Wildwest-Romantik und Spitzentechnologie Die Inszenierung der US-amerikanischen Marke John Deere im Landwirtschafts-Simulator 19

Lena Möller

Im Mittelpunkt dieses Aufsatzes steht die Begegnung zwischen einem Mann und einem Traktor. Der Mann, bekleidet mit einem Holzfällerhemd, Weste und Basecap, fährt gemeinsam mit seinem Hund, vorbei an Heuballen und weiten Feldern, in einem Pickup-Truck zu seiner kürzlich gekauften Farm. Dort angekommen, öffnet sich langsam das Scheunentor, während der Mann seinen silbernen Schlüsselbund zückt, an dem ein kleiner Traktoranhänger baumelt. Als er seine Augen in die schwindende Dunkelheit richtet, zeichnet sich ein Lächeln auf den Mundwinkeln ab. Denn aus dem Inneren wird sein Blick erwidert: durch die großen, glänzend polierten Scheinwerfer eines John Deere-Traktors. Und so dauert es nur wenige Sekunden, bis der Mann sich in das Führerhäuschen setzt, geräuschvoll den Motor startet und sich die schweren Reifen ihren Weg nach draußen in das Tageslicht bahnen. Die gesamte Begegnung ist mit den ersten Zeilen des Tracks *Electric Worry* der US-amerikanischen Rockband Clutch unterlegt. Dieser Song ist in der US-amerikanischen Popkultur nicht unbekannt, handelt es sich schließlich um die zeitweilige Hymne der Vancouver Canucks – einem Team der National Hockey League[1] – und um einen Track für Commercials und Serien wie *Sons of Anarchy* und *Memphis Beat*.[2] Und so besingen die rauen Männerstimmen auch den amerikanischen Traum – einen Arbeiter vom Land, der einerseits vom großen Reichtum träumt und doch das einfache Leben und die eigene Freiheit schätzt.[3]

Es mag durchaus überraschen, dass es sich bei der zu Beginn geschilderten Szene nicht etwa um einen Werbespot aus dem US-Fernsehen handelt. Beschrieben wird hingegen ein 40-sekündiger Ausschnitt eines CGI-Trailers des *Landwirtschafts-Simulators 19* aus der Simulationsspiel-Reihe des Schweizer

1 Vgl. Williams 2019.

2 Vgl. MÖRAT 2016.

3 Vgl. Clutch 2007.

Entwicklerstudios Giants Software aus Schlieren bei Zürich.[4] Was zunächst wie ein ›Nischentitel‹ anmuten könnte, gilt seit seiner Ersterscheinung im Jahr 2008 als erfolgreichstes Videospiel der Schweiz und sicherte sich in seiner zweiten Version ein Jahr später den Titel als meist verkauftes Videospiel in Deutschland.[5] Auch die Ende 2018 veröffentlichten Absatzzahlen der mittlerweile elften Version wurden im deutschsprachigen Raum konsequent in Superlativen verkündet. So schrieb etwa die deutsche Computerspielzeitschrift *Gamestar* am 10. Dezember:

»In den ersten Tagen nach Release ist der Landwirtschafts-Simulator 19 bereits ein Millionenseller. Nur zehn Tage hat es gedauert, ehe die Simulation die Millionengrenze knackte. Laut einer Pressemitteilung schaffte es der Titel in den USA, Großbritannien, Frankreich, Deutschland und weiteren Ländern auf die oberen Plätze der Software-Verkaufscharts.«[6]

Die Aufregung um den Trailer, der im Juni 2018 im Rahmen der in Los Angeles beheimateten Spielemesse *Electronic Entertainment Expo (E3)* präsentiert wurde, steigerte sich vor allem durch die erstmalige Kooperation mit einem der weltweit größten Hersteller für Landtechnik, dem im Jahr 1837 im Bundesstaat Illinois gegründeten und international marktführenden Unternehmen Deere & Company, dessen Gründer John Deere (1804-1886) den ersten selbstreinigenden Stahlpflug der Welt erfand. Ebenso wie der Konzern selbst, rekapitulieren Liebhaberwerke wie Udo Paulitz' reich bebilderter Sammelband über John Deere-Traktoren die Firmengeschichte häufig in der Form einer Erfolgserzählung: die Geschichte des einfachen Schmieds, dessen Erfinderreichtum dem Unternehmen zu weltweiter Popularität verhalf. Heute besitzt der Konzern mit dem charakteristischen Branding eines springenden Hirschs international einen hohen Marken-Wiedererkennungswert und ist weitläufig unter dem Label John Deere populär.[7] Erstmals im Spiel sind also 15 Fahrzeugmodelle des Herstellers vertreten, die den Fuhrpark

---

4 Publiziert wurde der insgesamt 1:45 minütige Trailer vom Pariser Publisher Focus Home Interactive, der sich schon für diverse Vorgänger verantwortlich zeigte. Siehe: Farm like never before. *Landwirtschafts-Simulator 19. E3*-Trailer. Giants Software. Veröffentlicht im Juni 2018. USA/Schweiz [Ein Reveal-Trailer erschien bereits im Februar 2018].

5 Vgl. Widmer 2013.

6 Dietrich 2019.

7 Vgl. Paulitz 2009, S. 8-11.

der steuerbaren Maschinen erweitern, mit denen die Spieler[8] beispielsweise Felder pflügen, Heuballen transportieren oder die Ernte einholen können. Insgesamt listet Giants Software 112 Kooperationspartner auf, darunter weitere europäische und außereuropäische namhafte Landtechnik-Hersteller wie CASE, AGCO/Fendt, Deutz oder Claas.[9] Dem Entwicklerstudio zufolge sei es möglich, »über 300 originalgetreue landwirtschaftliche Fahrzeuge samt Zubehör der führenden Marken«[10] zu steuern.

