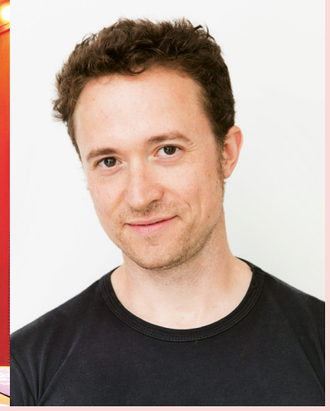

Christian Stein
Leiter des gamelab.berlin

links:
Während der Berliner Science Week

SPIELRAUM

gamelab.berlin zeigt, wie interaktive Welten Gesellschaft und Technologie voranbringen.

Ein Holzfäller geht seiner Arbeit nach. Ein Fischer zieht das Netz ein. Auf dem Markt stapeln sich Brotlaibe, während sich nebenan die Fensterläden klappernd öffnen. Die kleine Stadt erwacht. Aber nicht irgendwo in Brandenburg, sondern auf einer künstlichen Insel mitten im virtuellen Ozean. Willkommen bei Anno 1404, einem der erfolgreichsten Aufbauspiele der letzten Jahrzehnte.

Für Christian Stein ist aus dieser Faszination ein ganzes Forschungsfeld geworden. Der Informatiker und Germanist leitet das gamelab.berlin an der Humboldt-Universität zu Berlin und befasst sich mit Gamedesign, Interaktivität und der Frage, wie digitale Spielmechaniken in Bildung, Gesellschaft und Technologie wirken. Für ihn ist klar: „Spiele holen uns aus der Zuschauerrolle. Wir gestalten Welten mit, treffen Entscheidungen, experimentieren mit Handlungsspielräumen."

Für Stein außerdem der Grund, warum Games heute eine so große gesellschaftliche Wirkung entfalten: „Millionen Menschen sind mit solchen Spielwelten groß geworden. Für eine ganze Generation gehören Spiele fest zur kulturellen Sozialisation." Auch wirtschaftlich hat das Thema längst Gewicht: Große Produktionen beschäftigen mehrere Hundert Fachleute über Jahre hinweg. Die globale Gaming-Industrie setzt inzwischen mehr um als Film- und Musikbranche zusammen.

Noch geht vieles davon an Deutschland vorbei. Vor allem Berlin könne hier punkten: mit kreativen Köpfen, einer aktiven Szene und bald auch mit dem geplanten House of Games, einem zentralen Ort für Studios, Austausch und Sichtbarkeit. Stein ist sich sicher: „Wer Gaming ernst nimmt, muss auch die Infrastruktur dafür schaffen."

Schon als Jugendlicher wollte er nicht nur spielen, sondern verstehen, wie Spiele funktionieren. „Games haben mich zur Informatik gebracht", gesteht er. Heute erforscht er, wie Interaktivität neue Formen des Erzählens ermöglicht. Genau darin sieht der Informatiker das Innovationspotenzial: Games integrieren nicht nur neue Technologien, sondern bringen sie oft selbst voran. „Ob künstliche Intelligenz, Virtual Reality oder Simulation", erklärt er, „viele neue Technologien werden in Spielen früher ausprobiert als in anderen Bereichen." Gamedesigner arbeiten an der Schnittstelle von Technik, Storytelling und Psychologie und entwickeln Systeme, die Menschen motivieren, dranbleiben lassen, zum Handeln bringen.

Genau deshalb ist das gamelab.berlin mehr als ein Forschungslabor für Spieledesign. Es ist eine interdisziplinäre Plattform, auf der neue Anwendungen entstehen. Etwa in der Gesundheit, der Wissenschaftskommunikation oder der Sozialarbeit. Zwei Projekte zeigen, wie breit das Spektrum ist: In EXGAVINE entwickelten Stein und sein Team Virtual-Reality-Spiele für Menschen mit Demenz – ein Feld, das in der klassischen Spieleindustrie kaum vorkommt. „Wir mussten das Game Design anpassen, weil manche Spielenden vergaßen, dass sie in einer virtuellen Umgebung sind", erzählt er. Gleichzeitig zeigte sich, wie viel Potenzial in solchen Anwendungen steckt.

Ein anderes Projekt ist BLOOMS: Hier werden Spielende in die Rolle einer Alge versetzt und erleben so, wie sich Unterwasser-Ökosysteme verändern, wenn etwa warmes Abwasser eingeleitet wird. „Viele Besucherinnen und Besucher haben danach gesagt, dass sie das Thema zum ersten Mal richtig verstanden haben", freut sich der Informatiker. Doch die Forschung endet nicht im Labor. Mit dem Unternehmen Playersjourney, das aus dem gamelab hervorgegangen ist, bringt er diese Ideen in die Praxis, etwa in Museen, Stiftungen oder Bildungseinrichtungen.

