

Finja Walsdorff

Vergütungsinteressen in Fan-Gemeinschaften. Eine Analyse der Bethesda-Modding-Szene

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/14339>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Walsdorff, Finja: Vergütungsinteressen in Fan-Gemeinschaften. Eine Analyse der Bethesda-Modding-Szene. In: *Navigationen - Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften*. SPIEL|MATERIAL, Jg. 20 (2020), Nr. 1, S. 133–146. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/14339>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

VERGÜTUNGSINTERESSEN IN FAN-GEMEINSCHAFTEN

Eine Analyse der Bethesda-Modding-Szene

VON FINJA WALSDORFF

ABSTRACT

In Zeiten digitaler Vernetzung werden fankulturelle Aktivitäten sichtbarer, sind leichter zugänglich und avancieren so zum Massenphänomen. In Online-Communities tauschen Fans sich über Medientexte aus und produzieren daran angelehnte, derivative Werke. Diese inoffizielle kulturelle Produktion findet auch im Kontext des Computerspiels statt. So werden Spiele beispielsweise im Rahmen des Moddings durch kreative Nutzer/innen ergänzt oder verändert. Es handelt sich dabei um eine Medienpraktik, die – wie auch viele andere fankulturelle Aktivitäten – größtenteils als Freizeitbeschäftigung ausgeübt wird. Die daraus resultierenden Modifikationen (Mods) werden in aller Regel kostenlos im Internet zur Verfügung gestellt. Unter Modderinnen und Moddern lassen sich aber auch zunehmende Professionalisierungstendenzen und kommerzielle Bestrebungen beobachten. Der Beitrag nimmt diese Entwicklung in den Blick und geht der Frage nach, welche Rolle Vergütungsinteressen für die Mitglieder der Modding-Szene spielen.

1. MODDING IM KONTEXT VON FAN STUDIES, PARTICIPATORY CULTURE UND PRODUSAGE

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich das Forschungsinteresse der Fan Studies zunehmend in den digitalen Raum verlagert. So beschäftigt sich die moderne Fanforschung neben Fanszenen, die sich in analogen Räumen organisieren, intensiv mit fankulturellen Netzwerken im Internet. Fans gelten dabei als *Early Adopter* digitaler Technologien, denn sie bildeten früh selbstorganisierte Online-Communities, innerhalb derer Fan-Objekte diskutiert werden und ein kreativer sowie produktiver Umgang mit Medienangeboten stattfindet.¹ Die aktive Auseinandersetzung mit Medienprodukten wie Büchern, Filmen, Fernsehserien oder Computerspielen erfährt in der Fanforschung besondere Berücksichtigung: Als »Textual Poachers«² suchen Fans in Medientexten gezielt nach Anschlussmöglichkeiten, konstruieren eigene Bedeutungen und füllen Leerstellen aus. Nicht selten gehen daraus derivative Werke hervor, die im Internet veröffentlicht und von anderen Fans wiederum

1 Jenkins: Fans, Bloggers, and Gamers, S. 137f.

2 Jenkins: Textual Poachers.

angeeignet werden. Hierzu zählen etwa von Fans gestaltete Filme, Geschichten (*Fanfiction*) oder Bilder (*Fanart*). Die medienkulturellen Verschiebungen im Zuge des digitalen Wandels und den zunehmenden Anstieg aktiver sowie produktiver Formen der Medienaneignung fasst Henry Jenkins mit den Schlüsselbegriffen *Convergence Culture* und *Participatory Culture* zusammen.³ Axel Bruns beschreibt kontemporäre partizipative Praktiken unter dem Schlagwort *Producersage* und beschäftigt sich mit *Producers*, die sich in (Online-)Netzwerken zusammenschließen, um kollaborativ und kontinuierlich Inhalte zu erschaffen.⁴ Auch die Produzentinnen und Produzenten fankultureller Artefakte nehmen eine solche »hybride Nutzer/Produzenten-Rolle an, in der beide Formen der Beteiligung untrennbar miteinander verwoben sind«⁵. Das Schaffen gemeinsamer Inhalte in einem partizipativen Umfeld, kollaborative Prozesse und neue Formen der Distribution zählen zu den Grundprinzipien der *Producersage*. Dabei spielen nicht etwa monetäre Anreize, sondern vielmehr die gemeinschaftliche Anerkennung eine Rolle. Das »Ideal einer nicht-kommerziellen Schaffenskultur«⁶ ist auch Jenkins' *Convergence* bzw. *Participatory Culture* zu eigen. In den Fan Studies hat diese Perspektive Tradition, denn fankulturelles Schaffen scheint selten auf Profit ausgelegt zu sein⁷ und die derivativen Werke, die aus dem kreativen Umgang mit einem Medium hervorgehen, werden zumeist kostenlos im Internet zur Verfügung gestellt. Dies hängt nicht zuletzt mit dem bei der offiziellen Produzentenseite liegenden Urheberrecht zusammen. Fan-Communities gelten vor diesem Hintergrund als Kulturen des Schenkens, Tauschens und Teilens.⁸ In der Literatur wird aufgezeigt, dass diese Gemeinschaften zwar nicht auf Geld basieren, ihr Fundament deshalb jedoch nicht zwangsläufig Generosität ist. Es werden hier keine monetären, durchaus aber immaterielle Gegenleistungen (z.B. Aufmerksamkeit, Anerkennung) erwartet und ausgetauscht.⁹ Seltener findet indes eine Auseinandersetzung mit den finanziellen Interessen und Kommerzialisierungsbestrebungen von Fans statt. Dass auch monetäre Reize eine relevante Zuwendungsmotivation darstellen können, wird oftmals vernachlässigt oder gar ausgeschlossen. So schreibt etwa John Fiske Fans einen starken Argwohn zu, wenn es um die Kommerzialisierung ihrer Werke geht: »[T]here is a strong distrust of making a profit in fandom, and those who attempt to do so are typically classed as hucksters rather than fans.«¹⁰ Schöpferische Fans werden vor diesem