Kulturanalytische Zugangsweisen zum Landwirtschafts-Simulator 19

Der *Landwirtschafts-Simulator 19* gehört zum Genre der sogenannten Berufssimulatoren oder auch Planspiele (*strategical simulation games*). Das bedeutet, dass er sich simulativer Techniken bedient, die eine Nachbildung der Realität schaffen. Gleichzeitig produzieren Planspiele aber auch eigene Wirklichkeiten, da in ihnen gesellschaftliche, technische oder politische Botschaften zum Ausdruck kommen.[11] Landwirtschafts-Simulationsspiele (*agricultural simulation games*) fokussieren sich auf den Bereich der Agrarwirtschaft. Zu den Aufgaben der Spieler gehört der Einkauf von Traktoren und anderen landwirtschaftlichen Geräten, das Bestellen, Pflügen und Düngen der Felder und die anschließende Ernte.[12] Im sogenannten Karrieremodus steht dafür zunächst ein kleiner Bauernhof ohne viele Gerätschaften zur Verfügung, den es im Verlauf des Spiels durch strategisches Wirtschaften mit größeren Maschinen und einer höheren Anzahl an Nutztieren zu erweitern gilt. Über dieses Spielprinzip schreibt das Entwicklerstudio auf seiner Homepage: »Übernimm die Rolle eines modernen Landwirts und entwickle deinen Hof auf zwei großen Spielumgebungen in Amerika und Europa voller spannender und neuer landwirtschaftlicher Aktivitäten«[13]. Im Kern liegt dem *Landwirtschafts-Simulator 19* also ein kapitalistisches Arbeitsethos zugrunde, das den

8 Aus Gründen der Lesbarkeit wird im Rahmen dieses Aufsatzes die männliche Form verwendet. Die jeweiligen Begriffe schließen jedoch ausdrücklich alle Geschlechter mit ein.

9 Vgl. Landwirtschafts-Simulator: Offizielle Homepage.

10 Ebd.

11 Vgl. Haar 2019, S. 67 und S. 70-71.

12 Vgl. Breiner/Kolibius, S. 49.

13 Landwirtschafts-Simulator: Offizielle Homepage.

zunehmenden Gütererwerb durch Fleiß und beharrliches Arbeiten zum Erfolgsmaßstab macht.[14] Das produktivistische, an konsequenter Ertragssteigerung orientierte Spielprinzip spiegelt dabei grundsätzliche Leitbilder der europäischen Agrarpolitik nach 1957 wider.[15] Auch der amerikanische Traum scheint darin auf: Ein liberalistischer Grundgedanke, dass jedem grundsätzlich die Freiheit gegeben sei, seine Ziele zu verwirklichen. Allerdings müsse er dadurch auch in einen Wettbewerb mit anderen treten.[16]

Für den Aufbau des eigenen Betriebs steht im Spiel ein virtueller Raum zur Verfügung, in welchem Tätigkeiten ausgeführt werden können, die in der Alltagsrealität der Spielenden schwer zugänglich oder ohne entsprechendes Fachwissen kaum umsetzbar wären.[17] Hinzu kommt, dass der *Landwirtschafts-Simulator 19* ein breites Spektrum an Produktionszweigen abdeckt, die sich häufig innerhalb eines landwirtschaftlichen Betriebs subsumieren.[18] Das Spiel selbst bewirbt ausdrücklich das Szenario einer »modernen Landwirtschaft«, bei welcher der umfangreiche Fuhrpark eine tragende Rolle spielt. Giants Software lässt dazu verlauten, dass besonders eine möglichst realitätsgetreue Darstellung der Fahrzeugmarken angestrebt wird, um den Wünschen der Kooperationspartner und Fans zu entsprechen (»for them it's important that the machines look and feel as true to life as possible«[19]). Dies ist auch das Konzept vergleichbarer Spiele wie dem *Microsoft Flight Simulato*r, der einst aus einem Programm der NASA in den 1970er-Jahren entstand, oder der *Bus-Simulator*-Reihe des deutschen Publishers Astragon. All die genannten Simulationsreihen stehen dabei stetig vor der Herausforderung, den Balanceakt zwischen Realismus und Unterhaltung zu meistern.[20]

Angesichts dieser Hintergründe deutet sich bereits an, dass die Platzierung der Marke John Deere im anfänglich beschriebenen Trailer-Ausschnitt durchaus kein nebensächliches Detail darstellt. Ebenso wenig zufällig scheint der intensive

---

14 Vgl. Lipp 1993, S. 19.

15 Vgl. u.a. Kluge 2000, S. 289-314.

16 Vgl. Weidinger 2006, S. 48-49.

17 Vgl. Becker/Parker 2012, S. 17.

18 Bemerkenswert erscheint, dass im Kontrast dazu gerade in den USA seit den 1950er-Jahren unter dem Einsatz neuer technischer Möglichkeiten eine immer stärkere Spezialisierung der Betriebe zu verzeichnen ist. Vgl. Wittmann 2017, S. 58-59.

19 Martin Rabl, zitiert nach: Calvin 2018.

20 Vgl. Loguidice/Barton 2009, S. 101-102 und S. 104.

Blickaustausch zwischen dem männlichen Protagonisten und der doch eigentlich leblosen Maschine, deren Begegnung im Mittelpunkt steht. Und auch die visuell in Szene gesetzten weiten Felder, Heuballen und roten Farmgebäude zeigen nicht etwa eine rein fiktive Landschaft, sondern verweisen auf tradierte, spezifisch US-amerikanische Bilderwelten. Hinzu kommt, dass all diese Aspekte nur auf den ersten Blick im Bereich des Virtuellen verhaftet sind. Eine nähere Betrachtung führt vielmehr vor Augen, dass Spiele wie der *Landwirtschafts-Simulator 19* durchaus an reale Diskurse der Arbeitswelt im Agrarsektor anknüpfen und sogar auch zum (politischen) Sprecher verschiedener sozialer Akteure avancieren.[21] Deshalb erscheint es lohnenswert, einen genaueren Blick auf die anfänglich geschilderte Szene zu werfen, um die darin verborgene Bildsprache zu entschlüsseln. Welche tradierten Motive treten hinter den einzelnen Ausschnitten zutage und worin liegt ihre zeitspezifische Bedeutung? Immerhin bilden das Digitale und das Analoge laut der Kulturanthropologin Gertraud Koch keine Gegensätze, sondern sind vielmehr von einer starken Wechselseitigkeit geprägt.[22] So sei es laut Koch auch das Erkenntnisinteresse der Kulturanalyse, »ein möglichst breit gefächertes Bild davon zu entwerfen, wo und wie die technischen Prinzipien des Digitalen Anschlussstellen an Kulturelles finden und herstellen«[23]. Eine Hilfestellung bietet der Rückgriff auf ein hermeneutisch-semiotisches Verfahren, das eine narrative, visuelle, darstellerische und auditive Ebene berücksichtigt.[24] Der Grazer Kulturanthropologe Thomas Lackner plädiert zudem dafür, gerade Videospiele als »kulturelle Formation zu betrachten, als ein Netz, das kulturelle Praktiken, ihre Auswirkungen und soziale Gruppen miteinander verbindet«[25].

