



Fazit zum VR-Katalog

Auswertung Fachbereich Games

Mattias Fabian, Ferdinand Gaube, Zainab Hoher, Dominik Lucha, Iris Mehlhart

Fazit zum VR-Katalog

Auswertung Fachbereich Games

1. Fassung vom 19.03.2018.

© 2018 - Fabian, Gaube, Hocher, Lucha, Mehlhart.

Alle Angaben ohne Gewähr. Alle Rechte vorbehalten,
auch das der auszugsweisen Wiedergabe in Print-
oder elektronischen Medien.

Rückfragehinweis:

Prof. (FH) Mag. Dr. Kai Erenli, LL.M.

info@virtuellewelten.at

kai.erenli@fh-vie.ac.at

Projektteam

Mattias Fabian / Projektleitung

Nach Abschluss des Realgymnasiums Ödenburgerstraße in Wien arbeitete Mattias Fabian für den Kultur- und Bildungsverein *Ich bin O.K.* sowie für zahlreiche österreichische Filmfestivals, unter anderem das *VIS Vienna Shorts* und das *identities Queer Film Festival*. Seit Oktober 2015 studiert er Film-, TV- und Medienproduktion an der FH des BFI Wien und ist im Rahmen der FHV-Kinoabend-Reihe kuratierend tätig. Virtual Reality-Arbeiten sieht er als wertvolle (und nicht zwangsläufig konkurrierende) Ergänzung zum klassischen Filmschaffen.

Ferdinand Gaube / Bereichsleitung Gaming

Als gelernter Kaufmann für Marketingkommunikation verfolgt er mit großem Interesse die neuartigen Entwicklungen in der Welt der Medien. Filme, Games und Serien gehören somit beruflich und privat zu seiner Faszination. Seine Aufmerksamkeit richtet sich stets auf ausgefallene und ungewöhnliche Projekte und Marketingstrategien, sowie deren Auswirkungen auf ihre Zielgruppe. Als nächstes wird er sich in der Münchner Heimat den Video-on-Demand-Anbieter *maxdome* im Rahmen des obligatorischen FH-Praktikums näher anschauen.

Zainab Hoher / Bereichsleitung Gaming

Immer etwas Neues entdecken und dazulernen sind Teil ihrer Lebenseinstellung. Ihre Wissbegierde führte sie über einen Zeitraum von vier Jahren in einem VW Käfer durch 80 Länder um die Welt. Schon in frühen Jahren wurde sie stark durch Veränderungen ihrer Umwelt geprägt – schließlich verbrachte sie viele Jahre in den Vereinigten Arabischen Emirate und in Ägypten sowie ein halbes Jahr in Australien. Ebenso treibt sie ihre Neugierde in beruflicher Hinsicht an, ihren Wissenshorizont zu erweitern. Vor allem interessieren sie dabei aufkommende Trends in der Medienbranche, wozu auch Virtual Reality zählt. Als nächstes steht für sie ein Aufenthalt in München an, wo sie für den Fernsehsender *RTL* tätig sein wird.

Dominik Lucha / Bereichsleitung Film

Dominik Lucha ist gelernter Mediengestalter Bild und Ton. Im Rahmen seiner Ausbildung in Berlin sammelte er beim digitalen Studio der *UFA*, dem „*UFA LAB*“ und bei der *SOKO Leipzig* praktische Erfahrungen. Dem folgte ein kurzer Zwischenstopp als Video-Producer bei *ellevant Media*. Nachdem ihn nun sein Studium nach Wien entführt hatte, geht es im März 2018 mit neuem Rüstzeug als Trainee - Transmedia, Online Video, Social Media and VR zurück zum *UFA LAB*.

Iris Mehlhart / Bereichsleitung Film

Iris Mehlhart stammt ursprünglich aus Oberösterreich und hat dort 2014 ihre Matura an einer höheren Schule für wirtschaftliche Berufe absolviert. Für ihr Studium zog sie schließlich nach Wien: Zunächst noch für Transkulturelle Kommunikation, ihre Filmleidenschaft hat sie aber bald an die FH des BFI Wien geführt. Im März 2018 verschiebt es sie zu den *Burda Media Studios*, genauer gesagt in die Redaktion von *GRIP - Das Motormagazin*, nach München, wo sie im Rahmen eines Praktikums in die Fernsehwelt eintauchen wird.

Prof. (FH) Mag. Dr. Kai Erenli, LL.M., zPM / Projektbetreuung

Leitung des Bachelorstudiengangs "Film-, TV- und Medienproduktion", Stv. Wiss. Leiter MBA Film-, TV & Digital Media Management.