3 Jenkins: *Convergence Culture*; Jenkins: *Fans, Bloggers, and Gamers*.

4 Bruns: *Vom Prosumenten zum Produzter*, S. 195.

5 Ebd., S. 199.

6 Reißmann u.a.: »Fan Fiction, Urheberrecht und Empirical Legal Studies«, S. 161.

7 Sotamaa: »Playing It My Way?«, S. 12.

8 Hellekson: »A Fannish Field of Value«; Jenkins: *Convergence Culture*.

9 Anderson: *Free*, S. 152.

10 Fiske: »The Cultural Economy of Fandom«, S. 40.

Hintergrund in Opposition zu professionellen Medienschaffenden sowie der kommerziellen Kreativwirtschaft gesetzt und mit einer »free of charge«-Mentalität¹¹ assoziiert. Zugleich offenbart der Blick in viele Fan-Gemeinschaften, dass Fankultur und finanzieller Profit einander nicht ausschließen müssen. Bereits 2003 stellt John A. L. Banks schließlich fest: »The fans are fraternising with the enemy or even going commercial themselves, what is to be done!«¹² Ein aktuelles Beispiel für dieses Phänomen ist die *Modding*-Szene, in deren Kontext durchaus kommerzielle Bestrebungen und eine prinzipielle Offenheit für die Teilhabe am finanziellen Erfolg der Videospiegelindustrie beobachtet werden können.¹³ Im vorliegenden Beitrag sollen die Vergütungsinteressen von Modderinnen und Moddern sowie die Strategien, welche diese zur Kommerzialisierung ihrer derivativen Werke nutzen, beleuchtet werden. Zu diesem Zweck werden zunächst themenbezogene Erkenntnisse aus der empirischen Modding-Forschung und aktuelle Beispiele aus der Modding-Szene aufgegriffen, ehe die Ergebnisse einer qualitativen Interviewstudie mit zehn Modderinnen vorgestellt werden.

2. MODDING, MODS, MODDER: BEGRIFFSERKLÄRUNG UND ENTSTEHUNGSGESCHICHTE

Beim Modding werden die Inhalte und Strukturen eines Computerspiels durch Nutzer/innen verändert oder ergänzt. Aus dieser »Bearbeitung bereits auf dem Markt befindlicher Medienprodukte«¹⁴ gehen die sogenannten *Mods* (Kurzform des englischen »Modification«) hervor. Einige *Modder/innen* beschäftigen sich intensiv mit der Veränderung des Programmcodes eines Spiels, während andere dieses um kleinere Inhalte ergänzen, ohne in dessen tiefere Strukturen einzugreifen. Sowohl bei der umfassenden Modifikation eines Spiels (z.B. Hinzufügen neuer Spielmodi) als auch bei dessen optischer Anpassung (z.B. neue Kleidungsstücke für Spielfiguren) handelt es sich demnach um Mods. Obwohl einige Mod-Projekte starke Professionalisierungstendenzen aufweisen, gilt Modding im Allgemeinen als von Amateuren praktizierte Freizeitbeschäftigung. Modder/innen sind demnach in erster Linie »players and fans of the game«¹⁵ – und keine professionellen Game-Designer/innen. Mods werden häufig kostenlos im Internet zum Download angeboten und können dem Originalspiel hinzugefügt werden. Modifiziert werden aus technischen Gründen in aller Regel PC-Spiele, wobei Mods in Ausnahmefällen auch auf Konsolen wie der *PlayStation 4* genutzt werden können, wenn der Spieleentwickler diese Funktion implementiert und der Konsolenhersteller Modding zulässt. Den Dreh- und Angelpunkt der Modding-Szene bildet das Internet: Hier vernetzen