Ein US-amerikanischer Weltmarktführer als Kooperationspartner

Dass ausgerechnet ein 8400R-Traktor der Marke John Deere eine tragende Hauptrolle im Trailer einnimmt, überrascht angesichts der hohen Popularität dieses Fahrzeugtyps kaum. Fokussiert werden im Trailer sichtbar die

21 Vgl. Roth 2018, S. 108.

22 Vgl. Koch 2017b, S. 8-9.

23 Koch 2017b, S. 11.

24 Vgl. Bechdolf 2007, S. 289-316.

25 Lackner 2014, S. 14 und S. 17.

kennzeichnende Nummer und das Markenlogo des springenden Hirschs[26] auf der charakteristischen grün-gelben Karosserie und dem Lenkrad des Führerhauses. Die Einstellungen zeigen sowohl Detail- als auch Totalaufnahmen des Fahrzeugs aus verschiedenen Perspektiven, untermalt von elektronischen Gitarrensounds und einem langsam anschwellenden Takt der Musik.

Abb. 1: Farm like never before. Landwirtschafts-Simulator 19. E3-Trailer. Giants Software. Veröffentlicht im Juni 2018. USA/Schweiz [Ausschnitt 00:33-00:42].

26 Laut des bereits erwähnten Sammelbandes ikonischer John Deere-Traktoren symbolisiert der seit 2001 erstmals nach oben ansetzende Sprung des Hirschs den fortlaufenden wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens. Vgl. Paulitz 2009, S. 10-11.

Explizit zu sehen ist im Trailer ein Großtraktor, der bereits im Jahr 2016 in Deutschland als »neues Flaggschiff«[27] der Marke mit dem Slogan »Mehr Komfort, mehr Smartfarming«[28] beworben wurde. Das Modell gehört bis heute zu den internationalen Spitzenmodellen, die für eine moderne Präzisionslandwirtschaft stehen und sich im oberen Preissegment bewegen – nicht zuletzt durch diverse digitale Features.[29] Und so liegt auch der Fokus des Trailer-Ausschnitts weniger auf dem Gebrauchswert des Fahrzeugs, als vielmehr auf dem Design, das auf die Vorreiterfunktion der Marke verweist.[30] Der Traktor bleibt deshalb kein namenloses, praktikables Fahrzeug eines Landwirts. Ebenso wie andere Maschinen und Anlagen im Spiel wird er untrennbar mit einem Unternehmen verbunden und damit Teil eines größeren Marktes, der über die Funktion und Bedeutung des Traktors im Spiel hinaus geht.[31]

Während in den Trailern der Vorgänger der Fokus deutlich auf der Präsentation einer Franchise-Bandbreite lag[32], nimmt John Deere hier neben der später ebenfalls auftretenden Marke CASE die prominenteste Rolle ein. Ein offizielles Statement der deutschen John Deere-Marketingabteilung verweist in diesem Kontext auf zwei Ziele der Kooperation: erstens die Präsenz der eigenen Maschinentechnik innerhalb des Spiels und zweitens eine Steigerung der Markenbekanntheit innerhalb der weltweit vernetzten Landwirtschaftsbranche:

»Our main target is not the gaming community – our main target is the farming community, and we believe that many, many of our customers and drivers are also following *Farming Simulator* and they are active users of it. This is why we are active.«[33]

27 Brockmann 2016.

28 Ebd.

29 Vgl. Deter 2016.

30 Vgl. Lipp 1993, S. 26.

31 Vgl. Seifert 2019, S. 171.

32 Im offiziellen *Gamescom*-Trailer des *Landwirtschafts-Simulators 17* (2016) tauchen unter anderem sichtbar die Marken JBC, Hampp, CASE, New Holland oder Bergmann auf.

33 Stefan Mügge, zitiert nach: Switzer 2019.

Umgekehrt führt auch Giants Software als wesentlichen Grund für die Kooperation eine stärkere Zielgruppenanbindung derer an, die selbst in der Landwirtschaft tätig sind oder ein breites Wissen über die Branche besitzen.[34]

Hinzu kommt die jüngste Entwicklung einer Expansion des *Landwirtschafts-Simulators* in den ESport-Bereich. So inszenierte Giants Software im Jahr 2019 mit der *Farming Simulator-League* eine Championship-Tournee mit 15 Stationen quer durch Europa, bei welcher Fans in zusammengestellten Teams um Preisgelder im Gesamtwert von 250.000 Euro spielen konnten. Die Schauplätze der Tournee waren unter anderem die Großevents der Gaming-Branche, wie die *Gamescom* in Köln oder die *Paris Games Week*, Landwirtschaftsmessen wie die *AgriTechnica* in Hannover oder die hauseigene *FarmCon* in Harsewinkel.[35] Auch hier traten die Kooperationspartner in Erscheinung, indem Landtechnik-Hersteller wie John Deere, Horsch oder Claas jeweils eigene Teams ins Rennen schickten. Auf der deutschsprachigen Homepage von John Deere wird das ESport-Engagement mit Videoaufnahmen der Matches, Newsticker und Fotos des Teams im hauseigenen Brand mit John Deere-Basecap und -Shirt aufwendig in Szene gesetzt.[36] Bei der Vorstellung der Teammitglieder werden vordergründig muskulöse, technisch versierte Männer in verschränkter Armhaltung präsentiert, die auf biographische Erfahrungen in der Landwirtschaft zurückgreifen können.[37]

Abb. 2: Das hauseigene John Deere-ESport-Team in einheitlichem Brand der Marke auf der FarmCon19.

