Das Interface der App Tap Tap Revenge erschließt sich dem User sofort: Durch Tippen auf das Eingabefeld oder Schütteln des Geräts können synchron zu Musik und Beat Punkte erzielt werden

Touch Touch Visual

Nach dem Club Visual erlebt das Zusammenspiel von Bewegtbild und Sound eine Renaissance als iPhone-Applikation. Richard Anjou stellt kreative, technische und kommerzielle Ansätze vor

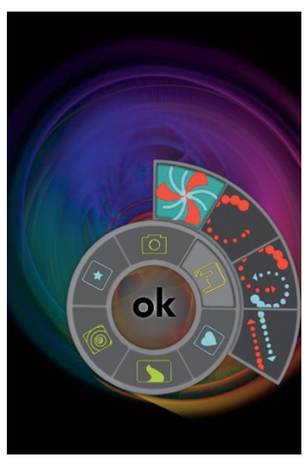
■ **Der Begriff Visual Music** ist hier in Deutschland kaum verbreitet", sagt Heike Sperling. Die Professorin für Digitale Bildmedien am Institut für Musik und Medien der Düsseldorfer Robert Schumann Hochschule (http://musikundmedien.net/) forscht und unterrichtet nicht erst seit Gründung des Instituts für Musik und Medien aktiv an der Schnittstelle zwischen Sound und Bild (siehe PAGE 07.08, Seite 32 ff.). Visual Music bildet quasi einen Kerngegenstand ihrer Arbeit. „Es geht darum, musikalische Strukturen, die ja den Ausgangspunkt bilden, ins Bild zu integrieren. Bisher wurde vor allem darüber nachgedacht, Filme oder Werbespots im zweiten Schritt zu vertonen. Bei Visual Music jedoch geht es um eine gleichberechtigte Ebene zwischen Bild und Musik, um musikalische Strukturen im Bild."

Dass diese gestalterische Praxis, die vielen bisher nur als Live-Visuals im Club vertraut ist, über eine lange, lebendige Kreativgeschichte verfügt, dokumentiert Sperling in einem fortlaufend aktualisierten Online-Archiv unter www.visualmusicarchive.org. Da finden sich neben bekannten Kategorien wie Live-Visuals, Installation oder Musikvideo auch die frühen Avantgarde-Experimente von Oskar Fischinger oder Walter Ruttmann, die mit ihren abstrakt-filmischen Studien ab den 1920er Jahren den Grundstein für das Zusammenspiel von Klang und Bewegtbild gelegt haben. Visual Music wird hier als Mediengeschichte verstanden, die durch die technische Entwicklung an immer neuen gestalterischen Ausdrucksmöglichkeiten gewinnt. „Technik bringt ja auch ästhetische Innovation mit sich", sagt Heike Sperling und beruft sich dabei beispielsweise auf David Carsons revolutionäres Magazindesign für „Ray Gun", das ohne Photoshop niemals realisierbar gewesen wäre. „Etwas Ähnliches geschieht jetzt mit Plug-ins, die etwa für VJ-Software programmiert werden, oder eben mit mobilen Visual-Music-Applikationen. Der Ausgangspunkt ist in diesem Fall ein technischer, kein gestalterischer", so Sperling.

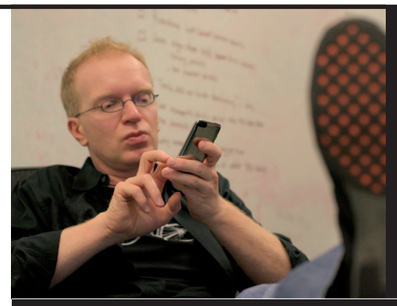
Eigens für mobile Endgeräte entwickelte Arbeiten finden sich zwar noch nicht im Archiv für Visual Music, doch entstehen gerade einige am Institut für Musik und Medien als fachübergreifende Projekte der Bereiche Komposition, visuelle Gestaltung und technische Programmierung. Eines davon ist Synse (www.synse.net) von Christian Sander. Die interaktive Visual-Music-Applikation wurde letztes Jahr bereits bei dem Nachwuchswettbewerb kurzundschön in der Kategorie Mobile Miniaturen ausgezeichnet, befindet sich aber noch in der Betaphase. Bei Synse kann der User Bild und Sound beeinflussen, indem er per Multitouch verschiedene Muster steuert.