11 De Kosnik: »Should Fan Fiction Be Free?«, S. 122.

12 Banks: »Negotiating Participatory Culture in the New Media Environment«, S. 10.

13 Behr: Kreativer Umgang mit Computerspielen, S. 45.

14 Abend/Beil: »Spielen in mediatisierten Welten«, S. 303.

15 Poor: »Computer Game Modders' Motivations and Sense of Community«, S. 1250.

Modder/innen sich in Online-Communities, in denen Modifikationen veröffentlicht und kommentiert werden. Darüber hinaus finden über die entsprechenden Plattformen und Foren der Austausch von Informationen und Erfahrungen sowie co-kreative Prozesse statt, da Modder/innen sich hier zum Teil zusammenschließen, um gemeinsam an Spielerweiterungen und -veränderungen zu arbeiten.¹⁶ Das Phänomen Modding lässt sich kaum quantifizieren, da die Szene sich nicht in einer einzelnen Community sammelt, sondern viele verschiedene Modding-Foren und Plattformen existieren, die in der Regel um ein bestimmtes Spiel kreisen. Dazu kommt, dass nicht alle Modder/innen ihre Werke veröffentlichen oder sich aktiv an Modding-Gemeinschaften beteiligen.¹⁷ Öffentliche Plattformen wie *Nexus Mods* zeigen jedoch, dass das Erstellen und die Nutzung von Computerspiel-Modifikationen auf Anklang stoßen. So wurden auf *Nexus Mods* bereits 223.586 Mods von 93.050 Modderinnen und Moddern veröffentlicht (Juni 2019). Insgesamt verzeichnen die Dateien auf *Nexus Mods* nach Angaben der Betreiber bisher 3.176.716.665 Downloads. Für besonders viel Aufsehen hat in der Vergangenheit der von Minh Le und Jess Cliffe entwickelte Online-Taktik-Shooter *Counter-Strike* (Valve, 2000) gesorgt, bei dem es sich ursprünglich um eine Mod für das Computerspiel *Half-Life* (Valve, 1998) handelte. Diese ergänzte den eigentlich auf eine Einzelspieler-Erfahrung ausgelegten Titel *Half-Life* um einen komplexen, kompetitiven Mehrspieler-Modus. Die Mod, welche das Szenario und die Spielmechanik von *Half-Life* grundlegend veränderte, war beim Publikum des Spiels derart beliebt, dass der Hersteller Valve einige der verantwortlichen Hobbyprogrammierer unter Vertrag nahm und *Counter-Strike* seither offiziell vermarktet.¹⁸ Auch das gegenwärtig sehr erfolgreiche *Battle Royale*-Genre aus Spielen wie *Fortnite* (Epic Games, 2017) wurde erstmals in Mods umgesetzt. Technisch aufwändige Modifikationen, die starke Veränderungen an einem Spiel vornehmen und mit dem Original oft nur noch wenig gemeinsam haben, werden als *Total Conversions* bezeichnet.¹⁹ Code-basiertes Modding muss jedoch nicht das gesamte Spiel umformen, sondern kann sich auch auf bestimmte Aspekte beschränken. Mithilfe von *Script Mods* lässt sich ein Programmcode beispielsweise im geringen Ausmaß anpassen. Verbreitet sind jedoch vor allem die sogenannten *Partial Conversions*: »Mods, die dem Spiel in erster Linie neue Inhalte hinzufügen [...], den ›Charakter‹ des Originalprogramms aber weitgehend intakt lassen«²⁰. Dabei kommen häufig gängige Bildbearbeitungsprogramme zum Einsatz, mit deren Hilfe neue Texturen (Oberflächen) für die 3D-Objekte eines Spiels erstellt werden. Einige Spielentwickler stellen zudem Editoren bzw. Software Development Kits zur Verfügung, welche die Entwicklung von Mods

16 Abend/Beil: »Spielen in mediatisierten Welten«, S. 310.

17 Poor: »Computer Game Modders' Motivations and Sense of Community«, S. 1259.

18 Beil: »Modding/Leveleditoren/Editor-Games«, S. 213.

19 Ebd.

20 Ebd., S. 208.

vereinfachen sollen. So unterstützt *Bethedas Creation Kit* das Erstellen neuer Welten, Spielfiguren sowie Waffen und hilft dabei, Texturen zu verändern oder sogenannte Bugs (Softwarefehler) zu beheben, die von den Spieleherstellern teilweise gar nicht oder erst lange nach der Veröffentlichung eines Titels berücksichtigt werden.²¹

Kaum ein Text über die Praktik des Moddings kommt ohne den Hinweis auf die besondere Beziehung zwischen den produktiven Fans und den Akteuren aufseiten der Spieleindustrie aus. Zur Illustration werden zum Beispiel die Anfänge des Spiels *Die Sims* aus dem Jahr 2000 angeführt, um das innerhalb von kürzester Zeit eine große Online-Fan-Community entstand, aus der auch Mods hervorgingen. *Maxis*, das Entwicklerstudio von *Die Sims*, bemühte sich um einen regen Austausch mit den kreativen und schöpferischen Fans des Spiels und erkannte Mods als wichtigen Beitrag zum eigenen Produkt an.²² Die Macher/innen von *Die Sims* hatten demnach früh ein Bewusstsein dafür entwickelt, dass die innovativen Ideen fankultureller Akteure zum Erfolg eines Spiels beitragen können. Dies führte u. a. zu einer Änderung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Unternehmens, die es den produktiven *Sims*-Fans erlaubte, geringfügige Einnahmen zu erzielen, durch die in Verbindung mit der Fan-Aktivität anfallende Kosten gedeckt werden sollten.²³ Um das Spiel *Die Sims* herum entstanden bald die ersten »Mod-Abonnements«: Nutzer/innen kaufen hierbei keine einzelnen Modifikationen, sondern den Zugang zum Download-Bereich eines Webangebots.²⁴ Auch aktuellere Beispiele verdeutlichen den zum Teil engen Kontakt zwischen der Herstellerseite und der Modding-Szene. So vertreibt das Softwareunternehmen *Valve Corporation* auf der firmeneigenen Plattform *Steam* Computerspiele und Software, bietet mit dem *Steam Workshop* aber auch eine Rubrik an, welche Nutzerinnen und Nutzern die Veröffentlichung von eigenem Content (z.B. Mods) erlaubt. Erfolgreiche Mods werden von *Valve* zum Teil aufgekauft und besonders kompetente Modder/innen haben, wie es der Fall *Counter-Strike* zeigt, die Chance auf einen Aufstieg in die Spieleindustrie. Auch der Spieleentwickler *Bethesda* hat in der Vergangenheit verschiedene Strategien zur Vermarktung von Mods entwickelt und zuletzt mit dem *Creation Club* eine Plattform zur Kooperation mit Modderinnen und Moddern etabliert, die auf den Verkauf von Mods abzielt. Theodorsen weist zudem auf die Bedeutung von Sponsorings sowie Werbeverträgen im Kontext von Modding hin und berichtet von Rivalitäten innerhalb der *FIFA*-Modding-Community, die u. a. durch monetäre In-