34 Vgl. Martin Rabl, zitiert nach: Calvin 2018.

35 Vgl. Hayward 2019.

36 Vgl. John Deere. Offizielle Homepage Deutschland.

37 Vgl. o. A. 2019.

John Deere bedient damit ein gängiges Narrativ, welches auch Giants Software immer wieder bekräftigt: Laut Angaben des Entwicklerstudios besäßen etwa ein Viertel der *Landwirtschafts-Simulator*-Spieler einen Bezug zur Landwirtschaft, acht bis zehn Prozent seien sogar in Vollzeit in diesem Sektor tätig.[38]

Davon ausgehend lässt sich also festhalten, dass hinter der Markenplatzierung innerhalb des Trailers weitaus größere infrastrukturelle Zusammenhänge stehen. Gertraud Koch versteht solche Infrastrukturen als Zusammensetzung aus technologischen, organisationalen und sozialen Elementen, die in Bezug auf ihre räumliche Reichweite sowohl regionale als auch globale Dimensionen besitzen können und Machtverhältnisse spiegeln.[39] Schließlich werden bestimmte Zielgruppen aktiv als Kunden und Promoter fokussiert und eine Vormachtstellung der Marke gefestigt. Das Sponsoring der ESport-Events durch den Landtechnik-Hersteller John Deere sowie dessen Präsenz innerhalb des Spiels verdeutlicht die Vernetzung unterschiedlicher Brancheninteressen und ihrer Akteursgruppen[40], die gemeinsam das Bild einer medial repräsentierten Agrarwirtschaft entwerfen, die sich technikverliebt und digital versiert vermarktet. Der spielerische Zugang, der sich in der Produktplatzierung innerhalb des *Landwirtschafts-Simulators 19*, aber auch in den auf Messen ausgetragenen Wettkämpfen zeigt, spricht dabei ein menschliches Grundbedürfnis nach Unterhaltung und Spiel an, das in den Dienst einer ökonomischen Agenda gestellt wird, die durchaus politische Tragweite besitzt.[41] Überaus deutlich verschmelzen hier die digitale Welt des Simulators mit regional, national und sogar international bedeutsamen Events der landwirtschaftlichen Branche.

Die Inszenierung einer US-amerikanischen Landwirtschaftsidylle

Gleich die ersten Szenen des Trailers eröffnen die Ankündigung des *Landwirtschafts-Simulators 19* mit der Vorstellung eines neuen US-amerikanischen

38 Angaben wie diese variieren jedoch in verschiedenen Interviews. So gibt Martin Rabl – Marketing & PR Manager bei Giants Software – im Jahr 2017 einen Anteil an Landwirten von 10 bis 15 Prozent an, räumt jedoch ein, dass dem Unternehmen darüber keine genauen Zahlen vorliegen. Vgl. o. A. 2016.

39 Vgl. Koch 2017a, S. 109-111.

40 Vgl. Wittmann 2017, S. 60 und S. 71.

41 Vgl. Schwesinger 2018, S. 93.

Settings. Gezeigt werden ein quietschendes Windrad, eine weite Landschaft mit gelben Feldern und Heuballen vor einer Bergkulisse und ein rot-weiß gestrichenes Farmgebäude mit einem großen Scheunentor im Morgengrauen. Auf letzteres steuert der Mann mit seinem Hund in einem Pickup-Truck zu. Erste Gitarrenakkorde kündigen den Beginn des Liedes und damit der Storyline an.

Abb. 3: Farm like never before. Landwirtschafts-Simulator 19. E3-Trailer. Giants Software. Veröffentlicht im Juni 2018. USA/Schweiz [Ausschnitt 00:00-00:14].

Bei der Windmühle handelt es sich um eine sogenannte Westernmill, die im Verlauf des 19. Jahrhunderts in Nordamerika entwickelt wurde und – ähnlich wie der Pickup-Truck – als Symbol des industriellen amerikanischen Fortschritts fungiert.[42] Ebenso ikonisch besetzt ist auch das Farmgebäude, dessen Bautypus sich – häufig in Verbindung mit dem Windrad – als beliebtes Postkarten-Motiv für Staaten wie Kansas, Iowa, Nebraska oder Vermont erweist. Eine vergleichbare Scheune mit Berglandschaft und Feldern findet sich beispielsweise auf dem Cover des Bildbandes *Barn: Form and Function of an American Icon* von Susan Carol Hauser, welche die hölzernen Scheunen ebenfalls zu einem Symbol der amerikanischen Landwirtschaft erklärt.[43] Die spezifische Auswahl der Motive, die mehrfach auf das 19. Jahrhundert und die Industrialisierung verweisen, erinnert nicht zufällig an die cineastischen Inszenierungen populärer Western-Film-Produktionen wie *The Way West* (1967). Dort werden fruchtbare Landschaften und Gebirgszüge präsentiert, die den amerikanischen Siedlern in der Form eines von Gott gesegneten »gelobten Landes« eine sichere Zukunft verheißen. Auch hier begleitet die Kamera oft eine Kolonne oder einen Reiter zu kleinen Ortschaften oder Landstrichen, die kultiviert werden sollen.[44] Im Falle des *Landwirtschafts-Simulators 19* dominiert eine mittlerweile menschengeformte, ökonomisch genutzte Kulturlandschaft.

Insgesamt spielt die Szene des Trailers auf eine neu verfügbare Karte innerhalb des Spiels an: den fiktiven US-amerikanischen Landstrich Ravenport. Dieser zeichnet sich durch weitläufige Felder aus, auf denen unter anderem Mais, Sojabohnen und Hafer angebaut werden können. Hinzu kommt ein Transportnetz mit Schiffen und Zügen oder die Möglichkeit, sich der Pferdezucht zu widmen.[45] Anstatt einen spezifischen Bundesstaat oder gar eine real existierende Örtlichkeit zu benennen, präsentiert der Trailer eine Art Collage, bei der sich eine US-amerikanische Landwirtschaftsidylle aus ikonisch aufgeladenen Bilderwelten zusammensetzt.