Wenn Stein abends Anno spielt, dann tut er das nicht nur aus Freude an der Strategie. Es ist auch ein Blick auf das Potenzial seines eigenen Forschungsfelds. Auf eine Form der Auseinandersetzung mit einer Welt, die aktiv, spielerisch und gestaltend ist. Games, sagt er, fördern Fähigkeiten, die in vielen Lebensbereichen wichtig sind: Kommunikation, Problemlösen, Perspektivwechsel. „Wir lernen im Spiel, was uns sonst oft verborgen bleibt. Oft merken wir dabei gar nicht, dass wir lernen", sagt der Forscher und Gründer. Genau darin sieht er die Stärke eines Mediums, das längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. Wer heute über die Zukunft von Technologie, Bildung oder Teilhabe spricht, sollte das Thema Gaming nicht außen vor lassen. ■ *kd*

IMPRESSUM

Herausgeberin: WISTA Management GmbH, Bereich Kommunikation, Rudower Chaussee 17, 12489 Berlin, Telefon: +49 30 6392-2213
E-Mail: mory@wista.de // Redaktion: Peggy Mory; (V. i. S. d. P.: Sylvia Nitschke) // Autor/-innen: Rico Bigelmann (rb); Kai Dürfeld (kd); Susanne Gietl (sg) // © Fotos: S. 1 l.: Dmytro/Adobe Stock; S. 1 r.: Daniel-Hinz/LUX; S. 2 o.: Valentin Paster; S. 2 u. l.: Dirk Mathesius; S. 2 u. r.: Ubisoft; S. 3: Riot Games; S. 4: Playersjourney // Die nächste Ausgabe erscheint Anfang März 2026.

WISTA
we get ideas done

PoTeNzIal

Das WISTA-Magazin | 1_2026 | Games

Berlin baut ein Zuhause für die Games-Branche

Mit dem House of Games bündelt Berlin die technologische und kulturelle Kraft der Games-Branche.

Im Gespräch wirkt Roland Sillmann wie jemand, der lieber beobachtet und analysiert, als selbst zu spielen. „FIFA gegen meinen ältesten – ein Desaster", sagt er. Zu viele Tasten, zu viele Bewegungen gleichzeitig. Doch gerade diese Komplexität fasziniert ihn, außerdem die dahinterliegenden Prozesse: große Softwareprojekte, interdisziplinäre Teams, präzise Organisation. Sein Fazit: Games sind Hochtechnologie – mit wirtschaftlicher und kultureller Relevanz.

Berlin will diese Dynamik nutzen. „Deutschland hinkt bei der Wettbewerbsfähigkeit international noch hinterher", erklärt Felix Falk, Geschäftsführer von game – Verband der deutschen Games-Branche. „Aber wir holen auf. Die neue Bundesregierung, allen voran Dorothee Bär, treibt bessere Rahmenbedingungen entschlossen voran. Die Erhöhung der Games-Förderung des Bundes auf 125 Millionen Euro jährlich ist ein starkes Signal."

Doch die Branche steht längst nicht mehr nur im Wettbewerb mit Köln oder München, sondern international – mit Nordamerika, Asien und zunehmend auch arabischen Märkten. „Jetzt braucht es zusätzlich die steuerliche Förderung, wie sie an erfolgreichen Standorten weltweit Standard ist, damit der Kostennachteil von rund 30 Prozent, der ohne eine solche Förderung entsteht, ausgeglichen wird. Dann hat Deutschland alles, damit Games-Unternehmen aus eigener Kraft in die globale Spitzengruppe aufschließen können", unterstreicht Falk.

Auch Sillmann, Geschäftsführer der WISTA Management GmbH, sieht Europa als gemeinsamen Gestaltungsraum, nicht als Arena des Gegeneinanders. Games prägen Wahrnehmung, Werte und digitale Kompetenz junger Generationen. Deshalb müsse Europa präsent bleiben und eigene kreative wie technologische Standards setzen.

Die Games-Industrie hat früh verstanden, wie intuitive Mensch-Maschine-Interaktion funktioniert. Steuerungslogiken aus Spielen wirken heute in Industrie 4.0, Robotik und Simulationen – überall dort, wo schnelle Entscheidungen, räumliche Orientierung und simultane Eingaben nötig sind. Besonders im Bereich Defence zeigt sich die Nähe zwischen spielerisch erlernten Fähigkeiten und professionellen Anwendungen: Wer Drohnen souverän steuert, trainiert häufig auf genau solchen Prinzipien.

Mit dem House of Games möchte Berlin ein strukturelles Fundament für diese Entwicklung schaffen. Kein abgeschotteter Ort, sondern ein Knotenpunkt für Kooperation: Studios, Technikdienstleister, Audio- und Motion-Capturing-Fachleute arbeiten hier Tür an Tür.

