

UNITED PROTOTYPE

Die Erschaffung einer fast perfekten Welt

Exklusiver Werkstattbesuch bei Ibo Evsan und seinem Social-Gaming-Projekt: 5 Mio. Nutzer sollen im ersten Jahr spielen, Item-Selling 80 % der Erlöse bringen



„Ständiger Alltagsbegleiter“: Ibrahım Evsan will die Generation Facebook mit dem passenden Online-Game versorgen

➔ In einer perfekten Welt wählt der Mensch den Beruf, der ihn am meisten erfüllt, und verdient damit seinen Lebensunterhalt. Durch Erfahrung und Engagement macht er Karriere, vermehrt sein Einkommen und seine Chancen. Zu Erfolgen gelangt er durch Teamwork und harmonisches Miteinander. Seine Freizeit nutzt er für soziale Interaktion, Fortbildung und Stärkung des körperlichen Wohlbefindens. Sein Handeln ist stets verantwortungsbewusst und nachhaltig.

Ibrahım „Ibo“ Evsan, 34, ist gerade dabei, diese perfekte Welt zu erschaffen. Mit einem 15-köpfigen Team in einem schicken Loftbüro mitten in der Kölner Innenstadt. Der Mann, der zu den Gründern des Videoportals **Sevenload** gehörte und inzwischen als gefragter Internet-

Experte Branchenkongresse wie TV-Talkshows bevölkert, hat eine neue Mission: Er will das Online-Gaming konstruktiv machen, wo es bisher destruktiv war, setzt auf Lebensbereicherung statt Zeitvernichtung. Das noch namenlose Produkt – ein rein browserbasiertes Spiel aus der Kategorie Social Gaming – gilt in der Szene als eine der heißesten Entwicklungen des Jahres.

Ein exklusiver Werkstattbesuch bei **United Prototype**, der Firma von Evsan und seinem Geschäftspartner **Thomas Bachem**, 24, zeigt, wie groß das Vorhaben ist. „Vielen Menschen geht es so wie mir“, glaubt Evsan. „Sie können auf **Facebook** und **Twitter** als ständige Alltagsbegleiter nicht mehr verzichten. Aber sie haben noch kein Game gefunden, das eine vergleichbare Rolle einnimmt.“ Stille auf einem **iPad** präsentiert er Dutzende Seitenentwürfe seines „Spiels des Lebens“, das diese Lücke schließen soll. Der Spieler meldet sich unter echtem Namen an – Pseudonyme sollen vermieden werden – und erstellt einen Avatar mit ersten grundlegenden Eigenschaften. Seinen Traumjob und seinen Wunscharbeitgeber darf er aus dem vorhandenen Katalog frei wählen. „Es gibt Handwerker, die gern mal Journalist wären, und umgekehrt. In der Realität des Spiels ist das möglich“, so Evsan.

Gleiches gilt für Hobbys und Sportaktivitäten des zweiten Ichs. Was man schon immer gerne tun wollte, jedoch nie gewagt oder geschafft hat, kann der Online-Avatar nun stellvertretend erleben. Im Job verdient man Geld in der Fantasiewährung „Furo“, das man beim Shoppen ausgeben kann. Je mehr Spielerfahrung man sammelt, je mehr Aufga-

ben man bewältigt, desto höher steigt das persönliche Level – und mit ihm das Einkommen, die Position in der Firmenhierarchie, die Qualität der Assistentin. Mainstreamiger als **„World of Warcraft“** soll das Ganze werden, tiefgründiger als **„FarmVille“**.

Intensive Vernetzung

Zwei Dinge machen das Projekt auf den ersten Blick besonders: Gestaltung und Vernetzung. Das Design ist hochwertig, mit Liebe zum Detail schaffen die Icon-Designer unzählige Gegenstände des täglichen Lebens vom Anzug bis zum Tennisschläger. Dabei bleibt die Ästhetik einfach und überschaubar. Mit aufwändigen 3-D-Welten à la **„Second Life“** hat das Spiel nichts zu tun. Treten etwa zwei Avatare im Tennis gegeneinander an, so wird kein steuerbares Match nachgestellt, sondern eine Hand voll Schlagoptionen wie „angeschnittene Rückhand“ angeboten – simple „Schnick-Schnack-Schnuck-Algorithmen“, wie Evsan sie nennt. Um nahtlos auf **iPhone** und **iPad** zu funktionieren, läuft das Spiel ohne Flash-Animationen.

Noch hält **United Prototype** alle grafischen Entwürfe unter Verschluss, um keine Nachahmer auf den Plan zu rufen. Im Spiel soll der Teilnehmer mit seinen Freunden verbunden sein – ganz so, wie er es sozialen Netzwerken gewohnt ist. Über **„Facebook Connect“** ist zu sehen, wer von ihnen ebenfalls dabei ist. Anders als **„FarmVille“** & Co. findet das Spiel aber nicht innerhalb des Netzwerks statt, sondern nur auf der eigenen Plattform. Auch mit **studIVZ**, **Twitter**, **Skype** und anderen Social-Media-Anwendungen ist eine intensive Verdrahtung vorgesehen.

Das ist kein Selbstzweck, sondern elementarer Spielbestandteil. Wie im wahren Leben sind die meisten beruflichen Aufgaben nicht im Alleingang zu meistern, die meisten Freizeitaktivitäten ohne Partner oder Gegner langweilig. Um seinen Avatar voranzubringen, muss man immer wieder an Projekten mitwirken, die eine vordefinierte Mindestzahl von Mitarbeitern haben. Entsprechend oft sind die verschiedenen Kanäle zu nutzen, um Gleichgesinnte zusammenzutrommeln. Auf fortgeschrittenen Levels meldet sich die virtuelle persönliche Assistentin via Skype, um an Termine zu erinnern. Je nach gemeinsamen Projekten und zusammen verbrachter Freizeit berechnet das Spiel eine Pyramide aus zwei besten, drei guten Freunden und vielen weiteren Buddys.