Interessant erscheint auch, dass der Landwirt seine Farm mit der aufgehenden Sonne ansteuert, mit langsamen, bedächtigen Bewegungen und als sein eigener Herr, der frei über die eigene Arbeitszeit verfügen kann. Statt einer

42 Vgl. Gasch/Twele 2005, S. 29-30.

43 Siehe: Hauser 2017.

44 Vgl. Klein 2015, S. 65 und S. 76.

45 Vgl. Rüther 2018.

industriellen »Zeitdiktatur«[46], die ein schnelles Arbeitstempo und Pünktlichkeit fordert, suggeriert der Trailer ländlichen Müßiggang. Angelehnt an die Betrachtungen des Geographen Christoph Baumann über die hohe Popularität von Freizeitmagazinen wie der *Landlust*, könnte man auch den *Landwirtschafts-Simulator 19* als eine »Entschleunigungsinsel«[47] bezeichnen, in welcher der Spieler während seiner Freizeit einen privaten Rückzugsort findet, um der Strenge des unübersichtlichen Alltags zu entkommen.[48] Bewusst bildet das Spiel deshalb nicht den zeitlich getakteten, realitätsnahen Arbeitsalltag des »modernen Landwirts« ab, sondern entspricht vielmehr dem Bedürfnis der spielenden Zielgruppe, die immer wieder in Interviews dahingehend zitiert wird, dass das Spielen der Landwirtschafts-Simulatoren einen entspannenden Effekt habe.[49] Deshalb wurde im Trailer auch darauf verzichtet, den landwirtschaftlichen Betrieb etwa in einer urbanisierten Kulisse zu präsentieren, in der große Produktionshallen, eine eng ausgebaute Infrastruktur und Baustoffe wie Beton oder Glasfronten dominieren. Stattdessen wird der kapitalistische Grundgedanke des Spiels einer immer effizienteren Erwirtschaftung von Ressourcen mit einer inszenierten »Agrarromantik«[50] abgeschwächt. Anstatt die Geschichte eines stetig wachsenden Betriebs zu erzählen, der durch viele gleichzeitige Hände geführt wird, findet hier eine Anlehnung an die Narrative der amerikanischen Kolonialisierung statt: es geht um einzelne fleißige Pioniere, die das Land mit ihren eigenen Händen formen.[51]

Der Traum von der beherrschbaren Maschine

Einen vorläufigen Höhepunkt des Trailers bildet das Aufeinandertreffen des Protagonisten mit dem John Deere-Traktor im Halbdunkel der Scheune. Hier setzen die ersten Zeilen des Liedes ein, dessen besungener einfacher Landarbeiter dem gezeigten Mann eine Identität verleiht, die letztlich der Spieler selbst übernehmen darf. Interessant erscheint vor allem die visuelle Inszenierung der Begegnung zwischen Mensch und Maschine, die in ihrer bildlichen Ikonographie an den

46 So etwa: Lipp 1993, S. 21.

47 Baumann 2018, S. 235.

48 Vgl. Bausinger 2001, S. 10.

49 Vgl. o. A. 2017.

50 Baumann 2018, S. 110.

51 Vgl. Klein 2015, S. 76.

Showdown aus einem Western erinnert. So ähnelt die Montage aus unterschiedlichen Einstellungsgrößen, der Fokus auf den Blickaustausch und die geöffnete Hinterhand mit dem Schlüsselanhänger an die Duelle der Filmklassiker *Zwei glorreiche Halunken* (1966) und *Spiel mir das Lied vom Tod* (1968) von Sergio Leone.[52] Solche Assoziationen sollen im späteren Verlauf des Trailers sogar noch deutlicher hervortreten, wenn der Traktor während des Refrains (»Bang, bang, bang, bang! Vamonos, vamonos!«[53]) von einer Herde wild galoppierender Pferde begleitet wird. In diesem Kontext wird das Fahrzeug im übertragenen Sinne personifiziert. Es erhält durch das sichtbare Branding nicht nur einen Namen, sondern scheint durch die inszenierte Gegenüberstellung von Auge und Scheinwerfer nahezu »belebt«[54]. Der Schlüsselanhänger zeigt an, wer die Maschine als Respekt einflößendes Gegenüber am Ende zu bändigen weiß. Auf diese Weise interpretiert, zeigt die Szene, wie die Maschine als Herausforderung präsentiert wird, die es durch den Spieler zu meistern gilt. Zwar löst das Technische nicht mehr Unbehagen und Angst aus – gehört es schließlich zum festen Repertoire des modernen Landwirts. Doch der Kulturwissenschaftler Hermann Bausinger betont, dass gerade diese Selbstverständlichkeit einen Nährboden dafür schafft, dass der Mensch die ihn umgebende Technik in seine sozialen Beziehungsnetze einflechtet.[55]

Bereits in den Vorgängern waren es vor allem die spektakulär inszenierten Fahrzeuge, die den Kern jedes Trailers ausmachten und mit musikalischer Untermalung dramaturgisch in Szene gesetzt wurden. Interviews und Presseberichte zitieren das Entwicklerstudio diesbezüglich, dass der *Landwirtschafts-Simulator 19* insbesondere Agrarwirten, aber auch normalen Nutzern die Möglichkeit böte, »große und kostspielige Maschinen ausprobieren zu können, die für sie in der Realität wohl unleistbar wären«[56]. Der Medienwissenschaftler Christian Roth sieht in der Faszination für Berufssimulatoren eine gewisse Entlastungsfunktion. Diese Spiele böten:

»[…] eine geordnete, geradezu heile, klar strukturierte und daher funktionierende Welt. Ohne zwischenmenschliche Konflikte erlebt man den eigenen Fortschritt, das Wachstum […]. Simulationen bieten Raum für frei gewählte Arbeit, die als Unterhaltung empfunden wird. [Darüber

52 Vgl. ebd, S. 82-83.

53 Clutch 2017.

54 So etwa: Bausinger 2005, S. 35.

55 Vgl. Bausinger 2005, S. 34-35.

56 Leitner 2019.

hinaus] können sie das Gefühl vermitteln, eine komplizierte Technologie oder Technik (Traktor, Panzer, Zug, Flugzeug) zu beherrschen.«[57]

Abb. 4: Farm like never before. Landwirtschafts-Simulator 19. E3-Trailer. Giants Software. Veröffentlicht im Juni 2018. USA/Schweiz [Ausschnitt 00:22-0:31].

