex«	475
	Charakter-Tipp #4: Erstellen Sie ein Charakternetzwerk	477
	Charakter-Tipp #5: Nutzen Sie das Status-Konzept	479
	Charakter-Tipp #6: Nutzen Sie die Ausdruckskraft der Stimme	483
	Charakter-Tipp #7: Nutzen Sie die Ausdruckskraft der Gesichtsmimik	484
	Charakter-Tipp #8: Imposante Storys beinhalten eine Wesenswandlung der Charaktere	485
	Charakter-Tipp #9: Lassen Sie Ihre Charaktere das Unerwartete tun	487

	Charakter-Tipp #10: Meiden Sie das »Uncanny Valley« (Phänomen des unheimlichen Tals)	488
20.4	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	490
21	Welten enthalten Spielräume	491
21.1	Der Zweck der Architektur	492
21.2	Den Spielraum organisieren	492
	Ein Wort zu den Orientierungspunkten	496
21.3	Christopher Alexander ist ein Genie	496
	Alexanders 15 Eigenschaften lebendiger Strukturen	499
21.4	Reale Architektur vs. virtuelle Architektur	501
	Auf die Größe kommt es an	502
	Third-Person-Verzerrung	504
21.5	Level-Design	506
21.6	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	507
22	Manche Interfaces erzeugen ein Gefühl der Präsenz	509
22.1	Die Kraft der Präsenz	512
22.2	Sechs Störfaktoren	512
	Störfaktor #1: Reisekrankheit	513
	Störfaktor #2: Der Intuition widersprechende Interaktionen	516
	Störfaktor #3: Übertriebene Intensität	517
	Störfaktor #4: Unrealistischer Sound	518
	Störfaktor #5: Abkopplung der Eigenwahrnehmung	518
	Störfaktor #6: Fehlende Identität	519
22.3	Sechs Aufbaumaßnahmen	520
	Aufbaumaßnahme #1: Hände	520
	Aufbaumaßnahme #2: Soziale Präsenz	521
	Aufbaumaßnahme #3: Vertrautheit	521
	Aufbaumaßnahme #4: Realistischer Sound	521
	Aufbaumaßnahme #5: Ausrichtung der Eigenwahrnehmung	522
	Aufbaumaßnahme #6: Comedy	522
22.4	Spieler sollen sich umsehen	522
22.5	Ziehen Sie Brownboxing in Betracht	524
22.6	Unterschiedliche Hardware ermöglicht verschiedene Erlebnisse	524
23	Das »Look and Feel« der Spielwelt wird durch die Ästhetik definiert	527
23.1	Der Nutzen der Ästhetik	528

23.2	Richtig hinschauen lernen	530
23.3	Die Ästhetik auf das Design einwirken lassen	531
23.4	Wie viel ist genug?	533
23.5	Nutzen Sie Sound	534
23.6	Kunst und Technik ausbalancieren	535
23.7	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	536
24	Manche Spiele werden gemeinsam mit anderen gespielt	537
24.1	Wir sind nicht allein	538
24.2	Warum wir mit anderen spielen	539
24.3	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	543
25	Spieler bilden manchmal Communitys	545
25.1	Mehr als nur andere Spieler	546
25.2	Zehn Tipps für starke Communitys	548
	Community-Tipp #1: Bahnen Sie Freundschaften an	548
	Community-Tipp #2: Geben Sie einen Kernkonflikt vor	550
	Community-Tipp #3: Denken Sie wie ein Architekt	551
	Community-Tipp #4: Bieten Sie Gemeinschaftseigentum an	551
	Community-Tipp #5: Ermöglichen Sie den Spielern eine Selbstdarstellung	552
	Community-Tipp #6: Bedienen Sie drei Erfahrungsstufen	553
	Community-Tipp #7: Fördern Sie die gegenseitige Abhängigkeit der Spieler	556
	Community-Tipp #8: Managen Sie Ihre Community	557
	Community-Tipp #9: Verpflichtungen anderen gegenüber sind wirkungsvoll	558
	Community-Tipp #10: Planen Sie Community-Events	558
25.3	Die »Griefing«-Problematik	559
25.4	Die Zukunft der Game Communitys	563
25.5	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	563
26	Der Designer arbeitet normalerweise mit einem Team	565
26.1	Das Geheimnis erfolgreicher Teamarbeit	566
	Wenn Ihnen das Spiel nicht liegt, begeistern Sie sich für das Publikum	568
26.2	Gemeinschaftliches Designen	571
26.3	Teamkommunikation	573
26.4	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	579