Für diese App gibt es bereits einige Vorbilder: So bezieht sich Christian Sander mit Synse etwa auf RjDj (www.rjdj.me). Mit dem im iPhone-Kopfhörer integrierten Mikrofon kann der Nutzer bei dieser Anwendung mit seiner Stimme die Abfolge von musikalischen Mustern variieren. Zusammengesetzt aus einzelnen Patterns, reagiert die Musik auf akustische Umwelteinflüsse wie Gespräche oder auch Straßenlärm, nimmt diese in den Track mit auf und passt ihn an. So entsteht eine individuelle Klangcollage, die das Musikerlebnis abstrakt erfahrbar macht.

Eines ähnlichen Prinzips bedient sich auch Artisan, ersetzt jedoch die akustische durch eine visuelle Ebene und nutzt Multitouch als Eingabemedium. So entstehen durch Fingerzeig abstrakt-bewegte Bildcollagen auf dem Screen. Eine interaktive Verschmelzung aus Klang- und Bildebene schließlich bildet neben dem hypnotischen Galactica vor allem die experimentelle iPhone-Anwendung Bloom (www.generativemusic.com). Sie visualisiert einen Track. Während er abgespielt wird, verändert der User sowohl Bild als auch Sound per Touchscreen. Bloom, das kein geringerer als U2-Produzent und Ambient-Pionier Brian Eno mitentwickelt hat, ist seit Kurzem als Neuauflage unter dem Namen Trope erschienen. Minimalistisch anmutende Klangcollagen können hier über Multitouch mit wählbaren Bildmustern gleichsam synästhetisch auf der Bildschirmoberfläche komponiert werden. Diese Anwendung ermöglicht es auch dem Laien-VJ, durch das Tippen auf den iPhone-Screen ganz individuelle Sound- und Image-Loops zu kreieren und abzuspielen. →



Bei Artisan erleichtert ein einfach zu steuerndes Auswahlmenü das Gestalten individueller Bewegtbildcollagen. Über den Touchscreen kann der Nutzer nur das Bild beeinflussen



„Android und RIM gehört die Zukunft"

Bart Decrem, CEO von Tapulous (http://tapulous.com) und Entwickler des iPhone-App-Bestsellers Tap Tap Revenge, über Mobile Gaming

Wie genau funktioniert Tap Tap Revenge?
Bart Decrem: Unser App könnte man am ehesten als Finger Dance beschreiben. Während du deinen Lieblingssong hörst, tippst du synchron zum Track per Multitouch auf drei Aktionsflächen oder schüttelst das Gerät zum richtigen Zeitpunkt. Je besser dein Timing und Musik-Feeling, desto mehr Punkte bekommst du. Für viele ist Tap Tap Revenge bereits jetzt zu einer neuen, interaktiven Form geworden, ihre Lieblingsmusik zu erleben. Beim Hören tippen sie wie nebenbei auf den Screen und erzielen so ihre persönlichen Highscores.