21 Poor: »Computer Game Modders' Motivations and Sense of Community«, S. 1262.

22 Jenkins: *Convergence Culture*, S. 162ff.

23 Ebd., S. 167.

24 Ein bekannteres Beispiel hierfür ist die *Sims*-Modding-Webseite *Newsea*, auf der Jahresabonnements in Höhe von 64 € angeboten werden.

teressen bedingt zu sein scheinen, da Unternehmen auf häufig frequentierten Modding-Homepages eher bezahlte Werbung schalten.²⁵ Wer mit seinen Mods erfolgreicher als andere Entwickler/innen ist, hat folglich höhere Chancen auf eine Vergütung. Auch Modding-Wettbewerbe sind oft mit finanziellen Anreizen verbunden. An dieser Stelle sei etwa auf den von *Epic Games* und *Nvidia* organisierten *\$1,000,000 Nvidia Make Something Unreal Contest* aus dem Jahr 2004 hingewiesen, in dessen Rahmen Modder/innen hohe Geldpreise und eine Lizenz für die *Unreal Engine 3* gewinnen konnten.²⁶ 2016 kooperierte *Nvidia* im Rahmen des *Fallout 4 Mod Contest* mit *Bethesda*, um besonders talentierte Modder/innen auszuzeichnen. Der Hauptpreis bestand dabei aus 10.000 US-Dollar und einem einzigartigen PC im *Fallout*-Design. Außerdem wurde dem/der Erstplatzierten für die eigene kreative Arbeit technische Unterstützung durch *Nvidia*-Experten in Aussicht gestellt.²⁷

Henry Jenkins betrachtet das zum Teil starke Entgegenkommen der Videospielindustrie gegenüber den schöpferischen Fans als Unikum: »[T]he modding community may be unique in having amateur-produced works taken up directly by commercial companies for distribution.«²⁸ Im Kontrast hierzu stehen Perspektiven, welche kritisch auf die Indienstnahme von Modderinnen und Moddern hinweisen.²⁹ Diese Lesart von Partizipation beanstandet u. a., dass Modder/innen zwar maßgeblich zum Erfolg von Spielen beitragen, an diesem jedoch häufig nicht beteiligt werden.³⁰ Modding wird aus Herstellersicht zum Teil als kostenlose Marktforschung bzw. »value-enhancing labor«³¹ verstanden, die zur Optimierung der eigenen Produkte beitragen und Auskunft über aktuelle Trends geben kann. Modding-Communities bieten einen großen Testmarkt, in dem originelle Ideen entstehen, die anschließend zum Teil von Videospielefirmen adaptiert werden.³² Mods können digitale Spiele zudem aufwerten oder darin auftauchende Programmierfehler verbessern – denn anders als etwa eine Fanfiction, die isoliert von ihrer Vorlage existiert, kann eine Mod nur dann rezipiert werden, wenn auch das ihr zugrundeliegende Spiel vorhanden ist. Auch eine positive Auswirkung auf die *Lebensdauer* von Spielen lässt sich im Kontext des Moddings beobachten, da selbst ältere Titel angesichts des stetigen Nachschubs neuer inoffizieller Inhalte oftmals weniger schnell an Reiz verlieren.³³ Es überrascht vor diesem Hintergrund nicht,

25 Theodorsen: »Participatory Culture on Web 2.0. Exploring the Motives for Modding Video Games«, S. 42.

26 Sotamaa: »Have Fun Working with Our Product!«, S. 6.

27 Bethesda: »NVIDIA Launches Fallout 4 Major Mod Contest«.

28 Jenkins: *Convergence Culture*, S. 164.

29 Abend/Beil: »Spielen in mediatisierten Welten«, S. 307f.

30 Behr: *Kreativer Umgang mit Computerspielen*, S. 43.

31 Andrejevic: »Watching Television Without Pity«, S. 24.

32 Kücklich: »Precarious Playbour«.

33 Postigo: »Of Mods and Modders«.

dass Modding von einigen Spielfirmen nicht nur toleriert, sondern auch aktiv unterstützt wird. Allerdings beteiligen die meisten Unternehmen Mod-Ersteller/innen nicht an ihren monetären Gewinnen, weshalb Modding zum Teil als »Free Labor«³⁴ oder »Precarious Playbour«³⁵ beschrieben wird. Auch die bereits erwähnte, von der Herstellerseite ausgehende Monetarisierung von Mods, in deren Rahmen Strategien zur Vergütung fankultureller Produktionen erprobt werden, fällt nicht per se zugunsten der Modder/innen aus. Als *Valve* und *Bethesda* im Jahr 2015 *Paid Mods* einführten, also nutzergenerierte Inhalte zum Verkauf anboten, sollten die beteiligten Modder/innen lediglich 25 % der Einnahmen erhalten. Das Modell stieß in der Modding-Szene auf Kritik, die verschiedenen Aspekten der Kommerzialisierung von Mods galt. So wurde Modding innerhalb der Community-Diskussionen von einigen Fans als unentgeltliche *Labor of Love* beschrieben, die sich mit monetären Interessen nicht vereinbaren lässt, während für andere lediglich der Anteil, den die Modder/innen erhalten sollten, zu gering war. Des Weiteren wurde eine Zentralisierung bzw. Kontrolle der Mods durch die Rechteinhaber befürchtet. Die enttäuschten Fans schlossen sich in kürzester Zeit zusammen und reagierten u. a. mit Petitionen auf das neue System. Auch Spielmodifikationen wurden genutzt, um den Unmut zum Ausdruck zu bringen: Ein Nutzer etwa erstellte ein digitales Schild mit den Slogans »Free the Mods« und »No Paid Mods«, welches die Figuren aus dem Spiel *Skyrim* (2011) als Zeichen des Protests hochhalten können. Im *Steam Workshop* war diese Mod kurzzeitig der beliebteste Download. Wenig später wurde das deutlich zugunsten der Herstellerseite ausfallende »Paid Mod«-System wieder eingestellt. Hierin wird einerseits das Machtgefälle zwischen Moddenden und der Spieleindustrie deutlich, legen entsprechende Endbenutzer-Lizenzverträge doch fest, dass sämtliche Urheberrechte an Mods bei den Spielefirmen liegen, die auch deren Vermarktung reglementieren können.³⁶ Andererseits zeigt sich, dass der von Fans organisierte Verbraucher-Aktivismus im Internet hohe Wellen schlagen und zur Folge haben kann, dass die Entscheidungen auf Unternehmensseite überdacht oder gar zurückgenommen werden.