57 Roth 2016.

Die Illusion einer beherrschbaren Technologie kann allerdings nur dadurch erreicht werden, indem die Entwickler auf eine Komplexitätsreduzierung zurückgreifen oder dem Spieler erlauben, den Schwierigkeitsgrad an die eigene technische Expertise anzupassen.[58] Simulatoren können und wollen dabei nicht alle Einzelheiten einer realen Alltagswelt originalgetreu abbilden. Die dort auftretenden Fahrzeugmodelle erfassen keinesfalls jedes Attribut eines durch sie repräsentierten Originals, sondern jene, die von den Entwicklern, Kooperationspartnern und Nutzern als relevant eingestuft werden.[59] Im Falle des im Trailer dargestellten Traktors muss also der Spagat gelingen, die Maschine einerseits möglichst realitätsgetreu und im Sinne der Marke wiederkennbar und ästhetisch ansprechend darzustellen. Andererseits sollen eine leichte Bedienbarkeit und eine betonte Lässigkeit den Spielern suggerieren, dass sie eine solche Maschine ohne Vorwissen steuern und damit zu »ihrer Maschine« erklären können.

Die virtuelle Landwirtschaft zwischen Wildwest-Romantik und Spitzentechnologie

Die enge Vernetzung digitaler und analoger Formen der Landwirtschaft gilt auch im Jahr 2019 als eines der Topthemen der Branche. Berichte von der *AgriTechnica 2019* in Hannover betonen den zunehmenden Einsatz von Robotern und eine fortschreitende Digitalisierung der Agrarwelt, in welcher sich Betriebe weitläufig vernetzen und verstärkt mit spezialisierter Software arbeiten (»Smart Farming«).[60] John Deere verkündete in den letzten Jahren beispielsweise, an effizienten digitalen Lösungen für eine weltweite Lebensmittelversorgung und einen besser justierbaren Pestizideinsatz zu arbeiten.[61] Und so verwundert es auch kaum, dass im Jahr 2018 in Deutschland eine Veranstaltung unter dem Titel *John Deere digitalisiert die Landwirtschaft* mit Vertretern des Unternehmens stattfand, die im Vorfeld mit folgenden Worten beworben wurde:

»Die Landtechnik-Hersteller wie John Deere setzen seit Jahren auf die Unterstützung von Satelliten-Technik, sowie auf die Vernetzung von Maschinen und Arbeitsabläufen. Der Landwirt ist

58 Vgl. Loguidice/Barton 2009, S. 93-94.

59 Vgl. Stachowiak 1973, S. 132.

60 Vgl. dpa 2019.

61 Vgl. Maar 2016, S. 75.

heutzutage digital. In der Marketing-Kommunikation werden Soziale Netzwerke und digitale Medien immer wichtiger. Sehen Sie wie John Deere heute den Landwirt anspricht [...].«[62]

Spiele wie der *Landwirtschafts-Simulator 19* reagieren sensibel auf gesellschaftliche, politische und ökonomische Erwartungshaltungen an eine Landwirtschaft des Informationszeitalters, die souverän mit technischen Entwicklungen Schritt hält und digitale Tools zu nutzen weiß. Der Slogan des Trailers »Farm like never before« wird damit zu einem Versprechen, den Spielern Innovatives zu präsentieren. So werden vor allem Fans mit einer gewissen Technikbegeisterung in den Fokus genommen. Giants Software baut dabei auf ein Vorwissen der Spieler, die eine technologisch durchdrungene Arbeitswelt als selbstverständlichen Teil ihres Alltags begreifen.[63] Der Umgang mit Technik ist immerhin als eine eingeübte kulturelle Praxis zu verstehen, bei der durch das schnelle ›Altern‹ der Angebote das eigene Wissen stets aktualisiert werden muss. Sowohl Entwickler als auch Konsumenten übersetzen deshalb hochkomplexe technische Maschinen, Fahrzeuge und Vorgänge in leichter verständliche, reduzierte Abbildungen der Realität.[64]

Gleiches gilt für den im Spiel dargestellten landwirtschaftlichen Arbeitsalltag. Gezeigt wird vordergründig ein »gutes Leben auf dem Land«[65] mit sich homogen wiederholenden Arbeitsabläufen und übersichtlichen Wirtschaftskreisläufen. Um das Konzept ansprechend zu bewerben, greift der Trailer auf fest im kollektiven Gedächtnis verankerte US-amerikanische Narrative und Bilder zurück, die ganz in der Tradition des Western-Films auf romantisierte Weise die Geschichte des Pioniers erzählen, der das ihm gegebene Land nach seinen Vorstellungen formt. Im starken Kontrast zu dieser Geschichte von Freiheit und Autonomie stehen die komplexen Verflechtungen ökonomischer und politischer Netzwerke des Informationszeitalters, die längst nicht mehr aus zentralen Hierarchieträgern bestehen, sondern zunehmend zu einer Vielzahl an sozialen Akteuren mit Handlungsmacht tendieren. Die landwirtschaftliche Branche ist schließlich kaum als homogene Einheit zu betrachten, vielmehr ergeben sich »komplexe Verflechtungen [...] innerhalb eines Systems«[66]. Deshalb erwies sich auch im Rahmen der Analyse ein Blick ›hinter die Kulissen‹ als fruchtbar. Hier wurde deutlich, dass

62 Marketing Club Rhein-Neckar e.V. 2018.

63 Vgl. Bausinger 2005, S. 36.

64 Vgl. Herlyn 2005, S. 412.

65 Vgl. Trummer 2018, S. 104-105.

66 Wittmann 2017, S. 71.

der *Landwirtschafts-Simulator 19* keinesfalls nur die Interessen des dahinterstehenden Entwicklerstudios vertritt. Vielmehr verschafft er verschiedenen Vertretern der Agrarbranche und der Unterhaltungsindustrie Anknüpfungspunkte für eine positive Außenwirkung und Zielgruppenanbindung.