WEITER AUF SEITE 02

Roland Sillmann
Geschäftsführer
WISTA Management GmbH

// BERLIN BAUT EIN ZUHAUSE FÜR DIE GAMES-BRANCHE

Das Erdgeschoss ist als offener Kommunikationsraum angelegt – mit Studios, Eventflächen und Cafeteria. Darüber liegen Räume für kleine Teams, weiter oben größere, frei gestaltbare Flächen. Ziel ist ein Umfeld, in dem Begegnung Innovation begünstigt und Projekte schneller marktreif werden.

Benedikt Grindel, Chef der deutschen Ubisoft-Studios, spricht von einem „Game-Changer" für Berlin und darüber hinaus: „Das House of Games ist ein wegweisendes Projekt für die Branche. Als großes internationales Unternehmen ist für Ubisoft ein vielfältiges Umfeld wichtig, um einen Standort langfristig zu entwickeln. Wir brauchen ein Ökosystem aus großen, mittleren und kleinen Unternehmen, eine echte digitale Spiele-Entwicklungs-Kultur." Auch Falk ist überzeugt: „Das House of Games Berlin ist ein Leuchtturm – für die Hauptstadt und für den gesamten Games-Standort Deutschland."

Die Wahl für das House of Games fiel nach Prüfung von rund 80 Objekten auf das Lux-Gebäude an der Warschauer Brücke. Es verbindet Sichtbarkeit, urbanen Kontext und flexible architektonische Struktur. Die industrielle Außenhaut bleibt erkennbar, das Innere wird auf modernste technische Infrastruktur und modulare Nutzung ausgelegt – geeignet für Start-ups ebenso wie für größere Studios. Sicherheit, Rückzugsmöglichkeiten und räumliche Nähe zu Ausbildungsinstitutionen schaffen zusätzlich einen Standortvorteil. Damit erfüllt das Gebäude zentrale Anforderungen an ein Innovationszentrum mit internationalem Anspruch.

Das House of Games soll Talente anziehen, digitale Kompetenz bündeln und Impulse über die Games-Branche hinaus setzen – etwa in Fintech, KI und industrieller Digitalisierung. Wer früh in Game-Studios Softwareentwicklungsprozesse lernt, kann später Innovationen auch in anderen Technologiefeldern vorantreiben. Für Berlin ist das ein strategischer Weg, internationale Fachkräfte langfristig an die Stadt zu binden.

„Unser Know-how liegt im Aufbau von Innovationsumgebungen und der Bereitstellung verlässlicher Entwicklungsbedingungen", sagt Sillmann. Die WISTA arbeitet dafür eng mit dem Berliner Senat, Ubisoft, dem Branchenverband game und einem entstehenden Mieterbeirat zusammen. Dieser soll Qualität sichern und darüber wachen, welche Akteure zur Kultur des Hauses passen. Inhaltlich fragwürdige Anbieter werden nicht aufgenommen – Offenheit und Fairness sind zentrale Prinzipien.

Für die Öffentlichkeit wird das House of Games vor allem Symbol sein, kein Ort für regelmäßigen Publikumsverkehr. Sichtbar soll es dennoch sein: als Zeichen dafür, dass Games ein bedeutender Wirtschaftsfaktor sind, der Wert schafft, Innovation ermöglicht und europäische Wettbewerbsfähigkeit stärkt.

In zehn Jahren, so Sillmanns Erwartung, wird das Gebäude möglicherweise zu klein sein. Dann soll das House of Games längst ein Begriff sein – ein Ort, an dem Gaming, Technologie und Industrie gemeinsam an neuen Lösungen arbeiten. Vielleicht größer, vielleicht erweitert – aber fest verankert auf der europäischen Innovationskarte. ■ *rb*

„Das House of Games Berlin ist ein Leuchtturm – für die Hauptstadt und für den gesamten Games-Standort Deutschland."

Felix Falk

Felix Falk
Geschäftsführer
game – Verband der deutschen Games-Branche e. V.

Benedikt Grindel
Zone Managing Director
Ubisoft Production Studios

Die Riot-Games-Arena in Adlershof

Hans Christian Lueneborg
Director of Esports Content Services EMEA

Hidden Place in Adlershof

Die Arena von Riot Games bietet E-Sports eine beeindruckende Bühne und ist zugleich Pilgerstätte für tausende Fans.