Die Indienstnahme von Moddenden durch die Games-Branche wird in Teilen der Literatur in den Fokus gerückt und problematisiert.³⁷ Dabei wird die kommerzielle Kultur- und Kreativwirtschaft dazu aufgefordert, produktive Fans angesichts ihres Beitrags zum Erfolg von Spielen am Gewinn der Unternehmen zu beteiligen.³⁸ Dass fankulturelle Produzentinnen und Produzenten aber auch aus eigenem Antrieb und ohne die Unterstützung der Industrie monetäre Einkünfte generieren können, findet bislang kaum Berücksichtigung. Dies verwundert, denn Modder/in-

34 Terranova: »Free Labor«.

35 Kücklich: »Precarious Playbour«.

36 Ebd.

37 Abend/Beil: »Spielen in mediatisierten Welten«, S. 307.

38 Kücklich: »Precarious Playbour«.

nen nutzen durchaus innovative Strategien zur Kommerzialisierung, die in Unabhängigkeit von der Games-Industrie umgesetzt werden. Da die meisten Endbenutzer-Lizenzverträge von Spielen festlegen, dass Mods nicht kommerziell vertrieben werden dürfen,³⁹ werden als Workaround beispielsweise kostenpflichtige Abonnements für private Mod-Websites angeboten, wobei Nutzer/innen nicht direkt für Modifikationen, sondern für den Zugang zu diesen zahlen. Obwohl bisher davon ausgegangen wurde, dass finanzielle Interessen für Modder/innen kaum relevant sind,⁴⁰ lassen sich innerhalb der Fan-Communities also zum Teil Kommerzialisierungsbestrebungen und innovative Strategien zur Vermarktung fankultureller Produktionen beobachten.

3. VERGÜTUNGSINTERESSEN IN DER MODDING-SZENE: EINE EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG DER *BETHESDA*-COMMUNITY

Genaueren Aufschluss über die Vergütungsinteressen in der Modding-Szene sollen nun die Ergebnisse zehn qualitativer, leitfadengestützter Interviews mit Modderinnen geben. Im Fokus stehen dabei die Fragen danach, ob die Teilnehmerinnen dieser Befragung die kreativ-konstruktive Nutzung des Computerspiels mit finanziellen Interessen verbinden, welche Strategien zur Monetarisierung sie unter Umständen nutzen und wie sie zur Kommerzialisierung von Mods durch Spielehersteller stehen. Die Interviews sind Teil einer größeren medienethnographischen Untersuchung zum Thema »Frauen in der Modding-Szene«, die im Oktober und November 2018 durchgeführt wurde. Dabei wurden zehn weibliche Modderinnen von *Bethesda*-Spielen im Alter zwischen 20 und 55 Jahren per E-Mail oder im Chat zu ihrer Tätigkeit befragt. Der Entwickler und Publisher *Bethesda* ist insbesondere für Open-World-Rollenspiele bekannt, wobei im Zentrum der Untersuchung Titel der *Fallout*-Reihe (seit 2008 unter *Bethesda*) sowie das Spiel *The Elder Scrolls V: Skyrim* (2011) stehen. Es handelt sich dabei um Rollenspiele, die in einer Fantasy-Welt (*Skyrim*) bzw. in einer postapokalyptischen Dystopie (*Fallout*) spielen. Die im Rahmen der Studie befragten Modderinnen kommen aus Österreich, England, Frankreich, Australien, Italien, Kanada und den USA. Unter ihnen befinden sich Studierende, Angestellte in der Sachverwaltung und im Einzelhandel, eine Grafikerin, eine App-Designerin, eine Hausfrau, eine Arbeitsuchende und zwei Personen im Ruhestand. Eine der Mod-Erstellerinnen beschäftigt sich erst seit ungefähr 12 Monaten mit der Praktik, während eine andere Befragte sich bereits in den 80er Jahren mit Modding auseinandergesetzt hat. Die interviewten Modderinnen gestalten unterschiedliche Mod-Arten (z.B. kosmetische Veränderungen eines Spiels oder die Modifikation des Programmcodes) und weisen auch hinsichtlich ihrer

39 Humphreys u.a.: »Fan-based Production for Computer Games«, S. 13.

40 Behr: Kreativer Umgang mit Computerspielen, S. 67.

Kompetenzen Differenzen auf. Alle Interviewpartnerinnen lassen jedoch einen hohen Grad an Selbstreflexion erkennen und setzen sich kritisch mit ihren eigenen Werken und ihren Communities auseinander.