Gleichzeitig zeigt die Inszenierung der Landwirtschaft im Trailer-Ausschnitt, dass sich die kulturelle Wahrnehmung des Ländlichen unter dem Druck der Modernisierung in einem stetigen Aushandlungsprozess befindet.[67] Nach wie vor scheint das Bedürfnis nach traditionell verhafteten, romantisierten Vorstellungswelten von Ländlichkeit, Bodenständigkeit und Naturnähe ungebrochen. Begleiterscheinung einer technisierten Moderne ist immer auch die Sehnsucht nach dem Vertrauten.[68] Infolgedessen kommt es zur Konstruktion requisitenähnlicher Bilder.[69] Auch die inszenierten US-amerikanischen Landschaften befinden sich in einem Spannungsfeld zwischen einer agrarisch geprägten, aber mit der Natur im Einklang befindlichen, und einer industrialisierten Welt, in der technische Innovationen zelebriert werden.[70] So sehr sich die Grundphilosophie des Spiels am kapitalistischen Ideal des freien Unternehmertums anlehnt, bei dem Angebot und Nachfrage den Markt bestimmen[71] und der Einzelne nur ein Zahnrad im großen Getriebe ist, so konstant erweist sich die Betonung der Individualität – das Versprechen, durch das virtuelle Landleben die eigenen Spielerträume zu verwirklichen und selbst den Steuerknüppel in die Hand nehmen zu dürfen.

Literaturverzeichnis

Baumann, Christoph: Idyllische Ländlichkeit. Eine Kulturgeographie der Landlust. Bielefeld 2018.

Bausinger, Hermann: Volkskultur in der technischen Welt. Stuttgart ^{3}2005.

Bausinger, Hermann: Vom Jagdrecht auf Moorhühner. Anmerkungen zur kulturwissenschaftlichen Medienforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 97 (2001), S. 1-14.

67 So etwa: Trummer 2019, S. 661.

68 Vgl. Köstlin 2000, S. 63-72.

69 Vgl. Bausinger 2005, S. 92.

70 Vgl. Weidinger 2006, S. 89-91.

71 Vgl. Seifert 2019, S. 171.

Bechdolf, Ute: Kulturwissenschaftliche Medienforschung: Film und Fernsehen. In: Göttsch, Silke/Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin [2]2007, S. 289-316.

Becker, Katrin/Parker, Jim: The Guide to Computer Simulations and Games. Indianapolis 2012.

Breiner, Tobias C./Kolibius, Luca D.: Computerspiele. Grundlagen. Psychologie und Anwendungen. Berlin 2019.

Gasch, Robert/Twele, Jochen: Windkraftanalagen. Grundlagen, Entwurf, Planung und Betrieb. Wiesbaden [4]2005.

Haar, Rebecca: Simulation und virtuelle Welten. Theorie, Technik und mediale Darstellung von Virtualität in der Postmoderne (= Edition Kulturwissenschaft, Bd. 186). Bielefeld 2019.

Hauser, Susan C.: Barn: Form and Function of an American Icon. Beverly 2017.

Herlyn, Gerrit: Verführer – Zeitverschlinger – Gegenspieler. Rhetorische Figuren der (Computer-)Technikdeutung. In: Hengartner, Thomas/Schmidt-Lauber, Brigitta (Hg.): Leben – Erzählen. Beiträge zur Erzähl- und Biographieforschung. Festschrift für Albrecht Lehmann (= Lebensformen, Bd. 17). Berlin/Hamburg 2005, S. 409-427.

Klein, Thomas: Geschichte – Mythos – Identität. Zur globalen Zirkulation des Western Genres (= Medien/Kultur, Bd. 8). Berlin 2015.

Kluge, Ulrich: Deutsche Agrarpolitik im 20. Jahrhundert zwischen Protektionismus und wirtschaftlicher Modernisierung: Ausklang des Agrarischen? In: Münkel, Daniela (Hg.): Der lange Abschied vom Agrarland: Agrarpolitik, Landwirtschaft und ländliche Gesellschaft zwischen Weimar und Bonn. Göttingen 2000, S. 289-314.

Koch, Gertraud: Ethnographie digitaler Infrastrukturen. In: Dies. (Hg.): Digitalisierung. Theorien und Konzepte für die empirische Kulturforschung. Köln 2017, S. 107-126.

Koch, Gertraud: Einleitung: Digitalisierung als Herausforderung der empirischen Kulturanalyse. In: Dies. (Hg.): Digitalisierung. Theorien und Konzepte für die empirische Kulturforschung. Köln 2017, S. 7-20.

Köstlin, Konrad: Volkskultur und Moderne. In: Bayerische Blätter für Volkskunde 27 (2000), S. 63-72.

Lackner, Thomas: Computerspiel und Lebenswelt. Kulturanthropologische Perspektiven. Bielefeld 2014.

Lipp, Carola: Der industrialisierte Mensch – zum Wandel historischer Erfahrung und wissenschaftlicher Deutungsmuster. In: Dauskardt, Michael/Gerndt, Helge/Wiese, Margret (Hg.): Der industrialisierte Mensch. Vorträge des 28. Deutschen Volkskunde-Kongresses in Hagen vom 7. bis 11. Oktober 1991. Münster 1993, S. 17-43.

Loguidice, Bill/Barton, Matt: Flight Simulator (1980): Digital Reality. In: Dies. (Hg.): Vintage Games. An Insider Look at the History of Grand Theft Auto, Super Mario, and the Most Influential Games of All Time. New York 2009, S. 93-104.

Maar, Bernard: John Deere. How Big Data Can Be Applied On Farms. In: Ders.: Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results. Chichester 2016, S. 75-79.

Paulitz, Udo: John Deere Traktoren. Köln 2009.

Roth, Christian: Der Erfolg von Arbeitsplatz-Simulationen [Nachträglich veröffentlichtes Interview mit dem Spielplatz-Magazin in Form eines Blogeintrags vom 22.2.2016]. Auf: spieleforschung.de. URL: www.spieleforschung.de/der-erfolg-von-arbeitsplatz-simulationen/ [Letzter Zugriff am 16.11.2019].

Roth, Martin: Videospiele als politisches Medium. In: Hust, Christoph (Hg.): Digitale Spiele. Interdisziplinäre Perspektiven zu Diskursfeldern, Inszenierung und Musik. Bielefeld 2018, S. 107-124.

Schwesinger, Sebastian: All In. Die Psychologie von Spiel und Ökonomie bei Karl Groos und Gabriel Tarde. In: Lilge, Thomas/Stein, Christian (Hg.): Spielwissen und Wissensspiele. Wissenschaft und Game-Branche im Dialog über die Kulturtechnik des Spiels. Bielefeld 2018, S. 83-98.