„Das Spiel bildet in Echtzeit ab, wie ich mich mit meinen Aktivitäten und meiner sozialen Interaktion im Netz entwickle“, sagt Evsan. „Das entspricht gelernter Social-Media-Logik: Bei Twitter werde ich mit einer wachsenden Zahl von Followern belohnt, bei Facebook mit einem immer vielfältigeren, besseren Austausch. Wir übertragen dies nun auf ganz klassische Werte des Weiterkommens im Leben.“

Item-Selling als Haupterlös

Finanzieren soll sich das United-Prototype-Angebot zu 80 % aus Item-Selling, zu 20 % aus Marken- und Produktintegration. Zwar können Online-Nutzer auch völlig gratis mitspielen, ihre Aufstiegschancen sind dann aber begrenzt. Ab einem gewissen Karriere-Level braucht der Avatar einen besseren Anzug, um im Tennis zu gewinnen, einen besseren Schläger. Die entsprechende Ausrüstung ist gegen Micropayment in echten Euros erhältlich. Bisherige Online-Games haben diese Haupterlös-Säule bereits bestens etabliert.

Fürs In-Game-Advertising will Evsan im ersten Schritt 60 zahlende Kunden gewinnen. Sie können ihre realen Produkte in die lebensnahe Spielewelt integrieren, etwa den Anzug, den Tennisschläger oder den Energy-Drink, den der Avatar nach acht Stunden Arbeit braucht. Unternehmen können sich



Leben in Echtzeit: Ibrahim Evsan, bei Twitter unter „@lbo“ zu finden, ist der Prototyp des modernen Netzwerkers. Seinen Gedanken rund ums Internet folgen 8.295 User

aber auch als virtuelle Arbeitgeber einbinden lassen und den Spielern realistische Projektaufgaben stellen. Neben der reinen Markenpräsenz ließe sich das Game so auf Wunsch auch zu Zwecken der Marktforschung oder des Recruiting einsetzen.

Die hohen Erwartungen an United Prototype liegen in der Vorgeschichte begründet. Evsan und Bachem hatten schon Sevenload höchst erfolgreich gegründet. Für ihr neues Baby haben sie als Seed-Finanzierung einen siebenstelligen Betrag von zwei Investoren eingesammelt – ungewöhnlich viel zu einem Zeitpunkt, als noch kein Produkt vorhanden war.

Eingestiegen sind die Schweizer **RapidTainment AG** sowie der 272 Mio. Euro schwere **High-Tech Gründerfonds**, der vom **Bundeswirtschaftsministerium, BASF, Bosch, Daimler, Siemens, Telekom und Zeiss** getragen wird. Beide halten je 16,5 % der Anteile an der **UP Web Game GmbH**, die das Spiel entwickelt und betreibt. Den Geschäftsführern Evsan und Bachem gehören je 28,5 %, mit 10 % ist **Tobias Hartmann** beteiligt, den UP als Finance Director von **Bridgepoint Capital** abgeworben hat. „Mit dem Social Web Game besetzt UP Web Game

eine attraktive und unerschlossene Nische in einem Markt, dessen Größe sich jährlich verdoppelt“, sagt **Andreas Quauke**, Investmentmanager beim High-Tech Gründerfonds. „Uns hat vor allem das eingespielte, erfahrene und hochmotiviert Team überzeugt, welches das Potenzial hat, diese hochskalierbare Spielidee mit hoher Geschwindigkeit und Qualität an den Markt zu bringen.“

Genau das steht in den nächsten Monaten auf dem Plan. Mitte Juni soll ein zweimonatiger, geschlossener Alpha-Test mit 200 Teilnehmern starten, für den sich über 1.500 Interessenten beworben haben. Für abermals zwei Monate ist im Anschluss ein Beta-Test mit 10.000 Spielern geplant, ehe das

Game voraussichtlich im Oktober offiziell online geht.

Break-even nach einem Jahr

Das Ziel fürs erste Betriebsjahr heißt fünf Mio. Nutzer, und spätestens nach dem ersten Jahr soll auch der Break-even erreicht sein. Von vornherein setzen die Macher auf Internationalisierung und bieten ihr Produkt weltweit in 27 verschiedenen Sprachen an. Entsprechend international setzt sich schon jetzt die Belegschaft im Kölner UP-Büro zusammen. Dort versucht Evsan, seine perfekte Welt auch ein bisschen ins wahre Leben zu übertragen. Alle Bewerbungsgespräche werden mit der gesamten Belegschaft geführt, die anschließend basisdemokratisch über die Einstellung entscheiden darf. Aus den bisher 15 Mitarbeitern sollen 40 bis Jahresende, 80 bis Ende 2011 werden.

Für die bestmögliche Wohlfühl-Atmosphäre bekommt jeder Mitarbeiter ein schickes **Apple-Set** aus **iMac, iPhone** und **iPad**, im Büro gibt es jeden Tag umsonst Mittag- und Abendessen. Weil die Startbelegschaft auf 10 % ihres Gehalts verzichtet hat, war statt der budgetierten 150 Quadratmeter Mietfläche das lichtdurchflutete 500-Quadratmeter-Loft mit edlen Holzmöbeln drin. Fast zu kitschig, um wahr zu sein, könnte man meinen. Bis Evsan einem glaubhaft versichert hat, dass weder er noch sein Projekt ohne Herz und Harmonie jemals funktionieren würde.

Torsten Zarges