Mit dem *Creation Club* hat *Bethesda* 2017 ein Projekt ins Leben gerufen, in dessen Rahmen gezielt mit ausgewählten Modderinnen und Moddern zusammenarbeitet wird, um deren Spielerweiterungen zu vermarkten. Wer interessiert ist, kann sich mit einem Portfolio bisheriger Arbeiten und einem innovativen Konzept für eine neue Spielmodifikation bewerben. Das Angebot des *Creation Club* umfasst viele Partial Conversions, darunter zum Beispiel neue Kleidung und Rüstungen für Spielfiguren, Waffenskins, Dekorationsobjekte und bearbeitete Spielumgebungen. Doch auch aufwändigere Gameplay-Modifikationen und neue Spielmodi sind Teil des Programms. Die fertiggestellten Arbeiten werden zum kostenpflichtigen Download auf *PlayStation 4*, *Xbox One* und dem Computer angeboten. Für ihre Mitarbeit erhalten die Mitglieder des *Creation Club* ein (nicht spezifiziertes) Honorar und Lizenzen für 3D-Computergrafik- und Animationsprogramme.⁴¹ Ein Großteil der *Bethesda*-Mods wird allerdings weiterhin kostenlos zur Verfügung gestellt, denn das Ziel des *Creation Clubs* besteht darin, *Premium Mods* zu vertreiben, weshalb in erster Linie ausgewählte Profi-Modder/innen rekrutiert werden. Während ein Teil der befragten Modderinnen an dieser Zusammenarbeit mit der Herstellerseite interessiert ist und darin auch mit Blick auf den beruflichen Werdegang eine Chance sieht, lehnen andere eine solche Kooperation ab. Einerseits wird in den Interviews betont, dass *Bethesda* Modding-Interessierten stark entgegenkommt und die Praktik u. a. durch die Veröffentlichung entsprechender Tools unterstützt (»Bethesda so far has been in a league of their own in terms of modding support«, Interview FD). Andererseits werden dem Unternehmen die wiederholten Versuche einer Kommerzialisierung des Moddings angelastet. Die Modderin FP kann beide Perspektiven nachvollziehen, geht allerdings davon aus, dass sowohl die Modding-Szene als auch die Spielehersteller von der Symbiose *inoffizieller* und *offizieller* Medienproduktion profitieren: »Some people paint it as something parasitic, that Bethesda feeds off the modding community, but for myself I see it as mutualism. We all benefit from the relationship – modders, Bethesda and mod users.« Manche Modderinnen halten indes an einer »free of charge«-Mentalität⁴² fest und sehen die auf monetären Gewinn ausgelegte Kooperation zwischen *Bethesda* und der Modding-Community kritisch:

I feel it has divided the modding community and caused a lot of great modders to [...] go to Bethesda for the hope of earning more money than they can get through donations [...]. I really hate what Bethesda has done with their Creation Club, which has taken wonderful free (or

41 Bethesda: »Creation Club-Spotlight – Elianora«.

42 De Kosnik: »Should Fan Fiction Be Free?«, S. 122.

donation only) modders out of the free modding community and instead they are now just making paid mods.⁴³

Auch AS gibt an, dass die Szene sich angesichts der Monetarisierung von Mods verändert hat:

Money just corrupts everything it touches and the mod scene was so pure by comparison. Mods were made with love and care. Mods made for money are just to make a fast buck. Money corrupts and destroys that. [...] Modding should remain free, a labor of love and pride in a job well done.⁴⁴

Aus den Interviews geht hervor, dass die Mitglieder der *Bethesda*-Modding-Szene ihre Community und die damit verbundene fankulturelle Produktion als nicht-kommerzielle Schenkultur idealisieren, die hier mit Begriffen wie »pure« oder »labor of love« illustriert wird. Für viele Mod-Ersteller/innen scheint der direkte Verkauf eigener Arbeiten keine Option darzustellen. Zugleich können einige Modderinnen sich durchaus vorstellen, für besonders gelungene Mods zu zahlen (»Ich würde z.B. für Mods, die Spiele erweitern oder ganze Karten neu machen, gerne Geld ausgeben«, Interview PA). Sie zeigen außerdem eine beträchtliche Offenheit für alternative Strategien zur Monetarisierung, auf die noch zurückzukommen ist. Während weniger erfahrene Mod-Erstellerinnen, die kleinere Projekte umsetzen, eine monetäre Vergütung eher als unrealistisch einschätzen, sprechen besonders versierte Modderinnen sich stärker für eine Honorierung ihrer Projekte aus. Sie verstehen ihre Praktik nicht als unverbindlichen Zeitvertreib, sondern vielmehr als »Serious Leisure«⁴⁵, und lassen erkennen, dass finanzielle Interessen für sie eine relevante Zuwendungsmotivation darstellen. KM versteht Modding vor diesem Hintergrund als »Job«, der professionelle Fähigkeiten voraussetzt und zeitaufwändig ist:

I think that modders have any right to expect some compensation for their work. There are those saying ›modding is meant to be free!‹ and mean ›I want you to give me free stuff!‹ Modding is software development, and at the level some of us are doing it, it requires both professional skills and serious time commitment. In other words, it's a job. I do believe that users financially supporting modders will result in more and better-quality mods. Which is a win/win for everyone.⁴⁶

Bethesda untersagt zwar den direkten Verkauf von Mods, allerdings kann die Bearbeitung der urheberrechtlich geschützten Spiele nichtsdestotrotz zu monetären