Ausgangslage – Projektkurzbeschreibung

Brille auf, Kopfhörer an: Im Rahmen der diesjährigen *Biennale* in Venedig fand auch die erste internationale VR-Competition in eigens hierfür eingerichteten Räumlichkeiten statt – ein weiterer bedeutsamer Schritt in Richtung künstlerischer Anerkennung von Virtual Reality-Filmen. Gleichzeitig setzen auch im Gaming-Sektor mehr und mehr Spiele auf VR-Inhalte, Konsolenhersteller entwickeln kompatible Abspielsysteme und auch günstige Cardboard-Gestelle erlauben den niederschweligen und breitenwirksamen Zugang zu dieser Technologie. Kurzum: VR durchdringt langsam den Entertainment-Markt – und das auf recht unübersichtliche Weise.

Im Rahmen unseres Projektpraktikums „VR Lab“ wollen wir uns dem breitgefächerten und auf den ersten Blick nahezu undurchschaubaren Dickicht an VR-Content verschreiben: Hauptziel des Projekts ist es, anhand bestimmter vorher definierter Kriterien einen Katalog aus zumindest 350 Film- und Gaming-Titeln zu erstellen. Es handelt sich also um eine Art „Marktanalyse“, im Rahmen derer wir Virtual Reality-Content für Unterhaltungszwecke akribisch systematisieren und Auffällig- bzw. Regelmäßigkeiten analysieren. Die Ergebnisse aus diesen Untersuchungen werden abschließend gemeinsam mit Expertinnen und Experten der Branche reflektiert und besprochen. Sämtliche Erkenntnisse finden überdies in einem kurzen schriftlichen Fazit Eingang. Nebenher möchten wir Zwischenergebnisse unserer Rechercharbeiten bzw. besonders hervorhebenswerte Erkenntnis über den Webblog „*Virtuelle Welten*“ teilen.

Bereichsfazit VR-Games

Vor der VR-Game-Katalogerstellung gab es ein ausgiebiges gruppeninternes Brainstorming darüber, welche technischen Daten besonders interessant sind, um einen objektiven Überblick über die VR-Gaming-Branche zu gewinnen. Schnell wurde klar, dass auch bei intensiver Recherche gewisse Daten schwer oder gar nicht zugänglich sind. Auf der anderen Seite ließen sich wiederum sehr interessante Details über den Ist-Stand von VR-Games erschließen. Zu diesen Herausforderungen und Ergebnissen nun mehr:

Unsere Rechercheergebnisse basieren auf 204 ausgewerteten Games, von denen der Großteil (im Detail 109) aus dem Jahr 2016 und (83) aus dem Jahr 2017 stammen. Auf Grund der Tatsache, dass sich die Qualität von VR-Spielen stetig verbessert, haben wir uns auf möglichst aktuelle Beiträge konzentriert. Außerdem lässt sich aus dieser Entwicklung schließen, dass viele Unternehmen erst nach und nach mit der Entwicklung begonnen haben, um erste Fehlschläge (in) der Branche zu vermeiden. Die steigende Anzahl an produzierten Games in den letzten Jahren weist auf einen (möglicherweise) starken Aufwärtstrend in der Branche hin.

Sprache

Die Titel der recherchierten VR-Games sind, mit wenigen Ausnahmen, auf Englisch. Wenig verwunderlich auch, dass 171 Games davon in englischer Sprache verfügbar sind – die universelle Gaming-Sprache schlechthin. Andere häufig verwendete Sprachen unserer Ergebnisse sind Deutsch, Französisch, Spanisch und Chinesisch. Untertitel sind leider in ungefähr der Hälfte der Games online nicht ersichtlich (k.A.). Unter den Spielen mit verfügbaren Untertiteln sind etwa die Hälfte in englischer Sprache. *Steampowered* bot diesbezüglich, im Zuge der Recherche, die meisten Details, da sprachliche Unterscheidungen zwischen Oberfläche und Ton sowie Untertitel angeführt waren. Angemerkt sei noch, dass sich das Sprachangebot der Games zumeist nach dem jeweiligen Produktionsland richtet und für die übrigen Länder häufig Englisch als Alternative hinzugefügt wurde.