Seifert, Manfred: Zur Un-Ordnung der Kulturen des Wirtschaftens. In: Braun, Karl u.a. (Hg.): Wirtschaften. Kulturwissenschaftliche Perspektiven. Marburg 2019, S. 169-186.

Stachowiak, Herbert: Allgemeine Modelltheorie. Wien 1973.

Trummer, Manuel: »...Der Eigenart Bayerns gerecht werden.« Ökonomie und Agenda ländlicher Bilder im BR Fernsehen. In: Braun, Karl u.a. (Hg.): Wirtschaften. Kulturwissenschaftliche Perspektiven. Marburg 2019, S. 661-673.

Trummer, Manuel: Making Bavaria. Zur medialen Governance des Ländlichen am Beispiel des BR-Fernsehens. In: Jahrbuch für Geschichte des ländlichen Raumes/Rural History Yearbook 2018, S. 86-107.

Weidinger, Martin: Nationale Mythen – männliche Helden. Politik und Geschlecht im amerikanischen Western (= Politik der Geschlechterverhältnisse, Bd. 31). Frankfurt a.M. 2006.

Wittmann, Barbara: Vorreiter der Intensivtierhaltung: Die bundesdeutsche Geflügelwirtschaft 1948 bis 1980. In: Zeitschrift für Agrargeschichte und Agrarsoziologie, Jg. 65/1 (2017), S. 53-74.

Quellenverzeichnis

Brockmann, Alexander: John Deere 8400R: Neues Flaggschiff aus Waterloo (13.9.2016). Auf: agrarheute.com. URL: https://www.agrarheute.com/technik/traktoren/john-deere-8400r-neues-flaggschiff-waterloo-526734 [Letzter Zugriff am 17.11.2019].

Calvin, Alex: How Farming Simulator 19 sold over one million copies in just ten days (13.12.2018). Auf: pcgamesinsider.biz. URL: https://www.pcgamesinsider.biz/success-story/68234/farming-simulator-19-pc-one-million-simulation/ [Letzter Zugriff am 16.11.2019].

Clutch: Electric Worry. Auf: From Beale Street to Oblivion. USA 2007.

Deter, Alfons: John Deere erweitert die Serie 8R (14.9.2016). Auf: topagrar.com. URL: https://www.topagrar.com/technik/news/john-deere-erweitert-die-serie-8r-9232757.html [Letzter Zugriff am 17.11.2019].

Dietrich, Martin: Landwirtschafts-Simulator 19 – Beliebter als je zuvor, mehr als eine Million verkaufte Einheiten nach 10 Tagen (10.12.2019). Auf: gamestar.de. URL: https://www.gamestar.de/artikel/landwirtschafts-simulator-19-beliebter-als-je-zuvor-mehr-als-eine-million-verkaufte-einheiten-nach-10-tagen,3338153.html [Letzter Zugriff am 16.11.2019].

dpa: Landtechnik-Messe Agritechnica zeigt KI und Robotik auf dem Feld (9.11.2019). Auf: heise.de. URL: https://www.heise.de/newsticker/meldung/Landtechnik-Messe-Agritechnica-zeigt-KI-und-Robotik-auf-dem-Feld-4583244.html [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

Hayward, Andrew: Farming Simulator Esports Expands with League and FarmTech Sponsors (23.1.2019). Auf: esportobserver.com. URL: https://esportsobserver.com/farming-sim-league-interview/ [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

John Deere: Offizielle Homepage Deutschland. https://www.deere.de/de/ [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

Landwirtschafts-Simulator. Offizielle Homepage. URL: https://www.farming-simulator.com/about.php?lang=de&country=at&platform=pc [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

Landwirtschafts-Simulator 19: E3-Trailer »Farm like never before« (Juni 2018). URL: https://www.youtube.com/watch?v=V2Y6pLfW_uU [Letzter Zugriff am 19.3.2020].

o. A.: Farming Simulator – Die Europaliga (27.6.2019). Auf: deere.de. URL: https://www.deere.de/de/blog/articles/land-und-leben/farming-simulator-liga-team-john-deere/ [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

o. A.: »Spieler suchen Entspannung« (3.11.2016). Auf: games-wirtschaft.de. URL: https://www.gameswirtschaft.de/marketing-pr/landwirtschafts-simulator-2017/ [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

Leitner, Michael: Warum Millionen Menschen den Landwirtschafts-Simulator spielen (27.01.2019). Auf: futurezone.at. URL: https://futurezone.at/games/warum-millionen-menschen-den-landwirtschafts-simulator-spielen/400388804 [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

Marketing Club Rhein-Neckar e.V.: John Deere digitalisiert die Landwirtschaft. Veranstaltungsankündigung (12.3.2018). Auf: mc-rn.de. URL: https://www.mc-rn.de/event/john-deere-digitalisiert-die-landwirtschaft/ [Letzter Zugriff am: 2.12.2019].

MÖRAT (Metal Hammer): The A-Z of Clutch (13.7.2016). Auf: loudersound.com. URL: https://www.loudersound.com/features/the-a-z-of-clutch [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

Rüther, Robin: Landwirtschafts-Simulator 19 im Test (20.9.2018). Auf: gamestar.de. URL: https://www.gamestar.de/artikel/landwirtschafts-simulator-19-aufs-richtige-pferd-gesetzt,3337338.html [Letzter Zugriff am 27.11.2019].

Switzer, Eric: Farming Simulator Pro League kicked off this weekend at Farmcon a $280k prize pool (29.7.2019). Auf: thegamer.com. URL: https://www.thegamer.com/farming-simulator-pro-league-farmcon/ [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

Widmer, Reto: Landwirtschafts-Simulator: Pflügen mit 600PS bei 60km/h (23.1.2013). Auf: srf.ch. URL: https://www.srf.ch/radio-srf-3/digital/games/landwirtschafts-simulator-pfluegen-mit-600ps-bei-60-km-h [Letzter Zugriff am 13.11.2019].

Williams, Rob: There's a fan movement to change the Canucks' new goal song (15.10.2019). Auf: dailyhive.com. URL: https://dailyhive.com/vancouver/fans-want-new-canucks-goal-song [Letzter Zugriff am 13.11.2019].