43 Interview GD.

44 Interview AS.

45 Stebbins: Amateurs, Professionals, and Serious Leisure, S. 2.

46 Interview KM.

Einkünften führen. Als beliebter Workaround hat sich in diesem Kontext die Crowdfunding-Plattform *Patreon* etabliert. Hier können *Content Creators* finanzielle Unterstützung für ihr Schaffen als solches erbitten, ohne z.B. Spielmodifikationen zum direkten Verkauf anzubieten. *Patreon* kann dabei als virtuelle Trinkgelddose für einmalige Spenden fungieren oder als eine Art Abonnement genutzt werden, in dessen Rahmen die sogenannten *Patrons* monatlich einen selbstbestimmten Geldbetrag zahlen. Zu diesem Zweck existieren verschiedene *Tiers*, die erworben werden können und teilweise mit Gegenleistungen verbunden sind. Eine der interviewten Modderinnen bietet für 5 \$ pro Monat zum Beispiel Zusatzinhalte für ihre Mods, einen höheren Status auf ihrem persönlichen *Discord*-Server⁴⁷ (d. h. die *Patrons* werden hier farblich hervorgehoben) und einen ›Rund-um-die-Uhr-Support‹ an. Wer monatlich 30 \$ zahlt, hat zudem Anspruch auf Auftragsarbeiten und Merchandise. Eine andere Modderin verspricht für 25 \$, die jeweiligen Käufer/innen in ihren Mods zu verewigen. Die befragten *Patreon*-Nutzerinnen verdienen auf der Plattform zwischen 200 und 550 \$ im Monat. Einige besonders erfolgreiche Mitglieder der Szene nehmen über das Portal allerdings durchaus mehrere Tausend US-Dollar ein. Dass eine der Teilnehmerinnen gerne vom Modding leben möchte und auf ihrem *Patreon*-Profil deshalb 1500 \$ als monatlichen Wunschbetrag angegeben hat, erscheint vor diesem Hintergrund nicht abwegig. Wichtig ist den Befragten, dass das Spenden auf *Patreon* weder einen Zwang darstellt noch eine *Paywall* für die fankulturellen Artefakte bedeutet. Die finanzielle Unterstützung über das Portal wird geschätzt und kann sich den Interviewten zufolge auch positiv auf die Praktik des Moddings auswirken, da durch die monetären Einnahmen mehr Zeit für den Umgang mit dem Hobby bleibt. Der finanzielle Erfolg ist für die Veröffentlichung von Spielmodifikationen aber nur in Ausnahmefällen die Voraussetzung.

Auch das beliebte Modding-Portal *Nexus Mods* hat 2018 mit den sogenannten *Donation Points* ein System zur Vergütung von Modderinnen und Moddern entwickelt. Dafür lassen die Betreiber der Webseite monatlich Teile der Einnahmen aus Werbeverträgen und Premiummitgliedschaften in einen Spendenpool fließen. Modder/innen können ihre Arbeiten registrieren und erhalten für die Downloads ihrer Mods *Donation Points*, wobei 1000 *Donation Points* umgerechnet 1 US-Dollar ergeben. Während der direkte Verkauf von Mods innerhalb der *Bethesda*-Community ein Tabu darzustellen scheint (››Paysites‹ is a dirty word«, Interview PS), befürworten viele Modderinnen Lösungen wie *Patreon* oder die erwähnten *Donation Points*. So greift zum Beispiel auch die Modderin AS, die den kommerziellen Vertrieb von Fan-Produkten eigentlich entschlossen ablehnt, auf das *Donation*-System von *Nexus Mods* zu. Dessen Legitimation besteht für sie darin, dass Spenden freiwillig entrichtet werden können, während *Paid Mods* einen Kauf voraussetzen. Um mit den veröffentlichten Mods ein möglichst großes Publikum und viele Downloads zu er-

47 Bei dem Instant-Messenger und VoIP-Dienst *Discord* handelt es sich um eine speziell für Videospieleerinnen und -spieler entwickelte App. Hier können Server mit Sprach- und Text-Kanälen erstellt werden, auf denen in der Gruppe oder privat kommuniziert wird.

reichen, verfolgen einige der interviewten Modderinnen zudem Strategien des Eigenmarketings. Dazu zählen Werbung in den sozialen Medien, Video-Trailer zu aktuellen Mod-Projekten und zum Teil aufwändig gestaltete Internetpräsenzen. Dies muss nicht, kann aber durchaus mit finanziellen Interessen verbunden sein.

Die Auseinandersetzung mit der Modding-Szene um die Spiele des Entwicklers und Publishers *Bethesda* zeigt, dass finanzielle Interessen für Modder/innen eine Zuwendungsmotivation darstellen können. Es bestätigt sich dabei die in den Fan Studies verbreitete Einschätzung, dass Fans den Verkauf ihrer Werke kritisch sehen⁴⁸ und die Kommerzialisierung fankulturellen Schaffens sich angesichts des geltenden Urheberrechts schwierig gestaltet. Andererseits lässt sich feststellen, dass im Kontext des Moddings unter bestimmten Bedingungen auch die kreative Bearbeitung urheberrechtlich geschützter Werke zu monetären Gewinnen führen kann – etwa dann, wenn die Herstellerseite mit der Community kooperiert, um von Fans erstellte Spielmodifikationen zu vermarkten. Auch zeigen Modderinnen sich gegenüber Workarounds wie *Patreon* prinzipiell offen. Dabei wird sich zwar gegen den direkten Verkauf fankultureller Produktionen ausgesprochen. Finanzielle Gegenleistungen bzw. Spenden auf freiwilliger Basis erfahren jedoch Zuspruch, sodass sich Crowdfunding-Plattformen, auf denen die fankulturelle Produktion als solche honoriert wird, in der Modding-Szene zunehmend etablieren. Während der vorliegende Beitrag die produktiven Fans des Herstellers *Bethesda* in den Blick nimmt, lassen sich ähnliche Entwicklungen auch in anderen Modding- und Fan-Szenen beobachten. Anschlussmöglichkeiten für die weitere Forschung ergeben sich zum Beispiel mit Blick auf die sogenannten *Commissions*, also bezahlte Auftragsarbeiten, die nicht nur unter Modding-Fans, sondern auch im Bereich Fanfiction und Fanart Anklang finden.