E-Sports hat seit seinen Anfängen in den 1990er Jahren eine erstaunliche Bekanntheit entwickelt. Längst findet er nicht mehr in dunklen Wohnzimmern statt, sondern in großen Arenen wie dem Londoner Wembley-Stadion vor über 12 000 Fans oder der Kölner Lanxess-Arena, die 20 000 Menschen fasst. Ein bedeutender Player der Szene, der US-amerikanische Entwickler und Publisher von Computerspielen Riot Games, ist am Zukunftsort Adlershof beheimatet. Das Unternehmen hatte sich 2014 für den Umzug von Köln nach Berlin entschieden, um Platz für ein Büro und ein eigenes Produktionsstudio mit guten technischen Möglichkeiten und passender Verkehrsanbindung zu haben.

Jährlich pilgern etwa 17 000 Menschen zur Riot-Games-Arena auf dem Gelände von Studio.Berlin, um die für sie bekannten Twitch- oder YouTube-Spieler:innen live zu erleben. Gespielt werden hier je nach Turniertag die hauseigenen Multiplayer-Games „League of Legends" und der taktische 5-gegen-5-Shooter „VALORANT". Wer in die Zeitschleife gefallen ist, kommt über Stunden nicht wieder heraus. So auch Ende August 2025, dem letzten „VALORANT"-Wettkampftag dieser Saison in Adlershof.

Zwei Teams treten gegeneinander an: Team Liquid aus den Niederlanden und Team GIANTX aus Spanien. Im Foyer, das auch einen Fanshop und Computer zum Selberzocken beheimatet, können Besuchende mittels Balleinwurf darauf tippen, welches Team gewinnt. Ein hellgrüner Ball steht für Team Liquid, ein hellvioletter Ball für Team GIANTX. Die meisten Bälle sind hellgrün. In einer Art Indoor-Amphitheater verfolgen über 200 Fans die Spielzüge der sich duellierenden Fünferteams auf LED-Leinwänden, feuern sie mit Klatschpappen an und fiebern mit. Die allesamt männlichen Spieler starren in höchster Konzentration auf ihren Computerbildschirm. Das Geschehen wird wie bei einem Fußballspiel kommentiert: „Schöne Dreifachschaukel!" Gerade haben drei Spieler aus verschiedenen Winkeln auf den Gegner gezielt, um ihn zu eliminieren. All das passiert in einer unglaublichen Geschwindigkeit. Auch online wird das Spiel verfolgt. „Die Abrufzahlen sind enorm", erklärt Hans Christian Lueneborg, seit neun Jahren Director Content Services EMEA (Europa, Naher Osten, Afrika) bei Riot Games. In Adlershof sind über 40 Kameras im Einsatz, um die Battle-Teams zu filmen, viele davon sind ferngesteuert. Weltweit erreicht eine „VALORANT"-Show 44,3 Millionen Views, „League of Legends" sogar 50 Millionen. Circa 80 Prozent der Viewer sitzen in China, wo E-Sports schon vor der Anerkennung als offizielle Sportart einen besonderen Stellenwert hatte. Die Spieler:innen geben über viele Stunden alles und müssen topfit sein, denn sie haben nach der Hälfte des Matches jeweils nur eine Pause von zehn Minuten.

Um ihnen den Rücken zu stärken, steckt hinter den Spieler:innen ein Riesenteam von circa 500 Mitarbeitenden, u. a. Expertinnen für eine ausgewogene Ernährung, Physiotherapeuten und ein Headcoach. Lueneborg managed 25 Profi-Teams in Berlin-Brandenburg: „Der Tag ist strikt durchgetaktet. Es wird darauf geachtet, dass die Profis alle notwendigen Mineralien und Vitamine zu sich nehmen und genug Sport machen. Auch die Trainingsspiele, sogenannte Scrim-Sessions, folgen einem bestimmten Muster." Das Mindestgehalt eines Spielers liegt bei 60 000 Euro jährlich, Profis bekommen sechsstellige Jahresgehälter. Die höchsten Preisgelder liegen weltweit bei „VALORANT" bei bis zu 2,25 Millionen Dollar (Championship global), bei „League of Legends" Worlds ist das Preisgeld doppelt so hoch. Die Profispieler:innen müssen mindestens 18 Jahre alt sein, kaum einer ist älter als 20.

Circa zehn Jahre später ist ihre Karriere schon vorbei, denn dann lässt die Reaktionsfähigkeit nach. „Ich kenne Spieler:innen, die beispielsweise bei größeren Hardware-Herstellern in die Entwicklung gegangen sind, um Computermäuse und Tastaturen für Gamer zu entwickeln, viele träumen auch von einem eigenen Spielestudio, andere verlassen die Branche", so Lueneborg. Die Ex-Profis wechseln oft ins Coaching oder in die Businesswelt. Dort haben sie sehr gute Chancen, denn wichtige Skills wie Teamfähigkeit, Führungsfähigkeit und strategisches Denken haben sie in ihrer Zeit als E-Sports-Profi gelernt. ■ *sg*