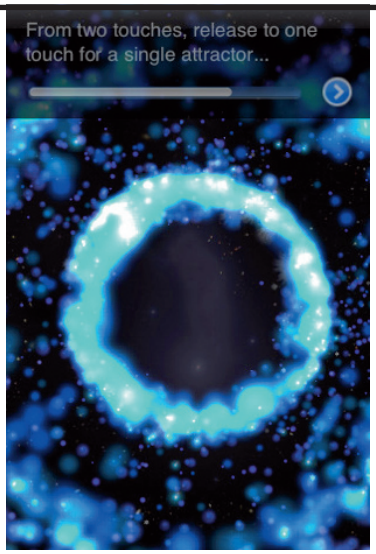
Wie geht ihr bei der Gestaltung von Game-Interfaces vor?
Wir möchten so nah wie möglich an den Look des jeweiligen Künstlers herankommen. Die Bedienung, die mit professionellen Musikern entwickelt wurde, erschließt sich dem User sofort. Die Herausforderung bei der Entwicklung lag also darin, das Spiel so einfach, aber trotzdem so attraktiv wie möglich zu gestalten und dabei den immersiven Spielcharakter in den Vordergrund zu stellen. Was wir nun integrieren, ist der soziale Part. Ich kann mich innerhalb des Spiels mit anderen Spielern über meinen Punktestand austauschen, sie zum Wettkampf auffordern, gemeinsam mit ihnen spielen oder ihnen eine Nachricht hinterlassen. Tap Tap Revenge wird damit auch zu einem sozialen Erlebnis, das alle Vorteile des iPhone nutzt und uns nachhaltig erfolgreich macht.

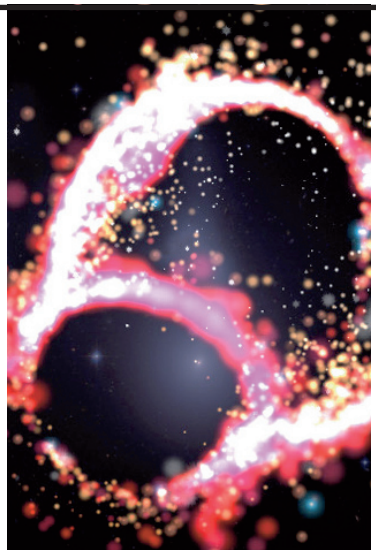
Welchen Einfluss hatte aus Ihrer Sicht die Einführung des App Store auf die Entwicklung von Mobile Games?
Davor war Mobile Gaming ein verdammt harter Markt. Du hast ein Spiel etwa in Java entwickelt und musstest Hunderte von Adaptionen liefern, um auf jedem Endgerät präsent zu sein. Die Erlöse waren knapp, die Geräte schwach in ihrer Leistung und Darstellungsvielfalt. Das hat auch in der Entwicklung zu Engpässen geführt. Der Wettbewerb im App Store ist nach wie vor enorm, die Download-Charts verändern sich rasant – das ist eine große Herausforderung auf Entwicklerseite. Apple hat aber ein Umfeld geschaffen, dem der User ohne Einschränkung vertraut und das auf einem verbindlichen Standard basiert.

Worin liegt also das Geheimnis des Erfolgs im App Store?
Der Druck auf die Entwickler, günstige Spiele zu entwickeln, ist groß. Gleichzeitig ist die Nachfrage nach Updates und neuem Episoded Content auch innerhalb eines Game groß. Mit nur einem Titel tragfähige Gewinne zu erzielen ist also nur für die wenigsten Anbieter möglich. Was hier zählt, ist ein vernünftiges Geschäftsmodell. Wir sind zum Beispiel durch Franchising erfolgreich geworden. Wir haben eines der populärsten Spiele im App Store entwickelt. Dieser Markenwert zieht Spieler wie Business-Partner gleichermaßen an – in unserem Fall also Musiklabels.