LITERATUR

- Abend, Pablo/Beil, Benjamin: »Spielen in mediatisierten Welten. Editor-Games und der Wandel der zeitgenössischen Digitalkulturen«, in: Krotz, Friedrich u.a. (Hrsg.): *Mediatisierung als Metaprozess. Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*, Wiesbaden 2017, S. 303–321.
- Anderson, Chris: *Free. How Today's Smartest Businesses Profit by Giving Something*, London 2010.
- Andrejevic, Mark: »Watching Television Without Pity. The Productivity of Online Fans«, in: *Television & New Media*, Jg. 9, Nr. 1, 2008, S. 24–46.
- Banks, John A. L: »Negotiating Participatory Culture in the New Media Environment. Auran and the Trainz Online Community – An (Im)possible Relation«, *MelbourneDAC2003*, Melbourne 2003, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.491.2948&rep=rep1&type=pdf>, 15.06.2019.

48 Fiske: »The Cultural Economy of Fandom«, S. 40.

- Behr, Katharina-Maria: Kreativer Umgang mit Computerspielen. Die Entwicklung von Spielmodifikationen aus aneignungstheoretischer Sicht, Universität Zürich 2010 (Diss.).
- Beil, Benjamin: »Modding/Leveleditoren/Editor-Games. Skripte und Praktiken digitaler Partizipation«, in: Biermann, Ralf u.a. (Hrsg.): Partizipative Medienkulturen. Positionen und Untersuchungen zu veränderten Formen öffentlicher Teilhabe, Wiesbaden 2014, S. 207–232.
- Bethesda: »NVIDIA Launches Fallout 4 Major Mod Contest«, <https://bethesda.net/en/article/547waQnZBmcumA4Gk2oUqg/nvidia-launches-fallout-4-major-mod-contest>, 2016, 15.06.2019.
- Bethesda: »Creation Club-Spotlight – Elianora«, <https://bethesda.net/de/article/6VgEkdHqTecgYwSCkiqyeq/creator-spotlight-elianora>, 2018, 15.06.2019.
- Bruns, Axel: »Vom Prosumenten zum Produzent«, in: Blättel-Mink, Birgit/Hellmann, Kai-Uwe (Hrsg.): Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte, Wiesbaden 2010, S. 191–205.
- De Kosnik, Abigail: »Should Fan Fiction Be Free?«, in: Cinema Journal, Jg. 48, Nr. 4, 2009, S. 118–124.
- Fiske, John: »The Cultural Economy of Fandom«, in: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media, London 1992, S. 30–49.
- Hellekson, Karen: »A Fannish Field of Value. Online Fan Gift Culture«, in: Cinema Journal, Jg. 48, Nr. 4, 2009, S. 113–118.
- Humphreys, Sal/Fitzgerald, Brian/Banks, John/Suzor, Nic: »Fan-based Production for Computer Games. User-led Innovation, the ›Drift of Value‹ and the Negotiation of Intellectual Property Rights«, in: Media International Australia, Nr. 114, 2009, S. 16–29.
- Jenkins, Henry: Convergence Culture. Where Old and New Media Collide, New York 2006.
- Jenkins, Henry: Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring Participatory Culture, New York 2006.
- Jenkins, Henry: Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture, New York 1992.
- Kücklich, Julian: »Precarious Playbour. Modders and the Digital Games Industry«, in: The Fibreculture Journal, Jg. 5, Nr. 1, 2005, S. 1–5, <http://five.fibreculture-journal.org/fcj-025-precariou-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>, 15.06.2019.
- Poor, Nathaniel: »Computer Game Modders' Motivations and Sense of Community. A Mixed-Methods Approach«, in: New Media & Society, Jg. 16, Nr. 8, 2014, S. 1249–1267.
- Postigo, Hector: »Of Mods and Modders. Chasing Down the Value of Fan-based Digital Game Modifications«, in: Games and Culture, Jg. 2, Nr. 4, 2007, S. 300–313.

FINJA WALSDORFF

- Reißmann, Wolfgang/Klass, Nadine/Hoffmann, Dagmar: »Fan Fiction, Urheberrecht und Empirical Legal Studies«, in: POP. Kultur und Kritik, Jg. 6, Nr. 1, 2017, S. 155–172.
- Sotamaa, Olli: »Have Fun Working with Our Product!«. Critical Perspectives On Computer Game Mod Competitions«, in: Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference. Changing Views – Worlds in Play, Vancouver 2005, <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/06278.00528.pdf>, 15.06.2019.
- Sotamaa, Olli: »Playing It My Way? Mapping The Modder Agency«, https://people.uta.fi/~olli.sotamaa/documents/sotamaa_modder_agency.pdf, 2004, 15.06.2019.
- Stebbins, Robert A.: Amateurs, Professionals, and Serious Leisure, Montreal/Kingston 1992.
- Terranova, Tiziana: »Free Labor. Producing Culture for the Digital Economy«, in: Social Text, Jg. 18, Nr. 2, 2000, http://web.mit.edu/schock/www/docs/18.2_terranova.pdf, 15.06.2019.
- Theodorsen, Jesper: Participatory Culture on Web 2.0. Exploring the Motives for Modding Video Games, Amsterdam School of Communication Research, Universiteit van Amsterdam 2008 (MA).