27	Das Team kommuniziert auch mittels Dokumentationen	581
27.1	Der Mythos der Game-Design-Dokumentation	582
27.2	Der Zweck der Dokumentation	583
	Gedächtnisstütze	583
	Kommunikationsmittel	583
27.3	Game-Design-Dokumentationsarten	583
	Design	584
	Programmierung	585
	Artwork	586
	Produktion	587
	Autoren	588
	Spieler	588
27.4	Also, wo fange ich an?	589
27.5	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	590
28	Gute Spiele entstehen durch Spieletests	591
28.1	Spieletests	592
28.2	Mein dunkles Geheimnis	593
28.3	Testfragen, die erste: Warum?	594
28.4	Testfragen, die zweite: Wer?	595
28.5	Testfragen die dritte: Wann?	597
28.6	Testfragen, die vierte: Wo?	598
28.7	Testfragen, die fünfte: Was?	601
	Das erste Was: Erkenntnisse, die Sie erwarten	601
	Das zweite Was: Erkenntnisse, die Sie überraschen	602
28.8	Testfragen, die sechste: Wie?	602
	Sollten Sie überhaupt dabei sein?	602
	Was sagen Sie den Testern, bevor es losgeht?	603
	Wo schauen Sie hin?	603
	Welche Daten sollten während des Spieletests noch erhoben werden?	604
	Kann ich die Spieler während des Spiels stören?	605
28.9	Welche Daten sollte ich nach der Testsession erheben?	606
	Bewertungsbögen	606
	Befragungen	607
	Sechs Fragen	609
28.10	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	610

29	Das Team baut ein Spiel mithilfe von Technologie	613
29.1	Technologie – endlich!	614
29.2	Fundamental vs. dekorativ	616
	Mickys erster Trickfilmauftritt	616
	Abalone	617
	Sonic the Hedgehog	617
	Myst	618
	Journey	618
	Ragdoll-Engine	619
29.3	Die Touch-Revolution	620
29.4	Der Hype-Zyklus	620
29.5	»The Innovator’s Dilemma«	622
29.6	Das Gesetz der Divergenz	623
29.7	Die Singularität	624
29.8	Schauen Sie in Ihre Kristallkugel	625
29.9	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	630
30	Für Ihr Spiel wird es vermutlich einen Kunden geben	631
30.1	Wen kümmert es, was der Kunde meint?	632
30.2	Mit ungeeigneten Vorgaben umgehen	633
30.3	Nicht so einen Stein	634
30.4	Die drei Ebenen der Begierde	635
30.5	Florenz 1498	636
30.6	Weitere Informationsquellen zu diesem Thema	638
31	Der Designer stellt dem Kunden eine Präsentation vor	639
31.1	Warum ich?	640
31.2	Machtverhandlungen	641
31.3	Die Ideen-Hierarchie	641
31.4	Zwölf Tipps für ein erfolgreiches Angebot	642
	Präsentationstipp #1: Kriegen Sie den Fuß in die Tür	642
	Präsentationstipp #2: Zeigen Sie, dass es Ihnen ernst ist	643
	Präsentationstipp #3: Treten Sie organisiert auf	644
	Präsentationstipp #4: Zeigen Sie Ihren Enthusiasmus!!!	644
	Präsentationstipp #5: Betrachten Sie die Präsentation aus der Sicht des Kunden	645
	Präsentationstipp #6: Gestalten Sie Ihre Präsentation ansprechend	647
	Präsentationstipp #7: Haben Sie alle Fakten parat	648