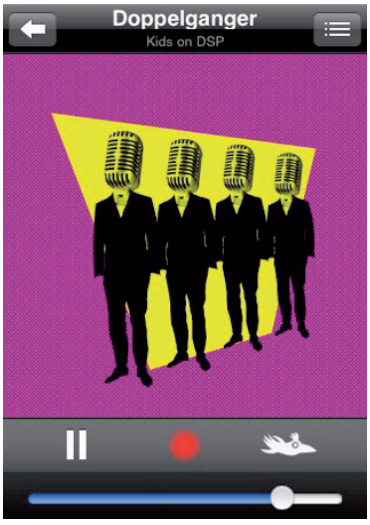
Welche alternativen Distributionskanäle sehen Sie für Ihre Applikation?
Android und RIM gehört die Zukunft, Windows-Handys werden erfolgreich sein, allerdings weniger im Gaming-Bereich, sondern vor allem als Consumer-Plattform. Ansonsten wird Apple weiterhin das Rennen machen, weil das Konsumerlebnis App Store und das Spielerlebnis auf dem Endgerät unschlagbar sind. Den App Store zu betreten ist keine reine Kauf-, sondern eine Entertainmentsituation. Es folgt dem Prinzip von YouTube, und hierin liegt auch die Stärke. Den Wettbewerbern wird nichts anderes übrig bleiben, als dieses Konsumerlebnis immer wieder zu kopieren – irgendwann wird es schon eine vernünftige Kopie geben.

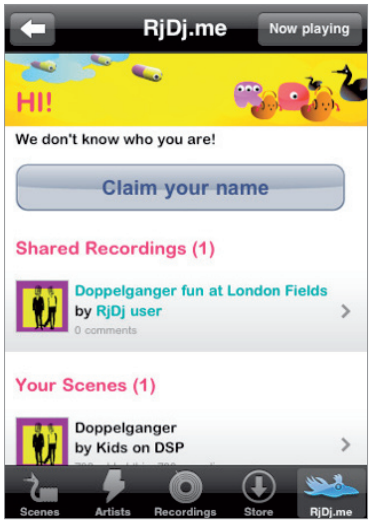
Tap Tap Revenge erzielt Einnahmen durch die Promotion für Musiker wie Lady Gaga oder Metallica: Je nach Künstler und Stil wird es individuell an den Look der Band angepasst



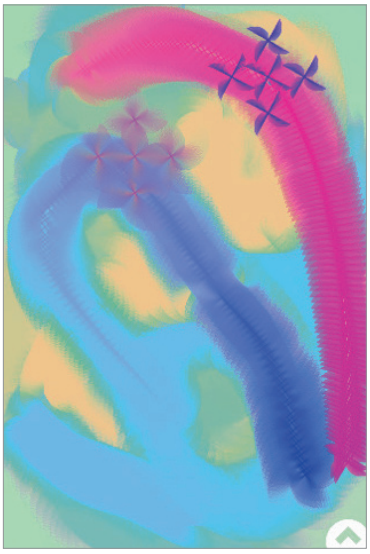


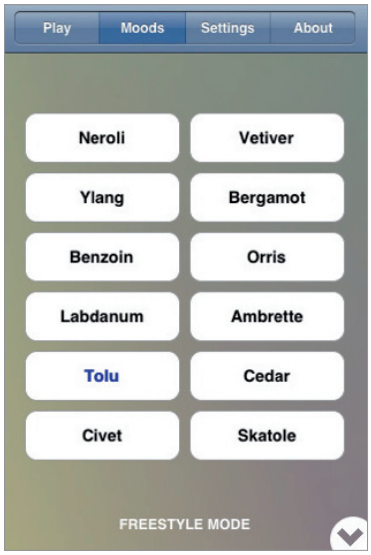
Optisch macht Galactica seinem Namen alle Ehre – hier geht es kosmisch zu, wenn der User Klang- und Bildebene miteinander verschmelzen lässt





Bei RjDj verändert der Nutzer über Stimmeingabe die Abfolge von Mustern und generiert so eine Klangcollage. Es steht ein eigener Store mit verschiedenen Scenes, also Muster-Tracks, zur Verfügung, die über ein Mikro auf Umwelteinflüsse reagieren





Bei Trope lassen sich nur über den Touchscreen zu verschiedenen Ambient-Moods von Brian Eno abstrakte Klang- und Bewegtbild-Loops erzeugen