Hersteller und Produktionsländer

Ein interessantes Ergebnis unserer Recherche ist, dass es eine sehr große Vielfalt an Produktionsunternehmen von VR-Games weltweit gibt. Lediglich 18 Firmen haben mehr als ein Game in unserer Liste produziert. Dabei stehen das amerikanische Unternehmen *Sony* und die britischen *Climax Studios* mit jeweils vier von 204 Games an der Spitze unserer Liste. Dies lässt auf eine intensive und langwierige Herstellung schließen. Auch hinsichtlich des Produktionslandes ist es wenig überraschend, dass 88 von 204 VR-Games amerikanischen Ursprungs sind, gefolgt von 24 aus Großbritannien. Unsere Analyse zeigt, dass somit der angloamerikanische Markt den VR-Gaming-Bereich sowohl in sprachlicher, als auch produktionstechnischer Hinsicht dominiert. Dennoch sind in Europa und Asien zahlreiche Unternehmen mit der Produktion von VR-Games beschäftigt und müssen mit ihrer Qualität überzeugen, welche gemäß der Online-Bewertungen durchaus gut ausfällt.

Genres

Angebot richtet sich bekanntlich nach der Nachfrage und so ist es nicht überraschend, dass das häufigste VR-Gaming-Genre *Action* ist, gefolgt von *Abenteuer*, *Shooter* und *Geschicklichkeit*. Häufig vermischen sich diese Genres bei VR-Games und bieten somit ein abwechslungsreiches Spielvergnügen. Inhaltlich betrachtet unterschieden wir im Zuge der Katalogisierung zwischen Arbeiten *mit* oder *ohne* eigener Story. Unsere Recherche ergab, dass etwas mehr als die Hälfte der Games über keine bestimmte Storyline verfügt, was beispielsweise bei Puzzle-, Sport- und Rennspielen häufig der Fall ist.

Größe und Altersgrenze

Hinsichtlich des Speicherplatzes setzen von 204 Games 37 weniger als 1 GB, 19 mehr als 1 GB und 13 mehr als 2 GB voraus. Beim Arbeitsspeicher sind zumeist entweder vier oder acht GB RAM angegeben. Dies verdeutlicht, dass leistungsstarke PCs häufig eine Grundvoraussetzung für den VR-Spielspaß sind, um den Realitätseffekt gut darstellen zu können.

Bei knapp einem Drittel der VR-Games ist keine Altersgrenze im Internet ersichtlich. Ob dies an einer mangelnden Online-Informationsverfügbarkeit oder gar ein Hinweis auf keine Altersbegrenzung ist, bleibt fraglich. Wünschenswert und wichtig finden wir, dass künftig Altersempfehlungen und -beschränkungen für jedes Game angeführt sein sollten. Laut unserer Recherche sind fast die Hälfte der Games für minderjährige Personen zugelassen. Lediglich 18 VR-Spiele sind erst ab dem Erwachsenenalter vorgesehen. Auffällig und beklagenswert ist dabei, dass auch Minderjährige sehr schnell Zugriff auf solche Games haben können, da man zur Überprüfung nur sein Alter angeben muss – und diese Abfrage auf dem Ehrlichkeitsprinzip basiert.

Preise und Plattformen

Preislich betrachtet gibt es große Unterschiede beim Online-Kauf eines VR-Games. Am häufigsten, nämlich in jeweils 22 Fällen, sind die Titel entweder kostenlos oder für € 19,99 erhältlich.

Hinsichtlich des größten Angebots an VR-Games hat unter allen Plattformen *Steampowered* bei Weitem die Nase vorne – 123 von 204 Games sind auf dieser Website verfügbar. Ebenfalls ein großes Angebot kann *Oculus* mit 93 Games vorweisen. Dank milliardenhoher Investitionen in VR-Technik vonseiten des Inhabers *Facebook* und vermehrt exklusivem Inhalt auf der Homepage, liegt die Vermutung nahe, dass *Oculus* auf einem guten Weg zu einem VR-Marktführer ist. Diese These wird durch unser Ergebnis gestützt, dass 135 Games mit der *Oculus Rift* bespielbar sind. *HTC Vive* folgt hier dicht an zweiter Stelle mit einer Kompatibilität mit 119 Games. Weit dahinter liegen die *Playstation*

VR sowie VR-Brillen, die die Nutzung des eigenen Smartphones voraussetzen. Unter diesen Smartphone-basierten Spielen sind die meisten kostenlos nutzbare Angebote, um potentielle Kunden von der neuen Technologie zu überzeugen – zumal das sonstige Equipment noch relativ hochpreisig ist.

Spiellänge

Bei der Spiellänge von VR-Games zeigt sich eine große Bandbreite: von einigen Minuten bis hin zu 30 Stunden. Am häufigsten wurde aber ein Zeitraum zwischen durchschnittlich ein bis zwei Stunden genannt. Ebenso war bei der Recherche nach der Spiellänge bei knapp einem Drittel der Games keine solche angegeben. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass die Spiellänge oftmals nicht von den Gaming-Herstellern selbst, sondern von Gaming-Testern stammen. Auch sind viele der angegebenen Spiele endlos, da sie keinen Storymodus verfolgen. Überdies haben einige VR-Spiele keinen großen Bekanntheitsgrad und sind daher auch umso weniger wahrscheinlich auf der To-Do-Testliste von Online-Plattformen zu finden.