→ **Die weltweit erfolgreichste** Visual-Music-App, Tap Tap Revenge, zählte mit knapp 600 000 Downloads schon vor ihrem offiziellem Launch im App Store und damit zu Zeiten von Jailbreaking zu den populärsten iPhone-Applikationen. Zwar nimmt der Nutzer keinen direkten Einfluss auf Musik oder Bild, der haptische Umgang mit Sound über das Interface kann aber durchaus dem Genre zugeordnet werden. Die Idee dieses musikbasierten Mobile Game ist so simpel wie erfolgreich: Ähnlich wie bei „Guitar Hero“ für die Wii sind auf dem Screen drei Saiten zu sehen, auf denen entsprechend der Musikakzente kleine Dots entlangfahren. Mit Tippen auf Aktionsflächen und Schütteln des iPhone gilt es, sie zum richtigen Zeitpunkt – mit Erreichen des Zielfelds – abzufangen. Wer so die meisten Punkte erzielt, hat gewonnen.

Inzwischen ist das Spiel 18 Millionen Mal auf iPhone und iPod touch geladen worden, also rein rechnerisch auf jedem dritten iPhone installiert. Täglich wird Tap Tap Revenge weltweit rund zwei Millionen Mal gespielt und zählt zu den am häufigsten genutzten Applikationen fürs iPhone. Der Erfolg ist kein bloßer Zufall: Die in Palo Alto ansässige Applikations-Fabrik Tapulous (www.tapulous.com) steckte Millionen in die Entwicklung und Distribution von Tap Tap Revenge. „Aber“, so Bart Decrem, CEO von Tapulous, „nur die wenigsten Apps lassen sich so entwickeln und mit Erfolg vertreiben. Wir erzielen mit den Erlösen im App Store nur einen geringen Teil des Umsatzes, als 99-Cent-Applikation generiert unser Spiel keinen Gewinn. Wir verdienen vor allem an der Werbung, am Verkauf von Musiktracks innerhalb des Game und an Premium-Versionen. Es ist die Marke, die uns das ermöglicht.“

Der Erfolg von Tap Tap Revenge hat die Labels auf den Plan gerufen, die händeringend nach neuen Distributions- und Werbekanälen suchen. Sie platzieren per Lizenzgeschäft inzwischen Künstler wie Coldplay, Robbie Williams, Metallica oder Lady Gaga in dem Mobile Game. „Musiker lieben das Spiel, weil ihre Fans es lieben. Labels lieben es, weil es für sie ein zusätzliches Promotiontool ist und sie ihre Musik innerhalb des Spiels direkt und unmittelbar verkaufen und damit maßgebliche Erlöse erzielen können.“ Mittlerweile verhilft Tapulous auf ihrer Plattform auch unbekannten Künstlern zum Erfolg, indem die Spieler sich an ihren Songs glücklich und die Künstler in die Charts zocken. Eine Visual-Music-App wie Tap Tap Revenge hat also eine ähnliche Bedeutung als Promotiontool wie das Musikvideo.

Die Verbindung zu der klassischen Videoclipkultur ist dabei aber nicht nur kommerziell, sondern auch technisch motiviert. Für die kommenden Handheld-Generationen wird es zwei Innovationen geben: Mobile Chipsets mit beschleunigtem Video und grundlegenden 3-D-Kapazitäten sowie neue Softwareplattformen, insbesondere Google Android und weitere Linux-basierte Tools, die eine verbesserte Video-Performance versprechen. Hinzu kommt noch die Möglichkeit von HD Video, gekoppelt mit HDMI-Output, die mobile Endgeräte zur Quelle und zum Steuermodul für eine VJ-Performance erheben könnten. Mit der Rückspielung mobiler Visual-Music-Ästhetik auf die klassischen Präsentationsmedien wird dann ein neues Kapitel der Genregeschichte geschrieben werden können.