Abschluss

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die VR-Gaming-Branche noch in der Entwicklungsphase steckt und ihren Platz am Markt sucht. Dennoch gibt es viele Unternehmen, die die vielversprechende Zukunft der Technologie erkannt haben und stetig daran arbeiten, diese zu verbessern und auf viele verschiedene Arten einzusetzen. Klares Ziel der Branche ist es, die VR-Brillen und -Spiele massentauglich zu machen, um ihr volles Potential ausschöpfen zu können. Dies wird voraussichtlich aber noch ein paar Jahre Entwicklung in Anspruch nehmen.

Games (Detail)

Typ

Mit Story 89x
[Ohne Story 115x](#)

Produktionsjahr

2014 2x
2015 7x
[2016 109x](#)
2017 83x
2018 1x
K.A. 2x

Länge

>20h 1x
>60h 1x
10-12h 3x
10-15h 2x
10-20min 1x
10h 3x
1-2h 16x
15-20min x
15-20h 1x
15h 1x
15min 1x
1h 11x
1-1/2h 1x
1-1h20min 1x
20-30min 1x
20min 1x
2-3h 6x
2-4h 13x
2-5h 2x
2h 16x
30min 8x
30h 2x
3-4h 3x
3-5h 4x
4-5h 5x
45min 1x
4-6h 6x
4h 3x
5-7h 2x
5h 6x
6-8h 1x
6h 1x
8-10h 1x
8h 1x
1-2h 1x
15h 1x
1h 2x
2h 3x
30min 1x
3h 1x
4h 1x
3-4h 1x
Unbegrenzt 2x
[K.A. 58x](#)

Produktionsländer (inkl. Koproduktionsländer)

AUS 1x

BEL 1x
CAN 12
CH 3x
CHN 2x
CZE 2x
DEU 8x
DNK 1x
ESP 4x
FIN 2x
FRA 5x
GBR 27x
HKG 1x
HRV 2x
ISL 2x
ITA 4x
JAP 9x
K.A. 4x
KOR 1x
LTU 1x
NLD 4x
NOR 1x
NZL 1x
POL 5x
SWE 7x
TUR 1x
TWN 1x
UKR 1x
[USA 88x](#)

Hersteller (Auswahl) (häufigste)

Bethesda 2x
CCP Games 2x
[Climax Studios 4x](#)
Croteam VR 2x
Crytek 2x
High Voltage Software 2x
Insomniac Games 3x
Lucid Sight 2x
Mojang Games 2x
Oasis Games 2x
Oculus Studios 2x
Overflow 2x
Ready At Dawn 2x
[Sony 4x](#)
Square Enix 2x
Uber Entertainment 2x
Ubisoft 2x
White Elk 2x

Gesprochene Sprachen (häufigste)

[EN 171x](#)
DE 71x
FR 65x
ES 60x
k.A. 26x
ZH 44x

Untertitelung (häufigsten)

EN 97x
DE 39x
FR 10x
ES 34x
[k.A. 106x](#)

Genre (häufigste)

Abenteuer 52x
[Action 72x](#)
Strategie 8x
Simulation 6x
Geschicklichkeit 35x
Shooter 38
Sport 16x

Preis (häufigste)

14,99€ 12x
[Kostenlos 22x](#)
9,99€ 15x
[19,99€ 22x](#)
39,99€ 12x
4,99€ 11x
29,99€ 17x

Altersfreigaben

0 5x
[3 96x](#)
6 2x
7 26x
12 34x
13 4x
16 24x
17 1x
18 18x
k.A. 61

VR-Brillen

Mobiltelefon 36x
[Oculus Rift 135x](#)
HTC Vive 119x
Playstation VR 52x
Andere 17x

Größe in GB

[K.A. 59x](#)
<1GB 37x
>1GB 19x
>2GB 13x
>3GB 9x
>4GB 11x
>5GB 5x
>6GB 6x
>7GB 5x
>8GB 6x
>9GB 5x
>10GB 4x
>11GB 7x
>14GB 3x
>16GB 1x
>17GB 1x
>21GB 2x
>22GB 1x
>24GB 1x

Verfügbarkeit/Plattformen

Media Markt 17x
Oculus 93x
[Steampowered 123x](#)
Playstation 33x
Play Google 23x